การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ สำหรับงานอิเวนต์ LoveLive! The Movie

MEDIA PREPARATION LOVELIVE! THE MOVIE EVENT

นางสาวเกศิณี ปลื้มภักดี

โครงงานสหกิจนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาเทคโนโลยีมัลติมีเดีย คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

สถาบันเทคโนโลยีไทย – ญี่ปุ่น

พ.ศ. 2558

การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ สำหรับงานอิเวนต์ LoveLive! The Movie

MEDIA PREPARATION LOVELIVE! THE MOVIE EVENT

นางสาวเกศิณี ปลื้มภักดี

โครงงานสหกิจนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีมัลติมีเดีย
คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ
สถาบันเทคโนโลยีไทย – ญี่ปุ่น
พ.ศ. 2558

คณะกรรมการสอบ

..... ประธานกรรมการสอบ
(ดร. กิตติมา เมฆาบัญชากิจ)

..... กรรมการสอบ
(อาจารย์ ชาตรี ทองวรรณ)

..... กรรมการสอบและอาจารย์ที่ปรึกษา
(อาจารย์ นุชนารถ พงษ์พานิช)

..... ประธานสหกิจศึกษาสาขาวิชา
(อาจารย์ ชาญ จารุวงศ์รังสี)

ลิขสิทธิ์ของสถาบันเทคโนโลยี ไทยญี่ปุ่น

หัวข้อ	การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ สำหรับงานอิเวนต์ LoveLive! The Movie Media Preparation LoveLive! The Movie Event
ผู้เขียน	นางสาว เกศิณี ปลื้มภักดี
คณะวิชา	เทคโนโลยีสารสนเทศ สาขาวิชาเทคโนโลยีมัลติมีเดีย
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ นุชนารถ พงษ์พานิช
พนักงานที่ปรึกษา	วิรัตน์ บุญฤทธิ์ฤทัยกุล
ชื่อบริษัท	Dream Express Co.,Ltd
ประเภทธุรกิจ	เอนเตอร์เทนเมนท์ (สื่อประเภท Animation จากญี่ปุ่น)

บทสรุป

LoveLive! ‘ปฏิบัติการไอดอลจำเป็น’ เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับเด็กสาว 9 คน ที่รวมตัวกันเป็นไอดอล เพื่อไม่ให้โรงเรียน Otonokizaka ต้องปิดตัวลง เนื่องมาจากปัญหา นักเรียนเข้ามาเรียนน้อยลง

LoveLive! เป็นอนิเมะที่มีกระแสตอบรับดีมากทั้งในและนอกประเทศญี่ปุ่น ปัจจุบัน LoveLive! อนิเมะที่ออกฉายไปแล้วถึง 2 ซีซัน มีสินค้าและเกมต่างๆออกมาขายมากมาย และมีการจัดงานคอนเสิร์ตถึง 5 ครั้ง ในคอนเสิร์ตครั้งที่ 5 นี้ ได้มีประกาศถึง LoveLive! The Movie ภาพยนตร์อนิเมชั่นของอนิเมะเรื่องนี้ขึ้น ซึ่งเป็นที่มาของ การจัดงานอิเวนต์ในรายงานนี้

จากการดำเนินงานโครงงาน ข้าพเจ้าได้จัดทำชิ้นงาน ได้แก่ โปสเตอร์ภาพยนตร์ สื่อ Banner Online รูปประกอบการจำหน่ายบัตรบนเว็บออนไลน์ สแตนดี้คาแรคเตอร์สำหรับถ่ายรูปหน้ากากโทรทัศน์ และ ป้ายบอกทางในห้างสรรพสินค้า

ภาพตัวอย่างอนิเมะ เรื่อง LoveLive!

รูปถ่ายผลงานสหกิจศึกษาที่ได้ดำเนินการ

งานจัดวางรูป โปสเตอร์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในโครงการที่ได้รับ

Project's name	Media Preparation LoveLive! The Movie Event
Writer	Ms. Kasinee Pluempuckdee
Faculty	Faculty of Information of Technology, Technology Multimedia Program
Faculty Advisor	Mrs. Nuchanart Pongpannich
Job Supervisor	Mrs. Virat Boonritrutaikul
Company's name	Dream Express Co.,Ltd.
Business Type / Product	Entertainment (Animation Media From Japan)

Summary

LoveLive is a story about 9 girl are as well as idols(girl group band) for Otonokizaka school risk to close.

LoveLive! Is popular in japan and Other. In the present LoveLive! Have 2season in broadcast. LoveLive! Have products and games for sele and 5 times concert. In 5th concert have advertise about LoveLive! The Movie. Advertise about LoveLive! The Movie is purpose of event in report.

From oprating this poject. Icreate Poster ,Banner Online Media ,Simple photo of ticket for sales ticket on website ,Standy Character for photo shoot ,Moblie Phone Case and Signs in the mall.

กิตติกรรมประกาศ

ในการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาที่บริษัท Dream Express นั้น ได้รับความกรุณาและการดูแลจากบุคคลหลายๆท่าน ได้เรียนรู้การทำงานจริง ได้รับความรู้ต่างๆมากมาย และได้ให้คำปรึกษาเป็นอย่างดี ทำให้การปฏิบัติงานครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบคุณ นาย ดำรงศักดิ์ อรชร และพี่ๆในบริษัททุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือทุกครั้งที่เกิดข้อสงสัยหรือมีปัญหาระหว่างสหกิจศึกษา บอกเล่าถึงสิ่งต่างๆที่ไม่สามารถหาได้ในห้องเรียน รวมถึงตอบข้อสงสัยต่างๆอย่างกระจ่าง พร้อมทั้งแนะนำเทคนิคในการทำงานอย่างมากมาย ซึ่งสามารถนำไปใช้ได้จริง ขอขอบพระคุณทุกท่านไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

เกศิณี ปลื้มภักดี

สารบัญ

หน้า

บทสรุป	ก
Summary	ค
กิตติกรรมประกาศ	ง
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพประกอบ	ซ

บทที่

1. บทนำ	1
1.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ	1
1.2 ลักษณะธุรกิจของสถานประกอบการ หรือการให้บริการหลักขององค์กร	2
1.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารองค์กร	3
1.4 ตำแหน่งและหน้าที่งานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย	3
1.5 พนักงานที่ปรึกษาและตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา	3
1.6 ระยะเวลาปฏิบัติงาน	4
1.7 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	4
1.8 วัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายของโครงงาน	4
1.9 ผลที่คาดว่าจะได้รับจากการปฏิบัติงานหรือโครงงานที่ได้รับมอบหมาย	4
1.10 นิยามศัพท์เฉพาะ	4
2. ทฤษฎีและเทคโนโลยีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน	5
2.1 โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการพัฒนา	5
2.2 ทฤษฎีทางศิลปะ	7

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

3. แผนงานการปฏิบัติงานและขั้นตอนการดำเนินงาน 16
3.1 แผนงานการปฏิบัติงาน 16
3.2 รายละเอียดงาน 17
3.3 ขั้นตอนการดำเนินงาน 18

4. ผลการดำเนินงาน การวิเคราะห์และสรุปผลต่างๆ 35
4.1 ขั้นตอนและผลการดำเนินงาน 35

5. บทสรุปและข้อเสนอแนะ 36
5.1 สรุปผลการดำเนินงาน 36
5.2 แนวทางการแก้ไขปัญหา 37
5.3 ข้อเสนอแนะจากการดำเนินงาน 37

เอกสารอ้างอิง 38

ภาคผนวก 39

ประวัติผู้จัดทำโครงงาน 40

สารบัญตาราง

ตารางที่ **หน้า**

3.1 ตารางปฏิบัติงานในโครงการ 16

TNI
สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น
THAI - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่ **หน้า**

1.1	แผนที่ตั้งบริษัท Dream Express	1
1.2	ภาพตัวอย่างการ์ตูนอนิเมชั่นหลักภายใต้ลิขสิทธิ์ของDream Express	2
1.3	ความร่วมมือระหว่างบริษัทต่างๆทั้งในประเทศไทยและจากต่างประเทศ	3
2.1	รูปโปรแกรม Adobe Illustrator CS5	5
2.2	รูปโปรแกรม Adobe Photoshop CS5	6
2.4	รูปโปรแกรม ImgBurn	7
3.1	ภาพ Style guide และ logo	18
3.2	ภาพการจัดวางโปสเตอร์สำหรับอิเวนต์ในประเทศไทย (1)	19
3.3	ภาพการจัดวางโปสเตอร์สำหรับอิเวนต์ในประเทศไทย (2)	19
3.4	ภาพการจัดวางโปสเตอร์สำหรับอิเวนต์ในประเทศไทย (3)	20
3.5	ภาพการจัดวางโปสเตอร์สำหรับอิเวนต์ในประเทศไทย (4)	20
3.6	ภาพโปสเตอร์ที่ใช้จริง	21
3.7	ภาพ Banner Online (1)	22
3.8	ภาพ Banner Online (2)	22
3.9	ภาพ Banner Online (3)	23
3.10	ภาพ Banner Online (4)	23
3.11	ภาพ Banner Online ที่ใช้จริง (1)	24
3.12	ภาพ Banner Online ที่ใช้จริง (2)	24
3.13	ภาพ Banner Online ขนาดอื่น ที่ใช้จริง (1)	25
3.14	ภาพ Banner Online ขนาดอื่น ที่ใช้จริง (2)	25
3.15	ภาพ Banner Online ขนาดอื่น ที่ใช้จริง (3)	26
3.16	ภาพ รูปประกอบการจำหน่ายบัตร แบบที่ 1	26
3.17	ภาพ รูปประกอบการจำหน่ายบัตร แบบที่ 2	27
3.18	ภาพ รูปประกอบการจำหน่ายบัตร แบบที่ 3 (1)	27
3.19	ภาพ รูปประกอบการจำหน่ายบัตร แบบที่ 3 (2)	27

สารบัญ (ต่อ)

ภาพที่ **หน้า**

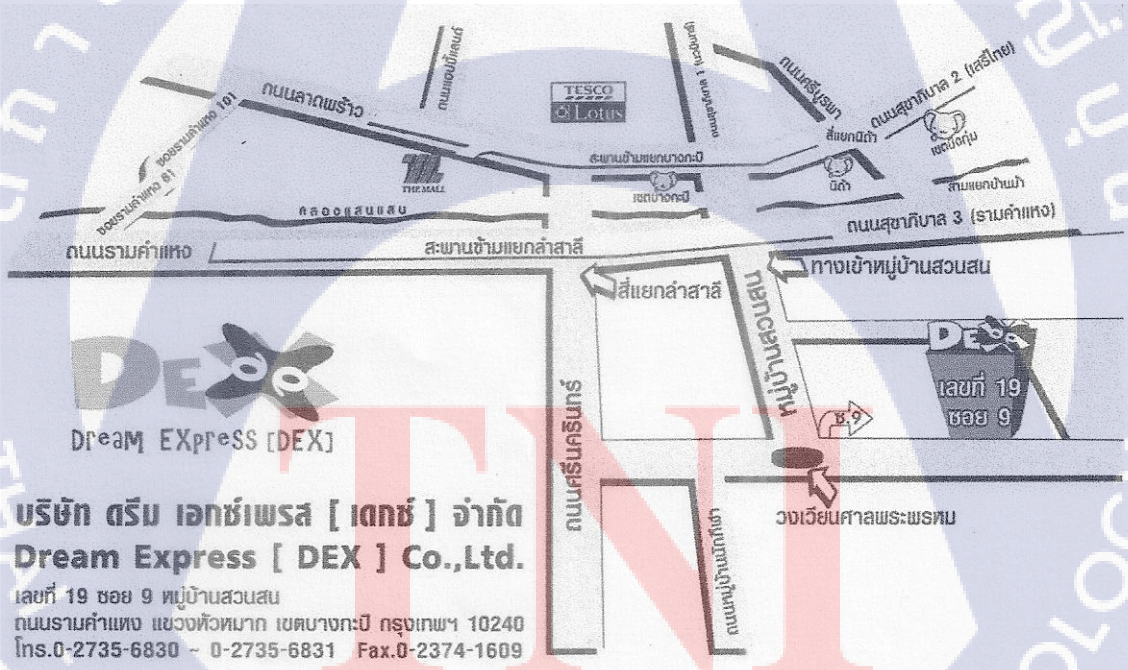
3.20	ภาพ รูปประกอบการจำหน่ายบัตร แบบที่ 3 (3)	28
3.21	ภาพ รูปประกอบการจำหน่ายบัตร แบบที่ 4	28
3.22	ภาพ รูปประกอบการจำหน่ายบัตร บนเว็บไซต์ http://shop.dexclub.com/	29
3.23	ภาพอาร์ตเวิร์ค ก่อนผลิต	29
3.24	สแตนดี้ที่ใช้จริงในงาน (1)	30
3.25	สแตนดี้ที่ใช้จริงในงาน (2)	30
3.26	ภาพการออกแบบหน้ากากโทรทัศน์ครั้งแรก	31
3.27	แบบหน้ากากโทรทัศน์ ที่ใช้จริง	31
3.28	แบบจำลองหน้ากากโทรทัศน์กับตู้โทรทัศน์	32
3.29	หน้ากากโทรทัศน์ ที่นำไปจัดวางจริงในงานอิเวนต์	32
3.30	ตัวอย่างภาพทำป้ายบอกทางในห้างสรรพสินค้า	33
3.31	ป้ายบอกทางในห้างสรรพสินค้า (1)	33
3.32	ป้ายบอกทางในห้างสรรพสินค้า (2)	34
3.33	ป้ายอื่นๆในงานอิเวนต์ (1)	34
3.34	ป้ายอื่นๆในงานอิเวนต์ (2)	34
4.1	ภาพผังขั้นตอนการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์	35
5.1	สรุปลำดับการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งหมด	36

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ

ชื่อสถานประกอบการ	:	Dream Express Co., Ltd.
ที่ตั้งของสถานประกอบการ	:	เลขที่ 19 ซอย 9 หมู่บ้านสวนสน ถนนรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพ 10240
โทรศัพท์	:	0-2735-6830 , 0-2735-6831
โทรสาร	:	0-2374-1609
Website	:	http://www.dexclub.com/



ภาพที่ 1.1 แผนที่ตั้งบริษัท Dream Express

1.2 ลักษณะธุรกิจของสถานประกอบการ หรือการให้บริการหลักขององค์กร

บริษัท ดรีม เอกซ์เพรส จำกัด หรือ เดกซ์ เป็นบริษัทตัวแทนลิขสิทธิ์อนิเมชั่นญี่ปุ่นในประเทศไทย

รายชื่อลิขสิทธิ์หลักๆในปัจจุบันมี5เรื่อง

- เลิฟไลฟ์
- คาเมนไรเดอร์ ซีรี่ย์
- กันดั้ม ซีรี่ย์
- อุลตร้าแมน ซีรี่ย์
- วันพีช

ภาพที่ 1.2 ภาพตัวอย่างการ์ตูนอนิเมชั่นหลักภายใต้ลิขสิทธิ์ของDream Express

SAMPLE

1.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารองค์กร

ภาพที่ 1.3 ความร่วมมือระหว่างบริษัทต่างๆทั้งในประเทศไทยและจากต่างประเทศ

1.4 ตำแหน่งและหน้าที่งานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

ตำแหน่งงาน : นักศึกษาฝึกงานด้าน Graphic Designer

หน้าที่ : ออกแบบงานที่ได้รับมอบหมายหลากหลายประเภท เช่น การทำแบน-เนอร์ลงอิเวนต์ แบนเนอร์ออนไลน์ และ การทำมินิเกมจากตัวละครฮีโร่ เป็นต้น

1.5 พนักงานที่ปรึกษา และ ตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา

พนักงานที่ปรึกษา : วิรัตน์ บุญฤทธิ์ฤทัยกุล

ตำแหน่ง : Chief of Strategic Planning

1.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน

ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษาประมาณ 4 เดือน นับตั้งแต่วันที่ 2 มิ.ย. 2558 - 30 ก.ย. 2558

1.7 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

เนื่องจากทางบริษัทมีการดำเนินการจัดงานอิเวนต์ LoveLive! The Movie ในวันที่ 29-30 สิงหาคม พี่เลี้ยงจึงได้มอบหมายงาน การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ ของอิเวนต์นี้ขึ้น เพื่อให้นักศึกษาได้รับประสบการณ์จากการทำงานจริง

1.8 วัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายของโครงงาน

1. การจัดวางและจัดทำโปสเตอร์ แบนเนอร์ออนไลน์ สแตนดี้ และอื่นๆ สำหรับงานอิเวนต์ LoveLive! The Movie ที่จะจัดขึ้นในวันที่ 29-30 สิงหาคม 2558

1.9 ผลที่คาดว่าจะได้รับจากการปฏิบัติงานหรือโครงงานที่ได้รับมอบหมาย

1. ผลงานที่ได้ใช้จริง ในวันที่ 29-30 สิงหาคม 2558

1.10 นิยามศัพท์เฉพาะ

1. Brief หมายถึง การแจ้งรายละเอียดโดยย่อของชิ้นงาน
2. Styleguide หมายถึง รูปภาพต้นฉบับที่ถูกส่งมาจากบริษัทผู้ถือลิขสิทธ์จากประเทศญี่ปุ่น
3. Artwork หมายถึง งานต้นแบบที่เสร็จสมบูรณ์พร้อมใช้งาน Approved
4. Approved หมายถึง การตรวจสอบ โดยส่งชิ้นงานกลับไปตรวจสอบกับบริษัทผู้ถือลิขสิทธ์จากประเทศญี่ปุ่น

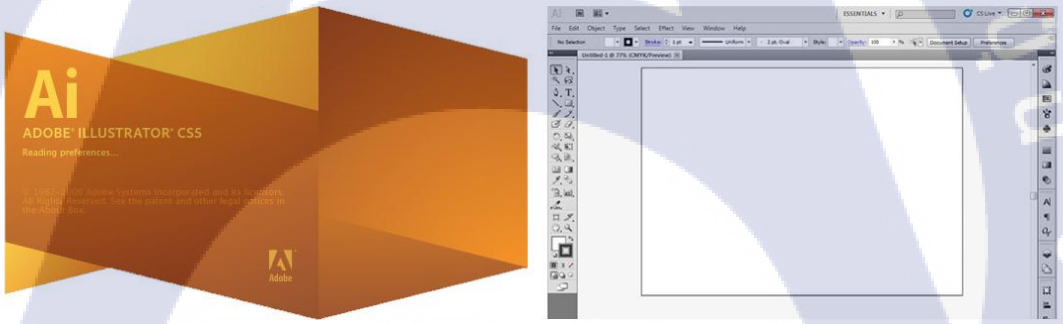
บทที่ 2
ทฤษฎีและเทคโนโลยีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

2.1 โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการพัฒนา

2.1.1 Adobe Illustrator CS5

โปรแกรม Adobe Illustrator เป็นโปรแกรมที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในการออกแบบกราฟิก เป็นโปรแกรมสำหรับสร้างภาพลายเส้นที่มีความคมชัดสูง งานภาพประกอบและงานกราฟิกแบบ 2 มิติต่างๆ เช่น การสร้างโลโก้สินค้า จนไปถึงการจัดเลย์เอาต์งานสิ่งพิมพ์ และมีเครื่องมือที่ช่วยเหลือในงานเว็บไซต์อีกด้วย

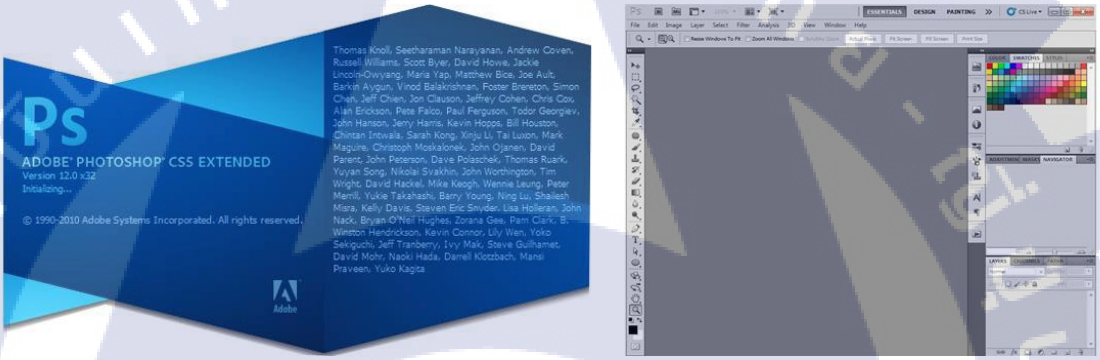
โดยที่โปรแกรมนี้มักจะนำไปใช้สำหรับการวาดภาพ หรือการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ เนื่องจากเป็นโปรแกรมที่ทำงานด้วยระบบ Vector ซึ่งเป็นการสร้างภาพกราฟิกจากการคำนวณของโปรแกรม โดยไม่จำเป็นต้องกำหนดความละเอียดของภาพทำให้รูปภาพที่วาดจากโปรแกรมนี้มีความคมชัดสวยงาม และคุณภาพความคมชัดของภาพยังคงเดิม



ภาพที่ 2.1 รูปโปรแกรม Adobe Illustrator CS5

2.1.2 Adobe Photoshop CS5

โปรแกรม Adobe Photoshop เป็นโปรแกรมที่มีความสามารถในการออกแบบกราฟิก เพื่อนำไปใช้ร่วมกับงานในด้านต่างๆ เช่น งานกราฟิกที่เกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์ทุกประเภท งานกราฟิกบนเว็บไซต์และการตกแต่งภาพถ่ายจากกล้องดิจิตอล ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเป็นโปรแกรมที่มีผู้นิยมนำมาใช้ในการออกแบบ และตกแต่งภาพถ่ายกันมากที่สุด อีกทั้งเป็นที่นิยมมากในปัจจุบัน ด้วยความสามารถที่หลากหลายทั้งการสร้างภาพใหม่ และตกแต่งภาพด้วยเครื่องมือและเทคนิคพิเศษต่าง ๆ จึงทำให้ Photoshop เป็นโปรแกรมสำคัญที่จำเป็นต้องมีติดตั้งใช้งานในเครื่องคอมพิวเตอร์ของผู้ใช้งานส่วนใหญ่

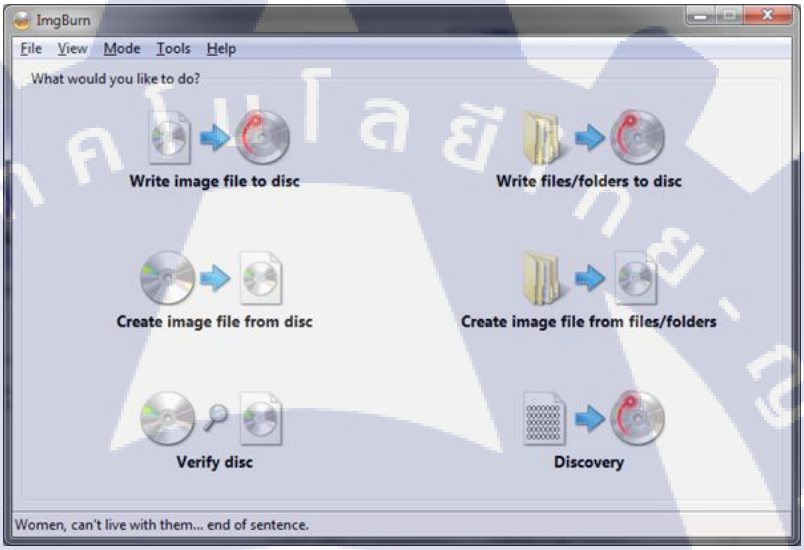


ภาพที่ 2.2 รูปโปรแกรม Adobe Photoshop CS5

2.1.3 ImgBurn

ImgBurn เป็นโปรแกรมเขียนแผ่น DC / DVD ที่มีขนาดเล็ก ที่มีรูปแบบโปรแกรมและการใช้งานง่ายไม่ซ้าซ้อน ถึงแม้ว่าชื่อจะบ่งบอกว่าตัวโปรแกรมสามารถเขียนข้อมูลรูปภาพลงในแผ่นได้

แต่ โปรแกรม ImgBurn เองก็สามารถเขียนข้อมูลไฟล์เสียง (.mp3) หรือข้อมูลที่ป็นไฟล์ VDO (.mp4) ลงไปได้เช่นกัน



ภาพที่ 2.2 รูปโปรแกรม ImgBurn

2.2 ทฤษฎีทางศิลปะ

2.2.1 ความหมายของสี

สี (color) หมายถึงลักษณะแสงสว่างปรากฏแก่ตาให้เห็นเป็นสีขาว ดำ แดง เขียว เป็นต้น นอกจากนี้สีแต่ละสียังเป็นสื่อเร้าให้เกิดความรู้สึกทางด้านอารมณ์ให้แตกต่างกันอีกด้วย (ราชบัณฑิตยสถาน, 2546)

ดังนั้นสีจึงเป็นปรากฏการณ์ทางการมองเห็นโดยมีกำลังส่องสว่างของแสงที่ไปกระทบมวลวัตถุแล้วสะท้อนเข้าประสาทสัมผัสที่เรตินาในดวงตาเรา และสมองแปลงสภาพการรับรู้ เกิดความเข้าใจตามที่ตกลงกันของมนุษย์ นอกจากนี้สีแต่ละสียังมีอิทธิพลในทางจิตวิทยาเป็นสื่อเร้าให้เกิด

ความรู้สึกทางด้านอารมณ์ของมนุษย์ เพราะการที่สมองทำการแปลและรับความรู้สึกของสีแต่ละสีของแต่ละคนนั้นแตกต่างกันไปบ้าง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์และการเรียนรู้ของคนๆ นั้นที่เคยเห็นสีมาก่อนหรืออาจมีสาเหตุมาจากความบกพร่องของสายตาในการรับคลื่นแสงเช่น คนตาบอดสี

2.2.2 ความสำคัญของสี

สำหรับการออกแบบทางการพิมพ์ สีจะช่วยสร้างอารมณ์ แยกแยะวัตถุ และช่วยบอกข้อมูลต่างๆ ได้ เช่น การใส่สีอ่อน ๆ เพื่อให้เกิดความรู้สึกสงบ เงียบ การใส่กรอบสี่เหลี่ยมสีล้อมรอบกลุ่มรูปภาพเพื่อที่จะแสดงให้เห็นว่าเป็นกลุ่มเดียวกัน การพิมพ์ข้อความสีแดงเพื่อให้บอกเป็นคำเตือนให้ระวัง เป็นต้น ดังนั้นสีจึงช่วยเพิ่มความสำคัญให้กับงานออกแบบและผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ ดังต่อไปนี้

1. ดึงดูดความสนใจจากผู้อ่านหรือผู้ที่ดู การดึงดูดความสนใจผู้อ่านนับเป็นวัตถุประสงค์หลักของการใช้สีในการออกแบบทางการพิมพ์ การใช้สีที่ให้เกิดความแตกต่างเป็นหลักการอันแรกที่จะใช้ดึงดูดความสนใจได้ แต่จะต้องใช้กับองค์ประกอบสำคัญที่สุดที่ต้องการเน้น และจัดวางอย่างเหมาะสม เช่น การใช้สีมากเกินไป และ การจัดวางอย่างกระจัดกระจายจะทำให้กลายเป็นการเบี่ยงเบนความสนใจจากข้อมูลซึ่งต้องการสื่อสารได้

2. สร้างความสัมพันธ์หรือความรู้สึกตามสภาวการณ์จริง โดยธรรมชาติมนุษย์มักจะนึกถึงต่างๆ ให้เกี่ยวข้องกับสภาวะของสิ่งของต่าง ๆ ที่มีสีนั้น เช่น เนื้อสดที่ดีคงจะมีสีแดง ถ้าปรากฏเป็นสีเขียวเรียกว่าเนื้อชิ้นนั้นไม่สด การพิมพ์ภาพดังกล่าวเป็นภาพสีก็จะเพิ่งความรู้สึกตาม สภาวะความเป็นจริงได้ ให้ความสมจริงจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้น นอกจากนี้ยังสามารถใช้บ่งบอกความรู้สึกร้อนหรือเย็น ความเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการ ได้อีกด้วย อย่างไรก็ตาม ความรูสึกเกี่ยวข้องกับที่ใช้นี้อาจไม่ชัดเจนแน่นอน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวิจารณญาณและประสบการณ์ของแต่ละบุคคล

3. ช่วยให้จดจำได้ง่าย การอธิบายบางสิ่งบางอย่างในเนื้อหา บางครั้งอาจใช้สีประกอบในการอ้างอิงถึง เนื่องจากสีสามารถที่ช่วยนักออกแบบสื่อสารข้อมูลข่าวสารได้ดีและ ผู้รับสารสามารถจำข้อมูลข่าวสารนั้นได้ง่ายขึ้น เช่น นักโฆษณามักใช้สีที่ผู้อื่นมองเห็นได้ง่าย เช่น สีเหลืองหรือสีแดง และการใช้สีนั้นซ้ำทุกครั้งก็จะเป็นการสร้างสีอัตลักษณ์ประจำให้กับสินค้านั้นได้ นอกจากนี้ยังเป็นการบ่งบอกว่าสีส่วนไหนที่ควรจะอ่านก่อนหลัง เช่น การใส่ข้อความที่จะให้อ่านก่อนลงกรอบสี หรือ พิมพ์ข้อความเป็นสี

4. สร้างบรรยากาศที่พึงพอใจ โดยต้องเลือกใช้สีตามหลักการออกแบบ เช่น ความสมดุล ความกลมกลืน ความแตกต่าง และจังหวะ เป็นต้น การที่ทำให้องค์ประกอบศิลป์มีการเคลื่อนไหว เช่น การใช้สีส้มและสีน้ำเงินอยู่ด้วยกันจะดูกลมกลืน แต่การใช้สีที่ผิดพลาดอาจจะทำให้แย่กว่าการไม่ใช้สีเลยก็ได้

2.2.3 การใช้สีตามหลักการออกแบบ

ในการออกแบบงานพิมพ์สีต่าง ๆ ที่เลือกนำมาใช้อยู่ด้วยกันควรจะประสานกันได้ดี เพื่อให้ผู้มองเห็นโดยทั่วไปไม่รู้สึกขัดสายตาและความคิด แต่การทีจะสามารถเลือกสีต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพได้นั้น ไม่มีกฎตายตัวเพียงต้องอาศัยประสบการณ์ และความเข้าใจรสนิยมของกลุ่มเป้าหมาย การนำไปใช้จึงต้องขึ้นกับวิจารณญาณของนักออกแบบที่จะประยุกต์ใช้ในงานออกแบบนั้นๆ และควรคำนึงถึงความเหมาะสมด้วย โดยปกติการใช้สีในการออกแบบทางการพิมพ์สามารถพิจารณาเลือกใช้ได้เป็น 2 ลักษณะ คือ การใช้สีตามหลักการออกแบบโดยที่สีต่างๆ ซึ่งเลือกมาใช้อยู่ด้วยกันมาการผสมผสานกันได้ดี และการใช้สีเพื่อสื่อความรู้สึกถึงผู้มองให้คล้อยตามเจตนารมณ์ของผู้ออกแบบ ซึ่งการกำหนดสีสำหรับงานพิมพ์จะต้องไม่ทำให้เกิดปัญหาตามขั้นตอนต่างๆ ในกระบวนการพิมพ์ และเมื่อพิมพ์ออกมาแล้วจะต้องสามารถสื่อความหมายถึง ผู้อ่านตามความต้องการได้ ดังนั้นการเลือกใช้สีก็มีหลักการเช่นเดียวกับการจัดวางองค์ประกอบ ก็คือ การใช้สีกลมกลืน (Color harmony) การใช้สีแตกต่างหรือสีตัดกัน (Color contrast) และ การใช้สีสมดุล (Color balance)

1. การใช้สีกลมกลืน

สำหรับการใช้สีในการออกแบบเพื่อให้เกิดความกลมกลืน ก็คือ การพิจารณาความสัมพันธ์ของสีต่างๆ ที่จะเลือกนำมาใช้ว่ามีความสัมพันธ์ใกล้เคียงกันโดยไม่มีสีใดโดดเด่น แยกจากสีอื่นๆ การใช้สีกลมกลืนมีหลายวิธีดังนี้

1.1 การใช้สีสันเดียว (Monochromatic scheme) เป็นการใช้สีแท้เพียงสีเดียวในการออกแบบ หลักการนี้เป็นพื้นฐานที่ง่ายที่สุดในการสร้างความกลมกลืน การใช้สีสันเดียวนี้อาจทำได้หลายลักษณะ เช่น

1.1.1 การใช้สีแท้ที่มีความสว่างสีและความอิ่มตัวสีที่ค่าเดียว แต่อาจมีการใช้สีขาวหรือสีดำช่วย เช่น การพิมพ์ตัวอักษรหรือภาพสีดำ หรือเจาะขาวบนพื้นหลังสีแท้สีใดสีหนึ่ง การพิมพ์ตัวอักษรหรือภาพด้วยสีแท้บนพื้นหลังสีดำหรือสีขาว เป็นต้น แต่การเลือกสีที่ใช้กับสีดำหรือสีขาวนั้นก็ต้องเลือกสีที่ไปกันได้ด้วย 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 การเลือกสีใกล้เคียงกันอาจเลือกจากสีที่อยู่เรียงติดกันในแถบสีสเปคตรัม หรือเลือกจากวงล้อสีที่ใช้ในงานศิลปะ ซึ่งหากพิจารณาวงล้อมสีตามทฤษฎี และการผสมสีทางเนื้อสีของศิลปะ สีที่เรียงติดกันเป็นสีใกล้เคียงกัน เช่น สีเหลืองส้ม สีเหลือง และ สีเหลืองเขียว ทั้งสามสีมีสีหนึ่งที่ร่วมกันอยู่ คือสีเหลือง ทำให้เมื่อนำมาใช้ร่วมกันแล้วดูกลมกลืนกัน ถ้าใช้สีสมและสีเขียวเพิ่มเข้าไป สีทั้งห้าสีนั้นเรียงต่อกันซึ่งถือว่าเป็นสีใกล้เคียงกัน แม้ว่าสีส้มและสีเขียวจะมีสีเหลืองเป็นสีร่วมกันเช่นกัน แต่ถ้าพิจารณาให้ดีแล้วสีส้มจะมีสีแดงเป็นส่วนผสมที่มากขึ้นกว่า

สีเหลืองส้ม และสีแดงเป็นสีคู่ตรงข้ามของสีเขียว อาจทำให้สีในกลุ่มนี้มีความกลมกลืนน้อยลง ดังนั้นการเลือกใช้สีใกล้เคียงกันไม่ควรเลือกสีที่เรียงติดกันมากเกิน 1 ใน 3 ของจำนวนสีที่แสดงในวงล้อสีเช่น วงล้อสีที่ใช้นี้มี 12 สี นั้นคือ สีใกล้เคียงกันที่น่าจะนำมาใช้ได้ไม่ควรเกิน 4 สี หากใช้มากกว่านี้ความกลมกลืนของสีอาจแปรเปลี่ยนเป็นความแตกต่างก็ได้

1.3 การใช้สีวรรณะเดียวกัน (Tone harmony scheme) ในวงล้อสี จะสามารถแบ่งสีได้เป็น 2 วรรณะ คือวรรณะร้อน (Warm tone) ซึ่งเป็นสีที่เน้นหนักไปทางสีแดง ได้แก่ สีม่วงแดง สีแดง สีส้มแดง สีส้ม สีส้มเหลือง และวรรณะเย็น (Cool tone) ซึ่งเป็นสีที่เน้นหนักไปทางสีน้ำเงิน ได้แก่สีเขียวอ่อน สีเขียว สีเขียวน้ำเงิน สีน้ำเงิน สีน้ำเงินม่วง ส่วนสีส้มเหลืองและสีม่วงเป็นสีกลางที่จะอยู่ได้ทั้งสองวรรณะ ทั้งนี้ขึ้นกับสีอื่นซึ่งจะนำมาใช้รวมกัน

การเลือกใช้สีที่อยู่ในกลุ่มวรรณะเดียวกัน จะให้ความรู้สึกไปในทิศทางเดียวกันกลมกลืนกัน แต่ผลงานของการออกแบบถ้าดูจืดไป ก็อาจจะสร้างความขัดแย้งในบางจุดที่เหมาะสม เพื่อช่วยให้งานออกแบบน่าดูยิ่งขึ้น เช่น ถ้าในส่วนใหญ่ของภาพเลือกใช้สีวรรณะร้อน อาจใช้สีตรงข้ามที่อยู่ในวรรณะเย็นมาทำให้เป็นสีอ่อนซึ่งมีความสว่างสีสูงขึ้นมาเติมในบริเวณส่วนน้อยบางส่วน ไม่เกิน 10 เปอร์เซ็นต์ของงานออกแบบ ก็อาจจะทำให้งานนั้นน่าสนใจมากขึ้น

1.การใช้สีแตกต่าง

การใช้สีแตกต่างเป็นการใช้สีสันต่างกันเพื่อให้ตัดกัน ทำให้งานออกแบบน่าสนใจ ตื่นเต้น ความแรงของการตัดกันจะขึ้นกับความแตกต่างของสีที่เลือกใช่ การทำให้สีแตกต่าง สามารถทำได้หลายวิธีดังนี้

2.1 การใช้สีคู่ตรงข้าม (complementary contrast) สีคู่ตรงข้ามเป็นสีที่อยู่ตรงข้ามกันในวง

ล่อสี เช่น สีเขียวเป็นสีคู่ตรงข้ามกับสีแดง สีที่ตรงข้ามกันมาอยู่ด้วยกันจะให้ความรู้สึกตื่นเต้นเร้าใจ สีคู่ตรงข้ามที่เป็นสีปฐมภูมิกับสีทุติยภูมิจะตัดกันรุนแรงกว่าสีคู่ตรงข้ามที่เป็นสีตติยภูมิ เช่น สีแดงกับสีเขียวจะตัดกันรุนแรงกว่าสีส้มแดงกับสีเขียวน้ำเงิน สำหรับสีที่อยู่ใน

ทิศทางตรงกันข้ามในวงล้อสี มี 6 คู่ ได้แก่

- เหลืองตรงกันข้ามกับสีม่วง
- สีแดงตรงกันข้ามกับสีเขียว
- สีน้ำเงินตรงกันข้ามกับสีส้ม
- สีเขียวเหลืองตรงกันข้ามกับสีม่วงแดง
- สีส้มเหลืองตรงกันข้ามกับสีม่วงน้ำเงิน
- สีส้มแดงตรงกันข้ามกับสีเขียวน้ำเงิน

ตรงกันข้าม หรือ “สีคู่ปฏิปักษ์” นี้จะมีความขัดแย้งกันอย่างรุนแรง ถ้านำมาใช้เข้าด้วยกัน ผู้ดูจะเกิดความรู้สึกขัดแย้งและไม่น่าสนใจ ผู้ออกแบบจึงควรหลีกเลี่ยงการนำสีตรงกันข้ามมาใช้ด้วยกันในลักษณะตรง ๆ ตัวอย่างเช่น ไม่ควรใส่เสื้อสีแดง และนุ่งกระโปรงสีเขียว เป็นต้น แต่ในทางตรงข้ามถ้าผู้ออกแบบนำสีตรงกันข้ามมาใช้ด้วยกันอย่างมีระบบและหลักการแล้ว การใช้สีตรงกันข้ามนั้นกลับจะทำให้งานออกแบบมีคุณค่า และน่าสนใจยิ่งกว่าการใช้คู่ประกอบอื่นๆ เพราะการใช้สีแตกต่างนั้นต้องคำนึกถึงการใช้สีตัดกันที่กลมกลืน (harmony of contrast) ในสายตาผู้ดูด้วย สีคู่ตรงข้ามที่มีความอิ่มตัวสูงมาอยู่ด้วยกันอาจทำให้ดูขัดแย้งกันเกินไป เพราะแต่ละสีจะแย้งความสนใจไปจนผู้ดูไม่เห็นจุดเด่นที่นักออกแบบต้องการสื่อ ดังนั้น การใช้สีที่ตัดกันแล้วทำให้ดูกลมกลืนได้นั้นมีหลายวิธีดังนี้

2.1.1 การใช้สีที่มีความอิ่มตัวสีเท่ากัน จะใช้ในปริมาณพื้นที่ต่างกัน โดยเลือกสีใดสีหนึ่ง เป็นสีเด่น ก็ใช้สีนั้นในพื้นที่ที่น้อยกว่าด้วยอีกสีหนึ่ง

2.1.2 การลดความอิ่มตัวสีของสีใดสีหนึ่งที่ไม่ต้องการให้เด่นลง

2.1.3 การลดความอิ่มตัวสีของทั้งสองสีลงเพื่อลดความแรงของการตัดกันของสี

2.1.4 การใช้สีทั้งสองสีในระดับน้ำหนักสีต่างๆ เพื่อลดความแรงของการตัดกันของสีแท้

2.1.5 การใช้สีขาวและหรือสีดำช่วยแทรกระหว่างสีคู่ตรงข้ามจะช่วยลดความแตกต่างระหว่างสองสีได้

2.1.6 การใช้สีตรงกันข้ามในปริมาณที่สีข้างหนึ่งชนะสีอีกข้างหนึ่งในอัตรา 80% ต่อ 20% ตัวอย่างเช่น ใช้สีน้ำเงินในพื้นที่สวนใหญ่ และใช้สีส้มในพื้นที่ส่วนน้อยบริเวณจุดที่ให้ความสนใจ

2.1.7 การลดความสดใสของสี การลดความสดใสหรือการฆ่าสี (color brake) เป็นการทำให้สีแท้หม่นหมองลง โดยการผสมสีตรงกันข้ามลงไปในสีแท้ ตัวอย่างเช่น ต้องการลดความสดใสของสีแดงจะต้องนำสีเขียวที่อยู่ตรงกันข้ามผสมลงในสีแดงเล็กน้อยจะทำให้สีแดงนั้นหม่นลง สีตรงกันข้ามที่ลดความสดใสลงนั้นสามารถนำมาใช้เข้าด้วยกันโดยไม่เกิดความรู้สึกขัดแย้ง นอกจากนี้การลดความสดใสของสียิ่งนำไปใช้แสดงถึงสีส่วนที่เป็นเงาของวัตถุและวัตถุที่อยู่ระยะไกลได้

2.1.8 การใช้สีขาวผสมลงในสีแท้ การผสมสีขาวหรือการทำสีทินต์นั้นนับเป็นการลดความเข้มหรือความสดใสของสีแท้ลง สีตรงข้ามที่ผสมด้วยสีขาวจึงสามารถนำมาใช้เข้าด้วยกัน โดยไม่เกิดความรู้สึกขัดแย้ง

2.1.9 การใช้สีดำผสมลงในพื้นที่ การผสมสีดำหรือการทำสีเฉดนั้น เป็นการลดความสดใสของสีแท้ให้หม่นหมองลง สีตรงกันข้ามที่ผสมด้วยสีดำจึงสามารถนำมาใช้เข้าด้วยกันโดยไม่เกิดความรู้สึกขัดแย้งได้

2.1.10 การใช้สีขาวตัดเส้นระหว่างสีตรงกันข้าม สีขาวซึ่งอยู่ระหว่างรอยต่อของสีตรงกันข้ามจะช่วยลดความสดใสของสีแท้ลง ดังนั้นการใช้สีตรงกันข้ามที่ตัดด้วยเส้นสีขาวจึงอยู่ด้วยกันโดยไม่เกิดความรู้สึกขัดแย้ง

2.1.11 การใช้สีดำตัดเส้นระหว่างสีตรงกันข้าม สีดำจะมีผลในการลดความสดใสของสีแท้ได้เช่นเดียวกับสีขาว ทำให้ไม่เกิดความรู้สึกที่ขัดแย้งต่อผู้ดู

2.1.12 การใช้สีตรงกันข้ามโดยการปรับค่าระยะของสี สีแท้ซึ่งผ่านการปรับระยะค่าของสีแล้ว จะถูกลดความสดใสของสีลงตามลำดับ จนทำให้สีตรงกันข้ามสามารถอยู่ด้วยกันได้โดยไม่ต้องขัดแย้ง

หลักเกณฑ์การใช้สีตัดกันนี้เป็นหลักการเบื้องต้นที่จะนำไปใช้เท่านั้นจะเคร่งครัดนักคงจะไม่ได้ ผู้ใช้จะต้องรู้จักพลิกแพลงประยุกต์เอาเองตามความเหมาะสมสวยงามของตนและงานที่ผลิต

2.2 การใช้สีใกล้เคียงสีคู่ตรงข้าม (near or split complementary contrast) ถ้าการใช้สีตรงข้ามเพื่อให้เกิดความแตกต่างนั้นจะให้ความรู้สึกที่ขัดแย้งกันเกินไป อาจเลี่ยงมาใช้สีที่อยู่ใกล้เคียงกับสีคู่ตรงข้ามซึ่งอาจจะให้ผลเป็นที่น่าพอใจขึ้น เช่นสีม่วงเป็นสีคู่ตรงข้ามแท้กับสีเหลือง อาจจะ

เลือกใช้สีน้ำเงินม่วงหรือแดงมาใช้คู่กับสีเหลืองเพื่อให้ดูแตกต่างกันแทนสีม่วงได้

2.3 การใช้ความสว่างสีต่างกัน (value contrast) สีที่มีความสว่างสีที่ใกล้เคียงกันมาอยู่ใกล้กัน จะทำให้มองดูแล้วรวมตัวกันในการรับรู้สีเป็นกลุ่มเดียวกัน แต่ถ้าเป็นสีที่มีความสว่างสีต่างกันมาอยู่ใกล้ สีของภาพที่มองเห็นจะผิดเพี้ยนไปจากความเป็นจริง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับอิทธิพลของความสว่างสีที่อยู่ข้างเคียง

2.4 การใช้สีที่มีวรรณะต่างกัน (tone contrast) เป็นการใช้สีทั้งสองวรรณะเข้าด้วยกันในภาพ สีที่อยู่ในวรรณะต่างกัน เช่นสีแดง เป็นสีในวรรณะร้อน และสีน้ำเงินเป็นสีในวรรณะเย็น เมื่อนำมาใช้ด้วยกันจะรู้สึกตัดกัน โดยทั่วไปสีวรรณะร้อนเป็นสีที่ให้ความรู้สึกที่ตื่นเต้น เร้าใจ ใกล้ และหนัก มักใช้เป็นส่วนของภาพที่ต้องการเน้น ขณะที่สีวรรณะเย็นเป็นสีให้ความรู้สึกที่ผ่อนคลาย สงบ ไกล และเบา มักจะใช้เป็นส่วนของพื้นหลัง

การใช้สีวรรณะเดียวในภาพแม้ว่าจะทำให้เกิดเอกภาพและความกลมกลืน แต่เมื่อดูภาพนั้นไปนานๆ จะทำให้รู้สึกน่าเบื่อหน่าย ดังนั้นการสร้างความน่าสนใจให้เกิดขึ้นในภาพผู้ออกแบบจึงควรใช้สีต่างวรรณะเข้าด้วยกัน แต่ก็ไม่ควรใช้สีทั้งสองวรรณะในปริมาณที่เท่าๆ กัน ควรกำหนดให้สีวรรณะหนึ่งมากกว่าในอัตรา 80% ต่อ 20%

2.5 การใช้สีแบบแตกต่างแบบไซมัลเทเนียส (simultaneous contrast) สีแตกต่างแบบไซมัลเทเนียสเกิดขึ้นจากการนำสีที่แตกต่างกันมาอยู่ใกล้กัน สีที่มองเห็นจะผิดเพี้ยนจากที่เป็นจริงด้วยอิทธิพลของสีซึ่งอยู่ข้างเคียง ทั้งนี้เพราะเมื่อตามองสีใดสีหนึ่งจะกระตุ้นให้มองเห็นสีคู่ตรงข้ามของสีนั้นด้วย จึงมีผลให้สีนั้นไปรวมกับสีข้างเคียงที่มองเห็น เช่นเมื่อวางสีเทากลางสีแดง จะเห็นสีเทาที่อยู่ตรงกลางเพี้ยนไปทางสีเขียว และเมื่อวางสีเทากลางสีเขียวจะเห็นสีเทาที่อยู่ตรงกลางนั้นเพียนไปทางสีแดง

ถ้าสีใดสีหนึ่งถูกแวดล้อมด้วยสีที่ตรงกันข้ามกันจะดูมีความอิ่มตัวสีสูงกว่าสีที่ถูกแวดล้อมด้วยสีที่ใกล้เคียงกัน เช่นสีแดงซึ่งถูกแวดล้อมด้วยสีเขียว จะดูสดใสกว่าสีแดงที่ถูกแวดล้อมด้วยสีม่วงแดง และสีใดสีหนึ่งจะมองเห็นเป็นสีที่เพียนไปทางสีคู่ตรงกันข้ามของสีนั้น เช่นสีเขียวซึ่งถูกแวดล้อมด้วยสีเหลืองจะมองเห็นเป็นสีเขียวน้ำเงิน แต่ถ้าสีเขียวนั้นถูกแวดล้อมด้วยสีน้ำเงินจะมองเห็นเป็นสีเขียวเหลือง นอกจากนี้ความแตกต่างแบบไซมัลเทเนียสยังทำให้มองเห็น ความสว่างสีเปลี่ยนไปด้วย เช่นสีส้มซึ่งถูกแวดล้อมด้วยสีเขียวที่มีความสว่างสีตาจะมองเห็นสีส้มสว่างกว่าสีส้มซึ่งถูกแวดล้อมด้วยสีเหลืองที่มีความสว่างสีสูง

จะเห็นได้ว่าความแตกต่างแบบไซมัลเทเนียสนี้เป็นความแตกต่างของสีที่ถูกเปรียบเทียบกับสีซึ่งแวดล้อม โดยมิเชล ยูจีน เซฟเริล นักเคมีชาวฝรั่งเศสเป็นผู้คนพบคนแรกซึ่งเขาค้นพบเมื่อนำผ้าที่ย้อมด้วยสารสีเดียวกันไปวางใกล้กลุ่มผ้าสีต่างกันจะมองเห็นสีต่างกัน เขาจึงศึกษาปรากฏการณ์นี้ต่อไปจนสามารถสรุปเป็น “กฎของเซฟเริล” เกี่ยวกับความแตกต่างแบบไซมัลเทเนียสที่สามารถนำมาใช้ในการออกแบบได้ ดังนี้

1.5.1 สีต่าง ๆ ที่มองเห็นจะขึ้นกับอิทธิพลของสีอื่นซึ่งอยู่ข้างเคียง

1.5.2 สีที่มีความสว่างสีสูงหรือสีอ่อนจะดูเด่นเมื่ออยู่กับสีดำ

1.5.3 สีที่มีความสว่างสีต่ำหรือสีคล้ำจะดูเด่นเมื่ออยู่กับสีขาว

1.5.4 สีคล้ำบนพื้นหลังสีอ่อนจะยิ่งดูมีสีคล้ำกว่าหรือมีความสว่างสีต่ำกว่าสีคล้ำบนพื้นหลังสีคล้ำด้วยกัน

1.5.5 สีอ่อนบนพื้นหลังสีคล้ำจะยิงดูมีสีอ่อนกว่าหรือความสว่างสีสูงกว่าบนพื้นหลังสีอ่อนด้วยกัน

1.5.6 สีที่มองเห็นจะได้รับอิทธิพลจากสีที่อยู่ข้างเคียง โดยจะมองเห็นสีเพี้ยนไปทางสีคู่ตรงข้ามของสีที่อยู่ข้างเคียงนั้น

1.5.7 สีคู่ตรงข้ามที่มาวางข้างกัน จะมองเห็นแต่ละสีมีความอิ่มตัวสีสูงกว่าสีนั้นวางอยู่โดดๆ แยกกัน

1.5.8 สีคล้ำทีวางบนพื้นหลังสีคล้ำซึ่งไม่มีสีคู่ตรงข้ามกัน จะดูอ่อนกว่าสีคล้ำที่วางบนพื้นหลังสีคล้ำซึ่งเป็นสีคู่ตรงข้ามกัน

1.5.9 สีอ่อนที่วางบนพื้นหลังสีอ่อนซึ่งไม่ใช่สีคู่ตรงข้ามกัน จะดูอ่อนกว่าสีอ่อนที่วางบนพื้นหลังสีอ่อนกว่าซึ่งเป็นสีคู่ตรงข้ามกัน

1.5.10 เมื่อใช้สีสดใสหรือสีที่มีความอิ่มตัวสีสูงกับสีหม่นที่มีความอิ่มตัวสีต่ำ คู่สีซึ่งให้ความแตกต่างกันมากสุดคือ คู่สีซึ่งเป็นคู่ตรงข้ามกัน

1.5.11 สีอ่อนบนพื้นหลังสีอ่อนที่ไม่ใช่สีคู่ตรงข้ามกันจะดูเข้มขึ้น เมื่อมีแถบสีเส้นสีดำหรือสีคู่ตรงข้ามล้อมรอบ

1.5.12 สีคล้ำบนพื้นหลังสีคล้ำที่ไม่ใช่สีคู่ตรงข้ามกันจะดูสดใสขึ้น เมื่อมีแถบเส้นสีขาวหรือสีอ่อนล้อมรอบ

2.การใช้สีสมดุล

การใช้สีให้เกิดความสมดุลในสายตา อาจทำได้อย่างง่าย ๆ โดยการแบ่งพื้นที่เป็น 2 ส่วน คือ ซ้าย-ขวา หรือบน-ล่าง เมื่อใช้สีใดในด้านหนึ่งก็ให้ใช้สีนั้นในอีกด้านตรงข้ามกันด้วย การใช้สีที่ให้มองดูแล้วสมดุลยังมีหลายวิธีดังนี้

3.1 การใช้สีสามเส้า (triad balance) สีสามเส้า หมายถึง สี 3 สีซึ่งอยู่ในวงล้อสีโดยมีตำแหน่งห่างกันเท่าๆ กัน ในการออกแบบวิธีนี้ต้องใช้สี 3 สีอยู่ด้วยกัน สีสามเส้าในวงล้อสีจะให้กลุ่มสีที่สมดุลที่สุด เช่นกลุ่มสีแดง สีน้ำเงิน และสีเหลือง หรือกลุ่มสีส้มแดง สีเหลืองเขียวและสีม่วงน้ำเงิน สีแต่ละสีในกลุ่มจะมีความเด่นเท่าๆ กันจึงทำให้ดูแล้วสมดุล อย่างไรก็ตามควรเลือกให้สีใดสีหนึ่งเป็นสีโดดเด่นซึ่งต้องการเน้นและลดความแรงของอีกสองสี ด้วยการลดความอิ่มตัวสีหรือความสว่างสีลง

3.2 การใช้ปริมาณพื้นที่สมดุลกับความสว่างสี (quantitation balance) ในการใช้สีตั้งแต่ 2 สีขึ้นไป สัดส่วนปริมาณพื้นที่ของสีที่ใช้กับความสว่างสีของสีนั้นจะมีผลต่อความสมดุลในการมองเห็น คือ สีที่มีความสว่างสูงกว่าจะต้องมีปริมาณพื้นที่น้อยกว่าสีที่มีความสว่างต่ำกว่า เพื่อให้ดูว่ามีพื้นที่สมดุล เช่นสีเหลืองมีความสว่างสีสูงกว่าสีน้ำเงินประมาณ 3 เท่า เมื่อนำสองสีนี้มาใช้ให้เกิดสมดุลแล้ว ควรใช้พื้นที่ของสีเหลืองให้น้อยกว่าสีน้ำเงินประมาณ 3 เท่า สำหรับสีแดงกับสีเขียว เป็นสีที่ให้ความสว่างประมาณเท่าๆ กัน เมื่อนำสองสีมาใช้ให้เกิดสมดุล พื้นที่ของสีแดงก็ควรจะประมาณเท่าๆ กับของสีเขียว

TNI
THAI - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY

บทที่ 3
แผนงานการปฏิบัติงานและขั้นตอนการดำเนินงาน

3.1 แผนงานปฏิบัติงาน

3.1.1 แผนงานปฏิบัติงาน

ตารางที่ 3.1 แผนปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

หัวข้องาน	เดือนที่ 1				เดือนที่ 2				เดือนที่ 3				เดือนที่ 4			
ปรับตัวและทำความเข้าใจกับโปรแกรม **Illustrator CS5**																
รับมอบหมายงานและรับ Style guide เพื่อเตรียมพร้อมในการออกแบบจัดวาง																
ทำโปสเตอร์ LoveLive! The Movie																
รับข้อมูลแพ็คเกจและทำBanner Online ชิ้นแรก																
ทำBanner Online เพิ่มเติมเพื่อนำลงเว็บไซต์																
ทำภาพสำหรับสั่งจองบัตรชมภาพยนตร์ลงเว็บไซต์																
ทำรูปสแตนคาแรคเตอร์																
ทำหน้ากากโทรทัศน์																
ทำป้ายบอกทางหน้าห้างสรรพสินค้า																
ทำป้ายตั้งโต๊ะภายในงาน																
รวบรวมชิ้นงานเพื่อจัดทำโครงงาน																

3.2 รายละเอียดงานที่นักศึกษาปฏิบัติในงานสหกิจศึกษา หรือรายละเอียดโครงงานที่ได้รับมอบหมาย

งานที่ได้รับคือการจัดทำรูปสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อรองรับงานอีเวนต์ของภาพยนตร์อนิเมชั่น เรื่อง LoveLive! The Movie ที่จัดขึ้นในวันที่ 29-30 สิงหาคม ณ โรงภาพยนตร์ SF World Cinema เซ็นทรัลเวิลด์ ซึ่งประกอบไปด้วย

1. โปสเตอร์ภาพยนตร์
2. สื่อBanner Online
3. รูปประกอบการจำหน่ายบัตรชมภาพยนตร์ในเว็บออนไลน์
4. สแตนดี้คาแรคเตอร์
5. หน้ากากโทรทัศน์
6. ป้ายบอกทางในห้างสรรพสินค้า

3.3 ขั้นตอนการดำเนินงานที่นักศึกษาปฏิบัติงานหรือโครงงาน

3.3.1 รับชิ้นงาน Styleguide และจัดทำโปสเตอร์

ได้รับมอบหมายงานให้เริ่มจัดทำโปสเตอร์เพื่อประชาสัมพันธ์งานอิเวนต์ พร้อมรับภาพ Styleguide และ logo ของภาพยนตร์อนิเมชั่นเรื่องนี้มา และถูกมอบหมายให้นำคำโปรยภาษาไทย “จังหวะรักสุดใจ โบกสะบัดแห่งไฟเพื่อ” เพิ่มเติมลงไปในโปสเตอร์ สำหรับอิเวนต์ในประเทศไทย

ภาพที่ 3.1 ภาพ Style guide และ logo

ภาพที่ 3.2 ภาพการจัดวางโปสเตอร์สำหรับอิเวนต์ในประเทศไทย (1)

ภาพที่ 3.3 ภาพการจัดวางโปสเตอร์สำหรับอิเวนต์ในประเทศไทย (2)

ภาพที่ 3.4 ภาพการจัดวางโปสเตอร์สำหรับอิเวนต์ในประเทศไทย (3)

ภาพที่ 3.5 ภาพการจัดวางโปสเตอร์สำหรับอิเวนต์ในประเทศไทย (4)

แต่เนื่องจากความไม่ลงตัวในการใส่คำโปรยภาษาไทยลงไป ข้อความจึงถูกตัดออกและเหลือเพียงโลโก้เท่านั้น จากนั้นจึงส่งกลับไปทางบริษัทต้นลิขสิทธิ์ของประเทศญี่ปุ่น เพื่อตรวจสอบความเรียบร้อย และเมื่อบริษัทต้นลิขสิทธิ์ยืนยันแล้ว จึงสามารถนำชิ้นงานไปใช้ได้

ภาพที่ 3.6 ภาพโปสเตอร์ที่ใช้จริง

3.2.2 การจัดทำสื่อ Banner Online

เมื่อทำโปสเตอร์เสร็จแล้วก็เริ่มการ ออกแบบและจัดวางสำหรับงานสื่อออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์การเกิดขึ้นของอิเวนต์นี้ พร้อมทั้งมีการระบุถึง แพ็คเกจสินค้าโปรโมชั่น ในการช่วยตัดสินใจสั่งจองบัตรชมภาพยนตร์ผ่านเว็บออนไลน์ของบริษัท ซึ่งระหว่างจัดทำอยู่นั้นก็มีการเปลี่ยนแปลงของแพ็คเกจสินค้าใหม่ด้วยเพื่อความเข้าใจของลูกค้า

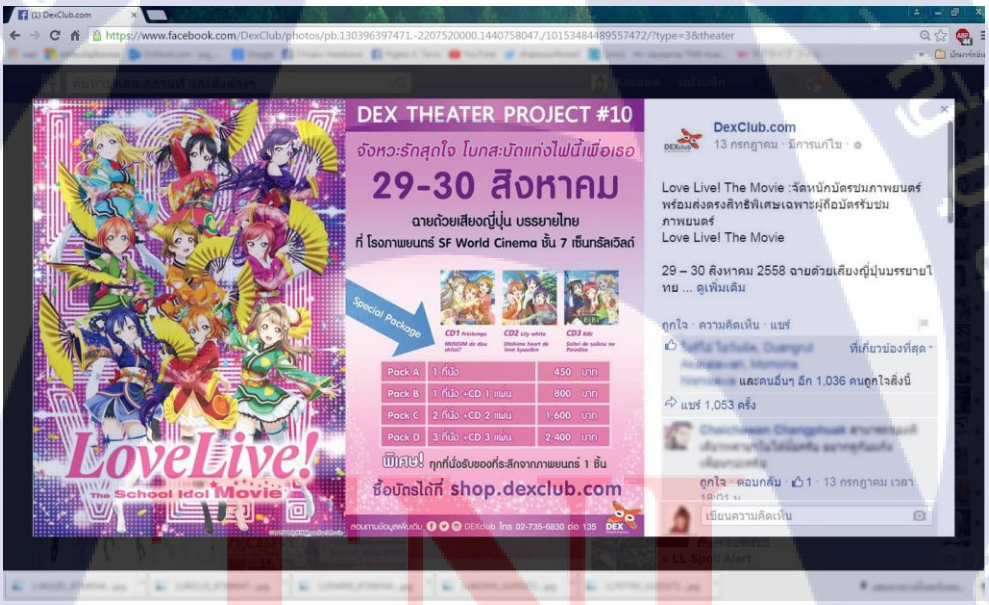
ภาพที่ 3.7 ภาพ Banner Online (1)

ภาพที่ 3.8 ภาพ Banner Online (2)

ภาพที่ 3.9 ภาพ Banner Online (3)

ภาพที่ 3.10 ภาพ Banner Online (4)

ภาพที่ 3.11 ภาพ Banner Online ที่ใช้จริง (1)

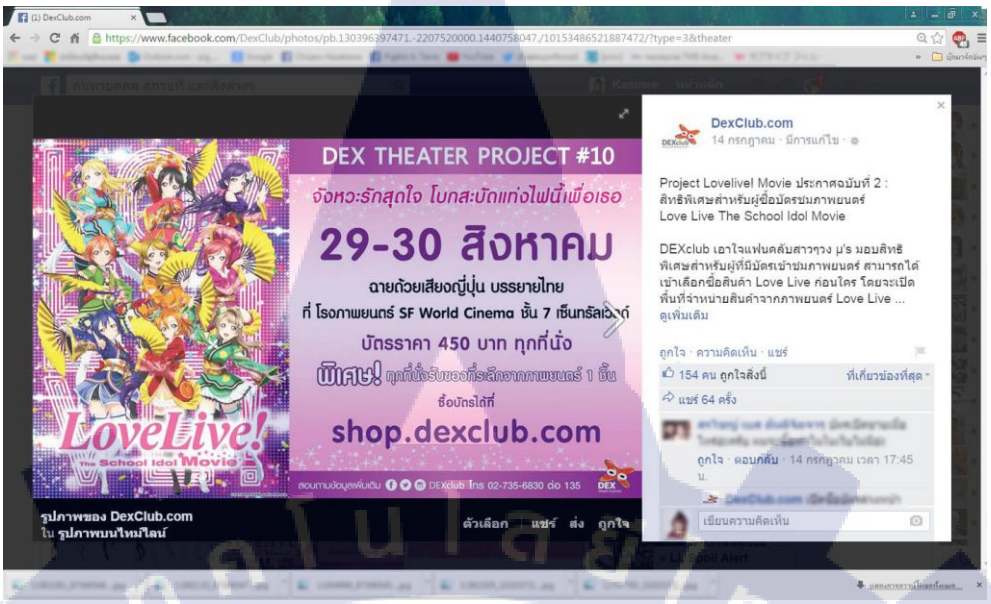


ภาพที่ 3.12 ภาพ Banner Online ที่ใช้จริง (2)

นอกจากการจัดทำ Banner Online แบบมีแพ็คเกจแล้ว ยังมีการทำ Banner Online ขนาดอื่นๆเพื่อประชาสัมพันธ์ในเว็บไซส์นอกจากในเฟสบุ๊ค เช่น

ภาพที่ 3.13 ภาพ Banner Online ขนาดอื่น ที่ใช้จริง (1)

ภาพที่ 3.14 ภาพ Banner Online ขนาดอื่น ที่ใช้จริง (2)



ภาพที่ 3.15 ภาพ Banner Online ขนาดอื่น ที่ใช้จริง (3)

3.2.3 รูปประกอบการจำหน่ายบัตรชมภาพยนตร์ในเว็บออนไลน์

การทำรูปประกอบการจำหน่ายบัตรชมภาพยนตร์ มีจุดประสงค์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าที่จะเขามาสั่งจองบัตรชมภาพยนตร์ผ่านเว็บออนไลน์

ภาพที่ 3.16 ภาพ รูปประกอบการจำหน่ายบัตร แบบที่ 1

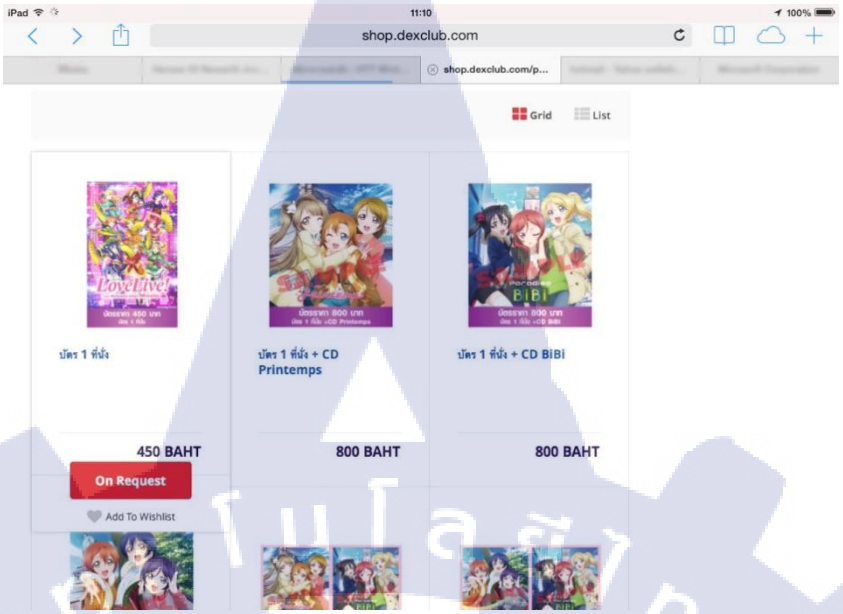
ภาพที่ 3.17 ภาพ รูปประกอบการจำหน่ายบัตร แบบที่ 2

ภาพที่ 3.18 ภาพ รูปประกอบการจำหน่ายบัตร แบบที่ 3 (1)

ภาพที่ 3.19 ภาพ รูปประกอบการจำหน่ายบัตร แบบที่ 3 (2)

ภาพที่ 3.20 ภาพ รูปประกอบการจำหน่ายบัตร แบบที่ 3 (3)

ภาพที่ 3.21 ภาพ รูปประกอบการจำหน่ายบัตร แบบที่ 4



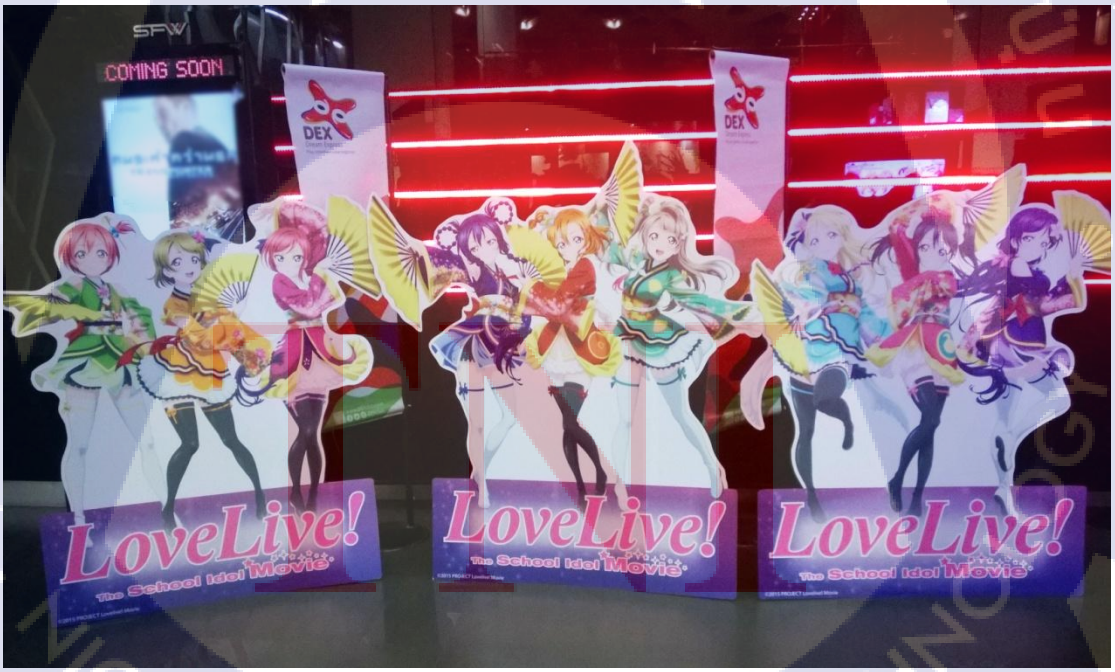
ภาพที่ 3.22 ภาพ รูปประกอบการจำหน่ายบัตร บนเว็บไซต์ http://shop.dexclub.com/

3.2.4 สแตนดี้คาแรคเตอร์

สแตน หรือ ภาพที่ถูกตั้งไว้ สำหรับถ่ายภาพที่ระลึกในงานอิเวนต์

ภาพที่ 3.23 ภาพอาร์ตเวิร์ค ก่อนผลิต

ภาพที่ 3.24 สแตนดี้ที่ใช้จริงในงาน (1)



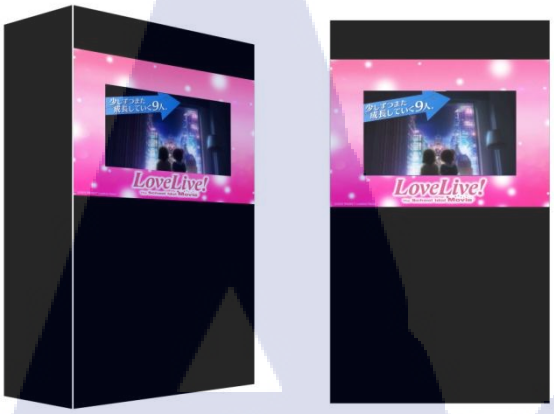
ภาพที่ 3.25 สแตนดี้ที่ใช้จริงในงาน (2)

3.2.5 หน้ากากโทรทัศน์

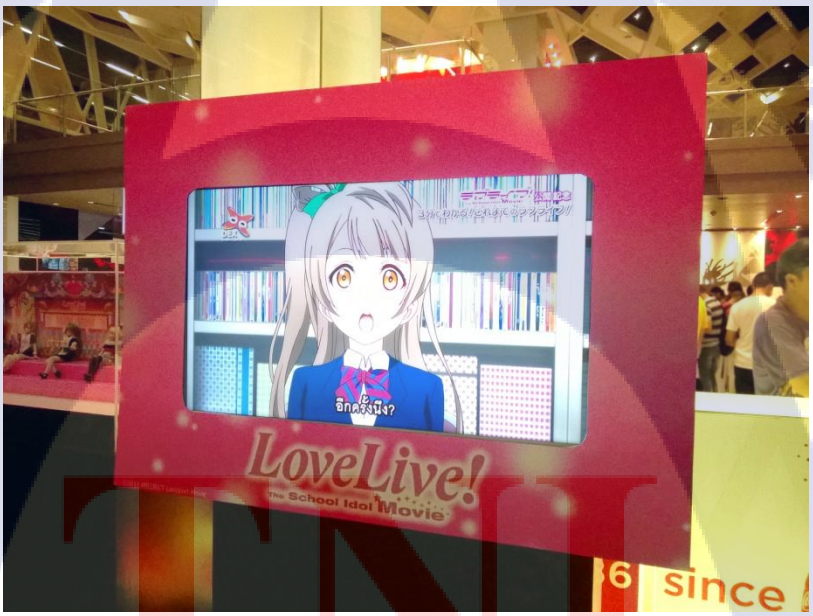
ภายในอิเวนต์จะมีตู้โทรทัศน์สำหรับฉายตัวอย่างภาพยนตร์ จึงต้องมีหน้ากากโทรทัศน์ตกแต่งให้สวยงาม

ภาพที่ 3.26 ภาพการออกแบบหน้ากากโทรทัศน์ครั้งแรก

ภาพที่ 3.27 แบบหน้ากากโทรทัศน์ ที่ใช้จริง



ภาพที่ 3.28 แบบจำลองหน้ากากโทรทัศน์กับตู้โทรทัศน์



ภาพที่ 3.29 หน้ากากโทรทัศน์ ที่นำไปจัดวางจริงในงานอิเวนต์

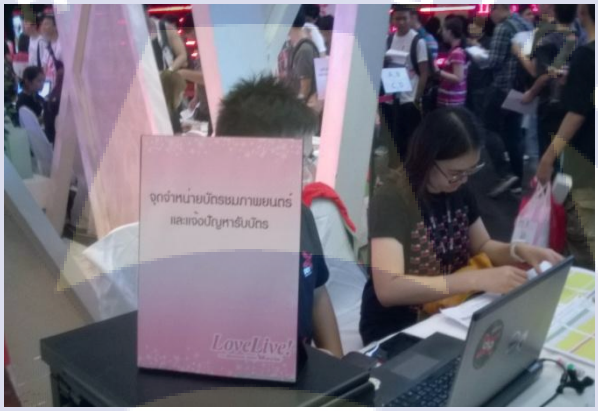
3.2.4 ป้ายบอกทางในห้างสรรพสินค้า และป้ายอื่นๆในงาน

เนื่องจากอิเวนต์จัดงานก่อนเวลาห้างเซนทรัลเวิล์ดเปิด จึงจำเป็นต้องจัดทำป้ายบอกทางและป้ายอื่นๆภายในงานอิเวนต์เพื่อความสะดวกของผู้ร่วมงาน

ภาพที่ 3.30 ตัวอย่างภาพทำป้ายบอกทางในห้างสรรพสินค้า

ภาพที่ 3.31 ป้ายบอกทางในห้างสรรพสินค้า (1)

ภาพที่ 3.32 ป้ายบอกทางในห้างสรรพสินค้า (2)



ภาพที่ 3.33 ป้ายอื่นๆในงานอิเวนต์ (1)

ภาพที่ 3.34 ป้ายอื่นๆในงานอิเวนต์ (2)

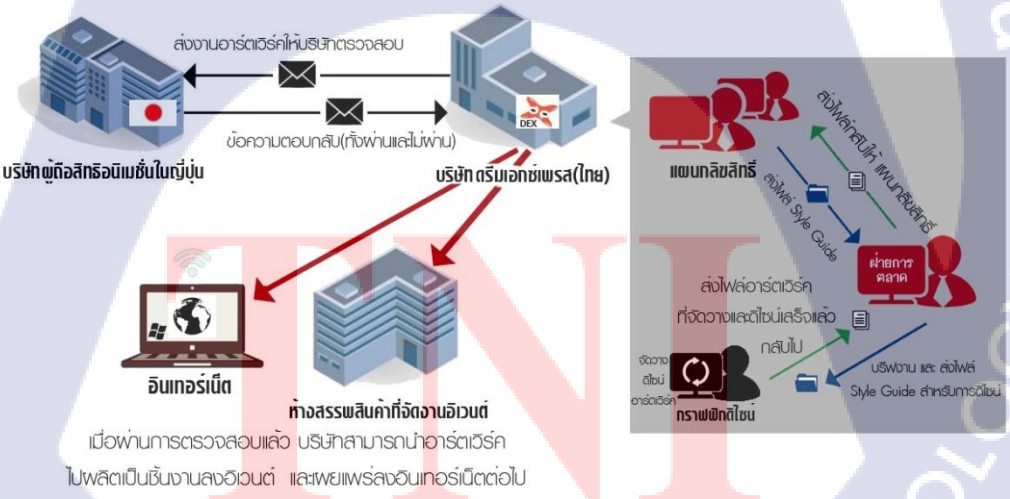
บทที่ 4
ผลการดำเนินงาน การวิเคราะห์และสรุปผลต่างๆ

4.1 ขั้นตอนและผลการดำเนินงาน

ในช่วงระยะเวลาหนึ่งเดือนแรกของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา จะเป็นช่วงศึกษาโปรแกรมและได้มีโอกาสทำงานอื่นๆร่วมที่ได้รับมอบหมายไปด้วย เมื่อเข้าสัปดาห์ที่สองจึงได้รับมอบหมายงานให้ทำภาพสื่อประชาสัมพันธ์ของอิเวนต์ LoveLive! The Movie ร่วมสองเดือน จนเกิดเป็นโครงงานนี้ขึ้นมา

4.1.1 สรุปขั้นตอนการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

การทำภาพสื่อประชาสัมพันธ์นั้นไม่ใช่ว่า ผลิตออกมาแล้วจะสามารถนำมาใช้ได้ทันที เพราะต้องผ่านการตรวจสอบจากบริษัทต้นสังกัดเสียก่อน จึงจะสามารถนำภาพไปใช้ได้ ซึ่งมีขั้นตอนตามภาพดังนี้



ภาพที่ 4.1 ภาพผังขั้นตอนการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

จากภาพที่ 4.1 การทำงานออกแบบหรือจัดวางภาพ หรือ แม้กระทั้งการขอภาพต้นฉบับเพื่อการจัดทำชิ้นงาน จะต้อง Email ไปทางบริษัทต้นสังกัดทุกครั้ง ผ่านแผนกลิขสิทธิ์ และต้องได้รับการยืนยันจากบริษัทต้นสังกัดก่อน จึงจะสามารถนำชิ้นงานไปเผยแพร่ในอินเทอร์เน็ต หรือ นำชิ้นงานไปผลิตเพื่อลงงานอิเวนต์ได้

4.1.2 เป้าหมายของการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

การออกแบบสื่อทั้งหมดนี้เพื่อ การประชาสัมพันธ์ถึงงานอิเวนต์ ที่จะเกิดขึ้นในวันที่ 29-30 สิงหาคม 2558 และ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ที่จะเข้าร่วมงาน

4.1.3 การเปลี่ยนแปลงระหว่างจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์

แต่เดิมนั้น ในกำหนดการเดิม มีการจัดจุดนัดพบของลูกค้า ในวันรับบัตรชมภาพยนตร์บริเวณใกล้เคียงกับงาน เจเปน เฟติวัล 2015 ที่จะเกิดขึ้น ณ ลานเซ็นทรัลเวิลด์ แต่ก่อนหน้านั้นกลับมีเหตุระเบิดขึ้นที่ แยกราชประสงค์ เสียก่อน ซึ่งทำให้งาน เจเปน เฟติวัล 2015 ถูกยกเลิกไป

เดกซ์จึงจำเป็นต้องย้ายจุดนัดพบของลูกค้าใหม่ โดยไปจัดที่หน้าโรงภาพยนตร์ SF World Cinema ชั้น 9 ซึ่งจัดในห้างเซ็นทรัลเวิลด์แทน

บทที่ 5
บทสรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการดำเนินงาน

ภาพที่ 5.1 สรุปลำดับการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ทั้งหมด

จากการที่ได้ศึกษาในบริษัท Dream Express และได้ทำโครงการ สื่อประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นการทำงานจริง ข้าพเจ้าได้เรียนรู้จากการทำโครงการนี้มากมาย เช่น

5.1.1 ข้าพเจ้าได้เรียนรู้ความกดดันในการทำงานจริง

5.1.2 ข้าพเจ้าได้เรียนรู้วิธีการจัดวางสื่อหลากหลายรูปแบบ มิใช่แค่เพียงสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ แต่ได้เรียนรู้เรื่องสื่อสิ่งพิมพ์อีกด้วย

5.1.3 ข้าพเจ้าได้เรียนรู้กระบวกการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆตั้งแต่เริ่มต้นจนจบ

5.1.4 ข้าพเจ้าได้เรียนรู้พื้นฐานของโปรแกรม และ เทคนิคต่างๆ ที่ช่วยในการแต่งภาพ

5.1.5 การจัดวาง Artwork ตามข้อกำหนดที่บริษัทต้นสังกัดระบุมา

5.2 แนวทางการแก้ไขปัญหา

ปัญหาที่พบระหว่างการปฏิบัติงาน ส่วนใหญ่จะเป็นปัญหาด้านแนวความคิดเป็นหลัก เช่น คิดรูปแบบไม่ได้ การออกแบบที่ออกแบบมายังไม่เป็นที่พึงพอใจ เป็นต้น ซึ่งส่วนของปัญหานี้ได้รับการแก้ไข โดยพี่เลี้ยงที่คอยช่วยเหลือและสอนกระบวนการคิดให้ และคอยแนะนำ Website ที่สามารถจุดประกายความคิดตลอดเวลา

5.3 ข้อเสนอแนะจากการดำเนินงาน

5.3.1 ควรมีพื้นฐานการใช้โปรแกรมในระดับหนึ่ง

5.3.2 ควรมีพื้นฐานการออกแบบ และกระบวนการทางความคิด

5.3.3 ในการออกแบบหรือจัดวางทุกครั้ง ควรจัดให้มีระเบียบสวยงาม ไม่ดูรกหรือซับซ้อนเกินไป และ คำนึงถึงผู้รับสารเป็นสำคัญ

เอกสารอ้างอิง

1. Math.cmru.ac.th, **ทฤษฎีสี** [Online], Available:
http://www.math.cmru.ac.th/web56/option/doc_document/1378538114.pdf [2015 , September 26]

ประวัติผู้จัดทำโครงงาน

ชื่อ – นามสกุล นางสาวเกศิณี ปลื้มภักดี

วัน เดือน ปีเกิด 16 ตุลาคม 2535

ประวัติการศึกษา

ระดับประถมศึกษา ประถมศึกษาตอนปลาย
โรงเรียนลาซาล

ระดับมัธยมศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย
โรงเรียนลาซาล

ระดับอุดมศึกษา คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ สาขาเทคโนโลยีมัลติมีเดีย
สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

ทุนการศึกษา - ไม่มี –

ประวัติการฝึกอบรม - ไม่มี –

ผลงานที่ได้รับการตีพิมพ์ - ไม่มี -

สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น THAI - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY TNI