



: PROJECT  
PRINTING GRAPHIC DESIGN  
& PROMOTION FOR BODY CLUB  
: ADVISOR  
SUPONG CHAOVANASOONTORN  
NOPADOL YUTTAMONTRI

A P I V A T   P A O P A N L E R D

---



โครงการ ศิลปนิพนธ์

เรื่อง

การออกแบบเลขคณิตสิ่งพิมพ์สถานเพาะกาย

โดย

นาย อภิวัฒน์ เข่าทันเด็ก

รหัส ๕๓๔๖

ศิลปนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาคามหลักสูตรปริญญาศิลปบัณฑิต

ภาควิชาออกแบบนิเทศศิลป์

คณะมัณฑนศิลป์

มหาวิทยาลัยศิลปากร

พ.ศ. ๒๕๒๔



คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร อนุมัติให้ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาค้นคว้าตามหลักสูตรปริญญาบัณฑิต

คณะกรรมการศิลปนิพนธ์

หัวหน้าภาควิชาศิลปะ

อาจารย์ มณฑิต บุคกุลวิเชียร	ประธานกรรมการ
อาจารย์ ชัยนันท์ ชะอุ่มงาม	กรรมการ
อาจารย์ นิพนธ์ ตรีตะโกมล	กรรมการ
อาจารย์ เป็รื่อง เปลี่ยนสายสืบ	กรรมการ
อาจารย์ สายขวัญ ศิริพงษ์	กรรมการ / เลขานุการ

คณะกรรมการตรวจและตัดสินศิลปนิพนธ์

.....	อาจารย์ มณฑิต บุคกุลวิเชียร
.....	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พรหมเพ็ญ ฉายปรีชา
.....	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชัยนันท์ ชะอุ่มงาม
.....	อาจารย์ นิพนธ์ ตรีตะโกมล
.....	อาจารย์ เป็รื่อง เปลี่ยนสายสืบ
.....	อาจารย์ นพคุณ บุทธมนตรี
.....	อาจารย์ ธนาพร เจียรกุล
.....	อาจารย์ สมพล สุภักกนก
.....	อาจารย์ บุญชัย เจริญจิตรกรรม
.....	อาจารย์ สายขวัญ ศิริพงษ์

อาจารย์ผู้ควบคุมศิลปนิพนธ์

อาจารย์ สุกฤษฏ์ ขวณะสุนทร
อาจารย์ นพคุณ บุทธมนตรี

## สารบัญ

- คำนำ
- แบบฟอร์ม ศอท.3-25
- ขั้นตอนการออกแบบ
- สื่อโฆษณา
- กลุ่มเป้าหมาย
- การออกแบบเลขศิลป์
- การใช้ตัวอักษรในงานโฆษณาสิ่งพิมพ์
- การออกแบบโปสเตอร์
- จดหมายตรง
- แนวทางในการออกแบบสัญลักษณ์
- แนวความคิดแผนภาพโปสเตอร์
- แนวความคิดแผนภาพโฆษณาในหน้านิตยสาร
- แนวความคิดแผนภาพโฆษณาในหน้าหนังสือพิมพ์
- แนวความคิดหัวข้อจดหมาย นามบัตร บัตรสมาชิก
- แนวความคิดแผนพับโฆษณา

## คำนำ

การออกกำลังกายเป็นสิ่งจำเป็นต่อชีวิตของมนุษย์ แต่ในปัจจุบัน คนเราส่วนมากละเลยต่อการออกกำลังกายเป็นผลให้ต้องเจ็บป่วย มีร่างกายที่ไม่แข็งแรง น้ำหนักเพิ่มอย่างรวดเร็ว

การออกกำลังกายมีมากมายหลายวิธี ไม่จำเป็นแต่เฉพาะการเล่นกีฬา เพียงแค่เราวิดพื้น, วิ่ง หรือทำกายบริหาร ในตอนเช้าและตอนเย็น นั่นคือการออกกำลังกายแล้ว ซึ่งไม่ใช่เรื่องยากลำบากอะไรเลยสำหรับทุกคน อีกทั้งยังทำให้ร่างกายกระชุ่มกระชวย จิตใจแจ่มใส

การออกกำลังกายในปัจจุบันแบ่งออกได้ ๒ ประเภท

๑. การออกกำลังกายเพื่อให้ร่างกายแข็งแรง มีสุขภาพดี เช่น การเล่นกีฬาต่าง ๆ การออกกำลังกายบริหารในตอนเช้า-เย็น

๒. การออกกำลังกายเพื่อให้ร่างกายงดงาม เช่น การเต้นแอโรบิค การเพาะกาย

ในปัจจุบันนี้ การออกกำลังกายเพื่อให้ร่างกายงดงาม กำลังได้รับความนิยมอย่างสูง ในประเทศไทย

ข้าพเจ้าจึงมีความรู้สึกสนใจที่จะทำโฆษณาเกี่ยวกับการออกกำลังกายประเภทนี้ ซึ่งข้าพเจ้าก็ได้เลือกที่จะทำโครงการออกแบบและโฆษณาเลขนศิลป์สิ่งพิมพ์สำหรับสถานเพาะกาย

สาเหตุอีกประการหนึ่งที่เลือกทำโฆษณาสถานเพาะกาย เนื่องจากการเพาะกายไม่เคยมีการโฆษณามาก่อน อีกทั้งในปัจจุบันการเพาะกายเริ่มได้รับความนิยมในหมู่วัยรุ่น และคนทำงาน (อายุ ๑๓-๒๕ ปี) แต่กลุ่มผู้นิยมเพาะกายเหล่านี้ไม่ได้เพาะกายเพื่อจะเป็นนักกล้าม หรือชายงาม เพียงแต่ต้องการที่จะมีเรือนร่างที่แข็งแรงงดงามเป็นชายชาตรี ทั้งนี้เนื่องจากได้รับความประทับใจจากนายแบบโฆษณาทีวี, แฟชั่น คาราพิกนเนอร์จากต่างประเทศ ซึ่งปัจจุบันนิยมที่ท่าแคคคาราหรือนายแบบหุ่นดำล้วน มีนักกล้ามมาโฆษณา และแสดงภาพยนตร์ซึ่งทำให้กลุ่มผู้นิยมเหล่านี้มีความรู้สึกที่อยากจะมีเรือนร่างเช่นนั้น

อีกทั้งในขณะนี้การประกวดชายงามเริ่มมีการประกวดให้ประชาชนได้ชม ทั้งที่สถานที่ประกวด

และทางโทรทัศน์ เช่น การประกวดที่ต่างพาค้า ทำให้วงการนักเพาะกายเริ่มคึกคักอีกครั้ง หลังจาก  
ชบเซามาานาน

จึงเป็นโอกาสอันประจวบเหมาะที่จะทำโครงการออกนิตยสารเพาะกาย ( BODY CLUB )  
ซึ่งเป็นสถานที่ที่ข้าพเจ้าสมัครใจ

แบบฟอร์ม ศอท. ๓-๒๕

ภาควิชาออกแบบนิเทศศิลป์

คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ชื่อนักศึกษา นายอภิวัฒน์ เข่าตันเลิศ

อาจารย์ผู้ควบคุมศิลปนิพนธ์

อาจารย์ สุพงษ์ ชวนะสุนทร

วันที่เสนอโครงการ ๑๒ มิถุนายน ๒๕๖๔

### โครงการศิลปนิพนธ์

๑. หัวข้อที่จะทำการศึกษา

โครงการออกแบบเอชนศิลป์สิ่งพิมพ์และโฆษณาของสถานเพาะกาย

PRINTING GRAPHIC DESIGN FOR PROMOTION OF BODY CLUB

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อออกแบบเอชนศิลป์สิ่งพิมพ์และโฆษณาให้กับสถานเพาะกาย

๒.๒ เพื่อให้เกิดแนวความคิดสร้างสรรค์ที่เป็นรูปแบบของตัวเอง

๓. ขอบเขตของการศึกษา

๓.๑ สัญลักษณ์ ๑ ชิ้น

๓.๒ บัตรสมาชิก (ขนาด  $๔\frac{๑}{๒} \times ๕\frac{๑}{๒}$ )

๓.๓ นามบัตร (ขนาด  $๕\frac{๑}{๒} \times ๔\frac{๑}{๒}$  ข.ม.)

๓.๔ กระดาษเขียนจกหมาย (ขนาด  $๔\frac{๑}{๒} \times ๑๑\frac{๑}{๒}$  นิ้ว), ของจกหมาย (ขนาด  $๔\frac{๑}{๒} \times ๔$  นิ้ว)

๓.๕ แผ่นภาพโฆษณาในหน้านิตยสาร หน้าเดี่ยว (ขนาด  $๔\frac{๑}{๒} \times ๑๑\frac{๑}{๒}$  นิ้ว),

หน้าคู่ (ขนาด  $๑๒\frac{๑}{๒} \times ๑๑\frac{๑}{๒}$  นิ้ว)

๓.๖ แผ่นภาพโฆษณาในหน้าหนังสือพิมพ์ สี-ขาวดำ (ขนาด  $๒\frac{๑}{๒} \times ๑๐$  นิ้ว)

๓.๗ แผ่นภาพโฆษณา (โปสเตอร์) ๒ ชิ้น (ขนาด  $๑๔\frac{๑}{๒} \times ๓๑\frac{๑}{๒}$  นิ้ว)

๔. แขนงดำเนินงานที่แสดงขั้นตอนในการศึกษา

- ๔.๑ หาข้อมูลจากสถานที่เค็ม, นักเพาะกาย และหนังสือ
- ๔.๒ ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้เพื่อนำไปใช้เป็นประโยชน์ในการออกแบบ
- ๔.๓ ออกแบบร่าง
- ๔.๔ ปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์
- ๔.๕ ทำงานจริง

๕. ระยะเวลาของขั้นตอนในการศึกษา

- |                         |   |         |
|-------------------------|---|---------|
| ๕.๑ หาข้อมูล            | ๒ | สัปดาห์ |
| ๕.๒ ศึกษาและวิเคราะห์   | ๒ | สัปดาห์ |
| ๕.๓ ทำแบบร่าง           | ๑ | สัปดาห์ |
| ๕.๔ ปรับปรุงแก้ไข       | ๔ | สัปดาห์ |
| ๕.๕ ปฏิบัติงานจริง ๕๐ % | ๔ | สัปดาห์ |
| ๕.๖ ปฏิบัติงานที่เหลือ  | ๓ | สัปดาห์ |
| ๕.๗ จัดทำรูปเล่มเอกสาร  | ๒ | สัปดาห์ |

๖. ประมาณการใช้จ่าย ๗,๐๐๐ บาท

๗. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- ๗.๑ ได้รู้ถึงขั้นตอนของการออกแบบและโฆษณา
- ๗.๒ ได้รู้ถึงปัญหาในการออกแบบ อีกทั้งรู้จักแก้ปัญหา
- ๗.๓ ได้รับประสบการณ์ในการออกแบบ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อวิชาชีพในภายภาคหน้า



## ขั้นตอนการออกแบบ

ขั้นตอนในการปฏิบัติงานในโครงการศิลปนิพนธ์นี้มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานทั้งสิ้นประมาณ ๑๗ สัปดาห์ โดยแบ่งขั้นตอนและระยะเวลาในการปฏิบัติงานดังต่อไปนี้

### สัปดาห์ที่ ๑-๔

เมื่อโครงการผ่านการอนุมัติจากกรรมการแล้ว ก็เป็นช่วงเวลาในการค้นคว้าหาข้อมูล ซึ่งเกี่ยวข้องกับสาขาที่ทำการออกแบบ ตลอดจนวางแนวทางในการออกแบบโดยคร่าว ๆ จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้ออกค้นหาและแบบร่างแสดงคร่าวโครงการออกแบบ (PRELIMINARY SKETCH) เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อรับคำแนะนำว่าควรแก้ไขหรือเพิ่มเติมประการใดบ้าง

### สัปดาห์ที่ ๕-๘

เป็นช่วงเวลาในการออกแบบร่าง โดยพัฒนาแบบร่างขยาย ๆ ที่ใ้กว้างแนวการออกแบบไว้ในช่วงแรกมาเป็นแบบร่างสมบูรณ์ (SKETCH DESIGN) แล้วนำแบบร่างนั้น ๆ เสนอต่อกรรมการเพื่อพิจารณาว่างานออกแบบนั้น ๆ ควรแก้ไขอย่างไรบ้าง และโครงการศิลปนิพนธ์ควรผ่านการพิจารณาหรือไม่

### สัปดาห์ที่ ๑๐-๑๗

เป็นช่วงเวลาปฏิบัติงานจริง โดยแก้ไขแบบร่างตามมติของคณะกรรมการ แล้วนำมาออกแบบเป็นงานจริง ช่วงเวลาในการปฏิบัติงานในช่วงนี้ แบ่งออกเป็น ๒ ช่วงคือ

สัปดาห์ที่ ๑๑-๑๔ ปฏิบัติงานจริง ๕๐ % ของปริมาณที่ต้องออกแบบ

สัปดาห์ที่ ๑๕-๑๗ เป็นช่วงเวลาปฏิบัติงานในส่วนที่เหลือและทำภาคเอกสารเสนอต่อกรรมการ

## แผนการโฆษณา

แผนการโฆษณาที่จะกล่าวถึงนี้หมายถึง แผนการโฆษณาสถานเพาะกายที่เพิ่งเปิดใหม่ ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นมาก เพราะประชาชนยังไม่รู้จักสถานที่ดังกล่าว การโฆษณาช่วงนี้เป็นช่วงแรกสุด

ต้องโฆษณาให้ประชาชนทราบให้ได้ว่า มีสถานเพาะกายแห่งใหม่ มีความพร้อมในค่านอุปกรณ  
สถานที่และบริการในค่านต่าง ๆ โฆษณาอาจจะต้องทำทุก ๆ สื่อโฆษณา เช่น สิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์  
เพื่อดึงดูดความสนใจจากประชาชนให้มากที่สุด แต่สำหรับโครงการของข้าพเจ้านี้ ข้าพเจ้าเลือกสื่อโฆษณา  
ทางสิ่งพิมพ์เพียงอย่างเดียว

### สื่อโฆษณา

๑. ไปสเตอร์ ๒ ชั้น
  - ๑.๑ ไปสเตอร์โฆษณาชักชวนให้มาออกกำลังกายโดยการเพาะกาย
  - ๑.๒ ไปสเตอร์โฆษณาประกวดชายงาม
๒. แผ่นภาพโฆษณาในหน้านิตยสารรายเดือน อาทิเช่น เฟอร์นิเจอร์, HI-CLASS, GM,  
หนุ่มสาว - ๒ ชั้น
  - ๒.๑ แผ่นภาพโฆษณาในหน้านิตยสาร หน้าเดี่ยว
  - ๒.๒ แผ่นภาพโฆษณาในหน้านิตยสาร หน้าคู่
๓. แผ่นภาพโฆษณาในหน้าหนังสือพิมพ์ NATION, BANGKOK POST, ประชาชาติธุรกิจ  
๒ ชั้น
  - ๓.๑ แผ่นภาพโฆษณาในหน้าหนังสือพิมพ์ ๔ สี
  - ๓.๒ แผ่นภาพโฆษณาในหน้าหนังสือพิมพ์ ชาว-คำ
๔. แผ่นพับโฆษณาพับสี่ ๑ ชั้น

### กลุ่มเป้าหมาย

- กลุ่มผู้ที่นิยมเพาะกายอยู่แล้ว
- กลุ่มวัยรุ่นและผู้ทำงานแล้ว อายุประมาณ ๑๗-๓๕ ปี

## การออกแบบเลขศิลป์

เป็นการออกแบบเพื่อเป็นสื่อกลางสำหรับถ่ายทอด ข้อความ ข่าวสาร ความรู้สึกนึกคิด และอารมณ์จากกลุ่มชนกลุ่มหนึ่งไปยังอีกกลุ่มหนึ่ง เพื่อจะได้เข้าใจ รับรู้ข่าวสารนั้นโดยประสาททางตา (VISUAL COMMUNICATION) เช่น การออกแบบโฆษณาบนแผ่นกระดาษเพื่อนำไปติดตั้งตามที่ต่าง ๆ เพื่อให้ผู้คนได้เห็นและทราบข้อความ ข่าวสาร นั้น ๆ ซึ่งเราเรียกว่า แผ่นภาพโฆษณา หรือโปสเตอร์

ในปัจจุบันนี้ การออกแบบเลขศิลป์มีขอบเขตกว้างขวางมาก เกือบจะกล่าวได้ว่า สอดแทรกไปในงานออกแบบทุกสาขา โดยเฉพาะในสาขาของการออกแบบโฆษณา ซึ่งบางครั้งก็เรียกศิลปะแขนงนี้ว่า COMMERCIAL ART อันเป็นสาขาโดยตรงของการออกแบบเลขศิลป์ (GRAPHIC DESIGN) ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบโปสเตอร์ ภาพโฆษณาในหน้าหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ในภาพยนตร์ โทรทัศน์ เป็นต้น

การออกแบบอักษรประเภทต่าง ๆ (TYPOGRAPHIC DESIGN) การออกแบบสัญลักษณ์ (SYMBOL) หรือเครื่องหมายการค้า (TRADE MARK) และการนำเอาเครื่องหมายนั้นไปใช้ประโยชน์ต่าง ๆ เป็นงานที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับงานออกแบบเลขศิลป์ นอกจากนี้งานประเภทการออกแบบหนังสือ (BOOK CATALOG DESIGN) การจัดวางหน้าหนังสือ (LAY-OUT) ในหนังสือพิมพ์ นิตยสาร รวมทั้งการออกแบบลวดลายบนหีบห่อ หรือบนผิวของผลิตภัณฑ์ แม้แต่การออกแบบเลขศิลป์ที่นำไปใช้กับอาคาร โดยเฉพาะงานออกแบบตัวอักษร และแผ่นป้ายต่าง ๆ ซึ่งเป็นประเภทที่เรียกว่า "การออกแบบเลขศิลป์สำหรับอาคาร" (ARCHITECTURE GRAPHIC)

จำเป็นอยู่เองที่ผู้ออกแบบเลขศิลป์จะต้องมีความรู้ในหลาย ๆ ด้าน นอกเหนือไปจากหลักเบื้องต้นทางศิลปะ (BASIC PRINCIPLE OF ART) หรือหลักการทางสุนทรียภาพ (AESTHETIC) ความรู้ทางด้านตัวหนังสือ ทั้งประเภทเขียนด้วยมือ และประเภทตัวพิมพ์ ซึ่งแต่ละชนิด (TYPE) ก็มีความเหมาะสมกับงานแต่ละประเภทแตกต่างกัน เทคนิคการพิมพ์ การถ่ายภาพ ก็เป็นส่วนประกอบที่สำคัญในงานออกแบบ เพื่องานชิ้นสำเร็จที่จะเผยแพร่ออกสู่สาธารณชน

ในงานออกแบบทางเลขศิลป์ ซึ่งถือกันว่าเป็นงานประเภทพาณิชย์ศิลป์ (COMMERCIAL ART)

แขนงหนึ่ง ดังนั้นจึงต้องคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอย (FUNCTION) เป็นอย่างมาก ควบคู่ไปกับหลักเกณฑ์ทางด้านความงาม ซึ่งงานออกแบบที่ถือกันว่าประสบผลสำเร็จนั้น จะต้องสามารถใช้งานได้เป็นอย่างดี สื่อความหมายเป็นที่เข้าใจแก่สาธารณชน แสดงถึงความเข้าใจอันถูกต้อง เหมือนกัน ระหว่างผู้ออกแบบกับผู้นับถือ ไม่ใช่เพียงแต่ความงามด้านเดียว

งานออกแบบทางเลขศิลป์นั้น ที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งคือ จะต้องมีความคิดสร้างสรรค์ในงาน และมีเป้าหมาย (CONCEPT) ก่อนที่จะทำการออกแบบ และต้องออกแบบโดยใช้พื้นฐานทางการจัดวาง (LAY-OUT) และการจัดองค์ประกอบ (COMPOSITION) ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ งานออกแบบนั้นจึงจะประสบผลสำเร็จ เป็นไปตามเป้าหมาย

### ประเภทของงานออกแบบเลขศิลป์

แบ่งออกได้เป็น ๓ ประเภทใหญ่ ๆ คือ

๑. เลขศิลป์ของสิ่งพิมพ์ (PRINTING GRAPHIC) คือ งานออกแบบในลักษณะของงานพิมพ์ เช่น การออกแบบสัญลักษณ์ นามบัตร ของจดหมาย หนังสือเล่ม สิ่งพิมพ์โฆษณาต่าง ๆ เป็นต้น

๒. เลขศิลป์ของสิ่งแวดล้อม (ENVIRONMENTAL GRAPHIC) เป็นลักษณะการออกแบบสำหรับติดตั้งตามที่สาธารณชน เช่น การออกแบบป้ายหน้าร้าน ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ (BILL BOARD) ป้ายต่าง ๆ สำหรับอาคารสถานที่ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้สถานที่นั้น ๆ

๓. เลขศิลป์สำหรับภาพนิ่ง ภาพยนตร์ (SLIDE & MOTION PICTURE GRAPHIC) เช่น ภาพยนตร์โฆษณา สไลด์โทรทัศน์ เป็นต้น

ในวงการต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นองค์การค้า หรือกิจกรรมอื่น ๆ ในปัจจุบันนี้ สัญลักษณ์หรือเครื่องหมายที่ใช้เป็นตัวแทนของกิจกรรมนั้น ๆ จะมีความสำคัญมาก การออกแบบทางเลขศิลป์สำหรับกิจกรรมต่าง ๆ ดังกล่าว มักจะเริ่มด้วยการออกแบบสัญลักษณ์เสียก่อน เพื่อที่จะนำไปใช้ในสิ่งพิมพ์ และสื่อโฆษณาต่าง ๆ ของกิจกรรมหรือบริษัทนั้น เป็นต้น

สัญลักษณ์ดังกล่าว ถ้านำไปใช้กับทางการค้า ก็เป็นเครื่องหมายการค้า (TRADE MARK)

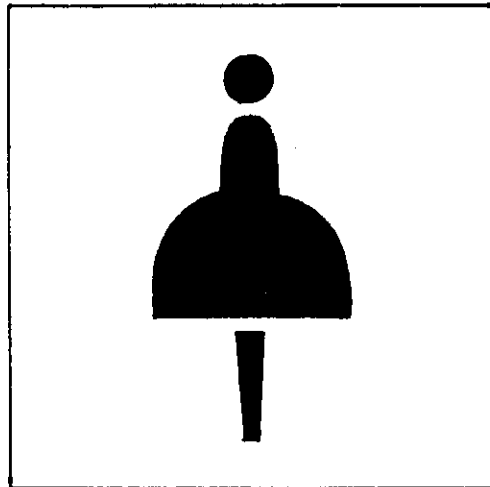
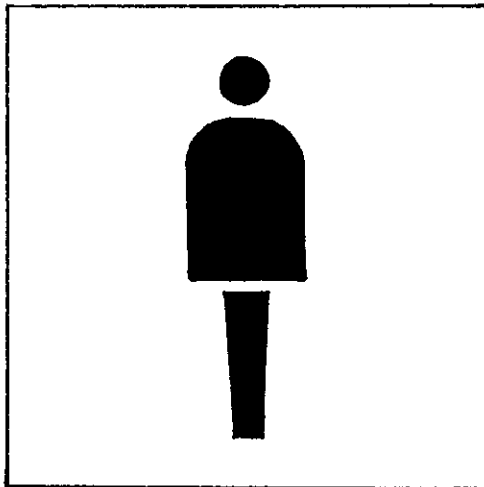
ถ้านำไปใช้กับวงการอุตสาหกรรมเฉพาะแขนง เช่น สัญลักษณ์สำหรับผู้พิมพ์ เรียกว่า PRINTER'S MARK เป็นต้น หากถ้าเครื่องหมายออกแบบขึ้นโดยเอาอักษรย่อมาเรียงต่อกัน ก็อาจเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า MONDGRAM หรือ LOGOTYPE ซึ่งในการออกแบบจะต้องสอดคล้องกับบุคลิกลักษณะเฉพาะตัว (CHARACTOR) ของผลิตภัณฑ์ กิจกรรม อุตสาหกรรม หรือองค์กรนั้น ๆ โดยเฉพาะ

### การออกแบบสัญลักษณ์

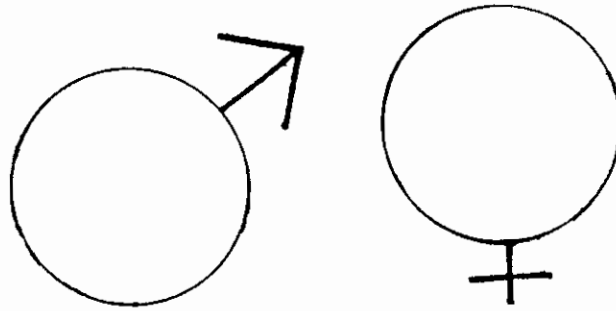
การออกแบบสัญลักษณ์ เป็นจุดเริ่มต้นของการทำงานออกแบบ เป็นตัวแทนความหมายของสิ่งต่าง ๆ เหตุผลสำหรับการใช้สัญลักษณ์คือ การทำหน้าที่แทน การอธิบายค่า หรือประโยค เพื่อให้สะดวกสั้น และช่วยขจัดปัญหาในเรื่องไม่เข้าใจปัญหาได้

สัญลักษณ์แบ่งออกได้ ๒ ลักษณะ คือ

๑. รูป (PICTORIAL)
๒. เครื่องหมายนามธรรม (ABSTRACT MARKS)



๑. รูป (PICTORIAL)



## ๒. เครื่องหมายนามธรรม (ABSTRACT MARK)

### คุณสมบัติพื้นฐานของการออกแบบสัญลักษณ์

พิจารณาจากรูปร่างหมายของงาน ซึ่งมีหลักเกณฑ์ดังนี้

๑. ความเรียบง่าย (SIMPLICITY)
๒. ความมีเอกลักษณ์ (INDIVIDUAL) หรือความมีลักษณะเฉพาะตัว
๓. สามารถสื่อความหมายได้ง่าย
๔. สามารถดึงดูดความสนใจได้ดี

### การประเมินค่าในการออกแบบสัญลักษณ์สำหรับงานนิทรรศการ

สัญลักษณ์ที่ใช้แสดงหน้างานนิทรรศการ ซึ่งส่วนมากจะเป็นงานนิทรรศการชั่วคราวนั้น มีลักษณะพิเศษอีกประการหนึ่งคือ มีรูปร่างเป็น ๓ มิติ สามารถมองเห็นได้โดยรอบ เพื่อเป็นตัวแทน หรือแสดง ความหมายของงานแสดงนั้น ซึ่งการออกแบบสัญลักษณ์ในลักษณะนี้ต้องคำนึงถึง

๑. ความเหมาะสมของเนื้อหาของสัญลักษณ์ (CONTENT) จุดประสงค์ในการสื่อความหมายของสัญลักษณ์สามารถเข้ากับจุดประสงค์ของงานแสดง

๒. ความเหมาะสมกับลักษณะการจัดสถานที่ โดยส่วนรวม และจุดเด่นของตัวสินค้าที่นำออก  
แสดง

๓. มีความเป็นเอกลักษณ์ ซึ่งเป็นไปตามวัตถุประสงค์ทางการออกแบบ

๔. สามารถนำไปใช้ให้สัมพันธ์กับงานออกแบบลักษณะ ๒ มิติ เช่น สิ่งพิมพ์ในงานแสดงนั้น

๕. น่าสนใจ และสามารถจดจำได้ง่าย

๖. น่าเชื่อถือ

๗. มีขนาดที่เหมาะสมกับสถานที่จัดแสดงงาน

๘. มีความประสานกลมกลืนในรูปแบบที่เป็น ๓ มิติ

ซึ่งการออกแบบสัญลักษณ์ของงานแสดงนิทรรศการนั้น เป็นการออกแบบในลักษณะ ๓ มิติ ดังนั้น  
จึงต้องคำนึงถึงสิ่งต่าง ๆ ดังกล่าว และยังต้องคำนึงถึงความเหมาะสมในลักษณะที่เป็น ๓ มิติ ทั้งการ  
นำไปใช้ในงานพิมพ์ ซึ่งมีลักษณะเป็น ๒ มิติอีกด้วย

### การใช้ตัวอักษรในงานโฆษณาสิ่งพิมพ์ (DESIGN WITH TYPE)

การเลือกใช้ตัวอักษรมีความสำคัญมากในงานโฆษณา เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องในการออกแบบโฆษณา  
และเกี่ยวข้องกับทุก ๆ องค์ประกอบ สิ่งที่ต้องคำนึงถึงในการโฆษณาเกี่ยวกับตัวอักษร  
ก็คือ ขนาดของตัวอักษรและลักษณะของตัวอักษร ซึ่งในที่นี้จะกล่าวถึงตัวอักษรภาษาอังกฤษเป็นส่วนใหญ่

ในงานโฆษณานั้น ตัวอักษรภาษาอังกฤษแบ่งออกเป็น ๒ พวกใหญ่ ๆ คือ

๑. UPPER CASE ได้แก่ ตัวอักษรภาษาอังกฤษตัวใหญ่ เช่น ,

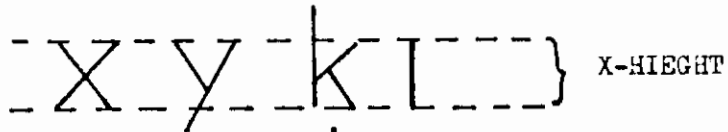
, , a a เป็นต้น

๒. LOWER CASE ได้แก่ ตัวอักษรภาษาอังกฤษตัวเล็ก เช่น a , b , c , d , e , f

เป็นต้น

ในการวัดความสูงของตัวอักษร (X-HEIGHT) หมายถึง ความสูงของ LOWER CASE วัด  
เท่ากับตัว X

20  
1/01  
2020  
21



ส่วนที่ขึ้นสูงออกไปจาก X-HIEGHT จะเรียกว่า ASSENDER  
ส่วนที่ต่ำลงมาจาก X-HIEGHT จะเรียกว่า DESSENDER

นอกจากนี้ ตัวอักษรภาษาอังกฤษยังมีลักษณะแตกต่างกันอยู่อีกคือ

๑. ลักษณะพวกที่มี SERIF คือ ซีกส่วนบนและล่างของ UPPER CASE ซึ่งเกิดในสมัยโรมัน เพราะการจารึกในสมัยนั้นตัวไ้ไปมา จึงต้องสร้าง SERIF ขึ้นมาให้อยู่ในแนวเดียวกัน

๒. ส่วนที่ไม่มี SERIF เรียกว่า SAN SERIF

- AGATE (ใช้เฉพาะงานหนังสือพิมพ์) .๘ AGAT - ."

- EM -  ของขนาด TYPE ที่ใช้ประโยชน์ในการจัดช่องไฟ   - . EM  
ใช้ความสูง (X-HIEGHT) เป็นหลัก

- EN -  $\frac{2}{2}$

ขนาด ๘ PT ขึ้นไปจึงจะเห็นได้ชัดว่าเปลว ในการวัดถ้าเกิน ๘ PT - ๘๖ PT จะวัดเป็น นิ้วหรือเซนติเมตร

ขนาดของตัวอักษร ถ้าเล็กกว่า ๑๘ PT เรียกว่า TEXT TYPE ถ้าใหญ่กว่า ๑๘ PT เรียกว่า DISPLAY TYPE

TYPE FACE ที่มีผลต่อการอ่าน

ในการใช้ตัวอักษร ควรคำนึงถึงความสะดวกในการอ่านเป็นสิ่งสำคัญ ควรอ่านได้ง่าย ไม่ยุ่งยากมากนัก และไม่ทำให้คนอ่านเข้าใจความหมายผิด TYPE FACE ที่เลือกควรจะมีผลช่วยในการอ่าน อาจารย์ ท้อถอก ทะละวงศ์ (ศิลปินการออกแบบโฆษณา ๒๕๒๓) ได้กล่าวไว้ว่า การสร้างอารมณ์และบรรยากาศให้เข้ากับสินค้า เป็นการกระตุ้นและเป็นตัวดึงดูดให้ผู้อ่านข้อความโฆษณาให้ซื้อสินค้าและบริการ



13 7 11 20 33



NO  
1/59  
25/1  
92



ส่วนที่ยื่นสูงออกไปจาก X-HIEGHT จะเรียกว่า ASCENDER  
ส่วนที่ต่ำลงมาจาก X-HIEGHT จะเรียกว่า DESCENDER

นอกจากนี้ ตัวอักษรภาษาอังกฤษยังมีลักษณะแตกต่างกันอยู่อีกคือ

๑. ลักษณะพวกที่มี SERIF คือ ซีกส่วนบนและล่างของ UPPER CASE ซึ่งเกิดในสมัยโรมัน เพราะการจารึกในสมัยนั้นตัวโยไปมา จึงต้องสร้าง SERIF ขึ้นมาให้อยู่ในแนวเดียวกัน

๒. ส่วนที่ไม่มี SERIF เรียกว่า SAN SERIF

- AGATE (ใช้เฉพาะงานหนังสือพิมพ์) ๑๔ AGAT - ๑"

- EM -  ของขนาด TYPE ที่ใช้ประโยชน์ในการจัดช่องไฟ   - ๑ EM  
ใช้ความสูง (X-HIEGHT) เป็นหลัก

- EN -  $\frac{2}{2}$

ขนาด ๔ PT ขึ้นไปจึงจะเห็นได้ชัดตาเปล่า ในการวัดถ้าเกิน ๔ PT - ๔๖ PT จะวัดเป็น นิ้วหรือเซนติเมตร

ขนาดของตัวอักษร ถ้าเล็กกว่า ๑๔ PT เรียกว่า TEXT TYPE ถ้าใหญ่กว่า ๑๔ PT เรียกว่า DISPLAY TYPE

TYPE FACE ที่มีผลต่อการอ่าน

ในการใช้ตัวอักษร ควรคำนึงถึงความสะดวกในการอ่านเป็นสิ่งสำคัญ ควรอ่านได้ง่าย ไม่ยุ่งยากมากนัก และไม่ทำให้คนอ่านเข้าใจความหมายผิด TYPE FACE ที่เลือกควรจะมีผลช่วยในการอ่าน อาจารย์ ทัดถน ทะระวงศ์ (ศิลปการออกแบบโฆษณา ๒๕๒๓) ได้กล่าวไว้ว่า การสร้างอารมณ์และบรรยากาศให้เข้ากับสินค้า เป็นการกระตุ้นและเป็นตัวดึงดูดให้ผู้อ่านข้อความโฆษณาให้ซื้อสินค้าและบริการ



13/01/2035

นั้น ๆ และก็เป็นวิธีหนึ่งที่ถูกนำมาใช้ในการออกแบบโฆษณา

ลักษณะของตัวอักษรที่มีผลต่อความรู้สึกในการอ่าน และเลือกประเภทของ COPY ที่ใช้ให้เหมาะสมมีดังนี้

๑. ให้ความรู้สึกเป็นผู้ชายเข้มแข็ง ควรเลือกใช้อักษรที่มี SERIF และจัด COPY แบบเสมอหน้า หลังปล่อย

๒. ต้องการสร้างพลังงาน ความแข็งแกร่ง ควรเลือกใช้อักษรที่ไม่มี SERIF (SAN SERIF) และเป็นแบบ (BOLD FACE) ควรจัด COPY แบบเสมอหน้า หลังปล่อย

๓. ต้องการให้ความรู้สึกเกิดเป็นผู้หญิง ควรเลือกใช้ตัวอักษรแบบ LIGHT FACE ทั้งหลาย และควรเป็นตัวอักษร ITALIC (ตัวเอียง) แบบ LIGHT FACE การจัด COPY จัดได้ ๒ แบบ คือ แบบเสมอหน้า หลังปล่อย กับแบบเสมอหลัง หน้าปล่อย

๔. ความรู้สึกกินเด่น สนุกสนาน ควรใช้ TYPE FACE หลาย ๆ แบบผสมกัน การจัด COPY จัดแบบเสมอกลาง (CENTERED)

### ความแตกต่างของตัวอักษร (TYPE FACE)

TYPE FACE ของตัวอักษรแบบพื้นฐาน (BASIC) มีอยู่ด้วยกัน ๔ แบบคือ

๑. ตัวอักษรแบบตัวบาง (LIGHT FACE) มีความหนาของตัวอักษรน้อยที่สุด ในจำนวน ๔ แบบ

๒. ตัวอักษรที่มีเส้นน้ำหนักหนา (BOLD FACE)

๓. ตัวอักษรที่เหมาะสมสำหรับงานที่มีเนื้อที่จำกัด (CONDENSED) เพราะมีขนาดความกว้าง

แคบ

๔. ตัวอักษรที่มีลักษณะเตี้ย แต่มีความกว้างมาก (EXTENDED EXPANDED)

นอกจากนี้ ยังมีแบบของตัวอักษรอีกหลายร้อยแบบ แต่ละแบบอยู่ในลักษณะ ๔ แบบ ที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นทั้งสิ้น เช่น แบบ UNIVERSE BOLD-FACE แบบ UNIVERSE LIGHT-FACE เป็นต้น TYPE FACE อีกแบบหนึ่งก็คือ ITALIC เป็นแบบตัวอักษรที่มีลักษณะตัวเอนไปทางขวา

## สิ่งที่ต้องคำนึงถึงในการใช้ตัวอักษรในการออกแบบโฆษณา

๑. ช่องไฟ (WORD SPACING) เนื้อที่ว่างระหว่างคำ มีความสำคัญมากต่อการอ่าน ถ้าหากไฟมีเนื้อที่มากหรือน้อยเกินไป จะทำให้ข้อความนั้นไม่สวยหรืออ่านยาก แต่ในบางครั้ง การออกแบบก็สามารถใช้ช่องไฟห่าง ๆ ในการออกแบบได้

๒. ความห่างระหว่างบรรทัด (LEADING) ขึ้นอยู่กับขนาดของตัวหนังสือ, ความยาวของข้อความโฆษณา (COPY) X-HIEGHT และ SERIF ในกรณีที่เป็นอักษรภาษาไทย ควรเว้นความห่างเป็น ๒ เท่าของภาษาอังกฤษ

ถ้า X-HIEGHT สูงต้องการช่องว่างระหว่างบรรทัดมาก SERIF จะเป็นตัวช่วยแบ่งของบรรทัดอยู่แล้ว SAN-SERIF ต้องการช่องว่างมากกว่า

## การเปรียบเทียบลักษณะในการใช้ TYPE FACE ดังนี้

๑. UPPER CASE กับ LOWER CASE

LOWER CASE จะอ่านง่ายกว่า UPPER CASE และ LOWER CASE มีส่วนที่ขึ้นออกมา (ASSENDER และ DESSENDER) จะเป็นตัวช่วยให้อ่านง่าย แต่ UPPER CASE ไม่มี ASSENDER กับ DESSENDER ทำให้อ่านได้ยากกว่า

๒. SERIF กับ SAN SERIF ตัวอักษรที่มี SERIF อ่านง่ายกว่าพวกที่ไม่มี SAN SERIF เพราะ SERIF เป็นตัวช่วยเสริมเส้นต่อตัวอักษรแต่ละตัว ทำให้ตัวอักษรอยู่ในแนวเดียวกัน ทำให้สะดวกต่อการอ่าน

๓. BLACK ON WHITE กับ WHITE ON BLACK ตัวหนังสือดำบนพื้นขาว ให้ความรู้สึกเป็นธรรมชาติ ส่วนตัวหนังสือขาวบนพื้นดำ จะเป็นแสงสะท้อนเข้าสู่ตาได้น้อย ทำให้อ่านได้ยากกว่า แต่มีความน่าสนใจกว่า เห็นกว่า พอใช้ได้กับข้อความที่ไม่ยาวนาน

๔. BOLD FACE กับ LIGHT FACE ตัวอักษรตัวหนา BOLD FACE อ่านยากกว่าตัวอักษรตัวบาง (LIGHT FACE) เพราะอักษรตัวหนา มีความหนาอันของตัวอักษรทำให้อ่านยาก คุณหนักกว่า

ไม่มีรายละเอียดของตัวอักษรเหมือน LIGHT FACE ซึ่งให้อ่านได้ยากกว่า

### อารมณ์ความรู้สึกที่ได้รับจากการอ่านตัวอักษรแต่ละแบบ

ตัวอักษรแต่ละแบบจะให้ความรู้สึกในการอ่านที่แตกต่างกัน การเลือกใช้ตัวอักษรจึงมีความสำคัญมากในการออกแบบโฆษณา เช่น ถ้าสินค้าเป็นของผู้หญิงใช้ ก็ควรใช้ตัวอักษรที่นุ่มนวลอ่อนหวาน และอาศัยการจัดของผู้หญิงมาสร้างอารมณ์ให้กับโฆษณาของเรา การโฆษณาจะได้ผลสามารถดึงดูด สร้างอารมณ์ให้กับผู้อ่าน กระตุ้นผู้อ่านให้เกิดการซื้อสินค้าหรือบริการได้ การใช้ความยาวของบรรทัดยาวต้องการช่องว่างหางมาก

### ความยาวของบรรทัด

ความยาวของบรรทัดยาวมาก ๆ ลักษณะจะเกิดความเมื่อยล้า ไม่อยากอ่านต่อจึงต้องแก้ไข โดยแบ่งคอลัมน์ให้มีความยาวของบรรทัดน้อยลง ตามมาตรฐานหลักในภาษาอังกฤษ จะถือว่าประมาณ ๖๕ CHARACTER ต่อบรรทัดเป็นมาตรฐาน ส่วนภาษาไทย ๕๕-๖๕ CHARACTER ต่อบรรทัดคือมาตรฐาน (๑ ตัวอักษรภาษาอังกฤษ เท่ากับ ๑ CHARACTER )

### หน่วยของการวัดตัวอักษร (UNIT OF TYPE MERSUREMENT)

ในการใช้ตัวอักษรการออกแบบโฆษณา จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ออกแบบโฆษณาที่จะต้องทราบถึงขนาดของตัวอักษร เพื่อที่จะกำหนดขนาดและบอกให้โรงพิมพ์รู้ถึง ขนาดของตัวอักษรได้อย่างถูกต้อง การวัดขนาดของตัวอักษร วัดได้โดยการวัดค่าศัพท์ในการพิมพ์ ซึ่งมีอยู่หลายคำคือ

- POINT	• นิ้ว	-	๗๒	PT
= PICA	• PICA	-	๑๒	PT
๖ PICA	-	•	นิ้ว	

## การออกแบบโปสเตอร์

โปสเตอร์ คือ แผ่นภาพโฆษณาที่ออกแบบขึ้นเพื่อกระจายข่าวสารไปสู่มวลชน เป็นสื่อทางสายตา (VISUAL COMMUNICATION) ระหว่างความสะทกตาอย่างรุนแรง สี และข้อความซึ่งดึงดูดความสนใจของผู้เดินผ่านไปมาได้นานพอที่จะปลูกฝังความคิดที่ต้องการให้เกิดขึ้นในจิตใจของผู้นั้นได้

## องค์ประกอบของโปสเตอร์

๑. หัวเรื่อง (HEAD LINE) คือ ข้อความที่ทำหน้าที่ดึงดูด กระตุ้นความสนใจของผู้อ่าน บอกเรื่องราวอย่างย่อ ๆ หรือทำหน้าที่การขายในงานโฆษณา เช่น แนะนำ ชักชวน ให้ซื้อสินค้า ฯลฯ ซึ่งต้องสามารถเห็นได้เด่นชัดด้วย
๒. หัวเรื่องรอง (SUB HEADING) มีความสำคัญรองลงมาจากหัวเรื่อง (HEAD LINE) อาจเป็นข้อความที่ต่อเนื่องจากหัวเรื่อง หรือเป็นคำขวัญ (SLOGAN) ของสินค้า หัวเรื่องรองอาจมีขนาดเล็กลงกว่าหัวเรื่อง (HEAD LINE)
๓. ภาพประกอบ (ILLUSTRATION) เป็นส่วนสำคัญของแผ่นภาพโฆษณา ซึ่งสามารถดึงดูดความสนใจ และบอกข่าวสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ การใช้ภาพโฆษณาในงานโฆษณา มีหลายแบบตามความเหมาะสม เช่น ภาพตัวสินค้า ภาพผู้ใช้สินค้า ผลของการใช้สินค้า เป็นต้น
๔. คำบรรยาย (TEXT) คือ ข้อความที่ทำหน้าที่ขยายความในส่วนหัวเรื่อง และหัวเรื่องรอง เพื่อบอกข่าวสาร บรรยายภาพ บ้าความสนใจ แสดงรายละเอียดเพิ่มขึ้น สำหรับในงานโฆษณาควรเป็นข้อความที่รัดกุม และใ้ใจความสมบูรณ์
๕. สัญลักษณ์ (LOGOTYPE) เป็นสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ มีเพื่อเป็นการบอกชื่อ ยี่ห้อ ของผลิตภัณฑ์ที่แสดง
๖. ชื่อเจ้าของผู้ผลิต (SIGNATURE) เพื่อแสดงถึงผู้ผลิต และเป็นเจ้าของตัวสินค้าที่ทำกรโฆษณา เพื่อสร้างความเชื่อถือ และวางใจในตัวสินค้า ซึ่งผลิตโดยบริษัทที่ลงกำกับไว้

## ข้อควรคำนึงในการออกแบบโปสเตอร์

### รูปแบบพื้นฐานของโปสเตอร์ (BASIC DESIGN OF POSTER)

บทบาทในเนื้อหาของโปสเตอร์ สำคัญมากกว่าเรื่องกฎ ระเบียบ และความชำนาญทางวิธีการทำโปสเตอร์ ในการที่จะกระทำการสื่อสารให้ไต่ด้นั้น รสนิยมและการตัดสินใจที่จำเป็นต้องมีรสนิยมความสามารถในการเลือกหัวข้อ และเนื้อหาสาระ และต้องมีความชำนาญในการจัดลำดับภาพ และเนื้อหา นั้น เพื่อเป็นการสนับสนุนของสิ่งนั้น ซึ่งเป็นหลักฐานสำคัญ ช่วยเผยแพร่อย่างกว้างขวาง เนื้อหาที่จะประกาศ หรือโฆษณา ต้องเข้าใจง่าย และยั่วชวนให้ผู้อ่านไปมาสนใจ ผู้ออกแบบต้องรู้จักสร้างสรรค์ และเป็นผู้มีจินตนาการอย่างมาก

ในยุครูปเปลี่ยนแปลง โปสเตอร์ที่สะกูดตา คำขวัญที่หูหრა ตกกับพื้นภาพ สามารถอ่านวยความนิยมได้ คือ เพื่อตั้งใจให้ผู้อ่านได้เห็น แล้วเกิดสะกูดใจ หยุคคย และจกจ่า โปสเตอร์ต้องมีอำนาจดึงดูดผู้อ่านที่ผ่านไปมาให้หยุดคยได้ โปสเตอร์จึงจำเป็นต้องเด่น เห็นได้ชัด คือ นอกจากจะเป็นภาพเด่น และสีสันทวยงามแล้ว ต้องเป็นภาพที่มีความเหมาะสมเข้ากับเรื่องที่ต้องการจะประกาศโฆษณา และเหมาะสมทั้งขนาด และสถานที่คยคยทั้งคย

### คุณสมบัติพื้นฐานของโปสเตอร์ (BASIC CONCEPT)

ภาพอะไรก็ตามที่ออกแบบขึ้น ย่อมจะมีผลต่อเนืองทุกส่วนลคย ใค้รับการเปลี่ยนแปลงอย่างชำนาญการ เน้นส่วนที่เป็นคุณสมบัติพื้นฐานเป็นสำคัญ กฎเกณฑ์คยคยล่าวเป็นกฎเกณฑ์ที่ไม่มีมีการเขียนขึ้น สำหรับเรื่องระเบียบการพิจารณาโปสเตอร์

โปสเตอร์ที่ประสบผลสำเร็จต้องเป็นโปสเตอร์ที่มองเห็นได้ชัด ฉะนั้นขนาดของโปสเตอร์และที่ตั้งของโปสเตอร์ เป็นเรื่องสำคัญที่คยคยพิจารณาในชั้นพื้นฐานการทำโปสเตอร์ ภาพโปสเตอร์ต้องเป็นที่เข้าใจได้อย่างกระจ่างแจ้งแก่ผู้อ่านเห็น และสะกูดตา วัสดุทุกชิ้นในโปสเตอร์ต้องส่งเสริมความตั้งใจที่แสดงออก BACK GROUND ไม่ว่าจะมิลักษณะคยคยกับภาพในโปสเตอร์ หรือมิลักษณะเป็นพื้นรยว ต้องส่งเสริมความคยคยและตั้งใจที่จะแสดงออกให้เห็นได้ชัด ผู้ออกแบบจำเป็นจะต้องสร้างสรรค์งานให้มีลักษณะ

ที่น่าจรรยาอย่าง เพื่อเป็นที่สะดุดตาสำหรับการมองผ่าน ๆ และสามารถจรรยาไปสเคอร์นั้นได้ในทันทีที่เห็น

ไปสเคอร์ต้องกล่าวถึงประโยชน์ คุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการเสนอ เช่น "เพื่อท่าน, ความสุขของท่าน, ความสบายของท่าน" ให้มีอำนาจเหนือความคิดของผู้พบเห็น เพื่อให้รู้สึกสนใจ เมื่อคิดถึงสาระแล้ว จึงทำการออกแบบอย่างมีระเบียบ

### ข้อควรพิจารณาในการออกแบบไปสเคอร์ (SELECTION)

การวางแผนเกี่ยวกับข้อมูลเบื้องต้น ต้องพิจารณาใน ๒ เรื่อง คือ

๑. ประโยชน์ใช้สอย (FUNCTION)
๒. ความงาม (BEAUTY)

ทางด้านประโยชน์ใช้สอย หมายถึง การจัดทำไปสเคอร์นั้นขึ้น เพื่อสร้างอะไรให้กับลูกค้า เช่น เพื่อแนะนำสินค้าใหม่ เพื่อย้ำเตือนถึงตัวสินค้า หรือเพื่อบอกข่าวสารอื่น ๆ แก่ผู้พบเห็น ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์ของไปสเคอร์นั่นเอง และต้องคำนึงถึงแผนงานโฆษณาของบริษัทด้วย เช่น จะออกไปสเคอร์จำนวนกี่ชุด ในระยะเวลาห่างกันเท่าไรในแต่ละชุด และรูปแบบ ขนาดของภาพที่ได้ผลแก่การโฆษณา หวังกลุ่มเป้าหมายที่หวังผลอีกด้วย

ทางด้านความงาม หมายถึง การทำให้ไปสเคอร์ให้เป็นที่ดึงดูดใจคนดู มีความงาม และต้องคำนึงถึงสถานที่ติดตั้งในที่ใกล้ตาคนดู ในทางสัญจรของผู้คน เช่น ย่านชุมนุมชน

กล่าวโดยทั่วไป ภาพพื้น (BACK GROUND) มีเนื้อที่มาก จึงเป็นปัญหาทางการออกแบบ จะต้องเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้สิ่งที่ต้องการเสนอนั้นเด่นขึ้นมา หรือเห็นไม่ชัดเจนได้ และภาพพื้น (BACK GROUND) นี้ ยังมีความสัมพันธ์กับประโยชน์ใช้สอย (FUNCTION) และทางด้านความงาม (BEAUTY) ทั้งทางตรงและทางอ้อม

ในด้านความงาม เป็นการพิจารณาทางอ้อม เพื่อให้ภาพดูสบายตา ไม่ใหญ่จนเกินไป และ

องค์ประกอบต่าง ๆ ทั้งพื้นหลัง (BACK GROUND) การใช้สี ควรให้ความรู้สึก และดูสบายตา

โปสเตอร์ที่ดีต้องมีจุดประสงค์ของโปสเตอร์ เป็นจุดเด่นในภาพ (FOCUS) คุณภาพของโปสเตอร์ อยู่ที่ความสามารถในการคัดเลือกภาพ และตัวอักษร รวมทั้งสีที่มีส่วนสร้างอารมณ์ให้แก่ผู้ดู ทั้งหลักจิตวิทยาที่ว่า การเลือกทำโปสเตอร์ให้มีลักษณะกลมกลืน หรือตัดกัน มีผลให้ดูสะดุดตา ยวนตาชวนใจ และความกลมกลืนนี้ ทำให้ผู้ดูไม่รู้สึกว่ามีการตบตา ชักชวนไปในทางที่ผิดอย่างแนบเนียน ซึ่งข้อนี้ก็สำคัญ

การพิจารณาข้อหนึ่งของการเลือกภาพ ตัวอักษร ตัวพิมพ์ และพื้นหลัง ผู้ออกแบบยังต้องคำนึงถึงสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ในสถานที่ติดตั้งด้วย เช่น ในที่มืด หรือในเวลากลางคืน จะต้องสามารถมองเห็นได้ด้วย

การคัดแปลงการจัดโปสเตอร์ เป็นการเร่งเร้าความสนใจแก่ผู้ดู เช่น การเปลี่ยนสีของโปสเตอร์ หรือการใช้เส้นโค้งในภาพ (CURVE) ตำแหน่งของตัวอักษร วัตถุประสงค์และความสำคัญของโปสเตอร์ ผู้ออกแบบจะต้องมีการคาดการณ์ล่วงหน้า และการวางแผนที่ดี

### การจัดวางองค์ประกอบของโปสเตอร์ (LAY-OUT)

ในงานออกแบบสิ่งพิมพ์ การจัดวางส่วนต่าง ๆ ในโปสเตอร์ เป็นเรื่องสำคัญมากที่สุด ในการจัดวางส่วนต่าง ๆ นั้น ต้องพิจารณาถึงสิ่งต่าง ๆ ต่อไปนี้

๑. ขนาด และสัดส่วนของโปสเตอร์ โดยเฉพาะขนาดของโปสเตอร์นั้นสำคัญมาก เพื่อเวลาทำการออกแบบจะได้ทราบว่าต้องเพิ่มอะไรลงไปโปสเตอร์ให้เหมาะสมกับขนาด
๒. สถานที่ติดตั้ง กรณีที่ติดตั้งไว้กลางแจ้ง แบบจะต้องทันสมัย และเหมาะสมกับสภาวะ เช่น ร้านค้า การแสดงและการประชุมพบปะทางการค้า
๓. การใช้สี ขอบเขตของสี ความนิยมของสีในระยะเวลาที่จำไว้ได้ง่ายและเหมาะสมกับเรื่องราวที่ต้องการแสดง
๔. การตัดสินใจเลือกใช้กรรมวิธีการสร้างงาน เพื่อให้สามารถเตรียมต้นฉบับให้เหมาะสมกับการพิมพ์แต่ละชนิด



๕. มีความจำเป็นมากที่นักออกแบบต้องเข้าใจงานส่วนใหญ่อย่างชัดเจน อาจเป็นไปได้ที่นักออกแบบทำเพื่อความงามทางศิลปะเท่านั้น

๖. เมื่อจะแสดงผลิตภัณฑ์ ภาพจะต้องแสดงจุดประสงค์ และสร้างความเข้าใจแก่ผู้ชมอย่างชัดเจน

๗. การพิจารณางาน ต้องมีการทบทวน เพราะเพียง ๒-๓ คำในงานมีผลต่อความเข้าใจของผู้ดูอย่างมาก

๘. มีรูปแบบเป็นเอกลักษณ์ มีความเป็นหนึ่งเดียว ไม่แตกแยกห้วงค้ำนรูปแบบ

๙. การเลือกใช้ภาพถ่าย

๑๐. การฉกฉวยเวลาในการทำงานเป็นเรื่องสำคัญ และระยะเวลาการสร้างควมเข้าใจ

๑๑. ประมาณการใช้จ่าย

## จดหมายตรง (DIRECT MAIL)

จดหมายตรง เป็นสื่อที่สามารถเลือกสรรผู้บริโภคได้มากที่สุด เพราะสามารถระบุตัวลูกค้าโดยตรง คล่องตัวต่อการแจกจ่าย ให้รายละเอียดได้มาก ลักษณะเด่นของจดหมายตรงคือ

๑. ระบุผู้รับได้แน่นอน เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรงที่สมควรต่อเรื่อง
๒. กระตุ้นความสนใจได้มาก เพราะผู้รับต้องเปิดดูแน่นอน และมีเวลาในการพิจารณาได้นานกว่าสื่อโฆษณาอย่างอื่น และสามารถเก็บรักษาให้คงอยู่เป็นหลักฐาน ศึกษาทบทวนได้
๓. ไม่ต้องเปรียบเทียบโดยตรงกับคู่แข่งอื่น ๆ เหมือนโฆษณาตามโทรทัศน์ หรือนิตยสาร
๔. ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องวัสดุที่จัดทำ และวิธีการในการออกแบบ
๕. สามารถส่งถึงมือผู้บริโภคในเวลาที่ต้องการ เพราะไม่ต้องอาศัยในการใช้สื่อโฆษณา

อื่นประกอบ

๖. สามารถเช็ค และติดตามตรวจสอบผลภายหลังได้ เพราะทราบบุคคล และแหล่งที่ส่งไปถึง

ตัวอย่างของจดหมายตรง เช่น แผ่นพับ FOLDER, BROCHURE, BOOK LET จดหมาย โปปลิว เป็นสื่อที่นิยมอีกประเภทหนึ่งในการโฆษณา แผ่นพับที่ดีควรมีค่าแห่งความสนใจสูงสุด ให้ภาพพจน์ของสินค้า และความน่าเชื่อถือ รวมทั้งมีรายละเอียดพอเพียงที่สามารถจะเข้าใจได้ง่าย ลักษณะการพับไม่ควรซับซ้อนจนผู้อ่านไม่ทราบว่าหน้าไหนต่อจากหน้าไหน ขนาดไม่พอเหมาะ ใหญ่หรือเล็กจนเกินไป การพับเก็บไม่สะดวก

## การพับ

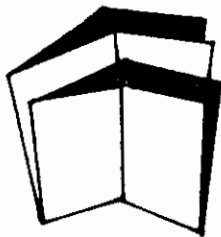
ลักษณะทั่วไปที่นิยมใช้ในการพับแผ่นพับ



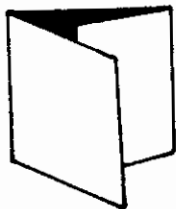
๑. พับกลาง ๑ ครั้ง (SINGLE FOLD) กระดาษ แผ่นพับกลาง ๑ ครั้งหนึ่ง ให้ขอบหน้าทับกันสนิท จะได้หนังสือ ๔ หน้า



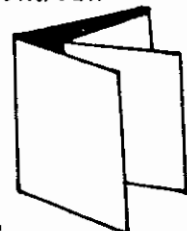
พับมุมฉาก ๓ ครั้ง



พับ ๖



พับหีบเพลงชัก



การพับขนาน

๒. พับมุมฉาก (RIGHT ANGLE FOLD) คือ พับตรงกลางกระดาษทางยาวครึ่งหนึ่ง แล้วพับกลางกระดาษที่พับแล้วตัดกับมุมฉากที่พับครั้งแรก การพับครั้งที่ ๒ จะได้หน้าหนังสือ ๔ หน้า ถ้าพับมุมฉากอีกครั้งที่ ๓ จะได้ ๑๖ หน้า พับมุมฉาก (พับกลาง ๒ ครั้ง) หรือพับครึ่งเศส
๓. การพับครึ่งเศส เรียก FRENCH FOLD เป็นการพับแบบมุมฉาก ๒ ครั้ง การพับแบบ FRENCH FOLD มักใช้สำหรับพับการ์ดหนังสือ ที่เรียกว่า LEAFLET
๔. การพับ ๖ หน้า เป็นการพับทางยาวจากสองปลาย โดยพับ ๒ รอบ แบ่งกระดาษตามยาวเป็น ๓ ส่วน พับจากปลายเข้ามาตรงรอยแบ่งทั้ง ๒ แห่ง โดยขอบกระดาษทั้ง ๒ ข้างพับซ้อนกัน
๕. การพับชนิดหีบเพลงชัก (ACCORDIAN FOLD) คือ พับกระดาษทางยาว โดยมากพับเป็นแผ่นยาวมาก โดยพับทางซ้ายรอยหนึ่ง แล้วกลับทางขวาอีกรอย สลับกันไปให้หน้ากระดาษพับซ้อนกันในลักษณะเหมือนสมุดข่อยโบราณ
๖. การพับขนาน (PARALLEL FOLD) คือ การพับกระดาษหลายครั้งในค่านเดียวกันตลอด เช่น พับกระดาษครั้งแรกตามค่านยาว โดยเอาปลายกระดาษของสองปลายมาบรรจบกัน พับครั้งที่ ๑ แล้วก็พับกระดาษที่พับไว้แล้วทางค่านเดิมอีก ไปเรื่อย ๆ
๗. การพับในลักษณะพิเศษอื่น ๆ อาจพับจากมุมเข้ามาตรงกลางหรือพับบางส่วนในขอบลำต้นอยู่ ซึ่งนิยมในการพับการ์ด และสิ่งที่ใช้เพื่อการโฆษณาต่าง ๆ เป็นพิเศษ

ข้อความที่ใส่ในแผ่นพับควรสั้น กระชับ แต่ได้ใจความ ไม่สับสน เข้าใจง่าย มีเนื้อหาไม่มากหรือน้อยจนเกินไป ควรมีคำพูดที่ดึงดูดความสนใจ การใช้ภาพประกอบจะช่วยให้น่าสนใจและเข้าใจง่ายขึ้น

<p>Experience the Ultimate Art in Bodybuilding</p> <p><b>Natural Physique Centre, Inc.</b></p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>• Personalized Training</li> <li>• Air Conditioned</li> <li>• Most Modern Facility</li> <li>• Highest Quality Equipment</li> <li>• Nutritional Counseling</li> </ul> <p>Hours: 7AM-10PM • Sat 10AM-6PM Sun: 10AM-4PM 104 4th Ave., N.Y.C., NY 10003 <b>212-420-9585</b> Bob &amp; Janette Fuchs</p>	<p><b>ROBERTS HEALTH CLUB</b></p>  <p>Modestos' Best!</p> <p>930 B. Carpenter Road Modesto, CA <b>209-577-8661</b></p>	<p><b>GOLD'S</b></p>  <p><b>GYM®</b></p> <p><b>DAN FORBES</b> Pittsburg, PA <b>412-443-1780</b></p>				
<p><b>1/12 DISPLAY ADVERTISEMENT RATES</b></p> <table> <tr> <td>3 Times</td> <td>6 Times</td> </tr> <tr> <td>\$108</td> <td>\$105</td> </tr> </table> <p>(Per Insertion)</p> <p>2" Width ~ 3¼" Height Black &amp; White</p> <p>Customer supplies own camera-ready artwork.</p> <p><b>Call Karen</b> <b>212-696-9272</b></p>	3 Times	6 Times	\$108	\$105	 <p><b>WELL EQUIPPED...</b></p> <p>with T.K. GYM EQUIPMENT. <small>AMERICA'S FINEST MADE EQUIPMENT.</small></p> <p><b>T-SHIRTS NOW AVAILABLE</b></p> <p><b>T.K. Gym Equipment</b> 6 Franklin Avenue Mt. Vernon, NY 10550 (914) 667-5959</p>	
3 Times	6 Times					
\$108	\$105					

ตัวอย่างสัญลักษณ์สถานเพาะกายของต่างประเทศ

**ACADEMY  
FITNESS  
CENTER**

Body Building &  
Weight Training  
For Men & Women  
Free Weights  
Nautilus  
Saunas, Showers, Lockers  
Suntan Salon  
Juice Bar/Pro Shop  
Individualized Instruction  
**FREE WORKOUT WITH THIS AD**  
52 Virginia Road  
North White Plains, NY 10603  
**914-946-4677**

ESTABLISHED 1962  
**OLYMPIA  
GYM**  
*Men & Women*

Fully Equipped  
Women's Gym  
Sauna  
Aerobics  
Universal • Nautilus • TK  
Full Health Bar  
Outdoor Facilities  
Speed and Heavy Bag  
**OPEN 7 DAYS A WEEK**  
**718-366-7072**

**AL FIVES**: VICE PRESIDENT  
NATIONAL GYM ASS'N.  
65-04 Fresh Pond Rd  
Ridgewood, NY 11385

**American Fitness  
Center**



Nautilus — TK  
Muscle Dynamics  
Tanning Beds  
Expert Instruction  
Especially for  
**Women Bodybuilders**

Ken Kassel  
**201-666-6230**  
41 Bergen Line Ave  
Westwood, NJ 07675

**PUMPING IRON™ GYM**  
NEW YORK CITY

**THE NAME  
SAYS IT ALL**

**212-496-24444**  
2162 Broadway  
New York City

**SPORT CITY  
Health Club**

2 Floors of Fully Equipped  
Gym Facilities  
Bodybuilding  
Reducing  
Conditioning  
Aerobics  
Free Weights

**718-441-1707**  
or **718-846-9273**  
TONY CROCE  
Trained with Mr. America & Mr. Universe

**ULTIMATE  
Fitness Center**



Calder's Shopping Center  
CALDER'S SHOPPING CENTER  
Next Door to 21 North

Specializing in FREE weights  
Life Cycle Bicycles • Sauna  
Nautilus • Universal • TK  
Personalized Instruction  
Tread Mills • Rowing Machines  
Special Aerobic Trainer  
Sun Tanning Beds • Lotions

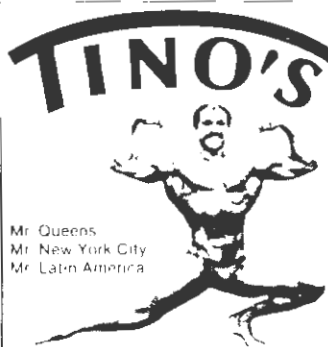
**(914) 937-8775**

BILL DAY: President  
Ultimate Fitness Center, Inc.  
431 Boston Post Rd. • Port Chester, NY 10575



**New York**  
74-02 Eliot Ave.  
Middle Village, NY 11379  
718-426-9869

**Florida**  
1119 N. Federal Hwy  
Ft. Lauderdale Fl. 33304  
305-566-4750



Mr. Queens  
Mr. New York City  
Mr. Latin America

**GYM**  
FOR THE SERIOUS  
BODY BUILDER  
57-08 WOODSIDE AVENUE  
WOODSIDE, N.Y. 11377  
Tel. (718) 429-9489  
HOURS  
MON - FRI 10 AM - 10 PM  
SAT 11 AM - 7 PM • SUN 12 Noon - 5 PM



**BILL BLANTON'S** T.M.  
**GYM**  
STONE MOUNTAIN, GA.

The Ultimate Bodybuilding Gym!  
**THE BELLMORE FITNESS CENTER**  
Experience the ultimate art of BODYBUILDING  
**Best Equipped Gym on L.I.**  
Private Lessons Available — "1 to 1 Workout"  
Full Line of Bodybuilding Supplies  
Posing Trunks, Belts, Gloves, Tanning Beds  
California Style Bodybuilding  
Professionally Equipped Gym  
HOURS:  
M-F 7 AM - 11 PM  
Sat & Sun 7 AM - 7 PM  
**BOB CARDONA - Fitness Director**  
**(516) 783-1057**  
3 blocks north of Sunrise Highway  
& corner of Bedford Ave. & Bedford Ct.  
Whether you are a mere beginner  
or a seasoned professional —  
**THIS GYM IS FOR YOU!**  
**FREE WORKOUT WITH THIS AD**

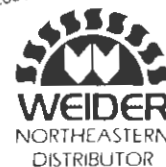
Experience the Ultimate Art in Bodybuilding  
**Natural Physique Centre Inc.**



- Personalized Training
- Air Conditioned
- Most Modern Facility
- Highest Quality Equipment
- Nutritional Counseling

Hours: 7AM-10PM • Sat. 10AM-6PM  
Sun. 10AM-1PM  
104 4th Ave., N.Y.C., NY 10003  
**212-420-9585**  
Bob & Janette Fuchs

**Samson's**  
• Samson's has one of the largest body building facilities on the east coast.



- Buy at California Prices from Professionals who know The Products!
  - Save on Freight!
- No Minimum Order Required!  
Same Day Shipping!



**CALL TOLL FREE**  
**1-800-722-0032**  
in N.Y. State: 1-800-462-0188

ENTER THE WORLD OF  
FITNESS



- MODERN FITNESS EQUIPMENT
- NAUTILUS
- HEALTH FOODS
- WORKOUT APPAREL
- NATURAL JUICE BAR
- AEROBIC EXERCISE BIKES

**203-646-3131**  
519 E. Middle Turnpike  
Manchester, CT 06040

Body Building  
Power Lifting  
Vitamins - Health Foods  
Personalized Instruction  
Gym Seen in Pumping Iron I Movie



7 days a week  
**718-465-0314**  
215-19 Jamaica Ave.  
Queens Village, NY 11428



**K. GIANNAKOPOULOS'**  
GYM

- Separate Gyms for Men & Women
- Showers
- Suntanning beds
- Sun Tanning

**30-3-2022200**  
KAFTATZOGLOY 54  
PATISIA, ATHENS  
GREECE



**PUMPING IRON™ GYM**  
HOBOKEN, NJ

Complete Training &  
Conditioning Facility for  
Men & Women

**201-656-8796**  
95 Hudson St., Hoboken, NJ 07030

➔ **PHASE II IS HERE**  
15th St. in HOBOKEN  
Jim Bean • Carl Fause

**World Famous**



**MUSCLEWEAR FOR THE GYM**  
50/50 COTTON/POLYESTER FITS  
MEN & WOMEN

Feels Great For Workouts

A: TANK B: T-SHIRT

S • M • L • XL '90's

Lt. Blue - Yellow - Red

Pink - Black - Fuschia

Send Check or Money order to:

CLARK SANCHEZ — PRO GYM

322 Muriel Street, N.E.

Albuquerque, NM 87123

add \$5 shipping & handling per item

505-294-1221

Experience The Ultimate  
in Bodybuilding Training



Open 7 Days  
Nutrition Bar • Pro Shop  
Flex • Polaris Equipment  
Tanning Bed

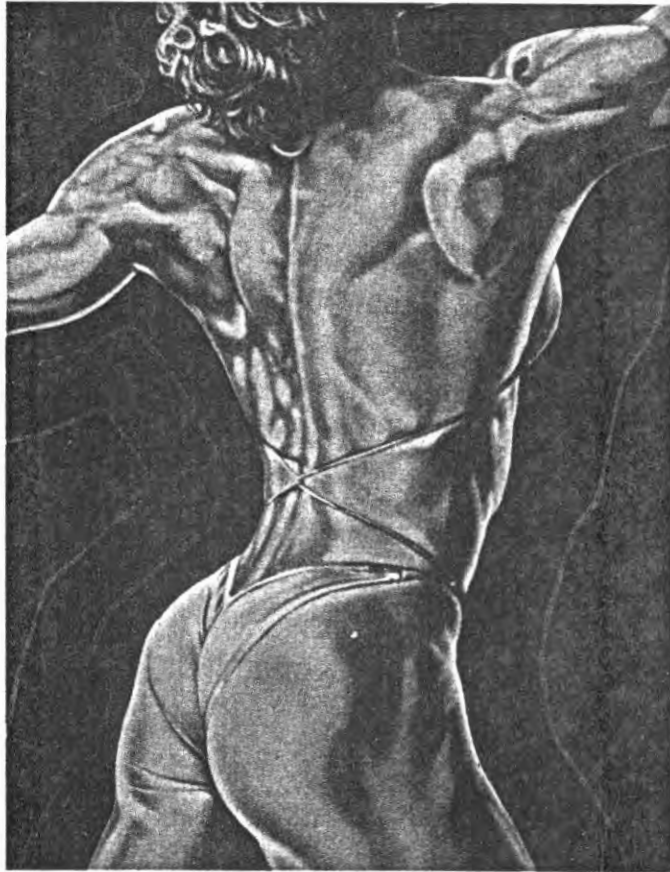
**716-342-8170**

687 TITUS AVE.  
ROCHESTER NY 14617  
DAVID & TODD LEVINE

CARLOS J. RODRIGUEZ  
MR. UNIVERSE  
PRESENTS  
**A.A.U.**  
**MR. & MS. UNIVERSE**  
OCT. 11 & 12, 1986  
TUCSON, ARIZONA

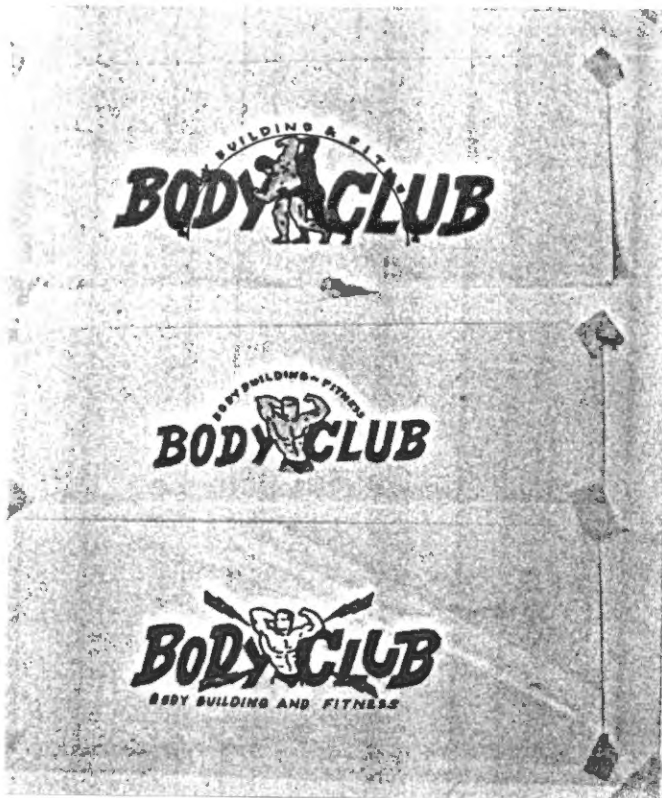
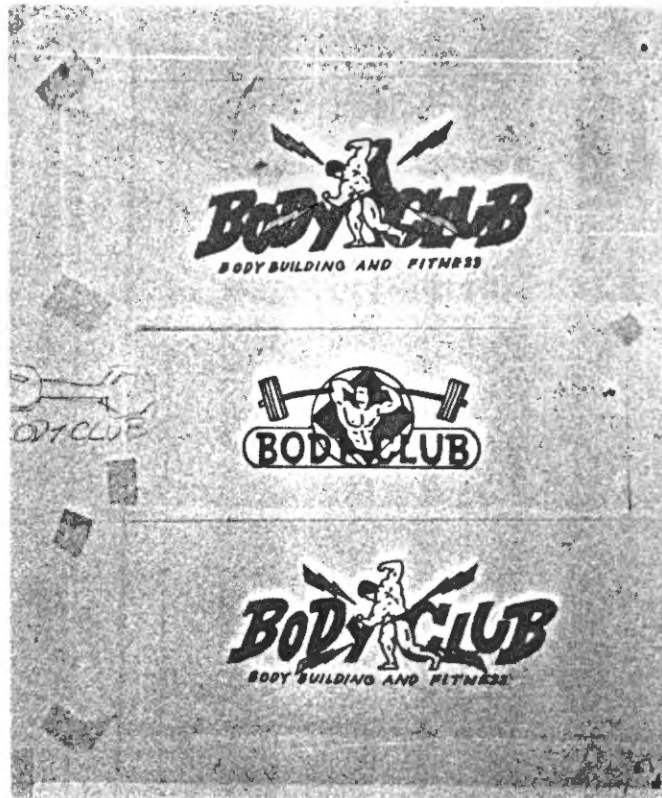
ตัวอย่างแผนภาพโฆษณาในหน้านิตยสารของต่างประเทศ

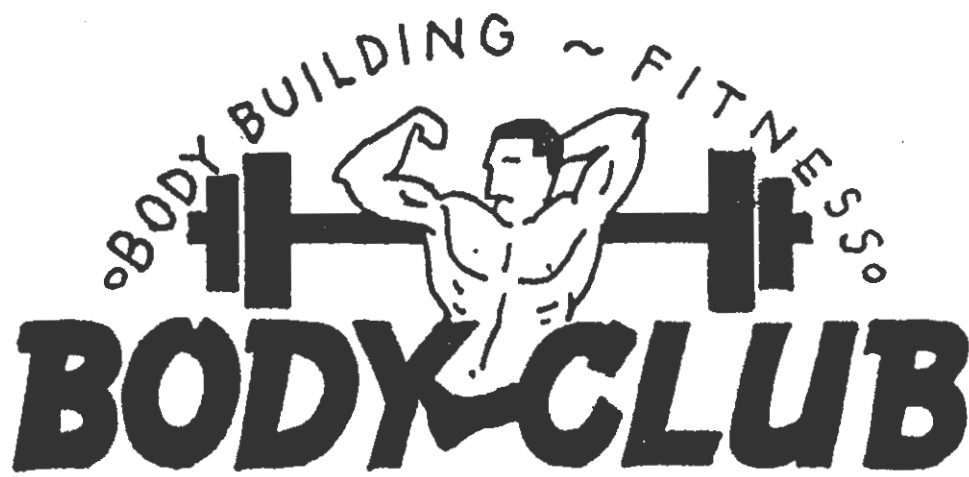




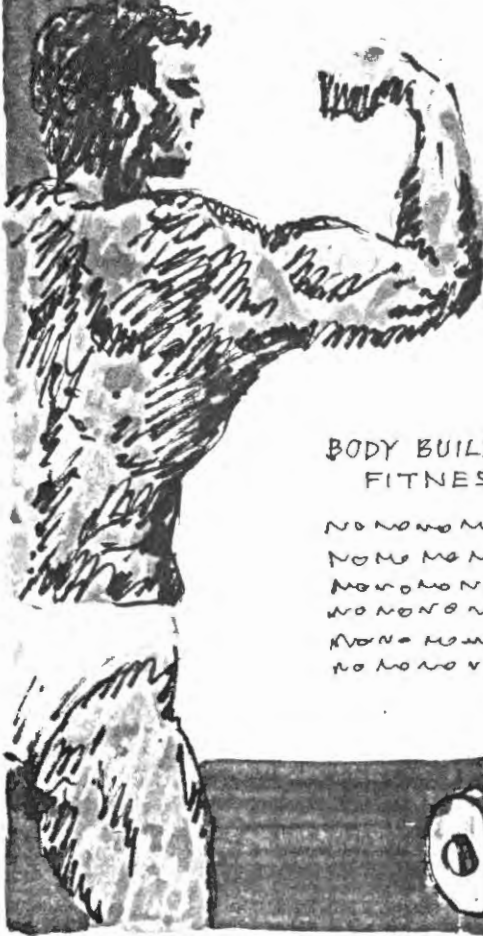
J O E W E I D E R ' S  
M S O L Y M P I A  
1 9 8 5

©Joann Daley 1985





# MR STRON



**BODY CLUB**

NONONO NONO  
NONONO NONO  
NONONO NONO

BODY BUILDING  
FITNESS

NONONO NONONO  
NONONO NONONO  
NONONO NONONO  
NONONO NONONO  
NONONO NONONO



# STONG

B O D Y B U I L D I N G



NO NO MORE NOW  
NO NO MORE NOW  
NO NO MORE NOW  
NO NO MORE NOW  
NO NO MORE NOW  
NO NO MORE NOW

7-9 SEP. 96  
10.00 - 16.00 AM

NO NO MORE NOW  
NO NO MORE NOW  
NO NO MORE NOW  
NO NO MORE NOW

NO NO MORE NOW  
NO NO MORE NOW  
NO NO MORE NOW



NO NO MORE NOW  
NO NO MORE NOW  
NO NO MORE NOW

B O D Y B U I L D I N G ~ F I T N E S S .

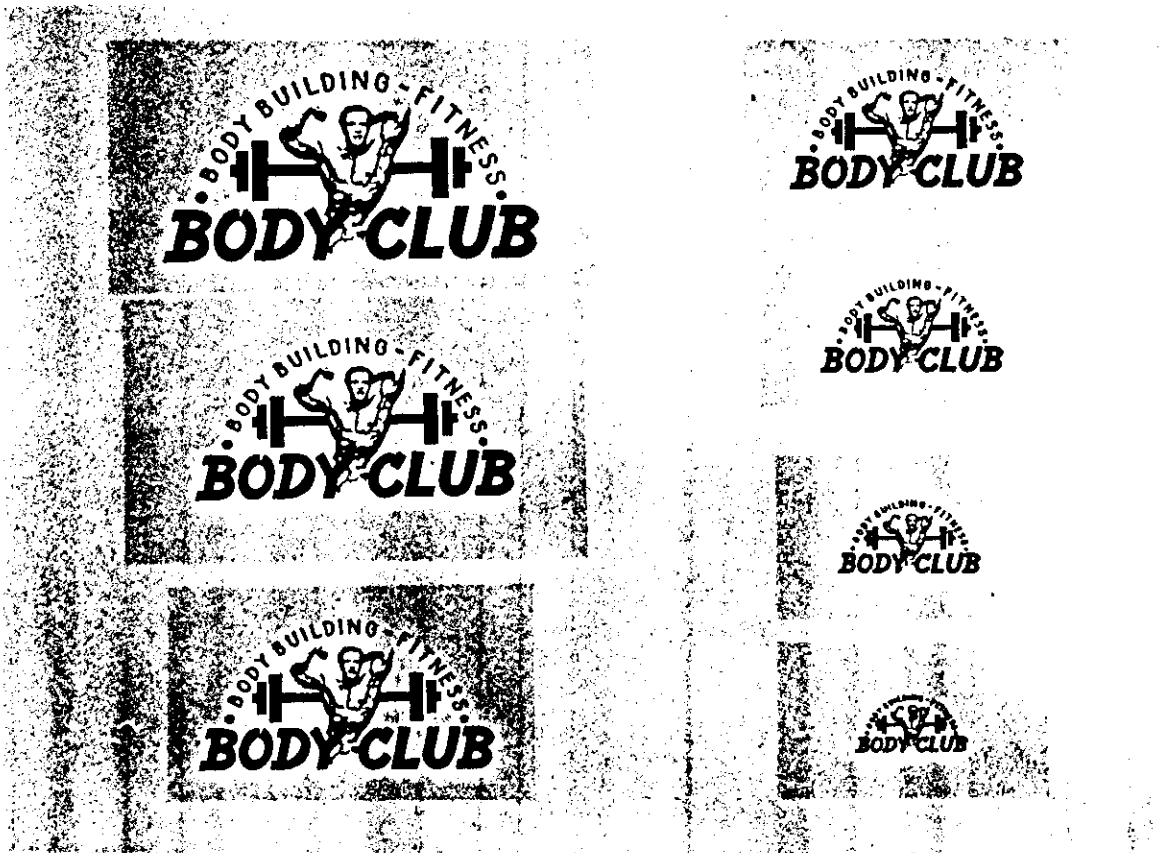


**A B C D E F G**  
**H I J K L M N**  
**O P Q R S T U**  
**V W X Y Z & !**

ค้นแบบตัวอักษร

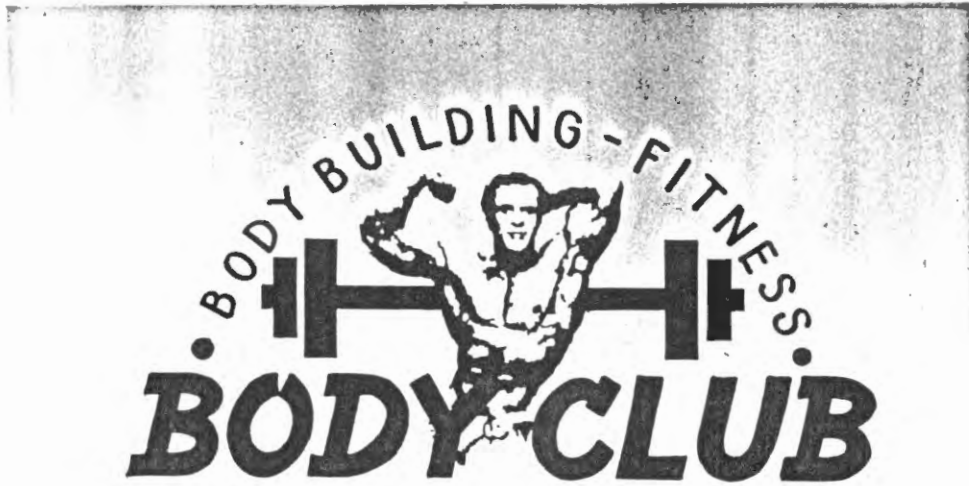
**BODY CLUB**

นำมาดัดแปลงแก้ไขให้เหมาะสมกับงาน

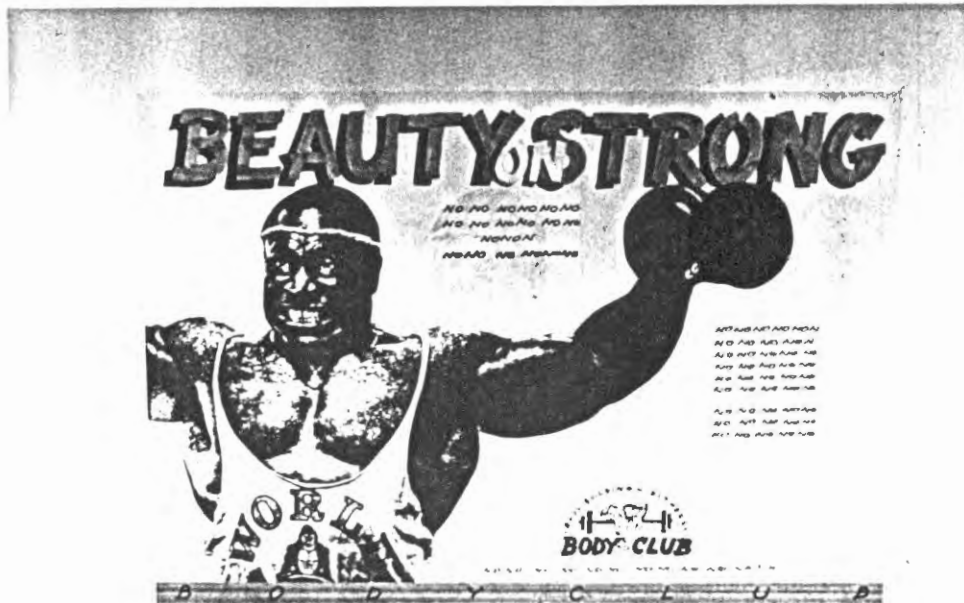


สัญลักษณ์ขนาดต่างๆ





แบบร่างสัญลักษณ์ ก.2



แบบร่างแผนภาพโฆษณาในหน้าหนังสือพิมพ์ (ขาว-ดำ)

**Swiss kidnap victim says he can't pay**  
 Bern, August 14. A Swiss man, captured in London on the night of the 1971 hijacking of the Swissair jetliner, says he cannot pay the ransom demanded by his captors. He is being held in a remote area of the Middle East. The man, who is a Swiss national, was captured on the night of the hijacking of the Swissair jetliner, which was flying from Zurich to London. He is being held in a remote area of the Middle East. The man, who is a Swiss national, was captured on the night of the hijacking of the Swissair jetliner, which was flying from Zurich to London. He is being held in a remote area of the Middle East.

**Islamabad receives tribesmen's demand**  
 Islamabad, Aug. 14. Tribesmen of the North-West Frontier Province have demanded the release of a Swiss national held captive in the area. The demand is for the release of the Swiss national, who is being held in a remote area of the province. The demand is for the release of the Swiss national, who is being held in a remote area of the province.

**against attack**  
 The government has announced that it will take all necessary steps to prevent a further attack on the Swiss national. The government has announced that it will take all necessary steps to prevent a further attack on the Swiss national.

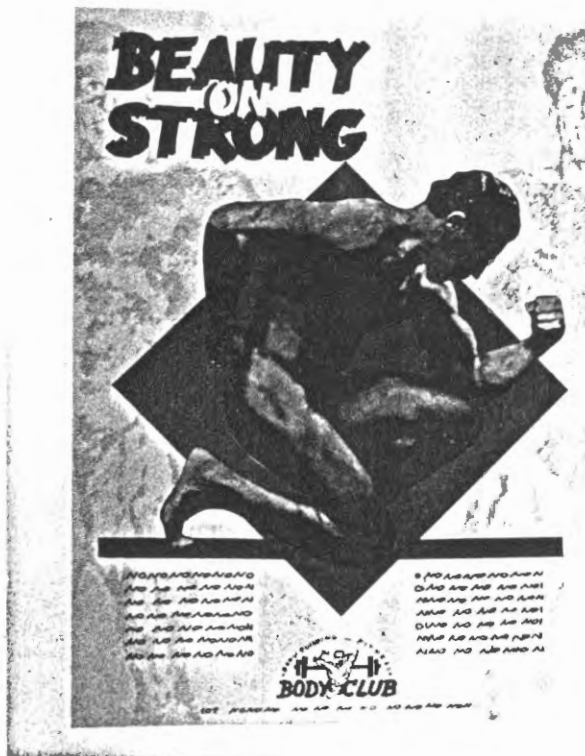
**BEAUTY & STRONG**  
 AND THE SWISS NATIONAL  
 AND THE SWISS NATIONAL  
 AND THE SWISS NATIONAL  
 AND THE SWISS NATIONAL

**WORK**  
**BODY CLUB**

AT THE END OF THE LINE, THE SWISS NATIONAL IS BEING HELD IN A REMOTE AREA OF THE MIDDLE EAST.

แบบร่างแผนภาพโฆษณาในหน้าหนังสือพิมพ์ (พิมพ์ 4 สี)

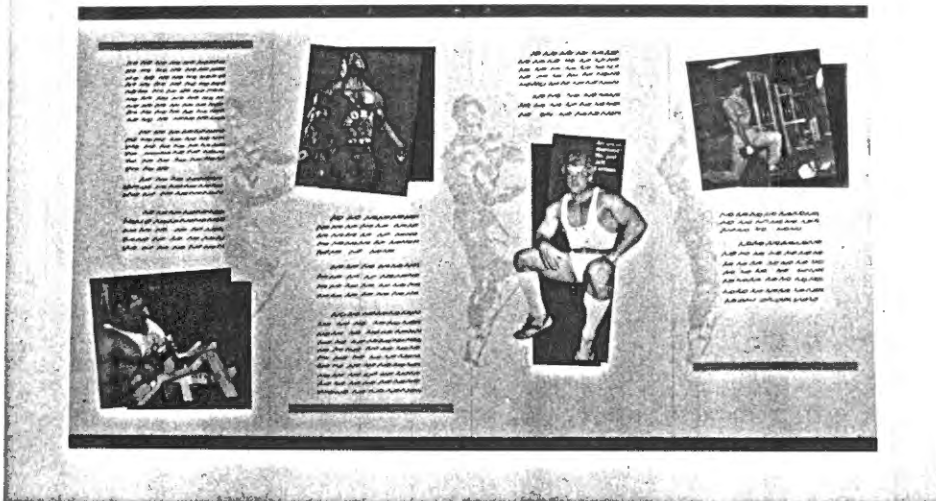
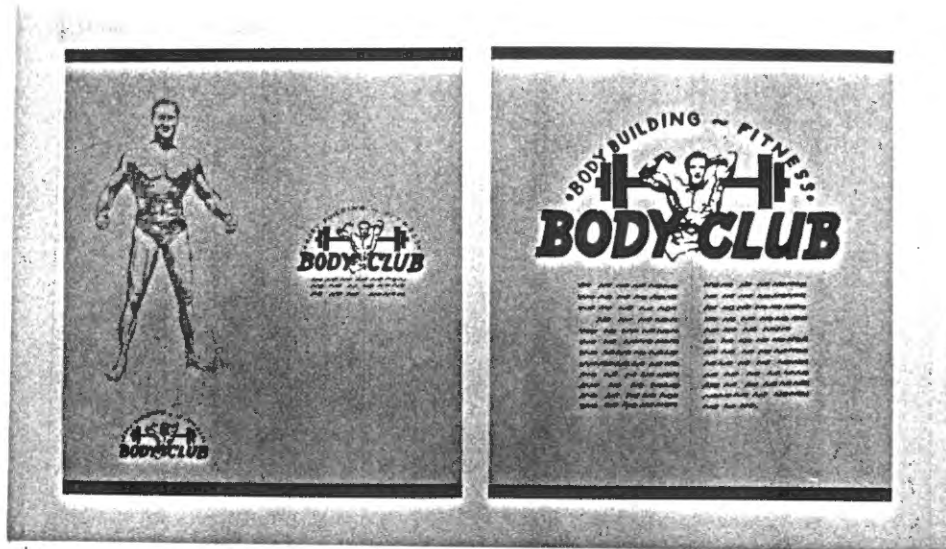




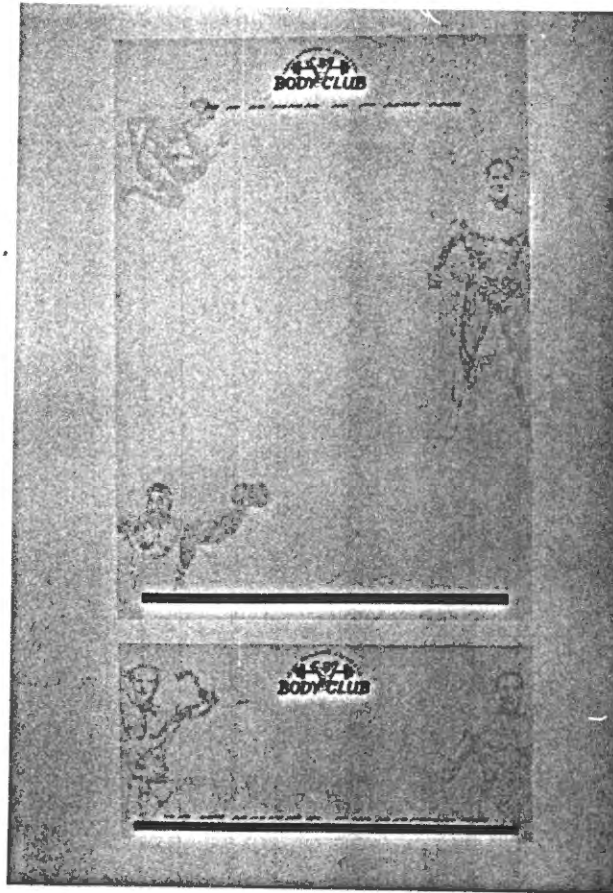
แบบร่างแผนภาพโฆษณาในหน้านิตยสาร



แบบร่างโปสเตอร์



ແມ່ທ່ານ

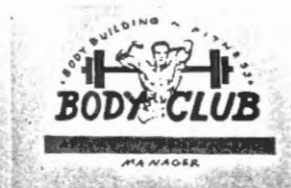


แบบร่าง หัวใจกหมาย, ซอง



BODY BUILDING - FITNESS  
**BODY CLUB**  
 NAME \_\_\_\_\_  
 NO. \_\_\_\_\_  
 DATE \_\_\_\_\_

BODY BUILDING - FITNESS  
**BODY CLUB**  
 ADDRESS \_\_\_\_\_  
 CITY \_\_\_\_\_  
 STATE \_\_\_\_\_  
 ZIP \_\_\_\_\_  
 PHONE \_\_\_\_\_  
 FAX \_\_\_\_\_  
 E-MAIL \_\_\_\_\_



แบบรายนามบัตร, บัตรสมาชิก

## แนวทางการออกแบบสัญลักษณ์

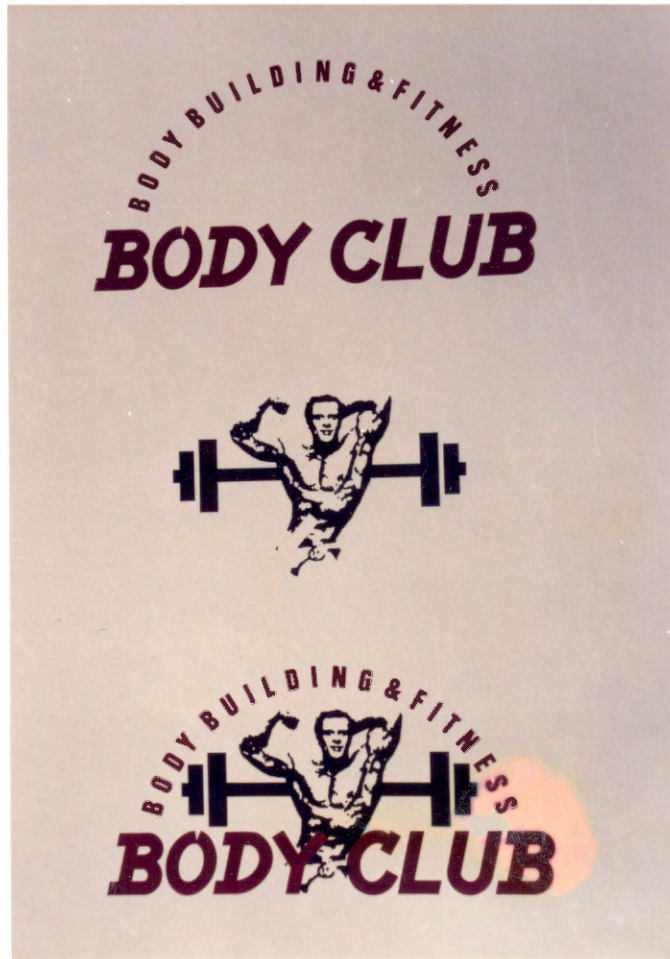
ข้าพเจ้าต้องการให้สัญลักษณ์ของสโมสรออกมาในลักษณะแสดงให้เห็นอย่างเด่นชัดว่าเป็น  
สถานเพาะกาย เพื่อให้ประชาชนทราบในทันทีที่เห็น

ฉะนั้น ข้าพเจ้าจึงนำภาพของนักเพาะกายที่กำลังไขว่กล้ามเนื้อมาถ่ายไปรีโมทเป็นภาพ  
POSITIVE ประกอบกับตัวอักษร BODY CLUB และมีตัวอักษร BODY BUILDING & FITNESS เकिनรอบ  
ภาพนักเพาะกาย เพื่อให้ภาพดูเด่นชัด

ตัวอักษรที่ข้าพเจ้าใช้ นำมาจากตัวอย่างตัวอักษรในหนังสือ MACANOMA มาดัดแปลงให้เหมาะสม  
ยิ่งขึ้น โดยลดส่วนโค้งลงบ้าง เพื่อให้ดูเข้มแข็งขึ้น แต่ยังคงเหลือความนุ่มนวลของส่วนโค้งอยู่ จึงเปรียบ  
เสมือนกล้ามเนื้อของนักเพาะกายที่ดูแข็งแรงแต่ยังคงนุ่มนวลอยู่ด้วย

การใช้สีสรรของสัญลักษณ์ ข้าพเจ้าใช้สีแดงเลือกหมุและดำ เหตุที่เลือกสีเหล่านี้เพราะสีแดง  
เลือกหมุทำให้รู้สึกเป็นชายชาตรี สีดำทำให้รู้สึกหนักแน่น

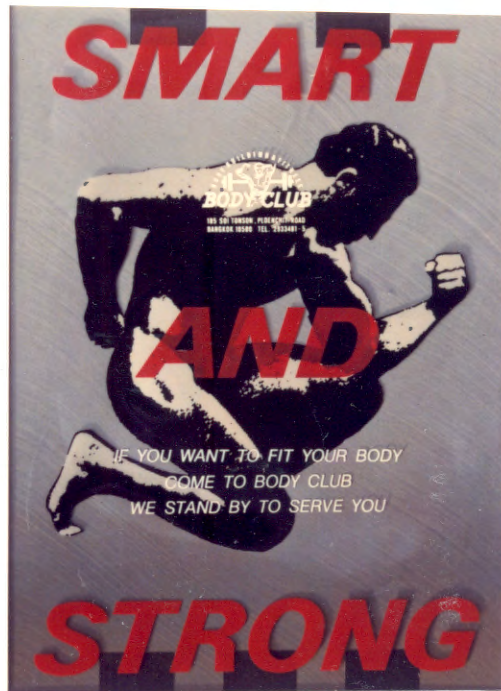
แต่บางครั้งการใช้สีสรรของสัญลักษณ์ขึ้นอยู่กับพื้นหลังของสิ่งพิมพ์ ถ้าพื้นหลังเข้ม ตัวสัญลักษณ์  
จะพิมพ์สีขาว ถ้าสิ่งพิมพ์ขาว-ดำ ตัวสัญลักษณ์จะพิมพ์สีดำ-ขาว



สัญลักษณ์สถานเพาะกาย

## แนวความคิดแบบภาพโฆษณาในหน้านิตยสาร

ชั้นที่ ๑	หน้าเดี่ยว
ขนาด	๒๐ $\frac{1}{2}$ x ๒๘ ซม.
รูปแบบ	การจัดวางเรียบง่าย โดยใช้ภาพนักเพาะกาย แสดงให้เห็นถึงความงามของร่างกาย วางไว้กลางเป็นประธานของภาพโฆษณา ตัวอักษรวางจับกลางบน กลางล่าง และยังมีแถบสีคำเล็ก ๆ วางอยู่ส่วนบนสุดและล่างสุดของแผ่นภาพ เพื่อไม่ให้ดูเรียบเกินไป
สีสรร	พื้นภาพใช้สีเทาอ่อนน้ำหนักเล็กน้อย เพื่อให้ภาพแข็งและส่วนล่างดูหนักขึ้น
ตัวอักษร	ลักษณะและสีสรร เช่นเดียวกับโปสเตอร์ เพื่อให้คู่ต่อเนื่อง
ชั้นที่ ๒	หน้าคู่
ขนาด	๔๐ $\frac{1}{2}$ x ๒๘ ซม.
รูปแบบ	การจัดวางแตกต่างไปจากชั้นแรก เพื่อไม่ให้ดูซ้ำซาก โดยใช้ภาพนักเพาะกายวางไว้มุมซ้ายของกระดาษ เน้นเฉพาะช่วงคอถึงเอว ส่วนที่เหลือปล่อยเลยตกขอบกระดาษ แต่ให้ส่วนแขนซ้ายพาดยาวไปทางคานขวาของกระดาษ เพื่อไม่ให้หน้ากระดาษซ้าย-ขวา หลุดแยกจากกัน SLOGAN วางไว้คานขวาของกระดาษ เพื่อไม่ให้คานขวาของกระดาษดูโล่ง ส่วนล่างของกระดาษใช้แถบสีคำเล็ก ๆ เकिनยาวเป็นเส้นประตลอด ช่วยให้เห็นส่วนล่างดูหนักขึ้น อีกทั้งยังเป็นลูกเล่นต่อเนื่องจากแผ่นภาพโฆษณาในหน้านิตยสารหน้าเดี่ยว
สีสรร	ใช้สีอ่อน คู่สบายตาขึ้น
ตัวอักษร	ลักษณะเหมือนเดิม เकिनยาวตลอดคานบนของกระดาษ



แผ่นภาพโฆษณาในหน้านิตยสาร (หน้าเดียว)



แผนภาพโฆษณาในหน้านิตยสาร (หน้าคู่)

## แนวความคิดของแผนภาพโฆษณา

- จีนที่ ๑      เพื่อการโฆษณาชักชวนให้เพาะกาย
- ขนาด      ๑๔ $\frac{1}{2}$  + ๓๑ $\frac{1}{2}$  นิ้ว
- รูปแบบ      มีลักษณะยาว เพื่อให้สะดวกตา การจิกวางเรียบง่าย ใช้ภาพนักเพาะกายกำลังเบ็งกล้ามเนื้อ—  
แขน เป็นส่วนดึงดูดสายตา
- สีสรร      ใช้สีน้ำตาล เพื่อให้รู้สึกในความเป็นชายชาติวี พื้นส่วนล่างของโปสเตอร์ไล่น้ำหนักเข้ม  
เพื่อให้ส่วนล่างของโปสเตอร์ดูหนักขึ้น และภาพไม่แบนเกินไป
- ตัวอักษร      ใช้ตัวอักษรแบบเรียบ ๆ แต่มีลักษณะเอียง เพื่อให้รู้สึกเคลื่อนไหว ตัวอักษรใช้สีแสดให้  
ดึงดูดสายตา
- จีนที่ ๒      เพื่อการโฆษณาการประกวดชายงาม
- ขนาด      ๑๔ $\frac{1}{2}$  + ๓๑ $\frac{1}{2}$  นิ้ว
- รูปแบบ      มีลักษณะยาวเช่นเดียวกับแผ่นแรก เพื่อให้ดูต่อเนื่องกัน ถึงแม้รูปแบบการจิกวาง สีสรร  
จะต่างกัน แต่ขนาด แบบตัวอักษร และการเน้นเว็อนว่างของนักเพาะกายให้เป็นจุดเด่น  
ของภาพ ยังเหมือนเดิม โปสเตอร์จีนนี้ใช้เทคนิคการซ้ำตัวประธานของภาพ แต่ตัวประธาน  
ของภาพซึ่งอยู่ตรงกลางภาพจะดูเด่นกว่า โดยมีพื้นสีประกอบ
- สีสรร      ใช้สีน้ำเงินเพื่อให้ดูเข้มแข็ง จริงจัง
- ตัวอักษร      เช่นเดียวกับจีนแรก แต่มีสีสรรมากกว่า เพื่อเน้นคำ MUSCLE ให้เด่น



ไปสเทอโรโชนาสถานเพาะกาย





โปสเตอร์ประกวดชายงาม

## แนวความคิดแผนภาพโฆษณาในหน้าหนังสือพิมพ์

วันที่ ๑      พิมพ์ ๔ สี  
ขนาด      ๑๘ + ๒๕ ซม.  
รูปแบบ      การจัดวางต่างไปจากโปสเตอร์และแผนภาพในหน้านิตยสาร ลักษณะการจัดวางคุณเน้นกว่า  
เทคนิคใช้การซ้ำภาพเช่นเดียวกับโปสเตอร์ประกวดชายงาม  
สีสรร      ใช้สีอ่อน แต่มีพื้นน้ำทาสทาคเฉียง ช่วยให้ภาพดูเคลื่อนไหวและพื้นหลังไม่ดูเบาเกินไป  
ตัวอักษร      ลักษณะคล้ายกับสิ่งพิมพ์อื่น ๆ แต่ยอมกว่าเล็กนอย การจัดวางตัวอักษรยังคงเดิมคือ วาง  
คาคยาวส่วนบนของกระดาษ และยังมีแถบสีซึ่งเจาะขาวตัวอักษร BODY CLUB คาคยาว  
อยู่ด้านล่างของภาพเพื่อย้ำถึงชื่อของสถานเพาะกาย

วันที่ ๒      พิมพ์ ขาว-ดำ  
ขนาด      ๑๘ + ๒๕ ซม.  
รูปแบบ      เช่นเดียวกับแบบแรกคือ ใช้เทคนิคการซ้ำภาพ  
สีสรร      เอนน้ำหนักสกรีน เพื่อไม่ให้ดูแบนเกินไป  
ตัวอักษร      เช่นเดียวกับครั้งแรก

เหตุที่ลักษณะการออกแบบจัดวางของแผนภาพโฆษณาในหน้าหนังสือพิมพ์ ๒ ชิ้นนี้เหมือนกัน เนื่อง  
จากสิ่งพิมพ์ ๒ ชิ้นนี้ จะออกโฆษณาใกล้เคียงกัน บางครั้งก็จะสลับกันออก เพื่อเป็นการประหยัด จึงอยาก  
ให้ลักษณะการจัดวางเหมือนกัน แต่ต่างกันเฉพาะสีเท่านั้น

แผนภาพโฆษณาในหน้าหนังสือพิมพ์ (พิมพ์ ชาว-ท่า)

Indo-Lanka talks next month

**BEAUTY IN HEALTHINESS**

Women in POW protest arrested

**B O D Y C L U B**

Ershad gags Press, opposition alliances

Taipei urged to arrest dissidents

Nazi suspects

8th Asian table tennis tourney

**BEAUTY IN HEALTHINESS**

**B O D Y C L U B**

แผนภาพโฆษณาในหน้าหนังสือพิมพ์ (พิมพ์ 4 สี)

แนวความคิดหัวข้อหมาย, นามบัตร, บัตรสมาชิก

กระดาษเขียนจดหมายและซอง

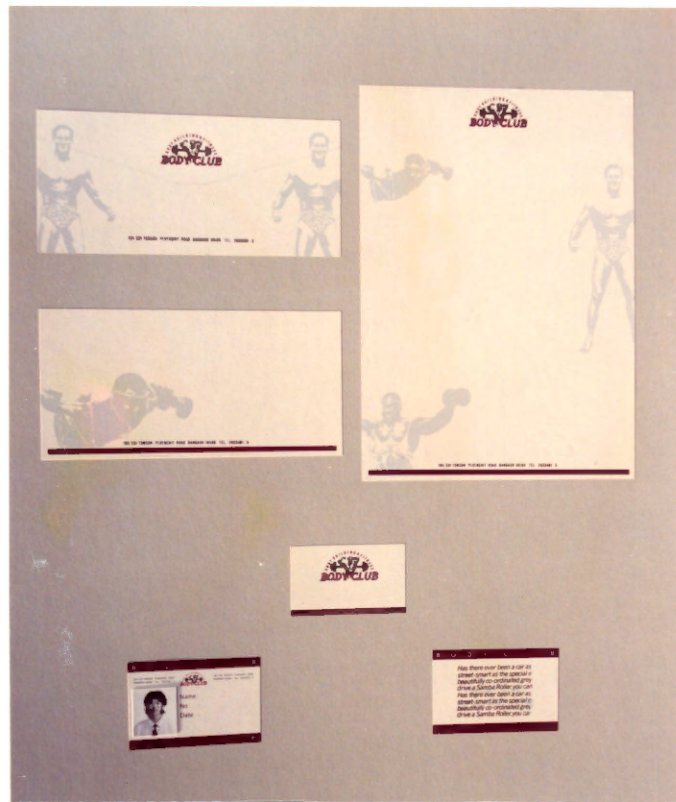
ขนาด กระดาษ  $4\frac{1}{2} + 11\frac{1}{2}$  นิ้ว  
รูปแบบ ใ้สภาพนักเพาะกายพิมพ์สีเทาอ่อน จักวางบนหน้ากระดาษ เพื่อให้ดูหน้าสนใจ  
มีแถบสีแคงเลือกหมุ่เคินยาวช่วงล่าง เพื่อเน้นที่อยู่ของสถานเพาะกาย

นามบัตร

ขนาด  $4\frac{1}{2} + 4\frac{1}{2}$  ซม.  
รูปแบบ การจักวางเรียงง่าย วางตัวสัญลักษณ์ไว้กลาง เพื่อต้องการให้เห็นอย่างเด่นชัด  
ตัวอักษรที่อยู่ พิมพ์ขาวบนแถบสีแคงเลือกหมุ่ ทำให้เห็นได้ชัดเจน

บัตรสมาชิก

ขนาด  $6\frac{1}{2} + 4\frac{1}{2}$  ซม.  
รูปแบบ การจักวางเน้นชื่อสถานเพาะกาย โดยวิธีพิมพ์ชื่อสโมสรสีขาวบนแถบสีแคงเลือกหมุ่  
ที่คาดอยู่คานบน ล่าง ทั้งคานหน้า คานหลัง ให้เห็นอย่างชัดเจน



หัวข้อหมาย ของ นามบัตร บัตรสมาชิก

## แนวความคิดแผนพับโฆษณา

ขนาด 9" + 12"

รูปแบบ มีลักษณะพับ 4 ตอน 8 หน้า 4 หน้าด้านในรายละเอียดของสถานเพาะกาย มีภาพเครื่องออกกำลังกายตกแต่งประกอบ เพื่อไม่ให้ดูเรียบเกินไป 4 ด้านนอกเป็นรูปสภาพภายในของสถานเพาะกาย และรายละเอียดของการ - เป็นสมาชิกอยู่ใ้ภาพ

สีสรร ไร้สีอ่อนเพื่อความสะดวกในการอ่าน

1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10. 11. 12. 13. 14. 15. 16. 17. 18. 19. 20. 21. 22. 23. 24. 25. 26. 27. 28. 29. 30. 31. 32. 33. 34. 35. 36. 37. 38. 39. 40. 41. 42. 43. 44. 45. 46. 47. 48. 49. 50. 51. 52. 53. 54. 55. 56. 57. 58. 59. 60. 61. 62. 63. 64. 65. 66. 67. 68. 69. 70. 71. 72. 73. 74. 75. 76. 77. 78. 79. 80. 81. 82. 83. 84. 85. 86. 87. 88. 89. 90. 91. 92. 93. 94. 95. 96. 97. 98. 99. 100.

BODY CLUB  
 BODY CLUB  
 BODY CLUB

BODY CLUB  
 BODY CLUB  
 BODY CLUB

BODY CLUB  
 BODY CLUB  
 BODY CLUB

