

การออกแบบชุดสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

ศาลพันท้ายนรสิงห์ จังหวัดสมุทรสาคร

The Design of a Public Relations Media Set to Promote Tourism at

Phanthai Norasing Shrine, Samut Sakhon



จุนิพนธ์เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต

รายวิชาจุนิพนธ์

ภาควิชาแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

มหาวิทยาลัยสยาม

พ.ศ. 2566

หัวข้อจลนิพนธ์

การออกแบบชุดสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว
ศาลพันท้ายนรสิงห์ จังหวัดสมุทรสาคร

The Design of a Public Relations Media Set to Promote Tourism
at Phanthai Norasing Shrine, Samut Sakhon

หน่วยกิตของจลนิพนธ์

3 หน่วยกิต

ชื่อผู้จัดทำ

นายชญาพล ปิยะชยาพร 6206400004

อาจารย์ที่ปรึกษา

ดร.วิเชษฐ์ แสงดวงดี

ระดับการศึกษา

วิทยาศาสตร์บัณฑิต

สาขาวิชา

แอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์

ปีการศึกษา

2565

อนุมัติให้จลนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชา

แอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์

คณะกรรมการสอบจลนิพนธ์



ประธานกรรมการ

(อาจารย์ทศพร อธิติเดชพงศ์)



กรรมการสอบ

อาจารย์มนฤดี มิตรเจริญถาวร)



อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร. วิเชษฐ์ แสงดวงดี)

หัวข้อจุลนิพนธ์	การออกแบบชุดสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ศาลพันท้ายนรสิงห์ จังหวัดสมุทรสาคร
หน่วยกิตของจุลนิพนธ์	3 หน่วยกิต
รายชื่อผู้จัดทำ	นายชญานพล ปิยะชยาพร 6206400004
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร. วิเชษฐ์ แสงดวงดี
ระดับการศึกษา	วิทยาศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชา	แอนิเมชัน และ สื่อสร้างสรรค์
ปีการศึกษา	2565

บทคัดย่อ

“ศาลพันท้ายนรสิงห์”เป็นอนุสรณ์แห่งความซื่อสัตย์ สุจริต และความจงรักภักดีของ พันท้ายนรสิงห์ ตั้งอยู่ที่บริเวณปากคลองโคกขาม ตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร ผู้จัดทำพบว่าสื่อประชาสัมพันธ์ที่ศาลพันท้ายนรสิงห์ยังดูล้าสมัย ขาดความ น่าสนใจ การใช้งานค่อนข้างลำบาก จึงได้จัดทำและออกแบบชุดสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการ ท่องเที่ยวศาลพันท้ายนรสิงห์ขึ้นใหม่ คือ วัตถุประสงค์ศาลพันท้ายนรสิงห์ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โรลอัพ (Roll up) ประวัติพันท้ายนรสิงห์และเรือพระที่นั่งเอกไชยน้อย ป้ายแสดง QR code ใบ เชียมซี และป้ายคัทเอาท์ (Cut out) โดยพยายามถ่ายทอดเรื่องราวความเป็นมาในอดีตภายในศาล พันท้ายนรสิงห์ออกมาในหลายรูปแบบและนำไปเผยแพร่ในรูปแบบสื่อสมัยใหม่เพื่อสร้างความสนใจ ความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยว

คำสำคัญ: การส่งเสริมการท่องเที่ยว/การออกแบบ/สื่อประชาสัมพันธ์

Project Title The Design of a Public Relations Media Set to Promote
Tourism at Phanthai Norasing Shrine, Samut Sakhon

Project Credit 3 Credits

Candidate Mr. Chayaphon Piyachayaporn 6206400004

Advisor Dr. Vichet Saengduangdee

Degree Bachelor of Science

Major Animation and Creative media

Faculty Science

Semester 2022

Abstract

"Phanthai Norasing Shrine" is a memorial of honesty and loyalty of Phanthai Norasing, located at the mouth of Khok Kham Canal in Phanthai Norasing, Samut Sakhon Province. The Student found that the public relations media at Phanthai Norasing Shrine looked outdated, lacked of interest and was quite difficult to use. Therefore, a new set of public relations materials was prepared and designed to promote tourism at Phanthai Norasing Shrine. These consisted of videos of the Phanthai Norasing Shrine in both Thai and English, roll-ups, the history of Phanthai Norasing and the Ekachai Noi Royal Barge, a sign showing a QR code, horoscope, and a cut-out sign. By attempting to convey the history of the past within the Phanthai Norasing Shrine, the PR efforts disseminated history in modern media to create interest for tourists.

Keyword: design, public relations, tourism

Approved by

.....

กิตติกรรมประกาศ

จุลินทรีย์ฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสยาม โดยสร้างชุดสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวศาลพันท้ายนรสิงห์ จังหวัดสมุทรสาคร จากการศึกษาพื้นที่หาข้อมูล ทำให้ทราบถึงจุดอ่อนของการประชาสัมพันธ์และได้นำมาปรับปรุงให้ทันสมัยขึ้น

ขอขอบคุณผู้จัดการมูลนิธิศาลพันท้ายนรสิงห์ ชาวบ้านในพื้นที่ กราบขอบพระคุณ ดร.วิเชษฐ์ แสงดวงดี อาจารย์ที่ปรึกษา ที่กรุณาให้คำแนะนำ แก้ไขข้อบกพร่องในการทำจุลินทรีย์นี้ ตลอดจนให้คำปรึกษาในการทำงานจนเสร็จสมบูรณ์ และขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านในภาควิชาแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์ที่ช่วยกรุณาแนะนำมาโดยตลอด

สุดท้ายนี้ผู้จัดทำขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่มีส่วนร่วมให้คำปรึกษา แนะนำ และช่วยเหลือเป็นอย่างดีมาโดยตลอด จนกระทั่งจุลินทรีย์สำเร็จด้วยดี

ผู้จัดทำ

นายชญาพล ปิยะชาพร



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
Abstract	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญภาพ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์	2
1.3 กลุ่มเป้าหมาย	3
1.4 ขอบเขต	3
1.5 ขั้นตอนการดำเนินงาน	4
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับประวัติศาสตร์พันท้ายนรสิงห์ จังหวัดสมุทรสาคร	6
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์	9
2.3 แนวคิดวิธีการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	21
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบ	24
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างสื่อสมัยใหม่	27
2.6 ทฤษฎีการใช้สี ในการออกแบบ	44
2.7 ทฤษฎีการใช้อักษร	60
2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	65
บทที่ 3 การออกแบบและพัฒนา	67
3.1 การออกแบบชุดสื่อประชาสัมพันธ์ศาลพันท้ายนรสิงห์	67
3.2 ขั้นตอนการดำเนินงาน	67

3.3	ขั้นตอนการทำวิดีโอประชาสัมพันธ์ศาลแพ่งท้ายนรสิงห์	69
3.4	การทำวิดีโอโดยใช้โปรแกรม Adobe Premiere Pro	79
3.5	ขั้นตอนการทำโรลอัพประวัติพันท้ายนรสิงห์	83
3.6	ขั้นตอนการทำโรลอัพเรือพระที่นั่งเอกไชยน้อย	90
3.7	ขั้นตอนการนำภาพใส่ใน QR code	101
3.8	ขั้นตอนการทำป้ายแสดง QR code	111
3.9	ขั้นตอนการทำป้ายเชื่อมโยง QR code	116
3.10	ขั้นตอนการทำสแตนด์ (Standy)	119
บทที่ 4	ผลการดำเนินงาน	125
4.1	ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	125
4.2	ออกแบบและจัดทำโรลอัพพันท้ายนรสิงห์และโรลอัพเรือพระที่นั่งเอกไชยน้อย	129
4.3	ออกแบบและจัดทำคัทเอ้าท์	131
4.4	ออกแบบและจัดทำป้ายแสดง QR code เชื่อมชีศาลแพ่งท้ายนรสิงห์	132
4.5	ออกแบบและจัดทำสแตนด์พันท้ายนรสิงห์	133
บทที่ 5	สรุปผลการดำเนินงานและข้อเสนอแนะ	135
5.1	สรุปผลการดำเนินงาน	135
5.2	ปัญหาและอุปสรรค	135
5.3	ข้อเสนอแนะ	135
	บรรณานุกรม	137
	ภาคผนวก	139

สารบัญรูปภาพ

		หน้า
ภาพที่ 2.1	Roll up รุ่น Standard	40
ภาพที่ 2.2	Roll up รุ่น Steel Base	40
ภาพที่ 2.3	แสงขาวและสเปกตรัมของสี	47
ภาพที่ 2.4	แม่สี ชั้นที่ 1 หรือสีปฐมภูมิและสีชั้นที่ 2 หรือสีทุติยภูมิ	48
ภาพที่ 2.5	ทฤษฎีสีของแปรัง (Prang 's theory)	49
ภาพที่ 2.6	ภาพอักษรแบบดั้งเดิม	61
ภาพที่ 2.7	ภาพอักษรแบบหัวตัด	62
ภาพที่ 2.8	ภาพอักษรแบบลายมือ	62
ภาพที่ 2.9	ภาพอักษรแบบคัดลายมือ	63
ภาพที่ 2.10	ภาพแบบอักษรประดิษฐ์	63
ภาพที่ 3.1	สัมภาษณ์ ลุงหมึก ชาวบ้านในพื้นที่	69
ภาพที่ 3.2	เข้าพบผู้จัดการมูลนิธิศาลพันท้ายนรสิงห์	69
ภาพที่ 3.3	สัมภาษณ์เก็บข้อมูลผู้จัดการมูลนิธิศาลพันท้ายนรสิงห์	70
ภาพที่ 3.4	ลงพื้นที่เก็บภาพ ครั้งที่ 1	70
ภาพที่ 3.5	ลงพื้นที่เก็บภาพ ครั้งที่ 2	71
ภาพที่ 3.6	ลงพื้นที่เก็บภาพ ครั้งที่ 3	71
ภาพที่ 3.7	ลงพื้นที่เก็บภาพ ครั้งที่ 4	72
ภาพที่ 3.8	ออกแบบสตอรี่บอร์ด (Story board) ภาษาไทย	73
ภาพที่ 3.9	ออกแบบสตอรี่บอร์ด (Story board) ภาษาไทย	74
ภาพที่ 3.10	ออกแบบสตอรี่บอร์ด (Story board) ภาษาไทย	75
ภาพที่ 3.11	ออกแบบสตอรี่บอร์ด (Story board) ภาษาอังกฤษ	76
ภาพที่ 3.12	ออกแบบสตอรี่บอร์ด (Story board) ภาษาอังกฤษ	77
ภาพที่ 3.13	ออกแบบสตอรี่บอร์ด (Story board) ภาษาอังกฤษ	78
ภาพที่ 3.14	โปรแกรม Adobe Premiere Pro	79
ภาพที่ 3.15	กำหนดค่าของการสร้างชิ้นงานวิดีโอ	79
ภาพที่ 3.16	นำเข้าไฟล์งานที่จะใช้ในการสร้างวิดีโอ	80

ภาพที่ 3.17	นำเอาคลิป และ เสียง มาประกอบเป็นวีดีโอ	80
ภาพที่ 3.18	นำเอาคลิป Effect มาใส่เพื่อเป็นสีสัน ให้กับวีดีโอ	81
ภาพที่ 3.19	ค้นหา Effect ที่ต้องการใช้งาน	81
ภาพที่ 3.20	ใส่เพลง เสียงพากย์ และ Effect	82
ภาพที่ 3.21	ทำการ Export ไฟล์ออกไปใช้งานตามความเหมาะสม	82
ภาพที่ 3.22	กำหนดรายละเอียดของ การ Export ไฟล์วีดีโอ และ คลิกที่ Export	83
ภาพที่ 3.23	กำหนดขนาดสร้างโรลอัพประวัติพันท้ายนรสิงห์	84
ภาพที่ 3.24	ออกแบบงานโรลอัพประวัติพันท้ายนรสิงห์	85
ภาพที่ 3.25	แก้ไขงานโรลอัพประวัติพันท้ายนรสิงห์ ครั้งที่ 1	86
ภาพที่ 3.26	แก้ไขงานโรลอัพประวัติพันท้ายนรสิงห์ ครั้งที่ 2	87
ภาพที่ 3.27	งานโรลอัพประวัติพันท้ายนรสิงห์ เสร็จสมบูรณ์	88
ภาพที่ 3.28	การออกแบบโรลอัพโดยใช้โปรแกรม Adobe Illustrator	89
ภาพที่ 3.29	QR code https://me-qr.com/th	89
ภาพที่ 3.30	รายละเอียดภายใน QR code ของโรลอัพประวัติพันท้ายนรสิงห์	90
ภาพที่ 3.31	กำหนดขนาดสร้างโรลอัพเรือพระที่นั่งเอกไชยน้อย	91
ภาพที่ 3.32	ภาพสเก็ตรูปคลื่นน้ำ	92
ภาพที่ 3.33	ภาพสเก็ตสระเอจจากการใช้โซนเรือพระที่นั่งเอกไชยน้อยและตาตัวเหรา	93
ภาพที่ 3.34	ออกแบบงานโรลอัพเรือพระที่นั่งเอกไชยน้อย	94
ภาพที่ 3.35	แก้ไขงานโรลอัพเรือพระที่นั่งเอกไชยน้อย ครั้งที่ 1	95
ภาพที่ 3.36	ออกแบบตัวอักษร	96
ภาพที่ 3.37	แก้ไขงานโรลอัพเรือพระที่นั่งเอกไชยน้อย ครั้งที่ 2	97
ภาพที่ 3.38	แก้ไขงานโรลอัพเรือพระที่นั่งเอกไชยน้อย ครั้งที่ 1	98
ภาพที่ 3.39	งานโรลอัพเรือพระที่นั่งเอกไชยน้อย เสร็จสมบูรณ์	99
ภาพที่ 3.40	การออกแบบโรลอัพโดยใช้โปรแกรม Adobe Illustrator	100
ภาพที่ 3.41	QR code https://me-qr.com/th	101
ภาพที่ 3.42	รายละเอียดภายใน QR code ของโรลอัพเรือพระที่นั่งเอกไชยน้อย	102
ภาพที่ 3.43	กำหนดขนาดสร้างป้ายคัทเอ๊าท์ศาลพันท้ายนรสิงห์	103
ภาพที่ 3.44	ออกแบบงานป้ายคัทเอ๊าท์ศาลพันท้ายนรสิงห์	104
ภาพที่ 3.45	ออกแบบงานป้ายคัทเอ๊าท์ศาลพันท้ายนรสิงห์	105

ภาพที่ 3.46	แก้ไขงานป้ายคัทเอ๊าท์ศาลพันท้ายนรสิงห์ ครั้งที่ 1	106
ภาพที่ 3.47	แก้ไขงานป้ายคัทเอ๊าท์ศาลพันท้ายนรสิงห์ ครั้งที่ 2	107
ภาพที่ 3.48	งานป้ายคัทเอ๊าท์ศาลพันท้ายนรสิงห์ เสร็จสมบูรณ์	108
ภาพที่ 3.49	การออกแบบคัทเอ๊าท์โดยโปรแกรม Adobe Illastrator	109
ภาพที่ 3.50	QR code https://me-qr.com/th	109
ภาพที่ 3.51	รายละเอียดภายใน QR code ของป้ายคัทเอ๊าท์	110
ภาพที่ 3.52	กำหนดขนาดการสร้างป้ายแสดง QR code	112
ภาพที่ 3.53	ออกแบบงานเชื่อมซีศาลพันท้ายนรสิงห์	112
ภาพที่ 3.54	แก้ไขงานเชื่อมซีศาลพันท้ายนรสิงห์ ครั้งที่ 1	113
ภาพที่ 3.55	แก้ไขงานเชื่อมซีศาลพันท้ายนรสิงห์ ครั้งที่ 2	113
ภาพที่ 3.56	งานใบเชื่อมซีศาลพันท้ายนรสิงห์ เสร็จสมบูรณ์	114
ภาพที่ 3.57	ออกแบบป้ายเชื่อมซี QR code ในโปรแกรม Adobe Illastrator	115
ภาพที่ 3.58	งานใบเชื่อมซีเสร็จสมบูรณ์	117
ภาพที่ 3.59	กำหนดขนาดสร้างสแตนดี้พันท้ายนรสิงห์	119
ภาพที่ 3.60	ออกแบบงานสแตนดี้พันท้ายนรสิงห์	120
ภาพที่ 3.61	แก้ไขงานสแตนดี้พันท้ายนรสิงห์	121
ภาพที่ 3.62	งานสแตนดี้พันท้ายนรสิงห์ สำเร็จสมบูรณ์	122
ภาพที่ 3.63	การออกแบบสแตนดี้พันท้ายนรสิงห์ในโปรแกรม Adobe Illastrator	123
ภาพที่ 4.1	การสร้างวีดิทัศน์พันท้ายนรสิงห์	124
ภาพที่ 4.2	การออกแบบไตเติ้ลของวีดิทัศน์	125
ภาพที่ 4.3	การนำเอาเอฟเฟกต์เข้ามาใช้ให้เหมาะสมกับคลิปวิดีโอ	125
ภาพที่ 4.4	การนำเอาไฟล์เสียงเข้ามาใช้ให้เหมาะสมกับคลิปวิดีโอ	126
ภาพที่ 4.5	การปรับแต่งเสียงและเอฟเฟกต์ให้เหมาะสมกับคลิป	126
ภาพที่ 4.6	การตัดต่อคลิปและเชื่อมคลิปให้ตรงกับเสียงพากย์	127
ภาพที่ 4.7	ออกแบบคลิปช่วง End Credit	127
ภาพที่ 4.8	ออกแบบโรลล์พันท้ายนรสิงห์และโรลล์เรือพระที่นั่งเอกไชยน้อย	128
ภาพที่ 4.9	การแสดงแบบจำลองโรลล์พันท้ายนรสิงห์และโรลล์เรือพระที่นั่งเอกไชยน้อย	129
ภาพที่ 4.10	ออกแบบคัทเอ๊าท์ จุดสำคัญภายในศาลพันท้ายนรสิงห์	130
ภาพที่ 4.11	แสดงแบบจำลองป้ายคัทเอ๊าท์บริเวณทางเข้าศาลพันท้ายนรสิงห์	130

ภาพที่ 4.12	ออกแบบป้ายแสดง QR code เชื่อมชี ใบที่ 1-28	131
ภาพที่ 4.13	แสดงแบบจำลองป้ายแสดง QR code เชื่อมชี ใบที่ 1-28	131
ภาพที่ 4.14	ออกแบบสแตนด์พื้นท้ายนรสิงห์	132
ภาพที่ 4.15	การแสดงแบบจำลองสแตนด์พื้นท้ายนรสิงห์	133

สารบัญตาราง

ตารางแสดงขั้นตอนกระบวนการผลิตรายการวีดิทัศน์	32
--	----



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากเรื่องราวประวัติศาสตร์ของสมัยอยุธยาในรัชสมัย พระเจ้าเสือ (สมเด็จพระสรรเพชญ์ที่ 8) สมเด็จพระเจ้าสุริเยนทราธิบดี หลวงสรศักดิ์ มีพระนามเดิมว่า เตื่อ ซึ่งพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงวินิจฉัยพระนามว่าเป็นสมเด็จพระสรรเพชญ์ที่ 8 เป็นพระมหากษัตริย์รัชกาลที่ 29 แห่งอาณาจักรอยุธยา และเป็นพระองค์ที่สองแห่งราชวงศ์บ้านพลูหลวง ราชวงศ์สุดท้ายของอาณาจักรอยุธยา ทรงครองราชย์ พ.ศ. 2246 - พ.ศ. 2251 สำหรับพระสมณนามว่า “เสือ” อาจสืบเนื่องมาจากพระราชสมภพปีชวด ซึ่งแปลว่าเสือ บางท่านกล่าวว่า เป็นเพราะพระองค์มีพระนิสัยดุ จากพระราชประวัติ น่าจะหมายถึงทรงมีความเด็ดขาดในการมีรับสั่งให้ผู้ที่ปฏิบัติงานใดก็แล้วแต่ ทำงานแล้วจะต้องสำเร็จผลเป็นอย่างดี หากบกพร่องพระองค์จะมีรับสั่งให้ลงโทษ ไม่เฉพาะข้าราชการเท่านั้น แม้พระราชโอรสทั้งสองก็เช่นกัน แต่หากผู้ใดมีความดีความชอบ พระองค์กลับมีพระเมตตาไปยังตั้งเรื่องพ้นทายนรสิงห์มหาดเล็กข้าหลวงเดิมตำแหน่งนายท้ายเรือพระที่นั่งเอกไชยน้อยของสมเด็จพระเจ้าเสือ ซึ่งในภายหลังกลายเป็นบุคคลสำคัญท่านหนึ่งที่มีชื่อเสียงในประวัติศาสตร์ของประเทศไทย

นั่นคือ พันท้ายนรสิงห์ ผู้บังคับเรือพระที่นั่งของพระเจ้าเสือ เรื่องเล่านี้ถูกสืบทอดส่งต่อมาตั้งแต่รุ่นบรรพชนมายังรุ่นลูกหลานในปัจจุบันนี้ พันท้ายนรสิงห์นั้นเป็นนายท้ายเรือพระที่นั่งเอกไชยน้อย ซึ่งได้รับยกย่องว่าเป็นผู้มีความซื่อสัตย์สุจริต จงรักภักดีและรักษาระเบียบกฏมณฑลยิ่งชีวิต ตำนานเล่าว่า สมเด็จพระเจ้าเสือทรงประพาสปากน้ำเมืองสาครบุรีเพื่อทรงเบ็ด โดยเรือพระที่นั่งเอกไชยน้อยและมีพันท้ายนรสิงห์เป็นนายท้าย เมื่อเรือพระที่นั่งไปถึงคลองโคกขาม ที่มีความคดเคี้ยวและกระแสน้ำเชี่ยวกรากมาก แม้พันท้ายนรสิงห์พยายามคัดท้ายเรือพระที่นั่งอย่างสุดความสามารถและอย่างระมัดระวังอยู่ตลอด แต่ก็ไม่อาจหลบเลี่ยงเหตุได้ หัวเรือพระที่นั่งชนกิ่งไม้ใหญ่หักตกลงไปในน้ำ ตามกฏมณฑลนั้นกล่าวว่า ผู้ทำโทษเรือพระที่นั่งหัก มีความผิดครั้งนี้ถึงประหารชีวิต สมเด็จพระเจ้าเสือทรงพิจารณาเห็นว่าอุบัติเหตุครั้งนี้เป็นการสุจริตมิใช่ความประมาทจึงพระราชทานอภัยโทษให้ แต่พันท้ายนรสิงห์จึงกราบทูลพระกรุณาน้อมรับโทษตามพระราชประเพณี และยืนยันขอให้ตัดศีรษะตนเพื่อรักษาขนบธรรมเนียมในพระราชกำหนดตามกฏเกณฑ์เพื่อมิให้เป็นเยี่ยงอย่าง พระเจ้าเสือทรงโปรดให้ฝีพายทั้งปวงปั้นมูลดินเป็นรูปพันท้ายนรสิงห์แล้วให้ตัดศีรษะรูปดินนั้นเพื่อเป็นการทดแทนกันแต่พันท้ายนรสิงห์ยังบังคมกราบทูลยืนยันขอให้ประหารตน สมเด็จพระเจ้าเสือทรงอาลัยรักน้ำใจพันท้ายนร

สิ่งที่เป็นอย่างมาก ทรงจำพระทัยปฏิบัติตามพระราชกำหนด รับสั่งให้เพชรฆาตประหารพันท้ายนรสิงห์ แล้วโปรดให้ตั้งศาลสูงประมาณเพียงตา นำศีรษะพันท้ายนรสิงห์กับหัวเรือพระที่นั่งเอกไชยน้อยที่หักนั้น ขึ้นพลีกรรมไว้ด้วยกันบนศาล พันท้ายนรสิงห์จึงได้ชื่อว่า เป็นบุคคลที่มี ความซื่อสัตย์สุจริตและจงรักภักดี และศาลพันท้ายนรสิงห์ ได้ตั้งอยู่บริเวณปากคลองโคกขาม ตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร ศาลพันท้ายนรสิงห์แห่งนี้เป็นแห่งแรก สร้างขึ้นเพื่อเป็นอนุสรณ์แห่งความซื่อสัตย์แก่พันท้ายนรสิงห์ เชื่อว่าเป็นศาลพันท้ายนรสิงห์ที่เก่าแก่ที่สุดและเป็นจุดที่เชื่อว่าพันท้ายนรสิงห์ถูกประหารชีวิต

จากการได้พูดคุยสัมภาษณ์และซักถามบุคคลในพื้นที่ และนักท่องเที่ยว ศาลพันท้ายนรสิงห์พบว่าสื่อประชาสัมพันธ์ยังดูล้าสมัย ขาดความน่าสนใจ การใช้งานค่อนข้างลำบาก จึงคิดว่าน่าจะมีการปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ให้ทันสมัยขึ้น สื่อประชาสัมพันธ์ใหม่ ๆ ที่ศาลพันท้ายนรสิงห์ไม่เคยมี เช่น ใบเขียวซีที่ยังใช้เป็นแผ่นป้ายกระดาษก็เปลี่ยนเป็นการสแกน QR code ป้ายคัทเอ้าท์ (Cut out) และโรลอัพ (Roll up) ซึ่งยังไม่เคยมีการจัดทำมาก่อน ซึ่งจากการได้พูดคุยกับผู้จัดการมูลนิธิศาลพันท้ายนรสิงห์และบุคคลในพื้นที่ ได้แสดงความคิดเห็นและเสนอแนะ ว่าทางศาลพันท้ายนรสิงห์ต้องการสื่อประชาสัมพันธ์ที่ทันสมัยขึ้นเพื่อการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น ด้วยสถานที่ในศาลพันท้ายนรสิงห์มีพื้นที่ใหญ่มาก ทำให้ผู้มาเยี่ยมชม เดินชมไม่ทั่ว และจากการลงพื้นที่ ทำให้ได้เห็นสื่อต่าง ๆ ที่ศาลพันท้ายนรสิงห์ล้าสมัย เก่า และชำรุด จึงได้จัดทำและออกแบบชุดสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวศาลพันท้ายนรสิงห์ขึ้นใหม่ เพื่อจะทำให้ให้นักท่องเที่ยวได้สามารถเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวในจุดต่าง ๆ ของพื้นที่ศาลพันท้ายนรสิงห์

ด้วยเหตุนี้ผู้จัดทำจึงได้เล็งเห็นถึงประโยชน์ของการออกแบบชุดสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ศาลพันท้ายนรสิงห์ ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ทั้งยังมีสื่อที่ทันสมัยเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และสื่ออื่น ๆ เพื่อประชาสัมพันธ์ในช่องทางออนไลน์ อีกทั้งยังช่วยกระตุ้นในเรื่องความซื่อสัตย์ สุจริต การรักษากฎระเบียบ การรักชาติ ศาสน์ กษัตริย์ ให้คนรุ่นใหม่ ได้ให้ความสำคัญกับคุณค่าทางประวัติศาสตร์

1.2 วัตถุประสงค์

เพื่อออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ศาลพันท้ายนรสิงห์ จังหวัดสมุทรสาคร ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

1.3 กลุ่มเป้าหมาย

นักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติ ทุกเพศ ในช่วงอายุ 15 ปีขึ้นไป

1.4 ขอบเขต

1.4.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

ศึกษาข้อมูลด้วยการลงพื้นที่ สอบถาม และสัมภาษณ์ เจ้าหน้าที่ ผู้บริหารมูลนิธิศาลพันท้ายนรสิงห์ นักท่องเที่ยว พ่อค้าแม่ค้าในบริเวณศาลพันท้ายนรสิงห์ สถานที่ที่น่าสนใจบริเวณศาลพันท้าย มี 5 จุด ได้แก่

1. ลานสักการะ
2. หลักประหาร
3. ตำหนักพระเจ้าเสือ
4. เรือโบราณ
5. แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติป่าชายเลน

1.4.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

1. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นมาและประวัติของพันท้ายนรสิงห์
2. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางไปยังศาลพันท้ายนรสิงห์
3. ศึกษาและหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวภายในศาลพันท้ายนรสิงห์
4. กำหนด Mood&tone

1.4.3 ขอบเขตด้านการปฏิบัติ

สร้างชุดสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวศาลพันท้ายนรสิงห์ จังหวัดสมุทรสาคร มีดังนี้

1. คลิปวิดีโอเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของศาลพันท้ายนรสิงห์
 - ภาษาไทย มีความยาว 7.12 นาที
 - ภาษาอังกฤษ มีความยาว 7.15 นาที
2. ออกแบบ standy พันท้ายนรสิงห์ สูง 160 ซม. กว้าง 100 ซม.
3. ออกแบบ Roll up ประวัติพันท้ายนรสิงห์ และเรือเอกไชยน้อย สูง 165 ซม. กว้าง 100 ซม.
4. สร้างป้ายแสดง QR code ใบเขียวมีสี สูง 120 ซม. กว้าง 150 ซม.

5. ออกแบบป้าย Cut out ในภาพรวมของศาลพันท้ายนรสิงห์ สูง 100 ซม. กว้าง 200 ซม.

1.5 ขั้นตอนการดำเนินงาน

ในการออกแบบชุดสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวศาลพันท้ายนรสิงห์ จังหวัดสมุทรสาคร ผู้จัดทำได้วางแผนการดำเนินงานไว้ดังนี้

1. ลงพื้นที่เพื่อหาข้อมูลจากชุมชนโดยการเข้าไปสัมภาษณ์คนเก่าแก่ที่ร่วมพัฒนาศาลพันท้ายในรุ่นแรก ๆ เก็บรายละเอียด รูปภาพ และสิ่ง ที่ควรสร้างเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้แก่ศาลพันท้ายนรสิงห์
2. นำข้อมูลจากการลงพื้นที่ปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อขอคำแนะนำ
3. เขียนแผนการออกแบบชุดสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวศาลพันท้ายนรสิงห์นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา
4. แก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาถึงสื่อที่จะทำ ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม
5. นำข้อมูลที่ได้มาสรุปและหาข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งที่น่าเชื่อถือ วางแผนขอบเขตของงานในการจัดทำชุดสื่อประชาสัมพันธ์
6. นำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์แก่คณะกรรมการที่ปรึกษา
7. แก้ไขงานตามคำแนะนำของคณะกรรมการที่ปรึกษา และนำเสนอเพื่อพิจารณา
8. สร้างชุดสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวศาลพันท้ายนรสิงห์

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 เพื่อให้นักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติรู้จักศาลพันท้ายนรสิงห์ จังหวัดสมุทรสาคร มากยิ่งขึ้น

1.6.2 เพื่อให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจในการใช้สื่อสมัยใหม่เพื่อการประชาสัมพันธ์

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การออกแบบชุดสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวศาลพันท้ายนรสิงห์ จังหวัดสมุทรสาคร ผู้จัดทำได้ทำการศึกษาค้นคว้าและพบว่ามีทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยครั้งนี้ดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับประวัติศาลพันท้ายนรสิงห์ จังหวัดสมุทรสาคร

1. ประวัติพันท้ายนรสิงห์
2. สถานที่ตั้งและการเดินทาง
3. หลักประหารพันท้ายนรสิงห์
4. เรือเอกไชยน้อย
5. ตำนานจำลองพระเจ้าเสือ
6. ศูนย์อนุรักษ์ธรรมชาติป่าชายเลน

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

1. ความหมายของสื่อ
2. ความหมายของสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์
3. หน้าที่ของสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์
4. ประเภทของสื่อที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์
5. ลักษณะของสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์แต่ละประเภท

2.3 แนววิธีการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

1. แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว
2. ความหมายการส่งเสริมการท่องเที่ยว
3. จุดมุ่งหมายของการส่งเสริมการท่องเที่ยว
4. หลักการดำเนินการด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบ

1. ความหมายของการออกแบบ
2. หน้าที่ของการออกแบบ
3. จุดมุ่งหมายของการออกแบบ

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างสื่อสมัยใหม่

1. ความหมายการสร้างสื่อสมัยใหม่
2. ประเภทของการสร้างสื่อสมัยใหม่
3. หลักการผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์
4. หลักการการทำโรลอัพ (Roll up)
5. หลักการทำคัทเอ้าท์ (Cut out)
6. หลักการทำ QR code
7. หลักการทำสแตนด์ (Standy)

2.6 ทฤษฎีการใช้สีในการออกแบบ

2.7 ทฤษฎีการใช้อักษร

2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับประวัติศาสตร์พันท้ายนรสิงห์ จังหวัดสมุทรสาคร

ตำนาน “พันท้ายนรสิงห์” เล่าว่าเกิดขึ้นในสมัยพระเจ้าเสือ หรือสมเด็จพระสรรเพชญ์ที่ 8 แห่งอาณาจักรกรุงศรีอยุธยา เมื่อพิจารณาจากหลักฐานทางประวัติศาสตร์เรื่องราวเกี่ยวกับ พันท้ายนรสิงห์ ปรากฏอยู่ในเอกสารที่ชำระขึ้นในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น เช่น พระราชพงศาวดารกรุงสยาม ฉบับบริติช มิวเซียมพระราชพงศาวดารฉบับพระราชหัตถเลขาโคลงภาพพระราชพงศาวดาร ฯลฯ

ศาลพันท้ายนรสิงห์ ตั้งอยู่บริเวณปากคลองโคกขาม ตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร ศาลพันท้ายนรสิงห์แห่งนี้เป็นแห่งแรก สร้างขึ้นเพื่อเป็นอนุสรณ์แห่งความซื่อสัตย์แก่พันท้ายนรสิงห์ผู้ซึ่งเป็นนายท้ายเรือที่จงรักภักดีผู้ที่ยอมรับโทษประหารชีวิตเพื่อรักษาระเบียบแบบแผนราชประเพณีตามกฎหมายขนานโบราณในสมัยอยุธยา เชื่อว่าเป็นศาลพันท้ายนรสิงห์ที่เก่าแก่ที่สุดและเป็นจุดที่เชื่อว่าพันท้ายนรสิงห์ถูกประหารชีวิต รูปเคารพพันท้ายนรสิงห์ในศาลแห่งนี้สร้างขึ้นจากไม้จันทร์หอม ขนาดเท่าคนจริงอยู่ในท่าถือท้ายคัดเรือ เป็นที่พึ่งทางใจและเป็นที่นับถือของชาวบ้านอย่างมาก ชาวบ้านนิยมมาขอพรแล้วเมื่อสำเร็จ ก็แก้บนด้วยนมชกมวย ไม้พายเรือ หรือรูปปั้นไก่อั่ว

ศาลพันท้ายนรสิงห์แห่งนี้ถูกประกาศขึ้นทะเบียนเป็นโบราณสถานของชาติในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 72 ตอนที่ 2 เมื่อวันที่ 4 มกราคม พ.ศ. 2498 กรมศิลปากรได้ดำเนินการจัดสร้างศาลพันท้ายนรสิงห์ขึ้นอยู่ถัดจากศาลเก่าที่พังลงมาไม่มากนัก โดยกันอาณาบริเวณรอบ ๆ ศาลไว้ประมาณ 100 ไร่ เพื่อจัดตั้งเป็น "อุทยานประวัติศาสตร์พันท้ายนรสิงห์" ภายในศาลมีรูปเคารพของพันท้ายนรสิงห์ขนาด

เท่าของจริงในท่าถือท้ายคัดเรือ ที่สร้างขึ้นและนำมาประดิษฐานไว้เมื่อปี พ.ศ. 2519 ผู้ที่ศรัทธากราบไหว้พันท้ายนรสิงห์จะเรียกพันท้ายนรสิงห์ด้วยความเคารพว่า "พ่อพันท้าย" และเชื่อว่าสามารถบนบานสักการะขอได้ในทุกเรื่อง ยกเว้นเรื่องการเกณฑ์ทหาร ที่บนบานขอแล้วจะไม่ประสบความสำเร็จ

1. ประวัติพันท้ายนรสิงห์

เรื่องของพันท้ายนรสิงห์ ปรากฏครั้งแรกในพระราชพงศาวดารกรุงสยาม จากต้นฉบับของบริติชมิวเซียม พันท้ายนรสิงห์ เดิมมีนามว่า สิน เป็นชาวบ้านนรสิงห์ (ปัจจุบันคืออำเภอป่าโมกข์ จังหวัดอ่างทอง) มีภรรยาชื่อว่า ศรีนวล รับราชการเป็นนายท้ายเรือพระที่นั่งเอกไชยของสมเด็จพระสรรเพชญ์ที่ 8 (พระเจ้าเสือ) แห่งกรุงศรีอยุธยา โดยกล่าวว่า พ.ศ. 2247 พระเจ้าเสือเสด็จโดยเรือพระที่นั่งเอกไชย ประพาสเพื่อทรงเบ็ด ณ ปากน้ำเมืองสาครบุรี เมื่อเรือพระที่นั่งถึงตำบลโคกขามซึ่งเป็นคลองคดเคี้ยวและมีกระแสน้ำเชี่ยวกราก พันท้ายนรสิงห์ซึ่งถือท้ายเรือพระที่นั่งไม่สามารถคัดท้ายเรือแก้ไขได้ทัน โชนเรือพระที่นั่งกระทบกับกิ่งไม้ใหญ่หักตกลงไปในน้ำซึ่งพันท้ายนรสิงห์รู้ว่า ความผิดครั้งนี้มีโทษถึงประหารชีวิตตามโบราณราชประเพณี ที่กำหนดว่า “ถ้าผู้ใดถือท้ายเรือพระที่นั่งให้หัวเรือพระที่นั่งหัก ผู้นั้นถึงมรณะโทษให้ตัดศีรษะเสีย” พันท้ายนรสิงห์จึงกราบบังคมทูลพระเจ้าเสือให้ประหารชีวิตตามกฏมณเฑียรบาลแต่พระเจ้าเสือทรงพิจารณาเห็นว่าอุบัติเหตุครั้งนี้เป็นการสุวิสัยไม่ใช่ความประมาท จึงพระราชทานอภัยโทษให้ ซึ่งพันท้ายนรสิงห์ก็ยังยืนยันขอให้ตัดศีรษะตน เพื่อรักษาขนบธรรมเนียมในพระราชกำหนดกฎหมาย เป็นการป้องกันมิให้ผู้ใดครหาตีเตียนพระเจ้าอยู่หัวได้ว่าทรงละเลยพระราชกำหนดของแผ่นดิน และเพื่อมิให้เป็นเยี่ยงอย่างสืบไป พระองค์ทรงโปรดให้ฝายทั้งปวงปั้นมูลดินเป็นรูปพันท้ายนรสิงห์แล้วให้ตัดศีรษะรูปดินนั้นเพื่อเป็นการทดแทนกัน แต่พันท้ายนรสิงห์ยังบังคมกราบทูลยืนยันขอให้ประหารตน แม้สมเด็จพระเจ้าเสือจะทรงอาลัยรักน้ำใจพันท้ายนรสิงห์เพียงใด แต่ท้ายสุดพระเจ้าเสือทรงจำเริญพระทัยตามพระราชกำหนดที่วางไว้ จึงมีรับสั่งให้ประหารชีวิตพันท้ายนรสิงห์ และให้ทำศาลขึ้นสูงเพียงตา แล้วนำศีรษะพันท้ายนรสิงห์กับหัวเรือพระที่นั่งเอกชัยที่หักขึ้นพลีกรรมไว้บนศาล เพื่อเป็นอนุสรณ์ที่แสดงถึงความซื่อสัตย์จงรักภักดี

2. สถานที่ตั้งและการเดินทาง

ศาลพันท้ายนรสิงห์ตั้งอยู่ที่ บริเวณปากคลองโคกขาม ตำบลพันท้ายนรสิงห์ อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร

การเดินทางไปยังศาลพันท้ายนรสิงห์ ค่อนข้างสะดวกเพราะอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ เท่าใดนัก เส้นทางการเดินทางไปศาลพันท้ายนรสิงห์ หากเดินทางจากกรุงเทพฯ ใช้เส้นทางพระราม 2 มุ่งหน้าจังหวัดสมุทรสาคร เมื่อถึงทางยกระดับให้ข้ามถนนกาญจนาภิเษก ไปอีกประมาณ 7 กิโลเมตร

ซ้ายมือจะมีป้ายทางเข้า และเข้าไปต่ออีก 9 กิโลเมตรถึงศาล และถ้ามาจากทางสมุทรสาคร ก็สามารถใช้เส้นทางพระราม 2 และถนนเอกชัย ถนนสหกรณ์-ศาลพันท้ายนรสิงห์ ระยะทางประมาณ 15 กิโลเมตร

3. หลักประหารพันท้ายนรสิงห์

เป็นอีกจุดหนึ่งที่ตั้งเชื่อว่าพันท้ายนรสิงห์ถูกประหารชีวิต เนื่องจากกรมศิลปากรได้ขุดพบ ท่อนไม้ท่อนหนึ่ง.พร้อมกับไม้ที่ยาวราว 80 เซนติเมตร ที่เชื่อว่าเป็นโคนเรือเอกไชย ซึ่งมีร่องรอยความเสียหาย และเมื่อได้ผ่านการตรวจสอบทางวิทยาศาสตร์แล้วพบว่าตรงกับสมัยที่พันท้ายนรสิงห์ถูกประหารชีวิต จึงเชื่อว่าท่อนไม้นั้นเป็นหลักประหารชีวิตพันท้ายนรสิงห์ ปัจจุบันมีการจำลองหลักประหารและศาลเพียงตาไว้ในบริเวณศาลพันท้ายนรสิงห์

4. เรือพระที่นั่งเอกไชยน้อย

เรือพระที่นั่งเอกไชยน้อย เป็นเรือพระที่นั่งที่มีศักดิ์เป็นลำดับสองรองจากเรือพระที่นั่งกิ่ง ในตำราเรือโบราณกล่าวไว้ว่า “เรือพระที่นั่งเอกไชยเป็นเรือที่มีรูปลักษณะ ลวดลายงามที่สุดในขบวนเรือพยุหยาตรา จะเป็นรองก็แต่เรือพระที่นั่งกิ่งเท่านั้น” จากข้อความดังกล่าวจะเห็นได้ว่าเรือพระที่นั่งเอกไชยน่าจะมีรูปร่างลักษณะคล้ายใกล้เคียงกับเรือพระที่นั่งกิ่งมากที่สุด เพียงแต่มีขนาดรองลงมา การผูกสายประดับแสดงฐานานุกิตติ์รองลงมาจากรเรือพระที่นั่งกิ่งเท่านั้น และเรือเอกไชยนี้ น่าจะมาจากเรือไชยเดิม แต่เมื่อประดับให้งดงามขึ้นจึงเป็นเรือไชยเอกแล้วเรียกเรือเอกไชย แม้เป็นเรือพระที่นั่งก็เรียกเรือพระที่นั่งเอกไชยตามที่ชาวฝรั่งเศสเขียนไว้ เรือพระที่นั่งเอกไชยนี้ มี 2 ประเภท ได้แก่ เรือพระที่นั่งเอกไชยใหญ่และเรือพระที่นั่งเอกไชยน้อย เรือพระที่นั่งเอกไชยน้อยนี้ สมเด็จพระสรรเพชญ์ที่ 8 หรือพระเจ้าเสือ เคยใช้เป็นเรือพระที่นั่งทรงในการเสด็จประพาสเมืองสาครบุรี เพื่อทรงเบ็ดแล้วเกิดอุบัติเหตุระหว่างทางเสด็จฯ ที่คลองโคกขาม ทำให้พันท้ายนรสิงห์ต้องโทษประหารชีวิต (คัดจากเรื่องและภาพ “เรือพระที่นั่งในอดีต” นิยม กลิ่นบุบผา นิตยสารศิลปากร ปีที่ 56 ฉบับที่ 1)

5. ตำแหน่งจำลองของพระเจ้าเสือ

ตำแหน่งพระเจ้าเสือ หรือเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า วัดตึก นั้นเป็นวัดโบราณ สร้างขึ้นในสมัยกรุงศรีอยุธยา ซึ่งมีเรื่องเล่าขานต่อ ๆ กันมาว่า เป็นพระอารามของสมเด็จพระสรรเพชญ์ที่ ๘ (พระเจ้าเสือ) ทรงสถาปนาขึ้นในราวปีพุทธศักราช ๒๒๔๐-๒๒๔๙ โดยยังมีหลักฐาน คือ พระตำหนักที่ประทับปรากฏอยู่จนถึงทุกวันนี้ ในรัชสมัยที่สมเด็จพระเพทราชาทรงครองราชย์สมบัตินั้น สมเด็จพระพุทธเจ้าเสือ เมื่อเสด็จมาประทับ ณ พระนครศรีอยุธยา ก็ทรงประทับที่พระราชวังจันทร์เกษม (วังหน้า) และบางครั้งเสด็จมาประทับ ณ พระตำหนักของพระองค์ฯ ภายหลังที่ทรงครองราชย์สมบัตินี้ก็ทรงสถาปนาพระตำหนักของพระองค์ถวายเป็นพุทธาวาส ทรงยกตำหนักที่ประทับแปลงให้เป็นวิหารของวัด ส่วนตำหนักที่ศาลพันท้ายนรสิงห์ สมุทรสาครเป็นตำหนักที่จำลองมาจากตำหนักพระเจ้าเสือที่อยู่อยุธยา โดยจัดให้โถง

กลางเรือนเป็นที่ตั้งของรูปปั้นพระเจ้าเสือในท่านั่งอยู่บนที่ประทับ มีรูปปั้นทหารยืนรักษาการด้านหลัง 2 คน และรูปปั้นท่านพันท้ายนรสิงห์ในท่านั่งถวายบังคมพระเจ้าเสือเพื่อให้ประหารชีวิตตน ด้านหน้ารูปปั้นจัดเป็นมุมสักการะบูชา ส่วนบริเวณโดยรอบจัดเป็นห้องต่าง ๆ ที่จำลองมาจากห้องสมัยอยุธยา เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เก็บภาพที่ระลึก

6. ศูนย์อนุรักษ์ธรรมชาติป่าชายเลน

เป็นแหล่งศึกษาเรียนรู้ทรัพยากรธรรมชาติชายฝั่งทะเล และเป็นเส้นทางศึกษาธรรมชาติของป่าชายเลน ตั้งอยู่บริเวณด้านหลังของศาลพันท้ายนรสิงห์ ใกล้กับคลองโคกขามเดิม ที่ซึ่งเกิดเหตุการณ์สำคัญของพันท้ายนรสิงห์ สมัยก่อนเป็นคลองที่คดเคี้ยวมาก และน้ำไหลเชี่ยวยากแก่การเดินทางเรือ แต่ตอนนี้ดูสงบเงียบและร่มรื่น สามารถให้อาหารปลาได้ โดยในเส้นทางศึกษาธรรมชาติจะเป็นสะพานปูนที่ทอดยาว มีต้นโกงกางขึ้นอยู่โดยรอบตลอดแนวชายคลอง โดยต้นโกงกางส่วนมากจะเป็นต้นโกงกางใบใหญ่ สามารถพบเห็นปลาตีนและปูเป็รื้อย ปลาหมอ ปลานิล ฯลฯ จุดเด่นอยู่ที่สะพานแขวนซึ่งสามารถเดินข้ามคลองข้ามไปอีกฝั่งหนึ่ง เส้นทางศึกษาธรรมชาตินี้ไม่ค่อยมีสัตว์ขายนให้เห็นอุดมสมบูรณ์มากนัก จึงเหมาะแก่การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจเท่านั้นป่าชายเลนแห่งนี้ยังได้รับความสนใจจากสถานศึกษาต่าง ๆ เข้ามาปลูกป่าเพื่อการอนุรักษ์อย่างต่อเนื่อง และยังมีต้นกล้าจาก ต้นโกงกางทรงปลูกของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ในรัชกาลที่ 9 อยู่บริเวณด้านหน้าทางเข้าอีกด้วย

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

1. ความหมายของสื่อ

สื่อ (Media) เป็นช่องทางการสื่อสารที่นำเสนอเนื้อหาของสารไม่ว่าจะเป็นข่าวข้อมูลบันเทิงหรือโฆษณาไปสู่ผู้บริโภคการเปลี่ยนแปลงระบบเทคโนโลยีนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบสื่อที่พัฒนาให้ดีขึ้นนับจากสื่อบุคคลที่เปลี่ยนแปลงเป็นสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อสิ่งพิมพ์พัฒนาเป็นรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ คือ สื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ในปัจจุบันการพัฒนาระบบเทคโนโลยีไม่หยุดนิ่งสื่ออินเทอร์เน็ตพัฒนาขึ้นมาเพื่อการติดต่อสื่อสารเพิ่มขึ้น ดังนั้นกล่าวได้ว่าการเปลี่ยนแปลงของระบบเทคโนโลยีสามารถแบ่งสื่อออกเป็น 2 ประเภท ตามลักษณะของการใช้สื่อ คือ สื่อแบบดั้งเดิม และสื่อใหม่

1) สื่อดั้งเดิม (Traditional Media) หมายถึง สื่อที่ผู้ส่งสารทำหน้าที่ส่งสารไปยังผู้รับสารได้ทางเดียวที่ผู้รับสารไม่สามารถติดต่อกลับทางตรงไปยังผู้ส่งสารได้สามารถแบ่งย่อยได้ดังนี้ สื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารเพียงอย่างเดียว หมายถึง สื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารตัวหนังสือหรือเสียง หรือภาพไปอย่างเดียว

ได้แก่ หนังสือพิมพ์สื่อโทรเลขและสื่อวิทยุ และสื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารสองอย่างคือ ส่งทั้งภาพและเสียงพร้อมกัน ได้แก่ สื่อโทรทัศน์สื่อภาพยนตร์

2) สื่อใหม่ (New media) หมายถึง สื่อที่เอื้อให้ผู้ส่งสาร และผู้รับสาร ทำหน้าที่ส่งสาร และ รับสารได้พร้อมกันเป็นการสื่อสารสองทาง และสื่อยังทำหน้าที่ส่งสารได้หลายอย่างรวมกัน คือ ภาพเสียง และข้อความไปพร้อมกัน โดยรวมเอาเทคโนโลยีของสื่อดั้งเดิม เข้ากับความก้าวหน้าของระบบเทคโนโลยีสัมพันธ์ทำให้สื่อสามารถสื่อสารได้สองทางผ่านทางระบบเครือข่ายและมีศักยภาพเป็นสื่อแบบประสม (Multimedia) ปัจจุบันสื่อใหม่พัฒนาขึ้นหลากหลาย ที่เป็นที่ยอมรับ และ นิยมกันมากขึ้น บทบาทของเทคโนโลยีการสื่อสารในปัจจุบัน เช่น คอมพิวเตอร์ดาวเทียมเพื่อการสื่อสารโครงข่าย โทรศัพท์อุปกรณ์ภาพและเสียงมีผลกระทบต่อ “สื่อแบบดั้งเดิม” (Traditional Media) ได้แก่ หนังสือพิมพ์นิตยสารวิทยุกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์ทำให้เกิดสิ่งที่เรียกว่า "การปฏิวัติแห่งระบบตัวเลข" (Digital Revolution) ทำให้ข้อมูลข่าวสารไม่ว่าจะอยู่ในรูปลักษณะใด เช่น ข้อความ เสียงภาพเคลื่อนไหว รูปภาพ หรืองานกราฟิกได้ปรับเปลี่ยนให้เป็นภาษาอิกซนิตหนึ่งเป็นรูปแบบเดียวกันทั้งหมด คือสามารถอ่านและส่งผ่านได้อย่างรวดเร็วด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์แล้วยังสามารถ นำเสนอในลักษณะใดก็ได้ตามความต้องการใช้งานของผู้ใช้งาน ความเปลี่ยนแปลงนี้ถูกเรียกขานว่า “การทำให้เป็นระบบตัวเลข” หรือ “ดิจิไทเซชัน” (Digitization) ด้วยระบบที่มีการทำให้เป็น ระบบตัวเลขเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้เกิด “สื่อใหม่” (New Media) ขึ้น เป็นสื่อที่มีลักษณะเกี่ยวข้องกับระบบตัวเลข เครื่องคอมพิวเตอร์และระบบการสะท้อนกลับ หรือ “อินเตอร์แอคทีฟ” (Interactive) คาดหวังกันว่าสื่อใหม่จะสามารถตอบสนองความต้องการของ “ผู้แสวงหาข้อมูลข่าวสาร” (Seeker) ได้มีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อแบบดั้งเดิม เนื่องจากสื่อใหม่ไม่มีข้อจำกัด ในด้านเวลา (Time) และเนื้อที่ (Space) เหมือนอย่างเคยเป็นข้อจำกัดของสื่อแบบดั้งเดิมมาก่อน

สื่อใหม่ หมายถึงระบบการสื่อสารหรือเชื่อมต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ของเครือข่ายระดับโลกได้แก่ เครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet) บริการระดับเว็ลด์ไวด์เว็บ (World Wide Web : WWW) บริการข้อมูลออนไลน์เชิงพาณิชย์(Commercial on-line Service) เป็นต้น

2. ความหมายของสื่อประชาสัมพันธ์

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ หมายถึง เครื่องมือหรือตัวกลางที่ใช้ในการนำข่าวสารเรื่องราว จากองค์กรหรือหน่วยงานไปสู่ประชาชน สื่ออาจจำแนกได้หลายประเภทหลายหลักเกณฑ์แต่การกำหนดประเภทของสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ จะต้องคำนึงถึงลักษณะที่เป็นรูปธรรม ลักษณะที่พัฒนาได้ประโยชน์ในปัจจุบันและศักยภาพเพื่ออนาคต

3. หน้าที่ของสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

สื่อมีหน้าที่สำคัญในการประชาสัมพันธ์ 3 ประการ (Chaffe and Petrick. 1975 : 14)

คือ

3.1 ถ่ายทอดข่าวสารหรือเรื่องราวที่น่าสนใจให้ประชาสัมพันธ์

3.2 ให้ความรู้แก่ประชาชน

3.3 เสริมสร้างความคิดใหม่ และกิจกรรมต่าง ๆ

4. ประเภทของสื่อที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์

โดยปกติทั่วไปมีการแบ่งประเภทของสื่อกันไว้หลายประเภท และหลายหลักเกณฑ์ (criteria) ได้ประมวลสรุปไว้ดังนี้

1. แบ่งตามวิวัฒนาการ ได้แก่ สื่อประเพณี (traditional media) สื่อมวลชน (mass media) สื่อเฉพาะกิจ (specialized media)

2. แบ่งตามบทบาทหน้าที่ทางสังคม ได้แก่ สื่อข่าวสาร (information media) สื่อการศึกษา (education media) สื่อบันเทิง (entertainment media)

3. แบ่งตามประสาทที่ใช้ในการรับสาร ได้แก่ สื่อโสต (audio media) สื่อทัศน์ (visual media) สื่อโสตทัศน์ (audio-visual media)

4. แบ่งตามบทบาทหน้าที่ทางเทคนิค (technical functions) ได้แก่ สื่อถ่ายทอดสาร (transmission media) สื่อบันทึกสาร (record media)

5. แบ่งตามเครื่องนำรหัสสาร ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ (print media) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (electronic media)

5. ลักษณะของสื่อเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์

1. สื่อบันทึกเสียงหรือภาพ (film or tape)

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. สื่อประชาสัมพันธ์ที่ควบคุมได้ (Controllable Media) ได้แก่

- สื่อสิ่งพิมพ์ (Print Media)
- สื่อบุคคล (Personal Media)
- สื่อโสตทัศน์ (Audio-visual Media)
- สื่อกิจกรรมต่าง ๆ (Activity Media)

2. สื่อประชาสัมพันธ์ที่ควบคุมไม่ได้ (Uncontrollable Media)

- สื่อมวลชน (Mass Media)

2. ความสำคัญของสื่อที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์

3. สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์มีความสำคัญ คือ

1. เพื่อการถ่ายทอดหรือบอกข่าวสารให้แก่ประชาชนได้รับทราบ
2. เพื่อให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง
3. เพื่อเป็นการสร้างความนิยมและภาพพจน์ที่ดีขององค์กร
4. ลักษณะของสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภท

4. สื่อสิ่งพิมพ์ (Print Media)

1. สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ (The Printed Words)

1.1 สื่อเพื่อการสัมพันธ์ภายในหน่วยงาน (House or Home Journal) เป็นหนังสือวารสารสิ่งพิมพ์ที่ใช้สื่อสัมพันธ์ในหน่วยงานให้รู้หรือเข้าใจและแจกจ่ายกันเฉพาะภายในหน่วยงาน

1.2 สื่อสัมพันธ์ภายนอกหน่วยงาน (External Publication) เป็นวารสารสิ่งพิมพ์ที่ใช้เพื่อสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานกับบุคคลภายนอกหน่วยงาน จัดทำรูปเล่ม ประณีต ใช้ถ้อยคำ สำนวน ภาษา เป็นทางการ การระมัดระวังมากกว่าหนังสือสัมพันธ์ภายใน

1.3 สื่อสัมพันธ์แบบผสม (Combination) เป็นการจัดทำสิ่งพิมพ์ สื่อสัมพันธ์ในลักษณะผสมใช้อ่านได้ทั้งคนภายในและภายนอกหน่วยงานในเล่มเดียวกัน สื่อสิ่งพิมพ์มีลักษณะต่าง ๆ คือ

1). หนังสือพิมพ์ (Newspaper) หนังสือพิมพ์เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการเผยแพร่และการประชาสัมพันธ์เพราะหนังสือพิมพ์เป็นสื่อมวลชนที่สามารถเข้าถึงประชาชนจำนวนมาก และมีระยะเวลากำหนดออกที่แน่นอนเป็นประจำสม่ำเสมอ หนังสือพิมพ์ผลิตกับสื่อชนิดอื่น ๆ ตรงที่ว่าหนังสือพิมพ์นั้น อาจจะเป็นเครื่องเร่งเร้าก่อให้เกิดประชามติขึ้นในหมู่ประชาชนได้ และขณะเดียวกันก็จะส่อประชามติของประชาชนสะท้อนออกมาให้เห็นอีกด้วย เราจึงสามารถกล่าวได้อย่างเต็มปากว่า หนังสือพิมพ์เป็นเครื่องมืออันสำคัญยิ่งในวงการประชาสัมพันธ์หนังสือพิมพ์ สามารถเสนอข่าวสารเรื่องราวต่าง ๆ หลายด้านปะปนผสมผสานกันไปในฉบับเดียวกัน มีทั้งข่าวสาร เรื่องราว ที่ประชาชนเฉพาะกลุ่มและประชาชนทั่วไปสนใจ เช่น ข่าวการเมือง อาชญากรรม เศรษฐกิจ สังคม กีฬา บันเทิง เป็นต้น หนังสือพิมพ์เป็นสื่อในการติดต่อ 2 ทาง (Two-Way Communication) เพราะเป็นสื่อในการถ่ายทอดความคิดเห็นนโยบายการดำเนินงานของกิจการ แล้วยังเป็นสื่อแสดงความรู้สึกนึกคิดของประชาชนที่มีต่อองค์กรด้วย เช่น การวิจารณ์การปฏิบัติงานหรือนโยบายของรัฐบาล เพื่อองค์กรที่ถูกวิจารณ์จะได้ปรับปรุงนโยบายให้ดีขึ้น หรือรัฐบาลใช้หนังสือพิมพ์เป็นสื่อชี้แจงให้ประชาชนเข้าใจ เพื่อขอความร่วมมือในการปฏิบัติให้สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมาย นอกจากนี้หนังสือพิมพ์ยังเป็นสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ระหว่างประเทศ

โดยใช้เป็นสื่อแถลงนโยบาย ข้อคิดเห็นทางการเมือง เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีต่อกัน ใช้ในการเผยแพร่ วัฒนธรรมให้เป็นที่ยอมรับของประเทศไทยต่าง ๆ หรือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาว ต่างประเทศ

ข้อดีของหนังสือพิมพ์

1. หนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่เสนอข่าวที่น่าสนใจสม่ำเสมอและรวดเร็ว จึงเป็นสื่อที่มวลชนยอมรับ ข่าวการเผยแพร่
2. มีความคงทนถาวรกว่าสื่อมวลชนประเภทอื่น เพราะเมื่อผู้อ่านไม่เข้าใจตอนใดก็ย้อนกลับมา อ่านทบทวน ใหม่ได้
3. เสนอเรื่องราวข่าวสารหลายประเภท มีทั้งเรื่องราวข่าวสารที่ประชาชนเฉพาะกลุ่ม และ ประชาชนทั่วไป สนใจ จึงสามารถเข้าถึงประชาชนได้หลายกลุ่มหลายอาชีพ
4. เสนอข่าวหรือเรื่องราวต่าง ๆ ครั่งละมาก ๆ ได้ รวมทั้งเสนอข่าวประจำวันทุกวันเป็นประจำ ทำให้ประชาชนสามารถติดตามข่าวสารเรื่องราวต่าง ๆ ได้ อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง
5. มีภาพถ่ายประกอบช่วยดึงดูดความสนใจและเข้าใจข่าวสารได้ยิ่งขึ้น
6. ราคาถูก หาซื้อได้ง่าย และมีหลายภาษา

ข้อจำกัดของหนังสือพิมพ์

1. ไม่สามารถเข้าถึงผู้อ่านที่อ่านหนังสือไม่ออก หรือผู้สูงอายุที่สายตาไม่ดี
2. หนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่ไม่มีสีสันสวยงาม ไม่มีสิ่งใดสะดุดตาผู้อ่านนอกจากภาพข่าวซึ่งควร เป็นข้อความที่ กะทัดรัด อ่านเข้าใจง่าย และสัมพันธ์กับเนื้อเรื่องของข่าว
3. มีอายุสั้นผู้อ่านอ่านครั้งเดียวแล้วจะทิ้งไปประชาชนไม่นิยมเก็บหนังสือพิมพ์ไว้เป็นเวลานาน
4. มีช่วงอายุที่สั้นเมื่อคนอ่านเพียงครั้งเดียวแล้วจะผ่านไปเพราะข่าวต่างๆมีผ่านเข้ามาทุกวัน
5. ผู้อ่านหนังสือพิมพ์จะอ่านเพียงบางเรื่องหรือบางคอลัมน์ที่เขาเกี่ยวข้องหรือสนใจเท่านั้น
6. ไม่มีสีสันหรือภาพสีที่สวยงามสะดุดตาชวนอ่าน

นักประชาสัมพันธ์ ควรรู้จักผูกพันกับหนังสือพิมพ์ และถือว่า การหนังสือพิมพ์สัมพันธ์ เป็นส่วน หนึ่งของงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีข้อเสนอแนะในการปฏิบัติดังนี้

1. ศึกษารวบรวมข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับวงการหนังสือพิมพ์ เช่น นโยบาย จุดมุ่งหมาย ความต้องการของ หนังสือพิมพ์แต่ละฉบับซึ่งแตกต่างกันไป และต้องศึกษาบุคคลในวงการหนังสือพิมพ์ เพื่อทำความรู้จักสร้าง ความสนิทสนมคุ้นเคย
2. ต้องให้ข่าวหนังสือพิมพ์ เช่น ข่าวเกี่ยวกับนโยบาย ความมุ่งหมาย โครงการผลงาน

และเหตุการณ์ เพื่อให้ หนังสือพิมพ์นำไปลงเผยแพร่ ทำให้ประชาชนผู้อ่านเกิดความสนใจ ความรู้ ความเข้าใจ และนิยมเลื่อมใสในสถาบัน

3. ต้องอำนวยความสะดวกแก่นักข่าว หรือนักเขียนที่มาติดต่อ
4. ต้องผูกสัมพันธ์ และสังสรรค์กับบรรดานักข่าว และนักเขียนให้ใกล้ชิดสนิทสนม
5. ต้องคอยตัดข่าว บทความ และสารคดีที่หนังสือพิมพ์ต่าง ๆ ลง เพื่อติดตามวัดผล

งาน

6. แพร่ข่าวให้หนังสือพิมพ์ ตรวจสอบกระแสข่าว ตรวจสอบข่าว และ ความคิดเห็นที่เป็นความ

เข้าใจผิด

2). วารสาร (Journal) จัดทำเพื่อผู้อ่านเฉพาะกลุ่ม อาจเป็นภายในหรือภายนอกองค์กรก็ได้ จัดทำเป็นรูปเล่ม มีระยะเวลาออกที่แน่นอน และมีความต่อเนื่อง

ข้อดีของวารสาร

1. รูปเล่มแข็งแรงและสวยงาม
2. สามารถเข้าถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมายได้ตามความประสงค์เจาะจงหรือต้องการ
3. มีผลทางด้านช่วยย้าเตือนความทรงจำและประทับใจ เพราะออกติดต่อกันเป็นประจำและต่อเนื่องโดยสม่ำเสมอ
4. มีเนื้อที่เพียงพอที่จะสื่อสารหรือชี้แจงรายละเอียดต่าง ๆ ได้อย่างสมบูรณ์
5. มีความยืดหยุ่นสูง เพราะอาจเปลี่ยนแปลงเนื้อหา รูปเล่มให้เป็นไปตามความต้องการและงบประมาณของ องค์กรสถาบันได้ง่าย

ข้อจำกัดของวารสาร

ข้อจำกัดของวารสาร

1. คุณภาพของวารสารมักไม่ค่อยดีและขาดคุณภาพ เพราะจัดทำกันเองในองค์กรเป็นส่วนใหญ่
2. งบประมาณเป็นอุปสรรคสำคัญในการจัดทำ
3. ยุกตฤกษ์ได้ง่าย หากผู้บริหารไม่เห็นด้วย หรือเมื่อไม่ได้รับงบประมาณ
4. ผู้จัดทำไม่มีเวลาเพียงพอ เพราะต้องมิงงานภาระอื่น ๆ ภายในองค์กรอีกมากมาย
5. หากวารสารที่ออกนั้นมีวัตถุประสงค์ที่ไม่แน่ชัดหรือขาดความรู้ที่น่าสนใจและสาระประโยชน์ที่แท้จริงแล้ววารสารนั้นก็อาจจะไม่ได้รับความสนใจจากประชาชน

ที่แท้จริงแล้ววารสารนั้นก็อาจจะไม่ได้รับความสนใจจากประชาชน

3). นิตยสาร (Magazines) นิตยสาร เป็นเครื่องมือหรือสื่อในการประชาสัมพันธ์ประเภทสิ่งพิมพ์ ที่สำคัญอย่างหนึ่ง นิตยสารมีรูปเล่มที่กะทัดรัดสวยงาม และมีระบบการพิมพ์ที่ประณีต มีสีสวยงามช่วยดึงดูดความสนใจของผู้อ่านได้เป็นอย่างดี

ข้อดีของนิตยสาร

1. การจัดทำนิตยสารมักทำในรูปของธุรกิจโดยทีมงานขององค์กร
2. มีการวางแผนงานจัดทำอย่างเป็นระบบ ทำให้มีรูปเล่มที่สวยงามและเนื้อหาแปลกใหม่ ไม่ซ้ำหรือซ้ำซ้อน
3. สามารถนำเสนอรายละเอียดเรื่องราวได้มาก และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเฉพาะได้
4. จำนวนการผลิตไม่มาก มีการบอกเงื่อนไขการรับเป็นสมาชิก ทำให้ไม่สูญเสียค่า
5. ระยะเวลาในการอ่านนิตยสารนานกว่าหนังสือพิมพ์

ข้อจำกัดของนิตยสาร

1. ราคาต่อหน่วยของนิตยสารแพงกว่าหนังสือพิมพ์
2. การจัดทำหน่วยและเผยแพร่อยู่ในวงจำกัดเฉพาะกลุ่ม
3. ขาดความรวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ เพราะอาจออกเป็นรายเดือนหรือรายปักษ์
4. มีราคาแพง ประชาชนบางกลุ่มอาจไม่สามารถซื้อหรือจ่ายได้
5. มีจำนวนจำหน่ายและเผยแพร่ค่อนข้างน้อย
- 4) หนังสือรายงานประจำปี มักจัดทำเป็นรูปเล่ม และมีขนาดต่าง ๆ ตามความเหมาะสม มีเรื่องราวสำคัญและ น่าสนใจขององค์กร เรียกว่า Annual Report
- 5) หนังสือรายงานประจำงวด (Imperium Report) ทำเป็นรูปเล่มคล้ายกับหนังสือรายงานประจำปี โดยออกเป็นงวด ๆ เช่น 3 เดือน หรือ 6 เดือนต่อครั้ง เพื่อรายงานผลการดำเนินงานขององค์กรประจำงวด หรือรายงานผลโครงการที่ได้ดำเนินการไปแล้ว
- 6) จดหมาย (News Letter) มีลักษณะเป็นแผ่นปลิวชนิดหนึ่ง เพื่อส่งให้กับกลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมาย หรือคาดคะเนว่าจะเป็นลูกค้าได้ในอนาคตมีหัวจดหมายที่สวยงามเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของตนหรือองค์กร
- 7) ป้ายประกาศและโปสเตอร์ เป็นสื่อที่ใช้เพื่อดึงดูดความสนใจของประชาชนที่มีความเด่นและสะดุดตา จัดทำด้วยสีสดใสสวยงาม มีภาพและตัวอักษรชัดเจน อ่านง่ายแม้อยู่ไกล
- 8) แผ่นพับ (Folder) เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่จัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่ข่าวเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการขององค์กร
- 9) เอกสารแจก มักทำเป็นเอกสารที่รวมเป็นเล่ม เพื่อเผยแพร่หรือแจกให้อ่าน
- 10) จุลสาร (Booklet and Bulletin) เป็นเอกสารเชิงความรู้ทางวิชาการ มีลักษณะคล้ายแผ่นพับแต่เย็บเป็นเล่ม

11). ใบปลิว (Leaflet) มีลักษณะเป็นกระดาษแผ่นเดียว บรรจุข่าวสาร เรื่องราวต่าง ๆ ที่ต้องการจะประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทราบอย่างทั่วถึงในกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง

5. สื่อบุคคล(Personal Media)

สื่อบุคคลเป็นวิธีการสื่อสารที่เก่าแก่ที่สุด ใช้กันตั้งแต่เริ่มมีมนุษย์ขึ้นในโลก เป็นสื่อที่ใช้กันมากในกลุ่มประชาชนทั่วไป เครื่องมือของสื่อบุคคลมีทั้งที่เป็นคำพูด กริยาท่าทาง การแสดงออกทางอากัปกิริยา วิธีการสื่อสารด้วยบุคคลจะเป็นการใช้คำพูดเป็นหลักด้วยวิธีการสนทนา อภิปราย บรรยาย สาธิต ประชุม คำพูด (Spoken Word) เป็นเครื่องมือสื่อสารที่ทุกคนคุ้นเคยกันดีอยู่แล้วและทุกคนต้องใช้คำพูดในชีวิตประจำวัน ในงานอาชีพ ในชีวิตส่วนตัว สื่อคำพูดจึงเป็นสื่อที่เก่าแก่ที่สุดชนิดหนึ่ง นอกจากนี้หากคำพูดนั้นพูดโดยบุคคลที่มีชื่อเสียงที่สังคมยกย่องนับถือก็จะยิ่งเพิ่มน้ำหนักในคำพูดนั้นมากขึ้นเป็นเงาตามตัว การพูดจึงเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดชักนำความรู้สึกนึกคิดของมนุษย์ออกมาให้ผู้อื่นได้ทราบและเข้าใจ คำพูดจึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่จะทำให้มนุษย์เกิดความร่วมมือร่วมใจเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน สื่อบุคคลหรือการสื่อสารด้วยคำพูดนั้นมี 2 แบบ คือ

1. แบบที่เป็นทางการ (Formal oral communication) เช่น การอภิปราย การบรรยาย การประชุม การประกาศข่าว การให้สัมภาษณ์ การสัมมนา

2. แบบที่ไม่เป็นทางการ (Informal oral communication) คือ การพูดจา สนทนาปราศรัยต่าง ๆ ในการพูดที่เป็นทางการนั้น ผู้พูดจะต้องพูดให้ผู้ฟังสนใจ เข้าใจ ประทับใจ เกิดศรัทธา แล้วยังอาจจะมิวัตถุประสงค์อื่น ๆ ในทางการพูดด้วย เช่น เพื่อให้ข่าวสาร ความรู้ เพื่อชักจูงใจ เพื่อกระตุ้นเร้าอารมณ์ เพื่อก่อให้เกิดการปฏิบัติการหรือทำให้รู้สึกซาบซึ้ง ทั้งนี้อาจกล่าวได้ว่าจุดมุ่งหมายจะมี 2 ลักษณะ คือ จุดมุ่งหมายที่เปิดเผย หรือจุดมุ่งหมายที่ปกปิดประเภทของคำพูดที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์

1. การพบปะพูดจาธรรมดา
2. การจัดตั้งหน่วยติดต่อ - สอบถาม
3. การพูดติดต่อทางโทรศัพท์
4. การแสดงปาฐกถา

ลักษณะของสื่อบุคคล

1. การพูดสนทนา เป็นการสื่อสารของบุคคลโดยทั่วไปในวงสนทนา ซึ่งเป็นการสื่อสารกันในชีวิตประจำวันทั่วไป

2. การอภิปราย เป็นการสื่อความโดยกลุ่มคนตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป ซึ่งเป็นการให้ความรู้ ความคิดเห็น และ ข้อเสนอแนะที่มีแนวโน้มไปในทางเดียวกัน

3. การบรรยาย เป็นการสื่อความเพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจต่อเนื้อหาในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยผู้ฟังเป็นผู้รับสาร และผู้บรรยายเป็นผู้ให้สาร

4. การประชุม เป็นการร่วมกันปรึกษาหารือกันในกลุ่มหรือทีมงานอย่างมีระบบและระเบียบวิธีทางการประชุม เช่นการยกมือก่อนพูดแสดงความคิดเห็น มีการจัดบันทึกรายงานการประชุม และมีประธานการประชุม

5. การฝึกอบรม เป็นการให้ความรู้ความเข้าใจแก่บุคคล เพื่อให้มีความรู้เพิ่มขึ้น และมีความสามารถขึ้นในเรื่องที่ได้รับการฝึกและอบรมมา

6. การสัมมนา เป็นกระบวนการสื่อสารสองทาง ทั้งให้และรับความรู้ซึ่งกันและกันระหว่างวิทยากรและผู้เข้าร่วมสัมมนา

7. การพูดในที่ชุมชน เป็นการพูดในที่สาธารณะหรือชุมชนในวาระหรือโอกาสต่าง ๆ เพื่อเป็นการสร้างความเข้าใจ ความรู้ ยกย่อง และยินดี ตลอดจนความเห็นอกเห็นใจในเรื่องราวต่าง ๆ

ข้อดีของสื่อบุคคล

1. เป็นสื่อที่ทุกคนมีอยู่แล้ว ไม่ต้องสิ้นเปลืองในการซื้อสื่อแบบสื่ออื่น ๆ
2. ทำให้ผู้พูดและผู้ฟังเห็นหน้าตา บุคลิก ลีลา ท่าทาง น้ำเสียงประกอบการพูดซึ่งมีอิทธิพลในการชักจูงและสร้างความสนใจได้มากกว่า
3. เป็นการสื่อสารสองทาง ทั้งผู้พูดและผู้ฟังสามารถโต้ตอบกันได้ทันที
4. ผู้พูดสามารถปรับเนื้อหาให้เหมาะกับผู้ฟังได้ทันที
5. เหมาะกับการเผยแพร่เรื่องราวที่ไม่สลับซับซ้อนหรือติดต่อสัมพันธ์กันเป็นการส่วนตัว

ข้อจำกัดของสื่อบุคคล

1. ไม่มีความคงทนถาวร พูดแล้วก็ผ่านเลยไป
2. ไม่สามารถครอบคลุมผู้ฟังจำนวนมากได้
3. หากผู้พูดขาดความสามารถในการพูดจูงใจ ก็จะทำให้การพูดล้มเหลวได้
4. เนื้อหาสาระที่นำมาพูดหากสลับซับซ้อนเกินไป ทำให้ผู้ฟังไม่เข้าใจ ต้องมีอุปกรณ์ประกอบการพูด เช่น ภาพถ่าย ภาพสไลด์ ภาพยนตร์
5. เป็นสื่อที่ไม่มีหลักฐานอ้างอิงที่ชัดเจน

6. สื่อโสตทัศน (Audio Visual Media) เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีการใช้ทั้งภาพและเสียง มีลักษณะ คือ

1. ภาพยนตร์ (Films) หรือวิดีโอ (Video) ภาพยนตร์มีทั้งภาพและเสียงประกอบอื่น ๆ เช่น ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหวเป็นชุด ภาพโปรเจกต์ ทั้งนี้เป็นเทคนิคต่าง ๆ ที่จะให้นักประชาสัมพันธ์เลือกใช้ให้

เหมาะกับงานแต่ละแบบ ภาพยนตร์เป็นสื่อที่ใช้ประสาทสัมผัสทางตา นับว่าเป็นสื่อที่ให้ความประทับใจ และทำให้ผู้คนจดจำเรื่องราวเนื้อหาได้นาน เพราะผู้ชมจะได้ดูและได้ฟังคำบรรยายไปพร้อม ๆ กัน

ข้อดีของภาพยนตร์

1. มีทั้งแสง สี เสียง และภาพเคลื่อนไหวประกอบดนตรี ทำให้ประทับใจและจดจำ
2. สามารถเร่งเร้าความสนใจของผู้ชมได้ตลอดเวลาที่ภาพยนตร์ฉายอยู่
3. สามารถสอดแทรกความคิดเห็น และเป็นสื่อในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติพฤติกรรมได้ง่าย
4. สามารถเสนอภาพในอดีตที่เราไม่สามารถย้อนกลับไปชมได้อีก
5. ใช้เทคนิคสร้างเหตุการณ์ประกอบจากการถ่ายทำได้อย่างสมจริงสมจังที่สุด

ข้อจำกัดของภาพยนตร์

1. ค่าใช้จ่ายและระยะเวลาในการถ่ายทำภาพยนตร์สูงมาก
2. ไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มชนเป้าหมายจำนวนมาก ๆ ได้ ชมได้ในจำนวนจำกัด เพราะผู้ชมอยู่ใน

ห้องฉายภาพยนตร์เท่านั้น

3. มีข้อจำกัดเกี่ยวกับเครื่องอุปกรณ์และห้องฉายภาพยนตร์

2. วิทยุ (Radio) เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งข่าวสารได้รวดเร็ว และเผยแพร่ข่าวไปได้ไกลมาก

เป็นที่นิยมทั่วไปทั้งในและต่างประเทศ ประชาชนมีใช้มากแม้ในชนบทที่อยู่ห่างไกลและยังไม่มีไฟฟ้าใช้ มีหลากหลายรายการ ทั้งข่าวสาร บันเทิง รายการ เพลง รายการละคร

ข้อดีของวิทยุ

1. มีราคาถูก มีความรวดเร็ว แม้จะอยู่ห่างไกลจากสถานีก็ตาม
2. เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ผู้ที่อ่านหนังสือไม่ออกก็สามารถรับฟังได้ ครอบคลุมบริเวณพื้นที่

กว้างขวางมาก

3. ให้ความรู้สึกเป็นกันเองกับผู้ฟัง สร้างความใกล้ชิด ช่างฟังติดตัวได้ตลอดเวลา

4. ให้ความรู้สึกเร้าอารมณ์ และเป็นสื่อที่จูงใจได้ง่าย เพราะเน้นจังหวะ สีลาที่ใสอารมณ์ทำให้

ผู้ฟังจินตนาการและมีความรู้สึกร่วมด้วย

5. สามารถฟังไปด้วยและทำงานอื่นไปด้วยได้

ข้อจำกัดของวิทยุ

1. ไม่สามารถเสนอรายละเอียดได้มาก เพราะต้องพูดให้สั้น กระชับ เข้าใจง่าย

2. ไม่มีความคงทนถาวร ถ้าผู้ฟังขาดรายการไปก็ไม่สามารถจะรับฟังได้อีก

3. ถ้ามีข้อผิดพลาดจะแก้ไขได้ยาก

4. ต้องฟังอย่างมีสมาธิจึงจะได้ใจความทั้งหมด

5. เป็นการสื่อสารทางเดียว ไม่สามารถโต้ถามเรื่องราวที่ไม่เข้าใจได้

3. โทรทัศน์ (Television) เป็นสื่อที่เจริญรุดหน้ามาก สามารถถ่ายทอดข่าวสารได้ทั้งโดยคำพูด ข้อเขียน และรูปภาพ เป็นทั้ง ภาพสี ขาวดำ และภาพนิ่ง ภาพยนตร์และอื่น ๆ ถ่ายทอดข่าวสารได้เร็วมาก และส่งภาพในระยะทางไกลได้ด้วย รายการทางโทรทัศน์จะคล้ายกับวิทยุ มีความหลากหลาย โทรทัศน์จึงเป็นสื่อที่มีบทบาทและมีผู้นิยมมาก

ข้อดีของโทรทัศน์

1. ดึงดูดความสนใจได้มาก เพราะสามารถทดแทนได้ทั้ง หนังสือพิมพ์ วิทยุ และภาพยนตร์
2. ผู้ชมเก็บข่าวสารได้มากเพราะมีทั้งภาพและเสียง
3. ถ่ายทอดข่าวสารได้รวดเร็ว ทำให้ข่าวเป็นที่น่าเชื่อถือ
4. สามารถเสนอรายการบางรายการได้ดีกว่าวิทยุและหนังสือพิมพ์ เช่น รายการสารคดี การ

สาธิตทางวิชาการต่าง ๆ

ข้อจำกัดของโทรทัศน์

1. ราคาแพงกว่าสื่อประเภทอื่น
2. เมื่อพลาดรายการก็ไม่สามารถจะชมได้อีก นอกจากบันทึกเป็นวิดีโอเทป
3. เป็นการสื่อสารทางเดียว
4. เครื่องฉายแผ่นใส เป็นสื่อที่ใช้ประกอบการบรรยายเพื่อให้เกิดความชัดเจนยิ่งขึ้น
5. เครื่องฉายสไลด์เป็นสื่อที่ใช้ประกอบการบรรยาย เพื่อให้เกิดความชัดเจน เป็นภาพนิ่ง เลื่อน

ภาพได้ที่ละหนึ่งภาพ ปัจจุบันมีการปรับปรุงให้มีการฉายแบบ Multi ทำให้ฉายได้ที่ละ 3 เครื่อง

6. เครื่องรับ – ส่งแฟกซ์ เป็นเครื่องโทรศัพท์ที่สามารถส่งข่าวสารที่มีลักษณะคล้ายการถ่ายเอกสารจากต้นทางมายังเลขหมายโทรศัพท์ปลายทาง โดยมีสัญญาณบอกความพร้อมในการรับข่าวสารหรือแฟกซ์

7. สื่อกิจกรรม

สื่อกิจกรรมที่จัดในลักษณะกิจกรรมตามวาระหรือโอกาสต่าง ๆ โดยมากจัดในรูปของ นิทรรศการ การออกร้าน งานฉลอง การประกวด การแข่งขัน งานสถาปนาองค์กร หรือการเปิดให้เข้าชมกิจการในวันสำคัญ มีลักษณะเด่น 3 ประการ คือ

1. ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนจำนวนมากมาเข้าร่วมงาน
2. ประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายในงานและองค์กรให้เป็นที่รู้จักของประชาชน
3. ประชาชนที่มาร่วมงานได้รับสาระประโยชน์ ส่วนองค์กรได้สร้างภาพพจน์ที่ดีในสายตา

ประชาชนเพิ่มขึ้น

วัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์

1. เพื่อให้การศึกษาทางอ้อมในวิชาการสาขาต่าง ๆ และเหตุการณ์ต่าง ๆ แก่กลุ่มประชาชนเป้าหมาย
2. เพื่อเผยแพร่ข่าวสาร ข้อมูล กิจกรรมของสถาบันต่อกลุ่มประชาชนเป้าหมาย
3. เพื่อกระตุ้นแรงเร้ากลุ่มประชาชนเป้าหมายให้ร่วมมือกับสถาบันหรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติของกลุ่มประชาชนเป้าหมายที่มีต่อสถาบัน ไปในทางที่พึงประสงค์
4. เพื่อสร้างความบันเทิง สนุกสนานความพึงพอใจแก่กลุ่มประชาชนเป้าหมาย

หลักในการจัดกิจกรรมหรือนิทรรศการ

1. การจัดแต่ละครั้งควรมีศูนย์รวมแนวความคิดเพียงอย่างเดียว
2. ควรเลือกสถานที่ที่เหมาะสมและสะดวกในการเข้าชม
3. ต้องให้ผู้ชมเข้าใจง่าย และเสียเวลาน้อยที่สุด คือ จะต้องใช้ทัศนวัสดุประเภท ภาพ ของจริง ของจำลองและวัสดุสามมิติอื่น ๆ ให้มากที่สุด เท่าที่จะทำได้ เพราะเป็นการดูมากกว่าการอ่าน
4. ใช้คำอธิบายสั้น ๆ ข้อความโต ๆ มองเห็นชัดแต่ไกล
5. แสงก็มีบทบาทในการจัดนิทรรศการ
6. สีที่สะดุดตาจะช่วยเร้าความสนใจและนำติดตาม
7. ควรพยายามให้ผู้เยี่ยมชมได้มีส่วนร่วมตามความเหมาะสม
8. ควรจัดเรื่องราวหรือกลุ่มวัสดุที่แสดงให้เป็นหมวดหมู่ และต่อเนื่องสัมพันธ์กัน

สื่อมวลชน ลักษณะของสื่อมวลชน สามารถแบ่งได้เป็น 2 ชนิด คือ

1. หนังสือพิมพ์ทั้งรายวัน และนิตยสารทั้งรายสัปดาห์และรายปักษ์
2. สื่อกระจายเสียงและแพร่ภาพ นอกจากวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์แล้วยังมี
 - ภาพยนตร์ เป็นสื่อที่ได้จัดทำเป็นรายการภาพยนตร์เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์
 - เคเบิลทีวี เป็นเคเบิลที่มีลักษณะไร้สาย ต้องติดตั้งเสาอากาศไมโครเวฟเพื่อรับความถี่

ถอดรหัสเป็นการส่งด้วยคลื่นไมโครเวฟ

- ดาวเทียม เป็นการสื่อสารโดยการส่งคลื่นวิทยุโทรทัศน์จากสถานีขึ้นสู่อวกาศและสะท้อนกลับมายังจานรับคลื่น ซึ่งจะมีความคมชัดของภาพมาก
- วิดีโอเท็กซ์เป็นสื่อที่คล้ายกับการส่งสารสนเทศสิ่งพิมพ์ของเทเลเท็กซ์ที่ส่งไปพร้อมกับคลื่นวิทยุโทรทัศน์แต่วิดีโอเท็กซ์อาศัยสายโทรศัพท์หรือสายเคเบิลเป็นตัวกลางเชื่อมระหว่างสถานีส่งกับผู้รับและมีการโต้ตอบกันได้

บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนที่มีต่อประชาชน

1. แจ้งข่าวสาร ความรู้ ความเคลื่อนไหวของกิจการหรือหน่วยงานต่าง ๆ
2. เผยแพร่ไปยังประชาชนส่วนใหญ่อย่างกว้างขวาง
3. สิ่งที่เผยแพร่มีการจัดเตรียมอย่างดีไว้ก่อนล่วงหน้า
4. สื่อมวลชนส่งข่าวสารที่สนองความสนใจของกลุ่มประชาชนจำนวนมาก
5. พยายามรักษามาตรฐานหรือคุณภาพการทำงานของสื่อมวลชนประเภทนั้นไว้เพื่อภาพพจน์ที่

ดีงามและความเชื่อถือของประชาชน

2.3 แนวคิดวิธีการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

1. การย้ำหรือซ้ำบ่อยๆ (Repeating) จะช่วยให้เกิดความน่าสนใจเพิ่มขึ้น คงทนถาวรมากขึ้น เหมือนการตอกย้ำหัวตะปู ยิ่งตีดแน่นแน่นยำ แต่การใช้วิธีการนี้ควรระวังว่า ถ้าย้ำบ่อย ๆ และการทำต่อเนื่องกันนานอาจถึงจุดอิ่มตัวขึ้นได้ ถ้าเมื่อใดถึงจุดอิ่มตัวผลจะลดลงทันที เพราะผู้รับจะเริ่มเบื่อหน่ายหรือชินชาเพราะฉะนั้นถ้าจะทำอยู่เรื่อย ๆ ควรให้มีทั้งความต่อเนื่องและความหลากหลาย

2. ให้ออกาสผู้รับมีส่วนร่วม (Participation) เช่น ในรายการโทรทัศน์ที่ให้ผู้ชมเข้าร่วมรายการด้วย จะมีอิทธิพลดึงดูดความสนใจได้ดีกว่าที่ผู้จัดรายการจะให้อะไรอย่างเดียว การให้ผู้รับมีส่วนร่วมนั้นสามารถทำได้ทั้งรายการบันเทิง และรายการที่ให้ความรู้ หลักการพิจารณาเลือกใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์

เนื่องจากสิ่งที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์มีอยู่มากมายหลายชนิดด้วยกัน ฉะนั้นผู้ที่จะตัดสินใจเลือกสื่ออะไรมาใช้จะต้องพิจารณาให้รอบคอบเสียก่อนว่าจะเหมาะสมและช่วยให้บรรลุเป้าหมายหรือไม่ การพิจารณาเลือกสื่อมาใช้นั้นควรคำนึงถึงลักษณะของสื่อที่แตกต่างกัน ดังนี้

1. ด้านเนื้อที่ - เวลา (Space - Time) สิ่งพิมพ์ รูปภาพ เป็นสื่อที่คำนึงถึงเฉพาะด้าน “เนื้อที่” การพูดทาง โทรศัพท์ วิทยุ คำนึงเฉพาะด้าน “เวลา” ส่วนการติดต่อธรรมดา โทรทัศน์และภาพยนตร์นั้น คำนึงถึง “เนื้อที่ - เวลา”

2. การมีส่วนร่วมของประชาชนเป้าหมาย (Audience's participation) หากจะเรียงลำดับสื่อที่ประชาชนเป้าหมายได้มีส่วนร่วมมากที่สุดไปอย่างน้อยที่สุด สามารถเรียงได้ดังนี้ การสนทนาระหว่างบุคคล กลุ่มอภิปราย การประชุมที่ไม่เป็นทางการ โทรศัพท์ การประชุมที่เป็นทางการ ภาพยนตร์เสียงในฟิล์ม โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง โทรเลข จดหมายโต้ตอบระหว่างบุคคล ทั้งส่วนตัวและกิจการ จดหมายติดต่อกันไป จดหมายราชการหรือที่มีรูปแบบเป็นทางการ หนังสือพิมพ์ ใบประกาศและภาพโฆษณา นิตยสาร หนังสือ

3. ด้านความเร็ว (Speed) สื่อที่มีความเร็วมากที่สุดคือ วิทยูและโทรทัศน์ และสื่อที่ช้าที่สุด คือ พกหนังสือ ลักษณะเหล่านี้นี้อาจกล่าวได้ว่า หากเป็นการติดต่อเผยแพร่ข่าวความเคลื่อนไหว ก็ต้องอาศัยความเร็วสูง แต่หากข่าวสารใดที่ต้องการให้กลุ่มเป้าหมายได้ศึกษาวิเคราะห์อย่างละเอียดก็ต้องใช้สื่อที่มีความเร็วต่ำ

4. ด้านความคงทน (Permanence) หนังสือจัดได้ว่าเป็นสื่อที่มีความคงทนถาวรมากกว่าสื่อใด ๆ วิทยูและโทรทัศน์จัดเป็นสื่อที่มีความคงทนน้อยที่สุด

1. แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว

2. ความหมายของการส่งเสริมการท่องเที่ยว

การส่งเสริมการท่องเที่ยว หมายถึง การดำเนินกิจกรรมใด ๆ ที่สนับสนุน มีบทบาทหรือกระตุ้นด้านการท่องเที่ยว โดยกำหนดมาตรฐานออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่

1. มาตรฐานด้านแหล่งหรือกิจกรรมท่องเที่ยว เช่น สนับสนุนหรือจัดให้มีเส้นทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก เป็นต้น

2. มาตรฐานด้านบริการการท่องเที่ยว เช่น สนับสนุนหรือจัดให้มีบริการด้านความปลอดภัย ร้านอาหาร ของที่ระลึก ที่พัก เป็นต้น

3. มาตรฐานด้านการตลาดท่องเที่ยว เช่น สนับสนุนหรือจัดให้มีการสร้างเส้นทางหรือกิจกรรมท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว (คู่มือการปฏิบัติงานของงานส่งเสริมการท่องเที่ยว สำนักงานปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลทุ่งหว้า)

ปรีชา แดงโรจน์ (2544) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ ซึ่งกระทำเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากกิจการงานประจำโดยปกติจะเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง โดยไม่คำนึงว่าระยะทางนั้นจะใกล้หรือไกล และการเดินทางนั้นจะมีการค้างแรมหรือไม่

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) การท่องเที่ยว เป็นเรื่องของการเดินทางที่เป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ ไม่ใช่ถูกบังคับหรือเพื่อสินจ้าง แต่เพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ความสนุกสนานเพลิดเพลิน การศึกษา ศาสนา กีฬา เยี่ยมญาติมิตร ติดต่อธุรกิจการ ประชุมสัมมนา เป็นต้น มิฉะนั้นก็จะเป็นการเดินทางที่ไม่ใช่การท่องเที่ยว

ฐิรชญา มณีเนตร (2552) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของ มนุษย์จากสถานที่ใดสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง หรือการเดินทางจากถิ่นพำนักที่อาศัยไปยัง สถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจไปและเป็นการเดินทางด้วยเหตุผลของการท่องเที่ยว มิใช่ เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ เช่น การเดินทางเพื่อการพักผ่อน การเดินทางเพื่อไปชมการแข่งขันกีฬา การเดินทางเพื่อ

การศึกษา การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนาการเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติ พี่น้องหรือเพื่อน การเดินทาง เพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เป็นต้น

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2542) ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวเป็นการนันทนาการรูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นระหว่างเวลาว่างที่มีการ เดินทางจากที่หนึ่งไปที่หนึ่ง ซึ่งมักหมายถึงเดินทางจากที่อยู่อาศัยไปยังอีกที่หนึ่งที่เป็นแหล่ง ท่องเที่ยว เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและ สิ่งแวดล้อม โดยมี แรงกระตุ้นจากความต้องการในด้าน กายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านปฏิสัมพันธ์ และ ด้านสถานะหรือเกียรติคุณ

3. จุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว

McIntosh R.W. & Gupta S. (1980) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยว เป็นการเดินทางเพื่อ จุดหมายต่าง ๆ โดยมีมูลเหตุจูงใจ 4 ประเภท ดังนี้

1. มูลเหตุจูงใจทางด้านกายภาพ หมายถึง ความต้องการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เช่น เข้าร่วมกิจกรรมทางการกีฬา หรือรักษาสุขภาพ พักผ่อนตากอากาศชายทะเล หรือร่วมกิจกรรม บ้านเทิงอื่นๆ
2. มูลเหตุจูงใจทางวัฒนธรรม หมายถึง ความต้องการเรียนรู้เรื่องในแหล่งอื่นที่มีใช้ที่ อยู่เดิม ไม่ว่าจะเป็นด้านศิลปวัฒนธรรม นาฏศิลป์ ดุริยางคศิลป์ ประเพณี
3. มูลเหตุจูงใจด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล หมายถึง ความต้องการสังสรรค์กับ ผู้คนใหม่ ๆ หรือเพื่อนเก่า ญาติพี่น้อง
4. มูลเหตุจูงใจด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ หมายถึง ความต้องการ พัฒนาตนเองให้ มีฐานะหรือเกียรติภูมิสูง อาจเป็นไปเพื่อการศึกษา การประชุมและการติดต่อธุรกิจ Lumsdon (1999) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่ ติดต่อกันและสัมพันธ์กับกิจกรรมของบุคคล โดย สามารถเกิดขึ้นจากการที่เดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีก ที่หนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนและการ ติดต่อธุรกิจ ซึ่งเอาเหตุผลกระบวนการแลกเปลี่ยนทางสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม อันเป็น องค์ประกอบพื้นฐานของการเดินทางและ การท่องเที่ยว

ดังนั้น การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติ ไปยัง สถานที่ต่าง ๆ

เป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจและพึงพอใจของผู้เดินทาง เช่น การเดินทางเพื่อ การพักผ่อน การเดินทาง การเดินทางเพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม การเดินทางเพื่อการศึกษา การ เดินทาง เพื่อเยี่ยมญาติ พี่น้องหรือเพื่อน เป็นต้น ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

4. หลักการดำเนินการด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว ในการดำเนินการด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว หลักการดำเนินการที่สำคัญมี 5 ประการดังนี้

1. เร่งพัฒนา บุรณะ พื้นฟูมรดก และสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม ทั้งในเขตเมืองและ นอกเมือง เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวใหม่ สร้างแหล่งจับจ่ายซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว โดยส่งเสริมบทบาทเอกชน ร่วมกับชุมชนในการรักษาแหล่งท่องเที่ยวและวิถีชีวิตให้อยู่ในสภาพเดิมอย่างต่อเนื่อง

2. เพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ ทั้งการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ รวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม โดยส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่และให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้งในรูปแบบการจัดสหกรณ์การท่องเที่ยวและการพัฒนาพื้นที่ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว

3. เพิ่มมาตรการอำนวยความสะดวก สร้างความปลอดภัย และป้องกันการเอาเปรียบนักท่องเที่ยว รวมทั้งเร่งรัดการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของนักท่องเที่ยวอย่างจริงจัง

4. เร่งฟื้นฟูความร่วมมือกับท้องถิ่นอื่น ๆ โดยรอบ ทั้งทางด้านการตลาด การลงทุน และการจัดอุปสรรคในการท่องเที่ยว

5. บริหารการท่องเที่ยวโดยใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุก โดยสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับธุรกิจชุมชน ตลอดจนพัฒนาคุณภาพการบริการการท่องเที่ยว รวมทั้งการ โฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของท้องถิ่นในรูปแบบที่หลากหลาย

การส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นการสื่อสารและดำเนินกิจกรรมทั้งภายในและภายนอกองค์กรควบคู่กัน ไป ประกอบด้วย การประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ โฆษณา ข้อมูลหรือกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวแก่หน่วยงาน ภายนอก เช่น หน่วยงานด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ นักท่องเที่ยว และชุมชนผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวใน แหล่งท่องเที่ยวให้มีความเข้าใจอันดีและตรงกัน ตลอดจนดำเนินกิจกรรมภายในองค์กรที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น โครงการอบรมศักยภาพผู้นำเที่ยว จัดทำป้ายประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสม เป็นต้น ดังนั้น การส่งเสริมการท่องเที่ยว ทั้งในระดับนานาชาติ ระดับภูมิภาค ระดับประเทศ ตลอดจนระดับท้องถิ่น จึงมีบทบาทให้เกิดการกระตุ้นการผลิตและการนำเอาทรัพยากร โดยเฉพาะทรัพยากรใน ท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างเหมาะสม ทั้งในรูปแบบของสินค้า ผลิตภัณฑ์และบริการ ช่วยส่งเสริม ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว สนับสนุนการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ส่งผลให้เกิดการสร้างอาชีพและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบ

1. ความหมายของการออกแบบ (THE MEANING OF DESIGN) ในความรู้สึกของนักออกแบบ (DESIGNERS) การออกแบบเป็นการท้าทาย ความสามารถในการ แก้ปัญหาและปรับปรุง โดยนำสิ่งแปลกใหม่เข้าสู่วงการผลิตการออกแบบ รวมทั้งสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ตัวเรา ดังนั้นนักออกแบบจึงเป็น

บุคคลสำคัญที่มีส่วนในการสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ เพื่อสนองความต้องการ ของมนุษย์ จึงพอสรุปได้ว่า ในสายตาของนักออกแบบสามารถนิยามคำว่า "การออกแบบ" ได้ดังนี้

1. การออกแบบคือ สิ่งที่ปรากฏให้เห็นโดยริเริ่มความคิดใหม่ ๆ แปรก ๆ นำสิ่งต่าง ๆ มารวมกัน เพื่อให้เกิดสิ่งใหม่ ๆ ขึ้น เช่น การออกแบบลายผ้า การออกแบบสื่อสาร การออกแบบตกแต่ง การออกแบบผลิตภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการออกแบบแฟชั่น เป็นต้น

2. การออกแบบคือ การวางแผน การจัดวางรูปแบบ (LAY OUT) การจัดการดำเนินการ ดังนั้นขอบข่ายงานของนักออกแบบจะกว้างขวางมาก สำหรับพฤติกรรมของมนุษย์ตั้งแต่ตื่นนอนเป็นต้นไป

3. การออกแบบ เป็นการแสดงออกซึ่งความรู้สึกรู้สึกของมนุษย์ความต้องการซึ่งจะเปลี่ยนแปลงอยู่บ่อย ๆ เช่น การตัดแปลงห้องส่วนตัวจะมีอยู่เรื่อย ๆ เรียกได้ว่า การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงระดับ ความต้องการนั้นไม่รู้จักจบสิ้น ทำให้การออกแบบซึ่งเป็นส่วนสำคัญ จึงไม่รู้จักจบสิ้นเช่นเดียวกัน ยกตัวอย่าง เช่น การออกแบบหน้าโฆษณาใหม่ ๆ การเปลี่ยนแปลงรูปแบบของกาน้ำชาในเรื่องของ เซรามิกส์ การออกแบบตัวอาคารทางสถาปัตยกรรม

4. การออกแบบคือ การนำมนุษย์เข้าเผชิญกับปัญหาที่ไม่คาดคิดมาก่อน ปัญหานี้คือปัญหาทางความต้องการของมนุษย์ เพื่อให้ได้ความสะดวกสบายมากขึ้นเรื่อย ๆ เช่น ปัญหาทางระบบร่างกายของมนุษย์ ปัญหาโครงสร้าง วัสดุ และวิธีการ เพื่อที่จะให้ผลผลิตกลายเป็นสิ่งแปลกและวิเศษขึ้น

คำนิยามความหมายของคำว่า การออกแบบ มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้คำนิยามแตกต่างกันออกไปตามความเชื่อ และความเข้าใจ Goldstein (1968) ให้ความเห็นว่า การออกแบบ (วัตถุ - สิ่งของหรือเรื่องราวเนื้อหา) ด้วยจุดมุ่งหมายสองอย่างคือการเลือก และการจัดสิ่งต่าง ๆ คือ เพื่อให้มีระเบียบและให้มีความงาม

Beven (1980) การออกแบบ คือ การรวบรวมส่วนต่างๆ ให้สัมพันธ์เข้าด้วยกัน

อารี สุทธิพันธุ์ (2527) ให้ความหมายของการออกแบบไว้ว่า การออกแบบหมายถึง การรู้จักวางแผน เพื่อที่จะได้ลงมือกระทำตามที่ต้องการ และการรู้จักเลือกวัสดุ วิธีการเพื่อทำตาม ที่ต้องการนั้น โดยให้สอดคล้องกับลักษณะรูปแบบ และคุณสมบัติของวัสดุแต่ละชนิดตามความคิด สร้างสรรค์ สำหรับ การออกแบบอีกความหมายหนึ่งที่ได้ไว้ หมายถึงการปรับปรุงรูปแบบผลงานที่มีอยู่แล้ว หรือสิ่งต่าง ๆ ที่มีอยู่แล้วให้เหมาะสม ให้มีความแปลกความใหม่เพิ่มขึ้น

วิรุณ ตั้งเจริญ (2527) ให้ความเห็นว่า การออกแบบ คือ การวางแผนสร้างสรรค์ รูปแบบ โดยวางแผนจัดส่วนประกอบของการออกแบบ ให้สัมพันธ์กับประโยชน์ใช้สอยวัสดุ และการผลิตของสิ่งที่ต้องการออกแบบนั้น

สิทธิศักดิ์ ธัญศรีสวัสดิ์กุล (2529) ให้ความเห็นว่า การออกแบบ เป็นกิจกรรมอันสำคัญประการหนึ่งของมนุษย์ ซึ่งหมายถึงสิ่งที่มีอยู่ในความนึกคิด อันอาจจะเป็นโครงการหรือรูปแบบที่นักออกแบบกำหนดขึ้นด้วยการจัด ทาทาง ถ้อยคำ เส้น สี แสง เสียง รูปแบบและวัสดุ โดยมีกฎเกณฑ์ทางความงาม พงศนา ตัณตลักษณ์ (2526: 293) ให้ความเห็นว่า การออกแบบ เป็นการสร้างสรรค์โดยมีแบบแผนตามความประสงค์ที่กำหนดไว้

สรุปได้ว่า การออกแบบคือ การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ และการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง ของเดิมให้ดียิ่งขึ้น ด้วยการใช้วัสดุ และวิธีการที่เหมาะสม ตามแบบแผน และจุดมุ่งหมายที่ต้องการ โดยอาศัยองค์ประกอบด้านความงาม หรือกฎเกณฑ์ขององค์ประกอบของศิลปะนั่นเอง

นักออกแบบจะมีประสบการณ์มากก็เมื่อได้ปฏิบัติงานออกแบบมากและการปฏิบัติงานออกแบบนี้เอง สิ่งสำคัญที่สุดคือ การแก้ปัญหาซึ่งจะเป็นส่วนที่ช่วยในการพัฒนารูปแบบของสิ่งต่าง ๆ รอบ ๆ ตัวเรา การแก้ปัญหานั้นย่อมต้องมีรากฐานแห่งความพอใจ และความต้องการความสะดวกสบายของมนุษย์จึงจะ ถือว่าการออกแบบนั้นประสบผลสำเร็จได้

การออกแบบ ถ้าจะจำแนกให้ละเอียดก็ดูจะกว้างมากเพราะในวงการสาขาวิชาชีพออกแบบสามารถแยกสาขาไปตามความถนัด และความสนใจเฉพาะแขนงวิชา ซึ่งต้องมีการเรียนเฉพาะทางแต่ก็สามารถสรุปโดยรวมได้ว่า

การออกแบบ คือ การทำให้รูปลักษณ์ของวัตถุนั้น ๆ สวยงามโดยมีแนวคิดแปลก ๆ ใหม่ ๆ นำสิ่งต่าง ๆ มารวมกันในทิศทางใหม่ๆ ยกตัวอย่างเช่น ลวดลายผ้าที่แปลกใหม่ การสื่อความหมาย ทางการมองเห็น (Visual Communication) หรือสินค้าอุปโภคบริโภค (Consumer Products) ทั้งหลาย ระบบ (Systems) สถานที่ (Places) โครงสร้าง (Structures) จัดโชว์สินค้า (Displays) บรรจุภัณฑ์ (Packages) และเสื้อผ้าเครื่องประดับ (Cloths)

2. หน้าที่ของการออกแบบ คือ

- การวางแผนงาน (Plan)
- การจัดวางรูปแบบ (Lay out)
- การจัดการเปลี่ยนแปลง (Arrange)
- การตัดสินใจเลือกโดยพิจารณาตามความเหมาะสมเกี่ยวกับวัสดุ และรูปแบบโดยมี

ข้อจำกัดมากมายขึ้นอยู่กับประเภทของงาน

3. จุดมุ่งหมายในการออกแบบ

ในการออกแบบแต่ละชนิดนั้น ผู้ออกแบบจะต้องตั้งจุดมุ่งหมายเอาไว้ก่อนแล้วว่าจะ ออกแบบไปทำไม ดังนั้นจุดมุ่งหมายที่กล่าวถึงนี้จะต้องมีความสำคัญ พอสรุปอย่างกว้าง ๆ ได้ดังนี้

1. การออกแบบเพื่อประโยชน์ใช้สอย ผู้ออกแบบโดยมากจะต้องคำนึงถึง ประโยชน์ที่จะได้รับ เป็นจุดมุ่งหมายแรกของการออกแบบ ซึ่งประโยชน์ที่จะได้รับมีทั้งประโยชน์ ในการใช้สอย และ ประโยชน์ในการติดต่อสื่อสาร การออกแบบเพื่อประโยชน์ในการใช้สอยที่สำคัญ ได้แก่ ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยานพาหนะ เครื่องมือ เครื่องใช้เช่น อุปกรณ์ในการประกอบ อาชีพทางการเกษตรมีแห อวน ไถ เป็นต้น ประโยชน์เหล่านี้จะเน้นประโยชน์ทางกายโดยตรง สำหรับประโยชน์ในการติดต่อสื่อสาร ได้แก่ การออกแบบหนังสือ โปสเตอร์ งานโฆษณา ส่วนใหญ่ มักจะเน้นการสื่อสารถึงกันด้วยภาษา และ ภาพ ซึ่งสามารถรับรู้ร่วมกันได้เป็นอย่างดี ผู้ออกแบบ จำเป็นจะต้องมีความรู้ความสามารถเฉพาะด้าน ซึ่งการออกแบบโดยมากมักจะเกี่ยวข้องกับจิตวิทยา ชุมชน ประโยชน์ด้านนี้จะเน้นทางด้านความศรัทธา เชื่อถือ และการยอมรับตามสื่อที่ได้รับรู้

2. การออกแบบเพื่อความงาม จุดมุ่งหมายในการออกแบบเพื่อให้เกิดความงาม จะเน้น ประโยชน์ทางด้านจิตใจเป็นหลัก ซึ่งผลจากการออกแบบจะทำให้ผู้ที่พบเห็นเกิดความสุข เกิดความพึงพอใจ การออกแบบประเภทนี้ ได้แก่ การออกแบบด้านจิตรกรรม ประติมากรรม ตลอดจนงานออกแบบ ตกแต่ง เช่น ออกแบบตกแต่งภายในอาคาร ออกแบบตกแต่งสนาม เป็นต้น

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างสื่อสมัยใหม่

2.5.1. ความหมายการสร้างสื่อสมัยใหม่

ความหมายสื่อสมัยใหม่ (New media) Burnett and Marshal (2003) ให้ความหมาย สื่อสมัยใหม่ว่า สื่อสมัยใหม่ หมายถึง สื่อที่เอื้อให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารทำหน้าที่ส่งสารและรับสารได้ พร้อมกันเป็นการสื่อสารสองทาง และสื่อ ยังทำหน้าที่ส่งสารได้หลายอย่างรวมกัน คือ ภาพ เสียง และ ข้อความไปพร้อมกัน โดยรวมเอาเทคโนโลยีของสื่อดั้งเดิมเข้ากับความก้าวหน้าของระบบเทคโนโลยี สัมพันธ์ ทำให้สื่อสามารถสื่อสารได้สองทางผ่านทางระบบเครือข่ายและมีศักยภาพเป็นสื่อแบบประสม (multimedia) ปัจจุบันสื่อใหม่พัฒนาขึ้นหลากหลายที่เป็นที่รู้จักและนิยมกันมากขึ้น

สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ (2545) ได้ให้ความหมายสื่อใหม่ว่า สื่อใหม่ หมายถึง ระบบการสื่อสารหรือเชื่อมต่อทาง อิเล็กทรอนิกส์ของเครือข่ายระดับโลก ได้แก่ เครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet) บริการระดับ เวิลด์ไวด์เว็บ (world wide web : www) บริการข้อมูลออนไลน์เชิงพาณิชย์ (Commercial on-line service)

สรุปได้ว่า สื่อใหม่ หมายถึง สื่อที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีจากระบบ แอนะล็อก หรือสื่อดั้งเดิม มาเป็นระบบดิจิทัล มีรูปแบบหลากหลาย แปลกใหม่ ไม่มีหลักการหรือ รูปแบบตายตัว สามารถเปลี่ยนแปลงไปตามกระแสความนิยมได้อย่างรวดเร็ว และที่สำคัญคือผู้รับสาร และ ผู้ส่งสารสามารถโต้ตอบกันได้อย่างสะดวกรวดเร็วโดยใช้ช่องทางอินเทอร์เน็ตในการสื่อสารเป็นการ

สื่อสารแบบสองทาง โดยสื่อสามารถส่งสารได้หลายอย่างรวมกันทั้งภาพนิ่ง เสียง ข้อความ กราฟิก และ ภาพเคลื่อนไหว

ลักษณะของสื่อใหม่

R.K. Logan นักวิชาการด้านสื่อชาวอเมริกัน กล่าวถึงคุณลักษณะของสื่อใหม่ไว้ ดังนี้ (ศูนย์ ข้อมูลและข่าวสืบสวนเพื่อสิทธิพลเมือง, 2558)

1. สื่อใหม่เป็นการสื่อสารสองทาง (Two-way communication)
2. สื่อใหม่ง่ายต่อการเข้าถึงและการแพร่กระจายสารสนเทศ (Ease of access to and dissemination of information)
3. สื่อใหม่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ที่ต่อเนื่อง (Continuous learning)
4. สื่อใหม่มีการวางตัวแนวเดียวกันและเอื้อต่อการบูรณาการ (Alignment and Integration)
5. สื่อใหม่เอื้อต่อการสร้างชุมชน (Creation of community)
6. สื่อใหม่มีลักษณะที่ง่ายต่อการเคลื่อนย้าย พกพาได้สะดวก (Portability)
7. สื่อใหม่มีลักษณะที่หลอมรวมกัน (Convergence)
8. สื่อใหม่มีลักษณะปฏิบัติงานร่วมกันได้ (Interoperability)
9. สื่อใหม่มีความสามารถที่จะประมวลเนื้อหาจากหลายแหล่งมาไว้รวมกัน (Aggregation of Content)
10. สื่อใหม่เพิ่มความหลากหลาย เพิ่มทางเลือก จากการที่สื่อใหม่เอื้อให้ผู้รับสารสร้างผลิต เนื้อหาและเผยแพร่สารได้ด้วยตัวเองนั้นทำให้เกิดการสร้างสรรคผลงานตามความสนใจเฉพาะบุคคล หรือ กลุ่มบุคคลขึ้นมาจำนวนมาก
11. การหวนคืนกลับมาประสานครั้งใหม่ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร สื่อเก่า
12. สื่อใหม่มีลักษณะส่งเสริมการรวมกลุ่มกันทางสังคมและการร่วมมือทาง ไซเบอร์ (Social collectivity & Cyber-cooperation)
13. การเกิดวัฒนธรรมแบบรีมิคซ์ (Remix culture)
14. การเปลี่ยนจากผลผลิต (product) มาสู่บริการ (service)
15. สื่อใหม่เป็นสื่อที่อนุญาตให้ผู้รับสารเป็นผู้เปลี่ยนแปลงเนื้อหา (User-based transformation of new media)

2.5.2. ประเภทของสื่อสมัยใหม่

จากการหลอมรวมสื่อ (Media Convergence) ทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่เข้าด้วยกันทำให้ สื่อดั้งเดิมลดบทบาทลงเปลี่ยนเป็นสื่อสมัยใหม่ที่มีรูปแบบการสื่อสารในระบบดิจิทัล ซึ่งสื่อดิจิทัลมีองค์ประกอบ ทั้งข้อความ เสียง ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว มีรายละเอียด ดังนี้

1. ข้อความ เป็นการเข้ารหัสและถอดรหัสทางภาษาทำให้สามารถสื่อสารรายละเอียด เนื้อหาที่ต้องการได้ในปริมาณมาก การใช้ข้อความในระบบดิจิทัลสามารถทำให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ (interactive) ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารได้

2. ภาพนิ่ง การใช้ภาพนิ่งในสื่อดิจิทัลมีหลายประเภท ทั้งภาพถ่าย ภาพกราฟิก ภาพวาด เป็นต้น ภาพจะทำหน้าที่เพื่อการสื่อสารสามารถย่อเนื้อหาข้อความปริมาณมากให้สื่อสารเข้าใจได้ ง่ายมากขึ้น และดึงดูดความสนใจของผู้รับสารได้ดี รวมถึงสามารถใช้ประกอบกับข้อความทำให้เนื้อหาที่ต้องการสื่อสารสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

3. ภาพเคลื่อนไหว เป็นการนำภาพนิ่งเรียงต่อกันจนเกิดภาพติดตาซึ่งเป็นพื้นฐานของภาพเคลื่อนไหว ในรูปแบบภาพจริง ภาพกราฟิก ภาพการ์ตูน ซึ่งทำหน้าที่แสดงเนื้อหาที่ต้องการความต่อเนื่องของภาพ ทำให้เนื้อหาส่วนนั้นที่ต้องการสื่อสารเข้าใจง่าย

4. เสียง อาจเป็นองค์ประกอบของข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหวทำให้เนื้อหาสมบูรณ์ มากขึ้น หรือใช้เสียงอย่างเดียวในการสื่อสาร โดยที่เสียงที่ใช้มีทั้งเสียงบรรยาย เสียงบทสนทนา เสียงบรรยากาศ เสียงเอฟเฟ็ค และเสียงดนตรี มีการใช้เสียงในลักษณะการปฏิสัมพันธ์ทำให้ดึงดูดผู้รับสารได้

2.5.3. หลักการผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์

ความหมายของสื่อวีดิทัศน์

การประชาสัมพันธ์ เป็นการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเพื่อให้ผู้คนได้รับรู้เข้าใจในเนื้อหาเรื่องราวขององค์กรตามเจตนารมณ์ที่วางไว้ โดยสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และสื่อแต่ละประเภทนั้นมีประสิทธิภาพแตกต่างกันขึ้นอยู่กับสภาพการใช้งาน ความเหมาะสมของเนื้อหาเรื่องราว และจุดมุ่งหมายของงานซึ่งปัจจุบันพบว่าสื่อวีดิทัศน์หรือ วิดีโอ (Video) เป็นอีกสื่อหนึ่งที่กำลังได้รับความนิยม เนื่องจากเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมเอาคุณสมบัติเด่นของสื่อแต่ละอย่างมาไว้ด้วยกัน ทั้งการนำเสนอเนื้อหาเรื่องราว ความมีสีสันความกระชับของเนื้อหา มีภาพเคลื่อนไหว มีเสียงประกอบที่สร้างบรรยากาศให้ดูตื่นตาตื่นใจในรูปลักษณะของสื่อประสม (Multimedia) จัดทำได้สะดวก สามารถแต่งเติมสีสันให้เป็นภาพลักษณ์ที่ดีได้

สื่อวีดิทัศน์ หมายถึง การเล่าเรื่องโดยใช้ภาพเคลื่อนไหวทำหน้าที่หลักในการนำเสนอเนื้อเรื่อง หรือ เรื่องราวต่าง ๆ มีเสียงเข้ามาช่วยเสริมในส่วนของภาพเพื่อสื่อความหมาย สร้างความเข้าใจ สร้างความรู้สึกใกล้ชิด กับผู้ชม โดยสามารถจัดเก็บได้ในหลายรูปแบบและสามารถนำมาเผยแพร่ซ้ำได้หลายครั้ง เรื่องราวในวีดิทัศน์ มีการสื่อความหมายได้ตามวัตถุประสงค์หลักที่ตั้งเอาไว้ในแต่ละตอนของการถ่ายทำ อาทิ การนำเอาเนื้อหา มาจัดทำเป็นรายการสั้น ๆ ใช้เป็นสื่อเพื่อการนำเสนอ การอธิบาย หรือ เพื่อจุดประสงค์ใดจุดประสงค์หนึ่ง ตามความต้องการของผู้ผลิต วีดิทัศน์จึงเป็นผลผลิตที่เกิดจากกระบวนการทำงานอย่างมีระบบของคณะทำงาน ซึ่งจะเรียกเป็นผู้ผลิต หน่วยผลิต ฝ่ายผลิต หรือบริษัท ผลิตรายการ (Production House) เพื่อให้ได้มาซึ่งงาน วีดิทัศน์ตามความประสงค์ของงานหรือองค์กร การผลิตวีดิทัศน์จะประสบความสำเร็จหรือไม่ขึ้นอยู่กับการวางแผนการผลิต และการทำงานของฝ่ายสร้างสรรค์ที่ดี โดยอาศัยจินตนาการ ความอดทนและความรู้ รวมทั้งศิลปะหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ดังนั้นการผลิตรายการวีดิทัศน์ ผู้ผลิตต้องคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ผู้ผลิตต้องศึกษาและเข้าใจขอบเขตเนื้อหาเรื่องราวที่จะผลิตเป็นอย่างดี
2. ผู้ผลิตต้องเข้าใจพื้นฐานของกลุ่มเป้าหมาย หรือผู้ชมให้มากที่สุด เช่น พื้นฐานประสบการณ์ เพศ วัย และความสนใจ เป็นต้น
3. ต้องมีการวางแผนในการผลิตให้ครอบคลุมในสิ่งที่ต้องการมากที่สุด และผู้ชมเข้าใจได้ง่าย
4. มีความเข้าใจในการใช้เครื่องมือ เทคนิควิธีการในการผลิตโดยทั่วไป เช่น เข้าใจการถ่ายภาพ มุมมองภาพในระยะต่าง ๆ การเขียนบท ตลอดจนเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวกับการผลิต
5. ต้องตระหนักว่าทุกภาพ ทุกเสียงที่เผยแพร่ไปถึงผู้ชมต้องมีความหมายกระจ่างชัดในตัวเอง ทั้งนี้สื่อวีดิทัศน์เป็นการสื่อสารทางเดียว ไม่สามารถซักถาม และโต้ตอบได้
6. ผู้ผลิตจะต้องเตรียมการให้ครอบคลุมขั้นตอนต่าง ๆ ได้แก่ เนื้อหาของรายการ (Program Content) จะต้องน่าสนใจและดึงดูดผู้ชม ค่าใช้จ่ายในการผลิตรายการ (Budget) ผู้ผลิตรายการต้องคำนึงถึงงบประมาณ ในการผลิตแต่ละครั้ง บทวีดิทัศน์ (Script) ผู้ผลิตรายการต้องเขียนบทหรือจ้างเขียนบท และต้องนำบทวีดิทัศน์ ที่เรียบร้อยให้แก่ผู้เกี่ยวข้องในการผลิต ผู้รับผิดชอบในการผลิต (Teams) ประกอบด้วย ผู้อำนวยการผลิต ผู้ผลิต ผู้เขียนบท ผู้กำกับรายการ ผู้จัดการกองถ่าย และฝ่ายทำหน้าที่หลังกองถ่าย ตัวแสดง (Talent) ควรเลือกผู้แสดงให้สอดคล้องกับบทวีดิทัศน์ และอุปกรณ์ทางเทคนิค (Technical Facilities) อาทิ ฉากและวัสดุ โดยผู้ผลิต ต้องพิจารณาเกี่ยวกับแนวคิดของรายการ กับผู้ออกแบบฉาก เพื่อให้ออกแบบได้ถูกต้อง และเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของรายการวีดิทัศน์โดยการ ผลิตรายการวีดิทัศน์ ผู้ผลิตจำเป็นต้องพิจารณาหลักการพื้นฐานในการวางแผนผลิตรายการ วีดิทัศน์ไว้ 4 ประการ ดังนี้

1. Why คือ ผลิตรายการทำไม โดยในการผลิตรายการก่อนอื่นใดทั้งหมด ผู้ผลิตจะต้องเข้าใจตนเอง อย่างชัดเจนก่อนว่ามีวัตถุประสงค์อะไร หรือมีความจำเป็นอะไรที่จะต้องทำการผลิต เช่น

- 1.1 เพื่อการสอน เช่น รายการเพื่อการศึกษา
- 1.2 เพื่อแจ้งข่าวสาร เช่น รายการข่าว
- 1.3 เพื่อบันทึกเหตุการณ์ เช่น รายการสารคดี
- 1.4 เพื่อให้ความเพลิดเพลิน เช่น รายการบันเทิง

2. Who คือ ผลิตเพื่อใคร กลุ่มเป้าหมายคือใคร เช่น นักเรียน นักศึกษา ครู ผู้ใหญ่ผู้ชมทั่วไป เป็นต้น

3. What คือ ผลิตเรื่องอะไร เมื่อกำหนดเป้าหมายของกลุ่มผู้ชมได้แล้ว จะต้องกำหนดเนื้อหาสาระ ซึ่งต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ด้วย เช่น การสอน การแจ้งข่าว การบันทึกเหตุการณ์หรือเพื่อความบันเทิง

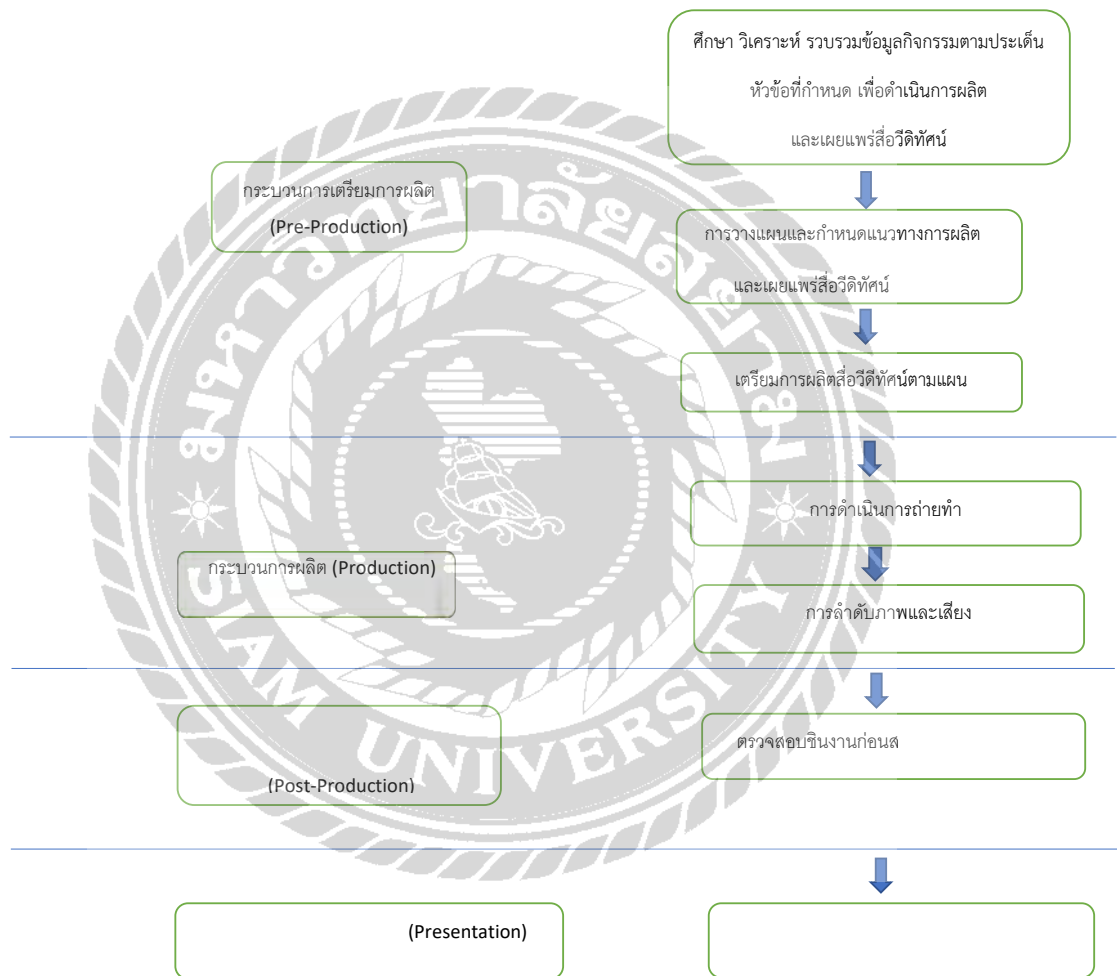
4. How คือ รูปแบบการผลิต ในการผลิตรายการวิทยทัศน์ผู้ผลิตจะต้องพิจารณาอย่างรอบคอบว่าจะผลิตรายการในรูปแบบใด จึงจะสอดคล้องกับเนื้อหาให้มากที่สุด เช่น

- 4.1 รูปแบบการอ่านรายงาน (Announcing)
- 4.2 รูปแบบการสนทนา (Dialogue)
- 4.3 รูปแบบสารคดี (Documentary)
- 4.4 รูปแบบละคร (Drama)

ดังนั้นการผลิตรายการวิทยทัศน์ ผู้ผลิตจำเป็นต้องคำนึงถึงสิ่งต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้าน การวางแผนการผลิต การเตรียมการผลิต การใช้อุปกรณ์ในการผลิต และการประเมินผลการผลิต โดยกระบวนการผลิตสื่อวิทยทัศน์ แบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ตามหลัก 4P ดังนี้

1. กระบวนการเตรียมการผลิต (Pre-Production)
2. กระบวนการผลิต (Production)
3. กระบวนการหลังการผลิต (Post-Production)
4. กระบวนการเผยแพร่ผลงาน (Presentation)

ขั้นตอนกระบวนการผลิตรายการวิทยุทัศน์ตามหลัก 4P



ตารางแสดงขั้นตอนกระบวนการผลิตรายการวิทยุทัศน์

แหล่งที่มา <https://km.labour.go.th/attachments/article/170/001.pdf>

1. กระบวนการเตรียมการผลิต (Pre-Production)

1.1 ศึกษา วิเคราะห์รวบรวมข้อมูลกิจกรรมตามประเด็น หัวข้อที่กำหนด เพื่อดำเนินการผลิตและเผยแพร่สื่อวีดิทัศน์อาทิ แนวคิดหลักและเนื้อหาสำคัญในการผลิตวีดิทัศน์ (Theme & Concept) กิจกรรมหรือข้อมูลที่โดดเด่นของบุคคล สถานที่ หรือการดำเนินงานตามโจทย์งาน เพื่อเตรียมจัดทำบท (Script) พร้อมทั้งวางแผนประสานข้อมูลเกี่ยวกับการถ่ายทำ ได้แก่ เวลารับหมาย สถานที่ บุคคล ข้อมูลการเดินทาง ข้อมูลพื้นฐานของบุคคลหรือประเด็นกิจกรรมที่ต้องการให้ผลิตสื่อวีดิทัศน์

1.2 การวางแผนและกำหนดแนวทางการผลิตและเผยแพร่สื่อวีดิทัศน์ เป็นขั้นตอนการประชุมระดมความคิดเกี่ยวกับประเด็นการผลิตรายการ ได้แก่

1.2.1 การกำหนดผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย ประเด็นหรือเนื้อหาสำคัญที่ต้องการนำเสนอในวีดิทัศน์ความคาดหวังจากการผลิตสื่อวีดิทัศน์วัตถุประสงค์หรือความจำเป็นในการผลิตสื่อวีดิทัศน์

1.2.2 กำหนดขอบเขตเนื้อหา

1.2.3 กำหนดงบประมาณ ค่าใช้จ่าย

1.2.4 จัดลำดับขั้นตอนการทำงาน จะทำอะไรเมื่อไร กำหนดผู้รับผิดชอบในแต่ละ

ขั้นตอน

1.2.5 กำหนดสถานที่ถ่ายทำ

1.2.6 รูปแบบการนำเสนอ เทคนิคการนำเสนอ

1.2.7 เวลา ความยาว ออกอากาศ

1.2.8 ช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

1.3 เตรียมการผลิตสื่อวีดิทัศน์ตามแผน

1.3.1 การเขียนบท (Script) การเขียนบทวีดิทัศน์จะมีการร่างบทวีดิทัศน์และการเขียนบทวีดิทัศน์ฉบับสมบูรณ์ โดยเริ่มแรกจะร่างบทวีดิทัศน์เป็นการวางโครงเรื่อง (Plot) ของรายการแต่ละรายการ แบ่งเป็น 3 ขั้นตอน คือ การเกริ่นนำ (Introduction) เนื้อเรื่องหรือตัวเรื่อง (Body) และการสรุปหรือการส่งท้าย (Conclusion) ส่วนบทวีดิทัศน์ฉบับสมบูรณ์ (Full Script) หรือบทสำหรับถ่ายทำ (Shooting Script) จะนำเอาร่างบทมาขยายอย่างละเอียด ในลักษณะของการถ่ายทำซึ่งจะมีลักษณะของภาพขนาดของภาพ กำหนดกล้องและการแสดงของผู้แสดง หรือ เหตุการณ์นั้น อย่างสมจริง โดยทีมงานจะยึดการปฏิบัติงานตามบทวีดิทัศน์นี้ แต่ลักษณะที่เป็นจริงบทวีดิทัศน์อาจจะมีการปรับเปลี่ยนบทบ้าง ตามความเหมาะสมของเหตุการณ์นั้น

1.3.2 การเตรียมวัสดุอุปกรณ์ (Preparation) ในการเตรียมเพื่อการผลิตรายการนั้น ทีมงานจะเตรียมทุกอย่างที่มีส่วนเกี่ยวข้องก่อนการทำงาน เครื่องมือ อุปกรณ์ในการถ่ายทำ เตรียมสถานที่ เตรียมบุคลากรที่เกี่ยวข้อง

2. กระบวนการผลิต (Production)

2.1 การดำเนินการถ่ายทำวีดิทัศน์แบ่งออกเป็น 3 ส่วนหลัก ได้แก่

2.1.1 การดำเนินงานถ่ายทำตามท้องเรื่อง หรือตามสคริปต์ที่เขียนขึ้น ทีมงานจะทำการบันทึกเทปวีดิทัศน์รวมทั้งการบันทึกเสียงตามที่กำหนดไว้ในสคริปต์ อาจมีการเดินทางไปถ่ายทำยังสถานที่ต่าง ๆ ทั้งในร่มและกลางแจ้ง หรือมีการสัมภาษณ์ จัดฉาก จัดสถานที่ภายนอกหรือในสตูดิโอ ขึ้นต่อนี้จะมีการถ่ายทำแก้ไขใหม่หลายครั้งจนกว่าจะเป็นที่พอใจ นอกจากนั้น ยังมีการเก็บภาพบรรยากาศทั่วไป ภาพเฉพาะมุมเพิ่มเติมเพื่อนำไปขยายความ เพื่อให้ผู้ชมได้เห็นและเข้าใจในรายละเอียดมากยิ่งขึ้น และเพื่อนำมาประกอบรายการ อาทิ สถานที่ ผู้คน รวมถึงการสัมภาษณ์บุคคล

2.1.2 ถ่ายทำในส่วนของผู้พิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการ

2.1.3 การบันทึก (Recording) กระบวนการถ่ายทำจะดำเนินไปตามแผนที่ได้วางไว้ และถ่ายทำตามบท โดยมุ่งให้ได้ภาพตรงตามความต้องการมากที่สุด อาจจะทำหลาย ๆ ครั้ง ในฉากใดฉากหนึ่ง เพื่อมาคัดเลือกหาภาพที่ดีในตอนจะตัดต่ออีกครั้งหนึ่ง ในการบันทึกแบ่งเป็น บันทึกภาพ และบันทึกเสียงซึ่งการบันทึกภาพนั้นจะได้ทั้งภาพทั้งเสียงอยู่แล้ว เมื่อตัดต่อสามารถเลือกได้ว่า ช่วงไหนจะใช้แต่ภาพ หรือใช้ทั้งภาพและเสียง การบันทึกภาพ บันทึกหรือถ่ายทำตามสภาพความเป็นจริง และความจำเป็นก่อนหลัง ไม่จำเป็นต้องเรียงฉาก ตามบทวีดิทัศน์ (Script) ในการบันทึกเสียง จะบันทึกทั้งเสียงเหตุการณ์จริง เสียงสัมภาษณ์ เสียงสนทนา เสียงบรรยาย เสียงเพลงประกอบ และเสียงเหตุการณ์ หรือเสียงที่นำมาใช้เป็นเอฟเฟค (Sound Effect) ให้เรื่องราวน่าสนใจซึ่งกระบวนการเกี่ยวกับเรื่องเสียง จะมีการผสมเสียงอีกครั้งหนึ่ง ในกระบวนการตัดต่อภาพและเสียง

2.2 การลำดับภาพและเสียง

2.2.1 การลำดับภาพ หรือการตัดต่อ (Editing) ในการผลิตสื่อวีดิทัศน์ แม้ว่าถ่ายทำจะดำเนินไปตามขั้นตอนของบทวีดิทัศน์ (Script) แต่ความเป็นจริงนั้น การถ่ายทำในแต่ละฉาก (Shot) อาจถ่ายทำหลายครั้งหรือหลายเทค (Take) บางทีต้องถ่ายทำถึง 5-6 ครั้ง ผู้ตัดต่อ (Editor) ต้องเลือกหาภาพที่ดีที่สุดมานำเสนอ หรือบางครั้งอาจอาศัยภาพจากที่อื่น ๆ หรือภาพที่มีอยู่แล้ว (Stock) ในกรณีที่ไม่สามารถจะถ่ายทำเพิ่มเติมได้จะใช้ตุลย์พินิจและความสามารถของผู้ตัดต่อ ซึ่งจะต้องเลือกภาพที่เหมาะสมกลมกลืนกับภาพที่มีอยู่ โดยการตัดต่อภาพก็คือการนำภาพมาลำดับใหม่ให้ดู บางครั้งเราก็เรียกเป็นการลำดับภาพ ซึ่งในการตัดต่อภาพนั้นนับว่าเป็นสีสันของบทวีดิทัศน์ ลีลา ลูกเล่น มุมกล้อง จะดู

ตื่นตาตื่นใจ เราอารมณ์มากน้อยเพียงใด ย่อมอยู่ที่การสร้างงานหรือความสามารถของคนตัดต่อและความคิดสร้างสรรค์ที่ดี

2.2.2 การบันทึกเสียง (Sound Recording) ดำเนินการหลังจากได้ตัดต่อภาพตามบท วิดีทัศน์เรียบร้อยแล้ว โดยจะมีการบันทึกเสียงดนตรี เสียงบรรยาย และเสียงประกอบต่างๆ ลงไป โดยจะบันทึกทั้งเสียงเหตุการณ์จริง เสียงสัมภาษณ์ เสียงสนทนา เสียงบรรยาย เสียงเพลงประกอบ และเสียงเหตุการณ์หรือเสียงที่นำมาใช้เป็นเอฟเฟค (Sound Effect) ให้เรื่องราวน่าสนใจ โดยการลงเสียงผู้บรรยาย จะอ่านจากบทบรรยายตามผู้เขียนสคริปต์ได้จัดทำขึ้น การลงเสียง จะดำเนินการคนละส่วนกับการตัดต่อ แล้วจึงนำเสียงไปประกอบเข้ากับภาพที่ได้ลำดับเรื่องราวไว้แล้ว

3. กระบวนการหลังการผลิต (Post-Production)

เมื่อได้วีดิทัศน์ฉบับสมบูรณ์แล้ว ขั้นตอนต่อมาคือ การตรวจสอบชิ้นงานก่อนส่งมอบหรือส่งเผยแพร่โดยใช้เกณฑ์การตรวจสอบวีดิทัศน์ให้เป็นไปตามแผนงานที่กำหนด ได้แก่ เนื้อหา ความยาว ความคมชัดของภาพ และเสียง คุณภาพของสื่อที่บันทึกวีดิทัศน์ด้วยการเปิดเทป หรือ แผ่นดีวีดีที่บันทึกวีดิทัศน์เพื่อตรวจสอบว่าการบันทึกสมบูรณ์จริง โดยมีกระบวนการดังนี้

3.1 การฉายเพื่อตรวจสอบ (Preview) หลังจากตัดต่อภาพ และบันทึกเสียงเรียบร้อยแล้ว จะต้องนำมาฉายเพื่อตรวจสอบก่อนว่า มีอะไรที่จะต้องปรับปรุงแก้ไขหรือไม่

3.2 การประเมินกระบวนการผลิต โดยจะประเมินความถูกต้องของเนื้อหา คุณภาพของเทคนิคการนำเสนอ ความสมบูรณ์ของเทคนิคการผลิต

3.3 การประเมินผลผลิต ประเมินโดยกลุ่มเป้าหมาย โดยประเมินจากความน่าสนใจ ความเข้าใจ ในเนื้อหาที่นำเสนอ การติดตามรายการ และสาระที่นำเสนอ

4. กระบวนการเผยแพร่ผลงาน (Presentation)

การส่งมอบชิ้นงานเพื่อเผยแพร่ตามภารกิจ เป็นขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการผลิตวีดิทัศน์ เพื่อนำไปเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตามวัตถุประสงค์ต่อไป ในการเผยแพร่รายการวีดิทัศน์สามารถแบ่งระดับของการเผยแพร่ผลงานสามารถแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ การเผยแพร่ภายในองค์กร ในเรื่องการนำเสนอในการสัมมนา การฝึกอบรม และการเผยแพร่สู่สาธารณะ เช่น การเผยแพร่ผ่านอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ และบนอุปกรณ์มือถือต่าง ๆ ทั้งนี้สื่อวีดิทัศน์ที่ผลิตมานั้นสามารถจัดเก็บได้ในหลายรูปแบบ อาทิ แผ่นดีวีดี หรือเทป หรือวัสดุบันทึกอื่นตามความเหมาะสม

เทคนิคกล้อง

เทคนิคกล้องหรือมุมกล้อง มีความสำคัญต่อการถ่ายทำวีดิทัศน์มาก เนื่องจากภาพที่ปรากฏสู่สายตาผู้ชมจะสวยงามน่าสนใจ ให้ความรู้สึกประทับใจที่ตื้นนั้น ต้องผ่านการกลั่นกรองพินิจพิเคราะห์ของ

ช่างภาพมาแล้ว ด้วยเหตุนี้ช่างภาพที่มีความชำนาญ มีศิลปะในการถ่ายทำ มีหลักการที่จะประกอบภาพ ให้นำเสนอใจย่อมจะนำเสนอภาพได้ดี เมื่อกำลังเดินได้ราบรื่น สวยงาม มีมุมมองที่น่าสนใจ ยิ่งตัดต่อภาพ ลำดับภาพได้ดีด้วยแล้วผลงานที่นำเสนอย่อมมีคุณค่ามากขึ้น ช่างกล้องสามารถใช้เทคนิคดังกล่าว ทั้งที่ กล้องตั้งอยู่บนขากล้อง (Tripod) และใช้มือจับกล้องหรือแบกกล้อง จะด้วยการเคลื่อนที่หรือให้กล้องอยู่กับที่ก็ได้ เทคนิคต่าง ๆ ที่นิยมใช้โดยทั่วไป มีดังนี้

1. Pan คือ การส่ายหรือกวาดกล้องในขณะที่กล้องอยู่กับที่ สามารถกระทำได้ 2 ลักษณะคือ Pan to Left (P/L) หมายถึง การกวาดหรือส่ายกล้องไปทางซ้ายมือของช่างกล้อง และ Pan to Right (P/R) หมายถึง การกวาดหรือส่ายกล้องไปทางขวามือของช่างกล้อง

2. Tilt คือ การก้มหรือเงยกล้อง ในขณะที่กล้องอยู่กับที่ กระทำได้ 2 ลักษณะคือ Tilt Up (T/U) หมายถึง การเงยกล้องขึ้นขณะถ่ายทำ และ Tilt Down (T/D) หมายถึง การก้มกล้องลงขณะถ่ายทำ

3. Fix คือ การตั้งกล้องอยู่กับที่โดยที่ช่างกล้องไม่ต้องเปลี่ยนลักษณะอาการของกล้องกระทำใน โอกาสที่เหตุการณ์นั้นใช้เวลานาน ๆ

4. Zoom คือ การเปลี่ยนขนาดของภาพใกล้-ไกลให้มีขนาดเล็ก-ใหญ่ตามที่ต้องการขณะที่กล้อง อยู่กับที่ กระทำได้คือ Zoom In หมายถึง การปรับภาพจากขนาดปกติให้ใกล้เข้าไปมากขึ้น เช่น ภาพ ขนาด Medium Shot เปลี่ยนเป็น Close Up และ Zoom Out หมายถึง การปรับภาพจากขนาดปกติ ให้ไกลออกไปมากขึ้น เช่น ภาพขนาด Medium Shot เปลี่ยนเป็น Long Shot

5. Depress คือ การเคลื่อนขึ้นลงของกล้อง หมายถึง ลักษณะของภาพถ่ายที่ยกกล้องขึ้นสูงหรือ เลื่อนลงต่ำเพื่อจัดภาพที่เคลื่อนไหวในแนวตั้ง เช่น คนปีนต้นไม้กล้องติดตั้งอยู่บนเครน ยกกล้องขึ้น-ลง เพื่อให้ได้ทิศทางต่าง ๆ

6. Track คือ การเคลื่อนที่กล้องเข้า-ออก จากสิ่งที่ถ่าย ได้แก่

Track-In หมายถึง การเคลื่อนที่เข้าหาวัตถุหรือ สิ่งที่ถ่ายลักษณะนี้ฉากหลังของภาพ (Background) จะมีความชัดและมีขนาดโตกว่าการใช้เทคนิค Zoom In

Track-Out หมายถึง การเคลื่อนที่กล้องออกจากวัตถุหรือสิ่งที่ถ่ายให้ความรู้สึก กว้างไกล Track-Left หมายถึง การเคลื่อนที่ไปด้านซ้ายมือขนานไปกับวัตถุหรือสิ่งที่ถ่ายทำให้รู้สึก เหมือนกำลังติดตามเหตุการณ์หรืออยู่ในเหตุการณ์ เช่น คนนั่งรถยนต์ กล้องถ่ายทำจะต้องตั้งอยู่บน รถยนต์อีกคนหนึ่งที่วิ่งขนานไปทางซ้ายมือและ Track-Right หมายถึง การเคลื่อนที่ไปด้านขวามือขนาน ไปกับวัตถุหรือสิ่งที่ถ่าย ให้ความรู้สึกคล้ายคลึงกับ Track -Left

7. Dolly คือ การเคลื่อนที่กล้องเป็นแนวโค้งหรือเป็นวงกลม ขณะที่ถ่ายทำวัตถุ ณ จุดเดิม เพื่อให้เห็นวัตถุหรือสิ่งที่ถ่ายในแง่มุมต่าง ๆ

8. High Angle Shot (HAS) คือ การถ่ายภาพหรือการถ่ายทำในมุมสูง เพื่อให้เห็นอาณาบริเวณกว้างไกล เช่น ช่างกล้องอยู่บนตึกสูงถ่ายทำลงมาด้านล่าง

9. Low Angle Shot (LAS) คือ การถ่ายทำภาพในมุมต่ำหรือถ่ายในมุมเงยการถ่ายทำลักษณะนี้จะให้ความรู้สึกกว่าวัตถุหรือสิ่งที่ถ่ายนั้นมีความสูง มีความยิ่งใหญ่
รูปแบบการบันทึกเป็นข้อ

Shot ในความหมายของระยะการถ่ายทำภาพยนตร์อาจแบ่งจากลักษณะที่ใช้ในการถ่ายทำ ได้ดังนี้ ELS หรือ Extreme Long Shot เป็นการถ่ายภาพระยะไกลที่สุด เช่น เห็นเมืองทั้งเมืองผืนป่าทั้งป่า หรือทะเลทรายกว้างสุดลูกหูลูกตา ซึ่งเป็นข้อที่มักพบมากในหนังประเภท Epic หรือหนังมหากาพย์ที่เล่าเรื่องราวใหญ่โต จึงมีฉากที่แสดงความอลังการอย่างไรก็ตามในหนังเพื่อศิลปะหลายเรื่องการถ่ายภาพในระยะ ก็ใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น ความเป็นอิสระ นำสงสัยความโดดเดี่ยวเปลี่ยวเหงา เช่นหนังของ มิเกลแองเจโลแอนโทนีโอนี LS หรือ Long Shot เป็นการถ่ายภาพระยะไกล พื้นที่ที่มากกว่าตัวละครทำให้เราใกล้ชิดกับฉากหรือทัศนียภาพมากกว่าความรู้สึก ผลดังกล่าวทำให้ข้อนี้มักใช้ในหนังเพื่อแสดงบรรยากาศยิ่งใหญ่ หรือธรรมชาติที่ดูมีอิทธิพลเหนือผู้คน ในกรณีที่ใช้ถ่ายทำ สถานที่เพื่อแนะนำ เรื่องว่า เป็นฉากใดซึ่งมักเป็นฉากเปิดงานทางด้านภาพยนตร์มักจะถ่ายฉากประเภทนี้เก็บไว้เพื่อความจำเป็นในการเล่าเรื่องมักเรียกว่า Established Shot MLS หรือ Medium Long Shot ข้อที่อยู่ระหว่างระยะไกล และระยะ MS มักถ่ายเพื่อเปิดให้เห็นบุคคลกับวัตถุประสงค์ที่ต่างกันไป เช่น หมู่คณะหลายคน ภาพคนกับพื้นที่ปิดหรือพื้นที่เปิด ซึ่งก็ให้ความหมายของภาพต่างกัน MS หรือ Medium Shot เป็นข้อที่ได้รับความนิยมที่สุด เพราะใช้ในการดำเนินเรื่อง และสนทนา ภาพออกมาอยู่ในระดับที่สบายตา โดยธรรมชาติของข้อแบบนี้ไม่เน้นอารมณ์ร่วมกับผู้ชม แต่เน้นให้เพื่อใช้สำหรับเล่าเรื่อง ฉากการสนทนา บ้างก็เรียกว่า Two Shot เป็นข้อที่ถ่ายให้เห็นคนสองคนทั้งตัวไปจนระดับลำตัวถึงหัว

MCU หรือ Medium Close Up กึ่งกลางระหว่าง MS กับ Close Up เป็นอีกหนึ่งข้อที่เรามักเห็นบ่อยๆ ในการถ่ายทำภาพยนตร์สำหรับผู้ชมวงกว้าง

CU หรือ Close Up ระยะใกล้ เป็นระยะที่เน้นอารมณ์ความรู้สึกตัวละครเป็นหลักไม่ว่า จะโกรธเศร้า ดีใจและใบหน้าของมนุษย์ยังแสดงอารมณ์ได้หลากหลาย ข้อตัวอย่างที่มักได้รับการกล่าวถึงบ่อยคือ

City Light ของ ชาร์ลี แชปลิน ตลอดทั้งเรื่อง จะเห็นอารมณ์ขันของเขาในระยะไกล หรือระยะกลางภาพ แต่เมื่อช่วงท้ายต้องการเร้าอารมณ์ตัวละครหลักได้ถูกจับภาพใบหน้าเป็นครั้งแรก มันจึงส่งผลให้เราคล้อยตามได้

ECU หรือ Extreme Close Up ระยะใกล้มาก เป็นระยะภาพที่เน้นความรู้สึกในระดับที่สูงขึ้นกว่า CU เช่น ถ่ายภาพดวงตาในระยะประชิด หรืออวัยวะบางอย่างเพื่อแสดงอากัปกริยาที่มีนัยยะต่างไปจากการแสดงออกอย่างอื่นเพราะการส่งผลทางภาพที่ให้อารมณ์สุดโต่งจึงมักเห็นชัดในหนังสือของขวัญหนังสือทดลอง หรือหนังสือทางด้านศิลปะบ่อยกว่าหนังสือสำหรับผู้ชมทั่วไปนอกจากนี้ เทคนิคการถ่ายก็เป็นเรื่องสำคัญช่างภาพควรจับกล้องให้มั่น คือแขนทั้งสองข้างแนบตัวไม่ควรเคลื่อนไหวกล้องแบบรวดเร็ว กล้องจะปรับโฟกัสไม่ทัน ทำให้ภาพเบลอได้ (หลักการผลิตสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ กลุ่มงานประชาสัมพันธ์สำนักงานเลขาธิการกรม มิถุนายน 2564)

เทคนิคการถ่ายภาพวิดีโอ (มือใหม่วิดีโอ, ๒๕๕๓) มุมกล้อง การถ่ายภาพในมุมที่ต่างกันยังมีผลต่อความคิดความรู้สึกที่จะสื่อความหมายไปยังผู้ดูได้เราอาจแบ่งมุมกล้องได้เป็น 3 ระดับ คือ

ภาพระดับสายตา คือ การถ่ายภาพในตำแหน่งที่อยู่ในระดับสายตาปกติที่เรามองเห็น ขนานกับพื้นดิน ภาพที่จะได้จะให้ความรู้สึกเป็นปกติธรรมดา

ภาพมุมต่ำการถ่ายภาพในมุมต่ำ คือ การถ่ายในตำแหน่งที่ต่ำกว่าวัตถุจะให้ ความรู้สึกถึงความสูงใหญ่ยิ่งใหญ่กว่า ความเป็นจริงแสดงถึงความสง่า

การถ่ายภาพมุมสูง คือ การตั้งกล้องถ่ายในตำแหน่งที่สูงกว่าวัตถุภาพที่ได้จะให้ความรู้สึกถึงความเล็ก ความต้อยต่ำ ไม่มีความสำคัญ

เทคนิคการซูมและการโฟกัส

1. ในขณะที่ซูมไม่ควรเดินหรือเคลื่อนไหวเพราะจะทำให้วิดีโอที่ได้มีโอกาสสั่นไหวสูง
2. หากต้องการเคลื่อนที่ด้วยขณะซูม ขอแนะนำ ให้ดึงซูมออกมาให้สุดก่อน แล้วค่อยกดปุ่มบันทึกจากนั้น ให้เดินเข้าไปแทนการซูมเลนส์
3. อย่าสนุกกับการซูมจนมากเกินไป เพราะส่วนใหญ่ผู้ที่เพิ่งเริ่มเล่นกล้องมักจะชอบดึงซูมเข้าออก ทำให้ภาพที่ได้น่ามีนิ้ว เหมือนกำลังกระแทกกำแพงเป็ก ๆ ที่จริงแล้วการซูมจะทำเมื่อต้องการดูรายละเอียดของเหตุการณ์เพื่อบ่งบอกเรื่องราว หรือซูมออกเพื่อแสดงภาพรวมของเหตุการณ์นั้น ๆ พุดง่าย ๆ จะซูมก็ควรมีเหตุมีผลมีเรื่องราวที่จะเล่าจากการซูมจริง

4. ควรหยุดซูมเสียก่อนค่อยเคลื่อนไหวกล้อง หรือซูมก่อนบันทึกภาพ จุดนี้จะช่วยให้วิดีโอที่น่าสนใจมากขึ้น เช่น การถ่ายภาพวิวทิวทัศน์ในท้องทะเลอาจจะตั้งกล้องซูมเข้าไปที่เรือจากนั้นกดปุ่มบันทึกแล้วค่อย ๆ ซูมออกมาให้เห็นท้องทะเล

2.5.4 หลักการการทำโรลอัพ (Roll up)

Roll up หรือ โรลอัพ อุปกรณ์สารพัดประโยชน์ที่ช่วยส่งเสริมการขาย ใช้แสดงข้อมูลสำคัญที่มีความโดดเด่น นิยมใช้ในการออกบูธหรือตั้งเอาไว้ในจุดประชาสัมพันธ์ที่มีคนเดินผ่านไปมาจำนวนมาก

มีข้อดีคือ ใช้พื้นที่น้อย ราคาไม่แพง มีน้ำหนักเบาแต่แข็งแรงทนทาน พกพาสะดวกและสามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้ Roll up มีลักษณะเป็นผ้าพิมพ์ลายที่ถูกเก็บแยกเอาไว้พร้อมกับอุปกรณ์ส่วนต่างๆ หากต้องการใช้งานเพียงแค่ประกอบส่วนของโครงเข้าด้วยกันแล้วนำผ้าไปสวมบนตัวโครงที่ประกอบเสร็จแล้ว Roll up ประกอบไปด้วยวัสดุดังนี้

ส่วนงานพิมพ์ จะใช้สติกเกอร์ PP เนื่องจากฉีกไม่ขาด โดนน้ำได้ เพราะถูกปกป้องวัสดุด้วยสารเคลือบลามิเนต ซึ่งช่วยป้องกันผิวหน้างานพิมพ์

ส่วนฐาน ผลิตจากอลูมิเนียมที่มีความแข็งแรง เนื้อหนา แต่มีน้ำหนักเบาอยู่ที่ประมาณ 3 – 4 กิโลกรัม

การออกแบบ Roll up

1. วางสิ่งสำคัญที่สุดเอาไว้ด้านบนสุด เนื่องจากด้านบนสุดของ Roll up มักจะอยู่ในระดับสายตาของผู้อ่านและเป็นจุดแรกๆที่ผู้อ่านจะให้ความสนใจมากที่สุด ดังนั้น ควรวางโลโก้ สโลแกนบริษัท รูปภาพผลิตภัณฑ์ หรือโปรโมชั่นใหม่ที่คุณต้องการจะบอกกล่าวแก่ผู้ที่พบเห็นไว้ด้านบนสุดเสมอ

2. เรียงลำดับให้ถูกต้อง ธรรมชาติของคนเรา มักจะกวาดสายตาจากบนลงล่าง และด้านซ้ายไปด้านขวา เพราะฉะนั้นเวลาที่ผู้อ่านแบบโปรดจำลำดับการเรียงเหล่านี้ไว้ให้ดี พยายามใช้คำให้น้อยและใช้คำที่มีความสำคัญเท่านั้น (เว้นแต่จะเป็นโรลอัพ ประเภทที่เอาไว้ใช้อธิบายข้อมูล)

3. ตรวจสอบรูปภาพ ก่อนที่จะสั่งผลิต Roll up ควรจะตรวจสอบรูปภาพให้แน่ใจก่อนว่ารูปภาพเหล่านั้นมีคุณภาพสูง ขึ้นต่ำควรใช้รูปภาพอย่างน้อย 300 dpi ขึ้นไปและตรวจสอบโหมดสีให้เป็น CMYK ก่อนเซฟ ข้อห้ามสำคัญในการทำรูปพวกนี้ คือ อย่าดาวน์โหลดภาพมาจากเว็บไซต์โดยตรง เนื่องจากไฟล์ภาพเหล่านั้นมักจะมีคุณภาพต่ำและบันทึกเป็นโหมด RGB

4. การใช้สีบน Roll up เป็นเรื่องที่สำคัญเป็นอย่างมาก การใช้สีที่ดีจะช่วยให้ ดึงดูดสายตาผู้อ่าน และได้รับความสนใจมากยิ่งขึ้น รูปภาพและข้อความบนโรลอัพทั้งหมดจะต้องชัดเจน อ่านง่าย และอย่าใช้สีที่ขัดแย้งกันกับโลโก้

5. ใส่ช่องทางการติดต่อ เบอร์โทรศัพท์ หรืออีเมล ช่องทางโซเชียลมีเดีย เช่น Facebook หรือ Youtube และที่สำคัญคือช่องทางการติดต่อจะต้องชัดเจน

ขนาด Roll up ต่างๆ

ตัว Roll up มีทั้งแบบที่มีฐานเป็นหลักหรืออะลูมิเนียม จะมีน้ำหนักเบา ถอดประกอบได้และสามารถเลือกพิมพ์ได้ทั้งด้านเดียว และพิมพ์สองด้าน

Roll up รุ่น Standard: โรลอัพผ้ารุ่น STANDARD ตัวฐานเป็นแบบสองข้างซ้าย-ขวา มี
น้ำหนักเบา ติดตั้งและพกพาง่าย เหมาะสำหรับนำไปใช้ออกงานอีเว้นท์



ภาพที่ 2.1 Roll up รุ่น Standard

แหล่งที่มา <https://adliteandfavbric.com/article/five-roll-up-design-techniques/>

Roll up รุ่น Steel Base: โรลอัพผ้ารุ่น Steel base ตัวฐานทำจากเหล็กเป็นรูปสี่เหลี่ยม โดย
โรลอัพแบบเหล็กนี้จะมีน้ำหนักฐานมากกว่าแบบแรก แต่ก็แลกมาด้วยความแข็งแรง เหมาะกับการ
นำไปติดตั้งในที่ที่มีลมแรง



ภาพที่ 2.2 Roll up รุ่น Steel Base

แหล่งที่มา <https://adliteandfavbric.com/article/five-roll-up-design-techniques/>

Roll up เหมาะสำหรับทั้งงาน Outdoor และ Indoor เนื่องจาก Roll up สามารถเก็บ ติดตั้ง และเคลื่อนย้ายได้ จึงสามารถใช้งานได้หลากหลายใช้เป็นป้ายประชาสัมพันธ์สินค้า แจ้างข้อมูลสินค้า และโปรโมชั่นได้ดีและครบถ้วนสามารถออกแบบป้ายให้โดดเด่นได้โดยไม่มีข้อจำกัด แต่ก็ไม่ควรใส่ข้อความ หรือรูปภาพที่แน่นจนเกินไป ควรเน้นข้อความ Keyword หรือภาพรูปสินค้าเป็นจุดสำคัญ ใช้เป็นป้ายให้ข้อมูลสถานที่ งานโชว์ นิทรรศการต่าง

2.5.5 หลักการทำคัทเอาท์ (Cut out)

ป้ายคัทเอาท์ (Cutout) คือ สื่อโฆษณากลางแจ้งประเภทชั่วคราวที่นิยมใช้สำหรับจัดกิจกรรม ส่งเสริมการขาย เช่น ป้ายโปรโมชั่นของบรรดาห้างร้าน โชว์รูมรถยนต์ งานแสดงสินค้า งานเทศกาล ประจำปี เป็นต้น เนื่องจากเป็นงานภายนอกอาคาร ป้ายคัทเอาท์ส่วนใหญ่จึงนิยมทำด้วยโครงไม้ติดแผ่น โวนิล เพราะสามารถทนแดด ทนฝน และสภาพดินฟ้าอากาศได้ดี เหมาะสำหรับโฆษณาตามริมถนน โดยจะติดตั้งตามถนนสายหลัก และบริเวณที่มีคนพลุกพล่าน ที่สามารถดึงดูดสายตาของผู้พบเห็นเวลาสัญจร ผ่านไปมา ป้ายคัทเอาท์จะมีลักษณะคล้ายกับป้ายกองโจร แต่มีขนาดใหญ่กว่า และมีหลากหลายขนาด ตามที่ลูกค้าต้องการ

ประเภทของป้าย

ป้ายโฆษณามีการแบ่งออกเป็นประเภทใหญ่ตามรูปแบบการนำไปใช้งาน ได้ 2 ประเภท ได้แก่

1. ป้ายสำหรับติดตั้งภายในอาคาร ส่วนใหญ่จะเป็นป้ายที่เน้นไปที่ความคมชัดของตัวป้าย เนื่องจากจะเป็นป้ายระยะใกล้หรือระยะสายตาของผู้บริโภคและ บางครั้งตัวป้ายจะมีรายละเอียดไม่มาก บางครั้งจะมีรายละเอียดของเนื้อหาค่อนข้างมาก ป้ายประเภทนี้ได้แก่ ป้ายสติ๊กเกอร์ตกแต่งร้าน ป้ายชื่อห้อง ป้ายชื่อร้าน ป้ายบอกทาง ป้ายเตือน ป้ายดิสเพลย์ ป้ายประชาสัมพันธ์ ป้ายกล่องไฟหน้าร้าน ป้ายแอลอีดี นีออนไลท์ ป้ายชื่อร้าน ป้ายที่ใช้ภายในอาคาร สามารถใช้วัสดุได้หลากหลาย เนื่องจากไม่มีปัญหาเกี่ยวกับสภาพอากาศภายนอก จึงทำให้สามารถตีไซน์วัสดุป้ายได้เกือบทุกชนิด เช่น แสตนเลส ซิงค์ ทองเหลือง ทองแดง ไม้ อะคริลิก พลาสวูด แผ่นลามิเนต สติกเกอร์ ฯลฯ

2. ป้ายสำหรับติดตั้งภายนอกอาคาร ป้ายประเภทนี้ส่วนมากจะเน้นป้ายขนาดใหญ่ และตัวป้าย ต้องมีความทนทานเป็นอย่างมาก วัสดุจะต้องมีความคงทน ทนต่อแสงแดด ทนต่อน้ำและฝน เนื่องจากตัวป้ายต้องสัมผัสกับสภาพอากาศ และสภาพแวดล้อมภายนอกตลอดเวลา ป้ายภายนอกนี้จะนิยมใช้ โฆษณาโปรโมชั่น หรือประชาสัมพันธ์ที่ใช้ข้อความสั้น กระชับ เข้าใจง่าย ป้ายประเภทนี้ได้แก่ ป้ายโครงเหล็กหน้าอาคาร ป้ายแผงตัวซี ป้ายตัวอักษรโลหะขนาดใหญ่ ป้ายบิลบอร์ด ป้ายแบนเนอร์ผนังตึก ป้ายทาวเวอร์ ป้ายเสาตั้ง ป้ายกล่องไฟขนาดใหญ่ ป้ายอลูมิเนียม ป้ายสแตนเลส เป็นต้น

ความสำคัญของป้าย

การทำโฆษณาในปัจจุบันนี้มีหลากหลายรูปแบบมากมาย มีทั้งประเภทที่ต้องใช้เงินลงทุนสูง เช่น การโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต ทางสังคมออนไลน์เช่น facebook twitter การโฆษณาทางทีวี วิทยุ ต่าง ๆ ซึ่งในปัจจุบันมีความสำคัญเป็นอย่าง ป้ายโฆษณาเป็นการโชว์ภาพลักษณ์ของสินค้า ถ้าออกแบบตรงใจ นักธุรกิจ หรือเจ้าของร้านค้า การทำสื่อโฆษณาแบบป้าย จะสามารถสร้างยอดขาย สินค้า ป้ายเข้าไปมีบทบาทในการทำธุรกิจ สามารถสร้างยอดขายให้แก่สินค้า ซึ่งป้ายโฆษณาที่เป็นที่นิยม อาทิเช่น ป้ายบิลบอร์ดตามถนน ป้ายคัทเอาท์ข้างทาง ป้ายไวนิลขนาดใหญ่ตามอาคารต่าง ๆ โดยเฉพาะบรรดาห้างสรรพสินค้า จะมีงบประมาณสัมพันธประเภทนี้แต่ละปีค่อนข้างสูงแต่ก็สร้างผลกำไรให้ลูกค้า

การออกแบบงานป้าย

การผลิตป้ายอันดับแรกที่ต้องทำการออกแบบป้าย มีความสำคัญในการทำงานเป็นอย่างมาก เพราะก่อนที่จะเริ่มต้นดำเนินการขั้นต่อไป ลูกค้าต้องสรุปหรือคอนเฟิร์มแบบและรายละเอียดป้ายก่อน เพื่อแก้ปัญหาการโต้แย้งกันในภายหลัง การออกแบบป้ายนั้นบางครั้งท่านอาจจะไม่มีความรู้ในงานออกแบบ หรือออกแบบไม่เป็น ไม่สวยงาม แต่การออกแบบโกดไลน์เบื้องต้น ก่อนจะทำป้ายนั้น ก็จะสามารถเพิ่มความสะดวกและรวดเร็วในการทำความเข้าใจ กับบรรดา ร้านป้ายต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี การออกแบบเบื้องต้นนั้นนิยมใช้ โปรแกรม Microsoft Word, Excel, Power Point ในการออกแบบเบื้องต้น อาจจะพิมพ์ข้อมูลเป็นข้อความ หรือลูกค้าบางท่านที่มีความรู้ในด้านงานออกแบบ อาจจะใช้โปรแกรมตระกูล Adobe เช่น Photoshop หรือ Illustrator ในการออกแบบ ก็จะสามารถช่วยย่นระยะเวลาในการสรุปรงานได้เป็นอย่างมาก ดังนั้นข้อเสนอแนะที่ดีที่สุดคือมีข้อมูลที่มากที่สุดที่จะหาได้ เพื่อเป็นข้อมูลดิบในการออกแบบงานเบื้องต้น เพื่อการดำเนินการผลิตหรือติดตั้งป้ายจะได้ดำเนินการไปได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง จะได้ป้ายที่สวยงามและตรงตามความต้องการ

2.5.6 หลักการทำ QR code

การใช้ QR code เป็นส่วนหนึ่งของการทำสื่อสมัยใหม่ที่เรียกว่า "New Media" ซึ่งหมายถึง การเข้าถึงเนื้อหาตามความต้องการ ทุกที่ทุกเวลาและทุกอุปกรณ์ โดย QR code เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและสะดวกขึ้น แต่การใช้ QR code ไม่ได้เป็นแนวคิดใหม่ เพราะ QR code ถูกคิดค้นขึ้นโดยบริษัท Denso Wave ของประเทศญี่ปุ่นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530 โดย QR code จะถูกนำไปใช้ในการเชื่อมโยงข้อมูลต่าง ๆ เช่น URL ข้อมูลผู้ติดต่อ ข้อมูลสินค้า เป็นต้น

QR code ย่อมาจาก Quick Response คือ สัญลักษณ์สี่เหลี่ยมที่ใช้เป็นสัญลักษณ์แทนข้อมูล ได้รับการพัฒนามาจากบาร์โค้ด 2 มิติ โดยบริษัท Denso-Wave จากประเทศญี่ปุ่นตั้งแต่ปี 1994 QR code สามารถใช้เก็บข้อมูลได้หลากหลายประเภท เช่น URL เบอร์โทรศัพท์ ความ QR code เป็น

เครื่องมือที่ช่วยให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและง่ายดายโดยไม่ต้องพิมพ์ URL หรือ ข้อมูล

QR code หรือ Quick Response Code คือ รหัสแบบสองมิติที่ใช้เพื่อเก็บข้อมูล เช่น ข้อความ ลิงก์เว็บไซต์ หรือข้อมูล โดย QR code สามารถสร้างได้ง่าย ผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือหรือ เว็บไซต์ที่สร้าง QR code ได้ฟรี เช่น QR Code Generator (<https://th.qr-code-generator.com>) และสามารถอ่าน QR code ได้ผ่านกล้องของโทรศัพท์มือถือที่ติดตั้งแอปพลิเคชันอ่าน QR code เช่น LINE, Facebook Messenger, Google Lens, Microsoft Lens และอื่น ๆ

QR code หรือ Quick Response code คือ รหัสแบบสองมิติที่ใช้สำหรับเก็บข้อมูล เช่น URL ของเว็บไซต์ ข้อความ หมายเลขโทรศัพท์ รหัส WiFi และบัญชีธนาคาร เป็นต้น โดยสามารถสแกน QR code ได้ผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือได้ง่าย เพื่อเข้าถึงข้อมูล ได้อย่างรวดเร็ว ในปัจจุบัน QR code ได้ถูกนำมาใช้ในการโปรโมทสินค้าและบริการ เช่น การใช้ QR code เพื่อสะสมแต้ม รับโปรโมชั่น พิเศษ หรือแม้กระทั่งให้ลูกค้าตอบแบบสอบถามเพื่อรับบัตรลดราคาหรือ Gift Voucher

2.5.7 หลักการทำสแตนดี้ (Standy)

สแตนดี้ (Standy) คือ ป้ายสติ๊กเกอร์ติดทับบนแผ่น PP BOARD หรือแผ่นฟิวเจอร์บอร์ด (แผ่น ลูกฟูก) มีทั้งแบบโดคัทและไม่โดคัท สามารถเลือกความหนาของแผ่น PP BOARD ได้ตั้งแต่ 3 มม. สแตนดี้ เป็นสื่อโฆษณาที่ได้รับความนิยมสูง เพราะมีราคาไม่แพง น้ำหนักเบา เคลื่อนย้ายสะดวก ใช้งานง่าย เหมาะสำหรับวางหน้างาน event ต่าง ๆ สามารถทำเป็นของขวัญหรือเอาไว้อัดรูปในโอกาส พิเศษต่าง ๆ เพราะฉะนั้นการเลือกใช้สแตนดี้ ก็ควรเลือกให้เหมาะสมกับงานและควรคำนึงถึงความ สะดวก เรียบง่ายต่อการใช้งาน

หลักการทำสแตนดี้ (Standy) คือการใช้สติ๊กเกอร์คุณภาพดี ริดทับบนแผ่น PP board คน ทั่วไปนิยมเรียกว่าแผ่น ฟิวเจอร์บอร์ด เพื่อให้ได้ป้ายสติ๊กเกอร์ติดทับบนแผ่น PP board หรือแผ่น ฟิวเจอร์บอร์ด (แผ่นลูกฟูก) ที่มีความหนาและขนาดขึ้นอยู่กับการใช้งาน

สแตนดี้ (Standy) เป็นอุปกรณ์โฆษณาที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์แบรนด์ สินค้า บุคคล หรือ บริการ ให้ดูโดดเด่น และน่าสนใจมากขึ้น โดยสามารถโดคัทได้เสมือนจริง เช่น สแตนดี้ รูปคน ขนาด เท่าคนจริง ดารา สแตนดี้ รูปสัตว์ต่าง ๆ สแตนดี้ แก้วกาแฟ ฯลฯ สำหรับการใช้งานของสแตนดี้ (Standy) จะขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของผู้ใช้งานว่าต้องการใช้งานเพื่ออะไร เช่น การใช้งานเพื่อ ประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการของร้านค้า

ข้อควรระวังในการใช้งานสแตนดี้ (Standy) คือ ต้องไม่เป็นสิ่งกีดขวางทางเดิน หรือทำให้ผู้อื่น ไม่สะดวกในการเคลื่อนไหวโดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีความแออัด เช่น ห้างสรรพสินค้า ห้องจัดเลี้ยง ห้อง

ประชุม ข้อเสียของการใช้งานสแตนด์ (Standby) คือ ไม่สามารถใช้งานได้ในพื้นที่ที่มีลมแรง หรือพื้นที่ที่มีความเปียกชื้น โดยเฉพาะในฤดูฝน

2.6 ทฤษฎีการใช้สี ในการออกแบบ

สีเป็นองค์ประกอบพื้นฐานในการออกแบบที่มีรายละเอียดที่กว้างขวางจึงได้มีการคิดค้นเป็นทฤษฎีสีไว้เฉพาะ สีไม่เพียงแต่ช่วยโน้มน้าวใจ ซึ่งแรงสิ่งที่ต้องการแสดงให้เห็นผลและเปลี่ยนอารมณ์เท่านั้น แต่สียังเป็นที่คุ้นเคยและรู้จักของผู้คนมาตั้งแต่เด็กจนกระทั่งเติบโตเป็นผู้ใหญ่ ความคุ้นเคยนี้ได้กลายเป็นความต้องการที่ขาดไม่ได้ การนำสีมาใช้ในนั้นทุกคนต่างก็สามารถใช้ได้ ไม่เพียงจำกัดอยู่ในแวดวงของบรรดาศิลปินหรือช่างเขียน หากยังรวมถึงผู้มิวิชาชีพอื่น ๆ ก็ยังต้องรู้จักการใช้สีด้วยเช่นกัน แต่การจะใช้อย่างผู้รู้จักใช้สีที่ดีนั้น ก็ควรจะต้องมีความรู้เรื่องของสีและการใช้สีเป็นพื้นฐานอยู่บ้าง เพื่อให้การใช้สีสร้างความมีคุณค่ายิ่งขึ้น ประกอบกับในการแบบสื่อสิ่งพิมพ์ให้เกิดความสวยงามนั้นนักออกแบบควรได้มีความรู้ความเข้าใจเพื่อใช้สีสำหรับการออกแบบและผลิตผลงานออกมาอย่างสวยงามและมีคุณค่าแก่สายตาของกลุ่มผู้อ่านจึงจำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทฤษฎีสีที่ครอบคลุมตั้งแต่ความหมายและความสำคัญของสี การเกิดสี ระบบของสี แนวคิดการใช้สีตามทฤษฎีสี องค์ประกอบของสี การรับรู้ความรู้สึกของกลุ่มสีแต่ละสี หลักการใช้สีสำหรับการสร้างสรรค์งานศิลปะและงานออกแบบต่าง ๆ ตลอดจนระบบการกำหนดสีโดยไม่ใช่และใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ ความหมายของสี

สี (color) หมายถึงลักษณะแสงสว่างปรากฏแก่ตาให้เห็นเป็นสีขาว ดำ แดง เขียว เป็นต้น นอกจากนี้สีแต่ละสียังเป็นสื่อเร้าให้เกิดความรู้สึกทางด้านอารมณ์ให้แตกต่างกันอีกด้วย (ราชบัณฑิตยสถาน, 2546) ดังนั้นสีจึงเป็นปรากฏการณ์ทางการมองเห็นโดยมีกำลังส่องสว่างของแสงที่ไปกระทบมวลวัตถุแล้วสะท้อนเข้าประสาทสัมผัสที่เรตินาในดวงตา และสมองแปลงสภาพการรับรู้ เกิดความเข้าใจตามที่ตกลงกันของมนุษย์ นอกจากนี้สีแต่ละสียังมีอิทธิพลในทางจิตวิทยาเป็นสื่อเร้าให้เกิดความรู้สึกทางด้านอารมณ์ของมนุษย์ เพราะการที่สมองทำการแปลและรับรู้ความรู้สึกของสี แต่ละสีของแต่ละคนนั้นแตกต่างกันไปบ้างทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์และการเรียนรู้ของคน ๆ นั้น ที่เคยเห็นสีมาก่อนหรืออาจมีสาเหตุมาจากความบกพร่องของสายตาในการรับคลื่นแสง เช่น คนตาบอดสี เป็นต้น ความสำคัญของสี

ทุกวันคนจะมองเห็นสีต่าง ๆ มากมายที่อยู่รอบตัว และคงต้องยอมรับว่า สีนั้นเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สร้างความสะดุดตาแก่ผู้ที่พบเห็น แม้ว่าตัวสีเองจะไม่ใช่ว่าสิ่งจำเป็นในชีวิตในด้านความเป็นอยู่ของมนุษย์ แต่ก็ยังมีอิทธิพลต่อการดำรงชีวิตประจำวันอย่างมาก คือสามารถแยกแยะสิ่งต่าง ๆ ได้ เช่น สัญญาณจราจรสีเขียวหมายถึงให้ไป สีแดงหมายถึงหยุด เป็นต้น ด้วยเหตุนี้สีจึงมีความสำคัญแตกต่าง

กันตามทัศนคติของบุคคลแต่ละสาขาอาชีพที่จะมองบทบาทของสีที่จะนำไปใช้ในสาขานั้น ๆ เช่น สีสำหรับนักวาดภาพจะหมายถึงเครื่องมือที่ช่วยในการถ่ายทอดประสบการณ์ของมนุษย์ ถ้าเป็นนักบริหารการตลาดจะใช้สีเป็นเครื่องมือช่วยกระตุ้นให้ลูกค้า หรือกลุ่มเป้าหมายเกิดความสนใจอยากที่จะซื้อสินค้า สำหรับการออกแบบทางการพิมพ์ สีจะช่วยสร้างอารมณ์ แยกแยะวัตถุ และบอกข้อมูลต่างๆ ได้ เช่น การใส่สีอ่อน เพื่อให้เกิดความรู้สึกสงบเงียบ การใส่กรอบสีเหลี่ยมสีล้อมรอบกลุ่มรูปภาพเพื่อที่จะแสดงให้เป็นกลุ่มเดียวกัน การพิมพ์ข้อความสีแดงเพื่อให้บอกเป็นคำเตือนให้ระวัง เป็นต้น ดังนั้นสีจึงช่วยเพิ่มความสำคัญให้กับงานออกแบบและผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ดังต่อไปนี้ (ผกา มาศ ผจญ แก้ว, 2543, หน้า 129)

1. ดึงดูดความสนใจจากผู้อ่านหรือผู้ที่ดู การดึงดูดความสนใจผู้อ่านนับเป็นวัตถุประสงค์หลักของการใช้สีในการออกแบบทางการพิมพ์ การใช้สีที่ให้เกิดความแตกต่างเป็นหลักการอันแรกที่จะใช้ ดึงดูดความสนใจได้แต่จะต้องใช้กับองค์ประกอบสำคัญที่สุดที่ต้องการเน้นและจัดวางอย่างเหมาะสม เช่น การใช้สีมากเกินไป และการจัดวางอย่างกระจัดกระจายจะทำให้กลายเป็นการเบี่ยงเบนความสนใจจากข้อมูลซึ่งต้องการสื่อสารได้

2. สร้างความสัมพันธ์หรือความรู้สึกตามสภาวะการณ์จริง โดยธรรมชาติมนุษย์มักจะนึกถึงสีต่าง ๆ ให้เกี่ยวข้องกับสภาวะของสิ่งของต่าง ๆ ที่มีสีนั้น เช่น เนื้อสดที่ดีจะมีสีแดง ถ้าปรากฏเป็นสีเขียว เรียกว่าเนื้อชิ้นนั้นไม่สด การพิมพ์ภาพดังกล่าวเป็นภาพสีก็จะเพิ่มความรู้สึกต่อสภาวะความเป็นจริงได้ ให้ความสมจริงจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้น นอกจากนี้ยังสามารถใช้บ่งบอกความรู้สึกร้อนหรือเย็น ความเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการ อย่างไรก็ตาม ความรู้สึกเกี่ยวข้องกับสีที่ใช้นี้อาจไม่ชัดเจนแน่นอน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวิจารณ์ญาณและประสบการณ์ของแต่ละบุคคล

3. ช่วยให้จดจำได้ง่าย การอธิบายบางสิ่งบางอย่างในเนื้อหา บางครั้งอาจใช้สีประกอบในการอ้างอิงถึง เนื่องจากสีสามารถที่ช่วยนักสื่อสารให้สื่อสารข้อมูลข่าวสารได้ดีและผู้รับสารสามารถจำข้อมูลข่าวสารนั้นได้ง่ายขึ้น เช่น นักโฆษณา มักใช้สีที่ผู้มองเห็นได้ง่าย เช่น สีเหลืองหรือสีแดง และการใช้สีนั้นซ้ำทุกครั้งก็จะเป็นการสร้างสื่อสัญลักษณ์ประจำให้กับสินค้านั้นได้ นอกจากนี้ยังเป็นการบ่งบอกว่าสีส่วนไหนที่ควรจะอ่านก่อนหลัง เช่น การใส่ข้อความที่จะให้อ่านก่อน ลงกรอบสี หรือพิมพ์ข้อความเป็นสี

4. สร้างบรรยากาศที่พึงพอใจ โดยต้องเลือกใช้สีตามหลักการออกแบบ เช่น ความสมดุล ความกลมกลืน ความแตกต่าง และจังหวะ เป็นต้น การที่ทำให้องค์ประกอบศิลป์ดูมีการเคลื่อนไหว เช่น การใช้สีส้มและสีน้ำเงินอยู่ด้วยกันจะดูกลมกลืน แต่การใช้สีที่ผิดพลาดอาจจะทำให้แยกว่าการไม่ใช้สีเลยก็ได้

5. รวมหรือแยกกลุ่มเนื้อหา บางครั้งสีอาจจะใช้ในการรวมเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกันเข้าด้วยกันและแยกกลุ่มเนื้อหาที่ต่างกันออกจากกัน เช่น สร้างกรอบพื้นสกรีนสีสำหรับข้อความ หรือพิมพ์พื้นหลังที่วางภาพเป็นสี เพื่อจัดให้เป็นกลุ่มเรื่องเดียวกัน นอกจากนี้ยังใช้สีในการแยกส่วนต่าง ๆ ของข้อมูลในแผนภูมิ

หรือกราฟ เพื่อให้สามารถเข้าใจในข้อมูลชัดเจนขึ้น หรือใช้สีจัดระบบหัวข้อของเนื้อหา เช่น การใช้สีเป็นรหัสของหน่วยต่าง ๆ ของข้อมูลในหนังสือคู่มือ หรือในเอกสารการฝึกอบรม เป็นต้น

การเกิดสี

การเกิดสีเป็นปรากฏการณ์ทางธรรมชาติที่เกิดจากการกระเจิง การสะท้อนกลับ และการดูดกลืนของคลื่นแสง เมื่อคลื่นแสงเดินทางผ่านหรือกระทบวัตถุใดวัตถุหนึ่งไม่ว่าจะอยู่ในบรรยากาศของโลกหรือสุญญากาศนอกโลกโดยคลื่นแสงมีความยาวคลื่นแสงอยู่ช่วงระหว่าง 400-700 นาโนเมตร และการที่มนุษย์เกิดการมองเห็นสีเป็นสีที่แตกต่างกันได้นั้นมาจาก 2 วิธี ดังนี้ (สี แสงอินทร์, 2546, หน้า 29)

1. การเกิดสีแบบเติมเต็ม (additive method) เป็นการผสมผสานกันของแม่สีแสง 3 สี เท่านั้น คือ สีน้ำเงิน สีเขียว และสีแดง ทั้งที่ในความเป็นจริงนั้นมนุษย์รู้จักสีในธรรมชาติกันดีคือ สีรุ้ง อันประกอบด้วยแถบสี 7 สี และการเกิดสีในลักษณะนี้ได้นำไปใช้ผลิตภาพสีบนจอโทรทัศน์

2. การเกิดสีแบบหักลบ (subtractive method) เป็นการผสมสีที่เกิดจากสารสีหรือวัตถุโปร่งใสที่มีสีมาซ้อนกันทำให้เกิดสีใหม่ หลักการนี้จะมีแม่สี 3 สีคือ สีเหลือง สีม่วงแดง และสีน้ำเงินเขียว ซึ่งจะพบได้จากตัวอย่างของสีสิ่งพิมพ์ ภาพระบายสี ฟิล์มสี และภาพขยายสี เป็นต้น

การผลิตสีแบบเติมเต็มสามารถให้ขอบเขตของสีกว้างและมีความบริสุทธิ์มากกว่าการผลิตสีแบบหักลบ เพราะการผลิตสีแบบหักลบมีข้อจำกัดหลายประการ เช่น สารสีหรือผงสีที่ใช้ในฟิล์มหรือหมึกพิมพ์ไม่มีคุณสมบัติการดูดกลืนและสะท้อนของแสง คุณสมบัติทางแสงของกระดาษที่นำมาใช้พิมพ์ไม่ดีเท่าที่ควร ได้แก่ ความมันวาว ความขาว ความสว่าง และการดูดกลืน การสะท้อนแสง ด้วยเหตุนี้จึงมีความแตกต่างกันระหว่างสีบนจอโทรทัศน์ บนฟิล์มสไลด์บนกระดาษขยายรูปสี และในงานสีสิ่งพิมพ์ระบบของสี

การที่มนุษย์มองเห็นสีต่าง ๆ ได้ เกิดจากการรับรู้แสงซึ่งเป็นพลังงานรูปหนึ่งแผ่รังสีในรูปสเปกตรัมแม่เหล็กไฟฟ้า (electromagnetic spectrum) โดยตาของมนุษย์สามารถมองเห็นแสงในช่วงคลื่นที่อยู่ระหว่าง 390-700 นาโนเมตร แสงอัลตราไวโอเล็ต (UV เป็นแสงที่มีคลื่นสั้น (ค่ากว่า 390 นาโนเมตร) มนุษย์จึงไม่สามารถมองเห็นได้ และแสงอินฟราเรดเป็นแสงที่มีคลื่นยาว (สูงกว่า 700 นาโนเมตร) มนุษย์ไม่อาจมองเห็นได้เช่นกัน การที่เราสามารถมองเห็นเป็นสีต่าง ๆ ให้เนื่องจากวัสดุดูดกลืนช่วงแสงสีหนึ่งไว้ และสะท้อนสีตรงข้ามให้ตามนุษย์มองเห็น ตัวอย่างเช่นพืชสังเคราะห์สีเขียวที่เรียกว่า "คลอโรฟิลล์" สามารถดูดกลืนช่วงแสงสีแดงได้ดีที่สุด และสะท้อนแสง สีเขียวของสเปกตรัมออกมา และการที่มนุษย์มองเห็นใบไม้เป็นสีเขียวได้จำเป็นต้องมีแสงสว่าง ไม่เช่นนั้นเราจะเห็นแค่สีดำเท่านั้น ในการสร้างสรรค์เกี่ยวกับสีของมนุษย์พบว่ามีความทางในการใช้เป็น 2 ระบบดังนี้

1. ระบบสีแสง (light color)

ระบบสีแสงหรือสีฟิสิกส์เกิดขึ้นเมื่อปี ค.ศ. 1660 โดยเซอร์ไอแซคนิวตัน (Isaac Newton) ได้ทำการทดลองให้แสงจากดวงอาทิตย์ส่องลอดช่องและผ่านแท่งแก้วสามเหลี่ยม (prism) แสงที่ตกกระทบบนจอจะเกิดเป็นสีรุ้ง (spectrum) ประกอบด้วยแถบสี 7 สี แต่ตาของมนุษย์รับรู้ได้ 6 สี ได้แก่ สีม่วง สีน้ำเงิน สีเขียว สีเหลือง สีแสด และสีแดง นักวิทยาศาสตร์สาขาฟิสิกส์ได้ศึกษาต่อไปว่าในจำนวนสีทั้ง 6 สี สามารถกำหนดเป็นแม่สีได้ 3 สี ได้แก่ สีแดง สีเขียว และสีน้ำเงิน เมื่อนำแม่สีมาผสมกันแต่ละคู่จะได้สีขั้นที่ 2 ดังนี้ (Adams & David)

สีแดง	ผสมสีเขียว	จะเป็นสีเหลือง
สีเขียว	ผสมสีน้ำเงิน	จะเป็นสีฟ้า
สีน้ำเงิน	ผสมสีแดง	จะเป็นสีแดงอมม่วง

ถ้านำแม่สีทั้งสามมาผสมกันจะได้สีขาว การผสมสีในระบบนี้เรียกว่า "การผสมสีเชิงบวก" (additive color mixture) ประโยชน์ของการใช้สีระบบนี้สามารถนำมาใช้ในเรื่องของการจัดไฟ ตกแต่งเวที การอัดขยายภาพสี การพิมพ์ภาพสี เป็นต้น



ภาพที่ 2.3 แสงขาวและสเปกตรัมของสี
แหล่งที่มา (พงษ์ศักดิ์ ไชยทิพย์ 2544. หน้า 33)

2. ระบบสีวัตถุธาตุ (pigment color)

ระบบสีวัตถุธาตุ หรือระบบสีทางเคมี เป็นระบบสีที่เกิดจากการผสมด้วยเนื้อของสีโดยการระบายลงบนวัสดุรองรับสี เช่น กระดาษ ผ้า ไม้ เป็นต้น สีประเภทนี้ได้แก่ สีน้ำ สีฝุ่น สีน้ำมัน สีอะคริลิก เป็นต้น สีในระบบนี้จะเกี่ยวข้องกับการผลิตกราฟิก ประกอบด้วย แม่สีหรือสีขั้นหนึ่ง (primary color) จำนวน 3 สี ได้แก่ สีแดง (crimson red) สีเหลือง (gamboge tint) และสีน้ำเงิน (prussian blue) ซึ่งคุณสมบัติของแม่สีนั้นจะเป็นสีที่ไม่สามารถหาสีอื่นใดมาผสมให้เกิดเป็นแม่สีได้ แต่แม่สีนั้นสามารถที่จะผสมให้เกิดเป็นสีอื่น ๆ ได้ ดังนั้นเมื่อนำแม่สีมาผสมกันเป็นคู่ ๆ จะได้สีขั้นที่สอง (secondary color) จำนวน 3 สี ได้แก่ สีส้ม สีเขียว และสีม่วง



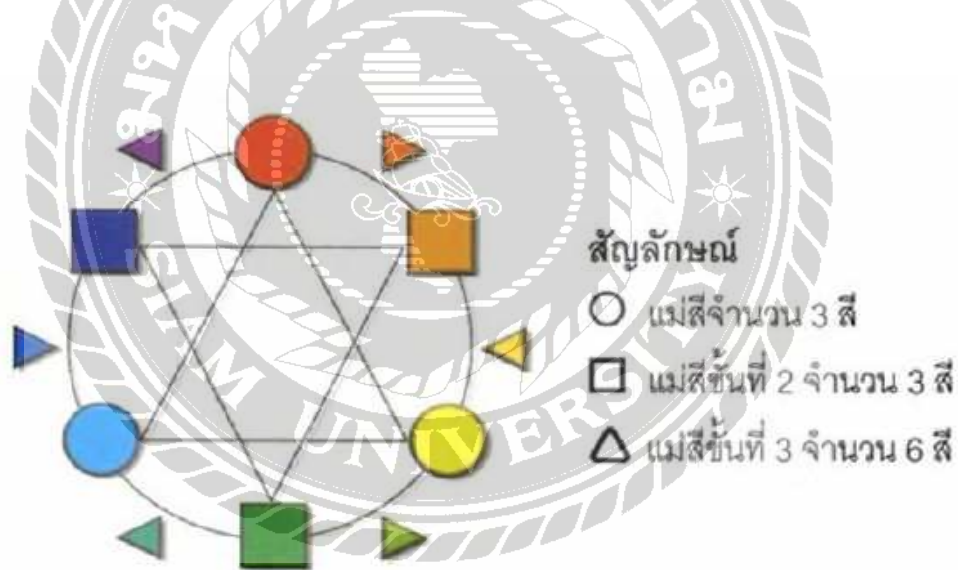
ภาพที่ 2.4 แม่สี ขั้นที่ 1 หรือสีปฐมภูมิ และสีขั้นที่ 2 หรือสีทุติยภูมิ
แหล่งที่มา wisemention.com

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสี

จากระบบสีทั้งสองระบบทำให้นักออกแบบและศิลปินต่างพากันหาทางกำหนดทฤษฎีการใช้สี เพื่อให้เกิดความสะดวกต่อการออกแบบหลายทัศนะ ดังนี้

ทฤษฎีสีของแปรัง (Prang's theory)

เป็นการพัฒนาระบบสีวัตถุธาตุ โดยนำแม่สีมาผสมกันเกิดเป็นสีขั้นที่สอง และเมื่อนำสีขั้นที่สอง มาผสมกับสีขั้นที่หนึ่งอย่างละ 50 % จะทำให้เกิดเป็นสีขั้นที่สามขึ้นอีก 6 สี เช่น นำสีแดงมาผสมกับสีส้ม ทำให้เกิดเป็นสีส้มแดง นำสีแดงมาผสมกับสีม่วงทำให้เกิดสีม่วงแดง นำสีเหลืองมาผสมกับสีส้มทำให้เกิด สีส้มเหลือง นำสีเหลืองมาผสมกับสีเขียวทำให้เกิดเป็นสีเขียวเหลือง นำสีน้ำเงินมาผสมกับสีม่วงทำให้เกิด เป็นสีม่วงน้ำเงิน นำสีน้ำเงินผสมกับสีเขียวทำให้เกิดสีเขียวน้ำเงิน ซึ่งเมื่อรวบรวมจำนวนสีขั้นที่หนึ่ง ขั้นที่ สอง และขั้นที่สามแล้วจะมี 12 สี หรือที่เรียกกันว่า "วงล้อสีธรรมชาติ" (color wheel) หากนำแม่สีทั้ง 3 สี คือสีแดง สีเหลือง และสีน้ำเงินมาผสมในอัตราส่วนเท่ากันก็จะเกิดสีกลาง (neutral color) ขึ้น สี กลางนี้นิยมนำไปผสมกับสีอื่นแทนสีดำ เพื่อให้เกิดเป็นสีแก่หรือสีเข้มขึ้นได้



ภาพที่ 2.5 ทฤษฎีสีของแปรัง (Prang 's theory)

แหล่งที่มา (พงษ์ศักดิ์ ไชยทิพย์. 2544. หน้า 36)

องค์ประกอบของสี

สีแต่ละสีย่อมประกอบด้วยองค์ประกอบต่อไปนี้ (พงษ์ศักดิ์ ไชยทิพย์, 2544, หน้า 33)

1. ตัวสี (hue) เป็นลักษณะความแตกต่างของสี ซึ่งย่อมแตกต่างกันไปตามความถี่ของคลื่นแสง เช่น สีแดง สีเหลือง สีน้ำเงิน เป็นต้น ลักษณะของตัวสีนี้ถือได้ว่าเป็นมิติที่ 1 ของสี

2. ค่าของสี (value) หมายถึง ความสว่างความมืดของแต่ละสี โดยทั่วไปจะกำหนดไว้เป็น 10 ระยะตั้งแต่ 0-10 ค่าของสีระยะ 0 จะเป็นสีดำ และระยะ 10 จะเป็นสีขาว ในธรรมชาติเมื่อนำลูกบิลเลียดสีเขียวมาวางไว้ในส่วนที่รับแสงจ้าที่สุดจะเห็นลูกบิลเลียดเป็นสีขาว แต่ถ้าเราค่อย ๆ ปิดห้องให้มีมืดลงทีละน้อยสีเขียวของลูกบิลเลียดนั้นจะค่อย ๆ คล้ำลงจนเมื่อไม่มีแสงสว่างเลยลูกบิลเลียดนั้นจะเป็นสีดำ ในการผสมสีเพื่อให้เกิดค่าของสีจากตัวสีอาจใช้สีขาวค่อย ๆ ผสมให้ตัวสีจางลงจนกระทั่งขาว สีในลักษณะนี้เรียกว่า "สีทินต์" (tint) และอาจใช้สีดำผสมสีให้ค่อย ๆ คล้ำลงจนเป็นสีดำเรียกว่า "สีเฉด" (shade) ค่าของสีนี้ถือได้ว่าเป็นมิติที่ 2 ของสี

3. ความเข้มของสี (chroma) ความเข้มของสีจะมีระดับใดนั้นขึ้นอยู่กับว่าตัวเนื้อสีสามารถสะท้อนความเข้มออกมาได้มากน้อยเพียงไร โดยสามารถวัดออกมาเป็นตัวเลขได้ตั้งแต่ 1-24 ไปตามลำดับ ยิ่งตัวเลขสูงสีนั้นจะมีความเข้มมาก คุณสมบัติของสีแต่ละสีจะให้ความเข้มได้ไม่เท่ากัน นับเป็นมิติที่ 3 ของสีการที่ผู้ออกแบบจะกำหนดให้สีแต่ละสีมีความสมดุลกัน จำเป็นจะต้องคำนวณจากความสัมพันธ์ระหว่าง พื้นที่ของสี x ค่าของสี x ความเข้มของสี โดยแต่ละสีจะต้องมีตัวเลขที่เท่ากัน การใช้สีดังกล่าวจึงเกิดความสมดุลได้ นอกจากนี้การที่มนุษย์จะรับรู้เรื่องสีได้นั้นย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายด้าน อาทิ อัตราการสะท้อนแสงของวัตถุ เช่น วัตถุที่มีผิวเรียบย่อมสะท้อนความสดใสของสีได้ดีกว่าวัตถุผิวหยาบ ความเข้มของแสงสว่างที่สะท้อนวัตถุก็มีผลต่อการรับรู้ เช่น แสงสว่างที่มากย่อมให้สีที่สดใสกว่าแสงสว่างน้อย เป็นต้น ดังนั้นผู้ออกแบบจึงจำเป็นต้องศึกษา ถึงองค์ประกอบของสี ตลอดจนปัจจัยในการมองเห็นสี เพื่อผลในการออกแบบงานศิลปะและสื่อสิ่งพิมพ์อย่างมีประสิทธิภาพ

การใช้สีตามหลักการออกแบบ

ในการออกแบบงานพิมพ์สีต่าง ๆ ที่เลือกนำมาใช้อยู่ด้วยกันควรจะประสานกันได้ดีเพื่อให้ผู้มองเห็นโดยทั่วไปไม่รู้สึกขัดสายตาและความคิด แต่การที่จะสามารถเลือกสีต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพได้นั้น ไม่มีกฎตายตัวเพียงต้องอาศัยประสบการณ์ และความเข้าใจรสนิยมของกลุ่มเป้าหมาย การนำไปใช้จึงต้องขึ้นกับวิจารณ์ญาณของนักออกแบบที่จะประยุกต์ใช้ในงานออกแบบนั้น ๆ และควรคำนึงถึงความเหมาะสมด้วย โดยปกติการใช้สีในการออกแบบทางการพิมพ์สามารถพิจารณาเลือกใช้ได้เป็น 2 ลักษณะ คือ การใช้สีตามหลักการออกแบบโดยที่สีต่าง ๆ ซึ่งเลือกมาใช้อยู่

ด้วยกันมาผสมผสานกันได้ดี และการใช้สีเพื่อสื่อถึงความรู้สึกถึงผู้มองให้คล้อยตามเจตนารมณ์ของผู้ออกแบบ ซึ่งการกำหนดสีสำหรับงานพิมพ์จะต้องไม่ทำให้เกิดปัญหาตามขั้นตอนต่าง ๆ ในกระบวนการพิมพ์ และเมื่อพิมพ์ออกมาแล้วจะต้องสามารถสื่อความหมายถึงผู้อ่านตามความต้องการได้ ดังนั้นการเลือกใช้สีก็มีหลักการเช่นเดียวกับการจัดวางองค์ประกอบก็คือ การใช้สีกลมกลืน (color harmony) การให้สีแตกต่างหรือการใช้สีตัดกัน (color contrast) และการใช้สีสมดุล (color balance)

1. การใช้สีกลมกลืน

สำหรับการใช้สีในการออกแบบเพื่อให้เกิดความกลมกลืน ก็คือ การพิจารณาความสัมพันธ์ของสีต่าง ๆ ที่จะเลือกนำมาใช้ว่ามีความสัมพันธ์ใกล้เคียงกันโดยไม่มีสีใดโดดเด่นแยกจากสีอื่น ๆ การใช้สีกลมกลืนมีหลายวิธีดังนี้

1.1 การใช้สีสันเดียว (monochromatic scheme) เป็นการใช้สีแท้เพียงสีเดียวในการออกแบบ หลักการนี้เป็นพื้นฐานที่ง่ายที่สุดในการสร้างความกลมกลืน การใช้สีสันเดียนี้อาจทำได้หลายลักษณะ เช่น

1.1.1 การใช้สีแท้ที่มีความสว่างสีและความอิ่มตัวสีที่ค่าเดียว แต่อาจมีการใช้สีขาวหรือสีดำช่วย เช่น การพิมพ์ตัวอักษรหรือภาพสีดำ ด้วยสีแท้บนพื้นหลังสีดำหรือสีขาว เป็นต้น แต่การเลือกสีที่ใช้กับสีดำหรือสีขาวนั้นก็ต้องเลือกสีที่ไปด้วยกันได้ ส่วนใหญ่สีเกือบทุกสีจะไปได้กับสีขาว ยกเว้นสีที่มีความสว่างสูง เช่น สีเหลือง และสีที่จะเลือกใช้กับสีดำไม่ควรเลือกสีที่มีความสว่างสีต่ำ เช่น สีน้ำเงินคล้ำ

1.1.2 การใช้สีแท้สีเดียวแต่เปลี่ยนความสว่างและความอิ่มตัวสีให้แตกต่างกันหลายระดับ โดยการผสมสีขาว สีเทา หรือสีดำ ซึ่งมีความกลมกลืนด้วยสีสันของตัวเองนี้จะให้ความกลมกลืนได้มากที่สุด แต่ขณะเดียวกันก็อาจจะทำให้น่าเบื่อได้ง่ายเช่นกัน นักออกแบบอาจใช้วิธีอื่น ๆ ช่วยให้งานออกแบบน่าสนใจมากขึ้น เช่น การใช้สีที่มีความสว่างหรือความอิ่มตัวสีหลายระดับ ตั้งแต่ระดับสูงสุดจนถึงระดับต่ำสุด การเพิ่มสีใดสีหนึ่งสำหรับใช้พิมพ์เป็นพื้นที่ส่วนน้อยให้ดูเด่นขึ้น หรือการเพิ่มสีใดสีหนึ่งให้พิมพ์ไปทั่วภาพ

1.2 การใช้สีใกล้เคียงกัน (analogous scheme) เป็นการสร้างความกลมกลืนโดยเลือกใช้สีที่คล้ายคลึงหรือใกล้เคียงกัน การเลือกสีใกล้เคียงกันอาจเลือกจากสีที่อยู่เรียงติดกันในแถบสีสเปกตรัม หรือเลือกจากวงล้อสีที่ใช้ในงานศิลปะ ซึ่งหากพิจารณาวงล้อสีตามทฤษฎีและการผสมสีทางเนื้อสีของศิลปะ สีที่เรียงติดกันเป็นสีใกล้เคียงกัน เช่น สีเหลืองส้ม สีเหลือง และสีเหลืองเขียว ทั้งสามสีมีสีหนึ่งที่ร่วมกันอยู่ คือสีเหลือง ทำให้เมื่อนำมาใช้ร่วมกันแล้วดูกลมกลืนกัน ถ้าใช้สีส้มและสีเขียวเพิ่มเข้าไป สีทั้งห้าสีนั้นเรียงต่อกันซึ่งถือว่าเป็นสีใกล้เคียงกัน แม้ว่าสีส้มและสีเขียวจะมีสีเหลืองเป็นสีร่วมกัน

เช่นกัน แต่ถ้าพิจารณาให้ถี่แล้วสีส้มจะมีสีแดงเป็นส่วนผสมที่มากขึ้นกว่าสีเหลืองส้ม และสีแดงเป็นสีคู่ตรงข้ามของสีเขียว อาจทำให้สีในกลุ่มนี้มีความกลมกลืนน้อยลง ดังนั้นการเลือกใช้สีใกล้เคียงกันไม่ควรเลือกสีที่เรียงติดกันมากเกินไป 1 ใน 3 ของจำนวนสีที่แสดงในวงล้อสี เช่น วงล้อสีที่ใช้นี้มี 12 สี นั่นคือสีใกล้เคียงกันที่น่าจะนำมาใช้ได้ไม่ควรเกิน 4 สี หากใช้มากกว่านี้ความกลมกลืนของสีอาจแปรเปลี่ยนเป็นความแตกต่างก็ได้ และการเลือกใช้สีใกล้เคียงกันบางครั้งอาจทำให้ผลงานการพิมพ์น่าเบื่อหน่าย ไม่น่าสนใจ นักออกแบบผู้มีความชำนาญจึงอาจใช้เทคนิคอื่นช่วยให้งานพิมพ์นั้นดูน่าสนใจขึ้น เช่น การเปลี่ยนความสว่างสีและความอิ่มตัวของสีใกล้เคียงกันให้เป็นสีต่าง ๆ การเน้นสีใดสีหนึ่งให้เป็นสีเด่น การใช้สีนั้นพิมพ์เป็นพื้นที่ขนาดใหญ่กว่าพื้นที่ของสีอื่น การใช้สีที่มีความสว่างสีต่ำบนพื้นหลังของสีอื่นที่มีความสว่างสีสูง หรือการใช้สีที่มีความสว่างสีสูงบนพื้นหลังของสีอื่นที่มีความสว่างสีต่ำ เป็นต้น

1.3 การใช้สีวรรณะเดียวกัน (tone harmony scheme) ในวงล้อสี จะสามารถแบ่งสีได้เป็น 2 วรรณะ คือวรรณะร้อน (warm tone) ซึ่งเป็นสีที่มีสีเน้นหนักไปทางสีแดง ได้แก่ สีม่วงแดง สีแดง สีส้มแดง สีส้ม สีส้มเหลือง และวรรณะเย็น (cool tone) ซึ่งเป็นสีที่มีสีเน้นหนักไปทางสีน้ำเงิน ได้แก่ สีเขียวอ่อน สีเขียว สีเขียวน้ำเงิน สีน้ำเงิน สีน้ำเงินม่วง ส่วนสีเหลืองและสีม่วงเป็นสีกลางที่จะอยู่ได้ทั้งสองวรรณะ ทั้งนี้ขึ้นกับสีอื่นซึ่งจะนำมาใช้ร่วมกับการเลือกใช้สีที่อยู่ในกลุ่มวรรณะเดียวกัน จะให้ความรู้สึกไปในทิศทางเดียวกัน กลมกลืนกัน แต่ผลงานของการออกแบบถ้าดูจิตซีดไป ก็อาจจะสร้างความขัดแย้งในบางจุดที่เหมาะสม เพื่อช่วยให้งานออกแบบน่าดูยิ่งขึ้น เช่น ถ้าในส่วนใหญ่ของภาพเลือกใช้สีวรรณะร้อนอาจใช้สีตรงข้ามที่อยู่ในวรรณะเย็นมาทำให้เป็นสีอ่อนซึ่งมีความสว่างสีสูงขึ้นมาเติมในบริเวณส่วนน้อยบางส่วน ไม่เกิน 10 เปอร์เซ็นต์ของงานออกแบบ ก็อาจจะทำให้งานนั้นน่าสนใจมากขึ้น

2. การใช้สีแตกต่าง

การใช้สีแตกต่างเป็นการใช้สีต่างกันเพื่อให้ตัดกัน ทำให้งานออกแบบน่าสนใจตื่นเต้น ความแรงของการตัดกันจะขึ้นกับความแตกต่างของสีที่เลือกใช้ การทำให้สีแตกต่าง สามารถทำได้หลายวิธี ดังนี้

2.1 การใช้สีคู่ตรงข้าม (complementary contrast) สีคู่ตรงข้ามเป็นสีที่อยู่ตรงข้ามกันในวงล้อสี เช่น สีเขียวเป็นสีคู่ตรงข้ามกับสีแดง สีที่ตรงข้ามกันมาอยู่ด้วยกันจะให้ความรู้สึกตื่นเต้นเร้าใจ สีคู่ตรงข้ามที่เป็นสีปฐมภูมิกับสีทุติยภูมิจะตัดกันรุนแรงกว่าสีคู่ตรงข้ามที่เป็นสีตติยภูมิ เช่น สีแดงกับสีเขียวจะตัดกันรุนแรงกว่าสีส้มแดงกับสีเขียว น้ำเงิน สำหรับสีที่อยู่ในทิศทางตรงกันข้ามในวงล้อสี มี 6 คู่ ได้แก่

สีม่วง

ตรงกันข้ามกับ

สีเหลือง

สีเขียว	ตรงกันข้ามกับ	สีแดง
สีน้ำเงิน	ตรงกันข้ามกับ	สีส้ม
สีม่วงแดง	ตรงกันข้ามกับ	สีเขียวเหลือง
สีส้มเหลือง	ตรงกันข้ามกับ	สีม่วงน้ำเงิน
สีส้มแดง	ตรงกันข้ามกับ	สีเขียวน้ำเงิน

สีตรงกันข้าม หรือ "สีคู่ปฏิปักษ์" นี้จะมีความขัดแย้งกันอย่างรุนแรง ถ้านำมาใช้เข้าด้วยกัน ผู้ดูจะเกิดความรู้สึกขัดแย้งและไม่น่าสนใจ ผู้ออกแบบจึงควรหลีกเลี่ยงการนำสีตรงกันข้ามมาใช้ด้วยกันในลักษณะตรง ตัวอย่าง เช่น ไม่ควรใส่เสื้อสีแดง และนุ่งกระโปรงสีเขียว เป็นต้น แต่ในทางตรงข้ามถ้าผู้ออกแบบนำสีตรงกันข้ามมาใช้ด้วยกันอย่างมีระบบและหลักการแล้ว การใช้สีตรงกันข้ามนั้นกลับจะทำให้งานออกแบบมีคุณค่า และน่าสนใจยิ่งกว่าการใช้คู่ประกอบอื่น ๆ เพราะการใช้สีแตกต่างกันนั้นต้องคำนึงถึงการใช้สีตัดกันที่กลมกลืน (harmony of contrast) ในสายตาผู้ดูด้วย สีคู่ตรงข้ามที่มีความอึมครึมมาอยู่ด้วยกันอาจทำให้ดูขัดแย้งกันเกินไป เพราะแต่ละสีจะแยงความสนใจไปจนผู้ดูไม่เห็นจุดเด่นที่นักออกแบบต้องการสื่อ ดังนั้น การใช้สีที่ตัดกันแล้วทำให้ดูกลมกลืนได้นั้นมีหลายวิธีดังนี้

- 2.1.1 การใช้สีที่มีความอึมครึมเท่ากัน จะใช้ในปริมาณพื้นที่ต่างกัน โดยเลือกสีใดสีหนึ่งเป็นสีเด่น ก็ใช้สีนั้นในพื้นที่ที่น้อยกว่าด้วยอีกสีหนึ่ง
- 2.1.2 การลดความอึมครึมของสีใดสีหนึ่งที่ไม่ต้องการให้เด่นลง
- 2.1.3 การลดความอึมครึมของทั้งสองสีลงเพื่อลดความแรงของการตัดกันของสี
- 2.1.4 การใช้สีทั้งสองสีในระดับน้ำหนักสีต่าง ๆ เพื่อลดความแรงของการตัดกันของสีแท้
- 2.1.5 การใช้สีขาวและหรือสีดำช่วยแทรกระหว่างสีคู่ตรงข้ามจะช่วยลดความแตกต่างระหว่างสองสีได้
- 2.1.6 การใช้สีตรงกันข้าม ในปริมาณที่สีข้างหนึ่ง ชนะสีอีกข้างหนึ่ง ในอัตรา 80% ต่อ 20 % ตัวอย่าง เช่น ใช้สีน้ำเงินในพื้นที่ส่วนใหญ่ และใช้สีส้มในพื้นที่ส่วนน้อยบริเวณจุดแห่งความสนใจ
- 2.1.7 การลดความสดใสของสีตรงกันข้าม การลดความสดใส หรือ การฆ่าสี (color brake) เป็นการทำให้สีแท้หม่นหมองลง โดยการผสมสีตรงกันข้ามลงไปนสีแท้ ตัวอย่างเช่น ต้องการลดความสดใสของสีแดงจะต้องนำสีเขียวที่อยู่ตรงกันข้ามผสมลงในสีแดงเล็กน้อยจะทำให้สีแดง

นั้นหม่นลง สีตรงกันข้ามที่ลดความสดใสลงนั้นสามารถนำมาใช้เข้าด้วยกันโดยไม่เกิดความรู้สึกขัดแย้ง นอกจากนี้การลดความสดใสของสียังนำไปใช้แสดงถึงสีส่วนที่เป็นเงาของวัตถุที่อยู่ระยะไกลได้

2.1.8 การใช้สีขาวผสมลงในสีแท้ การผสมสีขาวหรือการทำสีทึบนั้นนับเป็นการลดความเข้มหรือความสดใสของสีแท้ลง สีตรงกันข้ามที่ผสมด้วยสีขาวจึงสามารถนำมาใช้เข้าด้วยกันโดยไม่เกิดความรู้สึกขัดแย้ง

2.1.9 การใช้สีดำผสมลงในพื้นที่ การผสมสีดำหรือการทำสีเเด่นั้น เป็นการลดความสดใสของสีแท้ให้หม่นหมองลง สีตรงกันข้ามที่ผสมด้วยสีดำจึงสามารถนำมาใช้เข้าด้วยกันโดยไม่เกิดความรู้สึกขัดแย้งได้

2.1.10 การใช้สีขาวตัดเส้นระหว่างสีตรงข้ามสีขาวซึ่งอยู่ระหว่างรอยต่อของสีตรงกันข้ามจะช่วยลดความสดใสของสีแท้ลง ดังนั้น การใช้สีตรงกันข้ามที่ตัดด้วยเส้นสีขาวจึงอยู่ด้วยกันโดยไม่เกิดความรู้สึกขัดแย้ง

2.1.11 การใช้สีดำตัดเส้นระหว่างสีตรงข้ามสีดำจะมีผลในการลดความสดใสของสีแท้ได้เช่นเดียวกับสีขาว และทำให้การใช้สีตรงกันข้ามด้วยวิธีนี้ไม่เกิดความรู้สึกที่ขัดแย้งต่อผู้ดู

2.1.12 การใช้สีตรงกันข้ามโดยการปรับ ค่าระยะของสี สีแท้ซึ่งผ่านการปรับระยะค่าของสีแล้ว จะถูกลดความสดใสของสีลงตามลำดับ จนทำให้สีตรงกันข้ามสามารถอยู่ด้วยกันได้โดยไม่ต้องขัดแย้งหลักการใช้สีตัดกันนี้เป็นหลักการเบื้องต้นที่จะนำไปใช้เท่านั้นจะเคร่งครัดนักคงจะไม่ได้ ผู้ใช้จะต้องรู้จักประยุกต์เอาเองตามความเหมาะสมสวยงามของตนและงานที่ผลิต

2.2 การใช้สีใกล้เคียงสีคู่ตรงข้าม (near or split complementary contrast) ถ้าการใช้สีตรงข้ามเพื่อให้เกิดความแตกต่างนั้นจะให้ความรู้สึกที่ขัดแย้งกันเกินไป อาจเลียงมาใช้สีที่อยู่ใกล้เคียงกับสีคู่ตรงข้ามซึ่งอาจจะให้ผลเป็นที่น่าพอใจขึ้น เช่น สีม่วงเป็นสีคู่ตรงข้ามแท้กับสีเหลือง อาจจะเลือกใช้สีน้ำเงินม่วงหรือแดงมาใช้คู่กับสีเหลืองเพื่อให้ดูแตกต่างกันแทนสีม่วงได้

2.3 การใช้ความสว่างสีต่างกัน (value contrast) สีที่มีความสว่างสีที่ใกล้เคียงกันมาอยู่ใกล้กัน จะทำให้มองดูแล้วรวมตัวกันในการรับรู้สีเป็นกลุ่มเดียวกัน แต่ถ้าเป็นสีที่มีความสว่างสีต่างกันมาอยู่ใกล้ สีของภาพที่มองเห็นจะผิดเพี้ยนไปจากความเป็นจริง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับอิทธิพลของความสว่างสีที่อยู่ข้างเคียง

2.4 การใช้สีที่มีวรรณะต่างกัน (tone contrast) เป็นการใช้สีทั้งสองวรรณะเข้าด้วยกันในภาพ สีที่อยู่ในวรรณะต่างกัน เช่น สีแดง เป็นสีในวรรณะร้อน และสีน้ำเงินเป็นสีที่วรรณะเย็นเมื่อนำมาใช้ด้วยกันจะรู้สึกตัดกัน โดยทั่วไปสีวรรณะร้อนเป็นสีที่ให้ความรู้สึกที่ตื่นเต้น เร้าใจ โกล่ และหนัก มักใช้เป็นส่วนของภาพที่ต้องการเน้น ขณะที่สีวรรณะเย็นเป็นสีที่ให้ความรู้สึกที่ผ่อนคลาย สงบ โกล่ และ

เขา มักจะใช้เป็นส่วนของพื้นหลังการใช้สีวรรณะเดียวในภาพแม้ว่าจะทำให้เกิดเอกภาพและความกลมกลืน แต่เมื่อดูภาพนั้นไปนาน ๆ จะทำให้รู้สึกน่าเบื่อหน่าย ดังนั้นการสร้างความน่าสนใจให้เกิดขึ้นในภาพผู้ออกแบบจึงควรใช้สีต่างวรรณะเข้าด้วยกัน แต่ก็ไม่ควรใช้สีทั้งสองวรรณะในปริมาณที่เท่าๆกัน ควรกำหนดให้สีวรรณะหนึ่งมากกว่าในอัตรา 80 % ต่อ 20 % ตัวอย่างเช่น ต้องการใช้สีกลุ่มวรรณะเย็นในพื้นที่ส่วนใหญ่ก็ควรเว้นพื้นที่ประมาณ 20 % (ควรเป็นบริเวณจุดแห่งความสนใจ) สำหรับสีวรรณะร้อนซึ่งจะทำให้งานออกแบบดูน่าสนใจและไม่ขาดเอกภาพ

2.5 การใช้สีแบบแตกต่างแบบไข่มัลเทเนียส (simultaneous contrast) สีแตกต่างแบบไข่มัลเทเนียสเกิดขึ้นจากการนำสีที่แตกต่างกันมาอยู่ใกล้กัน สีที่มองเห็นจะผิดเพี้ยนจากที่เป็นจริงด้วยอิทธิพลของสีที่อยู่ข้างเคียง ทั้งนี้เพราะเมื่อตามองสีใดสีหนึ่งจะกระตุ้นให้มองเห็นสีคู่ตรงข้ามของสีนั้นด้วย จึงมีผลให้สีนั้นไปรวมกับสีข้างเคียงที่มองเห็น เช่น เมื่อวางสีเทากลาง สีแดง จะเห็นสีเทาที่อยู่ตรงกลางเพี้ยนไปทางสีเขียว และเมื่อวางสีเทากลางสีเขียวจะเห็นสีเทาที่อยู่ตรงกลางนั้นเพี้ยนไปทางสีแดง ถ้าสีใดสีหนึ่งถูกแวดล้อมด้วยสีที่ตรงกันข้ามกันจะดูมีความอึมทึบสูงกว่าสีที่ถูกแวดล้อมด้วยสีที่ใกล้เคียงกัน เช่น สีแดงซึ่งถูกแวดล้อมด้วยสีเขียวจะดูสดใสมากกว่าสีแดงซึ่งถูกแวดล้อมด้วยสีม่วงแดง และสีใดสีหนึ่งจะมองเห็นเป็นสีที่เพี้ยนไปทางสีคู่ตรงกันข้ามของสีนั้น เช่น สีเขียวซึ่งถูกแวดล้อมด้วยสีเหลืองจะมองเห็นเป็นสีเขียวน้ำเงิน แต่ถ้าสีเขียวนั้นถูกแวดล้อมด้วยสีน้ำเงินจะมองเห็นเป็นสีเขียวเหลือง นอกจากนี้ความแตกต่างแบบไข่มัลเทเนียสยังทำให้มองเห็น ความสว่างสีเปลี่ยนไปด้วย เช่น สีส้มซึ่งถูกแวดล้อมด้วยสีเขียวที่มีความสว่างสีต่ำจะมองเห็นสีส้ม สว่างกว่าสีส้มซึ่งถูกแวดล้อมด้วยสีเหลืองที่มีความสว่างสีสูง จะเห็นได้ว่าความแตกต่างแบบไข่มัลเทเนียสนี้เป็นความแตกต่างของสีที่ถูกเปรียบเทียบกับสีซึ่งแวดล้อม โดยมีเซล ยูจีน เซฟเรล นักเคมีชาวฝรั่งเศสเป็นผู้ค้นพบคนแรกซึ่ง เขาค้นพบเมื่อนำผ้าที่ย้อมด้วยสารสีเดียวกันไปวางใกล้กลุ่มผ้าสีต่างกันจะมองเห็นสีต่างกัน เขาจึงศึกษาปรากฏการณ์นี้ต่อไปจนสามารถสรุปเป็น “กฎของเซฟเรล” เกี่ยวกับความแตกต่างแบบ ไข่มัลเทเนียสที่สามารถนำมาใช้ในการออกแบบได้ ดังนี้

2.5.1 สีต่าง ๆ ที่มองเห็นจะขึ้นกับอิทธิพลของสีอื่นซึ่งอยู่ข้างเคียง

2.5.2 สีที่มีความสว่างสีสูงหรือสีอ่อนจะดูเด่นเมื่ออยู่กับสีดำ

2.5.3 สีที่มีความสว่างสีต่ำหรือสีคล้ำจะดูเด่นเมื่ออยู่กับสีขาว

2.5.4 สีคล้ำบนพื้นหลังสีอ่อนจะยังคงมีสีคล้ำกว่าหรือมีความสว่างสีต่ำกว่าสี

คล้ำบนพื้นหลังสีคล้ำด้วยกัน

2.5.5 สีอ่อนบนพื้นหลังสีคล้ำจะยังคงมีสีอ่อนกว่าหรือมีความสว่างสีสูงกว่าสี

อ่อนบนพื้นหลังสีอ่อนด้วยกัน

2.5.6 สีที่มองเห็นจะได้รับอิทธิพลจากสีที่อยู่ข้างเคียง โดยจะมองเห็นสีเพี้ยนไปทางสีคู่ตรงข้ามของสีที่อยู่ข้างเคียงนั้น

2.5.7 สีคู่ตรงข้ามที่วางข้างกัน จะมองเห็นแต่ละสีมีความอิ่มตัวสีสูงกว่าสีนั้นวางอยู่โดด ๆ แยกกัน

2.5.8 สีคล้ำที่วางบนพื้นหลังสีคล้ำซึ่งไม่มีสีคู่ตรงข้ามกัน จะดูอ่อนกว่าสีคล้ำที่วางบนพื้นหลังสีคล้ำซึ่งเป็นสีคู่ตรงข้ามกัน

2.5.9 สีอ่อนที่วางบนพื้นหลังสีอ่อนซึ่งไม่ใช่สีคู่ตรงข้ามกัน จะดูอ่อนกว่าสีอ่อนที่วางบนพื้นหลังสีอ่อนกว่าซึ่งเป็นสีคู่ตรงข้ามกัน

2.5.10 เมื่อใช้สีสดใสหรือสีที่มีความอิ่มตัวสีสูงกับสีหม่นที่มีความอิ่มตัวสีต่ำ คู่สีซึ่งให้ความแตกต่างกันมากที่สุดคือ คู่สีซึ่งเป็นคู่ตรงข้ามกัน

2.5.11 สีอ่อนบนพื้นหลังสีอ่อนที่ไม่ใช่สีคู่ตรงข้ามกันจะดูเข้มขึ้น เมื่อมีแถบสีเส้นสีดำหรือสีคู่ตรงข้ามล้อมรอบ

2.5.12 สีคล้ำบนพื้นหลังสีคล้ำที่ไม่ใช่สีคู่ตรงข้ามกันจะดูสดใสขึ้น เมื่อมีแถบเส้นสีขาวหรือสีอ่อนล้อมรอบ

เซฟเรล กล่าวถึง การตัดด้วยปรากฏการณ์สัมพันธ์และปรากฏการณ์สีเบี่ยง (simultaneous contrast) ว่า ถ้ามองไปที่แถบสี ซึ่งมีน้ำหนักต่างกัน 2 แถบสี หรือแถบสี 2 แถบสี ซึ่งมีน้ำหนักสีเท่ากันแต่สีแตกต่างกัน วางอยู่ชิดกันตาของเราจะรับภาพครั้งแรกอิทธิพลความเข้มของสี (intensity of color) และต่อมาเราจะรับภาพองค์ประกอบของการมองเห็นสี 2 สี ที่วางอยู่ด้วยกันอย่างสัมพันธ์เฉพาะตัว

การตัดกันด้วยปรากฏการณ์สัมพันธ์ของความส่องสว่าง (brightness) สีที่สว่าง (light color) มีแนวโน้มที่จะเห็นเด่นชัดในสีมืด (dark colors) ซึ่งให้ความรู้สึกลึกและสีมืดมีแนวโน้มที่จะเด่นชัดท่ามกลางการส่องสว่างของสีสว่าง พื้นที่สีเทาจะปรากฏว่ามีมืดเมื่ออยู่ท่ามกลางสีสว่างและปรากฏว่าสีสว่างเมื่ออยู่ท่ามกลางสีมืดทำให้เกิดความรู้สึกลึก เมื่อสีซึ่งมีน้ำหนักสี (values) แตกต่างกันวางอยู่ชิดติดกัน การตัดกันด้วยปรากฏการณ์สัมพันธ์อาจจะเป็นต้นเหตุสำคัญสำหรับการเกิดรอยต่อ (fluted effect) คือ เมื่อมีน้ำหนักสีที่แตกต่างวางอยู่ติดกันขอบที่ชิดติดกันมีแนวโน้มที่จะปรับให้เห็นแนวตัดกันเด่นชัดขึ้นในการตัดกันด้วยปรากฏการณ์สัมพันธ์ของสี ผลกระทบของภาพภายหลัง (afterimage) เป็นปรากฏการณ์ที่สามารถสังเกตเห็นได้ อาจสังเกตจากภาพสีขาวดำในเบื้องต้น โดยการจ้องมองไปยังสีที่กำหนดไว้สักครู่แล้วผ่านภาพที่จ้องมองไปยังสีอื่นเพื่อตรวจสอบปฏิกิริยาที่จะตามมาผลกระทบจากสภาพตัดกันของสีทั้ง "การตัดกันด้วยปรากฏการณ์สัมพันธ์และปรากฏการณ์สีเบี่ยง" เป็นปรากฏการณ์

ที่เข้าใจได้ไม่ยากนัก ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้ คือ แรงกระตุ้นทางการมองเห็น (Visual Stimulation) ของน้ำหนักสีหรือสีใดสีหนึ่งโดยเฉพาะก่อให้เกิดปฏิกิริยาตรงข้าม (Opposite Reaction) ภาพภายหลังของสีแดง คือ สีน้ำเงินเขียวในทางกลับกันภาพหลังของสีน้ำเงินเขียว คือสีแดง ภาพภายหลังของสีเหลือง คือ ภาพสีม่วง ภาพภายหลังสีม่วง คือ สีเหลือง อย่างไรก็ตามภายหลังจากประสบการณ์ของทุกสีเช่นกัน สีตรงข้ามมีแนวโน้มที่จะสดใสและบริสุทธิ์แต่ไม่เปลี่ยนแปลงค่าสีแท้

สำหรับสีที่ไม่มีสีตรงข้ามในวงล้อ เมื่อวางคู่กันจะมีผลกระทบซึ่งกันและกันคล้ายภาพหลังสีเพี้ยนไป เช่นเมื่อวางสีเหลืองและสีส้มคู่กันหรืออาจมองสีสับสนเนื่องกันได้ สีส้มซึ่งเป็นสีจากภาพหลังของสีเหลือง (สีม่วง+สีส้ม) ในทางกลับกันสีน้ำเงินซึ่งเป็นฉากหลังของสีส้ม มีแนวโน้มที่จะทำให้สีเหลืองเพี้ยนไปสู่ สีออกเขียว Greenish/น้ำเงิน+สีเหลือง) ระหว่างสีแดงและสีม่วง สีเขียวซึ่งเป็นภาพหลังของสี และมีแนวโน้มที่จะทำให้สีม่วงเพี้ยนไปสู่ สีออกน้ำเงิน (Bluish/สีเขียว + สีม่วง) และสีเหลืองซึ่งเป็นภาพหลังของสีม่วง มีแนวโน้มที่จะทำให้สีแดงเพี้ยนไปเป็นสีแดงเวอร์มิเลียน (สีแดง+สีเหลือง) สำหรับการตัดกัน ซึ่งมีผลต่อน้ำหนักสี สามารถสังเกตได้เมื่อนำสีสว่างและสีมืดมาใช้ร่วมกันกับภาพการตัดกัน ซึ่งมีผลต่อน้ำหนักสีสามารถสังเกตได้เมื่อสีแสดงความชัดเจนในตัวของมันเอง

จากข้อสังเกตของเซพริสสภาพการตัดกันขึ้นอยู่กับพื้นที่หรือขนาดของสีซึ่งวางคู่กัน ถ้าพื้นที่กว้างความแตกต่างชัดแย้งที่เข้มข้นในน้ำหนักสีและสีแท้จะมีผลกระทบต่อการมองเห็นเป็นอย่างมาก ในที่นี้ สีขาว-ดำและสีตรงข้ามกันย่อมมีพลังเคลื่อนไหว (Dynamic) มากอีกทางหนึ่ง ถ้าน้ำหนักสีหรือสีที่มีความแตกต่างกันถูกนำมาใช้ร่วมกันในพื้นที่เล็ก ๆ จุด เส้น ด้วยความปราณีตัวของสายตา ความชัดเจนจะลดลง สีแดงและสีเขียวซึ่งเป็นสีตัดกันเมื่อวางอยู่คู่กันด้วยแรงสั่นสะเทือน (Vibration) และแรงดัน (Impulse) สีแดงและสีเขียวก่อให้เกิดความปราณีและแสดงปรากฏการณ์สีน้ำตาลโคลน (Muddy Brown)

3. การใช้สีสมดุล

การใช้สีให้เกิดความสมดุลในสายตา อาจทำได้ง่าย ๆ โดยการแบ่งพื้นที่เป็น 2 ส่วน คือ ซ้าย-ขวา หรือบน-ล่าง เมื่อใช้สีใดในด้านหนึ่งก็ให้ใช้สีนั้นในอีกด้านตรงข้ามกันด้วย การใช้สีที่หมองดูแล้วสมดุลยังมีหลายวิธีดังนี้

3.1 การใช้สีสามเส้า (triad balance) สีสามเส้า หมายถึง สี 3 สีซึ่งอยู่ในวงล้อสี โดยมีตำแหน่งห่างกันเท่า ๆ กัน ในการออกแบบวิธีนี้ต้องใช้สี 3 สีอยู่ด้วยกัน สีสามเส้าในวงล้อสี จะให้กลุ่มสีที่สมดุลที่สุด เช่น กลุ่มสีแดง สีน้ำเงิน และสีเหลือง หรือกลุ่มสีส้มแดง สีเหลืองเขียว และสีม่วงน้ำเงิน สีแต่ละสีในกลุ่มจะมีความเด่นเท่า ๆ กันจึงทำให้ดูแล้วสมดุล อย่างไรก็ตาม ควรเลือกให้สีใดสีหนึ่งเป็นสีโดดเด่นซึ่งต้องการเน้นและลดความแรงของอีกสองสี ด้วยการลด ความอึมทัวสีหรือความสว่างสีลง

3.2 การใช้ปริมาณพื้นที่สมดุลกับความสว่างสี (quantitaion balance) ในการใช้สี ตั้งแต่ 2 สีขึ้นไป สัดส่วนปริมาณพื้นที่ของสีที่ใช้กับความสว่างสีของสีนั้นจะมีผลต่อความสมดุลในการมองเห็น คือ สีที่มีความสว่างสูงกว่าจะต้องมีปริมาณพื้นที่น้อยกว่าสีที่มีความสว่างต่ำกว่า เพื่อให้ดูว่ามีพื้นที่สมดุล เช่นสีเหลืองมีความสว่างสีสูงกว่าสีน้ำเงินประมาณ 3 เท่า เมื่อนำสองสีนี้ มาใช้ให้เกิดสมดุลแล้ว ควรใช้พื้นที่ของสีเหลืองให้น้อยกว่าสีน้ำเงินประมาณ 3 เท่า สำหรับสีแดง กับสีเขียว เป็นสีที่ให้ความสว่างประมาณเท่า ๆ กัน เมื่อนำสองสีมาใช้ให้เกิดสมดุล พื้นที่ของสีแดงก็ควรจะประมาณเท่า ๆ กับของสีเขียว ในงานออกแบบไม่ว่าจะเป็นการทำ Artwork หรือการทำ CI รวมถึงการเลือกรูปและวัตถุมารวมในงาน สิ่งที่ต้องคำนึงเป็นลำดับต้น ๆ ก็คือเรื่องของสี นอกจากจะทำให้งานออกมาดูดี คุมโทนไปในทางเดียวกัน แสดงความโดดเด่นในสิ่งที่ต้องการสื่อสาร ยังเป็นส่วนที่สามารถถ่ายทอดอัตลักษณ์องค์กรออกมาได้ด้วย นอกจากนี้ การใส่สีแต่ละสีร่วมกันยังมีหลักการพื้นฐานที่ทำให้งานออกมาโดดเด่นได้ เป็นสูตรสำเร็จที่สามารถนำไปใช้ได้กับงานอื่น ๆ ได้มากมาย ทั้งงานถ่ายรูปรูป วาดรูป งานออกแบบ และการออกแบบสื่อ

หลักการใช้สีสื่อความรู้สึก

สีนั้นสามารถถ่ายทอดความรู้สึกต่าง ๆ ไปสู่ผู้ดูได้อย่างไม่น่าเชื่อ จะเห็นได้ว่า ความรู้สึก สนุกสนาน ความรัก ความเศร้า สามารถแสดงออกได้ด้วยสี จนทำให้สีบางสีกลายเป็นสัญลักษณ์ หรือเป็นสีที่บ่งบอกความรู้สึกและอารมณ์ต่าง ๆ ได้ เช่น สีขาวและสีดำ เมื่อนำมาใช้เป็นสีเครื่องแต่งกายในบางวัฒนธรรม จะหมายถึง ความตาย ความทุกข์ และความเศร้าโศก นอกจากจะใช้สีเป็นสื่อของอารมณ์แล้วยังสามารถใช้เป็นสื่อเกี่ยวกับขนาด ระยะทางและการเคลื่อนไหวได้อีกด้วย นักจิตวิทยาได้พยายามศึกษาเรื่องอิทธิพลของสีที่มีต่อความรู้สึกของมนุษย์ไว้มากมาย สำหรับหลักการใช้สีเพื่อสื่อความรู้สึกแก่ผู้ดูมีดังนี้ (Kandinsky, 1988, p. 132)

1. ความรู้สึกเกี่ยวกับอารมณ์ สีมี่พลังที่สามารถกระตุ้นการตอบสนองทางอารมณ์ของผู้ดูได้ดีมาก นักออกแบบจึงมักใช้สีเพื่อชักจูงให้ผู้ดูเกิดอารมณ์ต่าง ๆ ตามต้องการได้ อย่างไรก็ตามบุคคลแต่ละคนอาจแสดงความรู้สึกต่อสีเดียวกันออกมาแตกต่างกันได้ ทั้งนี้ขึ้นกับการเรียนรู้ ประสบการณ์ แต่โดยทั่วไปสีที่จัดอยู่ในวรรณะร้อน จะให้ความรู้สึกมีชีวิตชีวา ตื่นเต้นเร้าใจ และ สีที่จัดอยู่ในวรรณะเย็น จะให้ความรู้สึกผ่อนคลาย สงบ ยิ่งกว่านั้น สีแต่ละสียังมีลักษณะเฉพาะตัว ที่มีการนำไปใช้ในลักษณะต่าง ๆ กันได้มาก ดังตัวอย่างต่อไปนี้

1.1 สีแดง เป็นสีที่มีความร้อนแรงมากที่สุด มองเห็นได้รวดเร็วที่สุดจึงมักเลือกให้เป็นสีที่ใช้สำหรับดึงดูดความสนใจมากที่สุดสีหนึ่ง สีแดงเป็นสีที่ให้ความรู้สึกของการมีพลังกำลัง ความก้าวร้าว รุนแรง รวดเร็ว และปราดเปรียว จึงนิยมใช้เป็นสีสำหรับรถยนต์สปอร์ต เสื้อทีม สำหรับนักกีฬา

นอกจากนั้น สีแดงยังเป็นสีที่แทนความรู้สึกรักชาติ ความเป็นชาตินิยม จึงมักจะ พบว่าสีแดงเป็นสีประจำชาติของหลายชาติ และสีแดงยังใช้เป็นสัญลักษณ์ของความรัก ตลอดจน อารมณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับ ความร่าร้อน ความขัดแย้ง ทะเลาะวิวาทและอันตราย เป็นต้น

1.2 สีน้ำเงิน เป็นสีที่มีความสว่างสีต่ำให้ความรู้สึกเชือกเย็น เยียบสงบ ความรับผิดชอบ ความจริงใจ สีน้ำเงินเข้มมักเป็นสีที่นักบริหารชั้นสูงเลือกใช้เป็นสีของรถ เครื่องแต่งกาย สำหรับสีน้ำเงินอ่อนหรือสีฟ้า มักทำให้นักถึงความสะอาด ความเย็น และผ่อนคลาย มักใช้เป็นสีพื้นหลังบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ที่ให้ความรู้สึกเย็นและความชุ่มชื้น เช่น ลูกอมที่มีเมนทอลผสม เป็นต้น

1.3 สีเหลือง เป็นสีที่มีความสว่างสีสูง สีเหลืองที่สดใสเป็นสัญลักษณ์ของดวงอาทิตย์ให้ความรู้สึกอบอุ่น ความสนุกสนานร่าเริง ความใหม่ ความทันสมัย สุขภาพที่ดี แต่ถ้าเป็นสีเหลืองหม่น จะให้ความรู้สึกถึงความขี้ลาด ความอ่อนแอ โรคร้ายไข้เจ็บ

1.4 สีเขียว เป็นสีที่ให้ความรู้สึกใกล้เคียงกับสีน้ำเงิน คือรู้สึกผ่อนคลายสงบแต่ให้ความรู้สึกสดชื่นความมีชีวิตชีวา การเติบโต ความเป็นธรรมชาติ นิยมใช้เป็นสีสำหรับสินค้าที่ปลอดสารเคมีหรือการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

1.5 สีม่วง เป็นสีที่เกิดจากสีแดงผสมกับสีน้ำเงินจึงรวมคุณลักษณะของทั้งสองสีเข้าด้วยกัน คือความมีอำนาจของสีแดง และความมีคุณธรรมรับผิดชอบของสีน้ำเงิน สีม่วงมักจะทำให้ความรู้สึกยิ่งใหญ่ ความหรูหราโอ้อ่า และความประทับใจ

1.6 สีขาว เป็นสีที่มีความสว่างสีสูงที่สุดให้ความรู้สึกโปร่งเบา ละเอียดอ่อนบริสุทธิ์ความดีงาม ความมีคุณธรรม การใช้ธงขาวจะหมายถึง การยอมแพ้ สงบศึก ในบางประเทศใช้ สีขาวแสดงถึงความเศร้าโศก การพลัดพราก

1.7 สีดำเป็นสีที่มีความสว่างสีต่ำที่สุดให้ความรู้สึกหดหู่ เกรงขริม ลึกลับ น่ากลัวชั่วร้าย ความเป็นอมตะ ในบางประเทศใช้สีดำแสดงถึงความเศร้าหมอง ความตาย

2. ความรู้สึกเกี่ยวกับขนาด สีอ่อนหรือสีที่มีค่าความสว่างสีสูง เช่น วัตถุสีเหลืองจะให้ ความรู้สึกว่ามีขนาดใหญ่กว่าและน้ำหนักเบากว่าวัตถุสีเข้มหรือสีที่มีค่าความสว่างสีต่ำ เช่น สีน้ำเงิน แม้ว่าความจริงวัตถุทั้งสองนั้นมีขนาดเท่ากัน

3. ความรู้สึกเกี่ยวกับระยะ สีแต่ละสีอาจให้ความรู้สึกเกี่ยวกับระยะใกล้ไกลต่างกัน กล่าวคือ สีที่อยู่ในวรรณะร้อน เช่น สีแดง สีเหลือง สีส้ม จะให้ความรู้สึกว่ายู่ระยะใกล้ ส่วนสีที่อยู่ในวรรณะเย็น เช่น สีม่วง สีน้ำเงิน จะให้ความรู้สึกว่ายู่ระยะไกล

4. ความรู้สึกเกี่ยวกับการเคลื่อนไหว สำหรับแนวคิดเกี่ยวกับสีให้ความรู้สึกของการเคลื่อนไหวมีดังนี้สีน้ำเงิน เป็นสีที่สงบ เยือกเย็น มั่นคง ให้ความรู้สึกของการเคลื่อนไหวภายในตัวเอง สีเหลือง เป็นสี

ที่สดใส ชัดเจน ให้ความรู้สึกของการเคลื่อนไหวสู่ภายนอก สีเขียว เป็นสีที่สดใส ร่มรื่น ให้ความรู้สึกของการเคลื่อนไหวเข้าสู่ศูนย์กลาง หากพิจารณาตามกลุ่มสีแล้วพบว่าสีในวรรณกรรม จะให้ความรู้สึกของการเคลื่อนไหวได้ดีกว่าในวรรณกรรมอื่นกลุ่มของสีที่ให้ความรู้สึกต่างกัน

สีมีความสำคัญอย่างมากต่องานออกแบบ โดยเฉพาะในงานออกแบบกราฟิกและสิ่งพิมพ์ เพราะนอกจากจะทำให้ภาพหรือสิ่งต่าง ๆ มีความสดใส สวยงาม น่าสนใจแล้ว ยังมีบทบาทในการสื่อความหมายได้อย่างถูกต้อง เหมาะสมและมีคุณภาพอีกด้วย ดังนั้นในการศึกษาเรื่องราว เกี่ยวกับสีเพื่อใช้ออกแบบกราฟิกและสิ่งพิมพ์เป็นสิ่งสำคัญยิ่ง

2.7 ทฤษฎีการใช้ตัวอักษร

องค์ประกอบที่สำคัญที่สุดในเว็บไซต์ ก็คือตัวอักษร ซึ่งมีหน้าที่ สื่อข้อความถึงผู้ใช้ แนวทางใช้ตัวอักษรในการนำเสนอ บนหน้าเว็บเพจ มีผลต่อการสื่อความหมาย และความสะดวกในการ ท่องเว็บของผู้ใช้หรือผู้เรียนโดยตรง จึงควรให้ความสำคัญ กับตัวอักษรอย่างมาก ก่อนที่จะไปนำตัวอักษรมาใช้งานในเว็บไซต์นั้น ควรทำความรู้จักกับตัวอักษรเบื้องต้น ซึ่งประกอบสิ่งที่ควรรู้จักเบื้องต้น 3 สิ่ง คือ

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

1. ชนิดตัวอักษร Type Style ก่อนที่จะลงมือนำตัวอักษรมาใช้ในเว็บไซต์นั้น ชนิดของตัวอักษรหรือตัวหนังสือเป็นสิ่งแรกที่ต้องทำความรู้จักเสียก่อน ซึ่งชนิดของตัวอักษรนั้น ส่วนใหญ่ที่รู้จักกัน นั่นก็คือ ฟอนต์ (Font) นั่นเอง ชนิดของตัวอักษรนั้น แบ่งตามที่ทำงกันอยู่ทุกวัน เป็นหลัก โดยแบ่งออกได้ 2 ประเภท คือ อักษรภาษาอังกฤษ กับอักษรภาษาไทย ตัวอักษรภาษาอังกฤษ English Letter ปฏิเสธไม่ได้เลยว่า งานออกแบบกราฟิกที่เห็นกันอยู่ทุกวันนี้ เต็มไปด้วยตัวอักษร ภาษาอังกฤษถึงแม้ว่าจะเป็นคนไทยก็ตาม แต่ก็นิยมนำภาษาอังกฤษมาใช้ในเว็บไซต์เสียเป็นส่วนใหญ่ โดยตัวอักษรภาษาอังกฤษที่ใช้ในการออกแบบนั้น มีอยู่หลายชนิด ดังนี้

Serif หรือตัวอักษรแบบโรมัน หรือบางคนก็เรียกว่าแบบ โบราณ Tradition old style ซึ่งจุดเด่น ของตัวอักษรแบบนี้คือ การที่ตัวอักษรมีหัว มีเท้า ตัวอักษรมีความหนาบาง ไม่ต่างกันนัก ตัวอักษรแบบนี้ ให้ความรู้สึก ถึงความเก่า ความหลัง จึงมักจะใช้กับงานที่เป็นทางการ กึ่งไปทางพิธีรีตรอง หรือเรื่องราว ในเชิงอนุรักษ์นิยม ถ้าเป็นงานสิ่งพิมพ์จำพวกหนังสือ ก็มักจะใช้เป็นตัวพาดหัวเรื่องมากกว่าจะเป็น เนื้อหาให้อ่าน

San Serif หรือตัวอักษรแบบ Gothic เป็นตัวอักษรที่มีพื้นฐานมาจากแบบ Serif แต่ดัดแปลงเอา หัวและเท้าออก ให้อู่อเรียบ ให้ความรู้สึกถึงความทันสมัยกว่าแบบแรก ตัวอักษรมีความหนาบาง ไม่

ต่างกันอย่างเห็นได้ชัด ตัวอักษรแบบ San Serif เป็นตัวอักษรที่ได้รับความนิยมในการออกแบบเป็นอย่างมาก เพราะดูเรียบง่าย ทันสมัย เหมาะกับการนำไปใช้ออกแบบหลายชนิด และในหนังสือมักจะนิยมใช้ตัวอักษรแบบนี้วางเป็นเนื้อหาให้อ่าน เพราะมีรูปร่างที่อ่านง่าย

Script เป็นตัวอักษรที่เลียนแบบลายมือ ตัวเขียน ตัวอักษรมีความหนาบางทั้งแบบพอกันเหมือนเขียนด้วยตัวอักษรดินสอ และต่างกันเหมือนเอาปากกาออกร่างเขียนตัวหนังสือตัวอักษรชนิดนี้ให้ความรู้สึกไม่เป็นทางการ อิสระ เส้นสายของตัวอักษรให้ความรู้สึก สนุกสนาน ไร้อารมณ์ที่แน่นอนตายตัว จึงมีงานไม่น้อยเลยที่ใช้ตัวอักษรแบบนี้กับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่น และที่สำคัญในการทำงานสิ่งพิมพ์จะไม่ใช้ตัวอักษรแบบนี้เป็นตัวหนังสือให้อ่าน เพราะจะทำให้อ่านลำบากเมื่อมีจำนวนมาก ยกเว้นจะใช้เป็นหัวเรื่อง

Display Type หรือตัวประดิษฐ์ เป็นตัวอักษรที่ได้รับการตกแต่งให้โดดเด่น บางตัวก็เป็นภาพสัญลักษณ์ซึ่งสามารถนำมาประกอบใช้ในงานได้เช่นกัน ตัวอักษรแบบนี้มีรูปแบบที่หลากหลายยากที่จะจำกัดความ การเลือกใช้ก็สุดแล้วแต่นักออกแบบจะเอาไปใช้ในงานอะไร เพราะแต่ละแบบแต่ละชนิด ก็ให้อารมณ์ ความรู้สึก และการสื่อความหมายที่แตกต่างกันออกไป

ตัวอักษรภาษาไทย Thai Letter ตัวอักษรที่เป็นภาษาไทยอาจจะจัดวางยากกว่าตัวอักษรภาษาอังกฤษอยู่บ้าง เนื่องจากมีสระและวรรณยุกต์ ซึ่งบางครั้งก็ยุ่งยากในการจัดวางให้ลงตัว หรือให้ดูสวยงาม โดยตัวอักษรภาษาไทยแบ่งออกเป็นหลายชนิด ดังนี้

1. แบบดั้งเดิม เป็นแบบมีหัวเป็นแบบที่คุ้นเคยกันมากที่สุด ซึ่งหัวของตัวอักษรนี้ที่เป็นเอกลักษณ์ของภาษาไทยตัวอักษรแบบนี้ แสดงความเป็นทางการคล้ายกับ Serif ของภาษาอังกฤษ คือเป็นตัวอักษรที่มีหัว นอกจากนี้ยังเป็นตัวที่คุ้นเคยและอ่านออกง่าย ตัวอักษรแบบนี้จึงนำมาจัดวาง เป็นเนื้อหาในงานสิ่งพิมพ์



ภาพที่ 2.6 ภาพอักษรแบบดั้งเดิม

แหล่งที่มา <https://thaifaces.com/loops-and-latinisation/>

2. แบบหัวตัด เป็นแบบที่ไม่มีหัวเป็นตัวอักษรที่ตัดแปลงมาจากแบบมีหัวโดยตัดหัวออก เหมือนเขียนด้วยปากกาออกแรงตัวอักษรแบบนี้ให้อารมณ์ ความรู้สึก ถึงความทันสมัย ซึ่งจะเหมือนกันแบบ San Serif ของตัวอักษรในภาษาอังกฤษ จึงมักจะใช้ตัวอักษรนี้กับงานที่ดูร่วมสมัยและเป็นสากลมากกว่า



ภาพที่ 2.7 ภาพอักษรแบบหัวตัด

แหล่งที่มา <https://www.pinterest.com/pin/146015212904137108/>

3. แบบลายมือ แบบลายมือจะให้ความรู้สึกที่เป็นธรรมชาติตัวอักษรแบบนี้เหมาะที่จะใช้กับงานที่ไม่เป็นทางการ อีستر ดูสนุกสนาน และไร้กฎเกณฑ์ เปรียบได้กับตัวอักษรแบบ Script ของตัวอักษรภาษาอังกฤษ



ภาพที่ 2.8 ภาพอักษรแบบลายมือ

แหล่งที่มา <https://www.beautyhunter.co.th>

4. แบบคัดลายมือ หรือเรียกกันว่าแบบอาลักษณ์เป็นแบบที่เกิดจากการคัดลายมือ ด้วยปลายปากกา ลักษณะจะมีหัวแหลม เช่น ปากกาขนนก ตัวอักษรแบบนี้แสดงความเป็นทางการ และให้ความรู้สึกถึงพิธีรีตอง แบบไทย นอกจากนี้ตัวอักษรยังให้ความรู้สึกถึงความเคารพ และให้เกียรติกัน จึงไม่น่าแปลกถ้าเราจะเห็นตัวอักษรแบบนี้ ปรากฏอยู่ในการ์ดเชิญและในงานมงคล



ภาพที่ 2.9 ภาพอักษรแบบคัดลายมือฟอนต์दानวิเวก

แหล่งที่มา <https://www.f0nt.com/release/th-dan-vi-vek/>

5. แบบประดิษฐ์ เป็นตัวอักษรที่ดัดแปลงเพื่อให้เข้ากับงานที่จะออกแบบทั้งนี้ยังต้องคงความสะกดุดาน่าสนใจตัวอักษรที่เป็นแบบประดิษฐ์ให้ความรู้สึกที่หลากหลาย สุดแล้วแต่จะเลือกแบบไหน มาจัดวาง เพื่อให้กลมกลืนและสื่อความหมายในงานออกแบบ



ภาพที่ 2.10 ภาพแบบอักษรประดิษฐ์

แหล่งที่มา <https://www.f0nt.com/release/blk-suphanblood/>

2. บุคลิกของตัวอักษร Type Character

บุคลิกของตัวอักษร พูดยกันให้เข้าใจง่าย ก็คือลักษณะของตัวอักษรที่เป็นอยู่ในขณะนั้น โดยมีบุคลิกที่พบ เห็นกันได้บ่อย ได้แก่ กลุ่มที่ 1 กลุ่มที่พบเห็นโดยทั่วไป

- Normal/Regular คือ ตัวอักษรแบบตัวปกติ ตัวอย่าง

พันท้ายนรสิงห์

- Italic คือ ตัวอักษรแบบตัวเอียง ตัวอย่าง

พันท้ายนรสิงห์

- Bold คือ ตัวอักษรแบบตัวหนา ตัวอย่าง

พันท้ายนรสิงห์

- Bold-Italic คือ ตัวอักษรแบบตัวหนาและเอียงปกติ ตัวอย่าง

พันท้ายนรสิงห์

การใช้ Character ของตัวอักษรนั้น ก็แล้วแต่สถานการณ์ของงาน เช่น เมื่อต้องการเน้นข้อความที่สำคัญ อาจจะใช้ตัวที่เป็น Bold หรือ Italic เพื่อให้สะดุดตา ในกลุ่มตัวอักษรที่คุ้นตากันอยู่แล้ว กลุ่มที่ 2 กลุ่มพิเศษ ซึ่งจะพบได้กับฟอนต์บางชนิดเท่านั้น

Extra/Black คือ ตัวอักษรแบบตัวหนาพิเศษ

- Light คือ ตัวอักษรที่มีลักษณะบางเป็นพิเศษ ตัวอย่าง

PANTAINORASING

- Extended คือ ตัวอักษรที่มีลักษณะกว้างเป็นพิเศษ ตัวอย่าง

พันท้ายนรสิงห์

- Narrow/Condensed คือ ตัวอักษรที่มีลักษณะแคบเป็นพิเศษ ตัวอย่าง

พันท้ายนรสิงห์

- Outline คือ ตัวอักษรที่มีลักษณะเป็นกรอบเส้นรอบนอก ตัวอย่าง

พันท้ายนรสิงห์

- Allcaps คือ ตัวอักษรที่เป็นตัวพิมพ์ใหญ่ทั้งหมด ตัวอย่าง

PANTAINORASING

การใช้บุคลิกของตัวอักษรในกลุ่มนี้ จะใช้ในการออกแบบหัวเรื่อง หรือใจความสำคัญเป็นหลัก ตัวอักษรแต่ละตัวมีบุคลิกที่ให้ความรู้สึกที่แตกต่างกัน ในการเลือกใช้ก็แล้วแต่จะจัดวาง และการนำไปใช้ให้เหมาะสม

3. ขนาดของตัวอักษร Type Size ขนาดของตัวอักษร เป็นอีกเรื่องหนึ่งที่จะต้องรู้จักใช้ให้เหมาะสม 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 การทำให้ตัวอักษรมีขนาดเล็กหรือใหญ่จะต้องเพิ่มขนาดหรือลดขนาดตัวอักษรได้ตามความเหมาะสม โดยในงานที่ต้องออกแบบกราฟิก ยิ่งเป็นการยากที่จะบอกว่าขนาดตัวอักษรเท่าไรถึงจะเหมาะกับงาน ทั้งนี้เวลาออกแบบต้องลองจัดวางตัวอักษรนั้นลงไปในงานแล้วปรับขนาด เสมือนว่า มองตัวอักษรเหล่านั้น เป็นองค์ประกอบหนึ่งในงานออกแบบ

2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศิริพร หลักคำ และ สุภัทรา ลูกรัมย์, (2561) การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชนบางกอกน้อย การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชนบางกอกน้อย มีจุดประสงค์เพื่อบอกเล่าถึงเรื่องราวความเป็นอยู่ของคนในอดีตตั้งแต่ ถิ่นที่อยู่อาศัย การประกอบอาชีพ สิ่งของเครื่องใช้ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนบางกอกน้อย ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นคุณค่า ทางประวัติศาสตร์ ภูมิปัญญาและวิถีชีวิตในอดีตดั้งเดิมที่คนไทยควรอนุรักษ์ให้คงอยู่ต่อไปผลการวิจัยพบว่า การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยว วิถีชีวิตชุมชนบางกอกน้อยนี้ ควรใช้ภาพประกอบแบบภาพถ่ายและภาพวาดผสมผสานกันเพื่อให้เกิดความแปลกใหม่ น่าสนใจในกลุ่ม วัยรุ่นส่งเสริมให้วัยรุ่นในปัจจุบันหันมาสนใจและให้ความสำคัญกับ คุณค่าของวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ และภูมิปัญญาไม่ให้สูญหายไป

วงศ์วรุฒม์ อินตะนัย พิศพงษ์ พันธะศรี และบัญชา จุลกุล “การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยมีแรงบันดาลใจจากวิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และอัตลักษณ์ของการแสดงพื้นบ้านที่ปรากฏในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา” วารสารวิชาการ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน 2564 การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) ศึกษาบริบทวิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และอัตลักษณ์ของการแสดงพื้นบ้านที่ปรากฏในเขตพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา 2) ออกแบบสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา 3) เผยแพร่ผลงานสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสู่ผลการวิจัย สื่อประชาสัมพันธ์สามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้กับชุมชนได้โดยการนำเรื่องราวของชุมชนมาเสนอในรูปแบบสื่อวีดิทัศน์ที่น่าสนใจถ่ายทอดความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว วัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตในชุมชนได้อย่างครบถ้วนซึ่งชุมชนสามารถนำสื่อประชาสัมพันธ์ชุดนี้ไปเผยแพร่ตามสื่อต่าง ๆ ของชุมชนต่อไป

อภิวัฒน์ บุญนรมิต,(2561) การออกแบบชุดสื่อโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวทางโอทอปนวัตกรรม (ตำบลคลองโยง อ.พุทธมณฑล จ.นครปฐม) จุลนิพนธ์ ภาควิชาแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสยาม วัตถุประสงค์ของโครงการ การออกแบบชุดสื่อโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยว ชุมชนตามแนวทาง โอทอปนวัตกรรมเพื่อสร้างชุดสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้กับ ตำบลคลองโยง อำเภอพุทธมณฑล จ.นครปฐมประโยชน์ที่ได้คือนักท่องเที่ยวรู้จักชุมชนคลองโยงมากยิ่งขึ้นและได้สัมผัสบรรยากาศการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนทำให้ปริมาณนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจากเดิม ทำให้ชุมชนมีรายได้เลี้ยงชีพด้วยตนเองอย่างยั่งยืน

ประสิทธิ์ สิงหาสิน,(2560) การออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เทศกาลรับตะวันใหม่ก่อนใครในสยาม การวิจัยในครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาและออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อพัฒนา สื่อประชาสัมพันธ์และเชิญชวนให้ไปร่วมงานเทศกาล ทั้งนี้ก็เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวและเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจอีกด้วย โดยการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์นั้นจะทำสื่อที่ทางอุทยานแห่งชาติไม่เคยผลิตออกมาก่อนนั้นคือสื่อวิดีโออินโฟกราฟิก ที่เป็นภาพเคลื่อนไหวที่มีความทันสมัยจากผลการวิจัยพบว่าแนวทางในการออกแบบต้องออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความน่าสนใจไม่ซ้ำใครและเข้าถึงกับทุกกลุ่มเป้าหมาย สามารถเชิญชวนให้ทุกคนมางานเทศกาลนี้ได้เป็นอย่างดีการออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ครั้งนี้ สามารถสร้างความน่าสนใจให้กับคนที่มาดูได้เป็นอย่างดี

บทที่ 3

การออกแบบและพัฒนา

โครงการออกแบบชุดสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวศาลพันท้ายนรสิงห์ จังหวัดสมุทรสาคร ผู้จัดทำได้ออกแบบชุดสื่อประชาสัมพันธ์ ไว้ดังต่อไปนี้

3.1 การออกแบบชุดสื่อประชาสัมพันธ์ศาลพันท้ายนรสิงห์

1. วีดิโอศาลพันท้ายนรสิงห์
 - ภาษาไทย จำนวน 1 คลิป ความยาว 7 นาที 16 วินาที
 - ภาษาอังกฤษ จำนวน 1 คลิป ความยาว 7 นาที 13 วินาที
2. โรลอัพ (Roll up)
 - โรลอัพ ประวัติพันท้ายนรสิงห์ จำนวน 1 ชิ้น ขนาด 160 x 60 เซนติเมตร
 - โรลอัพ เรือพระที่นั่งเอกไชยน้อย จำนวน 1 ชิ้น ขนาด 160 x 60 เซนติเมตร
3. ป้ายคัทเอาท์ (Cut out) จำนวน 1 ป้าย ขนาด 100 x 200 เซนติเมตร
4. สร้างป้าย QR code ใบเขียวซี จำนวน 1 ป้าย ขนาด 120 x 150 เซนติเมตร
5. สแตนดี้ (Standy) จำนวน 1 ชิ้น ขนาด 160 x 100 เซนติเมตร

3.2 ขั้นตอนการดำเนินงาน

1. การศึกษาข้อมูลเบื้องต้น

ผู้จัดทำได้ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับศาลพันท้ายนรสิงห์ โดยการลงพื้นที่สอบถามคนเก่าแก่ที่ร่วมบูรณะศาลพันท้ายนรสิงห์ และชาวบ้าน รวมถึงผู้บริหารมูลนิธิศาลพันท้ายนรสิงห์ ถึงความเป็นมาของศาลพันท้ายนรสิงห์
2. นำเรื่องราวเกี่ยวกับศาลพันท้ายนรสิงห์ เรียนปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา และนำกลับมาแก้ไข
3. แก้ไขเรื่องราวตามที่อาจารย์แนะนำ และไปรวบรวมข้อมูลจากการบอกเล่า ทั้งจากหนังสือและจากเว็บไซต์ต่างๆ มาเรียบเรียงเป็นสถานที่สำคัญ ๆ ภายในศาลพันท้ายนรสิงห์ พร้อมทั้งหาข้อมูลและรายละเอียดที่เป็นจริงของแต่ละจุดสำคัญ ๆ เพิ่มเติม
4. นำงานที่แก้ไขเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อให้คำแนะนำและนำกลับไปพัฒนาผลงาน
5. ลงพื้นที่ เพื่อเก็บภาพนิ่งและคลิปวีดิโอภายในศาลพันท้ายนรสิงห์อย่างละเอียด

6. เขียนสตอรี่บอร์ด (story board) ศาลพันท้ายนรสิงห์เป็นภาษาไทย นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อขอคำแนะนำ

7. แก้ไขสตอรี่บอร์ดและทำเป็นวิดีโอเสนออาจารย์ที่ปรึกษาและกลับไปพัฒนาผลงาน

8. นำสตอรี่บอร์ดและวิดีโอที่แก้ไขเสนออาจารย์ที่ปรึกษา

9. ลงพื้นที่เพื่อเก็บภาพและคลิปเพื่อมาแก้ไขซ่อมวิดีโอเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณา

10. แก้ไขวิดีโอ โดยเพิ่มเติมเสียงพากย์ภาษาไทย เสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาแก้ไขและปรับปรุง

11. นำวิดีโอมาแก้ไขการพากย์เสียงและเพิ่มเติมเสียงเอฟเฟกต์ที่เหมาะสม

12. นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาอีกครั้ง

13. นำวิดีโอภาษาไทยมาจัดทำเป็นการพากย์ภาษาอังกฤษและนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา

14. แก้ไขการเพิ่ม Title และ บทส่งท้าย พร้อมทั้ง end credit

15. นำเสนองานที่แก้ไขเสนออาจารย์ที่ปรึกษา

16. แก้ไขเพิ่มเติมเรื่องเสียงเพลงที่ตั้งไปและเพิ่มเพลงอื่นเข้าไปคั่นก่อนบทส่งท้าย

17. นำวิดีโอที่แก้ไขเสนออาจารย์ที่ปรึกษา

18. วิดีโอสำเร็จเรียบร้อย



3.3 ขั้นตอนการทำวิดีโอประชาสัมพันธ์ศาลแพ้น้ำยารสสิงห์



ภาพที่ 3.1 สัมภาษณ์ ลุงหมึก ชาวบ้านในพื้นที่



ภาพที่ 3.2 เข้าพบผู้จัดการมูลนิธิศาลแพ้น้ำยารสสิงห์



ภาพที่ 3.3 สัมภาษณ์เก็บข้อมูลผู้จัดการมูลนิธิศาลพันท้ายนรสิงห์



ภาพที่ 3.4 ลงพี เก็บภาพ ครั้งที่ 1



ภาพที่ 3.5 ลงพื้นที่เก็บภาพ ครั้งที่ 2








ภาพที่ 3.6 ลงพื้นที่เก็บภาพ ครั้งที่ 3








ภาพที่ 3.7 ลงพื้นที่เก็บภาพ ครั้งที่ 4






Title : (1)

Scene	Action / notes	Dialogue / sound
1 Time	 Bg	เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตา แสงได้
2-1 Time	 Bg	ศาลพันท้ายนรสิงห์ เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตา แสงได้ เบาๆ
2-2 Time	 Bg	พันท้ายนรสิงห์ เต็มมี นามว่า สีน เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตา แสงได้ เบา ๆ
2-3 Time	 Bg	เป็นชาวบ้านนรสิงห์ เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตา แสงได้ เบา ๆ
2-4 Time	 Bg	แขวงเมืองวิเศษชัยชาญ ปัจจุบัน คือ เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตา แสงได้ เบา ๆ



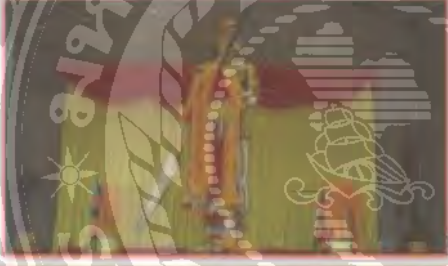


ภาพที่ 3.8 ออกแบบสตอรี่บอร์ด (Story board) ภาษาไทย

Scene		Action / notes	Dialogue / sound
3-1			อำนาจปาโมกข์ จังหวัด อ่างทอง
Time		Bg	เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตา แสงได้ เบา ๆ มีภรรยาชื่อว่า ศรีนวล
3-2			
Time		Bg	เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตา แสงได้ เบา ๆ
4			ต่อมาได้มีโอกาสรับราชการ การเป็นนายพันเรือ
Time		Bg	เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตา แสงได้ เบา ๆ
5			พระที่นั่งเอกไชยของ สมเด็จพระสรรเพชญ์ที่ 8 หรือ "พระเจ้าเสือ" แห่งกรุงศรีอยุธยา
Time		Bg	
			
Time		Bg	เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตา แสงได้ เบา ๆ






ภาพที่ 3.9 ออกแบบสตอรี่บอร์ด (Story board) ภาษาไทย

Scene		Action / notes	Dialogue / sound
6		Bg	ครั้งที่สมเด็จพระเจ้าเสือ เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตา แสงได้
7		Bg	เสด็จโดยเรือพระที่นั่ง เอกไชย จะไปประพาส เพื่อทรงเบ็ด ณ
		Bg	เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตา แสงได้
8		Bg	ปากน้ำเมืองสาครบุรี เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตา แสงได้
9-1		Bg	ขมระเรือพระที่นั่ง ถึงตำบลโคกขาม เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตา แสงได้ เบบ ๆ






ภาพที่ 3.10 ออกแบบสตอรี่บอร์ด (Story board) ภาษาไทย

Scene		Action / notes	Dialogue / sound
1 Time		Bg	Instrumental music: Num Dtah Saeng Dtai)
2-1 Time		Bg	"Phanthai Norasing" Instrumental music: Num Dtah Saeng Dtai)
2-2 Time		direct Bg	formerly known as "Sin" Instrumental music: Num Dtah Saeng Dtai)
2-3 Time		Bg	was a villager of Norasing, Instrumental music: Num Dtah Saeng Dtai)
2-4 Time		Bg	Mueang Wiset Chai Chan Sub-district (currently Pa Mok District in Ang Thong Province.) Instrumental music: Num Dtah Saeng Dtai)

ภาพที่ 3.11 ออกแบบสตอรี่บอร์ด (Story board) ภาษาอังกฤษ

Scene		Action / notes	Dialogue / sound
3-1 Time		Bg	He had a wife named Srinuan Instrumental music Num Dtah Saeng Dtai)
3-2 Time		Bg	Later, Instrumental music Num Dtah Saeng Dtai)
4 Time		Bg	he had the opportunity to serve as a helmsman of then Ekachai Throne Hall Instrumental music Num Dtah Saeng Dtai)
5 Time		Bg	of Somdet Phra Sanphet VIII
Time		Bg	Instrumental music Num Dtah Saeng Dtai)

ภาพที่ 3.12 ออกแบบสตอรี่บอร์ด (Story board) ภาษาอังกฤษ

Scene		Action / notes	Dialogue / sound
6			During the time that King Suea)
Time		Bg	Instrumental music Num Dtah Saeng Dtai)
7			traveled by the Ekachai Royal Barge to go fishing at the mouth of the city of Sakhon Buri
Time		Bg	Instrumental music Num Dtah Saeng Dtai)
			Instrumental music Num Dtah Saeng Dtai)
Time		Bg	Instrumental music Num Dtah Saeng Dtai)
8			the royal
Time		Bg	Instrumental music Num Dtah Saeng Dtai)
9-1			barge passed by
Time		Bg	Instrumental music Num Dtah Saeng Dtai)

ภาพที่ 3.13 ออกแบบสตอรี่บอร์ด (Story board) ภาษาอังกฤษ

3.4 การทำวิดีโอโดยใช้โปรแกรม Adobe Premiere Pro

ขั้นตอนการทำงาน

การเข้าสู่โปรแกรม เป็นขั้นตอนการเรียกใช้โปรแกรมเพื่อการใช้งาน สามารถสร้างชิ้นงานใหม่ และเรียกใช้ชิ้นงานที่มีอยู่เดิมได้

1. โปรแกรม Adobe Premiere Pro



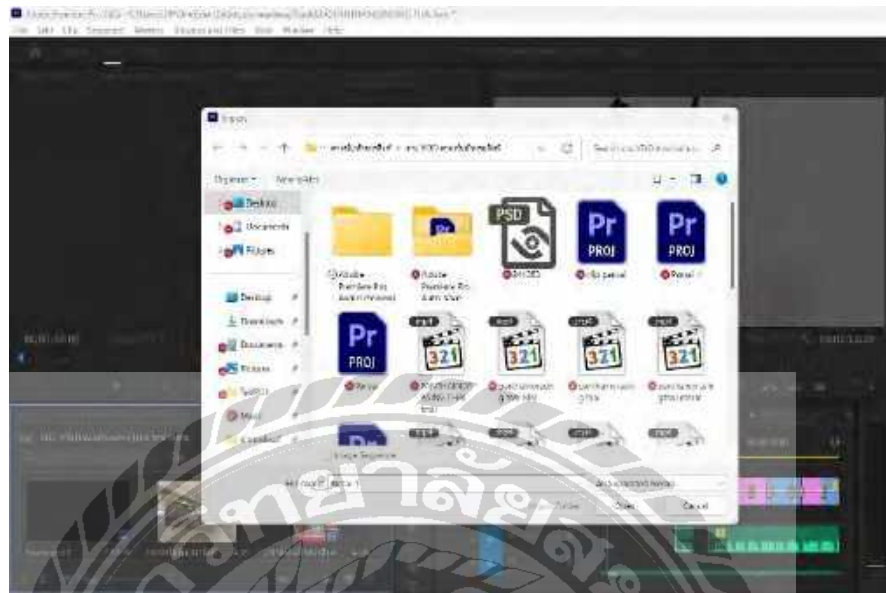
ภาพที่ 3.14 โปรแกรม Adobe Premiere Pro

2. กำหนดค่าของการสร้างชิ้นงานวิดีโอ



ภาพที่ 3.15 กำหนดค่าของการสร้างชิ้นงานวิดีโอ

3. นำเข้าไฟล์งานที่จะใช้ในสร้างวิดีโอ



ภาพที่ 3.16 นำเข้าไฟล์งานที่จะใช้ในสร้างวิดีโอ

4. นำเอาคลิป และ เสียง มาประกอบเป็นวิดีโอ



ภาพที่ 3.17 นำเอาคลิป และ เสียง มาประกอบเป็นวิดีโอ

5. นำเอาคลิป Effect มาใส่เพื่อเป็นสีสัน ให้กับวิดีโอ



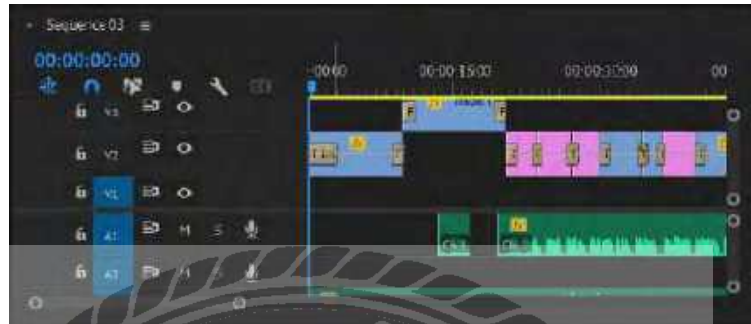
ภาพที่ 3.18 นำเอาคลิป Effect มาใส่เพื่อเป็นสีสัน ให้กับวิดีโอ

6. ค้นหา Effect ที่ต้องการใช้งาน



ภาพที่ 3.19 ค้นหา Effect ที่ต้องการใช้งาน

7. ใส่เพลง เสียงพากย์ และ Effect ให้เหมาะสมกับเรื่องราวที่ต้องการทำวิดีโอ



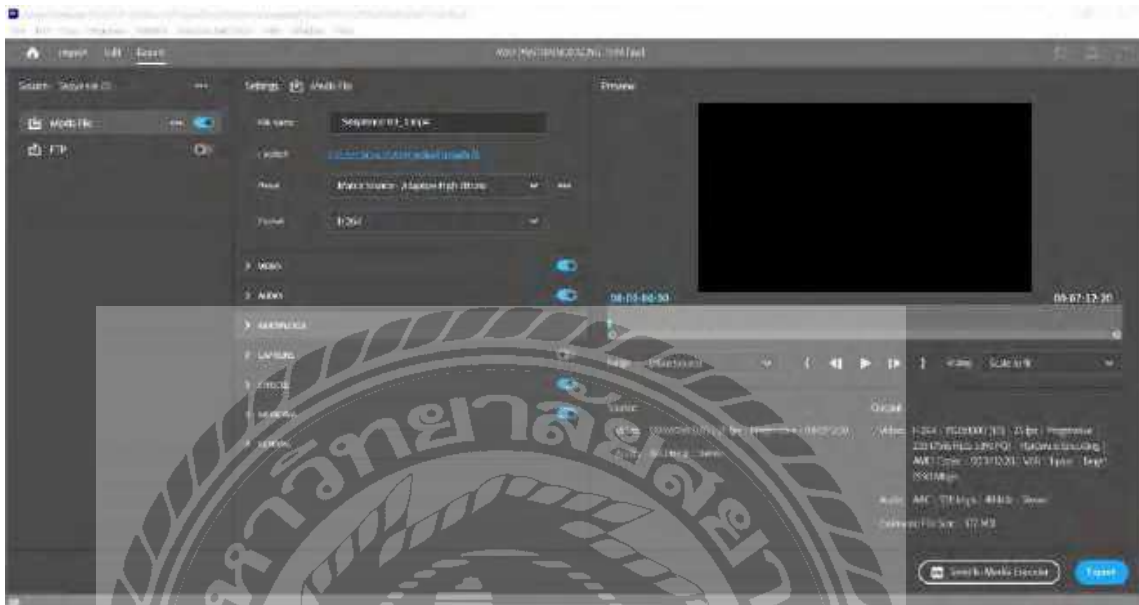
ภาพที่ 3.20 ใส่เพลง เสียงพากย์ และ Effect ให้เหมาะสมกับเรื่องราวที่ต้องการทำวิดีโอ

8. ทำการ Export ไฟล์ออกไปใช้งานตามความเหมาะสม



ภาพที่ 3.21 ทำการ Export ไฟล์ออกไปใช้งานตามความเหมาะสม

9. กำหนดรายละเอียดของ การ Export ไฟล์วิดีโอ และ คลิกที่ Export



ภาพที่ 3.22 กำหนดรายละเอียดของ การ Export ไฟล์วิดีโอ และ คลิกที่ Export

3.5 ขั้นตอนการทำโรลอัพ (Roll up)

โรลอัพประวัติพันท้ายนรสิงห์

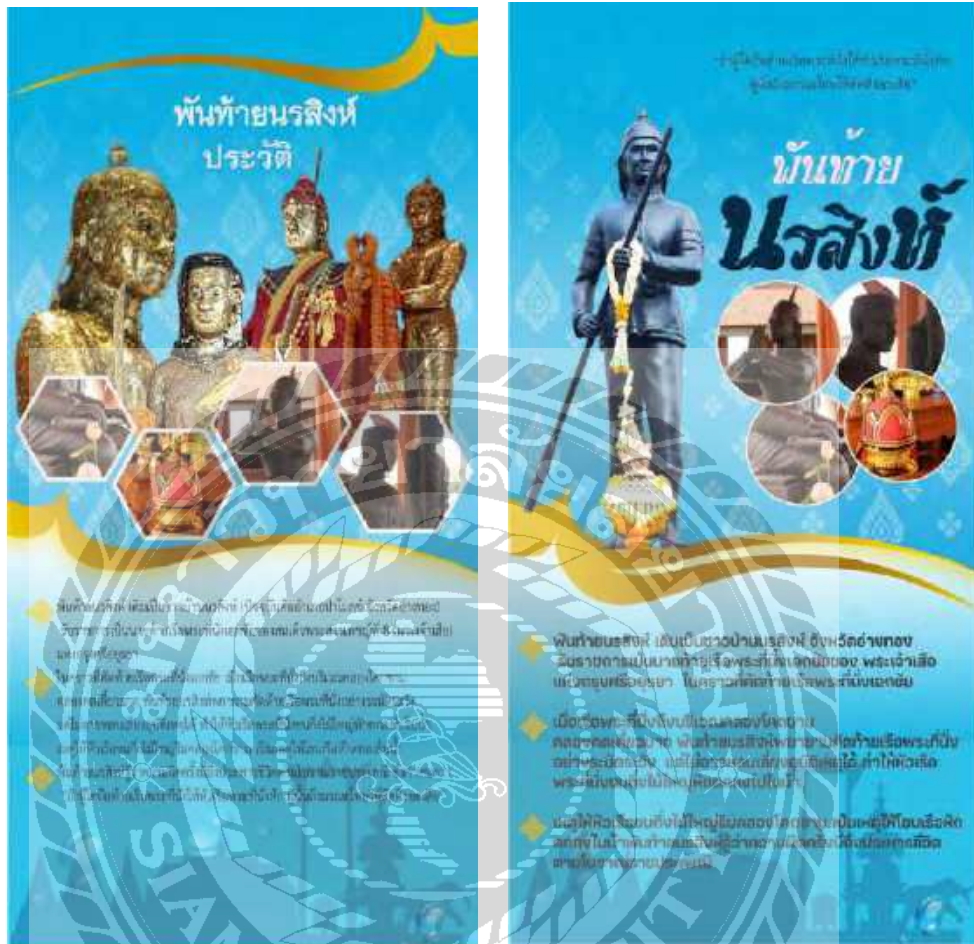
1. หาข้อมูลเกี่ยวกับประวัติพันท้ายนรสิงห์โดยละเอียด จากการลงพื้นที่สัมภาษณ์ และพูดคุย ชักถามประชาชนในพื้นที่ และผู้จัดการมูลนิธิศาลพันท้ายนรสิงห์
2. หาภาพเกี่ยวกับพันท้ายนรสิงห์ และจากการลงพื้นที่ไปถ่ายภาพบรรยากาศที่ศาลพันท้ายนรสิงห์
3. นำภาพและคลิปที่ได้มาจัดรูปแบบ โดยใช้โปรแกรม Adobe Illustrator ลงในขนาดของโรลอัพที่ต้องการ
4. นำเสนองานกับอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อขอคำแนะนำและพัฒนาผลงาน
5. นำงานมาแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา
6. นำงานที่แก้ไขแล้วเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาใหม่
7. อาจารย์ที่ปรึกษาแนะนำให้หาข้อมูลเพิ่มเติมและปรับให้ถูกต้องตามหลัก Mood&Tone
8. นำงานมาแก้ไขตามคำแนะนำ การทำคัลเลอร์ให้สอดคล้อง เกี่ยวข้องกับหัวข้อที่ออกแบบ

9. นำงานที่แก้ไขแล้วเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาอีกครั้ง
10. ปรับงานให้เหมาะสมตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาให้คำแนะนำ
11. นำงานที่ปรับแก้ไขเสนออาจารย์ที่ปรึกษา
12. นำงานมาปรับแสง สี ให้เหมาะสมอีกครั้งหนึ่ง
13. นำงานเสนออาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณา
14. งานสำเร็จเรียบร้อย

สร้างโรงอัฐประวัติพื้นท่ายนรสิงห์ในโปรแกรม Adobe Illustrator ขนาด 160x60 เซนติเมตร



ภาพที่ 3.23 กำหนดขนาดสร้างโรงอัฐประวัติพื้นท่ายนรสิงห์



ภาพที่ 3.24 ออกแบบงานโรลอัพประวัติพันท้ายนรสิงห์

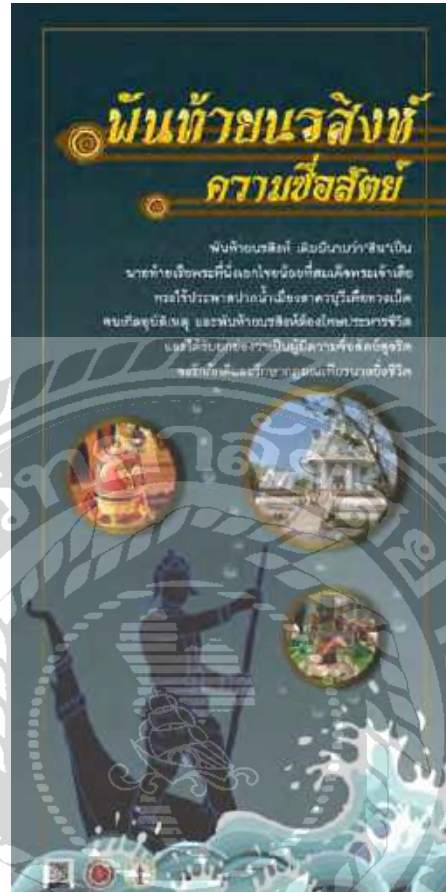
แนวทางการออกแบบทั้ง 2 ชิ้นงาน

- นำภาพถ่ายจากสถานที่จริงจากวัดพันท้ายนรสิงห์ และ ศาลพันท้ายนรสิงห์ มาจัดองค์ประกอบ
- นำทรงเรขาคณิต ทรงกลม และทรงหกเหลี่ยมมาใช้ในงานออกแบบ เพื่อให้ภาพโดดเด่น
- จัดองค์ประกอบภาพให้พอดีกับขนาดของเฟรม ใช้ลวดลายสีทอง เป็นเส้นนำสายตา
- ใช้อักษรแบบ SOV_Nophamas นำสีฟ้ามาออกแบบเพื่อสื่อถึงน้ำ เพราะเรื่องราวพันท้ายนรสิงห์เกี่ยวข้องกับน้ำ



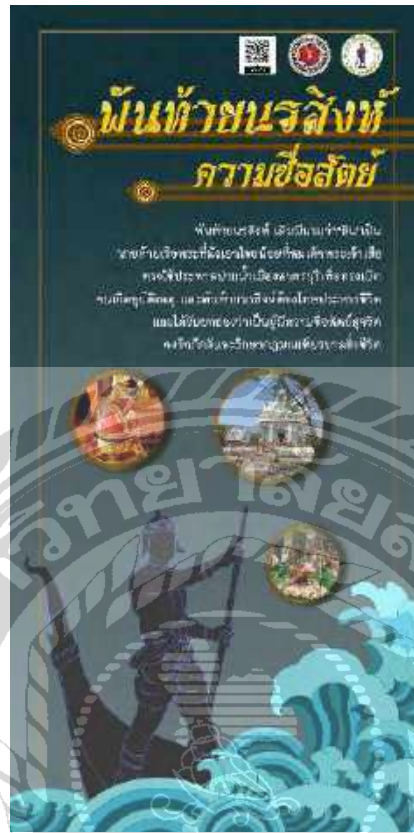
ภาพที่ 3.25 แก้วงานโรลอัพประวัติพันท้ายนรสิงห์ ครั้งที่ 1

- ตัวอักษรของคำว่าพันท้ายนรสิงห์ ใช้ตัวอักษร SOV_Nophamas
- หัวของตัวอักษรแต่ละตัวถูกออกแบบ โดยนำเอาตาของตัวเหราที่อยู่ข้างเรือพระที่นั่งเอกไชยน้อยนำมาออกแบบ
- แนวคิดในการออกแบบรูปพันท้ายนรสิงห์ วาดเป็นรูปกราฟิกลายเส้น ลงสีแบบซิลลูเอท
- การออกแบบกราฟิกรูปน้ำ ออกแบบลวดลายเป็นคลื่นและลงสี
- นำข้อมูลรายละเอียดขึ้นไปไว้ช่วงบนของโรลอัพเพื่อความสะดวกในการอ่าน



ภาพที่ 3.26 แก์งานโรลอัพประวัติพันท้ายนรสิงห์ ครั้งที่ 2

- ตัวอักษรของคำว่า “พันท้ายนรสิงห์” ใช้ Font SOV_Nophamas
- หัวของตัวอักษรแต่ละตัวถูกออกแบบโดยนำเอาตาของตัวเหราที่อยู่ข้างเรือพระที่นั่งเอกไชยน้อยมาออกแบบ
- “ความซื่อสัตย์” ใช้อักษร Sarun’s Manorah
- ปรับแสงตัวอักษรให้สว่างขึ้น
- ลดขอบของรูปภาพในวงกลม เพิ่มลวดลายของกราฟิกูรูนน้ำให้เหมือนมีคลื่นน้ำกระเซ็น



ภาพที่ 3.27 งานรอล์ฟประวัติพื้นทำนรสิงห์ เสร็จสมบูรณ์

- แก้ไขกราฟิกรูปน้ำโดยปรับสีและลักษณะคลื่นน้ำ
- เพิ่ม QR code รายละเอียดของประวัติพื้นทำนรสิงห์
- เพิ่มโลโก้มูลนิธิศาลพื้นทำนรสิงห์และมหาวิทยาลัยสยามไว้ด้านบน

โรลอัฟ ประวัติพันท้ายนรสิงห์

การออกแบบโรลอัฟโดยโปรแกรม Adobe Illustrator กำหนดขนาดของโรลอัฟ 160x60 เซนติเมตร



ภาพที่ 3.28 การออกแบบโรลอัฟโดยใช้โปรแกรม Adobe Illustrator

ขั้นตอนการนำภาพใส่ใน QR code

1. สร้างชิ้นงานให้เป็น pdf ไฟล์
2. Upload ไฟล์ขึ้นไปยัง Google Drive
3. เข้าเว็บไซต์ที่ให้บริการสร้าง QR code [www. https://me-qr.com/th](https://me-qr.com/th) กำหนดรายละเอียด

และ Download QR code ไปใช้งาน



ภาพที่ 3.29 QR code [www. https://me-qr.com/th](https://me-qr.com/th)



ภาพที่ 3.30 รายละเอียดภายใน QR code ของโรลอัพประวัติพันท้ายนรสิงห์

3.6 ขั้นตอนการทำโรลอัพ (Roll up)

โรลอัพเรือพระที่นั่งเอกไชยน้อย

1. หาข้อมูลเกี่ยวกับประวัติเรือพระที่นั่งเอกไชยน้อยโดยละเอียด จากการลงพื้นที่ สัมภาษณ์ และพูดคุยซักถามประชาชนในพื้นที่ และผู้จัดการมูลนิธิศาลพันท้ายนรสิงห์ และจากการไป สืบค้นเรื่องราวเรือพระที่นั่งที่พิพิธภัณฑ์เรือพระที่นั่ง
2. หาภาพเกี่ยวกับเรือพระที่นั่งเอกไชยน้อย และจากการลงพื้นที่ไปถ่ายภาพบรรยากาศที่ พิพิธภัณฑ์เรือพระที่นั่ง
3. นำภาพที่ได้มาจัดรูปแบบโดยใช้โปรแกรม Adobe Illustrator กำหนดขนาดของโรล-อัพที่ต้องการ
4. นำเสนองานกับอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อขอคำแนะนำและพัฒนาผลงาน

5. นำงานมาแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา
6. นำงานที่แก้ไขแล้วเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาใหม่
7. อาจารย์ที่ปรึกษาแนะนำให้หาข้อมูลเพิ่มเติมและปรับให้ถูกต้องตามหลัก

Mood&Tone

8. นำงานมาแก้ไขตามคำแนะนำการทำสีน้ำให้สอดคล้อง เกี่ยวข้องกับหัวข้อที่

ออกแบบ

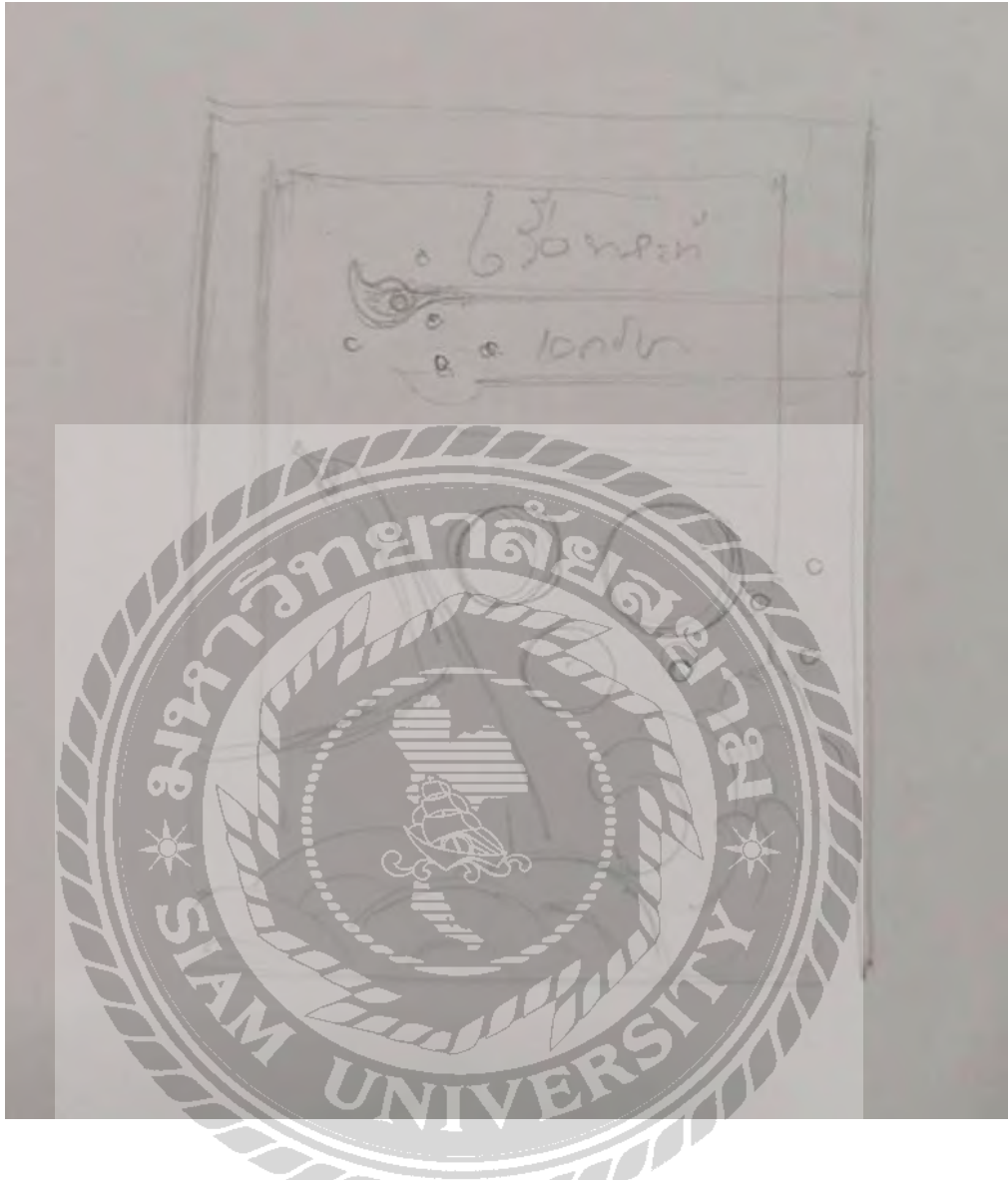
9. นำงานที่แก้ไขแล้วเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาอีกครั้ง
10. ปรับงานให้เหมาะสมตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาแนะนำ
11. นำงานที่ปรับแก้ไขเสนออาจารย์ที่ปรึกษา
12. นำงานมาปรับแสง สี ให้เหมาะสมอีกครั้งหนึ่ง
13. นำงานเสนออาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณา
14. งานสำเร็จเรียบร้อย

สร้างโรลออฟเรือพระที่นั่งเอกไชยน้อยในโปรแกรม Adobe Illustrator ขนาด 160x60

เซนติเมตร



ภาพที่ 3.31 กำหนดขนาดสร้างโรลออฟเรือพระที่นั่งเอกไชยน้อย



ภาพที่ 3.32 ภาพสเก็ตรูปคลื่นน้ำ



ภาพที่ 3.33 ภาพสเก็ตสระเองจากการใช้ไชนเรือพระที่นั่งเอกไชยน้อยและตาของตัวหระที่ข้างเรือ

เป็นการออกแบบตัวอักษร แบบ Display font โดยการนำเอาหัวของตัวอักษรแต่ละตัวถูกออกแบบโดยนำเอาลายของตาตัวหระที่อยู่ข้างเรือพระที่นั่งเอกไชยน้อย นำมาออกแบบร่วมกับไชนเรือพระที่นั่งเอกไชยน้อยมาออกแบบเป็นสระเอ

- “เอกไชยน้อย” ใช้อักษร Sarun’s Manorah
- การออกแบบกราฟิกรูปน้ำ ออกแบบลวดลายเป็นคลื่นและลงสีไล่ระดับ



ภาพที่ 3.34 ออกแบบงานรอล์ฟเรือพระที่นั่งเอกไชยน้อย

แนวทางการออกแบบทั้ง 2 ชิ้นงาน

- นำภาพถ่ายเรือจริงจากพิพิธภัณฑ์เรือพระที่นั่ง
- จัดองค์ประกอบภาพให้พอดีกับขนาดของเฟรม ใช้ลวดลายน้ำ เป็นเส้นนำสายตา
- ใช้อักษรแบบ DB JariyaTham X ใช้พื้นหลังเป็นลายไทยเพื่อสื่อถึงความเป็นไทย
- ใช้สีฟ้าและสีม่วงตกแต่งเพิ่มสีสันให้งานออกแบบ



ภาพที่ 3.35 แก้วงานโรลอปเรือพระที่นั่งเอกไชยน้อย ครั้งที่ 1

แก้วไขโดยเปลี่ยนการจัดวางโดยนำข้อมูลคำบรรยายไว้ด้านบน หากภาพมาจัดวางเป็นพื้นหลัง ออกแบบกราฟิกรูปน้ำ และจัดวางองค์ประกอบของเรือพระที่นั่งในวงกลมและดอกประจํายาม



ภาพที่ 3.36 ออกแบบตัวอักษร

การออกแบบตัวอักษรแบบ Display Type ตัวสระเอของคำว่าเรือพระที่นั่ง ออกแบบโดยการนำโซนเรือพระที่นั่งกับตาของตัวหระ มาประกอบเป็นตัวสระเอ โดยการนำลวดลายจากเรือจริงมาออกแบบ และนำตาของตัวหระมาเป็นหัวของพยัญชนะทุกตัวในคำว่า “เรือพระที่นั่ง”



ภาพที่ 3.37 แก์ใช้งานโรลอัพเรือพระที่นั่งเอกไชยน้อย ครั้งที่ 2

เพิ่มเส้นกรอบของรูป และเส้นกราฟิกตัวอักษร 3 เส้นเพื่อให้ตัวอักษรโดดเด่นขึ้นมา ตัวอักษรของคำว่า “เรือพระที่นั่ง” ใช้อักษร SOV_Nophamas คำว่า “เอกไชยน้อย” ใช้อักษร MN Luk Chup นำรูปภาพของเรือพระที่นั่งเอกไชยน้อยจากพิพิธภัณฑ์เรือพระที่นั่ง มาใส่รูปทรงเรขาคณิตทรงสี่เหลี่ยม เพื่อให้ภาพดูเด่นขึ้น



ภาพที่ 3.38 แก์ไขงานโรลอัพเรือพระที่นั่งเอกไชยน้อย ครั้งที่ 3

เพิ่มเติมเส้นกราฟิกใต้ตัวอักษรโดยการนำตาของตัวหระมาเติมที่ปลายเส้นเพื่อความสวยงามเด่นชัด ตัวอักษรคำว่า “เอกไชยน้อย” ใช้อักษร Sarun’s Manorah แก์ไขกราฟิกรูปน้ำให้มีลักษณะเหมือนน้ำกระเซ็นเพิ่มเติมโลโก้มูลนิธิศาลพันท้ายนรสิงห์ และโลโก้มหาวิทยาลัยสยาม เพิ่ม QR code รายละเอียดของเรือพระที่นั่งเอกไชยน้อย



ภาพที่ 3.39 งานโรลอัพเรือพระที่นั่งเอกไชยน้อย เสร็จสมบูรณ์

แก้ไขกราฟิกรูปน้ำ ลบจุดวงกลมเล็กๆ ที่เหมือนน้ำกระเซ็นออก เพิ่มโลโก้มูลนิธิศาลพันท้ายนรสิงห์ และโลโก้มหาวิทยาลัยสยาม เพิ่ม QR code ข้อมูลรายละเอียดของเรือพระที่นั่งเอกไชยน้อย

โรลอัฟ เรือพระที่นั่งเอกไชยน้อย

การออกแบบโรลอัฟโดยโปรแกรม Adobe Illustrator กำหนดขนาดของโรลอัฟ 160x60 เซนติเมตร



ภาพที่ 3.40 การออกแบบโรลอัฟโดยโปรแกรม Adobe Illustrator

3.7 ขั้นตอนการนำภาพใส่ใน QR code

1. สร้างชิ้นงานให้เป็น pdf ไฟล์
2. Upload ไฟล์ขึ้นไปยัง Google Drive3.เข้าเว็บไซต์ที่ให้บริการสร้าง QR code www.https://me-qr.com/th กำหนดรายละเอียดและDownload QR code ไปใช้งาน



ภาพที่ 3.41 QR code [www. https://me-qr.com/th](http://www.https://me-qr.com/th)



ภาพที่ 3.42 รายละเอียดภายใน QR code ของรถไฟเรือพระที่นั่งเอกไชยน้อย

ขั้นตอนการทำป้ายคัทเอาท์ (Cut out)

1. ลงพื้นที่ ศาลพันท้ายนรสิงห์ เก็บข้อมูล
2. การออกแบบรูปลักษณ์ใหม่ตาม Mood&Tone ให้สอดคล้องกับเรื่องศาลพันท้ายนรสิงห์
3. นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาและพัฒนาผลงานต่อไป
4. แก้ไขงานตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา และนำเสนอเพื่อพิจารณาอีกครั้ง

5. แก้ไขรายละเอียดของงาน เช่น กราฟิก รูปน้ำ ให้ดูไปทิศทางเดียวกัน
6. นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาอีกครั้ง
7. นำงานแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา
8. นำงานเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณา
9. แก้ไขงานตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา
10. งานป้ายคัทเอาท์สำเร็จเรียบร้อย
11. ออกแบบข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับ ศาลพันท้ายนรสิงห์ เพิ่มเติมสำหรับการทำ

QR code

12. นำงานที่ออกแบบข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับศาลพันท้ายนรสิงห์เสนออาจารย์ที่ปรึกษา
เพื่อพิจารณา

13. แก้ไขงานตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาแนะนำ

14. นำไฟล์ที่ออกแบบที่แก้ไขแล้วมาสร้างเป็น QR code โดยเข้าไปทำใน www.https://me-qr.com/th

<https://me-qr.com/th>

15. นำ QR code มาจัดวางไว้ด้านล่างของป้ายคัทเอาท์นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อ
พิจารณา

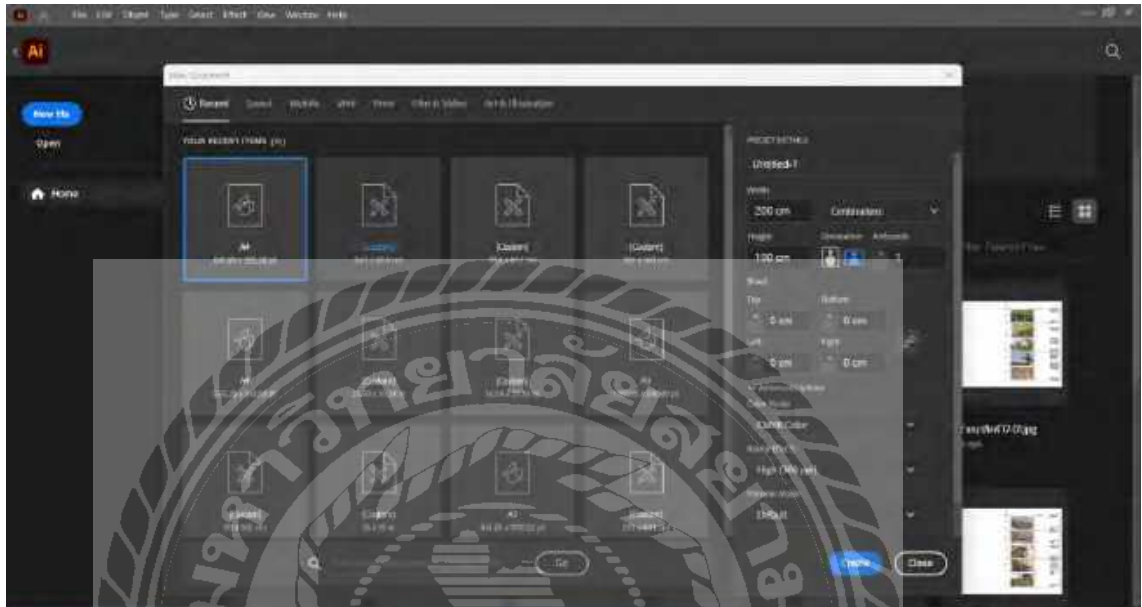
16. แก้ไขงานตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาแนะนำ

17. นำเสนองานแก่อาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาอีกครั้ง

18. แก้ไขงานตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาแนะนำ

19. งานป้ายคัทเอาท์ศาลพันท้ายนรสิงห์ สำเร็จเรียบร้อย

สร้างป้ายคัทเอ้าท์ศาลพันท้ายนรสิงห์ในโปรแกรม Adobe Illustrator ขนาด 100x200 เซนติเมตร



ภาพที่ 3.43 กำหนดขนาดสร้างป้ายคัทเอ้าท์ศาลพันท้ายนรสิงห์



ภาพที่ 3.44 ออกแบบงานป้ายคัทเอ๊าท์ศาลพันท้ายนรสิงห์

นำภาพถ่ายแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญภายในบริเวณศาลพันท้ายนรสิงห์มาจัดลงในเฟรมคัทเอ๊าท์ โดยวางลงในรูปทรงเรขาคณิตทรงสี่เหลี่ยม นำภาพรูปปั้นองค์สัมฤทธิ์ของท่านพันท้ายนรสิงห์ มาเพื่อเป็นเอกลักษณ์ของศาลพันท้ายนรสิงห์

คำว่า “แหล่งท่องเที่ยวตามรอยประวัติศาสตร์ ศาลพันท้ายนรสิงห์” ใช้ตัวอักษร MN MINIMON

คำว่า “เมืองประมง ดงโรงงาน ลานเกษตร เขตประวัติศาสตร์” ใช้ตัวอักษร FC Sound Rounded (Non-cml.) Bold ใช้โทนสีฟ้าด้วยเรื่องราวของท่านพันท้ายนรสิงห์เกี่ยวข้องกับน้ำ



ภาพที่ 3.45 ออกแบบงานป้ายคัทเอ้าท์ศาลพันท้ายนรสิงห์

นำภาพถ่ายจากสถานที่จริงจาก ศาลพันท้ายนรสิงห์ มาจัดองค์ประกอบลงในรูปทรงเรขาคณิต ทรงกลม เพื่อให้ภาพโดดเด่น นำภาพรูปปั้นองค์สัมฤทธิ์ของท่านพันท้ายนรสิงห์ มาเพื่อเป็นเอกลักษณ์ของศาลพันท้ายนรสิงห์ จัดองค์ประกอบภาพให้พอดีกับขนาดของเฟรม ใช้ภาพกราฟิกน้ำ มาเป็นเส้นนำสายตา คำว่า “แหล่งท่องเที่ยวตามรอยประวัติศาสตร์” ใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK คำว่า “ศาลพันท้ายนรสิงห์” ใช้ตัวอักษร MN MINIMON คำว่า “เมืองประมง ดงโรงงาน ลานเกษตร เขตประวัติศาสตร์” ใช้ตัวอักษร FC Sound Rounded (Non-cml.) Bold ใช้โทนสีฟ้าด้วยเรื่องราวของท่านพันท้ายนรสิงห์เกี่ยวข้องกับน้ำ



ภาพที่ 3.46 แก์ไขงานป้ายคัทเอ้าท์ศาลพันท้ายนรสิงห์ ครั้งที่ 1

มีการเปลี่ยนตัวอักษรให้มีหัวกลมเพื่ออ่านได้ง่าย ปรับสีให้เข้า Mood&Tone เปลี่ยนกราฟิกรูป
น้ำให้ไปในทิศทางเดียวกับงานชิ้นอื่นๆ เพิ่มเส้นกรอบตามมุมเพื่อให้งานดูเรียบร้อย

คำว่า “แหล่งท่องเที่ยวตามรอยประวัติศาสตร์” ใช้อักษร MN Luk Chup

คำว่า “ศาลพันท้ายนรสิงห์” ใช้ตัวอักษร CS ChatThaiUI

คำว่า “เมืองประมณัง ดงโรงงาน ลานเกษตร เขตประวัติศาสตร์” ใช้ตัวอักษร CS ChatThaiUI
ใช้โทนสีฟ้าด้วยเรื่องราวของท่านพันท้ายนรสิงห์เกี่ยวข้องกับน้ำ



ภาพที่ 3.47 แก์ไขงานป้ายคัทเอ๊าท์ศาลพันท้ายนรสิงห์ ครั้งที่ 2

ตัวอักษรของป้ายคัทเอ๊าท์ การออกแบบกราฟิกรูปน้ำ ออกแบบลวดลายเป็นคลื่นและลงสีไล่ระดับแตกต่างกัน Mood & Tone

คำว่า “แหล่งท่องเที่ยวตามรอยประวัติศาสตร์” ใช้อักษร MN Luk Chup

คำว่า “ศาลพันท้ายนรสิงห์” ใช้ตัวอักษร CS ChatThaiUI

คำว่า “เมืองประมง ดงโรงงาน ลานเกษตร เขตประวัติศาสตร์” ใช้ตัวอักษร CS ChatThaiUI ใช้โทนสีฟ้าด้วยเรื่องราวของท่านพันท้ายนรสิงห์เกี่ยวข้องกับน้ำ



ภาพที่ 3.48 งานป้ายคัทเอ๊าท์ศาลพันท้ายนรสิงห์เสร็จสมบูรณ์
การแก้ไขการออกแบบป้ายคัทเอ๊าท์ มีการปรับกราฟิกรูปน้ำให้ดูมีมิติมากขึ้น ปรับสีให้ดู
เหมาะสมมากขึ้น

คำว่า “แหล่งท่องเที่ยวตามรอยประวัติศาสตร์” ใช้อักษร DSNMonTaNa

คำว่า “ศาลพันท้ายนรสิงห์” ใช้ตัวอักษร JenjrusSaengSabud-Italic_Tr

คำว่า “เมืองประมง ดงโรงงาน ลานเกษตร เขตประวัติศาสตร์” ใช้ตัวอักษร Sarun’s Manorah
ใช้โทนสีฟ้าด้วยเรื่องราวของท่านพันท้ายนรสิงห์เกี่ยวข้องกับน้ำ

ป้ายคัทเอ้าท์ศาลพันท้ายนรสิงห์

การออกแบบคัทเอ้าท์โดยโปรแกรม Adobe Illustrator กำหนดขนาดของคัทเอ้าท์ 100x200 เซนติเมตร



ภาพที่ 3.49 การออกแบบคัทเอ้าท์โดยโปรแกรม Adobe Illustrator

ขั้นตอนการนำภาพใส่ใน QR code

1. สร้างชิ้นงานให้เป็น pdf ไฟล์
2. Upload ไฟล์ขึ้นไปยัง Google Drive
3. เข้าเว็บไซต์ที่ให้บริการสร้าง QR code <https://me-qr.com/th> กำหนดรายละเอียดและ

Download QR code ไปใช้งาน



ภาพที่ 3.50 QR code <https://me-qr.com/th>

สร้าง QR code เพื่อแสดงข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่สำคัญภายในศาลพันท้ายนรสิงห์ จำนวน 6 ภาพ

รายละเอียดข้อมูลใน QR code

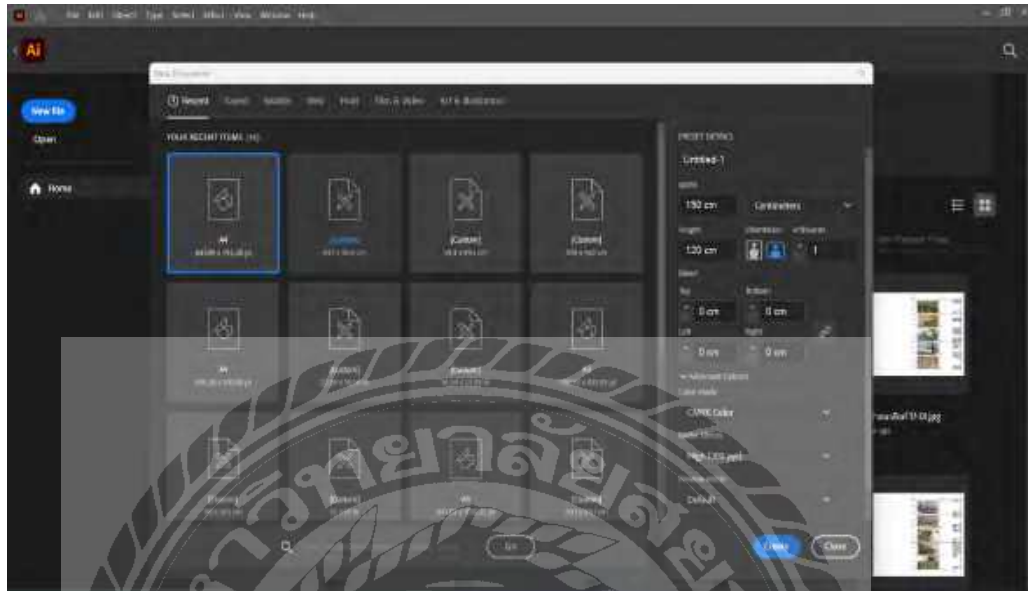


ภาพที่ 3.51 รายละเอียดภายใน QR code ของป้ายคัทเอ้าท์

3.8 ขั้นตอนการทำ ป้ายแสดง QR code

1. ลงพื้นที่ ศาลพันท้ายนรสิงห์ เก็บภาพป้ายแสดงคำทำนายเข็มซี ไบที่ 1-28
2. นำไบเข็มซีเดิมมาปรับปรุงโดยการออกแบบรูปลักษณ์ใหม่ตาม Mood&Tone ให้สอดคล้องกับเรื่องศาลพันท้ายนรสิงห์
3. นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อขอคำแนะนำแก้ไขและพัฒนาผลงาน
4. แก้ไขงานตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา และนำเสนอเพื่อพิจารณาอีกครั้ง
5. แก้ไขรายละเอียดของงาน เช่น กราฟิก รูปน้ำ ให้ดูไปทิศทางเดียวกันกับงานอื่น
6. นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาอีกครั้ง
7. นำงานแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา
8. นำงานเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณา
9. แก้ไขงานตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา
10. งานออกแบบไบเข็มซีสำเร็จเรียบร้อย
11. จัดทำไบเข็มซีทั้งหมด 28 ไบ
12. นำงานไบเข็มซีทั้ง 28 ไบมาสร้างเป็น QR code โดยเข้าไปทำใน <https://me-qr.com/th>
13. นำ QR code มาจัดเรียงเป็นป้ายแสดงงาน
14. ออกแบบป้ายแสดง QR code นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อขอคำแนะนำ
15. แก้ไขงานตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาแนะนำ
16. นำเสนองานแก่อาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาอีกครั้ง
17. แก้ไขงานตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาแนะนำ
18. นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณา
19. งานป้ายแสดง QR code สำเร็จเรียบร้อย

สร้างป้ายแสดง QR code ใบเชื่อมโยงซี ในโปรแกรม Ai ขนาด 120x150 เซนติเมตร



ภาพที่ 3.52 กำหนดขนาดการสร้างป้ายแสดง QR code



ภาพที่ 3.53 ออกแบบงานเชื่อมโยงศาลพันท้ายนรสิงห์



ภาพที่ 3.54 แก้วงานเชียมซีศาลพันท้ายนรสิงห์ ครั้งที่ 1

แก้ว รูปแบบพื้นหลังให้สอดคล้องกับงานชิ้นอื่นๆ โดยการนำกราฟิกรูปน้ำแบบเดียวกัน นำตาของตัวหระที่อยู่ข้างเรือพระที่นั่งเอกไชยน้อยมาทำเป็นองค์ประกอบหัวเรื่อง และมีการเปลี่ยนตัวอักษรให้เป็นรูปแบบไทย



ภาพที่ 3.55 แก้วงานเชียมซีศาลพันท้ายนรสิงห์ ครั้งที่ 2

แก้ไข ป้ายแสดง QR code ใบเชื่อมโยงศาลพันท้ายนรสิงห์ โดยใช้อักษร JenjrusSaengSabud-Italic_Tr การออกแบบกราฟิกรูปน้ำ ออกแบบลวดลายเป็นคลื่นและลงสีไล่ระดับแตกต่างกัน Mood & Tone สร้าง QR code เพื่อแสดงข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดของใบเชื่อมโยง 28 ใบ



ภาพที่ 3.56 งานเชื่อมโยงศาลพันท้ายนรสิงห์ เสร็จสมบูรณ์

3.9 ขั้นตอนการทำป้ายเชื่อมโยง QR code

การออกแบบป้ายเชื่อมโยง QR code โดยโปรแกรม Adobe Illustrator กำหนดขนาดของป้ายเชื่อมโยง QR code 120x150 เซนติเมตร



ภาพที่ 3.57 ออกแบบป้ายเชื่อมโยง QR code ในโปรแกรมใน Adobe Illustrator

ขั้นตอนการนำภาพใส่ใน QR code

1. สร้างชิ้นงานให้เป็น pdf ไฟล์
2. Upload ไฟล์ขึ้นไปยัง Google Drive
3. เข้าเว็บไซต์ที่ให้บริการสร้าง QR code <https://me-qr.com/th> กำหนดรายละเอียดและ

Download QR code ไปใช้งาน



ออกแบบใบเชียมซี



แก้ไขงานใบเชียมซี ครั้งที่ 1 แก้ไขให้ตรงMood&Tone



แก้ไขงานใบเชียมซี ครั้งที่ 2 ปรับแสงให้อ่อนลง



แก้ไขงานใบเชียมซี ครั้งที่ 3

ปรับแก้ไขพื้นหลังโดยนำภาพพันท้ายนรสิงห์
 ทำเป็นสีลู่เอททางไว้ด้านหลังกราฟิกรูปน้ำ
 และนำหมวกทหารมาทำเป็นเส้นคั่นหัวเรื่อง
 และนำพายมาเป็นองค์ประกอบ



QR code เชี่ยมซี ใบที่ 1



QR code เชี่ยมซี ใบที่ 2

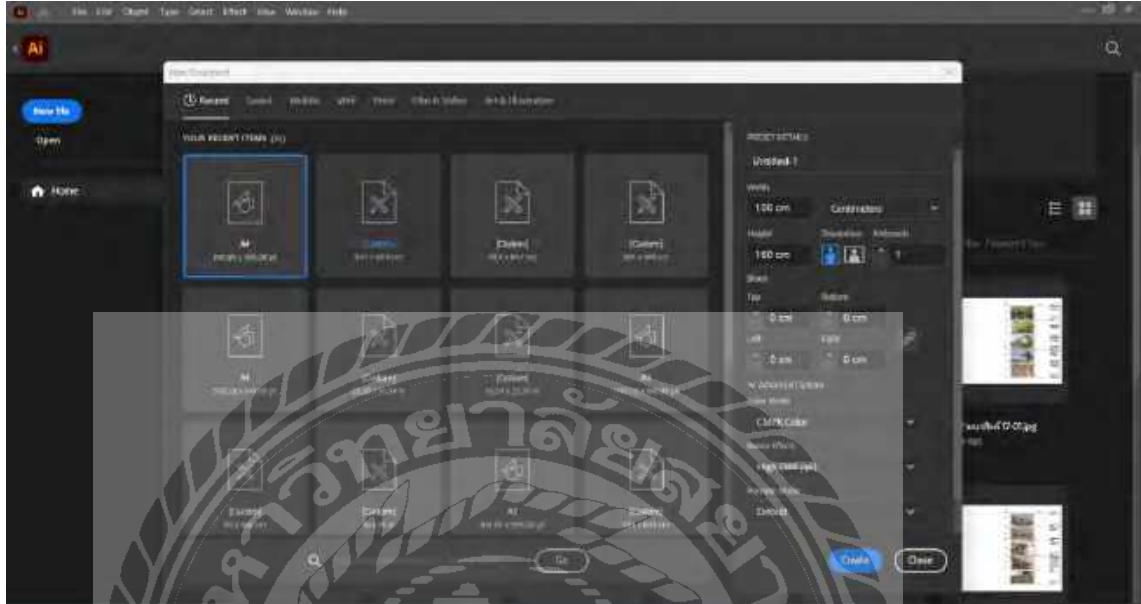
ภาพที่ 3.58 งานใบเชี่ยมซี เสรีจสมบูรณ์

3.10 ขั้นตอนการทำสแตนดี้ (Standy)

1. ลงพื้นที่ศาลพันท้ายนรสิงห์ เก็บข้อมูล
2. การออกแบบโดยการนำเอา Reference รูปพันท้ายนรสิงห์เป็นภาพซิลลูเอทจากโรลอัปมาทำเป็นสแตนดี้
3. นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาขอคำแนะนำ
4. แก้ไขงานตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาโดยเพิ่มรายละเอียด ลงบนภาพซิลลูเอทและนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาอีกครั้ง
5. แก้ไขรายละเอียดของงานโดยการแก้ไขท้ายเรือเสื่อผ้าและกราฟิกรูปน้ำให้ใกล้เคียงของจริงมากที่สุดทั้งลวดลายของเรือ และเครื่องแบบนายท้ายเรือพระที่นั่ง
6. นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาพร้อมขอข้อเสนอแนะ
7. นำงานแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา
8. นำงานเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาอีกครั้ง
9. แก้ไขงานตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา
10. งานสแตนดี้พันท้ายนรสิงห์สำเร็จเรียบร้อย



สร้างสแตนด์พื้นท้ายนรสิงห์ในโปรแกรม Ai ขนาด 160x100 เซนติเมตร



ภาพที่ 3.59 กำหนดขนาดสร้างสแตนด์พื้นท้ายนรสิงห์

กราฟิกอักษรพื้นท้ายนรสิงห์ ใช้แบบอักษร JenjrusSaengSabud-Italic_Tr การออกแบบกราฟิกรูปน้ำ ออกแบบลวดลายเป็นคลื่นและลงสีไล่ระดับแตกต่างกัน Mood & Tone เรือพระที่นั่ง ออกแบบลวดลายเรือจากภาพต้นแบบเรือพระที่นั่งเอกไชยน้อย เครื่องแบบพื้นท้ายนรสิงห์ ออกแบบลวดลายโดยการนำลายจากเรือพระที่นั่งเอกไชยน้อยมาดัดทอนทำเป็นลายประจำยาม



ภาพที่ 3.60 ออกแบบสแตนดี้พื้นท่ายนรสิงห์

ออกแบบโดยการวาดรูปพื้นท่ายนรสิงห์ และทำเป็นซิลูเอทโดยเพิ่มขอบของรูปเป็นสีฟ้าเพื่อให้เห็นรูปร่างของพื้นท่ายนรสิงห์ชัดเจนขึ้น นำกราฟิกรูปน้ำสีฟ้าไล่ระดับสีมาวาง เสมือนเรือแล่นในน้ำ



ภาพที่ 3.61 แก้วงานสแตนตี้น้ำย่นรสิงห์

แก้วจากภาพสีดูเอทเป็นการเติมสีให้เรือพระที่นั่งเอกไชยน้อย และเครื่องแบบนายท้ายเรือ โดยเปลี่ยนเป็น 2 สี สีแดงเลียนแบบสีของเครื่องแบบทหาร และสีโทนฟ้าเพื่อให้ตรง Mood&Tone เปลี่ยนสีของกราฟิกรูปน้ำให้ดูมีชีวิตขึ้น

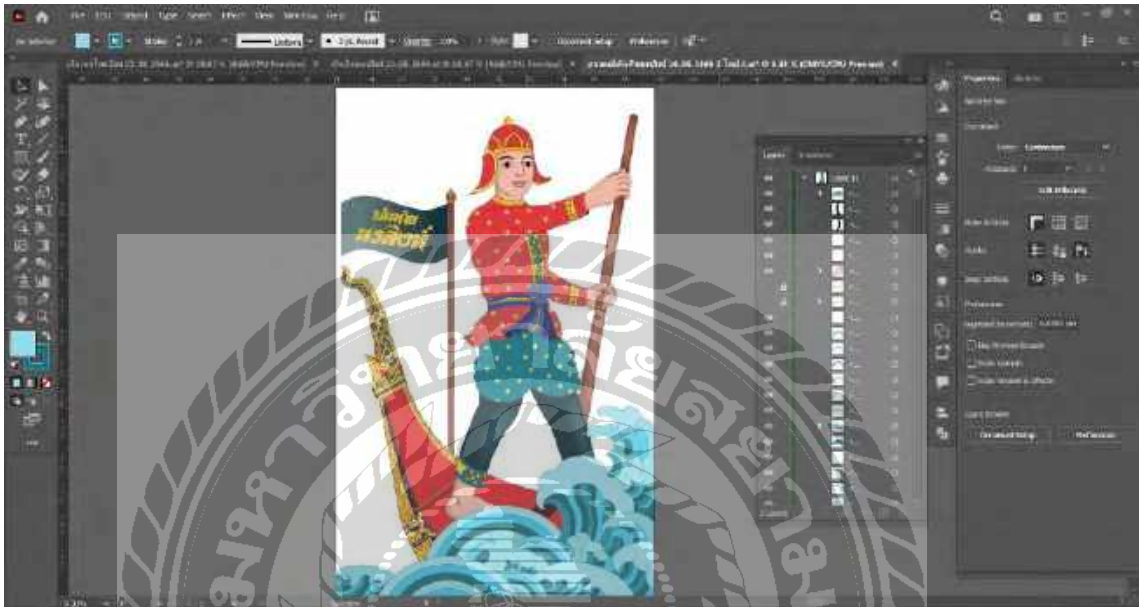


ภาพที่ 3.62 งานสแตนดี้พื้ทักขิย นรสิงห์ สำเร็จสมบูรณ์

แก้ไขกราฟิกอักษรพื้ทักขิย นรสิงห์ ใช้แบบอักษร JenjrusSaengSabud-Italic_Tr
 การออกแบบกราฟิกรูปน้ำ ออกแบบลวดลายเป็นคลื่นและลงสีไล่ระดับแตกต่างกันตาม Mood & Tone
 เรือพระที่นั่ง ออกแบบลวดลายท้ายเรือจากภาพต้นแบบเรือพระที่นั่งเอกไชยน้อย เครื่องแบบพื้ทักขิย
 นรสิงห์ ออกแบบลวดลายโดยการนำลายจากเรือพระที่นั่งเอกไชยน้อยมาลดทอนทำเป็นลายประจำยาม
 และออกแบบที่สำหรับใส่ชื่อ “พื้ทักขิย นรสิงห์” เป็นธงที่อยู่ท้ายเรือ

สแตนดี้ (Standy)

การออกแบบสแตนดี้ โดยโปรแกรม Adobe Illustrator กำหนดขนาดของสแตนดี้ 160x100 เซนติเมตร



ภาพที่ 3.63 การออกแบบสแตนดี้พื้นทำยนรสิงห์ในโปรแกรม Adobe Illustrator

บทที่ 4

ผลการดำเนินงาน

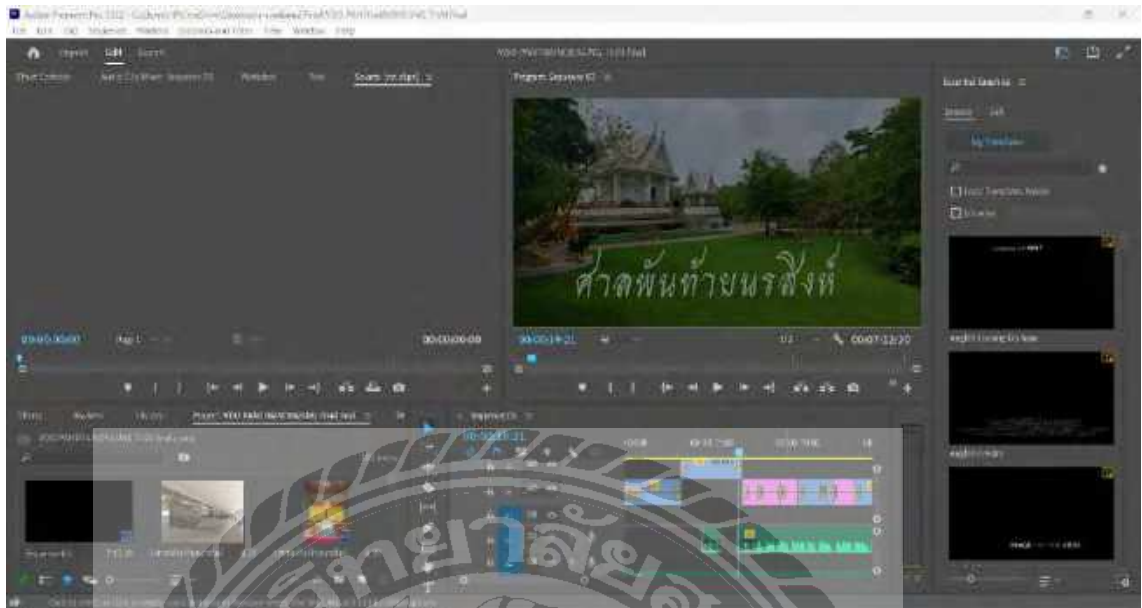
4.1 ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

ในการออกแบบชุดสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวศาลพันท้ายนรสิงห์ จังหวัดสมุทรสาคร มีการออกแบบชุดสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อสมัยใหม่ ดังมีขั้นตอนดังนี้ การสร้างวิดิทัศน์ศาลพันท้ายนรสิงห์

ได้มีการนำภาพและคลิปวิดีโอมาสร้างลงในโปรแกรม Adobe Premiere Pro โดยเพิ่มบทพากย์เสียงภาษาไทย พร้อมด้วยเพลงบรรเลง “น้ำตาแสงใต้” กอปรกับเสียงเอฟเฟกต์ เข้ามาประกอบ เพื่อให้ วิดิทัศน์น่าสนใจมากขึ้น



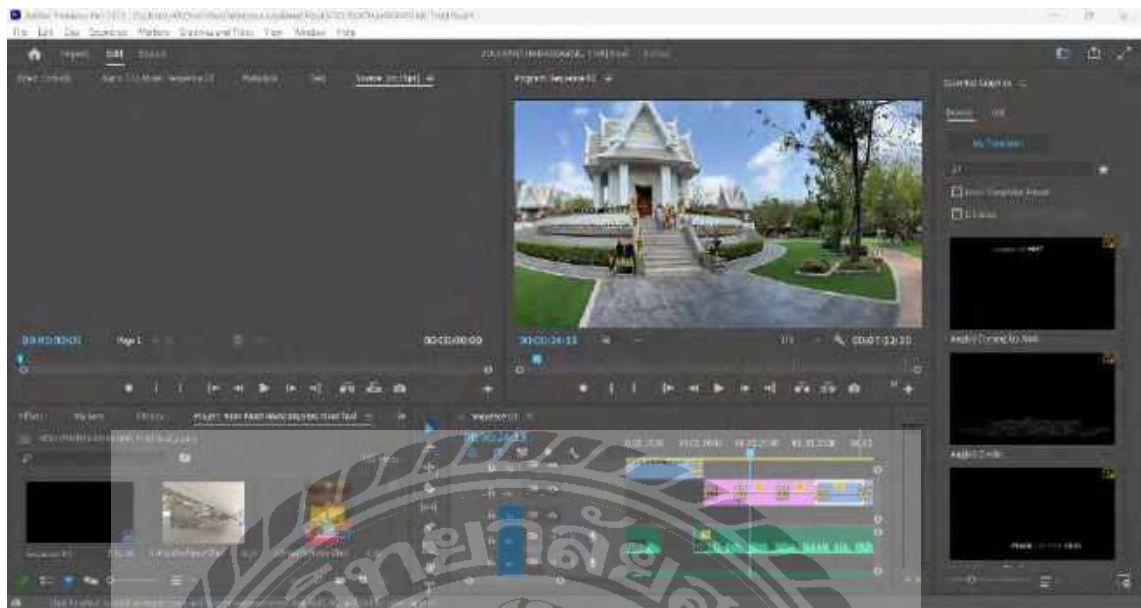
ภาพที่ 4.1 การสร้างวิดิทัศน์พันท้ายนรสิงห์



ภาพที่ 4.2 การออกแบบไตเติ้ลของวิดีโอ



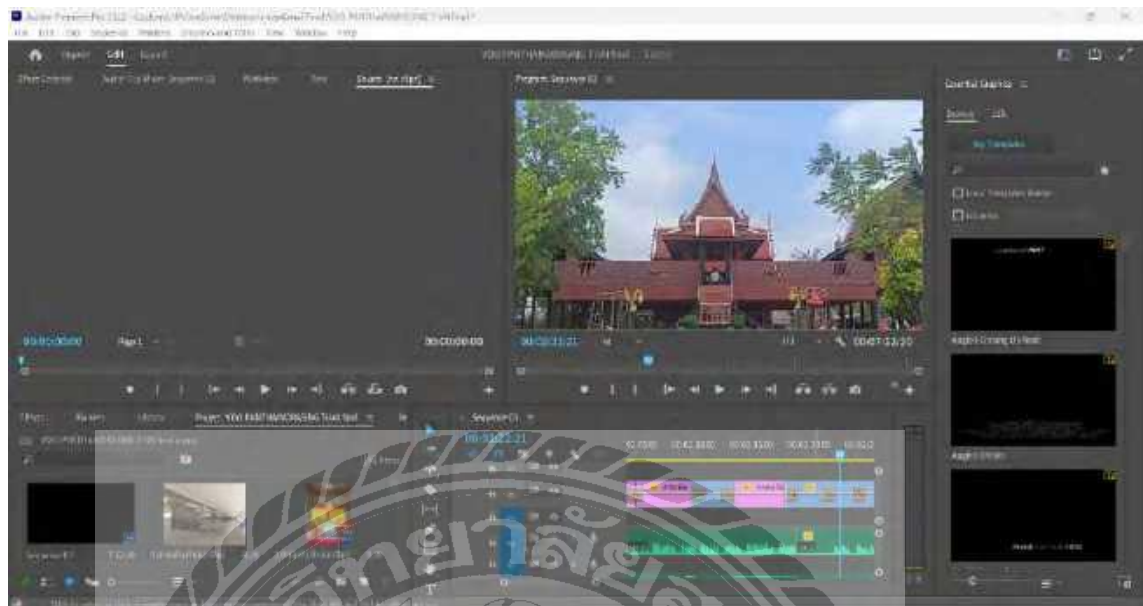
ภาพที่ 4.3 การนำเอาเอฟเฟกต์เข้ามาใช้ให้เหมาะสมกับคลิปวิดีโอ



ภาพที่ 4.4 การนำเอาไฟล์เสียงเข้ามาใช้ให้เหมาะสมกับคลิปวิดีโอ



ภาพที่ 4.5 การปรับแต่งเสียงและเอฟเฟกต์ให้เหมาะสมกับคลิป



ภาพที่ 4.6 การตัดต่อคลิปและเชื่อมคลิปให้ตรงกับเสียงพากย์

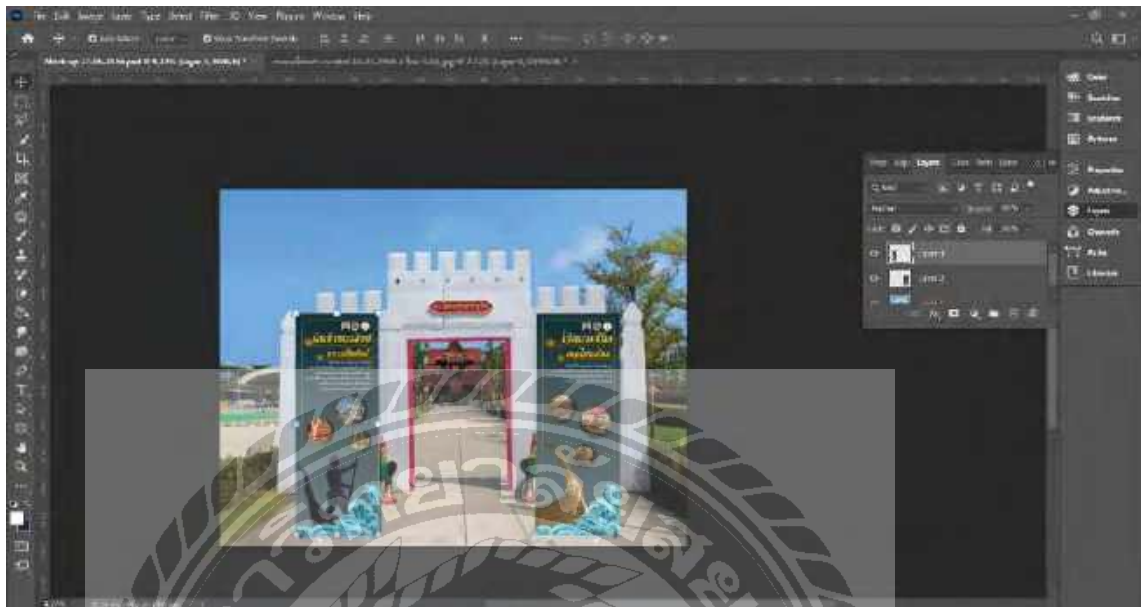


ภาพที่ 4.7 ออกแบบคลิปช่วง End Credit

4.2 ออกแบบและจัดทำโรลอัฟ พันท้ายนรสิงห์ และ โรลอัฟ เรือเอกไชยน้อย



ภาพที่ 4.8 ออกแบบโรลอัฟพันท้ายนรสิงห์และโรลอัฟเรือพระที่นั่งเอกไชยน้อย



ภาพที่ 4.9 การแสดงแบบจำลอง ไร้อัพนัณฑ์ยรรสิงห์และไร้อัพเรือพระที่นั่งเอกไชยน้อย
บริเวณประตูเมืองสาครบุรี

4.3 ออกแบบและจัดทำคัทเอ้าท์



ภาพที่ 4.10 ออกแบบคัทเอ้าท์ จุดสำคัญภายในศาลพันท้ายนรสิงห์



ภาพที่ 4.11 แสดงแบบจำลองป้ายคัทเอ้าท์บริเวณทางเข้าศาลพันท้ายนรสิงห์

4.4 ออกแบบและจัดทำป้ายแสดง QR code เชื่อมชีศาลพันท้ายนรสิงห์



ภาพที่ 4.12 ออกแบบป้ายแสดง QR code เชื่อมชี ใบที่ 1-28

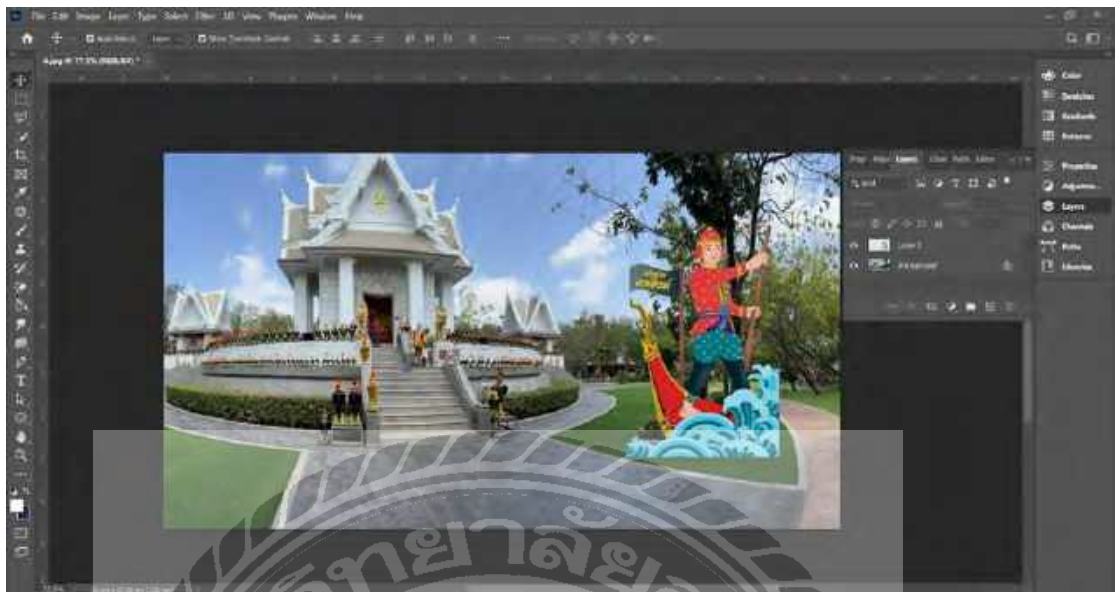


ภาพที่ 4.13 แสดงแบบจำลองป้ายแสดง QR code เชื่อมชี ใบที่ 1-28
บริเวณลานสักการะศาลพันท้ายนรสิงห์

4.5 ออกแบบและจัดทำสแตนดี้พื้นท้ายนรสิงห์



ภาพที่ 4.14 ออกแบบสแตนดี้พื้นท้ายนรสิงห์



ภาพที่ 4.15 การแสดงแบบจำลองสแตนด์พื้นทำยนรสิงห์ บริเวณด้านหน้าศาลพันทำยนรสิงห์



บทที่ 5

สรุปผลการดำเนินงานและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการดำเนินงาน

โครงการออกแบบชุดสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวศาลพันท้ายนรสิงห์ จังหวัดสมุทรสาคร ทางผู้จัดทำได้ทำการลงพื้นที่พูดคุย สัมภาษณ์ สอบถาม ประชาชนในพื้นที่นักท่องเที่ยวและผู้จัดการมูลนิธิศาลพันท้ายนรสิงห์ ทั้งในเรื่องความเป็นมาของศาลพันท้ายนรสิงห์ ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในความต้องการสื่อเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว เนื่องจากของที่ใช้อยู่ทุกวันนี้ชำรุด และไม่ทันสมัย

ทางผู้จัดทำจึงสร้างชุดสื่อสมัยใหม่ขึ้น คือ

1. โรลอัพ (Roll up) ประวัติพันท้ายนรสิงห์ และ เรือพระที่นั่งเอกไชยน้อย
2. ป้ายคัทเอาท์ (Cut out) ที่แสดงภาพรวมของศาลพันท้ายนรสิงห์ ซึ่งมี QR code แสดงเนื้อหาและรายละเอียดของจุดสำคัญในศาลพันท้ายนรสิงห์
3. ป้ายแสดง QR code ใบเชื่อมโยงเพื่อให้ประชาชนที่เข้ามากราบไหว้และเสด็จเยี่ยมชี ได้สแกนดูคำทำนายจากโทรศัพท์มือถือได้ด้วยตนเอง
4. วัสดุทัศนเกี่ยวกับศาลพันท้ายนรสิงห์
5. สแตนดี้พันท้ายนรสิงห์

5.2 ปัญหาและอุปสรรค

1. ความต้องการของประชาชนมากเกินไปและมีความคิดเห็นขัดแย้งกัน การสรุปความต้องการจึงใช้เวลานานพอสมควร ทำให้มีเวลาในการผลิตสื่อค่อนข้างน้อยเกินไป
2. การหาข้อมูลเกี่ยวกับประวัติศาลพันท้ายนรสิงห์เชิงลึก ทั้งประวัติความเป็นมา ประวัติเรือพระที่นั่งเอกไชยน้อย ต้องใช้ความระมัดระวังอย่างมากเพื่อไม่ให้เกิดการผิดพลาด
3. ไม่มีบันทึกที่แน่ชัดเกี่ยวกับพันท้ายนรสิงห์ มีแต่เรื่องเล่าที่สืบทอดกันมา

5.3 ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีป้ายบอกเส้นทางการเดินชมสถานที่ที่ชัดเจนและหลายจุด

2. ควรมีมัคคุเทศก์หรือฝ่ายประชาสัมพันธ์ที่แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว
3. ป้ายแสดงคำทำนายควรอยู่ใกล้กับบริเวณที่เสี่ยงเสียชีวิต
4. ควรมีจอสำหรับแสดงวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์จุดเที่ยวชมสำคัญภายในศาลพันท้ายนรสิงห์
5. ควรเผยแพร่วีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์ศาลพันท้ายนรสิงห์แสดงในสื่อออนไลน์
6. การทำวิจัยเรื่องการเสียชีวิตดิจิทัลของศาลพันท้ายนรสิงห์



บรรณานุกรม

ฐิรชญา มณีเนตร. (2552). *ไทยศึกษาเพื่อการท่องเที่ยว*. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *Imprint*. ศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

ประสิทธิ์ สิงหาสิน. (2560). *การออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ เทศกาลรับตะวันใหม่ก่อนใคร*.

มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.

ปรีชา แดงโรจน์. (2544). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่ 21*. ไพร่ แอนด์ ไพร่ พรินติ้ง.

ผกามาศ ผจญเกล้า. (2543). *การพิมพ์ระบบพ่นหมึก*. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

พาศนา ตันทลักษณ์. (2526). *หลักการออกแบบ*. พัทธ์ชัยอักษร.

พงษ์ศักดิ์ ไชยทิพย์. (2544). *เทคนิคการออกแบบงานกราฟิก*. ซีเอ็ดยูเคชั่น.

วิรุณ ตั้งเจริญ. (2527). *การออกแบบ*. วิมลอาร์ต.

ศิริพร หลักคำ และสุภัทรา ลูกรักษ์ . (2561). *การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชน*

บางกอกน้อย. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

สถาบันวิจัยเพื่อการวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2542). *การดำเนินการเพื่อ*

กำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. สถาบันวิจัยเพื่อการวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.

สิทธิศักดิ์ ธีธศรีสวัสดิ์กุล. (2529). *ออกแบบลวดลาย*. โอเดียนโตร์.

สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ (2545). *สื่อใหม่*. ศูนย์หนังสือสถาบันราชภัฏสวนสุนันทา.

สี แสงอินทร์. (2546). *การออกแบบวาดศิลป์*. วาดศิลป์.

อภิวัฒน์ บุญเนรมิต. (2561). *การออกแบบชุดสื่อโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน*






ตามแนวทางโอทอปนวัตกรรม. มหาวิทยาลัยสยาม.

- Chaffee, Steven H. and Petrick, Micheal J., Using the Mass Media,. Communication Problems in american Society, Mo.Graw-Hill Book Company,. New York, 1975.
- Kandinsky, 1988 Improvisation 31 (Sea Battle) 1913 Museum Poster
- McIntosh, R. W., & Gupta, S. (1980). Tourism: Principles, practices, philosophies








ภาคผนวก

การทำสตอรี่บอร์ด (Story board) ภาษาไทย






Scene		Action / notes	Dialogue / sound
1 Time		Bg	เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตา แสงได้
2-1 Time		Bg	คนเดินภายในวัดสิทธิ์
2-2 Time		Bg	เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตา แสงได้ เบา ๆ พระภิกษุเดินกริ่ง ตีระมี นารวม สิบ
2-3 Time		Bg	เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตา แสงได้ เบา ๆ เสียงกริ่งภายในวัดสิทธิ์
2-4 Time		Bg	เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตา แสงได้ เบา ๆ

การทำสตอรี่บอร์ด (Story board) ภาษาไทย

Scene		Action / notes	Dialogue / sound
3-1 Time		Bg	อำเภอป่าโมกข์ จังหวัดอ่างทอง เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตา แสงได้ เบา ๆ มีภรรยาชื่อว่า ศรีนวล
3-2 Time		Bg	เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตา แสงได้ เบา ๆ
4 Time		Bg	ต่อมาได้มีโอกาสรับราชการเป็นนายท้ายเรือ เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตา แสงได้ เบา ๆ
5 Time		Bg	พระที่นั่งเอกไชยของสมเด็จพระสรรเพชญ์ที่ 8 หรือ "พระเจ้าเสือ" แห่งกรุงศรีอยุธยา
Time		Bg	เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตา แสงได้ เบา ๆ





การทำสตอรี่บอร์ด (Story board) ภาษาไทย

Title : (1)

Scene	Action / notes	Dialogue / sound
6 Time	 Bg	ครึ่งหลังตั้งพระเจ้าเสือ เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตา แสงใต้
7 Time	 Bg	เสด็จโดยเรือพระที่นั่ง เอกไชย จะไปประพาส เพื่อทรงเบ็ด ณ
8 Time	 Bg	เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตา แสงใต้
8 Time	 Bg	ปากน้ำเมืองสาครบุรี
9-1 Time	 Bg	รถมหรเรอพระที่นั่ง ถึงตำบลโคกขาม เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตา แสงใต้ เบา ๆ






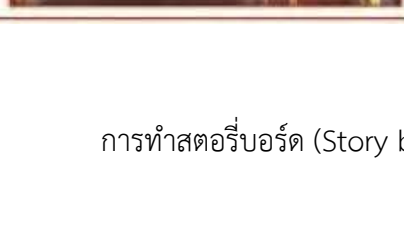
การทำสตอรี่บอร์ด (Story board) ภาษาไทย

Title : (1)

Scene		Action / notes	Dialogue / sound
9-2 Time		Bg	ซึ่งเป็นคลองคดเคี้ยว เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตา แสงได้ เบา ๆ และมีกรรณแสงน้ำเขียว กรรก.
9-3 Time		Bg	เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตา แสงได้ เบา ๆ
9-4 Time		Bg	ทำให้หัวเรือ เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตา แสงได้ เบา ๆ
10 Time		Bg	พระที่นั่งชนกั้งไม่ใหญ่ พื้กตกลงไปในน้ำ เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตา แสงได้ เบา ๆ
Time		Bg	





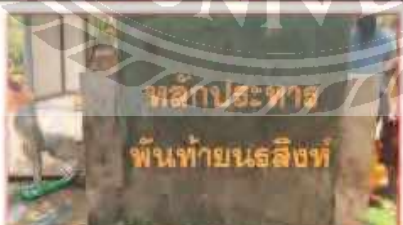
การทำสตอรี่บอร์ด (Story board) ภาษาไทย

Title : (1)

Scene	Action / notes	Dialogue / sound
11-1 Time	 Bg	พันท้ายสิงห์รู้ว่า เสียงEffect ตื่นเต้น เพลงบรรเลง น้ำตา แสงได้ เบา ๆ
Time	 Bg	เสียงEffect ตื่นเต้น เพลงบรรเลง น้ำตา แสงได้ เบา ๆ
Time	 Bg	เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตา แสงได้ เบา ๆ
11-2 Time	 Bg	ความผิดครั้งมีโทษยิ่ง ประหารชีวิตตาม
11-3 Time	 Bg	เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตา แสงได้ เบา ๆ โบราณราชประเพณีแต่ พระเจ้าเสือทรงพิจารณา เห็นว่าอุบเหตุครั้งนี้
Time	 Bg	เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตา แสงได้






การทำสตอรี่บอร์ด (Story board) ภาษาไทย

Title : (1)

Scene	Action / notes	Dialogue / sound
11-4 Time	 Bg	เป็นการสุดท้ายที่มีความ ประมาท เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตา แสงใต้
11-5 Time	 Bg	จึงพระราชทานอภัยโทษ ให้ซึ่งพันท้ายนรสิงห์ที่ยัง อินยัน เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตา แสงใต้
11-6 Time	 Bg	ขอโทษต่อพระชนก เพื่อ รักษาราชบรรณนิยม เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตา แสงใต้
12 Time	 Bg	ในพระราชกำหนด กฎหมาย และเพื่อมิให้ เป็นเยี่ยงอย่างสืบไป
13-1 Time	 Bg	เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตา แสงใต้





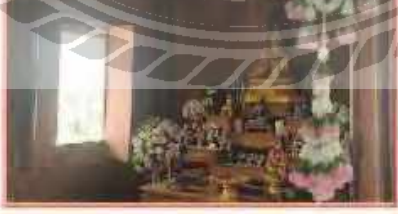
การทำสตอรี่บอร์ด (Story board) ภาษาไทย

Title : (1)

Scene	Action / notes	Dialogue / sound
13-2 Time		หลักประหารศพ ที่ยาวครั้งมีการจำลอง ศพเพียงตา
13-3 Time		เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตา แสงใต้ และหลักประหารเดิม ที่มีอายุกว่า 300ปี
13-4 Time		เพื่อเป็นอนุสรณ์แสดง ความซื่อสัตย์
13-5 Time		เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตา แสงใต้ การแสดงความรัก ภักดีการศตวรรษนิยม วินัยยังชีวิต
14-1 Time		ชองพันท้ายบรสิงห์ เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตา แสงใต้






การทำสตอรี่บอร์ด (Story board) ภาษาไทย

Title : (1)

Scene		Action / notes	Dialogue / sound
14-2 Time		Bg	คำหนักพระเจ้าเสือ เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตา แสงใต้
14-3 Time		Bg	เวียนหลังนี้ เป็นการ จำลอง ตำนานของ สมเด็จพระเจ้าเสือ เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตา แสงใต้
14-4 Time		Bg	ได้สร้างเพื่อ รำลึกถึง องค์สมเด็จพระ พระสรรมพยูที่ 8 หรือ พระเจ้าเสือ และพันท้าย นรสิงห์
Time		Bg	เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตา แสงใต้
14-5 Time		Bg	เมื่อครั้งเข้ากราบ บึงคนทูลไต่ประหาร ชีวิตตน เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตา แสงใต้






การทำสตอรี่บอร์ด (Story board) ภาษาไทย

Title : (1)

Scene	Action / notes	Dialogue / sound
14-6 Time		ด้านบห้องที่ปรงทับ จัดเป็นห้องต่างๆ
14-7 Time		โดยมีมู่ถ่ายภาพที่สวยงาม
14-8 Time		เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตา แสงใต้
14-9 Time		ในทุกๆห้อง
14-10 Time		เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตา แสงใต้






การทำสตอรี่บอร์ด (Story board) ภาษาไทย

Title : (1)

Scene	Action / notes	Dialogue / sound
15 Time	 Bg	เสียงดนตรี เพลงบรรเลง เงาไม้
16-1 Time	 Bg	เรือพระที่นั่งเอกชัย เสียงดนตรี เพลงบรรเลง เงาไม้
16-2 Time	 Bg	ในสมัยอยุธยา เรือพระที่นั่ง เอกชัยนี้ เสียงดนตรี เพลงบรรเลง เงาไม้
16-3 Time	 Bg	มี 2 ประเภท ได้แก่ เรือ พระที่นั่งเอกชัยใหญ่ เสียงดนตรี เพลงบรรเลง เงาไม้
16-4 Time	 Bg	เรือพระที่นั่งเอกชัยน้อย นั้น เสียงดนตรี เพลงบรรเลง เงาไม้

การทำสตอรี่บอร์ด (Story board) ภาษาไทย






Title : (1)

Scene		Action / notes	Dialogue / sound
16-5 Time		Bg	เรือพระที่นั่งเอกชัยน้อย นั้น เสียงดนตรี เพลงบรรเลง เงาไม้
17-1 Time		Bg	สมเด็จพระเจ้าสรรเพชญ์ ที่ 8 เสียงดนตรี เพลงบรรเลง เงาไม้
17-2 Time		Bg	เคยใช้เป็นเรือพระที่นั่ง ในการเสด็จประพาส เมืองสาครบุรีเพื่อทรง เบ็ด เสียงดนตรี เพลงบรรเลง เงาไม้
17-3 Time		Bg	แล้วเกิดอุบัติเหตุ ระหว่างทางเสด็จ เสียงดนตรี เพลงบรรเลง เงาไม้
17-4 Time		Bg	ที่คลองโขกขามทำให้ พันท้ายนรสิงห์ต้องโทษ ประหารชีวิต เสียงดนตรี เพลงบรรเลง เงาไม้

การทำสตอรี่บอร์ด (Story board) ภาษาไทย

Title :


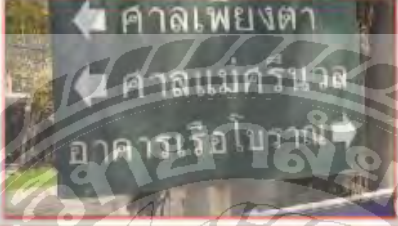



(1)

Scene		Action / notes	Dialogue / sound
17-5 Time		Bg	ต่อมาในสมัยกรุง รัตนโกสินทร์ในสมัย รัชกาลที่ 1 เสียงดนตรี เพลงบรรเลง เงาไม้
18-1 Time		Bg	ได้มีการสร้างเรือขึ้นอีก หลายลำ เสียงดนตรี เพลงบรรเลง เงาไม้
18-2 Time		Bg	ซึ่งมีชื่อท้องถิ่น คือเรือ เอกชัยเห็นทิว เสียงดนตรี เพลงบรรเลง เงาไม้
18-3 Time		Bg	และเรือเอกชัยหลายทอ งเป็นเรือในกระบวน พยุหยาตราทางชลมารค ทำหน้าที่เป็นเรือคู่ซี้ เสียงดนตรี เพลงบรรเลง เงาไม้
18-4 Time		Bg	เรือพระที่นั่งสุพรรณหงส์ ปัจจุบันอยู่ในการดูแล ของกรมศิลปากร เสียงดนตรี เพลงบรรเลง เงาไม้

การทำสตอรี่บอร์ด (Story board) ภาษาไทย






Title :

(1)

Scene		Action / notes	Dialogue / sound
19 Time		Bg	เสียงดนตรี เพลงบรรเลง เงาไม้
20 Time		Bg	เสียงดนตรี เพลงบรรเลง เงาไม้
21-1 Time		Bg	เรือโบราณเรือชุดโบราณ สร้างจากไม้ตะเคียน ขนาดใหญ่ คาดว่า
21-2 Time		Bg	เสียงดนตรี เพลงบรรเลง เงาไม้
21-3 Time		Bg	มีอายุกว่า 300 ปี ชาว บ้านแถวนี้เชื่อว่าเรือลำนี้
			เสียงดนตรี เพลงบรรเลง เงาไม้
			อาจเป็นเรือโน้ตบวน เสด็จ หรืออาจเป็น เป็นเรือลำเสี่ยงทหาร ในอดีต
			เสียงดนตรี เพลงบรรเลง เงาไม้

การทำสตอรี่บอร์ด (Story board) ภาษาไทย





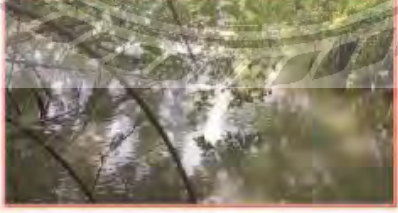
Title : (1)

Scene		Action / notes	Dialogue / sound
21-4 Time		Bg	หรืออาจเป็นเรือสำเภา ทหารในอดีต เสียงดนตรี เพลงบรรเลง เงาไม้
22 Time		Bg	เสียงดนตรี เพลงบรรเลง เงาไม้
23 Time		Bg	ป่าชายเลนศาลพัน ท้ายนริศห์ เสียงดนตรี เพลงบรรเลง เงาไม้
24-1 Time		Bg	เป็นแหล่งเรียนรู้ พิพิธภัณฑ์ธรรมชาติ เสียงดนตรี เพลงบรรเลง เงาไม้
24-2 Time		Bg	ชายฝั่งทะเล เสียงดนตรี เพลงบรรเลง เงาไม้

การทำสตอรี่บอร์ด (Story board) ภาษาไทย

Title :

(1)

Scene		Action / notes	Dialogue / sound
25-1 Time		Bg	และเป็นเส้นทางศึกษา ทางธรรมชาติของป่า ชายเลน เสียงดนตรี เพลงบรรเลง เงาไม้
25-2 Time		Bg	ตั้งอยู่บริเวณด้านหลัง ของศาลพันท้ายนรสิงห์ เสียงดนตรี เพลงบรรเลง เงาไม้
25-3 Time		Bg	โดยเส้นทางการศึกษา ธรรมชาติจะเป็นเส้นทาง สะพานปูนที่ทอดยาวสำ หรับเดินเที่ยว เสียงดนตรี เพลงบรรเลง เงาไม้
25-4 Time		Bg	มีต้นโกงกางขึ้นอยู่โดย รอบมีสะพานซึ่งสามารถ เดินข้ามไปอีกฝั่งหนึ่งได้ เสียงดนตรี เพลงบรรเลง เงาไม้
25-5 Time		Bg	จุดสนใจอีกอย่างหนึ่งคือ เสียงดนตรี เพลงบรรเลง เงาไม้

การทำสตอรี่บอร์ด (Story board) ภาษาไทย

Title :






(1)

Scene		Action / notes	Dialogue / sound
26-1 Time		Bg	ชองพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช เสียงดนตรี เพลงบรรเลง เजाไม้
26-2 Time		Bg	อยู่บริเวณด้านหน้าทางทางเข้าอีกด้วย เสียงดนตรี เพลงบรรเลง เजाไม้
27 Time		Bg	เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตาแสงได้
28 Time		Bg	ศาลพันท้ายนรสิงห์ เป็นสถานที่สักสิทธิ์ เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตาแสงได้
29 Time		Bg	เป็นอนุสรณ์สถานแห่งความซื่อสัตย์รักษากฎระเบียบ กฎมณเฑียรบาลยิ่งกว่าชีวิต เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตาแสงได้

การทำสตอรี่บอร์ด (Story board) ภาษาไทย






Title :

(1)

Scene		Action / notes	Dialogue / sound
30 Time		Bg	เป็นอนุสรณ์สถานแห่ง ความซื่อสัตย์รักษาภ วณเณน กฎเกณฑ์บางอย่างกว่า ชีวิต เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตาแสงใต้
31 Time		Bg	ตั้งอยู่ที่ตำบลพันท้าย นรสิงห์ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตาแสงใต้
32-1 Time		Bg	ศาลพันท้ายนรสิงห์ได้ รับการขึ้นทะเบียน เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตาแสงใต้
Time		Bg	จากกรมศิลปากรให้เป็น โบราณสถานของชาติ เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตาแสงใต้
Time		Bg	สถานที่จัดมีพื้นที่ประ มาณ 100 ไร่ เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตาแสงใต้


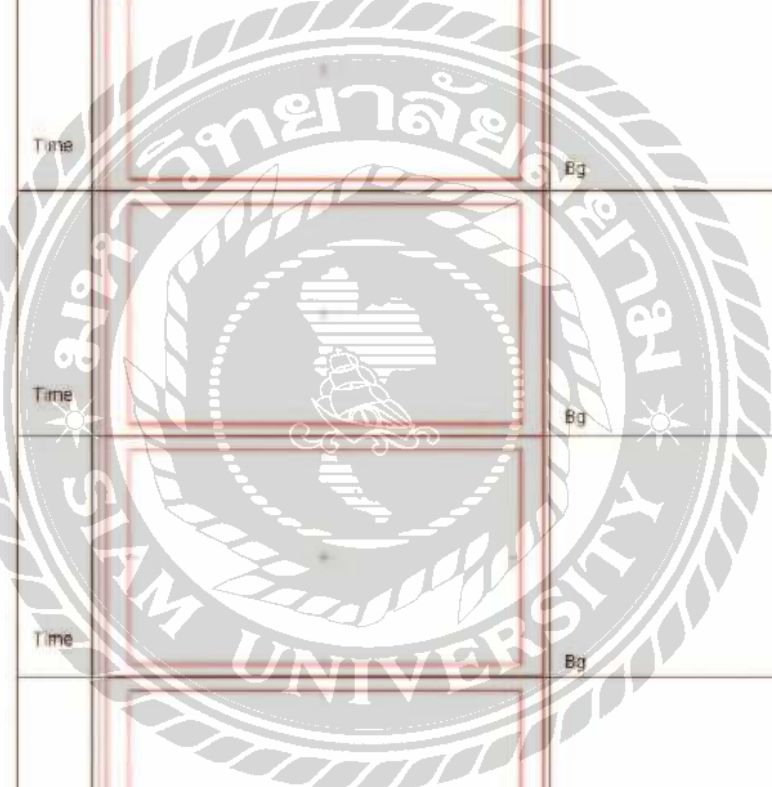
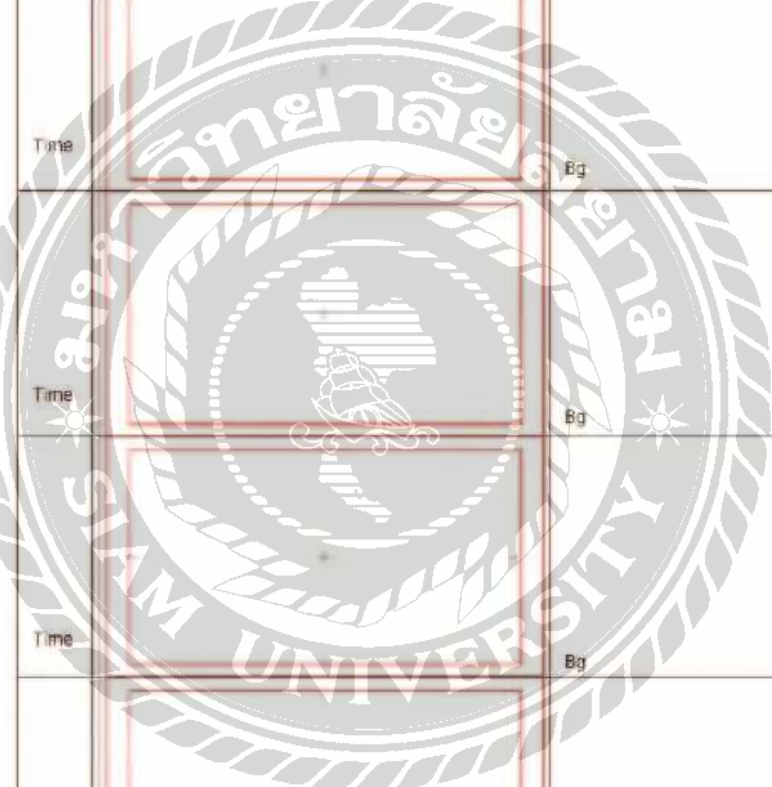
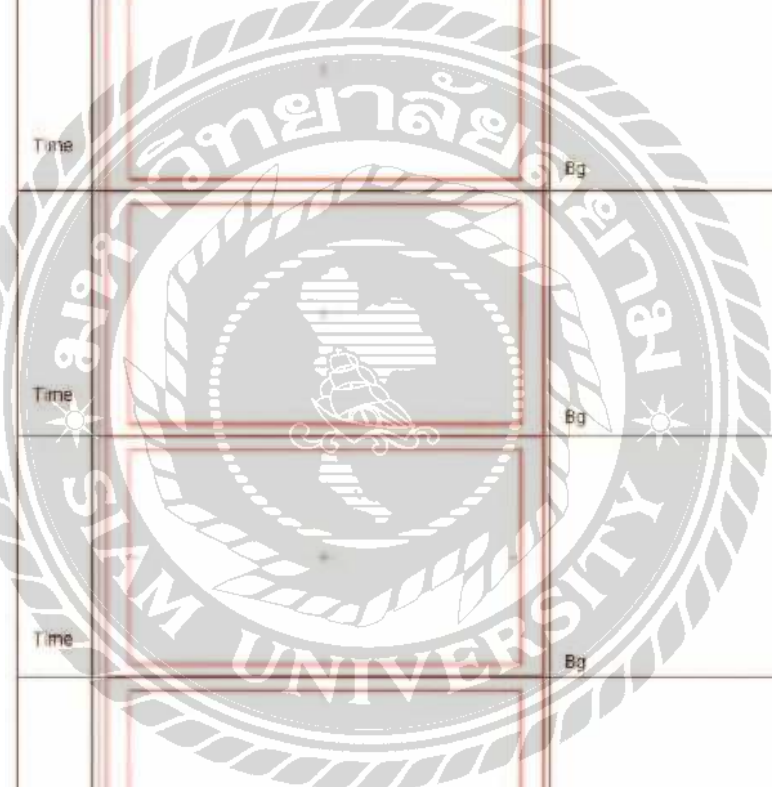
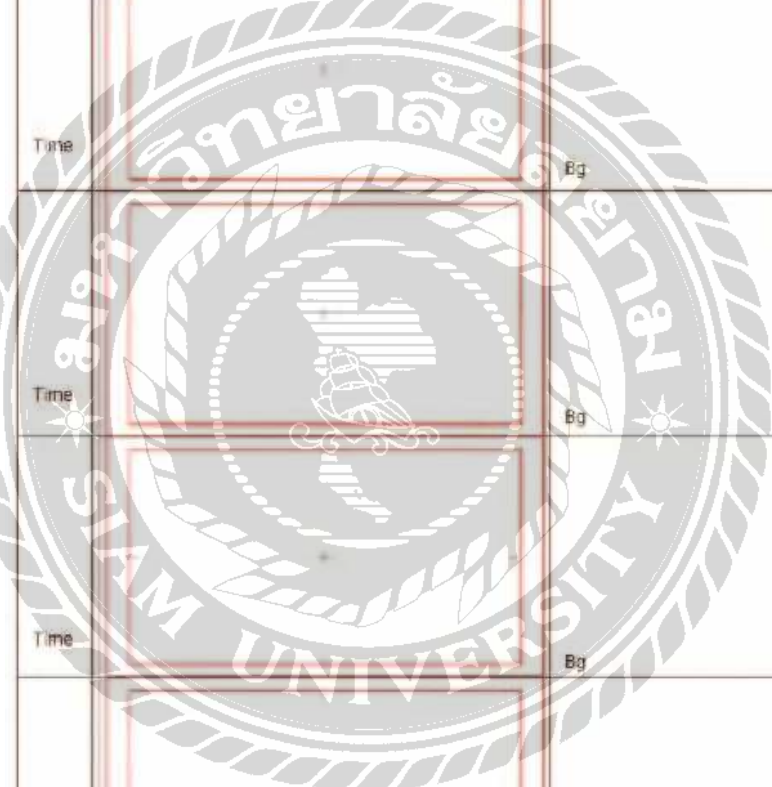
การทำสตอรี่บอร์ด (Story board) ภาษาไทย

Title : (1)

Scene	Action / notes	Dialogue / sound
32-2 Time		ขอพบไปประสบความสำเร็จ
32-3 Time		เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตาแสงได้ และเสียงเข็มขัดที่ลาน สักการะน้ำรูปปั้นไม้ และไม้พายเรือมาถวาย
32-4 Time		เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตาแสงได้
33 Time		อุทยานประวัติศาสตร์ พันท้ายนรสิงห์ จะมีรูป ปั้นของพันท้ายนรสิงห์
34 Time		ขนาดเท่าคนจริงใน โน้ตทำนองทำคดีเรือ ที่สว่างขึ้นและนำมา ประดิษฐ์ฐานไว้
		เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตาแสงได้
		ผู้พิชิตทากราบไหว้ พันท้ายนรสิงห์ จะเรียก พันท้ายนรสิงห์ด้วยความ เคารพว่า พ่อพันท้าย
		เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำตาแสงได้






การทำสตอรี่บอร์ด (Story board) ภาษาไทย

Title : (1)






Scene	Action / notes	Dialogue / sound
35 Time	 Bg	END CREDIT เสียงดนตรี เพลงบรรเลง น้ำสายเอ่งได้
Time	 Bg	
Time	 Bg	
Time	 Bg	
Time	 Bg	

การทำสตอรี่บอร์ด (Story board) ภาษาไทย





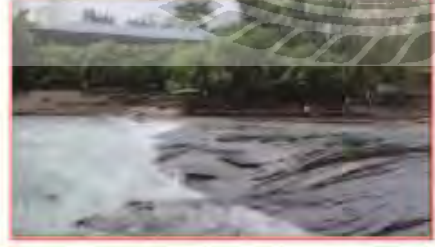
การทำสตอรี่บอร์ด (Story board) ภาษาอังกฤษ

Scene		Action / notes	Dialogue / sound
1 Time		Bg	Instrumental music Num Dtah Saeng Dtai)
2-1 Time		Bg	"Phanthai Norasing" Instrumental music Num Dtah Saeng Dtai)
2-2 Time		Bg	formerly known as: "Sin" Instrumental music Num Dtah Saeng Dtai)
2-3 Time		Bg	was a villager of Norasing, Instrumental music Num Dtah Saeng Dtai)
2-4 Time		Bg	Mueang Wiset Chai Chan Sub-district (currently Pa Mok District in Ang Thong Province.) Instrumental music Num Dtah Saeng Dtai)





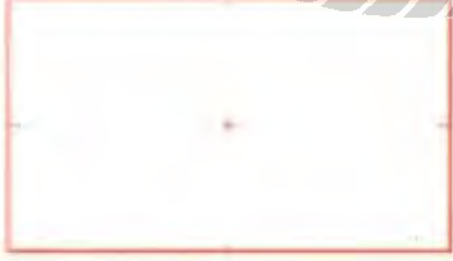
การทำสตอรี่บอร์ด (Story board) ภาษาอังกฤษ

Scene		Action / notes	Dialogue / sound
3-1 Time		Bg	He had a wife named Srinuan Instrumental music (Num Dtah Saeng Dtai)
3-2 Time		Bg	Later, Instrumental music (Num Dtah Saeng Dtai)
4 Time		Bg	he had the opportunity to serve as a helmsman of their Ekachai Throne Hall Instrumental music (Num Dtah Saeng Dtai)
5 Time		Bg	of Somdet Phra Sanphet VIII
Time		Bg	Instrumental music (Num Dtah Saeng Dtai)






การทำสตอรี่บอร์ด (Story board) ภาษาอังกฤษ

Scene		Action / notes	Dialogue / sound
6 Time		Bg	During the time that King Suea) Instrumental music Num Dtah Saeng Dtai)
7 Time		Bg	traveled by the Ekachai Royal Barge to go fishing at the mouth of the city of Sakhon Buri Instrumental music: Num Dtah Saeng Dtai)
Time		Bg	Instrumental music: Num Dtah Saeng Dtai) Instrumental music Num Dtah Saeng Dtai)
8 Time		Bg	the royal. Instrumental music Num Dtah Saeng Dtai)
9-1 Time		Bg	barge passed by Instrumental music Num Dtah Saeng Dtai)


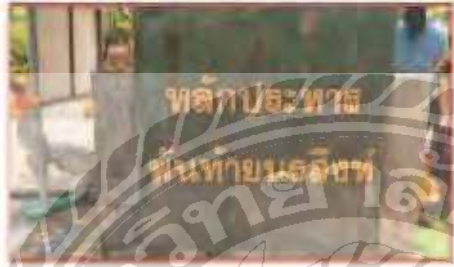



การทำสตอรี่บอร์ด (Story board) ภาษาอังกฤษ

Scene		Action / notes	Dialogue / sound
9-2 Time		Bg	Khok Kham sub-district area Instrumental music (Num Dtah Saeng Dtai)
9-3 Time		Bg	which was a winding canal causing the prow of the Instrumental music (Num Dtah Saeng Dtai)
9-4 Time		Bg	royal barge to hit a large tree branch Instrumental music (Num Dtah Saeng Dtai)
10 Time		Bg	and broke it into the water Instrumental music (Num Dtah Saeng Dtai)
Time		Bg	





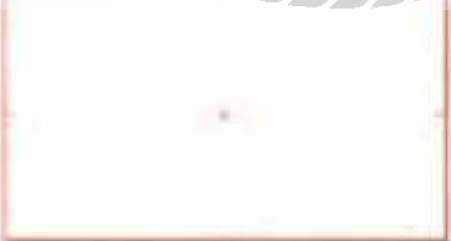
การทำสตอรี่บอร์ด (Story board) ภาษาอังกฤษ

Scene		Action / notes	Dialogue / sound
11-1 Time		Bg	Khok Kham sub-district area
Time		Bg	
Time		Bg	Instrumental music (Num Dtah Saeng Dtai)
11-2 Time		Bg	according to ancient royal traditions
11-3 Time		Bg	However Instrumental music (Num Dtah Saeng Dtai)






การทำสตอรี่บอร์ด (Story board) ภาษาอังกฤษ

Scene		Action / notes	Dialogue / sound
13-2 Time		Bg	The Executioner of Phanthai Norasing Instrumental music: Num Dtah Saeng Dtai)
13-3 Time		Bg	There are reproductions of the original shrines: Instrumental music: Num Dtah Saeng Dtai)
13-4 Time		Bg	and execution posts which are over 300 years old Instrumental music: Num Dtah Saeng Dtai)
13-5 Time		Bg	or a memorial to his faithfulness Instrumental music: Num Dtah Saeng Dtai)
14-1 Time		Bg	loyalty, and preserving discipline Instrumental music: Num Dtah Saeng Dtai)






การทำสตอรี่บอร์ด (Story board) ภาษาอังกฤษ

Scene		Action / notes	Dialogue / sound
14-1 Time		Bg	in the life of Phanthai Norasing Instrumental music (Num Dtah Saeng Dtai)
15-1 Time		Bg	Palace of King Suesa Instrumental music: Ngao Mai
15-2 Time		Bg	is a replica of Phra Chao Suesa's palace Instrumental music: (Num Dtah Saeng Dtai)
15-3 Time		Bg	it was built to commemorate King Sanphet VIII Instrumental music: (Num Dtah Saeng Dtai)
Time		Bg	






การทำสตอรี่บอร์ด (Story board) ภาษาอังกฤษ

Scene		Action / notes	Dialogue / sound
15-4 Time		Instrumental music: Ngao Mai Bg	It was built to commemorate King Sanphet VIII of when he came Instrumental music: Ngao Mai
Time		Bg	
15-5 Time		Bg	in to pay beisance to the King Instrumental music: Ngao Mai
15-6 Time		Bg	and requested the King to order his execution. Instrumental music: Ngao Mai)
15-7 Time		Bg	The top part Instrumental music: Ngao Mai



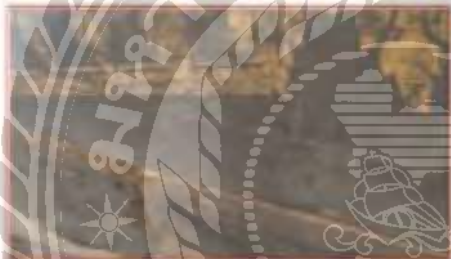


การทำสตอรี่บอร์ด (Story board) ภาษาอังกฤษ

Scene		Action / notes	Dialogue / sound
15-8 Time		Bg	into various rooms, with a corner for taking Instrumental music Ngao Mai
15-9 Time		Bg	beautiful pictures in Instrumental music Ngao Mai
15-10 Time		Bg	every room. Instrumental music Ngao Mai
16 Time		Bg	Ekachai Royal Barge in the Ayutthaya period Instrumental music Ngao Mai
17-1 Time		Bg	there were 2 types of Ekachai Royal Barge, namely the Ekachai Yai Instrumental music Ngao Mai

การทำสตอรี่บอร์ด (Story board) ภาษาอังกฤษ



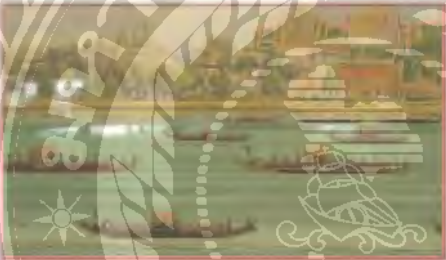


Scene		Action / notes	Dialogue / sound
17-2 Time		Bg	there were 2 types of Ekachai Royal Barge, namely the Ekachai Yai Instrumental music Ngao Mai
17-3 Time		Bg	Royal Barge and the Ekachai Noi Royal Barge Instrumental music Ngao Mai
17-4 Time		Bg	Somdet Phra Sanphet VIII Instrumental music Ngao Mai
17-5 Time		Bg	or Phra Chao Suea used the Ekachai Noi Royal Barge as his royal barge Instrumental music Ngao Mai
18-1 Time		Bg	on the royal fishing trip to Sakhon Buri Instrumental music Ngao Mai

การทำสตอรี่บอร์ด (Story board) ภาษาอังกฤษ






Scene		Action / notes	Dialogue / sound
18-2 Time		Bg	and then had the well-known accident. Instrumental music Ngao Mai
18-3 Time		Bg	On the way to the Khok Kham Canal Instrumental music Ngao Mai
18-4 Time		Bg	Phanthai Norasing was sentenced to death Instrumental music Ngao Mai
18-5 Time		Bg	Later, during Vill Instrumental music Ngao Mai
19-1 Time		Bg	the Rattanakosin period of King Rama I reign, Instrumental music Ngao Mai

การทำสตอรี่บอร์ด (Story board) ภาษาอังกฤษ






ภาพ ก. การทำสตอรี่บอร์ด (Story board) ภาษาไทย

Scene		Action / notes	Dialogue / sound
19-2 Time		Bg	Isimilar names to Ekachai Hoen Hao Boat and Ekachai laothong boat Instrumental music Ngao Mai
19-3 Time		Bg	These were in the royal legion process that served as a pair of boats to haul the Instrumental music Ngao Mai
20 Time		Bg	Suphannahong Royal Barge. Instrumental music Ngao Mai
21 Time		Bg	They are currently under the supervision Instrumental music Ngao Mai
22 Time		Bg	of the Fine Arts Department. Instrumental music Ngao Mai






การทำสตอรี่บอร์ด (Story board) ภาษาอังกฤษ

Scene		Action / notes	Dialogue / sound
23-1 Time		Bg	Ancient Boat. Instrumental music Ngao Mai
23-2 Time		Bg	built from a large Ta-Kian wood Instrumental music Ngao Mai
23-3 Time		Bg	It is estimated to be over 300 years old. Instrumental music Ngao Mai
23-4 Time		Bg	Villagers in this area believe that this ship might be a ship in the royal procession , or it could be a military transport ship Instrumental music Ngao Mai
24 Time		Bg	in the past. Instrumental music Ngao Mai


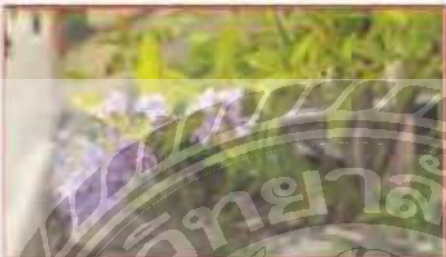



การทำสตอรี่บอร์ด (Story board) ภาษาอังกฤษ

Scene		Action / notes	Dialogue / sound
25 Time		Bg	Phanthai Norasing Mangrove Forest Instrumental music Ngao Mai
26-1 Time		Bg	It is a source of learning Instrumental music Ngao Mai
26-2 Time		Bg	i about coastal natural Instrumental music Ngao Mai
27-1 Time		Bg	resources, and a path to study Instrumental music Ngao Mai
27-2 Time		Bg	the nature of the mangrove forest. It is located at the back of Phanthai Norasing Shrine Instrumental music Ngao Mai






การทำสตอรี่บอร์ด (Story board) ภาษาอังกฤษ

Scene		Action / notes	Dialogue / sound
27-3 Time		Bg	Along the nature trail is a long cement bridge with mangrove trees all around along the canal Instrumental music Ngao Mai
27-4 Time		Bg	The highlight is the suspension bridge that people can walk across the canal Instrumental music Ngao Mai
27-5 Time		Bg	to the other side. This nature trail is suitable for walking Instrumental music Ngao Mai
27-6 Time		Bg	for recreation only, and it also has a mangrove Instrumental music Ngao Mai
29-1 Time		Bg	tree planted by His Majesty King Bhumibol Adulyadej Instrumental music Ngao Mai





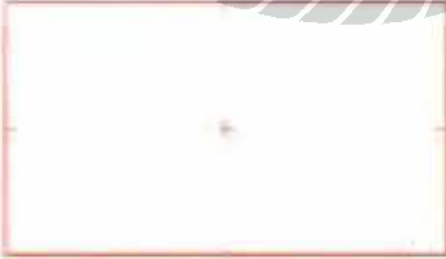
การทำสตอรี่บอร์ด (Story board) ภาษาอังกฤษ

Scene		Action / notes	Dialogue / sound
29-2 Time		Bg	located in front of the entrance as well Instrumental music Ngao Mai
30 Time		Bg	Instrumental music Num Dtah Saeng Dtai
31-1 Time		Bg	Phanthai Norasing Shrine is a holy place as a monument of honesty, compliance Instrumental music Num Dtah Saeng Dtai
31-2 Time		Bg	with rules and regulations beyond life. Phanthai Norasing Shrine Instrumental music Num Dtah Saeng Dtai
31-3 Time		Bg	is registered by the Fine Arts Department Instrumental music Num Dtah Saeng Dtai

การทำสตอรี่บอร์ด (Story board) ภาษาอังกฤษ

Scene		Action / notes	Dialogue / sound
31-4 Time		Bg	to be a national historic site. The actual place has an area of about 100 rai Instrumental music: Num Dtah Saeng Dtai
31-5 Time		Bg	at the sanctuary. They tend to bring chicken statues, boxing gloves, and paddle to the shrine success and to take fortunes. Most people come to pray for
Time		Bg	
Time		Bg	Instrumental music: Num Dtah Saeng Dtai
31-6 Time			There is a life-sized statue of PhanThai Norasing holding a paddle Instrumental music: Num Dtah Saeng Dtai

การทำสตอรี่บอร์ด (Story board) ภาษาอังกฤษ

Scene		Action / notes	Dialogue / sound
31-7 Time		Bg	is registered by the Fine Arts Department Instrumental music: Num Dtah Saeng Dtai)
31-8 Time		Bg	for the people to come and pay homage Instrumental music: Num Dtah Saeng Dtai)
31-9 Time		Bg	at Phanthai Norasing Historical Park. Those who have faith can come visit and pay homage to Phanthai Norasing, We can r Instrumental music: Num Dtah Saeng Dtai)
31-10 Time		Bg	End Credit Instrumental music: Num Dtah Saeng Dtai)
Time		Bg	

การทำสตอรี่บอร์ด (Story board) ภาษาอังกฤษ