



การออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ กรณีศึกษาภาพยนตร์
เรื่อง “ THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับ ‘ชายคนนั้น’ ”
PUBLIC RELATION MEDIA DESIGN AND DEVELOPMENT
A CASE STUDY OF “THE PRESENTATION” FILM

นาย คณิน จันทวิชานวงษ์

โครงการสหกิจศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีมัลติมีเดีย
คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

สถาบันเทคโนโลยี ไทย-ญี่ปุ่น

พ.ศ. 2560

การออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์
กรณีศึกษาภาพยนตร์เรื่อง “ THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับ‘ชายคนนั้น’ ”
PUBLIC RELATION MEDIA DESIGN AND DEVELOPMENT
A CASE STUDY OF “THE PRESENTATION” FILM

นาย คณิน จันทวิชานวงษ์

โครงการสหกิจศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีมัลติมีเดีย
คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ
สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น
พ.ศ. 2560

คณะกรรมการสอบ

..... ประธานกรรมการสอบ

(ดร.ประมุข บุญเลี้ยง)

..... กรรมการสอบ

(อาจารย์ณิกานต์ ไชยจักร์)

..... กรรมการสอบและอาจารย์ที่ปรึกษา

(อาจารย์ธีรทศ ประพฤติชอบ)

..... ประธานสหกิจศึกษา สาขาเทคโนโลยีมัลติมีเดีย

(อาจารย์ชาญ จารวงค์รังสี)

ลิขสิทธิ์ของสถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

ชื่อโครงการ	การออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ กรณีศึกษาภาพยนตร์เรื่อง “ THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับ‘ชายคนนั้น’ ”	
ผู้เขียน	นายคณิน จันทวิชานวงษ์	
คณะวิชา	เทคโนโลยีสารสนเทศ	สาขาวิชา เทคโนโลยีมัลติมีเดีย
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์เชิรทศ ประพุดิชอบ	
พนักงานที่ปรึกษา	คุณอนุสรณ์ สร้อยสงิม	
ชื่อบริษัท	คอมเมทิฟ โปรดักชั่น	
ประเภทธุรกิจ/สินค้า	องค์กรจัดทำโฆษณาและภาพยนตร์เพื่อเผยแพร่สู่สาธารณะ	

บทสรุป

จากการที่ได้รับคำแนะนำจากที่ปรึกษาในการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบผลงาน ในที่นี้งานที่ได้รับมอบหมายเป็นการออกแบบกราฟิกและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ กรณีศึกษาภาพยนตร์เรื่อง “ THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับ‘ชายคนนั้น’ ” สำหรับการดำเนินงานนักศึกษาได้รับข้อมูลความรู้จากที่ปรึกษาและพนักงานคนอื่นๆ ที่คอยช่วยให้คำแนะนำ และได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับภาพยนตร์ มูวแอนด์โทนและอื่นๆ มาผลิตเป็นงานและทำการปรับปรุงแก้ไขงานให้ดีขึ้นสำหรับประชาสัมพันธ์ตามวัตถุประสงค์

จากการที่ได้ออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ กรณีศึกษาภาพยนตร์เรื่อง “ THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับ‘ชายคนนั้น’ ” สามารถแสดงให้เห็นว่า ตัวนักศึกษาสามารถสร้างประโยชน์อะไรต่อบริษัทที่สหกิจศึกษาครั้งนี้ได้ สำหรับประโยชน์ที่ได้รับจากการสหกิจศึกษาครั้งนี้ คือ การเรียนรู้สิ่งต่างๆเกี่ยวกับการทำงานและเรียนรู้ประสบการณ์จริงอันมีค่า ไม่ว่าจะเป็นด้านกระบวนการโปรดักชั่น การออกแบบกราฟิกสำหรับภาพยนตร์ การประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์ในรูปแบบต่างๆและอื่นๆอีกมากมาย ล้วนแล้วคือความรู้ใหม่ ๆ อันมีค่า ทำให้นักศึกษาได้รู้ว่า สามารถนำวิชาที่ได้เรียนรู้มาใช้ในการทำงานได้ ถึงแม้กระนั้นแต่นักศึกษาก็ต้องศึกษาเพิ่มเติมในการทำงานจริง และยังได้เรียนรู้เรื่องการปรับตัว การทำงานร่วมกับผู้อื่น การวางตัวในที่ทำงานและความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย อันเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างประสบการณ์อันมีค่าในการพัฒนาตนเองต่อไป

Project's name	PUBLIC RELATION MEDIA DESIGN AND DEVELOPMENT, A CASE STUDY OF “ THE PRESENTATION ” FILM		
Writer	Mr. Kanin Jantavichanuwong		
Faculty	Information Technology	Major	Multimedia Technology
Faculty Advisor	Mr. Theantot Prapuetchob		
Job Supervisor	Mr. Anusorn Soisa-gnim		
Company's name	Commetive Production		
Business Type/ Product	Advertising and Film Production Agency		

Summary

According to advisor staff in creativity of product design department. We have task to create public relation graphic media design and development, A case study of “ THE PRESENTATION ” film . Our operation are receiving information from the advisor staff and the others staff who instructive and learning about cinematic film, mood and tone and the others to create and develop in order to better improve for public relation.

By production of public relation graphic media design and development , A case study of “THE PRESENTATION ” film can show us what can we do to the organization. The benefits from cooperative education are learning something new and experience in the real work such as production processing, graphic creative for film, public relation media design for film or the others like that so all of those are the great value. It's show us we can bring something we learnt to use in the real work although we have to learn more. And we have learn to bring new experience of real situation and team working with more responsibility to developing by myself.

กิตติกรรมประกาศ

การที่นักศึกษาได้มาสหกิจศึกษาที่บริษัท คอมเมทีฟโปรดักชั่น ตั้งแต่วันที่ 29 พฤษภาคม พ.ศ. 2560 ถึง วันที่ 29 กันยายน พ.ศ. 2560 ได้ทำให้นักศึกษาได้รับความรู้และประสบการณ์ต่างๆ จากการทำงานจริงอย่างมาก และส่งผลให้ข้าพเจ้าสามารถนำสิ่งต่างๆเหล่านั้นมาใช้พัฒนาทักษะของตนเอง รวมถึงสามารถเข้าใจถึงขีดจำกัดและความสามารถในการทำงานของตนเอง จนกระทั่งสามารถมองเห็นถึงเป้าหมายในอนาคตได้ สำหรับรายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาในครั้งนี้ สามารถสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีจากความร่วมมือและการสนับสนุนจากหลายฝ่ายดังนี้

นักศึกษาขอขอบคุณกรรมการผู้จัดการบริษัทและที่ปรึกษาโครงการคุณอนุสรณ์ ศรี้อยสงิม ที่เล็งเห็นความสำคัญของการสหกิจศึกษาและได้ให้โอกาสอันเป็นคุณค่าแก่นักศึกษาในการเข้ามาสหกิจศึกษาที่บริษัทแห่งนี้ รวมทั้งได้ให้ความรู้ต่างๆและประสบการณ์ในการทำงานจริงแก่นักศึกษา ขอขอบคุณผู้อำนวยการสร้างคุณอริญชัย รัตนวิจิตรที่คอยให้ความรู้และคำแนะนำในการทำโครงการสหกิจศึกษา และงานอื่นๆที่ได้รับมอบหมายตลอดระยะเวลาที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา รวมถึงมอบโอกาสทางด้านการงานต่างๆในกองถ่ายที่เป็นประสบการณ์อันเป็นประโยชน์ต่อนักศึกษาอย่างยิ่ง ขอขอบคุณผู้อำนวยการสร้างคุณอัจฉริยา เขียวจะอ่อน ที่ให้คำแนะนำต่างๆและโอกาสอันมีคุณค่าในการปฏิบัติงาน จนตลอดระยะเวลาที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ขอขอบคุณผู้จัดการกองถ่ายภาพยนตร์คุณศศิธร สันโดยที่ให้คำแนะนำเกี่ยวกับการปฏิบัติงานในการทำงาน และมอบหมายหน้าที่การทำงานต่างๆให้แก่ักศึกษา เป็นการฝึกความรับผิดชอบต่อการปฏิบัติงานจริง ขอขอบคุณผู้ช่วยผู้กำกับลำดับที่หนึ่งคุณไพลิน ชัยนะกุลที่ให้ความรู้และคำแนะนำในการทำโครงการสหกิจศึกษา และคอยไว้วางใจให้ช่วยนักศึกษาช่วยเหลืองานสำคัญต่างๆในกองถ่ายภาพยนตร์ ขอขอบคุณผู้ช่วยผู้กำกับลำดับที่สองคุณนพอมร นพพงษากิจที่ให้ความรู้และประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน ทำให้เกิดมุมมองใหม่ๆแก่ข้าพเจ้าและให้ความช่วยเหลือในการทำโครงการสหกิจศึกษา รวมทั้งยังคอยไว้วางใจให้นักศึกษาช่วยเหลืองานสำคัญต่างๆในกองถ่ายภาพยนตร์ ขอขอบคุณผู้ช่วยผู้กำกับลำดับที่สามคุณณัฐพล กลิ่นอุบลที่ให้ประสบการณ์การทำงานในกองถ่ายภาพยนตร์และให้คำแนะนำเกี่ยวกับการปฏิบัติงานต่อผู้อื่น รวมทั้งยังคอยไว้วางใจให้นักศึกษาช่วยเหลืองานสำคัญต่างๆในกองถ่ายภาพยนตร์ ทั้งนี้สุดท้ายขอขอบคุณอาจารย์เชิรทศ ประพุดิชอบ อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษาของนักศึกษา ที่ให้คำแนะนำคำชี้แนะและให้คำปรึกษาดูแลทุกเรื่องตลอดระยะเวลาที่ทำการสหกิจศึกษา รวมถึงบุคคลท่านอื่น ๆ ในบริษัทคอมเมทีฟโปรดักชั่น ที่มีได้กล่าวนามที่ได้ให้คำแนะนำให้ความช่วยเหลือในการปฏิบัติงานสหกิจและจัดทำ

รายงานฉบับนี้ให้สำเร็จได้ด้วยดี ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่าน ที่มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูล เป็นที่ปรึกษาในการทำรายงานฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์ ตลอดจนให้การดูแลและให้ความเข้าใจเกี่ยวกับชีวิตการทำงานจริง ข้าพเจ้าขอขอบคุณ ไว้ ณ ที่นี้



สารบัญ

หน้า

บทสรุป	ก
Summary	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	จ
สารบัญภาพประกอบ	ฉ

บทที่

1. บทนำ	1
1.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ	1
1.2 ลักษณะธุรกิจของสถานประกอบการ และการให้บริการหลักขององค์กร	2
1.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารองค์กร	2
1.4 ตำแหน่งและหน้าที่งานที่ได้รับมอบหมาย	3
1.5 พนักงานที่ปรึกษาและตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา	3
1.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน	3
1.7 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	3
1.8 วัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายของโครงการ	4
1.9 ผลที่คาดว่าจะได้รับจากการปฏิบัติงานหรือโครงการที่ได้รับมอบหมาย	4
1.10 นิยามศัพท์เฉพาะ	5
2. ทฤษฎีและเทคโนโลยีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน	10
2.1 ทฤษฎีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน	10
2.1.1 ทฤษฎีในด้านองค์ประกอบศิลป์	10
2.1.2 ทฤษฎีในการออกแบบงานกราฟิก	14
2.1.3 ทฤษฎีในการออกแบบโปสเตอร์และโปสเตอร์ภาพยนตร์	23
2.1.4 ทฤษฎีการออกแบบสื่อและการประชาสัมพันธ์	29

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.3.5 ขั้นตอนการออกแบบโปสเตอร์ของภาพยนตร์สั้น เรื่อง “แค่ได้...#คิดถึง”	104
3.3.6 ขั้นตอนการออกแบบโปสเตอร์ Key Visual ของภาพยนตร์ เรื่อง “Ticket to the Moon”	106
3.3.7 ขั้นตอนการออกแบบโปสเตอร์ภาพยนตร์เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น”	109
4. ผลการดำเนินงาน การวิเคราะห์และสรุปผลต่างๆ	111
4.1 ขั้นตอนและผลการดำเนินงาน	111
4.1.1 การออกแบบ CHARACTER POSTER หรือโปสเตอร์ตัวละครของภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น”	111
4.1.2 การออกแบบ MIX CHARACTER POSTER หรือโปสเตอร์รวมตัวละคร ของภาพยนตร์เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น”	115
4.1.3 การออกแบบ PRESENTING POSTER หรือโปสเตอร์นำเสนอของภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น”	117
4.1.4 การออกแบบ TEASER POSTER หรือโปสเตอร์ตัวอย่างของภาพยนตร์เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น”	120
4.1.5 การออกแบบ TEASER POSTER 2 หรือโปสเตอร์ตัวอย่างที่ 2 ของภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น”	122
4.1.6 การออกแบบ MAIN POSTER , MASS POSTER หรือโปสเตอร์หลักของ ภาพยนตร์เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น”	124
4.1.7 การออกแบบ MAN POSTER2 , MASS POSTER2 หรือโปสเตอร์หลัก 2 ของภาพยนตร์เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น”	126
4.1.8 การออกแบบ FESTIVAL POSTER หรือโปสเตอร์เทศกาลของภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น”	128
4.1.9 ภาพตัวอย่างการปฏิบัติงานในขั้นตอนการดำเนินโครงการ	130
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	134

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

4.2 วิจัยข้อมูลโดยเปรียบเทียบผลที่ได้รับกับวัตถุประสงค์และจุดมุ่งหมาย การปฏิบัติงานหรือจัดทำโครงการ	134
5. บทสรุปและข้อเสนอแนะ	135
5.1 สรุปผลการดำเนินโครงการ	135
5.2 แนวทางการแก้ไขปัญหา	135
5.3 ข้อเสนอแนะจากการดำเนินงาน	136
เอกสารอ้างอิง	137
ภาคผนวก	139
ประวัติผู้จัดทำโครงการ	168

TNI

สารบัญตาราง

ตารางที่
หน้า

3.1 แผนปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

36



สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่	หน้า
1.1 ตำแหน่งที่ตั้งของบริษัท	1
3.1 งานออกแบบนามบัตรให้กับพนักงานในองค์กร	37
3.2 งานออกแบบโปสเตอร์ DVD ภาพยนตร์ของบริษัท เรื่อง “PRESENT PERFECT”	38
3.3 งานออกแบบประกาศจับฉลากผู้โชคดีจากรายชื่อผู้สั่งจอง DVD ภาพยนตร์ของบริษัท	38
3.4 งานออกแบบประกาศผลจับฉลากผู้โชคดีจากรายชื่อผู้สั่งจอง DVD ภาพยนตร์ของบริษัท	39
3.5 งานออกแบบป้ายไวนิลการบริจาคสิ่งของและทุนการศึกษาให้กับโรงเรียน	39
3.6 ออกแบบโลโก้ภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น” รูปแบบทางการ	40
3.7 ออกแบบโลโก้ภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น” รูปแบบไทย	40
3.8 งานออกแบบเสื้อยืดจากภาพยนตร์ของบริษัท	41
3.9 งานออกแบบโปรไฟล์เฟซบุ๊กแฟนเพจภาพยนตร์ของบริษัท	41
3.10 งานออกแบบโคเวอร์เฟซบุ๊กแฟนเพจภาพยนตร์ของบริษัท	42
3.11 งานออกแบบสเลทบวงสรวงสำหรับพิธีบวงสรวงภาพยนตร์ของบริษัท เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น”	42
3.12 งานออกแบบและกำกับโปสเตอร์ภาพยนต์สั้น เรื่อง “แค่ได้...#คิดถึง”	43
3.13 งานออกแบบและกำกับโปสเตอร์ภาพยนต์สั้น เรื่อง “แค่ได้...#คิดถึง”	44
3.14 งานออกแบบโปสเตอร์ตัวอย่างภาพยนต์ เรื่อง “TICKET TO THE MOON”	45
3.15 การออกแบบนามบัตรพนักงานบริษัท	46
3.16 การออกแบบโปสเตอร์ตัวอย่างของภาพยนต์ เรื่อง “THE PRESENTATION”	47
3.17 การออกแบบโปสเตอร์นำเสนองานของภาพยนต์ เรื่อง “THE PRESENTATION”	47

สารบัญภาพประกอบ (ต่อ)

	หน้า
3.18 การออกแบบภาพประชาสัมพันธ์จับฉลากผู้โชคดีจากภาพยนตร์ เรื่อง “PRESENT PERFECT”	48
3.19 การออกแบบสไลด์ทบทวนสรวงภาพยนตร์ เรื่อง เรื่อง “THE PRESENTATION”	48
3.20 การสเก็ทซ์แบบโลโก้ภาพยนตร์ เรื่อง เรื่อง “THE PRESENTATION” แบบ Official	49
3.21 การวาดและออกแบบโลโก้ภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION” แบบ OFFICIAL	49
3.22 การออกแบบโลโก้ภาพยนตร์ภาพยนตร์ เรื่อง THE PRESENTATION แบบ OFFICIAL	50
3.23 การออกแบบสื่อยึดทีมงานบริษัท	51
3.24 การเลือกรูปแบบและออกแบบฟ้อนโลโก้ภาษาไทยภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”	51
3.25 การรวมโลโก้แบบทางการเพื่อนำเสนอภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”	52
3.26 การรวมโลโก้แบบไทยเพื่อนำเสนอภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”	52
3.27 การออกแบบสื่อยึดจากภาพยนตร์ ภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”	53
3.28 การออกแบบป้ายไวนิลสำหรับงานบริษัทให้โรงเรียน	53
3.29 การออกแบบโคเวอร์เฟสบุ๊คแฟนเพจจากภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”	54
3.30 การออกแบบและสเก็ทซ์ภาพโปสเตอร์จากภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”	54
3.31 ภาพสเก็ทซ์โปสเตอร์จากภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”	55
3.32 การนำเสนอไอเดียโปสเตอร์จากภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION” กับผู้กำกับ	55
3.33 การอ่านและแก้ไขบทภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”	56
3.34 การทำบอร์ดลำดับฉากและเหตุการณ์ตามบทภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”	56
3.35 การ read through และแก้ไขบทภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”	57

สารบัญภาพประกอบ (ต่อ)

	หน้า
3.36 การกำหนดคิวเข้าและกลางคืนตามบทภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”	57
3.37 การแก้ไขคิวเข้าและกลางคืนตามบทภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”	58
3.38 การแก้ไขบทภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION” ตาม Blocking	58
3.39 ภาพปกบทภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”	59
3.40 การวางคอนเซ็ปต์โฆษณาไวรอลของกระทรวงพลังงาน เรื่อง “กองทุนสร้างยิ้ม”	59
3.41 การเขียนบทโฆษณาไวรอลของกระทรวงพลังงาน เรื่อง “กองทุนสร้างยิ้ม”	60
3.42 การจดโน้ตเพื่อแก้ไขบทโฆษณาไวรอลของกระทรวงพลังงาน เรื่อง “กองทุนสร้างยิ้ม”	60
3.43 ภาพปกบทภาพยนตร์สำหรับพิธีบวงสรวงภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”	61
3.44 การ blocking นักแสดงภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”	62
3.45 การอ่านทวนบทภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION” ในกองถ่าย	63
3.46 การเข้าร่วมการปรับคณีนักแสดง เรื่อง “THE PRESENTATION”	63
3.47 การจดบันทึกผลการปรับคณีนักแสดง เรื่อง “THE PRESENTATION”	64
3.48 การทวนบทและแก้ไขในการปรับคณีนักแสดง เรื่อง “THE PRESENTATION”	64
3.49 การนำเสนอรูปแบบของโปสเตอร์แก่นักแสดง	65
3.50 การช่วยให้คิวและกำกับนักแสดง เรื่อง “THE PRESENTATION”	65
3.51 การสนทนากับผู้กำกับเรื่องการถ่ายทำภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”	66
3.52 การ blocking action scene ภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”	66
3.53 การ blocking ภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”	67
3.54 การ blocking ภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”	67
3.55 การซ้อมการแสดงของนักแสดงภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”	68
3.56 การตอบทภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”	68
3.57 การเล่นเป็นนักแสดงตัวแทนในการซ้อมภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”	69
3.58 การตอบทและซ้อมการแสดงภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”	69

สารบัญภาพประกอบ (ต่อ)

	หน้า
3.59 การแก้ไขบทและเช็คซ้อมการแสดงภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”	70
3.60 การซ้อมการแสดงภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”	70
3.61 ภาพป้ายนำทางในการแสดงภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION” (ชื่อสมมติ NO DESTINATION)	71
3.62 ภาพสตูดิโอในการแสดงภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”	71
3.63 บรรยายภายในสตูดิโอในการแสดงภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”	72
3.64 การปรับเคมินักแสดงภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”	73
3.65 การปรับเคมินักแสดงภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”	73
3.66 การปรับเคมินักแสดงภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”	74
3.67 การทำบอร์ดยุทธศาสตร์สำหรับภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”	74
3.68 ผู้กำกับกำลังกำกับการซ้อมการแสดงภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”	75
3.69 การถ่ายโปสเตอร์ภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”	75
3.70 การถ่ายโปสเตอร์ภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”	76
3.71 การถ่ายโปสเตอร์ภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”	76
3.72 บรรยายในกองถ่ายไวรอลของกรทรวงพลังงาน ในหัวข้อ “กองทุนสร้างยิ้ม”	77
3.73 การมอบทุนการศึกษาแก่เด็กนักเรียนในกองถ่ายภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION” ณ โรงเรียนแห่งหนึ่ง	78
3.74 ภาพมอนิเตอร์และบอร์ดยุทธศาสตร์ในกองถ่ายภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”	78
3.75 ภาพการแสดงผ่านมอนิเตอร์ในกองถ่ายภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”	79
3.76 ภาพการกำกับแสดงของผู้กำกับผ่านมอนิเตอร์ในกองถ่ายภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”	79
3.77 บรรยายหน้าเซตของกองถ่ายภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”	80
3.78 บรรยายหน้ามอนิเตอร์ของกองถ่ายภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”	80
3.79 สลัดของภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”	81
3.80 การประชุมทีมทุกฝ่ายของภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”	82

สารบัญภาพประกอบ (ต่อ)

	หน้า
3.81 งานบวงสรวงเปิดกล้องภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”	83
3.82 บรรยากาสงานบวงสรวงเปิดกล้องภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”	83
3.83 บรรยากาสการประชุมทีมงานเปิดกล้องภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”	84
3.84 การประชุมทีมบทภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”	84
3.85 การประชุมทีมงานทุกฝ่ายภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”	85
3.86 การประชุมบทไวโรลของกระทรวงพลังงาน ในหัวข้อ “กองทุนสร้างยิ้ม”	85
3.87 การประชุมไวโรลของกระทรวงพลังงาน ในหัวข้อ “กองทุนสร้างยิ้ม”	86
3.88 การประชุมทีมโปรดิวเซอร์ภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”	86
3.89 การประชุมทีมงานภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”	87
3.90 การประชุม Blockshot คิวถ่ายภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”	87
3.91 การจัดเรียงพัสดุของบริษัทตามรายชื่อลูกค้า	88
3.92 การจัดเรียงรายชื่อลูกค้าและปะเลงของพัสดุ	89
3.93 การทำใบรายการจัดเมนูอาหารในกองถ่าย	89
3.94 การจัดใส่พัสดุ DVD ส่งเข้าช่องพัสดุ	90
3.95 การจัดส่งพัสดุให้กับลูกค้า	90
3.96 การเรียงรายการส่งพัสดุ	91
3.97 การจัดการเอกสารคิวถ่ายทำ	91
3.98 การสกรีนแผ่น DVD เพื่อจัดส่งลูกค้า	92
3.99 การจัดหาและซื้อฮาร์ดดิสต์สำหรับจุไฟล์ภาพยนตร์	92
3.100 การทำป้ายสตาฟสำหรับทีมถ่ายทำในกองถ่ายกระทรวงพลังงาน	93
3.101 ตัวอย่างโลโก้ภาพยนตร์แบบ POP-ART (ไม่ได้นำไปใช้)	96
3.102 ตัวอย่างโลโก้ภาพยนตร์แบบสำเร็จ	96
3.103 การออกแบบสเลทบวงสรวงภาพยนตร์	98
3.104 สเลทบวงสรวงภาพยนตร์ในพิธีบวงสรวง	98
3.105 การออกแบบเสื้อยืดจากภาพยนตร์	100
3.106 ตัวอย่างเสื้อยืดจากภาพยนตร์หลังการผลิต	101

สารบัญภาพประกอบ (ต่อ)

	หน้า
3.107 ตัวอย่างภาพโปรไฟล์และโคเวอร์หน้าแฟนเพจของภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น”	103
3.108 การจัดวาง Layout โปสเตอร์ภาพยนตร์ เรื่อง “แกล่ได้...#กิดถึง”	105
3.109 เรฟเฟอเรนซ์โปสเตอร์ของภาพยนตร์ เรื่อง “Ticket to the Moon”	107
3.110 การออกแบบและจัดวางโปสเตอร์ของภาพยนตร์ เรื่อง “Ticket to the Moon”	108
4.1 โปสเตอร์ตัวละครแฉ็กจากภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น”	112
4.2 โปสเตอร์ตัวละครป็นจากภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น”	113
4.3 โปสเตอร์ตัวละครเดี่ยวจากภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น”	114
4.4 โปสเตอร์รวมตัวละครจากภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น”	116
4.5 โปสเตอร์นำเสนอจากภาพยนตร์ ฉบับทางการ เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น”	118
4.6 โปสเตอร์นำเสนอจากภาพยนตร์ ฉบับไทย เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น”	119
4.7 โปสเตอร์ตัวอย่างจากภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น”	121
4.8 โปสเตอร์ตัวอย่างที่2จากภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น”	123
4.9 โปสเตอร์หลักจากภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น”	125
4.10 โปสเตอร์หลัก 2 จากภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น”	127

สารบัญภาพประกอบ (ต่อ)

	หน้า
4.11 โปสเตอร์เทศกาลจากภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น”	129
4.12 ภาพการออกแบบและภาพสเก็ชโปสเตอร์หลักภาพยนตร์	130
4.13 ภาพการไค้ตัดตัวละครจากภาพที่ถ่ายในสตูดิโอ	130
4.14 ภาพนำเสนอโปสเตอร์ Key visual	131
4.15 ภาพการประชุมแนวทางการออกแบบโปสเตอร์ภาพยนตร์	131
4.16 ภาพการจัดวาง Layout โปสเตอร์ตัวละคร	132
4.17 ภาพการถ่ายทำโปสเตอร์ในสตูดิโอ	132
4.18 ภาพการถ่ายทำโปสเตอร์หลักในสตูดิโอ	133
4.19 ภาพการถ่ายทำโปสเตอร์หลักในสตูดิโอ	133

TNI

TAHITI - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ

ชื่อสถานประกอบการ : บริษัท คอมเมทีฟ โปรดักชั่น (Commetive Production)

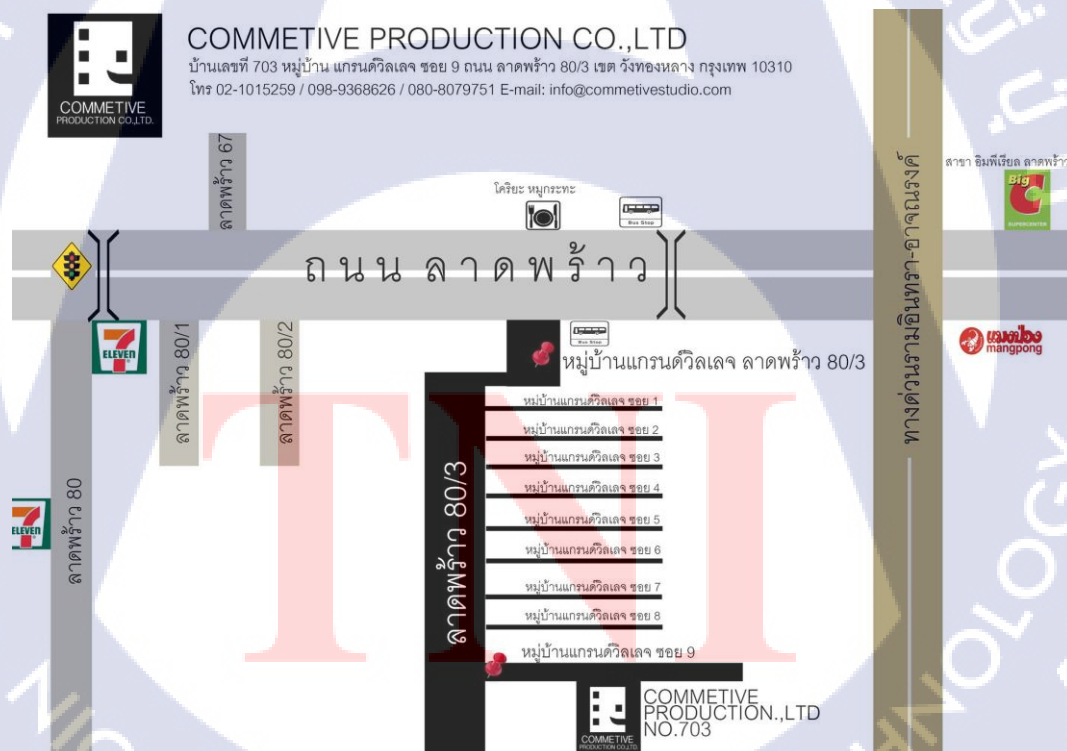
ที่ตั้งของสถานประกอบการ : เลขที่ 703 ถนนลาดพร้าว 80/3 ซอย 9

แขวงวังทองหลาง เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร 10310

โทรศัพท์ : 098-936-8626

E-mail : aam.commetive@gmail.com

Facebook : <https://www.facebook.com/commetiveprod/?fref=ts>



ภาพที่ 1.1 ตำแหน่งที่ตั้งของบริษัท

1.2 ลักษณะธุรกิจของสถานประกอบการ หรือการให้บริการหลักขององค์กร

บริษัท คอมเมทิฟ โปรดักชั่น รับงานที่เกี่ยวข้องกับ Production ไม่ว่าจะเป็น Advertisement Production หรือ Film Production โดยมีขั้นตอนตั้งแต่กระบวนการ Pre-Production Production และ Post-Production ประเภทของงานที่รับ เช่น งานถ่ายภาพ งานถ่ายวิดีโอ งาน Presentation งานโฆษณาและภาพยนตร์ รวมไปถึงสื่อมัลติมีเดียต่างๆ โดยมีการทำงานอย่างเป็นกระบวนการและมีการวางแผนตั้งแต่ต้นจนสิ้นสุดทั้งกระบวนการ

1.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารองค์กร

การทำงานในบริษัท Commetive Production นั้นเริ่มจากการคุยกับผู้ลงทุนว่าต้องการอะไร อยากได้งานออกมาแบบไหน จากนั้นบริษัทจะวางแผนโดยเริ่มจากการแบ่งหน้าที่ไปตามแต่ละฝ่าย อย่างเช่น บริษัทรับทำงานโฆษณาสินค้าชนิดหนึ่ง จะเริ่มจากประชุมพูดคุยกันว่าต้องใช้บุคลากรส่วนใด จากนั้นแบ่งหน้าที่และมอบหมายงานตามแต่ละฝ่าย ฝ่าย Producer และ Creative ก็จะเป็นคนเริ่มวางแผนงานและสรุปแนวทางทั้งหมดว่างานจะออกมาทิศทางใด มุมใด ใช้งบเท่าไร ตรงตามความต้องการของผู้ลงทุนหรือไม่ จากนั้นจึงให้หน้าที่แก่บุคคลในบริษัทเพื่อทำ storyboard เมื่อทำการตรวจเช็คและผ่านการแก้จนสิ้นสุดแล้ว ทางผู้กำกับก็จะกำหนดคิวลำดับการถ่ายทำและคุยกับช่างภาพหรือดากล้อง เพื่อดูว่าสามารถถ่ายออกมาได้ตามแผนงานหรือไม่ เมื่อทำการติดต่อกับสตูดิโอหรือสถานที่ถ่ายทำแล้ว จึงเริ่มกระบวนการถ่ายทำตามคิวที่วางไว้ เมื่อเสร็จสิ้นการถ่ายทำก็จะให้บุคลากรภายในหรือบุคคลกรภายนอกติดต่อและดูแลเรื่องเสียงของงานให้เป็นไปตามแผนงาน จากนั้นเมื่อเสร็จสิ้นก็จะเข้าสู่ขั้นตอนการตรวจทานและแก้ไข เมื่อแก้ไขเสร็จเรียบร้อยจึงนำส่งให้แก่ผู้ลงทุนดูก่อน หากยังไม่เป็นที่พอใจก็แก้ไขจนกว่างานจะเรียบร้อยเป็นไปตามแผนงาน เป็นต้น

ทว่าในปัจจุบันการทำงานในบริษัท Commetive Production จะเน้นไปที่การ Produce ภาพยนตร์เป็นหลัก กระบวนการจึงเริ่มที่ผู้ลงทุนเข้ามาตกลงด้วยหรืออาจเริ่มที่ตัว Producer หรือ Director ของบริษัทว่าอยากทำอะไรแล้วจึงหาผู้สนับสนุน ตัวอย่างเช่น ภาพยนตร์เรื่องล่าสุดของบริษัทในชื่อ “Present Perfect” มีการวางแผนหาไว้แล้ว ความต้องการของเรื่องส่วนหนึ่งคือต้องการจะถ่ายทำภูมิประเทศที่สวยงาม มีวิวดีๆ ได้บรรยากาศ ทางบริษัทจึงติดต่อกับทางเมืองฮิมาชิลาวะ จังหวัดโอซากา ประเทศญี่ปุ่น ไปเพื่อเสนอขอไปถ่ายทำ เมื่อผู้ติดต่อตกลงเนื่องจากการเชิญชวนให้คนมาท่องเที่ยว ทางบริษัทจึงเริ่มกระบวนการ Pre-Production ได้ เป็นต้น

1.4 ตำแหน่งและหน้าที่งานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

ตำแหน่งงานที่ได้รับมอบหมายในการปฏิบัติงานสหกิจศึกษาครั้งนี้โดยรวมคือ กราฟิกดีไซน์เนอร์ โดยได้รับมอบหมายในการออกแบบสื่อประเภทกราฟิกให้แก่บริษัทสำหรับในการประชาสัมพันธ์เรื่องต่างๆและโปรโมทสิ่งสร้างสรรค์ต่างๆทั้งบนโลกโซเชียลและผลงานรูปธรรม

ในส่วนของตำแหน่งหน้าที่ในกระบวนการ Pre-Production คือ ตำแหน่ง Scriptwriter หรือคนเขียนบท โดยหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายจะเป็นงานเกี่ยวกับการรีเสิร์ช ค้นหาข้อมูล รวบรวมแก้ไขและเพิ่มเติมบทภาพยนตร์ให้เหมาะสมกับหลักการซึ่งมีการทำงานกันเป็นทีมโดยเรียกในส่วนนี้ว่า ทีมเขียนบท

ในส่วนของตำแหน่งหน้าที่ในกระบวนการ Production คือ ตำแหน่งผู้ช่วยผู้กำกับ มีหน้าที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้กำกับในกองถ่าย ทำให้สามารถรันกองและถ่ายทำเป็นไปตามแผนที่วางไว้ได้ตามเวลาที่กำหนดไว้อย่างเช่น ตอบทักกับนักแสดงหน้าเซตถ่ายทำ ให้คิวนักแสดง ตามนักแสดงจากห้องแต่งหน้า เร่งการถ่ายทำในกอง เป็นต้น

1.5 พนักงานที่ปรึกษาและตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา

พนักงานที่ปรึกษา	:	คุณอนุสรณ์ สร้อยสงิม
ตำแหน่ง	:	กรรมการผู้จัดการบริษัท

1.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน

ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษาประมาณ 4 เดือน

โดยหลักๆนับตั้งแต่วันที่ 29 พฤษภาคม 2560 – 29 กันยายน 2560

1.7 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

นักศึกษาได้นำเสนอโครงการแก่ที่ปรึกษา เมื่อผ่านการอนุมัติและการยอมรับความสามารถ จึงสามารถดำเนินโครงการได้ นักศึกษาได้รับคำปรึกษาและคำแนะนำ จากที่ปรึกษาเกี่ยวกับการออกแบบและจัดทำกราฟิกและโปรโมทภาพยนตร์เรื่องใหม่ของบริษัทในชื่อ “The

Presentation โปรเจคต์รายกับชายคนนั้น” นักศึกษาจึงได้มีโอกาสเรียนรู้เกี่ยวกับกระบวนการตั้งแต่ต้นจนถึงสิ้นสุดกระบวนการ

โครงการที่จัดทำขึ้นเพื่อเป็นสื่อประชาสัมพันธ์แก่ภาพยนตร์เรื่องดังกล่าว สำหรับช่วงก่อนเข้าฉายและช่วงฉายในโรงภาพยนตร์ โดยสิ่งที่นักศึกษาออกแบบและจัดทำ ได้แก่ โลโก้ภาพยนตร์แบบทางการ โลโก้ภาพยนตร์ฉบับภาษาไทยและโปสเตอร์ภาพยนตร์สำหรับประชาสัมพันธ์ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อเป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ให้บุคคลทั่วไปสามารถเข้าถึงได้และเพื่อเชิญชวนบุคคลที่สนใจเข้ามาชมภาพยนตร์เรื่องดังกล่าวของบริษัทที่จะจัดฉายในโรงภาพยนตร์

1.8 วัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายของโครงการ

- 1.เพื่อการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับภาพยนตร์แก่สาธารณะ ในรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์
- 2.เพื่อให้บุคคลทั่วไปสามารถเข้าถึงและมีความสนใจต้องการจะชมภาพยนตร์
- 3.เพื่อพิสูจน์ว่างานออกแบบของนักศึกษามีความสอดคล้องและสามารถนำไปใช้ได้จริง

1.9 ผลที่คาดว่าจะได้รับการปฏิบัติงานหรือโครงการที่ได้รับมอบหมาย

1. นักศึกษาสามารถนำความรู้ที่ศึกษามาทำให้เกิดประโยชน์ในการปฏิบัติงานได้
2. นักศึกษาได้เรียนรู้ทักษะและความรู้ใหม่ๆ จากการปฏิบัติงานจริง
3. นักศึกษาสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้
4. นักศึกษาได้ฝึกความอ่อนน้อมถ่อมตนและการมีมารยาทในที่ทำงาน
5. นักศึกษาได้ฝึกความอดทน ความรับผิดชอบและแรงกดดันจากสถานการณ์ต่างๆ
6. นักศึกษาได้เรียนรู้ประสบการณ์จริงและมุมมองใหม่ๆ จากการปฏิบัติงานในต่างสถานที่
7. มีผู้สนใจเข้าชมภาพยนตร์จากสื่อกราฟิกต่างๆที่นักศึกษาออกแบบ

1.10 นิยามศัพท์เฉพาะ

Production House

บริษัทที่มีหน้าที่เตรียมงานด้านการผลิต โดยได้โจทย์มาจากครีเอทีฟ เพื่อนำมาทำเป็นสื่อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นหนังหรือโฆษณา เป็นต้น

กระบวนการ Pre – Production

กระบวนการวางแผนออกแบบและเตรียมงาน ก่อนเริ่มกระบวนการถ่ายทำ

กระบวนการ Production

กระบวนการขั้นตอนการถ่ายทำตามแผนที่วางไว้

กระบวนการ Production

กระบวนการหลังการถ่ายทำ เป็นขั้นตอนการรวมงานที่ได้นำมาผ่านเทคนิคต่างๆ เพื่อให้งานเกิดความสมบูรณ์

Producer หรือ ผู้อำนวยการสร้าง

เป็นผู้ประสานงานระหว่างนายทุนกับผู้กำกับ คอยควบคุมดูแลให้งานเป็นไปในทางที่เรียบร้อย เป็นผู้คุยกับนายทุนถึงเรื่องสิ่งที่กองถ่ายจำเป็นต้องใช้ คอยควบคุมดูแลไม่ให้ผู้กำกับออกนอกกลุ่มนอกทางและคอยควบคุมด้านงบประมาณ

Creative หรือ ผู้กำกับศิลป์

เป็นผู้คอยควบคุมงานออกแบบ งานศิลป์ ต่างๆที่อยู่ในฉาก รวมไปถึงของอุปกรณ์ประกอบฉากและอื่นๆ ให้เป็นไปในทางเดียวกันและเป็นไปตามที่กำหนด

Director หรือ ผู้กำกับ

ผู้ที่ควบคุมภาพรวมของผลงานให้เป็นไปตามแบบแผน ควบคุมการถ่ายทำ การแสดงและอารมณ์ให้ เป็นไปตามต้องการ

Director Assistant หรือ ผู้ช่วยผู้กำกับ

เป็นผู้คอยปฏิบัติตามที่ผู้กำกับกำหนดมอบหมายให้ทำ เปรียบเป็นแขนขาของผู้กำกับ คอยติดต่อกับส่วนอื่นนอกจากหน้าฉาก คอยลำดับคิวและอำนวยความสะดวกให้การถ่ายเป็นตามที่คุณกำกับการต้องการ

Scriptwriter หรือ นักเขียนบท

เป็นผู้ค้นคว้าข้อมูล เรียบเรียงและเขียนเค้าลำดับสถานการณ์ออกมาจากมุมมองที่ต้องการแสดงของโปรดิวเซอร์หรือผู้กำกับ

Camera man หรือ ดากล้อง

ผู้ที่คอยควบคุมการถ่ายทำ มีความรู้เรื่องแสง มุมกล้อง การเคลื่อนไหว รวมไปถึงอารมณ์ คอยควบคุมสิ่งที่ผู้กำกับอยากถ่ายทอด

Editor หรือ นักตัดต่อ

ผู้ที่ลำดับเรื่องราวให้เป็นไปตามสิ่งที่ต้องการนำเสนอ โดยใช้หลักการต่างๆทางด้านการตัดต่อ สามารถสร้างให้ผลงานมีความน่าสนใจขึ้นได้

Sound Editor หรือ นักตัดเสียง

ผู้ที่ใส่เสียงเอฟเฟกต์ เสียงพูด รวมทั้งเสียงต่างๆ ควบคุมจังหวะไม่ให้มากหรือน้อยเกินไป ทำให้การใส่เสียงในงานให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ร่วมได้และทำให้ผลงานสามารถเป็นที่จดจำได้

Art หรือ ฝ่ายอาร์ต

ฝ่ายออกแบบงาน สถานที่ สิ่งของต่างๆที่ต้องใช้ในการถ่ายทำ ให้เป็นไปตามที่บตต้องการ

Connection

การติดต่อประสานงาน เพื่อแจ้งข้อมูลให้ทราบและเข้าใจเป็นไปในแนวทางเดียวกัน

Research

การค้นคว้าข้อมูลก่อนนำมาใช้เรียบเรียงเขียนเป็นบท

Plot

โครงเรื่องแบบคร่าวๆ บอกถึงลักษณะทิศทางและอารมณ์ของหนัง

Treatment

เนื้อเรื่องแบบบอกรายละเอียดและการกระทำและจุดประสงค์ของตัวละครชัดเจน

Screenplay

บทภาพยนตร์ที่มีการลำดับเรื่องและใส่บทพูดเรียบร้อยแล้ว

Shooting Script

ลำดับในการถ่ายทำจากบทภาพยนตร์

Storyboard

การจัดมุมภาพเรียงลำดับตามความต้องการที่จะนำเสนอให้น่าสนใจ

Mood & Tone

ทิศทางและอารมณ์ของเรื่องที่ต้องการนำเสนอ

Character

ลักษณะบุคลิกและอุปนิสัยของตัวละครที่สามารถทำให้คนดูเข้าใจได้

Dialogue

บทสนทนาระหว่างตัวละครในฉากใดฉากหนึ่ง

Montage

การนำลำดับเหตุการณ์ย่อยๆ มารวมกันให้เป็นเหตุการณ์เดียว ทำให้ผู้ชมสามารถเข้าใจได้โดยง่าย

Footage

คือ วิดีโอต่างๆ ที่ได้จากการถ่ายทำและยังไม่ผ่านขบวนการใดๆ

Gimmick

จุดเด่นหรือจุดสนใจที่ทำให้ผู้ชมสามารถจดจำสิ่งนั้นได้ดี ทำให้เกิดการเชื่อมโยงอย่างเช่นเมื่อมีการนึกถึงสิ่งนั้นก็จะไปนึกถึงจุดเด่นและเอกลักษณ์ของมัน

Make Sense

คือ ความสมเหตุสมผลของเหตุการณ์หรือบทพูดที่สอดคล้องที่สามารถนำไปสู่อีกเหตุการณ์หนึ่งได้

Reference

ต้นแบบของงานหรือแบบอย่างที่มีองค์ประกอบที่ต้องการนำไปแปลงใช้ในงานของตน

Scene

ฉากที่ให้ตัวละครเดินเรื่อง เป็นสถานที่เกิดเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง

Flashback

การย้อนนำเอาปมหลังของเหตุการณ์หรือตัวละครมาแสดงให้ผู้ชมเข้าใจปมหรือปริศนาบางอย่าง

Location

สถานที่ที่ใช้ในการถ่ายทำในฉากต่างๆที่เกิดขึ้นตามบท ทำให้ผู้ชมเกิดมุมมองและอารมณ์ร่วมได้

Budget

งบประมาณที่ใช้ในการสร้าง ต้องมีการวางแผน ควบคุมมาอย่างดีตามการคาดการณ์

Sponsor

ผู้สนใจและมีแนวคิดอยากเข้าร่วมการสนับสนุนในโครงการ โดยการสนับสนุนโดยอาจเป็นทางด้านงบประมาณ สิ่งของอำนวยความสะดวก สถานที่ต่างๆ เป็นต้น

Indoor

การถ่ายทำในที่ร่มหรือในสถานที่

Outdoor

การถ่ายทำนอกสถานที่



บทที่ 2

ทฤษฎีและเทคโนโลยีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

2.1 ทฤษฎีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

2.1.1 ทฤษฎีในด้านองค์ประกอบศิลป์

องค์ประกอบศิลป์ หมายถึง การนำส่วนประกอบต่างๆ ของทัศนธาตุต่างๆ เช่น จุด เส้น รูปร่าง ขนาด สัดส่วน แสงเงา สี ช่องว่างและลักษณะผิว มาสร้างสรรค์ผลงาน การเรียนรู้ องค์ประกอบศิลป์จึงนับเป็นพื้นฐานของการสร้างสรรค์งานต่างๆทุกแขนง เพื่อให้เกิดความงดงาม และสามารถสื่อความหมายได้

โดยมีส่วนประกอบ ดังนี้

- **จุด (Point)** เป็นองค์ประกอบที่สามารถสัมผัสและรับรู้ได้น้อย แต่ในทางศิลปะจุด ๆ หนึ่งที่ปรากฏในภาพอาจจะค่อย ๆ ขยายใหญ่ในความรู้สึกแปรเปลี่ยนเป็นรูปสัญลักษณ์สิ่งต่าง ๆ เช่น การนำเอาจุดมาแทนสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่ในระยะหนทางที่ห่างไกล เช่น ดวงดาว แสงไฟ เป็นต้น
- **เส้น (Line)** เส้นตรง เส้นโค้ง เส้นซิกแซก เส้นขยุกขยิก เป็นต้น ซึ่งเส้นที่ปรากฏในลักษณะที่ต่างกันก็จะมีอิทธิพลที่สามารถกระตุ้นเร้าความรู้สึกจากการรับรู้ให้แตกต่างกันออกไป
- **รูปร่าง (Shape)** คือ รูปแบน ๆ มี 2 มิติ มีความกว้างกับความยาวไม่มีความหนาเกิดจากเส้นรอบนอกที่แสดงพื้นที่ขอบเขตของรูปต่าง ๆ เช่น รูปวงกลม รูปสามเหลี่ยม หรือ รูปอิสระที่แสดงเนื้อที่ของผิวที่เป็นระนาบมากกว่าแสดงปริมาตรหรือมวล
- **รูปทรง (Form)** คือ รูปที่ลักษณะเป็น 3 มิติ โดยนอกจากจะแสดงความกว้าง ความยาวแล้ว ยังมีความลึก หรือความหนา นูน คับ เช่น รูปทรงกลม รูปทรงสามเหลี่ยม ทรงกระบอก ให้ความรู้สึกมีปริมาตร ความหนาแน่น มีมวลสาร ที่เกิดจากการใช้ค่าน้ำหนัก หรือการจัดองค์ประกอบของรูปทรง หลายรูปรวมกัน
- **น้ำหนัก (Value)** คือ ค่าความอ่อนแก่ของบริเวณที่ถูกแสงสว่าง และบริเวณที่เป็นเงาของวัตถุหรือ ความอ่อนหรือความเข้มของสีหนึ่ง ๆ หรือหลายสี เช่น สีแดง มีความเข้มกว่าสีชมพู หรือ สีแดงอ่อนกว่าสีน้ำเงิน เป็นต้น นอกจากนี้ยังหมายถึงระดับความเข้มของแสงและระดับ ความมืดของเงา ซึ่งไล่เรียงจากมืดที่สุด (สีดำ) ไปจนถึงสว่างที่สุด (สีขาว) น้ำหนักที่อยู่ระหว่างกลางจะเป็นสีเทา ซึ่งมีตั้งแต่เทาแก่ที่สุด จนถึงเทาอ่อนที่สุด

- **บริเวณว่าง (Space)** ส่วนที่เป็นพื้นที่ที่ปราศจากองค์ประกอบใด ๆ ถ้าบริเวณที่ว่างมีน้อย ความรู้สึกจากการรับจะรู้สึกแน่น แข่งขัน แย่งชิง หรือถ้าบริเวณว่างมีมากจะให้ความรู้สึกว่างเปล่า เจียบเหงา อ่างว้าง หดหู่ แต่หากบริเวณว่างมีเท่ากันจะให้ความรู้สึกพอดี สมดุล เสมอภาค เป็นต้น
- **สี (Color)** สีเป็นคุณลักษณะที่สามารถรับรู้ได้ด้วยประสาทตา โดยอาศัยแสงเป็นตัวส่งสว่าง สีแต่ละสีมีสมบัติเฉพาะตัวที่สามารถกระตุ้นเร้าให้เกิดความรู้สึกที่แตกต่างกันออกไป เช่น สีแดงย่อมกระตุ้นเร้าความรู้สึกให้เกิดแตกต่างไปจากสีขาวหรือสีดำทำให้ความรู้จากการรับรู้ไม่เหมือนสีเขียว เป็นต้น
- **พื้นผิว (Texture)** พื้นผิวอาจเป็นเนื้อหยาบหรือเนื้อละเอียด แข็งหรือหยาบ นุ่มหรือเรียบ พื้นผิวจะทำให้ผู้ดูเกิดความรู้สึก ไม่ว่าด้วยสายตาหรือร่างกาย พื้นผิวเปรียบเสมือนตัวแทนของมวลภายในของวัตถุนั้น จากลักษณะพื้นผิวที่ทำให้ความรู้สึกที่แตกต่างกัน ทำให้มีการนำเอาลักษณะต่าง ๆ ของพื้นผิวเข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างงานศิลปะ เพื่อกระตุ้นเร้าผู้ดูเกิดความรู้สึกที่ต่างกัน เมื่อได้สัมผัสภาพผลงานที่มีพื้นผิวที่ต่างกัน

ความสำคัญขององค์ประกอบศิลป์

ในการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะในสาขาต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสาขาจิตรศิลป์หรือประยุกต์ศิลป์ ผู้สร้างสรรคั้นต้องมีความรู้เบื้องต้นด้านศิลปะมาก่อน และศึกษาถึงหลักการองค์ประกอบพื้นฐานองค์ประกอบที่สำคัญ การจัดวางองค์ประกอบเหล่านั้น รวมถึงการกำหนดสี ในลักษณะต่างๆเพิ่มเติมให้เกิดความเข้าใจเพื่อเวลาที่สร้างผลงานศิลปะ จะได้ผลงานที่มีคุณค่า ความหมายและความงามเป็นที่น่าสนใจแก่ผู้พบเห็นหากสร้างสรรค์ผลงานโดยขาดองค์ประกอบศิลป์ ผลงานนั้นอาจดูด้อยค่า หมดความหมายหรือไม่น่าสนใจไปเลย ดังนั้นจะเห็นได้ว่าองค์ประกอบศิลป์นั้นมีความสำคัญอย่างมากในการสร้างงานศิลปะมีนักการศึกษาด้านศิลปะหลายท่านได้ให้ทรรศนะในด้านความสำคัญขององค์ประกอบศิลป์ที่มีต่อการสร้างงานศิลปะไว้

หลักการที่ควรคำนึงของการจัดองค์ประกอบศิลป์ (Art composition)

มีหลักที่ควรคำนึงอยู่ 5 ประการ ได้แก่

1. ความสมดุล (Balance)

ความเท่ากันหรือภาวะที่เท่ากันขององค์ประกอบ จะทำให้งานออกแบบมีความเป็นระเบียบ การออกแบบให้มีความสมดุลต้องอาศัยความสัมพันธ์มูลฐานของทัศนธาตุต่างๆ มา

ประกอบกัน ได้แก่ ขนาดของจุด เส้น รูปร่าง น้ำหนัก ทิศทางและสี เท่ากัน หรือเกิดการเท่ากันในความรู้สึกที่รับรู้

- ดุลยภาพแบบสมมาตร (Symmetry Balance) หรือ ความสมดุลแบบซ้ายขวาเหมือนกัน คือ การวางรูปทั้งสองข้างของแกนสมดุล เป็นการสมดุลแบบธรรมชาติ ลักษณะแบบนี้ใน ทางศิลปะมิใช่น้อย ส่วนมากจะใช้ในลวดลายตกแต่ง ในงานสถาปัตยกรรมบางแบบหรือ ในงานที่ต้องการดุลยภาพที่นิ่งและมั่นคงจริง ๆ
- ดุลยภาพแบบอสมมาตร (Asymmetry Balance) หรือ ความสมดุลแบบซ้ายขวาไม่เหมือนกัน มักเป็นการสมดุลที่เกิดจากการจัดใหม่ของมนุษย์ ซึ่งมีลักษณะที่ทางซ้ายและขวาจะไม่ เหมือนกัน ใช้องค์ประกอบที่ไม่เหมือนกัน แต่มีความสมดุลกัน อาจเป็นความสมดุลด้วย น้ำหนักขององค์ประกอบ หรือสมดุลด้วยความรู้สึกก็ได้ การจัดองค์ประกอบให้เกิดความ สมดุลแบบอสมมาตรอาจทำได้โดย เลื่อนแกนสมดุลไปทางด้านที่มีน้ำหนักมากกว่า หรือ เลื่อนรูปที่มีน้ำหนักมากกว่าเข้าหาแกน จะทำให้เกิดความสมดุลขึ้น หรือใช้หน่วยที่มีขนาดเล็กแต่มีรูปลักษณะที่น่าสนใจถ่วงดุลกับรูปลักษณะที่มีขนาดใหญ่แต่มีรูปแบบธรรมดา

2. ส่วน (Proportion)

ส่วน หมายถึง ความสัมพันธ์ของส่วนต่างๆ ในตัวของวัตถุเอง และความสัมพันธ์เมื่อเทียบกับวัตถุอื่น สำหรับงานออกแบบที่นำสัดส่วนมาใช้ต้องคำนึงถึงความสัมพันธ์และเหมาะสมกับรูปร่างนั้นๆ ข้อคิดในการนำสัดส่วนมาใช้ในงานออกแบบมีดังนี้จุดสนใจ (Emphasis) โดยจุดสนใจ หมายถึง การกระทำให้เด่นเป็นพิเศษกว่าธรรมดา

3. เอกภาพ (Unity)

เอกภาพ หมายถึง ความเป็นหน่วยหรือเป็นอันเดียวกัน มีความกลมกลืนเข้ากันได้ เอกภาพในทางศิลปะคือ การจัดภาพให้เกิดความสัมพันธ์อยู่ในกลุ่มเดียวกัน ไม่กระจัดกระจายหรือก่อให้เกิดความสับสน มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน แม้จะมีส่วนแตกแยกไปบ้างก็เป็นเพียงส่วนประกอบเท่านั้น แต่ดูผสมรวมแล้วไม่เป็นลักษณะแบ่งแยก สิ่งที่ควรคำนึง คือ ให้มีเพียงหน่วยเดียวเท่านั้นจึงจะเกิดเอกภาพการจัดอย่างถูกต้อง

4. ความกลมกลืน (Harmony)

ความกลมกลืน หมายถึง สิ่งที่สำคัญที่สุดในการจัดองค์ประกอบทัศนศิลป์ เพราะความกลมกลืนจะทำให้ภาพงดงามและนำไปสู่เนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ

- ความกลมกลืนแบบคล้ายตามกัน หมายถึง การนำรูปร่าง รูปทรง เส้นหรือสี ที่มีลักษณะเดียวกันมาจัด เช่น วงกลมทั้งหมด สีเหลืองทั้งหมด ซึ่งแม้ว่าจะมีขนาดแตกต่างกัน แต่เมื่อนำมาจัดแล้วจะรู้สึกกลมกลืนกัน
- ความกลมกลืนแบบขัดแย้ง หมายถึง การนำเอาองค์ประกอบต่างชนิด ต่างรูปร่าง ต่างสี มาจัดวางในภาพเดียวกัน เช่น รูปวงกลมกับรูปสามเหลี่ยม ซึ่งจะทำให้เกิดความรู้สึกขัดแย้งเกิดขึ้น แต่ก็ยังกลมกลืนกัน

5. จุดสนใจหรือการเน้น (Emphasis)

จุดสนใจหรือการเน้น หมายถึง ส่วนที่สำคัญที่สุดของภาพที่ต้องการแสดงและนำไปสู่การบอกเล่าเนื้อหาของภาพทั้งหมดหรือเป็นจุดที่ดึงดูดความสนใจให้มองในทางทัศนศิลป์ จุดสนใจควรมีเพียงจุดเดียว ซึ่งอาจเป็นส่วนที่แสดงความสำคัญหรือมีสีสันสดใสที่สุด นอกจากนั้นยังเน้นให้เกิดจุดสนใจด้วยการสร้างความแตกต่างขึ้นในภาพ จุดสนใจไม่จำเป็นจะต้องอยู่จุดกึ่งกลางเสมอไปแต่อาจอยู่ส่วนหนึ่งของภาพก็ได้

ลักษณะของรูปทรง

รูปร่างและรูปทรงแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะใหญ่ ได้แก่

- รูปเรขาคณิต (Geometric Form) มีรูปร่างรูปทรงที่แน่นอน มาตรฐาน สามารถวัดหรือคำนวณได้ มีกฎเกณฑ์ เช่น รูปสี่เหลี่ยม รูปวงกลม รูปวงรี ห้าเหลี่ยม หกเหลี่ยม พีระมิด เป็นต้น รูปเรขาคณิตเป็นโครงสร้างพื้นฐานของรูปทรงต่างๆ ดังนั้น การสร้างสรรค์รูปอื่นๆ ควรศึกษารูปเรขาคณิตให้เข้าใจถ่องแท้เสียก่อน
- รูปทรงธรรมชาติ (Nature Form) เป็นการเลียนแบบธรรมชาติ นำรูปทรงที่มีอยู่ตามธรรมชาติรอบตัวเรา เช่น ดอกไม้, ใบไม้, สัตว์ต่างๆ , สัตว์น้ำ, แมลง, มนุษย์ เป็นต้น มาใช้เป็นแม่แบบในการออกแบบและสร้างสรรค์ โดยยังคงให้ความรู้สึกและรูปทรงที่เป็นธรรมชาติอยู่ส่วนผลงานบางชิ้น ที่ล้อเลียนธรรมชาติ โดยใช้รูปทรงเช่น ตึกดาหมี, การ์ตูน, อวัยวะของร่างกายเรา เป็นต้น ยังคงเป็นรูปทรงตามธรรมชาติ ให้เห็นอยู่ บางครั้งได้มีการนำวัสดุที่มีอยู่ตามธรรมชาติ เช่น เปลือกหอย, กิ่งไม้, ขนนก นำมาออกแบบ คัดแปลงสร้างสรรค์ผลงาน
- รูปทรงอิสระ (Free Form) เป็นรูปแบบโครงสร้างที่ไม่แน่นอน ให้ความรู้สึกเคลื่อนไหวเลื่อนไหล ให้ความอิสระ และได้อารมณ์ ความเคลื่อนไหวเป็นอย่างดี รูปอิสระอาจเกิดจากรูปเรขาคณิตหรือรูปธรรมชาติ ที่ถูกกระทำจนมีรูปลักษณะเปลี่ยนไปจากเดิมจนไม่เหลือสภาพเดิม

2.1.2 ทฤษฎีในการออกแบบงานกราฟิก

งานกราฟิกเป็นส่วนสำคัญที่มีบทบาทยิ่งต่อการออกแบบและกระบวนการผลิตสื่อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อที่ต้องการการสัมผัสรับรู้ด้วยตา ได้แก่ หนังสือ นิตยสาร วารสาร แผ่นป้าย บรรจุภัณฑ์ แผ่นพับ แผ่นปลิว โทรทัศน์ โฆษณา ภาพยนตร์ นักออกแบบจะใช้วิธีการทางศิลปะ และวิธีการทางการออกแบบร่วมกันสร้างรูปแบบสื่อ เพื่อให้เกิดศักยภาพสูงสุดในการที่จะเป็นตัวกลางในการสื่อความหมายระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร วิธีการออกแบบและวิธีแก้ปัญหาการออกแบบ โดยการนำเอารูปภาพประกอบ ภาพถ่าย สัญลักษณ์ รูปแบบ ขนาดตัวอักษร มาจัดวาง เพื่อให้เกิดการนำเสนอข้อมูลอย่างชัดเจน เกิดผลดีต่อกระบวนการสื่อความหมาย

ความหมายของการออกแบบกราฟิก

เป็นลักษณะของการออกแบบพื้นผิว 2 มิติ เพื่อเป็นสื่อกลางสำหรับถ่ายทอดข้อความ ความรู้สึกนึกคิด และอารมณ์ จากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง เพื่อให้เข้าใจและรู้เรื่องโดยใช้ประสาทตาในการรับรู้เป็นส่วนใหญ่ งานกราฟิกมีอิทธิพลต่อชีวิตประจำวันของเราเป็นอย่างมาก สิ่งที่เรามองเห็นด้วยตาจะโน้มน้าวจิตใจได้ดีกว่าการรับรู้ประเภทอื่น งานกราฟิกที่ดีต้องขึ้นอยู่กับ การออกแบบที่ดีด้วย นับตั้งแต่หลักการเบื้องต้นของศิลปะ รวมถึงการเลือกใช้วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ที่นำมาใช้ในการผลิตวัสดุกราฟิก นอกจากนี้ยังต้องมีความรู้ในเรื่องเทคโนโลยีใหม่ๆ ซึ่งจะสามารถนำมาใช้ในการออกแบบกราฟิกด้วย เพื่อที่จะสามารถพัฒนางานออกแบบให้ทันยุคสมัยที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

ความสำคัญของการออกแบบงานกราฟิก

1. การออกแบบที่ดีทำให้ข้อมูลที่กระจัดกระจายมีระเบียบมากขึ้น ก่อให้เกิดความเข้าใจที่ชัดเจนและถูกต้อง
2. ช่วยให้ระบบการถ่ายทอดข้อมูลเป็นไปอย่างรวดเร็วและชัดเจน
3. ช่วยสร้างสรรค์สัญลักษณ์ทางสังคม เพื่อการสื่อความหมายร่วมกัน
4. ช่วยพัฒนาระบบการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
5. ช่วยให้เกิดจินตภาพ เกิดมีแนวคิดสิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอๆ
6. ส่งเสริมให้เกิดค่านิยมทางความงามขส่งเสริมความก้าวหน้าทางธุรกิจและการพัฒนาประเทศ
7. ช่วยให้เกิดการเรียนรู้และเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

คุณค่าของงานกราฟิก

งานกราฟิกที่ดีจะทำให้เห็นถึงความคิดในการออกแบบเป็นเลิศ โดยจะมีอิทธิพลโดยตรงที่จะโน้มน้าวผู้รับข้อมูลให้เกิดความสนใจและยอมรับ และในขณะเดียวกันก็ยังแสดงถึง

1. เป็นสื่อกลางในการสื่อความหมายให้เกิดความเข้าใจตรงกัน จากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งได้อย่างถูกต้องและชัดเจน
2. สามารถทำหน้าที่เป็นสื่อ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ เกิดการศึกษาต่อกับกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี
3. ช่วยทำให้เกิดความน่าสนใจ ประทับใจ และน่าเชื่อถือแก่ผู้พบเห็น
4. ช่วยให้เกิดการกระตุ้นทางความคิด และการตัดสินใจอย่างรวดเร็ว
5. ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์
6. ทำให้ผู้พบเห็นเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทั้งทางด้านการกระทำและความคิด

อิทธิพลของศิลปะในการออกแบบกราฟิก

องค์ประกอบสำคัญที่จะช่วยทำให้งานกราฟิกมีความโดดเด่นน่าสนใจ นักออกแบบจึงใช้หลักและวิธีการทางศิลปะเป็นแนวทางในการออกแบบ โดยพิจารณาดังนี้

1. รูปแบบตัวอักษรและขนาด

การสร้างรูปแบบตัวอักษรให้มีรูปแบบแปลกตา สวยงามจะช่วยเร่งเร้าความรู้สึกตอบสนองได้เป็นอย่างดี โดยเน้นความชัดเจนสวยงาม สอดคล้องกับจุดประสงค์ สำหรับข้อความนำเรื่องและข้อความรายละเอียด นอกจากนั้นขนาดของตัวอักษรก็มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน ขนาดของตัวอักษรทุกตัวบนชิ้นงานต้องมีความพอดี อ่านได้ง่าย สื่อความหมายได้ดีไม่ต้องคิดมาก นอกจากนั้นแล้วการจัดวางรูปแบบข้อความที่ดีก็จะช่วยให้การสื่อความหมายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพด้วย

2. การกำหนดระยะห่างและพื้นที่ว่าง

การจัดพื้นที่ว่างในการออกแบบกราฟิก มีวัตถุประสงค์เพื่อการจัดระเบียบของข้อมูล ช่วยเน้นความเป็นระเบียบและความชัดเจน ระยะห่างหรือพื้นที่ว่างจะช่วยพักสายตาในการอ่าน ทำให้ดูสบายตา สร้างจังหวะลีลาขององค์ประกอบภาพให้เหมาะสมและดูสวยงาม

3. การกำหนดสี

สีมีบทบาทอย่างมากที่ช่วยเน้นความชัดเจน ทำให้สะดุดตา สร้างสรรค์ความสวยงาม การกำหนดสีใดๆ ขึ้นอยู่กับประเภทของงานนั้นๆ ข้อสำคัญที่ควรคำนึงถึงคือ สีสันตัวภาพ พื้น

ภาพและตัวอักษร ต้องมีความโดดเด่น ชัดเจน เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายซึ่งมีความชอบที่แตกต่างกัน นักออกแบบจะพยายามใช้สีเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์มากที่สุด

4. การจัดวางตำแหน่ง

เป็นการจัดวางโครงร่างทั้งหมดที่จะกำหนดตำแหน่งขนาดของภาพประกอบ ตำแหน่งของข้อความทั้งหมด และส่วนประกอบอื่นๆที่ปรากฏ ซึ่งต้องคำนึงถึงจุดเด่นที่ควรเน้น ความสมดุลต่างๆ ความสบายตาในการมอง นักออกแบบต้องให้ความสำคัญต่อทุกๆส่วนที่ปรากฏบนชิ้นงานเท่ากันทั้งหมด ความพอเหมาะพอดีช่วยให้งานออกแบบมีความน่าเชื่อถือและน่าสนใจ

ส่วนประกอบของการออกแบบ

1. จุด เป็นส่วนประกอบที่เล็กที่สุด เป็นพื้นฐานเบื้องต้นของส่วนประกอบต่างๆ โดยอาจเรียงเป็นเส้นหรือรวมเป็นภาพ
2. เส้น เป็นส่วนประกอบของจุดหลาย ๆ จุดต่อเนื่องกันจนกลายเป็นเส้น อาจเป็นเส้นตรง เส้นโค้งก็ได้ รวมถึงสิ่งอื่นๆ ที่มีลักษณะเป็นแนวเส้น
3. รูปร่าง เมื่อนำเส้นมาบรรจบกันจะเป็นภาพรูปร่างมีลักษณะเป็น 2 มิติ คือ กว้างและยาว ซึ่งมีลักษณะ เช่น รูปสี่เหลี่ยม รูปสามเหลี่ยม รูปกลม รูปหลายเหลี่ยม รูปอิสระไม่แน่นอน เป็นต้น
4. รูปทรง เป็นลักษณะของรูป 3 มิติ ซึ่งนอกจากจะมีความกว้างความยาวแล้ว ยังเพิ่มความหนาขึ้นอีกด้วย ทำให้เราทราบถึงรูปร่างลักษณะของวัตถุต่างๆ ได้
5. แสงและเงา เราสามารถเห็นวัตถุต่างๆ ได้ก็ต่อเมื่อมีแสงไปกระทบวัตถุนั้น แล้วแสงจากวัตถุนั้นสะท้อนเข้าตาเรา จึงทำให้เราเห็นภาพขึ้น ส่วนเงานั้นจะทำให้เราเห็นภาพนั้นเด่นขึ้น หรือเห็นรายละเอียดชัดเจนขึ้นว่าวัตถุนั้นมีรูปร่างเป็นอย่างไร
6. สี มีอิทธิพลอย่างมากต่อมนุษย์เรา สีที่ปรากฏนั้นอาจเกิดจากการมองเห็นของสายตา จากการที่แสงส่องมากระทบวัตถุ เกิดจากสีที่มีอยู่ในตัวของวัตถุเอง เราอาจแยกสีเป็น 2 ประเภท คือที่เกิดจากธรรมชาติ เช่น สีของใบไม้ ดอกไม้ ท้องฟ้า สีผิว และอื่น ๆ อีกมากมายสีที่เกิดจากการผลิตขึ้นมาโดยมนุษย์ อาจให้สีเหมือนธรรมชาติหรือสร้างขึ้นใหม่
7. ลักษณะพื้นผิว ในการออกแบบกราฟิก พื้นผิวมี 2 ลักษณะคือพื้นผิวที่สามารถสัมผัสได้ อาจเรียบหรือขรุขระพื้นผิวที่สื่อออกมาด้วยลายเส้น หรือวิธีการใด ๆ ทางกราฟิก

8. สัดส่วน สัดส่วนทั้งในส่วนของวัตถุและความเหมาะสมระหว่างวัตถุและบริเวณภาพ ซึ่งเรื่องนี้เกี่ยวข้องกับเรื่องขนาด ปริมาณ และบริเวณว่าง จะต้องพิจารณาให้ละเอียดไม่ควรรละเลย ซึ่งจะมีผลต่อการสื่อความหมายได้
9. ทิศทาง เป็นการนำสายตา ชูใจ และแสดงความเคลื่อนไหว อาจแสดงด้วยเส้น ลูกศร สายตา การเดินทาง ถนน
10. 10.จังหวะ ลีลา การจัดวางเส้น รูปร่าง รูปทรงที่มีความต่อเนื่อง มีลีลาที่เคลื่อนไหวที่แสดง ความถี่หรือใกล้ชิด ความห่างหรือไกลกัน และอาจมีความพอเหมาะพอดีที่เรียกว่า “ลงตัว”
11. บริเวณว่าง ควรจะคำนึงถึงและใช้ให้ถูกต้อง มิเช่นนั้นแล้วจะมีผลต่อการสื่อความหมายให้ ผิดพลาดคลาดเคลื่อนได้ การใช้บริเวณว่างที่เหมาะสมจะทำให้ได้ภาพชัดเจน ง่ายต่อการ รับรู้และเข้าใจรวมไปถึงความงามอีกด้วย
12. ระยะของภาพ สายตาของมนุษย์เราจะมองเห็นภาพที่อยู่ใกล้ชัดเจนที่สุด และมองเห็นภาพ ที่อยู่ไกลเลือนราง ให้รายละเอียดไม่ชัดเจน การรับรู้ของสายตาและการถ่ายทอดเพื่อสื่อ ความหมายในเรื่องระยะของภาพนี้ ทำให้เกิดความถูกต้อง สมจริง บอกได้ถึงขนาด สัดส่วน ระยะทาง ความลึก เป็นต้น

แนวสร้างสรรค์งานกราฟิก

งานกราฟิกที่น่าสนใจจะต้องมีเอกลักษณ์ของตัวเองชัดเจน การออกแบบจะเป็นตัว สนับสนุนให้งานน่าสนใจ การออกแบบจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างมากที่จะทำให้งานน่าสนใจ และการสร้างสรรค์งานออกแบบกราฟิกทั่วไป จะมีรูปแบบองค์ประกอบศิลป์สำหรับงานกราฟิก เพื่อการพิจารณา ดังนี้

1. แบบแถบตรง
เป็นองค์ประกอบที่กำหนดเพื่อหาสาระรายละเอียดที่ต้องการนำเสนอเข้าด้วยกันให้อยู่ใน ขอบเขตแนวตั้งตรง
2. แบบแกน
เป็นลักษณะที่มีแกนกลาง และมีสาขาแยกย่อยออกไป โดยเน้นจุดเด่นที่แกน กิ่งก้านสาขา จะช่วยเป็นองค์ประกอบเสริมให้จุดเด่นมีความชัดเจนยิ่งขึ้น
3. แบบตาราง
เป็นองค์ประกอบที่มีลักษณะเป็นตารางเล็กใหญ่สลับกับภาพในเนื้อหาที่กำหนด
4. แบบกลุ่ม

เป็นลักษณะการจัดรวมเป็นกลุ่มไม่เกิน 3 กลุ่มในชิ้นงาน และมีขนาดแตกต่างกัน โดยคำนึงถึงเรื่องกำหนดพื้นที่ว่างด้วย

5. แบบต่อเนื่อง

องค์ประกอบที่จัดวางให้มีลักษณะที่ต่อเนื่องกัน โดยคำนึงถึงจังหวะลีลาของรูปทรงรวมกับพื้นที่ว่างด้วย

6. แบบอักษร

อาจจัดเป็นแบบรูปทรงตัวอักษรอย่างใดอย่างหนึ่งที่มีรูปร่างสวยงาม เช่น จัดแบบตัว T แบบตัว H แบบตัว S แบบตัว I หรือแบบตัว Z ก็ได้

วงล้อสีธรรมชาติ

1. สีทุกสี ในวงล้อเป็นสีแท้ เพราะทุกสีมีความเข้มหรือความสดใสในตัวของมันเองซึ่งเกิดจากการผสมของแม่สี
 2. เมื่อนำสีทุกสีมาผสมกันในอัตราส่วนที่เท่ากันจะทำให้เกิดสีเป็นกลาง
 3. สีที่อยู่ใกล้กันจะมีความกลมกลืนกัน เพราะเป็นการผสมสีจากสีร่วมกัน เช่น ม่วงแดง แดง และแสดแดง
 4. สีตรงข้ามกันในวงล้อสีจะมีลักษณะสีที่ตัดกัน หรือเป็นปฏิปักษ์ต่อกัน เช่น สีแดงกับสีเขียว ฉะนั้นในวงล้อสีจึงมีสีที่ตัดกันอย่างแท้จริง อยู่ 6 คู่ การนำสีตรงข้ามมาใช้ในการออกแบบ จะช่วยให้ภาพน่าสนใจมากขึ้น แต่ต้องใช้ให้ถูกต้องหลักการ คือไม่ควรใช้สีที่ตัดกันอย่างแท้จริงสัดส่วนที่เท่ากัน ถ้าจะใช้ควรจะมีสัดส่วนประมาณ 80 : 20 หรือมีฉะนั้นก็ต้องทำให้สีใดสีหนึ่งหรือทั้งคู่ ลดความสดใสรุนแรงลงไป ที่เรียกว่า การเบรกสี หรือ ฆ่าสี ซึ่งอาจทำได้โดยการทำให้สีจางลง โดยการเติมสีขาวลงไปให้สีแท้
- การทำให้สีเข้มหรือมืด โดยการเติมสีดำลงไป
 - การใช้วิธีการใช้สีเทา ผสมลงเล็กน้อย จะทำให้สีหม่นลง หรืออาจใช้สีตรงข้ามเพียงเล็กน้อย ก็จะทำให้สีนั้นลดความสดใสไปได้

จิตวิทยาในการใช้สี

การมีความรู้และประสบการณ์ในการเลือกใช้สีของนักออกแบบ เป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้งานเหล่านั้นบรรลุเป้าหมายตามความต้องการได้ไม่ยากนัก การเรียนรู้ถึงอิทธิพลที่มีต่อความรู้สึกของการมองสีแต่ละสี

วรรณะของสี

วรรณะของสี หมายถึง กลุ่มสีที่ปรากฏให้ความรู้สึกที่แตกต่างกัน สังกเกตจากวงล้อสีจะปรากฏเป็น 2วรรณะ คือ

- วรรณะสีร้อน ลักษณะของสีจะให้ความรู้สึกสดใส ร้อนแรง ชูดฉาด หรือรื่นเริง สีในกลุ่มนี้ได้แก่ สีเหลือง สีแดง สีแสด และสีที่ใกล้เคียง
- วรรณะสีเย็น ให้ความรู้สึกที่ปรากฏในภาพจะแสดงความสงบ เยือกเย็นจนถึงความเศร้า ได้แก่ สีน้ำเงิน สีม่วง สีเขียว และสีที่ใกล้เคียง

สีแสดงอารมณ์สีแดง

เป็นสีของไฟ การปฏิบัติ ให้ความรู้สึगतามารมณ์ ความปรารถนา สีของความอ่อนเยาว์ ดังนั้นจึงเป็นที่ชอบมาสำหรับเด็กเล็กๆ สีแดงเป็นสีที่มีพลังมากสามารถดึงดูดสิ่งอื่นๆ จึงไม่เหมาะที่จะใช้เป็นสีพื้นหรือฉากหลัง

- สีเหลือง เขียว และม่วงทุกระดับสี

มีค่าสีแตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสีที่มาผสม สีดังกล่าวอาจทำให้เกิดความรู้สึกในทางบวก การแสดงออกเต็มไปด้วยความรู้สึกซาญฉาด หรือให้ความรู้สึกในทางลบ และเก็บกดก็เป็นได้เมื่อนำสีแดงมาผสมกับสีขาวจะเป็นสีชมพู สีแดงจะลดพลังลง และทำให้รู้สึกถึงความอ่อนหวาน นุ่มนวล และความเป็นกวีขึ้นมาแทน แต่ถ้าสีแดงและเหลืองถูกผสมให้เข้ม ผลลัพธ์ก็คือสีน้ำตาล ซึ่งมีความอ่อนแ่ต่างกัน แต่ไม่ว่าจะอ่อนแ่เพียงใด สีประเภทน้ำตาลจะให้ความรู้สึกเกี่ยวกับพื้นดิน ความมั่นคง แข็งแรง เข้มแข็ง ความเป็นจริง อบอุ่น สำหรับสีเหลือง เป็นสีที่มีพลังในด้านความสว่างอย่างมาก ให้ความรู้สึกเย็นมากกว่าสีเหลืองอมส้ม แต่ก็อุ่นกว่าสีเหลืองอมเขียว สีเหลืองสะท้อนถึงสติปัญญามากกว่าจิตใจ คุณลักษณะของสีเหลือง จะรู้สึกได้เมื่อมีสีที่สองปรากฏอยู่ด้วย เช่น เมื่ออยู่กับสีเขียวจะทำให้รู้สึกมั่นคง และจำเป็นต้องได้มากขึ้นสีเขียวเป็นสีทางชีววิทยาซึ่งใกล้เคียงกับธรรมชาติ และช่วยให้ความคิดพุ่งซ่านสงบลง เป็นสีกลางๆ ไม่เย็นและไม่ร้อน แต่ถ้าเข้มนขึ้นไปในทางสีน้ำเงินจะดูเป็นน้ำ สีเขียวอมฟ้า สีฟ้าพลอย เป็นสัญลักษณ์ของน้ำ และอาการเคลื่อนไหว โดยปกติแล้วสีเขียวอมฟ้าเป็นสีตรงข้ามกับสีฟ้า

- สีน้ำเงิน

เป็นสีที่เก็บกด ซ่างฝัน เปล่าเปลี่ยว ถึงแม้ว่าจะทำให้โล่งขึ้นโดยการผสมสีขาวเข้าไปก็ตาม สีน้ำเงินให้ความประทับใจเกี่ยวกับความสะอาด บริสุทธิ จึงมักใช้ในที่ที่ต้องการแสดงสุชนามัย

- สีม่วง

แสดงถึงความใคร่ครวญ การทำสมาธิ ความลึกลับ เวทมนต์คาถา และความเก่าแก่โบราณ แม้ว่าจะผสมสีขาวให้เป็นสีม่วง ก็ยังทำให้คนที่มองเห็นไม่กล้าเข้าใกล้ ไม่รู้จักเป็นมิตร สีม่วงครามซึ่งใกล้สีน้ำเงินมาก จะดูเกี่ยวข้องกับ โลกมากกว่าสีม่วงแดง แต่ยังให้ความเป็นเจ้านายและเต็มไปด้วยเกียรติยศอยู่นั่นเอง

- สีทอง

มีตำแหน่งใกล้เคียงสีส้ม และนับว่าเป็นสีอ่อนสีหนึ่ง ในขณะที่สีเงินถูกจัดให้เป็นสีเย็น และมีความคล้ายคลึงกับสีเทากลาง การใช้สีเงินออกยากกว่าเนื่องจากต้องมีสีอ่อนมาใช้ร่วมด้วย หากว่าต้องการผลของความรู้สึกละเอียดในทางบวก

- สีเทา

สำหรับสีเทาซึ่งมีระดับสีอ่อนแก่แตกต่างกันมากหลายระดับ อาจจะเป็นที่คุ้นเคยกันดีจากการดูภาพขาวดำ การอ่านหนังสือพิมพ์และหนังสือทั่วไป

- สีดำ

สีดำ ซึ่งเรียกว่า ออร์ค คือ ถือว่าไม่ใช่สีดำ เป็นสัญลักษณ์ของความมืด ความว่าง ในการตีพิมพ์สีดำมีค่าในทางบวกมาก เนื่องจากเมื่อเราไม่ใช่สีอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นภาพหรืออักษรวางลงไป ก็จะทำให้สีเหล่านั้นเจิดจ้าสะดุดตาขึ้น

- สีขาว

สีขาวก็เช่นกัน ไม่เป็นทั้งสีอ่อนและเย็น ยกเว้นเมื่ออยู่ใกล้สีเหลือง จะทำให้สีเหลืองจืดจาง เราสามารถวางภาพหรืออักษรสีต่างๆ ลงบนพื้นขาวได้ผลดีเช่นเดียวกับสีดำ

หลักการพิจารณาเกี่ยวกับการใช้สี

การใช้สีในงานออกแบบกราฟิก มีวัตถุประสงค์ที่จะทำให้งานนั้นน่าดู สวยงาม และดึงดูด หรือส่งเสริมให้เนื้อหาสาระที่น่าเสนอมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น คนแต่ละวัยมีความสนใจกลุ่มสีแตกต่างกัน เด็กเล็กๆจะสนใจสีสด เข้ม สะดุดตา ไม่ชอบสีอ่อน และจะสังเกตได้ว่าเมื่อมีอายุมากขึ้นก็ยังไม่ชอบสีสดใสมากๆ กลับนิยมสีอ่อนหวาน นุ่มนวล การวางโครงสร้างสีในงานออกแบบกราฟิกในเชิงพาณิชย์ จึงต้องเน้นเรื่องวัยของกลุ่มเป้าหมาย

เด็กเล็กๆ ควรใช้สีประเภทปฐมภูมิ หรือสีทุติยภูมิ ส่วนผู้ใหญ่อาจต้องใช้สีแท้ ผสมกลุ่มสีขาวหรือสีนวลหรือสีดำ การใช้สีขาวหรือสีดำมาผสมกับสีแท้ ก็จะช่วยลดความสดใสของสีเดิมลงตามขนาดสัดส่วนมากน้อยตามต้องการ ดังนั้น ก่อนจะวางโครงสร้างสีในการทำงาน ดังนั้นจึงควรพิจารณาเกี่ยวกับการใช้สีในทางจิตวิทยาด้วย ดังนี้

1. ใช้สีสดสำหรับกระตุ้นให้เห็นเด่นชัด เพื่อการมองในระยะเวลาสั้นๆ เหมาะอย่างยิ่งสำหรับการทำสื่อเพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์
2. พึงระลึกไว้เสมอว่าการใช้สีมีวัตถุประสงค์เพื่อการเน้นให้เห็นเด่นชัด มุ่งส่งเสริมเนื้อหาสาระมีความชัดเจนขึ้น ถูกต้องขึ้น บางครั้งการใช้สีของนักออกแบบ จะสามารถใช้สีได้อย่างอิสระเพื่อความสวยงาม บางครั้งก็ต้องจำเป็นนึกถึงหลักความจริง และความถูกต้องอย่างเหมาะสมด้วย
3. การออกแบบพาณิชนัยศิลป์ งานกราฟิกต่างๆ อาจจะไม่จำเป็นต้องใช้สีเสมอไป ผู้ออกแบบจึงควรพิจารณาถึงความเหมาะสมด้วยว่าควรใช้อย่างไร เพียงใด การกำหนดว่าจะใช้สีเพิ่มขึ้นมา 1 สีนั้น หมายความว่าต้องเพิ่มงบประมาณตามมาอีกจำนวนหนึ่งเสมอ
4. ควรใช้สีให้เหมาะสมกับวัยผู้บริโภค
5. การใช้สีมากเกินไปไม่เกิดผลดีกับงานออกแบบอย่างแท้จริง เพราะสีในหลายๆ สีอาจทำให้ลดความเด่นชัดของงานและเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ
6. เมื่อใช้สีสด เข้มจัด คู่กับสีอ่อนมากๆ จะทำให้ดูเด่นชัดและมีชีวิตชีวาน่าสนใจ
7. การใช้สีพื้นในงานออกแบบสิ่งพิมพ์ที่มีพื้นที่ว่างมากๆ ไม่ทำให้เกิดผลในการเร้าใจเท่าที่ควรจึงควรหลีกเลี่ยง
8. ข้อพิจารณาสำหรับการใช้สีบนตัวอักษร ข้อความ คือ จะต้องให้ชัดเจน อ่านง่าย ควรเว้นการใช้สีตรงข้ามในปริมาณที่เท่าๆ กัน บนพื้นที่เดียวกันหรือใกล้เคียง เพราะจะทำให้ผู้ดูต้องเพ่งมองอย่างมาก ทำให้เกิดภาพซ้อนพร่ามัว โดยเฉพาะอย่างยิ่งส่วนที่เป็นเนื้อหาสาระ เช่น ตัวอักษรสีแดงบนพื้นสีเขียว ความเด่นชัดของข้อความที่ต้องการเน้นด้วยความแตกต่างกันของสี ก็จะลดความเด่นชัดลงอีกด้วย

การจัดองค์ประกอบภาพในงานกราฟิก

การจัดองค์ประกอบภาพในงานกราฟิก ในงานศิลปะ หรือการออกแบบ มีแนวคิดไม่แตกต่างกันเท่าใดนัก นักสร้างสรรค์จะต้องหาแนวทางที่จะทำให้งานกราฟิกที่คิดขึ้นมีความน่าสนใจ เร้าใจให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ และการนำเสนอควรจะต้องคำนึงถึง

1. การใช้เส้น เส้นเป็นตัวกำหนดรูปร่างและเป็นองค์ประกอบในการสร้างผลงานกราฟิก อาจจะแบ่งเป็นกลุ่มใหญ่ 5 ชนิด คือ
 - 1.1 เส้นโค้ง (Curved)
 - 1.2 เส้นหมุน (Spiral)
 - 1.3 เส้นวนไปมา (Meandering)

1.4 เส้นซิกแซก (Zigzag)

1.5 เส้นตรง (Straight)

การเขียนเส้นด้วยวัสดุที่แตกต่างกัน ย่อมทำให้ลักษณะของเส้นมีความแตกต่างกันไป และแนวการเขียนด้วยเส้นวัสดุประเภทเดียวกันของศิลปิน ก็สามารถแสดงลีลาของการเขียนได้หลายแบบหลายวิธี ล้วนน่าสนใจทั้งสิ้นซึ่งสามารถเลือกใช้ได้อย่างเหมาะสม

2. การกำหนดรูปร่าง

รูปร่างเกิดจากการใช้เส้นลักษณะต่าง ๆ กัน ลากมาต่อกันเกิดเป็นรูปร่างหลัก (Basic shape) ในศิลปะ หรือที่เรียกว่า รูปทรงพื้นฐานทางเรขาคณิต และรูปทรงอิสระซึ่งมีรูปร่างที่ไม่แน่นอน ลักษณะที่ชัดเจนของรูปร่างต่าง ๆ จะเน้นความรู้สึกของการมองเห็นเป็น 2 มิติ คือ แสดงให้เห็นส่วนกว้างและยาว หรือกว้างและสูงเท่านั้น ถ้าเป็นการเน้นส่วนหนาหรือส่วนลึกขึ้นมาก็จะทำให้รูปร่างต่าง ๆ แสดงความเป็น 3 มิติเพิ่มขึ้น ทำให้การมองเห็นเปลี่ยนแปลงไปเป็นรูปทรงต่าง ๆ และถ้าเพิ่มรายละเอียดสีสัน แสงเงาลงไป ก็ยิ่งจะเพิ่มความมีมิติมากยิ่งขึ้น

3. มุมมองทัศนียภาพ

การนำเสนอรูปภาพงานสิ่งพิมพ์เพื่อให้เกิดความน่าสนใจ ใ้ใจ สามารถสร้างได้โดยง่าย ด้วยการเสนอมุมมองของภาพที่จะนำเสนอ มุมมองที่แปลกตาสามารถสร้างสรรค์ขึ้นได้โดยง่าย อาจจะด้วยการถ่ายภาพ หรือใช้เทคนิคพิเศษในห้องมืด หรือจากการเขียนภาพ และการเลือกมุมภาพในการนำเสนอก็ได้ จะเห็นว่ามุมมองต่าง ๆ ที่ต่างกันไป ย่อมให้ความรู้สึกที่ต่างกันอย่างชัดเจน

4. จังหวะและลีลา

การกำหนดจังหวะของแต่ละส่วนหรือการจัดวางองค์ประกอบภาพ จำเป็นที่จะต้องอาศัยหลักการทางศิลปะ การสร้างจังหวะหรือลีลาของส่วนประกอบต่าง ๆ ได้แก่ ข้อความ ภาพประกอบ หรือสัญลักษณ์ จะทำหน้าที่ 2 ทาง คือ เป็นการชักนำให้ผู้ดูภาพ และสาระข้อมูลตามต้องการ และเป็นการเน้นให้เกิดความสวยงามแปลกตา วิธีการสร้างองค์ประกอบให้เกิดจังหวะลีลากระทำได้หลายแบบ ได้แก่

4.1 แบบจัดระเบียบ เป็นการจัดที่ค่อนข้างเน้นรูปแบบอย่างเป็นทางการ เช่น การจัดให้เกิดความสมดุลแบบสมมาตร การแบ่งแยกตัวอักษรและภาพไว้เป็นคนละส่วนกัน การแบ่งระยะพื้นที่ว่างเป็นระยะ ๆ เท่ากัน

- 4.2 การจัดแบบสลับ การสร้างจังหวะลีลาแบบสลับเป็นการสลับเนื้อหาสาระรูปภาพ การสลับรูปแบบรูปทรง เพื่อเน้นความตื่นตาตื่นใจไม่น่าเบื่อหน่าย นิยมใช้จัดออกแบบกราฟิกหน้าเอกสาร
- 4.3 การจัดแบบศูนย์กลาง เป็นการเน้นรูปภาพอยู่ตรงกลางภาพ และให้ตัวอักษรข้อความอยู่ล้อมรอบหรือกระจายเป็นรัศมี นิยมใช้จัดในงานออกแบบสื่อโฆษณา
- 4.4 การจัดแบบกระจาย เป็นการจัดแบบอิสระ โดยไม่เน้นลักษณะองค์ประกอบแบบใด การจัดภาพแบบนี้จะมีจังหวะลีลาไม่แน่นอน แล้วแต่โอกาสและลักษณะงานนั้น ๆ นิยมใช้ในงานออกแบบสื่อโฆษณา
- 4.5 การจัดแบบผสมผสาน เป็นการนำเอาหลาย ๆ วิธีการจัดออกแบบร่วมกัน ทำให้เกิดเป็นรูปแบบใหม่ขึ้นมา การจัดวิธีการนี้จะต้องคำนึงถึงความสอดคล้องสัมพันธ์กันมากที่สุด

5. เทคนิคเกี่ยวกับภาพ

ที่มาของภาพที่นำมาใช้ในงานกราฟิกอาจได้จากภาพถ่าย การเขียนภาพหรือการพิมพ์ภาพ การใช้คอมพิวเตอร์ ตลอดจนวิธีการสร้างสรรค์อื่น ๆ อีกมากมาย แต่ละแบบแต่ละวิธีการสามารถสร้างสรรค์ภาพให้น่าสนใจได้อย่างอิสระ บางแบบอย่างอาจจะเหมาะกับการใช้งานเฉพาะอย่าง บางแบบอาจใช้ได้ทั่วไป การสร้างสรรค์อย่างอิสระนี้เองทำให้นักออกแบบสามารถนำเอาเทคนิคเกี่ยวกับภาพมาใช้ในการกราฟิกได้อย่างกว้างขวาง เทคนิคต่าง ๆ จะทำให้รูปแบบของงานสร้างสรรค์เปลี่ยนแปลงไป เช่น การใช้ภาพที่มีรายละเอียดมาก ๆ ในการนำเสนอ , การใช้ภาพที่มีความต่อเนื่องกันเพื่อการนำเสนอหรือการใช้ภาพเล็ก ๆ หลาย ๆ แบบรวมกันเป็นกลุ่มใหญ่ในการนำเสนอ

2.1.2 ทฤษฎีในการออกแบบโปสเตอร์และโปสเตอร์ภาพยนตร์

โปสเตอร์ (poster) เป็นแผ่นภาพโฆษณา หรือประกาศบอกข่าวสารที่มีมาแต่สมัยโบราณ เช่น ที่ชาวฟินิเซียน และชาวเมืองปอมเปอี ได้วาดภาพบนผนังข้างนอกอาคารร้านค้าของตนเพื่อบอกกล่าวว่าร้านตนเป็นร้านขาย ขนมปัง ไวน์ หรือเครื่องปั้นดินเผา นับได้ว่าโปสเตอร์เป็นช่องทางการสื่อสารที่สำคัญในสมัยโบราณอีกประการหนึ่ง นอกเหนือไปจากการบอกข่าวว่าร้องด้วยคำพูดจากปาก

ต่อมาเมื่อถึงยุคกำเนิดการพิมพ์ ทำให้มีการพิมพ์ใบปลิวเผยแพร่ข่าวสารขึ้น โปสเตอร์ก็ได้เปลี่ยนแปลงรูปร่างมาเป็นรูปแบบใบปลิวด้วย และเมื่อมีการค้นพบวิธีการพิมพ์หินขึ้นอีกในประเทศเยอรมนี ก็เป็นการเปิดทางแนวใหม่ให้โปสเตอร์เปลี่ยนรูปลักษณะมาเป็นโปสเตอร์ในปัจจุบัน คือทำให้ให้สมาชิกสามารถพิมพ์เป็น “รูปภาพ” ออกมาได้คราวละเป็นจำนวนมาก

ขนาดรูปทรงและประเภทของโปสเตอร์

โปสเตอร์มีหลายขนาดตั้งแต่ขนาดเล็ก ใช้แขวนหรือปิดประดับผนังห้อง ปิดตามที่สาธารณะ ตู้โชว์สินค้าตามร้านค้า ดัดประกาศบนกำแพง ไปจนถึงขนาดใหญ่มากหลายสิบฟุตที่ติดตั้งริมถนนหนทาง หรือบนผนังตึกใหญ่ ๆ นอกจากนี้โปสเตอร์ยังมีรูปทรงหลายแบบ เช่น แบบปกติที่เป็นลักษณะกรอบสี่เหลี่ยมผืนผ้า ทั้งแนวนอน และแนวตั้ง จนถึงรูปทรงที่ผิดแปลกออกไปจากรูปกรอบทรงเรขาคณิตคือใช้ลักษณะของรูปภาพเป็น กรอบไปในตัว เช่น รูปทรงต้นไม้ รูปทรงของร่างกาย

ส่วนประเภทของโปสเตอร์นั้น ถ้าเราจำแนกตามวัตถุประสงค์การใช้หรือเนื้อหาของข่าวสารที่ปรากฏ เราก็จะได้ประเภทโปสเตอร์เพื่อการโฆษณาสินค้าและบริการ และโปสเตอร์ซึ่งมิใช่เพื่อการค้า เช่น โปสเตอร์โฆษณาหาเสียงเลือกตั้ง วรรณคดีเพื่อการกุศล เป็นต้น แต่ถ้าเราจะจำแนก ประเภทโปสเตอร์ตามลักษณะสถานที่ตั้งโปสเตอร์ เราก็จะได้โปสเตอร์ที่มีชื่อเรียกต่าง ๆ กัน เช่น บิลด์บอร์ด(Billboard) ในวงการโฆษณา ซึ่งหมายถึงโปสเตอร์ขนาดใหญ่ที่ติดตั้งไว้ตามข้างถนนหนทาง หรือตั้งไว้บนกำแพงผนังตึกริมถนน คำว่า บิลด์บอร์ด นี้มีที่มาจากวงการโฆษณาในประเทศสหรัฐอเมริกา โปสเตอร์ประเภทที่ปิดไว้ตามยานพาหนะที่เป็นบริการสาธารณะ เช่น รถโดยสารประจำทาง นั้นเรียกว่า คาร์การ์ด(car cards) ซึ่งปิดไว้ได้ทั้งข้างในรถ ที่ปิดไว้ท้ายรถภายนอกมักจะเรียกว่า บัสแบค(bus back) และถ้าปิดด้านข้างจะเรียกว่า บัสไซด์ นอกจากตามยานพาหนะแล้ว ยังมีโปสเตอร์ซึ่งปรากฏปิดอยู่ตามที่สาธารณะอื่น ๆ เช่น สถานีรถไฟ สถานีรถโดยสารประจำทาง ป้ายรถประจำทาง เป็นต้น

องค์ประกอบของโปสเตอร์

โปสเตอร์โดยทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นขนาดเล็กหรือใหญ่ หรือเป็นประเทศใดก็ตาม จะมีองค์ประกอบดังนี้ รูปภาพของสินค้า หรือบริการหรือเรื่องราวที่ต้องการจะสื่อสารมีถ้อยคำที่เป็นตัวอักษรประกอบ ซึ่งโดยมาเป็นข้อความที่ไม่ยาวนาน ชื่อของผู้เป็นสปอนเซอร์ หรือผู้ที่ผลิตโปสเตอร์นั้น

ข้อควรคำนึงถึงก่อนการลงมือออกแบบโปสเตอร์

โปสเตอร์เป็นช่องทางการสื่อสารประเภทสิ่งพิมพ์ที่มีลักษณะเฉพาะตัวแตกต่างไปจากสิ่งพิมพ์อื่นคือ โปสเตอร์ติดอยู่กับที่ที่ติดตั้ง ต้องรอคอยให้ผู้ดูเป็นฝ่ายเดินทางไปถึงจุดที่ตั้งแสดงอยู่ ในขณะที่สื่ออื่น ๆ เช่นนิตยสาร หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ จะเสนอเนื้อหาข่าวสารไปถึงผู้อ่าน ผู้ชมในที่อยู่อาศัยโดยตรง ดังนั้นงานสำคัญที่ผู้ออกแบบโปสเตอร์จะต้องพยายามทำให้สำเร็จก็คือจะต้องสร้างและยึดความสนใจของผู้ที่มองเห็นโปสเตอร์แล้วให้ได้ตั้งแต่เขาซายตา ซ้ำเล็งมองในครั้งแรก หัวใจสำคัญของวิธีการที่จะจับความสนใจผู้ดูโปสเตอร์ นั่นก็คือ ความง่าย (simplicity) และความตรงไปตรงมา (directness) ในการสื่อสาร ความง่ายในที่นี้หมายถึง ความง่ายที่เข้าใจในองค์ประกอบของโปสเตอร์ โดยเฉพาะองค์ประกอบสำคัญก็คือส่วนที่เป็นภาพ และส่วนที่เป็นถ้อยคำ ตัวอักษร ที่ประกอบกันแล้วจะต้องสอดคล้องกันเพื่อทำให้เกิดความเข้าใจและประทับใจ

วิธีที่จะทำให้โปสเตอร์ดูเข้าใจง่าย

1. องค์ประกอบส่วนที่เป็นภาพ ควรเป็นภาพจำลองของจริง ซึ่งเมื่อมองเห็นแล้วก็สามารถเข้าใจได้ทันที ไม่ควรเป็นภาพที่แสดงระดับงานศิลป์ที่สูงส่ง ซึ่งจะต้องอาศัยความรู้ทางด้านศิลปะเป็นพื้นฐานลึกซึ้งเพียงพอที่จะเข้าใจ ได้ และไม่ควรเป็นภาพประเภทแอบสแตรค (abstract) ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้ดูสามารถแปลความหมายของภาพไปได้นานาประการ
2. เป็นภาพจำลองของจริงซึ่งมองเห็นได้ชัดเจนในลักษณะขยายใหญ่ (close-up) เฉพาะในส่วนที่เป็นหัวใจของเรื่องที่ต้องการเสนอ ผู้ดูจะรู้สึกเหมือนได้เห็นภาพห่างไม่กี่ฟุตทั้งที่โดยความจริงแล้วอาจจะยืน ดูภาพอยู่เป็นระยะทางไกลหลายช่วงตึกก็ได้
3. ในส่วนที่เป็นตัวอักษร ควรคำนึงถึงเรื่องหลักของการอ่านได้ง่ายเป็นสำคัญ เช่น การใช้สีตัดกันของตัวอักษรกับพื้นภาพ ตามหลักควรให้ตัวอักษรเป็นสีเข้ม ส่วนพื้นที่เป็นสีอ่อนดีกว่าจะใช้ตัวอักษรสีอ่อนบนพื้นสีเข้ม สีที่ดีที่สุดของตัวอักษรสำหรับโปสเตอร์ที่จะทำให้เห็นได้ชัดและอ่านได้ง่าย โดยเฉพาะโปสเตอร์ขนาดใหญ่ที่ต้องมองดูในระยะไกล คือตัวอักษรสีดำบนพื้นสีเหลือง
4. ในการเลือกแบบตัวอักษร ไม่ควรเลือกแบบตัวอักษรที่มีลักษณะพอมสูง และไม่ควรให้ช่องไฟเบียดติดกัน สำหรับขนาดก็ควรใช้ขนาดตัวอักษรใหญ่ ๆ ได้สัดส่วนกับพื้นที่และองค์ประกอบอื่น หากจำเป็นจะต้องวางตัวอักษรทับไปบนส่วนที่เป็นภาพ ไม่ควรให้พื้นภาพบริเวณที่ตัวอักษรจะตกลงไปนั้นเป็นลวดลาย เราจะทำให้เห็นตัวอักษรไม่ชัดเจน ไม่สะดวกกับการอ่าน

องค์ประกอบที่ดีของโปสเตอร์

- พาดหัว เป็นหัวข้อหลัก โดดเด่น และชัดเจน
- รูปภาพ ภาพแนวคิดหรือลูกเล่นที่ต้องการจะสื่อ ในตัวสินค้าหรือบริการนั้น ๆ
- เนื้อหา เป็นถ้อยคำที่เป็นตัวอักษรประกอบ ซึ่งโดยมากเป็นข้อความที่ไม่ยาวนาน
- ภาพสินค้า จะเป็นภาพสินค้าหรือบริการ หรือเป็นชื่อของผู้ที่ผลิตโปสเตอร์นั้น สำหรับโปสเตอร์โฆษณาสินค้า ในบางครั้งก็อาจเพิ่มเครื่องหมายการค้า (trade mark) หรือคำขวัญเข้าไปด้วยก็ได้

กระดาษที่ใช้พิมพ์โปสเตอร์

- กระดาษอาร์ตมัน 130 - 160 แกรม
- กระดาษอาร์ตมัน 190 - 310 แกรม
- กระดาษปอนด์ 80 - 120 แกรม

ขนาดกระดาษที่พิมพ์โปสเตอร์มาตรฐาน

- ขนาด 297 x 420 mm (A3)
- ขนาด 420 x 594 mm (A2)
- ขนาด 594 x 840 mm (A1)
- ขนาด 31 x 21 inch
- ขนาด 15.5 x 21 inch

การออกแบบโปสเตอร์ภาพยนต์

หน้าที่ของโปสเตอร์ คือ การประชาสัมพันธ์ข้อมูล เทศกาลหรืองานต่างๆให้ผู้พบเห็นและผู้สนใจได้รับรู้เป็นเหมือนตัวโฆษณาเบื้องต้น เพื่อดึงดูด เรียงร้อยความสนใจให้ผู้พบเห็น มีความรู้สึก “อยาก” เข้าร่วมหรือซื้อ หรือทำกิจกรรมต่างๆตามนั้น

สิ่งที่ต้องกำหนดและวางแผนก่อนการออกแบบ

ศึกษาและทำความเข้าใจ ต้องพยายามหาข้อมูล วัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมายว่าเจตนาจะมุ่งที่ใครเป็นหลัก คนกลุ่มนี้มีพฤติกรรมและความชอบไม่ชอบอย่างไร ผู้เขียนมีความคิดหลักหรือแนวคิดเบื้องต้น ดังนั้น Keyword สำคัญของการออกแบบโปสเตอร์ คือ “เด่น” และต้องทำอย่างไรให้ผู้พบเห็นหันมามอง และมีความรู้สึก “อยาก”

องค์ประกอบและการจัดวางองค์ประกอบในการออกแบบโปสเตอร์

การออกแบบโปสเตอร์มีความซับซ้อนน้อยกว่าการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทอื่นๆ เพราะมีทั้งส่วนประกอบ และเนื้อหาน้อยกว่า โดยมีรายละเอียดพิเศษดังนี้

1. ตัวอักษรพาดหัว
2. รูปภาพประกอบ
3. ตราสัญลักษณ์ โลโก้
4. ข้อความ รายละเอียด

ต้องมี 3 ส่วนประกอบหลักเสมอ คือ รูป, ตัวหนังสือ และ รายละเอียด และทั้งหมดต้องมีความสัมพันธ์

สอดคล้องไปทางเดียวกัน การออกแบบของภาพยนตร์ที่มักแบบคล้ายๆกัน บ่งบอกตามเนื้อเรื่อง หรือธีมของภาพยนตร์ พวกข้อมูลรายละเอียดของงาน เช่น วันไหน ที่ไหน เวลา โดยใคร ส่วนฟอนของข้อมูลรายละเอียด ที่ใช้ควรเป็นแบบธรรมดาที่สุด เรียบง่าย อ่านรู้เรื่อง ควรจัดวางหัวท้าย ประโยคให้เป็นระเบียบ ขนาดพอเหมาะ ไม่ใหญ่จนแย่งซีนรูป และ ชื่อของงาน มีข้อสำคัญการจัดวางและออกแบบ ได้แก่

1. รูปที่จะเลือกลงโปสเตอร์ ไม่ควรจะเยอะเกินไป ควรจะเลือกอาจจะแค่สิ่งเดียวหรือสองสิ่ง แต่ประเด็นสำคัญคือ ต้องเกิดเกิดความดึงดูด แก่ผู้พบเห็น ต้องสามารถเกริ่นนำได้คร่าวๆว่า เนื้อหาในโปสเตอร์ต้องการจะสื่ออะไร
2. ชื่อของงาน ที่เป็นหัวข้อในโปสเตอร์ ควรใช้ฟอน ควรจะเด่นกว่ารูป อาจจะจะใช้ฟอนธรรมดาหรือสามารถออกแบบให้มีลูกเล่น คล้ายเคียงกับรูปของงาน แต่ที่สำคัญ “ฟอนก็ ต้องมีความหนา” การจัดภาพบนโปสเตอร์ ตำแหน่งของภาพ ข้อความ องค์ประกอบต่างๆ ให้ดูสวยงาม อ่านง่าย สื่อความหมาย

ประเภทของภาพยนตร์

ภาพยนตร์ถูกจัดแบ่งออกเป็นหลายแนว โดยภาพยนตร์หนึ่งแนว หมายถึง ภาพยนตร์ที่สร้างขึ้นมาจากองค์ประกอบของเรื่องราวที่คล้ายๆกัน ตามส่วนประกอบของภาพยนตร์หลักๆ 3 อย่าง ได้แก่ ฉาก อารมณ์ รูปแบบ ซึ่งแต่ละส่วนประกอบมีความหมาย ดังนี้

ฉาก หมายถึง สถานที่และสิ่งแวดล้อมที่เรื่องราวในภาพยนตร์ดำเนินไป
 อารมณ์ หมายถึง ความรู้สึกที่ผู้ชมได้รับตลอดการชมภาพยนตร์
 รูปแบบ หมายถึง อุปกรณ์ที่ใช้ถ่ายทำและวิธีดำเนินเรื่อง

อย่างไรก็ตาม ภาพยนตร์หนึ่งเรื่องอาจมีหลายแนวอยู่ในเรื่องเดียวกัน ซึ่งในที่นี้จะแบ่งแนวของภาพยนตร์ โดยยึดถืออารมณ์ความรู้สึกที่ผู้ชมได้รับ ดังนี้

1. ภาพยนตร์แอ็กชั่น (Action Film) หมายถึง ภาพยนตร์แบบบู๊ยิง ต่อสู้ ระทึกใจ สร้างความตื่นเต้นเร้าใจให้กับผู้ชมผ่านการใช้ความรุนแรง เหมาะสำหรับผู้ชมชอบความรุนแรงและศิลปะการต่อสู้
2. ภาพยนตร์สงคราม (War Film) ที่มีการอ้างอิงเหตุการณ์สงครามที่เกิดขึ้นในอดีต เน้นจุดๆ หนึ่งในสงครามนั้นๆ
3. ภาพยนตร์ผจญภัย (Adventure Film) ภาพยนตร์แนวผจญภัย เข้าป่าฝ่าดง เจอปัญหาอุปสรรคมากมาย และต้องมีการแก้ไขปัญหาสถานการณ์ สร้างความตื่นเต้นให้กับผู้ชมผ่านทางการเสี่ยงภัยของตัวละคร
4. หนังคาวบอยตะวันตก (Western) เป็นภาพยนตร์ที่แสดงวิถีชีวิตของคนอเมริกันยุคบุกเบิกที่เข้าไปตั้งรกรากในดินแดนป่าเถื่อนแถบตะวันตกของสหรัฐอเมริกาเมื่อร้อยกว่าปีก่อน เน้นเรื่องราวของคนที่มีอาชีพรับจ้างขี่ม้าต้อนวัว หรือเจ้าของฟาร์มปศุสัตว์ ที่ต้องสู้กับแก๊งโจรผู้ร้าย นายทุน หรือเจ้าหน้าที่รัฐที่ชั่วร้าย การควลงูพิษ พวกคนอกกฎหมาย หรือบางเรื่องก็สู้กับพวกอินเดียนแดง
5. หนังตลก (Comedy) ภาพยนตร์ตลก เบาสมอง มุ่งสร้างความสนุกสนานและเสียงหัวเราะ เหมาะกับคนที่ต้องการดูเพื่อพักผ่อน ไม่ต้องคิดอะไรมาก
6. ภาพยนตร์ชีวิตหรือดราม่า (Drama) สร้างความตื่นตัวตื่นใจ ความเศร้าสลด ผ่านการแสดงของตัวละคร ที่สร้างความรู้สึกร่วมเศร้า เกล้าน้ำตา ทำให้นึกถึงชีวิตคนจริงๆ
7. ภาพยนตร์อีโรติก (Erotic Film) เป็นภาพยนตร์ที่ไม่เหมาะกับผู้มีอายุไม่ถึง 18 ปี เพราะเป็นเรื่องเกี่ยวกับเพศ
8. ภาพยนตร์เพลง (Musical) ภาพยนตร์เพลง มีลักษณะที่ตัวละครร้องและเต้นในเรื่องที่นำเสนอ โดยส่วนใหญ่จะเป็นประเภทหนังรัก
9. ภาพยนตร์รักโรแมนติก (Romance) มีเนื้อหาเกี่ยวกับความรักฉันทู้สาว เหมาะกับคู่หนุ่มสาวและผู้ที่มีความรักทั้งหลาย
10. ภาพยนตร์นิยายเหนือจริงหรือแฟนตาซี (Fantasy) มักมีหรือเนื้อหาเกี่ยวข้องกับเวทมนตร์ การผจญภัยจินตนาการ และเรื่องเหนือจริง เรื่องในฝัน สร้างความสนุกสนาน และตระการตาตระการใจด้วยฉากและเนื้อเรื่องที่ไม่อยู่ในความเป็นจริง
11. ภาพยนตร์วิทยาศาสตร์หรือไซไฟ (Science fiction หรือ Sci-fi) ภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาอ้างอิงวิทยาศาสตร์ หรือใช้ความรู้เชิงวิทยาศาสตร์หรือเทคโนโลยีเข้าช่วยในการอธิบายลักษณะ

ตัวละคร ฉาก พฤติกรรมของตัวละคร หรือความเป็นไปของเนื้อเรื่อง มักเป็นเรื่องราวของโลกในอนาคต หรืออวกาศ ที่มีเทคโนโลยีที่เกิดจากวิทยาศาสตร์สมัยใหม่เป็นองค์ประกอบ และทำให้น่าสนใจโดยผสมจินตนาการเข้าไปด้วย

12. ภาพยนตร์สยองขวัญ (Horror Film) หรือภาพยนตร์เขย่าขวัญ (Thriller) มีเรื่องราวและฉากที่มุ่งสร้างความตื่นเต้น ความกลัว สยองขวัญ และความตึงเครียด
13. ภาพยนตร์ลึกลับ (Mystery) ภาพยนตร์ที่ลึกลับ ยังหาข้อพิสูจน์ไม่ได้ มุ่งสร้างความฉงน งงววย และความรู้สึกท้าทายในการแก้ไขปริศนา
14. ภาพยนตร์อาชญากรรม (Crime) เรื่องที่น่าสนใจมักเกี่ยวกับการสืบหาฆาตกร ฆาตกรที่ก่ออาชญากรรมกลุ่มมาเฟีย หรือกลุ่มผู้ก่ออาชญากรรม การสูญเสียและการแก้แค้น เรื่องที่ตัวละครเอกเป็นส่วนหนึ่งของอาชญากรรมหรือหน่วยตำรวจสืบสวน
15. ภาพยนตร์การ์ตูน (Animation) หมายถึง ภาพยนตร์การ์ตูนที่ผ่านเทคนิคการถ่ายทำและกระบวนการสร้างขึ้นในสตูดิโอ โดยไม่ใช้นักแสดงจริงในการแสดง
16. ภาพยนตร์แนวสารคดี (Documentary Film) แสดงเรื่องราวเป็นสารคดี นำเสนอข้อเท็จจริง เพื่อสร้างความเข้าใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ไม่ใช่แต่งขึ้นใหม่
17. ฟิล์ม noir (Film-Noir) เน้นการใช้ภาพเป็นตัวสื่อเนื้อหา คู่ง่ายหรือยากขึ้นอยู่กับบุคคล

2.1.3 ทฤษฎีการออกแบบสื่อและการประชาสัมพันธ์

การวางแผนการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ คือ การจัดลำดับขั้นตอนในการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ นโยบายและเป้าหมายที่กำหนดไว้ก่อนลงมือปฏิบัติการผลิต ทั้งในรูปการกำหนดเนื้อหา ระยะเวลา กำลังผู้ผลิต วัสดุอุปกรณ์การผลิตตลอดถึงงบประมาณในการผลิต ทั้งนี้เพื่อการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์นั้นๆ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและให้ผลผลิตคุ้มค่าการผลิต ทั้งด้านการลงทุนลงแรงและการนำเผยแพร่

การวางแผนการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์มีสิ่งที่ต้องกำหนด เป็นขั้นตอนอันดับแรกของการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่จะสามารถส่งผลให้การผลิตประสบผลสำเร็จ หรือเกิดความล้มเหลวได้แผนการผลิตที่ดีจะต้องสามารถปรับเปลี่ยน (Olling) ได้ตามสถานการณ์และสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป

การวางแผนการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์มีสิ่งที่ต้องกำหนด 5 ประการด้วยกัน คือ กำหนดวัตถุประสงค์ (Objective) ในการผลิต กำหนดกลุ่มคนเป้าหมาย (Target Audience) ในการ

ผลิต กำหนดหัวข้อเรื่อง (Title) ในการผลิต กำหนดระยะเวลา (Timing) ในการผลิตและกำหนดงบประมาณ (Budgeting) ในการผลิต

วัตถุประสงค์

การกำหนดวัตถุประสงค์ในการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การกำหนดหรือระบุความมุ่งหมายที่เด่นชัดไว้ล่วงหน้า ได้แก่

1. เมื่อผลิตสื่อขึ้นผู้ผลิตจะเกิดความชำนาญในด้านใดด้านหนึ่งเพิ่มขึ้น เช่น การเขียนบทผลิตด้านการถ่ายภาพ ด้านการใช้เสียงประกอบ
2. เมื่อผลิตสื่อขึ้นแล้วจะนำไปใช้เพื่อใคร อย่างไรและที่ไหน เช่น เพื่อชี้แจงทำความเข้าใจเพื่อการสร้างสรรค์ เพื่อการให้ความรู้และเพื่อแก้ไขข้อขัดแย้งแก่กลุ่มชนของหน่วยงาน ที่อยู่ในพื้นที่ขอบข่ายของหน่วยงาน
3. เมื่อผลิตสื่อขึ้นแล้วจะนำไปให้บริการที่ห่างไกลไหน เช่น กำหนดนำสื่อออกเผยแพร่เดือนละครั้ง เดือน สองครั้ง
4. เมื่อกลุ่มชนเป้าหมายของหน่วยงานได้สัมผัสสื่อนั้นก็จะเกิดความเข้าใจ เกิดความสนุกสนาน เกิดความรู้สึกแค่ไหน

กลุ่มเป้าหมาย

การกำหนดเป้าหมายในการผลิตสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ คือ การระบุไว้อย่างชัดเจนว่าใครคือกลุ่มเป้าหมายที่จะนำสื่อนั้นไปเผยแพร่ กลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มมีรายละเอียดอะไรบ้าง เช่น ความรู้ ภูมิปัญญา ฐานะทางสังคม และสภาพแวดล้อมทางสังคมต่อไปนี้เป็นลักษณะบางประการของกลุ่มเป้าหมายที่ควรนำมาพิจารณาในการวางแผนผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ คือ ขนาด อาชีพและการศึกษา อายุ เจตคติ และความเชื่อของกลุ่มเป้าหมาย มีองค์ประกอบได้แก่

1. ขนาด หมายถึง จำนวนของกลุ่มเป้าหมายที่จะนำสื่อไปเผยแพร่ว่ามีมากน้อยเพียงใด ทั้งนี้เพื่อจะสามารถกำหนดขนาดหรือเนื้อหาสาระของสื่อได้ เช่น ถ้ากลุ่มเป้าหมายมีจำนวนน้อย อาจใช้สื่อประเภทภาพทัศน์ หรือแผนภาพ แผนภูมิขนาดเล็กๆ แต่ถ้ากลุ่มเป้าหมายมีจำนวนมาก เช่น นิสิต นักศึกษาทั้งมหาวิทยาลัย อาจใช้วีดิทัศน์ หรือสื่อประสมที่สามารถชมได้หลายคนในเวลาเดียวกัน
2. อาชีพและการศึกษา หมายถึง ความแตกต่างของอาชีพและการศึกษาของกลุ่มเป้าหมายที่จะนำมาวางแผนในการผลิตสื่อ ด้วยการจัดเนื้อเรื่อง ลำดับเรื่อง ตลอดจนความยากง่ายของ

เรื่องให้สอดคล้องกัน เช่น ถ้ากลุ่มเป้าหมายมีการศึกษาน้อยก็อาจใช้สื่อที่เรียนและง่ายต่อความเข้าใจ หรือหากกลุ่มเป้าหมายที่มีอาชีพใดอาชีพหนึ่ง ก็ควรนำอาชีพอื่นมาเผยแพร่ หรือหากจะนำอาชีพที่กลุ่มเป้าหมายชำนาญอยู่นั้นมาเผยแพร่ ก็ควรนำวิทยาการสมัยใหม่ที่เขาไม่เคยเห็นมาเผยแพร่

3. อายุ หมายถึง การนำอายุของกลุ่มเป้าหมายมาวางกฎเกณฑ์ในการผลิตสื่อ เช่น สื่อที่ใช้เผยแพร่กับนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยที่มีอายุประมาณ 20 ปี
4. เพศ หมายถึง การวางแผนการผลิตสื่อให้สัมพันธ์กับเพศของกลุ่มเป้าหมายความแตกต่างระหว่างเพศมีส่วนก่อให้เกิดอิทธิพลในด้านความรู้สึกลึกซึ้ง ความต้องการทางด้านจิตใจที่จะชอบหรือชัง รักหรือเกลียด เช่น การผลิตสื่อสำหรับเป้าหมายที่เป็นเพศชาย ควรเป็นสื่อที่มีรูปแบบลวดลายสีสันตฤณาด สีขมเปรี้ยว จะต้องเข้มแข็งและเด็ดขาด ในขณะที่การผลิตสื่อสำหรับกลุ่มเป้าหมายเพศหญิง จะเป็นในลักษณะอ่อนหวาน ใช้สีสันตฤณาดที่กลมกลืนกัน สีขมเปรี้ยวควรนุ่มนวลและสุภาพอ่อนโยน
5. การรับรู้ที่ต่างกัน หมายถึง ความแตกต่างด้านความรู้ ความคุ้นเคย และด้านประสบการณ์นำมาวางแผนในการสื่อการผลิตสื่อ เช่น เสียงสัญญาณหวูดหรือไซเรน ในกลุ่มสังคมหนึ่งรับรู้ว่าการบอกเวลาปฏิบัติ และเลิกงาน แต่ในกลุ่มสังคมหนึ่งอาจรับรู้ว่าเป็นสัญญาณเตือนภัยหรือให้หลบภัย เป็นต้น
6. เจตคติ หมายถึง ทำการศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับเจตคติของกลุ่มเป้าหมาย นำมาวางแผนการผลิตสื่อให้สอดคล้องกับเจตคติเหล่านั้น เช่น ผลิตสื่อเผยแพร่แก่ผู้มีเจตคติต่อต้านหน่วยงาน จะต้องเป็นสื่อที่สุภาพ มีพร้อมทั้งเหตุผลและหลักฐาน ในขณะที่สื่อสำหรับผู้มีเจตคติที่สนับสนุนหน่วยงานไม่จำเป็นจะต้องมีลักษณะของสื่อเช่นนั้น
7. ความเชื่อ หมายถึง การนำเอาความเชื่อถ้อยคำของกลุ่มเป้าหมายมาวางแผนการผลิตสื่อ เช่น กลุ่มเป้าหมายที่ยังมีความเชื่อด้านภูตผีปิศาจหรือด้านศาสนา ก็ไม่ควรผลิตสื่อที่เป็นไปในเชิงดูถูก ลบหลู่ภูตผีปิศาจและศาสนานั้น เป็นต้น

หัวข้อเรื่อง

การกำหนดหัวข้อเรื่องในการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การตั้งชื่อเรื่องพร้อมด้วยการกำหนดแนวของเรื่องไว้เมื่อตอนวางแผนการผลิตว่า ควรจะใช้ชื่อเรื่องอะไรและมีแนวของเรื่องอย่างไร งานผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์งานด้านสุขภาพทุกประเภทไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่อโสตทัศน มีความจำเป็นจะต้องกำหนดหัวข้อเรื่องและวางแผนของเรื่องไว้ให้แน่นอนว่าจะ

เน้นการเผยแพร่ การชี้แจง หรือเน้นการให้ความรู้แก่กลุ่มเป้าหมาย ชื่อหรือหัวข้อเรื่องจะต้องมีลักษณะ สุกภาพ เรียบง่าย ใช้คำกะทัดรัด ถูกหลักภาษา ให้ความสนใจและไม่ขัดกับนโยบายของรัฐ

1. สุกภาพ เรียบง่าย หมายถึง ชื่อหัวข้อเรื่องจะต้องเป็นคำพูดที่สุภาพ ไม่ขัดต่อศีลธรรมและวัฒนธรรม ไม่เป็นคำลามกอนาจาร
2. กะทัดรัด ถูกหลักภาษา หมายถึง ชื่อหัวข้อเรื่องจะต้องไม่เป็นคำเยิ่นเย้อยืดยาว ไม่ผิดหลักภาษาและไม่เป็นคำสแลง
3. ให้ความสนใจ หมายถึง ชื่อหัวข้อเรื่องจะต้องเร้าใจให้ความสนใจ ชวนติดตามเนื้อเรื่องมีความหลากหลาย
4. ไม่ขัดกับนโยบายของรัฐ หมายถึง ชื่อหัวข้อเรื่องจะต้องไม่ขัดนโยบายของรัฐ ซึ่งรวมถึงไม่ผิดกฎหมายด้วย

ระยะเวลา

การกำหนดระยะเวลาในการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การหาเวลาและโอกาสที่เหมาะสมเพื่อทำการผลิตสื่อ หากไม่ได้วางแผนเรื่องเวลาไว้ให้เพียงพอ สื่อต่างๆ ที่ผลิตขึ้นจะเป็นไปตามรูปแบบ “สุกเอาเผากิน” ซึ่งหากเป็นเช่นนี้จะแก้ตัวเมื่อนำสื่อต่างๆออกเผยแพร่แล้วไม่ประสบผลสำเร็จ เนื่องจากมีเวลาน้อยหรือเร่งรีบเกินไป ย่อมเป็นเรื่องสุดวิสัยที่ผู้รับบริการจะเชื่อถือและให้ความสนใจ เวลาและโอกาสที่เหมาะสม ได้แก่ ไม่ขัดกับฤดูกาล มีจังหวะดี สถานการณ์อำนวย

1. ฤดูกาล หมายถึง ระยะเวลาที่เหมาะสมกับการผลิตสื่อ เช่น ในฤดูร้อน ภูมิประเทศบางแห่งมีหมอก มีฝุ่นปกคลุม ไม่สามารถถ่ายภาพทางอากาศให้เห็นเป้าหมายได้ชัดเจนก็ต้องหาโอกาสหลังฝนตกที่มีท้องฟ้าแจ่มใส สามารถถ่ายภาพได้ชัดเจน หรือไม่นิยมถ่ายภาพยนตร์ในหน้าฝน เพราะอุปกรณ์การถ่ายอาจเปียกชื้นและเสียหายได้
2. จังหวะ หมายถึง มีบางโอกาสเท่านั้นที่เหมาะสมกับการผลิตสื่อ เช่น การถ่ายภาพโรคที่ไม่พบบ่อยในผู้ป่วย ถ่ายภาพช่วงที่มีการระบาดของโรค เป็นต้น
3. สถานการณ์ หมายถึง ระยะเวลาที่กำหนดให้ทำการผลิตสื่อ เช่น ในระหว่างที่เกิดความโศกเศร้าเสียใจเนื่องจากการเจ็บการตาย ไม่เหมาะสมที่จะใช้เป็นการผลิตสื่อให้ดูสนุกสนานรื่นเริงหรือไม่ไปตั้งฉากถ่ายภาพยนตร์ในสนามรบ ขณะที่ทหารกำลังต่อสู้กันอยู่ด้วยระเบิดและรถถัง เหล่านี้เป็นต้น

งบประมาณ

การกำหนดงบประมาณการผลิตสื่อ เพื่อการประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นที่จะต้องตั้งไว้ในขั้นตอนวางแผนการผลิตสื่อ สิ่งสำคัญที่ผู้บริหารผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์จะต้องตระหนักในการวางแผนตั้งงบประมาณ เป็นต้นว่า การตั้งงบประมาณจะต้องทำปีละครั้ง ถ้าวางแผนผิดพลาดในกรณีที่ตั้งงบประมาณไว้มากกว่าใช้จริง ก็ไม่กระทบกระเทือนต่อการผลิตสื่อเท่าใดนัก หรืออาจจะกระทบกระเทือนบ้างก็ตอนตั้งงบประมาณในปีต่อไปอาจจะถูกตัดให้น้อยลงก็ได้ เพราะตั้งงบประมาณไว้มากเมื่อปีก่อนแต่ก็ใช้ไม่หมด แต่หากเป็นกรณีที่ตั้งงบประมาณไว้ไม่พอ ก็จะไม่สามารถซื้ออุปกรณ์การผลิตสื่อหรืออุปกรณ์การเผยแพร่สื่อได้ อันจะนำผลเสียหายสู่หน่วยงาน สิ่งที่ผู้บริหารผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ควรตระหนัก ในการตั้งงบประมาณอีกประการหนึ่งคือ อุปกรณ์ทั้งเพื่อในการผลิตสื่อและใช้ในการเผยแพร่สื่อ นั้นราคามักจะเพิ่มขึ้นเสมอตามภาวะเศรษฐกิจของโลกที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน ฉะนั้น การตั้งวงเงินงบประมาณไว้ล่วงหน้าเป็นปีจะต้อง ระวังด้วย การเพิ่มราคาเพื่อไว้จากราคาในปัจจุบันตั้งแต่อัตราร้อยละ 10-20

ขั้นตอนที่ผู้บริหารการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ควรนำมาวิเคราะห์ในการจัดทำงบประมาณมี 7 ประการด้วยกัน ได้แก่

1. พิจารณาเสนอ ให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการคัดเลือก และประเมินค่าวัสดุอุปกรณ์การผลิต และการเผยแพร่ที่มีอยู่แล้ว ทั้งในแง่คุณภาพและประสิทธิภาพของอุปกรณ์เหล่านั้น ว่าชนิดที่พื้นสภาพการใช้งานที่จำเป็นจะต้องจัดหาทดแทนและจัดหาเพิ่มเติม
2. ศึกษาและโครงการในอนาคตของหน่วยงานว่า จะต้องใช้วัสดุ และอุปกรณ์ ทั้งการผลิต และเผยแพร่สื่อเพิ่มเติมอะไรบ้าง ทั้งโครงการระยะสั้น และโครงการระยะยาวโดยพิจารณาถึงปริมาณงานให้สัมพันธ์กับกำลังคนและกำลังเงิน
3. ต้องศึกษาถึงกำลังงบประมาณที่จะได้รับในครั้งสุดท้าย หลังจากการตั้งงบประมาณและการได้รับเพิ่ม การถูกตัด จากผู้มีอำนาจหน่วยเหนือแล้ว
4. ศึกษาระเบียบปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดทำงบประมาณประเภทต่างๆ เช่น ประเภทวัสดุสิ้นเปลือง ประเภทครุภัณฑ์ ประเภทต่างใช้สอย เป็นต้น
5. จัดทำรายงานวัสดุสิ้นเปลือง ครุภัณฑ์ และอื่นๆ ที่ต้องการ โดยแยกประเภทและความจำเป็นตามลำดับก่อนหลัง
6. จัดตั้งคณะกรรมการรายละเอียดลักษณะของเครื่องมือ และอุปกรณ์ (Specification) ตามที่เรียกย่อว่า Spec ตลอดจนการสืบราคาวัสดุและครุภัณฑ์ที่ต้องการอย่างไม่เป็นทางการจากบริษัทห้างร้านต่างๆ

7. จัดทำบัญชีรายละเอียดของวัสดุและครุภัณฑ์ที่จะสั่งซื้อตามราคาที่ได้มาโดยไม่เป็นทางการ แต่ให้อยู่ในวงเงินตามงบประมาณที่ตั้งไว้ แล้วดำเนินการจัดหาวัสดุอุปกรณ์

2.2 เทคโนโลยีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

ในที่นี้กล่าวคือ ซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการปฏิบัติงานในด้านการออกแบบและจัดวาง ได้แก่

2.2.1 Adobe Photoshop

เป็นโปรแกรมประยุกต์ที่มีความสามารถในการจัดการแก้ไขและตกแต่งรูปภาพ (photo editing and retouching) แบบแรสเตอร์ ผลิตโดยบริษัทอะโดบีซิสเต็มส์ ซึ่งผลิตโปรแกรมด้านการพิมพ์อีกหลายตัวที่ได้รับความนิยม

โปรแกรมโฟโตชอปเป็นโปรแกรมที่มีความสามารถเย็บได้หลายรอบในการจัดการไฟล์ข้อมูลรูปภาพที่มีประสิทธิภาพ การทำงานกับไฟล์ข้อมูลรูปภาพของโฟโตชอปนั้น ส่วนใหญ่จะทำงานกับไฟล์ข้อมูลรูปภาพที่จัดเก็บข้อมูลรูปภาพแบบ Raster โฟโตชอปสามารถใช้ในการตกแต่งภาพได้หลากหลาย เช่น ลบตาแดง, ลบรอยแตกของภาพ, ปรับแก้สี, เพิ่มสีและแสง หรือการใส่เอฟเฟกต์ให้กับรูป เช่น ทำภาพสีซีเปีย, การทำภาพโมเซค, การสร้างภาพพาโนรามาจากภาพหลายภาพต่อกัน นอกจากนี้ยังใช้ได้ในการตัดต่อภาพ และการซ่อนฉากหลังเข้ากับภาพ

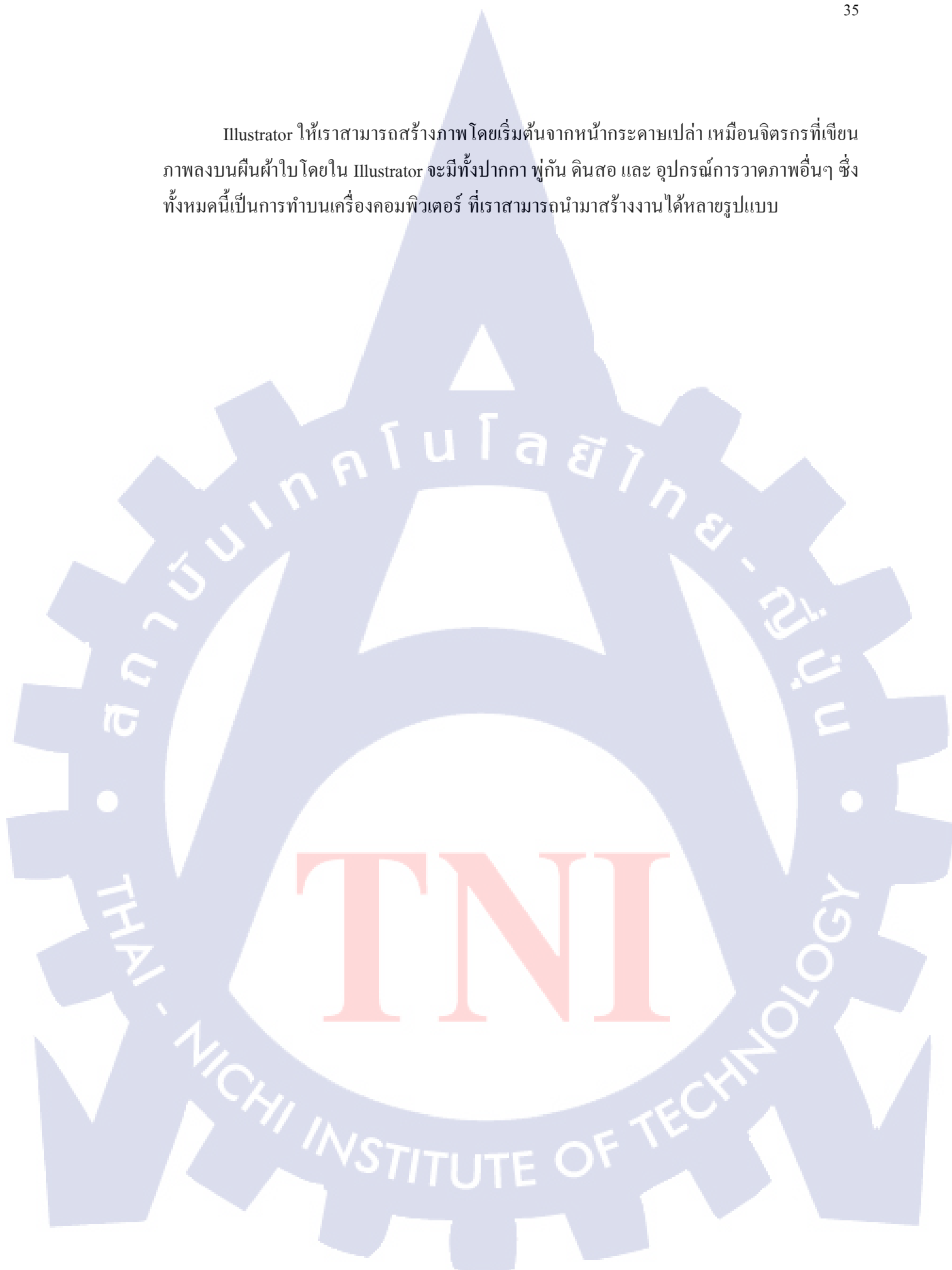
โฟโตชอปสามารถทำงานกับระบบสี RGB, CMYK, Lab และ Grayscale และสามารถจัดการกับไฟล์รูปภาพที่สำคัญได้ เช่น ไฟล์นามสกุล JPG, GIF, PNG, TIF, TGA โดยไฟล์ที่โฟโตชอปจัดเก็บในรูปแบบเฉพาะของตัวโปรแกรมเอง จะใช้นามสกุลของไฟล์ว่า PSD จะสามารถจัดเก็บคุณลักษณะพิเศษของไฟล์ที่เป็นของโฟโตชอป เช่น เลเยอร์, ชันแนล, โหมดสี รวมทั้งสไลส์ ได้ครบถ้วน

2.2.2 Adobe Illustrator

เป็นโปรแกรมวาดภาพกราฟิกแบบเวกเตอร์ ซึ่งพัฒนาโดยบริษัทอะโดบีซิสเต็มส์ รุ่นแรกจัดทำขึ้นในปี ค.ศ. 1986 เพื่อใช้งานกับเครื่องแมคอินทอช และได้พัฒนารุ่นที่ 2 ออกมาให้ใช้งานได้กับวินโดวส์ ซึ่งได้รับความนิยมพึงพอใจ และการตอบรับที่ดีจากผู้ใช้เป็นจำนวนมาก

Illustrator เป็นโปรแกรมที่ใช้ในการวาดภาพที่มีลักษณะเป็นลายเส้น หรือ เวกเตอร์ และยังสามารถรวมภาพกราฟิกทั้งแบบเวกเตอร์ (Vector) และบิตแมพ (Bitmap) เข้าด้วยกัน ให้เป็นงานกราฟิกที่มีทั้งภาพเป็นเส้นที่คมชัดและมีเอฟเฟกต์สีอันสวยงาม

Illustrator ให้เราสามารถสร้างภาพโดยเริ่มต้นจากหน้ากระดาษเปล่า เหมือนจิตรกรที่เขียนภาพลงบนผืนผ้าใบ โดยใน Illustrator จะมีทั้งปากกา พู่กัน ดินสอ และ อุปกรณ์การวาดภาพอื่นๆ ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นการทำบนเครื่องคอมพิวเตอร์ ที่เราสามารถนำมาสร้างงานได้หลายรูปแบบ



บทที่ 3

แผนงานการปฏิบัติงานและขั้นตอนการดำเนินงาน

3.1 แผนงานการปฏิบัติงาน

ตารางที่ 3.1 แผนปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

หัวข้องาน	เดือนที่ 1	เดือนที่ 2	เดือนที่ 3	เดือนที่ 4
ค้นคว้า แก้ไข ปรับปรุง บทภาพยนตร์	■	■	■	■
การจัดการสินค้า DVD ของบริษัท	■	■	■	■
ออกแบบและจัดทำ โปสเตอร์ภาพยนตร์	■	■	■	■
ออกแบบการฝึกสำหรับองค์กร	■	■	■	■
Workshop นักแสดง	■	■	■	■
Blocking Location	■	■	■	■
ประชุมกองถ่ายทำภาพยนตร์	■	■	■	■
กำกับกองถ่ายทำโปสเตอร์ภาพยนตร์	■	■	■	■
เป็นผู้ช่วยกำกับภาพยนตร์ในกองถ่าย	■	■	■	■

3.1.1 ตัวอย่างผลงานบางส่วนระหว่างการปฏิบัติสหกิจศึกษา

ภาพผลงานในการปฏิบัติหน้าที่กราฟิกดีไซน์เนอร์



ภาพที่ 3.1 งานออกแบบนามบัตรให้กับพนักงานในองค์กร



ภาพที่ 3.2 งานออกแบบโปรโมท DVD ภาพยนตร์ของบริษัท
เรื่อง “PRESENT PERFECT”



ภาพที่ 3.3 งานออกแบบประกาศจับฉลากผู้โชคดีจากรายชื่อผู้สั่งจอง
DVD ภาพยนตร์ของบริษัท

**ประกาศผลผู้โชคดี ร่วมรับประทานอาหารเย็นกับ
นักแสดง และ ผู้กำกับ จากภาพยนตร์เรื่อง PRESENT PERFECT**
——— แล้วนี่...ก็ดีแล้ว ———
PRESENT PERFECT

1. Pun Pun
2. Han Uthasakul
3. Niti Noenpha
4. Nakin Rachatasuwan
5. Prince Pascal Hua'Hin
6. คุณสมสุข ตูลารักษ์

แล้วพบกับ
📍 **ร้านคุโรดะ เอกมัย**
วันที่ 27 กรกฎาคม 2560
เวลา 18.00 น.





ภาพที่ 3.4 งานออกแบบประกาศผลจับฉลากผู้โชคดีจากรายชื่อผู้ส่งจอง
DVD ภาพยนตร์ของบริษัท



บริษัท คอมเมทีฟ โปรดักชั่น จำกัด
บริจาคสิ่งของและทุนการศึกษาให้
โรงเรียนจันทรีเจริญ จ.ฉะเชิงเทรา

ภาพที่ 3.5 งานออกแบบป้ายไวนิลการบริจาคสิ่งของและทุนการศึกษาให้กับโรงเรียน

THE PRESENTATION

...โปรเจกต์ร้ายกับ "ชายคนนั้น"

ภาพที่ 3.6 ออกแบบโลโก้ภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น”
รูปแบบทางการ

THE PRESENTATION

โปรเจกต์ร้ายกับ "ชายคนนั้น"

ภาพที่ 3.7 ออกแบบโลโก้ภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น”
รูปแบบไทย



ภาพที่ 3.8 งานออกแบบเสื้อยืดจากภาพยนตร์ของบริษัท



ภาพที่ 3.9 งานออกแบบโปรไฟล์แผ่นเพลนจากภาพยนตร์ของบริษัท



COMMETIVE
PRODUCTION CO., LTD.

THE PRESENTATION

...โปรเจกต์ร้ายกับ "ชายคนนั้น"

สาบนักศึกษา กับ หนึ่งการกิจ
ที่จะมาสะท้อนคนทั้งประเทศ

เปิดโปงความจริงพร้อมกัน
2018

ภาพที่ 3.10 งานออกแบบโคเวอร์เฟสบุ๊คแฟนเพจภาพยนตร์ของบริษัท



TITLE :

THE PRESENTATION
...โปรเจกต์ร้ายกับ "ชายคนนั้น"

ROLL	SCENE	TAKE	CUT
 เจ็น	 ทอง	 นาก	 เพชร
บวบสรวยเปิดกล้อง		DATE : 3 สิงหาคม 2560	
DIRECTOR : อนุสรณ์ สร้อยสุม			

ผลิตโดย :  COMMETIVE PRODUCTION

ภาพที่ 3.11 งานออกแบบสไลด์บวบสรวยสำหรับพิธีบวบสรวยภาพยนตร์ของบริษัท
เรื่อง "THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น"



ภาพที่ 3.12 งานออกแบบและกำกับโปสเตอร์ภาพยนตร์สั้น
เรื่อง “แค่ได้...#คิดถึง”



ภาพที่ 3.13 งานออกแบบและกำกับโปสเตอร์ภาพยนตร์สั้น
เรื่อง “แค่ได้...#คิดถึง”



ภาพที่ 3.14 งานออกแบบโปสเตอร์ตัวอย่างภาพยนตร์
เรื่อง “TICKET TO THE MOON”

3.1.2 ภาพระหว่างการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

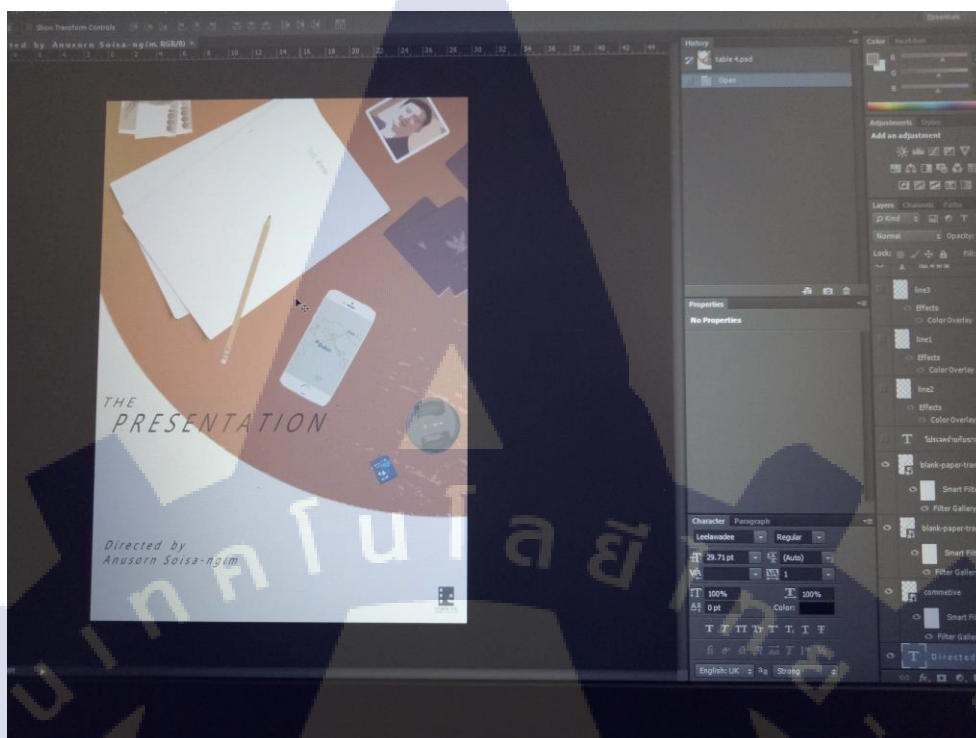
3.1.2.1 ภาพตัวอย่างระหว่างการปฏิบัติงานหน้าที่กราฟิกดีไซน์เนอร์



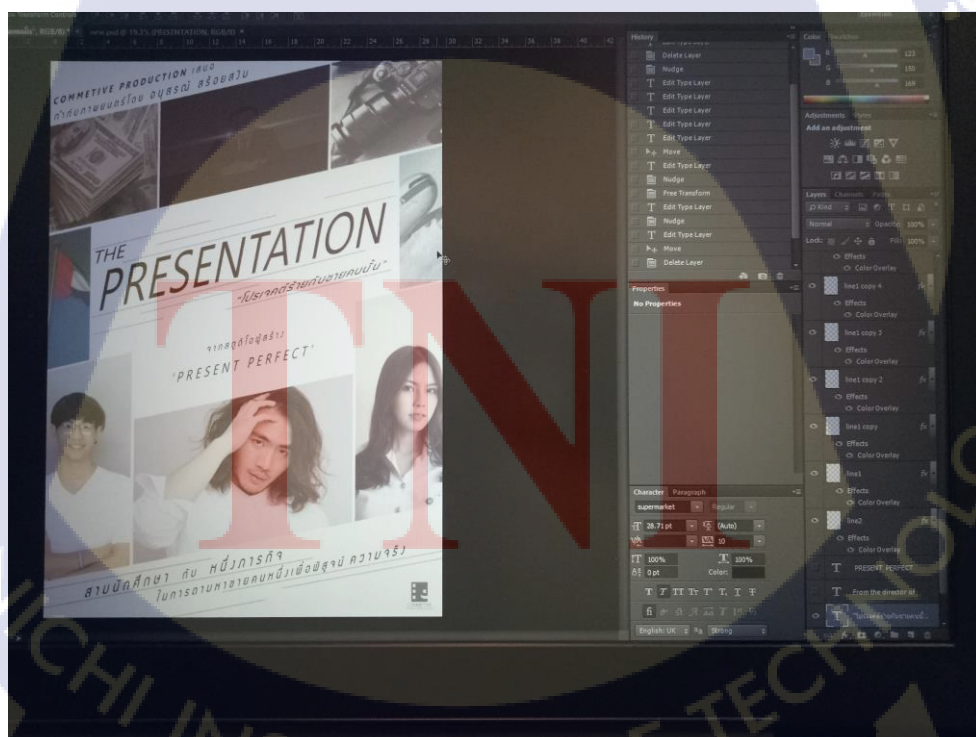
ภาพที่ 3.15 การออกแบบนามบัตรพนักงานบริษัท

TNI

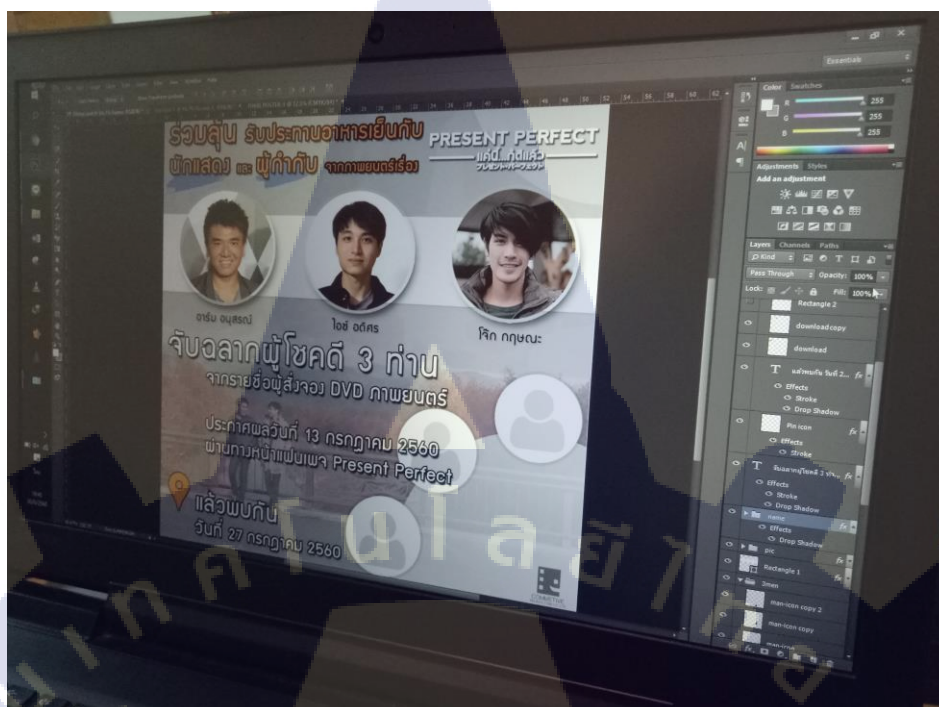
THAI - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY



ภาพที่ 3.16 การออกแบบโปสเตอร์ตัวอย่างของภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”



ภาพที่ 3.17 การออกแบบโปสเตอร์นำเสนอของภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”



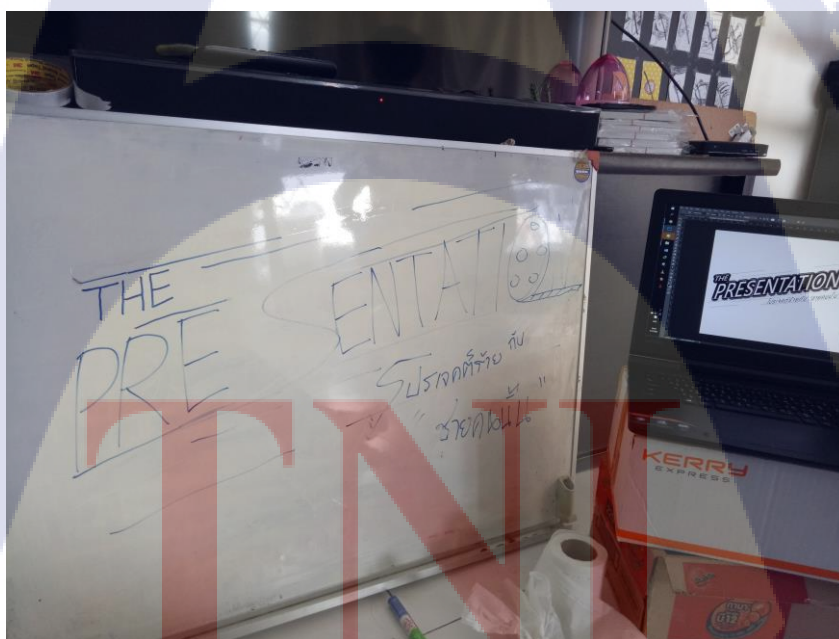
ภาพที่ 3.18 การออกแบบภาพประชาสัมพันธ์จับจลาจลผู้โชคดีจากภาพยนตร์เรื่อง “PRESENT PERFECT”



ภาพที่ 3.19 การออกแบบสเลทบทวนภาพยนตร์ เรื่อง เรื่อง “THE PRESENTATION”



ภาพที่ 3.20 การสเก็ตช์แบบโลโก้ภาพยนตร์ เรื่อง เรื่อง “THE PRESENTATION” แบบ Official

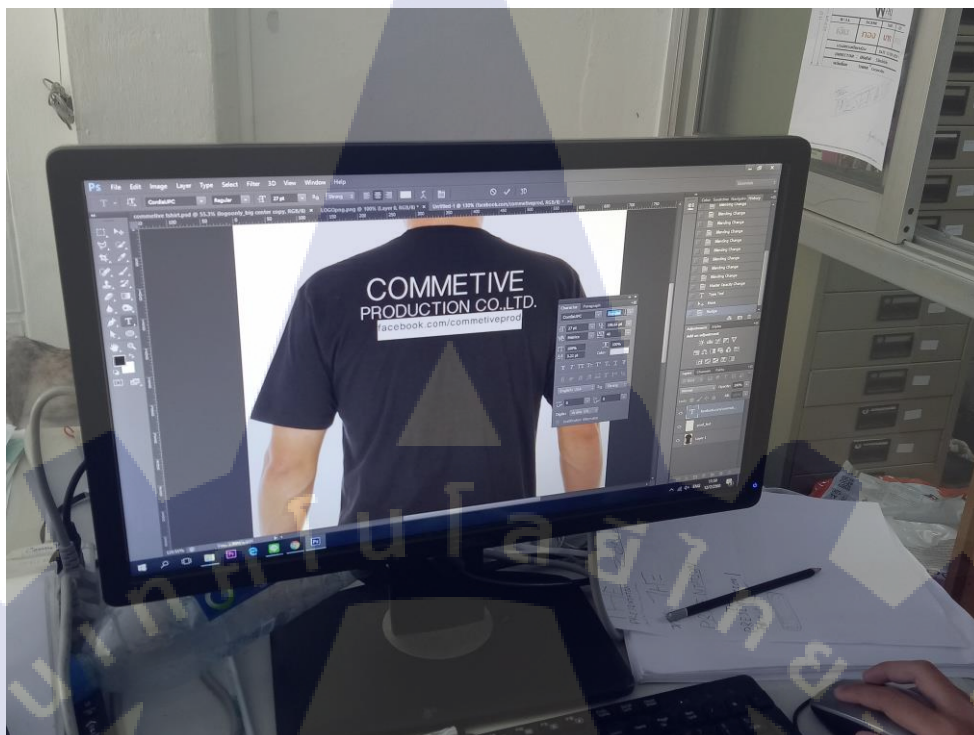


ภาพที่ 3.21 การวาดและออกแบบโลโก้ภาพยนตร์
เรื่อง “THE PRESENTATION” แบบ OFFICIAL

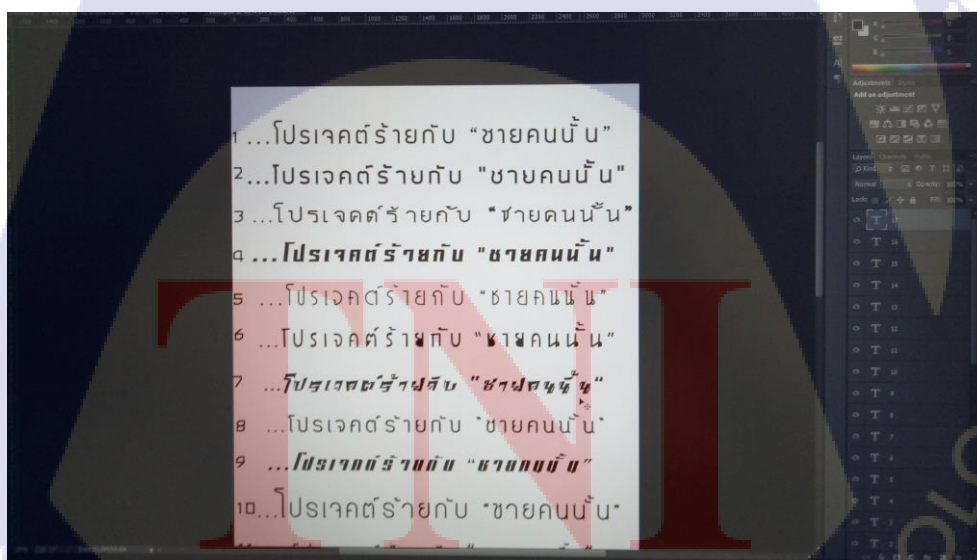


ภาพที่ 3.22 การออกแบบโลโก้ภาพยนตร์ภาพยนตร์
เรื่อง THE PRESENTATION แบบ OFFICIAL

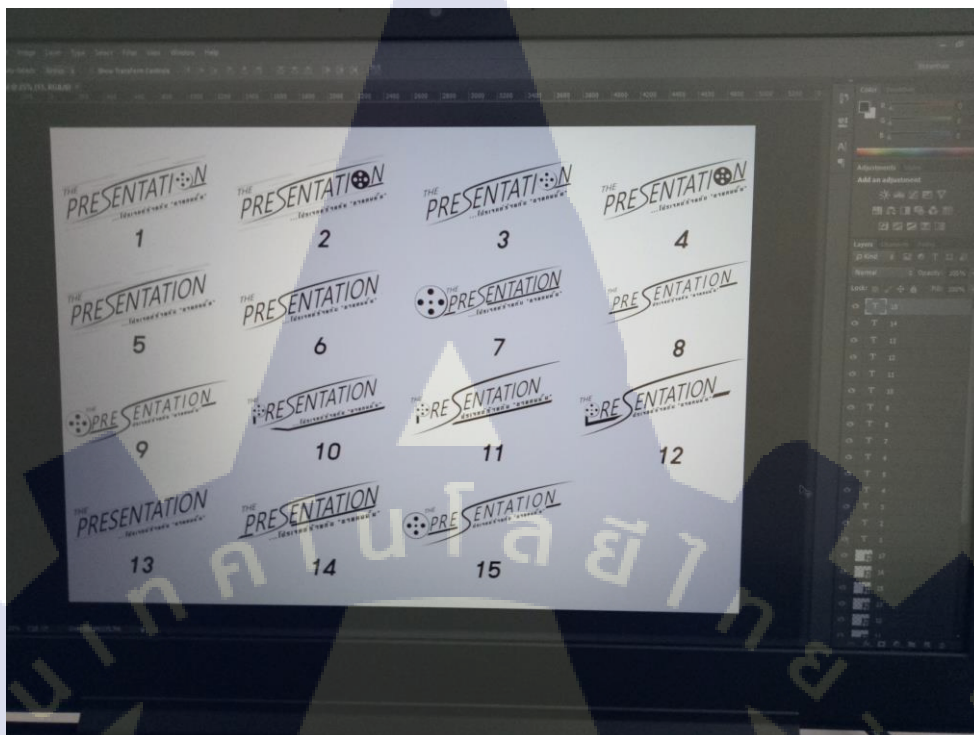
TNI



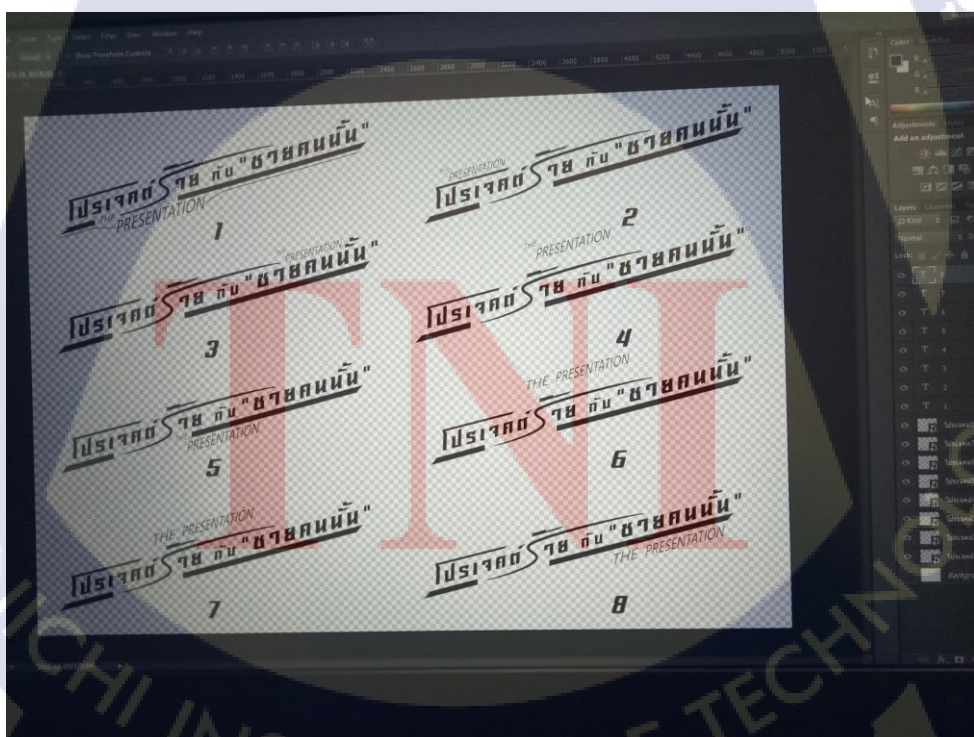
ภาพที่ 3.23 การออกแบบเสื้อยืดทีมงานบริษัท



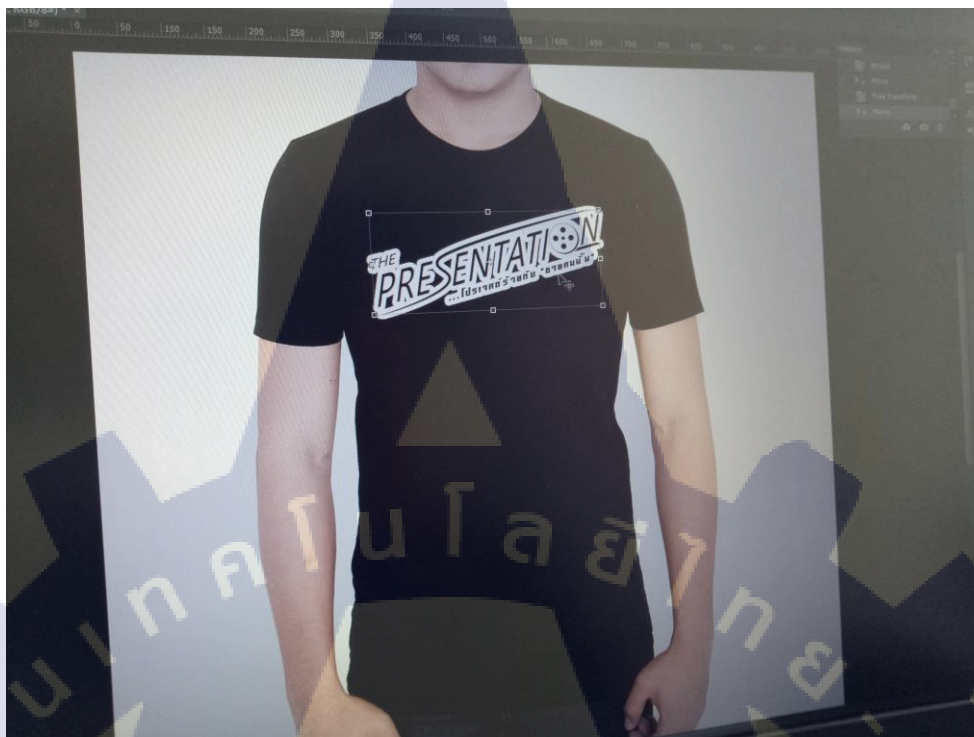
ภาพที่ 3.24 การเลือกรูปแบบและออกแบบฟอนต์ภาษาไทยภาพยนตร์
เรื่อง “THE PRESENTATION”



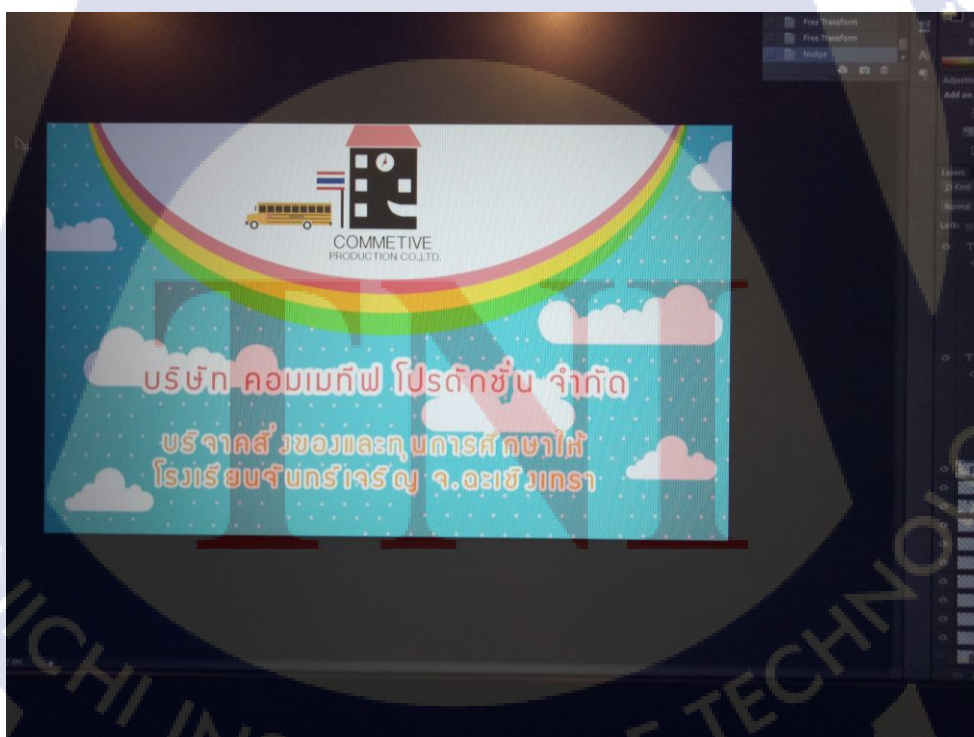
ภาพที่ 3.25 การรวมโลโก้แบบทางการเพื่อนำเสนอภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”



ภาพที่ 3.26 การรวมโลโก้แบบไทยเพื่อนำเสนอภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”



ภาพที่ 3.27 การออกแบบเสื้อยืดจากภาพยนตร์ ภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”



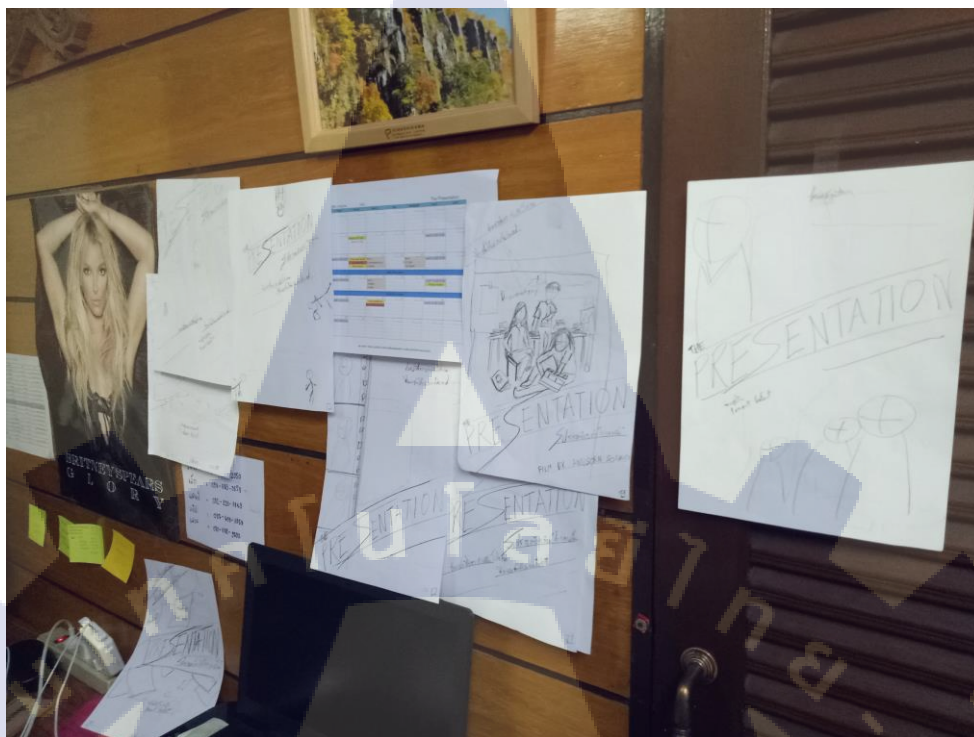
ภาพที่ 3.28 การออกแบบป้ายไว้นิลสำหรับงานบริจาคให้โรงเรียน



ภาพที่ 3.29 การออกแบบโคเวอร์เฟสบุ๊กแฟนเพจจากภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”



ภาพที่ 3.30 การออกแบบและสเก็ทซ์ภาพโปสเตอร์จากภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”

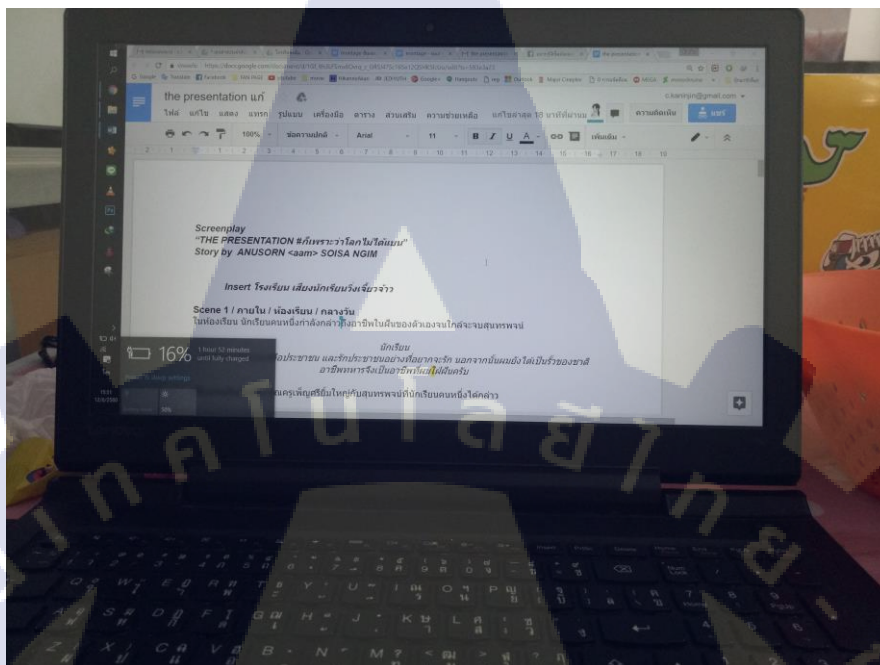


ภาพที่ 3.31 ภาพสเก็ตช์โปสเตอร์จากภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”

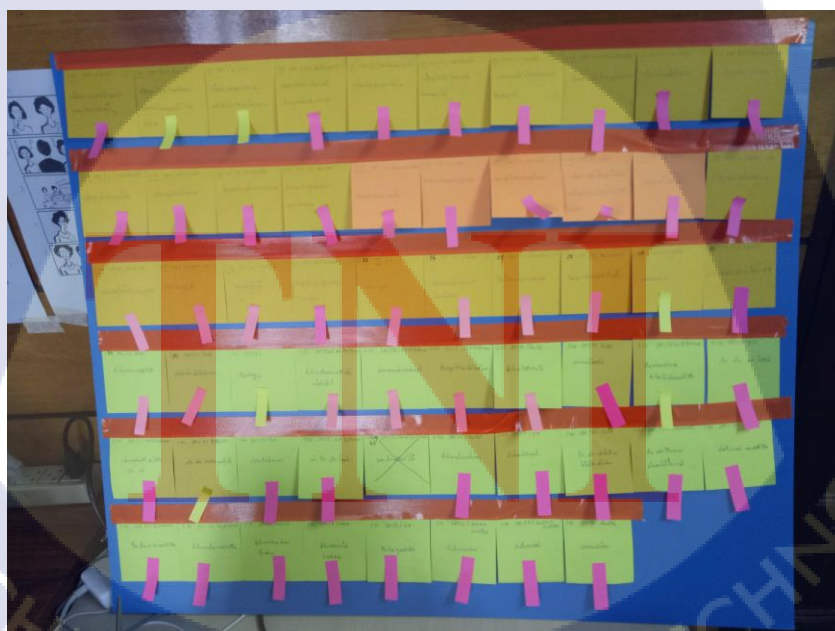


ภาพที่ 3.32 การนำเสนอไอเดียโปสเตอร์จากภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION” กับผู้กำกับ

3.1.2.2 ภาพตัวอย่างระหว่างการทำงานหน้าที่เขียนบทภาพยนตร์



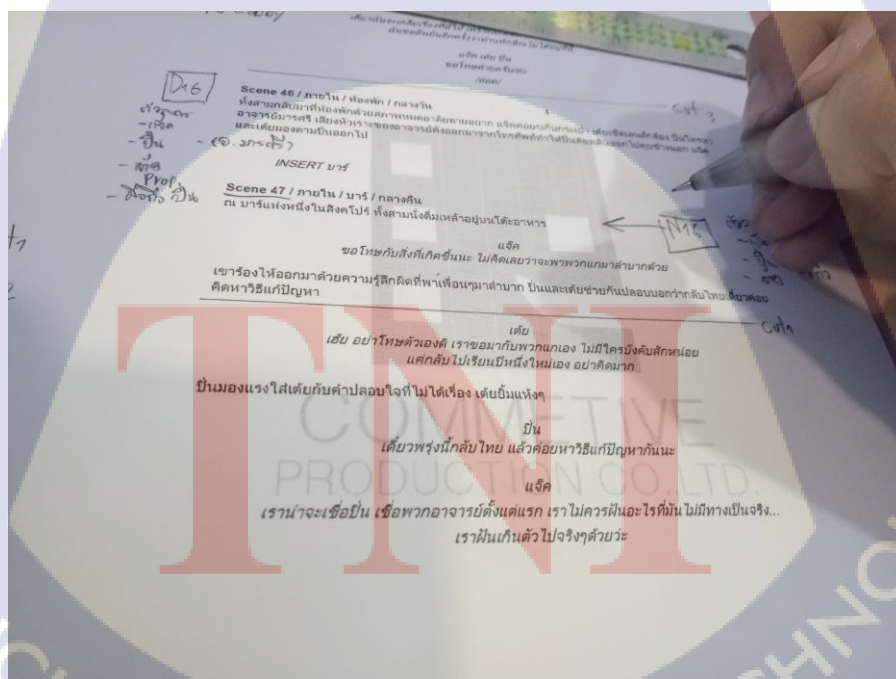
ภาพที่ 3.33 การอ่านและแก้ไขบทภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”



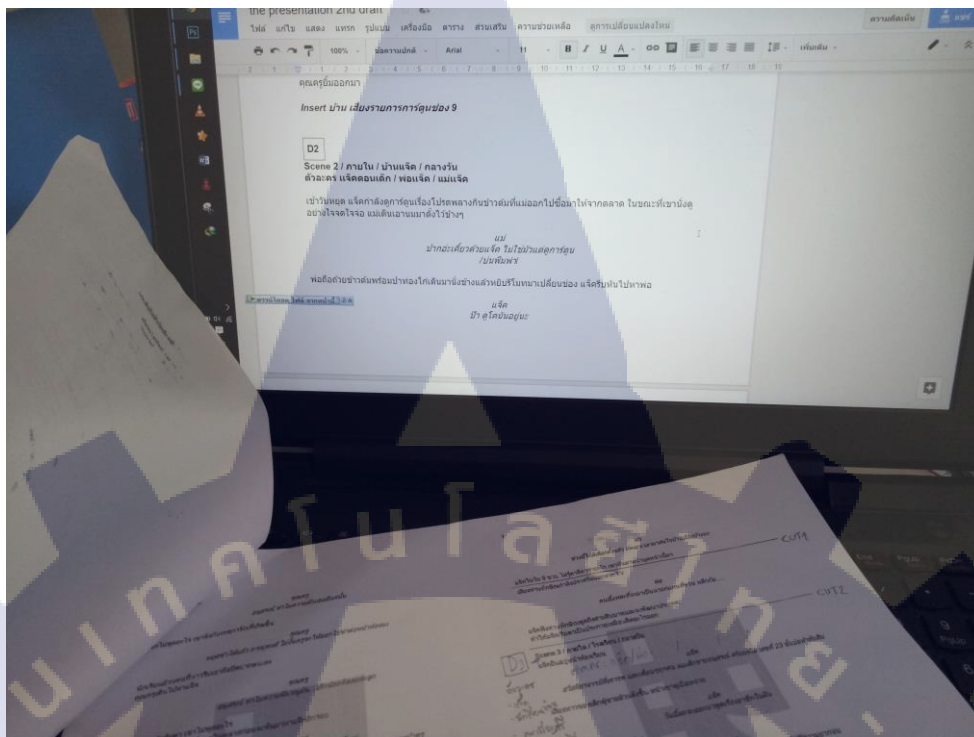
ภาพที่ 3.34 การทำลำดับฉากและเหตุการณ์ตามบทภาพยนตร์
เรื่อง “THE PRESENTATION”



ภาพที่ 3.35 การ read through และแก้ไขบทภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”



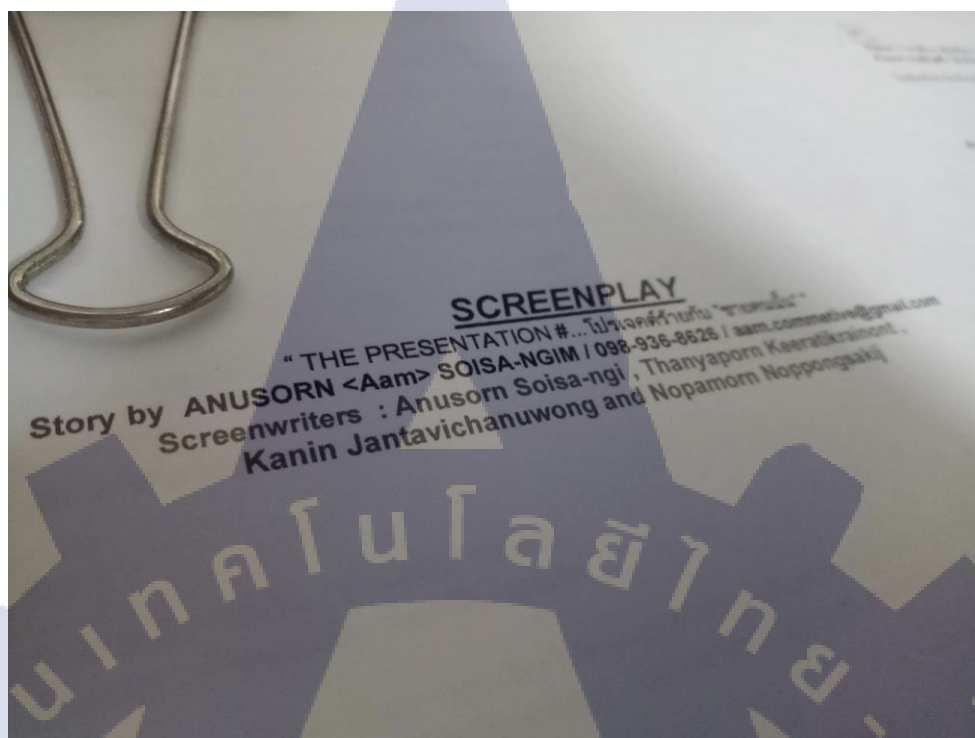
ภาพที่ 3.36 การกำหนดคิวเข้าและกลางคืนตามบทภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”



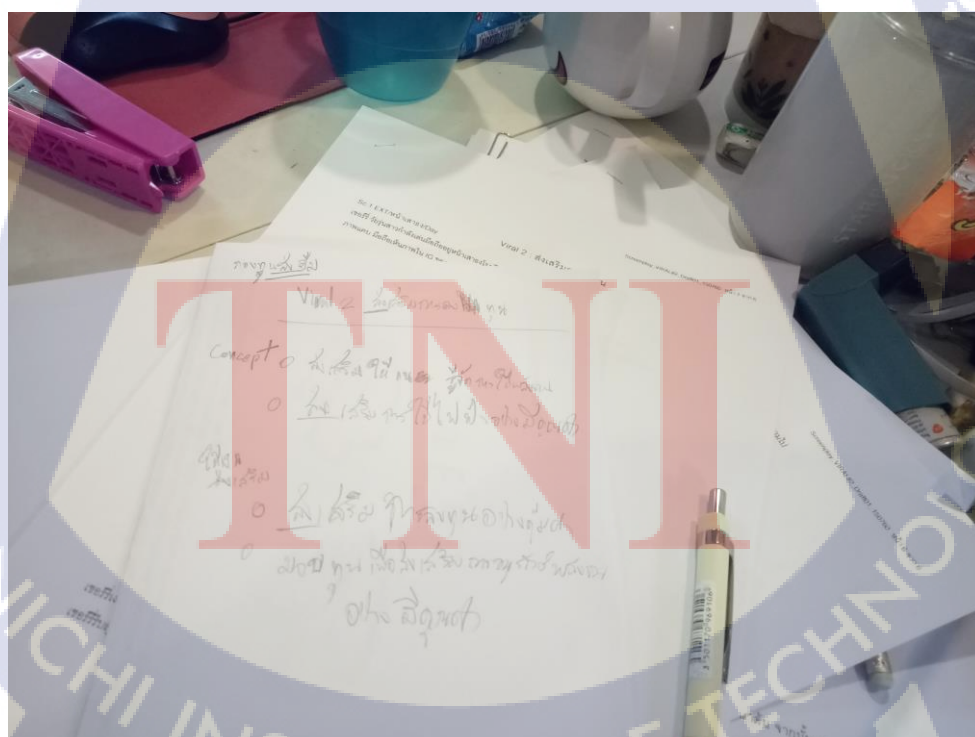
ภาพที่ 3.37 การแก้ไขคิวเข้าและกลางคืนตามบทภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”



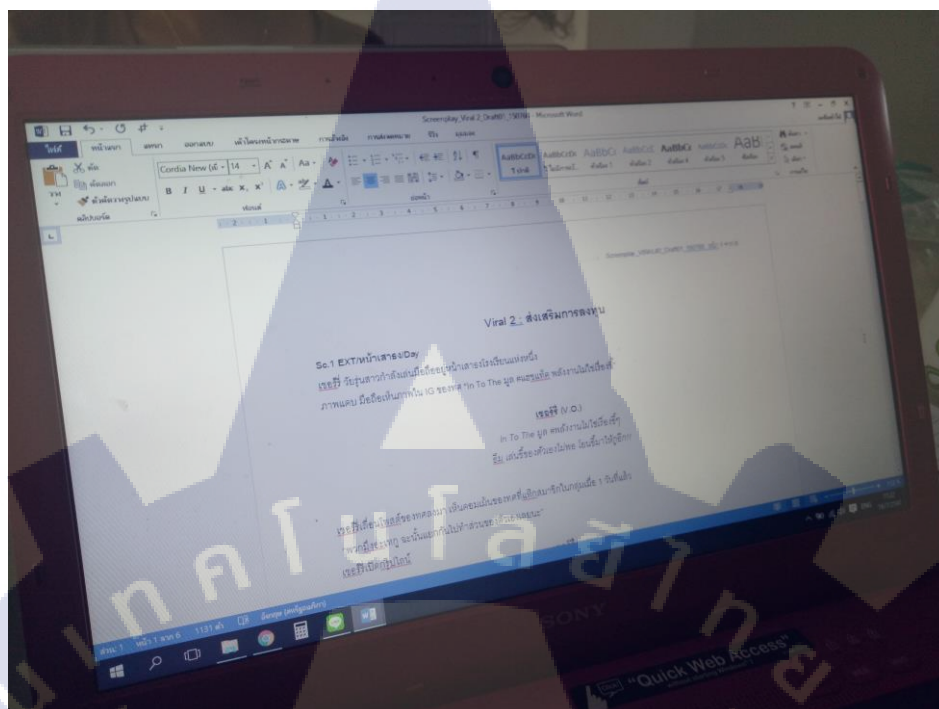
ภาพที่ 3.38 การแก้ไขบทภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION” ตาม Blocking



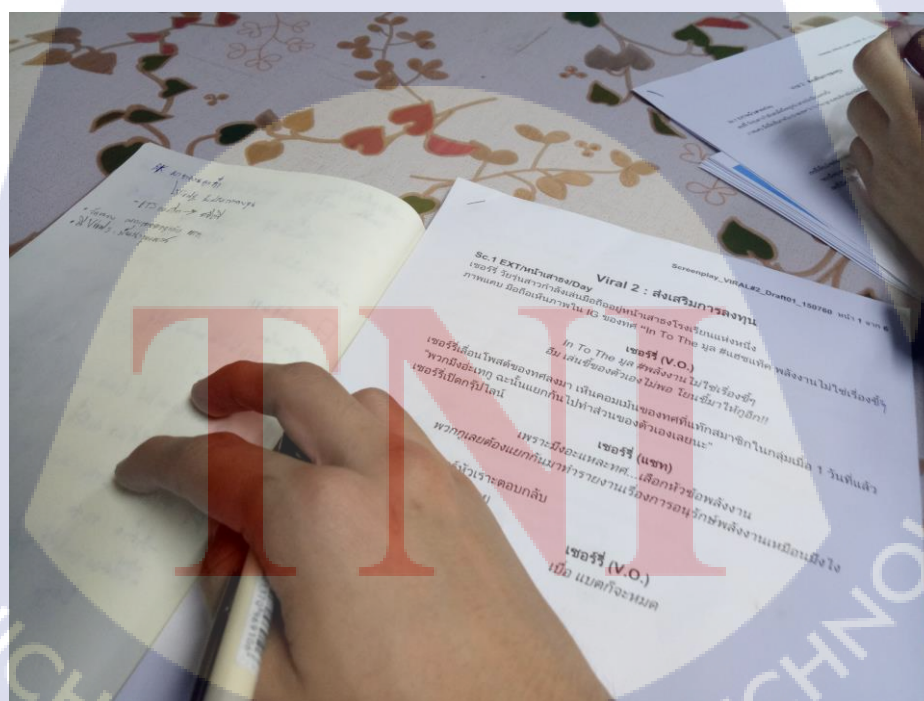
ภาพที่ 3.39 ภาพปกบทภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”



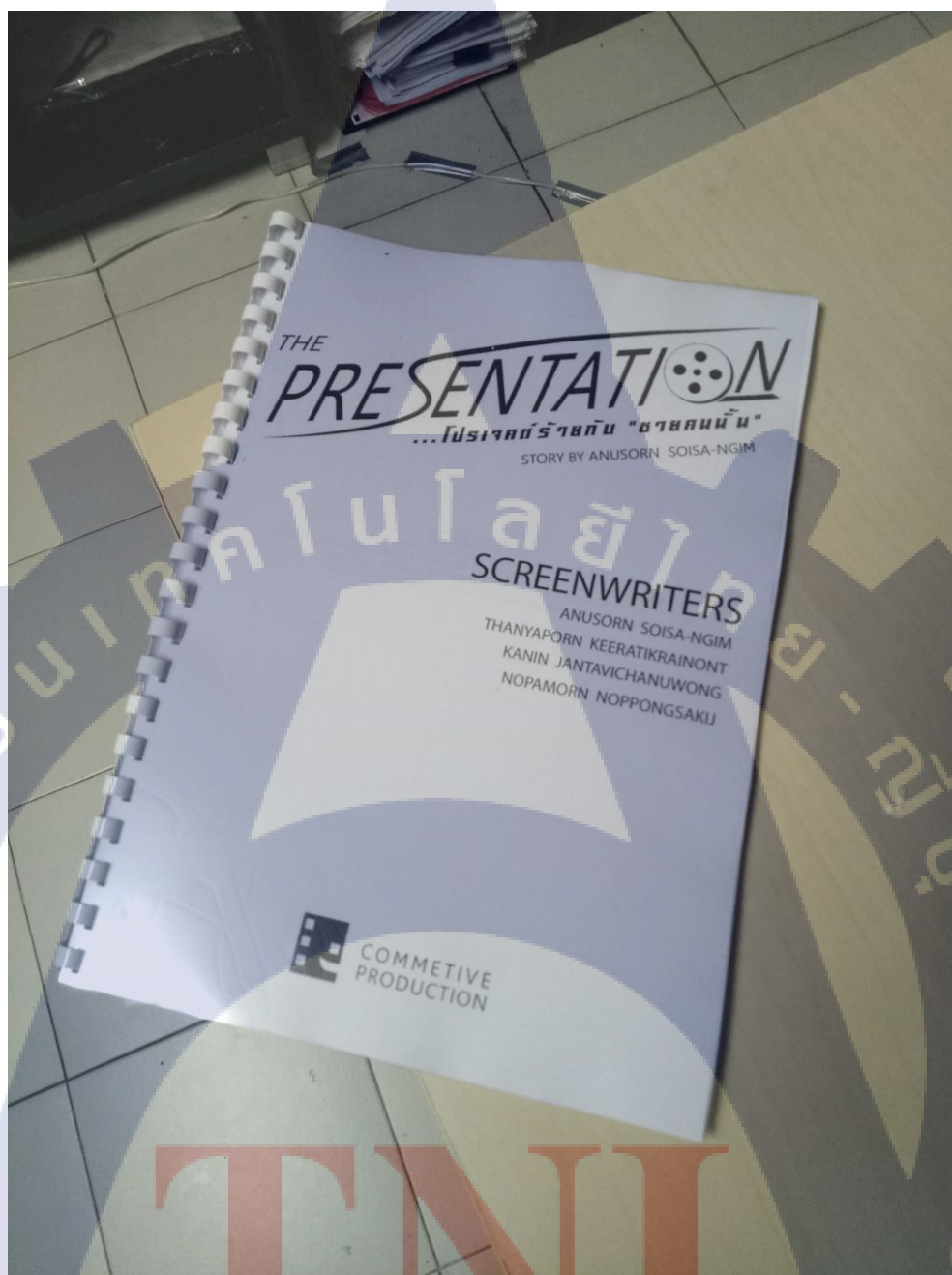
ภาพที่ 3.40 การวางแผนโครงเรื่องโครงงานเรื่อง “กองทุนสร้างฝัน”



ภาพที่ 3.41 การเขียนบทโฆษณาไวรอลของกระทรวงพลังงาน เรื่อง “กองทุนสร้างยิ้ม”



ภาพที่ 3.42 การจดโน้ตเพื่อแก้ไขบทโฆษณาไวรอลของกระทรวงพลังงาน เรื่อง “กองทุนสร้างยิ้ม”



ภาพที่ 3.43 ภาพปกบทภาพยนตร์สำหรับพิธีบวงสรวงภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”

3.1.2.3 ภาพตัวอย่างระหว่างการปฏิบัติงานหน้าที่ผู้ช่วยกำกับภาพยนตร์ในกองถ่ายทำภาพยนตร์



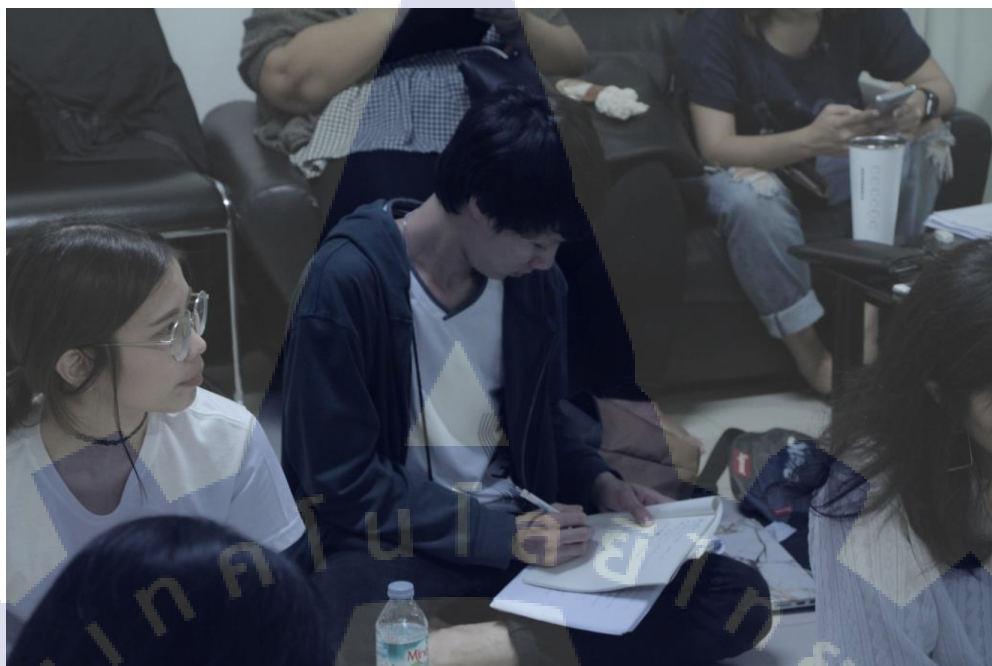
ภาพที่ 3.44 การ blocking นักแสดงภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”



ภาพที่ 3.45 การอ่านทวนบทภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION” ในกองถ่าย



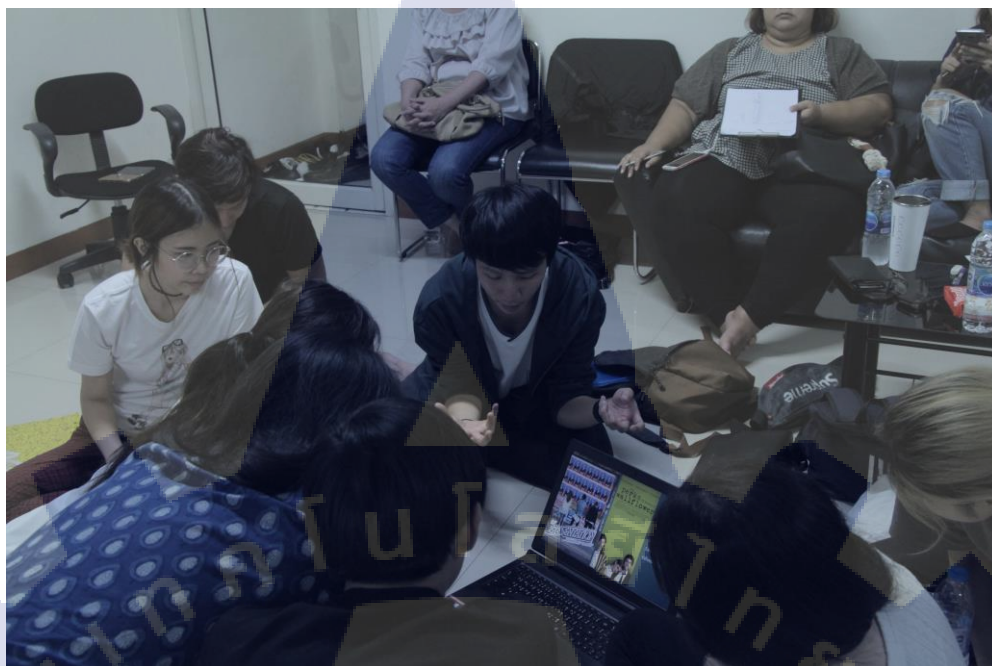
ภาพที่ 3.46 การเข้าร่วมการปรับคณีนักแสดง เรื่อง “THE PRESENTATION”



ภาพที่ 3.47 การจดบันทึกผลการปรับคณีนักแสดง เรื่อง “THE PRESENTATION”



ภาพที่ 3.48 การทวนบทและแก้ไขในการปรับคณีนักแสดง เรื่อง “THE PRESENTATION”



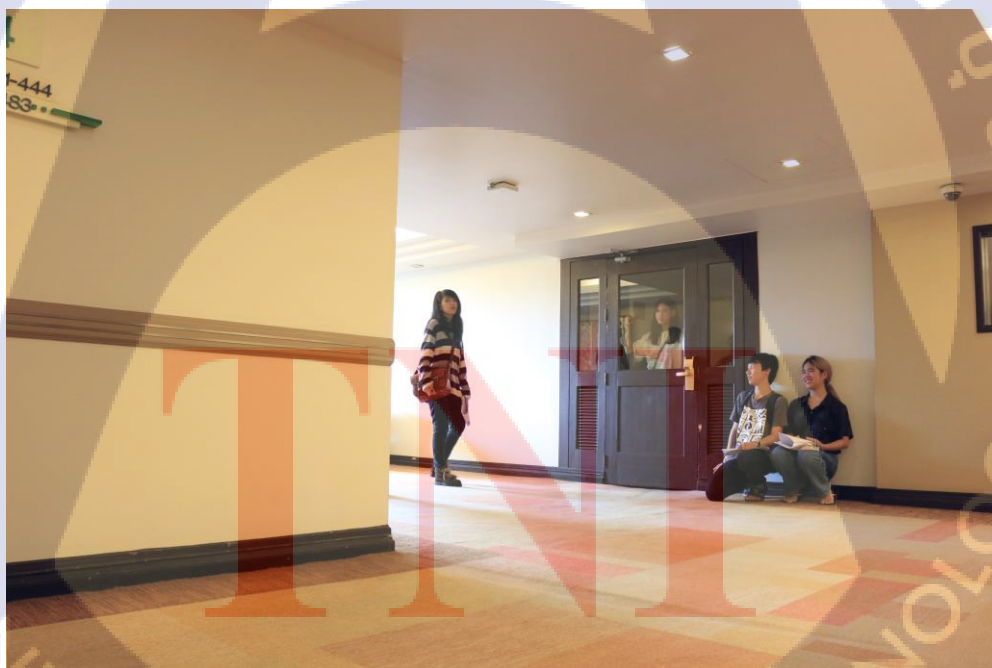
ภาพที่ 3.49 การนำเสนอรูปแบบของโปสเตอร์แก่นักแสดง



ภาพที่ 3.50 การช่วยให้คิวและกำกับนักแสดง เรื่อง “THE PRESENTATION”



ภาพที่ 3.51 การสนทนากับผู้กำกับเรื่องการถ่ายทำภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”



ภาพที่ 3.52 การ blocking action scene ภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”



ภาพที่ 3.53 การ blocking ภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”



ภาพที่ 3.54 การ blocking ภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”



ภาพที่ 3.55 การซ้อมการแสดงของนักแสดงภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”



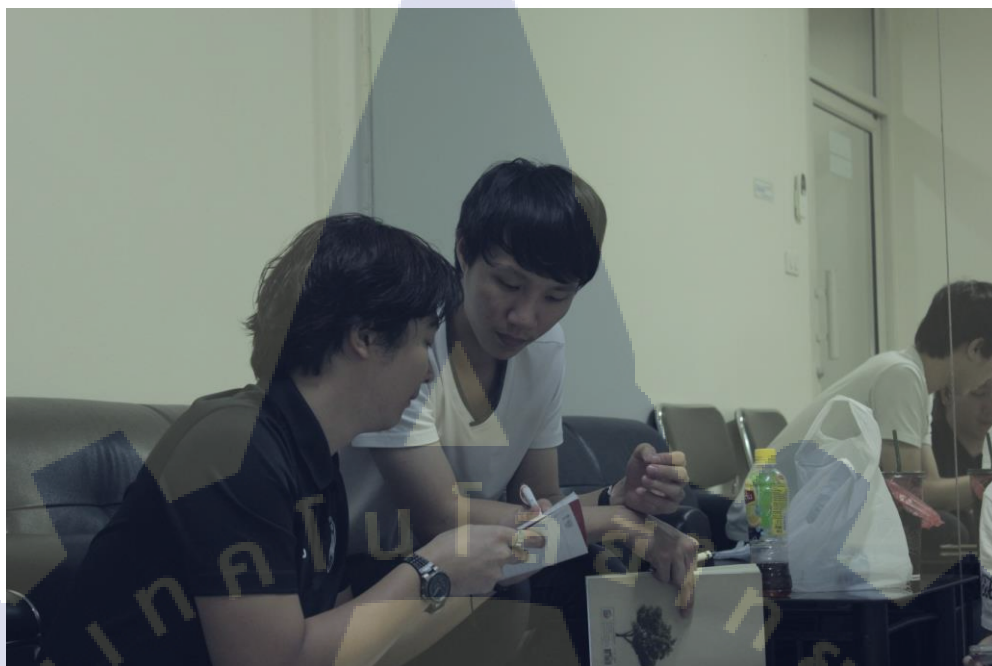
ภาพที่ 3.56 การตอบทภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”



ภาพที่ 3.57 การเล่นเป็นนักแสดงตัวแทนในการซ้อมภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”



ภาพที่ 3.58 การตอบทและซ้อมการแสดงภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”



ภาพที่ 3.59 การแก้ไขบทและเช็คซ้อมการแสดงภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”



ภาพที่ 3.60 การซ้อมการแสดงภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”



ภาพที่ 3.61 ภาพป้ายนำทางในการแคสต์ภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”
(ชื่อสมมติ NO DESTINATION)



ภาพที่ 3.62 ภาพสตูดิโอในการแคสต์ภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”



ภาพที่ 3.63 บรรยากาศภายในสตูดิโอในการแคสติ้งภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”



ภาพที่ 3.64 การปรับเมื่อนักแสดงภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”



ภาพที่ 3.65 การปรับเมื่อนักแสดงภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”



ภาพที่ 3.66 การปรับเกมนักแสดงภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”



ภาพที่ 3.67 การทำบอร์ดถ่ายทำสำหรับภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”



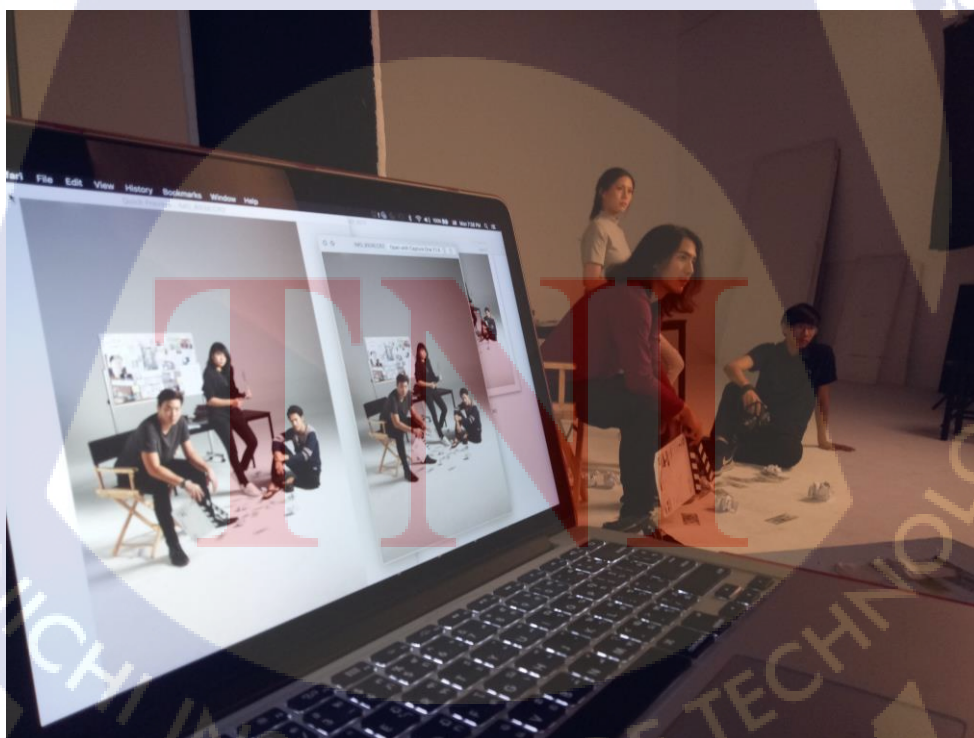
ภาพที่ 3.68 ผู้กำกับกำลังกำกับการซ้อมการแสดงภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”



ภาพที่ 3.69 การถ่ายโปสเตอร์ภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”



ภาพที่ 3.70 การถ่ายโปสเตอร์ภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”



ภาพที่ 3.71 การถ่ายโปสเตอร์ภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”



ภาพที่ 3.72 บรรยากาศในกองถ่ายไวรอลของกระทรวงพลังงาน
ในหัวข้อ “กองทุนสร้างยิ้ม”



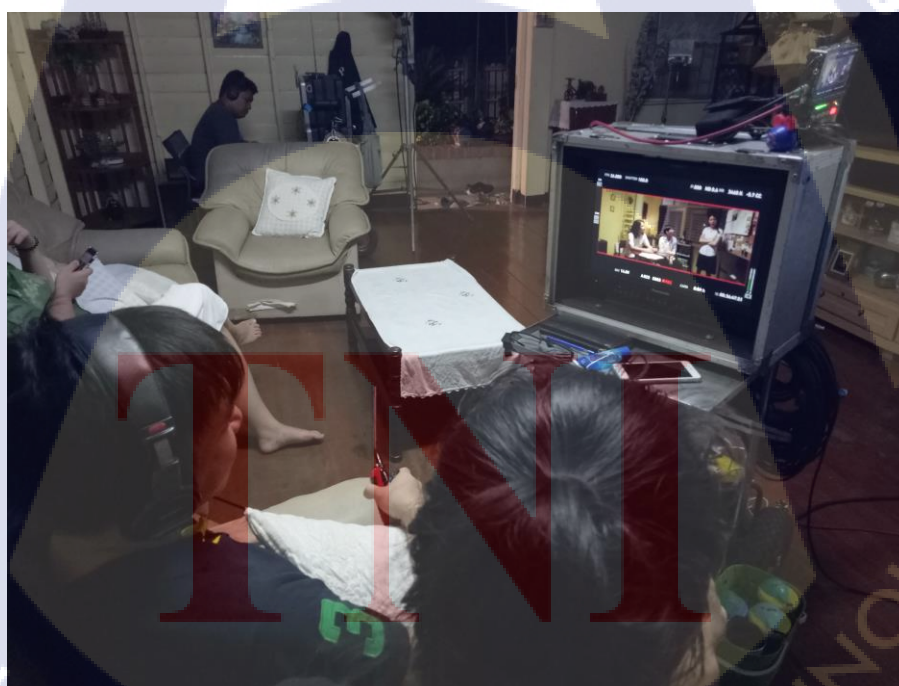
ภาพที่ 3.73 การมอบทุนการศึกษาแก่เด็กนักเรียนในกองถ่ายภาพยนตร์
เรื่อง “THE PRESENTATION” ณ โรงเรียนแห่งหนึ่ง



ภาพที่ 3.74 ภาพมอนิเตอร์และบอร์ดถ่ายทำในกองถ่ายภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”



ภาพที่ 3.75 ภาพการแสดงผลผ่านมอนิเตอร์ในกองถ่ายภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”



ภาพที่ 3.76 ภาพการกำกับแสดงของผู้กำกับผ่านมอนิเตอร์ในกองถ่ายภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”



ภาพที่ 3.77 บรรยากาศหน้าเซตของกองถ่ายภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”



ภาพที่ 3.78 บรรยากาศหน้ามอนิเตอร์ของกองถ่ายภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”



ภาพที่ 3.79 สลัดของภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”

TNI

THAI - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY

3.1.2.4 ภาพตัวอย่างระหว่างการประชุมทีมงานภาพยนตร์



ภาพที่ 3.80 การประชุมทีมทุกฝ่ายของภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”



ภาพที่ 3.81 งานบวงสรวงเปิดกล้องภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”



ภาพที่ 3.82 บรรยายกาสงานบวงสรวงเปิดกล้องภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”



ภาพที่ 3.83 บรรยาการการประชุมทีมงานเปิดกล้องภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”



ภาพที่ 3.84 การประชุมทีมบทภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”



ภาพที่ 3.85 การประชุมทีมงานทุกฝ่ายภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”



ภาพที่ 3.86 การประชุมบทไวรอลของกระทรวงพลังงาน ในหัวข้อ “กองทุนสร้างยิ้ม”



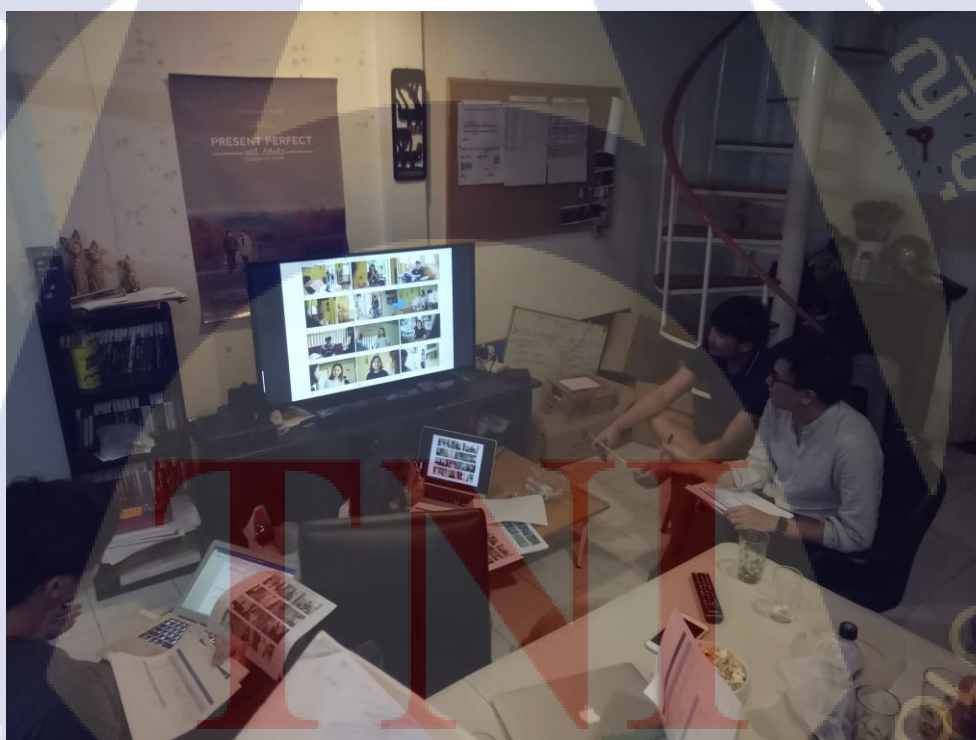
ภาพที่ 3.87 การประชุมไวยอลของกระทรวงพลังงาน ในหัวข้อ “กองทุนสร้างยิ้ม”



ภาพที่ 3.88 การประชุมทีมโปสเตอร์ภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”



ภาพที่ 3.89 การประชุมทีมงานภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”



ภาพที่ 3.90 การประชุม Blockshot ทีมถ่ายภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION”

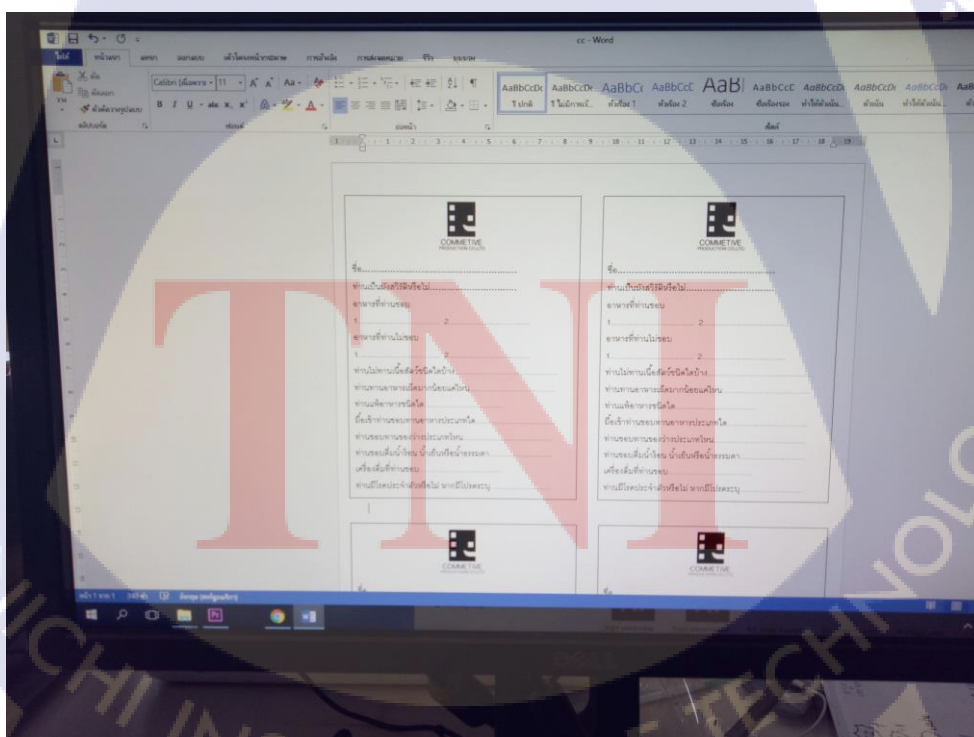
3.1.2.5 ภาพตัวอย่างระหว่างการทำงานออฟฟิศอื่นๆ



ภาพที่ 3.91 การจัดเรียงพัสดุของบริษัทตามรายชื่อลูกค้า



ภาพที่ 3.92 การจัดเรียงรายชื่อลูกค้าและปะเลงซองพัสดุ



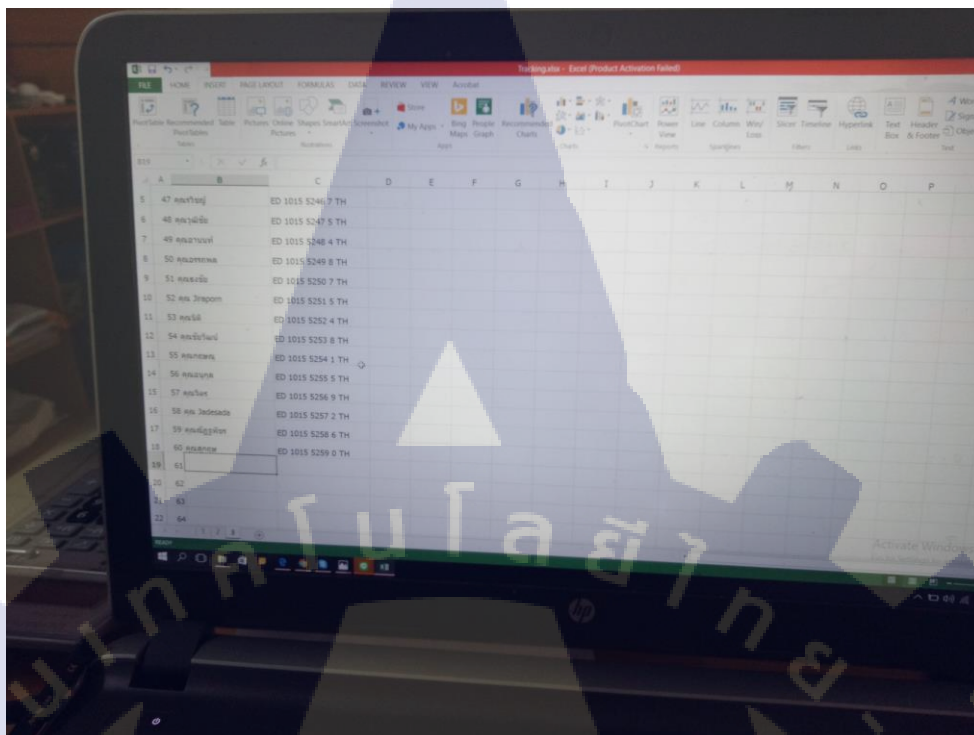
ภาพที่ 3.93 การทำใบรายการจัดเมนูอาหารในกองถ่าย



ภาพที่ 3.94 การจัดใส่พัสดุ DVD ส่งเข้าซองพัสดุ



ภาพที่ 3.95 การจัดส่งพัสดุให้กับลูกค้า



ภาพที่ 3.96 การเรียงรายการส่งพัสดุ

BREAKDOWN THE PRESENTATION (FITTING)
วันจันทร์ที่ 31 กรกฎาคม 2560

No.	Time	นักแสดง	CAST	Set/Costume
1	08.00 - 11.00 น.	นักแสดงจำนวนน้อยในชื่อ SHOOT DEE STUDIO		
2	11.00 - 12.00 น.	นักแสดง		
3	12.00 - 13.00 น.			
4	13.00 - 14.00 น.			
5	14.00 - 15.00 น.			
6	15.00 - 16.00 น.			
7	16.00 - 17.00 น.			
8	17.00 - 18.30 น.			

No.	นักแสดง	รับบท	เวลาถึง	เวลาถึงหน้าเซต	เบอร์โทร
1	ธัม	นักแสดง	07.00 น.	07.50 น.	092-283-2547
2	แพรวพลอย	นักแสดง	07.00 น.	07.50 น.	087-600-1002
3	พีรช	นักแสดง	07.00 น.	07.50 น.	095-252-6544
4	พีรช	นักแสดง	10.00 น.	10.50 น.	082-498-3519
5	พีรช	นักแสดง	10.00 น.	10.50 น.	ไม่มี
6	พีรช	นักแสดง	10.00 น.	10.50 น.	099-923-6591
7	พีรช	นักแสดง	12.00 น.	12.50 น.	ไม่มี
8	พีรช	นักแสดง	12.00 น.	12.50 น.	062-926-2468
9	พีรช	นักแสดง	12.00 น.	12.50 น.	ไม่มี

ภาพที่ 3.97 การจัดการเอกสารคิวถ่ายทำ



ภาพที่ 3.98 การสกรีนแผ่น DVD เพื่อจัดส่งลูกค้า



ภาพที่ 3.99 การจัดหาและซื้อฮาร์ดดิสต์สำหรับจุไฟล์ภาพยนตร์



ภาพที่ 3.100 การทำป้ายสตัฟสำหรับทีมถ่ายทำในกองถ่ายกระทรวงพลังงาน

3.2 รายละเอียดโครงการงาน

ในส่วนของโครงการงานจะเป็นการออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ภาพยนตร์เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น” โดยจะมุ่งเน้นไปที่ผลงานชิ้นหลักคือ โปสเตอร์ ภาพยนตร์ เนื่องจากเป็นงานที่ใช้ความสามารถและความละเอียดในการดำเนินการ อีกทั้งใช้ระยะเวลาาน ดังนั้นจึงถือได้ว่าเป็นงานชิ้นหลักสำคัญของโครงการงานชิ้นนี้และเป็นด่านหน้าของตัวโปรดักภาพยนตร์ โดยงานออกแบบโปสเตอร์นี้จะมีผลต่อความสนใจต่อผู้ชมในการตัดสินใจเข้าชมภาพยนตร์เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น”

3.2.1 กลุ่มเป้าหมาย

สำหรับกลุ่มเป้าหมายของภาพยนตร์เรื่องนี้จะเป็ บุคคลทั่วไปผู้มีความสนใจ เนื่องจากภาพยนตร์เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น” เป็นภาพยนตร์แนว Coming of Age, Political, Criminal และ Suspense โดยบุคคลส่วนมากสามารถเข้าถึงได้

3.2.2 อุปกรณ์ที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

สำหรับนักศึกษาในส่วนของอุปกรณ์ในการปฏิบัติงานจะนับเป็นการใช้ซอฟต์แวร์ในการปฏิบัติงาน หลักๆแบ่งเป็นสองโปรแกรมได้แก่

- **Adobe Photoshop CC**

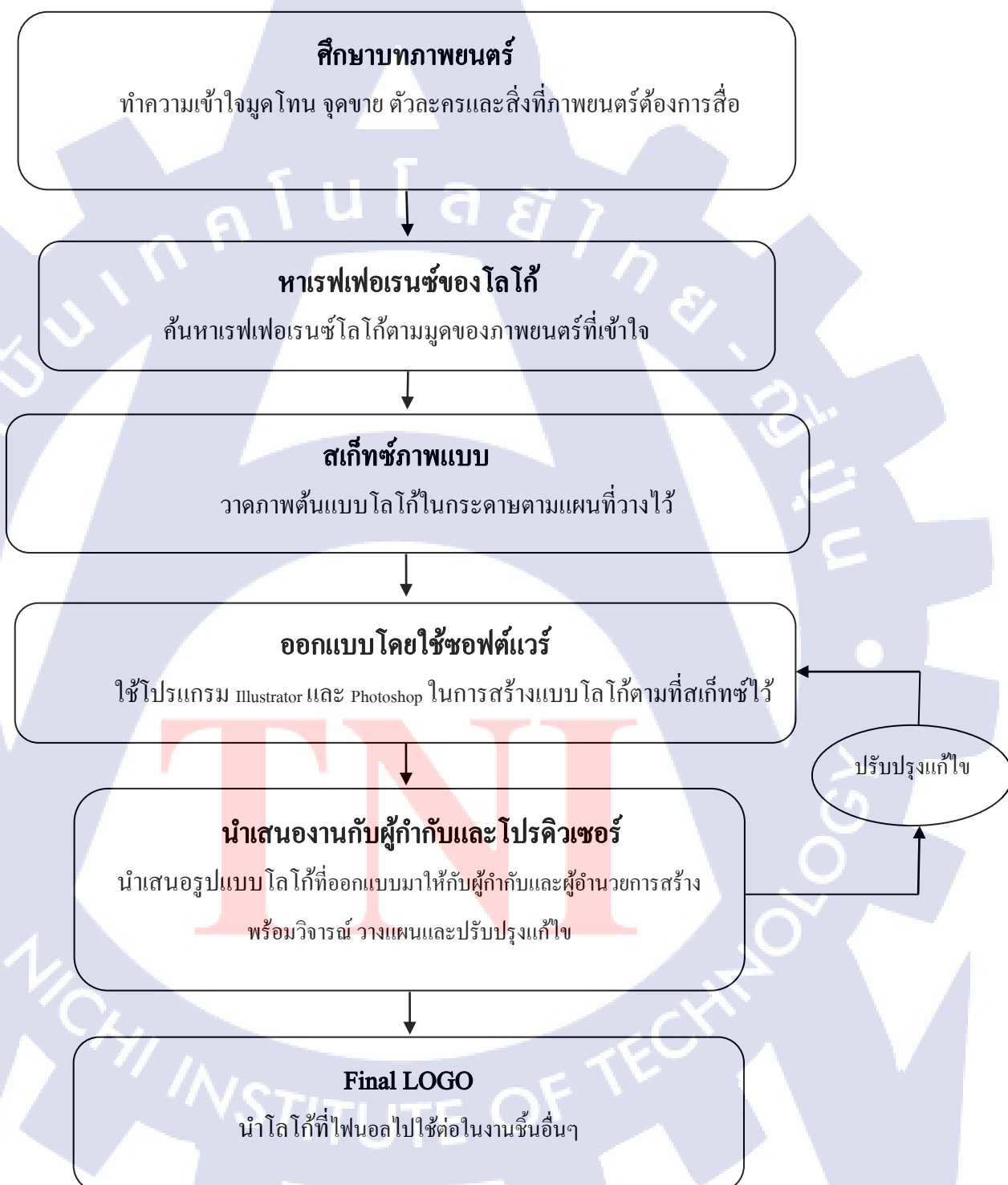
ใช้ในส่วนของการปฏิบัติงานด้านการไค้ดัดตัวละครหรือสิ่งของ ริทซ์สิ่งต่างๆ ปะติดปะต่อกันใหม่ แต่งสีแต่งแสงหรือการเริ่มออกแบบงานกราฟิก เป็นต้น

- **Adobe Illustrator CC**

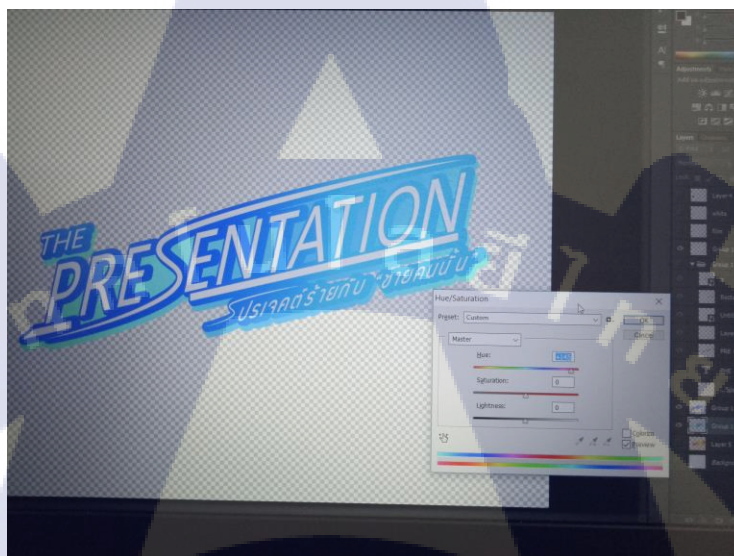
ใช้ในส่วนของการจัดวาง Layout การเอนด์คัตและ Export ไฟล์ อีกทั้งยังใช้ในส่วนกราฟิกที่ต้องใช้การคัดรูปร่าง เป็นต้น

3.3 ขั้นตอนการดำเนินงานที่นักศึกษาปฏิบัติงานหรือโครงการ

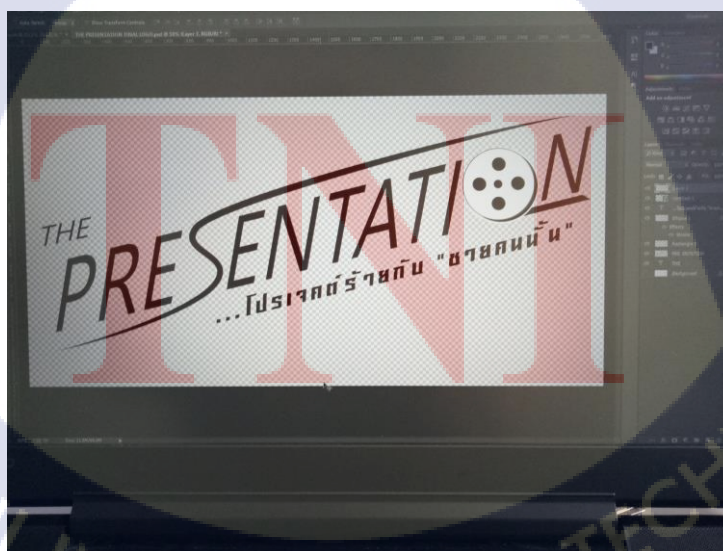
3.3.1 ขั้นตอนการออกแบบ LOGO ภาพยนตร์เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น”



การออกแบบโลโก้ภาพยนตร์เป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งของภาพยนตร์ เนื่องจากตัวโลโก้ภาพยนตร์นั้นเป็นหน้าต่างด้านแรกของภาพยนตร์ที่ผู้ชมจะได้เห็นและสามารถทำให้ผู้ชมสามารถตีความเกี่ยวกับภาพยนตร์ได้จากครั้งแรกที่เห็น หากโลโก้ดีสื่อความและสามารถทำให้รู้ได้ว่าภาพยนตร์เรื่องนี้เป็นมุดไหนๆ นับว่าเป็นความสำเร็จทางการสื่อความ



ภาพที่ 3.101 ตัวอย่างโลโก้ภาพยนตร์แบบ POP-ART
(ไม่ได้นำไปใช้)



ภาพที่ 3.102 ตัวอย่างโลโก้ภาพยนตร์แบบสำเร็จ

3.3.2 ขั้นตอนการออกแบบสไลด์บทบรรณภาพของภาพยนตร์เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น”



พิธีบวงสรวงเป็นพิธีที่สำคัญก่อนการเริ่มเปิดกล้องถ่ายทำ เนื่องจากคนทำหนังจะมีความเชื่อว่าการทำพิธีบวงสรวงเทพเจ้าแห่งศิลปะก่อนการถ่ายทำจะทำให้การถ่ายทำเป็นไปได้อย่างราบรื่น ไม่มีอุปสรรคขวางกั้นและยังทำให้เกิดโชคลาภจากผลงานการถ่ายทำอีกด้วย ทั้งนี้จึงจำเป็นต้องมีเครื่องสักการะบูชา ได้แก่ ดอกไม้ เครื่องอาหาร กล้องถ่ายทำ บทภาพยนตร์สำหรับบวงสรวง และสเลทสำหรับบวงสรวง

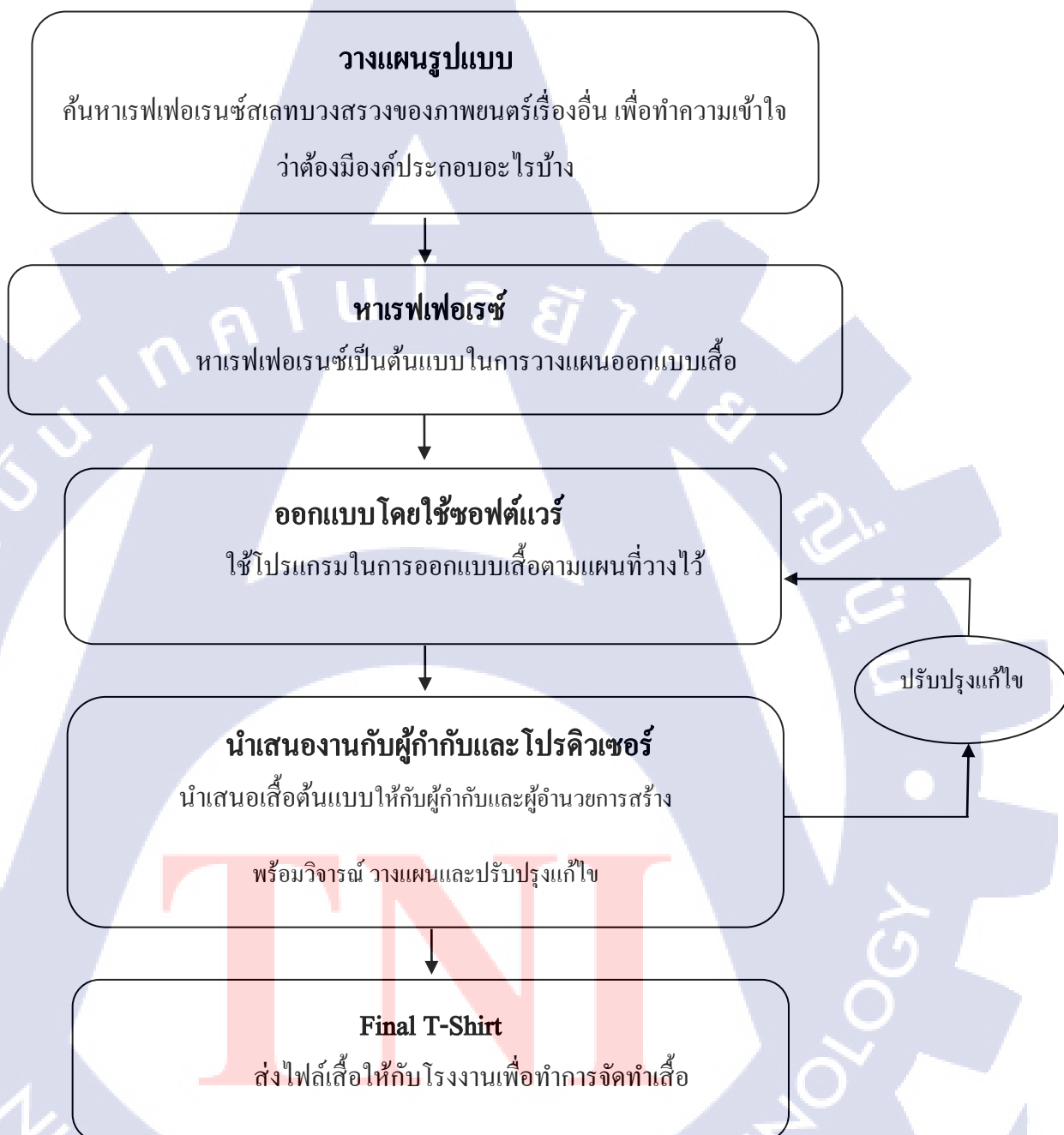


ภาพที่ 3.103 การออกแบบสเลทบวงสรวงภาพยนตร์

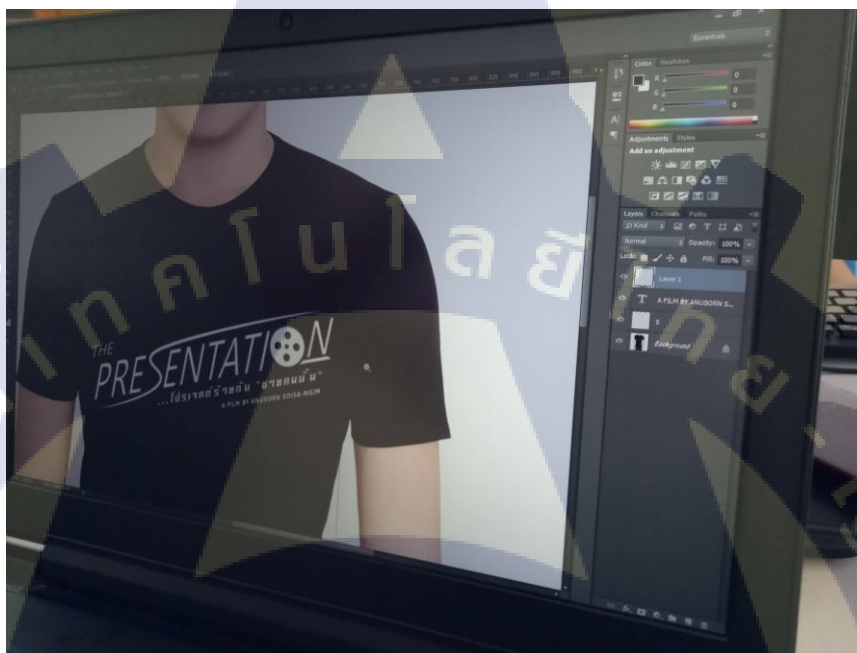


ภาพที่ 3.104 สเลทบวงสรวงภาพยนตร์ในพิธีบวงสรวง

3.3.3 ขั้นตอนการออกแบบเสื้อจากภาพยนตร์เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น”



การออกกองถ่ายทำนั้นคงขาดสิ่งหนึ่งไปไม่ได้ก็คือ เสื้อกองถ่ายภาพยนตร์ ทั้งนี้เพื่อความเป็นทีมเดียวกัน จึงต้องมีการจัดทำสัญลักษณ์อันเป็นทีมขึ้นมา โดยเสื้อยืดจะประกอบด้วยโลโก้ของภาพยนตร์ที่ออกกองถ่ายอยู่ ณ ปัจจุบัน ชื่อผู้กำกับอันเป็นหัวเรือของโครงการและชื่อบริษัทจัดทำภาพยนตร์



ภาพที่ 3.105 การออกแบบเสื้อยืดจากภาพยนตร์

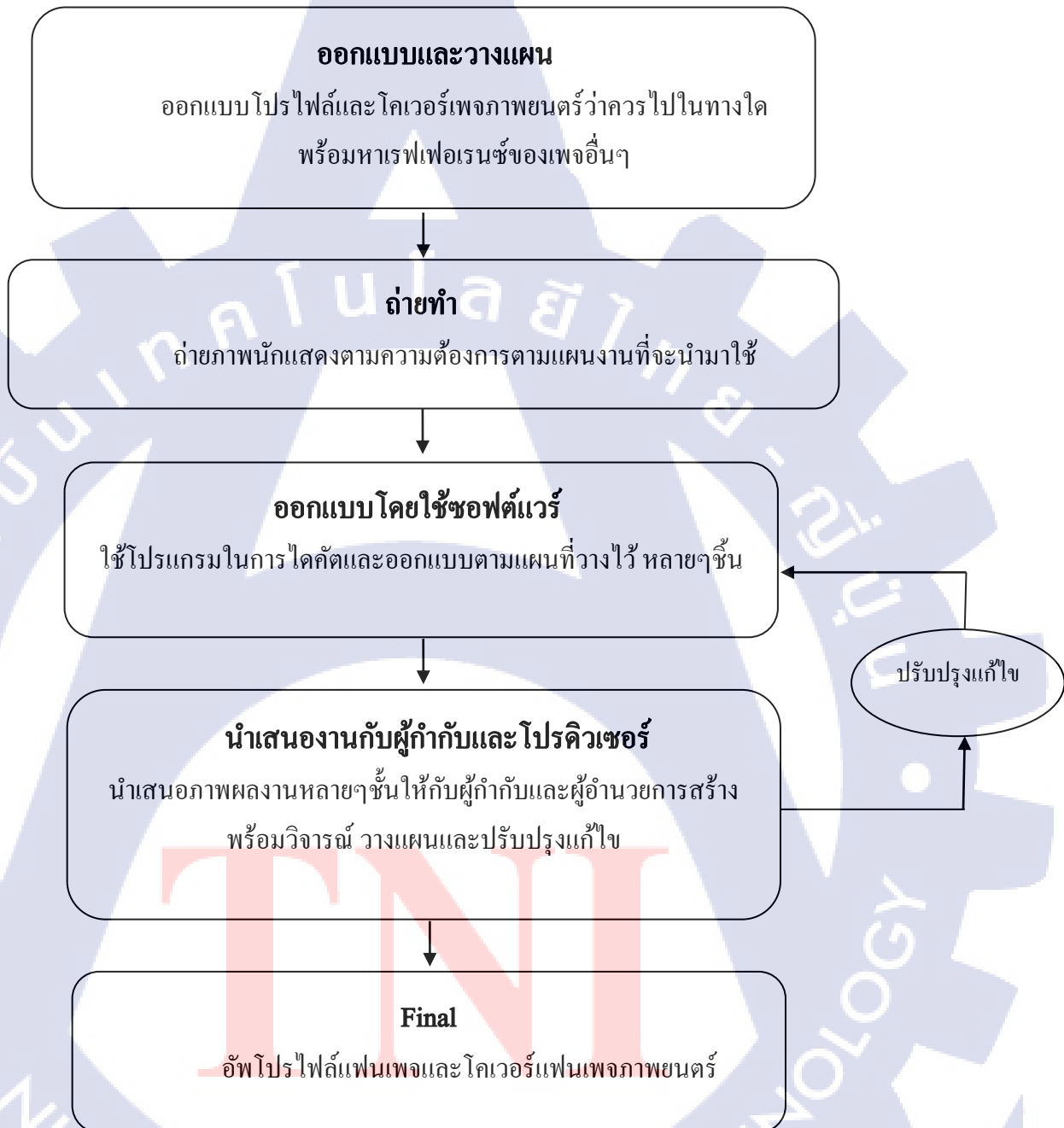
TNI

THAI - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY



ภาพที่ 3.106 ตัวอย่างเสื้อยืดจากภาพยนตร์หลังการผลิต

3.3.4 ขั้นตอนการออกแบบภาพโปรไฟล์เฟสบุ๊คแฟนเพจและโคเวอร์เพจของภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น”

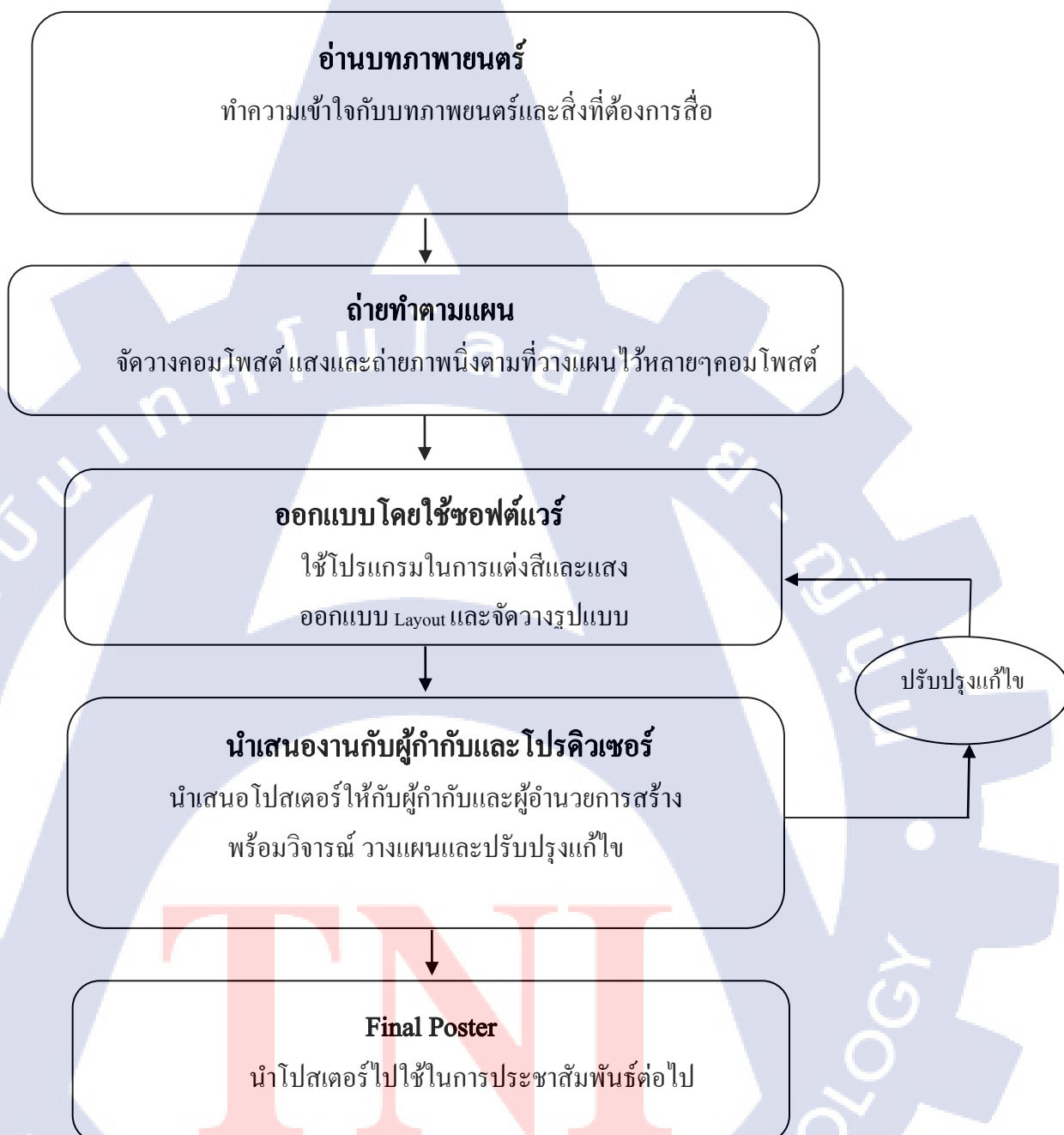


ในยุคนี้การโปรโมทสิ่งไหนๆ ไม่ว่าจะเป็นสินค้าอะไร โปรดักอะไรก็เหมาะสมต่อการโปรโมทผ่านทางโซเชียลทั้งสิ้น เนื่องจากเป็นวิธีที่คนเข้าถึงได้โดยง่ายและสามารถบอกต่อกันต่อผ่านทาง การแชร์ได้ จึงไม่แปลกใจที่ภาพยนตร์เองก็มีการโปรโมทผ่านโซเชียลเช่นกัน โดยแต่ละบริษัท จะสร้างเพจของภาพยนตร์(โปรดัก)ของคนขึ้นมา จากนั้นจึงหาทางประชาสัมพันธ์ให้เกิดความ น่าสนใจ ให้คนเข้ามาติดตามทั้งนี้จำเป็นต้องมีภาพโปรไฟล์และสื่ออื่นๆ ที่เหมาะสมและสอดคล้อง กับภาพยนตร์ที่ต้องการจะประชาสัมพันธ์



ภาพที่ 3.107 ตัวอย่างภาพโปรไฟล์และโคเวอร์หน้าแฟนเพจของภาพยนตร์
“THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น”

3.3.5 ขั้นตอนการออกแบบโปสเตอร์ของภาพยนตร์สั้น เรื่อง “แก่ได้...#คิดถึง”

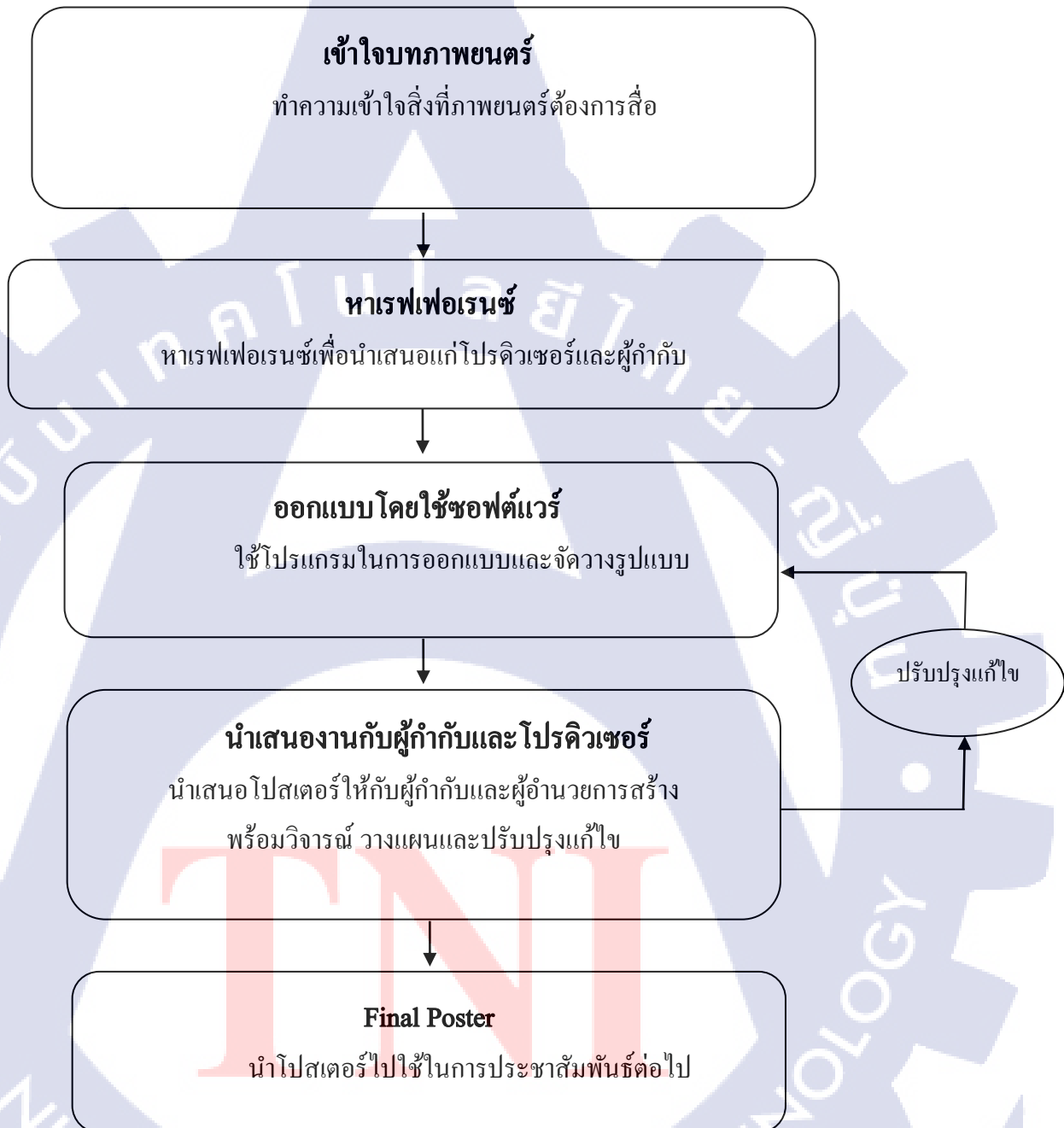


ใบปิดหรือโปสเตอร์ภาพยนตร์ เป็นสิ่งสำคัญที่ภาพยนตร์ควรจะต้องมี เพราะมันแสดงถึงความเป็นตัวเองของภาพยนตร์และทิศทาง รวมถึงมูคแอนด์โทนว่าภาพยนตร์จะออกมาแนวไหน ถือเป็นด่านแรกของผู้ชมในการเลือกชมภาพยนตร์เลยทีเดียว ดังนั้นหากงานออกแบบดีก็จะสามารถทำให้คนดูสามารถรู้ได้ว่า เป็นเรื่องเกี่ยวกับอะไร แนวไหน เพื่อให้ผู้ชมสามารถเข้าใจและเลือกบริโภคตามที่ตัวเองต้องการได้



ภาพที่ 3.108 การจัดวาง Layout โปสเตอร์ภาพยนตร์ เรื่อง “แค่ได้...#คิดถึง”

3.3.6 ขั้นตอนการออกแบบโปสเตอร์ Key Visual ของภาพยนตร์ เรื่อง “Ticket to the Moon”

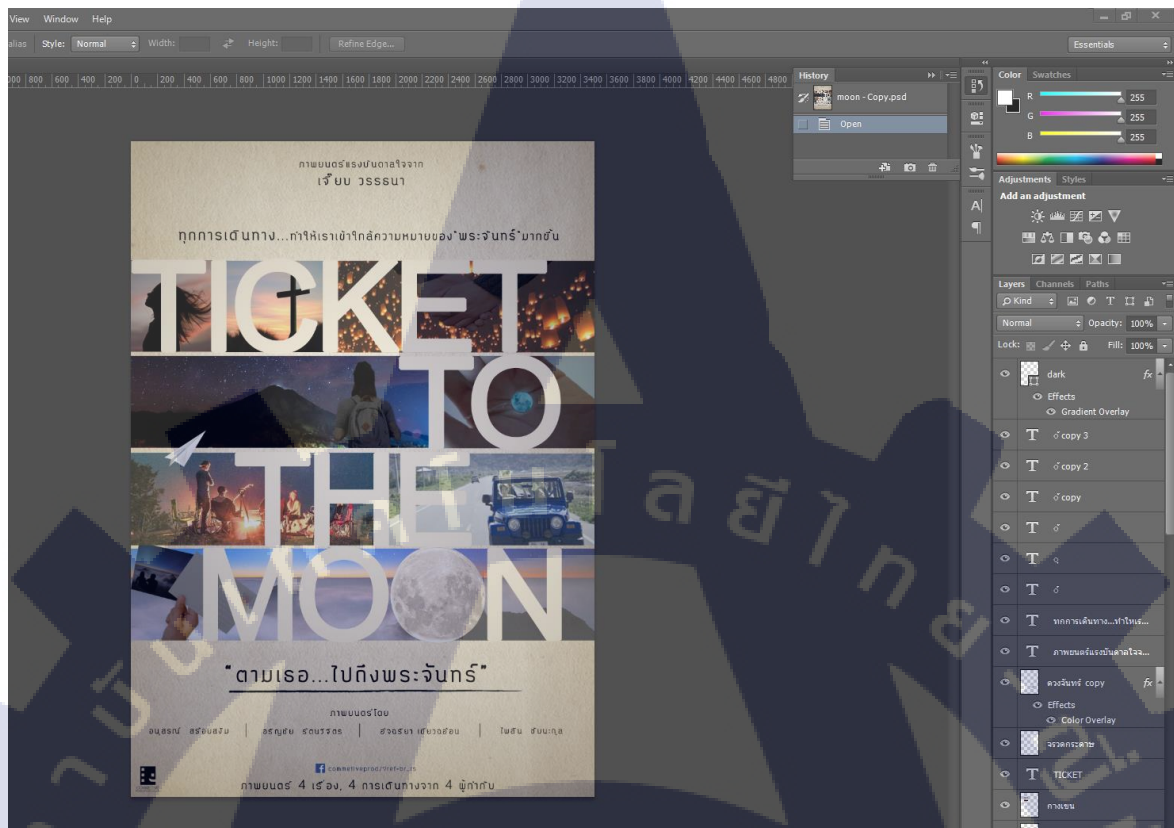


ภาพยนตร์แต่ละเรื่องหากมีแนวทางของตนและต้องการจะก่อสร้างตัวให้สำเร็จเป็นชิ้นเป็นอันแล้วก็ต้องผ่านการถ่ายทำ ทว่าภาพยนตร์เรื่อง “Ticket to the Moon” นั้นยังไม่มีบทเป็นชิ้นเป็นอันและ

ต้องการผู้ลงทุน ดังนั้นโปรดอร์ Key Visual จะเป็นตัวช่วยกำหนดจุดและแนวทางของภาพยนตร์
ให้แก่การนำเสนอกับผู้ลงทุน



ภาพที่ 3.109 เรฟเฟอเรนซ์โปรดอร์ของภาพยนตร์ เรื่อง “Ticket to the Moon”



ภาพที่ 3.110 การออกแบบและจัดวางโปสเตอร์ของภาพยนตร์ เรื่อง “Ticket to the Moon”

3.3.7 ขั้นตอนการออกแบบโปสเตอร์ภาพยนตร์เรื่อง “THE PRESENTATION” โปรเจกต์รายกับชายคนนั้น



เนื่องด้วยภาพยนตร์เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น” มีโปสเตอร์จำนวนหลายแบบ ทำให้กระบวนการทำงานมีความยาวนาน เพราะในแต่ละขั้นตอนต้องผ่านกระบวนการคิดและคุยกัน ตกลงกันให้ดีเสียก่อน เนื่องจากเป็นภาพยนตร์จอเงินที่มีคนเห็นมากจะทำให้เกิดจุดด้อยไม่ได้ ดังนั้นโปสเตอร์ของภาพยนตร์เรื่องนี้จึงเป็นผลงานชิ้นโบว์แดงของความท้าทายที่นำพานักศึกษามาถึงจุดนี้ได้

ตัวอย่างภาพผลงานของโปสเตอร์ภาพยนตร์เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น” จะถูกเรียบเรียงอยู่ในบทถัดไป เนื่องจากเป็นความลับของบริษัทจึงสามารถเปิดเผยภาพกระบวนการทำโปสเตอร์ได้



บทที่ 4

ผลการดำเนินงาน การวิเคราะห์และสรุปผลต่างๆ

4.1 ขั้นตอนและผลการดำเนินงาน

4.1.1 การออกแบบ CHARACTER POSTER หรือโปสเตอร์ตัวละครของภาพยนตร์เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น”

จุดประสงค์ของงานออกแบบ

- เป็นโปสเตอร์ขายชื่อของนักแสดงเพื่อสร้างความน่าสนใจให้แก่ผู้ชม
- เป็นการแสดงมุดแอนด์โทนของภาพยนตร์ผ่านสีหน้าของตัวละครและแท็กไลน์
- เป็นการเผยถึงนัยยะบางอย่างที่มีต่อเนื้อเรื่องของภาพยนตร์

ขั้นตอนการทำงาน

- ศึกษาและทำความเข้าใจในบทภาพยนตร์เพื่อให้มีความเข้าใจตัวละครอย่างดี
- หาเรฟเฟอเรนซ์ของโปสเตอร์และวางแบบแผนแนวทางที่ต้องการจะสื่อ
- สเก็ตซ์ภาพโปสเตอร์เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงาน
- ทำโปสเตอร์ key visual อย่างง่ายเพื่อเป็นแบบให้เห็นภาพรวมของโปสเตอร์
- นำเสนอโปสเตอร์ key visual ให้กับโปรดิวเซอร์และผู้กำกับ รวมทั้งวางแผนการดำเนินงานและแก้ไข
- แก้ไขโปสเตอร์ key visual ตามแผนที่วางไว้
- นำเสนอโปสเตอร์ key visual ให้กับทีมงานและนักแสดงเข้าใจตรงกัน
- ถ่ายทำโปสเตอร์ในสตูดิโอตามแบบแผนที่วางไว้
- นำภาพที่ได้จากการถ่ายทำมาเข้ากระบวนการตัดต่อและได้คัต
- นำเสนอโปสเตอร์สำเร็จรูปกับโปรดิวเซอร์และผู้กำกับ จากนั้นแก้ไขจนกระทั่งเสร็จสมบูรณ์

ผลการดำเนินงาน

- โปสเตอร์ตัวละครของภาพยนตร์จำนวน 3 แบบตามจำนวนตัวละครหลักของภาพยนตร์ เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น”



ภาพที่ 4.1 โปสเตอร์ตัวละครแฉกจากภาพยนตร์ เรื่อง
“THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น”



ภาพที่ 4.2 โปสเตอร์ตัวละครปิ่นจากภาพยนตร์ เรื่อง
“THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น”



ภาพที่ 4.3 โปสเตอร์ตัวละครเดี่ยวจากภาพยนตร์ เรื่อง
“THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น”

4.1.2 การออกแบบ MIX CHARACTER POSTER หรือโปสเตอร์รวมตัวละครของภาพยนตร์เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น”

จุดประสงค์ของงานออกแบบ

- เป็นโปสเตอร์ขายชื่อของนักแสดงเพื่อสร้างความน่าสนใจให้แก่ผู้ชม
- เพื่อต้องการแสดงมุกแอนด์โทนของภาพยนตร์

ขั้นตอนการทำงาน

- ศึกษาและทำความเข้าใจในบทภาพยนตร์เพื่อให้มีความเข้าใจมุกของภาพยนตร์
- หาเฟรเฟอเรนซ์ของโปสเตอร์และวางแผนแนวทางการสื่อสาร
- สเก็ชภาพโปสเตอร์เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงาน
- ถ่ายทำโปสเตอร์ในสตูดิโอตามแบบแผนที่วางไว้
- นำภาพที่ได้จากการถ่ายทำมาเข้ากระบวนการตัดต่อและไค้ด
- นำเสนอโปสเตอร์สำเร็จรูปกับโปรดิวเซอร์และผู้กำกับ จากนั้นแก้ไขจนกระทั่งเสร็จสมบูรณ์

ผลการดำเนินงาน

- โปสเตอร์รวมตัวละครของภาพยนตร์เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น”

จากสตูดิโอผู้สร้าง
'PRESENT PERFECT'
แล้ว...ก็ดีแล้ว

ชลิดา สุทธิธรรม

รุจิภาส เวสกิจ

ราชนวิสน์ สันนระพันธ์



THE PRESENTATION

...โปรเจกต์ร้ายกับ "ชายคนนั้น"

3 นักศึกษา กับ 1 การทึ่ง
ที่จะมา สะเทือน คนทั้งประเทศ



COMMETIVE PRODUCTION PRESENT
A FILM BY ANUSORN SOISA-NGIM

ภาพที่ 4.4 โปสเตอร์รวมตัวละครจากภาพยนตร์ เรื่อง
"THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น"

4.1.3 การออกแบบ PRESENTING POSTER หรือโปสเตอร์นำเสนอของภาพยนตร์เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น”

จุดประสงค์ของงานออกแบบ

- เป็นโปสเตอร์ที่นำไปเสนอแนวทางและภาพรวมแก่ผู้ลงทุน
- เพื่อต้องการแสดงมุกแอนด์โทนของภาพยนตร์

ขั้นตอนการทำงาน

- ศึกษาและทำความเข้าใจในบทภาพยนตร์เพื่อให้มีความเข้าใจมุกของภาพยนตร์
- หาเรฟเฟอเรนซ์ของโปสเตอร์และวางแผนแนวทางที่ต้องการจะสื่อ
- สเก็ตซ์ภาพโปสเตอร์เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงาน
- ทำโปสเตอร์ key visual อย่างง่ายเพื่อเป็นแบบให้เห็นภาพรวมของโปสเตอร์
- นำเสนอโปสเตอร์ key visual ให้กับโปรดิวเซอร์และผู้กำกับ รวมทั้งวางแผนการดำเนินงานและแก้ไข
- แก้ไขโปสเตอร์ key visual ตามแผนที่วางไว้
- ถ่ายทำโปสเตอร์ในสตูดิโอตามแบบแผนที่วางไว้
- นำภาพที่ได้จากการถ่ายทำมาเข้ากระบวนการตัดต่อและไดคัต
- นำเสนอโปสเตอร์สำเร็จรูปกับโปรดิวเซอร์และผู้กำกับ จากนั้นแก้ไขจนกระทั่งเสร็จสมบูรณ์
- โปรดิวเซอร์และผู้กำกับนำโปสเตอร์และบทภาพยนตร์ไปเสนอแก่ผู้ลงทุน

ผลการดำเนินงาน

- โปสเตอร์นำเสนอของภาพยนตร์เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น”



ภาพที่ 4.5 โปสเตอร์นำเสนอจากภาพยนตร์ ฉบับทางการ เรื่อง
 “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น”
 (ภาพบางส่วนอาจถูกปกปิดไว้เป็นความลับ เนื่องจากตัวภาพยนตร์ยังไม่ถูกนำไปฉาย)



ภาพที่ 4.6 โปสเตอร์นำเสนอจากภาพยนตร์ ฉบับไทย เรื่อง
 “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น”
 (ภาพบางส่วนอาจถูกปกปิดไว้เป็นความลับ เนื่องจากตัวภาพยนตร์ยังไม่ถูกนำไปฉาย)

4.1.4 การออกแบบ TEASER POSTER หรือโปสเตอร์ตัวอย่างของภาพยนตร์เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น”

จุดประสงค์ของงานออกแบบ

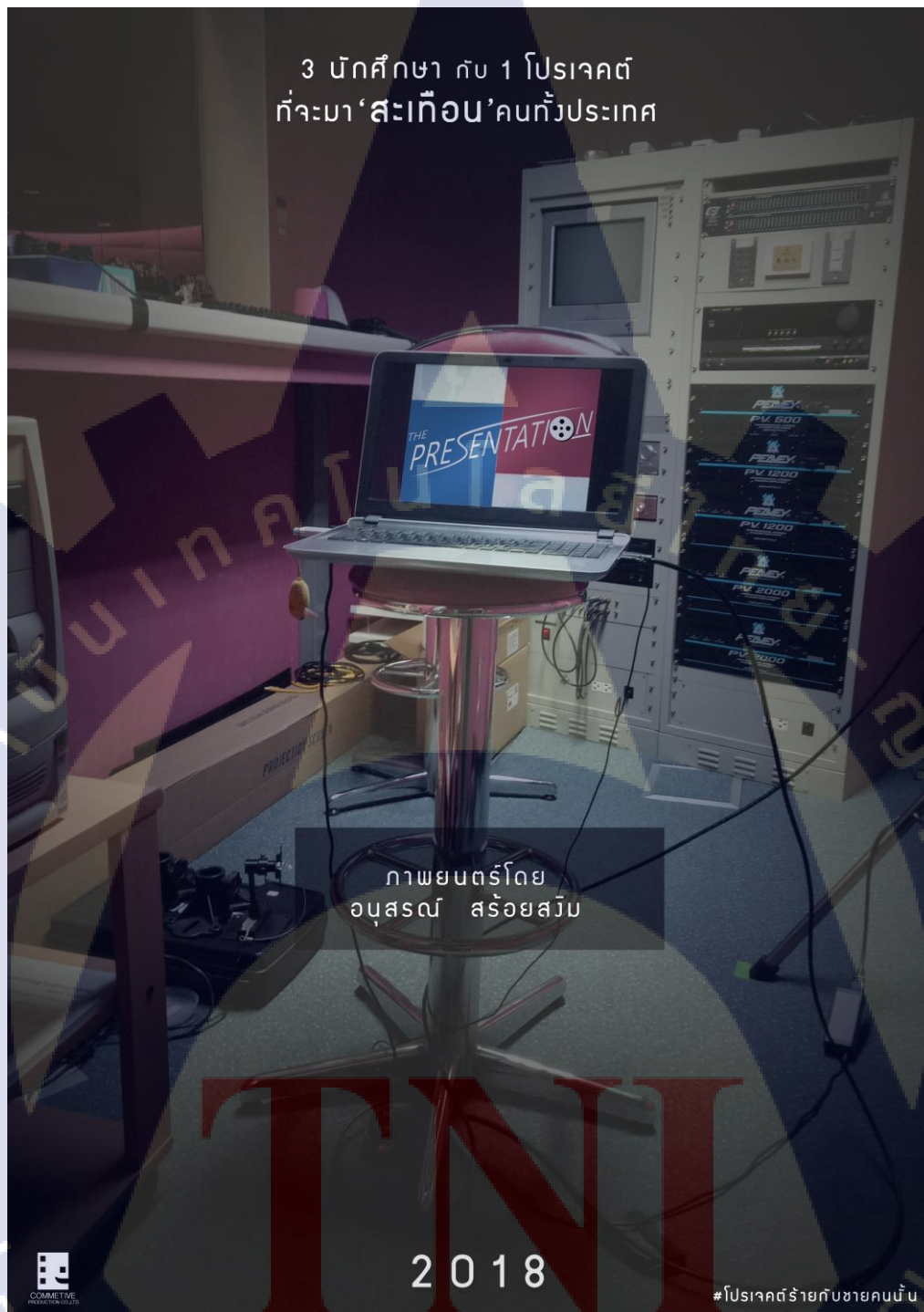
- เพื่อต้องการแสดงมูวเอนต์โทนของภาพยนตร์
- เพื่อต้องการประกาศปีที่ฉาย
- เพื่อต้องการขายชื่อของผู้กำกับภาพยนตร์

ขั้นตอนการทำงาน

- ศึกษาและทำความเข้าใจในบทภาพยนตร์เพื่อให้มีความเข้าใจมูวเอนต์ของภาพยนตร์
- ถ่ายภาพโปสเตอร์ในขณะที่อยู่ในกองถ่าย
- นำภาพที่ได้จากการถ่ายทำมาเข้ากระบวนการตัดต่อ
- นำเสนอโปสเตอร์สำเร็จรูปกับโปรดิวเซอร์และผู้กำกับ จากนั้นแก้ไขจนกระทั่งเสร็จสมบูรณ์

ผลการดำเนินงาน

- โปสเตอร์ตัวอย่างของภาพยนตร์เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น”



ภาพที่ 4.7 โปสเตอร์ตัวอย่างจากภาพยนตร์ เรื่อง
“THE PRESENTATION โครงการร้ายกับชายคนนั้น”

4.1.5 การออกแบบ TEASER POSTER 2 หรือโปสเตอร์ตัวอย่างที่2 ของภาพยนตร์เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น”

จุดประสงค์ของงานออกแบบ

- เพื่อต้องการแสดงมูวเอนด์โทนของภาพยนตร์
- เพื่อต้องการประกาศปีที่ฉาย
- เพื่อต้องการขายชื่อของผู้กำกับภาพยนตร์
- เพื่อต้องการแสดงนัยยะของเรื่องต่อผู้ชม

ขั้นตอนการทำงาน

- ศึกษาและทำความเข้าใจในบทภาพยนตร์เพื่อให้มีความเข้าใจมูวเอนด์โทนของภาพยนตร์
- ถ่ายทำภาพโปสเตอร์ในขณะที่อยู่ในกองถ่าย
- นำภาพที่ได้จากการถ่ายทำมาเข้ากระบวนการตัดต่อ
- นำเสนอโปสเตอร์สำเร็จรูปกับโปรดิวเซอร์และผู้กำกับ จากนั้นแก้ไขจนกระทั่งเสร็จสมบูรณ์

ผลการดำเนินงาน

- โปสเตอร์ตัวอย่างของภาพยนตร์เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น”



ภาพที่ 4.8 โปสเตอร์ตัวอย่างที่ 2 จากภาพยนตร์ เรื่อง
“THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น”
(ภาพบางส่วนอาจถูกปกปิดไว้เป็นความลับ เนื่องจากตัวภาพยนตร์ยังไม่ถูกนำไปฉาย)

4.1.6 การออกแบบ MAIN POSTER , MASS POSTER หรือโปสเตอร์หลักของภาพยนตร์เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น”

จุดประสงค์ของงานออกแบบ

- เพื่อต้องการแสดงมูดแอนด์โทนของภาพยนตร์
- เป็นโปสเตอร์ที่ต้องการนำมาขายกับผู้ชมเพื่อให้ความสนใจในภาพยนตร์
- เพื่อต้องการแสดงนัยยะของเรื่องต่อผู้ชม

ขั้นตอนการทำงาน

- ศึกษาและทำความเข้าใจในบทภาพยนตร์เพื่อให้มีความเข้าใจมูดของภาพยนตร์
- หาเรฟเฟอเรนซ์ของโปสเตอร์และวางแบบแผนแนวทางที่ต้องการจะสื่อ
- สเก็ตซ์ภาพโปสเตอร์เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงาน
- นำเสนอสเก็ตซ์ให้กับโปรดิวเซอร์และผู้กำกับ รวมทั้งวางแผนการดำเนินงานและแก้ไข
- ทำโปสเตอร์ key visual เพื่อเป็นแนวทางของงาน
- นำเสนอโปสเตอร์ key visual แก่ทีมงานเพื่อความเข้าใจตรงกัน
- ถ่ายทำโปสเตอร์ในสตูดิโอตามแบบแผนที่วางไว้
- นำภาพที่ได้จากการถ่ายทำมาเข้ากระบวนการตัดต่อและไค้ด
- นำเสนอโปสเตอร์สำเร็จรูปกับโปรดิวเซอร์และผู้กำกับ จากนั้นแก้ไขจนกระทั่งเสร็จสมบูรณ์

ผลการดำเนินงาน

- โปสเตอร์หลักของภาพยนตร์เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น”

TNI



ภาพที่ 4.9 โปสเตอร์หลักจากภาพยนตร์ เรื่อง
“THE PRESENTATION โปรเจกต์รัยกับชายคนนั้น”
(ภาพบางส่วนอาจถูกปกปิดไว้เป็นความลับ เนื่องจากตัวภาพยนตร์ยังไม่ถูกนำไปฉาย)

4.1.7 การออกแบบ MAN POSTER2 , MASS POSTER2 หรือโปสเตอร์หลัก2ของภาพยนตร์เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น”

จุดประสงค์ของงานออกแบบ

- เพื่อต้องการแสดงมูตเอนด์โทนของภาพยนตร์
- เป็นโปสเตอร์ที่ต้องการนำมาขายกับผู้ชมเพื่อให้ความสนใจในภาพยนตร์
- เพื่อต้องการแสดงนัยยะของเรื่องต่อผู้ชม

ขั้นตอนการทำงาน

- ศึกษาและทำความเข้าใจในบทภาพยนตร์เพื่อให้มีความเข้าใจมูตของภาพยนตร์
- หาเรฟเฟอเรนซ์ของโปสเตอร์และวางแบบแผนแนวทางที่ต้องการจะสื่อ
- สเก็ตซ์ภาพโปสเตอร์เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงาน
- นำเสนอสเก็ตต์ดิงให้กับโปรดิวเซอร์และผู้กำกับ รวมทั้งวางแผนการดำเนินงานและแก้ไข
- ทำโปสเตอร์ key visual เพื่อเป็นแนวทางของงาน
- นำเสนอโปสเตอร์ key visual แก่ทีมงานเพื่อความเข้าใจตรงกัน
- ถ่ายทำโปสเตอร์ในสตูดิโอตามแบบแผนที่วางไว้
- นำภาพที่ได้จากการถ่ายทำมาเข้ากระบวนการตัดต่อและไดคัต
- นำเสนอโปสเตอร์สำเร็จรูปกับโปรดิวเซอร์และผู้กำกับ จากนั้นแก้ไขจนกระทั่งเสร็จสมบูรณ์

ผลการดำเนินงาน

- โปสเตอร์หลักที่2ของภาพยนตร์เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น”

TNI



ภาพที่ 4.10 โพสต์เตอร์หลัก 2 จากภาพยนตร์ เรื่อง
“THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น”
(ภาพบางส่วนอาจถูกปกปิดไว้เป็นความลับ เนื่องจากตัวภาพยนตร์ยังไม่ถูกนำไปฉาย)

4.1.8 การออกแบบ FESTIVAL POSTER หรือโปสเตอร์เทศกาลของภาพยนตร์เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์รัยกับชายคนนั้น”

จุดประสงค์ของงานออกแบบ

- เพื่อต้องการแสดงมูคแอนด์โทนของภาพยนตร์
- เป็นโปสเตอร์ที่ต้องการนำมาขายกับผู้ชมเพื่อให้ความสนใจในภาพยนตร์
- เพื่อต้องการแสดงนัยยะของเรื่องต่อผู้ชม

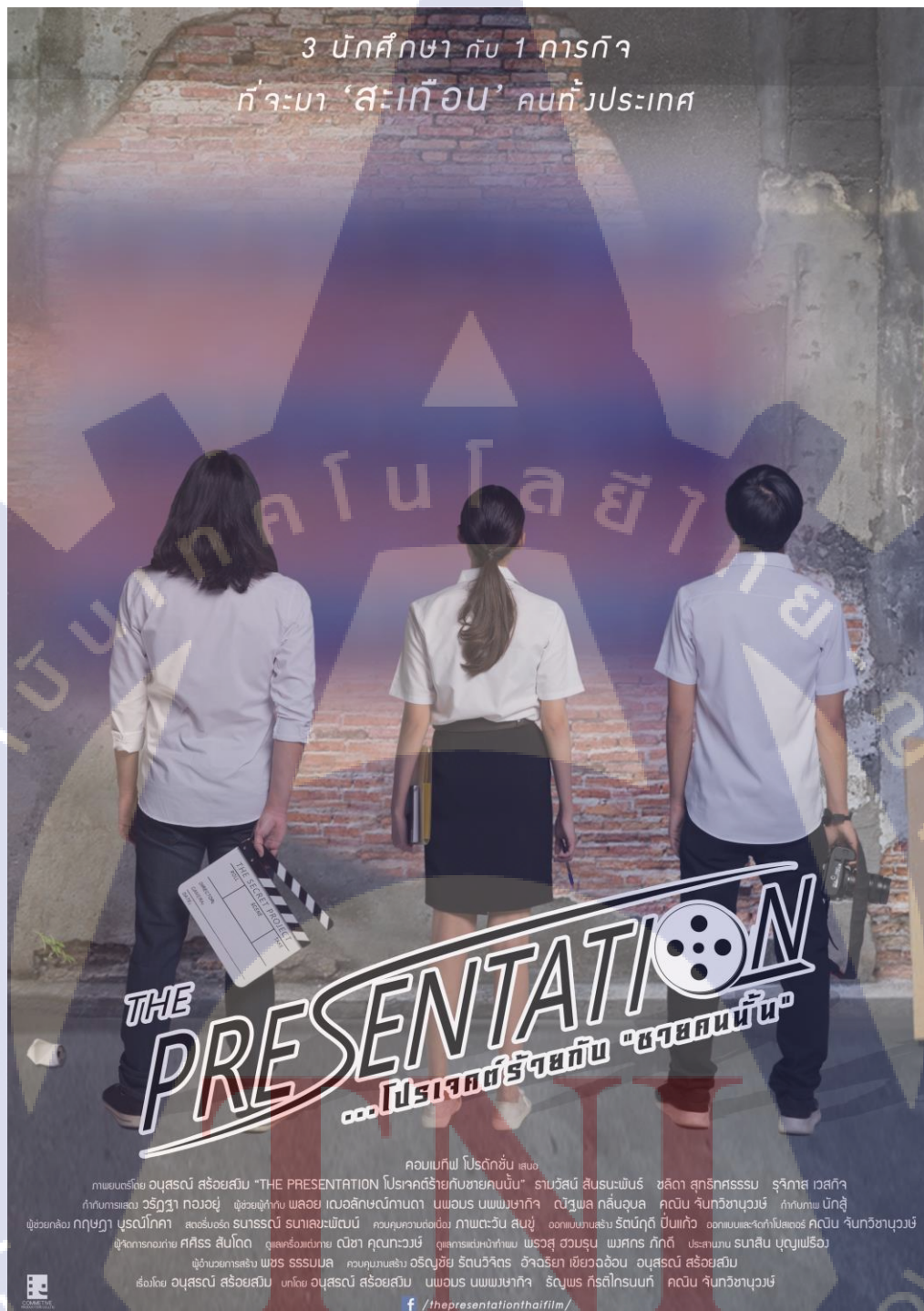
ขั้นตอนการทำงาน

- ศึกษาและทำความเข้าใจในบทภาพยนตร์เพื่อให้มีความเข้าใจมูคของภาพยนตร์
- หาเรฟเฟอเรนซ์ของโปสเตอร์และวางแบบแผนแนวทางที่ต้องการจะสื่อ
- สเก็ตซ์ภาพโปสเตอร์เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงาน
- นำเสนอสเก็ตต์ดิงให้กับโปรดิวเซอร์และผู้กำกับ รวมทั้งวางแผนการดำเนินงานและแก้ไข
- ทำโปสเตอร์ key visual เพื่อเป็นแนวทางของงาน
- นำเสนอโปสเตอร์ key visual แก่ทีมงานเพื่อความเข้าใจตรงกัน
- ถ่ายทำโปสเตอร์ในสตูดิโอตามแบบแผนที่วางไว้
- นำภาพที่ได้จากการถ่ายทำมาเข้ากระบวนการตัดต่อและไดคัต
- นำเสนอโปสเตอร์สำเร็จรูปกับโปรดิวเซอร์และผู้กำกับ จากนั้นแก้ไขจนกระทั่งเสร็จสมบูรณ์

ผลการดำเนินงาน

- โปสเตอร์เทศกาลของภาพยนตร์เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์รัยกับชายคนนั้น”

TNI



ภาพที่ 4.11 โปสเตอร์เทศกาลจากภาพยนตร์ เรื่อง
 “THE PRESENTATION โปรเจกต์รัยกับชายคนนั้น”
 (ภาพบางส่วนอาจถูกปกปิดไว้เป็นความลับ เนื่องจากตัวภาพยนตร์ยังไม่ถูกนำไปฉาย)

4.1.9 ภาพตัวอย่างการปฏิบัติงานในขั้นตอนการดำเนินโครงการ



ภาพที่ 4.12 ภาพการออกแบบและภาพสเก็ตช์โปสเตอร์หลักภาพยนตร์



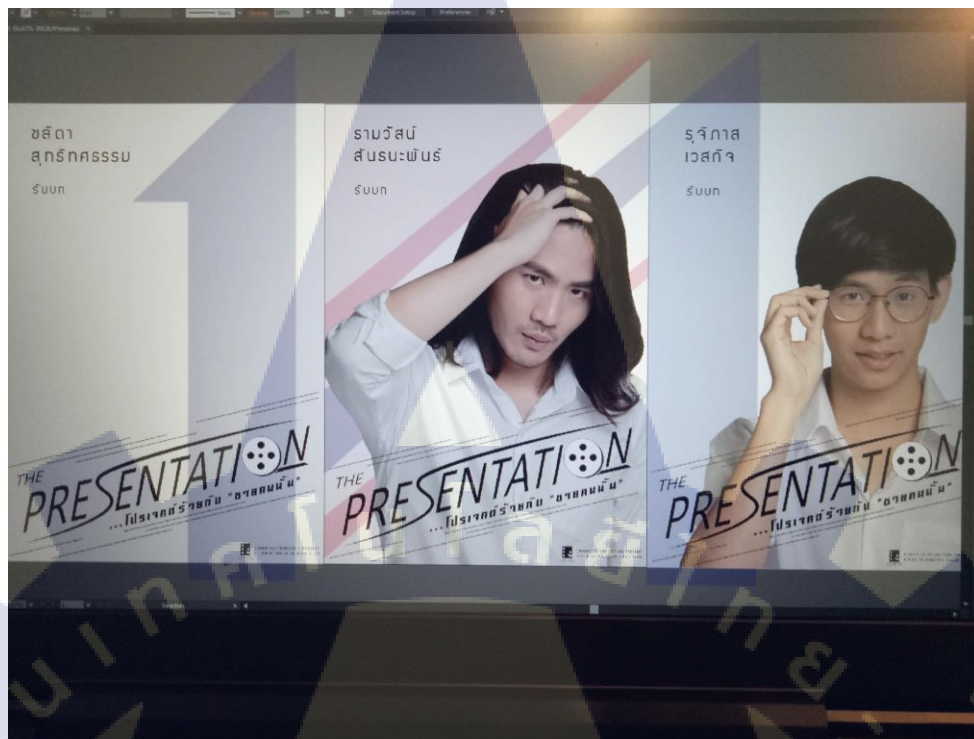
ภาพที่ 4.13 ภาพการไค้ตัดตัวละครจากภาพที่ถ่ายในสตูดิโอ



ภาพที่ 4.14 ภาพนำเสนอโปสเตอร์ key visual



ภาพที่ 4.15 ภาพการประชุมแนวทางการออกแบบโปสเตอร์ภาพยนตร์



ภาพที่ 4.16 ภาพการจัดวาง Layout โปสเตอร์ตัวละคร



ภาพที่ 4.17 ภาพการถ่ายทำโปสเตอร์ในสตูดิโอ



ภาพที่ 4.18 ภาพการถ่ายทำโปสเตอร์หลักในสตูดิโอ



ภาพที่ 4.19 ภาพการถ่ายทำโปสเตอร์หลักในสตูดิโอ

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการดำเนินการโครงการ ทำให้เข้าใจได้ว่าเป็นงานที่ล้วนแล้วใช้พื้นฐานด้านการออกแบบทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นการใช้แสงเงา สี ความลึก ความตื้น ล้วนทำให้เกิดความรู้สึกแตกต่างกันได้ ดังนั้นจึงเป็นเรื่องสำคัญในการควบคุมองค์ประกอบเหล่านี้ให้เป็นไปตามแบบแผนที่วางไว้ ทั้งนี้ตัวนักศึกษาได้เรียนรู้การทำงานในกระบวนการวางแผนและออกแบบงานจากการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ กรณีศึกษาภาพยนตร์เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น”

4.3 วิเคราะห์ข้อมูลโดยเปรียบเทียบผลที่ได้รับกับวัตถุประสงค์และจุดมุ่งหมายการปฏิบัติงานหรือจัดทำโครงการ

จุดมุ่งหมายของโครงการ คือ การแสดงความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบโปสเตอร์ภาพยนตร์โดยทำให้ผู้อื่นเกิดความสนใจในภาพยนตร์ โดยจะเห็นได้ว่างานออกแบบต้องมีการนำเสนอที่น่าสนใจ น่าติดตามและสามารถทำให้ผู้คนเข้าถึงได้ จะทำให้ผลลัพธ์ของการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เป็นไปในทางที่ดี อีกจุดประสงค์หนึ่ง คือ การเปิดเผยข้อมูลของภาพยนตร์ให้แก่ผู้ชม อาทิเช่น วันที่ฉาย ชื่อนักแสดง ชื่อผู้จัดทำภาพยนตร์ เป็นต้น โดยในด้านการออกแบบแล้ว ข้อมูลใดๆก็จำเป็นต้องใช้หลักการออกแบบเพื่อประชาสัมพันธ์เช่นกัน เนื่องจากข้อมูลถ้าหากอยู่ผิดตำแหน่งแล้ว อาจทำให้ภาพรวมของผลงานดูไม่ดีหรือผู้อื่นอาจพลาดการรับรู้ข้อมูลดังกล่าวได้

จากการจัดทำโครงการการออกแบบงานจากการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ กรณีศึกษาภาพยนตร์เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น” ทำให้ทราบถึงความสำคัญของการออกแบบและจัดวางองค์ประกอบของทุกอย่างและยังทำให้ทราบเพิ่มเติมว่าทุกอย่างล้วนมีความสอดคล้องและสัมพันธ์กัน

TNI

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการดำเนินโครงการ

จากการดำเนินโครงการออกแบบสื่อกราฟิกและจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ สำหรับภาพยนตร์เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น” โดยได้แก่ โปสเตอร์ ภาพยนตร์ วัตถุประสงค์ของโครงการ คือ การแสดงให้เห็นถึงความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบ และสิ่งที่ต้องการนำเสนอให้ผู้อื่นเข้าใจเนื้อหาของสิ่งที่ต้องการจะสื่อ สุดท้ายแล้วเพื่อประชาสัมพันธ์ให้ผู้คนเกิดความสนใจในภาพยนตร์ดังกล่าว ทั้งนี้ทำให้ผลการดำเนินงานทั้งหมดผ่านพ้นไปได้ด้วยดี โดยในรายละเอียดผลดำเนินงานของแต่ละงานมีดังนี้

- **POSTER ของภาพยนตร์เรื่อง “THE PRESENTATION โปรเจกต์ร้ายกับชายคนนั้น”**
Poster ของภาพยนตร์เพื่อเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ให้บุคคลทั่วไป มี วัตถุประสงค์เพื่อดึงดูดบุคคลทั่วไปให้เกิดความสนใจในการติดตามรับชมภาพยนตร์ โดยในโปสเตอร์จะมีการประชาสัมพันธ์ถึงรายละเอียดบางส่วน เช่น ชื่อนักแสดง ชื่อผู้กำกับ วันที่เข้าฉาย มูดแอนด์โทนเป็นต้น โดยเป็นผลต่อการตัดสินใจเลือกที่จะรับชมภาพยนตร์เรื่องนี้

5.2 แนวทางการแก้ไขปัญหา

จากการดำเนินโครงการ ทำให้พบว่า เกิดปัญหาเล็กน้อยระหว่างการดำเนินงาน อาทิเช่น ไม่มีภาพที่จะนำมาทำเข้ากระบวนการ, เทคนิคการทำงานโปรแกรมในการดำเนินงานและระยะเวลาในการดำเนินงานทั้งหมดอันเนื่องมาจากมีโปสเตอร์จำนวนหลายชิ้น ซึ่งทำให้ต้องใช้ระยะเวลาเป็นจำนวนมาก แต่ไม่เป็นปัญหาต่อการดำเนินการมากนักเมื่อได้รับคำชี้แจงและได้วัตถุดิบการปฏิบัติงาน อันเนื่องจากการได้รับข้อมูลจากการประชุมและการบลิฟหลายครั้ง ทำให้ทราบแนวทางและรูปแบบของงานชัดเจน ทำให้ไม่พบปัญหาใหญ่ๆนอกเหนือจากปัญหาเล็กๆที่กล่าวมา ขณะดำเนินงานเองก็ได้มีการส่งให้ตรวจสอบงานเสมอ ทำให้สามารถได้รับคำแนะนำและสามารถนำไปปรับปรุงได้โดยตรงและทำให้ผลงานเป็นที่น่าพอใจที่สุด

5.3 ข้อเสนอแนะจากการดำเนินงาน

จากการสหกิจศึกษาตลอดระยะเวลา 4 เดือนที่ผ่านมา พบว่า การทำงานประเภทการ ออกแบบสื่อกราฟิกและการทำงานในกองถ่ายภาพยนตร์ ทำให้ได้รับประสบการณ์โดยตรงจาก การทำงาน อีกทั้งได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆที่ในห้องเรียนไม่สามารถสอนเราได้ อาทิเช่น การทำงาน ร่วมกับผู้อื่น การวางตัวต่อผู้อื่น การรับผิดชอบต่อการงานที่ได้รับ การฝึกฝนการทำงานภายใต้แรง กดดัน เป็นต้น ทั้งนี้ล้วนเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งในการทำงานร่วมกันในสังคม นับเป็น ประสบการณ์และการเรียนรู้ใหม่ๆที่สามารถนำไปพัฒนาตนเองเพื่อบรรลุเป้าหมายในอนาคต

การมาปฏิบัติงานที่คอมเมทิฟ โปรดักชั่นนั้น โดยรวมเหมาะสำหรับผู้ที่มีความสนใจใน ด้านของการสร้างสื่อโฆษณาและภาพยนตร์ โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ และการออกแบบสื่อต่างๆ ในการประชาสัมพันธ์สื่อมีเดียเหล่านั้นในการสื่อสารให้ผู้อื่นเข้าใจ เข้าถึงได้โดยง่าย สำหรับ การทำงานของบริษัทจะแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ Pre-Production , Production และ Post-Production ซึ่งจะมี การทำงานหลายหลายแบบแตกต่างกันออกไป ซึ่งบริษัทใช้ความหลากหลายเหล่านั้นมาผนวกเข้า ด้วยกันทำให้งานสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

1. อนุวรรตน์ กระจันทร์, *การวางแผนการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์* [online], สืบค้นเมื่อ 3 สิงหาคม 2560, สืบค้นจาก : <https://sites.google.com/site/mediaadmedicine/3-4-kar-wangphaen-kar-phlit-sux-pheux-kar-prachasamphanth>
2. จุฑารัตน์ จอกสูงเนิน, *การออกแบบงานกราฟิก* [online], สืบค้นเมื่อ 3 สิงหาคม 2560, สืบค้นจาก : <http://bowtysnoo.blogspot.com/>
3. นุชนภา อุปลี, *การออกแบบโปสเตอร์* [online], สืบค้นเมื่อ 3 สิงหาคม 2560, สืบค้นจาก : http://53010125001g12.blogspot.com/2013/02/blog-post_9845.html
4. จำพล สมมานะ, *การออกแบบโปสเตอร์ภาพยนตร์* [online], สืบค้นเมื่อ 3 สิงหาคม 2560, สืบค้นจาก : <https://prezi.com/-ylfaj5pgcy5/presentation/>
5. หนังสือเรียนรายวิชาพื้นฐาน ทศนศิลป์ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5, *ความสมดุลทางทัศนศิลป์* [online], สืบค้นเมื่อ 3 สิงหาคม 2560, สืบค้นจาก : <http://www.thaieditorial.com/%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B8%AA%E0%B8%A1%E0%B8%94%E0%B8%B8%E0%B8%A5%E0%B8%97%E0%B8%B2%E0%B8%87%E0%B8%97%E0%B8%B1%E0%B8%A8%E0%B8%99%E0%B8%A8%E0%B8%B4%E0%B8%A5%E0%B8%9B%E0%B9%8C/>
6. Nisarath Nuchraksa, *ประเภทของภาพยนตร์* [online], สืบค้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2560, สืบค้นจาก : <http://detailmovie.blogspot.com/p/3-1.html>
7. Jaruwan Wan Suttimusig, *รูปร่างและรูปทรง* [online], สืบค้นเมื่อ 3 สิงหาคม 2560, สืบค้นจาก : <https://www.gotoknow.org/posts/417795>
8. *องค์ประกอบศิลป์* [online], สืบค้นเมื่อ 3 สิงหาคม 2560, สืบค้นจาก : <http://www.athomeland.com/index.php/20130915204/%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%96%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%A0%E0%B8%B2%E0%B8%9E/composition.html>
<https://sites.google.com/a/bicec.ac.th/e-learning/hnwy-thi-1-hlak-kar-cad-xngkh-prakxb-silp-hna5>
<https://www.dek-d.com/board/view/1048341/>
https://www.baanjomyut.com/library_2/extension-4/the_visual_aesthetics/07.html

9. วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, *อะโดบี โฟโตชอป* [online], สืบค้นเมื่อ 3 สิงหาคม 2560, สืบค้นจาก :

https://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%AD%E0%B8%B0%E0%B9%82%E0%B8%94%E0%B8%9A%E0%B8%B5_%E0%B9%82%E0%B8%9F%E0%B9%82%E0%B8%95%E0%B8%8A%E0%B8%AD%E0%B8%9B

10. วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, *อะโดบี อิลลัสเตรเตอร์* [online], สืบค้นเมื่อ 3 สิงหาคม 2560, สืบค้นจาก :

https://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%AD%E0%B8%B0%E0%B9%82%E0%B8%94%E0%B8%9A%E0%B8%B5_%E0%B8%AD%E0%B8%B4%E0%B8%A5%E0%B8%A5%E0%B8%B1%E0%B8%AA%E0%B9%80%E0%B8%95%E0%B8%A3%E0%B9%80%E0%B8%95%E0%B8%AD%E0%B8%A3%E0%B9%8C

ภาคผนวก

TNI

ภาคผนวก ก.

ภาพบรรยากาศในการทำงาน

TNI



บริเวณด้านหน้าออฟฟิศ



วันถ่ายทำโปสเตอร์ภาพยนตร์ที่สตูดิโอ SHOOT :D



การ casting นักแสดงที่สตูดิโอ VOICE TV



บรรยากาศในการประชุมทีมเขียนบทและ read through



บรรยากาศในการเทรนนักแสดง



บรรยากาศในการประชุมและบลิฟโปสเตอร์ภาพยนตร์



บรรยากาศในการประชุมกองถ่ายภาพยนตร์ สำหรับความคืบหน้าในส่วนต่างๆ



บรรรยากาศในพิธีบวงสรวงภาพยนตร์เรื่องใหม่ของบริษัท



ทีมผู้ช่วยผู้กำกับทั้งสี่ในวันปิดกล้องภาพยนตร์



ผู้กำกับ ทีมผู้ช่วยกำกับและทีมนักแสดงในวันปิดกล้องภาพยนตร์

ภาคผนวก ข.
รายงานประจำสัปดาห์

TNI

ประวัติผู้จัดทำโครงการ

ชื่อ-สกุล

นายคณิน จันทวิชานวงษ์



วัน เดือน ปี เกิด

1 ธันวาคม 2538

ประวัติการศึกษา

ระดับประถมศึกษา

ประถมศึกษาตอนปลาย พ.ศ.2550

โรงเรียนลาซาลโชติรวินครสวรรค์

ระดับมัธยมศึกษา

มัธยมศึกษาตอนปลาย พ.ศ.2556

โรงเรียนลาซาลโชติรวินครสวรรค์

ระดับอุดมศึกษา

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ สาขาเทคโนโลยีมัลติมีเดีย พ.ศ.2560

สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

ทุนการศึกษา

-ไม่มี-

ประวัติการฝึกอบรม

1. อบรมการ Drawing ณ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น พ.ศ. 2557
2. อบรม Meeting Writers ณ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลเวิลด์ พ.ศ. 2558
3. อบรม Story Telling ณ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น พ.ศ. 2559
4. อบรมการพัฒนาบุคลิกภาพ ณ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น พ.ศ. 2559

ผลงานที่ได้รับการตีพิมพ์

-ไม่มี-