

บทที่ 2



เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาความสำคัญของวิวัฒนาการการออกแบบสิ่งพิมพ์โฆษณาไทยที่มีต่อการสอนสาขาออกแบบนิเทศศิลป์ ระดับปริญญาตรี ในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ สังกัดทบวงมหาวิทยาลัย” ผู้วิจัยได้ศึกษาดำรง เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูลต่างๆ โดยเรียบเรียงเป็น 5 ประเด็น ดังนี้

1. วิวัฒนาการสิ่งพิมพ์โฆษณา
2. นิตยสารสตรี
3. การออกแบบสิ่งพิมพ์โฆษณา
4. การสอนสาขาออกแบบนิเทศศิลป์
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. วิวัฒนาการสิ่งพิมพ์โฆษณา

วิวัฒนาการโฆษณาโลก

Bover, C L. and Arens, W. F. ได้อธิบายถึงความเป็นมาของวิวัฒนาการโฆษณาโลก ดังนี้

ประวัติศาสตร์ตลอดมาแสดงให้เห็นว่าเป้าหมายการโฆษณา คือ ให้ข้อมูลและโน้มน้าว ซึ่งยังคงเป็นเช่นนี้ไม่มีการเปลี่ยนแปลง แม้ว่าคนจำนวนมากจะคิดว่าการโฆษณาเป็นกระบวนการสมัยใหม่ แต่โดยแท้จริงแล้วการโฆษณาเกิดขึ้นโดยนับย้อนกลับไปได้หลายศตวรรษ การโฆษณาได้เกิดขึ้นมาเป็นพันๆปีแล้ว อย่างไรก็ตามการผลิตสินค้าในอารยธรรมโบราณ ขึ้นอยู่กับการใช้มือและเครื่องมือเครื่องมือง่ายๆ เพราะสินค้าไม่สามารถผลิตในปริมาณมาก การใช้โฆษณาเพื่อกระตุ้นการขายแบบมวลชนในสินค้าที่ผลิตเพื่อขายตรงจึงยังไม่มีคามจำเป็นอย่างแท้จริง

ชาวจีนเป็นผู้คิดค้นกระดาษขึ้น ส่วนชาวยุโรปสร้างเครื่องจักรผลิตกระดาษเป็นครั้งแรกในปี ค.ศ. 1275 เหตุการณ์ที่สำคัญที่สุดที่นำเราเข้าสู่ยุคของการโฆษณาสมัยใหม่ คือ การคิดค้นตัวพิมพ์ที่สามารถเคลื่อนย้ายได้ โดย โยฮานส์ กูเตินเบิร์ก ในปี ค.ศ. 1440 สิ่งประดิษฐ์ของกูเตินเบิร์กทำให้สื่อโฆษณาใหม่ ๆ มีความเป็นไปได้ และเป็นครั้งแรกของโฆษณาในลักษณะมวลชน อันประกอบด้วย โปสเตอร์ โบปลิว และโฆษณาในหนังสือพิมพ์ ในลอนดอนประมาณปี ค.ศ. 1472 เป็นปีที่สิ่งพิมพ์โฆษณาขึ้นแรกในอังกฤษ ติดอยู่บนประตูโบสถ์ ประกาศขายหนังสือสวดมนต์ โฆษณาในหนังสือพิมพ์ขึ้นแรกปรากฏอยู่ด้านหลังของหนังสือพิมพ์ลอนดอน ในปี ค.ศ. 1650 โดยได้เสนอรางวัลสำหรับการนำมาที่ถูขโมยไป 12 ตัวกลับมาคืน ต่อมาเมื่อโฆษณาภาพ ชื่อค็อกเกตต์ ซา ที่อยู่อาศัย และยา โฆษณาเหล่านี้ปรากฏในลักษณะโฆษณาส่วนบุคคล สื่อตรงไปสู่ผู้คนในจำนวนจำกัด ผู้ซึ่งเป็นลูกค้าของร้านกาแฟที่มีหนังสือพิมพ์ไว้ให้อ่านเท่านั้น

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีหลักอื่นๆ คือการคิดค้นการถ่ายภาพในปลายยุค ค.ศ. 1880 ก่อนหน้านั้นสินค้าในสิ่งพิมพ์โฆษณาเป็นภาพที่สร้างจากการวาดเท่านั้น ภาพถ่ายได้เพิ่มประสิทธิภาพความน่าเชื่อถือให้กับโฆษณาเพราะภาพถ่ายแสดงสินค้าอย่างที่ตัวสินค้าเป็น ซึ่งน่าเชื่อถือกว่าการวาดภาพสินค้าโดยศิลปิน

โฆษณาในหนังสือพิมพ์ขึ้นแรกในอเมริกา ปรากฏในหนังสือพิมพ์ Boston Newsletter ในปี ค.ศ. 1704 ต่อมาเบนจามิน แฟรงคลิน ได้สร้างโฆษณาที่อ่านได้ง่ายมากขึ้น โดยใช้หัวเรื่องที่ใหญ่ขึ้น และเพิ่มพื้นที่ว่างขาวล้อมรอบโฆษณามากขึ้น เบนจามิน แฟรงคลินได้รับการยกย่องว่าเป็นชาวอเมริกันคนแรกที่ใช้ภาพประกอบในการโฆษณา

การปฏิวัติอุตสาหกรรมในสหรัฐอเมริกาได้เริ่มในตอนต้นของยุค 1800 เป็นครั้งแรกที่อุตสาหกรรมสามารถผลิตสินค้าแบบมวลชนที่มีคุณภาพเท่าเทียมกันได้ทั้งหมด ในการผลิตสินค้าแบบมวลชนผู้ผลิตต้องการการบริโภคจากมวลชนเช่นกัน คือ ต้องการจำนวนผู้ซื้อสินค้าเป็นจำนวนมาก ผู้ผลิตไม่สามารถขายสินค้าเพียงเฉพาะในพื้นที่ท้องถิ่นของสินค้าตัวเองได้อีกต่อไป ในที่สุดอุตสาหกรรมก็ตระหนักถึงคุณค่าอันมหาศาลของโฆษณาซึ่งสามารถใช้เป็นเป้าหมายในการขายไปยังตลาดที่อยู่นอกเขตแดนในตะวันตก เช่นเดียวกับการเติบโตของอุตสาหกรรม

กรรมในตะวันออก สงครามประชาชน (Civil War) และชัยชนะของอุตสาหกรรมทางเหนือที่ชนะเกษตรกรรมทางตอนใต้ เป็นเหตุให้เกิดการปฏิวัติอุตสาหกรรมขึ้น

ในเดือนกรกฎาคม ค.ศ. 1844 ปรากฏโฆษณาในนิตยสารชิ้นแรกจากนิตยสาร Southern Messenger เป็นนิตยสารที่พิมพ์เผยแพร่เป็นช่วงระยะเวลาสั้นๆ โดยเอ็ดการ์ อัลลัน โป นิตยสารเป็นสื่อกลางชนิดแรกที่ถูกนำมาใช้โดยอุตสาหกรรมเพื่อให้เข้าถึงตลาดมวลชน และเป็นการกระตุ้นการบริโภคในระดับมวลชน นิตยสารได้สร้างความเป็นไปได้ให้กับการโฆษณา ระดับชาติและด้วยเหตุนี้ การขายสินค้าจึงเป็นในลักษณะเปิดกว้างระดับชาติ

นักประวัติศาสตร์พิจารณาว่า วอลนีย์ บี. พาล์มเมอร์ ผู้ซึ่งเริ่มธุรกิจในฟิลาเดลเฟีย ปี ค.ศ. 1841 ให้เป็นตัวแทนโฆษณาแรกสุดในอเมริกา Volney ได้ทำสัญญากับหนังสือพิมพ์สำหรับพื้นที่โฆษณาในนิตยสารจำนวนมากมาย หลายระดับราคา และขายพื้นที่ว่างนี้ให้กับนักโฆษณาในระดับราคาที่สูงขึ้น ในปีค.ศ.1890 N. W. Ayer & Son. องค์กรโฆษณาในฟิลาเดลเฟีย ได้เสนอบริการของบริษัทกับนักโฆษณา บริษัทนี้เป็นตัวแทนโฆษณาแรกที่มีวิธีการปฏิบัติแบบเดียวกับตัวแทนโฆษณาในปัจจุบันปฏิบัติกัน คือ วางแผน, สร้างสรรค์ และ นำเสนอโฆษณาชุดที่สมบูรณ์แก่ลูกค้า

พัฒนาการอื่นๆในระหว่างศตวรรษที่ 19 ที่ส่งผลโดยตรงกับการเจริญเติบโตขึ้นของการโฆษณา คือ จำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ด้วยเหตุนี้จึงเหมือนเป็นการเตรียมตลาดขนาดใหญ่ของอุตสาหกรรมที่เพิ่มสูงขึ้น ในช่วงเวลาเดียวกัน จำนวนประชากรที่อ่านหนังสือออกเพิ่มขึ้นอย่างถาวร ระดับผู้สามารถอ่านออกเขียนได้มีมากถึง 90% ในตอนปลายยุค 1800 การอ่านออกเขียนได้ของสาธารณะชนจำนวนมาก เช่นนี้เป็นการเตรียมผู้รับสาร ที่จะสามารถเข้าใจข้อมูลในการโฆษณาได้

การพัฒนาของระบบขนส่งทางรถไฟในระดับนานาชาติ ได้นำพาสหรัฐอเมริกาให้เข้าสู่ยุคของการเติบโตอย่างรวดเร็วจนน่าแปลกใจ ในปี ค.ศ. 1896 รัฐบาลแห่งชาติได้ใช้กฎหมายส่งโดยอิสระ (Rural Free Delivery-RFD) จดหมายโฆษณาตรง และการขายและสั่งซื้อทางจดหมายได้เติบโตอย่างมั่นคงไปพร้อมกับผลิตภัณฑ์มวลชน ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมมีสินค้าที่เพิ่มขึ้นอย่างหลากหลาย ผู้ประกอบการเหล่านี้มีความต้องการที่จะขายส่งสินค้าของพวกเขาไปสู่สาธารณะชนด้วยการโฆษณา

ความก้าวหน้าของการประดิษฐ์สิ่งประดิษฐ์ที่สำคัญต่อการสื่อสาร ซึ่งประกอบด้วย โทรเลข โทรศัพท์ และเครื่องพิมพ์ดีด เช่นเดียวกับ เครื่องเล่นแผ่นเสียง และภาพเคลื่อนไหว ที่ทำให้ความเป็นไปได้สำหรับผู้คนได้ติดต่อสื่อสารกันอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน กล่าวอย่างย่อคือการโฆษณาได้เติบโตขึ้นพร้อมกับการเติบโตของประเทศและการโฆษณายังช่วยก่อให้เกิดระบบการตลาดระดับชาติขึ้น

ในยุค 1800 สหรัฐอเมริกายังเป็นชาติเกษตรกรรม แต่เมื่อสิ้นศตวรรษนี้ได้เปลี่ยนเป็นชาติอุตสาหกรรม ในระหว่างช่วง 20 ปีแรกของยุค 1900 การโฆษณาเริ่มตกต่ำอันเนื่องมาจากความไม่น่าเชื่อถือในการกล่าวถึงการโฆษณา ซึ่งเป็นเหตุให้เกิดความขุ่นเคืองแพร่กระจายออกไปในหมู่ประชาชน เป็นผลให้เกิดการต่อสู้ของผู้บริโภค

ในช่วงยุค 1920 หลังสงครามโลกครั้งที่ 1 ได้เข้าสู่ยุคของนิกาย และการโฆษณาได้ กลายมาเป็น “การโฆษณาในสิ่งพิมพ์” อย่างแท้จริง การพิมพ์แบบสีธรรมชาติ (full color) ได้ ถูกผลิตขึ้นเป็นจำนวนมากโดยนักโฆษณานิเทศสาร การโฆษณาโดยใช้ดารากาพยนตร์เริ่มได้รับ ความนิยม

ตั้งแต่สงครามโลกครั้งที่ 2 การเติบโตทั้งของการโฆษณา และเงินที่ใช้จ่ายไปในการ โฆษณาถือได้ว่าเป็นปรากฏการณ์ หลังสงครามโลกเป็นช่วงเศรษฐกิจเฟื่องฟูนำมาสู่ยุคบูมของ เด็กที่เกิดหลังสงครามที่ต้องการบริโภคสินค้าของอุตสาหกรรมของชาติ ช่วงเศรษฐกิจเพื่อ สงครามเปลี่ยนเป็นเศรษฐกิจเพื่อสันติภาพ ผู้ผลิตสินค้าได้ผลิตสินค้าที่มีความหรูหรา รวมไปถึง รูปแบบและความสะดวกสบาย ผ่านทางการโฆษณาที่มีคุณภาพดีขึ้น

ปลายยุค 1940 ต้นยุค 1950 โฆษณาของยุคเป็นที่ยอมรับจากสังคม เนื่องจากรูปแบบ ความหรูหรา ได้ก่อให้เกิดความสำเร็จกับการโฆษณาในยุคนี้ ในช่วงยุค 1960 เป็นการเปลี่ยน จากสภาพการณ์เดิมเข้าสู่ยุคของโฆษณาเน้นภาพลักษณ์

ยุค 1970 พบกลยุทธ์ใหม่ในการโฆษณาที่ซึ่งความเข้มข้นของคู่แข่ง กลายมาเป็นสิ่ง สำคัญของนักโฆษณา เราเรียกยุคนี้ว่า ยุคแห่งการวางตำแหน่ง ด้วยความรู้ถึงความสำคัญของ บุคลิกลักษณะของสินค้า และภาพลักษณ์ โดยเน้นว่าอะไรคือสิ่งสำคัญแท้จริงที่ทำให้สินค้ามี ตำแหน่งที่แน่นอนในกลุ่มสินค้าประเภทเดียวกัน เพื่อที่จะต่อสู้กับคู่แข่งในการเข้าไปครองใจผู้ บริโภค

ในตอนเริ่มต้นของยุค 1980 ชาวอเมริกันได้เป็นพยานต่อโฆษณาที่ได้รับการตอบ สนองจากคนจำนวนมาก โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมเครื่องใช้ในท้องถิ่น (เช่น สบู่ ยาสระผม ฯลฯ) และเครื่องสำอาง ในเวลาเดียวกันอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดของชาติใช้เงินหลายล้าน ดอลลาร์แก่การโฆษณาขององค์กร เพื่อยกย่องสรรเสริญความถูกต้องดีงามของตนเองในการปกป้องสิ่งแวดล้อม

ประวัติศาสตร์อย่างย่อนี้แสดงให้เห็นว่าการโฆษณาได้สะท้อนภาพของโลกที่เราอาศัย อยู่ เช่น ความก้าวหน้าในเทคโนโลยีได้เปลี่ยนชีวิตความเป็นอยู่ของเรา ดังนั้นการกระทำ ทัศนคติของกลุ่มความสนใจเฉพาะ จากธุรกิจขนาดใหญ่สู่แรงงานขนาดใหญ่ กลุ่มคนเหล่านี้ต่างก็ใช้ ความก้าวหน้าของอุปกรณ์ทั้งหมดเพื่อให้เป้าหมายของตนประสบผลสำเร็จ หนึ่งในอุปกรณ์ เหล่านี้คือ การโฆษณานั้นเอง

วิวัฒนาการสิ่งพิมพ์โฆษณาไทย

การออกแบบสิ่งพิมพ์โฆษณาไทยในนิเทศสารนั้น พัฒนาต่อเนื่องมาจากความก้าวหน้า ทางด้านการพิมพ์ ซึ่งองค์ประกอบสำคัญในการออกแบบสิ่งพิมพ์โฆษณาประกอบไปด้วย การจัดวางหน้า การจัดเรียงตัวอักษร และภาพประกอบ การกล่าวถึงวิวัฒนาการการออกแบบสิ่งพิมพ์ โฆษณาในนิเทศสารจึงต้องกล่าวถึงประวัติ ความเป็นมาของการจัดวางหน้า การจัดเรียงตัวอักษร ภาพประกอบ รวมทั้งการโฆษณา และการพิมพ์ในประเทศไทย ซึ่งมีการพัฒนาต่อเนื่องร่วมกัน มา จึงขอกกล่าวถึงประวัติขององค์ประกอบต่างๆเหล่านี้พร้อมกันไปด้วย ดังนี้

นับตั้งแต่มีการประดิษฐ์อักษรไทยขึ้นในปี พ.ศ. 1826 ได้มีการใช้สิ่งพิมพ์ในรูปแบบที่เรียกว่า “โบบอก” ติดต่อกับประชาชน จากผู้มีอำนาจในส่วนกลางหรือรัฐบาล เช่น เมื่อพระมหากษัตริย์มีพระราชประสงค์จะประกาศพระบรมราชโองการ ให้ประชาชนทั่วไปได้รับรู้และถือเป็นข้อปฏิบัติ อาลักษณ์จะเป็นผู้ทำหน้าที่รับสนองพระบรมราชโองการ เขียนข้อความลงในโบบอกเสร็จแล้วจึงตีตราประทับแจกจ่ายไปยังหัวเมืองต่างๆ ซึ่งจะมีการ “ตีฆ้องร้องป่าว” บอกแก่ราษฎรในเขตที่ตนรับผิดชอบ นอกจากโบบอกแล้วสื่ออื่นๆ ที่ใช้เผยแพร่ข่าวสารและเรื่องราวต่างๆ ก็ยังมีสมุดข่อย คือ การเขียนตัวหนังสือลงบนกระดาษข่อย แต่ถ้าจารึกหรือจารลงในใบลาน เรียกว่า หนังสือใบลาน และที่เรารู้จักกันดีก็คือ หลักศิลาจารึก สื่อเหล่านี้ใช้ติดต่อกันมาถึง 500 ปี หนังสือที่เรารู้จักกันดีเช่น ไตรภูมิพระร่วง คัมภีร์พระธรรมศาสตร์ประกาศโองการแข่งน้ำ ฯลฯ ล้วนผ่านวิธีการใช้สื่อดังกล่าวมาแล้วทั้งสิ้น (วิริยะ สิริสิงห, 2537 : 43-44)

การพิมพ์แทบทุกชนิดเริ่มต้นจากตะวันออก คือประเทศจีนก่อน แต่การพิมพ์ก็ได้แพร่หลายมาถึงเมืองไทย เว้นแต่การประทับตราหรือการตีตราลงบนเอกสารคงจะได้แบบมาจากจีนและใช้มานานแต่โบราณ แต่การพิมพ์ที่มีลักษณะเป็นการพิมพ์หนังสือโดยแท้นั้น กลับเป็นสิ่งที่ชาวยุโรปนำเข้ามาเผยแพร่ในเมืองไทย (กำธร สติรกุล, 2515 : 195)

การพิมพ์ในประเทศไทยเกิดขึ้นสมัยกรุงศรีอยุธยา เมื่อ พ.ศ. 2205 โดยมีมิชชันนารีชาวฝรั่งเศสชื่อ ลาโน ซึ่งได้เดินทางเข้ามายังกรุงศรีอยุธยา และได้พิมพ์เอกสารทางศาสนาเป็นเอกสารเล็กๆ ที่เรียกว่า tracts โดยใช้ตัวอักษรโรมันเป็นตัวเขียนแทนตัวอักษรไทย (transliterate) เพราะในสมัยนั้นยังไม่สามารถจะถอดตัวพิมพ์ไทยได้ ส่วนกำเนิดแทนพิมพ์และตัวพิมพ์ภาษาไทยนั้น เจษฎาจารย์ ชื่อ ฟ. ฮีแลร์ ได้เขียนข้อความชื่อ “การพิมพ์หนังสือในประเทศสยาม” ลงในหนังสือ “ดรุณศึกษา” เล่ม 5 ของโรงเรียนอัสสัมชัญ โดยกล่าวไว้ว่า การพิมพ์ของไทยนั้นเริ่มตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 1 ใน พ.ศ. 2337 วิธีก็คือใช้การแกะเป็นตัวหนังสือไทยจากบล็อกไม้ ใช้พิมพ์เป็นหน้าๆ บล็อกละหน้า ไม่ใช่เรียงเป็นข้อความจากตัวพิมพ์เป็นตัว เนื่องจากยังไม่มีแทนพิมพ์ (ดร.ณิ หิรัญรักษ์, 2530 : 22-23)

ถึงแม้ว่า ในรัชสมัยพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก รัชกาลที่ 1 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ ราว พ.ศ. 2339 (ค.ศ. 1796) จะมีการพิมพ์หนังสือไทยขึ้นบ้างในบริเวณวัดช้างตากู จังหวัดธนบุรี แต่ก็มิใช่เป็นการพิมพ์ด้วยตัวพิมพ์โลหะอย่างที่เราใช้กันในปัจจุบันนี้ การพิมพ์หนังสือไทยครั้งนั้น เข้าใจว่าจะเป็นการพิมพ์ด้วยบล็อกไม้ทั้งแผ่น คือเอาแผ่นไม้เนื้อแข็งและเหนียว มาแกะสลักตัวหนังสือไทยลงบนนั้น เอาหมึกทาลงบนพื้นหน้าบล็อกไม้ทั้งแผ่นแล้วเอากระดาษทาบอัดลงบนแผ่นบล็อกไม้ ลอกออกมาจะได้สิ่งพิมพ์หนึ่งแผ่น จึงพิมพ์ได้เป็นจำนวนไม่มากนัก และใช้กันในวงแคบๆ เท่านั้น เพราะในสมัยนั้นยังไม่มีตัวพิมพ์และแทนพิมพ์ใช้ในประเทศไทย (สนั่น ปัทมะทิน, 2513 : 154)

ภาพประกอบในหนังสือไทยซึ่งเป็นตัวพิมพ์เริ่มมีปรากฏหลักฐานให้เห็นในหนังสือซึ่งพิมพ์ในสมัยกรุงธนบุรี เป็นหนังสือคำสอนคริสตัง เจษฎาจารย์ ฟ. ฮีแลร์ ได้กล่าวไว้ในหนังสือ ดรุณศึกษา เล่ม 5 เรื่องการพิมพ์ในประเทศสยามว่า ในสมัยพระเจ้าตากสินกรุงธนบุรี เมื่อบ้านเมืองเป็นปรกติแล้ว บาทหลวงคาธอลิกชื่อ การ์โนล (Garnaut) ได้เข้ามาตั้งสอนศาสนาอีก

และได้จัดตั้งโรงพิมพ์และพิมพ์หนังสือขึ้นที่วัดชันตาคูรส ตำบลกุฎีจีนในจังหวัดธนบุรี ...หน้าสองพิมพ์เป็นรูปนักบุญ หลุยส์ เดอ คงซาคา รูปร่างหน้าตาคล้ายคนไทยโบราณ ลักษณะของรูปนั้นเห็นได้ง่ายว่าเป็นฝีมือของนายช่างชาวไทยแกะเอง หาใช้ฝีมือฝรั่งต่างประเทศไม่ (พ. ฮีแลร์ 2512 : 34 อ้างถึงใน เจิมพันธ์ กอวัฒนสกุล, 2516 : 72-73)

ในสมัยแรกเกิดหนังสือไทย คนเขียนหนังสือไทยให้มีรูปร่างคล้ายหนังสือขอมอันเป็นที่มาของหนังสือไทย ต่อมาในสมัยกรุงศรีอยุธยา หนังสือไทยมีรูปร่างผิดแผกไปจากเดิมมาก แต่ยังคงรักษาเส้นโค้งแบบเดิมเอาไว้บ้าง และในสมัยกรุงรัตนโกสินทร์นี้ ตัวพิมพ์ไทยมีรูปร่างอันประกอบด้วยเส้นตรงมากกว่าเส้นโค้ง ทั้งนี้อาจจะได้รับอิทธิพลมาจากตัวอักษรโรมันก็เป็นได้ (สนั่น ปัทมะทิน, 2513 : 158)

ตัวหนังสือไทยได้มีการสร้างเป็นตัวพิมพ์ จัดพิมพ์ขึ้นเป็นครั้งแรกในพม่า ในปี พ.ศ. 2356 หรือ ค.ศ. 1813 มีชานนารืออเมริกา สามีมกรยาคนหนึ่ง สามีเป็นบาทหลวง ชื่อ Reverend Adoniram Judson และภรรยาชื่อ Ann Hazeltine Judson ได้เดินทางเข้าไปเผยแผ่ศาสนาคริสต์ในเมืองย่างกุ้ง ประเทศพม่า ในสังกัดของคณะแบปติสต์ นางจัดสันได้พบคนไทยและลูกหลานที่ถูกกวาดต้อนไปตั้งแต่เสียกรุงศรีอยุธยา ใน พ.ศ. 2310 ได้ศึกษาภาษาไทยและหนังสือไทยจนเข้าใจดี ใน พ.ศ. 2359 หรือ ค.ศ. 1816 คณะแบปติสต์ได้ส่ง George H. Hough ผู้เป็นช่างพิมพ์ ได้นำแท่นพิมพ์และตัวพิมพ์ภาษาอังกฤษมาตั้งโรงพิมพ์แบปติสต์ในพม่า บาทหลวงจัดสันได้ออกแบบตัวหนังสือพม่าให้เป็นตัวพิมพ์ ในขณะที่เดียวกันนางจัดสันก็ได้ออกแบบตัวพิมพ์หนังสือไทยเพื่อให้จัดพิมพ์ขึ้นเช่นกัน ตัวพิมพ์ไทยที่ออกแบบขึ้นมาี้ คงจะอาศัยแบบจากลายมือคนไทยในย่างกุ้งที่เขียนหนังสือมีลายมือดีเป็นแบบ (กำธร สติกรกุล, 2529 : 6) ต่อมาเกิดเหตุการณ์วุ่นวายทางการเมืองอันเนื่องมาจากสงครามพม่ากับอังกฤษ จึงได้มีการส่งแท่นและตัวพิมพ์ไปไว้ที่เมือง เซรัมโปร์ นครกัลกัตตา ประเทศอินเดีย ซึ่งมีสำนักงานใหญ่ประจำเขตเอเชียอยู่ที่นั่นและได้มีการพิมพ์หนังสือคำสอนทางคริสต์ศาสนาเป็นภาษาไทย ในปี พ.ศ. 2362 นับเป็นหนังสือศาสนาคริสต์เล่มแรกที่พิมพ์ขึ้นเป็นภาษาไทย และในปี พ.ศ. 2371 ได้มีการใช้ตัวหล่อชุดนี้พิมพ์ตำราไวยากรณ์ไทยซึ่งแต่งโดย ร้อยเอก เจมส์ โลว์ นายทหารอังกฤษซึ่งรับราชการอยู่กับรัฐบาลอังกฤษ ณ อาณานิคมที่อินเดีย ต่อมาตัวพิมพ์ภาษาไทยชุดดังกล่าวได้ขายให้กับมิชชันนารีคณะลอนดอน 2 คน คือ โรเบิร์ต เบิร์น และทอมสัน ซึ่งทั้งสองได้มาตั้งโรงพิมพ์ที่สิงคโปร์ โรเบิร์ต เบิร์น ถึงแก่กรรมในปี พ.ศ. 2375 จึงขายตัวพิมพ์ชุดดังกล่าวให้กับพวกมิชชันนารีนิกายอเมริกัน ต่อมานายแพทย์ แदन บีช แบรดลีย์ หรือที่คนไทยเรียกกันว่า หมอบรัดเลย์ สมาชิกคนหนึ่งของนิกายนี้เดินทางไปสิงคโปร์ในปี พ.ศ. 2378 ได้เป็นผู้นำตัวพิมพ์ภาษาไทยชุดนั้นเข้ามาในเมืองไทยพร้อมด้วยแท่นพิมพ์ หมอบรัดเลย์ ยังได้สร้างแท่นพิมพ์เพิ่มขึ้นอีก 2 แท่น และหล่อตัวพิมพ์ขึ้นใหม่ให้มีความงดงามมากขึ้น และใช้พิมพ์งานเกี่ยวกับการเผยแผ่ศาสนา เช่น งานของ ศาสนจารย์ซาลส์ โรบินสัน หนังสือชุดแรกจัดพิมพ์ในปี พ.ศ. 2379 ใช้แท่นพิมพ์ที่ทำด้วยไม้และหินจากสิงคโปร์พร้อมกับตัวพิมพ์เก่าที่ทำในเมือง เซรัมโปร์ นครกัลกัตตา ประเทศอินเดีย เป็นงานพิมพ์ที่บรรจุพระบัญญัติสิบประการ

พร้อมคำนำ และคำอธิบายสั้น ๆ รวมทั้งเพลงสรรเสริญอีก 3 บท (วิริยะ สิริสิงห, 2537 : 45-46)

การพิมพ์หนังสือภาษาไทยด้วยตัวพิมพ์ภาษาไทยและจัดพิมพ์ในประเทศไทย ได้เริ่มต้นเมื่อ พ.ศ. 2379 โดยหมอบรัดเลย์ (D. B. Bradley) มิชชันนารีชาวอเมริกัน...ได้จัดพิมพ์หนังสือออกมาเป็นชิ้นแรก เมื่อวันที่ 3 มิถุนายน พ.ศ. 2379 (ชาญกิจ ชอบทำกิจ, 2524 : 34)

พ.ศ. 2382 ได้ให้โรงพิมพ์มิชชันนารีอเมริกันรับจ้างพิมพ์หมายประกาศห้ามสูบบุหรี่ ซึ่งพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงโปรดให้จ้างพิมพ์ จำนวน 9,000 ฉบับ นับว่าเป็นเอกสารทางราชการชิ้นแรกที่จัดพิมพ์ขึ้น (ศิริพงษ์ พยอมแย้ม, 2530 : 8)

ในปี พ.ศ. 2384 ได้มีการหล่อตัวพิมพ์ภาษาไทยขึ้นเป็นครั้งแรกในเมืองไทย ลักษณะของตัวอักษรคล้ายกับที่ใช้กันในปัจจุบันนี้ (จรุณี เพชรมุณี และ ชาญกิจ ชอบทำกิจ, 2528 : 72) ระหว่าง พ.ศ. 2385-2400 ได้มีการปรับปรุงตัวพิมพ์ใหม่อันมีลักษณะเป็นตัววาดหัวหนังสือกลม เส้นบางเสมอกันหมด เส้นตั้ง ตั้งได้ฉากกับเส้นนอนเป็นระเบียบ อันเป็นรูปตัวอักษร ที่เราเรียกว่าตัวธรรมดาหรือตัวเหลี่ยมในปัจจุบัน ในตอนแรกๆนี้ มีตัวที่เป็นลักษณะนี้ทั้งสิ้น แม้ตัวโตจะใช้ทำเป็นหัวเรื่อง ก็เป็นเส้นตัวบาง อันอยู่ในลักษณะที่เรียกกันว่า ตัวบาง (กำธร สติรกุล, 2505 : 62)

หมอบรัดเลย์ได้ออกหนังสือฉบับแรกขึ้นมาในวันที่ 4 กรกฎาคม พ.ศ. 2387 เป็นภาษาไทย บางกอกรีคอร์ดเดอร์ ออกเป็นรายปักษ์ได้เพียงปีเดียวก็เลิกพิมพ์ไปในปี พ.ศ. 2388...เมื่อมาถึงสมัยรัชกาลที่ 4 หมอบรัดเลย์ก็มาออกหนังสือใหม่ แต่ลักษณะของหนังสือก็อยู่ในแบบเดิมคือ ลักษณะจดหมายเหตุออกปักษ์ละ 4 ใบ หรือ 8 หน้า ไม่มีปก...เนื่องจากมีสมาชิกน้อยหนังสือดังกล่าวจึงจำเป็นต้องหารายได้ทางอื่นมาเสริม นั่นคือ การโฆษณา ซึ่งตอนนั้นเรียกว่า “แจ้งความ” (ดรุณี หิรัญรักษ์, 2530 : 25-26) การโฆษณาครั้งแรกที่มีการตีพิมพ์เป็นลายลักษณ์อักษรนี้ปรากฏใน “หนังสือจดหมายเหตุฯ BANGKOK RECORDER” ซึ่งตีพิมพ์เป็นครั้งแรกในระหว่าง พ.ศ. 2387-2388 ตรงกับรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 3 จัดพิมพ์และเผยแพร่โดยชาวอเมริกันชื่อหมอบรัดเลย์ (Dan Beach Bradley) ซึ่งเป็นมิชชันนารีที่เข้ามาเผยแพร่คริสต์ศาสนิกายโปรเตสแตนต์ในสมัยนั้น (อนันต์ชัย เลหาะพันธุ์, 2532-2533 : 5-6)

ผู้โฆษณารายแรกในหนังสือพิมพ์บางกอกรีคอร์ดเดอร์ นี้ ได้แก่ โฆษณาขายยาควินิน ลงในเล่ม 1 ใบ 8 (ปีที่ 1 ฉบับที่ 8) เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2388 หน้า 32 ลงข้อความโฆษณาเป็นภาษาไทย ข้อความโฆษณานั้น ที่จริงมีเนื้อหาต่อเนื่องมาจากบทความใหญ่ที่กล่าวถึง ไข้จับสั่นอันสามารถแก้ได้ด้วยยาควินิน แต่โฆษณาที่มีการชำระเงินนั้น คือ โฆษณาอยู่บางกอกต๊อค (Bangkok Dock) ลงโฆษณาในฉบับวันที่ 1 มีนาคม พ.ศ. 2408 ซึ่งเป็นอุ้งรับซ่อมเรือที่ตั้งขึ้นใหม่ รูปแบบของโฆษณาชิ้นแรกนี้มีลักษณะเป็นการแจ้งความบอกให้ผู้อ่านได้ทราบ มีขนาดเล็กคล้ายโฆษณาย่อยแยกประเภท (classified advertising) ในปัจจุบัน แต่ไม่มีการล้อมกรอบให้เห็นชัด ไม่มีภาพประกอบ มีแต่ข้อความล้วน (เสกสรร สายสีเสด, 2542 : 25)

หมอบรัดเลได้เริ่มกิจการพิมพ์หนังสือรายคาบขึ้นมาขาย ซึ่งหนังสือนี้คนไทยสมัยนั้นเรียกว่า “จดหมายเหตุอย่างสั้น” หนังสือดังกล่าวแล้วแท้ที่จริงก็คือนิตยสารนั่นเอง ในประเด็นนี้ได้มีท่านผู้รู้เขียนเกี่ยวกับการหนังสือพิมพ์ว่า การหนังสือพิมพ์ไทยเริ่มต้นโดยหมอบรัดเล ซึ่งอันที่จริง สิ่งที่หมอบรัดเลริเริ่มมามิใช่หนังสือพิมพ์ในรูปแบบที่คนปัจจุบันเข้าใจ หากแต่จะเป็นในรูปแบบของนิตยสารมากกว่า เพราะทั้งรูปแบบและขนาดรูปเล่ม ตลอดจนเนื้อหา ก็มีลักษณะเป็นนิตยสารที่มุ่งให้ความรู้แก่ผู้อ่านมากกว่าที่จะบอกข่าวเช่นที่เป็นวัตถุประสงค์หลักของหนังสือพิมพ์ (ดรุณี หิรัญรักษ์, 2530 : 24)

องค์ประกอบสำคัญที่มีผลทำให้เกิดกิจการนิตยสารขึ้น ก็คือ การเริ่มต้นของการพิมพ์กิจการพิมพ์ที่หมอบรัดเลริเริ่มขึ้นในสมัยปลายรัชกาลที่ 3 นั้น จัดได้ว่าเป็นองค์ประกอบอันสำคัญที่เป็นรากฐานของการกำเนิดนิตยสารและหนังสือพิมพ์ไทยในเวลาต่อมา นอกจากนี้จะมีโรงพิมพ์ของหมอสอนศาสนา คือโรงพิมพ์ของหมอบรัดเลที่คลองบางหลวงแล้ว ก็ยังมีโรงพิมพ์ของหมอสมิธในสมัยรัชกาลที่ 4 สำหรับโรงพิมพ์ของไทยแท้ๆนั้นก็คือ “โรงพิมพ์หลวง” หรือ “โรงพิมพ์อักษรพิมพ์การ” องค์ประกอบต่อมาก็คือความคิดริเริ่มและความสามารถของฝรั่งมิชชันนารีและคนไทยบางคน และความต้องการของสมาชิกในสังคม (ในแง่ที่มีผู้ต้องการเรียนรู่วิทยาการใหม่ๆ ต้องการหาวิธีการสื่อสารที่ไปถึงคนจำนวนมากได้รวดเร็วและโดยไม่ผิดพลาดคลาดเคลื่อน) องค์ประกอบเหล่านี้นำไปสู่การเกิดนิตยสารฉบับแรกขึ้น ใน พ.ศ. 2387 และฉบับต่อๆมากลายเป็นสื่อมวลชนประเภทแรกที่เผยแพร่ไปยังชนชั้นสูงของประเทศสยามในขณะนั้น (ระวีวรรณ ประกอบผล, 2530 : 40)

สำหรับกิจการการพิมพ์ของคนไทยนั้น ผู้ที่ริเริ่มดำเนินการขึ้นเป็นครั้งแรก คือ พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวขณะที่ทรงผนวชที่วัดบวรนิเวศราชวรวิหาร ทรงเห็นประโยชน์ในการพิมพ์หนังสือ พระองค์ทรงดำริที่จะใช้กิจการการพิมพ์ไปเผยแพร่พุทธศาสนา ในทำนองเดียวกันกับที่พวกมิชชันนารี เผยแพร่ศาสนาคริสต์ และได้โปรดให้สั่งเครื่องพิมพ์มาตั้งที่วัดบวรนิเวศราชวรวิหาร ใน พ.ศ. 2392 ทรงสั่งเครื่องพิมพ์หินเข้ามาใช้ในประเทศไทย นับเป็นเครื่องพิมพ์หินแท่นแรกที่มีใช้ในประเทศไทย เมื่อทรงขึ้นครองราชย์แล้วก็โปรดให้ตั้งโรงพิมพ์หลวงขึ้นในพระบรมมหาราชวัง ชานานนามว่า โรงพิมพ์อักษรพิมพ์การ ตั้งอยู่ที่พระที่นั่งภาณุมาศจรัญญู และได้เริ่มพิมพ์หนังสือราชกิจจานุเบกษาขึ้นเป็นครั้งแรก ใน พ.ศ. 2401 ราชกิจจานุเบกษานับเป็นหนังสือพิมพ์ของทางราชการฉบับแรกของไทย (จรุณี เพชรมณี และชาญกิจ ชอบทำกิจ, 2528 : 73)

ในสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว ภาพประกอบในหนังสือซึ่งพิมพ์ในสมัยนี้ยังไม่ปรากฏ เพราะหนังสือในสมัยนี้พิมพ์จำนวนน้อยมากและสูญหายไปหมด ในสมัยนี้สมุดข่อยยังคงมีความสำคัญในการจดบันทึกเรื่องราวต่างๆ และได้มีการถ่ายทอดเรื่องราวในสมุดข่อยจารึกบนแผ่นศิลาในวัดพระเชตุพน (เจิมพันธ์ กอวัฒนสกุล, 2516 : 78)

ในช่วงปลายรัชกาลที่ 4 ได้มีการสั่งเครื่องพิมพ์หินเข้ามาพิมพ์หนังสือในปี พ.ศ. 2410 และเรียกหนังสือพิมพ์ฉบับนั้นว่า ฉบับพิมพ์หิน นับเป็นวิวัฒนาการการพิมพ์ที่สำคัญอีกขั้นหนึ่งของการพิมพ์ในประเทศไทย (กมล คงทอง, 2543 : 21)

ภายหลังหมอบรัดเลย์ได้ตั้งโรงพิมพ์ขึ้นในเมืองไทยเป็นครั้งแรกแล้ว คนอื่นๆก็ตั้งโรงพิมพ์ขึ้นบ้าง และได้ออกหนังสือพิมพ์แข่งขันกับหมอบรัดเลย์ เช่น หนังสือพิมพ์สยามใหม่ (Siam Time) ออกในปี พ.ศ. 2407 กับบางกอกเพรส (Bangkok Press) ออกในปีเดียวกันและชายได้ปีเดียวทั้งสองฉบับ ต่อมาในปี พ.ศ. 2410 ก็มีสยามวีคลี่มอนิเตอร์ (Siam Weekly Monitor) ออกมาอีก หนังสือพิมพ์ในยุคแรกๆ เป็นของฝรั่งทั้งสิ้น หนังสือพิมพ์ของคนไทยฉบับแรก คือ หนังสือพิมพ์ คอร์ท (Court) เริ่มออกในวันที่ 26 กันยายน 2418 ซึ่งเจ้านายหลายพระองค์ได้ร่วมกันจัดขึ้น และในปี พ.ศ. 2419 ได้เปลี่ยนชื่อเป็นภาษาไทยว่า “ข่าวราชการ” และเลิกกิจการไปในปีนั้น (นันทา วิฑูณิศศักดิ์, 2529 : 145-146)

กิจการที่หมอบรัดเลย์ เริ่มขึ้นในปลายสมัยรัชกาลที่ 3 นั้น จัดได้ว่าเป็นรากฐานของการกำเนิดนิตยสารและหนังสือพิมพ์ไทยในเวลาต่อมา (ดร.ณิ หิรัญรักษ์, 2530 : 25)

เอนก นาวิกมูล (2538) กล่าวว่า การลงรูปประกอบโฆษณาเพิ่งมามีราวตอนปลายสมัย รัชกาลที่ 4 ต่อกับตอนต้นรัชกาลที่ 5 เห็นได้จากหนังสือพิมพ์เพื่อการโฆษณาโดยตรง 3 ฉบับแรกที่ออกในช่วงต้นรัชกาลที่ 5 คือ

1.Siam Daily Advertiser ออกรายวัน ค.ศ. 1868 (พ.ศ. 2411- 2425) ตัวอย่างเช่น ฉบับวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2411 จะเห็นว่ามีรูปเรือกำปั่น รูปตึก รูปร่ม ปรากฏอยู่ด้วย

2.The Bangkok Advertiser ออกเฉพาะวันอาทิตย์ เริ่ม พ.ศ. 2411

3.Siam Weekly Advertiser ออกรายสัปดาห์ พ.ศ. 2412-2429 มีภาพประกอบเป็นรูปเครื่องกลไฟฟ้าทำหม้อไอน้ำ (เครื่องจักรไอน้ำ) และเครื่องสูบน้ำอีกด้วย ลงในฉบับวันที่ 3 กรกฎาคม พ.ศ. 2416

ดร.โณวาทน์ถือว่าเป็นนิตยสารฉบับแรก ซึ่งออกโดยพระองค์เจ้าเกษมสันต์ โสภาคย์ ดร.โณวาทน์ออกระหว่างปี พ.ศ. 2417-2418 การที่จัดว่าดร.โณวาทน์เป็นนิตยสารไทยฉบับแรกนั้น เพราะว่าเป็นหนังสือที่มีกำหนดออกที่แน่นอน เป็นรายสัปดาห์ เป็นหนังสือที่ไม่ใช่หนังสือของทางราชการแบบกิจจานุเบกษา ซึ่งมีเรื่องจำกัดเฉพาะราชการเท่านั้น หากดร.โณวาทน์ลงเรื่องราวต่างๆ ซึ่งเป็นเรื่องนอกราชการให้อ่านทราบด้วย (ดร.ณิ หิรัญรักษ์, 2530 : 27)

เมื่อมีการพิมพ์เกิดขึ้นในประเทศไทย ภาพประกอบในหนังสือเป็นภาพแกะจากบล็อกไม้ และนำมาพิมพ์ ในสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว ไม่สามารถค้นพบภาพในหนังสือประเภทตัวพิมพ์ แต่เริ่มปรากฏในหนังสือซึ่งพิมพ์ในสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ...ลักษณะของภาพประกอบในหนังสือซึ่งพิมพ์ในสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวมีลักษณะเป็นภาพบล็อกไม้ ตัวอย่างของภาพประกอบในหนังสือสมัยนี้ เช่น ภาพในหนังสือราชกิจจานุเบกษา ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ข่าวราชการฉบับแรกของคนไทย มีรูปตราพระมหามงกุฎและฉัตรกระหนาบสองข้างปรากฏอยู่ที่หน้าแรกของหนังสือ (เจิมพันธ์ กอวัฒนสกุล, 2516 : 80-87)

รัชกาลที่ 5-พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (พ.ศ. 2411-2453)

ในสมัยรัชกาลสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว กิจการพิมพ์ในเมืองไทยเจริญรุ่งเรืองขึ้นตามลำดับ จุดประสงค์การพิมพ์เพื่อเผยแพร่ศาสนาเปลี่ยนมาเป็นเพื่อให้การศึกษาแก่ประชาชนและในที่สุดก็กลายเป็นธุรกิจการค้า...คุณภาพหนังสือที่จัดพิมพ์ในช่วงนี้ประณีต มีทั้งปกอ่อนและปกแข็ง มีการบอกปีที่พิมพ์ ชื่อเรื่อง สถานที่พิมพ์ ราคาหนังสือ ลักษณะตัวพิมพ์เริ่มมีตัวเหลี่ยมและได้รับการปรับปรุงให้สวยงามขึ้น (วิริยะ สิริสิงห, 2537 : 50) เพิ่งมาพบตัวหนาที่เป็นหนังสือตัวใหญ่บ้างก็ในประมาณ ปี พ.ศ. 2447 ซึ่งใช้เป็นหัวเรื่อง ตัวนำบทที่ในหนังสือ วิทยากรยและหนังสือพิมพ์บางเล่ม ในระยะใกล้เคียงกัน จึงสันนิษฐานว่า ตัวหนาที่เราเรียกกัน เช่นตัวกลางหนา หรือตัวโป่ง จะตามมาทีหลัง ตัวหนาในยุคแรกๆนี้ มีเส้นหนาขึ้นกว่าตัวพิมพ์ปกติ แต่ขนาดเส้นในตัวหนังสือสม่ำเสมอ ไม่มีหนามีบาง จนปี พ.ศ. 2457 จึงมีตัวหนังสือที่เรียกว่า ตัวฝรั่งเศสอันมีใช้ก่อนที่โรงพิมพ์อัสสัมชัญใช้พิมพ์หนังสืออุโฆษสมัย ตัวฝรั่งเศสนี้เลียนแบบการออกแบบตัวอักษรโรมัน โดยมีความหนาความบางของเส้นในตัวหนังสือตัวเดียวกัน อันเป็นการเลียนแบบการเขียนหนังสือบรรจงด้วยปากกาจิ้มบนกระดาษเรียบ นอกจากตัวฝรั่งเศสแล้ว อุโฆษสมัยยังมีตัวจิ๋วออกมาด้วย ซึ่งเป็นตัวพิมพ์ที่เล็กกว่าปกติ ...นอกจากตัวฝรั่งเศสหรือที่เรียกย่อๆกันว่า ฝ.ศ. แล้ว ตัวโป่งตัวหนาในยุคนี้ ก็มีลักษณะที่เป็นตัวพิมพ์เส้นหนาเส้นบาง อันเกิดจากลักษณะการวาด (กำธร สติกรกุล, 2505 : 62-63)

ต่อมาเมื่อคนไทยเริ่มสนใจในกิจการหนังสือพิมพ์อันได้แก่ กลุ่มเจ้านายในพระราชวงศ์หรือบรรดาพระราชโอรสในพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ที่เสด็จออกศึกษาต่อยังต่างประเทศ เช่น เจ้าฟ้าวัชรวัธ พระองค์เจ้าเกษมสันต์โสภาคย์ สมเด็จพระเจ้าฟ้ากรมพระยาภาณุพันธุวงศ์วรเดช เป็นต้น ต่างมีพระดำริที่จะออกหนังสือพิมพ์ตลอดจนนิตยสารขึ้นมาบ้าง จึงทำให้กิจการหนังสือพิมพ์และนิตยสารเริ่มเปลี่ยนมือจากต่างชาติมาเป็นของคนไทยที่ละน้อย (ชวนะ ภวกันันท์, 2528 : 59)

จะเห็นได้ว่า ในสมัยรัชกาลที่ 5 นี้ นิตยสารได้เกิดขึ้นเป็นอันมาก ทั้งโดยความริเริ่มของเจ้านาย ขุนนาง และสามัญชน นิตยสารที่ออกในรัชกาลนี้มีทั้งที่เป็นของราชการ และทั้งที่เป็นของเอกชน...นิตยสารในสมัยรัชกาลที่ 5 นี้ จึงเป็นสมัยที่นิตยสารได้ลงไปถึงผู้อ่าน ที่เป็นสามัญชนมากกว่าในยุคบุกเบิกสมัยปลายรัชกาลที่ 3 และรัชกาลที่ 4 (ระวีวรรณ ประกอบผล, 2530 : 53)

นิตยสารสตรีของไทยได้เริ่มจัดทำเป็นครั้งแรกใน พ.ศ. 2449 ตรงกับรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 และยังปรากฏหลักฐานอยู่จนถึงปัจจุบัน คือนิตยสารกุลสตรี ซึ่งจัดพิมพ์อยู่ระหว่าง พ.ศ. 2449-2450 กำหนดออกเป็นรายเดือน บรรณาธิการ คือ หลวงจันทรามาศย์ (ระวีวรรณ ประกอบผล, 2526 : 122-123)

อุบลวรรณ ปิติพัฒนาโชษิต และ อวยพร พาณิช (2532) ได้กล่าวถึงโฆษณาในนิตยสารสตรียุคนี้ว่า กุลสตรี มีขนาดเล็กเท่าหนังสือปกอ่อนในปัจจุบัน หนาประมาณ 40-60 หน้า มีภาพเฉพาะที่หน้าปก ภายในเล่มไม่มีภาพประกอบ ไม่มีโฆษณา มีแต่คอลัมน์แจ้งความ ซึ่งอาจเป็นข่าวจากที่อื่น ๆ หรือข่าวของกุลสตรีเอง ส่วนบำรุงนารี ไม่มีลักษณะเป็นนิตยสาร ไม่มี

การแบ่งคอลัมน์ สารบัญ จัดรูปเล่มโตๆ ทั้งสิ้น ออกมาเพียง 4 เล่ม จึงมีลักษณะเป็นหนังสือชุดมากกว่า ไม่มีโฆษณา ภาพประกอบภายในเล่มเลย

ในสมัยรัชกาลที่ 5 ภาพประกอบโฆษณาหรือภาพประกอบเรื่องก็ค่อยๆ มีเพิ่มขึ้นเป็นระยะๆ จากบล็อกไม้เล็กๆ ก็กลายเป็นบล็อกสังกะสีกัณฑ์กรวดขนาดต่างๆ และในยุคที่การพิมพ์ภาพสียังไม่ก้าวหน้า โฆษณาหลายชิ้นตีพิมพ์บนกระดาษเนื้อสีต่างๆ ไม่ว่าจะแดง เหลือง น้ำเงิน เขียว หรืออื่นๆ ทำให้ดูน่าสนใจว่าพิมพ์บนกระดาษขาวธรรมดาๆ (อเนก นาวิกมูล, 2538 : 14)

ภาพประกอบในหนังสือสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวมีวิวัฒนาการในด้านการเขียนภาพเหมือนของผู้แต่งแทรกในหน้าปกใน และเริ่มมีลวดลายประดับขอบหน้าปกในและมีการเขียนภาพลายเส้นประกอบเนื้อเรื่องในหนังสือ โดยเฉพาะในหนังสือแบบเรียนมีภาพประกอบมาก เพราะสมัยนี้การพิมพ์หนังสือแบบเรียนมากเป็นอันดับหนึ่ง ภาพในหนังสือพิมพ์ยังไม่มีภาพประกอบข่าวมีแต่ภาพเขียนประกอบคำโฆษณาสินค้า ผู้เขียนภาพไม่เขียนชื่อลงในภาพ สมัยนี้จึงไม่ปรากฏนามผู้เขียนภาพที่เด่นๆ (เจิมพันธ์ กอวัฒนสกุล, 2516 : 110)

รัชกาลที่ 6-พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว (พ.ศ. 2453-2468)

ในสมัยรัชกาลที่ 6 ถือได้ว่าเป็นยุคทองของกิจการหนังสือพิมพ์ของประเทศไทย นิตยสารเป็นสื่อมวลชนที่มีความเจริญก้าวหน้ามากขึ้น ในสมัยนี้มีนิตยสารต่างๆ ออกถึง 127 ฉบับ...ทางด้านเนื้อหาของนิตยสารสมัยนี้ ส่วนใหญ่จะเป็นประเภทโฆษณาและบันเทิง สารคดี และนิตยสารจะเป็นลักษณะเพื่อธุรกิจการค้ามากขึ้น (ดร.ณิ หิรัญรักษ์, 2530 : 30) นักวิชาการหลายท่านลงความเห็นว่าในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 นั้น เรียกได้ว่า เป็น “ยุคทองของการหนังสือพิมพ์และนิตยสารไทย” อย่างแท้จริง ภายหลังที่ทำการสอบข้อมูลแล้วยังพบว่า น่าจะเรียกได้ว่าเป็นยุคทองของการลงโฆษณาด้วย เพราะในหน้าหนังสือพิมพ์และนิตยสารยุคนี้มีการลงโฆษณากันมาก จนวัตถุประสงค์ในการทำหนังสือพิมพ์ก็เบี่ยงเบนเป็นการจัดทำเพื่อการค้ามากขึ้น ...หน้าหนังสือพิมพ์และนิตยสารทุกฉบับในสมัยรัชกาลที่ 6 นั้น ไม่เคยขาดโฆษณาเลย ทั้งยังนิยมใส่โฆษณาไว้ในหน้าแรกของหนังสือพิมพ์ด้วย บางฉบับถึงกับให้หน้าแรกเป็นโฆษณาทั้งหน้า ส่วนหน้าในก็ยังเป็นโฆษณามากมาย คละเคล้ากันไป (ชวนะ ภวานันท์, 2528 : 63) นิตยสารในสมัยรัชกาลที่ 6 นี้ก็ได้ขยายตัวไปมาก เนื้อหาครอบคลุมไปในทุกด้าน ทั้งในด้านความรู้ ความคิดเห็น ความบันเทิง และการประกาศโฆษณาต่างๆ เป็นสมัยที่สามัญชนเข้ามาดำเนินกิจการนิตยสารกันมากกว่าที่แล้งๆ มา ทั้งนี้เพราะสภาพสังคมและเศรษฐกิจการเมืองเริ่มเปลี่ยนแปลง ประชาชนมีความรู้และการศึกษาดีขึ้น (ระวีวรรณ ประกอบผล, 2530 : 57) กิจการพิมพ์ได้รับการสนับสนุนเป็นอย่างมากจนเจริญรุดหน้าขึ้นตามลำดับ มีการพิมพ์บทพระราชนิพนธ์ มีการจัดภาพประกอบเป็นภาพถ่ายและภาพวาดทั้งสีและขาวดำ มีการใช้ตัวพิมพ์ฝรั่งเศสและมีตัวจิ๋วเกิดขึ้นเป็นครั้งแรก ปลายรัชกาลในปี พ.ศ. 2468 ได้เกิดตัวเอนขึ้นในหนังสือบทละคร ซึ่งเลียนแบบตัวเอนอักษรโรมันเพื่อบรรยายคำพูด ทำทางผู้แสดง (วิริยะ สิริสิงห, 2537 : 51-52)

ทางด้านเนื้อหาของนิตยสารสมัยนี้ ส่วนใหญ่จะเป็นประเภทโฆษณาและบันเทิง สารคดี และนิตยสารจะเป็นลักษณะเพื่อธุรกิจการค้ามากขึ้น เช่น เกราะเหล็ก บางกอกการเมือง จีนโน สยามวารศัพท์ จะอุทิศหน้าแรกทั้งหน้าเพื่อการโฆษณาและในหน้าอื่นๆ ก็ใช้เพื่อการโฆษณา และประกาศแจ้งความเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งการที่มีโฆษณามากแสดงว่าการค้าสมัยนั้น เจริญมากขึ้นและเห็นประโยชน์ของการโฆษณาสินค้าในหน้าหนังสือแล้ว ในขณะที่เดียวกันมีผู้นิยมอ่าน นิตยสารมากขึ้นด้วย...นอกจากนั้นในสมัยนี้มีการใช้ภาพถ่ายอย่างกว้างขวาง ส่วนภาพการ์ตูนลายเส้นซึ่งมีมาแต่สมัยก่อนก็ได้มาเป็นที่นิยมมากขึ้นในสมัยนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาพล้อการเมือง ภาพล้อบางภาพคนไทยวาดเอง เช่น ภาพฝีพระหัตถ์พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว (ดร.ณิ หิรัญรักษ์, 2530 : 30) การเขียนภาพประกอบการ์ตูนได้เริ่มมีขึ้นเป็นครั้งแรกในสมัยนี้ โดยมี เปล่ง ไตรปิ่น (ขุนปฏิภาคพิมพ์ลิขิต) เป็นผู้ริเริ่มเขียนขึ้นและลงพิมพ์ในหนังสือพิมพ์เดลิเมล์เป็นครั้งแรก แม้แต่พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวก็ทรงสนพระทัยและโปรดการเขียนภาพการ์ตูนลงในหนังสือดุสิตสมิต และได้มีการจัดประกวดการ์ตูนขึ้นในพระบรมมหาราชวัง ระหว่างปี พ.ศ. 2468-2470 (ศิริพงศ์ พยอมแย้ม, 2537 : 16)

การพิมพ์ภาพประกอบในหนังสือสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว มีวิวัฒนาการมากกว่ารัชกาลก่อนๆ เป็นสมัยที่เริ่มการพิมพ์ภาพถ่าย พิมพ์ภาพเขียนสีลงในหนังสือ และเป็นสมัยที่เริ่มการเขียนภาพล้อ การลงภาพประกอบข่าวในหนังสือพิมพ์ ภาพการ์ตูนสมัยแรกเป็นการเขียนภาพซ้ำชั้นก่อนแล้วค่อยมีการ์ตูนการเมืองซึ่งเป็นการล้อบุคคลเสียมาก สมัยนี้เป็นสมัยที่วรรณคดีไทยรุ่งเรืองมาก การพิมพ์หนังสือจึงมีวิวัฒนาการไปด้วย และนักเขียนภาพประกอบในหนังสือเริ่มเขียนชื่อของตนกำกับที่ภาพ หรือผู้จัดพิมพ์กล่าวไว้ในคำนำของหนังสือ มีนักเขียนภาพประกอบเด่นๆหลายคน รวมทั้งนักเขียนภาพการ์ตูนล้อในหนังสือพิมพ์ด้วย (เจิมพันธ์ กอวัฒนสกุล, 2516 : 164-167)

ในปลายรัชสมัยรัชกาลที่ 6 ได้มีเหตุการณ์สำคัญอีกอย่างหนึ่งของวงการโฆษณาไทยเกิดขึ้น นั่นคือ ได้มีบริษัทรับจ้างโฆษณาเกิดขึ้นเป็นครั้งแรกในประเทศไทย เมื่อปี พ.ศ. 2467 ได้แก่ บริษัทสยามแอดเวอร์ไทซิ่ง (Siam Advertising Co.) ดำเนินงานในลักษณะของบริษัทโฆษณาในท้องถิ่น ผู้ก่อตั้งและเป็นเจ้าของคือ พระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมกำแพงเพชรอัครโยธิน... การเกิดของบริษัทโฆษณาสยามแอดเวอร์ไทซิ่ง ย่อมแสดงให้เห็นว่าการโฆษณาในสมัยนั้นเจริญรุ่งเรือง จนกระทั่งมีผู้คิดทำธุรกิจเกี่ยวกับการโฆษณานั้น ในรูปของบริษัทการค้า ซึ่งคงจะถือได้ว่าเป็นต้นกำเนิดของธุรกิจโฆษณาในขอบเขตที่กว้างขวางขึ้น โดยเปลี่ยนจากการที่ผู้ผลิตหรือผู้แทนจำหน่ายสินค้าติดต่อโดยตรงกับเจ้าของสื่อเพื่อลงโฆษณามาเป็นการมีตัวกลางรับจัดทำโฆษณาและติดต่อกับสื่อให้ ซึ่งเป็นลักษณะของธุรกิจการโฆษณาในปัจจุบันนั่นเอง (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2532 : 61-62)

รัชกาลที่ 7 - พระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว (พ.ศ. 2468-2477)

ในสมัยรัชกาลที่ 7 พระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว กิจกรรมพิมพ์หนังสือซบเซาลง เนื่องจากเศรษฐกิจตกต่ำ และเกิดสงครามโลกครั้งที่ 2 กระจายปอนด์มีราคาแพงพอกับทอง

คำ จนเมื่อสงครามเล็ก กิจการพิมพ์จึงเริ่มขึ้นใหม่อีกครั้ง มีชาวไทยและต่างประเทศออกหนังสือแข่งกันมากมาย ทั้งหนังสือพิมพ์รายวัน นิตยสารรายสัปดาห์ รายเดือน โรงพิมพ์ขยายออกไปแทบทุกจังหวัด (วิริยะ สิริสิงห, 2537 : 52) ในสมัยรัชกาลที่ 7 การขยายตัวของนิตยสารก็ยิ่งเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นผลมาจากรัชกาลก่อน จำนวนนิตยสารมีถึง 160 ฉบับ หนังสือพิมพ์รายวันมี 37 ฉบับ การจัดทำนิตยสารสมัยนี้จัดได้ว่าเป็นอาชีพอย่างหนึ่งของผู้มีใจรัก (ดร.ณิ หิรัญรักษ์, 2530 : 31) นิตยสารอีกประเภทหนึ่งที่เกิดขึ้นมากในสมัยรัชกาลที่ 7 คือนิตยสารผู้หญิง...นิตยสารในสมัยก่อนเปลี่ยนแปลงการปกครองนี้ ส่วนใหญ่แล้วจะมีขนาดใหญ่ขึ้นกว่าสมัยรัชกาลที่ 5 และรัชกาลที่ 6 คือขนาดประมาณแทบลอยด์ และเนื่องจากระบบการพิมพ์ได้ก้าวหน้าขึ้นมาก นิตยสารในสมัยนี้ จึงมีการตีพิมพ์รูปถ่ายมากมาย ส่วนใหญ่เป็นภาพขาวดำ รูปแบบการจัดรูปเล่มก็มีลักษณะที่เป็นระเบียบระบบแบบการทำนิตยสารมากขึ้น การโฆษณาก็มีมากขึ้น และมีการใช้รูปภาพในการโฆษณาขึ้นด้วย (ระวีวรรณ ประกอบผล, 2530 : 60-61)

นิตยสารสตรีในสมัยนี้ได้พัฒนาขึ้นมาเป็นนิตยสารอย่างแท้จริง โดยเฉพาะในด้านของการจัดรูปเล่ม ภาพประกอบ การเสนอเนื้อหา ซึ่งมีทั้งเรื่องอ่านเล่น คอลัมน์ และบทความต่าง ๆ โดยเฉพาะนิตยสารสตรี จัดเป็นนิตยสารที่มีความเด่น และมีความสำคัญมาก ในด้านที่เป็นต้นแบบของการกำหนดเนื้อหาของนิตยสารสตรีในปัจจุบัน (ระวีวรรณ ประกอบผล, 2526 : 124) ด้านภาพประกอบและการจัดหน้าของนิตยสารภาษาไทยสำหรับสตรีในยุคนี้ ส่วนใหญ่จะเป็นแบบเรียบ มีแบบแผนตายตัว ไม่มีเทคนิควิธีการดึงดูดความสนใจใดใด มีหัวเรื่อง (lead) มีเนื้อเรื่อง หน้าปกส่วนใหญ่เป็นสตรี รูปประกอบโดยมากเป็นรูปขาว-ดำ ใช้ปากกาเขียนแผนที่ ลักษณะปากกาแหลมจุ่มหมึกแล้ววาด หรือใช้ดินสอ 4บี 5บี แรเงาหรือใช้สีน้ำสีโปสเตอร์ (ศุภจิต, 2527 : 136) วิธีโฆษณามักเน้นตัวหนักตัวเบา หรือตัวโตตัวเล็ก ใช้สำนวนแปลก ๆ หรือถ้อยคำพรรณนาโวหารยืดยาว บางครั้งก็มีภาพประกอบด้วย (วศิน เตยะธิดิ, 2526 : 42-44)

รัชกาลที่ 8-พระบาทสมเด็จพระปรเมนทรมหาอานันทมหิดล (พ.ศ. 2477-2489)

ในสมัยรัชกาลที่ 8 การพิมพ์การผลิตหนังสือซบเซาลงเพราะปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ หนังสือที่ผลิตออกมาคุณภาพต่ำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 2 กระดาษขาดแคลนมากต้องใช้กระดาษที่ผลิตในประเทศในขณะนั้นพิมพ์ซึ่งมีคุณภาพต่ำมากและสีคล้ำ หลังจากนั้นมาแล้วกิจการพิมพ์ของไทยก็ได้มีความเจริญก้าวหน้ามาตามลำดับ (กำธร สติรกุล, 2515 : 216)

ในสมัยรัชกาลที่ 8 นิตยสารสมัยนี้ มีลักษณะไม่แตกต่างไปจากสมัยรัชกาลที่ 7 เท่าใดนัก จำนวนนิตยสารเพิ่มไม่มาก เนื่องจากการเมืองเข้ามามีส่วนทำให้สิทธิเสรีภาพของสื่อมวลชนประเภทนี้เปลี่ยนแปลงไป ต่างจากสมัยสมบูรณาญาสิทธิราชย์โดยสิ้นเชิง

รูปแบบโฆษณาในช่วงระยะเวลาดังกล่าวนี้ ก็พบว่ายังคงลักษณะเดิมอยู่ คือ เน้นวิธีการเขียนแบบตัวหนังสือหนักเบา หรือตัวโตตัวเล็ก พยายามใช้สำนวนแปลก ๆ หรือพรรณนาถ้อยคำ

อย่างยืดยาว อาจจะใช้ภาพประกอบในเชิงของลายเส้น เพื่อสื่อความหมายได้ชัดเจนยิ่งขึ้นเท่านั้น (ชวนะ ภวกันันท์, 2528 :70)

รัชกาลที่ 9-พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช (พ.ศ. 2489-ปัจจุบัน)

ในรัชสมัยของพระองค์ สื่อสารมวลชนแขนงสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ และ นิตยสารเกิดขึ้นมากมาย เนื่องจากความก้าวหน้าด้านเทคนิคการพิมพ์ นิตยสารบางฉบับมี ยอดจำหน่ายสูงเป็นเรือนหมื่น แต่มีไม่กี่ฉบับที่มีอายุยืนยาว (กรมไปรษณีย์โทรเลข, 2530 : 243-276)

ในช่วงปี พ.ศ. 2490 ถึง 2500 กิจการตัวแทนโฆษณาหรือเอเจนซีนั้นยังไม่เฟื่องฟูเหมือนปัจจุบัน งานการตลาดยังไม่ซับซ้อนเท่าใด เจ้าของสินค้าต้องการส่งเสริมสินค้าตัวใด ก็เพียงเอาแบบไปให้ร้านบล็อกเขียนแบบแล้วกดบล็อกส่งไปให้โรงพิมพ์พิมพ์เป็นใบปลิวบ้าง ใบแทรกในหนังสือ นิตยสารบ้าง หรือไม่กี่ส่งบล็อกไปให้นิตยสารหรือหนังสือพิมพ์รายวัน ซึ่งมีอยู่ไม่กี่ฉบับลงให้ตามวันที่กำหนดก็เรียบร้อย ต่อเมื่อภายหลังกิจการตัวแทนโฆษณามีบทบาทมากขึ้นมีสินค้าเข้าหลายตัวจึงขยายงาน มีฝ่ายศิลป์ ฝ่ายผลิตของตัวเอง (วรวิชัย เวชบุเคราะห์, 2535 : 193-208)

ในปี พ.ศ. 2495 ได้เกิดบริษัทโฆษณายุคใหม่ โดยชาวต่างประเทศได้นำความคิดมาจากตะวันตก และดำเนินการเหมือนการโฆษณาในภาคตะวันตกอย่างชัดเจน บริษัทโฆษณายุคใหม่นั้น ถือเป็นต้นกำเนิดของบริษัทโฆษณาชนิดสมบูรณ์แบบ (Full-House Agency) ซึ่งเจริญต่อมาในปัจจุบัน...พัฒนาการทางด้านความคิดสร้างสรรค์โฆษณาของเมืองไทย จึงได้เริ่มต้นอีกครั้งแต่อยู่ในมือของนักสร้างสรรค์ชาวต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ (มานิต รัตนสุวรรณ, 2531 : 388)

ธุรกิจการโฆษณาหลังปี พ.ศ. 2496 เป็นต้นมา ก็เริ่มจริงจังในประเทศไทย โดยมี บริษัทข้ามชาติซึ่งเป็นบริษัทโฆษณาชั้นนำของโลกเข้ามาดำเนินกิจการ ได้แก่ บริษัท แกรนท์ แอนด์ อี (ประเทศไทย) จำกัด ปัจจุบันคือ บริษัท เคนยอน แอนด์ เอ็คคาร์ท (ประเทศไทย) จำกัด, บริษัท โอกลีวี แอนด์ เมเธอร์ (ประเทศไทย) จำกัด, บริษัท ลิงค์ แมคแคน เอริคสัน (ประเทศไทย) จำกัด, บริษัท มาร์คกิน จำกัด, บริษัท ลีโอ เบอร์เนทท์ จำกัด, บริษัท สยามนิปปอน คอร์ปอเรชั่น จำกัด (ชวนะ ภวกันันท์, 2528 :71)

ในรัชกาลปัจจุบัน การทำนิตยสารออกจำหน่ายนั้น เป็นธุรกิจการค้าที่สำคัญประเภทหนึ่งของคนไทย จำนวนนิตยสารที่เกิดขึ้นมีมากมาย ได้มีการแบ่งประเภทของนิตยสารเฉพาะกลุ่มมากขึ้น ทั้งนี้เป็นเพราะความก้าวหน้าทางด้านเทคนิคการพิมพ์การขยายตัวทางเศรษฐกิจ ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงของสื่อมวลชนชนิดต่างๆ ที่มีส่วนทำให้รูปแบบของนิตยสารเปลี่ยนแปลงไป นอกจากจะมีเฉพาะเป็นประเภทๆแล้วในบางประเภทก็ยังมีออกเพื่อแบ่งระดับของผู้อ่านด้วย เช่น นิตยสารผู้หญิงมีการแบ่งระดับไฮคลาส และระดับโลคลาสทั้งนี้ขึ้นอยู่กับระดับ

ของผู้อ่านนิตยสารนั้นๆ ไม่ว่าจะ เป็นทางด้านการศึกษา อายุ ตลอดจนฐานะทางเศรษฐกิจ เป็นต้น (ดรุณี หิรัญรักษ์, 2530 : 32)

การเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นผลทำให้สื่อแต่ละชนิดที่มีอยู่เดิม ต้องถูกกระทบและต้องปรับเปลี่ยนบทบาทและหน้าที่ของสื่อในสังคมไปด้วย นิตยสารซึ่งในช่วงแรกๆเคยถูกใช้ไปอย่างมากในเรื่องของการเสนอความบันเทิง ก็เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงพัฒนาขึ้นไปอีก ในแง่ที่เกิดการยอมรับในบทบาทของนิตยสารในการให้ความรู้เฉพาะด้าน เฉพาะสาขาขึ้น...ในด้านรูปแบบนั้น กล่าวได้ว่ากิจการพิมพ์ระบบคอมพิวเตอร์ทำให้นิตยสารสมัยปัจจุบันมีคุณภาพสูงทางด้านการพิมพ์ การใช้สีสวยงาม ความเปลี่ยนแปลงที่เห็นได้ชัดในเรื่องการจัดรูปเล่มนั้น น่าจะเริ่มจาก ลลนา รายปักษ์ ซึ่งออกจำหน่ายในปี พ.ศ. 2516 มีการจัดหน้านิตยสาร และ ออกแบบตัวหนังสือสวยงามในลักษณะใหม่ เน้นความสำคัญของฝ่ายศิลป์ในกองบรรณาธิการ เป็นตัวแบบของนิตยสารผู้หญิงที่ออกในเวลาต่อมาในเรื่องของการจัดหน้า และรูปเล่ม (ระวีวรรณ ประกอบผล, 2530 : 70-71)

ในช่วงระยะเวลาดังกล่าว จากภาพวาดลายเส้น การใช้ถ้อยคำพรรณนาความอย่างยืดเยื้อ ก็ได้รับการพัฒนาให้มีความกระชับมากขึ้น และใช้ภาพประกอบจากภาพถ่าย ตลอดจนมีความเป็นศาสตร์ของวิชาการโฆษณามากขึ้น (ชวนะ ภวกันันท์, 2528 : 72)

ลักษณะของภาพประกอบในปัจจุบันได้รับการปรับปรุงให้ดีขึ้น และสวยงามขึ้นตามความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคนิคการพิมพ์ โรงพิมพ์ต่างๆ เปลี่ยนการพิมพ์แบบเลตเตอร์เพรส (Letter Press) มาเป็นแบบ ออฟเซต (Offset) เกือบทั้งหมด ในด้านการศึกษาอบรมเจ้าหน้าที่การพิมพ์มีการสอนวิชาการพิมพ์ในโรงเรียน วิทยาลัย และมหาวิทยาลัย ในด้านนักเขียนภาพในปัจจุบัน มีนักเขียนภาพจำนวนมากได้รับการศึกษาวิชาการเขียนภาพอย่างถูกต้องตามหลักเกณฑ์จากโรงเรียน วิทยาลัย และมหาวิทยาลัย (เจิมพันธ์ กอวัฒนสกุล, 2516 : 183)

จากที่กล่าวมาทั้งหมด สิ่งพิมพ์โฆษณาไทยได้มีวิวัฒนาการต่อเนื่องยาวนาน ตั้งแต่จุดเริ่มต้นของสิ่งพิมพ์โฆษณา พ.ศ. 2388 จนถึง ปัจจุบัน (2543) นับเป็นระยะเวลายาวนานถึง 155 ปี เกิดความก้าวหน้าและพัฒนาการด้านต่างๆร่วมกันมา ทั้งด้านการพิมพ์ เทคโนโลยีการพิมพ์ ธุรกิจโฆษณา รวมทั้ง การออกแบบสิ่งพิมพ์โฆษณา ทั้งด้าน การจัดวางหน้า การจัดเรียงตัวอักษร และ ภาพประกอบ

2. นิตยสารสตรี

ความหมายของนิตยสารสตรี

นิตยสาร หมายถึง สิ่งพิมพ์ซึ่งปกติมีปกอ่อน บางทีมีภาพมีกำหนดออกแน่นอน เนื้อหาประกอบด้วย เรื่อง บทความต่างๆ มีผู้เขียนหลายคน และมีโฆษณา (Webster's New Twentieth Century Dictionary, 1976 : 1438)

นิตยสาร หมายถึง สิ่งพิมพ์ซึ่งตามปกติมีปกอ่อน ระบุกำหนดออกที่แน่นอน ประกอบด้วยเนื้อหาสาระที่ให้ทั้งความรู้และความบันเทิง เช่น บทความต่างๆ โดยผู้เขียนหลายคน บทความ

สัมภาษณ์ เรื่องสั้น นวนิยาย บทวิจารณ์ ชาวต่าง ๆ และโฆษณา มีภาพประกอบค่อนข้างมาก (ดรุณี หิรัญรักษ์, 2530 : 2)

นิตยสารสตรี (Women's Magazines) หมายถึง นิตยสารที่เสนอเรื่องราวที่อยู่ในความสนใจของสตรีในด้านต่าง ๆ เช่น การปรุงอาหาร การตกแต่งบ้าน การบริบาลเด็ก แนวโน้มแฟชั่น ความรัก รวมทั้งการบริการสังคมและความรู้ต่าง ๆ (Jacobi 1974 : 38)

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า นิตยสารสตรี หมายถึง สิ่งพิมพ์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับสตรี จัดทำเพื่อกลุ่มผู้อ่านสตรี ประกอบด้วยเนื้อหาที่สตรีสนใจ รวมทั้งงานสิ่งพิมพ์โฆษณา มีกำหนดออกที่แน่นอน

ประเภทของนิตยสารสตรี

อุบลวรรณ ปิติพัฒนาไพจิตร และ อวยพร พาณิช (2532) ได้จัดแบ่งนิตยสารสตรีโดยพิจารณาจากเนื้อหา สามารถแบ่งออกได้เป็น 5 กลุ่ม ดังนี้

1. ด้านแม่บ้านการเรือน รวมทั้งการเลี้ยงเด็ก การจัดบ้าน ประกอบด้วยนวนิยายที่ให้แต่ความบันเทิงเป็นหลักส่วนหนึ่ง อีกส่วนหนึ่งเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับงานแม่บ้านการเรือนด้านต่าง ๆ เน้นกลุ่มผู้อ่านที่เป็นแม่บ้านและกึ่งแม่บ้าน เช่น แม่บ้านทันสมัย งานฝีมือ กุลสตรี ชวีเรือน

2. ด้านการให้ความรอบรู้ ทันโลกทันสมัยแก่สตรี รวมทั้งแฟชั่นใหม่ๆ เพราะมุ่งผู้อ่านกลุ่มผู้หญิงที่มีความรู้ ทำงานนอกบ้าน เช่น ดิฉัน สลนา แพรว สตรีสาร เนื้อหาจะให้ความรู้แก่สตรีหลาย ๆ ด้าน ทั้งข่าวสาร ความรู้รอบตัว งานบ้าน ความคิดใหม่ๆ รวมทั้งด้านกฎหมายและอื่นๆ

3. ด้านความบันเทิงเป็นส่วนใหญ่ นิตยสารกลุ่มนี้จะประกอบด้วย นวนิยายเป็นส่วนใหญ่ประมาณ 80 เปอร์เซ็นต์ นอกจากนั้นจะมีคอลัมน์อื่นๆ และสารคดี รวมทั้งโฆษณา เช่น สกุลไทย ในอดีตมีหลายฉบับที่ได้รับความนิยมมาก เช่น เพลิมจิตต์ เดลิเมลวันจันทร์

4. ด้านวิชาการให้ความรู้ ความคิด และการพัฒนาสตรี ประกอบด้วยบทความที่มีเนื้อหาค่อนข้างหนักวิพากษ์วิจารณ์สังคม และบทบาทสตรี เพราะมุ่งกลุ่มผู้อ่านเป็นผู้หญิงที่มีการศึกษา ใฝ่หาความรู้ แต่นิตยสารกลุ่มนี้มักจะไม่ประสบความสำเร็จในด้านการขาย จนปัจจุบันแทบจะไม่มีออกจำหน่ายเลย เช่น ผู้หญิงเก่ง เสียงสตรี ในอดีตยุคแรกๆ ของนิตยสารสตรี เช่น บำรุงนารี สตรีศัพท์ สตรีไทย

5. เนื้อหาสำหรับวัยรุ่น สุขภาพอนามัยของครอบครัวและภาพแฟชั่น นิตยสารในกลุ่มนี้แบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่มย่อย ได้แก่

5.1 เน้นเนื้อหาเฉพาะวัยรุ่น เช่น แพรวสุดสัปดาห์ และ เปรี๊ยะ เน้นความบันเทิงและเรื่องราวรอบๆ ตัว ประกอบด้วยนวนิยาย เรื่องสั้น แฟชั่น และคอลัมน์ต่างๆ ที่ล้วนแต่เป็นเรื่องราวของวัยรุ่นในปัจจุบัน ในอดีตไม่เคยมีนิตยสารในกลุ่มนี้

5.2 เน้นสุขภาพอนามัยในครอบครัว เช่น แม่และเด็ก รักลูก ประกอบด้วยบทความที่ให้ความรู้ด้านอนามัยในครอบครัว รวมทั้งด้านจิตวิทยาในการอบรม ดูแลบุตรแก่สตรี

5.3 เน้นภาพและแฟชั่นทันสมัยต่างๆ มีลักษณะเป็นหนังสือแบบเสื้อแบบผม ประมาณ 70 เปอร์เซ็นต์ แต่ก็มีคอลัมน์ที่ให้ความรู้อื่นๆ รวมทั้งความบันเทิงอื่นๆอีกด้วย เช่น แฟชั่นรีวิว สาวสยาม

อุบลวรรณ ปิติพัฒนาไพจิตร และ อวยพร พานิช (2532) ได้จัดแบ่งนิตยสารสตรีโดยพิจารณาจากระดับอายุของผู้อ่าน สามารถแบ่งออกได้ดังนี้

1. นิตยสารสตรีสำหรับวัยแรกเริ่ม อายุประมาณ 12-15 ปี ได้แก่ วัยน่ารัก เธอกับฉัน
2. นิตยสารสตรีสำหรับวัยรุ่นสาว อายุประมาณ 16-19 ปี ได้แก่ แพรวสุดสัปดาห์ เปรี้ยว
3. นิตยสารสตรีสำหรับวัยสาว อายุประมาณ 20-30 ปี ได้แก่ แพรว ลลนา ชวีญเรือน
4. นิตยสารสตรีสำหรับวัยสาวใหญ่ อายุประมาณ 30-50 ปี ได้แก่ ดิฉัน สกุลไทย สตรีสาร กุลสตรี

บทบาทและหน้าที่ของนิตยสารสตรี

วรินทรา ไกยรวงศ์ (2540) ได้กล่าวถึงบทบาทและหน้าที่ของนิตยสารโดยประมวลจากอดีตจนถึงปัจจุบัน สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ให้สาระความรู้ เป็นหน้าที่ที่เกิดขึ้นมาพร้อมกับการเริ่มต้นจัดทำนิตยสารสตรีในยุคแรก โดยการให้สาระความรู้ในยุคนั้น เป็นแนวการกระตุ้นสตรีไทยให้ใฝ่หาความรู้และช่วยปลูกสำนึกให้ตระหนักถึงสิทธิสตรีไทย ต่อมาจึงเปลี่ยนแนวเป็นการให้ความรู้แบบเบาๆ ประเภทสารคดี รวมถึงการให้ความรู้แปลกใหม่ ซึ่งจะนำเสนอทั้งเรื่องจากต่างประเทศและในประเทศ

2. เป็น “โรงเรียนนอกระบบ” ให้หญิงไทย พาดูหญิงออกสู่โลกกว้าง นิตยสารในยุคแรกได้กลายเป็นแบบเรียนที่สำคัญในการช่วยพัฒนาการอ่านของสตรีซึ่งยังไม่ค่อยได้รับการศึกษาอย่างทั่วถึง ต่อมาผู้จัดทำได้เริ่มนำเสนอสาระความรู้และเรื่องราวแปลกใหม่จากต่างประเทศหรือความรู้เบ็ดเตล็ดต่างๆ อันจัดเป็นความรู้รอบตัวและความรู้ทั่วไป ที่ส่วนใหญ่จะไม่ปรากฏในหนังสือแบบเรียน เนื้อหาเหล่านี้จึงเปรียบเสมือนกำลังทำหน้าที่ โรงเรียนนอกระบบ ให้กับผู้อ่าน

3. ทำหน้าที่เป็นปากเสียงให้สตรี นิตยสารสตรีหลายเล่มในยุคแรก เช่น สตรีศัพท์ ศรีสัปดาห์ ได้ประกาศจุดยืนของตัวเองในการจัดทำนิตยสารออกมาอย่างชัดเจนว่า ยินดีที่จะเป็นปากเสียงให้แก่สตรีที่ได้รับความทุกข์หรือความเดือดร้อนสามารถส่งเรื่องราวมาบอกเล่าลงนิตยสารได้ แต่ยุคต่อมาได้ลดบทบาทลง แม้จะมีการส่งเรื่องราวมาบอกเล่าลงนิตยสารเหมือนเดิม แต่รูปแบบเปลี่ยนแปลงไป โดยเปลี่ยนมาอยู่ในรูปการตอบปัญหาให้คำแนะนำในการแก้ไขต่างๆ

4. เปิดโอกาสให้ผู้หญิงได้แสดงความคิดเห็นสู่สาธารณชน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2465 เริ่มมีการเปลี่ยนมือผู้จัดทำจากผู้ชายมาเป็นผู้หญิงจึงทำให้ผู้หญิงได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นและแสดงฝีมือการเขียนออกสู่สาธารณชน

5. เป็นพื้นที่ในการลงโฆษณา หลังจากมีการเปลี่ยนมือผู้จัดทำมาเป็นผู้หญิงมากขึ้น นิตยสารได้มีการเปิดพื้นที่ลงโฆษณาค่อนข้างมาก ทั้งโฆษณาที่มีภาพและไม่มีภาพ เช่น สตรี คัพท์ มีถึงประมาณ 30-40 เปอร์เซ็นต์ นิยมลงโฆษณาหน้าปกทุกฉบับและสินค้าส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าสตรี จนมาถึงปัจจุบันได้มีการพัฒนาหน้าที่ยื่นมาทั้งรูปแบบและบทบาทต่อการทำ นิตยสารเพราะการทำนิตยสารในยุคใหม่นี้ โฆษณาถือเป็นส่วนสำคัญที่สุดเนื่องจากแหล่งรายได้หลักของนิตยสารปัจจุบัน คือ ค่าโฆษณานั้นเอง พื้นที่โฆษณาเกินเนื้อที่โฆษณาของนิตยสารถึงประมาณ 30 เปอร์เซ็นต์ รูปแบบการลงโฆษณาต่างจากอดีต เพราะพื้นที่โฆษณาในปัจจุบันจะมีการใช้หน้าสี และมีการจัดวางรูปหน้าอย่างประณีตสวยงามมากขึ้น เพื่อเป็นที่ดึงดูดความสนใจของคนอ่านมากขึ้น

6. ให้ความบันเทิง ในยุคแรกๆปรากฏออกมาในคอลัมน์เรื่องอ่านเล่น ใช้การประพันธ์แบบคำกลอนเป็นหลัก ต่อมาเนื้อหาหลักที่จะนำเสนอความบันเทิงได้กลายเป็นการนำเสนอ นวนิยาย ในปัจจุบันรูปแบบความบันเทิงได้แตกออกไปหลายรูปแบบ โดยยังคงมีการนำเสนอ นวนิยาย และได้เพิ่มคอลัมน์ประเภท ดุหนัง ฟังเพลง แนะนำหนังสือ ซึ่งเพิ่มขึ้นตามสภาพสังคมที่ ธุรกิจความบันเทิงกำลังเฟื่องฟู

7. เป็นคู่มือในชีวิตประจำวันของผู้หญิง เนื้อหาต่างๆเปรียบเป็นคู่มือในการทำให้ผู้อ่าน สตรีต้องคอยติดตามว่านิตยสารจะมีเนื้อหาเรื่องใดที่แปลกใหม่ในคอลัมน์เหล่านี้มาแนะนำเสนอ เพื่อสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้

8. สืบทอดคนอ่านรุ่นต่อไป นิตยสารสตรีปัจจุบันมีเนื้อหาคอลัมน์สำหรับเด็กเกิดขึ้น มากมายโดยเฉพาะนิตยสารด้านแม่บ้านการเรือน ถือเป็นความช่วยเหลือสืบทอดคนอ่านรุ่นต่อไปให้ กับตัวนิตยสารเองนับเป็นการขยายกลุ่มคนอ่านออกไปด้วย

9. สะท้อนความเป็นไปของสังคม นิตยสารสตรีมักสะท้อนเรื่องของวิถีชีวิต และรสนิยม ของผู้อ่านในสังคมว่า ขณะนี้สังคมกำลังสนใจเรื่องอะไร มีวิถีการดำเนินชีวิตอย่างไร โดยสะท้อน ผ่านคอลัมน์สัมภาษณ์บุคคล ท่องเที่ยว คอลัมน์ที่สะท้อนรสนิยมของผู้อ่านในเรื่องต่างๆ ผู้อ่าน สามารถนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้ปรับปรุงบุคลิกภาพและปรับตัวให้เข้ากับสภาวะแวดล้อมได้

10. เป็นผู้นำเรื่องค่านิยมต่างๆในสังคม เพื่อให้นิตยสารของตนเป็นที่สนใจของผู้อ่าน ผู้จัดทำโดยเฉพาะในยุคปัจจุบันได้ใช้วิธีการนำเสนอเรื่องแปลกใหม่ หรือการจะเสนอประเด็นเรื่อง ต่างๆขึ้นมา ซึ่งคาดว่าจะเป็นที่สนใจต่อคนอ่าน และโดยวิธีการคิดเช่นนี้ นิตยสารจึงได้ทำหน้าที่ เป็นผู้นำเรื่องค่านิยมต่างๆในสังคม

11. เปิดมิติการบริโภค นิตยสารปัจจุบันกำลังจะกลายเป็นสื่อรับใช้และตอบสนองความต้องการต่างๆของผู้บริโภค หน้าที่หลักอีกประการหนึ่งก็คือ นิตยสารกำลังทำหน้าที่เปิดมิติการ บริโภค ส่วนหนึ่งได้แสดงผ่านหน้าที่การเป็นพื้นที่ลงโฆษณา หน้าที่การเป็นผู้นำเรื่องค่านิยม ต่างๆในสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเป็นสื่อถ่ายทอดวิถีชีวิตที่เน้นและให้ความสำคัญกับเรื่อง วัตถุนิยมของผู้คนในสังคม

องค์ประกอบของนิตยสารสตรี

จันทนา ทองประยูร (2537) กล่าวว่า นิตยสารประกอบด้วยส่วนสำคัญ 4 ส่วนคือ หน้าปก หน้าสารบัญ เนื้อหาภายใน และหน้าโฆษณา ดังนี้

1. ปกนิตยสาร เป็นส่วนสำคัญที่สุดของนิตยสารเพราะเป็นจุดแรกที่คนพบเห็นและมีผลต่อยอดขายของนิตยสาร ปกนิตยสารจะมีลักษณะเฉพาะตัวที่ต่างจากปกหนังสือเล่ม เนื่องจากมีข้อมูลจำนวนมากที่บอกลักษณะเฉพาะตัวของนิตยสารแต่ละฉบับ ตั้งแต่ชื่อนิตยสาร ตราสัญลักษณ์หรือโลโก้ คำขวัญประจำนิตยสาร (ถ้ามี) และภาพปก นอกจากนี้ยังอาจมีข้อมูลแสดงปีที่ ฉบับที่ วันที่ เดือน ปีพุทธศักราช ราคาจำหน่ายและเรื่องเด่นประจำฉบับ รวมทั้งเลขเรียกประจำนิตยสาร (International Standard Serial Number หรือ ISSN) การออกแบบจัดหน้าปกนิตยสารควรเป็นรูปแบบพื้นฐานที่สอดคล้องกันในแต่ละฉบับ เพื่อแสดงเอกลักษณ์ของนิตยสารฉบับนั้นๆ ส่วนปกอื่นๆ ได้แก่ ปกหน้าด้านใน ปกหลังด้านใน และปกหลังมักเป็นเนื้อที่โฆษณา

2. หน้าสารบัญ เป็นส่วนประกอบสำคัญรองจากปกหน้า เพราะเป็นหน้าของนิตยสารที่แสดงข้อมูลทั้งหมดซึ่งจำเป็นต่อการจัดทำนิตยสาร รวมทั้งแสดงชื่อคอลัมน์และบทความทั้งหมดที่มีในนิตยสารนั้น พร้อมทั้งระบุเลขหน้าเพื่อสะดวกต่อการเปิดอ่าน โดยเฉพาะเมื่อผู้อ่านต้องการอ่านเรื่องที่สนใจหรือเรื่องที่ให้ความสำคัญก่อน หน้าสารบัญต้องมี ชื่อนิตยสาร ปีที่ ฉบับที่ เดือน ปีพุทธศักราชที่นิตยสารวางจำหน่ายเหมือนหน้าปก รวมทั้งรายชื่อกองบรรณาธิการ และคณะผู้จัดทำ ชื่อบริษัทสำนักพิมพ์ ที่อยู่ของสำนักพิมพ์ ระยะเวลาในการออกจำหน่าย รายชื่อแผนกหรือคอลัมน์ทั้งหมดพร้อมระบุเลขหน้าสำหรับนิตยสารซึ่งวางจำหน่ายมานานจนรู้จักกันแพร่หลาย บางครั้งอาจแสดงขนาดย่อของภาพปกพร้อมคำบรรยายได้ภาพย่อ

3. เนื้อหาภายใน จุดเด่นของนิตยสารคือการเสนอเนื้อหาที่ประกอบด้วย เรื่องราว บทความและคอลัมน์ที่มีความหลากหลาย ทั้งด้านความรู้และบันเทิงโดยใช้ผู้เขียนจำนวนมาก การเน้นเนื้อหาในด้านใดขึ้นอยู่กับนโยบายและวัตถุประสงค์ในการจัดทำเป็นสำคัญ ถ้าเป็นนิตยสารทั่วไปอาจเสนอเรื่องราว คอลัมน์ และบทความซึ่งคนทั่วไปสนใจ เช่น เรื่องสั้น บทวิเคราะห์ข่าวสำคัญทางการเมือง เศรษฐกิจและสังคมในขณะนั้น หรือเรื่องราวอิงประวัติศาสตร์ และสัมภาษณ์บุคคลที่เด่นหรือมีความสำคัญเป็นต้น ถ้าเป็นนิตยสารเฉพาะกลุ่มสตรี อาจเสนอเรื่องราว คอลัมน์และบทความเกี่ยวกับสตรี เช่น แฟชั่น แบบเสื้อ ทรงผม เครื่องประดับ การตกแต่งบ้าน การทำอาหาร นวนิยาย เป็นต้น

4. หน้าโฆษณา เป็นส่วนประกอบที่จำเป็นของนิตยสาร เพราะทำรายได้หลักให้กับนิตยสารมากกว่ารายได้จากการจัดจำหน่าย หน้าโฆษณาของนิตยสารมักอยู่ที่ปกหลัง ปกหน้าด้านใน ปกหลังด้านใน ส่วนต้นของนิตยสารก่อนหน้าสารบัญ และแทรกกระหว่างบทความหรือคอลัมน์ หน้าโฆษณาซึ่งเจ้าของสินค้าต้องจ่ายในราคาแพงที่สุดได้แก่ ปกหลัง รองลงมาคือ ปกในที่อยู่ด้านหน้า ปกในที่อยู่ด้านหลัง ส่วนต้นของนิตยสารก่อนหน้าสารบัญ และหน้าแทรกกระหว่างคอลัมน์ตามลำดับ หน้าโฆษณาที่มีสีจะราคาแพง

3. การออกแบบสิ่งพิมพ์โฆษณา

ความหมายของการออกแบบสิ่งพิมพ์โฆษณา

การออกแบบ หมายถึง การแก้ปัญหาและรู้หลักการในศิลปะนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ใช้สอย และเกิดความงาม (วัฒนธรรม จุฑะวิภาต, 2527)

การออกแบบ คือ การรู้จักใช้ความคิด และรู้จักการแก้ปัญหา โดยอาศัยประสบการณ์ความรู้ เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ (ปิยะชาติ แสงอรุณ, 2531 : 158)

การออกแบบ คือ กระบวนการสร้างสรรค์ประเภทหนึ่งของมนุษย์ โดยมีทัศนธาตุและลักษณะของทัศนธาตุเป็นองค์ประกอบ ใช้ทฤษฎีต่างๆ เป็นแนวทาง และใช้วัสดุนานาชาติเป็นวัตถุดิบในการสร้างสรรค์ โดยที่นักออกแบบจะต้องมีขั้นตอนในการปฏิบัติงานหลายขั้นตอนตลอดกระบวนการสร้างสรรค์นั้น (มาโนช กงกะนันท์, 2538)

งานออกแบบ คือ สิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้นโดยการเลือกนำองค์ประกอบมาจัดเรียงให้เกิดเป็นรูปทรงใหม่ที่สามารถสนองความต้องการตามจุดประสงค์ของผู้สร้าง และสามารถผลิตได้ด้วยวัสดุและกรรมวิธีการผลิตที่มีอยู่ในขณะนั้น (นวลน้อย บุญวงษ์, 2539 : 29)

ดังนั้นการออกแบบจึงหมายถึง การใช้ความรู้ ประสบการณ์ด้านหลักการศิลปะในการแก้ปัญหา ผ่านทางกระบวนการทางการออกแบบ เพื่อให้เกิดประโยชน์ และความงาม ซึ่งนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายที่ได้ตั้งเอาไว้

สิ่งพิมพ์ หมายถึง สมุดหรือวัตถุใดๆที่พิมพ์ขึ้นรวมตลอดทั้ง บทเพลง แผนที่ แผนผัง แผ่นภาพ ภาพระบายสี ใบประกาศ แผ่นเพลง หรือสิ่งอื่นใดอันมีลักษณะเช่นเดียวกัน (โกสุม สายใจ, 2537 : 1)

การโฆษณาในนิตยสาร ได้แก่ การตีพิมพ์ภาพและข้อความเพื่อการโฆษณาลงในนิตยสารต่างๆ นับเป็นวิธีการใช้ภาพโฆษณาที่ได้ผลดี เนื่องจากมีผู้รับการโฆษณาเป็นจำนวนมาก ราคาสำหรับการโฆษณาไม่แพง และสามารถให้รายละเอียดของสินค้าและบริการได้มาก เนื่องจากผู้ดูมีเวลาในการมองได้นานอย่างใกล้ชิด รูปแบบและพื้นที่ของการลงภาพโฆษณาในนิตยสารมีหลายรูปแบบและหลายขนาดให้ผู้โฆษณาเลือกได้ตามที่เห็นเหมาะสม (ศิริพงศ์ พยอมแย้ม, 2537 : 161)

จากความหมายของการออกแบบ และ ความหมายของสิ่งพิมพ์โฆษณา สามารถสรุปรวมเป็นความหมายของการออกแบบสิ่งพิมพ์โฆษณาได้ว่าหมายถึง การใช้ความรู้ด้านหลักการศิลปะเพื่อแก้ปัญหาการจัดวางข้อความและภาพในการพิมพ์ ผ่านทางกระบวนการทางการออกแบบ เพื่อสื่อสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการไปยังผู้อ่านหรือกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายตอบสนองโฆษณานั้นๆในแง่ของการใช้สินค้าและบริการ

องค์ประกอบการออกแบบสิ่งพิมพ์โฆษณา

โฆษณาทุกประเภทประกอบด้วยองค์ประกอบ 2 อย่างคือ ตัวอักษรหรือข้อความโฆษณา และภาพประกอบ (Marjorie E. Bevin, 1963 : 289) ซึ่งสอดคล้องกับ วัฒนธรรม จุฑะวิภาต

(2527) ที่แบ่งองค์ประกอบการออกแบบสิ่งพิมพ์โฆษณาเป็น 3 องค์ประกอบ คือ หัวเรื่อง (Headline), ข้อความ (Label) และ ภาพประกอบ (Pictures)

หลักการสากลสำหรับการออกแบบสิ่งพิมพ์โฆษณา มีองค์ประกอบสำคัญ 3 ด้าน คือ การจัดวางหน้า (Layout) การจัดเรียงตัวอักษร (Typography) และ ภาพประกอบ (Illustration) (Robin Landa, 1996 : 5) ซึ่งสอดคล้องกับ ปัจจยา วุฒิประสิทธิ์ (2534) ที่กล่าวว่า องค์ประกอบของการสร้างสรรค์โฆษณา ซึ่งสำหรับโฆษณาในนิตยสาร องค์ประกอบดังกล่าวคือ รูปแบบการวางผังโฆษณา (Layout) การใช้ภาพประกอบ (Illustrations) พาดหัวและข้อความโฆษณา (Headlines and Copy) การใช้ตัวอักษร (Typography) และการใช้สี (Colour)

จะเห็นได้ว่าการออกแบบสิ่งพิมพ์โฆษณามีองค์ประกอบพื้นฐาน 3 องค์ประกอบ ได้แก่ การจัดวางหน้า การจัดวางตัวอักษร และ ภาพประกอบ โดยในการนำองค์ประกอบต่างๆ มาจัดองค์ประกอบศิลป์ (Composition) โดยนักออกแบบกราฟิกจะต้องมีความรู้ในด้าน การจัดวางหน้า การจัดวางตัวอักษร และ ภาพประกอบ เพื่อให้สามารถเลือกองค์ประกอบในการออกแบบสิ่งพิมพ์โฆษณา ใช้ในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสัมฤทธิ์ผลตรงตามเป้าหมายที่ได้ตั้งเอาไว้

หลักการออกแบบสิ่งพิมพ์โฆษณา

ในการดำเนินการออกแบบสิ่งพิมพ์ ผู้ออกแบบควรจะได้พิจารณาองค์ประกอบต่างๆ ในด้านวัตถุประสงค์ของสิ่งพิมพ์ ประเภทของผู้อ่าน คุณภาพของสิ่งพิมพ์ ลักษณะของสิ่งพิมพ์ รูปแบบของสิ่งพิมพ์ จำนวนพิมพ์ กรรมวิธีทางการพิมพ์ การเลือกใช้กระดาษ และการประกอบเล่ม (จรูญ เพชรมุณี และ ชาญกิจ ขอบทำกิจ, 2528 : 104) หลังจากนั้นนักออกแบบโฆษณาศึกษาข้อมูลต่างๆ อย่างพอเพียงแล้ว ก็จะเริ่มกระบวนการออกแบบด้วยการร่างภาพและวางพื้นภาพ (Layout) โดยการกำหนดภาพประกอบ คอลัมน์ตัวอักษร หัวเรื่อง และบริเวณว่าง ในสภาพขององค์ประกอบศิลป์ นักออกแบบโฆษณาจะต้องผสมผสานจิตวิทยาผู้บริโภค และหลักการออกแบบเข้าด้วยกันอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งการกำหนดภาพประกอบ แบบและขนาดของตัวอักษร และแง่มุมความคิดต่างๆ เป็นปัญหาที่นักออกแบบโฆษณาจะต้องคำนึงถึงเป็นอย่างมาก (วิรุณ ตั้งเจริญ, 2536 : 102)

ผู้ที่ทำงานออกแบบนิเทศศิลป์ (Graphic Designers) จะต้องมีความรู้เรื่องการจัดตัวอักษร สัญลักษณ์ ภาพประกอบ และการถ่ายภาพ เพื่อที่จะถ่ายทอดให้เป็นงานที่มองเห็นได้ โดยอาจนำเทคนิคต่างๆ เหล่านี้มารวมกัน (Gregg Berryman, 1984) นักออกแบบโฆษณาจะต้องตัดสินใจว่าจะใช้องค์ประกอบใดในการออกแบบ ก่อนที่จะตัดสินใจว่าองค์ประกอบเหล่านั้นจะปรากฏบนหน้ากระดาษอย่างไร องค์ประกอบหลักต่างๆ ได้แก่ ภาพประกอบ, รูปแบบตัวอักษร, พื้นที่ว่าง, และสี (Albert C. Book and C. Dennis Schick, 1988 : 61)

หลักการออกแบบโฆษณาที่ดี คือ นำเสนออย่างชัดเจนและปราณีต การพิจารณาใช้แบบตัวพิมพ์ (typeface) ที่ดีเป็นสิ่งที่สำคัญมากและถ้าประกอบเข้ากับภาพถ่ายและภาพประกอบจะ

เป็นการสร้างความเหมาะสม ชัดเจน และความกลมกลืนให้กับเนื้อหาหรือผลิตภัณฑ์ที่ถูกโฆษณา (Alan Swann, 1987 :114) การออกแบบโฆษณา ตัวอักษรและภาพประกอบต้องมีสัดส่วนที่พอเหมาะ สีและรูปทรงต้องจัดวางเพื่อก่อให้เกิดความรู้สึกสมดุลโดยภาพรวม ความหลากหลายในตัวอักษร และ รูปแบบตัวอักษรเป็นเหมือนกับพื้นผิวของภาพที่เพิ่มผลโดยรวมต่อตัวงานโฆษณา เอกภาพเป็นสิ่งสำคัญในการเน้นจุดสนใจแก่ผู้ดูในการโฆษณาสินค้า (Marjorie E. Bevin, 1963 : 291)

ข้อควรระวัง คือควรตระหนักว่างานออกแบบโฆษณาจะต้องปรากฏในสิ่งพิมพ์ที่หลากหลายและแตกต่างกัน ซึ่งปัญหาที่ตามมาคือ ขนาด และรูปร่างที่ต่างกันของสิ่งพิมพ์ ดังนั้น ควรแน่ใจว่าโฆษณาที่เราได้ออกแบบไว้มีความยืดหยุ่นพอในการนำองค์ประกอบในโฆษณาประยุกต์ให้เข้ากับขนาดที่ต่างกันได้ (Alan Swann, 1987 :114)

องค์ประกอบการออกแบบและหลักการออกแบบ

มาโยลี อี. เบฟลิน (Marjorie E. Bevin : 1963) ได้กล่าวถึงหลักการพื้นฐานอันจำเป็นต่อการโฆษณาว่ามี 3 หลักการด้วยกัน หลักการอันหนึ่ง คือ ถ้าโฆษณานั้นใช้องค์ประกอบของการออกแบบและหลักการออกแบบ งานโฆษณานั้นๆก็จะได้รับการยอมรับว่าเป็นการแสดงออกทางศิลปะ

ในการออกแบบสิ่งพิมพ์โฆษณา โดยอาศัยองค์ประกอบของการออกแบบและหลักการออกแบบเพื่อให้สิ่งพิมพ์มีความสวยงาม น่าสนใจนี้ ทัม วคินเกษม และ วันชัย ศิริชนะ (2530 : 271) ได้กล่าวว่า การออกแบบให้สิ่งพิมพ์นั้นมีความสวยงามหรือมีความเหมาะสมถูกต้องตามวัตถุประสงค์ของการใช้งาน ขั้นตอนนี้ถึงแม้ว่าจะมิใช่ขั้นตอนโดยตรงของกระบวนการพิมพ์ก็ตาม แต่ก็นับว่ามีความสำคัญมาก เพราะสิ่งพิมพ์ในปัจจุบันมิได้มุ่งให้อ่านได้ สื่อข้อความได้เพียงอย่างเดียวแต่ยังมุ่งให้มีความสวยงาม เอื้ออำนวยต่อการอ่าน จัดจาง่าย สะดุดตา และยังมีมุ่งประโยชน์ทางการค้าอีกด้วย การออกแบบจึงเข้ามามีบทบาทต่อการพิมพ์อย่างมาก อาจกล่าวได้ว่าสิ่งพิมพ์นั้นเป็นผลผลิตของศิลปะและเทคโนโลยีในขณะเดียวกัน การวางรูปแบบและการออกแบบที่ดีจะช่วยให้สิ่งพิมพ์ดูมีชีวิตชีวายิ่งขึ้น ไม่น่าเบื่อหน่าย

Bryan L. Peterson (1997) ได้แบ่ง องค์ประกอบในการออกแบบ และหลักการออกแบบไว้ดังนี้

1.องค์ประกอบในการออกแบบประกอบด้วย

1.1เส้น (Line) เส้นสามารถเพิ่มความรู้สึกให้กับอารมณ์ในการสื่อสาร เส้นหนาหรือเส้นบาง เส้นยาวหรือเส้นสั้น เส้นโค้งหรือเส้นตรง เส้นแหลมหรือเส้นมน เส้นเหล่านี้ล้วนมีบุคลิกในตัวมันเอง ความแตกต่างของเส้นเหล่านี้นำมาซึ่ง ผลงานที่มีรสชาติแตกต่างกันออกไป

1.2ตัวอักษร (Type) ตัวอักษรเป็นองค์ประกอบสำคัญในการออกแบบหลายประเภท ตัวอักษรถูกรับรู้โดยผู้ดูด้วยวิธีการกระตุ้นหลายๆแบบ เช่น ตัวอักษรสำหรับการอ่าน

ตัวอักษรในลักษณะของรูปร่าง และการออกแบบลักษณะอื่นๆ ที่ตัวอักษรจะถูกตัดแปลงให้เกิดความรู้สึกและความหมายในทางใดทางหนึ่ง ฉะนั้น การเรียนรู้วิธีการใช้ตัวอักษรที่ดี ถือเป็นหนึ่งในความชำนาญที่สำคัญที่สุด ที่จะสามารถพัฒนาไปสู่การเป็นนักออกแบบกราฟิกได้

1.3รูปร่าง (Shape) รูปร่างเป็นองค์ประกอบที่สามารถอยู่ได้โดยลำพัง หรือ ผสมเข้ากับเส้น หรือตัวอักษร ช่วยในการสื่อสารแนวคิดของการออกแบบ รูปร่างหมายถึงองค์ประกอบที่ทำให้เกิดรูปทรง ความน่าสนใจของภาพประกอบจะมีมากขึ้นเมื่อใช้รูปร่างตกแต่งลงในภาพประกอบ

1.4พื้นผิว (Texture) พื้นผิวหมายถึง ลักษณะพื้นระนาบที่ให้ความรู้สึกสัมผัส หรือ สามารถจับต้องได้ พื้นผิวทั้งหมดที่ใช้ในการออกแบบนั้นใช้เป็นองค์ประกอบรอง เพื่อเพิ่มความแปลกใหม่ให้กับความคิด มากกว่าจะเป็นองค์ประกอบหลักในการสื่อแนวความคิด

2.หลักการออกแบบประกอบด้วย

2.1 ความสมดุล (Balance) คนเราต้องการความสมดุลเพราะชีวิตของเราขึ้นอยู่กับความสมดุลในทุกสิ่งที่เราทำ ร่างกายของมนุษย์ที่เป็นแบบสมดุลแบบสมมาตร ทำให้เรา ยืนและเคลื่อนไหวได้ แต่ความสมดุลในการออกแบบไม่จำเป็นต้องหมายถึงสมดุลแบบสมมาตรเสมอไป ถึงแม้ว่าสมดุลแบบสมมาตรจะเป็นวิธีที่ถูกใช้แก้ปัญหาที่แน่นอนตายตัวแต่ก็จะทำให้เกิดความเบื่อหน่ายได้ง่าย

2.2 การตัดกัน (Contrast) การตัดกันเป็นหลักการในการออกแบบกราฟิกที่สำคัญเป็นพิเศษ และเป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อสารความคิด การตัดกันเป็นหลักการในการออกแบบที่ง่ายต่อการก่อให้เกิดความรู้สึกเคลื่อนไหว

2.3 ความเป็นเอกภาพ (Unity) การออกแบบโดยใช้องค์ประกอบใดเพียงองค์ประกอบเดียวในการออกแบบ เราสามารถทำได้โดยเลือกองค์ประกอบในการออกแบบที่มีอยู่ได้แก่ เส้น, ตัวอักษร, รูปร่าง และ พื้นผิว แต่พลังในการออกแบบอยู่ที่การใช้องค์ประกอบเหล่านี้ร่วมกัน องค์ประกอบในการออกแบบที่มีหลากหลายจะมีความสำคัญจำเป็นก็ต่อเมื่อใช้องค์ประกอบทั้งหมดประกอบเข้าด้วยกัน หรือรวมเข้าด้วยกันด้วยการทำให้เกิดความขัดแย้งซึ่งจะให้ความรู้สึกของความไม่ประสานสัมพันธ์กัน

2.4 น้ำหนัก (Value) หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่าง ความสว่างและความมืดของวัตถุ ในการเพิ่มทิศทางและความลึกให้กับงานออกแบบ นักออกแบบต้องเข้าใจหลักการออกแบบ 2 ส่วน คือ สีและน้ำหนัก

2.5 สี (Color) สีมี่พลังต่อการสร้างอารมณ์ เราตัดสินใจเลือกสีในชีวิตประจำวัน เช่น การเลือกสีเสื้อผ้าในการแต่งตัว การเลือกใช้สีหลายสีร่วมกันไม่มีกฎเกณฑ์ที่แน่นอนตายตัวเพราะการใช้สีในการออกแบบเป็นเรื่องของรสนิยม

ขั้นตอนการออกแบบสิ่งพิมพ์โฆษณา

Albert C. Book and C. Dennis Schick (1988) ได้อธิบายขั้นตอนการจัดวางหน้าดังนี้

1. ร่องหยาบขนาดเล็ก (Thumbnail) เป็นขั้นการสร้างความคิดในเบื้องต้นของนักออกแบบบนแบบร่างหยาบที่มีขนาดเล็ก เรียกว่า “ร่องหยาบขนาดเล็ก” ซึ่งยังไม่มีกำหนดขนาด แต่ส่วนใหญ่มีขนาด 2X3 นิ้ว หรือเล็กกว่า ร่องหยาบขนาดเล็กเป็นการวาดอย่างง่าย ๆ เพื่อประหยัดเวลาในการพิจารณาเลือกชิ้นที่มีความเป็นไปได้ในการผลิตจริง
2. ร่องหยาบ (Rough) เป็นการนำการจัดวางหน้าที่ดีที่สุดจากการร่างหยาบขนาดเล็ก มาดำเนินการต่อในขนาดจริงของโฆษณา แม้ว่าจะเป็นลักษณะร่างหยาบ แต่ก็เริ่มมีองค์ประกอบที่มีความเป็นไปได้มากขึ้น ภาพประกอบยังเป็นภาพที่วาดคร่าว ๆ ตัวอักษรขีดเป็นเส้นในกรอบคอสัมพันธ์แทนตัวอักษรจริง
3. แบบร่างที่เสร็จสมบูรณ์ (Finished Layout) เป็นขั้นที่นำร่างหยาบมาดำเนินการให้เสร็จสมบูรณ์และแสดงให้เห็นว่าโฆษณาในขั้นสุดท้ายจะมีหน้าตาเป็นอย่างไร ตัวอักษรใช้แบบตัวอักษรจริงที่จะปรากฏในขั้นสุดท้าย ภาพวาดถูกวาดให้ใกล้เคียงกับภาพที่จะเสร็จในขั้นสุดท้ายมากที่สุด เป็นขั้นที่มีความเหมือนกับงานโฆษณาในขั้นสุดท้ายมากที่สุด
4. แบบก่อนกระบวนการผลิตจริง หรือ แบบเกือบเหมือนจริง (Comprehensive) เป็นขั้นของตัวอย่างงานโฆษณาในขั้นสุดท้ายที่เสร็จสมบูรณ์ ก่อนการผลิตจริงในระบบการพิมพ์
5. กระบวนการผลิตจริง (Pasteup) เป็นขั้นตอนในการผลิตโฆษณา การเตรียมภาพถ่าย และองค์ประกอบทั้งหมดที่จะใช้ในหน้าโฆษณา การเตรียมแม่พิมพ์ด้วยระบบการพิมพ์ออฟเซต การตรวจสอบความถูกต้องของงานโฆษณาและการแก้ไขก่อนการพิมพ์จริง และการพิมพ์จริงในขั้นสุดท้าย

3.1 การจัดวางหน้า (Layout)

ความหมายของการจัดวางหน้า

เลย์เอาต์ คือ การวางแผนสำหรับลักษณะทางกายภาพของโฆษณาที่จะปรากฏออกมา (Stephen Baker, 1959 : 3)

การจัดวางหน้า (Layout) คือ การจัดตัวอักษรและศิลปะ (ภาพถ่าย, ภาพประกอบ หรือกราฟิกอื่น ๆ) บนกระดาษ (Lisa Ballard and Lori Siebert, 1992 : 1)

เลย์เอาต์ เป็นสิ่งที่เกี่ยวกับการจัดตัวอักษรและภาพบนพื้นที่ระนาบ 2 มิติ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารอ่านได้ง่าย ชัดเจน และดึงดูดความสนใจ ด้วยเหตุผลเหล่านี้ การจัดวางหน้าจึงเป็นการจัดตัวอักษรและภาพบนหน้ากระดาษ (Robin Landa, 1996 : 97)

การจัดหน้าพิมพ์ (Layout) การจัดหน้าพิมพ์เป็นงานต่อเนื่องจากการออกแบบสิ่งพิมพ์ ในขั้นนี้จะเป็นการกำหนดตำแหน่งของชิ้นพิมพ์ เช่น กำหนดว่าจะวางตัวอักษร ภาพประกอบ ณ ตำแหน่งใดของหน้าพิมพ์ จะใช้ตัวอักษรแบบและขนาดใด เป็นต้น (จรรยา เพชรมณี และชาญกิจ ชอบทำกิจ, 2528 : 107)

Layout หมายถึง การกำหนดตำแหน่งพื้นที่ของหนังสือในแต่ละหน้าว่าจะประกอบด้วยอะไรบ้าง ซึ่งอาจเป็นตัวอักษร (Type Setting) หรือภาพประกอบ (Illustration) จะอยู่ในบริเวณ

โดจึงจะเกิดความเหมาะสม งดงามและสร้างความสนใจของผู้อ่านอย่างมีประสิทธิภาพ (ศิริพงศ์ พยอมแย้ม, 2530 : 68)

การจัดวางหน้าโฆษณา (Layout) คือ พิมพ์เขียว หรือการวางแผนของการโฆษณา ซึ่งแสดงองค์ประกอบต่างๆที่จะรวมอยู่ในโฆษณาว่าจะจัดองค์ประกอบเหล่านี้อย่างไร และงานโฆษณาที่เสร็จสมบูรณ์จะมีหน้าตาเป็นอย่างไร (Albert C. Book and C. Dennis Schick, 1988 : 61)

การจัดวางหน้าโฆษณา หมายถึง การรวมองค์ประกอบของแบบโฆษณาทั้งหมดที่ปรากฏออกมาเป็นงานโฆษณาที่น่าออกเผยแพร่ต่อสาธารณะชน หรือกล่าวได้อีกอย่างว่า หมายถึง การนำเอาข้อความโฆษณา ทั้งหลายมาวางประสมประสานกับภาพประกอบการโฆษณา ให้เกิดความกลมกลืนเรียกร้องความสนใจและชักจูงให้ผู้อ่านได้อ่านโฆษณาไปจนจบ (บัญญัติ จุลนาพันธ์, มนูญ แสงศิริ และ สุรพล เทวอักษร, 2520 : 218)

การจัดวางหน้ากล่าวโดยสรุป หมายถึง การกำหนดการวางองค์ประกอบในการออกแบบสิ่งพิมพ์เข้าด้วยกัน ได้แก่ การจัดวางตัวอักษร การจัดวางภาพประกอบ เพื่อให้เห็นภาพรวม หน้าตาของงานสิ่งพิมพ์นั้นว่าจะมีหน้าตาออกมาเป็นอย่างไร ตรงกับเป้าหมายการสื่อสารหรือไม่ก่อนที่จะผ่านกระบวนการพิมพ์ในขั้นสุดท้าย

ความสำคัญของการจัดวางหน้า

การจัดวางหน้าเพื่อการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ตัวสินค้าหรือบริการ เป็นเรื่องของความคิดสร้างสรรค์ โดยมีตัวอักษร ข้อความ และภาพประกอบ เป็นองค์ประกอบสำคัญที่นักออกแบบจะต้องจัดวางให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทั้งสอง และสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายของสิ่งพิมพ์และการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย (โกสุม สายใจ, 2537 : 98) หน้าทีของการจัดวางหน้า คือ สร้างภาพด้วยสัญลักษณ์ทางกราฟิกซึ่งถือเป็นเป้าหมายของการโฆษณา ทั้งขนาดและลักษณะการจัดเรียงตัวอักษรและภาพประกอบ จะต้องใช้การจัดวางหน้าเป็นตัวช่วยในการตัดสินใจ การจัดวางหน้าเป็นการเตรียมการจัดเรียงตัวอักษรและภาพประกอบเพื่อประยุกต์ใช้ร่วมกัน (F.L. Willis, 1971 : 5) ความสำคัญของการจัดทำเลย์เอาต์นั้นถือได้ว่าเป็นหัวใจของการออกแบบสิ่งพิมพ์ เพราะเป็นการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการกำหนดพื้นที่ที่เหมาะสมก่อนที่จะลงมือสร้างต้นฉบับที่สมบูรณ์ต่อไป ทั้งจะช่วยให้กระบวนการการสร้างภาพต้นฉบับเกิดความรวดเร็วแน่นอน ไม่ต้องเสียเวลาสองผัดสองลูก และเป็นการประหยัดวัสดุในการทำงานอีกด้วย (ศิริพงศ์ พยอมแย้ม, 2537 : 238)

วัตถุประสงค์ของการจัดวางหน้าโฆษณา

Stephen Baker (1959) กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการจัดวางหน้า ดังนี้

1. การจัดวางหน้า เป็นการเปิดโอกาสให้นักออกแบบได้เตรียมองค์ประกอบของการจัดวางหน้าในขอบเขตที่ตายตัว
2. การจัดวางหน้าเป็นหนทางในการแปลงความคิดออกมาเป็นภาพ

3. การจัดวางหน้าให้แนวคิดของโฆษณาที่จะปรากฏออกมาในขั้นสุดท้ายแก่นักโฆษณา
4. การจัดวางหน้าเป็นแนวทางให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมดในการผลิตโฆษณา
5. การจัดวางหน้าช่วยในการประมาณราคา

รูปแบบการจัดวางหน้าโฆษณา

พรสหนอง วงศ์สิงห์ทอง และ สุจินตนา อุทัยวัฒน์ (2537) ได้แบ่งการจัดวางหน้าโฆษณาไว้ดังนี้

1. แบบมองเดเรียน (Mondrian Layout) เป็นแบบที่แพร่หลาย ตั้งชื่อตามจิตรกรชาวดัตช์ชื่อ พีเอ็ด มองเดเรียน (Piet Mondrian) เขานิยมใช้เส้นหรือบริเวณทึบหรือเป็นแท่งสี แบ่งผ้าใบออกเป็นช่องสี่เหลี่ยมโดยลากเส้นตามแนวนอนและแนวตั้ง มองเดเรียนจะออกแบบหลายครั้งก่อนที่จะพอใจเกี่ยวกับขนาดและความสัมพันธ์ของรูปเหลี่ยม นักออกแบบโฆษณานิยมใช้หลักของมองเดเรียน โดยใช้รูปเหลี่ยมของตัวพิมพ์ หรืองานศิลปะ เหมือนกับที่มองเดเรียนใช้แท่งสี บางครั้งนักออกแบบก็ทิ้งเส้นหรือแท่งไว้บนภาพ เพื่อแยกส่วนประกอบออกจากกันเหมือนกับมองเดเรียน การจัดภาพตามแนวทางของมองเดเรียนเป็นวิธีที่ง่าย มีเหตุผล และใช้การได้ดีในการแสดงตัวพิมพ์ และงานศิลปะ มุ่งในเรื่องของสัดส่วนเป็นหลักในการออกแบบมากกว่าหลักเกณฑ์ข้ออื่นๆ

2. แบบช่องภาพ (Picture Window Layout) เป็นแบบที่เหมาะสมกับนิตยสาร คือแบบ “ไอเยอร์หมายเลขหนึ่ง” (Ayer NO.1) ตั้งชื่อตามบริษัทโฆษณาที่นำเอาแนวทางนี้มาใช้เป็นครั้งแรก หรือเรียกว่าแบบช่องภาพ การจัดวางหน้าแบบนี้ภาพจะไม่ไปขวางข่าวที่เราต้องการจะบอก ภาพจะเข้าไปอยู่ในบริเวณที่เหลือนอกบท ภาพจะเป็นตัวหยุดผู้ดู ได้ภาพมักจะมีตัวอักษรหนึ่งบรรทัด เนื้อความโฆษณาอาจแตกออกเป็นคอลัมน์สั้นๆ กระจายออกจากกัน มักจะพิมพ์พาดหัวทาบลงบนภาพ หรือพิมพ์ทช่อนบนภาพ ภาพปกติดจะอยู่ส่วนบน แต่ก็มิได้มีข้อจำกัดอย่างไรที่จะวางพาดหัวไว้ตอนบน

3. แบบหนักบท (Copy Heavy Layout) ผู้โฆษณานิยมการจัดวางหน้าแบบนี้เพราะสิ่งที่ต้องการจะบอกเป็นเรื่องสำคัญเกินกว่าจะถ่ายทอดออกเป็นภาพได้ และโฆษณาของคนอื่นในสื่อประเภทเดียวกัน เป็นโฆษณาช่องภาพหรือมีภาพมากอยู่แล้ว แบบหนักบทจึงเท่ากับเป็นการเปลี่ยนบรรยากาศ แบบหนักบทนี้เป็นแบบที่ค่อนข้างเครียดกว่าแบบอื่นๆ มักนิยมแบบที่มีการจัดเรียงส่วนประกอบต่างๆ ให้ได้สมดุลอย่างเป็นทางการ พาดหัวจะอยู่ตรงกลางภาพ หรืออาจจัดให้น่าสนใจมากกว่านี้แทนการจัดสมดุลอย่างเป็นทางการจริงๆ

4. แบบกรอบ (Frame Layout) มักจะใช้กันมากในโฆษณาตามหน้าหนังสือพิมพ์มากกว่าตามหน้านิตยสาร ส่วนประกอบต่างๆ จะถูกล้อมไว้ในกรอบ ปิดกันมิให้ไปพัวพันกับโฆษณาอื่นบนหน้าเดียวกัน นิยมวางงานศิลปะไว้รอบๆ ทำเป็นวงล้อมบริเวณที่เป็นเนื้อความโฆษณา และหัวเรื่อง หรืออาจใช้ภาพถ่ายหรือภาพเต็มทั้งหน้าแล้วพิมพ์ตัวอักษรลงบนภาพ

5. แบบละครสัตว์ (Circus Layout) บางครั้งเราจำเป็นต้องบรรจุความวุ่นวายลงบนแบบซึ่งเป็นการชะลอผู้ดู ทำให้เป็นการลำบากที่จะดูว่าอะไรเป็นอะไรได้อย่างทันทีทันใด เราเรียก

โฆษณาชนิดนี้ว่า แบบละครสัตว์ มีรูปทรงผิดขนาด เอียงโยกโย้ แบบอาจดูไม่สะดวกตา แต่ช่วยขายสินค้าบางอย่างให้กับลูกค้าบางประเภทได้

6. แบบแถบซ้อน (Multipanel Layout) ใช้เทคนิคของช่องหนังสือการ์ตูน ใช้ภาพแทนภาพวาด โดยปกติแล้วจะมีบทไว้ได้ภาพแทนที่จะทำเป็นวงไว้ในภาพ เหมือนหนังสือการ์ตูน มักจะทำช่องให้มีขนาดเท่ากันดึงดูดผู้ดูให้ติดตามไปที่ละช่อง ช่องอาจทำการเล่าเรื่อง หรืออาจใช้แต่เพียงเพื่อบอกสินค้าชนิดต่างๆ

7. แบบภาพเงา (Silhouette Layout) นักร้องแบบจะจัดส่วนประกอบเข้าด้วยกันทำให้เกิดเป็นภาพเงา หรือภาพคนตัดกับพื้นขาว เหมือนกับรอยทาบของเงาบนพื้น หรือเหมือนภาพบนจอหนังตลุง อาจตัดภาพถ่ายเอาเฉพาะตัวคนแล้ววางบนพื้นขาว ยิ่งภาพเงามีลักษณะแปลกตาเท่าไร ยิ่งทำให้โฆษณาชวนมองมากเท่านั้น หรืออาจตัดภาพเป็นรูปสี่เหลี่ยม แล้ววางบนพื้นขาวก็อาจเรียกได้ว่าเป็นแบบภาพเงาได้เหมือนกัน หากเราเว้นช่องว่างไว้มากระหว่างภาพเงาความเป็นกลุ่มก้อนอันหนึ่งอันเดียวของโฆษณาทั้งหมดไป นักร้องแบบจึงมักจะทิ้งช่องว่างไว้รอบนอกให้ห้อมล้อมภาพเงา นักร้องแบบจะพยายามยึดส่วนประกอบให้ไปจรดขอบเพื่อมิให้ภาพเงาลอย เท่ากับเป็นการลดขนาดของภาพโฆษณาทั้งสิ้น และไม่ให้ผู้โฆษณารู้สึกว่ามีได้ทำประโยชน์กับบริเวณที่ใช้โฆษณาทั้งหมด

8. แบบตัวอักษรใหญ่ (Big Type Layout) โรงพิมพ์มักจะมีคู่มือบอกขนาดตัวอักษรให้กับลูกค้าเพื่อลูกค้าจะได้เลือกขนาดตัวอักษรได้เหมาะสม ตัวอักษรขนาดใหญ่อาจเป็นที่น่าสนใจสำหรับนักร้องแบบ เพราะมีความมนหรือความโค้งชวนมองได้เหมือนกัน นักร้องแบบจะต้องศึกษาตัวอักษร โดยคำนึงว่าตัวอักษรเท่านั้นอาจดึงดูดสายตาได้เหมือนกัน ตัวอักษรมีบทบาทมากกว่าภาพประกอบ

9. แบบภาพปริศนา (Rebus Layout) ภาพปริศนาที่ใช้ภาพมาสอดในประโยคแทนคำเขียน โฆษณาประเภทนี้จะเห็นภาพปรากฏอยู่บนประโยคเป็นครั้งคราว โดยปกติผู้โฆษณามักจะไม่นิยมปริศนา แต่จะนิยมความชัดเจน แต่บางครั้งเราต้องการเน้นคำโดยการเขียนภาพประกอบซ้ำคำลงไปอีก ภาพอาจมีขนาดเท่ากันไปหมด หรือจะใหญ่บ้างเล็กบ้างก็ได้

10. แบบแรงดลใจจากตัวอักษร (Alphabet-Inspired Layout) ความงามของตัวอักษรซึ่งเขียนด้วยตัวอักษรคล้ายๆแบบโบราณหรือเป็นเชิงกนก อาจเป็นที่มาของแรงดลใจสำหรับนักร้องแบบ โฆษณาที่ยึดรูปร่างของลักษณะตัวอักษรเป็นหลัก โดยปกติจะมีลักษณะเป็นกลุ่มก้อนและชักนำสายตาได้ดี นักร้องแบบจะต้องพยายามจัดเรียงในลักษณะที่ไม่บอกอย่างโจ่งแจ้งว่าเป็นอักษรอะไร อักษรควรเป็นจุดเริ่มต้นเท่านั้น ผู้อ่านโดยปกติจะไม่รู้สึกตัวว่าการจัดเรียงส่วนต่างๆนั้นแท้จริงแล้วเป็นตัวอักษร หรือตัวเลข

หลักการจัดวางหน้าโฆษณา

ขั้นตอนแรกก่อนการจัดวางหน้า คือ การศึกษาข้อมูลด้านต่างๆเกี่ยวกับสิ่งพิมพ์ที่จะต้องออกแบบซึ่งเป็นหลักสำคัญใช้พิจารณาในการออกแบบจัดวางหน้า ดังที่ Robin Landa (1996)

ได้กล่าวไว้ถึงการจัดวางหน้าที่จะประสบความสำเร็จนั้น นักออกแบบจะต้องตอบคำถามเหล่านี้ก่อนการออกแบบ ได้แก่

1. ใครเป็นผู้อ่านเลย์เอาต์นี้
2. รูปแบบใดที่เหมาะสมกับผู้อ่าน
3. อะไรจะดึงดูดความสนใจจากผู้อ่าน
4. อะไรคือเป้าหมายของการออกแบบ
5. ข้อมูลข่าวสารใดที่จะต้องสื่อสาร
6. เลย์เอาต์เหล่านี้จะพบเห็นอยู่ที่ไหน

เมื่อนักออกแบบทราบข้อมูลในการออกแบบแล้วว่า กลุ่มเป้าหมายเป็นใคร จะสื่อสารอะไรไปยังกลุ่มเป้าหมาย และ สื่อสารด้วยรูปแบบวิธีใดจึงจะดึงดูดความสนใจกลุ่มเป้าหมาย ขั้นตอนต่อมาคือการจัดวางหน้า ในการจัดวางหน้านี้หลักการสำคัญที่ต้องพิจารณาเพื่อใช้ในการออกแบบจัดวางหน้า คือ องค์ประกอบและหลักการออกแบบ ดังที่ บัญญัติ จุฑาพันธ์, มนูญ แสงหิรัญ และ สุรพล เทวอักษร (2520) ได้อธิบายไว้ดังนี้ การจัดวางหน้าโฆษณาผู้จัดต้องพิจารณาถึงความเหมาะสมตลอดถึงพฤติกรรมด้านต่างๆของผู้อ่านโฆษณาเป็นหลักก่อนที่จะทำการจัดวางหน้า ผู้จัดวางหน้าโฆษณาจะต้องมีข้อมูลต่างๆที่จำเป็นจะต้องใช้ในการทำโฆษณาให้ครบครันเสียก่อน อาทิ จะต้องทราบขนาดของหน้าโฆษณามีขนาดเท่าใด ข้อความโฆษณาที่เขียนเสร็จเรียบร้อยแล้ว ภาพประกอบการโฆษณาและองค์ประกอบที่จำเป็นอื่นๆ เมื่อผู้จัดวางหน้าโฆษณามีข้อมูลดังกล่าวครบถ้วนอยู่ในมือ ก็จะเริ่มพิจารณาว่า ข้อความตอนใดสมควรจะวางไว้ส่วนไหนของหน้า พร้อมกับกำหนดลักษณะ และขนาดตลอดทั้งสีสรรของตัวหนังสือและภาพประกอบการโฆษณา โดยใช้ความรู้ทางด้านศิลปะมาใช้อย่างมากสำหรับงานนี้เพื่อก่อให้เกิดจุดสนใจ ซึ่งจะเป็นแนวทางไปสู่เรื่องการจัดวางหน้าโฆษณา

การจัดหน้าโฆษณาในนิตยสาร หน้าโฆษณาของนิตยสารจะมีองค์ประกอบของหน้าคล้ายกับหน้าโฆษณาทั่วไป กล่าวคือ ประกอบด้วยพาดหัวโฆษณา เนื้อความโฆษณา ชื่อเจ้าของผู้ลงโฆษณาและภาพประกอบการออกแบบและจัดหน้าควรคำนึงถึง หลักการจัดวางองค์ประกอบที่สมดุล ดูสะอาด เป็นระเบียบและที่สำคัญ คือสามารถสื่อความหมายจากผู้ลงโฆษณาไปยังผู้อ่านได้ ข้อความของพาดหัวโฆษณาควรสั้น กระชับ ใช้จำนวนอักขรน้อย การเลือกใช้ตัวอักษรสำหรับพาดหัวโฆษณาควรเป็นแบบที่อ่านง่าย ใช้ตัวอักษรขนาดใหญ่เพื่อดึงดูดความสนใจส่วนเนื้อความโฆษณาเป็นส่วนขยายพาดหัวโฆษณา การใช้แบบตัวพิมพ์หรือแบบตัวอักษรควรเลือกประเภทที่อ่านง่าย และเป็นตัวขนาดเล็กกว่าตัวพาดหัว โดยอาจใช้แบบที่ต่างจากพาดหัวโฆษณาได้ เพื่อมิให้เกิดความซ้ำซากมากเกินไป แต่ไม่ควรใช้แบบตัวพิมพ์ที่มากเกินไปเพราะจะทำให้ดูสับสน ยากต่อการอ่านและสื่อความ ส่วนชื่อเจ้าของโฆษณานั้น อาจจัดวางให้อยู่ในตำแหน่งใดก็ได้ โดยใช้ตัวอักษรที่ต่างจากตัวพาดหัวและเนื้อความ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสวยงามและความเหมาะสม ภาพประกอบที่ใช้ในการโฆษณาควรดูเร้าใจ สวยงาม และสามารถสร้างความรู้สึกที่ดีต่ออารมณ์และจิตใจของผู้ดู ในการโฆษณาที่ต้องการเน้นภาพ อาจขยายขนาด

ภาพให้ใหญ่เต็มหน้าหรือเกือบเต็มหน้า โดยมีตัวอักษรเป็นส่วนประกอบเท่านั้น (จันทนา ทองประยูร, 2537 : 85)

กริด

กริด คือ โครงของรูปแบบพื้นที่ว่างของเส้นแนวตั้งและแนวนอน ที่ทำมุมฉากกัน เพื่อการวางตำแหน่งที่ก่อให้เกิดความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน เส้นซึ่งแสดงรูปแบบขอบเขตในการจัดวางหน้า เป็นแบบแผนสำหรับรูปแบบการออกแบบ (Gregg Berryman, 1979 : 38)

กริด คือ การแบ่งพื้นที่โดยการตีตาราง สามารถใช้เส้นในแนวตั้ง-นอน เฉียง ก็ได้ โดยช่องตารางเหล่านี้ ถูกแบ่งในลักษณะที่มีความซ้ำของขนาด-รูปแบบ พื้นที่ตารางที่ได้จะใช้เป็นผังในการจัดองค์ประกอบ ตารางกริดเหล่านี้จะช่วยสร้างระเบียบ ความสมดุล ความถูกต้อง และเอกลักษณ์ของงานให้เกิดขึ้นในเวลาอันสั้น (วิวัฒน์ จุฑะวิภาต, 2527 : 302)

ลีนาถ เลิศไพรวิน (ม.ป.ป.) กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการใช้กริด ดังนี้

1. ใช้เป็นเครื่องมือในการจัดองค์ประกอบของภาพและกำหนดสัดส่วนในงานออกแบบทุกสาขาทั้ง Graphic, Architect, Product Design
2. เป็นเครื่องกำหนดขอบเขตของงานออกแบบ (Framework) และเป็นสิ่งซึ่งก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์
3. กำหนดโครงสร้างชั้นพื้นฐานในการออกแบบ เพื่อจะบรรจุรายละเอียดในภายหลัง
4. เป็นต้นกำเนิดของการออกแบบระบบโมดูล่า (Modular System) ซึ่งเป็นการออกแบบอย่างมีระเบียบโดยอาศัยโมดูล (Module) แต่ละชิ้นมาต่อกันเพื่อสร้างงานชิ้นใหม่ขึ้นมา ซึ่งรากฐานของการออกแบบชนิดนี้ได้มาจากตารางกริด เช่น การออกแบบเครื่องเรือน ในสำนักงาน (Office Furniture) หรือของเล่นเด็กเลโก้ (Lego)
5. ตารางกริดเป็นหัวใจสำคัญของงานออกแบบ โดยเฉพาะที่เห็นได้ชัด คือ งานออกแบบตัวหนังสือ งานออกแบบแผ่นผัง แผนที่ แผนภูมิ สัญลักษณ์
6. ตารางกริดยังสามารถเป็นตัวช่วยให้เกิดเอกภาพ (Unity) และความต่อเนื่องที่ปรากฏในงานออกแบบด้วย ทั้งยังเป็นแนวทางที่นำไปสู่ความคิดสร้างสรรค์

เกร็ก เบอริแมน (Gregg Berryman, 1979) ได้อธิบายถึงการใช้กริดไว้ดังนี้ กริดหรือระบบตารางพื้นที่เหมาะในการนำไปใช้กับสิ่งพิมพ์เฉพาะอย่าง สิ่งพิมพ์ที่ประกอบไว้ด้วยส่วนประกอบหลาย ๆ ลักษณะ เช่นภาพถ่าย ภาพประกอบ ข้อความ หัวเรื่อง ซึ่งส่วนประกอบเหล่านี้จะต้องนำมาจัดรวมให้สัมพันธ์กันอย่างเป็นเอกภาพ ปัญหาเหล่านี้ ระบบตารางพื้นที่สามารถนำมาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ งานออกแบบกราฟิกที่นิยมใช้กริด เช่น งานโฆษณา รายงานประจำปี หนังสือ แผ่นพับ ฯลฯ นักออกแบบเป็นผู้ควบคุมกริด บทบาทสำคัญของกริดก็คือช่วยสำหรับแก้ปัญหาบนพื้นภาพ เป็นเหมือนกฎเกณฑ์ใช้ในการไขไปสู่ความเป็นระบบ ในขั้นแรกต้องตรวจสอบปริมาณข้อมูลทั้งหมดอย่างระมัดระวัง ทั้ง หัวเรื่อง เนื้อเรื่อง ภาพประกอบ ตาราง ฯลฯ พิจารณารายละเอียดของส่วนประกอบที่ใกล้เคียงกัน จัดรวมกลุ่มไว้ด้วยกันโดยเฉพาะอย่างยิ่ง

ภาพถ่ายและภาพประกอบ ภาพประกอบขนาดเล็กที่สุดจะเป็นตัวช่วยกำหนดตารางพื้นที่ที่ทำให้เกิดตารางกริดขึ้นมา จากนั้นแบ่งพื้นที่ให้เกิดเป็นระบบตารางกริดขึ้นมา แบ่งพื้นที่ภาพเป็นหน่วยตาราง แต่ละหน่วยควรมีขนาดและรูปร่างเหมือนกัน ใช้เครื่องมือกำหนดตารางพื้นที่กริดให้ชัดเจนแน่นอน ด้วยระบบไพกาส์ (Picas) เพื่อให้สัมพันธ์กับระบบวัดตัวอักษร

ด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในปัจจุบัน จึงทำให้มีการนำคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการจัดวางหน้าโดยใช้กริด โดย Graham Davis (1993) ได้อธิบายถึงการจัดวางหน้าโดยใช้กริดบนคอมพิวเตอร์ดังนี้ ความเรียบง่ายหรือสลับซับซ้อนของกริดนั้นขึ้นอยู่กับความต้องการของเราว่าจะกำหนดให้กริดออกมามีความเรียบง่ายมากน้อยเพียงใด โครงสร้างพื้นฐานของกริดประกอบด้วยพื้นที่กระดาษหน้าคู่ 2 หน้าต่อเนื่องกัน แสดงพื้นที่และขนาดของหน้ากระดาษ ขอบกระดาษ คอลัมน์ตัวอักษร รวมทั้งข้อมูลอื่นๆที่รวมเข้ามาเพื่อใช้ร่วมในการออกแบบอีกจำนวนหนึ่ง เช่น เครื่องมือออกคำสั่งองค์ประกอบทางกราฟิก เช่น เครื่องมือเลือกสีตัวอักษร การจัดวางเริ่มด้วยการสร้างหน้าหลักขึ้นมาโดยกำหนดให้พื้นภาพเป็นหน้าที่ใช้ในการพิมพ์ กริดบนหน้าจอ (หรือเรียกว่าเส้นบรรทัด และเส้นนำ) จะไม่ปรากฏบนหน้ากระดาษที่พิมพ์จริง เมื่อพิมพ์ตัวอักษร ตัวอักษรจะไหลหรือถูกบรรจุอยู่ในคอลัมน์ที่กำหนด และอยู่รอบๆ กราฟิกหรือภาพ หัวเรื่องจะอยู่เหนือเส้นกริด เราสามารถเลือกเส้นกริดเพื่อเป็นจุดบอกตำแหน่งภาพในการจัดวางภาพได้ ซึ่งเราสามารถสแกนภาพแล้วนำเข้ามาจัดวางในกริดได้ พื้นฐานการออกแบบด้วยคอมพิวเตอร์จะสามารถแสดงผลจากข้อมูลที่ป้อนเข้า และนำออกมาในรูปของโบรไมด์ (ต้นแบบงานพิมพ์ ชาว-ดำ ใช้ในการทำ Art Work เพื่อการพิมพ์) หรือฟิล์ม

3.2 การจัดเรียงตัวอักษร (Typography)

ความหมายของการจัดเรียงตัวอักษร

การจัดเรียงตัวอักษร หมายถึง รูปแบบ และการจัดเรียงชุดตัวอักษรที่มีอยู่ การจัดเรียงตัวอักษรเป็นศิลปะแห่งการเว้นช่องไฟและการใช้ตัวอักษรที่เหมาะสม เป็นศิลปะการเลือกตัวอักษรและการออกแบบ (George A. Stevenson, 1992 : 530)

ไทโปกราฟิก (Typography) หมายถึง ตัวพิมพ์ การทำตัวพิมพ์ ศิลปะการพิมพ์ การพิมพ์ด้วยตัวพิมพ์ การจัดตัวเรียง และผลงานการพิมพ์อันเนื่องมาจากตัวพิมพ์ (โกสุ่ม สายใจ, 2537 : 47)

การออกแบบโดยเลือกตัวอักษรหรือตัวพิมพ์ที่ถูกต้องออกแบบไว้แล้วหรือมีอยู่ทั่วไปนั้น นำเอามาจัดเรียงให้เป็นข้อความที่มีพลังทางด้านความหมายและความรู้สึก แสดงภาพของการจัดวางให้เป็นระเบียบสวยงาม เป็นศิลปะการนำตัวพิมพ์มาใช้ออกแบบจัดเรียงข้อความเรียกว่า Typography หรือ Typographic Design (สันติ คุณประเสริฐ, 2542 : 10)

typography ศาสตร์และทฤษฎีว่าด้วยเรื่องของการหลักการเป็นการหมายความโดยรวมในสาระของศาสตร์ว่าด้วยการออกแบบและจัดวางตัวอักษร (อนุทิน วงศ์สรรคกร, 2543 : 83)

การจัดเรียงตัวอักษร หมายถึง ศิลปะการออกแบบตัวอักษร และการจัดตัวอักษรบนหน้ากระดาษ (Alastair Campbell, 2000 : 176)

รูปแบบของตัวอักษร

นันทา วิทวุฒิศักดิ์ (2529) แบ่งรูปแบบตัวอักษรออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. Display Face เป็นตัวหนังสือที่ใช้เป็นหัวเรื่อง ตัวโป่งหัวข่าวหนังสือพิมพ์ ตัวข่าว โฆษณา เป็นตัวที่ออกแบบให้ดึงดูดความสนใจของคนอ่าน
2. Book Face เป็นตัวหนังสือที่ใช้พิมพ์หนังสือเป็นเล่มๆ หรือหนังสือเป็นนิตยสาร ซึ่งต้องเป็นตัวพิมพ์ที่มีคุณสมบัติการอ่านง่าย ลักษณะของตัวพิมพ์ไทยที่เป็น Book Face แบ่งตามลักษณะของการออกแบบรูปตัวหนังสือได้เป็น 3 กลุ่ม คือ
 - 2.1 แบบตัวเหลี่ยม ตัวเหลี่ยมนี้มีเส้นเสมอกันตลอดทั้งตัว เลียนแบบการคัดลายมือบรรจงโดยใช้ดินสอบนกระดาษ เส้นนอกด้านบนทักเป็นเหลี่ยมเป็นมุม
 - 2.2 แบบตัวธรรมดา ตัวพิมพ์แบบนี้เส้นเสมอกันตลอด แต่เส้นนอกด้านบนเป็นเส้นโค้ง
 - 2.3 ตัวฝรั่งเศษ ลักษณะของความหนาบางของตัวหนังสือเลียนแบบมาจากการเขียนตัวหนังสือด้วยปากกาโลหะจิ้มหมึกเขียนลงบนกระดาษ ทำให้เกิดความหนาบางในเส้นตามลักษณะของน้ำหนักของมือที่ลากไปตามตัวหนังสือนั้นๆ

วินัย โสมติ (2525) ได้อธิบายรูปแบบตัวอักษร ดังนี้

1. ลักษณะของอักษรหัวกลม จะพบได้จากตัวพิมพ์ตามหนังสือทั่วไป โดยเฉพาะตัวอักษรราชการ นิยมใช้หัวกลมโป่ง
2. ลักษณะอักษรหัวเหลี่ยมหรือหัวตัดตรง ซึ่งทำให้การออกแบบเข้ากลุ่มกันได้ง่าย เพราะมีลักษณะเป็นเส้นตรงส่วนใหญ่
3. ลักษณะหัวตัดเฉียง มักเกิดจากรูปแบบตัวอักษรที่เกิดจากการเขียนด้วยปากกาสปีดบอล พู่กันแบน ปากกาสักหลาดแบน
4. ลักษณะอักษรหัวบัว หรือเรียกทั่วไปว่าตัวอาลักษณ์ เป็นอักษรแบบลายมือตัวบรรจง นิยมใช้เขียนประกาศนียบัตรต่างๆ
5. ลักษณะอักษรหวัด ซึ่งมีลักษณะเป็นตัวหวัด ดูเหมือนว่าเขียนด้วยความรวดเร็ว ความมดงามจะอยู่ที่ลีลา ทิศทาง และช่องไฟที่กลมกลืนกันเป็นอย่างดี
6. ลักษณะตัวตลก ซึ่งเป็นการประดิษฐ์สร้างสรรค์ของผู้ออกแบบ ไม่มีกฎเกณฑ์ตายตัว แต่ข้อสำคัญต้องเป็นจุดเดียวกัน จึงจะสร้างเอกภาพได้

ครอบครัวของตัวอักษร

ครอบครัวของตัวอักษร คือกลุ่มของแบบตัวอักษรที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันอยู่ในสกุลเดียวกัน แต่ละแบบก็มีความต่างในสกุลของมัน แบบตัวอักษรในสกุลประกอบด้วยความแตกต่างในน้ำหนักและความกว้าง (Rob Carter, 1997 : 11)

กัณฐ์ สติกรกุล (2515) แบ่งครอบครัวของตัวอักษรออกเป็น 4 ลักษณะ ได้แก่

1. ขนาดใหญ่เล็กออกไปได้หลายๆขนาด โดยการย่อ หรือขยายตัวอักษร ลักษณะตัวอักษรยังคงอ่านได้สะดวก แต่ตัวพิมพ์บางแบบถ้าขยายหรือย่อเกินไปแล้วจะอ่านได้ยาก หรือไม่ น่าดู ไม่สวยงาม

2. แดกแขนงออกไปตามลักษณะเส้นหนาหรือบาง โดยการทำให้บางลงไป ขนาดตัวหนังสือเท่าเดิมแต่ลดเส้นให้บางเข้าก็จะได้ตัวพิมพ์อีกแบบหนึ่ง หรือถ้าเป็นตัวหนา หมายถึง ตัวหนังสือที่มีเส้นหนาขึ้นกว่าเดิม ตัวหนังสือจะดูมีสีดำขึ้นกว่าเดิม

3. แดกแขนงออกไปตามลักษณะตัวแคบ โดยลักษณะของตัวรูปแบบคงเดิม แต่ได้บีบหรือขยายด้านกว้างของตัวหนังสือ ให้แคบเข้ามาหรือขยายให้กว้างออกไป การแคบหรือกว้างนี้อาจมีหลายขนาด เช่น แคบ แคบมาก กว้าง กว้างมาก เป็นต้น

4. ลักษณะตัวเอน สร้างตัวให้เอนไปด้านขวามือขวางบรรทัด ตัวเอนนี้ทำให้เอนได้ทุกลักษณะ อาจเป็นตัวขนาดใหญ่เอน ขนาดธรรมดาเอน ตัวจิ๋วเอน แม้ตัวหนาบางก็เอนได้ ตัวกว้างตัวแคบก็เอนได้เหมือนกัน

ขนาดตัวอักษร

ในการวัดความสูงตัวอักษรในการพิมพ์นั้นเราเรียกว่า พอยท์ (Point) โดยวัดจากริมของฐานตัวอักษรด้านบนถึงริมของตัวอักษรด้านล่าง ส่วนการวัดความกว้างของตัวอักษรเรียกว่า ไพกา (Pica)

1 พอยท์	=	1/72 นิ้ว
12 พอยท์	=	1 ไพกา
1 ไพกา	=	1/6 นิ้ว
6 ไพกา	=	1 นิ้ว
1 นิ้ว	=	72 พอยท์

สนั่น ปัทมะทิน (2513) ได้กล่าวถึงขนาดของอักษรไทยที่ใช้ในการพิมพ์ในระบบการพิมพ์แบบตั้งเดิม คือ การเรียงพิมพ์ โดยแบ่งขนาดของตัวอักษรได้ดังนี้

1. ตัวจิ๋ว ส่วนใหญ่ใช้สำหรับเรียงพิมพ์ หนังสือพิมพ์และนิตยสารที่ต้องบรรจุเรื่องราวมากมาย ใช้ในการเรียงพิมพ์แผ่นพับที่มีเนื้อที่จำกัด เรียงพิมพ์เชิงอรรถสิ่งพิมพ์ที่ต้องใช้เวลาอ่านนานๆ ไม่ควรใช้ตัวพิมพ์ขนาดนี้เพราะเวลาอ่านต้องเพ่งสายตามาก

1.1 จี๋วเล็กที่สุด (10 พอยท์) เหมาะสำหรับการใช้เรียงพิมพ์สลากยาหรือสิ่งพิมพ์อื่นๆที่มีเนื้อที่จำกัด

1.2 จี๋วดำ (12 พอยท์) ตัวอักษรเส้นหนาและช่องตัวอักษรกว้างเหมาะสำหรับใช้เรียงพิมพ์คำเน้นระหว่างตัวพิมพ์ที่ส่วนใหญ่เป็นตัวจิ๋วเท่าขนาดเดียวกัน

1.3 จีวบาง (12 พอยท์) เหมาะสำหรับใช้เรียงพิมพ์หนังสือนิตยสารที่แบ่งเป็นคอลัมน์ไม่กว้างนักและต้องการบรรจุเรื่องราวมากมาย ใช้เรียงพิมพ์คำบรรยายได้ภาพ และเชิงอรรถของสิ่งพิมพ์ที่ใช้ตัวธรรมดาเรียงพิมพ์เนื้อเรื่อง

1.4 จีวเอน (12 พอยท์) เหมาะสำหรับใช้เรียงพิมพ์คำบรรยายได้ภาพของสิ่งพิมพ์ที่ใช้ตัวธรรมดาเรียงพิมพ์เนื้อเรื่อง หรือใช้เรียงพิมพ์เชิงอรรถของสิ่งพิมพ์ที่ใช้ตัวธรรมดาเรียงพิมพ์เนื้อเรื่อง

1.5 จีวเก่า (12 พอยท์) เหมาะสำหรับใช้เรียงพิมพ์หนังสือและนิตยสารที่แบ่งเป็นคอลัมน์ไม่กว้างนักและต้องการบรรจุเรื่องราวมากมาย ใช้ในการเรียงสิ่งพิมพ์ที่เนื้อที่จำกัดหรือเรียงพิมพ์คำบรรยายได้ภาพ และเชิงอรรถของสิ่งพิมพ์ที่ใช้ตัวธรรมดาเรียงพิมพ์เนื้อเรื่อง

2. ตัวธรรมดา (19.5 พอยท์) เป็นตัวพิมพ์ที่ใช้พิมพ์เนื้อเรื่องของสิ่งพิมพ์ทั้งหมดที่ไม่ต้องการเน้นตัวหรือหัวเรื่องอื่นๆ เป็นตัวพิมพ์ที่ใช้ในการเรียงมากที่สุดในทุกโรงพิมพ์

3. ตัวเอน (19.5 พอยท์) เหมาะสำหรับใช้เรียงพิมพ์ได้ภาพของสิ่งพิมพ์ที่ใช้ตัวธรรมดาเรียงพิมพ์เนื้อเรื่อง ใช้เป็นหัวข้อย่อยของเนื้อเรื่องและคำเน้นที่สำคัญระหว่างตัวพิมพ์

4. ตัวฝรั่งเศส (19.5 พอยท์) มีลักษณะการใช้งานดังนี้

4.1 ฝรั่งเศสย่อ เหมาะสำหรับการใช้เรียงพิมพ์เป็นหัวข้อย่อยที่สำคัญที่ใช้ตัวจีวบางหรือตัวจีวเก่าเรียงพิมพ์เนื้อเรื่องเป็นส่วนใหญ่

4.2 ฝรั่งเศสเอน ฝรั่งเศสใหม่ ฝรั่งเศสเก่า เหมาะสำหรับการใช้เรียงพิมพ์ข้อความที่ต้องการเน้นระหว่างเนื้อเรื่องที่เรียงพิมพ์ด้วยตัวธรรมดาหรือตัวเหลี่ยม เฉพาะฝรั่งเศสเก่าอาจใช้เรียงพิมพ์เป็นหัวข้อย่อยของเนื้อเรื่องที่เรียงพิมพ์ด้วยตัวธรรมดาได้อีกด้วย

4.3 ฝรั่งเศสดำและฝรั่งเศสดำย่อ เหมาะสำหรับการใช้เรียงพิมพ์หัวข้อย่อยของสิ่งพิมพ์ที่เรียงพิมพ์ด้วยตัวธรรมดา

5. ตัวกลาง (24 พอยท์) ตัวกลางทุกแบบเหมาะสำหรับใช้เรียงพิมพ์หัวข้อย่อยเรื่องหมวดหมู่ตอน ภาค หรือบทได้ทั้งหมด ส่วนจะเลือกแบบไหนขึ้นขึ้นอยู่กับความสำคัญหรือความต้องการที่จะให้มองเห็นสิ่งพิมพ์นั้นเด่นเพียงใด โดยพิจารณาความหนาและความกว้างของตัวอักษรเป็นหลัก ถ้าต้องการให้เด่นมากก็ใช้เส้นหนา ตัวโต เช่น ตัวกลางย่อ ถ้ารองลงมาก็ใช้ตัวกลางหนาใหม่ (ตัวกลางหนาเก่า ตัวกลางโปร่งและตัวกลางบางตามลำดับ) ตัวกลางบางอาจใช้เรียงพิมพ์เนื้อเรื่องของสิ่งพิมพ์สำหรับเด็กได้ด้วย เพราะเด็กสามารถมองเห็นได้ชัดเจน

6. ตัวโป่ง (32 พอยท์) มีขนาดตัวสูง ตัวหนา และตัวกว้างไม่เท่ากันส่วนมากใช้ในการโปรยหัวข้อย่อยของหนังสือพิมพ์ หรือจะใช้เรียงพิมพ์เนื้อเรื่องของโปสเตอร์ หรือแผ่นปลิวหรือจะใช้เรียงพิมพ์ชื่อหนังสือ ชื่อหนังสือพิมพ์ หรือชื่อบทในหนังสือเล่มก็ได้

7. ตัวโป่ง (40 พอยท์) เหมาะสำหรับใช้เรียงพิมพ์ในการโปรยหัวข้อย่อยของหนังสือพิมพ์ ใช้เรียงพิมพ์ชื่อหนังสือหรือสิ่งพิมพ์ ใช้เรียงข้อความในโปสเตอร์หรือแผ่นปลิว

8. ตัวโป่งแซ (48 พอยท์) เหมาะสำหรับใช้พาดหัวข้อย่อยของหนังสือพิมพ์ขนาดเล็กหรือนิตยสารขนาดเดียวกัน ใช้โปรยหัวข้อย่อยของหนังสือพิมพ์ขนาดใหญ่ ใช้เรียงพิมพ์ชื่อหนังสือเล่มหรือข้อความในโปสเตอร์หรือแผ่นปลิว

9.ตัวโป่งไม้ (72 พอยท์) เหมาะสำหรับใช้พาดหัวข่าวที่สำคัญของหนังสือพิมพ์ขนาดใหญ่ ใช้เรียงพิมพ์ข้อความสำคัญในโปสเตอร์ขนาดใหญ่

ช่องไฟของตัวอักษร

กฤษ สิบสนธ์, นภาพรณ อัจฉริยะกุล, บุษบา สุธีธร และ รุ่งนภา พิตรปรีชา (2531) ได้อธิบายถึงลักษณะพิเศษของตัวอักษรที่ควรพิจารณา ได้แก่ ช่องไฟของตัวอักษร และการจัดช่องไฟ ช่องไฟของตัวอักษรมี 2 ชนิด ได้แก่

1.ช่องไฟในตัวอักษร ช่องไฟในตัวอักษรเกิดจากเส้นตั้งแต่ 2 เส้นขึ้นไปมาชิดใกล้กัน ตัวอักษรไม่ว่าจะเป็นแบบตัวพิมพ์ หรือแบบประดิษฐ์ ล้วนมีเส้นทำให้เกิดช่องไฟได้ทั้งสิ้น ตัวอักษรบางตัวมีเส้นมากจนเป็นปัญหา เช่น ตัว พ ฟ ผ ณ เป็นต้น

2.ช่องไฟระหว่างตัวอักษร ช่องไฟระหว่างตัวอักษรเกิดขึ้นจากการเขียนตัวอักษรตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไปมาเรียงต่อกันเป็นคำ เป็นประโยค แต่เนื่องจากตัวอักษรมีขนาดไม่เท่ากันบางตัวมีเส้นอักษรที่ผิดแปลกไป จึงทำให้ช่องไฟระหว่างตัวอักษรมีปัญหาได้

ในส่วนของการจัดช่องไฟนั้นทำได้ 2 วิธี ได้แก่

1.จัดช่องไฟโดยวัดขนาด (Mechanical Spacing) เป็นวิธีการวัดความกว้างของตัวอักษรทุกตัวเท่ากัน เป็นวิธีที่ทำได้ง่าย และสามารถคำนวณเนื้อที่สำหรับตัวอักษรได้อย่างครบถ้วน แต่วิธีการนี้แม้ว่าจะวัดระยะตัวอักษรกับช่องไฟระหว่างตัวอักษรอย่างดีแล้ว แต่ตัวอักษรที่ปรากฏในแถวนั้นจะดูแล้วไม่กลมกลืนหรือเท่ากันเลย เพราะธรรมชาติของตัวอักษรทุกตัวนั้นไม่เท่ากันอยู่แล้ว

2.การจัดช่องไฟโดยใช้สายตา (Optical Spacing) วิธีนี้ยากตรงที่ว่าผู้จัดจะต้องมีประสบการณ์การจัดตัวอักษรอยู่บ้าง เพราะวิธีการนี้ถือว่าตัวอักษรทุกตัวไม่เท่ากัน ฉะนั้นจึงต้องแก้ไขช่องไฟเสียใหม่ด้วยการปรับขนาด ช่องไฟในตัวอักษรและระหว่างตัวอักษรให้กลมกลืนกันทั้งหมด ด้วยเหตุนี้ตัวอักษรทุกตัวจึงไม่เท่ากันเลย แม้บางครั้งจะเป็นตัวอักษรเดียวกันก็ตามทั้งนี้ เพราะไม่ได้ขึ้นอยู่กับขนาดตัวอักษร แต่ขึ้นอยู่กับสภาพของตัวอักษรใกล้เคียงว่ามีลักษณะช่องไฟเป็นอย่างไร

ความยาวของบรรทัดตัวอักษร

เอมี อี. อานท์สัน (Amy E. Arntson, 1998 : 104) อธิบายถึงความยาวของเส้นบรรทัด ดังนี้ ความยาวของเส้นบรรทัดนั้นวัดด้วยระบบวัดไพกา ความยาวของเส้นบรรทัดเป็นความยาวของแนวตัวอักษร ขนาดของหน้ากระดาษนั้นมักใช้ระบบวัดเป็นนิ้ว หรือเซ็นติเมตร ตัวอย่างการใช้ความยาวเส้นบรรทัดด้วยระบบวัดไพกา คือ ตัวอักษร 8 พอยท์จะต้องตั้งความยาวเส้นบรรทัดที่ 22 ไพกา ด้วยหน้ากระดาษขนาด 8 1/2" X 11" หรือ 22X28 cm ความยาวของเส้นบรรทัดนั้นเกี่ยวข้องอย่างมากกับขนาดของตัวอักษร ตัวอักษรที่มีขนาดเล็ก เช่น 6 หรือ 8 พอยท์ บนเส้นบรรทัดที่ยาว 44 ไพกา จะทำให้อ่านยาก ตัวอักษรตรงกลางบรรทัดจะดูเหมือนกระโดดไปมา และหากช่องไฟระหว่างบรรทัดมีน้อยปัญหานี้จะยิ่งเพิ่มมากขึ้น ถ้านักออกแบบ

ต้องการให้ผู้อ่านอ่านได้อย่างราบรื่นไม่สะดุด ความยาวเส้นบรรทัดมาตรฐานและอัตราส่วนของขนาดตัวอักษรที่จะทำให้เกิดความสะดวกในการอ่านคือ เส้นบรรทัดที่มีตัวอักษรประมาณ 50-70 ตัวอักษร ความยาวของเส้นบรรทัดนี้จะต้องมีจำนวนประมาณ 2 เท่าของขนาดตัวอักษร เช่น ตัวอักษรขนาด 8 พอยท์ จะจัดได้พอเหมาะบนเส้นบรรทัดที่ยาว 16 ไพกา การเปลี่ยนแปลงของอัตราส่วนนี้สามารถใช้เพื่อทำให้การอ่านนั้นลดช้าลง

ตัวอักษรบนความยาวบรรทัดถูกกำหนดให้มีความต่อเนื่องเพื่อความต้องการในการอ่านทำขึ้นเพื่อให้ง่ายต่อการอ่านเท่าที่จะเป็นไปได้ ด้วยเหตุผลของความสะดวกในการอ่านระดับสูงจึงมักจัดตัวอักษรในคอลัมน์ที่มีความกว้างและความลึก (กว้างXสูง) คอลัมน์สามารถเป็นแบบเสมอหน้าเสมอหลัง หรือจัดแบบชิดซ้าย ทั้งสองแบบนี้ทำให้สายตาเกิดความคุ้นเคยอย่างรวดเร็วในการเปลี่ยนบรรทัด (Marion March, 1988:28)

การกำหนดความยาวบรรทัดควรคำนึงถึงความเหมาะสมและความสวยงาม ไม่ควรกำหนดให้สั้นหรือยาวเกินไป เช่น ควรเป็นระยะที่สูงก้นย่นตาของผู้อ่านสามารถกลอกจากซ้ายไปขวาแล้วอ่านได้หมดบรรทัดพอดี การกำหนดความยาวบรรทัดที่ยาวเกินไปหรือสั้นเกินไปจะทำให้เกิดผลเสียหลายประการ กล่าวคือ (จันทนา ทองประยูร, 2537 : 44)

1. บรรทัดที่ยาวเกินไปทำให้ผู้อ่านต้องกะพริบตาบ่อยครั้งเนื่องจากในขณะที่อ่าน สายตาผู้อ่านจะอ่านเป็นช่วงหรือเป็นระยะ และต้องมีการหยุดพักทุกครั้งที่มีการกะพริบตา และตาของผู้อ่านต้องปรับโฟกัสหรือความคมชัดทุกครั้งก่อนที่จะอ่านข้อความช่วงถัดไป
2. การอ่านข้อความที่ยาวเกินไปทำให้ผู้อ่านต้องกรอกสายตา และสายตาระยะตามมาก ซึ่งอาจก่อให้เกิดความไม่สะดวกในการอ่าน
3. การขึ้นบรรทัดใหม่ภายหลังจากการอ่านบรรทัดที่ยาวเกินไป จะทำให้ผู้อ่านหลงบรรทัดที่อ่านได้ง่าย
4. การกำหนดความยาวบรรทัดที่สั้นเกินไป ทำให้เกิดความไม่สวยงามในการจัดหน้าสิ่งพิมพ์ เนื่องจากต้องมีการหยุดบ่อย และทำให้การอ่านจับใจความทำได้ยาก

ช่วงบรรทัด

เอมี อี. อานท์สัน (Amy E. Arntson, 1998 : 106-108) ได้อธิบายถึงช่วงบรรทัดดังนี้ ช่วงบรรทัด เป็นตัวอธิบายช่องไฟระหว่างบรรทัดของตัวอักษรในแนวดิ่ง ประวัติดั้งเดิมของช่วงบรรทัดนี้ต้องย้อนกลับไปในยุคของการเรียงพิมพ์ด้วยโลหะ เมื่อแถบบาง ๆ ของช่วงบรรทัดถูกแทรกเข้าระหว่างช่องไฟระหว่างบรรทัดของตัวเรียงพิมพ์ ตัวอักษรและช่วงบรรทัดจะถูกทำให้ติดเข้าด้วยกันในรางสำหรับวางตัวพิมพ์ เพื่อการลงหมึก และพิมพ์ต่อไป ช่วงบรรทัดจะมีผลอย่างยิ่งต่อหน้าตาและความง่ายในการอ่านของการจัดวางหน้า ตัวอักษรขนาด 10 พอยท์ จัดช่วงบรรทัดขนาด 10 พอยท์ เป็นตัวอย่างของการใช้แท่งโลหะช่วงบรรทัด ความมากน้อยของช่วงห่างระหว่างบรรทัดที่เราใช้นั้นสำคัญมาก มีปัจจัยหลายๆปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกขนาดของช่วงบรรทัด ปัจจัยดังกล่าวมีด้วยกัน 3 ปัจจัยได้แก่

1.ขนาดของตัวอักษร ช่วงบรรทัดจะต้องมีสัดส่วนที่สอดคล้องกับขนาดของตัวอักษร ถึงแม้ว่าไม่มีมาตรฐานแน่นอนในการกำหนดใช้ แต่มีวิธีการหนึ่งที่นิยมใช้กัน คือ ตัวอักษรขนาด 10 พอยท์ จัดช่วงบรรทัดขนาด 12 พอยท์ โดยจัดให้มีช่องไฟพิเศษ 2 พอยท์ระหว่างเส้นบรรทัดของตัวอักษร ขนาดของตัวอักษรที่ใหญ่ขึ้น หรือเล็กลง ต้องการช่วงบรรทัดพิเศษที่น้อยลง ตัวอักษรขนาด 14 พอยท์ ต้องการช่วงบรรทัดที่มีขนาดเพียง 14-15 พอยท์ ตัวอย่างเช่น เป็นการยากที่จะไม่มีช่วงบรรทัดเมื่อใช้ตัวอักษรขนาด 10 พอยท์ จัดช่วงบรรทัดขนาด 9 พอยท์ แต่เทคโนโลยีการจัดตัวอักษรปัจจุบันทำให้การจัดลักษณะดังกล่าวเป็นไปได้ คือ จัดเส้นบรรทัดของตัวอักษรหนึ่งอยู่บนเส้นบรรทัดของบรรทัดอื่นและปะย่อนำทั้งย่อหน้าบนย่อหน้าอื่นเพื่อสร้างพื้นผิวด้วยตัวอักษร

2.ความยาวของเส้นบรรทัด ความยาวของเส้นบรรทัดเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจพิจารณาช่วงบรรทัด เส้นบรรทัดที่ยาวมากขึ้นก็จะต้องใช้ช่วงบรรทัดที่เพิ่มมากขึ้นจึงจะมีความเหมาะสม เพราะความยาวของเส้นบรรทัดที่เพิ่มมากขึ้นจะทำให้สายตาหันเหโอนเอียงไปทางอื่นได้ ถ้ามีช่องไฟระหว่างบรรทัดไม่เพียงพอเราจะพบว่าเราอ่านเลยขึ้นไปบรรทัดบน หรือบรรทัดล่าง และยากที่จะหาจุดเริ่มต้นของบรรทัดใหม่

3.รูปแบบตัวอักษร สิ่งสำคัญ 3 ประการของรูปแบบตัวอักษร คือ 1) ความสูงของตัวอักษร (X-Height) ตัวอักษรที่ไม่มีเชิงจะต้องการช่วงบรรทัดมากกว่าตัวอักษรมีเชิงเนื่องจากตัวอักษรไม่มีเชิงช่องไฟระหว่างบรรทัดจะอยู่ชิดกันมาก จึงต้องการช่วงบรรทัดช่วยเพิ่มความง่ายในการอ่าน 2) การเน้นในแนวตั้ง (Vertical Stress) การเน้นในแนวตั้งของรูปแบบตัวอักษรส่งผลต่อช่วงบรรทัด เพราะยิ่งเน้นในแนวตั้งมากเท่าไรสายตาก็จะกวาดขึ้นหรือลงแทนการกวาดสายตาไปตามแนวเส้นบรรทัด ยิ่งมีการเน้นในแนวตั้งมากเท่าไรก็ต้องการช่วงบรรทัดเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น และ 3) ตัวอักษรแบบมีเชิงกับไม่มีเชิง (Serif versus San Serif) ตัวอักษรมีเชิงช่วยเราในการกวาดสายตาไปในทิศทางแนวราบ ดังนั้นตัวอักษรแบบมีเชิงโดยทั่วไปได้รับการพิจารณาว่าอ่านง่ายกว่าตัวอักษรแบบไม่มีเชิง ตัวอักษรแบบไม่มีเชิงมักจะต้องการช่วงบรรทัดมากกว่าตัวอักษรแบบมีเชิงเพื่อช่วยรักษาการเคลื่อนสายตาให้มีความราบรื่นในแนวเส้นบรรทัด

การเลือกตัวอักษรในการออกแบบสิ่งพิมพ์โฆษณา

การเลือกแบบตลอดจนการกำหนดรูปแบบของตัวอักษรที่จะนำมาใช้บนสื่อสินค้า หัวเรื่องข่าวสาร หรือข้อความรายละเอียดจะต้องมีลักษณะเด่น อ่านง่าย สวยงามและน่าสนใจ ลักษณะที่แตกต่างกันของตัวอักษร จึงถูกกำหนดตามสภาวะการณ์นำไปใช้โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนแรกเป็นส่วนของหัวเรื่อง หรือชื่อสินค้า ชื่อหัวข่าวหรือข้อความพาดหัว หรือข้อความที่ต้องการเน้นเป็นพิเศษ ส่วนที่จะเน้นความโดดเด่นของรูปแบบมากที่สุด เรียกรูปแบบอักษรกลุ่มนี้ว่าเป็นแบบ Display Face ส่วนที่ 2 คือส่วนข้อความที่แสดงเนื้อหารายละเอียดต่างๆ นิยมใช้ตัวอักษรที่เรียกว่าแบบ Book Face หรือเป็นแบบตัว Text ซึ่งมีรูปแบบที่เรียบง่าย สะดวกในการอ่านมากที่สุด (วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์, 2540 : 159)

ในเรื่องของรูปแบบตัวอักษร (Typography) นี่เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการเลือกใช้ตัวอักษรให้เหมาะสมกับบุคลิกภาพของสินค้านั้นๆ ...ซึ่งรูปแบบตัวอักษรจะต้องสอดคล้องกับลักษณะสินค้าให้เปลี่ยนแปลงไปตามกัน (เสรี วงษ์มณฑา, 2540 : 160) ลักษณะของตัวอักษรที่เลือกใช้ในการออกแบบจะต้องมีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ หรือ ร้านค้า โดยเฉพาะตัวอักษรแบบประดิษฐ์ จะต้องแสดงความเฉพาะพิเศษเท่าที่จะเป็นไปได้ (Albert C. Book และ C. Dennis Schick, 1988 : 61) ขนาดตลอดจนรูปแบบของตัวอักษรประเภทต่างๆช่วยดึงดูดความสนใจ และสร้างอารมณ์ให้กับผู้ดู-อ่านได้เช่นกัน พร้อมกันนั้นยังสะท้อนถึงบุคลิกของสินค้าด้วย จึงมีการประดิษฐ์ตัวอักษรแปลกๆมาใช้ในโฆษณาอยู่เสมอๆ โดยเฉพาะในส่วนของพาดหัว (ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท และ วีเนส อัสวสิทธิ์ถาวร, 2538 : 87)

ปัจจุบันตัวอักษรถูกผลิตด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ แต่ตัวอักษรที่เป็นต้นแบบดั้งเดิมนั้นเป็นตัวอักษรที่ผลิตจากโลหะ ตัวอักษรถูกหล่อให้ぬนออกมาจากชิ้นโลหะสามมิติ ซึ่งนำไปเรียงและใช้ร่วมกับหมึกในการพิมพ์ (Robin Landa, 1996 : 58) ในปัจจุบันการออกแบบและการสร้างตัวอักษร ได้กลายมาเป็นกระบวนการที่สร้างขึ้นด้วยคอมพิวเตอร์ เนื่องจากความสามารถในการเก็บบรรจรูปแบบตัวอักษร หรือฟอนต์ชนิดต่างๆที่เรียกว่า ระบบ โพสต์คริปต์ฟอนต์ (Postscript Fonts) ซึ่งเป็นระบบตัวอักษรที่สร้างขึ้นด้วยการกำหนดค่าพารามิเตอร์ให้เกิดเป็นรูปร่าง ขนาด และสีที่แตกต่างกันออกไปได้อย่างอิสระ ดังนั้นตัวอักษรประเภทนี้จึงมีคุณสมบัติเป็นภาพ สามารถนำมาปรับแต่ง ย่อขยาย และเปลี่ยนแปลงได้อย่างไม่มีข้อจำกัด โดยนักออกแบบสามารถมองเห็นและตัดสินใจการออกแบบของหน้าจอหรือสิ่งพิมพ์ที่ปรากฏบนจอภาพ และ พิมพ์ออกมาได้ตรงกัน (บุญณรัตน์ พิชญ์ไพบูลย์, 2542 : 265-266)

ในกรณีที่มีข้อความจำนวนมาก การเลือกใช้ตัวอักษรควรคำนึงถึง การอ่านง่ายของตัวอักษร ส่วนในกรณีการพาดหัวข่าวหรือในการพาดหัวโฆษณา หรือในงานที่ใช้จำนวนตัวอักษรไม่มาก การเลือกใช้ตัวอักษรควรคำนึงถึงการอ่านง่ายและการอ่านออก (จินทนา ทองประยูร, 2537 : 38)

จะเห็นได้ว่าการเลือกตัวอักษรนั้นขึ้นอยู่กับ แบบและรูปแบบของตัวอักษร ขนาดของตัวอักษร โดยคำนึงถึงความเรียบร้อย สวยงาม น่าสนใจ ความง่ายในการอ่าน การเลือกตัวอักษรนั้นควรเลือกให้เหมาะสมกับ ผลิตภัณฑ์ ร้านค้า บริการ เนื่องจากตัวอักษรสามารถสะท้อนบุคลิกของธุรกิจนั้นๆได้เป็นอย่างดี และในปัจจุบันคอมพิวเตอร์เข้ามามีบทบาทอย่างมากในการเป็นเครื่องมือที่ใช้อำนวยความสะดวกในการออกแบบตัวอักษร การจัดเรียงตัวอักษร ทำให้การใช้งานสะดวก รวดเร็ว มากยิ่งขึ้น

แบบการจัดบรรทัดตัวอักษร

Gregg Berryman (1979) ได้กล่าวถึงแบบการจัดตัวอักษรไว้ดังนี้ เมื่อตัวอักษรถูกจัดให้อยู่ในรูปของหัวเรื่อง และเนื้อความ ตัวอักษรเหล่านี้สามารถจัดให้อยู่ในรูปทรงหลายลักษณะทางเลือกต่างๆในการจัดตัวอักษรนี้เป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับนักออกแบบ เมื่อเลือกแบบใน

การจัดตัวอักษร นักออกแบบจะต้องระมัดระวังในการให้ความสำคัญกับรูปแบบการอ่านของกลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ

1.แบบชิดซ้าย (Flush left) จัดให้แถวตัวอักษรชิดซ้าย ตัวอักษรจะสิ้นไหลเป็นธรรมชาติ เป็นที่นิยมของนักออกแบบกราฟิก เหมือนการจัดแบบการพิมพ์ด้วยเครื่องพิมพ์ดีด

2.แบบเสมอนำ-หลัง (Justified) จัดให้แถวตัวอักษรเสมอนำและเสมอหลัง ใช้สำหรับหนังสือ นิตยสาร ไม่เหมาะสำหรับการจัดแถวตัวอักษรที่มีความยาวบรรทัดสั้น เนื่องจากจะเกิดช่องว่างระหว่างตัวอักษรเกิดเป็นช่องว่างระหว่างตัวอักษร และยากต่อการจัด

3.แบบชิดขวา (Flush right) จัดให้แถวตัวอักษรชิดขวา การจัดแบบนี้ทำให้สายตาอ่อนล้าในการอ่าน เหมาะสำหรับข้อมูลสั้นๆเช่นเนื้อความโฆษณา ช่องไฟระหว่างคำมีความสวยงาม

4.แบบกึ่งกลาง (Centered) สมมาตรทั้งขอบด้านซ้ายและขวา ช่องไฟระหว่างคำมีความสวยงาม นิยมใช้กับเนื้อความสั้นๆเช่น ระบบธุรกิจ บัตรเชิญต่างๆ การประกาศ มีลักษณะทางการสูง

5.แบบรอบขอบภาพ (Contour) ตัวอักษรจะถูกจัดพอดีกับรอบขอบสัญลักษณ์, ภาพถ่ายเงามืด (Silhouette photo) และ ภาพวาด ให้ความรู้สึกสบาย ตื่นเต้น ใช้ในการจัดวางหน้าแบบละครสัตว์ (Circus layout) ต้องใช้เนื้อความมาก

6.แบบล้อมรอบภาพ (Run around) ตัวอักษรจัดให้ล้อมอยู่รอบภาพ ส่วนมากจะเป็นภาพถ่ายสี่เหลี่ยม ใช้ในหนังสือ นิตยสาร รายงานประจำปี ใช้เนื้อความมากเป็นพิเศษ

7.แบบไม่สมดุล (Asymmetric) ไม่มีเส้นขอบทั้งซ้ายและขวา ไม่มีรูปแบบหรือการจัดที่คาดเดาได้ สร้างความน่าสนใจในการมองแต่อ่านยาก ใช้สำหรับเนื้อความจำนวนน้อยเท่านั้น เหมาะสำหรับระบบธุรกิจ หัวเรื่อง โปสเตอร์

8.แบบรูปร่าง (Shaped) การจัดแบบนี้ขึ้นอยู่กับแนวคิดการจัดให้มองภาพโดยรวมอย่างต่อเนื่อง การเคลื่อนสายตาไปกับแถวตัวอักษรแนวโค้ง หรือการจัดตัวอักษรให้อยู่ต่ำกว่าเส้นฐานปกติ ให้ความรู้สึกที่ชัดเจน ใช้สำหรับเนื้อความที่มีจำนวนน้อยเท่านั้น เช่น ระบบธุรกิจ โปสเตอร์

9.แบบรูปวัตถุ (Concrete) จัดตัวอักษรให้เป็นรูปวัตถุที่ถูกอธิบายโดยเนื้อความ ซึ่งเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า Calligrammes เป็นการเพิ่มความหมายให้กับตัวอักษรที่อยู่ในรูปวัตถุนั้น

10.แบบแนวตั้ง (Vertical type) ตัวอักษรถูกจัดในแนวตั้ง นิยมใช้กับหัวเรื่อง สั้นหนังสือ ปกหนังสือ ควรระวังในการใช้ในการจัดที่มีคำยาวๆ หรือหัวเรื่องแนวตั้ง ไม่นิยมในการจัดเนื้อความ แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่

10.1การจัดแบบตั้งซ้อน จัดให้ตัวอักษรไล่ลงมาเป็นแนวตั้งยาวลงมา ไม่เหมาะกับคำยาวๆอย่างยิ่ง ควรหลีกเลี่ยง

10.2การจัดแบบนำหัวแถวขึ้นด้านบน หรือการจัดแบบสั้นหนังสือ

10.3การจัดแบบนำท้ายแถวขึ้นไว้ด้านบน

11.แบบแนวเฉียง (Inclined type) เป็นการจัดตัวอักษรโดยหมุนองศาของกลุ่มแถวของตัวอักษรที่ได้จัดเอาไว้ให้อยู่ในแนวเฉียง นักออกแบบสามารถเรียกถึงความสนใจให้กับข้อมูลของ

หัวเรื่องโดยการหมุนหัวเรื่องให้ต่างไปจากการจัดแบบแนวตั้งหรือแนวนอน การจัดแบบแนวเฉียงหมุนทางขวาขึ้นด้านบนให้ความรู้สึกสบายในการอ่านมากกว่า การจัดแบบแนวเฉียงหมุนทางซ้ายลงด้านล่าง

สันติ คุณประเสริฐ (2542) ได้อธิบายถึงการจัดเรียงตัวอักษรลงบนพื้นที่ ซึ่งมีหลักการในการพิจารณาดังต่อไปนี้

1. ตัวภาพ (Figure) และฉากหลัง (Ground) ส่วนที่เป็นตัวภาพหรือพื้นที่หลัก จะแสดงรูปทรงออกมา มีความเด่นชัด น่าสนใจ น่าจดจำมากกว่า ส่วนฉากหลังหรือพื้นที่รอง ทำหน้าที่เป็นฉากรองรับอยู่ด้านหลังเพื่อช่วยให้ตัวภาพมีความโดดเด่นยิ่งขึ้น

2. ขนาด (Size) และน้ำหนัก (Weight) ขนาดของตัวอักษรออกแบบพื้นที่จัดวางให้เกิดความรู้สึกและระยะทาง โดยการใช้ตัวอักษรที่มีขนาดแตกต่างกัน ขนาดตัวอักษรเล็กใหญ่จะส่งผลต่อการรับรู้ทางด้านความรู้สึกให้เกิดกับสายตามากขึ้น ส่วนน้ำหนักของตัวอักษรนั้นเกิดจากความหนาของลายเส้น ตัวอักษรที่มีน้ำหนักแตกต่างกันเมื่อนำมาจัดเรียงจะทำให้เกิดความรู้สึกเคลื่อนไหว มีระดับ ระยะทาง และช่วงจังหวะความรู้สึก

3. ตำแหน่ง (Position) ตำแหน่งของตัวอักษรในแผ่นกระดาษช่วยสร้างความรู้สึกเกี่ยวกับความรู้สึก และระยะทาง หากมีกลุ่มตัวอักษรหลายกลุ่มความชัดเจนของความรู้สึกและระยะทางก็จะมีชัดเจนมากขึ้น

4. วางซ้อน (Overlapping) การจัดวางซ้อนก่อให้เกิดความรู้สึกอย่างต่อเนื่องในพื้นที่ สายตาจะมองเห็นระยะห่างที่เกิดการวางตัวอักษรซ้อนกันไว้แต่ละชั้น

5.เงา (Shadow) การแสดงเงาที่ตัวอักษรช่วยทำให้เกิดมิติด้านความหนา ทำให้ดูมีปริมาตร มีความมั่นคง แข็งแรง การแสดงทิศทางเงาที่ตัวอักษรต้องสัมพันธ์กับทิศทางของแสงที่ตกกระทบบนตัวอักษร ควรพิจารณารูปปร่างเงาที่เกิดขึ้น ว่าสัมพันธ์กับบรรยากาศแวดล้อมเพียงใด โดยเฉพาะด้านความรู้สึก ระยะทาง และตำแหน่งที่ตั้งที่แสดงออกในภาพ

6.ค่าความเข้ม (Value) เป็นค่าความสว่างและความมืดของสี หรือค่าน้ำหนักอ่อนและน้ำหนักแก่ของสี ค่าน้ำหนักอ่อนแก่ของสีช่วยทำให้เกิดแสงเงาในพื้นที่ของภาพ ทำให้พื้นที่มีความรู้สึก มีระยะ และมีมิติ การใช้ค่าความเข้มของสีที่ใกล้เคียงกันจะเกิดความกลมกลืน การใช้ค่าความเข้มของสีที่ตัดกันจะเกิดความขัดแย้ง

7.โปร่งใส (Transparency) ความโปร่งใสช่วยทำให้เกิดความรู้สึก การจัดให้ตัวอักษรวางซ้อนกันในลักษณะโปร่งใสทำให้มองเห็นตัวอักษรของแต่ละข้อความได้ชัดเจนในระดับแตกต่างกันไป ช่วยให้ภาพข้อความมีความรู้สึก ระยะ และมีมิติ

8.พรั่มัว (Blurring) การจัดภาพให้เกิดความพรั่มัวเป็นการมองที่ได้รับจากวิธีของการถ่ายภาพ ความพรั่มัวช่วยทำให้ข้อความมีความรู้สึก มีระยะ และมีการเคลื่อนไหว เป็นมุมมองที่ช่วยให้ความรู้สึกของการเคลื่อนไหวที่ทำให้ตัวอักษรมีชีวิตชีวา ไม่หยุดนิ่งอยู่กับที่

การอ่านออก หรือประจักษภาพ (Legibility)

การอ่านง่าย หรือการอ่านเข้าใจง่าย (Readability) แตกต่างจากการ “การอ่านออก” หรือที่เรียกว่า “ประจักษภาพ” (Legibility) กล่าวคือ การอ่านง่าย หมายถึงความสบายตาของผู้อ่านในการอ่านข้อความที่เกิดจากการนำตัวอักษรมาเรียงต่อกันเป็นข้อความแล้วเข้าใจในเนื้อหาของข้อความนั้นได้อย่างรวดเร็ว โดยไม่ต้องใช้ความพยายามในการเพ่งสายตาเพื่ออ่านจับใจความที่ระยะการอ่านหนังสือปกติ คือประมาณ 12-16 นิ้วจากระดับสายตา ส่วนการอ่านออก หรือประจักษภาพ หมายถึงความสามารถของสมองมนุษย์ในการรับรู้ตัวอักษรปรากฏเห็นเด่นชัดบนหน้ากระดาษและทราบว่าเป็นตัวอักษรอะไร (จันทนา ทองประยูร, 2537 : 38)

กำธร สติรกุล (2515) ได้อธิบายถึงองค์ประกอบในการพิจารณาว่าตัวอักษรใดมีประจักษภาพสูงหรือต่ำนั้นประกอบด้วยปัจจัยที่ต้องพิจารณาหลายประการ ดังนี้

1. ลักษณะรูปร่างของหนังสือแต่ละตัว รูปลักษณะของตัวหนังสือ ต้องเป็นที่พอใจของผู้อ่านหรือจะพูดว่าหนังสือต้องสวย สวยในที่นี้หมายถึง ลักษณะรูปตัวหนังสือต้องมีความสมดุลย์ในความรู้สึกของผู้อ่าน หนังสือตัวหนึ่ง ๆ มีส่วนสูงและส่วนกว้าง ดังนั้นการสมดุลย์ในรูปตัวหนังสือจึงอยู่ที่สัดส่วนของความสูงและความกว้างของตัวหนังสือ มีความสมดุลย์กัน

2. การเอาตัวหนังสือมาประสมกันเป็นคำ เป็นบรรทัด เป็นหน้า จะต้องมีหลักเกณฑ์ถูกต้องทำให้อ่านง่าย

2.1 การประสมกันเป็นคำ ตัวหนังสือทุกตัวจะต้องเข้ากันได้ แบบโครงสร้างอยู่ในพวกเดียวกัน ไม่ใช่บางตัวโยหน้า บางตัวโยหลัง ต้องเป็นตัวที่เข้ากันได้กลมกลืน เส้นหนาเสมอกันตัวขนาดเดียวกัน มีการออกแบบเป็นแบบเดียวกัน มีช่องไฟได้ระยะเหมาะสม ตัวหนังสือที่ออกแบบดี เมื่อเรียงเป็นคำแล้วก็จะเหมาะกับ fixation ของการอ่านด้วย

2.2 ลักษณะการเอาตัวหนังสือมาเรียงเป็นบรรทัด จะต้องกะให้ได้ช่วงบรรทัดพอดี ไม่ยาวเกินไป การอ่านหนังสือในแต่ละบรรทัด เราอ่านโดยการกรอกนัยน์ตาจากมุมซ้ายสุดไปที่ละจังหวะจนไปหมดบรรทัดพอดี เมื่อสายตากรอกไปจนสุดด้านขวาสุด ถ้าหากบรรทัดยาวเกินไป เมื่อเรากรอกลูกตาดำ มาจนถึงด้านขวาสุดของตาแล้วยังไม่จบบรรทัด ผู้อ่านก็ต้องแกว่งศรีษะโดยที่ตาดำคงค้างอยู่มุมขวาสุดของดวงตา ถ้าหากเราอ่านน้อยบรรทัดก็อาจไม่รู้สึกระไร แต่ถ้าอ่านหนังสือมาก การอ่านก็ย่อมไม่สะดวก ผู้อ่านก็อาจวิงเวียนศรีษะ เหน็ดเหนื่อยในการอ่านมาก แต่ถ้าความยาวของบรรทัดพอดีกับช่วงของการกรอกนัยน์ตาของผู้อ่านแล้วก็จะทำให้หนังสือนั้นอ่านได้เร็ว อ่านได้สะดวก

2.3 ลักษณะการเอาบรรทัดมาเรียงกันเป็นหน้า ถ้าเอามาเรียงชิดกันเกินไปก็อ่านได้ยาก ซึ่งมีบ่อยๆที่บางคนกำลังอ่านหนังสืออยู่บรรทัดหนึ่ง อ่านๆไปสายตากลับไปอ่านเอาอีกบรรทัดหนึ่ง ทั้งนี้เพราะการเว้นเนื้อที่ระหว่างบรรทัดไม่พอ

3. Contrast ของรูปตัวหนังสือกับวัตถุที่ใช้เขียนหรือพิมพ์ต้องพอเหมาะ Contrast นี้เกิดจากความหนักเบาของเส้นของตัวหนังสือนั่นเอง จากสีและจากแสงสว่างซึ่งมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันไปทั้งสิ้น Contrast จากเส้น เช่น ตัวหนังสือที่เส้นบาง เช่น พวกตัวบาง ตัวธรรมดา

ที่เส้นหนา เช่น ตัวหนา ย่อมจะให้ความสะดวกในการอ่านต่างกัน การแตกต่างในเรื่องสีปกติ การพิมพ์หนังสือ เราตั้งใจจัดทำหนังสือให้คนอ่านในที่ร่มในเวลากลางวัน ตัวหนังสือควรมีสี contrast พอ เราจึงใช้ตัวอักษรดำพิมพ์บนกระดาษขาวเพื่อให้ได้ Contrast สูงสุดในด้านสี แต่ถ้าหากเอาหนังสือนั้นไปอ่านกลางแจ้งจะอ่านได้ยากเพราะ contrast มากเกินไป เราอาจเปลี่ยนแปลง Contrast ของเส้นตัวหนังสือให้เข้ากับสีที่ใช้พิมพ์หรือเขียนได้ เส้นยิ่งหนายังมี Contrast มาก สีที่เข้มตัดกับพื้นสีอ่อนก็มี contrast มาก contrast สำหรับการอ่านหนังสือนั้น มีขอบเขตต้องพอดี มากไปก็อ่านยาก น้อยไปก็อ่านยาก ทำให้มี legibility ต่ำทั้งสิ้น จะต้องพอดี

4. ปัญหาเรื่องตัวผู้อ่าน

4.1 ด้านสภาพของร่างกาย บุคคลที่มีปัญหาทางสายตา เช่น สายตาสั้น สายตายาว ย่อมต้องการตัวหนังสือลักษณะต่างกันอย่างออกไป เช่น ต้องการตัวหนังสือตัวโตขึ้นกว่าปกติ นอกจากนั้นอาจมีการบอดสีก็ต้องหลีกเลี่ยงการใช้สีนั้นๆ

4.2 สิ่งแวดล้อมในสภาพของการอ่าน ร้อนมากไป เย็นมากไป เสียงรบกวนมากไป ย่อมเป็นสิ่งที่ขัดขวางการอ่าน สภาพสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งที่ทำให้อ่านได้ยาก ทำให้การอ่านออกต่ำในหนังสือบางแบบได้

4.3 วุฒิของผู้อ่าน ทั้งวัยวุฒิและคุณวุฒิ เด็กที่เพิ่งหัดเรียนหนังสือ จะต้องการตัวหนังสือลักษณะตัวโตชัดเจน เด็กที่ยังเรียนชั้นต่ำก็ต้องใช้ตัวหนังสือโตชัดเจน ที่เรียนสูงๆขึ้นไปก็ใช้ตัวเล็กลงไปได้ เช่น ตัว Book Face ตามธรรมดาผู้เรียนชั้นสูงๆชั้นก็อาจใช้ตัวพิมพ์ธรรมดาโดยทั่วไปได้

3.3 ภาพประกอบ (Illustration)

ความหมายของภาพประกอบ

ภาพประกอบ คือ หลักฐานที่จะช่วยอธิบายให้เกิดความเข้าใจในเนื้อหาสาระมากขึ้น ทั้งยังเป็นสิ่งช่วยตกแต่งให้หนังสือดูสวยงาม ภาพประกอบเป็นผลงานการสร้างสรรค์ของศิลปินแต่ละคน อาจจะมีลักษณะเป็นลายเส้น ขาวดำ มีการให้แสงเงาอ่อนแก่หรืออาจใช้สีหลายสีก็ได้ แต่การสร้างสรรค์ผลงานจะต้องมีลักษณะน่าสนใจ ปลุกเร้าความรู้สึกสามารถโน้มน้าวความนึกคิดของผู้อ่าน ทั้งนี้เพื่อให้เกิดอารมณ์ร่วม มีจินตนาการและสนุกกับการอ่าน (Ross, 1963 : 1)

ภาพประกอบ คือ ภาพพิมพ์ประกอบในสิ่งพิมพ์ต่างๆ เพื่อช่วยให้ผู้ที่อ่านเรื่องราวจากตัวหนังสือเข้าใจเรื่องราวได้ดีขึ้น ทำให้สิ่งพิมพ์สวยงามน่าสนใจ (สนั่น ปัทมะทิน, 2520 : 99)

ภาพประกอบ คือ ตัวบอกคุณสมบัติ เล่าเรื่องสิ่งที่ต้องการชี้แนะ บอกเล่าให้รู้กระจ่าง ที่ผู้ดูสามารถดูแล้วรู้เรื่องเข้าใจกระจ่างชัดในทันที เป็นสิ่งสำคัญโน้มน้าวให้ผู้ดูเกิดความรู้สึกตอบสนอง บางกรณีภาพประกอบจะให้ความเข้าใจได้ดีกว่าการพรรณนา (วรรณรัตน์ ตั้งเจริญ, 2539 : 47)

ภาพประกอบ (Illustration) หมายถึงภาพที่สร้างขึ้นเพื่อใช้ประกอบเอกสารหรือหนังสือ โดยมีจุดมุ่งหมายที่ใช้อธิบายขยายความหรือสรุปความตามเนื้อหาสาระจากเอกสาร หรือ ข้อเขียนที่ปรากฏรวมอยู่ในลักษณะที่เป็นนามธรรมให้เป็นรูปธรรม (วิชุนาถ กตัญญูทวีทิพย์, 2540 : 86)

ภาพประกอบโฆษณา ทั้งภาพถ่ายหรือภาพวาด ได้ถูกออกแบบให้ดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน การรวมภาพประกอบโฆษณาเข้ากับองค์ประกอบอื่นๆ สามารถสร้างผลต่อสายตาได้อย่างมาก ซึ่งย่อมส่งผลกระทบมากกว่าการใช้องค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งเพียงลำพัง (Albert C. Book and C. Dennis Schick, 1988 : 65)

ภาพประกอบกล่าวโดยสรุป หมายถึง ภาพประเภทต่างๆที่สร้างขึ้นเพื่อใช้ประกอบในสิ่งพิมพ์ประเภทต่างๆ โดยมีจุดมุ่งหมายในการ อธิบายเนื้อหา ขยายความ หรือสรุปความเนื้อหา เพื่อให้ผู้ดูหรือผู้อ่านตอบสนองต่อเนื้อหาในลักษณะต่างๆ เช่น โน้มน้าวให้เกิดอารมณ์ร่วม มีจินตนาการในการอ่าน อีกทั้งใช้ประดับตกแต่งสิ่งพิมพ์ให้เกิดความสวยงาม น่าสนใจมากยิ่งขึ้น

ความสำคัญของภาพประกอบ

ภาพมีความสำคัญต่อมนุษย์มาตั้งแต่ดึกดำบรรพ์ มนุษย์ใช้ภาพและสัญลักษณ์เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารกันก่อนสื่ออื่นใด ต่อมาเมื่อมนุษย์ได้ประดิษฐ์คิดค้นตัวอักษรขึ้นเพื่อใช้บันทึกความทรงจำ เพื่อใช้แทนคำพูด ตลอดจนถึงใช้ติดต่อสื่อสาร จนบังเกิดประโยชน์แก่มนุษยชาติอย่างมากมายมหาศาลแล้วนั้น ภาพก็ยิ่งมีความสำคัญควบคู่กันมากับตัวอักษร และนับวันความสำคัญของภาพ กับความสำคัญของตัวอักษร ก็จะมีทวีประโยชน์แก่มวลมนุษย์เพิ่มมากขึ้น (ประยูร จรรยาวงศ์, 2510 : 161)

ภาพประกอบมีความสำคัญต่อการเรียนรู้ของมนุษย์มายาวนาน เป็นเครื่องบ่งชี้ถึงศิลปวัฒนธรรม ความเป็นไปของมนุษย์ มีความสำคัญต่อประวัติศาสตร์เกือบทุกด้าน เป็นเสมือนเทปบันทึกอดีต เป็นรากฐานของการสร้างงานอดีตสู่ปัจจุบัน ดังตัวอย่างการเขียนภาพประกอบผนังถ้ำ ตั้งแต่ยุคสมัยหินประวัติศาสตร์ของชาติอียิปต์ กรีก โรมัน และอีกหลายชาติที่มีเรื่องราวให้คนรุ่นหลังได้เรียนรู้จากภาพประกอบเหล่านั้น (วรรณรัตน์ ตั้งเจริญ 2539 : 47)

ภาษาภาพ มีคุณสมบัติในการเผยแพร่ความรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าการสื่อสารชนิดใดๆ ด้วยภาษาภาพนี้ มนุษย์เราสามารถแสดงออกและถ่ายทอดประสบการณ์ของมนุษย์ออกมาในรูปทรงของวัตถุ การสื่อสารด้วยภาพเป็นสากล และมีความเป็นนานาชาติ ภาษาภาพไม่รู้จักข้อจำกัดของถิ่น คำศัพท์หรือไวยากรณ์และแม้คนที่ไม่สามารถอ่านหนังสือก็รับรู้เข้าใจได้เท่ากับคนอ่านหนังสือได้ ภาษาภาพสามารถใช้สื่อความจริง (Facts) แนวคิด (Ideas) ได้กว้างกว่าและลึกกว่าวิธีการสื่อสารอื่นใดเกือบทั้งหมด (ชัยบูรณ์ ศิริธนะวัฒน์, 2535 : 3 อ้างถึงใน เลอสม สถาปิตานนท์, 2540 : 14)

จะเห็นได้ว่า ภาพมีความสำคัญต่อการสื่อสารระหว่างมนุษย์ในทุกยุคทุกสมัยเป็นอย่างยิ่ง เป็นเครื่องมือที่มนุษย์ใช้ถ่ายทอดความรู้จากยุคหนึ่งมาสู่อีกยุคหนึ่ง ทำให้ความรู้ด้านต่างๆที่

ได้รับการถ่ายทอดผ่านทางภาพถูกนำมาประยุกต์ใช้ และพัฒนาเพื่อสร้างประโยชน์ให้กับคนรุ่นหลังได้อย่างมีคุณค่ายิ่ง ภาพประกอบนั้นทำหน้าที่แตกต่างกันออกไปตามวัตถุประสงค์ในการนำไปใช้ ในปัจจุบันภาพประกอบมีบทบาทอย่างยิ่งต่อธุรกิจอุตสาหกรรม โดยเฉพาะในวงการโฆษณา ดังที่ แจ็คเคอลีน (Jacqueline, 1991 : 90) กล่าวว่า โฆษณาประกอบไปด้วยภาพที่ถูกสร้างสรรค์ขึ้นเป็นจำนวนมาก เหตุผลเนื่องมาจากความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ซึ่งขึ้นอยู่กับว่าอุตสาหกรรมนั้น ๆ จะนำเสนอผลิตภัณฑ์ไปสู่สาธารณะอย่างไร ภาพถูกนำเสนอในสิ่งพิมพ์โฆษณา บ่อยครั้งที่ภาพบางประเภทถูกนำเสนอร่วมกับ การจัดเรียงตัวอักษร (typography) ซึ่งแสดงหน้าที่ใช้สอยได้หลายอย่าง เช่น ประกาศความมีอยู่ของตัวผลิตภัณฑ์ สร้างความสนใจและเน้นคุณภาพที่พึงปรารถนา ภาพประกอบเป็นส่วนสำคัญของข่าวสารที่ถูกส่งจากอุตสาหกรรมไปสู่ผู้บริโภค

มนุษย์พบเห็นสิ่งพิมพ์มากมายในชีวิตประจำวัน และในบรรดาส่งพิมพ์ที่มนุษย์พบเห็นเป็นกิจวัตรนั้น ภาพเป็นส่วนประกอบสำคัญที่ปรากฏให้เห็นอยู่เสมอ ภาพสามารถก่อให้เกิดผลกระทบมากมายต่อผู้พบเห็น ไม่ว่าจะเป็นด้านความรู้สึกนึกคิด อารมณ์ ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้พบเห็นด้วยเหตุผลสำคัญหลายประการ กล่าวคือ ประการแรก ภาพมีส่วนช่วยดึงความสนใจจากผู้ดูหรือผู้พบเห็นโดยทั่วไป ประการที่สอง ภาพช่วยอธิบายเนื้อหาและแนวคิดของข้อความที่ปรากฏ และช่วยให้ผู้ดูเกิดความเข้าใจในเนื้อหามากขึ้นและเข้าใจความหมายได้ตรงกัน ประการที่สาม ภาพช่วยเพิ่มคุณค่าและความงามให้สิ่งพิมพ์ ประการที่ห้า ภาพก่อให้เกิดความประทับใจต่อผู้พบเห็นและช่วยให้ผู้ใช้สิ่งพิมพ์จดจำสิ่งพิมพ์ได้ในระยะยาว นอกจากนี้ ภาพยังมีความสำคัญต่อการช่วยพิสูจน์หลักฐาน เพื่อใช้ยืนยันความจริงที่เกิดขึ้น รวมทั้งใช้ในการอ้างอิง และประโยชน์อื่น ๆ อีกมาก ภาพประกอบที่ใช้ในสิ่งพิมพ์มีหลายประเภท เช่น ภาพถ่าย ภาพวาด แผนภูมิ ตารางประกอบ ฯลฯ การรู้จักเลือกใช้ภาพประกอบให้เกิดประโยชน์สูงสุดและสามารถเพิ่มคุณค่าให้สิ่งพิมพ์อย่างมหาศาล (จินทนา ทองประยูร, 2537 : 52)

วัตถุประสงค์ของการใช้ภาพประกอบ

วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์ (2540) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการนำเอาภาพมาใช้สร้างสรรค์ในงานออกแบบกราฟิก ดังนี้

1. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างบุคลิกของสิ่งพิมพ์ ทำให้ผู้ดูหรือผู้อ่านได้รับรู้และยอมรับในรูปแบบ ลักษณะเด่นเฉพาะและส่วนประกอบต่างๆในงานพิมพ์นั้น ๆ
2. เพื่อสร้างความสวยงามทางศิลปะของสิ่งพิมพ์ ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบและนำเสนอภาพ มุ่งที่จะใช้ภาพเพื่อการเสนอเนื้อหา และเน้นการสร้างคุณค่าทางความสวยงามและเป็นการพัฒนาความคิด ความรู้สึก ตลอดจนการก่อให้เกิดความงอกงามในจิตใจ
3. เพื่อดึงดูดความสนใจแก่ผู้พบเห็นและกลุ่มเป้าหมายโดยตรงไม่ว่าจะเป็นรูปแบบภาพการจัดวาง เนื้อหาภายในภาพตลอดจนสีสรรที่ปรากฏ จะเป็นส่วนกระตุ้นให้เกิดความสนใจในสิ่งนั้น ๆ

4. เพื่อให้การนำเสนอข้อมูลเกิดความง่ายในการจดจำ รูปภาพและแนวทางการออกแบบนั้นจะทำให้เกิดความชัดเจนของเนื้อหาสาระมากยิ่งขึ้น ภาพจะทำให้ผู้อ่านเข้าใจสาระง่ายขึ้น บุคลิกของการออกแบบจะช่วยเน้นความทรงจำได้ดียิ่งขึ้น

5. เพื่อปิดบังความด้อยในคุณภาพของวัสดุพิมพ์ อาจจะเป็นเหตุผลของความจำกัดในด้านงบประมาณ หรือความจำกัดอันเนื่องมาจากขีดจำกัดของวัสดุที่มีอยู่ จะเป็นเหตุผลประกอบที่จะทำให้สิ่งพิมพ์นั้นด้อยความน่าสนใจลงไปบ้าง รูปภาพและการออกแบบที่ดีจะช่วยดึงดูดความสนใจและลดความสนใจเกี่ยวกับจุดด้อยลงไปได้บ้าง

6. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อความหมาย การออกแบบและการใช้ภาพที่เหมาะสม จะช่วยให้การสื่อความหมายได้ตรงตามวัตถุประสงค์และเข้าใจได้ง่าย ใช้เวลาน้อย และเพิ่มความชัดเจนของสาระได้มากยิ่งขึ้น

ธัม วศินเกษม และ วันชัย ศิริชนะ(2530) ได้กล่าวถึงบทบาทหน้าที่ของภาพประกอบในสิ่งพิมพ์ ดังนี้

1. เพื่อให้เนื้อหาสาระข่าวสารข้อมูลหรือเรื่องราว
2. เพื่ออธิบาย หรือช่วยอธิบายเรื่องยากให้เข้าใจได้ง่าย
3. เพื่อกระตุ้นให้อ่านรู้อยากเห็น
4. เพื่อให้สะดุดตาและดึงดูดความสนใจ
4. เพื่อตกแต่ง หรือเพิ่มความสวยงามให้กับสิ่งพิมพ์
5. เพื่อให้อารมณ์ บรรยากาศของเนื้อหา หรือของสิ่งพิมพ์นั้น

รูปแบบภาพประกอบ

วรรณรัตน์ ตั้งเจริญ (2539) กล่าวถึงรูปแบบของภาพประกอบ ดังนี้

1. รูปแบบเหมือนจริง (Realistic Style) เป็นรูปแบบที่ต้องการความเป็นธรรมชาติ ความถูกต้อง และบรรยากาศของความเป็นจริงขณะนั้น นิยมใช้กับภาพถ่าย ใช้ภาพเป็นภาพประกอบหน้าปกหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ประกอบหนังสือวิชาการต่างๆ ที่ต้องการความถูกต้อง เพราะต้องการความเข้าใจ ง่ายต่อการรับรู้ของคนทั่วไป
2. รูปแบบดัดแปลงธรรมชาติ (Modulation Style) เป็นรูปแบบที่สร้างขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับเรื่องราว เนื้อหาซึ่งไม่มีในธรรมชาติ เช่น ภาพการ์ตูน ภาพซ้อน (เทคนิคการถ่ายภาพหรือการจัดองค์ประกอบในการเขียนภาพให้ซ้อนกัน)
3. รูปแบบอิสระ (Free Style) เป็นรูปแบบที่ไม่แสดงเรื่องราว เนื้อหา อาจจะเป็นเพียงลวดลาย รูปทรงแปลก หรือต้องการความสวยงามของสีเส้นมากกว่าเนื้อหาเป็นต้น

กำธร สติรกุล (2521) แบ่งภาพประกอบตามวิธีการพิมพ์ เป็น 4 ลักษณะ ดังนี้

1. ภาพลายเส้น เป็นภาพที่มีลักษณะเส้นดำบนพื้นกระดาษขาว หรือเส้นที่แสดงภาพเป็นสีขาวบนพื้นกระดาษสีดำ จะไม่มีส่วนใดในภาพที่เป็นน้ำหนักแสงเงากลางหรือเป็นสีเทา ภาพต้นแบบตามลักษณะนี้สามารถจะนำไปทำต้นแบบแม่พิมพ์ได้โดยไม่ต้องถ่ายแผ่นสกรีน

2. ภาพลายสกรีน คือ ภาพที่แสดงน้ำหนักของแสงและเงาในภาพมีหลายระยะตั้งแต่น้ำหนักเข้ม กลาง และอ่อน จะต้องนำภาพมาถ่ายผ่านสกรีนก่อนทำแม่พิมพ์ ภาพที่พิมพ์ออกมาจะมีแสงและเงา มีสีอ่อนแก่ น้ำหนักต่างๆกันในภาพนั้น เป็นภาพที่พิมพ์ต้นฉบับจากภาพถ่ายภาพเขียนด้วยพู่กัน สีน้ำ สีน้ำมัน เป็นต้น ภาพสกรีนนี้สร้างภาพเหมือนได้มากกว่าวิธีอื่น มักจะเป็นภาพที่มีรายละเอียดมาก

3. ภาพผสมระหว่างลายเส้นและลายสกรีน คือ การสร้างภาพที่มีลายเส้น และ ลายสกรีนปนกัน เช่น การสร้างให้บางส่วนของภาพมีลักษณะเป็นลายเส้น และบางส่วนของภาพเป็นลายสกรีนด้วยในภาพเดียวกัน

4. ภาพสีและภาพสีธรรมชาติ ภาพสีอาจเป็นภาพลายเส้นหรือลายสกรีนก็ได้ โดยการใส่สีประกอบในภาพด้วย ทำให้ภาพน่าดูและเหมือนของจริงยิ่งขึ้น แต่ภาพสีธรรมชาตินั้นเป็นภาพลายสกรีนและอย่างน้อยจะต้องใช้สี 4 สี จึงจะพิมพ์ภาพออกเป็นสีธรรมชาติได้ อย่างไรก็ตามในการพิมพ์ภาพสีที่ต้องการคุณภาพดีมากๆ อาจต้องพิมพ์สีเพิ่มเป็น 5 หรือ 6 สีก็มี สีที่เพิ่มขึ้นเรียกว่าเป็นสีพิเศษ

ประเภทของภาพทางการพิมพ์ (ศิริพงศ์ พยอมแย้ม, 2530 : 82-86)

1. ภาพลายเส้น กำธรสถิรกุล (2515 : 252-253) แบ่งภาพลายเส้น ดังนี้

1.1 การเขียนเป็นเส้นหมึกดำบนกระดาษอาร์ต โดยปกตินิยมด้วยปากกาเขียนแบบ

1.2 การเขียนด้วยพู่กันและหมึกดำ วิธีนี้อาจสร้างน้ำหนัก(Tone)กลางได้ โดยใช้พู่กันทาหมึกแห้งบนผิวกระดาษซึ่งหมึกจะติดบ้างไม่ติดบ้าง

1.3 การเขียนด้วยดินสอบนกระดาษเนื้อหยาบ วิธีนี้จะทำให้เกิดน้ำหนักกลางได้ โดยรอยดินสอจะติดบ้างไม่ติดบ้างในบริเวณน้ำหนักกลาง

1.4 การเขียนบนสแครตช์บอร์ด(Scratch board drawing) กระดาษสแครตช์บอร์ดจะมีผิวที่สามารถขูดขีดให้หลุดออกได้ง่าย ดังนั้น เมื่อนำหมึกดำมาทาให้ทั่วกระดาษ แล้วใช้เครื่องมือปลายแหลมขูดขีดให้เป็นภาพลวดลายบนกระดาษ หมึกก็จะหลุด เป็นสีขาวดูคล้ายกับภาพเนกาตีฟ

1.5 ภาพโปสเตอร์ไรซิง (Posterizing) ใช้ภาพถ่ายที่มีน้ำหนักอ่อน-แก่ ตามธรรมชาติ แต่เมื่อจะถ่ายฟิล์มทำแม่พิมพ์จะถ่ายภาพโดยไม่ใช้แผ่นสกรีนบัง ซึ่งจะทำให้ได้ฟิล์มที่มีน้ำหนักดำจัดตัดกับสีขาว (High contrast) และถือว่าเป็นภาพลายเส้น

1.6 ภาพลายเส้นที่เพิ่มเงา (Benday หรือ Shadetint) ได้แก่ การเขียนภาพลายเส้นด้วยหมึกดำ เช่น ภาพการ์ตูน แล้วตัดแผ่นเงา (Benday) ที่มีลักษณะเป็นจุดหรือเส้นปิดบริเวณที่ต้องการให้เกิดเงาหรือน้ำหนักกลางของภาพ

2. ภาพลายสกรีน การผลิตภาพสกรีนโดยกระบวนการพิมพ์นั้น ต้องใช้ต้นฉบับที่เป็นภาพโทนต่อเนื่อง (Continuous tone) หรือภาพถ่ายขาวดำ ซึ่งประกอบด้วยโทนของภาพหลายโทน เช่น ขาว เทาอ่อน เทาปานกลาง เทาแก่ และดำ บริเวณใดบนภาพโทนต่อเนื่องที่มีความดำมากบริเวณนั้นจะประกอบด้วยชั้นอะตอมของเงินหนามาก ส่วนบริเวณใดที่มีสีเทาอ่อน จะประกอบด้วยชั้นของอะตอมเงินบางๆ ในการผลิตภาพทางการพิมพ์นั้นไม่สามารถที่จะผลิตให้โทนของภาพแตกต่างกัน โดยปล่อยหมึกให้มีความหนามากในบริเวณที่ควรเป็นสีดำ และปล่อยให้หมึกมีความหนาน้อยในบริเวณที่มีสีเทาอ่อนได้ ทั้งนี้เป็นเพราะหมึกจากแม่พิมพ์จะถ่ายทอดไปยังกระดาษทุกบริเวณภาพโดยมีความหนาเท่ากันหมด ดังนั้นในการผลิตภาพพิมพ์ให้ดูเหมือนเป็นภาพโทนต่อเนื่องนั้น จึงจำเป็นต้องถ่ายภาพต้นฉบับซึ่งเป็นภาพโทนต่อเนื่องผ่านคอนแทคสกรีน (Contact screen) ลงบนฟิล์มลิธ (Lith film) คอนแทคสกรีนจะทำหน้าที่เปลี่ยนภาพโทนต่อเนื่อง ให้เป็นภาพซึ่งประกอบด้วยจุดมากมายนับไม่ถ้วนบนฟิล์ม ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางของจุดจะมีขนาดขึ้นอยู่กับปริมาณของแสงที่สะท้อนจากต้นฉบับโทนต่อเนื่องหรือขึ้นอยู่กับความอ่อน-แก่ ของสีดำ (Tone) ของภาพต้นฉบับนั่นเอง เช่นจุดดำที่มีขนาดใหญ่ซึ่งปรากฏบนฟิล์มจะปรากฏตรงกับไฮไลต์ของต้นฉบับ ส่วนจุดดำขนาดเล็กจะตรงบริเวณแฉกตัวของต้นฉบับเมื่อนำฟิล์มเนกาตีฟไปถ่ายทำแม่พิมพ์ (Plate) ก็จะได้ภาพสกรีนโพลีตีฟบนแม่พิมพ์ (ศักดิ์ ศิริพันธ์, 2522 : 3)

3. ภาพลายเส้นผสมสกรีน ในบางกรณีที่ผู้ออกแบบต้องการเน้นภาพให้เด่นเป็นพิเศษ ซึ่งอาจออกแบบให้ภาพต้นฉบับมีทั้งภาพสกรีนและภาพลายเส้น เช่นภาพคนเป็นภาพสกรีน แต่ฉากหลังอาจเป็นภาพลายเส้นก็ได้ วิธีนี้ในการถ่ายฟิล์มเนกาตีฟ จะต้องแยกถ่ายสองครั้ง บริเวณที่เป็นภาพสกรีนจะต้องนำคอนแทคสกรีนมาบังฟิล์ม ส่วนภาพที่เป็นลายเส้นก็ถ่ายโดยไม่ใช้คอนแทคสกรีนมาบัง และนำฟิล์มทั้งสองมาจัดวาง Lay out เพื่อการถ่ายทำแม่พิมพ์ต่อไป

4. ภาพพิมพ์สี หมายถึงการพิมพ์ตั้งแต่สองสีขึ้นไป เพื่อให้ภาพมีความงดงามน่าสนใจยิ่งขึ้นกว่าการพิมพ์สีเดียว ซึ่งจำเป็นต้องใช้แม่พิมพ์หลายชิ้น และทำการพิมพ์หลายครั้ง โดยแม่พิมพ์แต่ละชิ้นจะใช้พิมพ์แต่ละสี มีวิธีการพิมพ์ได้หลายวิธีดังนี้

4.1 การพิมพ์หลายสีที่แต่ละสีไม่มีความสัมพันธ์กัน (Colours unkeyed) ลักษณะการพิมพ์ เช่นนี้ง่ายต่อการทำแม่พิมพ์เนื่องจากสีแต่ละสีไม่ต้องสัมพันธ์ตรงกัน ดังนั้นในการพิมพ์แม้ว่าตำแหน่งสีจะมีการคลาดเคลื่อนกันบ้างก็ไม่เกิดความเสียหาย เช่น การพิมพ์รูปภาพอยู่ข้างบนสีหนึ่งและพิมพ์ตัวหนังสืออีกสีหนึ่งอยู่ข้างล่าง เป็นต้น

4.2 การพิมพ์หลายสีโดยแต่ละสีมีความสัมพันธ์กัน (Colours keyed) หมายถึงการออกแบบให้สีแต่ละสีต้องวางตำแหน่งสัมพันธ์ตรงกัน วิธีนี้การทำแม่พิมพ์ และการพิมพ์จะต้องระมัดระวังให้การพิมพ์แต่ละครั้งตรงตำแหน่งมิฉะนั้นจะคลาดเคลื่อนและเกิดความเสียหายได้

4.3 การพิมพ์ภาพสองสีจากต้นฉบับเดียวกัน หมายถึง การที่ต้องการพิมพ์ให้เกิดสีเหลืองระหว่างสีสองสีจากภาพต้นฉบับเดียวกัน เช่น ต้องการพิมพ์สีแดง กับสีดำ เพื่อต้องการให้สีแดงนั้นมีน้ำหนักที่ดงามขึ้น วิธีนี้จะใช้ภาพต้นฉบับเดียวกันแต่ถ่ายฟิล์มสองครั้ง

โดยแต่ละครั้งจะต้องตั้งองศากรีนให้ต่างกัน เพื่อให้จุดของภาพมีตำแหน่งไม่ซ้ำกัน เช่น พิล์มแรกใช้องศากรีน 45 องศา และฟิล์มที่สองใช้องศากรีน 60 องศา เมื่อนำแม่พิมพ์ทั้งสองมาพิมพ์โดยแม่พิมพ์แรกใช้พิมพ์สีแดง และนำแม่พิมพ์ที่สองพิมพ์ทับด้วยสีดำ เป็นต้น

4.4 การพิมพ์ภาพสกรีนทับสีพื้น วิธีนี้จะช่วยให้ภาพสกรีนนั้นงดงามขึ้นแทนที่จะเป็นภาพขาวดำธรรมดา เหมาะที่จะใช้สร้างจุดเด่นของหน้าหนังสือ เช่นงานโฆษณา เป็นต้น

5. ภาพสอดสีธรรมชาติ การที่ภาพพิมพ์จะปรากฏออกมาดูเหมือนภาพถ่ายตามธรรมชาติได้นั้น จำเป็นจะต้องแยกสีสำหรับสร้างแม่พิมพ์ถึง 4 สี จากภาพต้นฉบับเดียวกัน ได้แก่ สีเหลือง สีแดง สีน้ำเงิน ซึ่งเป็นแม่สีและจำเป็นต้องมีสีดำสำหรับเพิ่มน้ำหนักของภาพให้ชัดเจน เมื่อพิมพ์สีทั้ง 4 ลงไปแล้วจะเกิดการผสมสีจากจุดสกรีนของแต่ละแม่สีซึ่งวางไว้ไม่ตรงกัน ทำให้สามารถผสมสีดวงตาผู้ดูให้เห็นเป็นสีต่างๆได้ตามธรรมชาติ ในการสร้างแม่พิมพ์เพื่อพิมพ์แม่สีแต่ละสีนั้น กระทำจากภาพต้นฉบับอันเดียวกันโดยการแยกสี สมมุติว่า ในภาพต้นฉบับเป็นสีเขียว สีเขียวจะประกอบด้วยสีเหลืองและสีน้ำเงินผสมกัน ดังนั้น บริเวณที่เป็นสีเขียวดังกล่าวจึงย่อมปรากฏอยู่ในแม่พิมพ์ทั้งแม่พิมพ์สีเหลือง และแม่พิมพ์สีน้ำเงิน ในการนี้จำเป็นต้องตั้งองศากรีนให้มีความแตกต่างกัน ซึ่งเมื่อพิมพ์ลงบนกระดาษแล้ว เม็ดสกรีนแต่ละสีจะไม่ทับกันสนิท แต่จะมีการเหลื่อมกันเล็กน้อยเพื่อให้เกิดการผสมสี โดยปกติการตั้งองศากรีนจะเป็นไปดังนี้ สีดำ 45องศา สีน้ำเงิน 105องศา สีแดง 75องศา สีเหลือง 90องศา

เทคนิคในการสร้างภาพประกอบ

ภาพประกอบที่แบ่งตามวิธีการผลิต สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภทใหญ่ๆ ได้แก่

1. ภาพถ่าย หมายถึง ภาพที่ได้จากการถ่ายรูปด้วยกล้อง ภาพถ่ายที่จะนำมาลงพิมพ์ควรจะมีการจัดองค์ประกอบที่ดี การให้แสงเงา ตลอดจนการจัดกรอบภาพที่ดีอันจะทำให้ได้ภาพถ่ายที่มีทั้งคุณลักษณะที่อธิบายเรื่องราว และคุณลักษณะที่จะช่วยตกแต่งสิ่งพิมพ์ให้สวยงามชวนดูยิ่งขึ้น

2. ภาพเขียน หมายถึง ภาพที่เขียนขึ้นด้วยหมึก และสีต่างๆ เป็นรูปลักษณะต่างๆ ตามที่ออกแบบ อาจเป็นภาพเหมือน ภาพพ้อฝัน จินตนาการ ภาพที่เกิดจากการสเกตช์ ภาพการ์ตูน แผนภูมิ แผนสถิติหรือกราฟ แผนที่ แผนที่ ผัง ฯลฯ

3. ภาพปะติด (Collage) หมายถึง การนำภาพ หรือวัสดุสำเร็จรูปเช่นกระดาษสี เศษผ้า วัสดุเหลือใช้ ฯลฯ มาประกอบเข้าด้วยกัน หรืออาจเขียนตกแต่งเพิ่มเติม เพื่อให้เกิดเป็นภาพที่ต้องการ

4. ภาพพิมพ์ หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นจากการทำแบบพิมพ์แล้วนำไปพิมพ์เป็นภาพออกมาด้วยวิธีการต่างๆกัน เช่น ภาพพิมพ์แกะไม้ ภาพพิมพ์ซิลสกรีน ภาพพิมพ์พื้นนูน ภาพพิมพ์พื้นราบ ตลอดจนวิธีการพิมพ์อื่นๆเพื่อสร้างสรรค์เป็นภาพแบบต่างๆเหมือนกับภาพเขียน

ปยุต เงากระจ่าง (2529) แบ่งภาพประกอบตามวิธีการเขียนภาพประกอบ 4 วิธีการด้วยกัน ได้แก่

1. ลักษณะภาพวาดลายเส้น คือ ภาพที่เขียนด้วยพู่กัน ดินสอ ปากกา เน้นลีลาการแสดงออกด้วยเส้นแบบต่างๆ ประกอบกันเป็นภาพ
2. ลักษณะภาพระบายสี อาจใช้แปรงหรือพู่กันเขียนเป็นภาพโดยใช้สีน้ำ สีโปสเตอร์ สีหมึก สีน้ำมัน หรือดินสอสีต่างๆ
3. ภาพปะติด หรือภาพตัดปะ ได้แก่การนำภาพหรือวัสดุสำเร็จรูป เช่น กระดาษสี เศษผ้า ฯลฯ มาประกอบเข้าด้วยกัน และอาจเขียนตกแต่งเพิ่มเติมให้เกิดเป็นภาพที่ต้องการ
4. ภาพประสม คือ ลักษณะการนำเอาวิธีการหลายๆรูปแบบมาสร้างภาพให้เกิดเป็นภาพที่เกิดเป็นแนวทางใหม่ ในภาพอาจเป็นภาพลายเส้นผสมกับการระบายสี หรืออาจจะฉีกหรือ ตัดกระดาษมาปะติดผสมผสานกันไปด้วยตามต้องการ

วรรณรัตน์ ตั้งเจริญ (2539) แบ่งภาพประกอบตามวิธีการผลิตออกเป็น 3 วิธี ได้แก่

1. การสร้างภาพประกอบด้วยการวาดรูปภาพที่จะใช้ประกอบด้วยมือ วิธีนี้เป็นวิธีใช้มาก่อนเป็นการแก้ปัญหาของมนุษย์ที่จะนำภาพประกอบมาใช้อธิบาย หรือบอกในสิ่งที่อยากบอกให้เห็นชัดเจน และขยายความเข้าใจโดยใช้ตัวอักษรมาใช้ร่วม
2. การสร้างภาพประกอบจากการถ่ายรูป ภาพถ่ายสามารถเห็นความเป็นจริงของสิ่งที่ต้องการได้หมดอย่างละเอียดและเป็นธรรมชาติ
3. การสร้างภาพประกอบด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ ในปัจจุบันคอมพิวเตอร์มีบทบาทมาก มีโปรแกรมสำหรับสร้างภาพ มีรูปแบบของโปรแกรมให้เลือกลักษณะภาพประกอบได้หลายโปรแกรม ซึ่งแต่ละโปรแกรมมีลักษณะที่ได้รูปภาพที่ต่างกันออกไป มีทั้งรูปแบบที่ออกแบบสำเร็จแล้ว กับรูปแบบที่ต้องสร้างสรรค์ขึ้นใหม่ มีความใกล้เคียงกับการสร้างภาพประกอบด้วยมือ แต่มีอุปกรณ์ใช้งานได้หลากหลายและสะดวก ภาพประกอบที่สร้างด้วยคอมพิวเตอร์สามารถใช้เทคนิคตัดต่อ ตกแต่งเพิ่มเติมได้ทำให้ได้ภาพประกอบรูปแบบแปลก ทั้งนี้เพราะมีอุปกรณ์การใช้งานเป็นเทคนิคที่ทำให้ได้งานหลากหลาย ภาพประกอบจากคอมพิวเตอร์จะมีลักษณะเหมือนภาพประกอบการตกแต่งภาพประกอบด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์กำลังเป็นที่นิยมแพร่หลายในวงการสิ่งพิมพ์มาก

การสร้างภาพประกอบด้วยคอมพิวเตอร์ สินีนาถ เลิศไพโรวัน (2539 : 46-48) ได้กล่าวว่า ปัจจุบันสิ่งพิมพ์ส่วนใหญ่มักจะนิยมใช้ภาพประกอบที่สร้างสรรค์ด้วยคอมพิวเตอร์ เพื่อลดความรวดเร็วทันใจและสะดวกต่อการพิมพ์แยกสีเพราะสามารถใช้โปรแกรมถ่ายลงเพลตสี่สีได้เลย จะได้ภาพตามที่ต้องการที่เห็นหน้าจอนั้นๆ ภาพประกอบหนังสือพิมพ์ก็ดี ภาพประกอบบทความในนิตยสารก็ดี รวมทั้งสื่อโซเชียลและสิ่งพิมพ์อื่นๆจึงใช้เทคนิคคอมพิวเตอร์มากขึ้น โดยเฉพาะสิ่งพิมพ์ทางธุรกิจ เพื่อสร้างภาพลักษณะที่ทันสมัยแสดงให้เห็นจินตนาการ โดยสร้างมิติได้มากกว่าเทคนิคอื่น ๆภาพประกอบนั้น จะคำนึงถึงภาพลักษณ์ และ กลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก

โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาพประกอบผลงานสิ่งพิมพ์โฆษณา โฆษณานิตยสาร หรือโฆษณาหนังสือพิมพ์ ที่ต้องการนำภาพหยุดผู้พบเห็นด้วยการสอดแทรกความแปลกประหลาดน่าพิศวงเข้าไปให้ค้นหา ปัจจุบันระบบการแต่งภาพด้วย (Photo-Retouching) แบบใช้คอมพิวเตอร์ (Digital Photo-Retouching) ...โดยการเลือกสรรคภาพที่คมชัดมาใช้ในการมาจัดองค์ประกอบให้ตื่นเต้นแล้วแต่งสีเพิ่มเติมให้ภาพแต่ละภาพที่นำมาประกอบเข้าด้วยกันดูกลมกลืน

ลักษณะการใช้ภาพประกอบโฆษณา

Sandra E. Moriarty (1987) อ้างถึงใน ปัจจัย วุฒิประสิทธิ์ (2534) ได้อธิบายภาพที่ใช้ในโฆษณามี 9 ลักษณะ ดังนี้

- 1.ภาพโฆษณาที่แสดงชื่อ ยี่ห้อ ตรา เครื่องหมายการค้า และบรรจุภัณฑ์ของสินค้า (Identification)
- 2.ภาพโฆษณาที่แสดงรายละเอียดของสินค้า (Description) เช่น รูปร่างลักษณะหรือส่วนประกอบต่างๆของสินค้า
- 3.ภาพโฆษณาที่เปรียบเทียบก่อนและหลังการใช้ หรือเปรียบเทียบความแตกต่างกับสินค้าคู่แข่ง (Comparison)
- 4.ภาพโฆษณาที่สาธิตวิธีใช้สินค้า (Demonstration) หรือภาพสินค้าขณะใช้ (Product in Use)
- 5.ภาพโฆษณาที่โยงความสัมพันธ์ระหว่างตัวสินค้ากับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ หรือสถานการณ์บางสถานการณ์ (Association)
- 6.ภาพโฆษณาที่โยงความสัมพันธ์ระหว่างสินค้า กับ บุคคลที่มีชื่อเสียง (Association Using a Celebrity) เช่น ดาราภาพยนตร์ แพทย์ วิศวกร สถาปนิก นักกีฬา ฯลฯ
- 7.ภาพโฆษณาที่ใช้การเปรียบเทียบอุปมาอุปมัย (Metaphor) เช่น ใช้หิมะแสดงความเย็น สีขาวแสดงความสะอาด หรือเครื่องหมายตราชูแสดงความเที่ยงธรรม
- 8.ภาพโฆษณาที่ใช้การเล่าเรื่อง (Storytelling) เช่น สร้างเป็นละครสั้นๆแสดงเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับสินค้า
- 9.ภาพโฆษณาที่เน้นความงามของศิลปะ (Aesthetics) เช่น ใช้ภาพศิลปะ หรือรูปทรงแบบนามธรรมในการสื่อความหมายเกี่ยวกับสินค้า

คุณสมบัติของภาพประกอบที่ดี

ภาพประกอบที่ดีควรจะช่วยขยายความเข้าใจเรื่องได้ สามารถสร้างอารมณ์ของเรื่อง ทำให้เนื้อเรื่องเด่นชัด และ ต้องมีความสอดคล้องกับเนื้อหา (Huck 1979 : 113)

ภาพที่ดีนั้นจะต้องมีการจัดองค์ประกอบที่ดี สื่อความหมายได้ชัดเจน โดยแสดงสีันตามความเป็นจริงและตามธรรมชาติ อีกทั้งภาพที่เสนอนั้นควรมีความตัดกันและมีความชัดเจน (Wittich and Schuller 1973 : 106-110)

มิช และ อีเบอร์แมน (Mich and Eberman, 1954 : 46-47) ได้กำหนดลักษณะของภาพประกอบที่ดีว่าจะต้องมีคุณสมบัติดังนี้

1. คุณสมบัตินในการเล่าเรื่องได้ดี (Story telling Quality) เป็นภาพที่ทำให้ผู้อ่านเข้าใจเรื่องราวได้ดี

2. คุณสมบัตินในการเป็นภาพที่ถ่ายทำได้ดี (Photographic Quality) เป็นเรื่องของเทคนิคการถ่ายภาพที่มีการร่วมมือกับผู้จัดพิมพ์และนักเขียน

3. คุณสมบัตินในการเป็นภาพที่เร้าอารมณ์ผู้อ่าน (Impact Quality) เป็นภาพที่ทำให้ผู้อ่านเกิดอารมณ์ต่างๆได้

6. คุณสมบัตินในการเป็นภาพที่ดูแล้วเข้าใจง่าย (Simplicity Quality)

7. คุณสมบัตินในด้านความสวยงาม (Beauty Quality)

ภาพที่นำมาใช้ในการโฆษณาควรเป็นภาพที่เร้าใจ และสื่อความคิดสร้างสรรค์ได้อย่างแจ่มชัด รวมทั้งสามารถสร้างความจดจำให้แก่ผู้บริโภคได้ด้วย (ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท และ วิหัส อัครสิทธิถาวร, 2538 : 61)

4. การสอนสาขาออกแบบนิเทศศิลป์

4.1 การสอน

ความหมายการสอน

การสอน คือ การจัดประสบการณ์ในชีวิตให้กับนักเรียน การฝึกให้นักเรียนขบคิดปัญหาต่างๆ การให้นักเรียนมีส่วนร่วมในกิจกรรม การแนะแนวทางให้นักเรียนได้ศึกษาและค้นหาความรู้ การฝึกนักเรียนให้สามารถปรับตัวเข้ากับสังคมและสิ่งแวดล้อมได้ การช่วยให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้ และสามารถนำความรู้นั้นไปใช้ในชีวิตประจำวัน การส่งเสริมให้นักเรียนมีการพัฒนาทั้งทางร่างกาย สติปัญญา อารมณ์และสังคมการถ่ายทอดความรู้จากผู้สอนไปสู่ผู้เรียน กระบวนการจัดสิ่งแวดล้อม และ กิจกรรมให้เหมาะแก่การเรียนของนักเรียน กระบวนการขั้นต้นของการให้ความรู้เพื่อให้ผู้เรียนเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ได้เร็วขึ้น และการสอนคือศิลปะของการช่วยให้ผู้อื่นได้เรียนรู้ประกอบด้วยวิธีการให้เนื้อหา สถานการณ์ที่เหมาะสมเงื่อนไขหรือกิจกรรมต่างๆที่จะช่วยให้เกิดการเรียนได้ง่ายขึ้น จากความหมายของการสอนดังกล่าวข้างต้นทำให้สามารถสรุปได้ว่าการเรียนการสอนจะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยองค์ประกอบ 4 ประการ คือ ครูผู้สอน กระบวนการการสอน ผู้เรียน และเนื้อหาการสอน (กาญจนา คุณารักษ์, 2527 : 154-155)

การสอน คือ ถ่ายทอดความรู้ ความคิด และจัดประสบการณ์ โดยรูปแบบต่างๆ เพื่อให้นิสิตนักศึกษาได้พัฒนาสมอง ทักษะคิด อารมณ์ จิตใจ สังคม เตรียมที่จะเป็นพลเมืองที่มีประสิทธิภาพของชาติสืบไป (วัลลภา เทพหัสดิน ณ อยุธยา, 2530 : 58)

วิชัย วงษ์ใหญ่ (2525 : 145) ได้เสนอแนะว่า ผู้สอนจะต้องวางแผนจัดลำดับเนื้อหาให้เป็นหมวดหมู่และเรียงลำดับก่อนหลัง ควรมีเนื้อหาที่ต่อเนื่องกัน และมีกิจกรรมที่จะสามารถนำความรู้จากประสบการณ์หนึ่งไปสัมพันธ์กับประสบการณ์ใหม่ได้ เพื่อความสะดวก

ในการจัดเนื้อหา ควรแบ่งออกเป็นหัวข้อ หรือหน่วยการเรียนรู้ และในแต่ละหน่วยการเรียนรู้ มีหัวข้อย่อยพร้อมทั้งกำหนดเวลาที่จะใช้สอนไว้ ควรให้ผู้เรียนได้รับทราบว่า ในภาคการศึกษาหนึ่งนั้น เขาจะต้องเรียนอะไร ไม่ควรเก็บไว้เป็นความลับเพราะเมื่อผู้เรียนมีโอกาสรู้ตัวล่วงหน้าว่าจะได้เรียนรู้อะไรบ้าง เขาจะได้เตรียมตัวเตรียมใจ ช่วยให้ผู้เรียนเกิดความรู้สึกดีหรืออิน ตื่นตัวที่จะเรียน

องค์ประกอบการสอน

ไพฑูรย์ สีนลารัตน์ (2524) กล่าวว่า การสอนเป็นกระบวนการซึ่งประกอบด้วย องค์ประกอบ 3 องค์ประกอบ ได้แก่

- 1.จุดมุ่งหมาย (Objective)
- 2.การจัดประสบการณ์การเรียนรู้การสอน (Learning Experience)
- 3.การประเมินผล (Evaluation)

กาญจนา คุณารักษ์ (2527 : 155) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของการเรียนการสอนว่ามี องค์ประกอบ 4 องค์ประกอบ คือ ครูผู้สอน กระบวนการการสอน ผู้เรียน และเนื้อหาการสอน

ธวัชชัย ชัยจิรฉายากุล (2527 : 114) กล่าวว่า การสอนจะต้องประกอบด้วยส่วนต่างๆ ที่สำคัญดังนี้

- 1.ครูผู้สอน
- 2.นักเรียน
- 3.เนื้อหาสาระ
- 4.กิจกรรมการสอน
- 5.การเรียนรู้

วิชัย วงษ์ใหญ่ (2537) แบ่งองค์ประกอบการสอนออกเป็น

- 1.จุดประสงค์ของการเรียนการสอน
- 2.เนื้อหาวิชา
- 3.กิจกรรมและประสบการณ์การเรียนรู้ที่จัดขึ้น (ต้องวางแผนว่าจะใช้วิธีการสอนแบบใด และวัสดุการสอนอะไร)
- 4.การประเมินผลการสอน

บุญชม ศรีสะอาด (2537 :44) ได้กล่าวถึงการวางแผนการและเตรียมการสอนสำหรับการสอนในรายวิชาต่างๆโดยทั่วไป ซึ่งบางวิชาจะสอนสัปดาห์ละ 1 ชั่วโมงไปจนสิ้นภาคเรียน หรือบางวิชาสอนทุกวันๆละ 1 ชั่วโมงไปจนสิ้นภาคเรียน ฯลฯ ผู้สอนจะนำหลักสูตรรายวิชามาทำ

การวางแผนและเตรียมการสอน ซึ่งจะทำให้ทราบชัดเจนถึงกำหนดการสอน และแต่ละครั้งที่สอนทราบอย่างชัดเจนว่า

1. จะสอนในเนื้อหาใด
2. จุดประสงค์ของการสอนครั้งนั้นมุ่งให้ผู้เรียนเกิดอะไร
3. ดำเนินการสอนเช่นไร (ใช้วิธีสอนและ/หรือกิจกรรมอะไร)
4. ใช้สื่อการสอนชนิดใด
5. มีวิธีการวัดผลประเมินผลอย่างไร

วัลลภา เทพหัสดิน ณ อยุธยา (2544 :69-70) ได้แบ่งขั้นเตรียมการสอนออกเป็น 5 ประเด็น คือ

1. การกำหนดวัตถุประสงค์
2. การเขียนรายละเอียดของสาระวิชา
3. การเลือกวิธีการสอน
4. การเตรียมสื่อและอุปกรณ์การสอน
5. การเตรียมการประเมินผล

จากคำกล่าวข้างต้น สามารถสรุปเป็นองค์ประกอบของการสอนได้ดังนี้ 1) จุดประสงค์การสอน 2) เนื้อหาวิชา 3) วิธีการสอน 4) สื่อการสอน และ 5) การประเมินผลการสอน

วัตถุประสงค์การสอน

ความหมายของวัตถุประสงค์การสอน

ใจทิพย์ เชื้อรัตนพงษ์ (2539 : 61) กล่าวว่า จุดประสงค์ของการศึกษาในระดับการเรียนการสอน มักนิยมใช้คำว่า “จุดประสงค์การเรียนรู้หรือ จุดประสงค์เชิงพฤติกรรม” (Instructional Objectives or Behavioral Objectives) เป็นผลที่ต้องการให้เกิดขึ้นกับผู้เรียนเพื่อเมื่อเรียนจบหน่วยการเรียนรู้หนึ่งๆ (Units) หรือบทเรียนหนึ่งๆ (Lessons) ในห้องเรียน นิยมเขียนเป็นข้อความในรูปของพฤติกรรมที่สามารถวัดได้อย่างชัดเจน การเขียนหรือกำหนดจุดประสงค์การเรียนรู้มักจะขยายจากจุดประสงค์รายวิชา จุดประสงค์รายวิชา 1 ข้อสามารถครอบคลุมจุดประสงค์การเรียนรู้หลายๆข้อ และจุดประสงค์การเรียนรู้บางข้ออาจพิจารณาขยายจากจุดประสงค์ของรายวิชามากกว่า 1 ข้อก็ได้

ลักษณะของวัตถุประสงค์การสอน

Bloom (1974) ได้แบ่งพฤติกรรมการเรียนรู้เป็น 3 ด้าน ดังนี้

1. พุทธิพิสัย (Cognitive Domain) เป็นพฤติกรรมทางสมอง เน้นความมุ่งหมายด้านสติปัญญาเกี่ยวกับการระลึกได้ หรือจดจำความรู้และพัฒนาความสามารถทางสติปัญญา การใช้ความคิด ความรู้ และการแก้ปัญหา

2. จิตพิสัย (Affective Domain) เป็นพฤติกรรมด้านความรู้สึกทางจิตใจ เน้นความมุ่งหมายด้านจิตใจเกี่ยวกับทัศนคติ ค่านิยม ความสนใจและความซาบซึ้ง เป็นการพัฒนาด้านจิตใจ

3. ทักษะพิสัย (Psychomotor Domain) เป็นพฤติกรรมที่เน้นความมุ่งหมายด้านร่างกาย การแสดงออกทางกาย การปฏิบัติ การเคลื่อนไหว และใช้อวัยวะต่าง ๆ

การกำหนดวัตถุประสงค์การสอน

บุญชม ศรีสะอาด (2537 :30-32) ได้กล่าวถึงข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการกำหนดจุดประสงค์ ดังนี้

1. จุดประสงค์ที่กำหนดไว้ควรเป็นจุดประสงค์ที่มีความเป็นไปได้ และ เป็นสิ่งที่พึงปรารถนา

2. ถ้าครูและผู้วางแผนหลักสูตรไม่มีจุดประสงค์ที่ชัดเจนแล้ว ก็ไม่สามารถใช้ความรู้เกี่ยวกับพื้นฐานของหลักสูตรในการเลือกเนื้อหา อุปกรณ์ หรือกระบวนการ อันจะนำการเรียนรู้ของผู้เรียนไปสู่จุดหมายปลายทางที่ตั้งไว้

3. ผู้สอนเป็นผู้กำหนดจุดประสงค์การเรียนรู้ถ้าผู้เรียนได้มีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าประสงค์โดยวางแผนร่วมกับผู้สอนก็ถือว่าเป็นสิ่งที่ดี แต่ถ้าทำไม่ได้อย่างน้อยที่สุดก็ต้องให้ผู้เรียนยอมรับเป้าประสงค์ มีความเข้าใจชัดเจนถึงความเปลี่ยนแปลงหรือพฤติกรรมที่คาดหวังจะเกิดขึ้นกับผู้เรียน อันเป็นผลมาจากการเรียนวิชานั้น ผู้สอนควรหาเทคนิคในการชี้ให้ผู้เรียนมองเห็นประโยชน์ของบทเรียนและกระหายใคร่จะเรียน

4. การกำหนดจุดประสงค์และจุดหมาย จะต้องพิจารณาจากความต้องการของสังคม คุณลักษณะของผู้เรียน และประโยชน์ของวิชาต่างๆ เมื่อสังคม ผู้เรียน และเนื้อหาความรู้ต่างก็มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ จึงจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงและกำหนดจุดประสงค์ขึ้นใหม่

5. ในการกำหนดจุดประสงค์การเรียนรู้ ควรพิจารณาถึงบูรณาการระหว่างวิชาต่างๆ ด้วย เพราะผู้เรียนจะต้องเรียนหลายวิชา บูรณาการระหว่างวิชาต่างๆ นับว่าเป็นสิ่งที่จำเป็น

6. การกำหนดจุดประสงค์การเรียนรู้ จะต้องกำหนดจุดประสงค์ทั้งชนิดที่สามารถบรรลุผลในช่วงสั้น ในระหว่างที่สอน อันจะเป็นประโยชน์ต่อการประเมินผลเพื่อปรับปรุงการเรียนการสอน และที่จะบรรลุผลในระยะยาวเมื่อสิ้นสุดการเรียนการสอนวิชานั้นๆ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการประเมินผลเพื่อสรุปผลการเรียน

7. การกำหนดจุดประสงค์การเรียนรู้ ควรใช้ภาษาที่ไม่ซับซ้อน มีความแจ่มชัด เข้าใจได้ง่าย สามารถสื่อความหมายได้ตรงกัน ระหว่างที่ครูที่สอนวิชานั้น นักเรียน และผู้ปกครอง เป็นจุดประสงค์ที่ใช้ข้อความเกี่ยวกับพฤติกรรมที่คาดหวังสัมพันธ์กับเนื้อหา

8. ในการกำหนดจุดประสงค์การเรียนรู้ ควรให้สอดคล้องกับจุดประสงค์ของรายวิชา จุดประสงค์ของหมวดวิชา (ถ้ามี) และจุดประสงค์ในระดับสูงขึ้นไป

ใจทิพย์ เชื้อรัตนพงษ์ (2539 : 69-70) กล่าวถึงการกำหนดจุดประสงค์ในระดับกลุ่มวิชาและระดับรายวิชา

1. สอดคล้องกับจุดประสงค์ในระดับอื่นที่สูงกว่าหรือกว้างกว่า
2. สอดคล้องและสนองความต้องการของผู้เรียนและสังคม
3. เหมาะสมกับระดับความสามารถ วัย และ วุฒิภาวะของผู้เรียน
4. ครอบคลุมลักษณะสำคัญๆของการเรียนรู้ทั้ง 3ด้าน ทั้งพุทธิพิสัย, ทักษะพิสัย, จิตพิสัย
5. ใช้ภาษาที่ชัดเจนและกะทัดรัด
6. สามารถนำไปปฏิบัติได้

เนื้อหาสาระ

ความหมายเนื้อหาสาระ

เนื้อหาวิชา หมายถึง ความรู้ที่ดัดแปลงมาจากศาสตร์ต่างๆ (Disciplines) เพื่อให้เหมาะสมกับระดับการศึกษา และเป็นเครื่องมือที่จะช่วยให้ผู้เรียนค้นพบความจริงได้ด้วยตนเอง และสามารถนำสิ่งที่ได้เรียนรู้มาประยุกต์ใช้ในชีวิตและสังคม (ใจทิพย์ เชื้อรัตนพงษ์, 2539 : 78)

ประเภทของเนื้อหาสาระ

สังัด อุทรานันท์ (2528 : 166-169) จัดแบ่งประเภทของเนื้อหาวิชาที่มีความสอดคล้องกันโดยแบ่งเนื้อหาวิชาออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้

1. ข้อเท็จจริงและความรู้ธรรมดา (Factual Information and Verbal Knowledge) เนื้อหาสาระที่จะให้ผู้เรียนได้เรียนนั้นจะต้องประกอบด้วยความรู้ซึ่งอาจจะเป็นข้อเท็จจริง ข้อมูล หรือความรู้ที่ผู้เรียนอาจจะไม่เคยรู้ หรือไม่มีความเข้าใจมาก่อน
2. ความคิดรวบยอดและหลักการ (Concepts and Principles) เป็นความรู้ที่มีความยาก และมีความสลับซับซ้อนมากขึ้นกว่าข้อมูลและข้อเท็จจริงธรรมดา
3. การแก้ปัญหาและความคิดสร้างสรรค์ (Problem Solving and Creativity) เป็นเรื่องของกระบวนการคิด (Process of Thinking) หรือฝึกให้เกิดความสามารถของสติปัญญาหรือปฏิบัติงานต่างๆ
4. ทักษะทางกาย (Skills) เป็นเรื่องของความชำนาญ ความคล่องแคล่ว ว่องไว ทางกาย ในการสอนการใช้ส่วนต่างๆของกล้ามเนื้อของร่างกาย
5. เจตคติและค่านิยม (Attitude and Values) หลักสูตรที่ดีจำเป็นจะต้องมีส่วนของการปลูกฝังอบรมสั่งสอนให้มีเจตคติและค่านิยมในสิ่งที่ดีงามอีกด้วย

เกณฑ์ในการเลือกเนื้อหาสาระ

ทาบ (Taba 1970 : 189) ได้เสนอเกณฑ์ในการเลือกเนื้อหาวิชาไว้ 6 ประการ

1. เชื่อมโยงได้และเป็นแก่นสารของความรู้ในแต่ละวิชา
2. สอดคล้องกับวุฒิภาวะในการเรียนรู้และประสบการณ์ของผู้เรียน

3. สอดคล้องกับความต้องการและความสนใจของผู้เรียน
4. มีความสมดุลระหว่างความกว้างกับความลึก
5. สอดคล้องกับความจริงในสังคม
6. สมองความมุ่งหมายได้หลายประการ

สัจด์ อุทรานันท์ (2527 : 170-172) กล่าวถึงเกณฑ์ในการเลือกเนื้อหาวิชาอาจพิจารณาโดยอาศัยหลักเกณฑ์ 4 ประการ ดังนี้

1. เกณฑ์ความถูกต้อง (Criterion of Validity) คือ สิ่งที่สามารถพิสูจน์ได้หรือเป็นความจริงตามสภาพ
2. เกณฑ์แห่งความสามารถที่จะเรียนรู้ได้ (Criterion of Learnability) เป็นหลักเกณฑ์ที่จะช่วยคัดเลือกเฉพาะความรู้ที่มีความเหมาะสมกับวัยและสามารถของผู้เรียน
3. เกณฑ์แห่งความสำคัญ (Criterion of Significance) ถือว่าเป็นเกณฑ์ที่สำคัญของการเลือกเนื้อหาวิชา โดยทั่วไปจะพบในเนื้อหาวิชาที่สร้างโดยอาศัยข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญในสาขาวิชานั้นๆ
4. เกณฑ์แห่งความสนใจ (Criterion of Interest) หลักเกณฑ์ข้อนี้สืบเนื่องมาจากหลักการเรียนรู้ที่กล่าวว่า ผู้เรียนจะเรียนได้ดีที่สุดถ้าสิ่งที่เรียนนั้นเป็นสิ่งที่ผู้เรียนสนใจ

ไพฑูรย์ สีนลารัตน์ (2524 : 162-163) ได้กล่าวถึงลักษณะของเนื้อหา สามารถพิจารณาได้กว้างๆ คือ

1. เนื้อหาที่จะนำมาสอนควรตรงตามและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ หรือจุดมุ่งหมายของวิชานั้นๆ หรือเสริมให้จุดมุ่งหมายสมบูรณ์ขึ้น
2. เนื้อหาควรกว้างขวาง สมบูรณ์ และครบถ้วนตามที่ควรจะเป็นโดยยึดหลักของวัตถุประสงค์ และลักษณะของวิชาเป็นเกณฑ์ ความรู้ในวิชานั้นควรมีอะไร และควรจะเป็นพื้นฐานของวิชาอื่นๆเพียงไร ผู้สอนต้องคำนึงและจัดให้ครบ ควรถือหลักว่าผู้เรียนควรรู้อะไรมากกว่าผู้สอนรู้ อะไร
3. เนื้อหาวิชาที่นำมาสอนควรมีความถูกต้อง แน่นนอน โดยเฉพาะเนื้อหาที่เป็นข้อมูล ทฤษฎี หรือเป็นหลักการต่างๆควรได้มีการตรวจสอบให้แน่นนอนก่อน ถ้าเนื้อหาใดยังเป็นที่ถกเถียง ยังอยู่ในชั้นอภิปราย ก็ควรจะเสนอแนวคิดเกี่ยวกับเรื่องนั้นๆทุกแง่ทุกมุมให้ผู้เรียนมองเห็นหลายๆทรรศนะประกอบกัน
4. เนื้อหาควรมีความทันสมัย หมายถึง ควรมีข้อคิดความเห็นใหม่ๆ ประกอบด้วย ถ้าเป็นความรู้เชิงประวัติศาสตร์ก็ควรจะหาข้อคิดคำวิจารณ์ใหม่ๆประกอบ ในขณะที่เสนอความคิดใหม่ควรได้เชื่อมต่องานความคิดเก่าอย่างต่อเนื่องกัน
5. ควรมีผลงานวิจัย ค้นคว้าต่างๆมาสนับสนุน ในข้อนี้สืบเนื่องมาจากความทันสมัย แต่แตกต่างกันตรงที่เนื้อหาของงานวิจัย เกิดจากการค้นคว้าที่มีระบบระเบียบ มีการใช้ความพยายามมากพอควร ผู้สอนควรได้ยกมาประกอบเพิ่มเติมให้เนื้อหาที่มีความหมายน่าสนใจขึ้น

6. ถ้าหากเป็นไปได้ควรมีผลการประเมิน หรือวิเคราะห์ ทดสอบความรู้ต่างๆที่จะนำมาสอนว่า อย่างไรใช้ได้ เพราะอะไร ในสภาพอย่างไร เป็นต้น จะทำให้มองเห็นการประยุกต์ความรู้ได้ดีและชัดเจนขึ้น

นี้

อึ้ง บั๋วศรี (2531 : 202-203) ได้เสนอหลักเกณฑ์ในการเลือกเนื้อหาวิชาไว้ดังนี้

1. ต้องมีความสำคัญต่อการเรียนรู้
2. มีความสอดคล้องกับสภาพเป็นจริงในสังคม
3. มีความสมดุลระหว่างความกว้างและความลึกของเนื้อหาวิชา
4. ครอบคลุมวัตถุประสงค์
5. สอดคล้องกับความสามารถในการเรียนรู้และการปรับประสบการณ์ของผู้เรียน
6. ครอบคลุมความรู้หลายๆด้าน

บุญชม ศรีสะอาด (2537 :34-36) ได้กล่าวถึงเกณฑ์ในการเลือกเนื้อหาวิชา ดังนี้

1. ความถูกต้องทันสมัย
2. ความสำคัญ แบ่งออกเป็น
 - 2.1 การอยู่รอด
 - 2.2 การใช้อย่างกว้างขวาง
 - 2.3 การใช้มาก
 - 2.4 การพัฒนาการคิดวิเคราะห์
 - 2.5 การพัฒนาการคิดริเริ่มสร้างสรรค์
3. ความสนใจของผู้เรียน
4. สามารถเรียนรู้ได้

ใจทิพย์ เชื้อรัตนพงษ์ (2539 : 82-83) ได้กล่าวถึงหลักเกณฑ์ในการเลือกเนื้อหาวิชา ทั้งในระดับหลักสูตร ระดับชั้นเรียน และระดับรายวิชา ดังนี้

1. มีความสำคัญต่อการเรียนรู้
2. มีความถูกต้องทันสมัย
3. มีความน่าสนใจ
4. เป็นสิ่งที่เรียนรู้ได้
5. สอดคล้องกับจุดประสงค์
6. เป็นสิ่งที่มีประโยชน์แก่ผู้เรียน
7. เป็นสิ่งที่สามารถจัดให้ผู้เรียนได้

การจัดเนื้อหาสาระ

สัจด์ อุทรานันท์ (2527 : 175) กล่าวถึงแนวทางการจัดเนื้อหาสาระในแต่ละวิชาว่า การจัดเนื้อหาสาระในแต่ละวิชาจำเป็นต้องจัดตามลำดับขั้นตอนความยากง่าย และความต่อเนื่องของความรู้ตามลักษณะธรรมชาติของศาสตร์แขนงนั้นๆ นั่นคือควรคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้ คือ

1. จัดเรียงลำดับจากเนื้อหาสาระที่ง่ายไปหายาก หรือ จากสิ่งที่ไม่ซับซ้อนไปสู่สิ่งที่มีความสลับซับซ้อน
2. จัดให้เรียนส่วนรวมก่อนส่วนย่อย
3. จัดให้เรียนในสิ่งที่เป็รูปธรรมก่อนนามธรรม
4. จัดให้เรียนสิ่งที่เป็พื้นฐานก่อนสิ่งที่เป็ความรู้ขั้นสูง
5. จัดให้เรียนเรียงตามลำดับเวลาให้เห็นความต่อเนื่องกัน จะเป็นจากอดีตมาหาปัจจุบัน หรือเรียงจากปัจจุบันไปหาอดีตก็ได้

บุญชม ศรีสะอาด (2537 :36-41) ได้กล่าวถึงการจัดเนื้อหา ว่าหลังจากเลือกเนื้อหาวิชาแล้ว จะต้องจัดลำดับเนื้อหาเพื่อให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล หลักในการจัดเนื้อหา มีดังนี้

1. จัดลำดับเนื้อหาโดยยึดหลักตรรก (Logic) และทางจิตวิทยา คือ
 - 1.1 จัดตามลำดับจากง่ายไปหายาก
 - 1.2 จัดตามลำดับจากพื้นฐานที่จำเป็น
 - 1.3 จัดตามลำดับจากส่วนรวมไปสู่ส่วนย่อย
 - 1.4 จัดตามลำดับของเหตุการณ์
 - 1.5 จัดตามลำดับจากสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวไปสู่สิ่งที่ไกลตัว
2. จัดเนื้อหาวิชาให้มีความต่อเนื่อง เพื่อให้เอื้อต่อการสะสมความรู้ ในการเรียนรู้จำเป็นต้องมีการสะสมเพื่อให้เกิดความมั่นคงและเพียงพอสำหรับการที่จะเรียนในขั้นต่อไปอย่างสัมฤทธิ์ผล ความต่อเนื่องควรมีทั้งภายในวิชานั้นๆ ระดับชั้นนั้นๆ
3. จัดเนื้อหาวิชาให้มีความสัมพันธ์กัน เพื่อมุ่งให้เกิดบูรณาการของความรู้ และการถ่ายโอนความรู้ จากวิชาหนึ่งไปสู่อีกวิชาหนึ่ง ความสัมพันธ์ในที่นี้หมายถึงความสัมพันธ์ระหว่างวิชา และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นภายในตัวผู้เรียน
 - 3.1 ความสัมพันธ์ระหว่างวิชา อาจจัดเนื้อหาสาระวิชาต่างๆ ให้มีลำดับสัมพันธ์กัน
 - 3.2 ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นภายในตัวผู้เรียน กล่าวคือ ผู้เรียนเข้าใจความสัมพันธ์ของความรู้ที่เรียนกับประสบการณ์ของตนเอง

ใจทิพย์ เชื้อรัตนพงษ์ (2539 : 84-85) ได้กล่าวถึงการจัดลำดับเนื้อหา (Organization of Content) เพื่อให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้อย่างมีคุณภาพ มีแนวทางดังนี้

1. การจัดตามลำดับจากเนื้อหาที่ง่ายไปสู่เนื้อหาที่ยาก

2. การจัดตามความจำเป็นที่ต้องเรียนก่อนหลัง
3. การจัดตามลำดับของกาลเวลา
4. การจัดตามหัวข้อหรือเรื่อง
5. การจัดตามลำดับจากส่วนย่อยไปสู่ส่วนรวม
6. การจัดตามลำดับจากส่วนรวมไปสู่ส่วนย่อย

แหล่งของเนื้อหาสาระ

ไพฑูริย์ สีนลารัตน์ (2524 : 163) ได้กล่าวถึงแหล่งของเนื้อหา ดังนี้ แหล่งของเนื้อหา นั้นมีต่าง ๆ กัน โดยมากอาจารย์ผู้สอนในสาขาวิชาใดก็มักรู้และติดตามแหล่งความรู้ของตนเอง อยู่แล้ว ในที่นี้จะหยิบยกมาประกอบบางประเภท คือ

1. แหล่งที่หนึ่ง ก็คือตำราใหม่ ๆ ในสาขาวิชานั้น ๆ ตำราเป็นแหล่งความรู้ที่สำคัญ และ โดยทั่วไปจะมีพิมพ์ออกมาใหม่ ๆ เสมอ ตำราในที่นี้ครอบคลุมถึงหนังสือเล่มในสาขานั้น ๆ ด้วย ผู้สอนจึงควรติดตามความก้าวหน้าของหนังสือ และตำราในสาขานั้นอยู่เสมอ

2. แหล่งที่สอง คือ วารสารทางวิชาการในสาขานั้น ๆ ซึ่งจะเป็นแหล่งของความรู้ใหม่ ใน แต่ละสาขา เพราะตำราหรือหนังสือนั้นจะมีข้อจำกัดที่ความรู้จะต้องเข้าไปประมาณ 1 ปี แต่วารสารจะเป็นความรู้ใหม่ทันสมัยกว่า ในปัจจุบันวารสารวิชาการต่าง ๆ มีมากและอย่างกว้างขวาง ผู้สอนควรถือเป็นหน้าที่ที่จะติดตามวารสารทางวิชาการอยู่เสมอ

3. แหล่งที่สาม คือ รายงานผลการวิจัยต่าง ๆ ซึ่งสถาบันอุดมศึกษาและสถาบันวิจัย ต่าง ๆ พิมพ์เผยแพร่ออกมาเสมอ ผู้สอนควรตรวจสอบรายงานใหม่ ๆ อยู่เสมอ

4. แหล่งที่สี่ คือ การประชุมสัมมนาทางวิชาการในแต่ละวิชาการและวิชาชีพ จะมี บุคคลและกลุ่มบุคคล หรือสมาคม องค์กร จัดให้มีการประชุมพบปะกันเองเสมอ ๆ และจะมี หัวข้อรายงานความก้าวหน้าทางวิชาการ ข้อค้นพบใหม่ ๆ อยู่เสมอ ผู้สอนควรได้ติดตามเข้าร่วมและ มีส่วนอยู่ด้วย เพื่อจะได้รู้ทันตามพัฒนาการความรู้ในสาขาของตน ถ้าติดตามไม่ได้ก็ควรหา เอกสารหรือรายงานการประชุมมาอ่านเพิ่มเติม

5. แหล่งที่ห้า คือ ตัวบุคคล ผู้รู้ ผู้เชี่ยวชาญ บางคนไม่ชอบหรือไม่ถนัดในการเขียน แต่ ชอบคุย เราอาจหาความรู้จากบุคคลเหล่านี้ได้ หรือบางคนกลับจากการประชุม สัมมนา กลับ จากต่างประเทศย่อมมีความรู้ใหม่ๆ มาเสนอ อาจารย์ผู้สอนควรติดตามบุคคลเหล่านี้อยู่เสมอ

แหล่งดังกล่าวนี้เป็นแหล่งความรู้หลัก แหล่งความรู้อื่นๆ เช่น การมีส่วนร่วมในงานนั้น การท่องเที่ยว การสังเกต การอ่านหนังสือพิมพ์ก็ช่วยผู้สอนได้อย่างมาก นอกจากนี้แล้ว ผู้สอนเองก็ควรถือเป็นหน้าที่ที่จะสร้างความรู้ หรือเป็นแหล่งความรู้ให้กับคนอื่น ๆ ด้วย การคิด พูด เขียน ทำวิจัยและเผยแพร่ผลการวิจัยให้คนอื่น ๆ ได้ใช้ด้วยพร้อมกันไป ความสำคัญจึงอยู่ที่ความ สนใจและความตั้งใจจริงของผู้สอนเป็นประการสำคัญ

วิธีการสอน

ความหมายวิธีการสอน

การสอนเป็นกระบวนการหรือวิธีการ (the means) ที่ประกอบด้วยกิจกรรมการเรียนรู้ และเนื้อหาวิชา ซึ่งจะทำให้ผู้เรียนบรรลุจุดหมายหรือจุดประสงค์ตามที่หลักสูตรได้ระบุไว้ ครูผู้สอนต้องอาศัยหลักสูตรเพื่อช่วยในการสอนโดยศึกษาหลักสูตรให้เข้าใจ แล้วนำไปแปลงเป็นภาคปฏิบัติหรือการสอน เพื่อให้ได้ผลการเรียนรู้ตามที่คาดหวังไว้ (เป็นขั้นการนำหลักสูตรไปใช้) (ใจทิพย์ เชื้อรัตนพงษ์, 2539 : 12)

การสอนจะมีลักษณะดังนี้คือ มีการจัดดำเนินการของผู้สอน เพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ โดยผู้เรียนจะทำกิจกรรมที่อาศัยกระบวนการ (Process) ของสมอง เช่น ฟัง อ่าน พูด เขียน โยงความสัมพันธ์ เปรียบเทียบ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ดังกล่าว ผลการเรียนรู้อาจอยู่ในรูปของความเข้าใจ การคิดวิเคราะห์ การคิดสังเคราะห์ การประเมินผล ฯลฯ การจัดดำเนินการของผู้สอนอาจอยู่ในรูป บรรยาย อธิบาย สาธิต หรือปฏิบัติให้ดู ให้อ่านเนื้อหาสาระ ให้อภิปราย ให้ทำแบบฝึกหัด ให้ศึกษาจากสื่อต่างๆ ฯลฯ (บุญชม ศรีสะอาด, 2537 : 2)

ประเภทของการสอน

กาญจนา คุณารักษ์ (2527 : 180-181) ได้แบ่งการสอนในปัจจุบันออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. การสอนแบบยึดครูเป็นศูนย์กลาง (Teacher-Centeric Pattern) เป็นการสอนที่ครูเป็นผู้มีบทบาทมากที่สุดในการดำเนินกิจกรรม ครูจะเป็นผู้วางแผนและดำเนินการสอนไปตามความต้องการของตน การสอนส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นเนื้อหาวิชาเป็นสำคัญ การสอนในลักษณะนี้นักเรียนจะเกิดการเรียนรู้ได้ดีถ้าครูมีทักษะในการสอนดี เป็นที่น่าสนใจและสามารถเสนอบทเรียนหรืออธิบายเนื้อหาให้นักเรียนเกิดความคิด ความเข้าใจหรือติดตามได้โดยตลอด เช่น การสอนโดยวิธีบรรยาย การสาธิต การตั้งคำถาม หรือการกำหนดกิจกรรมให้นักเรียนทำ

2. การสอนแบบยึดนักเรียนเป็นศูนย์กลาง (Student-Centeric Pattern) เป็นการสอนที่เน้นให้ผู้เรียนมีบทบาทในการทำกิจกรรมมาก ผู้เรียนจะมีประสบการณ์ตรงและสามารถแสวงหาวิธีการเรียนที่เหมาะสมกับตนเองได้ การสอนแบบนี้ยึดถือหลักความพร้อม ความสนใจ ความต้องการ ความแตกต่างระหว่างบุคคลและการลงมือกระทำ หรือการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงของผู้เรียนเป็นหลัก ส่วนครูผู้สอนจะคอยให้ข้อมูล คำแนะนำช่วยเหลือ อำนวยความสะดวก กระตุ้นเสริมแรงและช่วยสรุปให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ได้อย่างถูกต้อง กระฉับกระเฉง รวดเร็วและง่ายขึ้น เช่น การสอนโดยวิธีทดลอง แบบห้องปฏิบัติการ แบบโครงการ แบบรายบุคคล แบบอภิปรายกลุ่มและแบบสัมมนา

วิธีการสอนหลักในระดับอุดมศึกษานั้น มีอยู่ 4 แบบคือ การสอนแบบบรรยาย การสอนแบบอภิปราย การสอนแบบฝึกปฏิบัติ และการสอนให้ศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง (ไพฑูริย์ สันลารัตน์, 2524 : 165)

เกณฑ์การเลือกวิธีการสอน

ไพฑูริย์ สีนสารรัตน์ (2524 : 165) กล่าวถึงหลักในการเลือกวิธีสอนไว้ ดังนี้

1. วิธีสอนนั้นๆเหมาะสมกับตัวผู้สอนมากน้อยเพียงใด ผู้สอนมีความรู้ในด้านใดมีความสนใจด้านไหน มีความรู้ด้านไหน มีความถนัดด้านไหนก็ควรที่จะพยายามใช้แบบนั้นเป็นหลัก ซึ่งไม่ได้หมายความว่าไม่ควรใช้แบบใหม่ๆ แต่ควรพัฒนาแบบใหม่ๆ ที่เหมาะสมกับตนเองมากขึ้น ดังข้อคิดของนักการศึกษาอเมริกันคนหนึ่งว่า วิธีสอนก็เหมือนกับเสื้อผ้าที่เราสวมใส่ จะต้องเหมาะสมกับตัวเรา

2. เหมาะสมกับเนื้อหาวิชาที่สอน ถ้าเป็นเนื้อหาที่เป็นข้อมูลทางทฤษฎี หลักการก็อาจจะใช้การบรรยายได้ ถ้าเป็นเนื้อหาที่ยังเป็นปัญหาข้อถกเถียง คำอภิปรายก็อาจจะใช้การอภิปราย ถ้าต้องการฝึกฝนก็ควรฝึกปฏิบัติ เป็นต้น

3. เหมาะสมกับจุดมุ่งหมายในการสอน ถ้าต้องการให้รู้ก็ควรสอนอย่างหนึ่ง ถ้าต้องการให้เป็นอะไรก็ควรสอนอีกอย่างหนึ่ง การเลือกวิธีสอนจึงควรคำนึงถึงจุดมุ่งหมายในการสอนด้วย

4. เหมาะสมกับจำนวนและลักษณะของผู้เรียน โดยเฉพาะในกลุ่มที่ผู้สอนจะต้องดำเนินการสอน ถ้าผู้เรียนมีจำนวนมากวิธีสอนก็ควรเป็นแบบหนึ่ง ถ้าผู้เรียนมีประสบการณ์มากวิธีสอนก็ควรเป็นอีกอย่างหนึ่ง

5. เหมาะสมกับบทบาทและความสัมพันธ์ระหว่างผู้สอนและผู้เรียน เราต้องการให้ผู้เรียนมีบทบาทมากน้อยแค่ไหน ถ้าบทบาทมากวิธีสอนก็เป็นแบบหนึ่ง ถ้าอีกบทบาทหนึ่งวิธีสอนก็เปลี่ยนไป

บุญชม ศรีสะอาด (2537 :3-4) ได้กล่าวถึงแนวทางการเลือกวิธีสอนมีข้อควรคำนึง ดังนี้

1. ไม่มีเทคนิคหรือวิธีสอนใดวิธีเดียว ที่สามารถให้ผลได้สูงสุดต่อการสอนจุดประสงค์ ทุกจุดประสงค์

2. นักเรียนที่แตกต่างกันจะเรียนได้ดีด้วยวิธีที่แตกต่างกัน และใช้เวลาไม่เท่าเทียมกัน

3. วิธีสอนบางวิธีหรือการผสมผสานของการสอนบางวิธีจะเหมาะสมที่สุดกับเนื้อหาสาระบางเรื่อง

4. การมีจุดประสงค์หลายๆจุดประสงค์ อาจจะต้องใช้วิธีสอนหลายวิธีเพื่อบรรลุจุดประสงค์เหล่านั้นอย่างมีประสิทธิภาพ

5. วิธีสอนต่างๆจะบรรลุได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากต้องอาศัยความสามารถของครูเป็นสำคัญแล้ว ยังขึ้นอยู่กับองค์ประกอบอื่นๆ เช่น อุปกรณ์ เวลา เงิน เป็นต้น

วัลลภา เทพหัสดิน ณ อยุธยา (2544 :23) ได้กล่าวถึงการสอนในระดับอุดมศึกษา ควรยึดหลักดังนี้

1. รู้จักวางแผนการสอน คือ ทำประมวลรายวิชา ทำแผนการสอนรายวัน เพื่อได้เตรียมการสอน วิธีการ และสาระอย่างถูกต้องบริบูรณ์

2. รู้วิธีการสอนหลายแบบและรู้จักเลือกวิธีการสอนให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และสาระของเนื้อหาวิชาที่จะสอน

3. รู้จักผู้เรียน ผู้สอนควรรู้จักผู้เรียนเพื่อทราบภูมิหลังพื้นฐาน ความสนใจและเพื่อสร้างบรรยากาศที่เป็นมิตรต่อกันระหว่างผู้เรียนและผู้สอน

4. รู้จักใช้อุปกรณ์ ผู้สอนควรรู้จักอุปกรณ์ที่จะใช้เป็นเครื่องช่วยทำให้บทเรียนน่าสนใจ

5. รู้จักทรัพยากรมนุษย์ รู้จักแหล่งที่จะเชิญผู้เชี่ยวชาญและผู้ที่มีความรู้ มาเป็นวิทยากรให้ความรู้แก่ศิษย์ของตน

6. รู้จักแหล่งค้นคว้า รู้จักแหล่งที่จะให้ข้อมูลสำหรับนิสิตนักศึกษาค้นคว้า หรือแหล่งที่นิสิตนักศึกษาจะฝึกฝนอาชีพได้

7. รู้จักวิธีประเมินผล การสอนที่ดีควรมีการประเมินผลที่ตรงกับวัตถุประสงค์ที่สอน เพื่อให้ผู้สอนเข้าใจการสอนของตนเองดีขึ้น ผู้ที่สอนแล้วทำให้นิสิตนักศึกษาชอบตลกมาก ควรพิจารณาตนเองว่าอาจจะเป็นผู้สอนที่ใช้ไม่ได้เอาเสียเลย มากกว่าจะเป็นความผิดของผู้เรียน

บุญชม ศรีสะอาด (2537 :41-42) ได้กล่าวถึงรูปแบบการจัดประสบการณ์การเรียนรู้เพื่อมุ่งให้เกิดการเรียนรู้ตามจุดประสงค์จากการใช้เนื้อหาอันเป็นสื่อ แบ่งออกเป็น

1. แบบใช้สื่อทัศนศึกษา เป็นวิธีช่วยให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้โดยใช้สื่อทัศนูปกรณ์ต่างๆช่วย

2. แบบเอกัตภาพ เป็นการจัดการเรียนการสอนเน้นรายบุคคล

3. แบบเรียนด้วยตนเอง เป็นแบบที่มุ่งส่งเสริมให้ผู้เรียนรู้จักแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง ครูเป็นผู้แนะนำอยู่ห่างๆ

4. แบบการใช้การฝึกหัด เป็นแบบที่ต้องให้ผู้เรียนทำการฝึกหัดจนเกิดทักษะ สามารถปฏิบัติได้โดยอัตโนมัติ

5. แบบใช้กิจกรรม เป็นแบบที่มุ่งให้ผู้เรียนได้ปฏิบัติด้วยตนเอง เพื่อเอื้อให้เกิดการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล

6. แบบสืบสวนสอบสวน เป็นแบบที่ให้ผู้เรียนคิดค้นหาคำตอบต่างๆจากการใช้คำถามที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดการสังเกต คิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ ประเมินผล และตัดสินใจ

7. แบบการใช้การแก้ปัญหา เป็นแบบที่เน้นการจัดประสบการณ์ให้ผู้เรียนได้เผชิญกับปัญหา และคิดค้นหาวิธีแก้ปัญหาต่างๆ

สื่อการสอน

ความหมายสื่อการสอน

สื่อการสอน (Instructional Media) หมายถึง สื่อชนิดใดก็ตามไม่ว่าจะเป็นเทปบันทึกเสียง สไลด์ วิทยุ โทรทัศน์ วีดิทัศน์ แผนภูมิ ภาพนิ่ง ฯลฯ ซึ่งบรรจุเนื้อหาเกี่ยวกับการเรียนการสอน สิ่งเหล่านี้เป็นวัสดุอุปกรณ์ทางกายภาพที่นำมาใช้ในเทคโนโลยีการศึกษา เป็นสิ่งที่ใช้เป็นเครื่องมือหรือช่องทางสำหรับการสอนของผู้สอนส่งไปถึงผู้เรียน ทำให้ผู้เรียนสามารถเกิด

การเรียนรู้ตามวัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายที่ผู้สอนวางไว้ได้เป็นอย่างดี (กิดานันท์ มลิทอง, 2543 : 89)

จุดประสงค์การใช้สื่อการสอน

ไพฑูรย์ สินลารัตน์ (2524 : 170) ได้กล่าวถึงจุดประสงค์ที่สำคัญของการเลือกอุปกรณ์ประกอบด้วย 2 ประการ คือ

ประการแรก ใช้อุปกรณ์เพื่อให้ผู้เรียนเรียนรู้ได้ดีขึ้น แบบนี้อุปกรณ์การสอนเป็นของสำคัญจะขาดเสียมิได้ เช่น การฝึกปฏิบัติต้องมีเครื่องมือเครื่องมือ การบรรยายต้องมีไมโครโฟน ถ้ามีคนมากการอภิปรายควรมีเก้าอี้ให้ผู้เรียนเห็นหน้ากันชัดเจนขึ้น เป็นต้น

ประการที่สอง ใช้อุปกรณ์เพื่อให้ผู้เรียนได้สนุกมีชีวิตชีวามากขึ้น แบบนี้แม้ไม่มีอุปกรณ์ก็เรียนได้ แต่จะเรียนไปแห่งๆ แขนๆ แต่ถ้ามีอุปกรณ์มาช่วย เช่น สไลด์ เทป ภาพยนตร์ ภาพโปรเจกเตอร์ประกอบก็จะทำให้การเรียนสนุก น่าสนใจขึ้น

ในการเลือกอุปกรณ์ ผู้สอนควรเลือกใช้ทั้งสองประการ แต่ควรเลือกใช้ให้สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายและเนื้อหาที่วางไว้ อย่าสักแต่ว่ามีอุปกรณ์ก็ใช้ได้ไม่ว่าจะเป็นอุปกรณ์อะไรก็ตาม

ในการสอนศิลปศึกษาสื่อถือได้ว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญเพราะเป็นเสมือนเครื่องมือจำเป็นที่ต้องใช้ประกอบการสอน เพื่อให้การสอนดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ และบรรลุความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ (สันติ คุณประเสริฐ, 2538)

สันติ คุณประเสริฐ (2538) ได้กล่าวถึงประโยชน์ของสื่อการเรียนการสอนศิลปะที่มีต่อผู้สอนและผู้เรียน ดังนี้

1. ด้านผู้สอน

1.1 ช่วยแบ่งเบาภาระในการสอนทั้งด้านแรงงานและเวลา ครูอาจเสียเวลามากน้อยในการจัดทำสื่อครั้งแรก ต่อจากนั้นสามารถนำสื่อไปใช้สอนซ้ำได้อีกหลายครั้งอีกทั้งยังสามารถนำไปปรับปรุง ประยุกต์ใช้ได้อย่างต่อเนื่อง

1.2 ช่วยให้ผู้สอนมีความสนุกสนานเพลิดเพลินไปกับการสอน ผู้สอนสามารถนำสิ่งแปลกใหม่มาสู่ห้องเรียน ทำให้บรรยากาศการเรียนการสอนมีชีวิตชีวา ไม่เกิดความซ้ำซากจำเจอีกต่อไป

1.3 ช่วยผลักดันให้มีความก้าวหน้าทันสมัยทางวิชาการ ตื่นตัวที่จะค้นคว้าเพิ่มเติมอยู่เสมอ เพื่อที่จะนำเอาความรู้และวิธีการใหม่ๆ มาสร้างให้เป็นสื่อการสอนที่มีคุณค่า ปรับปรุงให้มีความถูกต้อง ทันต่อเหตุการณ์และสอดคล้องกับความสนใจผู้เรียน

1.4 ช่วยสร้างความมั่นใจให้เกิดขึ้นกับผู้สอน ผู้สอนสามารถกำหนดบทบาทของตนเองและของผู้เรียนได้แน่นอน โดยใช้สื่อเป็นอุปกรณ์สำคัญในการดำเนินการสอน

1.5 ช่วยให้ผู้สอนนำประสบการณ์ที่แปลกใหม่จากภายนอก เพื่อมาเสนอและถ่ายทอดสู่ชั้นเรียนได้อย่างตรงไปตรงมาและมีประสิทธิภาพ

1.6 ช่วยให้ผู้สอนสามารถสอนสิ่งที่เป็นามธรรมให้ปรากฏเป็นรูปธรรมขึ้นได้
ในเวลาอันรวดเร็ว

2. ด้านผู้เรียน

2.1 ช่วยกระตุ้นให้เกิดความอยากเรียน อยากทดลองปฏิบัติ ทำให้ผู้เรียนตื่น
เต้นสนใจและอยากติดตาม เป็นการท้าทายให้อุบายกรู้อยากเห็นมากขึ้น

2.2 ช่วยให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องในเวลาอันรวดเร็ว ช่วยทำให้สิ่งที่ยุ่งยากซับซ้อน
กลายเป็นสิ่งที่เข้าใจได้ง่ายและเกิดมโนทัศน์ที่ชัดเจน

2.3 ช่วยให้ผู้เรียนเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนการสอนมากขึ้น โดยมี
สื่อเป็นตัวกลางชักนำให้ผู้เรียนอยากมีส่วนร่วม

2.4 ช่วยให้เกิดความสะดวกและประหยัดทั้งเวลาและค่าใช้จ่ายของผู้เรียน ใน
กรณีและผู้สอนนำประสบการณ์จากภายนอกมาเผยแพร่นำเสนอโดยผ่านทางสื่อ ทำให้ผู้เรียนไม่
ต้องเดินทางไปชมด้วยตนเอง

2.5 ช่วยให้ผู้เรียนมีความประทับใจจดจำได้นาน เป็นการเรียนรู้ที่คงทนถาวร

กิดานันท์ มลิทอง (2543 : 98) กล่าวถึง คุณค่าของการใช้สื่อการสอน ดังนี้
สื่อกับผู้เรียน

1. เป็นสิ่งช่วยให้เกิดการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ เพราะช่วยให้ผู้เรียนเกิดความเข้าใจ
เนื้อหาบทเรียนที่ยุ่งยากซับซ้อนได้ง่ายขึ้นในระยะเวลาอันสั้น และสามารถช่วยให้เกิดความ
คิดรวบยอดในเรื่องนั้นๆ ได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว

2. สื่อจะช่วยกระตุ้นและสร้างความสนใจให้กับผู้เรียน ทำให้เกิดความสนุกและไม่รู้สึก
เบื่อหน่ายการเรียน

3. การใช้สื่อจะทำให้ผู้เรียนมีความเข้าใจตรงกันและเกิดประสบการณ์ร่วมกันในวิชาที่
เรียน

4. ช่วยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนการสอนมากขึ้น ทำให้เกิดมนุษย
สัมพันธ์อันดีในระหว่างผู้เรียนด้วยกันเองและกับผู้สอนด้วย

5. ช่วยสร้างเสริมลักษณะที่ดีในการศึกษาค้นคว้าหาความรู้ ช่วยให้ผู้เรียนเกิดความคิด
สร้างสรรค์จากการใช้สื่อเหล่านั้น

6. ช่วยแก้ปัญหาเรื่องของความแตกต่างระหว่างบุคคลลดดยการจัดให้มีการใช้สื่อในการ
ศึกษารายบุคคล

สื่อกับผู้สอน

1. การใช้สื่อวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ประกอบการเรียนการสอน เป็นการช่วยให้บรรยากาศ
ในการสอนน่าสนใจยิ่งขึ้น ทำให้ผู้สอนมีความสุขสนุกสนานในการสอนมากกว่าวิธีการที่เคยใช้การ
บรรยายแต่เพียงอย่างเดียว และเป็นการสร้างความเชื่อมั่นในตัวเองให้เพิ่มขึ้นด้วย

2. สื่อจะช่วยแบ่งเบาภาระของผู้สอนในด้านการเตรียมเนื้อหา เพราะบางครั้งอาจให้ผู้
เรียนศึกษาเนื้อหาจากสื่อได้เอง

3. เป็นการกระตุ้นให้ผู้สอนตื่นตัวอยู่เสมอในการเตรียมและผลิตวัสดุใหม่ๆ เพื่อใช้เป็นสื่อการสอน ตลอดจนคิดค้นเทคนิควิธีการต่างๆ เพื่อให้การเรียนรู้น่าสนใจยิ่งขึ้น

วารินทร์ รัชมีพรหม (2531 : 21-22) กล่าวถึงจุดมุ่งหมายในการใช้สื่อและเทคโนโลยีการสอนมีดังนี้

1. เพื่อสนับสนุนการสอนของผู้สอน การใช้สื่อเพื่อเสริมการสอนของผู้สอนเป็นเรื่องที่เรารู้จักมานาน แต่ครูก็มีบทบาทมากในการที่จะทำให้การใช้สื่อเหล่านั้นมีประสิทธิภาพ เช่น ครูแนะนำเรื่องราวในภาพยนตร์ก่อนฉาย จะทำให้ผู้เรียนรับข้อมูลจากภาพยนตร์มากขึ้น

2. เพื่อผู้เรียนฝึกทักษะและปฏิบัติ มีรูปแบบและลักษณะการถ่ายทอดของสื่อที่ช่วยให้ผู้เรียนได้ฝึกทักษะและปฏิบัติได้ เช่น การเรียนในห้องปฏิบัติการ บทเรียน โปรแกรม เทปเสียง (ช่วยฝึกออกเสียงด้านภาษา)

3. เพื่อช่วยการเรียนแบบสืบค้น สื่อการสอนที่ช่วยในการเรียนแบบค้นพบ หรือสืบค้น (Inquiry Approach)

4. เพื่อช่วยจัดการในการสอน สื่อการสอนจะช่วยให้ผู้เรียนและผู้สอนได้มีความสัมพันธ์กันมากขึ้น ทั้งนี้เพราะผู้สอนจะทำหน้าที่เหมือนผู้จัดการการสอนมากกว่าที่จะเป็นผู้บอกความรู้ และสื่อการสอนจะช่วยให้ผู้สอนมีเวลามากขึ้น ในการที่จะใช้แก้ปัญหาให้ผู้เรียน และให้คำแนะนำต่างๆแก่ผู้เรียน

5. เพื่อช่วยในการสอนแบบเอกัตบุคคล การสอนแบบเอกัตบุคคลนั้นเป็นการสอนที่ออกแบบให้ผู้เรียนได้เรียนไปตามความสนใจ ความสามารถและประสบการณ์ของตนเอง สื่อการสอนประเภทนี้ได้รับการพัฒนาให้รุดหน้าอย่างมาก แต่สื่อการสอนเกือบทั้งหมดก็สามารถนำมาผสมผสานใช้เป็นสื่อการสอนแบบเอกัตบุคคลได้

6. เพื่อการศึกษาพิเศษ สื่อการสอนแบบเอกัตบุคคลดังที่กล่าวมาแล้วนั้น สามารถนำมาใช้เป็นพิเศษกับผู้เรียนที่อยู่ในกลุ่มใหญ่ก็ได้

เกณฑ์การเลือกสื่อการสอน

กิดานันท์ มลิทอง (2543 : 99) ได้กล่าวถึง หลักเกณฑ์ในการเลือกสื่อการสอน ดังนี้ การเลือกสื่อการสอนเพื่อนำมาใช้ประกอบการสอนเพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพนั้นเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง โดยในการเลือกสื่อ ผู้สอนจะต้องตั้งวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรมในการเรียนให้แน่นอนเสียก่อน เพื่อใช้วัตถุประสงค์นั้นเป็นตัวชี้้นำในการเลือกสื่อการสอนที่เหมาะสม นอกจากนี้ยังมีหลักการอื่นๆเพื่อประกอบการพิจารณา คือ

1. สื่อนั้นต้องสัมพันธ์กับเนื้อหาบทเรียนและจุดมุ่งหมายที่จะสอน
2. เลือกสื่อที่มีเนื้อหาถูกต้อง ทันสมัย น่าสนใจ และเป็นสื่อที่จะให้ผลต่อการเรียนการสอนมากที่สุด ช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจเนื้อหาวิชานั้นได้ดีเป็นลำดับขั้นตอน
3. เป็นสื่อที่เหมาะสมกับวัย ระดับชั้น ความรู้ และประสบการณ์ของผู้เรียน
4. สื่อนั้นควรสะดวกในการใช้ มีวิธีใช้ไม่ซับซ้อนยุ่งยากจนเกินไป

5. ต้องเป็นสื่อที่มีคุณภาพเทคนิคการผลิตที่ดี มีความชัดเจนและเป็นจริง
6. มีราคาไม่แพงจนเกินไป หรือถ้าจะผลิตเองควรคุ้มกับเวลาและการลงทุน

การประเมินผลการสอน

ความหมายการประเมินผลการสอน

การวัด คือ การกำหนดค่าเป็นตัวเลขให้แก่สิ่งของหรือเหตุการณ์ตามกฎเกณฑ์เป็นกระบวนการที่บ่งชี้ผลผลิตหรือคุณลักษณะที่วัดได้จากเครื่องมือวัดอย่างมีระบบ (สุลักษณ์ ศรีบุรี, ม.ป.ป.)

การประเมินผล คือ การให้คุณค่าแก่สิ่งต่างๆ ตามมาตรฐานที่ต้องการ โดยอาศัยผลจากการวัดเมื่อวัดได้ค่าเป็นจำนวนเลข หรือ ปริมาณแล้วก็นำมาวิจัยตีราคา (สุลักษณ์ ศรีบุรี, ม.ป.ป.)

จุดประสงค์ของการประเมินผล

พิตร ทองชั้น (2535) กล่าวถึงจุดมุ่งหมายของการวัดผลทางการศึกษาไว้โดยกว้างๆ 3 ประการได้แก่

1. เพื่อทราบว่าผู้เรียนได้บรรลุเป้าหมายทางการศึกษา
2. เพื่อการแก้ไขปรับปรุงการเรียนการสอน
3. เพื่อการประเมินผล

De Francesco (1958) ได้กล่าวถึงจุดมุ่งหมายในการประเมินผลทางศิลปะ ซึ่งสรุปได้ 6 ข้อดังนี้

1. เพื่อทำนายระดับความสำเร็จของการเรียนศิลปศึกษา
2. เพื่อวัดความก้าวหน้าหรือความเจริญงอกงามด้านความคิด การเปลี่ยนแปลง การใช้มือบังคับวัสดุ และความสามารถในการแสดงออกของผู้เรียน
3. เพื่อแสดงให้เห็นความแตกต่างของผู้เรียนและรับรองผลการเรียน
4. เพื่อวินิจฉัยอุปสรรคในการเรียนรู้ของผู้เรียน ทั้งด้านจิตใจ ร่างกาย อารมณ์ ความคิดสร้างสรรค์ และสุนทรียภาพ
5. เพื่อวินิจฉัยข้อบกพร่องของกระบวนการสอน
6. เพื่อหาทางแก้ไขวิธีการสอน และ เป้าหมายของการเรียนการสอน เพื่อช่วยเหลือผู้สอนตามความจำเป็น

ไพฑูริย์ สีนลารัตน์ (2524 : 170-171) ได้กล่าวถึงจุดประสงค์ของการประเมินผล การเรียน ดังนี้

เพื่อตรวจสอบว่าผู้เรียนได้เรียนไปมากน้อยแค่ไหนแล้ว ควรจะเพิ่มเติมอะไร แก้ไข ตอนไหน และปรับปรุงอะไรที่เกี่ยวกับการเรียนการสอนวิชานั้นๆบ้าง การประเมินลักษณะนี้มักเรียกกันว่า เป็นการประเมินผลความก้าวหน้า (Formative Evaluation) เป็นการประเมินเพื่อดูว่าเมื่อสิ้นสุด 1 ภาคการศึกษาไปแล้วผู้เรียนประสบความสำเร็จอยู่ในระดับไหน เช่น การสอบไล่ ประจำภาค ประจำปี เป็นต้น ลักษณะนี้มักเรียกกันในภาษาวัดผลว่า เป็นการประเมินผลรวม (Summative Evaluation)

หลักเกณฑ์ในการประเมินผลการสอน

ใจทิพย์ เชื้อรัตนพงษ์ (2539 : 101-103) ได้กล่าวถึงลักษณะที่ดีของการวัดและประเมินผลการเรียน

1. การวัดและประเมินผลต้องยึดจุดประสงค์เป็นหลัก
2. การวัดผลการเรียนของนักเรียนบางด้าน เช่นด้าน จิตพิสัย ด้านทักษะพิสัย ไม่ควรใช้เครื่องมือเพียงชนิดเดียว เช่น ข้อทดสอบ ควรใช้วิธีการวัดผลวิธีอื่นๆประกอบด้วย เพื่อให้ได้ข้อมูลเพียงพอสำหรับการประเมินผลการเรียน
3. การวัดและประเมินผลการเรียนของนักเรียนควรดำเนินการบ่อยครั้ง อาจจะดำเนินการทั้งก่อนเรียน ระหว่างเรียน และภายหลังการเรียน
4. เครื่องมือที่ใช้วัดผลการเรียนของนักเรียนควรมีการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้เหมาะสมยิ่งขึ้น
5. นักเรียนคนใดมีข้อบกพร่องหรือจุดอ่อน ซึ่งทำให้ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมิน ครูควรหาวิธีการแก้ไขข้อบกพร่องเหล่านั้น เช่น การสอนซ่อมเสริม เป็นต้น
6. ครู ต้องนำผลที่ได้จากการวัดและประเมินผลการเรียนมาเป็นข้อมูลในการปรับปรุงการสอนของครูให้ดีขึ้น
7. ครูควรเตรียมหรือสร้างเครื่องมือวัดผลและตั้งเกณฑ์ไว้ล่วงหน้า และใช้เครื่องมือวัดผลอย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับจุดประสงค์
8. การวัดและประเมินผลการเรียนของนักเรียนบางวิธีควรใช้ภาษาหรือถ้อยคำ และเวลาให้เหมาะสมกับวุฒิภาวะและระดับชั้นของนักเรียน เช่น การสัมภาษณ์หรือการสอบปากเปล่า การใช้ข้อทดสอบ เป็นต้น

วิธีการประเมินผลการสอน

ไพฑูรย์ สีนลารัตน์ (2524 : 171-172) ได้กล่าวถึงวิธีการในการประเมิน ที่ผู้สอนจะต้องพิจารณาว่าจะประเมินผลรวมอย่างเดียวหรือจะประเมินผลแบบก้าวหน้าควบคู่กันไป โดยมีวิธีในการประเมิน ดังนี้

1. การสอบ (สอบย่อย สอบกลางภาค สอบปลายภาค ฯลฯ)
2. ผลงาน (รายงาน โครงงาน ภาพวาด ภาพปั้น ฯลฯ)

3. ความก้าวหน้าส่วนตัว (รายงานปากเปล่า การอภิปราย การมีส่วนร่วมพฤติกรรม การแสดงออกต่างๆ ฯลฯ)
4. ความสนใจ ความสม่ำเสมอ (การเข้าเรียน การชวนช่วยหาความรู้ ฯลฯ)
5. อื่นๆ

จิตทิพย์ เชื้อรัตนพงษ์ (2539 : 98-101) ได้กล่าวถึงวิธีการวัดผลการเรียนว่า การประเมินผลที่ดีควรมีขอบเขตกว้างขวางและใช้วิธีการหลายๆแบบ ทั้งนี้เพื่อให้ครูได้วัดผลอย่างถูกต้อง วิธีการวัดผลการเรียนมีหลายอย่าง แบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. การวัดโดยใช้การทดสอบ เป็นการวัดโดยมีแบบทดสอบ (Test) เป็นเครื่องมือในการวัด แบ่งออกเป็น 3 ชนิด คือ
 - 1.1 แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์
 - 1.2 แบบทดสอบวัดความถนัดและเชาว์ปัญญา
 - 1.3 แบบทดสอบวัดบุคลิกภาพ
2. การวัดโดยไม่ใช้การทดสอบ แบ่งออกเป็น 4 ชนิด คือ
 - 2.1 การสอบถาม เป็นการใช้รายการคำถามที่เตรียมไว้เป็นชุดเพื่อถามในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง แล้วส่งไปให้ผู้ตอบหรือนักเรียนอ่านและเขียนตอบส่งกลับมา มักใช้ถามข้อเท็จจริงและความคิดเห็นต่างๆ (พุทธิพิสัยและจิตพิสัย)
 - 2.2 การสัมภาษณ์ เป็นการพูดคุย สนทนา หรือซักถามกันระหว่างครูกับนักเรียนหนึ่งคนหรือมากกว่าหนึ่งคนขึ้นไป อาจเป็นการสัมภาษณ์แบบเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการก็ได้ และอาจมีการกำหนดคำถามต่างๆ ไว้ล่วงหน้า หรือไม่มีการกำหนดคำถามที่แน่นอน แต่มีประเด็นคำถามกว้างๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางการสัมภาษณ์เท่านั้นก็ได้
 - 2.3 การสังเกต เป็นการใช้ประสาทสัมผัสทั้งห้าศึกษาพฤติกรรมต่างๆของนักเรียนทั้งในและนอกห้องเรียน โดยที่ครูอาจมีส่วนร่วมในกิจกรรมของนักเรียน หรือไม่ได้เข้าไปมีส่วนร่วม
 - 2.4 การวัดผลงาน บางที่เรียกว่าการตรวจผลงาน เป็นการวัดพฤติกรรมการเรียนรู้ของนักเรียนในด้านรูปธรรมมากกว่านามธรรม นักเรียนต้องมีผลงานที่ใช้วัด ส่วนผู้ประเมินหรือผู้ตรวจผลงานต้องตั้งเกณฑ์ในการวัดไว้ล่วงหน้า ซึ่งในแต่ละเกณฑ์อาจมีน้ำหนักเท่ากันหรือไม่เท่ากันก็ได้

การประเมินผลการสอนกับการสอน

จิตทิพย์ เชื้อรัตนพงษ์ (2539 : 97) ได้กล่าวถึงการวัดและประเมินผลการเรียนมีความสัมพันธ์กับการสอนใน 3 ระยะดังนี้

1. ก่อนการสอน
2. ขณะดำเนินการสอน
3. หลังการสอนสิ้นสุดลง

การวัดและประเมินผลมีความสัมพันธ์กับการสอนอย่างมาก ดังจะเห็นได้จากการจัดการเรียนการสอนระดับชั้นเรียนเพื่อให้ผู้เรียนบรรลุจุดประสงค์นั้น ครูผู้สอนควรมีการตรวจสอบโดยวัดและประเมินความรู้ความเข้าใจ และทักษะพื้นฐานของผู้เรียนแต่ละคนก่อนที่จะสอนรายวิชาหรือหน่วยการเรียนรู้ต่างๆ เพื่อตรวจสอบความรู้พื้นฐานของผู้เรียน กล่าวคือ จะได้ทราบว่าความรู้ความสามารถของผู้เรียนในเรื่องใดที่ยังขาดและต้องรีบเสริมให้เกิดขึ้นก่อน หรือความรู้ความสามารถใดที่รู้แล้วจะได้ไม่ต้องเรียนซ้ำ เพื่อจะได้วางแผนและจัดการเรียนการสอนให้เหมาะสมกับผู้เรียนก่อนการสอนจริง ซึ่งจะมีผลทำให้ผู้เรียนสามารถบรรลุจุดประสงค์ได้ดี

อำไพ ติรณสาร (2530) กล่าวถึงการประเมินผลกับการสอนว่า การประเมินผลต้องมีการวัดและการประเมินตั้งแต่ก่อนที่จะสอน ระหว่างการสอนและภายหลังจากการสอน การประเมินก่อนที่จะสอนมีจุดมุ่งหมายเพื่อสำรวจความสนใจ ความพร้อม ความต้องการและทัศนคติการประเมินระหว่างการสอนมีจุดมุ่งหมายเพื่อตรวจสอบกิจกรรม เนื้อหาระยะเวลา ตลอดจนกระทั่งความรู้สึกความกระตือรือร้นทั้งของผู้เรียนและผู้สอนและการปรับตัว การประเมินผลหลังการสอนมีจุดมุ่งหมายเพื่อวัดผล ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการทำ ความคิดสร้างสรรค์และการแสดงออก เป็นต้น

4.2 การออกแบบนิเทศศิลป์

ความหมายของการออกแบบนิเทศศิลป์

เนื่องจากการออกแบบนิเทศศิลป์นั้น ในบางครั้งมีการใช้ศัพท์เรียกแตกต่างกันออกไป เช่นการออกแบบกราฟิก การออกแบบเลขนศิลป์ แต่เนื่องจากคำศัพท์เหล่านี้ล้วนมีความหมายถึงงานออกแบบที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารด้วยตัวอักษรและภาพ สื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายที่รับสารด้วยการมอง ดู อ่าน เพื่อก่อให้เกิดการตอบสนองของกลุ่มเป้าหมายต่อข้อมูลข่าวสารที่สื่อสาร เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ได้วางเอาไว้ ดังนั้นศัพท์เหล่านี้จึงมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันโดยตรงตั้งที่นักการศึกษาด้านการออกแบบนิเทศศิลป์ได้อธิบายความสัมพันธ์ของศัพท์เหล่านี้ไว้ดังนี้

นิยามแห่งความหมายของคำว่า “การออกแบบเลขนศิลป์ (Graphic Design) นั้น มีรากศัพท์มาจากคำว่า Graphic ซึ่งหมายถึงเลขนะหรือรอยเขียน ตัวอักษรหรือลวดลาย คำว่า Graphic เมื่อถูกนำมาใช้ในงานศิลปะประเภทจิตรศิลป์ คือ “Graphic Art” อันหมายถึงศิลปะอย่างหนึ่งซึ่งมุ่งให้เกิดความงามอันเป็นผลจากการใช้เส้น มิใช่ผลจากการใช้สีดังงานจิตรกรรม (Painting) โดยทั่วไปแยกออกได้เป็น 2 ลักษณะคือ ภาพวาดเส้น (Drawing) และ ภาพพิมพ์ (Engraving) แต่เมื่องานด้าน Graphic ถูกนำไปใช้กับงานศิลปะประยุกต์ศิลป์ ซึ่งก็คือ “Graphic Design” จึงมีความหมายว่า “ออกแบบเลขนศิลป์” ซึ่งครอบคลุมถึงการออกแบบที่ถ่ายทอดมโนทัศน์และความคิดออกมาเป็นภาพสัญลักษณ์เพื่อใช้ในการค้า อุตสาหกรรมและบริการ อาทิ เลขนศิลป์ด้านการพิมพ์ (Printing Graphics) เลขนศิลป์ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Graphics) และเลขนศิลป์ด้านภาพยนตร์ วิดีโอ และโทรทัศน์ (Film, Video &

T.V. Graphics) ข้อสำคัญอีกประการหนึ่งก็คือลักษณะของกระบวนการการออกแบบเลขศิลป์ (Graphic Design) ที่มีการศึกษาอยู่ในปัจจุบัน ได้ถูกจัดไว้เป็นส่วนหนึ่งของสาขา “การออกแบบนิเทศศิลป์” (Visual Communication Design) ทั้งนี้เพราะลักษณะของงานออกแบบนิเทศศิลป์ นั้นมีส่วนสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับสายตาและการมองเห็น (Visual) เพื่อประโยชน์ด้านการสื่อสารความหมาย (Communication) ภายใต้หลักทฤษฎีทางการออกแบบ (Design) ดังนั้น จะเห็นได้ว่าโดยแท้จริงแล้ว ประเภทและลักษณะของงานทางด้านการออกแบบเลขศิลป์ ก็คือส่วนหนึ่งของการออกแบบนิเทศศิลป์ดังเหตุผลที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น (ปิยะแสง จันทรวงศ์ไพศาล, 2542 : 44-45)

การออกแบบนิเทศศิลป์ (Visual Communication) คือการออกแบบเพื่อการสื่อสารบนสื่อที่สามารถมองเห็นได้ของมนุษย์ หัวใจสำคัญของการออกแบบนิเทศศิลป์ อยู่ที่การสื่อความหมายอย่างมีประสิทธิภาพ กล่าวคือ 1) สื่อได้อย่างเข้าใจ 2) มองเห็นได้เด่นชัด 3) สร้างสรรค์แปลก น่าสนใจ สะดุดตา และ 4) สวยงาม น่ามอง (สุชาติ เลิศศชาธาร, 2540 : 45)

การออกแบบกราฟิก คือ การออกแบบสิ่งที่ผู้คนเห็นและอ่าน โปสเตอร์, หนังสือ, สัญลักษณ์, ป้ายโฆษณากลางแจ้ง, โฆษณา, การค้า, แผ่นพับ และเว็บไซต์ เหล่านี้คือสิ่งที่นักออกแบบกราฟิกสร้างสรรค์ (Amy E. Arntson, 1998 : 5)

นิเทศศิลป์ เป็นการออกแบบสื่อความหมาย มุ่งเน้นการออกแบบด้านสิ่งพิมพ์ ด้านสิ่งแวดล้อมและด้านภาพยนตร์ โทรทัศน์ วิทยุทัศน์ และปัจจุบันได้รวมถึงการออกแบบบนหน้าจอคอมพิวเตอร์ที่ต้องอาศัยภาพเป็นสื่อหลัก (บุญส่ง อุดมกิจโกศล, 2542 : 119)

ลักษณะของการออกแบบนิเทศศิลป์

การออกแบบเลขศิลป์เป็นงานประเภทประยุกต์ศิลป์ เพราะมีจุดประสงค์ในการสร้างงานขึ้นเพื่อสนองความต้องการด้านประโยชน์ใช้สอย และจัดเป็นงานนิเทศศิลป์เพราะเป็นศิลปะที่มีการสื่อความหมาย แลเห็น และเข้าใจได้ด้วยตา (Visual Communication Arts) ผู้ที่ทำงานออกแบบนิเทศศิลป์ เราเรียกว่า กราฟิกดีไซเนอร์ (Graphic Designers) (อารีญา คลังชำนาญ, 2536 : 36)

การออกแบบนิเทศศิลป์มีขอบข่ายของงานกว้างขวางครอบคลุมถึงการออกแบบเลขศิลป์ทางการพิมพ์ การออกแบบเลขศิลป์ของสิ่งแวดล้อม และการออกแบบเลขศิลป์ของภาพยนตร์และโทรทัศน์ (อารีญา คลังชำนาญ, 2536 : 35)

การออกแบบนิเทศศิลป์ เป็นการออกแบบเกี่ยวกับข่าวสารที่รับรู้ได้ด้วยการอ่านที่มีผลต่อผู้อ่าน นักออกแบบนิเทศศิลป์จะพยายามทำให้ประชาชนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายมีการตอบสนองในทางที่ดีต่อข่าวสารที่ได้รับมากที่สุด พยายามทำให้การสื่อสารทางสายตาบรรลุตามหน้าที่ของสิ่งนั้นๆ นักออกแบบนิเทศศิลป์ต้องทำให้กลุ่มคนจำนวนมากให้ความสนใจเหตุการณ์ เข้าใจสัญลักษณ์หรือการโฆษณา (Gregg Berryman, 1984)

มาโนช กงกะนันท์ (2538) ได้อธิบายลักษณะของงานออกแบบนิเทศศิลป์ทั้ง 3 ด้านไว้ดังนี้

1. การออกแบบเลขศิลป์ทางการพิมพ์ (Graphic Design) เป็นการออกแบบเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์ (Newspaper) นิตยสาร (Magazines) วารสาร (Periodicals) หนังสือ(Books) ภาพโฆษณา (Posters) เครื่องหมายการค้า (Trade marks) สื่อความหมายบนภาชนะ (Packaging) และสิ่งพิมพ์เบ็ดเตล็ด (General Printed Matters)

2. การออกแบบเลขศิลป์ของสิ่งแวดล้อม (Environment Graphics) เป็นการออกแบบเกี่ยวกับที่แสดงสินค้า (Display) นิทรรศการ (Exhibition) ตัวอักษรสัญลักษณ์ของอาคารสถานที่ (Lettering & Sign on Building) เครื่องหมายจราจร และสิ่งที่เกี่ยวข้อง (Traffic Sign) แผ่นป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ (Sign Board) เครื่องหมายและสัญลักษณ์ในที่สาธารณะ (Sign & Symbols in the Public Place)

3. การออกแบบเลขศิลป์ของภาพยนตร์และโทรทัศน์ (Film & TV. Graphics) เป็นการออกแบบเกี่ยวกับ หัวเรื่องภาพยนตร์และโทรทัศน์ (Film & TV. Title) ภาพนิ่งโฆษณาทางโทรทัศน์ (TV. Advertising) ภาพยนตร์โฆษณา (Advertising Film)

ดังนั้นการออกแบบนิเทศศิลป์จึงมีเป้าหมายในทางอุตสาหกรรม ธุรกิจ การค้า การบริการ โฆษณาประชาสัมพันธ์ด้านต่างๆ เน้นการสื่อสารเพื่อการรับรู้ด้วยการอ่านผ่านทางศิลปะในเชิงสัญลักษณ์ ได้แก่ ตัวอักษร และ ภาพ การทำความเข้าใจด้วยตา เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้ข้อมูลในด้านใดด้านหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารนั้นๆ เพื่อผลสัมฤทธิ์ที่ได้ตั้งเอาไว้

การสอนการออกแบบ

การศึกษาทางด้านการออกแบบที่ดี นอกจากจะต้องเริ่มต้นด้วยความรู้ความเข้าใจ และฝึกปฏิบัติให้กว้าง เพื่อปูพื้นฐานความรู้ความคิดและขยายทัศนคติที่ดีแล้ว ยังจำเป็นจะต้องตระหนักถึงการเป็นผู้ใฝ่รู้ใฝ่ศึกษา และปฏิบัติงานออกแบบที่ดีอีกด้วย เพื่อให้การเตรียมตัว และการปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพ และได้ผลสมบูรณ์ตามเป้าหมาย เพราะการออกแบบในปัจจุบันมิใช่การออกแบบเพียงเสนอรูปแบบตามความพึงพอใจของนักออกแบบเท่านั้น แต่การออกแบบยังต้องสัมพันธ์กับประเด็นและปัจจัยอื่นๆอีกหลายอย่าง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของกระบวนการผลิต กลุ่มเป้าหมาย จิตวิทยาผู้บริโภค จิตวิทยาชุมชน การตลาด นักออกแบบที่ดีในปัจจุบันจึงต้องมีความรู้ความคิดที่กว้างด้วย มิใช่เพียงการมีทักษะทางด้าน การออกแบบเท่านั้น นักออกแบบจึงจำเป็นจะต้องมีความพร้อมในอันที่จะเป็นนักออกแบบที่ดี มีการฝึกฝน มีการเตรียมตัว และมีการเรียนรู้อยู่ตลอดเวลา วิรุณ ตั้งเจริญ (2536 : 94) การศึกษาและฝึกปฏิบัติการออกแบบเป็นการศึกษาให้มีความรู้ ความเข้าใจและความสามารถในระดับพื้นฐานการศึกษาทางด้านการออกแบบที่ดี นอกจากจะต้องเริ่มต้นด้วยความรู้ความเข้าใจและฝึกปฏิบัติ ยังจะต้องมีความพร้อมในอันที่จะเป็นนักออกแบบที่ดี มีการฝึกฝน มีการเตรียมตัวและการเรียนรู้ สังเกต นาคไพจิตร (2530 : 242)

นักออกแบบจะต้องใช้ทักษะ หลักการ และเหตุผล ในการเลือกสรรความคิดด้วย และที่สำคัญที่สุดคือการกล้าตัดสินใจเลือกหลักการและความคิดที่ดีที่สุดมาใช้ (ศุภกรณ์ ดิษฐพันธุ์, 2539 : 84) การออกแบบที่มีการกำหนดแนวความคิดในการออกแบบที่เป็นระบบ จะทำให้การทำงานออกแบบสามารถดำเนินงานตามลำดับขั้นอย่างต่อเนื่อง สามารถเลือกและตัดสินใจวิธีแก้ปัญหา เพื่อการออกแบบได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมกับสามารถตรวจสอบความถูกต้องและประเมินคุณภาพได้ (ปิยะชาติ แสงอรุณ, 2538 : 1) การออกแบบทั้งหลายจึงเชื่อกันว่าควรจะได้มีการทดลองปฏิบัติร่างแบบเป็นภาพร่าง จำนวนหลายชิ้น ก่อนที่จะสรุปเลือกชิ้นใดชิ้นหนึ่งที่เราเห็นว่าดีที่สุดมาใช้เป็นงานออกแบบตัวจริง...เมื่อมีการร่างแบบหลายชิ้น ผ่านไปแล้ว การเลือกผลงานชิ้นใดชิ้นหนึ่งขึ้นเป็นงานออกแบบตัวจริง ก็เป็นความสำคัญอีกชิ้นหนึ่ง ซึ่งการร่างแบบหลายชิ้นและการเลือกชิ้นใดชิ้นหนึ่งเป็นการยอมรับว่า งานจำนวนมากย่อมทำให้เกิดการเปรียบเทียบ และได้งานที่ดีกว่าเป็นการเปรียบเทียบทั้งความงาม และความเหมาะสมด้านอื่นๆไปพร้อมกัน (วิรุณ ตั้งเจริญ, 2527 : 127) สำหรับงานออกแบบ คุณค่าของงานจะอยู่ที่ปัจจัย 3 ประการ คือ ความสามารถในการสนองประโยชน์ใช้สอยตามหน้าที่ได้อย่างครบถ้วน ความงามของรูปทรงและความถูกต้องเหมาะสมในการใช้วัสดุและกรรมวิธีการผลิต (นวลน้อย บุญวงษ์, 2539 : 28)

จากคำกล่าวข้างต้นแสดงให้เห็นว่า การสอนการออกแบบควรเน้นให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจ ทั้งทฤษฎี และปฏิบัติ รวมทั้งความเข้าใจต่อบริการต่างๆที่ส่งผลต่อการออกแบบ เช่น ประโยชน์ใช้สอย ความงาม แนวคิดในการออกแบบ กระบวนการออกแบบ กลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น

4.3 การสอนการออกแบบนิเทศศิลป์

ในการสอนสาขาออกแบบนิเทศศิลป์ เน้นการออกแบบเพื่อการเผยแพร่ข่าวสาร ไปสู่กลุ่มเป้าหมายให้เกิดการรับรู้และตอบสนอง อันจะทำให้เกิดผลสัมฤทธิ์ของการสื่อสารนั้น โดยนักออกแบบจะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ในหลายด้าน มีความสามารถในเชิงทักษะ การแก้ปัญหา การตัดสินใจ ในการเลือกแนวคิด และ ผลงานที่ดีที่สุด จากแบบร่างในขั้นตอนต่างๆ เพื่อให้เกิดผลในด้านประโยชน์ใช้สอย ความงาม และความถูกต้องในกระบวนการผลิต การที่จะสามารถผลิตบัณฑิตด้านการออกแบบที่มีความรู้ความสามารถในด้านต่างๆนั้น เนื้อหาวิชามีส่วนส่งเสริมความรู้ความเข้าใจของผู้เรียนเป็นอย่างมาก อันจะเป็นพื้นฐานของการออกแบบที่มีขั้นตอน หลักการแนวคิด และเหตุผลที่ถูกต้องเหมาะสมกับการออกแบบนั้นๆ

การออกแบบนิเทศศิลป์ที่ได้ผลนอกจากต้องศึกษาถึงพฤติกรรมของมนุษย์หรือผู้รับรู้อแล้ว นักออกแบบต้องเข้าใจสื่อในงานนิเทศศิลป์แต่ละชนิดด้วย เช่น สื่อโฆษณาประเภทสิ่งพิมพ์ นิตยสาร (Magazine) นักออกแบบก็ต้องศึกษาว่านิตยสารฉบับดังกล่าวที่จะลงโฆษณานี้ผู้อ่านเป็นกลุ่มที่สนใจสิ่งที่เราโฆษณาหรือไม่ นอกจากนี้นักออกแบบต้องรู้กระบวนการผลิตกระบวนการทำงานของสื่อที่ใช้โฆษณาด้วย โดยเฉพาะเทคโนโลยีใหม่ๆความก้าวหน้าของวัสดุอุปกรณ์ (บุญส่ง อุดมกิจโกศล, 2542 : 117)

ในการเรียนการสอนทางวิชาชีพนิเทศศิลป์โดยภาพรวม จะเน้นการออกแบบเกี่ยวกับข่าวสารที่รับรู้ด้วยการอ่านหรือการมองเห็น ออกแบบนิเทศศิลป์จะพยายามทำให้ประชาชนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายมีการตอบสนองในทางที่ดีต่อข่าวสารที่ได้รับมากที่สุด นักออกแบบนิเทศศิลป์จะต้องมีความรู้ในหลายด้านเพื่อจะถ่ายทอดผลงานออกมาเป็นงานที่มองเห็นได้โดยนำเทคนิคต่างๆ ที่ตนถนัดมารวมกัน เพื่อให้การออกแบบบรรลุตามวัตถุประสงค์ของงาน รวมทั้งยังต้องมีความเหมาะสมง่ายและประหยัดค่าใช้จ่ายและเวลาเป็นส่วนประกอบที่สำคัญ (สิตางค์เจนวินิจฉัย, 2540 : 30)

เป้าหมายของวัสดุทางการออกแบบกราฟิก คือ สื่อสารแนวความคิด เสนอข้อมูลข่าวสาร การสื่อด้วยภาพ และความงามตามแนวทางสุนทรียศาสตร์ งานออกแบบทั้งหมดมีเป้าหมายเฉพาะเจาะจงเพื่อการขายหรือประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการ และในปัจจุบันอุตสาหกรรมพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว เพราะการแข่งขันในอุตสาหกรรมการค้าและธุรกิจบริการที่มีเพิ่มสูงขึ้น (Alan Swann, 1987 : 63)

จากคำกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่าการสอนการออกแบบนิเทศศิลป์นั้น ควรเน้นให้ผู้เรียนเข้าใจถึงการสื่อสารข้อมูลผ่านทางกรออกแบบ เพื่อการอ่าน การมองเห็น และส่งผลต่อการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายในการสร้างผลการตอบสนองข้อมูล ข่าวสารนั้นๆ

แนวความคิดในการออกแบบ

นักออกแบบ (Designer) ซึ่งเป็นผู้ที่จะเสนอแนวความคิด (Concept) รูปแบบ (Form) กรรมวิธีหรือเทคนิค (Technique) ในการสร้างผลงานให้เกิดความสวยงาม (Beauty) และประโยชน์ใช้สอย (Function) สำหรับงานนั้นๆ โดยอาศัยหลักและทฤษฎีต่างๆ ที่ได้เล่าเรียนมาเข้าไปเป็นส่วนประกอบในการออกแบบอย่างมีเหตุมีผล (มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2527)

แนวความคิดในการออกแบบเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการออกแบบที่มีความสำคัญเป็นจุดเริ่มต้นของการออกแบบ นำไปสู่การสร้างสรรคสิ่งใหม่ แนวความคิดในการออกแบบที่มีระบบของการคิดจะเป็นการสร้างสรรคที่ได้พิจารณาจากการวิเคราะห์ข้อมูลปัญหา และสังเคราะห์ประมวลเข้ากับความคิดที่เป็นอิสระที่มีความรู้และประสบการณ์จะมีความแตกต่างจากความคิดที่อิงปรัชญาประจำตัวของผู้ออกแบบ มีลักษณะเป็นอุดมการณ์ มีความเฉพาะของตนเองสูง ซึ่งอาจจะไม่สอดคล้องเหมาะสมกับปัญหาของการออกแบบ และความต้องการของผู้บริโภคได้ แต่แนวคิดเชิงปรัชญาเฉพาะตนนี้จะมีคุณค่าที่เป็นความคิดล่วงหน้า (Perception) ได้เป็นอย่างดี (อารี สุทธิพันธ์, 2527)

กระบวนการออกแบบ

กระบวนการออกแบบ (Design Process) คือ กระบวนการขั้นตอนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกรออกแบบเริ่มตั้งแต่การศึกษาปัญหา กรรมวิธี ผลผลิต และการประเมินผลเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ตรงตามจุดมุ่งหมายอย่างมีคุณภาพ ทั้งในแนวทางของการสร้างสรรค์และการพิจารณาเพื่อปรับปรุงคุณภาพ รูปแบบ หรือวิธีการของการทำงานออกแบบเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ตรงตามวัตถุประสงค์

ประสงค์ที่สมบูรณ์ หรือมีประสิทธิผลสูงสุดและในกระบวนการจะเป็นการค้นหาปัญหาและวิธีการแก้ปัญหา เพื่อให้ได้หนทางที่จะทำงานให้ได้ผล ดังนั้นกระบวนการออกแบบคือ กระบวนการของการแก้ปัญหาที่ตนเอง และการแก้ปัญหาในทางออกแบบจะเป็นไปในลักษณะของการสร้างสรรค์หรือการพัฒนา (สังเขต นาคไพจิตร, 2530)

ปิยะชาติ แสงอรุณ (2531) ได้อธิบายขั้นตอนของกระบวนการออกแบบ ดังนี้

1. ขั้นการกำหนดปัญหา (Problem Identification) เป็นขั้นตอนการเริ่มต้นตั้งแต่
 - 1.1 ตั้งวัตถุประสงค์และกำหนดขอบเขตของการออกแบบ
 - 1.2 ศึกษาปัญหาและความเป็นไปได้ในวัตถุประสงค์ที่สัมพันธ์กับปัญหา
 - 1.3 เก็บรวบรวมข้อมูลและการสังเกต
 - 1.4 วิเคราะห์ข้อมูลของปัญหาและแจกแจงลำดับข้อมูล
 - 1.5 ตั้งเกณฑ์การประเมินผล
2. ขั้นการเสนอทางแก้ปัญหา (Proposal of Solution) เป็นขั้นตอนของการออกแบบ โดยเริ่มจาก
 - 2.1 ตั้งสมมุติฐานการแก้ปัญหาที่คาดหวัง
 - 2.2 ศึกษาแนวทางการแก้ปัญหาหลายๆแนวทาง
 - 2.3 กระบวนการเลือก การตัดสินใจ การทดลอง การทดสอบ
 - 2.4 การดำเนินงานเขียนแบบรายละเอียด การทำหุ่นจำลอง
 - 2.5 วิเคราะห์ประเมินเปรียบเทียบเพื่อปรับปรุงพัฒนา
3. ขั้นการทดสอบและประเมินผล (Test Evaluation) เป็นการประเมินผลประสิทธิภาพของผลงานออกแบบว่าตรงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในระดับใด
 - 3.1 การทดสอบผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง
 - 3.2 ปรับปรุงแก้ไขแนวทางในการแก้ปัญหา
 - 3.3 วิเคราะห์ความสัมพันธ์กับเกณฑ์ที่กำหนดไว้เบื้องต้น
 - 3.4 ผลงานที่สมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์

Hanks K., Belliston L. and Edward D., ได้กล่าวถึงกระบวนการออกแบบมีขั้นตอนดังนี้

1. การพิสูจน์ปัญหา กระบวนการออกแบบในขั้นตอนนี้ เป็นการพิสูจน์ความต้องการในการออกแบบ และเกณฑ์ที่นำไปสู่การกำหนดความต้องการและขอบเขตของปัญหา เป็นการรวบรวมและนำเสนอข้อมูลที่มีประโยชน์
2. ความคิดเบื้องต้น เป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุดของกระบวนการออกแบบ ต้องเข้าใจปัญหาเพื่อทำให้เกิดความคิดในการแก้ปัญหา ความคิดเหล่านี้เริ่มโดยการเรียนรู้ถึงขั้นตอนการสร้างสรรค์ เช่น การระดมความคิด การสืบเสาะ การสำรวจ หรือการถาม-ตอบ การประชุมปรึกษาหารือก็เป็นการช่วยกระตุ้นกระบวนการคิด

3. กลั่นกรองการออกแบบ ในขั้นนี้ความคิดจะถูกตรวจสอบอย่างถี่ถ้วน ซึ่งอาจยอมรับหรือปฏิเสธก็ได้ การตัดสินใจเบื้องต้นมีผลกระทบต่อจำนวนชิ้นงานที่เหลือ ความคิดหลายๆความคิดจะถูกตรวจสอบ หรืออาจถูกทิ้งไปในระหว่างการเปรียบเทียบหาแนวทางการแก้ปัญหา

4. การวิเคราะห์ เป็นการประเมินอย่างถี่ถ้วนและพิจารณาความเป็นไปได้ของความคิดในการแก้ปัญหา เมื่อความคิดที่ออกแบบไว้ใช้ได้แล้ว ก็นำมาทำเป็นแบบจำลองเพื่อการสังเกต เมื่อทำเป็นตัวอย่างขึ้นมาแล้วก็จะมีการวิเคราะห์ถึงปัญหาในการผลิตจริง การทำวิจัยตลาดและผู้บริโภค

5. การตัดสินใจ การวิเคราะห์การแก้ปัญหาคือการออกแบบจะเป็นประโยชน์ในขั้นตอนนี้ และการตัดสินใจจะอยู่บนพื้นฐานการทดลองให้เห็นว่าได้ผล การออกแบบที่ถูกปฏิเสธต้องกลับไปเริ่มที่กระบวนการใหม่ การตัดสินใจในขั้นนี้ทำให้รู้ว่า ความคิดในการออกแบบได้รับการยอมรับให้ดำเนินการต่อไปจนสำเร็จ หรือต้องทำการปรับปรุง แก้ไข

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในประเทศ

อำไพ จันทร์จิระ (2515) ทำการวิจัยเรื่อง ประวัติและวิวัฒนาการของการพิมพ์หนังสือในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ประเทศไทยเริ่มมีการพิมพ์หนังสือตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา แต่เป็นการพิมพ์โดยใช้อักษรโรมัน ต่อมาในรัชสมัยรัชกาลที่ 3 ได้มีการพิมพ์ด้วยตัวอักษรไทย ดำเนินการโดยพวกมิชชันนารี หมอบรัดเลย์ได้เป็นผู้เริ่มพิมพ์หนังสือซึ่งหนักไปทางวิชาการและวรรณคดีต่างๆ ซึ่งเป็นหนังสือปกแข็ง แต่ส่วนใหญ่พิมพ์เพื่อการค้า ในปัจจุบันการพิมพ์หนังสือของไทยเจริญก้าวหน้าทั้งในด้านเทคนิคและอุปกรณ์การพิมพ์ แต่มีปัญหาที่สำคัญ คือเรื่องมาตรฐานของตัวพิมพ์ไม่ได้มาตรฐาน ช่างเรียงไม่มีความรู้ดีพอ และไม่ได้รับการส่งเสริมจากรัฐบาลเท่าที่ควร ผู้วิจัยเสนอแนะว่า ควรแก้ไขการออกแบบตัวอักษรพิมพ์ให้กะทัดรัด กำหนดมาตรฐานความรู้ของช่างเรียงให้สูงขึ้น และรัฐบาลควรส่งเสริมกิจการพิมพ์เช่นเดียวกับอุตสาหกรรมอื่นๆ

ระวีวรรณ ประกอบผล (2530) ทำการวิจัยเรื่อง นิตยสารไทย มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาประวัติและวิวัฒนาการของนิตยสารไทยตั้งแต่ยุคแรก (รัชกาลที่ 3) จนถึงปี พ.ศ. 2527 ผลการวิจัยพบว่า การโฆษณาในนิตยสารเริ่มมีในสมัยรัชกาลที่ 4 แต่มีลักษณะเป็นการลงข้อความปะปนกับเนื้อหาโดยไม่ได้แยกจากกัน นิตยสารสำหรับสตรีพิมพ์ครั้งแรกในสมัยรัชกาลที่ 5 พ.ศ. 2449 ชื่อว่านิตยสารกุลสตรี มีกำหนดออกเป็นรายเดือน ในสมัยรัชกาลที่ 6-7 มีการโฆษณาในนิตยสารมาก โฆษณามีลักษณะที่มีข้อความและภาพจูงใจผู้อ่าน ในสมัยต่อมา นิตยสารสำหรับสตรีได้พัฒนาขึ้นมาเป็นลำดับ มีลักษณะเป็นนิตยสารที่แท้จริง โดยเฉพาะในด้านการจัดทำรูปเล่ม ภาพประกอบ การเสนอเนื้อหา มีทั้งเรื่องอ่านเล่น คอลัมน์ และบทความต่างๆ ช่วงหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง ลักษณะของนิตยสารสำหรับสตรีเน้นการลงนวนิยายเป็นส่วนใหญ่ ขนาดของนิตยสารใช้ขนาดแทบลอยด์ (ขนาด 4 หน้ายก) ปกเป็นภาพผู้หญิง มักจัด

ทำเป็นรายสัปดาห์ ช่วงหลัง พ.ศ. 2520 เป็นต้นมา นิตยสารสำหรับสตรีจะมีลักษณะร่วมกันในด้านกำหนดออก และขนาดรูปเล่ม คือ ส่วนใหญ่จะออกเป็นรายปักษ์และรายเดือน มีขนาดเดียวกันหมด คือ 21x 28 เซนติเมตร

สันติ คุณประเสริฐ (2526) ทำการวิจัยเรื่อง วิวัฒนาการทางการออกแบบตัวอักษรไทยในงานพิมพ์ ระหว่าง พ.ศ. 1826-2526 จุดมุ่งหมายในการศึกษาเพื่อศึกษาวิวัฒนาการทางการออกแบบตัวอักษรไทยในงานพิมพ์ ระหว่าง พ.ศ. 1826-2526 โดยใช้เกณฑ์ในการวิเคราะห์ทั้งงานพิมพ์ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบตัวอักษร 3 ประการคือ รูปแบบตัวอักษร (Letter Style) สรีระตัวอักษร (Letter Anatomy) และ ศิลปะการออกแบบจัดวางตัวพิมพ์ (Typography) ผลการวิจัยพบว่า ระยะแรก ระหว่าง พ.ศ. 1826 ถึงการก่อตั้งโรงพิมพ์แห่งแรกในกรุงเทพฯ ของนายแพทย์บริดเลย์ ปัจจัยสำคัญของวิวัฒนาการทางการออกแบบคือ วิธีการเขียนและการคัดลายมือ เริ่มจากวิธีการจารด้วยเหล็กแหลม ทำให้สายเส้นตัวอักษรมีความบางที่สม่ำเสมอเท่ากันตลอดลำตัว โครงสร้างลายเส้นมีการใช้เส้นโค้งและเส้นตรงแนวเฉียงหักมุมที่ส่วนบนของตัวอักษร ต่อมาในสมัยอยุธยาเมื่อมีการติดต่อกับต่างชาติ เริ่มมีการใช้ปากกาจิ้มหมึกและใช้กระดาษในการเขียน ตัวอักษรเริ่มมีการวัดปลายเส้นหรือเส้นหางยาว ลำตัวอักษรเอนและแสดงลายเส้นหนักบางของการกดหน้าหนักลงบนปลายปากกา ระยะที่สอง ในรัชกาลที่ 3 การทำหนังสือเปลี่ยนจากวิธีการเขียนมาเป็นวิธีการพิมพ์ การออกแบบตัวอักษร การหล่อตัวพิมพ์ และการพิมพ์ สรีระของตัวพิมพ์แบบแรกและแบบที่สองของนายแพทย์บริดเลย์เป็นต้นแบบของการออกแบบตัวอักษรไทยในยุคต่อมา ทำให้ตัวพิมพ์อักษรไทยมีเอกลักษณ์ที่ต่างจากตัวเขียนอย่างมาก นำไปสู่วิวัฒนาการทางการออกแบบที่ต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน ลักษณะที่สำคัญของตัวอักษรไทยในงานพิมพ์จากการวิจัยครั้งนี้สามารถสรุปได้ 3 ลักษณะ 1) ตัวพิมพ์เนื้อเรื่อง (Text Type) 2) ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Type) 3) ตัวอักษรประดิษฐ์ (Decorative Type)

เจิมพันธ์ กอวัฒนสกุล (2516) ทำการวิจัยเรื่อง ภาพประกอบในหนังสือไทย ผลการวิจัยพบว่า การเขียนภาพประกอบในหนังสือตัวเขียน เริ่มมีในสมัยอยุธยาตอนกลาง ประมาณพุทธศตวรรษที่ 2122 จุดมุ่งหมายของการเขียนภาพเป็นเรื่องเกี่ยวกับพุทธศาสนา ลักษณะของภาพเป็นภาพหลายสีเหมือนภาพฝาผนังในสมัยนั้น ภาพประกอบในหนังสือตัวเขียนสมัยรัตนโกสินทร์เป็นหนังสือภาพวิชาการต่างๆ และภาพในวรรณคดีไทย ลักษณะภาพสวยงามและมีการลงทองในภาพมีวิวัฒนาการจากการเขียนภาพแบบ 2 มิติ เป็นแบบ 3 มิติ ในสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เนื่องจากได้รับอิทธิพลจากตะวันตก หนังสือตัวเขียนของไทยค่อยๆหมดความนิยมในรัชกาลพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เพราะการพิมพ์หนังสือไทยแพร่หลายมากขึ้น ภาพในหนังสือตัวพิมพ์วิวัฒนาการพร้อมๆกับการพิมพ์หนังสือ การพิมพ์หนังสือในไทยเกิดขึ้นในสมัยอยุธยา โดยพวกมิชชันนารีฝรั่งเศส การพิมพ์ด้วยตัวอักษรเริ่มใช้สมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว กิจการพิมพ์เจริญสูงสุด ในสมัย

พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ภาพประกอบประเภทตัวพิมพ์สมัยแรก ๆ เป็นภาพบล็อกไม้ ใช้ประดับตกแต่งหนังสือเท่านั้น ในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว มีการใช้ภาพประกอบเนื้อเรื่องในหนังสือ และมีภาพเหมือนของผู้แต่งแทรกที่หน้าแรกของหนังสือ ภาพประกอบในสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวมีความสวยงามมากที่สุดเนื่องจากการพิมพ์เจริญสูงสุด ในสมัยปัจจุบันหนังสือส่วนใหญ่มีภาพประกอบสวยงามดึงดูดใจ เนื่องจากระบบการพิมพ์ที่ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และมีนักวาดภาพประกอบเกิดขึ้นมากมาย

วสันต์ เกรียงโกมล (2540) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์รูปแบบและกลวิธีการสร้างภาพประกอบเรื่องในนิตยสารสตรีตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2489 จนถึง พ.ศ. 2539 โดยทำการศึกษาภาพประกอบจากนิตยสารสตรี 20 ชื่อ นิตยสาร จากภาพประกอบทั้งหมด 5,340 ภาพ ทำการสุ่มแบบง่าย ได้ภาพ 335 ภาพ ผลการวิจัยพบว่าภาพประกอบในนิตยสารสตรีเสนอรูปแบบการ์ตูนมากที่สุด รองลงมาตามลำดับคือ รูปแบบเหมือนจริง รูปแบบสัญลักษณ์ รูปแบบกึ่งนามธรรม รูปแบบแนวประเพณี รูปแบบรูปทรงเรขาคณิต และรูปแบบนามธรรม ส่วนกลวิธีในการสร้างภาพประกอบ พบว่าใช้การวาดเส้นมากที่สุด รองลงมาตามลำดับคือ การวาดเส้นด้วยปากกาหมึกดำ การระบายสีน้ำ การระบายสีที่บดแสง การวาดเส้นด้วยดินสอสี และการวาดเส้นด้วยดินสอดำ

ธวัช ตราชู (2532) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์งานออกแบบกราฟิกในตำราศิลปะระหว่างอาจารย์และนักศึกษาภาควิชาศิลปะ สหวิทยาลัยอีสานใต้ ผลการวิจัยพบว่า อาจารย์และนักศึกษาล้วนสนใจงานกราฟิกในตำราศิลปะมาก โดยเฉพาะปกของตำรา เพราะเห็นว่างานกราฟิกที่ดีจะสามารถกระตุ้นให้เกิดความอยากอ่าน และตำราศิลปะควรให้ความสำคัญต่อภาพประกอบ เพราะทำให้อ่านตำราได้เข้าใจเร็วขึ้น นอกจากนี้ อาจารย์และนักศึกษามีความคิดเห็นต่องานออกแบบกราฟิกในตำราศิลปะโดยส่วนรวมอยู่ในเกณฑ์ดี โดยเฉพาะตำราการระบายสีน้ำ

บรรลือ ขอรวมเดช (2534) ได้ทำการวิจัยเรื่อง สภาพและปัญหาการสอนศิลปะภาคปฏิบัติในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ เขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาการสอนศิลปะภาคปฏิบัติในด้านการวางแผนการสอน สื่อการสอน การดำเนินการสอน วิธีการสอน และการประเมินผล และศึกษาถึงปัญหาการสอนศิลปะภาคปฏิบัติที่เนื่องมาจาก ผู้เรียน ผู้สอน การบริหารหลักสูตร สถานที่และวัสดุอุปกรณ์ ผลการวิจัยพบว่า สภาพการสอนศิลปะภาคปฏิบัติ โดยส่วนรวมมีการปฏิบัติบ่อยครั้ง เมื่อจำแนกเฉพาะด้านพบว่า การปฏิบัติด้านเกณฑ์ที่ใช้ในการวัดและประเมินผลมีการปฏิบัติบ่อยครั้ง ซึ่งได้แก่ จินตนาการและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ความขยันเอาใจใส่ และการตรงต่อเวลาในการส่งงาน มีการปฏิบัติเป็นประจำ และเมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า การให้คำแนะนำดีชม แก่ใจ และการวัดผลด้วยการ

ตรวจผลงานที่มอบหมาย ด้านปัญหาการสอนศิลปะภาคปฏิบัติ พบว่ามีปัญหาปานกลาง เมื่อจำแนกเฉพาะด้านพบว่า ปัญหาที่เนื่องมาจากสถานที่และวัสดุอุปกรณ์ ซึ่งเป็นปัญหามาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ห้องเรียนศิลปะภาคปฏิบัติไม่เพียงพอกับความต้องการ ข้อที่ไม่ค่อยเป็นปัญหา คือ ผู้สอนไม่ได้สอนวิชาใดวิชาหนึ่งเป็นประจำ

ปรวพรรณ ดวงรัตน์ (2541) ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาสภาพและปัญหาการเรียนการสอนภาคปฏิบัติ สาขาทัศนศิลป์ ในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาการเรียนการสอนภาคปฏิบัติ สาขาทัศนศิลป์ ในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ด้านการวางแผนการสอน การดำเนินการสอน วิธีการสอน สื่อการสอน การวัดและการประเมินผล สภาพแวดล้อมทางกายภาพและสังคมของอาจารย์ และ ด้านความรู้ความเข้าใจทางศิลปะลักษณะนิสัยทางการเรียน กระบวนการทำงานศิลปะ สภาพแวดล้อมทางกายภาพและสังคมของนักศึกษา ผลการวิจัยพบว่า สภาพในด้านการวางแผนการสอนศิลปะภาคปฏิบัติของอาจารย์ มีสภาพตามความเป็นจริงอยู่ในระดับมากและเป็นปัญหาปานกลาง สภาพด้านการดำเนินการสอนอยู่ในระดับมากและเป็นปัญหาปานกลาง สภาพและปัญหาด้านวิธีการสอน สื่อการสอน และการวัดและประเมินผลอยู่ในระดับปานกลาง สภาพแวดล้อมทางกายภาพอยู่ในระดับน้อยและมีปัญหาปานกลาง สภาพและปัญหาสภาพแวดล้อมทางสังคมอยู่ในระดับปานกลาง สภาพและปัญหาการเรียนศิลปะภาคปฏิบัติของนักศึกษา พบว่า ในด้านความรู้ความเข้าใจทางการเรียนศิลปะมีสภาพตามความเป็นจริงและเป็นปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง สภาพด้านลักษณะนิสัยของการเรียนรู้อยู่ในระดับปานกลางและเป็นปัญหาน้อย สภาพด้านกระบวนการทำงานศิลปะอยู่ในระดับมากและมีปัญหาปานกลาง ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพมีสภาพตามความเป็นจริงอยู่ในระดับน้อยและเป็นปัญหามาก และด้านสภาพแวดล้อมทางสังคมมีสภาพและปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง

ประชิด ทิณบุตร (2532) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาเนื้อหาทรายวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับนักศึกษาระดับอนุปริญญา สาขาวิชาเอกออกแบบนิเทศศิลป์ วิทยาลัยครูสวนดุสิต สหวิทยาลัยรัตนโกสินทร์ วัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาเนื้อหาทรายวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับนักศึกษาระดับอนุปริญญา สาขาวิชาเอกออกแบบนิเทศศิลป์ วิทยาลัยครูสวนดุสิต สหวิทยาลัยรัตนโกสินทร์ ผลการวิจัยพบว่า การศึกษาเรียนรู้ในรายวิชาออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้น ควรให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการบรรจุภัณฑ์ทั่วไป เรียนรู้ในวัสดุบรรจุภัณฑ์และการใช้งาน ผู้เรียนควรเป็นผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์เข้าใจหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ มีความสามารถในการเสนอผลงานออกแบบได้ มีความละเอียดรอบคอบ สนใจใฝ่หาความรู้อยู่เสมอ มีความสามารถในการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ มีความรู้ในเรื่องการตลาด การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และ มีความรู้เกี่ยวกับการพิมพ์บรรจุภัณฑ์ ผู้เรียนควรเป็นผู้มีมนุษยสัมพันธ์ดี สามารถปรับตัวเข้ากับงานและผู้ร่วมงานได้ มีความรู้ความเข้าใจในหลักจิตวิทยา และความต้องการของผู้บริโภค มี

ความเข้าใจในกฎระเบียบข้อบังคับและพระราชบัญญัติต่างๆ และมีความสามารถในการออกแบบกราฟิก

อาร์กซ์ ศาสตราสังข์ (2538) ทำการวิจัยเรื่องความคิดเห็นของอาจารย์ผู้สอน นักศึกษา และผู้ประกอบการเกี่ยวกับการพัฒนารายวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ โปรแกรมศิลปกรรมระดับปริญญาตรี สถาบันราชภัฏ เพื่อศึกษาความคิดเห็นในการพัฒนารายวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ในด้านวัตถุประสงค์ เนื้อหารายวิชา การจัดการเรียนการสอน และการประเมินผล ผลการวิจัยพบว่าในด้านเนื้อหาวิชาของวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ อาจารย์ผู้สอน ผู้ประกอบการ และนักศึกษามีความคิดเห็นว่าควรเน้นเนื้อหาเรื่องความเป็นมา วิวัฒนาการ และกระบวนการการออกแบบงานนิเทศศิลป์ในด้านต่างๆ ด้านการจัดการเรียนการสอน อาจารย์ผู้สอน ผู้ประกอบการ และนักศึกษามีความคิดเห็นว่า ควรใช้วิธีสอนโดยการใช้ตัวอย่าง มีการปฏิบัติงานเพื่อสามารถปฏิบัติงานได้จริง และควรใช้เทคนิคการสอนที่ทันสมัย ในด้านการประเมินผล อาจารย์ผู้สอน ผู้ประกอบการ และนักศึกษามีความคิดเห็นว่า ควรประเมินผลจากผลงาน กระบวนการทำงาน และจากความคิดสร้างสรรค์

งานวิจัยในต่างประเทศ

Levin, Joann Early (1980) ทำการวิจัยเรื่อง The Golden Age of Illustration : Popular Art in American Magazine, 1850-1925. มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษา ตรวจสอบ ยุคทองของภาพประกอบ (ค.ศ. 1850-1925) ในแง่ประวัติศาสตร์ในมุมมองกว้าง สืบค้นปัจจัยที่ส่งผลให้ภาพประกอบถึงจุดสูงสุด และเมื่อถึงจุดตกต่ำ ผลการวิจัยพบว่า ช่วงรุ่งเรืองของภาพประกอบ อยู่ในช่วงกระแสหลักของศิลปะอเมริกากระหว่างศตวรรษที่ 19 ในยุคสมัยนี้ศิลปินทำงานศิลปะโดยมุ่งไปสู่มวลชนผ่านทางหน้านิตยสาร ภาพประกอบถูกระบุว่าเป็น รูปสัญลักษณ์ของศิลปะที่เกี่ยวกับประชาธิปไตย ทศวรรษศิลป์และป๊อปอาร์ต ยังไม่สามารถอธิบายความหมายได้ชัดเจนเท่าปัจจุบัน ศิลปินหลายคนทำงานในสื่อที่แบ่งแยกกลุ่มเป้าหมายออกจากกันอย่างชัดเจน นักวาดภาพประกอบในยุคนี้ยังคงเป็นจิตรกร ทศวรรษศิลป์คือการเปลี่ยนแปลงของภาพประกอบในช่วงต้นของศตวรรษที่ 20 การพัฒนาของศิลปะการโฆษณา เป็นขอบข่ายที่นักวาดภาพประกอบเริ่มเข้ามามีส่วนร่วม โดยทั่วไปมีการรับรู้ถึงภาพประกอบในเชิงลบเพราะเห็นว่าภาพประกอบสำหรับการค้าค้าน่าเบื่อหน่าย ในศตวรรษที่ 20 ความนิยมของสาธารณะชนในด้านภาพประกอบนวนิยายก็เริ่มลดลง การก่อกำเนิดของศิลปะนามธรรมในช่วงต้นของศตวรรษนี้เป็นการแยกขาดออกจากกันของนักวาดภาพประกอบกับจิตรกร ภาพประกอบไม่ถูกพิจารณาว่าเป็นทศวรรษศิลป์อีกต่อไป และมีการแยกทศวรรษศิลป์ ออกจากป๊อปอาร์ตอย่างเด็ดขาด

Wassmuth, Birgit Luise Johanna. (1983) ทำการวิจัยเรื่อง Art Movements and American Print Advertising : A Study of Magazine Advertising Graphics 1915-1935. มีจุดมุ่งหมายในการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ทศวรรษศิลป์กับศิลปะการโฆษณา วิเคราะห์ว่าเกิด

อะไรขึ้น เมื่อไหร่ อย่างไร และทำไม อาร์ตเดโคซึ่งมีผลต่อความเคลื่อนไหวในวงการศิลปะจึงสะท้อนอยู่ในโฆษณาในนิตยสารของอเมริกาในช่วงระหว่าง ค.ศ. 1915-1935 อาร์ตเดโคเป็นศิลปะตกแต่งที่มีความเคลื่อนไหวอยู่ในช่วงปี พ.ศ. 1920-1930 การวิจัยครั้งนี้ทำใน 2 ลักษณะ คือ ลักษณะแรกเชิงคุณภาพ ศึกษาประวัติจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ และ ลักษณะที่สองเชิงปริมาณ วิเคราะห์เนื้อหาของโฆษณาในวารสารสตรี ได้แก่ นิตยสาร Saturday Evening Post และนิตยสาร Vogue ผลการวิจัยพบว่า ในยุคทองของการโฆษณา มีศิลปินเข้ามามีส่วนร่วมในการออกแบบโฆษณาและพัฒนาเข้าสู่ระบบธุรกิจ อาร์ตเดโคมีรากฐานมาจากปี ค.ศ. 1909 โฆษณาสไตล์อาร์ตเดโคไม่ปรากฏในนิตยสารทั้ง 2 เล่มที่เลือกมาศึกษา จนกระทั่งปี ค.ศ. 1925 เมื่อการเคลื่อนไหวทางศิลปะได้ถูกเผยแพร่สู่สาธารณชนในฝรั่งเศส อาร์ตเดโคมีอิทธิพลต่อการออกแบบรูปแบบตัวอักษร (Typeface), โฆษณาและการจัดวางหน้านิตยสาร และรูปแบบสื่อมวลชนประเภทสิ่งพิมพ์ทั้งหมด บริษัทโฆษณาและผู้กำกับศิลป์ตระหนักถึงอำนาจในการขายจากภาพประกอบที่ใช้งานทัศนศิลป์ในการโฆษณา หรือ การผสมผสานงานทัศนศิลป์ในหลักการของการโฆษณา

Unnava, H. Rao and Burnkrant, Robert E. (1991) ทำการวิจัยเรื่อง กระบวนการทางจินตนาการที่ปรากฏในบทบาทของภาพในสิ่งพิมพ์โฆษณา โดยมีแนวคิดที่ว่าภาพถูกใช้ประกอบในโฆษณาเพื่อช่วยขยายความหรือเป็นตัวช่วยให้กับข้อความโฆษณา โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเนื้อหาความโฆษณาไม่ช่วยให้ผู้อ่านวาดภาพในจินตนาการได้ การใช้ภาพประกอบจะช่วยให้ผู้อ่านจดจำคุณลักษณะของสินค้าที่โฆษณาได้ดียิ่งขึ้น เป็นการวิจัยเชิงทดลอง กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาปริญญาตรีจำนวน 107 คน โดยให้นักศึกษาอ่านโฆษณาสินค้าจำลองที่สร้างออกมาใน 4 ลักษณะ คือ 1) โฆษณาที่ใช้ข้อความโฆษณาที่ช่วยให้ผู้อ่านจินตนาการตามได้ โดยไม่มีภาพประกอบ 2) โฆษณาที่ใช้ข้อความโฆษณาแบบเดียวกับข้อที่หนึ่ง แต่มีภาพประกอบ 3) โฆษณาที่ใช้ข้อความโฆษณาที่ไม่ช่วยให้ผู้อ่านจินตนาการตามได้ โดยไม่มีภาพประกอบและ 4) โฆษณาที่ใช้ข้อความโฆษณาแบบเดียวกับข้อที่สาม แต่มีภาพประกอบ หลังจากอ่านโฆษณาแล้วจะมีแบบสอบถามให้นักศึกษาตอบ เพื่อวัดว่าจำรายละเอียดของสินค้าที่ปรากฏในโฆษณาได้มากเพียงใด หลังการทดลอง 2 วัน จะเรียกนักศึกษาให้ตอบแบบสอบถามใหม่อีกครั้งหนึ่งเพื่อวัดความทรงจำที่มีต่อรายละเอียดของสินค้าเมื่อเวลาผ่านไป ผลการวิจัยพบว่า เมื่อผู้ถูกทดลองได้อ่านข้อความโฆษณาที่มีลักษณะไม่ช่วยสร้างจินตนาการ การมีภาพประกอบในโฆษณาจะช่วยให้ผู้ถูกทดลองสามารถจดจำรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าได้มากขึ้น เมื่อผู้ถูกทดลองได้อ่านข้อความโฆษณาที่ช่วยสร้างจินตนาการ การเพิ่มภาพเข้าไปในโฆษณากลับไม่ได้ช่วยเพิ่มความสามารถในการจดจำรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าเลย

Moriarty, Sandra E. (1987) ทำการวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์เนื้อหาการใช้ภาพในสื่อสิ่งพิมพ์โฆษณา โดยแบ่งประเภทของภาพออกเป็น 2 ประเภท คือ ภาพถ่ายและภาพวาด แบ่งวิธีการสื่อสารด้วยภาพออกเป็น 9 วิธี โดยวิเคราะห์เนื้อหาของโฆษณา จำนวน 222 ชิ้นจาก

นิตยสาร 6 ฉบับที่ตีพิมพ์ในช่วง 1980-1985 ผลการวิจัยพบว่า โฆษณาใช้ภาพถ่ายเป็นภาพประกอบได้รับการสนับสนุน 93 เปอร์เซ็นต์ วิธีการสื่อสารด้วยภาพเป็นชนิดที่ใช้สัญลักษณ์ 52 เปอร์เซ็นต์ ภาพวาดมักถูกใช้กับวิธีการสื่อสารชนิดตรงตัว (Literal) มากกว่ากับวิธีการสื่อสารชนิดเป็นสัญลักษณ์ และมีการใช้วิธีการสื่อสารด้วยภาพชนิดโยงความสัมพันธ์ระหว่างสินค้ากับสถานการณ์มากที่สุด รองลงมาคือ วิธีการสื่อสารชนิดแสดงรายละเอียดของสินค้า และวิธีการสื่อสารชนิดแสดงชื่อยี่ห้อและเครื่องหมายการค้าของสินค้า

Lee, Seonsu และ H. Barnes, James Jr. (1989) ทำการวิจัยเรื่อง การใช้สีของสิ่งพิมพ์โฆษณา ในนิตยสารด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา โดยแบ่งนิตยสารที่ศึกษาออกเป็น 4 ประเภท คือ นิตยสารสำหรับชนผิวดำ นิตยสารสำหรับชนผิวขาว นิตยสารสำหรับผู้ชาย และนิตยสารสำหรับผู้หญิง โดยเลือกมาประเภทละ 1 ชื่อที่ถือว่าเป็นตัวแทนนิตยสารแต่ละประเภท และเลือกชื่อละ 4 ฉบับ รวมเป็นนิตยสารที่ศึกษา 16 ฉบับ ทำการวิเคราะห์เฉพาะโฆษณาที่มีขนาด $\frac{1}{4}$ หน้าขึ้นไป ผลการวิจัยพบว่า มีความแตกต่างในการใช้สีของสิ่งพิมพ์โฆษณาในนิตยสารสำหรับชนผิวขาวและชนผิวดำ แต่ไม่มีความแตกต่างระหว่างการใช้สีของสิ่งพิมพ์โฆษณาในนิตยสารสำหรับผู้ชายและนิตยสารสำหรับผู้หญิง เพราะปรากฏว่าผู้โฆษณาในนิตยสารผู้ชายและนิตยสารผู้หญิงให้ความสนใจต่อการใช้สีที่ตัวสินค้าเพื่อให้สะดุดตาเวลาโฆษณามากกว่าจะสนใจการใช้สีที่มีคุณสมบัติในการดึงดูดผู้บริโภคแต่ละเพศ

Gronhaug, Kjell., Kvitastein, Olav and Gronmo, Sigmund. (1991) ทำการวิจัยเรื่อง องค์ประกอบของโฆษณาที่ส่งผลกระทบต่อการจัดจำโฆษณาของผู้บริโภค เพื่อศึกษาว่าองค์ประกอบของโฆษณาส่งผลกระทบต่อการจัดจำโฆษณาของผู้บริโภคอย่างไร และสำรวจว่าเวลาที่ผ่านไปมีผลต่อการจัดจำโฆษณาหรือไม่ องค์ประกอบของโฆษณาที่ศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ขนาดของโฆษณา จำนวนสีที่ใช้ในโฆษณา ประเภทสินค้า เพศของผู้บริโภค และเวลา โดยทำการสัมภาษณ์คนประมาณ 1,000 คน ถึงทัศนคติที่มีต่อโฆษณาจำนวน 333 ชิ้นจากนิตยสารสำหรับครอบครัว อ่านได้ทั้งชายและหญิง ผลการวิจัยพบว่า ขนาดของโฆษณาและการใช้สีหลายสีมีความสัมพันธ์ต่อการที่ผู้บริโภคจัดจำโฆษณานั้นได้ มีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างผู้หญิงกับการอ่านโฆษณา และมีความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของสินค้ากับโฆษณา และแรงกระตุ้นจากโฆษณาที่ทำให้เกิดการจดจำได้จะแปรเปลี่ยนไปเมื่อเวลาผ่านไป แม้ว่าผลที่ได้จะค่อนข้างอ่อนก็ตาม นั่นคือมีความสัมพันธ์ในเชิงลบระหว่างการจดจำโฆษณากับเวลาที่ผ่านไป

Cutler, Bob D., and Javalgi, Rajshekhar G. (1992) ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาข้ามวัฒนธรรมระหว่างองค์ประกอบโฆษณาในประเทศสหรัฐอเมริกา อังกฤษ และฝรั่งเศส เพื่อศึกษาว่ามีความแตกต่างกันของการใช้องค์ประกอบในโฆษณาในวัฒนธรรมที่แตกต่างกันหรือไม่ และเพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาประกอบการพิจารณาในการผลิตงานโฆษณาขึ้นเดียวกันให้สามารถใช้ได้ทั่วโลก องค์ประกอบที่ศึกษา ได้แก่ สี ขนาด วิธีการสื่อสารด้วยภาพ และ

ประเภทของภาพ นอกจากนั้นยังศึกษาลักษณะการใช้บุคคลเป็นแบบในโฆษณาด้วย คือ การใช้เด็ก หรือผู้สูงอายุ หรือชนกลุ่มน้อยในสังคมเป็นแบบในการโฆษณา ในการศึกษาใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหาทำการวิเคราะห์นิตยสารที่แบ่งออกเป็นประเภทใหญ่ๆ 3 ประเภท คือ 1) นิตยสารสตรี 2) นิตยสารธุรกิจ และ 3) นิตยสารทั่วไป ส่วนประเภทของสินค้าที่วิเคราะห์นอกเหนือจากองค์ประกอบภายในของโฆษณาแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ สินค้าสำหรับผู้บริโภคชนิดทนทาน (Consumer Durables) และชนิดไม่ทนทาน (Consumer Nondurables) จำนวนโฆษณาที่ศึกษาจากนิตยสารอังกฤษ 204 ชิ้น จากนิตยสารของฝรั่งเศส 257 ชิ้น และจากนิตยสารของอเมริกา 339 ชิ้น รวมเป็นโฆษณาที่ศึกษาทั้งหมด 800 ชิ้น ผลการวิจัยพบว่า มีความแตกต่างในโฆษณาของแต่ละประเทศ คือต่างกันในด้านของภาพโฆษณา ความถี่ของการใช้สีขาว-ดำ ความถี่ของการใช้ภาพถ่าย ขนาดของสินค้าที่ปรากฏในภาพโฆษณา การระบุราคาสินค้าไว้ในโฆษณา ความถี่ของการใช้ภาพที่แสดงการเปรียบเทียบ ความถี่ของการใช้ภาพที่โยงความสัมพันธ์ระหว่างสินค้ากับวิถีชีวิต ความถี่ของการใช้ภาพที่เป็นสัญลักษณ์ ความถี่ของการใช้แบบโฆษณาที่เป็นเด็ก และการคละกันของประเภทสินค้าที่ลงโฆษณาในนิตยสารของแต่ละประเทศ ข้อสรุปความคิดเห็นที่จะผลิตโฆษณาเพียงขึ้นเดียวให้สามารถใช้ได้ทั่วโลก การจะผลิตโฆษณาให้ใช้ได้ทั่วโลกจึงเป็นเรื่องที่ต้องระมัดระวังเป็นพิเศษ เพราะโฆษณาใช้ได้ผลและเป็นที่ยอมรับในวัฒนธรรมหนึ่งอาจไม่เป็นที่ยอมรับในอีกวัฒนธรรม เนื่องจากความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมมีค่อนข้างมาก

Kabiri, Ilan (1984) ทำการวิจัยเรื่อง "Principles for Structuring a Motivating Program in Art History" มีจุดมุ่งหมายของการศึกษาวิจัยคือ การเสนอแนะเพื่อการสร้างโปรแกรมการเรียนประวัติศาสตร์ศิลป์ที่ดึงดูดความสนใจในการเรียนเกี่ยวกับศิลปะ จากปัญหาที่เกิดขึ้น คือ 1) อะไรคือปัจจัยที่จะทำให้เกิดสภาพเริ่มแรกของการเรียน 2) สิ่งจำเป็นในโปรแกรมการเรียนการสอน คืออะไร และ 3) อะไร คือ หลักมาตรฐานที่จะทำให้เกิดโครงสร้างของโปรแกรมประวัติศาสตร์ศิลป์ที่น่าสนใจ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาส่วนประกอบ 3 ส่วนในการศึกษาโครงสร้างของหลักสูตร คือ 1) หัวข้อเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ศิลป์ 2) การเรียนและการปฐมนิเทศในวิชาประวัติศาสตร์ศิลป์ และ 3) นักเรียนที่เรียนประวัติศาสตร์ศิลป์ ผลการวิจัยพบว่า ทิศทางของการจัดหลักสูตรจะประกอบไปด้วย การเลือกเนื้อหาวิชา และการจัดลำดับเนื้อหาวิชา โดยในการเลือกเนื้อหาวิชาจะคำนึงถึง คุณค่าของเนื้อหาวิชา ความสามารถในการเรียนรู้ของผู้เรียน และความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกัน ซึ่งจะมีการจัดลำดับเนื้อหาโดยคำนึงถึงสิ่งที่จำเป็นเบื้องต้น การเรียนรู้เนื้อหาทั้งหมด หรือการเน้นเป็นส่วนๆ และความยากง่าย ทิศทางของการจัดหลักสูตรดังกล่าวยึดหลัก 5 ประการ คือ 1) การค้นคว้าเลือกสรร 2) การสรุปใจความ 3) การจัดเนื้อหาให้เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อม 4) ผู้ปฏิบัติการ และ 5) การลำดับเนื้อหา ซึ่งจะได้ผลเป็นโปรแกรมของการเรียนการสอนประวัติศาสตร์ศิลป์ที่น่าสนใจ

Anderson, Dona Adele (1981) ทำการวิจัยเรื่อง Program in Graphic Design : A Comprehensive Model for The Community College จุดมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เพื่อใช้ในการตัดสินใจในตัวนักออกแบบกราฟิกในด้าน ทักษะ, ทฤษฎี, ทัศนคติ และพฤติกรรมการทำงาน สำหรับนักการศึกษาและผู้ประกอบการด้านการออกแบบกราฟิก และใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาต้นแบบหลักสูตรการออกแบบกราฟิกที่เหมาะสมสำหรับวิทยาลัยในชุมชน โดยใช้แบบสอบถามส่งไปยังวิทยาลัยของรัฐแคลิฟอร์เนีย 103 แห่ง ผู้ประกอบการในแคลิฟอร์เนียตอนใต้ 102 คนผลการวิจัยพบว่า 1) วิทยาลัยของรัฐในแคลิฟอร์เนียและทั่วทั้งประเทศ มีหน้าที่เตรียมความพร้อมผู้เรียนในด้านการศึกษาวชิชาชีพ 2)วิทยาลัยในชุมชนสร้างหลักสูตรโดยมีวัตถุประสงค์อย่างน้อย 2 ข้อ หนึ่ง คือ ความต้องการในวิชาการศึกษาทั่วไป สองคือสนองความต้องการของชุมชน 3) เป้าหมายและวัตถุประสงค์ของศิลปศึกษาของวิทยาลัยในชุมชนไม่ซ้ำซ้อนกันในระดับท้องถิ่น ระดับรัฐ หรือระดับนานาชาติ 4) หลักสูตรศิลปะในวิทยาลัยของรัฐแคลิฟอร์เนียสะท้อนถึงความต้องการของวิทยาลัยระดับท้องถิ่นของรัฐหรือมหาวิทยาลัย, ความต้องการของชุมชน และผู้สอนที่มีความรู้ความชำนาญ 5) ทั้งผู้ประกอบการและผู้สอนเห็นด้วยกับ ทักษะพื้นฐานที่จะต้องบรรจุอยู่ในหลักสูตร ผู้สอนเชื่อว่าวิทยาลัยในชุมชนแต่ละแห่ง จะต้องสะท้อนถึงความต้องการของชุมชนที่มีความหลากหลาย ผู้ประกอบการเน้นถึงความสำคัญของทักษะศิลปะเฉพาะด้าน ทัศนคติต่อการประกอบอาชีพ ความถูกต้อง ความตรงต่อเวลา ความสามารถในการใช้ภาษาในการสื่อสาร ทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี และผ่านการฝึกงานมาก่อน

Butler, Jerry E. (1995) ทำการวิจัยเรื่อง A Process for Effective Graphic Design Curriculum Development จุดมุ่งหมายของการศึกษาเพื่อป้องกันปัจจัยที่นำไปใช้ในการพัฒนาหลักสูตร โดยทำการสัมภาษณ์นักศึกษาด้านการออกแบบกราฟิก และนักออกแบบกราฟิก ผลการวิจัยบ่งชี้ว่าหลักสูตรจะต้องบรรจุวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน และ การรวมสิ่งธรรมดาทั่วไปในหลักสูตร ประสบการณ์ในการออกแบบกราฟิกนั้นกว้างเกินกว่าจะรวมความจำเป็นทั้งหมดในแต่ละหลักสูตรได้ สถาบันการศึกษาจะต้องเปิดโอกาสในการสร้างสรรค์ด้วยทักษะในรายวิชาเพื่อให้เหมาะสมกับความชำนาญของแต่ละคน คณะกรรมการสร้างสรรค์ศิลปะนานาชาติของนักออกแบบกราฟิกและนักการศึกษาจะต้องประชุมเพื่อพูดคุยกันในเรื่องการออกแบบหลักสูตร ฤกษ์แจสำคัญในการพัฒนาการออกแบบ คือ ความรู้เกี่ยวกับการเรียนการสอนสำเร็จได้โดยผ่านทางกลยุทธ์ของหลักสูตรมากกว่าหนึ่งหลักสูตรที่ประกอบไปด้วยหลักการพื้นฐานซึ่งขึ้นอยู่กับ องค์ประกอบในการศึกษาเฉพาะด้านที่แตกต่างกัน