

อภินันทนาการ

การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ระบบแบ่งปันจักรยาน มหาวิทยาลัยนเรศวร



สำนักหอสมุด

อุทุมพร วงษ์จำปา

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยนเรศวร

วันลงทะเบียน 11 ต.ค. 2555

เลขทะเบียน 1-6029413

เลขเรียกหนังสือ 21 HM

263

08251

2555

ภาคินพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาอิสระ

หลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชา การออกแบบสื่อวัฒนธรรม

มีนาคม 2555

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

Public Relations Media Design of Bicycle Sharing System in Naresuan University



AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENT FOR BACHELOR
OF FINE AND APPLIED ARTS
DEGREE INOVATIVE MEDIA DESIGN
MARCH 2012

COPYRIGHT 2012 BY NARESUAN UNIVERSITY

อาจารย์ที่ปรึกษาและหัวหน้าภาควิชาศิลปะและการออกแบบ ได้พิจารณาภาคินพนธ์
ของ นางสาวอุทุมพร วงษ์จำปา เรื่อง การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ระบบแบ่งปันจักรยาน มหาวิทยาลัย
นเรศวร แล้วเห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมบัณฑิต ภาควิชาศิลปะและ
การออกแบบ วิชาเอกออกแบบสื่อวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยนเรศวรได้



(อาจารย์วิสิฐ อรุณรัตน์นันท)

อาจารย์ที่ปรึกษา



(ผศ.ดร. ศุภรัก สุวรรณวัจน์)

หัวหน้าภาควิชาศิลปะและการออกแบบ

มีนาคม 2555



ประกาศคุณูปการ

โครงการวิจัยฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาจากบุคคลหลายท่านที่คอยแนะนำ ปรีกษา และให้กำลังใจ ขอกราบขอบคุณอาจารย์วิสิฐ อรุณรัตน์านนท์ อาจารย์ที่ปรึกษาของข้าพเจ้าที่คอยช่วยเหลือ แนะนำให้ความรู้ คอยให้คำปรึกษาเรื่องต่างๆและดูแลข้าพเจ้ามาตลอดนับตั้งแต่เริ่มทำโครงการวิจัย ขอกราบขอบคุณอาจารย์วิสิฐ จันมา ที่สละเวลามาให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะต่างๆในการทำโครงการ และขอขอบคุณอาจารย์ทุกท่านในภาควิชาศิลปะและการออกแบบที่ได้มอบความรู้ความสามารถ ให้คำแนะนำ ปรีกษา และความเอาใจใส่เป็นอย่างยิ่ง จนโครงการวิจัยนี้เสร็จสมบูรณ์ได้ด้วยดี ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณ คุณพ่อคุณแม่ และทุกคนในครอบครัว ที่คอยช่วยเป็นกำลังใจ ให้คำแนะนำ รวมทั้งคำปรึกษาที่ดีในการทำโครงการวิจัยในครั้งนี้ และขอขอบคุณพี่ๆ เพื่อนๆในสาขาออกแบบสื่อ นวัตกรรม และบรรพบุรุษทุกคนที่ให้คำแนะนำในด้านต่างๆ รวมทั้งความช่วยเหลือทุกๆเรื่อง และสุดท้ายนี้ข้าพเจ้าขอขอบคุณคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ภาควิชาศิลปะและการออกแบบที่คอยให้ความรู้และสั่งสอนข้าพเจ้ามาตลอด

คุณค่าและคุณประโยชน์อันพึงจะมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบและอุทิศแด่ผู้มีพระคุณ
ทุกๆ ท่าน

นางสาวอุทุมพร วงษ์จำปา

ชื่อเรื่อง	การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ระบบแบ่งปันจักรยาน มหาวิทยาลัยนเรศวร
ผู้ศึกษาค้นคว้า	อุทุมพร วงษ์จำปา
ที่ปรึกษา	อาจารย์วิสิฐ อรุณรัตนานนท์
ประเภทสารนิพนธ์	การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต (การออกแบบสื่อนวัตกรรม) มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2554

บทคัดย่อ

การออกแบบมีวิธีการวิจัยโดยศึกษาข้อมูลทางเอกสารและข้อมูลจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปออกแบบมีจุดมุ่งหมาย เพื่อต้องการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ที่นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับระบบแบ่งปันจักรยานให้มีความน่าสนใจ และเป็นสื่อที่สามารถเข้ามาศึกษาได้ง่าย โดยมีข้อมูลทั้งภาพและเสียง ผ่านทางภาพเคลื่อนไหวเป็นสื่อที่ง่ายต่อการรับชมและรับฟัง เพื่อความเข้าใจแก่นักเรียนที่กำลังจะเริ่มเข้ามาศึกษาต่อภายในมหาวิทยาลัยนเรศวร เพื่อความรู้ในการใช้ชีวิตภายในมหาวิทยาลัยแล้ว ยังมีตัวเลือกของการเดินทางเพิ่มขึ้นโดยไม่ต้องกังวลว่าจะหลงหรือไม่มีรถไป การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ระบบแบ่งปันจักรยาน มหาวิทยาลัยนเรศวร นี้ยังเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่เข้ามาใช้ระบบแบ่งปันจักรยาน หรือผู้ที่สนใจในอีกด้วย

การดำเนินงานวิจัยมีแนวทางในการศึกษาถึงรูปแบบของการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ระบบแบ่งปันจักรยาน เบื้องต้นมีวิธีการวิจัยโดยศึกษาข้อมูลทางเอกสารและข้อมูลจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปออกแบบมีวิธีการวิจัยโดยศึกษาข้อมูลทางเอกสารและข้อมูลจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปออกแบบ โดยได้ผลิตสื่อมัลติมีเดียในรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ระบบแบ่งปันจักรยานมหาวิทยาลัยนเรศวร ที่มีความสมบูรณ์

บทที่	สารบัญ	หน้า
1	บทนำ	
	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
	วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
	กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย	2
	สมมติฐานของการวิจัย	2
	ขอบเขตของงานวิจัย	2
	ข้อตกลงเบื้องต้น	3
	คำสำคัญหรือคำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย	3
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
	วิธีการดำเนินการวิจัย	5
	แผนการดำเนินงาน	7
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
	1.เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ	8
	1.1 ความหมายของการออกแบบ	9
	1.2 ประเภทของการออกแบบ	10
	1.3 ความเป็นมาของกระบวนการออกแบบ	11
	1.4 ทฤษฎีของการออกแบบ	19
	2.การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์	41
	2.1 การประชาสัมพันธ์คืออะไร	41
	2.2 ความหมายทั่วไปของการประชาสัมพันธ์	43
	2.3 ความหมายทางด้านวิชาการของการประชาสัมพันธ์	45
	2.4 การประชาสัมพันธ์ในลักษณะที่เป็นศาสตร์และศิลปะ	51
	2.5 การประชาสัมพันธ์กับการเผยแพร่	52
	2.6 การประชาสัมพันธ์กับการโฆษณา	53
	2.7 การประชาสัมพันธ์กับการส่งเสริมการขาย	53
	2.8 การประชาสัมพันธ์กับการโฆษณาชวนเชื่อ	53

2.9 การประชาสัมพันธ์ด้วยภาพเขียน	54
2.10 การประชาสัมพันธ์ด้วยการเขียนบันทึก	55
2.11 การประชาสัมพันธ์ด้วยการพิมพ์	56
2.12 การประชาสัมพันธ์สมัยใหม่	58
2.13 ประวัติความเป็นมาของการประชาสัมพันธ์ในสหรัฐอเมริกา	58
2.14 หลักในการวางแผนประชาสัมพันธ์	59
2.15 ประเภทของสื่อ	64
3.หลักการและเหตุผลของโครงการระบบแบ่งปันจักรยาน	66
4.ประวัติของคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร	67
3. วิธีดำเนินการวิจัย	71
3.1 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา	71
3.2 วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล	71
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	72
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	72
4. ผลการวิจัย	73
4.1 การศึกษาข้อมูล และเอกสารที่เกี่ยวข้อง	73
4.2 การศึกษาโปรแกรมที่เกี่ยวข้องในการจัดทำสื่อการ์ตูนมัลติมีเดีย	74
4.3 วิเคราะห์กลุ่มตัวอย่าง	74
5. สรุปผลของการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	93
5.1 สรุปผลการวิจัย	33
5.2 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัย	94

สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
ประวัติผู้วิจัย	96
บรรณานุกรม	97
ภาคผนวก	98
 บัญชีตาราง	
ตาราง	หน้า
ตาราง 4.1 โปรแกรมที่เกี่ยวข้องในการสร้างงาน	74
บัญชีภาพ	
ภาพ	หน้า
ภาพที่ 4.1 ภาพของตัวละครที่มีการใช้เส้นที่ดูเท่ากัน	74
ภาพที่ 4.2 ภาพของตัวละครที่มีการใช้เส้นที่ดูเท่ากัน	75
ภาพที่ 4.3 Mood / Tone ที่ดูแล้วเป็นมิตรกับธรรมชาติ	75
ภาพที่ 4.4 Mood / Tone ที่ดูแล้วเป็นมิตรกับธรรมชาติ	76
ภาพที่ 4.5 Scene	76
ภาพที่ 4.6 Scene	77
ภาพที่ 4.7 งานสเก็ตการออกแบบโลโก้	79
ภาพที่ 4.8 งานสเก็ตการออกแบบองค์ประกอบโดยรวมๆ	79

สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
ภาพที่ 4.11 ภาพถ่ายเพื่อนำมาเป็นตัวอย่างของการวาดตึก	80
ภาพที่ 4.10 ภาพถ่ายเพื่อนำมาเป็นตัวอย่างของการวาดตึก	80
ภาพที่ 4.13 การหาสายเส้นที่น่าสนใจจากโปรแกรม	81
และการสร้างภาพด้วยโปรแกรม Photoshop	
ภาพที่ 4.14 การหาสายเส้นที่น่าสนใจจากโปรแกรม	81
และการสร้างภาพด้วยโปรแกรม Illustrator	
ภาพที่ 4.15 การทำภาพเคลื่อนไหวด้วยโปรแกรม After Effects	82
ภาพที่ 4.16 การจัดเรียงลำดับภาพ และใส่เสียงประกอบ	82
ภาพที่ 4.17 ภาพวาดตามแบบที่ถ่ายภาพจริงมาและลงสี ตาม	82
Mood and tone ที่กำหนดเอาไว้	
ภาพที่ 4.18 การออกแบบตึกและ นำมาวิเคราะห์การใช้โทนสี	83
ภาพที่ 4.19 การออกแบบภาพประกอบสถานที่โดดเด่น	83
ภายในมหาวิทยาลัยนครสวรรค์	
ภาพที่ 4.20 ภาพฉากที่วาดจากการสังเกตจากทัศนียภาพภายในมหาวิทยาลัย	84
ภาพที่ 4.21 ภาพฉากที่วาดจากการสังเกตจากทัศนียภาพภายในมหาวิทยาลัย	84
และเป็นภาพที่เตรียมไว้เพื่อนำไปซ้อน Layer เพื่อทำภาพเคลื่อนไหว	
ด้วยโปรแกรม After Effects	
ภาพที่ 4.22 ภาพฉากที่วาดจากการสังเกตจากทัศนียภาพภายในมหาวิทยาลัย	84
ภาพที่ 4.23 การออกแบบตัวละครเพื่อใช้วิเคราะห์ถึงความเหมาะสม	85
ในการเลือกใช้ทำสื่อประชาสัมพันธ์	
ภาพที่ 4.24 การออกแบบตัวละครเพื่อใช้วิเคราะห์ถึงความเหมาะสม	85
ในการเลือกใช้ทำสื่อประชาสัมพันธ์	
ภาพที่ 4.25 การออกแบบตัวละครเพื่อใช้วิเคราะห์ถึงความเหมาะสม	86
ในการเลือกใช้ทำสื่อประชาสัมพันธ์	
ภาพที่ 4.26 การออกแบบตัวละครเพื่อใช้วิเคราะห์ถึงความเหมาะสม	86
ในการเลือกใช้ทำสื่อประชาสัมพันธ์	

สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
ภาพที่ 4.27 การออกแบบตัวละครเพื่อใช้วิเคราะห์ถึงความเหมาะสมในการเลือกใช้ทำสื่อประชาสัมพันธ์	87
ภาพที่ 4.28 ตัวละครที่ถูกแยกส่วนต่างๆไว้เพื่อเตรียมทำภาพเคลื่อนไหว	87
ภาพที่ 4.29 การออกแบบตัวละครเพื่อใช้วิเคราะห์ถึงความเหมาะสมในการเลือกใช้ทำสื่อประชาสัมพันธ์	88
ภาพที่ 4.30 ภาพนี้เป็นองค์ประกอบส่วนหนึ่งของงานที่ถูกนำไปใช้ในงานสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของภาพเคลื่อนไหว	89
ภาพที่ 4.31 การออกแบบภาพประกอบเบื้องต้น เพื่อวิเคราะห์ในการเลือกใช้ทำสื่อประชาสัมพันธ์อย่างเหมาะสม	89
ภาพที่ 4.32 การออกแบบต้นไม้เพื่อใช้วิเคราะห์ถึงความเหมาะสมในการเลือกใช้ทำสื่อประชาสัมพันธ์	90
ภาพที่ 4.33 การออกแบบต้นไม้เพื่อใช้วิเคราะห์ถึงความเหมาะสมในการเลือกใช้ทำสื่อประชาสัมพันธ์	90
ภาพที่ 4.34 การออกแบบแผนที่เพื่อใช้ประกอบกับงานสื่อประชาสัมพันธ์	91
ภาพที่ 4.35 การออกแบบแผนที่เพื่อใช้ประกอบกับงานสื่อประชาสัมพันธ์	91
ภาพที่ 4.36 รูปแบบจักรยานของโครงการระบบแบ่งปันจักรยานที่ได้รับผลงานมาจากอาจารย์ วิสิฐ จันมา	92
ภาพที่ 4.37 Logo ของโครงการระบบแบ่งปันจักรยานที่ได้รับผลงานมาจากอาจารย์ วิสิฐ จันมา	92

บทที่ 1

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในเขตมหาวิทยาลัยนครสวรรค์ส่วนใหญ่ใช้พาหนะจักรยานยนต์ในการเดินทางสัญจร ไม่นิยมใช้บริการขนส่งสาธารณะ เช่น โดยสารประจำทาง รถไฟฟ้า หรือ รถจักรยาน ซึ่งเป็นการเดินทางที่ประหยัดพลังงานกว่าการใช้จักรยานยนต์นอกจากนั้นอุบัติเหตุเนื่องจากจักรยานยนต์มีอัตราการเกิดที่สูงขึ้น และ มีความรุนแรงมากขึ้น สาเหตุหนึ่งคือมีการใช้อัตราความเร็วในการสัญจรที่สูง นอกจากนั้นนิสิตยังไม่สวมใส่หมวกกันน็อกตามที่กฎหมายกำหนด

ในปัจจุบันการเดินทางด้วยจักรยานเป็นอีกทางเลือกหนึ่ง ของสังคมคนเมือง เนื่องจากการเดินทางด้วยจักรยานเป็นการเดินทางที่ประหยัดพลังงาน มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อย พร้อมทั้งยังส่งเสริมสุขภาพของผู้ขับขี่ นอกจากนั้นระบบการบริหารจัดการของจักรยานแบบระบบแบ่งปัน (Bike sharing) ประสบความสำเร็จในเมืองใหญ่ๆ ของโลกหลายเมือง เช่น ปารีส ลอนดอน มอนทรีออล เป็นต้น โครงการเหล่านี้ทำให้คนทั่วไปหันมาใช้จักรยานในการเดินทางระยะสั้นมากขึ้น รวมถึงมีการนำแนวคิดนี้มาปรับใช้ภายในมหาวิทยาลัยในต่างประเทศเช่นกัน ตัวอย่างเช่น มหาวิทยาลัยนอตติงแฮมประเทศอังกฤษ โดยนักศึกษาสามารถยืมจักรยานได้จากทางมหาวิทยาลัย ทั้งนี้ต้องมีการมัดจำ และจ่ายค่าเช่าจักรยานในอัตราที่ต่ำเพื่อดึงดูดให้ผู้เข้าร่วมโครงการ แต่การยืมลักษณะนี้จะเป็นการยืมระยะยาว คือมีกำหนดระยะเวลาไม่เกิน 9 เดือน ซึ่งเป็นข้อแตกต่างที่ชัดเจนกับแนวคิดจักรยานระบบแบ่งปันที่ใช้ตามเมืองใหญ่ๆ ทั่วโลก

แนวคิดจักรยานระบบแบ่งปัน เริ่มต้นเมื่อประมาณ 50 กว่าปีที่แล้ว โดยเมืองอัมสเตอร์ดัม ประเทศ เนเธอร์แลนด์ ได้ริเริ่มโครงการจักรยานสาธารณะ ที่มีชื่อโครงการ ว่า White Bike หรือ จักรยานสีขาว โดยได้มีการนำจักรยานสีขาวจำนวนหนึ่ง มาให้ประชาชนได้ใช้บริการฟรี โดยใช้ระบบแบ่งปัน แต่โครงการนี้ล้มเหลวภายในระยะเวลาอันสั้น เนื่องจาก ไม่มีระบบบริหารจัดการที่ดี มีอัตราการสูญหายที่สูง สภาพจักรยานไม่อยู่ในสภาพที่ดีพร้อมใช้งานตลอดเวลา นอกจากนั้นยังมีการนำจักรยานมาใช้ส่วนตัวทำให้โครงการไม่ประสบผลสำเร็จตามที่คาดไว้หลังจากนั้นได้มีการพัฒนาจักรยานระบบแบ่งปัน ให้มีความสอดคล้องกับความต้องการ และสามารถใช้งานได้อย่างยั่งยืน มีระบบการยืม คืน ที่สามารถระบุตัวตนของผู้ใช้งานได้ มีระบบติดตามจักรยาน เพื่อป้องกันการสูญหาย เป็นต้น

จากแนวคิดของระบบจักรยานแบบแบ่งปัน สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการเดินทางด้วยรถจักรยาน ทางมหาวิทยาลัยนครสวรรค์ได้เริ่มคิดค้นการสร้างระบบแบ่งปันจักรยานภายในมหาวิทยาลัย เพื่อเป็นการเดินทางที่ประหยัดพลังงานกว่าการใช้จักรยานยนต์ ลดการเกิดอุบัติเหตุ

จากการใช้จักรยานยนต์มีอัตราการเกิดที่สูงขึ้น ประหยัดเวลาการเดินทาง เพราะทางมหาวิทยาลัยได้เพิ่มเส้นทางลัด สำหรับรถจักรยานเท่านั้น พร้อมทั้งเส้นทางจะมีต้นไม้ และทางที่มีหลังคาสีเขียว เพื่อความร่มเย็นสบายไม่ทำให้ผู้ที่ขี่จักรยานร้อน หรืออารมณ์เสียต่อการเดินทาง อีกทั้งยังมีการวางแผนระบบที่หนาแน่นมีระบบการยืม คืนที่สามารถระบุตัวตนของผู้ใช้งานได้ ผู้ใช้งานได้ มีระบบติดตามจักรยาน เพื่อป้องกันการสูญหาย

งานวิจัยชิ้นนี้จึงได้ศึกษาระบบแบ่งปันจักรยานภายในมหาวิทยาลัยเพื่อวัตถุประสงค์การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ให้กับโครงการระบบแบ่งปันจักรยานภายในมหาวิทยาลัยนเรศวร และเพื่อประชาสัมพันธ์ในกับนักศึกษามหาวิทยาลัยได้รับรู้ว่ามีภายในมหาวิทยาลัยกำลังจะมีระบบแบ่งปันจักรยานเกิดขึ้น

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ระบบแบ่งปันจักรยานภายใน มหาวิทยาลัยนเรศวร
2. เพื่อออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ระบบแบ่งปันจักรยานภายใน มหาวิทยาลัยนเรศวร
3. เพื่อใช้สื่อประชาสัมพันธ์ ระบบแบ่งปันจักรยานภายใน มหาวิทยาลัยนเรศวรได้จริง

3. กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ระบบแบ่งปันจักรยาน ออกแบบโดยคำนึงถึงความน่าสนใจในตัวสื่อประชาสัมพันธ์ มีเนื้อหาเชื่อมโยงในการหันมาใช้จักรยานแล้วมีผลดีโดยลดพลังงานจากแก๊ส น้ำมัน ลดมลพิษ และยังเป็นการออกกำลังกายอีกด้วย

4. สมมติฐานของการวิจัย

สื่อประชาสัมพันธ์ระบบแบ่งปันจักรยาน มหาวิทยาลัยนเรศวร สร้างสรรค์และพัฒนาขึ้นมา เพื่อเผยแพร่ให้กับนักเรียนที่กำลังจะเข้ามาศึกษาต่อในมหาวิทยาลัย หรือนักศึกษาในมหาวิทยาลัยที่มีความสนใจในเรื่องของระบบแบ่งปันจักรยาน และเป็นสื่อที่มีเนื้อหาการเล่าเรื่องด้วยภาพการ์ตูนที่มีความน่ารัก และน่าสนใจอีกด้วย

5. ขอบเขตการวิจัย

สื่อประชาสัมพันธ์ และสื่อโฆษณา

1. Script เรื่องย่อ / บทภาพยนตร์ประกอบ
 - Theme แนวทาง
 - Timeline Production (กำหนดระยะเวลาในการทำงาน) Art Direction

- Reference ตัวอย่างผลงานที่นำมาใช้อ้างอิง
 - Concept Art
 - Character Design / Costume Design
 - ภาพร่างการวาดหน้ากระดาษ Dummy, Layout สำหรับสื่อภาพประกอบ
 - Concept Art, Mood, Tone, and Colors
 - Sketch Design
2. สื่อสิ่งพิมพ์
 - แผ่นพับ, โปสเตอร์, บิลบอร์ด
 3. สื่อภาพเคลื่อนไหวและภาพยนตร์โฆษณาประชาสัมพันธ์
 - สื่อภาพและเสียง 1 นาที
 - สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่นแบนเนอร์
 4. Presentation & Packaging การนำเสนอผลงาน ชิ้นงานสรุป
 - Work of Design รูปเล่มรูปแบบตามสื่อที่ออกแบบสร้างสรรค์
 - Scratch Book (กระบวนการพัฒนาผลงานการออกแบบ)
 - Poster ที่ใช้ประกอบการแสดงหรือสนับสนุนประชาสัมพันธ์ผลงาน
 - Process Information Presentation
 - Presentation Booth

6. ข้อตกลงเบื้องต้น

การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ระบบแบ่งปันจักรยานภายในมหาวิทยาลัย เป็นการออกแบบสื่อเพื่อให้นักศึกษาหรือผู้อื่นได้รับรู้ผลดีของการหันมาใช้จักรยาน ทั้งนี้สื่อประชาสัมพันธ์เจาะจงถึงระบบแบ่งปันจักรยานภายในมหาวิทยาลัยเพื่อเผยแพร่แก่นักศึกษาให้รับรู้ว่าภายในมหาวิทยาลัยนเรศวรจะมีระบบแบ่งปันจักรยานเกิดขึ้น และยังเป็นสื่อประชาสัมพันธ์สามารถอธิบายการใช้ระบบแบ่งปันจักรยานนี้ได้

7. คำสำคัญหรือคำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

ออกแบบ หมายถึง การสร้างสรรค์ทางศิลปะอย่างหนึ่ง ของมนุษยชาติ ซึ่งมีประวัติ ความเป็นมาและวิวัฒนาการที่ควบคู่ กันมากับมนุษย์โดยตลอด เป็นศาสตร์สาขาหนึ่งของศิลปะที่มนุษย์ทุกคนจะต้องรู้จักและสัมผัสกับผลงานการออกแบบอยู่ตลอดเวลา ในชีวิตและประสบการณ์ประจำวัน ไม่ว่าจะเป็นยุคสมัยใดก็ตาม เพราะ การออกแบบนั้นก็คือความเพียรพยายามของมนุษย์ในอันที่จะนำเอาทรัพยากรต่างๆ ในธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มาดัดแปลงขึ้นเป็นสิ่งที่ละเอียดอ่อน

ความสะดวกรบาย และเกิดคุณประโยชน์เกิดคุณค่าต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์สนองต่อปัญหาความ
 อยากร (Needs) ของมนุษย์ในที่สุดนั่นเอง หรือ การรู้จักการวางแผนจัดตั้งขั้นตอนและรู้จักเลือกใช้
 วัสดุวิธีการเพื่อทำตามที่ต้องการนั้น โดยให้สอดคล้องกับลักษณะ รูปแบบและคุณสมบัติของวัตถุแต่
 ละชนิดตามความคิดสร้างสรรค์

สื่อ มาจากคำว่า medium หรือ media ซึ่งเป็นภาษาละติน แปลว่า กลาง อยู่ตรงกลาง สิ่ง
 อยู่ตรงกลาง แต่เมื่อนำมาใช้ในภาษาอังกฤษก็มีความหมายกว้างออกไป จนรวมถึงวิธี (means)
 สิ่งแวดล้อมห่อหุ้ม (environmental element) อาทิ อากาศสำหรับคน, น้ำสำหรับปลา, เครื่องมือ
 (instrument) ตัวแทนหรือตัวนำ (agency), วัสดุ (material), เทคนิค (technique), หรือแม้แต่
 person as medium แต่เมื่อวิชาการด้านการสื่อสาร และการสื่อสารมวลชนก้าวหน้ามากขึ้น คำว่า
 สื่อ (medium หรือ media) ก็ได้รับการวิเคราะห์ศึกษาและตกแต่งพัฒนาจนมีความหมายเป็น
 ศัพท์เทคนิค (technical term) หรือศัพท์เฉพาะที่มีความสำคัญยิ่ง ทั้ง นี้เพราะสื่อกลายเป็น
 องค์ประกอบที่จะขาดเสียมิได้ในการสื่อสารทุกรูปแบบและ ทุกประเภท ความหมายเดิมที่จำกัดอยู่
 เฉพาะเรื่องของภาษาที่ใช้ในการพูดหรือการสอน (อาทิ ภาษาไทยที่เป็นสื่อการสอนที่ใช้กันมากที่สุด
 ในสถาบันการศึกษาของไทย) ก็ได้ขยายออกมามีครอบคลุมถึงสื่อวัตถุ (อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อ
 อิเล็กทรอนิกส์) สื่อบุคคล (อาทิ สื่อภาษา, สื่อท่าทาง, พ่อสื่อแม่สื่อ สื่อประชาชน หรือ population
 media), สื่อผสม (อาทิ สื่อมวลชน สื่อการสอน สื่อข้อมูล สื่อโทรทัศน์) หรือแม้กระทั่งสาร (อาทิ
 สื่อวัฒนธรรม ภาษา สื่อ อวัจนภาษา)

การประชาสัมพันธ์ มีความหมายตรงกับภาษาอังกฤษ คือ “Public Relations”
 “Public” หมายถึง หมู่คน ประชาชน หรือสาธารณชน “Relations” หมายถึง การสัมพันธ์
 ดังนั้น ถ้าแปลความหมายแล้ว การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) หมายถึง การสัมพันธ์กับคน
 หมู่มากเอ็ดเวิร์ด แอล.เบอร์เนส (Edward L. Bernays) ให้ความหมาย “การประชาสัมพันธ์” ไว้ 3
 ประการ ได้แก่

1. เป็นการเผยแพร่ ขี้แจงให้ประชาชนทราบ
 2. เป็นการชักจูงใจให้ประชาชนมีส่วนร่วม และเห็นด้วยกับวัตถุประสงค์ ตลอดจนวิธีการดำเนินงาน
 ของสถาบัน หน่วยงาน
 3. เป็นการผสมผสานความคิดเห็นของประชาชนที่เกี่ยวข้อง ให้เข้ากับจุดมุ่งหมายและวิธีการ
 ดำเนินงานของสถาบัน พรทิพย์ วรกิจโกศาทร ให้ความหมาย “ การประชาสัมพันธ์ ” คือ การปฏิบัติ
 กิจกรรมต่างๆ ตามแผนการของการสื่อสารที่ได้กำหนดไว้ เพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องตรงกัน
 ในอันที่จะสร้างความเชื่อถือ ศรัทธา และความร่วมมือระหว่างสถาบันกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย
 โดยเป็นการปฏิบัติกิจกรรมที่ต่อเนื่องและหวังผลระยะยาว
- เสรี วงษ์มณฑา ได้กล่าวว่า “การประชาสัมพันธ์” คือ การกระทำทั้งสิ้น ทั้งหลาย ทั้งปวง ที่เกิดจาก

การวางแผนล่วงหน้า ในการที่จะสร้างความเข้าใจกับ สาธารณชนที่เกี่ยวข้องเพื่อก่อให้เกิดทัศนคติ ที่ดี ภาพพจน์ที่ดี อันจะนำไปสู่สัมพันธภาพที่ดีระหว่างหน่วยงานและสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง ก่อให้เกิด การสนับสนุนและความร่วมมือกันเป็นอย่างดี

จากความหมาย การประชาสัมพันธ์ ที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า “การ ประชาสัมพันธ์” หมายถึง การติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงาน หรือองค์กรและกลุ่มประชาชน เป้าหมาย เพื่อสร้างความเข้าใจอันถูกต้องในอันที่จะสร้างความเชื่อถือ ศรัทธา และความร่วมมือ ตลอดจนความสัมพันธที่ดี ซึ่งจะช่วยให้การดำเนินงานของหน่วยงานนั้นๆ บรรลุเป้าหมาย

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ หมายถึง เครื่องมือหรือตัวกลางที่ใช้ในการนำข่าวสาร เรื่องราว จากองค์กรหรือหน่วยงานไปสู่ประชาชน สื่อ อาจจำแนกได้หลายประเภทหลายหลักเกณฑ์ แต่การกำหนดประเภทของสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ จะต้องคำนึงถึงลักษณะที่เป็นรูปธรรม ลักษณะที่พัฒนาได้ประโยชน์ในปัจจุบันและศักยภาพเพื่ออนาคต

ระบบ หมายถึง การนำปัจจัยต่างๆ อันได้แก่ คน (People) ทรัพยากร (Resource) แนวคิด (Concept) และกระบวนการ (Process) มาผสมผสานการทำงานร่วมกันเพื่อให้บรรลุเป้าหมายอย่าง ใดอย่างหนึ่งตามที่ได้วางแผนไว้ โดยภายในระบบอาจประกอบไปด้วยระบบย่อย (Subsystem) ต่างๆ ที่ต้องทำงานร่วมกันเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์เดียวกัน

แบ่งปัน หมายถึงการแบ่งปันสิ่งที่เรามี หรือสิ่งที่เราสามารถให้แก่ผู้อื่นได้ และเป็นประโยชน์ กับคนที่ได้รับ

9. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. รู้ถึงข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับระบบแบ่งปันจักรยานภายใน มหาวิทยาลัยนเรศวร
2. สามารถออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ระบบแบ่งปันจักรยานภายใน มหาวิทยาลัยนเรศวร
3. สามารถใช้สื่อประชาสัมพันธ์ ระบบแบ่งปันจักรยานภายใน มหาวิทยาลัยนเรศวรได้จริง

11. วิธีดำเนินการวิจัย

11.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

นักศึกษาคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์สาขาออกแบบสื่อวัฒนธรรมชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยนเรศวร

11.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

สื่อประชาสัมพันธ์ระบบแบ่งปันจักรยานมหาวิทยาลัยนเรศวร

11.3 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้เพื่อการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

ซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

- Adobe Photoshop CS 4
- Adobe Illustrator CS 4
- Adobe After Effects CS 4
- Adobe Premiere Pro CS 4
- FromatFactory

ฮาร์ดแวร์ที่ใช้ในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

- หน่วยประมวลผลกลางรุ่น (CPU) รุ่น AMD processor LE-1620
- หน่วยความจำหลัก 3 GB DDR2

11.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

- การติดต่อหน่วยงานและรวบรวมข้อมูลที่เป็น
- ศึกษาเอกสารและตัวอย่างงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- รวบรวมเครื่องมือที่ใช้ในการทำสื่อ



12. แผนการดำเนินงาน

กิจกรรม	เดือน				
	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.
ก. การเตรียมการ					
1. การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	■				
2. การติดต่อหน่วยงานและรวบรวมข้อมูลที่สำคัญ	■	■			
3. รวบรวมเครื่องมือที่ใช้ในการทำสื่อ		■			
4. ฝึกทดลองและแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย		■	■		
ข. การเก็บข้อมูล					
5. สุ่มตัวอย่าง			■		
6. สัมภาษณ์และสังเกตกลุ่มตัวอย่าง			■	■	
ค. การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล					
7. ประมวลผลข้อมูล				■	
8. วิเคราะห์และแปลผลข้อมูล				■	
ง. การเขียนรายงานและการเผยแพร่ผลงาน					
9. เขียนรายงาน				■	
10. จัดพิมพ์รายงาน					■

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษานี้เป็นการศึกษาวิจัยการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ระบบแบ่งปันจักรยาน มหาวิทยาลัยนเรศวร เพื่อที่จะสามารถทำการพัฒนาและ ออกแบบได้จึงจำเป็นต้องศึกษาค้นคว้า ทำความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลเบื้องต้นในด้านต่างๆ อันประกอบด้วย

1.เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ

- 1.1 ความหมายของการออกแบบ
- 1.2 ประเภทของการออกแบบ
- 1.3 ความเป็นมาของกระบวนการออกแบบ
- 1.4 ทฤษฎีของการออกแบบ

2.การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

- 2.1 การประชาสัมพันธ์คืออะไร
- 2.2 ความหมายทั่วไปของการประชาสัมพันธ์
- 2.3 ความหมายทางด้านการวิชาการของการประชาสัมพันธ์
- 2.4 การประชาสัมพันธ์ในลักษณะที่เป็นศาสตร์และศิลปะ
- 2.5 การประชาสัมพันธ์กับการเผยแพร่
- 2.6 การประชาสัมพันธ์กับการโฆษณา
- 2.7 การประชาสัมพันธ์กับการส่งเสริมการจำหน่าย
- 2.8 การประชาสัมพันธ์กับการโฆษณาชวนเชื่อ
- 2.9 การประชาสัมพันธ์ด้วยภาพเขียน
- 2.10 การประชาสัมพันธ์ด้วยการเขียนบันทึก
- 2.11 การประชาสัมพันธ์ด้วยการพิมพ์
- 2.12 การประชาสัมพันธ์สมัยใหม่
- 2.13 ประวัติความเป็นมาของการประชาสัมพันธ์ในสหรัฐอเมริกา
- 2.14 หลักในการวางแผนประชาสัมพันธ์
- 2.15 ประเภทของสื่อ

3.หลักการและเหตุผลของโครงการระบบแบ่งปันจักรยาน

4.ประวัติของคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธนเรศวร

1.เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ

1.1ความหมายของการออกแบบ

เมื่อกล่าวถึงการออกแบบเราจำเป็นต้องมองย้อนไปในอดีตถึงสมัยที่มนุษย์เริ่มกำเนิดมาในโลก เป็นเวลากว่าแสนปีมาแล้วที่มนุษย์ในยุคแรกๆ ดำรงชีวิตด้วยการพึ่งพาอาศัย สิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ และต้องพยายามปรับตัวให้ได้มากที่สุดเพื่อการอยู่รอด เรานำสิ่งที่มีอยู่ในธรรมชาติแวดล้อมมาใช้เป็นปัจจัยพื้นฐาน โดยเริ่มตั้งแต่เก็บเกี่ยวผลผลิตที่งอกงามอยู่รอบตัวและล่าสัตว์เป็นอาหาร อาศัยในถ้ำที่มีลักษณะเป็นเว้าอยู่ภายในที่ซึ่งเหมาะสมต่อการกินอยู่หลับนอน นุ่มนวล ผลผลิตที่เหลือจากการล่าสัตว์เป็นอาหารได้แก่หนังสัตว์บางชนิด และนำส่วนประกอบจากพืชที่มีคุณสมบัติเป็นสมุนไพรใช้รักษาความเจ็บป่วย นอกจากปัจจัยพื้นฐานแล้วมนุษย์ยังใช้ประโยชน์จากธรรมชาติแวดล้อมในการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกตลอดจนความปลอดภัยในชีวิตประจำวัน การดำรงชีวิตอยู่ในโลกมาเป็นเวลานาน ช่วยสอนให้มนุษย์รู้จักสร้างคุณสมบัติเฉพาะตัวที่เป็นประโยชน์อย่างมากต่อการพัฒนาตนเองให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ตลอดจนสร้างให้เกิดอารยะธรรมความเจริญในด้านต่างๆ คุณสมบัติเฉพาะตัวที่ว่านี้ คือ การรู้จักสังเกตทดลองและการดัดแปลงปรับปรุง เมื่อมนุษย์พบเห็นวัตถุสิ่งของตลอดจนปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติก็รู้จักสังเกตและจดจำเก็บไว้เป็นความรู้ในสมอง เมื่อมีโอกาสอันยากก็นำความรู้ที่มามีทดลองปฏิบัติตามแบบอย่างที่ได้สังเกตจดจำไว้ ถ้าผลที่ได้ออกมาไม่ตรงตามที่คาดหมาย ก็รู้จักดัดแปลงปรับปรุงแก้ไขจนเกิดผลลัพธ์ตามที่ต้องการในภายหลัง ตัวอย่างที่จะอธิบายได้เป็นอย่างดีได้แก่ การค้นพบวิธีการทำเครื่องปั้นดินเผา เริ่มจากการสังเกตเห็นว่าดินที่อยูรอบกองไฟเมื่อถูกความร้อนจะแข็งตัวไม่ละลายน้ำอีกต่อไป เมื่อสังเกตแล้วก็รู้จักนำดินเหนียวมาเผา หรือพอกบนภาชนะเครื่องจักสานแล้วนำไปเผาไฟ ก็จะได้ภาชนะตามรูปทรงเครื่องจักสาน แต่ภาชนะดังกล่าวอาจไม่สะดวกต่อการใช้ใส่อาหารจึงปรับปรุงด้วยวิธีการนำดินเหนียวมาปั้นขึ้นรูปเป็นภาชนะให้มีรูปทรงที่เหมาะสมต่อการนำไปใช้หุงต้มอาหาร โดยไม่ต้องอาศัยโครงสร้างจากเครื่องจักสานในที่สุดด้วยคุณสมบัติเฉพาะดังกล่าว เมื่อมนุษย์พบว่าสิ่งที่ธรรมชาติสร้างให้ไม่มีความเหมาะสมสอดคล้องต่อการนำไปใช้งาน มนุษย์จึงเริ่มต้นปรับปรุงเปลี่ยนแปลงลักษณะรูปทรงต่างๆ รอบตัว และการที่มนุษย์เริ่มดัดแปลงรูปทรงของสิ่งแวดล้อม นับว่ามนุษย์ได้เริ่มต้นการออกแบบ หรืออาจกล่าวได้ว่าการออกแบบเป็นการแสดงออกอย่างหนึ่งของมนุษย์เมื่อมีความไม่พอใจของรูปทรงของสิ่งที่เป็นอยู่ (หลักการออกแบบ นวลน้อย บุญวงศ์ หน้า 7-8)

ที่มาของแนวคิดในการออกแบบ

มนุษย์เกิดมาเป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติที่นับว่าได้ให้ทุกสิ่งทุกอย่างอย่างไว้ชีวิตจำกัด เราเรียนรู้ที่จะปรับตัวให้สัมพันธ์สอดคล้องกับสิ่งที่ธรรมชาติมอบให้ และยังเรียนรู้ที่จะปรับปรุงเปลี่ยนแปลง เมื่อพบว่าสิ่งที่มีมาตามธรรมชาติไม่สอดคล้องกับความต้องการของมนุษย์ แต่การที่จะสร้างให้เกิดเป็น สิ่งใหม่ขึ้น เราได้แนวความคิดตลอดจนลักษณะรูปแบบมาจากไหนจะพบว่าที่มาของแนว ความคิด ในการออกแบบต่างๆ นั้นมาจากแหล่งกำเนิด 2 แหล่งที่สำคัญ แหล่งแรกคือธรรมชาติและแหล่งที่ สองคือประสบการณ์ที่สะสมมาเป็นเวลานานของคนรุ่นต่างๆหรือจากประวัติศาสตร์นั่นเอง

1.2 ประเภทของงานออกแบบ

ปัจจุบันมนุษย์เราอาศัยอยู่ในโลกที่แวดล้อมไปด้วยผลงานที่เกิดขึ้นจากฝีมือมนุษย์ด้วย กัน การเปลี่ยนแปลงรูปทรงของธรรมชาติให้อยู่ในสภาพที่เหมาะสมกับความต้องการด้านการใช้งานและ ความต้องการแสดงออกถึงความรู้สึกนึกคิดเป็นจุดมุ่งหมายประการแรก แต่ความต้องการของมนุษย์ ไม่มีชีวิตจำกัดความต้องการใหม่ๆที่เกิดขึ้นเป็นแรงผลักดันให้มีการสร้างสรรค์ผลิตผลอย่างต่อเนื่อง หากพิจารณาสิ่งต่างๆรอบตัวเรามีทั้งสิ่งที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตเช่นที่พักอาศัย เครื่อง นุ่งห่ม และสิ่งที่เกินความจำเป็นมีทั้งสิ่งที่มุ่งหวังในการสร้างเช่นอุปกรณ์เครื่องมือและสิ่งที่ช่วยในการ ทำลายเช่นอาวุธต่างๆ จนแจกล่าได้ว่าเราอยู่ในโลกที่มีความซับซ้อนและมีความเฉพาะอย่าง มีวิถี ชีวิตที่มีได้รับความสะดวกสบายและในขณะเดียวกันก็มีความอันตรายมากขึ้น ซึ่งในบรรดาสิ่งที่ มนุษย์ออกแบบคิดค้นนานาชนิดจะพบว่า มีลักษณะร่วมกันอยู่คือการแก้ปัญหาและความคิดสร้าง สรรค์ เนื่องจากตามปกติงานออกแบบจะเริ่มจากการเกิดของปัญหาและในการทำงานเพื่อแก้ไข ปัญหานอกจากจะใช้ข้อมูลความเป็นเหตุเป็นผลแล้ว ยังจำเป็นต้องมีการเสนอแนะวิธีการหรือรูป แบบต่างๆ สำหรับการแก้ปัญหาตามความเหมาะสม การที่จะได้มาซึ่งทางเลือกที่ใช้แก้ปัญหา เป็น สิ่งที่ต้องใช้กระบวนการสร้างสรรค์ อันเป็นทักษะเฉพาะสำหรับการทำงานแต่ละสาขาและนักออก แบบจำเป็นต้องได้รับการศึกษาและฝึกฝนเฉพาะทาง ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1.2.1 การออกแบบระบบ (System Design)

หมายถึงการออกแบบในลักษณะการจัดวางระบบหรือระเบียบแบบแผนเพื่อให้การทำงานเป็นไป อย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ

1.2.2 การออกแบบสภาพแวดล้อม (Environmental Design)

หมายถึงการออกแบบในลักษณะการสร้างสิ่งต่างๆ ในสภาพแวดล้อมของมนุษย์ ตั้งแต่การวางผัง เมืองซึ่งนับเป็นสภาพแวดล้อมขนาดใหญ่ การวางผังชุมชนที่มีขนาดเล็ก จนถึงการออกแบบ สถาปัตยกรรมและส่วนประกอบทั้งภายนอกและภายในอาคาร มีลักษณะเฉพาะเป็นงานออกแบบที่ มีความเกี่ยวข้องทั้งทางด้านระบบและลักษณะรูปทรงเข้าด้วยกัน

3.การออกแบบสิ่งของ (Artefact Design)

หมายถึงการออกแบบข้าวของเครื่องใช้ที่สัมผัสโดยตรงกับมนุษย์และเป็นส่วนหนึ่งของสภาพแวดล้อมด้วยถ้าเปรียบกับการออกแบบระบบและสภาพแวดล้อมจะพบว่า การออกแบบสิ่งของเกี่ยวข้องกับใกล้ชิดกับมนุษย์มากกว่า มีขนาดเล็กกว่าและเป็นงานที่มีความละเอียดลึกซึ้งในแง่ของรูปทรง การใช้สอยและการผลิตซึ่งทำได้ทั้งในรูปงานหัตถกรรมและอุตสาหกรรม โดยมีการจำแนก 2 หลักเกณฑ์ ดังนี้ (หลักการออกแบบ นวลน้อย บุญวงศ์. หน้า19-20)

การจำแนกตามลักษณะที่ปรากฏ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท

การออกแบบ 2 มิติ (Two-Dimensional Design)

การออกแบบ 2 มิติตามปกติแล้วเป็นการออกแบบที่กินพื้นที่บนระนาบรองรับซึ่งสามารถตรวจสอบความกว้างความยาวบนระนาบรองรับได้ แต่ไม่สามารถตรวจสอบมิติลึกหรือหนาได้ การออกแบบสามมิติ (Three-Dimensional Design)

งานออกแบบสามมิติ คือ งานที่ออกแบบที่แสดงปริมาตรของรูปทรง ให้สามารถตรวจสอบหรือสัมผัสได้ด้วยกายสัมผัส โดยกินเนื้อที่ในบริเวณว่างหรืออากาศในแง่การออกแบบสามมิติทั่วไปแล้วจะกินความไปอย่างกว้างขวาง ทั้งงานออกแบบสถาปัตยกรรม ผังเมือง การตกแต่งภายในหรือภายนอก งานประติมากรรม เครื่องเรือน ตู้โชว์ ตลอดจนงานช่าง (การออกแบบ วิรุณ ตั้งเจริญ. หน้า 66-71) ซึ่งในด้านการออกแบบวัตถุที่เป็นงานสามมิติจะมีความหลากหลายมากในด้านขนาดตั้งแต่ขนาดเล็กเช่น เครื่องประดับ ไปจนถึงขนาดใหญ่เช่นยานพาหนะ มีหน้าที่ใช้สอยเล็กน้อยเช่นที่ทับกระดาษ ไปจนถึงเครื่องมือที่มีความซับซ้อนเช่นเครื่องมือแพทย์ งานออกแบบประเภทนี้จึงเป็นงานที่มีเนื้อหารายละเอียดเพิ่มมากขึ้น นอกจากสนองการรับรู้ทางประสาทตาแล้วยังเพิ่มประสาทสัมผัสซึ่งเกี่ยวข้องกับลักษณะรูปทรงและพื้นผิวอีกด้วย (หลักการออกแบบ นวลน้อย บุญวงศ์ . หน้า 21)

1.3 ความเป็นมาของกระบวนการออกแบบ

1.3.1 พัฒนาการของกระบวนการออกแบบ

มีคำจำกัดความของการออกแบบอันหนึ่งที่กล่าวว่า การออกแบบคือกิจกรรมการแก้ปัญหา เพื่อให้ บรรลุตามเป้าหมายหรือจุดประสงค์ที่ตั้งไว้ (Design is a goal – directed problem – solving activity-Archer, 1965) จากคำจำกัดความแสดงให้เห็นว่าในการออกแบบจะเริ่มจากการออกแบบเริ่มจากการมีปัญหามีการตั้งเป้าหมายที่มาจากฝ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง มีกิจกรรมการทำงานเพื่อแก้ปัญหาจากงานออกแบบและรวบรวมผลสมผสานให้บรรลุตามความประสงค์ที่กำหนดไว้ ในอดีตผู้ที่ทำหน้าที่ออกแบบและผลิตผลงานการออกแบบของตนมักอยู่ในตัวคน ๆ เดียว คือ ช่างฝีมือผู้สร้างสรรค์งานหัตถกรรมรับใช้สังคม ต่อมาเมื่อมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและความซับซ้อนของสภาพความต้องการของผู้ใช้ จนเกินกว่าที่ช่างฝีมือเพียงผู้เดียวจะจัดการออกแบบ

และผลิตสนองความต้องการให้ได้ครบถ้วน จึงทำให้เกิดเป็นอาชีพนักออกแบบ ผู้ที่ทำหน้าที่นี้มักเป็นผู้ที่ได้รับการฝึกฝนมาโดยเฉพาะ ดังนั้นเมื่อกล่าวถึงวิธีการทำงานออกแบบในอดีตที่ผ่านมาจึงอาจจำแนกออกได้เป็น 2 ลักษณะ

1. วิธีการของช่างฝีมือ (Unselfconscious process)

เป็นวิธีการทำงานโดยการลองผิด-ลองถูกของช่างฝีมือด้วยความคุ้นเคยกับปัญหาในงานของตน ช่างฝีมือจะจัดการแก้ไขปัญหาย่างได้ผลตรงจุดนั้นโดยการค่อยปรับเปลี่ยน ช่างฝีมือได้รับการฝึกฝนขณะทำงานเป็นลูกมือมาก่อนจึงมีข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการ วัสดุและกรรมวิธีการผลิตสะสมไว้อยู่ในความทรงจำเนื่องจากไม่มีการบันทึกและการวาดภาพเก็บไว้เป็นหลักฐาน ดังนั้นการพัฒนาในงานออกแบบจึงกินเวลานานและทำให้ยากที่จะเปลี่ยนแปลงทั้งหมด มักเป็นการค่อยปรับเปลี่ยนไปที่ละเล็กทีละน้อยในระหว่างการทำงาน ข้อดีของวิธีการทำงานออกแบบในลักษณะนี้คือช่วยให้ช่างสามารถจดจำซึมซับเข้าไปอย่างแน่นแฟ้นยากแก่การลืมเลือน

2. วิธีการของช่างเขียนแบบ (Selfconscious process)

เป็นวิธีการทำงานที่ใช้แบบ(Drawing) เป็นศูนย์กลางในการคิด การปรับปรุงและการพัฒนาแบบ เนื่องจากในการทำงานออกแบบที่มีความซับซ้อนและมีขนาดใหญ่มากขึ้น เช่น การออกแบบอาคารหรือเรือเดินสมุทร เป็นต้น จำเป็นต้องมีการแบ่งงานออกเป็นแผนกตามความถนัดของแรงงานเพื่อช่วยให้ทำงานได้รวดเร็วยิ่งขึ้น วิธีการของช่างเขียนแบบต่างจากการทำงานของช่างฝีมือตามที่ต้องการใช้การวาดภาพสำเร็จขึ้นก่อนการลงมือทำและใช้การคาดคิดล่วงหน้าไปในอนาคต (Perceptual span) วิธีการออกแบบในลักษณะนี้ช่วยให้มีอิสระในการเปลี่ยนแปลงและสามารถแก้ไขแบบได้ง่ายขึ้น

วิธีการทำงานออกแบบทั้ง 2 ลักษณะดังกล่าวเป็นที่เข้าใจกันอย่างชัดเจนแล้วว่า มีแนวทางการเข้าสู่ปัญหาของงานออกแบบด้วยการใช้สัญชาตญาณและความชาญฉลาดเฉพาะตัวของช่าง ซึ่งไม่เหมาะสมและไม่เพียงพอในการแก้ปัญหางานออกแบบในปัจจุบัน เนื่องจากสภาพความต้องการที่มากขึ้นและความเชื่อมโยงระหว่างองค์ประกอบในงานออกแบบตั้งแต่มนุษย์ผู้ใช้งาน ตลอดจนถึงสภาพแวดล้อมที่มีผลกระทบซึ่งกันและกันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ อีกทั้งงานออกแบบสมัยใหม่มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องเพิ่มมากขึ้น ทำให้ปริมาณข้อมูลที่จำเป็นมีเพิ่มขึ้นอย่างมาก วิธีการทำงานออกแบบลักษณะเดิมไม่สามารถจัดการกับข้อมูลเหล่านี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้พัฒนาการทางเทคโนโลยีทำให้เกิดอุปกรณ์เครื่องมือช่วยอำนวยความสะดวกในการทำงานดีขึ้น แต่อุปกรณ์ดังกล่าวจะทำงานได้จำเป็นต้องใช้วิธีการทำงานอย่างเป็นระบบ ดังนั้นจึงทำให้เกิดความพยายามในหมู่ผู้ประกอบการวิชาชีพออกแบบ เพื่อการพัฒนาด้านกระบวนการออกแบบอย่างเป็นขั้นตอน ผู้ริเริ่มคนสำคัญในเรื่องนี้คือ J. Christopher Jones และ Alexander โดยได้เสนอบทความในการประชุมเกี่ยวกับวิธีการออกแบบ (Conference on Design Methods) ที่กรุงลอนดอนเมื่อปี ค.ศ. 1960

วิธีการออกแบบอย่างเป็นระบบนี้ ได้แบ่งการออกแบบเป็นขั้นตอนย่อยต่อเนื่องกัน มีการร่วมมือกันทำงานเป็นกลุ่มของผู้เชี่ยวชาญฝ่ายต่าง ๆ และพยายามผสมผสานร่วมกันระหว่างวิธีการออกแบบลักษณะดั้งเดิมซึ่งในจินตนาการความชาญฉลาดและประสบการณ์ของนักออกแบบกับวิธีการคิดอย่างนักวิทยาศาสตร์ซึ่งใช้ความเป็นเหตุเป็นผลและการทำงานอย่างเป็นระบบ ดังนั้นกระบวนการออกแบบใหม่จึงมีลักษณะที่สนับสนุนให้ผู้ออกแบบมีการคิดทั้ง 2 ลักษณะเกิดขึ้นด้วยกันคือ

1. การปล่อยให้จิตใจผู้ออกแบบมีอิสระในการสร้างความคิดจินตนาการ การคาดเดาและการเห็นแจ้งสำหรับทางเลือกต่าง ๆ ในเวลาใดก็ได้ โดยไม่ถูกยึดติดหรือครอบงำด้วยข้อจำกัดใด ๆ
2. การใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลและการแยกแยะหาความเกี่ยวข้องเป็นเหตุผลตลอดจนการนำมาให้อธิบายและเปรียบเทียบแนวความคิดเพื่อหาคำตอบหรือทางออกที่ถูกต้องเหมาะสม

1.3.2 ลักษณะสำคัญของกระบวนการออกแบบ

กระบวนการออกแบบอย่างเป็นระบบเป็นวิธีการออกแบบที่ช่วยลดความผิดพลาดในการทำงานและมีความเหมาะสมกับการแก้ปัญหาในงานออกแบบสมัยใหม่โดยเฉพาะปัญหาที่มีข้อมูลเป็นปริมาณมากเป็นโจทย์ที่ต้องการผู้ร่วมงานจากสาขาและเป็นงานออกแบบที่ต้องการความริเริ่มสร้างสรรค์ในระดับสูงกระบวนการออกแบบอย่างเป็นระบบมีลักษณะสำคัญดังนี้

1. การพยายามทำให้การออกแบบเป็นวิธีการที่เปิดเผย มีการทำงานอย่างเป็นลำดับขั้นตอน เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในการทำงานเกิดความเข้าใจ และสามารถมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูล คำแนะนำ และเสนอแนะวิธีแก้ไขปัญหาแทนที่จะเป็นการทำงานของนักออกแบบตามลำพัง
2. ให้ความเป็นอิสระในการสร้างสรรค์ด้วยการแบ่งแยกการทำงานออกเป็นขั้นตอน เป็นการกระจายงานออกจากกันเมื่อทำงานถึงแต่ละขั้นตอนก็สามารถพุ่งความสนใจจดจ่ออยู่เฉพาะขั้นตอนนั้นได้อย่างเป็นอิสระจากขั้นตอนอื่น ๆ ลดความสับสนในการใช้ความคิดต่องานรวมทั้งหมด
3. การทำงานแม้จะมีการแบ่งออกเป็นขั้นตอน แต่ในขณะปฏิบัตินั้นไม่สามารถแยกแต่ละขั้นตอนอย่างเด็ดขาดจากกัน ขั้นตอนต่าง ๆ มีความต่อเนื่องและคาบเกี่ยวกัน จนบางครั้งไม่สามารถกำหนดจุดเริ่มต้นและจุดของแต่ละขั้นตอนได้อย่างชัดเจน
4. มีระบบการจดบันทึกอย่างละเอียดในแต่ละขั้นตอนจึงมีหลักฐานบันทึกเก็บไว้ช่วยให้ช่วยต่อการทบทวน ค้นหา ตรวจสอบและแก้ไขเมื่อเกิดความผิดพลาด

1.3.3 การแบ่งขั้นตอนกระบวนการออกแบบ

ลักษณะเฉพาะที่สำคัญประการหนึ่งของการออกแบบอย่างเป็นระบบคือการแบ่งกระจายการทำงานออกจากกันเป็นขั้นตอนย่อย ๆ เพื่อช่วยให้ผู้ร่วมงานสามารถมุ่งความสนใจกับงานแต่ละขั้นตอนได้อย่างเต็มที่ ช่วยลดความสับสนในการคิดค้นแก้ปัญหา ในการแบ่งกระจายขั้นตอนการ

ออกแบบนั้น เนื่องจากนักออกแบบแต่ละคนเมื่อผ่านประสบการณ์ในการทำงานมาช้านาน ได้สะสมความรู้ความชำนาญตลอดจนมีความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาหรืออุปสรรคขณะลงมือทำงาน จึงพัฒนาขั้นตอนการทำงานเฉพาะเป็นของตนเองตามความถนัดและความมีอุปสรรคขณะลงมือทำงาน จึงพัฒนาขึ้นขั้นตอนการทำงานเฉพาะเป็นของตนเองตามความถนัดและความมีประสิทธิภาพด้วยวิธีที่ตนได้เรียนรู้มา ดังนั้นตามสำนักงานออกแบบต่าง ๆ เช่น สำนักงานสถาปนิก นักตกแต่งภายในและนักออกแบบอุตสาหกรรม จึงวางแผนการทำงานไว้เป็นเสมือนคู่มือการปฏิบัติงาน เพื่อให้ นักออกแบบและเจ้าหน้าที่ฝ่ายต่าง ๆ ปฏิบัติเป็นขั้นตอนมีการกำหนดอย่างชัดเจนเกี่ยวกับลักษณะผลผลิตที่ต้องทำส่งในแต่ละขั้นตอน และให้ดำเนินไปเป็นลำดับอย่างเคร่งครัด การทำงานตามแบบแผนอย่างเป็นขั้นตอนมีส่วนช่วยให้การออกแบบประสบผลสำเร็จได้เป็นอย่างดี ในหัวข้อนี้จึงขอเสนอแนะวิธีการแบ่งขั้นตอนการทำงานซึ่งมีผู้เชี่ยวชาญได้ทดลองปฏิบัติและเผยแพร่ไว้แล้วเป็น 3 ลักษณะ เปรียบเทียบกัน แต่ละวิธีการแบ่งมีการกระจายการทำงานเป็นขั้นตอนย่อยและเน้นการให้ความสำคัญของขั้นตอนที่แตกต่างกัน แต่เมื่อมองโดยรวมแล้วการแบ่งขั้นตอนลักษณะต่าง ๆ ล้วนมีวิธีการเข้าสู่ปัญหาในแนวทางเดียวกัน และสามารถนำมาใช้ในการแก้ปัญหาทางการออกแบบได้ทั้งสิ้น การเลือกวิธีการแบ่งขั้นตอนลักษณะใดนั้นย่อมขึ้นกับวิธีการทำงานตามความถนัดและความเคยชินของนักออกแบบเป็นสำคัญ

การแบ่งขั้นตอนการออกแบบ

วิธีที่ 1 แบ่งการทำงานออกเป็น 3 ขั้นตอนหลัก

1. การวิเคราะห์ (Analysis)

การนำข้อมูลที่มีผลต่อการออกแบบมาจัดการแยกแยะหาความเกี่ยวข้องสัมพันธ์ระหว่างกันเพื่อสรุปให้ออกมาเป็นกลุ่มลักษณะที่งานออกแบบนั้น ๆ ควรจะเป็นหรือควรทำหน้าที่ตามการใช้งาน (Performance Specification = P- Spec)

2. การสังเคราะห์ (Synthesis)

การนำผลการวิเคราะห์มาสร้างสรรคด้วยเทคนิควิธีการต่างๆ เพื่อให้ได้วิธีแก้ปัญหาที่มีความหลากหลายมีปริมาณมากและมีคุณภาพสอดคล้องกับลักษณะที่ควรจะเป็นตามความต้องการใช้งาน (P-Spec)

3. การประเมินผล (Evaluation)

การนำวิธีการแก้ปัญหาที่สังเคราะห์ได้มาเปรียบเทียบตามหลักเกณฑ์ และเลือกวิธีการที่มีความเป็นไปได้และเหมาะสมสูงสุดสำหรับนำไปพัฒนาเพื่อการผลิตและการจำหน่ายต่อไป

ทั้ง 3 ขั้นตอนหลักนี้แต่ละขั้นตอนยังประกอบด้วยขั้นตอนย่อย ๆ ซึ่งกำหนดให้ปฏิบัติไปตามลำดับเพื่อให้บังเกิดผลสำเร็จในแต่ละขั้นตอนหลักเมื่อปฏิบัติตามโดยเรียงจากการวิเคราะห์การสังเคราะห์และการประเมินผลแล้วถ้าผลงานออกแบบที่ประเมินได้สามารถแก้ปัญหาได้อย่าง

เหมาะสมเป็นที่พอใจของทุกฝ่ายก็นับว่าเสร็จสิ้นกระบวนการออกแบบ แต่ถ้าประเมินแล้วผลงานยังไม่ถูกต้องตามความต้องการของผู้เกี่ยวข้องก็จำเป็นต้องย้อนกลับไปตรวจสอบในขั้น ตอนการวิเคราะห์และการสังเคราะห์เพื่อหาข้อผิดพลาดและทำการแก้ไขใหม่เรียงไปตามลำดับขั้นตอน

วิธีที่ 2: แบ่งการทำงานออกเป็น 7 ขั้นตอน

1. เตรียมรับสภาพ (Accept Situation)

เมื่อได้รับปัญหาในการออกแบบนักออกแบบต้องทำความเข้าใจเนื้อหาและธรรมชาติเฉพาะของงานออกแบบนั้น ๆ อย่างถ่องแท้ พร้อมกับทำการสำรวจความพร้อมของตนเองที่ทำงานในด้านต่าง ๆ เช่น เวลาทำงาน, ความรู้-ความชำนาญเฉพาะ, ข้อมูลที่มี ความถนัดและความสนใจในงานลักษณะนั้นเพื่อประกอบการตัดสินใจที่จะเริ่มรับงาน

2. วิเคราะห์ (Analyse)

การค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อค้นหาความจริงตลอดจนข้อคิดเห็นจากผู้รู้ต่าง ๆ เกี่ยวกับปัญหาโดยการนำปัญหามาแยกส่วนและหาความสัมพันธ์ระหว่างกันช่วยให้มองเห็นข้อเท็จจริงใหม่ ๆ ในปัญหานั้น

3. กำหนดขอบเขต (Define)

เมื่อได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาอย่างละเอียด แล้วจะพบว่ามีความเกี่ยวข้องกับเรื่องอย่างต่อเนืองและกว้างขวางกับปัญหานั้นอีกมากมาย ซึ่งไม่สามารถจัดการได้ทั้งหมดนักออกแบบจึงจำเป็นต้องกำหนดเป้าหมายหลักของการทำงาน วางขอบเขตและจุดมุ่งหมายที่ต้องการให้บรรลุอย่างเหมาะสมตามความจำกัดต่าง ๆ ที่มีอยู่

4. คิดค้นออกแบบ (Ideate)

การใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างทางเลือกหรือวิธีการแก้ปัญหามากซึ่งสามารถบรรลุเป้าหมายหลัก

5. คัดเลือก (Select)

การพิจารณาวิธีแก้ปัญหาลักษณะต่าง ๆ นำมาเปรียบเทียบเพื่อคัดเลือกวิธีการที่ดีที่สุดคือ วิธีที่ง่ายและได้ผลในการใช้งานสูงสุด

6. พัฒนาแบบ (Implement)

การนำเอาแบบที่เลือกแล้วที่มีความเหมาะสมมากที่สุดมาปรับปรุงแก้ไขต่อไปจนถึงรายละเอียดเพื่อพัฒนาให้แนวทางที่เลือกนั้นมีความสมบูรณ์เกิดผลลัพธ์สูงสุด

7. ประเมินผล (Evaluate)

การนำผลงานการออกแบบที่ผ่านการพัฒนาแล้วมาทบทวนผลที่เกิดขึ้นและวิจารณ์อย่างตรงไปตรงมาและอย่างมีหลักเกณฑ์เพื่อให้รู้ว่าผลงานนั้นมีข้อดีและข้อบกพร่องทั้งทางด้านคุณภาพและปริมาณ

ตามการแบ่งขั้นตอนวิธีที่ 2 นี้ ผู้ออกแบบสามารถเรียงลำดับขั้นตอนการทำงานออกแบบได้หลายลักษณะขึ้นกับความซับซ้อนของปัญหา เวลา ทุนและความถนัดของผู้ออกแบบ

วิธีที่ 3: การทำงานออกเป็น 8 ขั้นตอน

1. การกำหนดขอบเขตของปัญหา (Identification of the Problem)

การนำเอาโจทย์หรือปัญหาที่ได้รับในงานออกแบบมาศึกษาพิจารณาให้เข้าใจถึงเงื่อนไขต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดขอบเขตการทำงานเพื่อแก้ปัญหาอย่างเหมาะสมไม่กว้างหรือแคบจนเกินไป

2. การค้นคว้าหาข้อมูล (Information)

การศึกษาและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานออกแบบ นำมาจำแนกอย่างเป็นระบบตามหัวข้อที่มีความสัมพันธ์กับปัญหา ข้อมูลมีคุณค่าช่วยให้เกิดความรู้ความเข้าใจและช่วยเสนอแนะวิธีการต่าง ๆ สำหรับแก้ปัญหา

3. การวิเคราะห์ (Analysis)

การนำข้อมูลที่จำแนกไว้แล้วมาแยกแยะ เปรียบเทียบและจัดให้เกิดความสัมพันธ์กัน ผลจากการวิเคราะห์จะช่วยเสนอแนะตั้งแต่ทางเลือกจนถึงเกณฑ์สำหรับพิจารณาทางเลือกต่าง ๆ ในการแก้ปัญหา

4. การสร้างแนวความคิดหลัก (Conceptual Design)

การใช้เทคนิคต่าง ๆ เพื่อสร้างสรรค์แนวความคิดหลักในการออกแบบ แนวความคิดหลักควรมีลักษณะที่สามารถแก้ปัญหาสำคัญได้อย่างตรงประเด็น และมีความกว้างครอบคลุมการแก้ปัญหา ย่อยมีความแปลกใหม่ไม่ซ้ำกับแนวทางที่เคยมีมาก่อน และยังมีลักษณะเป็นความคิดหรือสมมุติฐานที่อาจจะยังเป็นนามธรรม นอกจากนี้แนวความคิดในการออกแบบไม่ได้มีอยู่เพียงครั้งเดียว โดยเฉพาะสำหรับปัญหาที่ซับซ้อนในระยะแรก เป็นการสร้างแนวความคิดโดยรวมและเมื่อทำการออกแบบก็จะมีการสร้างแนวความคิดเสริมตามไปแต่ละขั้นตอนหรือทุก ๆ ระดับของการแก้ปัญหา ทั้งนี้ เพื่อให้การออกแบบลึกลงไปทุกขั้นตอนสามารถทำได้อย่างสร้างสรรค์มากขึ้น

5. การออกแบบร่าง (Preliminary Design)

การนำแนวความคิดหลักมาตีความ แปลรูปหรือประยุกต์สร้างขึ้นจากสิ่งที่เป็นนามธรรมให้กลายเป็นรูปธรรม มีตัวตนมองเห็นและจับต้องได้ ด้วยการร่างเป็นภาพ 2 มิติหรือสร้างเป็นหุ่นจำลอง 3 มิติ แบบร่างควรมีจำนวนมาก มีความแตกต่างหลากหลายทางด้านรูปร่างหน้าตา ขนาด ส่วนประกอบตั้งแต่โครงสร้างจนถึงส่วนประกอบย่อย พร้อมทั้งให้คำอธิบายหรือกราฟิกแสดงหลักการ วิธีการและความคิดเห็นของผู้ออกแบบต่อแบบเหล่านั้น

6. การคัดเลือก (Selection)

การนำแบบร่างที่สร้างขึ้นเป็นจำนวนมากมาเปรียบเทียบ โดยใช้หลักเกณฑ์ที่ได้จากการวิเคราะห์ เพื่อคัดเลือกแบบที่มีความเหมาะสมสูงสุด สามารถแก้ปัญหาได้สำเร็จด้วยวิธีการที่ง่าย ประหยัดและมีความเป็นไปได้จริงทั้งในการผลิตและการตลาด

7. การออกแบบรายละเอียด (Detail Design)

การนำแบบที่ผ่านการพิจารณาคัดเลือกแล้วมาพัฒนาต่อไป จนถึงขั้นรายละเอียดของส่วนประกอบย่อยต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ครบถ้วนมากยิ่งขึ้น การออกแบบรายละเอียดจะเกิดขึ้นขณะเขียนแบบ นับเป็นตอนสำคัญที่มีส่วนช่วยเปลี่ยนแปลงแบบที่มาจากแนวความคิดธรรมดาให้กลายเป็นแบบที่น่าสนใจและใช้งานได้ดีหรือในการตรงกันข้ามคือมีส่วนทำลายแนว ความคิดที่ดีให้ด้อยคุณค่าลงจากความหมายหรือการขาดความเอาใจใส่ในรายละเอียดของงาน

8. การประเมินผล (Evaluation)

การนำแบบที่สำเร็จทั้งในลักษณะงาน 2 มิติ และ 3 มิติมาทำการประเมินงานนั้น ๆ ว่ามีความถูกต้องและครบถ้วนตามขอบเขตและจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้เพียงใด การประเมินผลช่วยให้รู้ระดับคุณภาพของงานออกแบบและเป็นการตรวจสอบขั้นสุดท้ายก่อนการลงทุนผลิตและจำหน่าย

บุคลิกลักษณะในการออกแบบ ในการออกแบบที่ดีนั้น จะต้องมีบุคลิกลักษณะพิเศษอยู่ในแบบนั้น ๆ เพราะผลงานการออกแบบเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างสรรค์ ผลงานที่ปรากฏย่อมมีบุคลิกลักษณะของผู้สร้างเข้าไปด้วย บุคลิกลักษณะนั้นนอกจากจะเกิดขึ้นแต่ละบุคคลที่เป็นผู้สร้างสรรค์แล้ว ยังสืบเนื่องไปถึงชุมชนของท้องถิ่นหรือของแต่ละภาค ซึ่งได้มีส่วนเกี่ยวข้องอยู่ด้วย เช่น สถาปัตยกรรมเครื่องแต่งการแสดงละครของฝรั่งเศส มีเส้นอ่อนหวานกลมกลื่น แต่ถ้าเป็นของอังกฤษจะมีลักษณะเคร่งครัด มีระเบียบ และเยอรมันก็จะเป็นอีกแบบหนึ่งคือมีลักษณะแข็งแรง ปึกป็น เป็นต้น

เกี่ยวกับบุคลิกลักษณะทางศิลปะตะวันออก เช่น ประเทศไทย จีน พม่า เขมร ต่างก็มีรากฐานจากประเทศอินเดีย ซึ่งได้รับมาพร้อม ๆ กับพระพุทธศาสนา เป็นเรื่องที่มีความหนาแน่น แต่เรื่องของบุคลิกลักษณะก็แตกต่างกันตามเชื้อชาติ และแสดงออกให้เห็นได้ชัดเจน เช่น ภาพเขียนการปั้น และสถาปัตยกรรมที่เป็นของศาสนา จะแสดงออกให้รู้ได้ทันทีว่า เป็นวัดไทย วัดจีน ภาพเขียนไทย ภาพเขียนจีน พระพุทธรูปไทยพระพุทธรูปพม่า หรือ พระพุทธรูปญี่ปุ่น เป็นต้น

ในประเทศไทยนั้น การออกแบบจะต้องคำนึงถึงบุคลิกลักษณะของภาค เช่น กรุงเทพฯ ซึ่งเป็นแบบกลาง ๆ หรือแบบรวม หมายถึงลักษณะเชื้อชาติ แต่ถ้าเป็นภาคใต้ถ้าเป็นภาคเหนือหรือภาคใต้ ก็ต้องมีการแสดงบุคลิกลักษณะ เช่น แบบอาคารสถานีรถไฟเชียงใหม่ เป็นอาคารแบบครึ่งอิฐครึ่งไม้ ซึ่งนับเป็นแบบที่มีบุคลิกลักษณะที่เหมาะสมเพราะเป็นการนำเอารากฐานของวัฒนธรรมแต่ละภาคมาเป็นหลักในการออกแบบจะเป็นการพัฒนาที่ถูกต้องและควรดัดแปลงโดยถือหลักดังนี้

“ต้นกำเนิด” หรือ “รากฐาน” (ORIGIN) ได้แก่การศึกษาให้เข้าใจ ความเป็นมาของบรรดา สิ่งของที่ปรากฏอยู่ทุกวันนี้ย่อมต้องมีต้นกำเนิดหรือรากฐานทั้งสิ้นในประเทศที่มีการจัดรวบรวมของเก่าเพื่อไว้ศึกษา ก็จะทำให้เป็นการง่ายที่จะศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับต้นกำเนิด ทำให้ทราบถึงสาเหตุที่กำเนิดขึ้นตอบสนองต่อสิ่งใดเพื่อจะได้เข้าใจและสามารถคลี่คลายจากสิ่งของดั้งเดิมได้อย่างถูกต้อง

“การวิวัฒนาการ” (EVOLUTION) ได้แก่การคลี่คลายแบบอย่างที่เกิดขึ้นเป็นการศึกษาความเป็นมาและความเปลี่ยนแปลงมาตามลำดับ ว่าได้มีการวิวัฒนาการมาอย่างไรบ้าง และการวิวัฒนาการนี้จะต้องเป็นไปตามรายงาน โดยอาจมีการจัดทำเป็นลำดับขั้นของการวิวัฒนาการเพื่อง่ายต่อการศึกษา

“การพัฒนา” (DEVELOPMENT) ได้แก่แบบอย่างที่เจริญขึ้นตามสายงานนั้นจะมีการดัดแปลงแก้ไขปรับปรุงกันเรื่อยมา เพราะอย่างที่ใช้ได้ดีในสมัยหนึ่งนั้นอาจไม่เหมาะกับอีกสมัยหนึ่งหรือใช้กันไม่ได้ ถ้าหากไม่มีการพัฒนาให้ทัดเทียมกันกับสภาพความเจริญในวิชาการ สังคม เศรษฐกิจ ดังนั้น เรื่องการพัฒนาจึงเป็นความต้องการแบบอย่างที่ดีและเหมาะสมนั่นเอง

“การต่อเนื่อง” (TRANSITION) ได้แก่การศึกษาค้นคว้าการต่อเนื่องของแบบอย่างในระหว่างสมัยหนึ่งกับอีกสมัยหนึ่งนั้น ผลของการเปลี่ยนแปลงสืบเนื่องจากอะไร เช่น การเปลี่ยนแปลงในสมัยก่อนประวัติศาสตร์มีการเปลี่ยนแปลงน้อยมาก ทั้งนี้ก็สืบเนื่องจากสภาพโดยทั่วไปในสมัยก่อนประวัติศาสตร์นั้นมีลักษณะคล้ายคลึงกันแต่เมื่อถึงสมัยประวัติศาสตร์มีการแยกออกเป็นเผ่า เป็นชาติ รูปแบบต่าง ๆ จึงเกิดมากขึ้นเป็นลักษณะประจำชาติ ลักษณะประจำเผ่า

“อิทธิพล” (INFLUENCE) หมายถึงการศึกษาให้ลึกซึ้งถึงสิ่งที่ก่อให้เกิดผลต่อบรรดาความเปลี่ยนแปลงของแบบอย่าง กล่าวคือของดั้งเดิมที่ชนเผ่าอื่นสรรคไว้บ้าง หรือจากผลของสังคม ศาสนา สิ่งเหล่านี้เป็นอิทธิพลที่ได้รับมาและทำให้แบบอย่างเปลี่ยนแปลงไป การเปลี่ยนแปลงทางอิทธิพลอาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. อิทธิพลที่มองไม่เห็น (INVISIBLE INFLUENCE) เป็นอิทธิพลที่ได้รับแล้วมีการศึกษาค้นคว้าดัดแปลงแก้ไขเป็นอย่างดีให้เหมาะสม ทั้งนี้เพราะผู้ออกแบบมีความซาบซึ้ง แล้วนำมาดัดแปลงโดยมิได้เจตนาลอกแบบ

2. อิทธิพลที่มองเห็น (VISIBLE INFLUENCE) เป็นอิทธิพลที่รับเอามาโดยตรงไม่มีการดัดแปลง หรือมีเจตนาที่จะนำมาโดยการลอกแบบและการนำมาโดยมิได้ไตร่ตรองถึงผลเสียหาย ซึ่งนับว่าเป็นการขาดบุคลิกลักษณะ

การประยุกต์ (APPLY) หมายถึงขั้นการใช้งานด้วยการศึกษาหลักการต่างๆจากแนวความคิดของตนเอง เพื่อให้งานหรือแบบอย่างที่ประยุกต์นั้นเกิดประโยชน์และเหมาะสมกับปัจจุบัน

แนวคิดในการออกแบบ

เศรษฐกิจนับเป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนาประเทศ ดังนั้น ทุกประเทศจึงให้ความสนใจในการส่งเสริมด้านอุตสาหกรรม เพื่อการผลิตสินค้าออกจำหน่ายนำเงินตราเข้าประเทศให้มากที่สุด ทำให้เกิดการแข่งขันกันในการค้า การหาตลาดการค้าสิ่งที่ทำให้สินค้าได้รับความสนใจและอยู่ในความนิยมของตลาดประการหนึ่งก็คือการออกแบบ การออกแบบจึงจะต้องได้มาจากความคิด เนื่องจากความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ นักออกแบบเป็นผู้ที่จะสร้างผลงานออกมาจะต้องมีการแข่งขันกันระหว่างนักออกแบบด้วยกัน คือ ทำอย่างไร ผลงานของตนจะมีความแปลกใหม่ เป็นที่สนใจของผู้บริโภค ทำอย่างไร ผลงานจึงจะเหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอย และทำอย่างไรผลงานจึงจะมีรูปแบบอยู่ในความนิยมได้นาน ๆ ข้อคิดในการออกแบบต่อไปนี้นักออกแบบควรจะให้ความสนใจ และถือเป็นหลักปฏิบัติ เพื่อที่จะทำให้บังเกิดผลสำเร็จได้ตามที่ต้องการคือ

- แบบแผนหรือรูปต่าง ๆ ในอดีตเป็นเพียงส่วนหนึ่งเท่านั้นที่จะกระตุ้นและท้าทายความคิดสร้างสรรค์ของนักออกแบบแต่มิใช่เป็นกฎเกณฑ์ที่ตายตัว
- ไม่มีขอบเขตแน่นอนว่าการออกแบบเพื่อผลิตด้วยเครื่องจักรกลจะดีหรือเลวกว่าการออกแบบเพื่อผลิตด้วยเครื่องมือตราบใดที่เครื่องจักรกลยังมีความสำคัญต่อชีวิตความเป็นอยู่ในปัจจุบันตราบนักออกแบบจักต้องพยายามบังคับเครื่องจักรกลให้รู้สึกว่าเป็นเพียงเครื่องมือธรรมดาให้ได้
- ธรรมชาติและความสัมพันธ์ของวัสดุนั้นมีความสำคัญและมีคุณค่ายิ่ง การสร้างสรรค์ความงามขึ้นอยู่กับการขีดความสามารถของการทำงานของเครื่องจักร และจะต้องเป็นไปภายใต้เงื่อนไขของการออกแบบ
- การออกแบบขึ้นอยู่กับการแสดงออกอิสระเสรีด้วยการพิจารณาการสังเกตของผู้ออกแบบ ต่อปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นและสามารถปรุงแต่งให้เกิดความกลมกลืนขึ้นระหว่างการแสดงออกกับการสังเกตนั้น
- การออกแบบจะต้องมาจากแนวคิดอันเป็นบุคลิกลักษณะโดยเฉพาะของแต่ละบุคคล ซึ่งเกี่ยวกับรสนิยม และคุณค่าทางด้านสุนทรีภาพ ของนักออกแบบผู้นั้นแสดงออกมา
- การออกแบบไม่ขึ้นอยู่กับการคิดที่ฝังแน่นตายตัว ตรงข้ามจะต้องเปลี่ยนแปลงขอบข่ายการตอบสนองให้กว้างขวางขึ้น ตามความเปลี่ยนแปลงและการขยายตัวของสังคม เศรษฐกิจและวัฒนธรรม

1.4 ทฤษฎีการออกแบบ (Elementary of Design)

หลักของการออกแบบที่ได้กล่าวแล้วเป็นความคิดหรือมโนภาพ การที่จะแสดงความคิดต่าง ๆ เหล่านั้นได้ จำเป็นจะต้องอาศัยส่วนประกอบมูลฐานต่าง ๆ ต่อไปนี้คือ จุด (Point) , เส้น (LINE) , ระนาบ (Plane) ปริมาตร (VOLUME) , รูปทรง (FORM) , น้ำหนัก (TONE) , รูปแท่ง (MASS) , ที่ว่าง

(SPACE) พื้นผิว (TEXTURE) , สี (COLOUR) , พื้นที่ (AREA) ซึ่งผู้ออกแบบจำเป็นจะต้องศึกษา และเข้าใจการจัดส่วนประกอบมูลฐานต่าง ๆ เหล่านี้เป็นอย่างดี จึงจะสามารถนำไปใช้เป็น เครื่องช่วยส่งเสริมในการออกแบบได้ดีต่อไป

1.4.1 จุด (Point)

จุด (Point) เป็นองค์ประกอบของศิลปะเรื่องแรก ไม่ว่าเด็กหรือผู้ใหญ่สามารถที่จะเขียนจุดได้โดยไม่ต้องใช้ความสามารถในเรื่องของศิลปะ แต่การที่จะออกแบบการจัดจุดให้สวยงาม จะต้องมีความรู้ในเรื่องของศิลปะการออกแบบ โดยนำจุดไปใช้จะต้องให้เหมาะสมโดยให้จุดๆหนึ่งมีความสัมพันธ์กับจุดอีกจุดหนึ่ง ช่วงระยะ (Space) ระยะระหว่างจุดจะต้องพิจารณาด้วย เพราะช่วงระยะ หรือช่วงว่างระหว่างจุด จะมีความสำคัญเท่ากับจุดที่วางลงไป จะต้องมีความสัมพันธ์กัน (หลักการออกแบบ เทศนา ดัชนีลักษณ์ .หน้า 184)

จุด (Point) ซึ่งให้เห็นถึงตำแหน่งในที่ว่าง ไม่มีความกว้าง ไม่มีความยาว ความลึก จุดให้ความรู้สึกคงที่ (Static) ไม่มีทิศทาง (Directionless) ไม่ครอบคลุมพื้นที่ว่าง (การออกแบบคืออะไร รศ. เลอสม สถาปิตานนท์)

1.4.1.1 ลักษณะของจุด

- ธรรมชาติจะสังเกตได้ว่า วงกลมคือสิ่งธรรมดาที่จะพบเห็นได้ง่ายแต่สิ่งที่เป็นสี่เหลี่ยมตรงไปตรงมาจะหาได้ยาก แม้แต่ของเหลวทุกชนิดถูกหยดลงบนพื้นจะทำให้เกิดรูปร่างค่อนข้างกลมเสมอ อาจเป็นวงกลมที่ไม่สมบูรณ์นักก็ตาม เมื่อเราทำเครื่องหมายโดยใช้ดินสอ เรามักจะคิดถึงวงกลม อย่างไรก็ตามจุดอาจมีลักษณะอื่น รูปสี่เหลี่ยม รูปสามเหลี่ยม วงรี หรือมีรูปร่างไม่แน่นอน
- ขนาดของจุดค่อนข้างเล็กมาก แต่ยังสามารถดูด้วยตาเปล่าเห็นได้

1.4.1.2 จุดมีตำแหน่งและต้องการที่อยู่

การพิจารณาจุดในการออกแบบควรคำนึงถึงตำแหน่งของจุด และที่อยู่ของจุดในที่ว่างหรือระนาบ จุดเป็นองค์ประกอบแรกที่เริ่มแสดงให้เห็นถึงความรู้สึก เมื่อวางลงบนพื้นที่กำหนดขอบเขตด้วยสายตาได้ จุดทุกจุดมีแรงดึงดูดสายตาได้ จุดทุกจุดมีแรงดึงดูดสายตาไม่ว่าจะอยู่ที่ใดดังจะเห็นได้จากจุดที่อยู่กึ่งกลางกรอบสี่เหลี่ยมจะดูมั่นคง (STABLE) และสงบนิ่ง อีกทั้งยังเป็นสิ่งที่ช่วยจัดพื้นที่โดยรอบให้สมดุล

1.4.1.3 จุดเป็นเครื่องมือวัดที่ว่าง (SPACE)

ในสภาพแวดล้อมทั่วไป จุดตั้งแต่สองจุดขึ้นไปจะเป็นเครื่องมือวัดที่ว่าง (SPACE) เราเรียนรู้ถึงการให้ประโยชน์ของจุดในระบบการบันทึกระยะทาง หรือเป็นจุดศูนย์กลางของวงกลม ในการวัดที่ยากมากจุดที่จะใช้ก็มีจำนวนมากด้วย

1.4.1.4 จุดเป็นตัวนำสายตา

จุดที่ค่อนข้างต่อเนื่อง จะสามารถนำสายตาโดยเฉพาะจุดที่ชิดกันมาก

1.4.2 เส้น (Line)

คนทั่วไปรู้จักเส้นมากกว่ามูลธาตุอื่นๆ (Elements) อื่นๆ แม้จะไม่รู้มาก่อนว่าเส้นเป็นส่วนประกอบอย่างหนึ่งของการออกแบบ จากการศึกษาวิวัฒนาการความเจริญของมนุษย์พบว่า เราประทับใจในเส้นและการขีดเขียนลายเส้นไม่ว่าโดยความตั้งใจหรือขีดเขียนเพื่อการพักผ่อน (การออกแบบเบื้องต้น นพวรรณ หมั่นทรัพย์ .หน้า1)

เส้นมีความสำคัญมากที่สุดในการออกแบบ งานออกแบบทุกๆ สาขาเกิดจากเส้นทั้งนั้น และเส้นเกิดจากจุด ๆ เดียว เป็นจุดเริ่มต้นของเส้น ซึ่งเกิดจากจุดหลายจุดหลายร้อยหลายพันหลายหมื่นหลายล้านจุดที่ต่อ ๆ กันไป จนสามารถแสดงเป็นแนวตั้งแนวนอนเป็นเส้นโค้ง เป็นเส้นหัก แสดงทิศทางทำให้เกิดรูปร่าง ทำให้เกิดมีเนื้อที่ ทำให้เกิดมีขนาด ทำให้เกิดมีน้ำหนัก ทำให้เกิดลักษณะผิว เส้นสามารถแสดงให้เห็นความเคลื่อนไหวแสดงความเร็วได้ เส้นในลักษณะต่างๆ เมื่อนำมาบรรจบกันก็จะทำให้บังเกิดเป็นรูปร่างขึ้น (หลักการออกแบบ เทศนา ดัชนีลักษณะ . หน้า 184)

1.4.3 ระนาบ (Plane)

ระนาบเกิดจากเส้นที่ต่อเนื่องกัน ปิดล้อมพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งทำให้เกิดรูปร่าง (Shape) หรือกลุ่มของจุดและเส้นซึ่งเรามองผ่านไปแล้วเกิดลักษณะของระนาบ ระนาบเช่นนี้เป็นองค์ประกอบของการนึกคิด (Conceptual Element) การที่เราสังเกตรูปร่างได้ก็ต่อเมื่อเรามองเห็นถึงความแตกต่างของสีพื้นผิว สัมผัสระหว่างรูปร่างนั้น และพื้นที่โดยรอบ รูปร่างของระนาบเรามักจะเห็นเส้นในลักษณะทัศนียภาพ ถ้าเราต้องการเห็นรูปร่างที่แท้จริงของระนาบเราจะเห็นได้จากด้านหน้าตรง

1.4.3.1 ลักษณะของระนาบ (Shape)

- รูปเรขาคณิต (Geometric) รูปร่างเรขาคณิตที่เป็นรูปร่างพื้นฐานและสำคัญที่สุด คือรูปร่างวงกลม (Circle) รูปทรงเรขาคณิตอื่นๆ มักเริ่มจากวงกลมเสมอ
- รูปธรรมชาติ (Organic) มักประกอบด้วยเส้นโค้ง ให้ความรู้สึกเจริญเติบโตและเคลื่อนไหวไปมาได้
- รูปที่มีด้านเป็นเส้นตรง (Rectilinear) ล้อมรอบด้วยเส้นตรง ซึ่งไม่มีความสัมพันธ์กันทางเรขาคณิต และรูปร่างของระนาบมักจะเป็นมุมของรูปทรงเหลี่ยม
- รูปไม่สม่ำเสมอ (Irregular Bound) ประกอบด้วยเส้นตรงและโค้ง ซึ่งไม่สัมพันธ์กันทางเรขาคณิต แต่รูปร่างระนาบจะให้ความรู้สึกที่ไม่ธรรมดา
- รูปอิสระ (Hand Drawn) การเขียนระนาบด้วยมือเพียงอย่างเดียวที่ไม่มีเครื่องช่วย มักจะเป็นเส้นที่เขียนด้วยพู่กัน
- อุบัติภาพ (Accidental) ให้ความรู้สึกที่สร้างขึ้นโดยไม่ตั้งใจ เช่น การฉีกกระดาษ หรือหมึกหยด

1.4.3.2 ทิศทางของระนาบ

รูปร่างทุกรูปร่างให้ความหมายในการนำเสนอ จะเห็นได้จากตัวอย่างต่อไปนี้

- สี่เหลี่ยม ให้ความหมายของเส้นตั้ง (VERTICAL) และเส้นนอน (HORIZONTAL)
- สามเหลี่ยม ให้ความหมายของเส้นทแยง (DIAGONAL)
- วงกลม ให้ความหมายของเส้นโค้ง (CURVE)

1.4.3.3 ความหมายของระนาบ

รูปร่างจะมีความหมายตามลักษณะสำคัญ ดังเช่น

- สี่เหลี่ยม แสดงความซื่อสัตย์ตรงไปตรงมาคงที่และหมายถึงผู้ที่ทำงานอย่างเอาจริงเอาจัง
- สามเหลี่ยม แสดงความขัดแย้ง ความเจ็บคม ความมั่นคง
- วงกลม แสดงความอบอุ่น การป้องกัน การห่อหุ้ม

1.4.4 ปริมาตร (VOLUME)

รูปทรง (FORM) เป็นสิ่งแรกที่จะชี้ให้เห็นลักษณะของปริมาตร (VOLUME) และความสัมพันธ์ของระนาบ จะอธิบายได้ถึงขอบเขตปริมาตร หรือเกิดจากระนาบที่ขยายตัวออกในทิศทางตั้งฉากกับแนวระนาบเดิม

ปริมาตรมีความยาว กว้าง ลึก และเป็นสามมิติ นอกจากนั้นปริมาตรเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดองค์ประกอบในความคิดหลายๆ องค์ประกอบ ได้แก่

จุด : ตำแหน่งที่ระนาบหลายระนาบมาพบกัน

เส้น : ตำแหน่งที่ระนาบสองระนาบมาพบกัน หรือที่เรียกว่าขอบ (EDGE)

ระนาบ : ขอบเขตของปริมาตร หรือผิวหน้า (SURFACE)

ปริมาตร : มีทั้งชนิดทึบ (SOLID) ซึ่งมีที่ว่างภายในเป็นมวล (MASS) และชนิดที่ว่างภายในเปิดโล่ง (VOID)

1.4.4.1 สภาพการดูรูปทรง

รูปทรงต่างๆ จะมองเห็นถึงคุณสมบัติรูปทรงต่างๆ เหล่านั้นได้ มีผลมาจากสภาพการดู ดังนี้

- ตำแหน่ง (POSITION) ตำแหน่งการจัดรูปทรงที่เรามองเห็นจะสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมหรือพื้นภาพนั้น

- ทิศทาง (ORIENTATION) ทิศทางที่วางรูปทรงจะสัมพันธ์กับพื้นที่ที่วางรูปทรง หรือพื้นภาพ และสัมพันธ์กับมุมมองที่ผู้ดูรูปทรงนั้น เช่น ดูทางด้านหน้า ด้านข้าง หรือด้านบนของรูปทรง เป็นต้น

- ระยะห่างจากรูปทรง (DISTANCE) ระยะห่างจากรูปทรงจะทำให้ ขนาดของรูปทรงแตกต่างกันออกไปเช่น ระยะใกล้ รูปทรงดูเล็ก ระยะใกล้ รูปทรงดูใหญ่ หรือถ้าระยะใกล้มากอาจจะเห็นเพียงส่วนหนึ่งของรูปทรงเท่านั้น

- สภาพแสง (LIGHTING) รูปทรงจะดูเปลี่ยนไปบ้างนั้น ขึ้นอยู่กับสภาพของแสงสว่างบริเวณที่รูปทรงนั้นตั้งอยู่ด้วย

- พื้นภาพ (PICTURE PLANE) พื้นภาพมีอิทธิพลต่อการดูรูปทรงต่างๆ พื้นภาพที่แตกต่างกันจะทำให้การรับรู้ถึงรูปทรงขององค์ประกอบเดียวกันนั้นแปรเปลี่ยนไปได้

1.4.4.2 ลักษณะของรูปทรง

รูปทรงทั้งหมด แบ่งได้เป็นชนิดใหญ่ๆ ดังนี้

- รูปทรงคณิต (GEOMETRIC FORM)

รูปทรงเรขาคณิต หมายถึง รูปทรงที่แต่ละด้านคล้ายกัน มีความสัมพันธ์กันอย่างเป็นระเบียบ มีแกนที่สมดุล และมักจะประกอบด้วยเส้นตรงและเส้นโค้งที่มีแบบแผน

ทรงกลม (SPHERE) รูปทรงกลมจะเน้นศูนย์กลาง มองทุกด้านก็จะเห็นรูปทรงกลม ถ้าอยู่ในสภาพที่สมดุล จะอยู่นิ่ง มั่นคง แต่ถ้าวางไว้บนระนาบเอียง จะเคลื่อนไหวเสมอ ทรงกลมนี้ จะมาจากระนาบวงกลม

ทรงกระบอก (CYLINDER) รูปทรงกระบอกจะสมดุลในแนวแกนด้านวงกลม และการขยายตัวจะเป็นไปตามหน้าตัดวงกลมทั้งสองข้างนั้น ถ้าใช้ด้านวงกลมเป็นฐานจะตั้งมั่น และจะเคลื่อนไหวเมื่อเปลี่ยนแนวแกน เป็นลักษณะที่แปรเปลี่ยนมาจากวงกลม

กรวย (CONE) รูปทรงกรวยคล้ายทรงกระบอก จะสมดุลในแนวแกนด้านวงกลม และถ้าเปลี่ยนแกนเป็นตามแนวนอน มักจะเคลื่อนไหว

ปิรามิด (PYRAMID) รูปทรงปิรามิดคล้ายกับกรวย แต่ระนาบภายนอกเป็นรูปเหลี่ยม ซึ่งทำให้รู้สึกเกิดความแข็งแรงกระด้างมากกว่ากรวย

สี่เหลี่ยมลูกบาศก์ (CUBE) รูปทรงสี่เหลี่ยมลูกบาศก์จะประกอบด้วยสี่เหลี่ยมจัตุรัสหกด้าน ให้ความรู้สึกสงบ นิ่ง ไม่เคลื่อนไหว มั่นคง แต่ถ้าวางอยู่บนมุมจะให้ความรู้สึกตรงกันข้ามทันที

- รูปทรงธรรมชาติ (NATURAL FORM)

รูปทรงธรรมชาติ มักจะประกอบด้วยเส้นโค้ง ทั้งสมดุลและไม่สมดุล เช่น รูปทรงดอกไม้ที่มีศูนย์กลาง มีจำนวนกลีบและเกสรสองข้างเท่ากัน และรูปทรงของหยอชิงที่บิดเกลียว รูปทรงธรรมชาติจะดูอ่อนไหว ศิลปินใช้รูปทรงนี้ในการออกแบบมาก เช่น จรวดที่ศึกษาจากรูปร่างปลาหมึก

- รูปทรงอิสระ (FREE FORM)

รูปทรงชนิดนี้แต่ละด้านมักไม่สัมพันธ์กัน ไม่เป็นระเบียบ ส่วนมากจะขาดความสมดุลดูเคลื่อนไหวได้ รูปทรงอิสระ อาจวิวัฒนาการมาจากรูปทรงสม่ำเสมอที่เพิ่มหรือลดโดยชิ้นส่วนอิสระอื่นๆ หรือจากส่วนประกอบรูปทรงสม่ำเสมอ

1.4.4.3 การเปลี่ยนแปลงของรูปทรง

- รูปทรงเดิม (ORIGINAL FORM) รูปทรงเดียวที่สมบูรณ์ เช่น วงกลม หรือสามเหลี่ยม หรือสี่เหลี่ยมลูกบาศก์ เป็นต้น
 - รูปทรงต่อเติม (ADDITIVE FORM) การเพิ่มหรือต่อเติมปริมาตรเดิมให้ได้ปริมาตรที่มีรูปทรงใหม่
 - รูปทรงลดส่วน (SUBTRACTIVE FORM) รูปทรงที่ถูกลดหรือหักชิ้นส่วนออกไป แต่การขาดหายไปบางส่วนนั้น ยังคงทำให้เรารู้สึกถึงความสมบูรณ์ของรูปทรงนั้น
 - รูปทรงกลวง (HOLLOW FORM) รูปทรงที่มีช่องว่างตรงกลาง ทะลุทะลวงจากด้านหนึ่งไปยังอีกด้านหนึ่ง
 - รูปทรงแตกแยก (DIVIDED FORM) รูปทรงที่แบ่งแยกออกจากกัน เป็นรูปทรงเล็กๆ ที่มีสัดส่วนต่างกันออกไป
 - รูปทรงที่ถูกทำลาย (CRASH FORM) รูปทรงที่แตกทำลาย แสดงถึงพลังที่มาทำลายรูปทรงหนึ่ง ให้เป็นรูปทรงขนาดเล็กที่ไม่มีรูปทรงที่แน่นอน
 - รูปทรงหลอมละลาย (MELTED FORM) รูปทรงที่ถูกความร้อนและละลาย เริ่มที่จะสลายจากสภาพเดิมเป็นรูปทรงใหม่
 - รูปทรงคืนสภาพ (DISTORTED FORM) รูปทรงที่เปลี่ยนไปจากรูปทรงเดิมเป็นรูปทรงใหม่ เช่นเดียวกับน้ำแข็งที่คืนสภาพกลายเป็นน้ำ
 - รูปทรงที่กลับเป็นพื้นภาพและพื้นภาพกลับเป็นรูปทรง (POSITIVE AND NEGATIVE FORM)
 - รูปทรงทั่วไปจะครอบคลุมพื้นที่เสมอ (POSITIVE FORM) แต่บางรูปอาจเกิดจากพื้นภาพ (NEGATIVE FORM) ที่ถูกล้อมรอบด้วยพื้นที่ที่ถูกครอบคลุม (POSITIVE SPACE)
- การนำเอาองค์ประกอบในการออกแบบที่มีรูปทรงขนาด ผิวด้านสัมผัสเหมือน ๆ กัน มาจัดองค์ประกอบเข้าด้วยกัน ความแตกต่างของสีของรูปทรง ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงรูปทรงและการเปลี่ยนภาพด้วยสี น้ำหนักสี ความเข้มสีจะทำให้เมื่อผู้ดูรูปทรงแล้วจะเห็นความแตกต่างของรูปทรง ซึ่งเป็นผลมาจากการลวงตาด้วยสี

1.4.4.4 ความสัมพันธ์ของรูปทรง

- รูปทรงต่างๆ ตั้งแต่ 2 รูปขึ้นไปมีวิธีสร้างความสัมพันธ์ระหว่างรูปทรงทั้งสองได้หลายวิธี ดังนี้
- แรงดึงในที่ว่าง (SPATIAL TENSION) เป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างรูปทรงที่อยู่ใกล้เคียงกัน
 - มุมสัมผัสมุม (EDGE TO EDGE CONTACT) เมื่อรูปทรงสองรูปเคลื่อนเข้าสัมผัสกัน โดยสร้างความสัมพันธ์ระหว่างมุมใดมุมหนึ่ง



สำนักหอสมุด

- ผิวสัมผัสผิวหน้า (FACE TO FACE CONTACT) ผิวสัมผัสหน้าของรูปทรงหนึ่งสัมผัสกับรูปทรงหน้าของอีกรูปทรงหนึ่ง

1.6029413

- การซ้อน (OVERLAPPING RELATIONSHIP) เมื่อรูปทรงเคลื่อนที่เข้าไปใกล้ชิดกัน โดยใช้รูปทรงหนึ่งซ้อนอยู่บนอีกรูปทรงหนึ่ง

11 ต.ค. 2555

- การเกี่ยวเนื่อง (INTERLOCKING RELATIONSHIP) รูปทรงสองรูป รูปหนึ่งจะเล็กกว่าอีกรูปหนึ่ง รูปทรงขนาดเล็กจะสอดแทรกระหว่างรูปทรงขนาดใหญ่

HM
263
0825 ก
2555

- การห่อหุ้ม (SWALLOWING RELATIONSHIP) รูปทรงขนาดใหญ่รูปทรงหนึ่ง ห่อหุ้มห่อหุ้ม และปกป้องรูปทรงที่มีขนาดเล็ก

1.4.5 พื้นผิว (TEXTURE)

พื้นผิว หมายถึงสิ่งที่ตาเห็น หรือสัมผัสได้ด้วยมือบนระนาบผิวดนหน้า หรือรอบๆ วัตถุ ซึ่งมีลักษณะต่างๆ กัน เช่น หยาบ ละเอียด ขรุขระ ด้าน มั่น เรียบ เนียน เป็นต้น นอกจากจะหมายถึงพื้นผิวของวัตถุสิ่งของแล้วยังหมายถึงความรู้สึกของการสัมผัส แม้จะไม่ได้จับต้องสิ่งๆ นั้น (การออกแบบเบื้องต้น นพวรรณ หมั่นทรัพย์. หน้า51)

1.4.6 ที่ว่าง (SPACE)

ธรรมชาติของที่ว่างเป็นสิ่งที่ค่อนข้างจะยุ่งยาก เพราะเราสามารถรับรู้ถึงที่ว่างได้หลายรูปแบบ เพราะเราสามารถรับรู้ถึงที่ว่างได้หลายรูปแบบ ที่ว่างอาจถูกครอบคลุม (POSITIVE) หรือเป็นที่ว่างเปล่า (NEGATIVE) ที่ถูกล้อมรอบด้วยพื้นที่ที่ถูกคลุม ที่ว่างอาจจะแบนหรือลวงตา กำกวมหรือสับสน ในกรณีที่เป็นภาพขาว-ดำ พื้นที่ที่ถูกครอบคลุมหรือพื้นที่สีดำ (POSITIVE SPACE) คือพื้นที่ที่ล้อมรอบรูปทรงสีขาว ซึ่งเป็นรูปทรงที่เกิดจากที่ว่าง (NEGATIVE FORM) และพื้นที่สีขาวที่ไม่ถูกครอบคลุม (NEGATIVE SPACE) คือ พื้นที่ที่ว่างที่ล้อมรูปทรงสีดำ (POSITIVE FORM) รูปทรงปกติทุกรูปบรรจด้วยพื้นที่ที่ถูกครอบคลุมสีดำ (POSITIVE SPACE) เสมอ แต่พื้นที่สีดำที่ไม่ถูกครอบคลุม ไม่จำเป็นต้องถูกครอบคลุมเสมอไป เช่นเดียวกับรูปทรงสีขาวที่บรรจุอยู่ด้วยพื้นที่ว่างที่ไม่ถูกรับรู้ว่าเป็นรูปทรงเสมอไป ทั้งนี้เพราะพื้นที่สีดำที่ถูกครอบคลุมสามารถเป็นพื้นภาพ ให้กับรูปทรงสีขาวที่ไม่ถูกครอบคลุมได้ และพื้นที่ที่ไม่ถูกครอบคลุม สามารถเป็นพื้นภาพ ให้กับรูปทรงสีดำที่ครอบคลุมพื้นที่เช่นกัน

หากพื้นที่รูปทรงและพื้นภาพ มีรูปร่างและขนาดใกล้เคียงกัน ไม่ว่าจะเป็นรูปทรงที่ถูกครอบคลุม (POSITIVE FORM) กับพื้นที่ว่างเปล่า (NEGATIVE SPACE) หรือรูปทรงที่ว่างเปล่า (NEGATIVE FORM) กับพื้นที่ที่ถูกครอบคลุม (POSITIVE SPACE) ความสัมพันธ์ของภาพและพื้นภาพอาจดูกลับไปกลับมา รูปทรงสีดำและพื้นที่สีขาวที่ว่างเปล่า ในอีกขณะหนึ่งเราจะพบว่าภาพเดิมนั้นกลับกลายเป็นรูปทรงสีขาวและพื้นภาพสีดำแทน

ความลึกและการลงตา ในงาน 2 มิติพื้นภาพจะแสดงให้เห็นถึงความลึก ความรู้สึกนี้จะเกิดขึ้นเมื่อแสงตกกระทบบัววัตถุทำให้เห็นว่าวัตถุถ้าอยู่ระยะไกลจะมีขนาดเล็ก กว่าวัตถุที่มีขนาดเท่ากันแต่อยู่ใกล้ ซึ่งเป็นผลจากการซ้อนทับของวัตถุในภาพ การเปลี่ยนมุมจากเส้นขนานเป็นเส้นเฉียง สิ่งเหล่านี้จะช่วยชี้ให้เห็นความลึกของที่ว่างในงาน 2 มิติ เครื่องฉายสไลด์เป็นสิ่งที่ช่วยให้เห็นความลึกบนพื้นภาพได้อย่างชัดเจนเหมือนสภาพจริง ซึ่งเรียกว่าการลงตา นอกจากนั้นการซ้อนทับกันของวัตถุแผ่นบาง เช่นแผ่นกระดาษที่ต่างสีกันทำให้ภาพดูเป็น 3 มิติมากขึ้นภายในภาพเดียวกัน เราอาจทำให้เห็นได้เป็นสองแนวทาง ด้วยวิธีทำที่ว่างให้ปรากฏอยู่ใกล้สายตาในขณะที่หนึ่งและถอยห่างไปอีกขณะหนึ่ง วิธีการที่ง่ายคือการทำให้ที่ว่างอยู่ในลักษณะ POSITIVE และ NEGATIVE โดยให้ความสัมพันธ์ระหว่างภาพกับพื้นที่กลับไปมา ภาพที่คุ้นเคยมากที่สุดได้แก่ ภาพบันไดงายๆ ที่ดูแล้วลงตา เราจะมองเห็นส่วนหนึ่งของภาพใกล้หรือไกลก็ได้ขึ้นอยู่กับการรับรู้ ลำดับของรูปแบบนั้นลงตาให้ดูได้ 2 ทาง ที่ว่างที่มองเห็นกลับไปกลับมา นี้สร้างให้ภาพดูน่าสนใจและเกิดการเคลื่อนไหว

แนวทางที่นำไปสู่ที่ว่าง จากการศึกษาความจริงในงาน 2 มิติ ซึ่ง ที่ว่าง ดูแบนราบรูปทรงที่เป็นระนาบหรือรูปทรงแบน จะวางนอนอยู่บนพื้นภาพและขนานกับพื้นภาพนั้น ไม่มีรูปทรงใดอยู่ใกล้หรือไกลไปกว่ากัน ในที่ว่างแบนเรียบรูปทรงหนึ่งจะพบรูปทรงอื่นด้วยวิธีสัมผัส การรวมเป็นชิ้นเดียวหรือเปลี่ยนเป็นรูปทรงอื่นด้วยวิธีลดรูป เพิ่มรูป ซึ่งยังคงความเป็น 2 มิติอยู่ แต่ไม่ใช่การซ้อนทับซึ่งทำให้เห็นรูปทรงหนึ่งอยู่ใกล้กว่ารูปทรงอื่น หรือแม้แต่การทำพื้นภาพให้มีความเข้มต่างกัน ทำขนาด สี รูปวาง ผิวสัมผัสให้ต่างกัน จะนำไปสู่การลงตา ที่ว่างจะดูไม่แบนราบเป็น 2 มิติ อีกต่อไป แต่จะเริ่มนำไปสู่ความเป็น 3 มิติทั้งนี้จะไม่เสมอไป

การลงตาของที่ว่างจะเกิดจากวัตถุไม่ขนานกับพื้นภาพ รูปทรงบางรูปลอยออกมา บางรูปจมลงไป บางรูปเห็นด้านหน้า บางรูปเห็นด้านหลัง เหล่านี้ทำให้ดูแบนราบเหมือนกระดาษ รูปด้านหน้าจะใหญ่ครอบคลุมพื้นที่มากด้านข้างแคบคลุมพื้นที่น้อย การเริ่มทำงาน 3 มิติจะเริ่มจากการลงตา ทำแผ่นแบนให้ลอยอยู่ในที่ว่าง วิธีทำได้มีหลายวิธี ดังนี้

- แสงและเงา

เมื่อแสงกระทบบัววัตถุสิ่งที่เรามองเห็นด้วยสายตาเป็นปรากฏการณ์ทางกายภาพที่ชี้ให้เห็น ที่ว่าง รูปแบบที่เกิดจากแสงและเงาส่วนที่แสงตกกระทบบโดยตรง จะดูสว่าง และส่วนที่แสงตกกระทบน้อยจะดูมืดมัว ส่วนสว่างจะดูใกล้ผู้ดูมากกว่า ส่วนมืดจะดูเหมือนถอยห่างออกไป ทั้งนี้อาจจะเป็นได้จากแสงตกกระทบบัววัตถุไม่เท่ากันหรือ วัตถุเปลี่ยนรูป ซึ่งทำให้เกิดความลึกหรือที่ว่าง (SPACE) ที่เปลี่ยนไปจากที่ว่างแบนราบในงาน 2 มิติ เป็นที่ว่าง 3 มิติ ถึงแม้ว่าภาพวัตถุและที่ว่างจะอยู่บนกระดาษ ความรู้สึก 3 มิติมักจะเกิดขึ้นในใจของผู้ดู

- ระยะใกล้และไกล

ระยะใกล้และไกลจะทำให้เราเห็นวัตถุแตกต่างกัน เช่น คน 2 คน คนหนึ่งยืนห่างจากเรา 3 เมตร อีกคนห่างจากเรา 6 เมตร คนที่อยู่ใกล้ตาเราจะเห็นได้ชัดเจน เพราะการตกกระทบของแสงที่เท่ากันจะส่งให้เห็น คนที่อยู่ใกล้ชัดเจนเป็น 2 เท่า วัตถุที่อยู่ใกล้จะกินที่ในเลนส์รับภาพของตามากกว่าวัตถุที่อยู่ไกล เพราะตามนุษย์มีขีดจำกัดในการรับภาพ

- ขนาด

ในการจัดองค์ประกอบ ไม่ว่าจะเป็นภาพเหมือนหรือภาพประเภทอื่น รูปทรงคล้ายคลึงกัน (HARMONY) ขัดแย้งกัน (CONTRAST) การลดขนาดเป็นลำดับ (GRADATION) จะทำให้วัตถุที่อยู่ในภาพอยู่ระยะใกล้ไกลต่างกัน วัตถุอยู่ใกล้ขนาดใหญ่ วัตถุอยู่ไกลขนาดเล็ก ซึ่งง่ายต่อการบังคับให้เห็น ที่ว่าง (SPACE) ที่มีปริมาตร

การจัดมวล (ARRANGEMENT OF MASS) มวลหมายถึงรูปทรงที่เป็นแท่งต่าง ๆ ที่เป็น 3 มิติ กินเนื้อที่ในอากาศ เช่น รูปสี่เหลี่ยมลูกบาศก์ แท่งสามเหลี่ยม พีระมิด รูปทรงกลม หรือรูปกระบอก เป็นต้น

การจัดมวลที่เกี่ยวกับการออกแบบเครื่องแต่งกาย จะต้องคำนึงถึงคนที่สวมเสื้อผ้านั้นมีรูปทรงอ้วนใหญ่ สูงผอมอย่างไรเพื่อจะได้ออกแบบให้เหมาะสมโดยอาจใช้เส้นต่างๆ เข้าประกอบรูปทรงแท่งนั้นให้มีความเหมาะสม เช่น คนที่มี MASS สี่เหลี่ยมยาวก็อาจใช้เส้นขวางหรือเส้นระดับเข้าช่วย

ในการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม จะต้องมีการออกแบบให้แน่นอนบนแผ่นกระดาษเสียก่อน และจะต้องมีการสร้างหุ่นจำลองออกมาเป็นแบบโดยกำหนด MASS ให้เหมือนของจริงที่จะผลิต เป็นต้น

- ทิศทางของเส้น

ถ้าเรามีที่ระนาบสี่เหลี่ยมผืนผ้าอยู่ในที่ว่างจริงการจัดระนาบให้วางนอนขนานกับเส้นสายตาและจับส่วนของระนาบที่อยู่ไกลตาเอียงขึ้นหรือลงเพียงเล็กน้อย จะทำให้เกิดความลึกด้านที่อยู่ไกลจะเกิดแสงตกกระทบน้อย ในกรณีที่ดินกำเนิดแสงอยู่ด้านหน้าระนาบ ทำให้เกิดการบิดเบือนของรูปว่าสี่เหลี่ยมผืนผ้าที่เราจะมองเห็นเส้นขอบของระนาบเป็นเส้นทแยงมุมเมื่อระนาบนั้นเคลื่อน ไหว การเขียนภาพโดยใช้เส้นขนานหรือเส้นทแยงมุมตามที่ตาเราเห็นเป็นแนวทางการเขียนทัศนียภาพ (PERSPECTIVE) ซึ่งเริ่มจากโลกตะวันตก ส่วนทางตะวันออกมักจะเขียนภาพในลักษณะมุมสมมาตร (ISOMETRIC)

การจัดเส้น (ARRANGEMENT OF LINE) เส้นเกิดจากจุดจำนวนมาก ๆ ที่เรียงติดต่อกัน เส้นนับเป็นส่วนประกอบพื้นฐานของงานศิลปะและการออกแบบเพราะศิลปะทั้งหลายจะต้องเริ่มต้นจากเส้น ในวิชาการวาดเส้น ในวิชาการวาดเส้นหรือ วิชาวาดเขียน (DRAWING) งานจิตรกรรมไทย ความสำคัญประการหนึ่งคือนั่นเรื่องของเส้น เส้นสามารถให้ความแตกต่างกันตามรูปร่างลักษณะ

ของเส้น ในงานเขียนแบบมีการกำหนดขนาดรูปแบบของเส้นเป็นลักษณะต่างๆ มีชื่อเรียก กำหนดให้มีหน้าที่และให้ความความหมายไว้เป็นสากลสามารถอ่านเข้าใจตรงกันได้ เส้นพื้นฐาน ประกอบด้วย เส้นตรงตั้ง เส้นตรงนอน เส้นโค้ง ,คด เส้นซิกแซกหรือฟันปลา

ความรู้สึกที่ได้รับจากการใช้เส้นพื้นฐานต่าง ๆ ในการนำไปใช้ในการออกแบบ คือ เส้นตรงที่ลากนอนราบจะให้ความรู้สึกทางความกว้าง การแผ่ขยาย ความสงบเงียบ เส้นที่ลากซิกแซก เป็นเส้นหักเหไปมา จะให้ความรู้สึกของความรุนแรง ความรวดเร็วเส้นที่ลากให้โค้งคดกันอย่างสม่ำเสมอ จะให้ความรู้สึกอ่อนนุ่ม การเคลื่อนไหว เส้นที่ให้โค้งคดกันอย่างสม่ำเสมอ จะให้ความรู้สึกอ่อนนุ่ม การเคลื่อนไหว เส้นที่ลากตรงตั้งฉากกับพื้นราบ จะให้ความรู้สึกมั่นคง แข็งแรงและให้ความรู้สึกแคบ นอกจากนี้ เส้นเอียงหรือเฉียง จะให้ความรู้สึกและความหมายแสดงทิศทางนำทาง เป็นต้น

ความหมายและความรู้สึกของเส้นต่าง ๆ นั้น จะเกิดเป็นสื่อความหมายได้ตรงและถูกต้องตามความหมายในการนำไปใช้จะต้องคำนึงลักษณะของโอกาสเรื่องราวประเภทของงานที่จะนำเส้นไปใช้ด้วย

ความหมายของเส้นในการเขียนแบบ เส้นที่ลากหนาหนักโดยสม่ำเสมอตลอดเป็นเส้นที่ทำหน้าที่เป็นเส้นของวัตถุให้แสดงขอบเขตของรูปทรงวัตถุต่าง ๆ เรียกว่า เส้นเต็ม เส้นหนัก เส้นวัตถุ (FULL LINE)

เส้นที่ลากเป็นเส้นเบาบางโดยสม่ำเสมอ จะมีหน้าที่เป็นเส้นร่าง ใช้ลากเพื่อการหาโครงสร้างของงานเขียนแบบ เรียกว่าเส้นนำ เส้นร่าง (EXTENTION LINE) เป็นต้น

การจัดเส้นโดยการนำเอาเส้นชนิดใดชนิดหนึ่งมาจัดหรือหลาย ๆ ชนิดมาจัดรวมกัน โดยอาศัยหลักความสัมพันธ์ทางศิลปะ เป็นแนวทางในการจัด เช่น การเน้นจุดสนใจ จังหวะ ความกลมกลืน หรือความแตกต่างกันตามที่ต้องการจะให้ความรู้สึกเหล่านั้นเกิดขึ้น

- ตำแหน่งในพื้นภาพ

วัตถุที่อยู่สูงกว่าตาในพื้นภาพ เมื่อดูจะรู้สึกกว่าวัตถุนั้นลอยสูงกว่าปกติ การวางวัตถุที่อยู่ไกลให้สูงกว่าวัตถุที่อยู่ใกล้ ความรู้สึกต่อที่ว่าง จะมีความลึก ไม่ว่าจะร่วมกับการทำให้ขนาดวัตถุขัดแย้งหรือลดหลั่นกันหรือไม่ก็ตาม เพราะการใช้องค์ประกอบที่มีขนาดแตกต่างกันนั้นเพื่อแสดงให้เห็นความสำคัญขององค์ประกอบก็ได้ ไม่จำเป็นที่จะใช้เครื่องชี้ให้เห็นความลึกของที่ว่างเพียงอย่างเดียว

การจัดรูปทรง (ARRANGEMENT OF FORM) รูปทรงคือ เส้นที่ลากมาบรรจบกัน หรือนำเส้นต่าง ๆ มาประกอบกันทำให้เกิดเป็น 2 มิติ คือมีความกว้างความยาว รูปทรงเป็นส่วนประกอบในการออกแบบที่สามารถพบเห็นอย่างมากมายในชีวิตประจำวัน อาจกล่าวได้ว่า การออกแบบแขนงใด ๆ ก็ตามย่อมประกอบด้วยรูปทรง ในการออกแบบทั่ว ๆ ไปแบ่งออกได้เป็น 3 ชนิดคือ รูปทรงมูลฐาน (BASIC FORM) รูปทรงเหมือนจริง (REALISTIC FORM) รูปทรงดัดทอนดัดแปลง (ABSTRACT)

รูปทรงมูลฐาน อันได้แก่รูปทรงที่มาจากวิชาเรขาคณิตได้แก่ รูปวงกลมสี่เหลี่ยม และเมื่อนำเอารูปทรงมูลฐานต่าง ๆ เหล่านี้มาประกอบกันเข้าโดยการวางเรียงกันบ้าง วางซ้อนกันบ้าง ก็จะทำให้เกิดรูปทรงอื่น ๆ อีกมากมายหลายแบบ สามารถนำไปใช้ในการออกแบบได้หลายแขนง

รูปทรงเหมือนจริง ได้แก่รูปที่แสดงให้เห็นในลักษณะที่ถูกต้องตามความเป็นจริง ด้วยการถ่ายทอดเพื่อให้เกิดความเข้าใจง่าย ซึ่งเป็นรูปทรงที่ปรากฏอยู่ตามธรรมชาติหรือรูปทรงที่เป็นที่ยอมรับและเข้าใจกันมาเป็นเวลายาวนาน เช่น หน้าปัดนาฬิกา คือ รูปวงกลม โต๊ะ ที่รูป สี่เหลี่ยม เป็นต้น

รูปทรงดัดทอนดัดแปลง ได้แก่รูปทรงที่ดัดแปลงจากธรรมชาติ หรือรูปทรงที่คุ้นเคยให้เกิดรูปทรงที่แปลกใหม่ขึ้น วิธีการดัดทอนดัดแปลงสามารถทำได้หลายวิธี เช่น การดัดทอนดัดแปลงโดยการทำให้เหนือกว่าของจริง ตกแต่งให้เกินจากความเป็นจริง หรือดัดแปลงให้ดูมีระเบียบกว่าที่เป็นจริง (EXAGGERATE) การดัดทอนดัดแปลงมิให้มีรูปทรงเดิม (TRUE ABSTRACT) เป็นการนำรูปทรงมูลฐาน รูปทรงเหมือนจริงมาดัดแปลงมิให้เป็นรูปเดิม เช่น รูปกลมก็ทำให้ไม่กลม แต่กลับให้เบี้ยวไป จนไม่สามารถเห็นรูปทรงเดิมอยู่เลย เป็นต้น

- การซ้อน

สิ่งสำคัญที่รองลงไปในเรื่องพื้นภาพที่ทำให้เห็นความลึกจริง คือ การซ้อนทับของวัตถุจากสายตาที่มองระยะไกล จะเห็นภาพวัตถุที่อยู่ใกล้และไกลต่างกันมักจะซ้อนทับกันเป็นลำดับ เมื่อวัตถุหนึ่งซ้อนทับอีกวัตถุหนึ่ง เราจะสังเกตได้จากประสบการณ์ว่า วัตถุที่ทับอีกวัตถุหนึ่งจะอยู่ด้านหน้า และใกล้ตัวผู้ดู ส่วนวัตถุที่อยู่ด้านหลังจะอยู่ไกลผู้ดู

การซ้อนทับกันนี้ เป็นหลักการสร้างแรงดึงดูดของการจัดกลุ่มภาพในที่ว่าง ความลึกในที่นี้จะแตะต้องไม่ได้ แต่จะเป็นสิ่งที่ชี้ให้เห็นที่ว่างอย่างมีพลัง โดยเฉพาะการสร้างรูปแบบในการซ้อนทับด้วยการอาศัยความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนขนาดแล้ว ผลที่ได้รับจะแสดงให้เห็นความลึกที่เป็นจริงมากกว่าการซ้อนทับของวัตถุขนาดเดียวกัน

- ทำให้ภาพโปร่ง

การเปลี่ยนที่น่าสนใจจะทำให้เห็นที่ว่างชัดเจนขึ้นทำได้โดยการทำให้ภาพที่ซ้อนทับกันให้โปร่งใสโดยไม่จำเป็นต้องโปร่งใสจริงโดยการทำให้โทน(TONE)ของสีวัตถุในภาพแตกต่างกันกันในบริเวณที่ซ้อนทับกัน โทนสีของภาพที่อยู่ข้างบนโปร่งใสวางซ้อนทับบนส่วนหนึ่งของวัตถุ ซึ่งจะเห็นส่วนของวัตถุชั้นล่างในภาพนั้นมีโทนสีเข้มหรือทึบแสง ผลที่ได้จะเห็นว่าภาพ 2 มิตินั้นมีตำแหน่งที่ว่างตั้งแต่ 2 ระดับเป็นขึ้นไป เช่นเดียวกับงานสถาปัตยกรรมสมัยใหม่ ใช้กระจกเป็นหน้าต่าง และมักจะมีขนาดใหญ่เต็มผนัง หน้าต่างที่เป็นจุดเด่นบนผนังกว้างกลีบกลายเป็นผนังทึบส่วนน้อยเป็นจุดเด่นแทนที่อยู่

บนความโปร่งใสของกระจก ซึ่งดูเหมือนพื้นภาพ ที่ว่างระหว่างสิ่งโปร่งใสและที่บดตันที่เห็นด้วยสายตา จะเชื่อมโยงเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันได้ แสดงถึงระบบการจัดวางที่ว่างในอีกระดับหนึ่ง

การจัดน้ำหนัก (ARRANGEMENT OF TONE) น้ำหนักหมายถึงสภาพที่แสงสว่างส่องผ่าน ไปกระทบวัตถุทำให้สามารถมองเห็นสิ่งต่าง ๆ อันเป็นปรากฏการณ์ตามธรรมชาติที่ทำให้เกิดความอ่อนแก่ เป็นความเข้มของเงา ซึ่งย่อมเกิดความรู้สึก เกิดความแตกต่างในการออกแบบ เช่น ทำให้เกิดมิติใกล้ไกล ลึกตื้น หนักเบา

เรื่องของน้ำหนัก แสงสว่างและเงามีัด แบ่งออกได้เป็นส่วนใหญ่ได้ 3 ระยะคือ ระยะอ่อน ระยะกลาง และระยะแก่ และแสงเงา ทั้ง 3 ระยะนี้ยังสามารถแบ่งละเอียดออกได้ถึง 9 ระยะ โดยแบ่งความอ่อนแก่ของแต่ละระยะออกเป็น 3 ระยะ คือ ระยะอ่อนก็จะแบ่งเป็นสว่างที่สุด ปานกลาง และสว่างน้อย ระยะกลางก็มีอีก 3 ระยะและระยะแก่ก็มีอีก 3 ระยะ และเมื่อแบ่งน้ำหนักให้เกิดความกลมกลืนกันมากขึ้น ก็สามารถแบ่งน้ำหนักของแสงเงาให้เป็นถึง 18 ระยะ

- ผิวสัมผัส

ลักษณะของพื้นภาพที่เห็นได้ชัดเจนถึงความลึกนั้นสัมพันธ์กับระยะและแสงที่ตกกระทบวัตถุ ถ้าวัตถุอยู่ใกล้จะเห็นพื้นผิวที่ชัดเจนแต่ถ้าวัตถุอยู่ไกลจากสายตาเราจะเห็นเพียงรูปทรงภายนอกของวัตถุ แต่ไม่เห็นรายละเอียดผิวสัมผัสของวัตถุนั้น

ส่วนรูปทรงที่อยู่ไกลออกไปอีก เราจะมองเห็นรายละเอียดน้อยลงเป็นลำดับเช่นเดียวกับที่มองเห็นภูเขาในระยะไกลเราจะเห็นเพียงความโค้งของกรอบนอกของภูเขานั้น เราไม่เห็นต้นไม้ สัตว์ และหน้าผา

การจัดผิว (ARRANGEMENT OF TEXTURE) ผิวเป็นส่วนประกอบในการออกแบบที่สำคัญอย่างหนึ่ง คือผิวช่วยเน้นให้เกิดความแตกต่าง ช่วยให้เกิดความสนใจ สร้างความตื่นตัวแก่ผู้พบเห็น ผิวเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความรู้สึกแก่ผู้พบเห็นได้เป็น 2 ทาง คือ

ความรู้สึกทางกาย หมายถึงการออกแบบที่ใช้ผิวช่วยในการตกแต่ง และมีหน้าที่ในด้านการสัมผัส เช่น ผิวบริเวณส่วนที่เป็นด้ามจับถือ ก็จะใช้ผิวหยาบให้จับได้ถนัดไม่ลื่น เป็นต้น

ความรู้สึกทางใจ ความรู้สึกนี้เกิดโดยที่ผิวเป็นเครื่องนำ เมื่อมีความรู้สึกทางกายแล้ว ผิวบางชนิดทำให้เกิดความรู้สึกเลื่อมใสน่าเคารพนับถือ เช่นคุณค่าทางลวดลายของโบสถ์ วิหาร เป็นต้น

นอกจากความรู้สึกของผิว ที่เกิดทางกายและทางใจแล้ว คุณค่าของผิวยังเป็นสิ่งสำคัญของการออกแบบแสดงคุณค่าของผิวทางสถาปัตยกรรม นิยมอาคารทำผิวคอนกรีต คือปูนเรียบ แล้วมีการฉาบผิวปูนขรุขระในลักษณะต่าง ๆ หรือการประดับผิวด้วย หินล้าง หินขัด หินขัด เป็นต้น

- สี

การจัดสี (ARRANGEMENT OF COLOUR) เรื่องสีคือการนำเอาหลักเกณฑ์หรือทฤษฎีต่าง ๆ มาใช้ในการออกแบบ เริ่มต้นจากแม่สี 3 พวก คือ

สีข้างเขียน สีวัตถุธาตุหรือสีเบื้องต้น ได้แก่สีต่าง ๆ ที่เป็นวัตถุธาตุนำมาผสมน้ำ กาว น้ำมัน หรือน้ำยาเคมีต่าง ๆ ตามกรรมวิธีแต่ละชนิด เพื่อนำมาใช้ในการเขียนภาพ การตกแต่ง ตลอดจนงานศิลปหัตถกรรมทั่ว ๆ ไป มีสีหลักอยู่ 3 สี เรียกว่า แม่สีข้างเขียน ได้แก่ สีแดง สีเหลือง และ สีน้ำเงิน เมื่อนำสีทั้ง 3 นี้ผสมเป็นสีต่าง ๆ ได้ อีกมากมาย

สีวิทยาศาสตร์ เป็นสีที่เกิดจากแสงไฟฟ้า หรือแสงพิเศษ ผสมด้วยการทอแสงประสานกัน หรือโดยวิธีการสะท้อนของแสง ให้ประโยชน์ในด้านการละคร ภาพยนตร์ และตกแต่งสถานที่ บ้านเรือน ห้องแสดงสินค้า มีหลัก 3 สี เรียกว่า แม่สีวิทยาศาสตร์ ได้แก่ สีแดง สีเขียว และสี ม่วง เมื่อนำสีทั้ง 3 นี้มาผสมก็จะเกิดสีต่าง ๆ อีกมากมาย เช่น ถ้านำ แม่สีทั้ง 3 ผสมกัน โดยการทอแสงเข้าประสานกัน สีที่เกิดขึ้นใหม่จะได้เป็นสีขาว เป็นต้น

สีจิตวิทยา สีจิตวิทยาเป็นสีที่เกี่ยวกับความรู้สึก โดยเป็นผลในการสัมผัสทางจักขุเป็นสื่อ เมื่อได้พบเห็นสีก็จะเกิดความรู้สึกที่แตกต่างกันออกไป เช่น สีเหลืองทำให้เกิดความรู้สึกในเรื่องของ แสงสว่าง เป็นต้น

ประโยชน์การใช้งานด้านการตกแต่งใน ห้องประชุม ห้องรับแขก ห้องนอน ในปัจจุบันมีการ ใช้สีในการรักษาโรงพยาบาลชนิดได้ผลดีด้วย สีจิตวิทยาประกอบด้วยสีหลัก 4 สี เรียกว่า แม่สี จิตวิทยา คือ สีแดง สีเหลือง สีน้ำเงิน และสีเขียว

ในการออกแบบ เรื่องสีเป็นเรื่องสำคัญเพราะช่วยให้ผลงานที่ทำขึ้นนั้นโน้มน้าวจิตใจผู้ใช้สอย หรือผู้พบเห็น ให้เกิดความรู้สึกตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ การใช้สีในฉากละครที่ต้องการให้เป็น เรื่องของสงครามมีการต่อสู้อย่างรุนแรง เพื่อให้ผู้ดูเกิดอารมณ์ความรู้สึกคล้ายตามที่ใช้สีรุนแรง สัมพันธ์ไปกับเรื่องละคร เป็นต้น

ความรู้สึกของสีพอสรุปได้ดังนี้

สีแดง แสดงถึงความร้อนแรง ความกล้าหาญ ความแข็งแรง และโลหิต ดังนั้นนักรบ

โบราณนิยมปักขนนกสีแดง สวมเสื้อสีแดง เวลาออกรบ

สีเหลือง แสดงถึงความสว่าง เป็นสีที่กระตุ้นเตือนใจ แสดงออกถึงความร่าเริง เบิกบานใจ

สีน้ำเงิน แสดงถึงความรู้สึกเยือกเย็น ความสำเร็จ ความจริง ความสงบ

สีเขียว แสดงถึงความรู้สึกสดชื่น ความหวัง ความซื่อสัตย์

สีม่วง แสดงถึงความรักที่เศร้าหมอง และความเคร่งขรึม

สีส้ม แสดงถึงความรุ่งโรจน์ ความมั่นคง

สีขาว แสดงถึงสภาพบริสุทธิ์ ให้ความรู้สึกเป็นจริง

สีดำ แสดงถึงความรู้สึกที่เยียบเหงา แสดงสภาพอาถรรพ์และความตาย

การจัดสีให้กลมกลืนกันโดยใช้สีที่สดใสเหมือนกัน เช่น สีเหลือง กับสีเหลืองส้มหรือ สีนํ้าเงิน-เขียว หรือใช้สีที่ผสมด้วยสีเดียวกัน

การจัดสีให้เป็นจังหวะเพื่อให้เกิดความสนใจ เช่น การเรียงสีสลับกัน คือ ใช้สีเหลือง - สีเขียว - สีเหลือง - สีเขียว เป็นต้น

การเพิ่มหรือลดโทน (TONE) สีเป็นรูปแบบองค์ประกอบที่นำไปสู่งาน 3 มิติ วัตถุที่ทาสีแดงจะดูว่าอยู่ใกล้ ส่วนสีนํ้าเงินจะใช้กับวัตถุที่อยู่ไกล ลักษณะเช่นนี้ใช้กับสีร้อนและเย็นได้เช่นเดียวกัน เป็นการช่วยให้ภาพโดดเด่นออกมาหรือถอยลึกเข้าไป การใช้สีควรใช้ประกอบกับการจัดที่ว่างแบบอื่น (การออกแบบคืออะไร รศ. เลอสม สถาปิตานนท์ .หน้า 70-87)

หลักการออกแบบ (Principle of Design) นักออกแบบต้องเข้าใจความหมายขององค์ประกอบของศิลปะ และหลักการดังกล่าวพอที่จะเข้าใจคำนิยามที่สื่อความหมายและมีลักษณะสัมพันธ์ได้ดี จึงจะใช้ประโยชน์ในการออกแบบหรือสร้างสรรค์ได้สมดังที่มุ่งหมายไว้ องค์ประกอบของศิลปะเป็นส่วนประกอบที่เป็นรากฐานสำคัญของศิลปะ นักออกแบบได้ศึกษาค้นคว้าและวิจัยกันมาเป็นเวลานานแล้ว จึงได้ตั้งเป็นหลักการออกแบบ ผู้ศึกษาและสนใจในวิชานี้ควรจะได้ศึกษาให้เข้าใจ หลักศิลปะ จึงจะสามารถเข้าใจถึงคุณค่าของความงามที่เป็นศิลปะ และเป็นประโยชน์ในการออกแบบ หลักการออกแบบ ประกอบด้วย

ความกลมกลืน (Harmony) ในการออกแบบงานทุกประเภท ความกลมกลืนดูเหมือนจะเข้าไปปรากฏอยู่แทบทุกงาน ฉะนั้นการใช้หลักของศิลปะในเรื่องของความกลมกลืนควรได้รับการพิจารณา

เพราะการใช้ความกลมกลืนจะทำให้ศิลปะนั้นซ้ำ ๆ กัน หรือคล้ายคลึงเป็นหน่วยเดียวกัน จนเกิดความเป็นหนึ่งอันเดียวกันทำให้ไม่สวยงาม

การออกแบบให้เกิดความกลมกลืนกันเป็นวิธีออกแบบอย่างหนึ่งที่ทำให้เกิดความสวยงามจะต้องออกแบบให้พอเหมาะ เพราะถ้ามากเกินไปอาจจะและดูไม่น่าสนใจ หรือเบื่อหน่ายได้ง่าย แต่ถ้าน้อยเกินไปก็จะแลดูไม่สวยงาม วิธีออกแบบที่ดีคือให้ส่วนใหญ่มกลมกลืนกัน และให้มีความแตกต่างหรือตัดกันในส่วนน้อย ก็จะทำให้แลดูงามได้ ความกลมกลืนหมายถึงการประสานให้กลมกลืนเป็นพวกเป็นหมู่ให้เกิดความเหมาะสมจะสวยงาม การออกแบบให้กลมกลืนกันจัดออกได้เป็น 3 ลักษณะ คือ

1. การออกแบบให้กลมกลืนกันด้วย รูปร่าง ลักษณะ ช่วงระยะสี และลักษณะพื้นผิวโดยการออกแบบการจัดส่วนประกอบเฉพาะหรือคละกันโดยให้กลมกลืนกัน

2. การออกแบบให้กลมกลืนกันด้วยความคิด ได้แก่การคิดสร้างสรรค์ว่าจะให้อะไรอยู่ในที่แห่งไหนจึงจะเหมาะสม หรือการจัดลักษณะส่วนประกอบให้เป็นแบบเดียวกัน เช่นการออกแบบการจัดบ้านแบบตะวันตก การจัดบ้านแบบไทย การเขียนภาพแบบไทย แบบจีน เป็นต้น

3. การออกแบบให้กลมกลืนกันตามธรรมชาติ ได้แก่ลักษณะของต้นไม้ คน สัตว์ จะมีลักษณะที่ธรรมชาติสร้างขึ้นมาพอเหมาะพอดีได้สัดส่วนกลมกลืนกัน

ความกลมกลืนของรูปทรงที่มีขนาดและทิศทางเดียวกัน เช่นอาคารที่ยาวไปตามแนวนอนแบบเดียวกัน และมีความกลมกลืนของเส้นขอบหน้าต่างและกันสาดอยู่ในทิศทางขนานกันกับตัวอาคาร การออกแบบงานศิลปะจะให้เกิดความกลมกลืนในโครงสร้างของศิลปะอาจจะทำได้อีกหลายประการ ดังนี้

1. การออกแบบให้กลมกลืนของเส้นในทางเดียว (Common direction) ซึ่งจะเป็นในลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

1.1 การออกแบบของเส้นให้กลมกลืนกันในแนวทแยง (kiagonal direction) คือการใช้เส้นที่กลมกลืนกันทางทแยงทางเดียวกัน

1.2 การออกแบบของเส้นให้กลมกลืนกันในแนวนราบ (Horizontal kirection) คือใช้เส้นที่กลมกลืนไปในแนวนราบ

1.3 การออกแบบของเส้นให้กลมกลืนกันในแนวโค้ง (Curved direction) คือการใช้เส้นให้กลมกลืนกันไปในแนวโค้ง

1.4 การออกแบบให้กลมกลืนกันในทางรูปร่าง (Harmony of shape) เกิดจากการใช้รูปร่างให้มีรูปร่างใกล้เคียงกันหรือเท่ากัน เช่นรูปร่าง ของผนังอาคารซึ่งมีหน้าต่าง ถ้าการเจาะหน้าต่างเป็นรูปหลาย ๆ เหลี่ยมก็จะขาดความสวยงามและเกิดการขัดกัน

1.5 การออกแบบให้กลมกลืนกันด้วยขนาด (Harmony of size) คือเกิดจากการเลือกใช้ขนาดให้กลมกลืนกัน เช่นขนาดของหมอนที่ใช้ในห้องรับแขก ถ้าใช้ขนาดที่กลมกลืนกันทั้งขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่ก็จะดูสวยงาม แต่ถ้านำหมอนขนาดเล็กมากวางคู่กับหมอนขนาดใหญ่มากย่อมไม่เกิดความกลมกลืน และจะทำให้ขาดความสวยงามและเกิดการขัดกัน

1.6 การออกแบบให้กลมกลืนกันด้วยสี (Harmony of colours)

1.7 การออกแบบให้กลมกลืนกันด้วยพื้นผิว (Harmony of texture)

ความกลมกลืนกันด้วยพื้นผิวละเอียด

ผู้ออกแบบต้องทำความเข้าใจในความกลมกลืน ส่วนที่เกิดการขัดกันแล้วมิได้ทำให้

หมดความสวยงามไป เช่นผู้หญิงที่มีใบหน้าแหลม ปากเล็ก ไหล่ลาดมากซึ่งไม่สวย การออกแบบคอเสื้อถ้าจะถือหลักของความกลมกลืนก็จะทำให้เน้นส่วนที่ไม่สวยเด่นชัดขึ้น ฉะนั้นการออกแบบจะต้องใช้ความตรงกันข้ามแต่เพียงเล็กน้อยมาช่วยบ้าง หรือผู้หญิงที่มีใบหน้าสี่เหลี่ยมคอสั้น ซึ่งไม่สวย เช่นเดียวกัน ถ้าถือหลักการออกแบบของความกลมกลืน ก็จะเน้นส่วนที่ไม่สวยเด่นชัดขึ้น ฉะนั้นการออกแบบจะต้องใช้ความตรงกันข้ามเพียงเล็กน้อยมาช่วยบ้าง

บางครั้งการใช้รูปร่างถ้ากลมกลืนกันไปหมดก็จะทำให้ไม่สวยงาม เช่นผู้ที่มีใบหน้ายาวแหลมไม่ควรออกแบบคอเสื้อให้กลมกลืนกับใบหน้าเพราะจะทำให้ไม่สวยควรจะได้ออกแบบที่ช่วยให้ผู้ที่มีใบหน้ายาวแหลมดูสวยงามกว่าที่เป็นจริง เช่นการใช้คอเสื้อที่เน้นไปในทางกว้าง

สัดส่วน (Proportion) การออกแบบที่นำสัดส่วนมาใช้นั้น คือจะต้องคำนึงถึงสัดส่วน จะต้องให้มีความสัมพันธ์และเหมาะสมกันของรูปร่างนั้น ๆ ข้อควรคิดก่อนจะนำสัดส่วนต่าง ๆ มาใช้ก่อนการออกแบบ มีดังนี้

1. การออกแบบจะต้องรู้ว่าทำอะไร อย่างไร จึงจะสร้างสรรค์ให้บังเกิดความสวยงาม โดยที่นำสัดส่วนต่าง ๆ มาใช้ให้มีความสัมพันธ์กับช่วงระยะ
2. จะต้องพิจารณาถึงขนาดที่จะนำมาออกแบบได้สัดส่วนสัมพันธ์กัน ให้เป็นกลุ่มแล้วบังเกิดผลตามต้องการ

การออกแบบที่ดีต้องมีสัดส่วนดี จะช่วยให้ส่วนประกอบของรูปลักษณะหรือรูปทรงนั้นมีความสัมพันธ์กลมกลืนกันอย่างเหมาะสมงดงาม เช่นสัดส่วนที่ดีของมนุษย์ หมายถึงการมีรูปร่างและขนาดของศีรษะ มือ แขน ขา ลำตัว มีส่วนนามพันธ์กันโดยไม่มีส่วนใดของร่างกายที่มีรูปและขนาดเล็กหรือใหญ่จนเกินไป หรือเช่นสัดส่วนที่ดีของสุนัข หมายถึงการมีรูปร่างและขนาดเล็กหรือใหญ่จนเกินไป หรือเช่นสัดส่วนที่ดีของสุนัข หมายถึงการมีรูปร่างของศีรษะ ขาทั้งสี่ ลำตัว ลำคอ น้าอก หลัง หาง ฯลฯ จะต้องมีการรูปร่างได้สัดส่วนสวยงามตามชนิดและลักษณะของพันธุ์

สัดส่วนต่างๆ ไม่สามารถจะกำหนดเป็นกฎหมายตายตัวลงไปได้ ผู้ออกแบบจะต้องพิจารณาเอาเองว่าสัดส่วนขนาดใดจึงจะแลดูงดงาม และเหมาะสมกับงานแต่ละลักษณะ ผลงานที่จะปรากฏออกมาดีหรือไม่นั้น ผู้ออกแบบจะต้องมีความรอบรู้และมีประสบการณ์ ต้องเป็นผู้ที่ช่างสังเกตจดจำจากผลงานของตนเองและของผู้ออกแบบผู้อื่น

กรณีสมัยโบราณได้นิยมใช้สัดส่วน 2: 3 ซึ่งใช้เป็นมาตรฐาน

การจัดสัดส่วนทำได้หลายวิธี ที่นิยมกันว่าเป็นสัดส่วนที่สวยงามและการจัดสัดส่วนแล้วไม่เกิดความสวยงามก็มีการจัดแบ่งง่าย ๆ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

การจัดสัดส่วนซึ่งนิยมกันว่าสวยงามโดยการจัดช่องว่างบางส่วนให้มีเนื้อที่ภายในเป็นภาพสี่เหลี่ยมผืนผ้าซึ่งมีขนาดเท่ากันแต่ภายในแบ่งไม่เหมือนกัน

การจัดสัดส่วนเพื่อให้บังเกิดความสวยงามจะต้องเข้าใจอิทธิพลของเส้นต่าง ๆ ที่ทำให้งานมีผลแตกต่างไปจากความเป็นจริง ดังภาพ ก. และภาพ ข. กรอบของภาพ ก. และ ข. มีสัดส่วนที่เท่ากัน แต่ภาพ ก. ใช้เส้นแนวนอนเป็นเส้นแบ่งครึ่งตามแนวนอนราบ ส่วนภาพ ข. ใช้เส้นตั้งเป็นเส้นแบ่งครึ่งทางความสูง ผลงานของภาพทั้งสองจะมีผลแตกต่างกัน โดยภาพ ก. มองดูแล้วจะเห็นว่ามีความกว้างเพิ่มขึ้นและรู้สึกต่ำกว่าที่เป็นจริง ส่วนภาพ ข. มองดูแล้วจะเห็นว่ามีความสูงเพิ่มขึ้นและมีความกว้างลดลง จึงมีคำจำกัดความเมื่อใช้เส้นทั้งสองคือ เส้นนอนทำให้รู้สึกเพิ่มความกว้าง เส้นตั้งทำให้รู้สึกเพิ่มความสูง อิทธิพลของเส้นที่ปรากฏจะทำให้สัดส่วนเปลี่ยนแปลงไปจากที่เป็นจริง เช่นการออกแบบเครื่องแต่งกาย รูปร่างของผู้ใส่คือคน ๆ เดียวกัน แต่ใส่เครื่องแต่งกายที่มีแบบไม่เหมือนกัน ย่อมจะทำให้สัดส่วนไม่เหมือนกัน

สัดส่วนต่างๆ ที่เกิดจากการออกแบบนั้นเป็นการยากที่จะบอกว่าสัดส่วนนั้นๆ สวยงาม ทั้งนี้ผู้ออกแบบต้องมีประสบการณ์ ความรอบรู้ถึงความพอเหมาะพอดี ความเหมาะสมของสัดส่วนของๆ แต่ละสิ่งแต่ละชนิดขึ้นอยู่กับสิ่งแวดล้อม และประโยชน์ใช้สอยผู้ออกแบบจะต้องนำเอาสัดส่วนของรูปลักษณะต่าง ๆ มาจัดประสานกันให้เหมาะสมสวยงาม

หลักการจัดสัดส่วน (Principles of proportion) จำแนกออกเป็น

1. การจัดสัดส่วนของรูปร่าง (figure proportion) การจัดสัดส่วนของรูปร่างคือ ผู้ออกแบบจะจัดสัดส่วนขององค์ประกอบต่าง ๆ ให้งดงาม การจัดสัดส่วนของรูปร่างนี้ขึ้นอยู่กับจุดมุ่งหมายและรูปลักษณะของงาน เช่นการออกแบบเสื้อให้มีรูปลักษณะที่แตกต่างกัน ในสมัยอียิปต์โบราณ สัดส่วนประติมากรรมรูปคนจะมีขนาดใหญ่หรือขนาดเล็กตามความหมายและความสำคัญ เช่นถ้าเป็นกษัตริย์จะมีขนาดใหญ่กว่าคนธรรมดา ในสมัยกรีก นิยมรูปร่างและสัดส่วนเหมือนในอุดมคติและความเป็นจริง ฉะนั้นการจัดสัดส่วนของรูปร่างจึงมีความสำคัญในการออกแบบ

2. การจัดสัดส่วนของเนื้อที่ (area proportion) การจัดสัดส่วนของเนื้อที่คือ การจัดสัดส่วนขอบเนื้อที่เกี่ยวกับการออกแบบการจัดวางเนื้อที่ซึ่งมีความจำเป็นมาก สำหรับงานที่เริ่มจากแผนผังพื้นที่ เช่นการออกแบบอาคารตามสัดส่วนที่สวยงาม สัดส่วนของเนื้อที่ซึ่งมีความสำคัญในการจัดกำแพง ช่องว่าง ช่องลม บานหน้าต่าง และองค์ประกอบอื่นๆ โดยทั่วไปอาคารมักจะใช้รูปร่างเป็นสี่เหลี่ยมและมืองค์ประกอบอื่นๆ ของอาคารเป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมไปด้วย เช่น หน้าต่าง ประตู เพื่อให้เกิดความกลมกลืนและสัมพันธ์กันในทางรูปร่าง

ความสมดุล (BALANCE) ความสมดุลคือการออกแบบให้วัตถุนั้นๆ สามารถทรงตัวอยู่ได้อย่างมั่นคง เปรียบเสมือนกับตาชั่งที่มีความสมดุลเท่ากันทั้งสองข้าง การออกแบบที่ประสพผลสำเร็จในผลงานคือ การออกแบบแบบให้มีความสมดุล หมายความว่ามีการออกแบบที่เสร็จสมบูรณ์แล้ว

การออกแบบให้เกิดความสมดุลกันระหว่างสองข้างหรือมากกว่านั้นคือ ถ้าน้ำหนักของทั้งสองข้างมีน้ำหนักที่เท่ากัน และมีระยะระหว่างศูนย์กลางเท่ากันก็ย่อมจะเกิดความสมดุล แต่ถ้าน้ำหนักข้างหนึ่งมากกว่าอีกข้างหนึ่งแล้ว จะต้องเลื่อนน้ำหนักข้างที่มีน้ำหนักมากกว่าเข้ามาใกล้จุดศูนย์กลาง วิธีนี้จึงจะทำให้เกิดความสมดุล ความสมดุลที่เกี่ยวข้องกับงานศิลปะก็เช่นเดียวกัน จะมีความแตกต่างกันระหว่างความสมดุลของศิลปะและความสมดุลของวัตถุ คือไม่มีผู้ใดสามารถจะบอกได้ว่าความสมดุลของศิลปะข้อไหนมีน้ำหนักเท่าใด จึงจะเรียกว่ามีความสวยงามและเกิดความสมดุล ฉะนั้นความสมดุลของวัตถุเราสามารถจะมองด้วยตาได้ง่าย ๆ ว่ามีความสมดุลกันหรือไม่ เช่น กระดานกระดกของเด็กเล่น ถ้าเด็กที่เล่นกระดานกระดกมีน้ำหนักตัวเท่ากันก็ย่อมและเล่นกระดานกระดกได้สบาย แต่ถ้าเป็นความสมดุลทางศิลปะจะอ่านได้ยากกว่า เพราะความสมดุลในลักษณะของศิลปะเป็นความรู้สึกที่ต้องใช้สายตา และตามความรู้สึก ถ้าผลงานของทางศิลปะมีผลงานที่ประสบผลสำเร็จก็จะดูสวยงาม สบายตา สบายใจ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผู้ออกแบบนั้น ๆ ว่าจะมีความสามารถในการนำความสมดุลมาใช้ในลักษณะใด

ช่วงจังหวะ (Rhythm) การออกแบบงานทุกประเภท ช่วงจังหวะจะเข้ามามีส่วนอยู่ในทุกงาน ฉะนั้นการใช้หลักของศิลป์ในเรื่องของช่วงจังหวะควรจะต้องทำความเข้าใจก่อนที่จะได้จำไปใช้เพื่อให้ได้ผลงานที่ดีปรากฏออกมา

ช่วงจังหวะ หมายถึง ความเคลื่อนไหวที่มีจังหวะ การเน้นระยะ และการต่อเนื่องของรูปลักษณะรูปทรง และเงาและมีวิธีการจัดให้มีการต่อเนื่องเหมาะสมสวยงาม เช่นถ้าเรามองไปที่ทะเลจะเห็นการเคลื่อนไหวของคลื่นในทะเลที่มีความเคลื่อนไหวในจังหวะที่ต่อเนื่อง เป็นจังหวะของความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ สำหรับช่วงจังหวะของความเคลื่อนไหวในทะเล ถ้าเป็นทะเลขณะที่ไม่มีพายุ มีแต่ลมพัดธรรมดา ความเคลื่อนไหวของคลื่นที่เป็นจังหวะก็จะมีความสม่ำเสมอ คลื่นแต่ละลูกจะมีขนาดประมาณเท่าๆ กันแต่ถ้าเมื่อใดในทะเลมีพายุหรือลมแรง ความเคลื่อนไหวของคลื่นที่เป็นจังหวะเรียบๆ ก็จะไม่เคลื่อนไหวในจังหวะที่รุนแรงมีคลื่นก้อนโตๆ น้ำแตกกระจายแรงๆ การใช้ช่วงจังหวะในงานศิลปะมี

การเน้น (Emphasis) การออกแบบที่ช่วยให้ผลงานประสบความสำเร็จก็คือ การนำการเน้นมาใช้เพื่อให้เกิดจุดเด่นในงานออกแบบ การออกแบบใดๆ ก็ตาม ถ้าผู้พบเห็นไม่สะดุดตาสะดุดใจก็ย่อมไม่ประสบความสำเร็จ การเน้นเพื่อให้เกิดจุดเด่นนี้สามารถที่จะเน้นด้วยรูปร่างเน้นด้วยสี ฯลฯ และต้องออกแบบเป็นรูปแบบการจัด เพื่อให้ทุก ๆ สิ่งมีความสัมพันธ์กันและอยู่ในที่ ๆ ถูกต้องทั้งหมด การเน้นเป็นหลักของศิลปะ ซึ่งงานออกแบบทุกงานจะต้องถือเป็นความสำคัญกว่าในทุก ๆ หัวข้อที่กล่าวมาแล้ว

การเน้นเพื่อให้เกิดจุดเด่นเป็นหลักของการจัดองค์ประกอบและสร้างสรรค์ศิลปะที่มีรูปทรงสามารถสัมผัสได้ทางกาย และสัมผัสด้วยสายตา จำเป็นต้องเน้นส่วนใดส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญให้

เป็นจุดเด่นและสง่างามเป็นหัวข้อที่เป็นคำถามสำหรับผู้ออกแบบ เพื่อจะได้นำการเน้นมาใช้ให้เกิดผลงานที่ดีเด่น เพราะการเน้นก็ไม่สามารถจะบอกได้ว่าการเน้นจะต้องใช้ตรงนั้นตรงนี้ ผู้ออกแบบจะต้องตัดสินใจด้วยตนเองโดยอาศัยการศึกษา ประสบการณ์เป็นเครื่องชี้แนวทางในการใช้หลักการของการเน้นให้ถูกต้อง มีความเหมาะสมตามจุดประสงค์ เป็นการออกแบบที่เป็นกลุ่มและง่าย มีสิ่งที่จะต้องคำนึงถึงคือ

ก. การเน้นให้เกิดจุดเด่นให้เหมาะสมตามการใช้สอย (Utility)

ข. การเน้นให้เข้าใจง่าย (Simplicity)

ค. การเน้นให้เกิดความงาม (Beauty)

การเน้นเพื่อให้เกิดจุดเด่นและความสำคัญ ได้นำหลักการนี้มาใช้ในการออกแบบกันมาก เช่น การออกแบบอาคาร ออกแบบภายนอกอาคารในแง่ของความงาม ถ้ามีความงามโดยทั่วไปทั้งหมดแล้วจะงามแบบเรียบ ๆ กลมกลืนกันไป แต่ถ้าสถาปนิกออกแบบโดยการเน้นส่วนใดส่วนหนึ่ง เช่นทางเข้าให้เป็นจุดเด่นก็จะมีจุดเด่นเป็นพิเศษเพิ่มขึ้น เมื่อมองรวมกันทั้งอาคารก็จะทำให้สวยงาม สะดุดตาและงามสง่ากว่าเดิมหรือการเขียนภาพศิลปินผู้เขียนภาพอาจจะใช้สี แสง หรือเงา ฯลฯ เน้นส่วนที่ต้องการจะเน้นเพื่อให้เกิดความสำคัญและเกิดความงามเป็นพิเศษมากกว่าส่วนอื่นๆ

การออกแบบในลักษณะเรียบและง่าย ก็เป็นการออกแบบในลักษณะหนึ่งแต่ถ้านำหลักการเน้นมาใช้เพื่อให้เกิดจุดเด่น ย่อมจะทำให้งานนั้นเพิ่มความสวยงามและสง่ามากกว่าเดิม แต่ถ้าผู้ออกแบบไม่เข้าใจในการนำหลักการเน้นมาใช้อาจจะไม่เพิ่มความสวยงามกลับทำให้ไม่น่าดูด้วย เช่น ผู้หญิงคนหนึ่งใส่ถุงเท้าดำ ใส่รองเท้าลายขาว นุ่งกระโปรงผ้าตาสีเหลือง คาดเข็มขัดเส้นใหญ่ แล้วใส่หมวก ซึ่งประดับด้วยดอกไม้เต็มไปหมด จะเห็นได้ว่าผู้หญิงคนนี้แต่งตัวไม่สวยงาม แบบรูปและเครื่องประดับมากมายแลดู สับสนวุ่นวายไปหมด ไม่สวยงามแล้วยังดูน่าเกลียด มองดูแล้วเหมือนตัวตลกมากกว่าที่จะเป็นการแต่งตัวสวยงามธรรมดา เหตุที่เป็นเช่นนี้ เพราะการแต่งตัวในลักษณะนี้เป็นแบบที่ใช้เด่นและความสำคัญ จะมีการเน้นให้มากขึ้นแค่นั้นจึงจะเป็นการเพียงพอและเหมาะสมต่องานนั้นๆ เพราะว่าความพอดีของการเน้นเพื่อให้เกิดจุดเด่นก็ต้องขึ้นอยู่กับลักษณะและขนาดของงาน

จะเน้นที่ตรงไหน ของการออกแบบ ผู้ออกแบบย่อมจะต้องเป็นผู้ที่กำหนดการวางแผนของงานให้เหมาะสมกับการออกแบบของงานแต่ละชนิด เพราะฉะนั้นการออกแบบจะต้องให้มีการวางแผน โดยอาศัยการวาดรูปเป็นการนำความคิดออกมาเพื่อที่จะรู้ว่าควรจะเน้นที่ตรงไหน

การออกแบบมีหลักในการวางจุดสนใจ ซึ่งการวางรูปทรงในรูปลักษณะต่างๆ สามารถที่จะนำมาใช้ในการออกแบบโดยการจัดองค์ประกอบของศิลปะให้อยู่ภายในรูปลักษณะที่กำหนด

อย่างไรก็ตามการจัดที่จะให้เกิดจุดสนใจ ควรจะวางงานที่เป็นจุดสนใจก่อนแล้วจัดเลื่อนขึ้นทางขวาหรือทางซ้าย หรือเลื่อนลงทางขวาหรือทางซ้าย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการจัดองค์ประกอบของศิลปะ

ที่ต้องการจะเน้นอย่างไร สำหรับการจัดที่ไม่ต้องการเน้นความสำคัญมากนักโดยมากจะจัดไปทางซ้ายและเลื่อนขึ้นไปข้างบนเล็กน้อย

การออกแบบที่ประสบผลสำเร็จมีหลักการออกแบบคือ การเน้นเพื่อให้เกิดจุดสนใจในงานออกแบบ แต่ละลักษณะของงานพอที่จะจัดลำดับความสำคัญของงานดังนี้

1. จุดสำคัญที่สุดของงาน (dominant)
2. จุดสำคัญรองลงมา (subdominant)
3. จุดสำคัญรองลงมาจากอันดับที่ 2 (subordinant)

การออกแบบที่นำหลักการเน้นมาใช้ จะต้องพิจารณาถึงการจัดคุณภาพและประสิทธิภาพของรูปทรง รูปร่าง ช่วงระยะ เส้น สี และพื้นผิวในงานออกแบบ

เอกภาพ (Unity) การออกแบบที่มีเอกภาพจะต้องใช้สิ่งต่างๆ มีความสัมพันธ์กันไม่แตกกระจายออกจากกัน ถ้ามีส่วนใดส่วนหนึ่งแยกออกมาบ้าง ส่วนนั้นๆ จะต้องเป็นส่วนที่เล็กลงแล้วไม่ทำให้รู้สึกว่สิ่งนั้นๆ แตกกระจายออกมา

การออกแบบที่มีเอกภาพย่อมจะต้องมีความสัมพันธ์กันทั้งหมด ความเป็นเอกภาพเป็นหัวข้อสำคัญข้อหนึ่งสำหรับการออกแบบ ที่จะต้องมีความสัมพันธ์และกลมกลืนกันกับรูปร่าง เส้น พื้นผิว และสี ตัวอย่างเช่น การจัดภายในห้อง ถ้าจัดกลุ่มของเครื่องเรือนให้เป็นเอกภาพที่มีความสัมพันธ์กันภายในห้อง ก็จะทำให้รู้สึกว่ห้องนั้นสวยงามและใช้สอยสะดวก หรือภายในภัตตาคารที่จัดแบ่งเป็นห้องเพื่อให้เป็นสัดส่วนไม่ปนเปกกับผู้อื่น ทั้งนี้เพื่อการสนทนาเฉพาะกลุ่ม การออกแบบก็จะต้องพิจารณาตามความประสงค์ คือลดความสว่างภายในห้อง ไม่ใช่สีที่สดใส ไม่ใช่แสงสว่างมาก ซึ่งจะให้บรรยากาศภายในห้องเหมาะสำหรับที่จะเป็นห้องสนทนาและรับประทานอาหารไปด้วยหรือถ้าเป็นห้องเรียนจะต้องพิจารณาถึงแสงสว่าง ความสูงของเพดาน การถ่ายเทอากาศ ดังนี้เป็นต้น

ในการพิจารณาเอกภาพของแต่ละงานที่ออกแบบ ถ้าผู้ออกแบบไม่มีความระมัดระวังอาจจะมีผลในทางตรงกันข้าม และทำให้เกิดผลเสียหายนั่น เช่น ห้องเรียน ถ้าไม่พิจารณาเอกภาพให้ถูกต้องก็จะออกแบบให้แสงสว่างน้อย เพดานภายในห้องต่ำ การถ่ายเทอากาศไม่ดี ทำให้การเรียนไม่ได้ผลเท่าที่ควร

การจัดช่องว่าง (ARRANGEMENT OF SPACE) การออกแบบที่ใช้ส่วนประกอบมูลฐานที่กล่าวมา เช่น เส้น รูปทรง สี หรือน้ำหนักต่างๆ มาจัดบรรจุลงในเนื้อที่นั้น จะต้องคำนึงถึงช่องว่างที่เหลืออยู่ด้วย มิใช่จะบรรจุไปให้เต็มไปหมดเช่นนั้น ในการออกแบบตกแต่งภายใน ถ้าเราเอาเก้าอี้ โต๊ะ เครื่องประดับ ผ้าม่านและเครื่องใช้ จัดวางในห้องเต็มไปหมดจนไม่มีช่องว่างเพราะ เนื้อที่ว่างแสดงความสำคัญส่วนหนึ่งของการออกแบบ

ในการออกแบบ ความสำคัญของช่องว่างนี้จะเชื่อมโยงกับจังหวะ (RHYTHM) และขณะเดียวกันก็มี

การตัดกัน (Contrast) การออกแบบที่เป็นไปในลักษณะที่ซ้ำๆ กัน หรือกลมกลืนกันมากๆ ทำให้น่าเบื่อและไม่น่าสนใจ ควรจะนำการตัดกันมาใช้ เพื่อให้การออกแบบมีคุณค่าในงานศิลป์ และให้บังเกิดความสนใจมากขึ้น

การตัดกันช่วยให้ดูไม่ซ้ำซาก ซึ่งจะเกิดการตัดกันได้ในรูปลักษณะแสงเงา สี พื้นผิวโดยการออกแบบให้เกิดการตัดกัน หรือนั่นส่วนสำคัญให้ดูเด่นขึ้นสะดุดตามากขึ้น ดูแล้วไม่เบื่อ ข้อสำคัญในการออกแบบโดยการนำการตัดกันมาใช้ต้องใช้ให้ถูกและเหมาะสม จึงจะทำให้แลดูงดงามขึ้น และใช้ปริมาณที่ไม่มากเกินไป ถ้าใช้การตัดกันมากเกินไปจะไม่เกิดจุดสนใจ และไม่มีอะไรเด่น เช่น การออกแบบอาคาร ถ้าออกแบบโดยนำเส้นนอนหรือเส้นตั้งมาใช้ทั้งหมด อาจจะทำให้ดูไม่งาม และน่าเบื่อเพราะดูกลมกลืนกันไปหมด ควรจะได้นำเส้นเอียงหรือเส้นโค้งมาใช้ในที่ๆ เหมาะและไม่มากเกินไป เส้นที่นำมาใช้ให้เกิดการตัดกันนี้จะช่วยให้เกิดจุดสนใจและไม่ทำให้เบื่อ

การนำการตัดกันมาใช้ในการออกแบบพอจะจำแนกออกได้ 5 ลักษณะคือ

1. การออกแบบให้เกิดการตัดกันด้วยเส้น เส้นที่เป็นรอบนอกของวัตถุและเส้นรอบนอกของวัตถุ เช่น เส้นของอาคารที่เป็นรูปอาคาร พอจะบอกได้ว่าอาคารนั้นๆ มีลักษณะอย่างไร และใช้เส้นที่มีรูปร่างอย่างไร ไปตัดอาคารในภาพเป็นอาคารที่มีช่องหน้าต่างซ้ำๆ กัน รูปทรงของอาคารก็เป็นรูปทรงของเส้นสี่เหลี่ยม แต่การนำเส้นโค้งที่หลังคาหน้ามุขมาใช้ทำให้ดูเด่น และตัดกันอย่างสวยงาม

2. การออกแบบให้เกิดการตัดกันด้วยแสงและเงา หมายความว่า การออกแบบที่ต้องการให้ปรากฏแสงและเงาตัดกัน เช่น การออกแบบอาคารในภาพ การจัดผนังให้หักเหตามที่ต้องการเพื่อให้เกิดแสงและเงาที่ตัดกัน เช่น การออกแบบอาคารในภาพ การจัดผนังให้หักเหตามที่ต้องการเพื่อให้เกิดแสงและเงาที่ตัดกัน

3. การออกแบบให้เกิดการตัดกันด้วยรูปทรงที่มีลักษณะไม่เหมือนกัน การออกแบบในลักษณะนี้ช่วยให้เกิดความสวยงาม และดูน่าสนใจ เช่น ในภาพนี้เป็นโบสถ์ saint paul's ซึ่งมีตัวอาคารเป็นรูปสี่เหลี่ยม และมีหลังคาเป็นรูปครึ่งทรงกลม

4. การออกแบบให้ตัดกันด้วยสี หมายถึง สีที่นำมาใช้ในการออกแบบแทนที่จะใช้สีที่มีความกลมกลืนกัน ทำให้ดูไม่น่าสนใจ ไม่งาม และน่าเบื่อ ควรนำสีที่ตัดกันมาใช้บ้างจะช่วยให้สวยงามขึ้น สำหรับสีที่ตัดกันควรจะใช้ในเนื้อที่ๆ มีปริมาณน้อยๆ เช่น ผู้หญิงนุ่งกระโปรงสีเขียวใส่เสื้อสีแดง สีเขียวและสีแดงเป็นสีที่ตัดกัน เสื้อและกระโปรงมีเนื้อที่ของสีประมาณเท่าๆ กัน ทำให้แลดูไม่สวย แต่ถ้าผู้หญิงอีกคนหนึ่งแต่งกายด้วยชุดสีเขียวทั้งชุด มีสีแดงที่ปกเสื้อและที่สไบไม่ใหญ่เกินไปก็จะทำให้แลดูสวยงามมากกว่า ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว การใช้สีที่ตัดกันควรจะใช้เนื้อที่ๆ มีปริมาณน้อยๆ และใช้ให้พอเหมาะ

5. การออกแบบให้ตัดกันด้วยลักษณะพื้นผิว หมายความว่า การนำพื้นผิวในลักษณะต่างๆ กัน ใช้ในแบบถ้าเลือกใช้พื้นผิวให้ตัดกันถูกที่และพอเหมาะจะสวยงาม ถ้าใช้ไม่ถูกที่และไม่พอเหมาะจะ

ไม่สวยงาม เช่น ภายใจห้องที่มีขนาดยาวจะทำให้แลดูห้องสั้นก็โดยการใช้พื้นผิวที่มีลักษณะหยาบที่ผนังด้านสกัดทำให้รู้สึกว่ห้องสั้นกว่าที่เป็นจริงและดูน่าสนใจขึ้น เพราะผนังภายในห้องทั่วๆ ไปเป็นผิวเรียบ เมื่อนำลักษณะพื้นผิวหยาบมาใช้ติดกับผิวเรียบ จึงทำให้น่าสนใจขึ้น

การใช้ลักษณะพื้นผิวดัดกันที่ไม่พอเหมาะ เช่น ห้องที่มีเพดานต่ำ แล้วนำพื้นผิวที่มีลักษณะหยาบไปใช้จะทำให้รู้สึกว่เพดานต่ำกว่่าที่เป็นจริง แลดูอึดอัดและไม่สวย

โครงสร้างของการออกแบบ (Structure of Design) โครงสร้างของการออกแบบ เป็นการจัดองค์ประกอบของศิลปะ (elements of design) การสร้างสรรค์ที่สำคัญ เพื่อให้เกิดมีคุณค่าทางความงาม (the aesthetic)

ทั้งนี้ผู้ออกแบบจะต้องเป็นผู้พิจารณาเพื่อนำหัวข้อต่างๆ ที่กล่าวแล้วมาใช้ในการออกแบบ ผู้ออกแบบจะออกแบบอะไรก็ตาม จะต้องเป็นผู้ที่วางแผนการไว้ล่วงหน้า ซึ่งเป็นงานของการสร้างสรรค์ ทำของสวยของงาม และจะต้องนำมาประยุกต์เพื่อการใช้สอยตามความต้องการของมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบบ้านเรือน เครื่องเรือน รถยนต์ ผลิตภัณฑ์ของใช้ต่างๆ ฯลฯ แม้กระทั่งสิ่งต่างๆ ที่ไม่เกี่ยวกับความสวยงามก็เรียกได้ว่าเป็นการออกแบบ เช่น การออกแบบชุมชน ดังนี้ เป็นต้น

นักออกแบบแบ่งออกไปได้หลายๆ ประเภท ซึ่งแต่ละประเภทก็เรียกชื่อเฉพาะ เป็นงานๆ ไป เช่น เรียกสถาปนิกก็หมายถึงผู้ออกแบบอาคาร เรียกมัณฑนากรก็หมายถึงผู้ออกแบบและตกแต่งภายใน เรียกภูมิสถาปนิกก็หมายถึงผู้ออกแบบการจัดบริเวณ เช่น การจัดสวน ฯลฯ

ยังมีอีกหลายๆ ประเภท ที่จะต้องอาศัยหลักของการออกแบบเช่นออกแบบทรงผม ออกแบบเครื่องแต่งกาย ออกแบบกราฟิก (การออกแบบทางการพิมพ์) ออกแบบฉากละคร ออกแบบเครื่องประดับ ออกแบบลายพรม ออกแบบลายฉลุ (เช่นลูกไม้) ฯลฯ งานใดๆ ก็ตามที่เป็นงานสร้างสรรค์ขึ้นมา ถือว่าเป็นงานออกแบบทั้งสิ้น แม้ว่าวิศวกรที่ออกแบบสะพานอุโมงค์หรือเขื่อนก็จัดได้ว่าเป็นนักออกแบบประเภทหนึ่งเหมือนกัน

จะเห็นได้ว่างานออกแบบแต่ละชนิดแต่ละประเภทเป็นงานออกแบบที่ไม่เหมือนกัน แต่การออกแบบแต่ละชนิดก็จะต้องมีโครงสร้างให้เหมาะกับงานออกแบบนั้นๆ

สำหรับคุณสมบัติของนักออกแบบแต่ละประเภทลักษณะที่สำคัญจะต้องเป็นผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์สูง มีความสนใจ รักความสวยงาม และเป็นนักสังเกตสิ่งรอบๆ ตัว

การออกแบบที่ดีสามารถที่จะแสดงให้เห็นถึงผลงานของการจัดระเบียบ (Order) ที่ดีและความงามจะปรากฏตามมาในตอนทีออกแบบสำเร็จ

โครงสร้างของการออกแบบต้องคำนึงถึงขนาด (size) และรูปร่าง (Shape) ฯลฯ ของงานที่จะออกแบบนั้น สำหรับลักษณะพื้นผิว และสี ฯลฯ ก็เป็นส่วนหนึ่งของการออกแบบตกแต่ง จะปรากฏอยู่ในผลงานที่แล้วเสร็จ โครงสร้างของการออกแบบมีความสำคัญมากกว่าการตกแต่ง เพราะการ

ตกแต่งเป็นเรื่องของการออกแบบที่ทำให้เกิดความงาม โครงสร้างของการออกแบบมีวิ
คำนึงถึงในการออกแบบดังนี้

1. เมื่อออกแบบแล้ว ต้องบังเกิดความสวยมีความงามตามที่ต้องการ
2. เมื่อออกแบบแล้ว ต้องให้บังเกิดความพอใจและประทับใจต่อผู้พบเห็น
3. เมื่อออกแบบแล้ว ต้องให้มีการใช้สอยที่ดี
4. เมื่อออกแบบแล้ว การเลือกใช้วัสดุจะต้องเหมาะสมกับงานที่ออกแบบนั้น
5. เมื่อออกแบบแล้ว ต้องรู้จักประหยัด

การออกแบบหรือการสร้างสรรค์หมายถึง การแสดงออกของความคิด หรือการปฏิบัติงานศิลปะซึ่ง
มีอยู่ในบุคคลทุกคน มิได้มีแต่เฉพาะกลุ่มที่ทำงานด้านศิลปะเท่านั้น บุคคลทุกอาชีพก็ต้องมีการ
ออกแบบหรือการสร้างสรรค์โดยไม่รู้ตัว สำหรับบุคคลที่มีอาชีพเป็นครู ควรจะได้ทำความเข้าใจและ
ให้ความสนใจเป็นพิเศษ ครูจะต้องเป็นผู้สร้าง มีการสร้างสรรค์ให้เด็กอยู่ตลอดเวลา ทั้งในเวลา
สอนและนอกเวลาการสอนเพื่อให้เกิดสิ่งใหม่ๆ ขึ้นมาหรือสร้างสรรค์ความรู้เพิ่มให้มีประสิทธิภาพดี
ยิ่งขึ้นทั้งนี้ เพื่อช่วยให้นักเรียน นักศึกษา ได้รู้จักการเรียนรู้ในระบบการสร้างสรรค์ เพื่อนำไปใช้สำหรับ
ชีวิตในอนาคต

2. ข้อมูลของสื่อประชาสัมพันธ์

2.1 การประชาสัมพันธ์คืออะไร

คำว่า การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) เป็นคำที่ใช้กันอย่างแพร่หลายมากในปัจจุบัน
ทั้งตามหน่วยงาน องค์กร สถาบันต่างๆ และในหมู่สาธารณชนทั่วไป ที่เป็นเช่นนี้น่าจะเป็นเพราะงาน
ประชาสัมพันธ์กำลังได้รับความสนใจและยอมรับจากประชาชนทั่วไปในฐานะที่การประชาสัมพันธ์
เป็นงานเสริมสร้างความเข้าใจอันดีต่อกันระหว่างหน่วยงานสถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง

การประชาสัมพันธ์ เป็นคำค่อนข้างใหม่ และเป็นแนวความคิดใหม่ ด้วยเหตุนี้เองจึงทำให้มีผู้
เข้าใจผิดสับสนกันอยู่เสมอถึงความหมาย และบทบาทอันแท้จริงของการประชาสัมพันธ์ คน
ส่วนมากมักคุ้นเคยกับคำว่า การประชาสัมพันธ์ แต่น้อยคนนักที่จะเข้าใจถึงความหมายของการ
ประชาสัมพันธ์อย่างถูกต้องตรงกัน ในความหมายที่ง่ายที่สุด คำว่า การประชาสัมพันธ์หมายถึง
“การสัมพันธ์กับประชาชน” (Relations with the public) แต่การอธิบายความหมายเพียงสั้นๆ แค่นี้
ไม่เกิดประโยชน์อันใด อีกทั้งยังก่อให้เกิดความไขว้เขวขึ้นได้ เพราะคำว่า การประชาสัมพันธ์ใน
ลักษณะความหมายดังกล่าวอาจอธิบายได้ทั้งแง่ที่เป็นสภาพการณ์ และในแง่ที่เป็นกิจกรรม อย่างไรก็ตาม
ก็ตามเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่า การประชาสัมพันธ์ หรือการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้น ส่วน
หนึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อชักจูงประชาคมติดด้วยวิธีการติดต่อสื่อสาร เพื่อให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายเกิด
มีความรู้ ความเข้าใจ และความรู้สึกรักใคร่ที่ดีต่อหน่วยงาน องค์กร สถาบัน การประชาสัมพันธ์จึง

มิใช่เป็นเพียงหน่วยงานการเผยแพร่ แต่งานประชาสัมพันธ์เป็นงานในเชิงสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน เป็นงานส่งเสริมความเข้าใจอันดีและสร้างสัมพันธภาพกลมเกลียวราบรื่นระหว่างหน่วยงาน หรือองค์กร สถาบัน กับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง หรืออีกนัยหนึ่งก็คือ อาจจะก่อให้เกิดความรุ่งเรืองไพบูลย์แก่องค์กรหรือสถาบันนั้น หรืออาจก่อให้เกิดความพินาศหายนะให้แก่องค์กรสถาบันได้เช่นกัน ดังนั้น การประชาสัมพันธ์ที่ดีจึงเป็นการสร้างความนิยมแก่กลุ่มประชากรต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กรสถาบัน ด้วยวิธีการบอกกล่าว ชี้แจงให้ประชาชนได้ทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ และสิ่งซึ่งองค์กร สถาบันได้กระทำลงไป นักประชาสัมพันธ์หรือผู้ที่ทำงานทางด้านการประชาสัมพันธ์ทุกคน ต่างก็รู้ซึ่งและตระหนักดีถึงความสัมพันธ์ดังกล่าว นั่นคือ ทุกสิ่งทุกอย่างที่องค์กรสถาบันดำเนินการกระทำตัดสินใจลงไปนั้นย่อมมีผลกระทบต่อความรู้สึกนึกคิดของประชาชนเสมอ ฉะนั้นทุกสิ่งทุกอย่างที่จะมีส่วนช่วยส่งเสริมให้ประชาชนเกิดความรู้สึกนึกคิดที่ดีต่อโครงการหรือกิจกรรมการดำเนินงานขององค์กรสถาบัน เราก็ย่อมถือได้ว่าสิ่งนั้นเป็นพื้นฐานเบื้องต้นแห่งการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ การประชาสัมพันธ์ยังเป็นงานในระดับนโยบายหรือใกล้ชิดกับระดับนโยบายที่องค์กรสถาบันทุกแห่ง ทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นองค์การของรัฐบาล หรือองค์การภาคธุรกิจเอกชน รวมทั้งองค์การที่ไม่มุ่งแสวงกำไร หรือองค์การสาธารณกุศลทั้งหลาย ต่างก็นำเอาการประชาสัมพันธ์ไปใช้กับองค์กรสถาบันของตนอย่างกว้างขวางแพร่หลาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างสรรค์จริยธรรมาจริยธรรมและความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงานสถาบันกับกลุ่มประชาชน ป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด ตลอดจนขจัดและลดสาเหตุของความขัดแย้งต่างๆ รวมทั้งใช้การประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนนโยบายและการดำเนินงานขององค์กรสถาบัน เสริมสร้างและรักษา ชื่อเสียง เกียรติคุณ ความนิยม เชื่อถือ ศรัทธา และความร่วมมือสนับสนุนจากประชาชนที่พึงจะมีต่อหน่วยงานสถาบันของตน

จึงอาจกล่าวได้ว่าการประชาสัมพันธ์ เป็นคำที่ค่อนข้างคุ้นเคยกับเรามากพอสมควรในชีวิตประจำวัน เพราะคุ้นหูคุ้นตาเราอยู่เสมอ ไม่ว่าจะเป็นไปไหนมาไหนก็พบเห็นได้ยินได้ฟังแต่คำนี้อยู่เกือบทั่วไป ทั้งตามสถานที่หน่วยราชการ สำนักงาน โรงพยาบาล ธนาคาร เป็นต้น และอาจเป็นเพราะว่า การประชาสัมพันธ์เป็นคำที่เราคุ้นเคยกันมาก ฟังดูแล้วให้ความรู้สึกไพเราะ นุ่มนวล ก่อให้เกิดความรู้สึกที่เป็นไปในทางที่ดี จึงทำให้เกิดมีการนำเอาคำๆ นี้ไปใช้กันอย่างฟุ่มเฟือยจากความหมายที่แท้จริง ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดไขว้เขวไปได้โดยง่าย ตัวอย่างที่เห็นชัดเจนที่สุดคือ การเข้าใจสับสนกันระหว่างการประชาสัมพันธ์กับการโฆษณา เช่น การโฆษณาสินค้าต่างๆ ตามสื่อมวลชนถูกนำมากล่าวอ้างว่าเป็นการประชาสัมพันธ์ ทำให้ประชาชนทั่วไปเกิดความเข้าใจผิดระหว่างการประชาสัมพันธ์กับการโฆษณาสินค้า และเกิดการสับสนจนแยกแยะไม่ออกว่าสิ่งใดคือการประชาสัมพันธ์ และสิ่งใดคือการโฆษณาสินค้ากันแน่ บางคนก็เลยสรุปเอาว่า การประชาสัมพันธ์

ก็คือการโฆษณาสินค้านั่นเอง ซึ่งความจริงแล้วการประชาสัมพันธ์ไม่ใช่การโฆษณาสินค้า ถึงแม้ว่าบางครั้งอาจจะเกี่ยวข้องใกล้เคียงกันก็ตาม การที่เกิดความเข้าใจผิดสับสนเช่นนี้ น่าจะเกิดจากการนำคำว่าประชาสัมพันธ์ไปใช้อย่างหละหลวม และขาดความระมัดระวังรวมทั้งไม่เข้าใจความหมายที่แท้จริงของคำนี้ หรืออาจเข้าใจผิดโดยไม่ได้เจตนา ทั้งนี้เพราะบ่อยเหลือเกินที่ในบ้านเรามีส่วนที่จะทำให้เกิดความเข้าใจผิดสับสนได้ง่ายระหว่างการประชาสัมพันธ์กับการโฆษณา ซึ่งเราก็มักจะมีแนวโน้มที่จะกระทำการประชาสัมพันธ์ ผสมผสานหรือปะปนรวมๆกันไปกับการโฆษณาสินค้า ไม่แยกแยะออกจากกันโดยแน่ชัด ดังจะเห็นได้จากหน่วยงานบริษัทธุรกิจหลายแห่ง ที่ยังจัดหน่วยงานประชาสัมพันธ์และโฆษณาไว้ในแผนกเดียวกัน แล้วใช้ชื่อเรียกรวมๆ กันไปว่า “แผนกโฆษณาประชาสัมพันธ์” เป็นต้น

2.2 ความหมายทั่วไปของการประชาสัมพันธ์

คำว่า “การประชาสัมพันธ์” หากวิเคราะห์หาคำตามรูปศัพท์แล้ว เป็นคำที่เราแปลงจากภาษาอังกฤษว่า “Public Relations” ซึ่งเราแปลออกมาได้ค่อนข้างไพบูลย์เพราะว่า การประชาสัมพันธ์ โดยแปลคำว่า “Public” เป็นภาษาไทยว่า “ประชา” หมายถึง หมู่คน และแปลคำว่า “Relations” เป็นภาษาไทยว่า “สัมพันธ์” หมายความว่า การผูกพัน

นั่นคือ Public = ประชา = หมู่คน

Relations = สัมพันธ์ = การผูกพัน

ดังนั้น คำว่าการประชาสัมพันธ์ ถ้าแปลตามตัวอักษรก็จะได้ความหมายว่า “การเกี่ยวข้องกับหมู่คน” วิชาการประชาสัมพันธ์จึงเป็นวิชาที่ว่าด้วย การเกี่ยวข้องกับหมู่คน หรือความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานสถาบันกลุ่มประชาชนนั่นเอง

พจนานุกรม Webster's New Collegiate ได้อธิบายถึงความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า

การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) คือธุรกิจที่ช่วยชักนำให้ประชาชนเกิดความเข้าใจและนิยมชมชอบต่อบุคคลหรือหน่วยงานสถาบันนั้น

พจนานุกรม World Book Dictionary ได้ให้บรรณอธิบายถึงความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า การประชาสัมพันธ์ คือ

1. กิจกรรมของหน่วยงาน องค์กร สถาบัน ที่ปฏิบัติเพื่อสนใจประชาชนทั่วไป รวมทั้งส่งเสริมให้ประชาชนได้เข้าใจถึงนโยบายและวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยการแพร่กระจายข่าวสารทางเครื่องมือสื่อสารต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ และภาพยนตร์ เป็นต้น

2. ทักษะคติของประชาชนที่มีต่อหน่วยงาน องค์กร สถาบัน

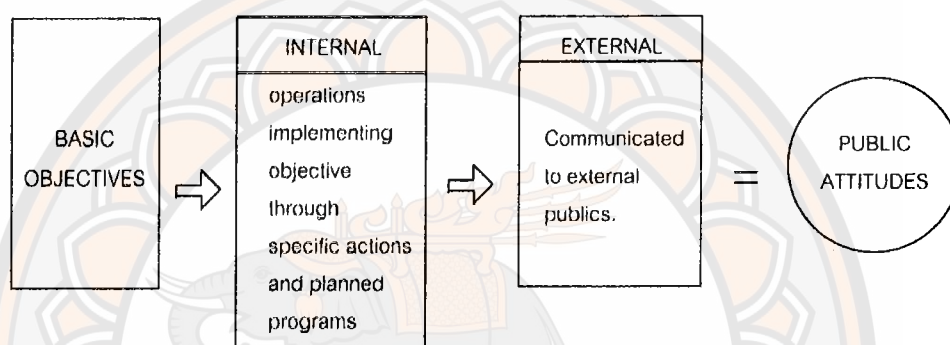
3. การดำเนินธุรกิจและอาชีพทางด้านนี้

ส่วนพจนานุกรม The American Heritage Dictionary ให้คำจำกัดความของการประชาสัมพันธ์ว่า

1. กิจกรรมและวิธีการที่องค์การสถาบันปฏิบัติเพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีกับประชาชน
2. ระดับขั้นของความสำเร็จที่ได้รับจากการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
3. ศิลปะและศาสตร์ที่ว่าด้วยวิชาการทางด้านนี้

นอกจากนี้ยังมีผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการได้ให้สูตรของการประชาสัมพันธ์ไว้อย่างสั้นๆ กระทัดรัดว่า

$X \text{ (the deed) plus } Y \text{ (the way the deed is interpreted) = Public Attitude}$



ซึ่งหมายถึง $X + Y = \text{Public Attitude}$

เมื่อ $X = \text{การกระทำ (the deed)}$

$Y = \text{การตีความหมายของการกระทำ (the way the deed is interpreted)}$

$\text{Public Attitude} = \text{ทัศนคติหรือเจตคติของประชาชน}$

ในเมื่อแทนค่าสูตรแล้วก็จะได้เป็น

$\text{การกระทำ} + \text{การตีความหมายของการกระทำ} = \text{ทัศนคติของประชาชน}$

นั่นคือ ทัศนคติหรือความรู้สึกนึกคิดของประชาชนที่มีหน่วยงาน องค์การ สถาบัน จะดีหรือเลวขึ้นอยู่กับการทำงานของหน่วยงาน องค์การ สถาบัน และการตีความหมายการกระทำโดยประชาชน เมื่อเป็นเช่นนี้การประชาสัมพันธ์จึงมีบทบาทสำคัญในการช่วยให้ประชาชนตีความหมายการกระทำขององค์การสถาบันไปในทางที่ดี

ฉะนั้น ทัศนคติหรือความรู้สึกนึกคิดของกลุ่มประชาชนที่มีต่อหน่วยงาน องค์การ สถาบันจะดีหรือเลวจึงประกอบด้วย

1. การประพฤติปฏิบัติขององค์การสถาบันนั้นๆ
2. การประชาสัมพันธ์ขององค์การสถาบันนั้น
3. การตีความการกระทำโดยกลุ่มประชาชน

จึงอาจกล่าวได้ว่า ปัญหาที่น่าสนใจของนักประชาสัมพันธ์ หรือผู้ที่ทำงานทางด้านนี้ ส่วนหนึ่งก็คือจะทำอย่างไรหรือมีวิธีการใดที่จะสามารถช่วยส่งเสริมให้กลุ่มประชาชนตีความหมายการกระทำหรือการประพฤติปฏิบัติของหน่วยงาน องค์การ สถาบันตนให้เป็นไปในทางที่ดีหรือได้รับความนิยม ร่วมมือ สนับสนุนจากประชาชน เกี่ยวกับปัญหาเรื่องนี้แน่ แม้ว่าจะเป็นปัญหาที่น่าสนใจของนักประชาสัมพันธ์ แต่ว่าปัญหานี้ก็ท้าทายสติปัญญาและความสามารถของผู้ที่ทำงานด้านนี้อยู่ไม่น้อย เพราะถ้าสามารถทำสำเร็จได้ ก็ย่อมเกิดประโยชน์ต่อหน่วยงานอย่างมหาศาล ฉะนั้นหน่วยงานหรือองค์การสถาบันจึงต้องมีการประพฤติปฏิบัติที่ดีหรือมีการกระทำที่ดี และมีการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้รู้เห็นและเข้าใจในพฤติกรรมดังกล่าว

นักวิชาการด้านการประชาสัมพันธ์บางท่านได้พยายามหาความหมายมาอธิบายด้วยย่อของการประชาสัมพันธ์ โดยให้ความหมายของคำย่อของการประชาสัมพันธ์ (Public Relations) คือ PR ว่า

PR = Performance and Recognition

P หมายถึง การกระทำ (Performance) การประชาสัมพันธ์จะต้องมีการกระทำหรือการประพฤติปฏิบัติตามที่พูดหรือเผยแพร่ชี้แจงเอาไว้ มิใช่ดีแต่พูดหรือเผยแพร่ชี้แจงเพียงอย่างเดียวแต่ไม่ทำหรือไม่ปฏิบัติ เพราะการกระทำย่อมสำคัญกว่าคำพูด ประชาชนย่อมพิจารณาตัดสินเอาจากการกระทำของหน่วยงาน องค์การ สถาบัน มิใช่พิจารณาตัดสินเอาจากสิ่งที่องค์การสถาบันพูดหรือแถลงไว้ในนโยบายเพียงอย่างเดียว

R หมายถึง การยอมรับ (Recognition) การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน องค์การ สถาบัน ก็เพื่อให้ประชาชนยอมรับในองค์การ สถาบันนั้นๆ และเพื่อให้เกิดความร่วมมือสนับสนุนตามมา เพราะเราต้องไม่ลืมว่า สิ่งใดก็ตามหากเป็นที่ยอมรับของประชาชนแล้ว ประชาชนย่อมให้ความร่วมมือสนับสนุนด้วยดี

2.3 ความหมายทางด้านวิชาการของการประชาสัมพันธ์

การเข้าใจในความหมายหรือคำจำกัดความทางด้านวิชาการประชาสัมพันธ์ นับว่าเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับผู้เริ่มทำการศึกษาในวิชานี้ เพราะการให้คำนิยามหรือคำจำกัดความใดๆ ก็ตาม ที่มุ่งประสงค์ให้เป็นที่ยอมรับและเข้าใจถูกต้องตรงกันโดยทั่วไปนั้นนับว่าเป็นสิ่งสำคัญเบื้องต้น และจำเป็นสำหรับสรรพวิชาการต่างๆ แทบทุกสาขา รวมทั้งวิชาการประชาสัมพันธ์ด้วย การให้คำนิยามหรือคำจำกัดความดังกล่าวอาจจะช่วยป้องกันและขจัดปัญหายุ่งยาก อันอาจจะเกิดขึ้นได้จากความไม่เข้าใจ หรือเข้าใจผิดสับสน ได้ในภายหลัง

การประชาสัมพันธ์ เป็นคำที่นักวิชาการหรือผู้ที่เชี่ยวชาญทางด้านวิชานี้ซึ่งมีทั้งนักวิชาการและนักปฏิบัติการ ได้ให้คำจำกัดความไว้มากมายพอสมควร ทั้งนิยามที่เน้นไปทางด้านทฤษฎี หรือหลักการและนิยามที่เน้นหนักไปทางด้านกรกระทำหรือปฏิบัติการ จนบางครั้งทำให้ผู้ที่ศึกษามี

ความรู้สึกคล้ายกับการประชาสัมพันธ์เป็นนิยามที่ไม่รู้จบ หรือเป็นคำนิยามที่ไม่มีสิ้นสุด ที่กล่าวเช่นนี้ได้หมายความว่า การประชาสัมพันธ์เป็นนิยามที่หาข้อยุติไม่ได้ แต่หมายถึงว่า การประชาสัมพันธ์มีนิยามหรือคำจำกัดความที่ค่อนข้างกว้างขวางมาก และครอบคลุมไปถึงหลายสิ่งหลายอย่าง รวมทั้งมีมากมายหลายนิยามด้วยกัน นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญทางด้านวิชาการประชาสัมพันธ์ได้ให้คำอธิบายคำว่า การประชาสัมพันธ์ไว้อย่างกว้างขวางหลายทัศนะหลายแง่มุม เช่น

1. Public Relations is a board term which cover an enormous range of activites...
2. Public Relations is an umbrella term...
3. Public Relations is mushrooming...
4. Public Relations is complex...

จะเห็นได้ว่า ข้อความที่ยกมาให้อ่านเป็นตัวอย่างเหล่านี้ล้วนแล้วแต่ชี้ให้เห็นถึงความกว้างขวางของขอบเขตที่การประชาสัมพันธ์แผ่คลุมไปถึง จนบางครั้งทำให้ดูคล้ายประหนึ่งว่า การประชาสัมพันธ์มีความหมายแตกต่างกันตามที่บุคคลจะนึกคิดไป อย่างไรก็ตาม นิยามหรือคำจำกัดความทางด้านวิชาการของการประชาสัมพันธ์ก็มีทั้งประเภทละเอียดและสั้นๆ ซึ่งนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญทางด้านนี้ได้ให้คำนิยามไว้มากมายด้วยวัตถุประสงค์และความมุ่งหมายเดียวกัน นั่นคือ เพื่อให้ผู้ที่ศึกษา มีความรู้ ความเข้าใจใน "การประชาสัมพันธ์" ที่ถูกต้องสมบูรณ์ชัดเจน ฉะนั้นผู้ที่ศึกษาวิชานี้จึงพึงพิจารณานิยามความหมายของการประชาสัมพันธ์ให้กว้างขวางไว้พอสมควร นิยามและคำจำกัดความต่างๆ ของการประชาสัมพันธ์มีดังนี้

สมาคมการประชาสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า การประชาสัมพันธ์ คือภาระหน้าที่ของฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการ ซึ่งต้องอาศัยการวางแผนงานที่ดี และมีการกระทำอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ เพื่อสร้างสรรค์และธำรงรักษาไว้ ซึ่งความเข้าใจดี มีความเห็นอกเห็นใจ และได้รับการสนับสนุนร่วมมือจากกลุ่มประชาชนที่องค์การสถาบันเกี่ยวข้องอยู่ โดยองค์การจะต้องใช้วิธีการวัดประเมินถึงประชาคมที่ดีที่ประชาชนมีต่อองค์การ แล้วนำมาใช้ประกอบเป็นแนวทางในการพิจารณากำหนดเป็นแผนงานและนโยบายขององค์การสถาบัน เพื่อให้สอดคล้องกับประชาคมหรือความต้องการของประชาชนพร้อมทั้งใช้วิธีการเผยแพร่กระจายข่าวสารสู่ประชาชน เพื่อให้เกิดความร่วมมือและบรรลุถึงผลประโยชน์ร่วมกันของทั้งสองฝ่าย คือ องค์การและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง

สมาคมแห่งการประชาสัมพันธ์แห่งสหรัฐอเมริกา ได้ให้คำจำกัดความของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นอาชีพที่ให้บริการผลประโยชน์อย่างถูกต้องตามกฎหมาย

แก่บรรดาลูกจ้างและผู้ว่าจ้าง อาชีพการประชาสัมพันธ์จึงมีวัตถุประสงค์พื้นฐานอยู่ที่ความเข้าใจร่วมกัน และความร่วมมือกันระหว่างกลุ่มต่างๆ และสถาบันสังคม

สถาบันการประชาสัมพันธ์แห่งสหราชอาณาจักร ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า การประชาสัมพันธ์ คือการกระทำที่มีการวางแผนอย่างสุ่มรอบคอบ และมีความพยายามอย่างไม่ลดละ เพื่อสร้างสรรค์และดำรงไว้ซึ่งความเข้าใจอันดีร่วมกันระหว่างสถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง

จะเห็นได้ว่า นิยามความหมายข้างบนนี้ เป็นนิยามความหมายหรือคำจำกัดความของสถาบันและสมาคมวิชาชีพ ทางด้านการประชาสัมพันธ์ ซึ่งทำหน้าที่เกี่ยวข้องและรับผิดชอบโดยตรงกับงานประชาสัมพันธ์ มีหน้าที่ในการควบคุมมาตรฐานแห่งวิชาชีพนี้ รวมทั้งการให้การศึกษาความรู้ และฝึกฝนอบรม ด้านวิชาชีพการประชาสัมพันธ์ให้แก่บรรดานักประชาสัมพันธ์และผู้ประกอบวิชาชีพทางด้านนี้โดยเฉพาะ

สำหรับนักวิชาการด้านการประชาสัมพันธ์ และผู้เชี่ยวชาญทางด้านวิชาชีพนี้ได้ให้คำนิยามความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้หลายทัศนะต่างๆ กันดังต่อไปนี้

John E. Marston ให้ทัศนะว่า

การประชาสัมพันธ์ เป็นคำนิยามหรือคำจำกัดความได้ยากพอๆ กับคำว่าศาสนาหรือการศึกษา ทุกคนต่างก็ยอมรับว่าทั้งศาสนาและการศึกษาเป็นสิ่งสำคัญ ปัจจุบันมีผู้สนใจวิชาการประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้น การเรียนรู้และเข้าใจถึงคำจำกัดความของการประชาสัมพันธ์ย่อมเป็นประโยชน์แก่ผู้ศึกษา แต่การให้คำจำกัดความอันเป็นที่ยอมรับแก่ทุกๆ คนไม่ใช่เรื่องง่าย เราควรเริ่มต้นให้คำนิยามหรือคำจำกัดความอย่างกว้างๆ เพื่อหลีกเลี่ยงรายละเอียดปลีกย่อย จากนั้นเราจึงค่อยบีบกระชับความหมายให้รัดกุมยิ่งขึ้นภายหลัง

1. การประชาสัมพันธ์ คือ การสื่อสารที่มีการวางแผน และเป็นการสื่อสารเพื่อการชักจูงใจ โดยการจัดวางรูปแบบขึ้นเพื่อให้มีอิทธิพลเหนือกลุ่มประชาชนที่มีความหมายอย่างสำคัญต่อหน่วยงานนั้น

สิ่งสำคัญของคำจำกัดความข้างต้นนี้คือ การวางแผน การจูงใจ การสื่อสาร และ กลุ่มประชาชนที่มีความหมายอย่างสำคัญต่อหน่วยงานนั้น เราทราบแล้วว่า การประชาสัมพันธ์มิใช่สิ่งที่เกิดขึ้นอย่างบังเอิญ แต่ทว่าเกิดขึ้นจากการวางแผนอย่างระมัดระวัง รอบคอบ และเหตุที่ต้องมีการจูงใจเพราะต้องการให้เกิดการกระทำหรือเชื่อตามในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ส่วนที่ต้องมีการสื่อสารก็เพราะว่า การประชาสัมพันธ์นั้นเราจะต้องสื่อสารเผยแพร่ไปยังกลุ่มชนต่างๆ ที่เราต้องการ แต่สิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งในทีนี้ก็คือ การจูงใจ ซึ่งเป็นกิจกรรมของมนุษย์ ที่มีมานานนับแต่โบราณกาลแล้ว เช่น การพุดจูงใจของทนายความขณะเสนอคดีต่อคณะลูกขุน รวมทั้งการพุดจูงใจในการรณรงค์แข่งขันเพื่อ

การเลือกตั้ง เหล่านี้ล้วนแต่ต้องอาศัยการจูงใจทั้งสิ้น เพื่อผลแห่งความเชื่อถือหรือปฏิบัติตามในสิ่งที่เราประสงค์

2. การประชาสัมพันธ์ คือ สถานการณ์ การกระทำ หรือคำพูดใดๆ ที่ทรงอิทธิพล

3. การประชาสัมพันธ์ คือ ศิลปะในการทำให้บริษัทของท่านเป็นที่นิยมชมชอบและยกย่องนับถือของพนักงานลูกจ้างภายในบริษัท รวมทั้งลูกค้า และประชาชนซึ่งเป็นผู้ซื้อจากบริษัทและประชาชนซึ่งบริษัทขายสินค้าให้

4. การประชาสัมพันธ์ คือ การสื่อสารความคิดอย่างมีทักษะไปสู่ประชาชนกลุ่มต่างๆ โดยมีจุดมุ่งหมายให้ได้ผลสมดังที่เราตั้งความปรารถนาไว้

5. การประชาสัมพันธ์ คือ การค้นหาว่าประชาชนชอบอะไรในตัวเรา และทำสิ่งนั้นให้มากยิ่งขึ้น และค้นหาว่าประชาชนไม่ชอบอะไรในตัวเรา แล้วทำสิ่งนั้นให้น้อยลง

6. การประชาสัมพันธ์ คือ ภาระหน้าที่ของฝ่ายบริหารในอันที่จะประเมินถึงทัศนคติหรือความคิดเห็นของประชาชน แล้วจัดตั้งนโยบายต่างๆ ขององค์การให้สอดคล้องกับผลประโยชน์และความต้องการของประชาชน รวมทั้งดำเนินการปฏิบัติงานด้วยการติดต่อสื่อสารเพื่อให้ประชาชนเกิดความเข้าใจและยอมรับในหน่วยงาน

Cutlip และ Center ให้คำจำกัดความว่า

การประชาสัมพันธ์ คือ การติดต่อสื่อสารและสื่อความหมายทางด้านความคิดเห็นจากองค์การสถาบันไปสู่กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งรับฟังความคิดเห็นและประชาติที่ประชาชนมีต่อองค์การสถาบันด้วยความพยายามอย่างจริงจัง โดยมุ่งที่จะสร้างผลประโยชน์ร่วมกันและช่วยให้สถาบันสามารถรับตัวเองให้สอดคล้องกลมกลืนกับสังคมได้ ฉะนั้น การประชาสัมพันธ์จึงถูกนำมาใช้ในลักษณะความหมาย 3 ประการด้วยกันคือ

1. การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์การสถาบันกับกลุ่มประชาชน
2. วิธีการที่องค์การสถาบันใช้เพื่อสร้างความสัมพันธ์
3. คุณภาพและสถานภาพแห่งความสัมพันธ์นั้นๆ

Newsom และ Scott เน้นว่า

การประชาสัมพันธ์ เป็นงานที่มีความสลับซับซ้อน เพราะงานนี้ไม่เพียงแต่จะต้องมีทักษะหลายๆ ด้านด้วยกัน หากแต่ยังต้องมีพียงแห่งความคิด เพื่อการสร้างสรรค์และแก้ไขปัญหาต่างๆ ให้ลุล่วงไปด้วยดี สิ่งนี้เองเป็นงานที่ท้าทายต่อการประชาสัมพันธ์

Edward L. Bernays แสดงความคิดเห็นว่า

การประชาสัมพันธ์ มีความหมาย 3 ประการด้วยกัน คือ

1. เผยแพร่ชี้แจงให้ประชาชนทราบ
2. ชักชวนให้ประชาชนมีส่วนร่วมด้วย และเห็นด้วยกับวัตถุประสงค์ และวิธีการดำเนินงานของสถาบัน
3. ประสานความคิดเห็นของกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องให้เข้ากับจุดมุ่งหมาย และวิธีการดำเนินงานของสถาบัน

Dr. Edward J. Robinson ให้ทัศนะว่า

การประชาสัมพันธ์ ถ้าหากจะพิจารณาในแง่ของพฤติกรรมศาสตร์แล้ว มีหน้าที่ดังนี้ คือ

1. สำรวจและประเมินของทัศนคติของกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง
2. ช่วยให้ฝ่ายบริหารสามารถกำหนดวัตถุประสงค์ในด้านการเพิ่มพูน ความเข้าใจแก่ประชาชนและเป็นที่ยอมรับของประชาชน กล่าวคือ ยอมรับทั้งนโยบาย แผนงาน และบุคลากรขององค์กร
3. วัตถุประสงค์ที่องค์การกำหนดขึ้นนี้ จะต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ความต้องการ และผลประโยชน์ของประชาชนกลุ่มต่างๆ
4. ปรับปรุงและประเมินผลโครงการประชาสัมพันธ์ที่องค์การกำลังดำเนินอยู่เพื่อให้เป็นที่เข้าใจ และเป็นที่ยอมรับแก่ประชาชน

Sam Black ให้คำอธิบายว่า

การประชาสัมพันธ์ คือ ภาระหน้าที่รับผิดชอบทั้งหมดของฝ่ายบริหารในทุกองค์การ วัตถุประสงค์ที่สำคัญของการประชาสัมพันธ์จึงเป็นไปเพื่อบรรลุและธำรงไว้ซึ่งความราบรื่นกลมกลืน สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม

นายสะอาด ตันศุภผล ให้คำจำกัดความว่า

การประชาสัมพันธ์ คือ วิธีการของสถาบันอันมีแผนการและการกระทำที่ต่อเนื่องในอันที่จะสร้างหรือยังให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชน เพื่อให้สถาบันและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องมีความรู้ ความเข้าใจ และให้ความสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน อันจะเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้นๆ ดำเนินงานไปได้ผลดีสมความมุ่งหมาย โดยมีประชาชนเป็นบรรทัดฐานด้วย

จากคำจำกัดความดังกล่าว พออธิบายได้ดังนี้

1. คำว่า “สถาบัน” ในที่นี้คือกิจการที่บุคคลหรือคณะบุคคลได้จัดทำขึ้นโดยประสงค์ที่จะดำเนินการใดๆ ในสังคมให้ลุล่วงไปตามความปรารถนาของบุคคลหรือคณะบุคคลนั้น กิจการต่างๆ เหล่านี้มีมากมายต่างๆ กัน เช่น กิจการด้านปกครอง สถาบันก็อาจมีรูปแบบเป็นรัฐบาล กระทรวง

ทบวง กรม และหน่วยงานราชการต่างๆ ถ้าเป็นกิจการด้านสังคมสงเคราะห์ ก็ได้แก่ องค์การ สาธารณกุศลต่างๆ เช่น มูลนิธิ หรือสถานสงเคราะห์ นอกจากนี้ยังมีกิจการทางด้านธุรกิจ เช่น บริษัทห้างร้าน ธนาคาร รวมทั้งสถาบันการศึกษา หน่วยงานและองค์การสถาบันเหล่านี้จะต้องดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมาย รวมทั้งอาจต้องติดต่อเกี่ยวข้องกับประชาชนทั้งทางตรงกลางอ้อมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

2. คำว่า “**กลุ่มประชาชน**” ดังได้กล่าวไว้แล้วว่าองค์การสถาบันอาจจะต้องติดต่อเกี่ยวข้องกับประชาชนไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อมก็ตาม ทั้งนี้ย่อมขึ้นอยู่กับลักษณะและประเภทของหน่วยงานสถาบัน องค์การสถาบันจึงต้องติดต่อเกี่ยวข้องกับกลุ่มประชาชนซึ่งมีลักษณะเป็นพหุภาพ คือ มีลักษณะภายในแบ่งย่อยออกไปได้เป็นกลุ่มย่อยๆ อีกหลายกลุ่ม เช่น แบ่งกลุ่มตามลักษณะความสนใจ ความรู้ เพศ วัย ฐานะ รายได้ เป็นต้น ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ องค์การสถาบันจึงต้องเกี่ยวข้องกับประชาชนเสมอ ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มประชาชนภายใน อันได้แก่ กลุ่มพนักงาน เจ้าหน้าที่องค์การ และกลุ่มประชาชนภายนอก ที่สถาบันจำเป็นต้องติดต่อเกี่ยวข้องกับด้วย เช่น ลูกค้า ผู้บริโภค ประชาชน เป็นต้น กลุ่มประชาชนจึงเป็นเป้าหมายหลักสิ่งแรกที่องค์การสถาบันต้องคำนึงถึงเพื่อการประชาสัมพันธ์ขององค์การ สถาบันจะดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพเหมาะสมสอดคล้องกับความรู้สึกนึกคิดและความต้องการของกลุ่มประชาชน

3. คำว่า “**ความสัมพันธ์อันดี**” ได้แก่ ความเกี่ยวข้องสัมพันธ์ระหว่างองค์การสถาบันกับกลุ่มประชาชนของตน กิจการใดๆ ของสถาบันที่ได้จัดทำขึ้นนับตั้งแต่เริ่มจัดตั้งสถาบัน จนกระทั่งได้ดำเนินการใดๆ ของสถาบันไป ควรจะให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับประชาชน กล่าวคือ ทำให้กลุ่มประชาชนมีความนิยม เกิดความพอใจ ความเข้าใจในนโยบายและการดำเนินงานของสถาบัน รวมทั้งเต็มใจที่จะให้ความสนับสนุนร่วมมือด้วย การที่จะดำเนินการได้ผลดีนั้น องค์การสถาบันจำเป็นต้องศึกษาถึงสภาพของกลุ่มประชาชนตลอดจนความรู้สึกนึกคิดต่างๆ ที่ประชาชนมีต่อสถาบันและกิจการของสถาบัน สรุปแล้วก็คือ ทำให้เกิดความเข้าใจอันดี ซึ่งกันและกันนั่นเอง เมื่อเกิดความเข้าใจอันดีหรือความสัมพันธ์อันดีแล้ว โอกาสที่จะได้รับความร่วมมือสนับสนุนจากประชาชนก็จะติดตามมา

4. คำว่า “**ประชามติ**” คือ ความคิดเห็นของกลุ่มประชาชนที่มีต่อองค์การสถาบัน โดยปกติธรรมดาคนเราย่อมมีความรู้สึกนึกคิด ต่อกิจการใดๆ ที่ตนพบเห็นโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ถ้ากิจการนั้นเกี่ยวข้องกับตนก็ย่อมมีความสนใจเป็นพิเศษ ความคิดเห็นของกลุ่มประชาชนนั้น อาจมีทั้งความคิดเห็นที่สนับสนุนต่อกิจการนั้นๆ เพราะมีความรู้ความเข้าใจในนโยบายและการดำเนินงานขององค์การสถาบันซึ่งตนเองเห็นชอบด้วย และบางทีอาจมีความเห็นที่คัดค้าน ไม่เห็นด้วยซึ่งอาจจะเป็นเพราะยังไม่มี ความเข้าใจหรือเข้าใจผิดพลาดหรืออาจขัดกับผลประโยชน์ที่เกี่ยวข้องกับตน บางคนอาจไม่สนใจใยดีกับกิจการใดๆ และนิ่งเฉยไม่ยอมให้ความร่วมมือใดๆ ด้วย เมื่อประชามติของกลุ่ม

ดำเนินงานประชาสัมพันธ์ มีการศึกษาค้นคว้าถึงกระบวนการในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของมนุษย์ เพื่ออธิบายและวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมของมนุษย์ที่มีปฏิสัมพันธ์ต่อกันในสังคม รวมทั้ง การศึกษาและวิจัยถึงประชาคมติ และความสัมพันธ์กันระหว่างกลุ่มประชาชนกับองค์การสถาบันที่ เกี่ยวข้องเป็นต้น สิ่งต่างๆ เหล่านี้สามารถศึกษาเรียนรู้ วิธีการและถ่ายทอดความรู้ให้แก่ผู้อื่นได้ ฉะนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่าวิชาการประชาสัมพันธ์เข้าอยู่ในลักษณะขอบเขตของวิชาการทางด้าน สังคมศาสตร์สำหรับการพิจารณาการประชาสัมพันธ์ในแง่ของศิลปะนั้น หมายถึงว่าการ ประชาสัมพันธ์มีลักษณะของการดำเนินงานที่ต้องอาศัยความรู้ ความสามารถ รวมทั้งประสบการณ์ และทักษะของแต่ละบุคคลเข้าร่วมประกอบด้วยเทคนิคการประชาสัมพันธ์บางอย่างเป็นเทคนิคหรือ ความสามารถเฉพาะตัว เช่น ความสามารถในการสื่อสารและทักษะในการสื่อสาร อาจถ่ายทอดหรือ ลอกเลียนแบบกันได้ยาก ทั้งนี้เพราะความสามารถเฉพาะตัวของคนเราย่อมไม่เหมือนกันทุกคนไป เทคนิคอย่างหนึ่งที่นักประชาสัมพันธ์บางคนสามารถนำไปใช้ได้ผลอย่างดีมากประสบความสำเร็จ แต่เทคนิคอย่างเดียวกันนี้หากผู้อื่นนำไปใช้บางอย่างอาจล้มเหลวไม่ได้ผลเลยก็ได้ เพราะ บุคคล สถานที่ เวลา บรรยากาศ สภาพแวดล้อม และสถานการณ์ ย่อมมีอิทธิพลเกี่ยวข้องอยู่ด้วย

2.5 การประชาสัมพันธ์กับการเผยแพร่

คนทั่วไปส่วนมากมักเข้าใจผิด หรือเข้าใจสับสนกันอยู่เสมอระหว่างการประชาสัมพันธ์กับการเผยแพร่ โดยคิดว่าการประชาสัมพันธ์ก็คือการเผยแพร่นั้นเอง อันที่จริงแล้ว การเผยแพร่เป็นเพียง เครื่องมืออย่างหนึ่งในบรรดาเครื่องมือหลายๆ อย่างของการประชาสัมพันธ์ โดยนัยนี้ การเผยแพร่ จึง เป็นส่วนหนึ่งของงานประชาสัมพันธ์เท่านั้น มิใช่งานประชาสัมพันธ์ทั้งหมด การเผยแพร่จึงน่าจะเป็น การกระจายข่าวสารขององค์การสถาบันว่ามีผลงานหรือกิจกรรมประจำวันอะไรบ้าง เช่น แถลงถึง ความก้าวหน้าด้านต่างๆ ในการดำเนินงานของหน่วยงานสถาบัน เป็นต้น

ความเข้าใจผิด สับสนระหว่างคำว่าการประชาสัมพันธ์กับคำว่าการเผยแพร่นั้น น่าจะเกิดขึ้น จากความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันระหว่างการประชาสัมพันธ์กับการเผยแพร่ ด้วยเหตุผลที่ว่างาน ประชาสัมพันธ์นั้นต้องอาศัยการเผยแพร่เป็นส่วนประกอบด้วย คนทั่วไปจึงมักสับสนและเข้าใจผิดไป ว่าการประชาสัมพันธ์คือการเผยแพร่ ซึ่งแม้แต่ผู้ที่ทำงานด้านการเผยแพร่เอง ปอยครั้งก็มักจะหลง เข้าใจตนเองผิดหรือสำคัญตัวเองผิดอยู่เสมอ โดยคิดว่าตนนั้นเป็นนักประชาสัมพันธ์

สรุปแล้ว การเผยแพร่เป็นกิจกรรมจัดหาข่าวสาร หรือ การจัดหาข่าว หรือเรื่องราวต่างๆ ที่ เกี่ยวกับบุคคลหรือองค์การสถาบันเพื่อทำการเผยแพร่ไปยังกลุ่มประชาชน ฉะนั้น ปอยครั้งที่การ เผยแพร่ถูกนำไปใช้ร่วมกับเหตุการณ์หรือข่าวสำคัญต่างๆ

2.6 การประชาสัมพันธ์กับการโฆษณา

การโฆษณา เป็นอีกคำหนึ่งที่คนทั่วไปมักเข้าใจผิดและสับสนกับการประชาสัมพันธ์ ที่เป็นเช่นนี้ เพราะเหตุการณ์ที่เป็นอยู่ และสภาพแวดล้อมต่างๆ มีส่วนชักนำให้เกิดการเข้าใจผิดสับสนด้วย เช่น ประกาศโฆษณาสินค้าผู้ประกาศก็อ้างว่าเป็นการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น คนทั่วไปจึงเข้าใจว่าการประชาสัมพันธ์กับการโฆษณาคือสิ่งเดียวกัน

ปัจจุบันการโฆษณามีบทบาทและอิทธิพลสำคัญต่อชีวิตประจำวันของคนเราไปแล้ว เพราะการโฆษณาคือสิ่งที่มืออยู่ทุกหนทุกแห่ง เราต้องพบต้องเห็น ต้องได้ยินได้ฟังอยู่เสมอ การโฆษณาจึงแทรกแซงอยู่ในชีวิตประจำวันของเราอย่างมากมาย

การโฆษณา เป็นหน้าที่ทางการตลาดที่สำคัญอีกหน้าที่หนึ่ง ซึ่งมีบทบาทในการติดต่อสื่อสารระหว่างบริษัทผู้ผลิตสินค้าออกจำหน่ายกับประชาชนผู้บริโภค เพราะการโฆษณาเป็นการสื่อสารโน้มน้าวใจ โดยมีได้เป็นในรูปส่วนตัว ฉะนั้นจะเห็นได้ว่าการโฆษณาคือเป็นกิจกรรมที่กระทำขึ้นเพื่อแจ้งให้ประชาชนได้ทราบถึงสินค้า บริการ ราคา คุณภาพ สถานที่จำหน่าย ฯลฯ และโน้มน้าวชักจูงให้ประชาชนอยากที่จะซื้อสินค้าหรือใช้บริการนั้น

2.7 การประชาสัมพันธ์กับการส่งเสริมการจำหน่าย

มีผู้เข้าใจผิดสับสนกันระหว่างการประชาสัมพันธ์กับการส่งเสริมการจำหน่ายอยู่ไม่น้อยอันที่จริงการประชาสัมพันธ์มิใช่ส่งเสริมการจำหน่าย แต่ทว่าการประชาสัมพันธ์ที่ดีของหน่วยงานธุรกิจย่อมมีส่วนเอื้อต่อการจำหน่ายอยู่มากเช่นกัน หรืออีกนัยหนึ่งก็คือ การประชาสัมพันธ์ที่ดีของหน่วยงานธุรกิจย่อมส่งผลดีโดยทางอ้อมให้แก่การจำหน่ายของบริษัทธุรกิจการค้านั้นโดยปริยาย

การส่งเสริมการจำหน่าย หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ทางการตลาด ที่มีใช้การขายโดยใช้พนักงาน การโฆษณา และการเผยแพร่ ซึ่งกระตุ้นการซื้อของผู้บริโภคหรือเราใจให้การปฏิบัติงานของตัวแทนจำหน่ายมีความสัมฤทธิ์ผล เช่น การแสดงสินค้า การจัดแสดงต่างๆ นิทรรศการ การสาธิตปฏิบัติงานของสินค้า และความพยายามต่างๆ ในการขาย ที่มีใช้เกิดขึ้นเป็นปกติประจำวัน

การส่งเสริมการจำหน่ายจึงเป็นหน้าที่ทางการตลาดที่สำคัญหน้าที่หนึ่ง และเป็นเครื่องมือชนิดหนึ่งในกระบวนการเครื่องมือต่างๆ ทางด้านการสื่อสารการตลาด มีวัตถุประสงค์เพื่อเฉพาะก่อให้เกิดยอดขาย โดยการปลุกกระตุ้นให้ลูกค้าทำการซื้อผลิตภัณฑ์และบริการของหน่วยงานธุรกิจ เป็นต้น

2.8 การประชาสัมพันธ์กับการโฆษณาชวนเชื่อ

การประชาสัมพันธ์กับการโฆษณาชวนเชื่ออาจมีส่วนคล้ายกันอยู่บ้างในแง่ที่ว่า ใช้รูปแบบการสื่อสารที่คล้ายคลึงกัน กล่าวคือ เป็นการสื่อสารถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิดต่อกันมีวิธีการสื่อสาร

ด้วยภาษา กิริยาท่าทางต่างๆ สำหรับภาษาที่ใช้นั้นมีทั้งภาษาพูด ภาษาเขียน หรือระบบสัญลักษณ์ นอกจากนี้ยังมีการใช้การสื่อสารมวลชน ด้วยเครื่องมือสื่อสารมวลชนหรือสื่อมวลชน ที่เหมือนกันอีกด้วย เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ เป็นต้น ด้วยเหตุนี้จึงมักมีผู้เข้าใจผิดเสมอคิดว่าการประชาสัมพันธ์กับการโฆษณาชวนเชื่อ คือ สิ่งเดียวกัน เพราะบ่อยครั้งที่การดำเนินงานประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับการโน้มน้าวใจหรือการชักจูงประชามติและใช้เครื่องมือสื่อสารมวลชนประเภทเดียวกันนี้ด้วย

โดยความเป็นจริงแล้ว การประชาสัมพันธ์ไม่ใช่การโฆษณาชวนเชื่อ สิ่งแตกต่างที่เห็นได้ชัดเจนระหว่างการประชาสัมพันธ์กับโฆษณาชวนเชื่อก็คือ วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ของโฆษณาชวนเชื่อไม่เหมือนกัน วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์เป็นไปเพื่อการสร้างชื่อเสียง ความรู้ ความเข้าใจร่วมกันและสัมพันธ์ภาพอันดีให้เกิดขึ้นระหว่างหน่วยงานสถาบันกับกลุ่มประชาชนผู้เกี่ยวข้องด้วยระบบการสื่อสารติดต่อสองทาง หน่วยงานสถาบันไปยังประชาชน ขณะเดียวกันก็รับฟังความคิดเห็นหรือประชมติจากประชาชนด้วย การโฆษณาชวนเชื่อมักถูกมองไปในแง่ลบหรือแง่ไม่ดีเสมอ เพราะมีความหมายกระเดียดไปทำนองที่ว่า การโฆษณาชวนเชื่อนั้นผู้ที่ทำการโฆษณาเป็นผู้ที่ได้รับประโยชน์เพียงฝ่ายเดียว

2.9 การประชาสัมพันธ์ด้วยภาพเขียน

ต่อมาเมื่อมนุษย์เริ่มมีความเจริญก้าวหน้าขึ้นเป็นลำดับ รู้จักใช้การขีดเขียนภาพเพื่อสื่อความหมายและประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้เนื่องจากมนุษย์ยังคิดประดิษฐ์อักษรไม่ได้ ดังจะเห็นได้จากหลักฐานทางประวัติศาสตร์ที่ค้นพบตามทวีปต่างๆ ในยุโรป เอเชีย และแอฟริกา อาทิเช่น ภาพเขียนสีบนผนังถ้ำ ที่ค้นพบในประเทศฝรั่งเศสและสเปน ซึ่งเป็นภาพเขียนสีสมัยก่อนประวัติศาสตร์ในสมัยหินเก่าตอนปลาย (ประมาณ 25000-30000 ปี) นอกจากนี้ยังค้นพบภาพเขียนสีดังกล่าวในที่อื่นๆ อีก เช่น อินเดีย มาเลเซีย อินโดนีเซีย และไทย สำหรับประเทศไทยนั้น ได้ค้นพบหลักฐานทางประวัติศาสตร์ที่เป็นภาพสีบนผนังถ้ำและภาพสลักบนผนังถ้ำมากมาย ภาพดังกล่าวล้วนแต่เป็นภาพสมัยก่อนประวัติศาสตร์ทั้งสิ้น มีอายุเก่าแก่นับพันๆ ปีล่วงมาแล้ว ซึ่งขณะนี้ค้นพบแล้วบริเวณ 16 จังหวัดของประเทศไทย มีทั้งภาคเหนือ กลาง ตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ คือ กาญจนบุรี อุทัยธานี อุตรดิตถ์ เลย นครพนม ขอนแก่น ชุมพร พังงา พิชณุโลก เชียงใหม่ ซึ่งภาพเขียนเหล่านี้เป็นภาพที่ถ่ายทอดหรือสื่อความหมายถึงสภาพความเป็นอยู่ การดำรงชีวิต และกิจกรรมต่างๆ ของมนุษย์สมัยนั้นรวมทั้งวิธีการเผยแพร่บอกกล่าวต่างๆ โดยถ่ายทอดไว้ในภาพเขียน เช่น ภาพเขียนสีแดงแสดงวิธีการล่าสัตว์ ซึ่งค้นพบที่อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา พบภาพเขียนดังกล่าวประมาณ 40 รูป เขียนด้วยสีแดง เป็นรูปกลุ่มคนและมีคนหนึ่งกำลังยิงธนูมีลูกธนูพุ่งอยู่ในอากาศใกล้ๆ กันนั้นมีสุนัขซึ่งมองไปในทิศทางของลูกธนู คล้ายกับสุนัขที่ฝึกมาใช้ล่าสัตว์ เป็นต้น หลักฐานดังกล่าวเป็น

หลักฐานที่ชี้ชัดและแสดงให้เห็นว่ามนุษย์สมัยก่อนรู้จักใช้วิธีการเขียนภาพต่างๆ เพื่อถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิดและสื่อความหมายแก่กัน ซึ่งเป็นภาพเขียนสีที่เขียนขึ้นมาอย่างง่ายๆ แต่ก็ดูรู้และเข้าใจกัน ทั้งนี้เพราะในสมัยนั้นมนุษย์ยังไม่มีตัวอักษรใช้ จนยุคต่อมาเมื่อมนุษย์รู้จักประดิษฐ์ตัวอักษรขึ้นใช้ มนุษย์ก็เริ่มใช้การเขียน การบันทึกเป็นเครื่องมือในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ได้สะดวกและรวดเร็ว มีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งเป็นผลให้การประชาสัมพันธ์รุดหน้าไปอีกขั้น

2.10 การประชาสัมพันธ์ด้วยการเขียนบันทึก

สำหรับการสื่อความหมายด้วยการเขียนบันทึกนั้น อารยธรรมลุ่มแม่น้ำไนล์ของอียิปต์ได้ก่อกำเนิดให้มนุษย์รู้จักวิธีการเขียนหนังสือขึ้น เริ่มแรกจากการเขียนภาพก่อนแล้วค่อยพัฒนาเป็นอักษรภาพที่เรียกว่า ไฮโรกลิฟฟิคส์ (Hiroglyphics) โดยนำเอาต้นปาล์มมาทำเป็นกระดาด การรู้จักใช้อักษรบันทึกเหตุการณ์ของชาวอียิปต์ทำให้มนุษย์รุ่นหลังได้รู้เรื่องราวประวัติศาสตร์สมัยโบราณของบรรพบุรุษตน และยังเป็นการริเริ่มแนวทางการประดิษฐ์ตัวอักษรให้มนุษย์ยุคหลังได้นำมาปรับปรุงพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นและใช้ประโยชน์ได้จนถึงปัจจุบัน การที่มนุษย์รู้จักประดิษฐ์อักษรภาพในยุคนี้ นับเป็นก้าวสำคัญอีกขั้นหนึ่งแห่งความเจริญของมนุษย์ทางด้านการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ เพราะมนุษย์สามารถบันทึกเรื่องราวด้วยตัวอักษรให้คนยุคหลังทราบและติดตามศึกษาได้

นอกจากนี้มนุษย์ในแถบเมโสโปเตเมีย คือ พวกสุเมเรียน รู้จักการเขียนหนังสือโดยการใช้ลิ่มโลหะ ตอกลงบนดินเปียกแล้วนำไปผึ่งแดดให้แห้ง การเขียนหนังสือแบบนี้ เราเรียกว่า อักษรลิ่มหรืออักษรคูนiform ปรากฏว่าชนชาติอื่นๆ ต่างพากันเอาระบบวิธีการเขียนแบบนี้มาใช้ในภาษาของตนเองอย่างแพร่หลาย ต่อมาชาวฟินิเซีย ได้คิดประดิษฐ์ตัวอักษรขึ้นใหม่โดยจัดเครื่องหมายพยัญชนะเข้าให้เป็นระเบียบตายตัว เครื่องหมาย 2 พยัญชนะแรก ได้แก่ aleph และ beth ซึ่งก็คือที่มาของคำว่า alphabet ในปัจจุบัน นอกจากนี้ชาวฟินิเซียยังนำเอาตัวอักษรของตนไปเผยแพร่ยังชนชาติใกล้เคียงอีกด้วย การที่มนุษย์คิดประดิษฐ์ตัวอักษรได้นี้ทำให้การติดต่อประชาสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ถิ่นต่างๆ เป็นไปได้กว้างขวางแพร่หลายยิ่งขึ้น

ในยุคโบราณเมื่อมนุษย์รู้จักวิธีคิดค้นการเขียนบันทึกด้วยตัวอักษรขึ้น วิธีการงูใจของผู้นำหรือหัวหน้าเริ่มเปลี่ยนไป แต่เดิมมนุษย์เคยใช้การบอกกล่าวที่แจ่มและพูดงูใจโน้มน้าวผู้อยู่ใต้การปกครองหรือลูกน้องของตนให้เชื่อและคล้อยตาม หากยังไม่เชื่อก็จะเปลี่ยนมาใช้อำนาจและการขู่ให้กลัว หากใช้วิธีดังกล่าวแล้วยังไม่สำเร็จผู้นำหรือหัวหน้าในยุคนั้นจะหันมาใช้วิธีอ้างถึงสิ่งศักดิ์สิทธิ์เหนือธรรมชาติทั้งหลาย และในยุคที่มนุษย์คิดประดิษฐ์ตัวอักษรสำหรับเขียนได้นี้เอง ทำให้วิธีการงูใจด้วยคำพูดที่มนุษย์เคยใช้มาแต่เดิมเริ่มเปลี่ยนไป มีวิธีการเขียนงูใจเข้าเสริมอีกแรงหนึ่ง ทำให้มีการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์และโน้มน้าวชักงูใจในรูปแบบต่างๆ มากมาย ในยุคนี้เองประขามติเริ่ม

มีบทบาทขึ้นในหมู่ประชาชน จากหลักฐานที่เชื่อถือได้ทางประวัติศาสตร์ชี้ให้เห็นว่าในสมัยอาณาจักรกรีกและโรมันโบราณ ปรากฏว่าได้เริ่มมีการให้ความสนใจและให้ความสำคัญแก่พลังของประชาตเป็นอย่างมาก ถึงแม้ว่าในยุคนั้นยังไม่มีการใช้ประชาตก็ตาม

2.11 การประชาสัมพันธ์ด้วยการพิมพ์

ในสมัยยุคฟื้นฟูศิลปวิทยา มีการคิดค้นพบประดิษฐ์กรรมเกิดขึ้นใหม่อีกสิ่งหนึ่ง ซึ่งมีผลกระทบต่อมนุษย์เท่ากับการค้นพบโลกใหม่และระบบสุริยะจักรวาลทีเดียว สิ่งนั้นก็คื การค้นพบวิธีการพิมพ์หนังสือด้วยเครื่องพิมพ์ โดยนักประดิษฐ์ชาวเยอรมันที่มีความสามารถผู้หนึ่ง คือ จอห์น กูเตนเบิร์ก (John Gutenberg) แห่งเมืองมายนส์ (Mainz) การค้นพบเครื่องพิมพ์หนังสือได้นี้ ทำให้การประชาสัมพันธ์เจริญรุดหน้าไปอย่างมากมาย สามารถเผยแพร่ข่าวสารต่างๆ ได้ในรูปของหนังสือและสิ่งพิมพ์ต่างๆ และสามารถเข้าถึงประชาชนได้เป็นจำนวนมากมายมหาศาล

หนังสือเล่มแรกที่ได้รับการตีพิมพ์ในครั้งนั้น ซึ่งอาจจะถือได้ว่าเป็นหนังสือเล่มแรกที่พิมพ์ด้วยเครื่องพิมพ์ที่มีตัวพิมพ์เป็นโลหะ คือหนังสือพระคัมภีร์ไบเบิล ซึ่งพิมพ์ขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ในการเผยแพร่ศาสนา หนังสือคัมภีร์ไบเบิลพิมพ์ขึ้นใน ค.ศ. 1454 นอกจากนี้ยังพิมพ์หนังสืออื่นๆ ที่เกี่ยวกับศาสนา ถวายแก่สันตะปาปาด้วย

การค้นพบวิธีการพิมพ์ด้วยเครื่องพิมพ์ โดย กูเตนเบิร์ก ครั้งนี้บังเกิดผลทางด้านต่างๆ และด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ดังนี้ คือ

1. การพิมพ์นับเป็นการเปิดศักราชใหม่ของการประชาสัมพันธ์โน้มน้าวใจมวลชน

การประดิษฐ์คิดค้นเครื่องพิมพ์ที่สามารถพิมพ์ได้ครั้งละมากๆ นี้ นับเป็นเรื่องที่น่าตื่นเต้นมากในยุคนั้น ทัวโลกพากันตื่นตะลึงกับประดิษฐ์กรรมขึ้นใหม่นี้ เพราะการพิมพ์เป็นสื่อหรือเครื่องมือชนิดใหม่ในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ที่ไม่เคยมีมาก่อน นับเป็นวิธีการติดต่อสื่อสารวิธีใหม่ที่มีราคาถูกกว่าเดิมมาก ในยุคเริ่มแรกที่คิดประดิษฐ์เครื่องพิมพ์ใหม่นี้ ส่วนมากจะใช้พิมพ์หนังสือเกี่ยวกับศาสนาเป็นส่วนใหญ่ โดยมุ่งไปยังประชาชนที่อ่านออกเขียนได้เป็นเป้าหมาย จึงนับเป็นยุคแห่งการโน้มน้าวใจมวลชนด้วยการเผยแพร่ลัทธิศาสนาต่างๆ โดยอาศัยการสื่อสารประชาสัมพันธ์ในรูปของหนังสือพิมพ์ต่างๆ เผยแพร่ไปสู่มวลชนด้วย หนังสือศาสนาเหล่านี้เผยแพร่แจกจ่ายไปสู่มวลชนอย่างกว้างขวางได้รับความสนใจเป็นอย่างยิ่ง ประชาชนพากันอ่านอย่างหิวกระหาย และมีความคิดความอ่านดีขึ้น จนเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ยุโรปเกิดความแตกแยกทางศาสนาและนำไปสู่การปฏิวัติทางศาสนาในที่สุด

นอกจากนี้ยังมีการตีพิมพ์หนังสืออื่นๆ เผยแพร่แก่ประชาชนอีกด้วย เช่น หนังสือพิมพ์นิตยสาร จดหมายข่าว และวารสารต่างๆ ได้แก่ วารสารรายงานเกี่ยวกับเรื่องการสำรวจขั้วโลกและรายงานเกี่ยวกับการพาณิชย์ เป็นต้น

2. การพิมพ์มีอิทธิพลต่อประชาคมและการโฆษณาชวนเชื่อ

การพิมพ์สามารถทำให้รัฐบาลใช้สิ่งพิมพ์เป็นเครื่องมือเผยแพร่ข่าวสารต่างๆ รวมทั้งการโฆษณาชวนเชื่อของรัฐบาลก็ทำได้ง่ายยิ่งขึ้น ขณะเดียวกันการค้นพบวิธีการพิมพ์ด้วยเครื่องพิมพ์นี้สามารถเผยแพร่ข่าวสารต่างๆ ในรูปของสิ่งพิมพ์ครั้งละจำนวนมากๆ ประชาชนมีโอกาสดูหนังสือพิมพ์มากขึ้น เพราะพิมพ์ครั้งละจำนวนมากย่อมมีราคาที่ถูกลง ราคาหนังสือพิมพ์มีราคาถูก ประชาชนสามารถจับจ่ายหาซื้ออ่านได้โดยไม่เดือดร้อน และหนังสือพิมพ์นี้เอง มีส่วนก่อประชาคมเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ยังมีการพิมพ์ข้อเขียนต่างๆ ของนักปราชญ์ในสมัยนั้น เช่น โทมัส เพน ทำให้ประชาชนได้อ่านและมีความคิดเห็นทางการเมืองในทัศนะต่างๆ มีการแลกเปลี่ยนถกเถียงกันถึงความคิดทางการเมือง จนเป็นสาเหตุหนึ่งที่น่าไปสู่การปฏิวัติอเมริกาและฝรั่งเศสในเวลาต่อมา

วิรัช ฤทธิรัตนกุล, การประชาสัมพันธ์ Public Relations(พิมพ์ครั้งที่ 12), กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3. การพิมพ์ทำให้เกิดระบบการติดต่อสื่อสารสองทางระหว่างรัฐบาลกับประชาชน

การพิมพ์ทำให้เกิดหนังสือพิมพ์ขึ้นมา ทำให้ประชาชนสามารถวิพากษ์วิจารณ์รัฐบาลได้ง่ายขึ้น รัฐบาลเองก็ต้องรับฟังปฏิกิริยาความเห็นจากประชาชน และคอยแก้ไขปรับปรุงงานด้านบริหาร และการปกครองให้เป็นประชาธิปไตยยิ่งขึ้น ประชาชนสามารถส่งบทความวิพากษ์วิจารณ์รัฐบาลหรือเขียนประพันธ์โคลงกลอนตำหนิติเตียนการปกครองรัฐบาลได้สะดวกขึ้น เพราะไปส่งพิมพ์โดยไม่เปิดเผยนามจริง กล่าวคือ อาจเขียนแล้วใช้นามแฝง เป็นต้นเราจึงอาจกล่าวได้ว่า การพิมพ์ทำให้เกิดระบบการสื่อสารสองทางระหว่างรัฐบาลกับประชาชน ประชาชนมีสิทธิเสรีภาพหรือมีส่วนร่วมในการปกครองซึ่งเป็นประชาธิปไตยมากยิ่งขึ้น ขณะเดียวกันรัฐบาลก็ต้องยอมรับในการเปลี่ยนแปลงข้อนี้

ครั้งต่อมาในปี ค.ศ 1830 เศษ ได้มีการเอาเครื่องจักรไอน้ำ มาใช้กับการพิมพ์ ทำให้การพิมพ์เจริญรุดหน้าไปอีกขั้นหนึ่ง เพราะพิมพ์ได้รวดเร็วขึ้นกว่าแต่เดิมมาก ทำให้ลดค่าใช้จ่ายลงได้มาก ทำให้ราคาของหนังสือพิมพ์ถูกลงและประชาชนสามารถซื้ออ่านได้มากขึ้น

ความเจริญก้าวหน้าทางด้านการพิมพ์นี้ทำให้หนังสือพิมพ์มีบทบาทสำคัญขึ้นอีกประการหนึ่งนั่นคือ การใช้หนังสือพิมพ์เป็นสื่อโฆษณา ที่สำคัญมีการใช้หนังสือพิมพ์โฆษณาเรื่องราวต่างๆ มากมายรวมทั้งใช้เผยแพร่แนวความคิด ลัทธิการเมืองต่างๆ เช่น ลัทธิชาตินิยม ตลอดจนการเผยแพร่ลัทธิความเชื่อทางเศรษฐกิจด้วย นอกจากนี้การคิดค้นเครื่องจักรไอน้ำได้ในครั้งนี้ ทำให้รถไฟและเรือบรรทุกที่ใช้เครื่องจักรไอน้ำสามารถขนส่งหนังสือพิมพ์และสิ่งพิมพ์ต่างๆ ไปเผยแพร่จำหน่ายจ่ายแจกตามสถานที่ต่างๆ ได้อย่างสะดวกรวดเร็วขึ้นกว่าเดิมมาก

ในช่วงระยะเวลา 2 ทศวรรษที่ผ่านมา มนุษย์สามารถประดิษฐ์เครื่องมือสื่อสารต่างๆ เพิ่มขึ้นอีกหลายประเภทและมีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้นกว่าเดิม ทำให้ผู้มีหน้าที่เกี่ยวข้องทางด้านการ

สื่อสารหรือประกอบวิชาชีพทางด้านการประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้นเป็นเงาตามตัว บรรดาผู้ประกอบการวิชาชีพเหล่านี้จากกล่าวได้ว่าเป็นผู้บุกเบิกทางด้านการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ หรือเป็นนักประชาสัมพันธ์ในเชิงปฏิบัติ บุคคลเหล่านี้ได้แก่ บรรดานักการเมืองทั้งหลาย ที่เป็นเช่นนี้เพราะความจำเป็นบังคับไปโดยปริยาย นั่นคือ ในระบอบการเมืองแบบประชาธิปไตยนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่นักการเมืองต้องรู้จักใช้ศิลปะหรือเทคนิคในการประชาสัมพันธ์และการสร้างประชาคมติ ดังเช่น ในสมัยปฏิวัติอเมริกา กลุ่มคณะผู้ก่อการ ได้ใช้วิธีการประชาสัมพันธ์และสร้างประชาคมติมากมาย ทั้งทางด้านการพูด การเขียนและการใช้สิ่งพิมพ์ เป็นต้น

2.12 การประชาสัมพันธ์สมัยใหม่

การประชาสัมพันธ์สมัยใหม่หรือการประชาสัมพันธ์ยุคใหม่เริ่มขึ้นนับตั้งแต่มนุษย์รู้จักใช้เครื่องมือสื่อสารและประดิษฐ์กรรมใหม่ๆ มาช่วยเสริมให้งานประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ซึ่งแตกต่างจากการประชาสัมพันธ์สมัยยุคโบราณโดยสิ้นเชิง การประชาสัมพันธ์สมัยใหม่หรือการประชาสัมพันธ์ยุคใหม่ จึงเริ่มเกิดขึ้นจากความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาการและเทคโนโลยีของประเทศทางแถบตะวันตกเป็นส่วนใหญ่

2.13 ประวัติความเป็นมาของการประชาสัมพันธ์ในสหรัฐอเมริกา

โดยความเป็นจริงแล้ว ประชาชนชาวอเมริกันรู้จักใช้วิธีการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ มานานก่อนที่จะก่อตั้งเป็นประเทศ วิธีการเผยแพร่เหล่านี้มีมากมาย ซึ่งส่วนใหญ่จะนำมาใช้ในการรุกรานการค้า เช่น การขายที่ดิน การขยายทุน เป็นต้น ซึ่งความสามารถในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์นี้ เราจะศึกษาดูย้อนหลังไปได้ถึงสมัยที่ชาวอเมริกันเพิ่งเริ่มก่อสร้างชาติใหม่ทางแถบชายฝั่งตะวันออก ในคริสต์ศตวรรษที่ 16

การเผยแพร่เพื่อการขยายทุนที่ทำกันอย่างมีระบบระเบียบเป็นครั้งแรกของทวีปนี้ก็คือ การขยายทุนของมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด โดยสถาบันแห่งนี้ได้ออกจุลสารการขยายทุนขึ้นฉบับหนึ่งมีชื่อว่า "New England's First Fruits" จุลสารเล่มนี้เขียนขึ้นที่ แมสซาชูเซตส์ แต่นำไปตีพิมพ์ที่ลอนดอน นับเป็นจุลสารหรือสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ ฉบับแรกที่ตีพิมพ์เผยแพร่แจกจ่ายจำนวนมากมายมหาศาลนับล้านๆ เล่ม

ส่วนสถาบันอื่นที่ใช้การเผยแพร่และการประชาสัมพันธ์ที่น่าจะกล่าวถึง ก็มีมหาวิทยาลัยโคลัมเบีย ได้ผลิตข่าวแจกและใช้ข่าวแจกขึ้นเป็นครั้งแรกเมื่อวันที่ 21 มิถุนายน ค.ศ. 1758 ซึ่งการใช้ข่าวแจกนั้นเป็นการเผยแพร่ข่าวสาร ประสาทปริญญาบัตรครั้งแรกของมหาวิทยาลัยแห่งนี้ การแจกข่าวนี้โดยส่งข่าวดังกล่าวไปให้หนังสือพิมพ์ต่างๆ ในนิวยอร์ก ช่วยลงตีพิมพ์ประกาศเผยแพร่ให้ประชาชนได้ทราบ

2.14 หลักในการวางแผนประชาสัมพันธ์

การพิจารณาวางแผนนั้น มีหลักสำคัญๆ ดังต่อไปนี้

1. **การกำหนดวัตถุประสงค์ (Objective)** จะต้องกำหนดหรือระบุไว้อย่างชัดเจนว่า เพื่ออะไรบ้าง เราต้องการสร้างสรรค์ความเข้าใจในสิ่งใดบ้าง หรือต้องการแก้ปัญหาใด เป็นต้น
2. **การกำหนดกลุ่มประชาชนเป้าหมาย (Target Public)** จะต้องระบุให้แน่ชัดว่ากลุ่มประชาชนเป้าหมายคือใคร มีพื้นฐานการศึกษาหรือภูมิหลังอย่างไร รวมทั้งรายละเอียดต่างๆ เช่น สถานะทางเศรษฐกิจและสังคมตลอดจนด้านจิตวิทยา เช่น ใครสามารถจะเป็นผู้นำความคิดเห็นหรือมีอิทธิพลต่อการแพร่กระจายข่าวสารสู่ประชาชนอีกต่อหนึ่ง
3. **การกำหนดแนวหัวข้อเรื่อง (Themes)** จะต้องกำหนดให้แน่นอนว่า แนวหัวข้อเรื่องนั้นจะเน้นไปทางใด ตลอดจนการกำหนดสัญลักษณ์หรือข้อความสั้นๆ เป็นคำขวัญต่างๆ ที่จดจำได้ง่ายหรือดึงดูดความสนใจและเตือนใจได้ดี
4. **การกำหนดช่วงระยะเวลา (Timing)** จะต้องมีการกำหนดช่วงระยะหรือจังหวะเวลาที่เหมาะสมที่สุดในการปฏิบัติงานให้เป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น จะเริ่มทำการเผยแพร่ล่วงหน้า เพื่อเป็นการอุ่นเครื่องหรือปูพื้นเสียก่อน เป็นการเรียกความสนใจและถึงวันรณรงค์เพื่อปฏิบัติงานอย่างเต็มที่เมื่อไร วันเวลาอะไร สิ่งเหล่านี้ต้องกำหนดไว้ล่วงหน้าอย่างแน่ชัด
5. **การกำหนดสื่อและเทคนิคต่างๆ (Media and Techniques)** จะต้องกำหนดลงไปว่าสื่อหรือเครื่องมือใดบ้าง รวมทั้งจะใช้เทคนิคอื่นๆ อะไรบ้างเข้ามาร่วมด้วย เป็นต้น
6. **การกำหนดงบประมาณ (Budget)** จะต้องกำหนดงบประมาณที่จะใช้ในการดำเนินการให้ชัดเจน เพื่อมิก่อให้เกิดปัญหาภายหลัง เช่น งบประมาณไม่พอ หรือต้องใช้จ่ายเกินงบประมาณไป การกำหนดงบประมาณนี้ยังหมายรวมถึงกำลังบุคลากรต่างๆ ที่จะใช้ในการดำเนินการด้วย

การติดต่อสื่อสาร

เมื่อมีการวางแผนที่จะดำเนินการเรียบร้อยแล้ว งานขั้นต่อไปก็คือการติดต่อสื่อสารหรือการปฏิบัติการสื่อสารนั่นเอง การดำเนินงานในขั้นนี้ จึงเป็นการลงมือปฏิบัติการสื่อสารประชาสัมพันธ์กับประชาชนที่เกี่ยวข้อง โดยดำเนินงานตามแผนหรือวัตถุประสงค์ที่วางไว้ รวมทั้งการเลือกวิธีการสื่อสารและเครื่องมือต่างๆ เข้ามาช่วยดำเนินงานให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุด อันจะทำให้การติดต่อสื่อสารจากองค์การไปยังประชาชนเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว ชับไว ประหยัด และสะดวกยิ่งขึ้น ในการปฏิบัติการสื่อสารนี้จะต้องให้เหมาะสมกับสถานการณ์ และสถานการณ์ จึงจะได้ผลตอบสนองที่น่าพอใจ อนึ่ง การติดต่อสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์นั้น เป็นการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง คือ

องค์การสถาบันสื่อสารประชาสัมพันธ์ไปยังประชาชนแล้ว ขณะเดียวกัน ก็รับฟังความคิดเห็น ปฏิกริยา ทำที่ ของประชาชนที่มีต่อข่าวสารนั้น หรือต่อองค์การสถาบันด้วย

สำหรับรายละเอียดเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารได้กล่าวไว้แล้วโดยละเอียดในบทที่ 6 ซึ่งว่า ด้วยการติดต่อสื่อสารและการสื่อสารมวลชน

การประเมินผล

คือ การวัดผลว่าการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของเราที่มีมาแล้วแต่ต้นนั้น ได้ผลตามวัตถุประสงค์ที่วางแผนหรือไม่ สำเร็จหรือล้มเหลว ได้ผลมากน้อยเพียงใด มีอุปสรรคหรือปัญหาใดบ้างที่เราจะต้องปรับปรุงแก้ไข ฉะนั้น การประเมินผลจึงเป็นการประเมินถึงประสิทธิภาพของงานที่ดำเนินไปแล้ว เป็นการหาทางจัดข้อบกพร่องสำหรับการดำเนินงานครั้งต่อไป ขณะเดียวกันก็หาแนวทางปรับปรุงการทำงานให้รัดกุมยิ่งขึ้นต่อไปด้วย งานในขั้นนี้จึงเป็นงานที่สำคัญและจำเป็น ถ้าหากเราละเลยการประเมินผลเสียแล้ว เราก็จะไม่ทราบว่าการประชาสัมพันธ์ที่เราดำเนินไปแล้วแต่ต้นนั้น มีผลเป็นอย่างไร

กระบวนการประเมินผลอย่างมีระบบ

กระบวนการประเมินผล (Evaluation process) ของทุกองค์การสถาบันจะมีขั้นตอนพื้นฐานที่เหมือนกันทั้งสิ้นไม่ว่าจะเป็นองค์การขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่ การประเมินผลอย่างมีระบบควรมีขั้นตอนการดำเนินงานตามขั้นตอนดังนี้ คือ

1. เลือกหาเหตุผลในการประเมินผล อะไรคือปรัชญาในการประเมินผลหรือการประเมินผลอาศัยแบบจำลองอย่างไร การประเมินผลนี้กระทำโดยบุคคลภายในหรือภายนอก เป็นต้น
2. กำหนดวัตถุประสงค์ในการประเมินผล จะต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์ของการประเมินผลอย่างแน่ชัด และวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์แต่ละโครงการ
3. หามาตรการในการวัดผล เช่น วัดหรือประเมินผลถึงทรัพยากรต่างๆ การเงิน กลุ่มผลประโยชน์ต่างๆ กลุ่มประชาชนเป้าหมายต่างๆ การดำเนินงานและผลที่ได้รับ
4. รวบรวมข้อมูลเพื่อการประเมินผล ข้อมูลเพื่อการประเมินผลนี้อาจรวบรวมได้หลายวิธี เช่น จากการสังเกตการณ์ การใช้แบบสอบถาม รายงานประจำเดือน และวิธีอื่นๆ ตามความเหมาะสม
5. การวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมมาได้ จะต้องใช้เวลาเพียงพอหรือพอเหมาะแก่การสรุปวิเคราะห์และตีความหมาย
6. รายงานผลหรือข้อสรุปที่ได้มาพร้อมข้อเสนอแนะ แล้วดำเนินการเผยแพร่ให้ทราบทั่วกัน
7. นำผลที่ได้ไปประยุกต์ใช้ หรือใช้ในการตัดสินใจเพื่อการวางแผนและการดำเนินงานครั้งต่อไป

การประเมินผลโดยวัตถุประสงค์

ปัจจุบันเทคนิคการบริหารได้เจริญรุดหน้าไปมาก มีการนำเอาแนวความคิด การบริหารโดยวัตถุประสงค์ดังที่ ศาสตราจารย์ Otto Lerbinger ได้กล่าวไว้ว่า "การประเมินผลนับว่ามีบทบาทสำคัญมาก เพราะความเจริญก้าวหน้าทางด้านสาขาวิชาการจัดการ ทำให้มีการนำเอาการบริหารโดยวัตถุประสงค์มาใช้" โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ทันสมัยมีการนำเอาคอมพิวเตอร์มาใช้ ทำให้สะดวกแก่การเปรียบเทียบผลการดำเนินงานกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ เครื่องมือของการบริหารเหล่านี้มีมากมาย อาทิเช่น Linear Programming, PERT เป็นต้น

การประเมินผลด้วยวิธีตอบคำถาม

วิธีการประเมินผลในการดำเนินงานแต่ละโครงการ โดยการตอบคำถามต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. โครงการนั้นได้รับการวางแผนดีพอหรือไม่
2. ผู้ที่เกี่ยวข้องกับโครงการนั้น เข้าใจในงานที่ท่านต้องการให้ทำหรือไม่
3. ฝ่ายอื่นๆ และฝ่ายบริหารระดับสูงในองค์กรให้ความร่วมมือดีหรือไม่
4. ท่านสามารถทำงานให้ได้ผลดีกว่าที่ได้รับอยู่นี้หรือไม่
5. ท่านสามารถเข้าถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมายได้ดีหรือไม่
6. ท่านได้รับผลทางด้านการเผยแพร่ทั้งก่อนหรือระหว่างและหลังทำงานเสร็จตามต้องการหรือไม่
7. ท่านสามารถจัดการกับสิ่งซึ่งเป็นสถานการณ์ที่ไม่ได้คาดไว้ก่อนล่วงหน้าได้ดีกว่านี้หรือไม่
8. โครงการของท่านเป็นไปตามงบประมาณที่กำหนดไว้หรือไม่ ถ้าหากไม่เป็นตามกำหนดเพราะเหตุใด
9. ท่านได้เตรียมการวัดผลล่วงหน้าก่อนหรือเปล่า วิธีที่เตรียมการไว้ได้ผลเพียงพอหรือไม่
10. ท่านจะใช้ผลที่วัดได้นี้สำหรับเตรียมการปรับปรุงโครงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในอนาคต ซึ่งเป็นแบบเดียวกันนี้ให้ดีขึ้นอย่างไร

ประเภทของการประเมินผล

การประเมินผลแบ่งออกเป็นประเภทใหญ่ๆ ได้ 2 ประเภท ตามลักษณะของการดำเนินงาน คือ

1. **การประเมินผลก่อนลงมือปฏิบัติการ** การประเมินผลประเภทนี้ คือ การตรวจสอบผลการทดลองกับกลุ่มตัวอย่างก่อนการลงมือปฏิบัติการจริงตามโครงการ ซึ่งก็คือการตรวจสอบก่อนนั่นเอง การประเมินผลก่อนปฏิบัติการจริงนี้ จะทำให้เราทราบข้อบกพร่องที่คาดไม่ถึงต่างๆ ตั้งแต่ก่อนลงมือปฏิบัติจริงและสามารถดำเนินการแก้ไขปรับปรุงให้สมบูรณ์ถูกต้องเสียก่อนที่จะสายเกินไป ฉะนั้น การประเมินผลก่อนจะลงมือปฏิบัติจึงมีประโยชน์มาก และคุ้มค่ากับเวลาและงบประมาณที่เสียไป อีกทั้งยังเสียค่าใช้จ่ายที่ไม่มากนัก หากเปรียบเทียบกับผลที่ได้รับ เพราะหากเราไม่ประเมินผลเสียก่อน แต่ลงมือปฏิบัติจริงเลยทันที ก็อาจต้องทำให้เราสิ้นเปลืองทรัพยากรมากกว่า เพราะการดำเนินงานนั้นอาจพลาดหรือล้มเหลวได้ ทำให้เกิดการสูญเสีย

2. **การประเมินผลเมื่อปฏิบัติงานตามโครงการเสร็จสิ้นแล้ว** การประเมินผลประเภทนี้เป็นการประเมินผลหลังจากดำเนินงานตามโครงการเสร็จสิ้นลงแล้ว การประเมินผลประเภทนี้จะชี้ให้เราทราบถึงผลการดำเนินงานรวมทั้งข้อบกพร่องผิดพลาดต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงาน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไข การวางแผนหรือการดำเนินงานครั้งต่อไป

การตรวจสอบและวัดผลกระทบของโครงการด้านการประชาสัมพันธ์

การตรวจสอบและวัดผลกระทบของโครงการด้านการประชาสัมพันธ์ Wright ได้เสนอว่าอาจทำได้ดังนี้ คือ

1. ความครอบคลุมถึงจำนวนผู้รับ เพื่อศึกษาว่าการดำเนินงานนั้นสามารถเข้าถึงกลุ่มประชาชนได้มากน้อยเพียงไร เหมาะสมหรือไม่
2. ปฏิกริยาตอบสนองของผู้รับ เพื่อศึกษาว่ากลุ่มผู้รับสารมีปฏิกริยาอย่างไร เข้าใจในข่าวสารนั้นหรือไม่ มีความสนใจในข่าวสารนั้นหรือไม่ รวมทั้งชอบหรือเบื่อหน่ายข่าวสารนั้น เป็นต้น
3. ผลของการสื่อสาร เพื่อศึกษาถึงผลกระทบที่ข่าวสารนั้นมีต่อกลุ่มประชาชน ผลนั้นจะอยู่นานมากน้อยเพียงใดในกลุ่มผู้รับสาร เป็นต้น
4. อิทธิพลที่มีต่อกลุ่มประชาชนเป้าหมาย เพื่อศึกษาว่ากระบวนการติดต่อสื่อสารประชาสัมพันธ์มีอิทธิพลต่อกลุ่มเป้าหมายอย่างไร สามารถจุดใจที่จะก่อให้เกิดผลต่อผู้รับอย่างไร ตลอดจนมีผลต่อความคิดเห็นและพฤติกรรมทางสังคมของกลุ่มประชาชนเป้าหมายอย่างไรบ้าง

การประเมินผลโครงการประชาสัมพันธ์ด้วยการตรวจสอบเป็นระยะ

การประเมินผลด้วยวิธีนี้ เป็นการประเมินผลเป็นระยะๆ และนำผลที่ได้มาเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยพิจารณาศึกษาถึงสิ่งต่อไปนี้

1. **วัตถุประสงค์ (Objective)** พิจารณาว่า วัตถุประสงค์ของโครงการชัดเจน เป็นที่เข้าใจแก่สมาชิกในองค์การหรือไม่ มีเรื่องที่จะต้องทำความเข้าใจกันในด้านวัตถุประสงค์หรือไม่

2. องค์การ (Organization) พิจารณาว่า จะจัดหน่วยประชาสัมพันธ์ไว้เป็นหน่วยเอกเทศ หรือว่าจะแยกไปตามแผนกต่างๆ ผู้อำนวยการประชาสัมพันธ์ให้ความสนใจและสนับสนุนโครงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์หรือไม่ มีการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่เพื่อดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อบรรลุเป้าหมายตามโครงการได้ดีเพียงพอหรือไม่

3. เนื้อหา (Content) พิจารณาว่า โครงการและกิจกรรมการดำเนินนี้เปิดโอกาสให้ประชาชนกลุ่มต่างๆ มีโอกาสเข้าร่วมได้มากน้อยเพียงใด

4. มาตรการการวัดผล (Measurement of Results) พิจารณาว่า โครงการนี้มีผู้ร่วมงาน และงบประมาณเพียงพอหรือไม่ เป็นต้น

5. การควบคุม พิจารณาว่า ได้เตรียมการสำหรับปรับปรุงกิจกรรมโครงการประชาสัมพันธ์ในอนาคตต่อไปอย่างไรบ้าง

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในปัจจุบัน

การประชาสัมพันธ์ ซึ่งเรากำลังปฏิบัติกันในปัจจุบัน โดยส่วนรวมแล้วยังทำกันไม่ถูกต้องตรงตามหลักการ อีกทั้งยังขาดการเหลียวแล เอาใจใส่ อย่างจริงจังจากผู้บริหารระดับสูงของหน่วยงาน จึงมีปฏิบัติกันไปอย่างผิดพลาดและปราศจากความเข้าใจถึงลักษณะที่แท้จริงของงานในทางปฏิบัติ ที่ทำกันอยู่ทุกวันนี้ จึงยังอาจห่างไกลลักษณะและความหมายที่แท้จริงของงาน อันได้แก่ ความไม่เข้าใจในความหมายของงานประชาสัมพันธ์ วัตถุประสงค์ วิธีการ หลักการ ฯลฯ เหล่านี้ล้วนเป็นจุดอ่อนของการประชาสัมพันธ์ที่จะต้องหาทางขจัด และแก้ไขให้หมดสิ้นไปอย่างเร่งด่วน งานทุกประเภทย่อมต้องมีจุดอ่อนในตัวเองแฝงอยู่เสมอ ซึ่งถ้าค้นดูให้ดีก็จะพบได้โดยไม่ยาก แต่ข้อสำคัญอยู่ที่ว่า เราอยากจะค้นหาจุดอ่อนนั้นหรือเปล่า? และหากยังหวังที่จะได้ผลงานที่มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น ก็สมควรอย่างยิ่งที่จะใส่ใจค้นหาจุดอ่อนเหล่านั้นมาแก้ไขและขจัดให้หมดสิ้นไป งานประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันยังมีจุดอ่อนหลายประการที่ต้องแก้ไขกัน แก้ไขเพื่อผลงานที่มีประสิทธิภาพ และการดำเนินงานอย่างถูกต้อง สอดคล้องกับลักษณะที่แท้จริงของงานประชาสัมพันธ์

ปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในปัจจุบัน มีดังนี้

1. ความไม่เข้าใจความหมายที่แท้จริงของคำว่าประชาสัมพันธ์ นับเป็นจุดอ่อนข้อแรกของการประชาสัมพันธ์ที่เราจำเป็นต้องรีบแก้ไขความไม่เข้าใจความหมายที่แท้จริงของคำว่าประชาสัมพันธ์ให้ได้เสียก่อนเป็นสิ่งแรก

2. ขาดการเหลียวแลเอาใจใส่จากผู้บริหารระดับสูงของหน่วยงาน หน่วยงานสถาบันทางรัฐกิจหรือธุรกิจหลายแห่งยังไม่มี การดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างจริงจัง ทั้งนี้เพราะผู้บริหาร

ระดับสูงหรือหัวหน้าหน่วยงานนั้นๆ มองไม่เห็นความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ ไม่รู้จักและไม่เคยสนใจกับงานประชาสัมพันธ์

3. ขาดเครื่องมืออุปกรณ์ที่จำเป็นในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ หน่วยงานของรัฐและเอกชนหลายแห่งเริ่มต้นตัว และเล็งเห็นถึงคุณค่าของการประชาสัมพันธ์ จึงได้มีการริเริ่มงานทางด้านนี้ขึ้น มีการจัดตั้งเป็นระดับแผนกหรือฝ่ายขึ้น มีความตั้งใจที่จะดำเนินงานด้านนี้อย่างจริงจัง แต่เป็นที่น่าเสียดายที่หน่วยงานหลายๆ แห่งยังขาดเครื่องมือและอุปกรณ์ที่จำเป็นในการสื่อสาร ซึ่งเป็นสาเหตุให้โครงการที่วางไว้ล้มเหลวไปโดยสิ้นเชิง

4. ขาดลักษณะการบริหารที่ดี ในด้านการบริหารงานประชาสัมพันธ์นั้น หน่วยงานประชาสัมพันธ์หรือหัวหน้าหน่วยงานนี้ของทุกสถาบันหรือองค์การ ควรจะอยู่ในระดับที่ขึ้นตรงต่อผู้บริหารที่มีความรับผิดชอบสูงสุด เพื่อให้การตัดสินใจต่างๆ เช่น เสนอข่าวหรือแก้ข่าว มีโอกาสกระทำได้โดยเร็วทันต่อเหตุการณ์ มิฉะนั้นอาจทำให้เกิดการล่าช้า อันจะเป็นผลเสียต่อวัตถุประสงค์และชื่อเสียงของสถาบัน

5. ขาดการวางแผนและวิจัยประเมินผล การประชาสัมพันธ์ เป็นงานที่จะต้องทำอย่างมีแบบแผนรัดกุม การวางแผนประชาสัมพันธ์ไว้ล่วงหน้าจะทำให้สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นไปตามลำดับขั้นตอนดังวัตถุประสงค์ที่วางไว้ สถาบันบางแห่งทำงานประชาสัมพันธ์อย่างเลื่อนลอย ปราศจากการวางแผน ซึ่งนับว่าเป็นการกระทำที่ไร้ซึ่งประโยชน์และสิ้นเปลืองงบประมาณ

6. ขาดการประสานงาน และการประสานความร่วมมือภายในองค์การสถาบันต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง งานด้านการประชาสัมพันธ์ที่ให้การสื่อสารประชาสัมพันธ์ภายในหน่วยงาน เป็นไปด้วยความไม่ราบรื่น เกิดความห่างเหิน ความไม่เข้าใจกัน หรือเข้าใจผิดพลาดในเรื่องสำคัญๆ ที่ควรรู้ อันจะทำให้การทำงานของหน่วยงานไม่เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ที่กล่าวมาทั้งหมดแต่ต้นนั้น เป็นเพียงจุดอ่อนข้อเด่นๆ ซึ่งนักประชาสัมพันธ์หรือผู้ทำงานประชาสัมพันธ์ทุกคนจะต้องประสบอยู่อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ และเป็นจุดอ่อนสำคัญยิ่งของการประชาสัมพันธ์ในปัจจุบัน ซึ่งจะต้องหาหนทางแก้ไขและขจัดจุดอ่อนเหล่านี้ให้หมดสิ้นไป ถ้าหากเรายังหวังผลและประสิทธิภาพของการดำเนินงาน

2.15 ประเภทของสื่อ

หนังสือพิมพ์ Newspaper

หนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่มีความสำคัญ ได้รับความสนใจและมีอิทธิพลต่อชีวิตประจำวันของผู้บริโภคอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในชีวิตประจำวันของคนเมืองที่มีความเจริญแล้ว ยิ่งจะได้รับความสนใจ

ในการอ่านกันอย่างแพร่หลาย การเลือกใช้สื่อโฆษณาทางหนังสือพิมพ์เพื่อนำข่าวสารโฆษณาไปสู่กลุ่มเป้าหมายเราจึงต้องมีความเข้าใจลักษณะของตัวสื่อหนังสือพิมพ์ นั่นก็จะทำให้การโฆษณาของเรามีประสิทธิภาพ

นิตยสาร Magazine

นิตยสารเป็นสิ่งพิมพ์ที่รวมเนื้อหาสาระประเภทต่างๆเข้าไว้ด้วยกัน ที่มีความน่าสนใจหลายเรื่อง แต่เป็นเรื่องประเภทเดียวกัน ทำให้สามารถเลือกกลุ่มเป้าหมายเฉพาะได้ ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของสินค้า และจัดพิมพ์ออกมาเป็นเล่มวางตลาดเป็นรายคาบ (Periodical Publication) คือรายสัปดาห์ รายปักษ์ รายเดือน เป็นต้น

สื่อทางไปรษณีย์ Mail-order advertising

เอ็ดเวิร์ด เอ็น เมเยอร์ (Edward N. Mayer) นักโฆษณาทางไปรษณีย์ ของสหรัฐอเมริกาได้ให้ข้อคิดเป็นหลักการของการดำเนินการโฆษณาทางไปรษณีย์ไว้ "ถึงแม้ชิ้นงานโฆษณาทางไปรษณีย์ของคุณจะเลิศสักเพียงใดก็ตาม ข้อความและคำโฆษณายอดเยี่ยม รูปแบบการจัดภาพในงานศิลปกรรมของคุณก็เป็นสิ่งที่พึงพอใจ ศิลปะการพิมพ์ก็สามารถชนะการประกวดได้รางวัลยอดเยี่ยม แสตมป์ของคุณก็เป็นแสตมป์รุ่นใหม่หายากและเหมาะแก่การเก็บเป็นของที่ระลึก แต่ถ้าชิ้นงานโฆษณาทางไปรษณีย์นั้นส่งไปยังบุคคลที่ไม่เหมาะสมกับสินค้าของคุณ และเขาไม่สามารถซื้อสินค้าคุณได้ ความพยายามทั้งหมดของคุณก็คือ ความล้มเหลว ซึ่งกลับกลายเป็นการสูญเสียที่แพงยิ่ง"

สื่อโทรทัศน์ Television

โทรทัศน์ เป็นสื่อโฆษณาที่มีคุณภาพที่สุดสำหรับการโฆษณา เพราะเป็นสื่อที่มีคุณลักษณะเด่นที่เหนือกว่าสื่ออื่นๆ คือ สามารถนำเสนอได้ทั้งภาพเคลื่อนไหวและเสียงได้ในเวลาเดียวกัน สื่อโทรทัศน์จึงเป็นสื่อที่ทรงอิทธิพลสูงสุดในบรรดาสื่อทั้งหลาย

สื่อวิทยุ radio

วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อโฆษณาที่กระจายครอบคลุมพื้นที่ได้อย่างกว้างขวางมาก เพราะมีสถานีวิทยุอยู่มากมายหลายแห่ง รวมถึงวิทยุชุมชนที่เกิดขึ้นอีกมาก วิทยุยังเป็นสื่อที่สามารถทำให้ผู้รับฟังรับรู้ข่าวสารได้ในทุกอริยบท เช่น รับฟังในขณะขับรถ ทำงาน นอนพักผ่อน ออกกำลังกาย จึงกล่าวได้ว่าวิทยุเป็นสื่อที่เข้าถึงผู้บริโภคมากและสามารถติดตามกลุ่มเป้าหมายไปได้ทุกหนแห่ง ระบบการส่งวิทยุกระจายเสียงที่อยู่ในเชิงพาณิชย์

สื่อภาพยนตร์ Cinema

การโฆษณาในโรงภาพยนตร์ของไทยนั้น มีมานานเกือบ 40 ปีที่แล้ว ส่วนใหญ่ภาพยนตร์โฆษณาเป็นเรื่องเดียวกับโฆษณาในสื่อโทรทัศน์ โดยนักโฆษณามักใช้เป็นสื่อเสริม ความยาวของภาพยนตร์โฆษณาก็จะเหมือนกับความยาวทางโทรทัศน์คือ 30 วินาที 45 วินาที จากนั้นก็พัฒนามาเป็นการโฆษณาแฝงในภาพยนตร์ คือให้ผู้บริโภคชมภาพยนตร์ไปพร้อมกับกาเห็นสินค้า นอกจากนี้โรงภาพยนตร์บางแห่งยังมีการโฆษณาที่หลังบัตรเข้าชมภาพยนตร์ด้วย

จากตัวอย่างภาพยนตร์เรื่อง Cast away เราจะเห็นว่าการโฆษณาแฝงของผลิตภัณฑ์ FedEx ที่พยายามให้ผู้ชมเห็นถึงความรวดเร็วในการส่งของและส่งได้แม้ในที่ๆห่างไกลจากตัวเมือง สื่ออินเทอร์เน็ต Internet

การโฆษณาผ่านอินเทอร์เน็ต คือการนำภาพโฆษณาลงในเว็บไซต์ของคนอื่นที่มีชื่อเสียง และมีผู้นิยมเปิดเข้าไปเล่นเป็นจำนวนมาก เช่น www.sanook.com www.siamsport.co.th www.kapook.com เป็นต้น เนื่องจากระบบอินเทอร์เน็ตได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายมากขึ้นทุกวันเพราะสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวางทั่วโลก และเป็นกลุ่มเป้าหมายที่แท้จริง มิใช่เกิดจากการคาดเดาเหมือนสื่ออื่นๆ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมักเป็นผู้มีอำนาจและมีกำลังซื้อแทบทั้งสิ้น จึงทำให้การโฆษณาไม่สูญเปล่า นอกจากที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายแบบไร้พรมแดนแล้ว ยังสามารถทำงานได้ตลอด 24 ชั่วโมงอีกด้วย เป็นสื่อโฆษณาที่สามารถแสดงเครื่องหมายการค้า สัญลักษณ์การค้า ชื่อผลิตภัณฑ์ คำขวัญ บรรจุภัณฑ์ ความเคลื่อนไหว และแสงสีในเวลากลางคืนได้ด้วยรูปและขนาดที่ใหญ่มาก สามารถทำให้เกิดความสะดุดตาสะดุดใจ เรียกร้องความสนใจจากประชาชนที่ผ่านไปมาได้เป็นอย่างดี เช่นป้ายโฆษณาตามทางแยก ตามถนนทางออกนอกเมือง บนหลังคาตึกสูง ผนังตึกด้านนอกตึก

(http://edu.e-tech.ac.th/mdec/learning/advertising_media/admedia_2.html)

3. หลักการและเหตุผลของโครงการระบบแบ่งปันจักรยาน

ในเขตมหาวิทยาลัยนครพนมนิสิตส่วนใหญ่ใช้พาหนะจักรยานยนต์ในการเดินทางสัญจร ไม่นิยมใช้บริการขนส่งสาธารณะ เช่น รถเมล์ รถไฟฟ้า หรือ รถจักรยาน ซึ่งเป็นการเดินทางที่ประหยัดพลังงานกว่าการใช้จักรยานยนต์ นอกจากนั้นอุบัติเหตุเนื่องจากจักรยานยนต์มีอัตราการเกิดที่สูงขึ้น และ มีความรุนแรงมากขึ้น สาเหตุหนึ่งคือมีการใช้อัตราความเร็วในการสัญจรที่สูง นอกจากนั้นนิสิตยังไม่สวมใส่หมวกกันน็อกตามที่กฎหมายกำหนด

ในปัจจุบันการเดินทางด้วยจักรยานเป็นอีกทางเลือกหนึ่ง ของสังคมคนเมือง เนื่องจากการเดินทางด้วยจักรยานเป็นการเดินทางที่ประหยัดพลังงาน มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อย พร้อมทั้งยังส่งเสริมสุขภาพของผู้ขับขี่ นอกจากนั้นระบบการบริหารจัดการของจักรยานแบบระบบแบ่งปัน

(Bikesharing) ประสบความสำเร็จในเมืองใหญ่ๆ ของโลกหลายเมือง เช่น ปารีส ลอนดอน มอนทรีออล เป็นต้น โครงการเหล่านี้ทำให้คนทั่วไปหันมาใช้จักรยานในการเดินทางระยะสั้นมากขึ้น รวมถึงมีการนำแนวคิดนี้มาปรับใช้ภายในมหาวิทยาลัยในต่างประเทศเช่นกัน ตัวอย่างเช่น มหาวิทยาลัยนอตติงแฮมประเทศอังกฤษ โดยนักศึกษาสามารถยืมจักรยานได้จากทางมหาวิทยาลัย ทั้งนี้ต้องมีการมัดจำ และจ่ายค่าเช่าจักรยานในอัตราที่ต่ำเพื่อดึงดูดให้มีผู้เข้าร่วมโครงการ แต่การยืมลักษณะนี้จะเป็นการยืมระยะยาว คือมีกำหนดระยะเวลาไม่เกิน 9 เดือน ซึ่งเป็นข้อแตกต่างที่ชัดเจนกับแนวคิดจักรยานระบบแบ่งปันที่ใช้ตามเมืองใหญ่ๆ ทั่วโลก

ด้วยเหตุนี้ โครงการจักรยานระบบแบ่งปันในมหาวิทยาลัยนเรศวรจึงเกิดขึ้น เพื่อส่งเสริมให้นิสิตใช้จักรยานเดินทางในระยะสั้นภายในมหาวิทยาลัยและมีการบริหารจัดการระบบจักรยานแบ่งปันที่ดี ทำให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดและยั่งยืน

อีกทั้งทางโครงการระบบแบ่งปันจักรยานยังมีการทำงานหลายๆ ด้านเพื่อสำเร็จต่อวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ในการวางแผนงานหนึ่งนั้นนั้นมีการจัดการในเรื่องของการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ระบบแบ่งปันจักรยาน มหาวิทยาลัยนเรศวร เพื่อให้ความรู้ความเข้าใจต่อผู้ที่รับชมและรับฟัง และโดยจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งแก่นักเรียนที่กำลังจะเริ่มเข้ามาศึกษาต่อภายในมหาวิทยาลัยนเรศวร เพื่อความรู้ในการใช้ชีวิตภายในมหาวิทยาลัยแล้ว ยังมีตัวเลือกของการเดินทางเพิ่มขึ้นโดยไม่ต้องกังวลว่าจะหลงหรือไม่มีรถไป การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ระบบแบ่งปันจักรยาน มหาวิทยาลัยนเรศวร นี้ยังเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่เข้ามาใช้ระบบแบ่งปันจักรยาน หรือผู้ที่สนใจอีกด้วย

4. ประวัติของคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยนเรศวร

มหาวิทยาลัยนเรศวรได้ตระหนักถึงความสำคัญ ในบทบาทหน้าที่ของสถาปนิกที่มีต่อชุมชนและท้องถิ่น จึงได้ดำริที่จะผลิตบัณฑิตสาขาวิชาสถาปัตยกรรมศาสตร์ ซึ่งเป็นสาขาวิชาที่ขาดแคลน เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของสังคมทั้งภาครัฐและเอกชนจึงแต่งตั้งคณะ กรรมการจัดทำหลักสูตร “สถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต ” เพื่อทำหน้าที่ยกร่างหลักสูตร จัดทำแผนการสอน ตลอดจนให้ข้อเสนอแนะมหาวิทยาลัยฯ เกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนสาขาวิชาดังกล่าว ตามคำสั่งมหาวิทยาลัยนเรศวร ที่ 789/2538 เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการจัดทำหลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต สั่ง ณ วันที่ 19 กันยายน พ . ศ . 2538

ทางมหาวิทยาลัย นเรศวร ได้เสนอขออนุมัติหลักสูตร “ สถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต ” เพิ่มเติมไว้ในแผนพัฒนาการศึกษาระดับอุดมศึกษา ฉบับที่ 7 (2535 - 2539) ดังปรากฏตามบันทึกข้อความ ที่ ทม .1901/กท .390 ลงวันที่ 7 ธันวาคม 2538 สำนักนโยบายและแผนอุดมศึกษาได้พิจารณาเห็นสมควรให้ความเห็นชอบบรรจุหลักสูตร “ สถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต ” ของ

มหาวิทยาลัยนเรศวร เพิ่มเติมไว้ในแผนพัฒนาการศึกษาระดับอุดมศึกษา ฉบับที่ 7 (2535 – 2539) โดยระยะเริ่มต้นการสอนสาขาวิชานี้ จะอยู่ในความดูแลของภาควิชาวิศวกรรมโยธา คณะวิศวกรรมศาสตร์ และหลักสูตรดังกล่าวทางสภามหาวิทยาลัยได้รับทราบ และให้ความเห็นชอบหลักสูตรนี้แล้ว เมื่อวันที่ 17 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2539

ในปีการศึกษา 2539 คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร ได้ดำเนินการเปิดการสอนหลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตร์ขึ้น รายละเอียดตามหลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต พ.ศ. 2539 การเรียนการสอนสาขาวิชาสถาปัตยกรรมศาสตร์ ได้ดำเนินต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน สาขาวิชาสถาปัตยกรรมได้รับการยกฐานะเป็นคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2544 ประกอบด้วยหน่วยงานหลัก 3 หน่วยงาน คือ สำนักงานเลขานุการคณะ ภาควิชาสถาปัตยกรรมหลัก ศูนย์บริการวิชาชีพสถาปัตยกรรม และเนื่องจากมหาวิทยาลัยนเรศวรได้มีมติอนุมัติให้โอนย้ายสาขาวิชาการออกแบบ บรรจุภัณฑ์ จากคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มาสังกัดอยู่กับคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ในวันที่ 1 ตุลาคม 2546 ทางคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จึงได้ปรับเปลี่ยนหน่วยงานภายในคณะฯ โดยเพิ่มหน่วยงานขึ้นอีก 1 หน่วยงาน คือภาควิชาศิลปะและการออกแบบ โดยมีสาขาวิชาในสังกัดได้แก่ สาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สาขาวิชาการออกแบบสื่อวัฒนธรรม

การดำเนินโครงการ

1. การเตรียมการด้านอาคารสถานที่ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ของมหาวิทยาลัยนเรศวร เดิมได้มีการจัดการเรียนการสอนในคณะวิศวกรรมศาสตร์ อาคารภาควิชาวิศวกรรมโยธา ตั้งแต่ปีการศึกษา 2539 และปัจจุบันย้ายมาใช้พื้นที่ของอาคาร ภาควิชาไฟฟ้าและคอมพิวเตอร์ ณะเดียวกัน ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา ก็ได้มีการจัดการเตรียมการออกแบบอาคารคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ เพื่อรองรับการเรียนการสอนตามลักษณะของเนื้อหาวิชา อาคารคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ปัจจุบัน ได้ออกแบบเรียบร้อยแล้วเพื่อพร้อมดำเนินการ จัดจ้างในการทำการก่อสร้างต่อไป อาคารคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ตามที่ออกแบบไว้มี พื้นที่ประมาณ 8,000 ตารางเมตร

2. การเตรียมการด้านบุคลากร ในปีการศึกษา 2547 มีอาจารย์ประจำในคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์จำนวน 34 คน ซึ่งในจำนวนนี้มีอาจารย์ที่อยู่ระหว่างการลาศึกษาต่อในระดับปริญญาโท และเอก อยู่จำนวน 8 คน ทางคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวรได้เตรียมจัดทำแผนการจัดหาและพัฒนาอาจารย์ เพื่อให้ได้จำนวนบุคลากรตามเกณฑ์ที่ทบวงมหาวิทยาลัยกำหนดไว้ และได้จัดทำโครงการพัฒนาอาจารย์คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ เสนอให้มหาวิทยาลัยพิจารณาเพื่อจัดสรรงบประมาณสนับสนุนต่อไป

3. การเตรียมการด้านการเรียนการสอน ในปีการศึกษา 2546 คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ได้

ดำเนินการปรับปรุงหลักสูตรที่ใช้อยู่ทั้ง 2 สาขาวิชา คือ หลักสูตรสถาปัตยกรรมศาสตร์บัณฑิต และ หลักสูตรศิลปกรรมศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยทั้ง 2 หลักสูตร ได้รับการ วิชาการหลักสูตรจากผู้ทรงคุณวุฒิ และได้รับการอนุมัติหลักสูตรจากสำนักงานคณะกรรมการการ อุดมศึกษาแห่งชาติ เรียบร้อยแล้ว และจะได้เริ่มดำเนินการเรียนการสอนในหลักสูตรปรับปรุงใหม่นี้ ในปีการศึกษา 2547 เป็นต้นไป

ในปีการศึกษา 2548 ภาควิชาศิลปะและการออกแบบจะได้ ดำเนินการเปิดการเรียนการสอนในหลักสูตรใหม่อีก 1 หลักสูตร คือ หลักสูตรศิลปกรรมศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบ ทัศนศิลป์ และภาควิชาสถาปัตยกรรมจะเปิดหลักสูตรระดับประกาศนียบัตร 1 หลักสูตรในสาขา เทคนิคสถาปัตยกรรม ในปีการศึกษา

ในปีการศึกษา 2549 ภาควิชาศิลปะและการออกแบบจะดำเนินการเปิดการเรียนการสอน หลักสูตรศิลปกรรม ศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบทัศนศิลป์ ซึ่งในปัจจุบันกำลังอยู่ใน ระหว่างการจัดเตรียมโครงร่างเพื่อการวิชาการหลัก สูตรและขออนุมัติหลักสูตรต่อไป

กลยุทธ์

ในเรื่องกลยุทธ์นั้นเป็นวิธีการที่จะช่วยให้วิสัยทัศน์และพันธกิจได้รับการ ปฏิบัติ ทบทวนและ ปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมอยู่เสมอ เพื่อรับกับ การปรับเปลี่ยนมหาวิทยาลัยของรัฐสู่มหาวิทยาลัยใน กำกับของรัฐบาล และการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างทางการศึกษาของโลกยุคใหม่

1. สภาพแวดล้อมการบริหาร
2. ข้อตกลงเบื้องต้นทางการบริหาร
3. ลักษณะของบุคลากรที่จำเป็นต้องสร้าง
4. รูปแบบองค์กรที่เหมาะสม
5. ระบบการบริหาร

วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าประสงค์

วิสัยทัศน์ มุ่งสู่ความเป็นผู้นำทางวิชาการด้านศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมทั้งในระดับ ภูมิภาคและระดับสากล

พันธกิจ ผลิตบัณฑิตและสร้างผลงานทางวิชาการอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพและมี ประสิทธิภาพ ภายใต้วัฒนธรรมองค์กรที่เข้มแข็งและยั่งยืน

เป้าประสงค์

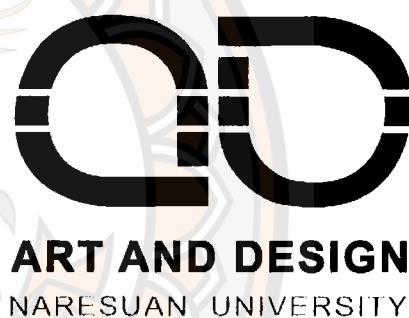
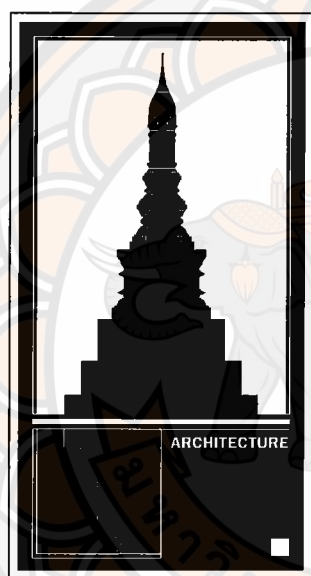
1. เพื่อเป็นศูนย์กลางในการเก็บรวบรวม แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ทางวิชาการด้านศิลปกรรม และสถาปัตยกรรมระหว่างชุมชนภาคเหนือตอนล่างกับภูมิภาคอื่นๆ ทั้งในและต่างประเทศ
2. เพื่อเป็นศูนย์กลางในการพัฒนาเผยแพร่องค์ความรู้ภูมิปัญญาทางศิลปกรรม และ

สถาปัตยกรรมในท้องถิ่นภาคเหนือตอนล่างให้เกิด ประโยชน์ต่อสาธารณะชน

3. เพื่อเป็นศูนย์กลางในการประยุกต์ศิลปกรรม และสถาปัตยกรรมให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชน ในเขตภาคเหนือตอนล่างและภูมิภาคอื่นๆ

4. เพื่อเป็นแหล่งผลิตบัณฑิต และบุคลากรผู้มีความรู้ความสามารถ อันเป็นประโยชน์ในการ พัฒนางานด้านศิลปกรรมและสถาปัตยกรรม

สีประจำคณะ คือ สีทองซึ่งเป็นสีของโลหะทองคำประดับ บนยอดสูงสุดของเจดีย์ทรงพุ่มข้าวบิณฑ์
ตราสัญลักษณ์ คือ เจดีย์ทรงพุ่มข้าวบิณฑ์



ภาพที่ 2.11 สัญลักษณ์ประจำคณะ
สถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัย
นเรศวร

ภาพที่ 2.12 สัญลักษณ์ประจำภาควิชา
ศิลปะและการออกแบบ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาวิจัยในรูปแบบของงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีจุดมุ่งหมาย เพื่อการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ระบบแบ่งปันจักรยาน มหาวิทยาลัยนครสวรรค์ ศึกษาแนวทางการออกแบบ องค์ความรู้ของการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อไว้ใช้ประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยต่อไปได้ หาวิธีการออกแบบสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ สื่อออกมาทางจินตนาการทางการออกแบบ ใช้ตัวละครที่มีเอกลักษณ์เป็นตัวสื่อสารให้ข้อมูลกับผู้ชม ซึ่งจะใช้วิธีการดำเนินการศึกษาวิจัยโดยมีระเบียบวิธีดังนี้

1. แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาแบ่งออกเป็นแหล่งข้อมูล 2 ประเภท

- 1.1 แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร ได้แก่ การศึกษาค้นคว้าจากหนังสือ บทวิเคราะห์ เอกสาร งานวิจัย ผลงาน ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และ สิ่งตีพิมพ์ต่างๆที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย
- 1.2 แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล ได้แก่บุคคลที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญเกี่ยวข้องกับงานศึกษาวิจัย บุคคลที่เป็นผู้ทรงคุณวุฒิมีประสบการณ์เกี่ยวข้องโดยตรงกับเรื่องที่ทำการศึกษาวิจัย และบุคคลที่มีส่วนร่วมกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมด

2. วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 ข้อมูลประเภทเอกสาร ซึ่งจะทำการค้นคว้าจากหนังสือ บทวิเคราะห์ เอกสาร งานวิจัย ผลงาน และสิ่งตีพิมพ์ต่างๆที่มีความเกี่ยวข้องกับงานศึกษาวิจัยโดยที่ใช้เอกสารที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

- 2.1.1 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับโครงการระบบแบ่งปันจักรยาน
- 2.1.2 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ
- 2.1.3 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับโปรแกรมการทำสื่อ
- 2.1.4 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครสวรรค์

2.2 ข้อมูลประเภทบุคคล ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามและขอศึกษาความรู้จากผู้ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่เกี่ยวกับงานศึกษาวิจัยดังต่อไปนี้

- 2.2.1 อาจารย์ผู้เชี่ยวชาญเรื่องของโครงการระบบแบ่งปันจักรยาน
- 2.2.2 อาจารย์ผู้เชี่ยวชาญเรื่องการออกแบบที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย
- 2.2.2 อาจารย์ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับโปรแกรมออกแบบสองมิติ รวมไปถึงเทคนิคการ

ทำภาพยนตร์การ์ตูน และสายงานที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

2.2.3 อาจารย์ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัย

นเรศวร

3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

คำถามที่ใช้สัมภาษณ์ เพื่อสอบถามข้อมูลความรู้ ข้อสรุปในการทำงานศึกษาวิจัยสรุปเรื่องขอบเขต ข้อจำกัดของความรู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้เชี่ยวชาญ โดยที่ลักษณะคำถามจะใช้คำถามเฉพาะในผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่าน และใช้แบบสอบถามหลังจากที่ได้รับชมผลงานการออกแบบ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

จากการวิจัยครั้งนี้ นำข้อมูลที่ได้รับมาทำการศึกษารวบรวมข้อมูลที่ได้มาจากแหล่งต่างๆ นำมาสรุปหาแนวทางในการออกแบบสร้างสรรค์ผลงานการศึกษาวิจัยนี้ในรูปการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์แบบการ์ตูนสองมิติเกี่ยวกับระบบแบ่งปันจักรยาน เพื่อประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยนเรศวร โดยถ่ายทอดเรื่องราวผ่านตัวละครและเรื่องราวที่เป็นตัวแทนในการบอกเล่าข้อมูล โดยมีเนื้อหาที่น่าสนใจและน่าติดตาม

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ในการศึกษาการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ระบบแบ่งปันจักรยาน มหาวิทยาลัยนเรศวร ในครั้งนี้ ได้ทำการวางแผนเพื่อดำเนินการศึกษา และวิเคราะห์ผลการศึกษา ได้ดังนี้

1. การศึกษาข้อมูล และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา

ในเขตมหาวิทยาลัยนเรศวรนิสิตส่วนใหญ่ใช้พาหนะจักรยานยนต์ในการเดินทางสัญจร ไม่นิยมใช้บริการขนส่งสาธารณะ เช่น รถเมล์ รถไฟฟ้า หรือ รถจักรยาน ซึ่งเป็นการเดินทางที่ประหยัดพลังงานกว่าการใช้จักรยานยนต์ นอกจากนั้นอุบัติเหตุเนื่องจากจักรยานยนต์มีอัตราการเกิดที่สูงขึ้น และ มีความรุนแรงมากขึ้น สาเหตุหนึ่งคือมีการใช้อัตราความเร็วในการสัญจรที่สูง นอกจากนั้นนิสิต ยังไม่สวมใส่หมวกกันน็อกตามที่กฎหมายกำหนด

ในปัจจุบันการเดินทางด้วยจักรยานเป็นอีกทางเลือกหนึ่ง ของสังคมคนเมือง เนื่องจากการเดินทางด้วยจักรยานเป็นการเดินทางที่ประหยัดพลังงาน มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อย พร้อมทั้งยังส่งเสริมสุขภาพของผู้ขับขี่ นอกจากนั้นระบบการบริหารจัดการของจักรยานแบบระบบแบ่งปัน (Bikesharing) ประสบความสำเร็จในเมืองใหญ่ๆ ของโลกหลายเมือง เช่น ปารีส ลอนดอน มอนทรีออล เป็นต้น โครงการเหล่านี้ทำให้คนทั่วไปหันมาใช้จักรยานในการเดินทางระยะสั้นมากขึ้น รวมถึงมีการนำแนวคิดนี้มาปรับใช้ภายในมหาวิทยาลัยในต่างประเทศเช่นกัน ตัวอย่างเช่น มหาวิทยาลัยนอตติงแฮมประเทศอังกฤษ โดยนักศึกษาสามารถยืมจักรยานได้จากทางมหาวิทยาลัย ทั้งนี้ต้องมีการมัดจำ และจ่ายค่าเช่าจักรยานในอัตราที่ต่ำเพื่อดึงดูดให้มีผู้เข้าร่วมโครงการ แต่การยืมลักษณะนี้จะเป็นการยืมระยะยาว คือมีกำหนดระยะเวลาไม่เกิน 9 เดือน ซึ่งเป็นข้อแตกต่างที่ชัดเจนกับแนวคิดจักรยานระบบแบ่งปันที่ใช้ตามเมืองใหญ่ๆ ทั่วโลก

ด้วยเหตุนี้ โครงการจักรยานระบบแบ่งปันในมหาวิทยาลัยนเรศวรจึงเกิดขึ้น เพื่อส่งเสริมให้นิสิตใช้จักรยานเดินทางในระยะสั้นภายในมหาวิทยาลัยและมีการบริหารจัดการระบบจักรยานแบ่งปันที่ดี ทำให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดและยั่งยืน

อีกทั้งทางโครงการระบบแบ่งปันจักรยานยังมีการทำงานหลายด้านเพื่อสำเร็จต่อวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ในการวางแผนงานหนึ่งนั้นมีการจัดการในเรื่องของเผยแพร่ข่าวสารของโครงการระบบแบ่งปันจักรยาน จึงได้วางแผนให้มีการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ระบบแบ่งปันจักรยาน มหาวิทยาลัยนเรศวร เพื่อให้ความรู้ความเข้าใจต่อผู้ที่รับชมและรับฟัง และโดยจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งแก่นักเรียนที่กำลังจะเริ่มเข้ามาศึกษาต่อภายในมหาวิทยาลัยนเรศวร เพื่อความรู้ในการใช้ชีวิตภายในมหาวิทยาลัยแล้ว ยังมีตัวเลือกของการเดินทางเพิ่มขึ้น

โดยไม่ต้องกังวลว่าจะหลงหรือไม่มีรหัสไป การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ระบบแบ่งปันจักรยาน มหาวิทยาลัยนครสวรรค์ นี้ยังเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่เข้ามาใช้ระบบแบ่งปันจักรยาน หรือผู้ที่สนใจอีกด้วย

2. การศึกษาโปรแกรมที่เกี่ยวข้องในการจัดทำสื่อการตูนมัลติมีเดีย

ผู้วิจัยได้ศึกษาการใช้งานโปรแกรมต่างๆที่เกี่ยวข้องในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ โดยสามารถสรุปโปรแกรมที่ศึกษา พร้อมทั้งลักษณะการใช้งาน ดังนี้

ชื่อของโปรแกรม	การใช้งาน
โปรแกรม Adobe Illustrator, Photoshop	สร้างภาพประกอบเช่น Character, Scene, Story board, องค์ประกอบโดยรวมก่อนที่จะนำไปทำภาพเคลื่อนไหว
โปรแกรม Adobe After Effects	Animation, Motion Graphic, Composite
โปรแกรม Adobe Premiere pro	ตัดต่อภาพและเสียงประกอบสื่อมัลติมีเดีย

ตาราง 4.1 โปรแกรมที่เกี่ยวข้องในการสร้างงาน

3. วิเคราะห์กลุ่มตัวอย่าง

3.1 ผลจากการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างในเรื่องของตัวละคร



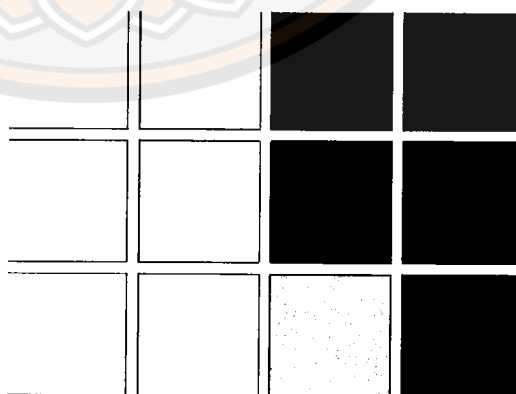
ภาพที่ 4.1 ภาพของตัวละครที่มีการใช้เส้นที่ดูเท่ากัน



ภาพที่ 4.2 ภาพของตัวละครที่มีการใช้เส้นที่ดูเท่ากัน

ผลจากการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างในเรื่องของตัวละคร การใช้เส้นที่ดูเรียบง่ายก็ดูมีความสวยงาม เสน่ห์ให้กับตัวละครได้

3.2 ผลจากการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างในเรื่องของ Mood and Tone ที่ใช้



ภาพที่ 4.3 Mood / Tone ที่ดูแล้วเป็นมิตรกับธรรมชาติ



ภาพที่ 4.4 Mood / Tone ที่ดูแล้วเป็นมิตรกับธรรมชาติ

ผลจากการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างในเรื่องของ Mood and Tone ที่ใช้ สีโทนเย็น ให้ความร่มเย็น เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ปลอดภัย (Green Design)

3.3 ผลจากการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างในเรื่อง Scene



ภาพที่ 4.5 Scene



ภาพที่ 4.6 Scene

ผลจากการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างในเรื่อง Scene ทั้งสี่ที่ใช้ให้ความสดใสน่ารัก เป็นดึกที่มีรูปทรงสี่เหลี่ยม ซ้อนๆกัน มีความเป็นอยู่ที่ดูอบอุ่น สบาย เป็นกันเอง มีถนนเส้นทางที่สามารถไปไหนมาไหนได้โดยไม่มีการจราจรที่ติดขัด

4. การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์

ในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ ได้แบ่งการจัดทำเป็นขั้นตอนหลัก 3 ขั้นตอนดังนี้

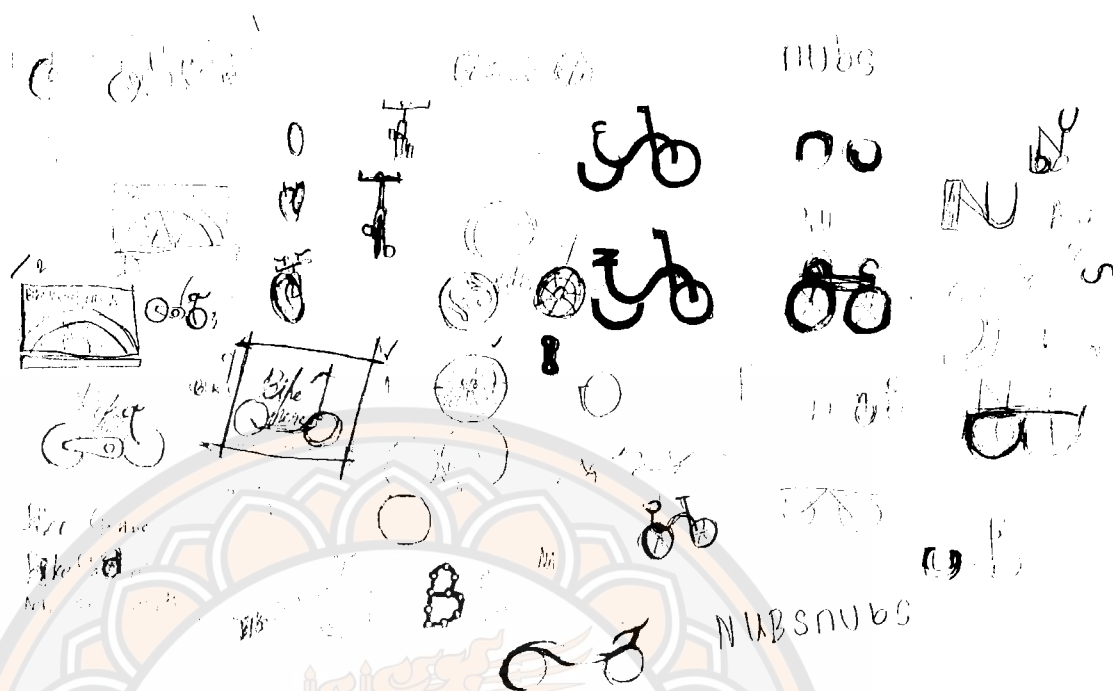
ขั้นตอนที่ 1 Pre-Production คือ ขั้นตอนก่อนกระบวนการผลิต อันได้แก่ การคิดหัวข้อเรื่อง การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ การออกแบบในรูปแบบของภาพเคลื่อนไหว Motion Graphic Character ของตัวการ์ตูน รวมไปถึงการออกแบบจากประกอบและเสียง และเกมฝึกทักษะ

ในขั้นตอนแรกของการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ ผู้ศึกษาได้พิจารณาข้อมูลเพื่อกำหนดรูปแบบการนำเสนอ กำหนด Character ,Scene, Story Board, Color, Mood Tone, Concept, Style หลักในการดำเนินเนื้อเรื่องที่จะใช้ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 2 Production คือ ส่วนของกระบวนการผลิตสื่อที่เป็นภาพเคลื่อนไหว โดยนำเนื้อหาที่วางแผนไว้ขึ้นมา นำมาสร้างตัวละคร,ฉาก,องค์ประกอบทั้งหมดโดยใช้โปรแกรม Adobe Illustrator และ Adobe Photoshop ในการออกแบบ และลงรายละเอียด เช่น การทดลองวาดตัวละคร เพื่อนำมาใช้ให้เหมาะสมกับวัยที่อยู่ในช่วงของนักศึกษา การหาลายเส้นที่ดูเรียบง่าย การสร้างชิ้นงานไว้เพื่อที่จะนำไปเคลื่อนไหวในขั้นตอนต่อไป การลงสีตัวการ์ตูน ฉากให้มีสวยงามน่าสนใจ หลังจากนั้นจึงนำมาสร้าง ภาพเคลื่อนไหว โดยใช้โปรแกรม Adobe After Effects

ขั้นตอนที่ 3 Post-Production คือ กระบวนการตัดต่อทั้งภาพและเสียงให้มีความสมบูรณ์นำตัวละครและฉากที่ทำในแต่ละส่วน มาทำการตัดต่อภาพเคลื่อนไหวเพื่อดำเนินเรื่องราวตามหัวข้อเรื่องและนำ Sound Effect มาตัดต่อให้มีความสอดคล้องกัน โดยใช้โปรแกรม Adobe Premiere Pro ในการตัดต่อและ Render จนเสร็จสมบูรณ์

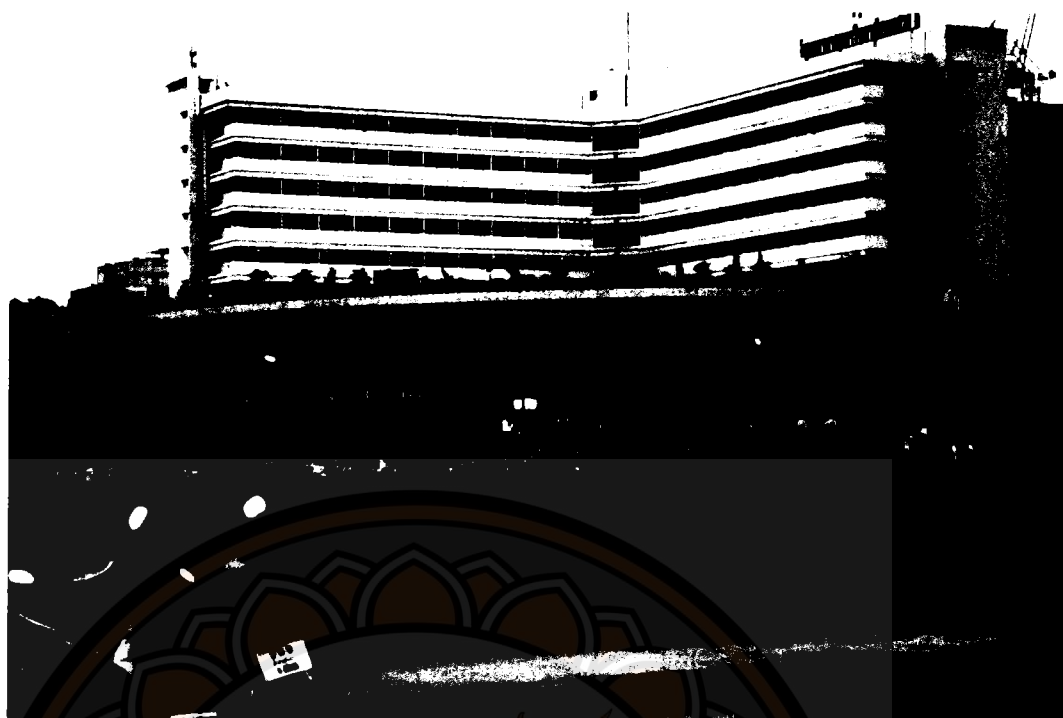
ขั้นตอนการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์



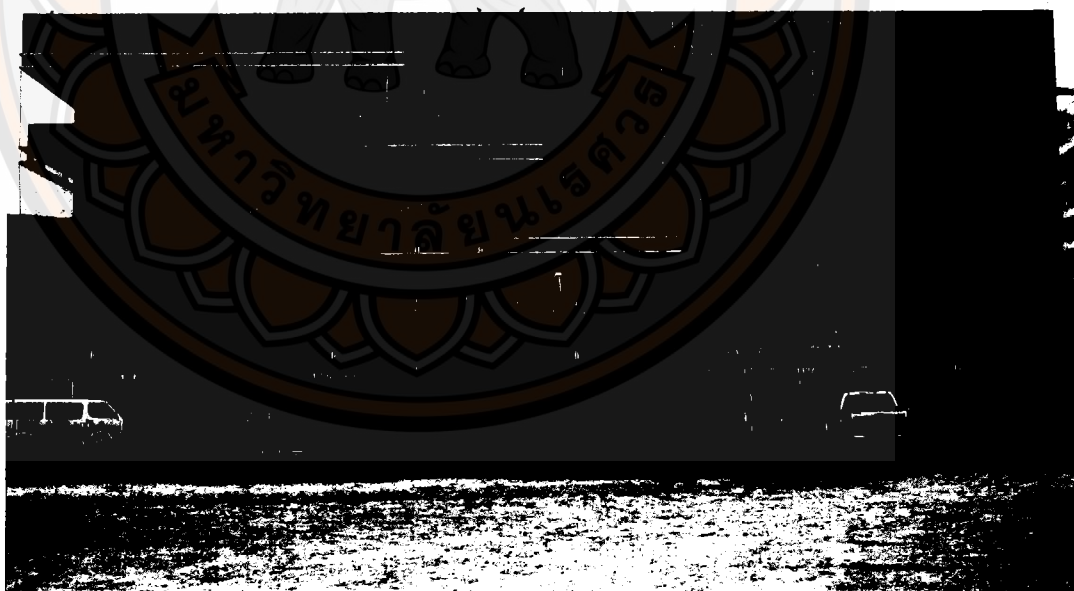
ภาพที่ 4.7 งานสเก็ตการออกแบบโลโก้



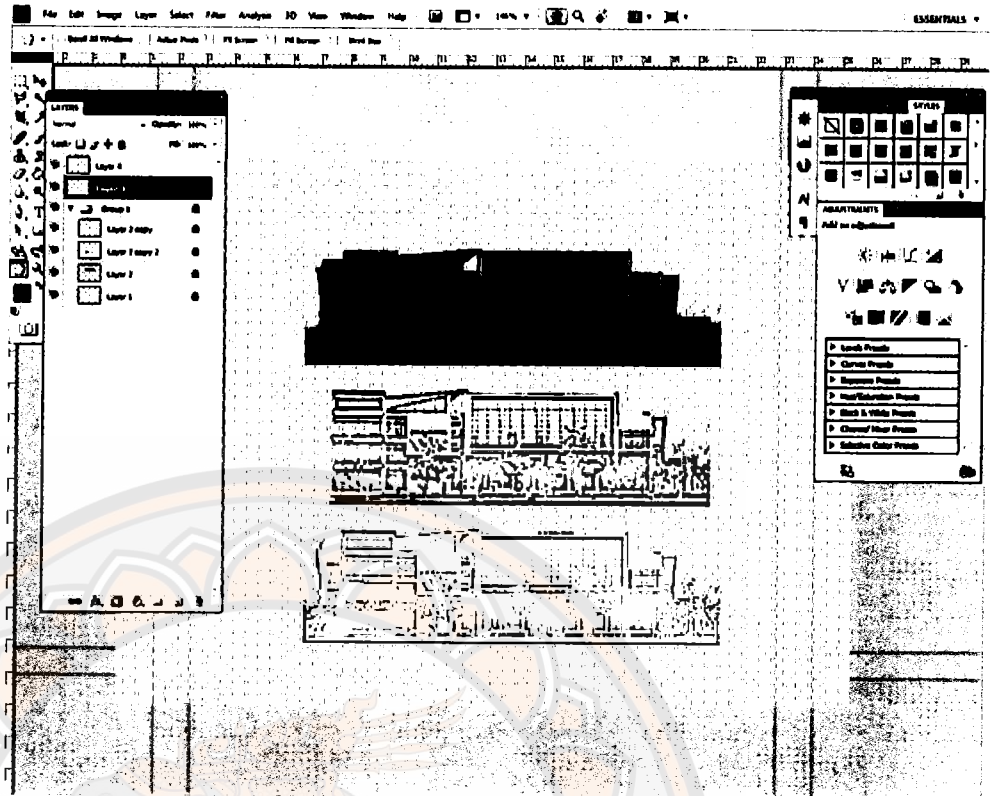
ภาพที่ 4.8 งานสเก็ตการออกแบบองค์ประกอบโดยรวมๆ



ภาพที่ 4.11 ภาพถ่ายเพื่อนำมาเป็นตัวอย่างของการวาดตึก

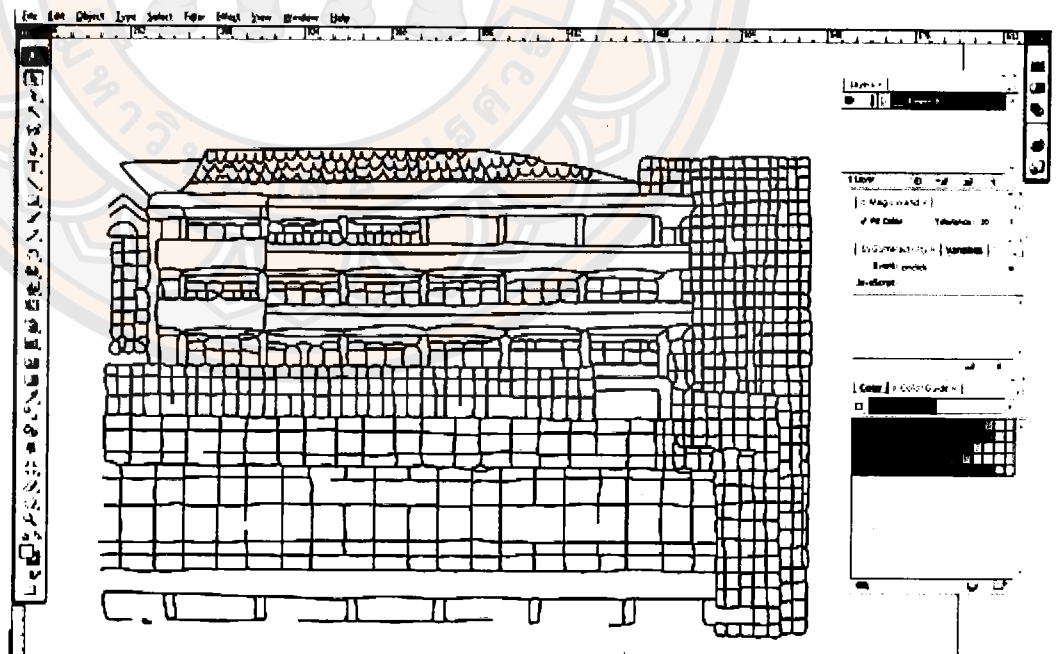


ภาพที่ 4.10 ภาพถ่ายเพื่อนำมาเป็นตัวอย่างของการวาดตึก



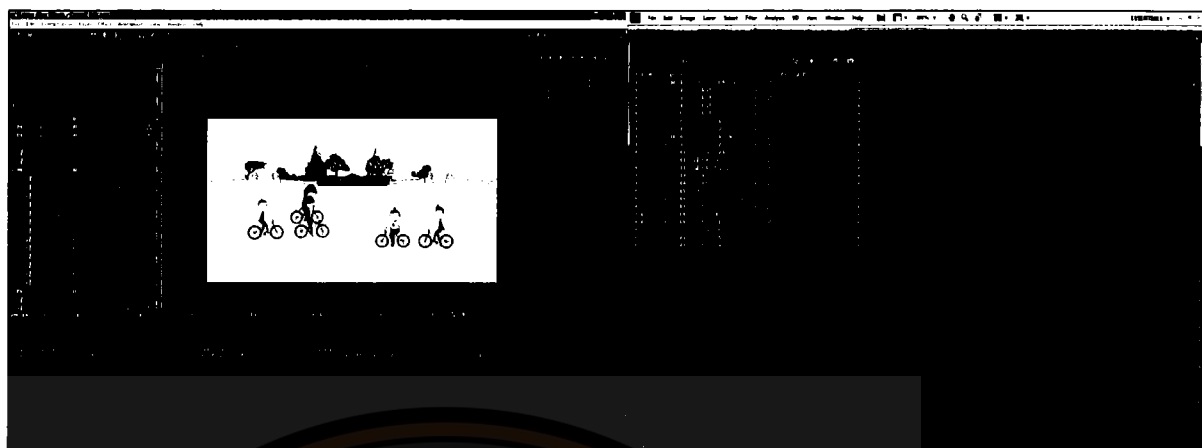
ภาพที่ 4.13 การหาลายเส้นที่น่าสนใจจากโปรแกรม และการสร้างภาพด้วยโปรแกรม

Photoshop

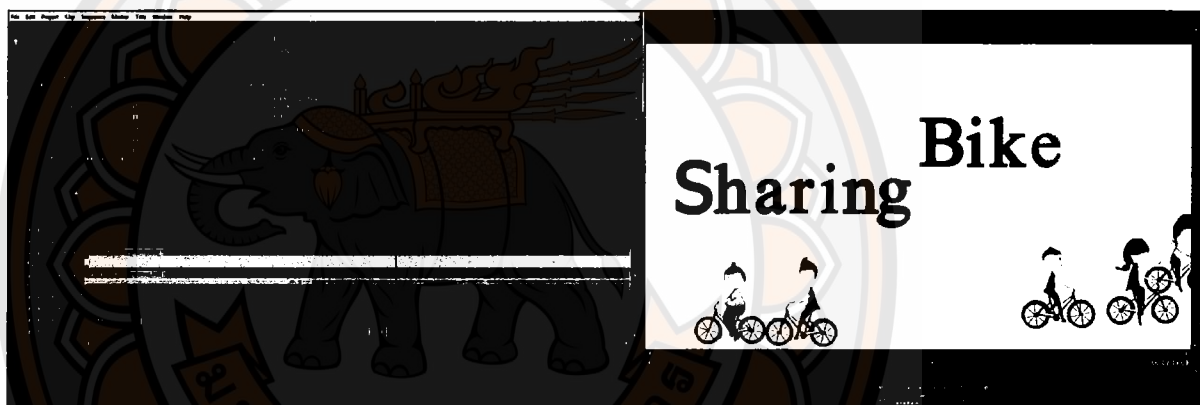


ภาพที่ 4.14 การหาลายเส้นที่น่าสนใจจากโปรแกรม และการสร้างภาพด้วย

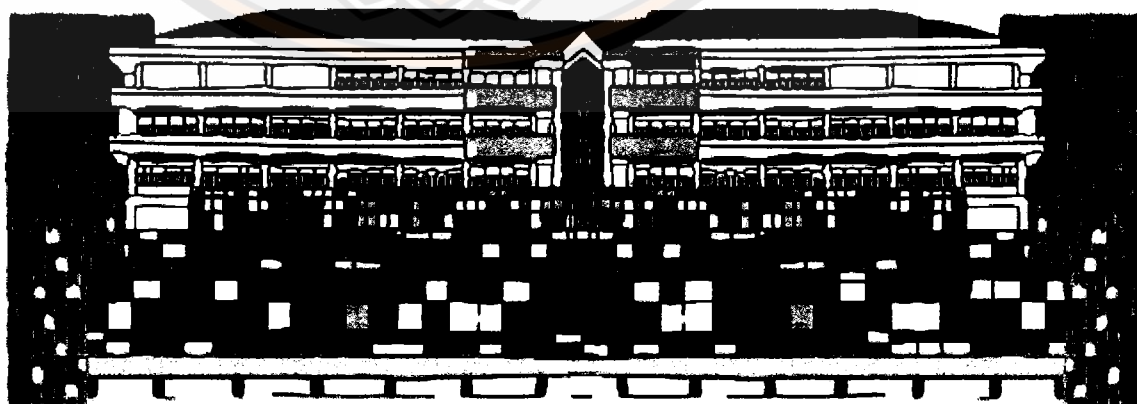
โปรแกรม Illustrator



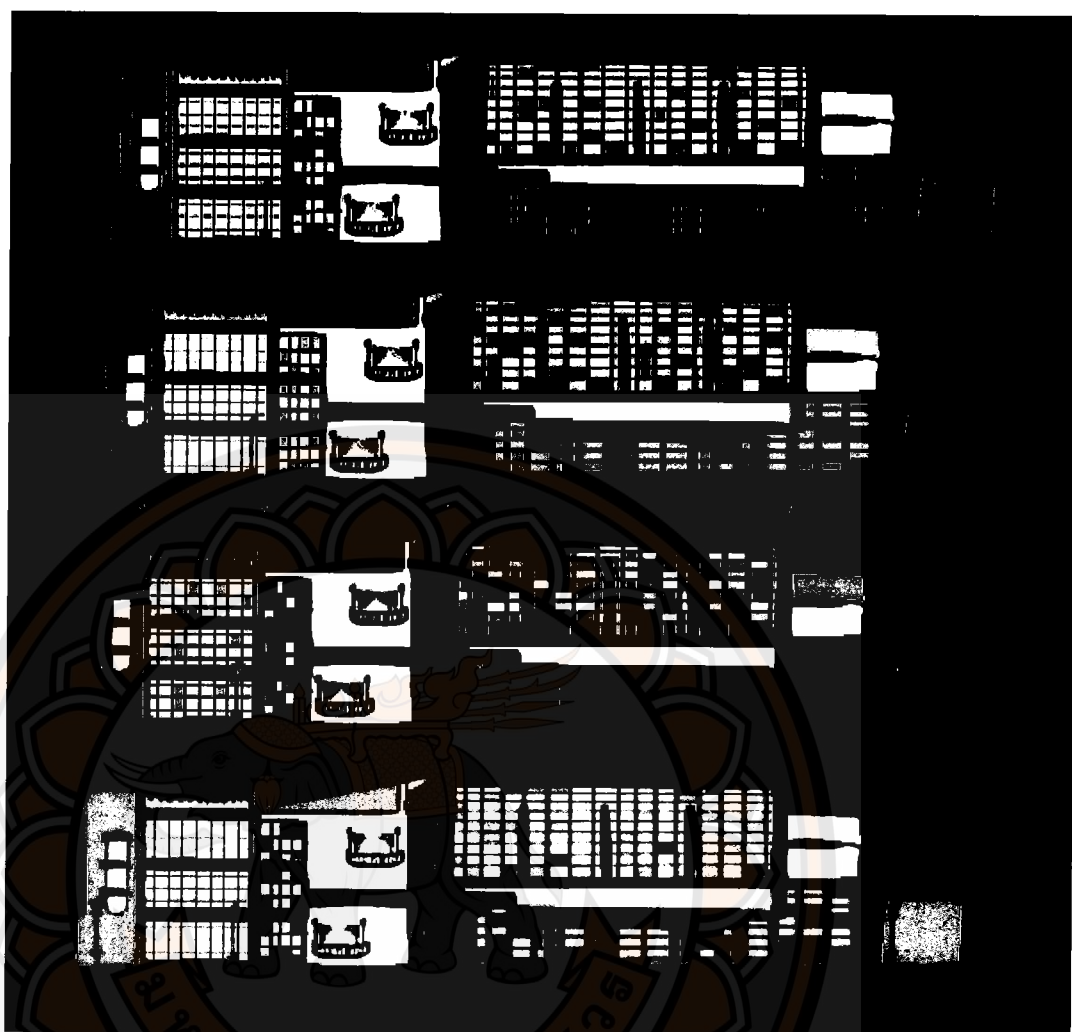
ภาพที่ 4.15 การทำภาพเคลื่อนไหวด้วยโปรแกรม After Effects



ภาพที่ 4.16 การจัดเรียงลำดับภาพ และใส่เสียงประกอบ



ภาพที่ 4.17 ภาพวาดตามแบบที่ถ่ายภาพจริงมาและลงสี ตาม Mood and tone ที่กำหนดเอาไว้



ภาพที่ 4.18 การออกแบบตึกและ นำมาวิเคราะห์การใช้โทนสี



ภาพที่ 4.19 การออกแบบภาพประกอบสถานที่โดดเด่นภายในมหาวิทยาลัยนเรศวร



ภาพที่ 4.20 ภาพฉากที่วาดจากการสังเกตจากทัศนียภาพภายในมหาวิทยาลัย



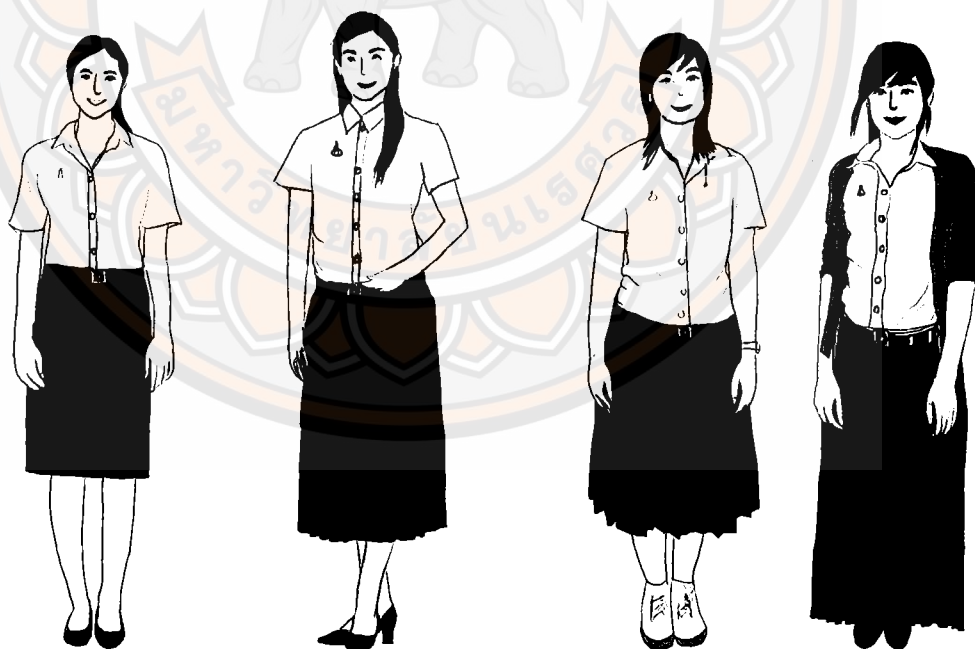
ภาพที่ 4.21 ภาพฉากที่วาดจากการสังเกตจากทัศนียภาพภายในมหาวิทยาลัย และเป็นภาพที่เตรียมไว้เพื่อนำไปซ้อน Layer เพื่อทำภาพเคลื่อนไหวด้วยโปรแกรม After Effects



ภาพที่ 4.22 ภาพฉากที่วาดจากการสังเกตจากทัศนียภาพภายในมหาวิทยาลัย



ภาพที่ 4.23 การออกแบบตัวละครเพื่อใช้วิเคราะห์ถึงความเหมาะสมในการเลือกใช้ทำสื่อ
ประชาสัมพันธ์



ภาพที่ 4.24 การออกแบบตัวละครเพื่อใช้วิเคราะห์ถึงความเหมาะสมในการเลือกใช้ทำสื่อ
ประชาสัมพันธ์

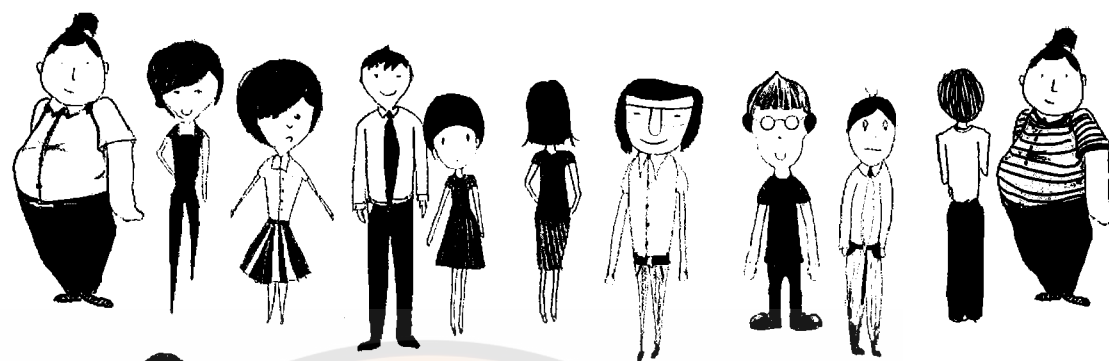


ภาพที่ 4.25 การออกแบบตัวละครเพื่อใช้วิเคราะห์ถึงความเหมาะสมในการเลือกใช้ทำสื่อ
ประชาสัมพันธ์

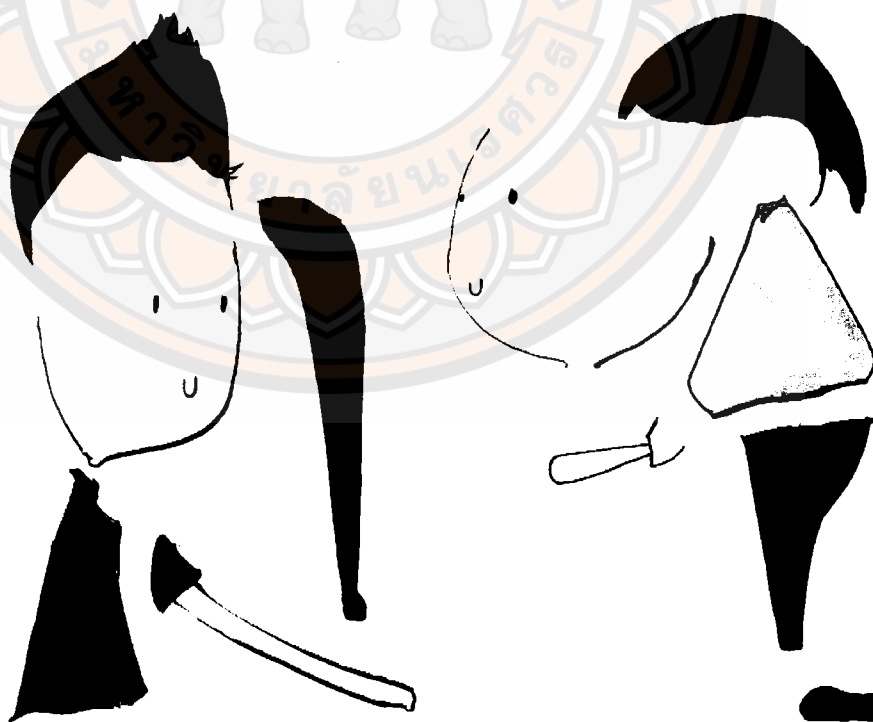


ภาพที่ 4.26 การออกแบบตัวละครเพื่อใช้วิเคราะห์ถึงความเหมาะสมในการเลือกใช้ทำสื่อ
ประชาสัมพันธ์

CHARECTER



ภาพที่ 4.27 การออกแบบตัวละครเพื่อใช้วิเคราะห์ถึงความเหมาะสมในการเลือกใช้ท่าสื่อ
ประชาสัมพันธ์



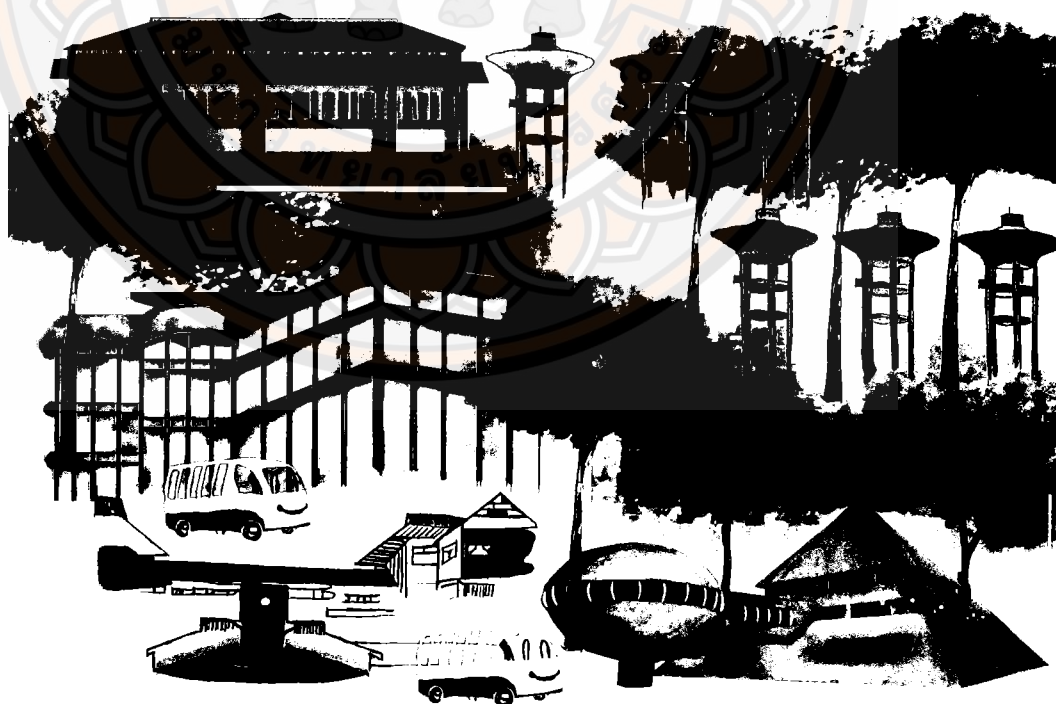
ภาพที่ 4.28 ตัวละครที่ถูกแยกส่วนต่างๆไว้เพื่อเตรียมทำภาพเคลื่อนไหว



ภาพที่ 4.29 การออกแบบตัวละครเพื่อใช้วิเคราะห์ถึงความเหมาะสมในการเลือกใช้ทำสื่อ
ประชาสัมพันธ์



ภาพที่ 4.30 ภาพนี้เป็นองค์ประกอบส่วนหนึ่งของงานที่ถูกนำไปใช้ในงานสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของภาพเคลื่อนไหว



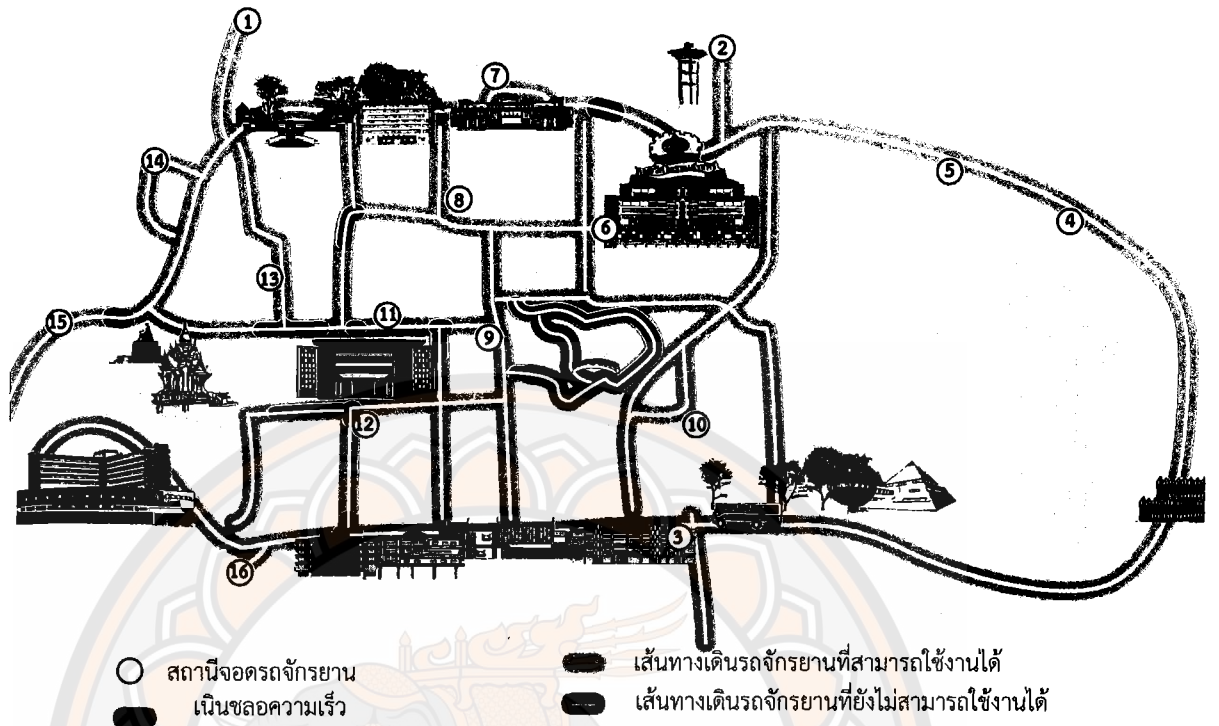
ภาพที่ 4.31 การออกแบบภาพประกอบเบื้องต้น เพื่อวิเคราะห์ในการเลือกใช้ทำสื่อประชาสัมพันธ์อย่างเหมาะสม



ภาพที่ 4.32 การออกแบบต้นไม้เพื่อใช้วิเคราะห์ถึงความเหมาะสมในการเลือกใช้ทำสื่อประชาสัมพันธ์



ภาพที่ 4.33 การออกแบบต้นไม้เพื่อใช้วิเคราะห์ถึงความเหมาะสมในการเลือกใช้ทำสื่อประชาสัมพันธ์



ภาพที่ 4.34 การออกแบบแผนที่เพื่อใช้ประกอบกับงานสื่อประชาสัมพันธ์



ภาพที่ 4.35 การออกแบบแผนที่เพื่อใช้ประกอบกับงานสื่อประชาสัมพันธ์



ภาพที่ 4.36 รูปแบบจักรยานของโครงการระบบแบ่งปันจักรยาน ที่ได้รับผลงานมาจากอาจารย์ วิสิฐ จันมา

nubs

Naresuan University Bike Sharing

ภาพที่ 4.37 Logo ของโครงการระบบแบ่งปันจักรยาน ที่ได้รับผลงานมาจากอาจารย์ วิสิฐ จันมา

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้รับคำตอบของสมมุติฐานของงานวิจัย ที่จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนารูปแบบการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ระบบแบ่งปันจักรยาน มหาวิทยาลัยนเรศวร โดยศึกษา การออกแบบตัวละคร การออกแบบฉากที่เป็นทัศนียภาพของมหาวิทยาลัยนเรศวร เทคนิคการดำเนินเรื่อง การออกแบบภาพเคลื่อนไหวที่จะทำการสร้างสรรค์เพื่อความเข้าใจของผู้รับชมว่าระบบแบ่งปันจักรยานคืออะไรและพัฒนาต่อไป

1. สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเพื่อการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ระบบแบ่งปันจักรยาน มหาวิทยาลัยนเรศวร จะต้องทำการศึกษาค้นคว้า รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล และนำมาวางแผนเพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางหาข้อสรุปในการออกแบบ ให้มีความเหมาะสม สวยงาม เหมาะแก่การนำไปเผยแพร่ออกไปโดยผลการวิจัยสรุปได้ดังต่อไปนี้

1.1 การออกแบบลักษณะตัวละคร (Character Design) ตัวละครในเรื่องใช้เป็นตัวแทนนักศึกษาที่มีชุดนักศึกษา ชุดสีของแต่ละคณะต่างๆ การออกแบบตัวละครทั้งหมดจะมีความสดใส น่ารักเหมาะกับเป็นตัวแทนของนักศึกษาโดยทั่วไป ลักษณะของตัวละคร ตัวละครแต่ละตัวจะมีลายเส้นที่เท่าๆกันเพื่อให้ดูถึงความเรียบง่าย ผ่อนคลาย ไม่หนักแน่น แต่สอดแทรกด้วยรูปทรงอื่นๆ และลวดลายของชุดและเส้นผม เพื่อให้ตัวละครมีเอกลักษณ์ที่ลงตัว ลักษณะรูปร่างของตัวละครแต่ละตัวจะไม่เหมือนกันเพราะตามหลักการออกแบบตัวละครต้องมีความหลากหลาย แตกต่างกันของตัวละครแต่ต้องคำนึงถึงเมื่อนำตัวละครทุกตัวมาอยู่ร่วมกันต้องไม่เกิดความขัดแย้งกันเองส่วนลักษณะการใช้สีจะเน้นใช้สีโทนสว่าง เน้นสีสดใส ให้อารมณ์สดใส น่ารัก ดูร่าเริงเป็นมิตรแก่ธรรมชาติ ใช้การไล่เฉดสี คำนึงน้ำหนักและลวดลายต่างๆลงบนชุดสีเพื่อให้สื่อถึงลักษณะเด่นของคณะนั้นๆหรือตัวละครอื่นๆที่สื่อถึงว่าเป็นนักศึกษา

1.2 การออกแบบฉาก (Scene) ฉากที่จะนำมาเป็นภาพประกอบการเล่าเรื่อง จะเน้นให้รู้สึกภาพบรรยากาศโดยรวมทั้งหมดคือมหาวิทยาลัยนเรศวรโดยจะเน้นการวาดตึกของแต่ละคณะ หรือสถานที่ที่โดดเด่น เช่น ตึกคณะวิศวกรรมศาสตร์ ตึกธรรมราชา โรงพยาบาล อนุสาวรีย์พระนเรศวร ศาลาพระเทพ และอีกมากมาย อีกทั้งภาพประกอบที่นำมาดำเนินเรื่องจะเกี่ยวกับการอธิบายของระบบแบ่งปันจักรยานอีกด้วย ฉากที่ใช้จะให้ความรู้สึกถึงความสดใส ชุมชน เน้นสีเขียวเพื่อความสบาย ประกอบกับการเล่าเรื่องด้วยตัวหนังสือที่เป็นสีเขียวอีกด้วย

1.4 การออกแบบวิธีการดำเนินเรื่อง การดำเนินเรื่องในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ระบบแบ่งปันจักรยาน เรื่องนี้จะใช้การดำเนินเรื่องโดยใช้ตัวละครเด็กนักศึกษาผู้หญิงที่มีความอ่อน

โดยการเล่าเรื่องจะเน้นให้เห็นถึงความหมายว่าระบบแบ่งปันจักรยานใช้อย่างไร พอใช้แล้วจะให้ความรู้สึกที่ต่างกับรถจักรยานยนต์ หรือรถยนต์ที่ก่อให้เกิดมลพิษ โดยการดำเนินเรื่องจะเน้นให้เห็นถึงการหันมาใช้จักรยาน เพราะทางระบบจักรยานมีทางเดินจราจรที่ให้ร่มเงาแก่การสัญจรไปมา เช่น มีต้นไม้ข้างทาง มีหลังคาตามทาง สำหรับปั่นจักรยาน หรือยื่นรอกโดยสารประจำทางเท่านั้น และเส้นทางลัดเพื่อสะดวกและรวดเร็วต่อการเดินทาง

1.5 การออกแบบภาพเคลื่อนไหวของการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ระบบแบ่งปันจักรยาน เน้นการเคลื่อนไหวของตัวละครที่ปั่นจักรยาน โดยการออกแบบการเคลื่อนไหวจะต้องศึกษาวิธีการปั่นจักรยานจริงๆ จากการเคลื่อนไหวของมนุษย์ ศึกษาประเภทของจักรยานโดยลักษณะทั่วไป จักรยานมีหลายประเภท แต่ละประเภทจะมีการเคลื่อนไหวที่ต่างกัน ดังนั้นการศึกษาที่สมจริงทั้งการปั่นจักรยานและประเภทของจักรยาน ถูกนำมาเป็นต้นแบบที่ดีของการทำภาพเคลื่อนไหวในงานชิ้นนี้

2. ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัย

2.1 ควรมีการบอกวิธีการใช้ระบบแบ่งปันจักรยานของมหาวิทยาลัย ได้มากกว่านี้

2.2 การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ระบบแบ่งปันจักรยาน มหาวิทยาลัยนครสวรรค์ ควรได้รับการพัฒนาในเรื่องของการใช้ การออกแบบอีกต่อไป กรณีที่ในยุคของสังคมนี้กำลังเปลี่ยนไปเพื่อความทันสมัยต่อสื่อ และผู้รับชม

2.3 การตัดสินใจในการออกแบบควรใช้เหตุผลและข้อมูลเป็นส่วนประกอบในการตัดสินใจ มากกว่าความรู้สึก

2.4 การทำวิจัย จำเป็นอย่างมากที่จะต้องมีคนคอยให้คำปรึกษาและชี้แนะ

2.5 การรู้จักการวางแผนในเวลาที่มีความสำคัญ โดยเรียงลำดับงานว่าไหนควรทำก่อนหลัง รวมถึงความอดทนจะช่วยให้การทำงานสำเร็จลุล่วงและสมบูรณ์ไปด้วยดีในขั้นตอนของกระบวนการ ประเมินผลทางการศึกษาได้เป็นไปอย่างถูกต้องตามระบบที่คณะกรรมการได้กำหนดเอาไว้ ซึ่งสามารถบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่วางเอาไว้ทั้งนี้เนื่องมาจากได้รับคำแนะนำอันเป็นประโยชน์ จากอาจารย์ที่ปรึกษาที่คอยช่วยเหลือ ให้คำแนะนำต่างๆอย่างเต็มที่

2.6 การออกแบบและสร้างสรรค์ผลงาน ควรกำหนดแนวทางที่ชัดเจนและแน่นอน เพราะเป็นจุดสำคัญของการทำวิจัย เพื่อที่จะได้พัฒนาผลงานออกมาดีหรือไม่นั้นขึ้นอยู่กับความตั้งใจ ความขยัน ชำนาญความใส่ใจและความจริงใจของผู้ทำ

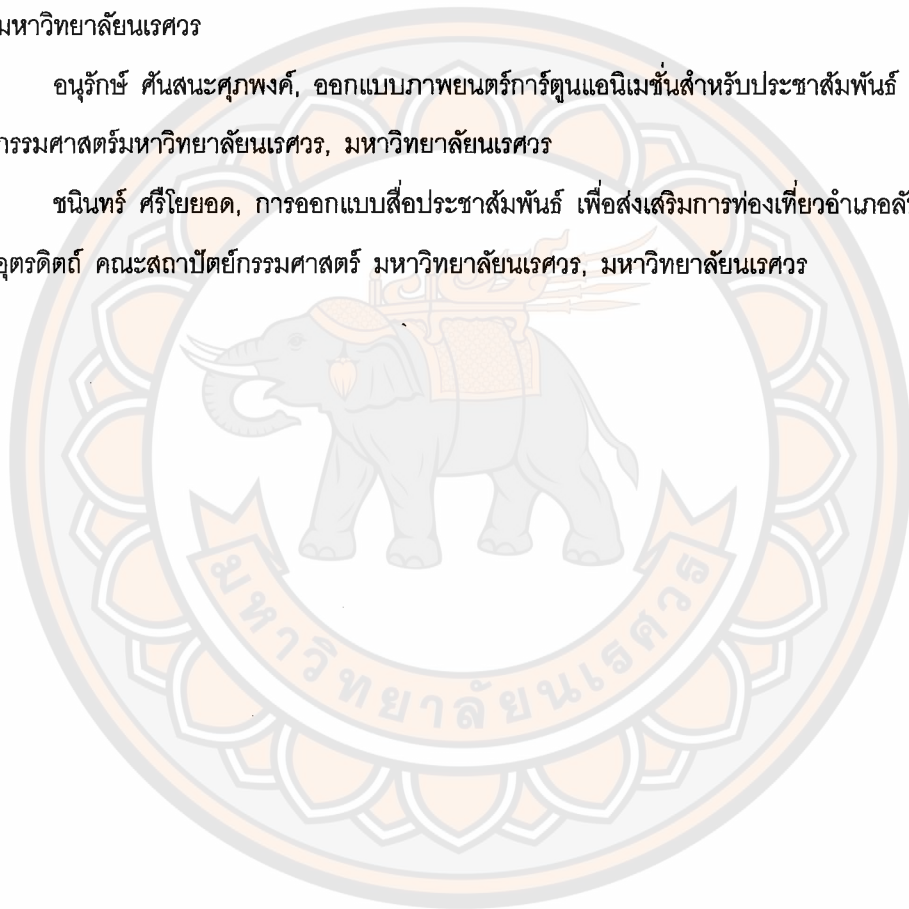
2.7 การทำวิจัยบางทีผู้ที่ทำวิจัยมีปัญหาเรื่องส่วนตัวเข้ามา ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของอะไรก็ตาม การเกิดปัญหาตอนที่กำลังทำวิจัยอยู่นั้น มีผลกระทบอย่างมากต่อผู้ทำวิจัยหลายๆคน ยิ่งทางด้านสภาพจิตใจ ถ้าผู้วิจัยอ่อนแอไม่ยอมทำวิจัยนี้ต่อไป หรืออยากหยุดอยู่เฉยๆ มีความเสี่ยงอย่างมากต่อการที่วิจัยจะไม่สำเร็จลุล่วงไปตามความคาดหวัง ดังนั้นผู้ที่ทำวิจัยจึงต้องมีแรงยึดเหนี่ยวที่จะ

ช่วยพาให้ตัวเองออกมาจากความวิตกกังวลในสภาพเหล่านั้น เรื่องอย่างนี้ ต้องขึ้นอยู่กับตัวผู้วิจัยว่า เหตุผลไหนที่ผู้วิจัยจะกลับมามีแรงสู้ หรือกำลังใจจากตัวเองที่ดีที่สุดที่จะทำให้วิจัยถึงความสิ่งที่ กำหนดตามวัตถุประสงค์เอาไว้



บรรณานุกรม

- วิรัช ลภีรัตนกุล, การประชาสัมพันธ์ Public Relations(พิมพ์ครั้งที่ 12), กรุงเทพฯ:
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- เนตรนภา พรหมทุ่ง , การออกแบบภาพเคลื่อนไหวเพื่อตระหนัก ถึงภาวะโลกร้อน, มหาวิทยาลัย
นเรศวร
- วีรสิทธิ์ บัญอเนก, ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เชิงท่องเที่ยว 9 วัด ในจังหวัดอุทัยธานี,
มหาวิทยาลัยนเรศวร
- อนุรักษ์ คັນชนะศุภพงศ์, ออกแบบภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชันสำหรับประชาสัมพันธ์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยนเรศวร, มหาวิทยาลัยนเรศวร
- ชนินทร์ ศรีโยยอด, การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอลับแล จังหวัด
อุตรดิตถ์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, มหาวิทยาลัยนเรศวร





ภาพเกี่ยวกับการจัดงานนิทรรศการที่เซ็นทรัลพลาซ่าโลก

การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ระบบแบ่งปันจักรยานในมหาวิทยาลัยนเรศวร

การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อการรณรงค์ให้กลุ่มคนในมหาวิทยาลัยนเรศวรระบบแบ่งปันจักรยานมาใช้ เพื่อประโยชน์ส่วนรวมในการเดินทาง เพราะจะมีเส้นทางลัดเฉพาะรถจักรยานที่สามารถผ่านเส้นทางนั้นๆ ได้พร้อมทั้งตลอดเส้นทางที่กำหนดให้มีความร่มเย็นสบายด้วยร่มเงาจากต้นไม้และ Coverway รวมถึงการช่วยลดสภาวะโลกร้อน

เป็นการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ระบบแบ่งปันจักรยานในมหาวิทยาลัยนเรศวร ที่เป็นภาพเคลื่อนไหวสองมิติ โดยการเล่าเรื่องและอธิบายด้วย Animation cartoon ที่เป็นภาพบรรยากาศภายในมหาวิทยาลัย ประกอบกับการเดินทางที่เป็นนักศึกษา และจักรยานแสดงให้เห็นถึงการเดินทางที่ระหว่างทางนั้นมีแต่ต้นไม้ และ Coverway ที่ให้ร่มเงา และเส้นทางลัดเพื่อการเดินทางรวดเร็วเพียงแค่นักศึกษามีบัตรนักศึกษา ก็ใช้จักรยานระบบแบ่งปันได้ และสื่อให้เห็น ถึงการหันมาใช้จักรยานเพื่อลดสภาวะโลกร้อนอีกด้วย





ภายในสื่อประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่จะอธิบายภาพด้วยบรรยากาศภายในมหาวิทยาลัย สื่อให้เห็นถึงการเป็นอยู่และการเดินทางด้วยรถจักรยานอย่างร่มเย็น ภาพบรรยากาศจะถ่ายทอดให้คนดูได้รู้สึกถึงกันรักษาสีเขียวตลอด การอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขโดยไม่รบกวนผู้อื่น โดยการปล่อยก๊าซ

Bike Sharing University **BIKE SHARING Naresuan University** **BIKESHARING NARESUAN UNIVERSITY**

การออกแบบตัวหนังสือเพื่อประกอบการอธิบายสื่อประชาสัมพันธ์ เน้นในเรื่องของการใช้กับกลุ่มคนที่เป็นธรรมชาติ หรือ Green Design ที่มีความสอดคล้องกับจักรยาน

ในที่นี้มีการออกแบบทดลองการใช้ตัวหนังสือในงานอยู่3แบบ แบบที่นำมาใช้จริงคือแบบแรก สื่อให้เห็นถึงการเป็นธรรมชาติ และยังมีลายเส้นที่ทำให้รู้สึกว่าเป็นจักรยาน ที่นอกเหนือจากคพว่า Bike Sharing

การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อบอกที่มาของการทำวิจัยนี้

ในปัจจุบันการเดินทางด้วยจักรยานเป็นอีกทางเลือกหนึ่ง ของสังคมคนเมือง เนื่องจากการเดินทางด้วยจักรยานเป็นการเดินทางที่ประหยัดพลังงาน มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อย พร้อมทั้งยังส่งเสริมสุขภาพของผู้ขี่ขี่ นอกจากนี้ระบบการบริหารจัดการของจักรยานแบบระบบแบ่งปัน (Bike sharing) ประสบความสำเร็จในเมืองใหญ่ ของโลกหลายเมือง เช่น ปารีส ลอนดอน มอนทรีออล เป็นต้น โครงการเหล่านี้ทำให้คนทั่วไปหันมาใช้จักรยานในการเดินทางระยะสั้นมากขึ้น รวมถึงมีการนำแนวคิดนี้มาปรับใช้ภายในมหาวิทยาลัยในต่างประเทศเช่นกัน กหลายแห่งในไทยที่กำลังมีการลงคะแนนโหวต หรือบุคลากรในมหาวิทยาลัยหันมาช่วยโลกร้อนด้วยการปั่นจักรยาน

คณะวิศวกรรมศาสตร์ร่วมกับคณะสถาปัตย์ ได้จัดทำโครงการระบบแบ่งปันจักรยานในมหาวิทยาลัย โดยมีจักรยานไว้ให้ 100 คัน เพื่อสำหรับนิสิตที่เข้ามาใหม่ หรือนิสิตที่ต้องการเดินทางในระยะทางสั้นๆ ทั้งนี้ทางโครงการยังได้จัดทำสถานี 16 จุดภายในมหาวิทยาลัยเพื่อไว้จอดจักรยานของโครงการ และยังมีการเผยแพร่แผนผังเพื่อสะดวกต่อการเดินทาง และประหยัดเวลา อีกทั้งทางโครงการได้จัดทำทางไว้สำหรับรถจักรยานเท่านั้น จะเป็นทางลัดโดยที่รถชนิดอื่นๆไม่สามารถขับขึ้นได้

การใช้รถจักรยาน

1. ต้องมีบัตรนิสิต
2. นำบัตรนิสิตไปสแกนที่สถานี และแม่เหล็กจะปลดล็อกให้

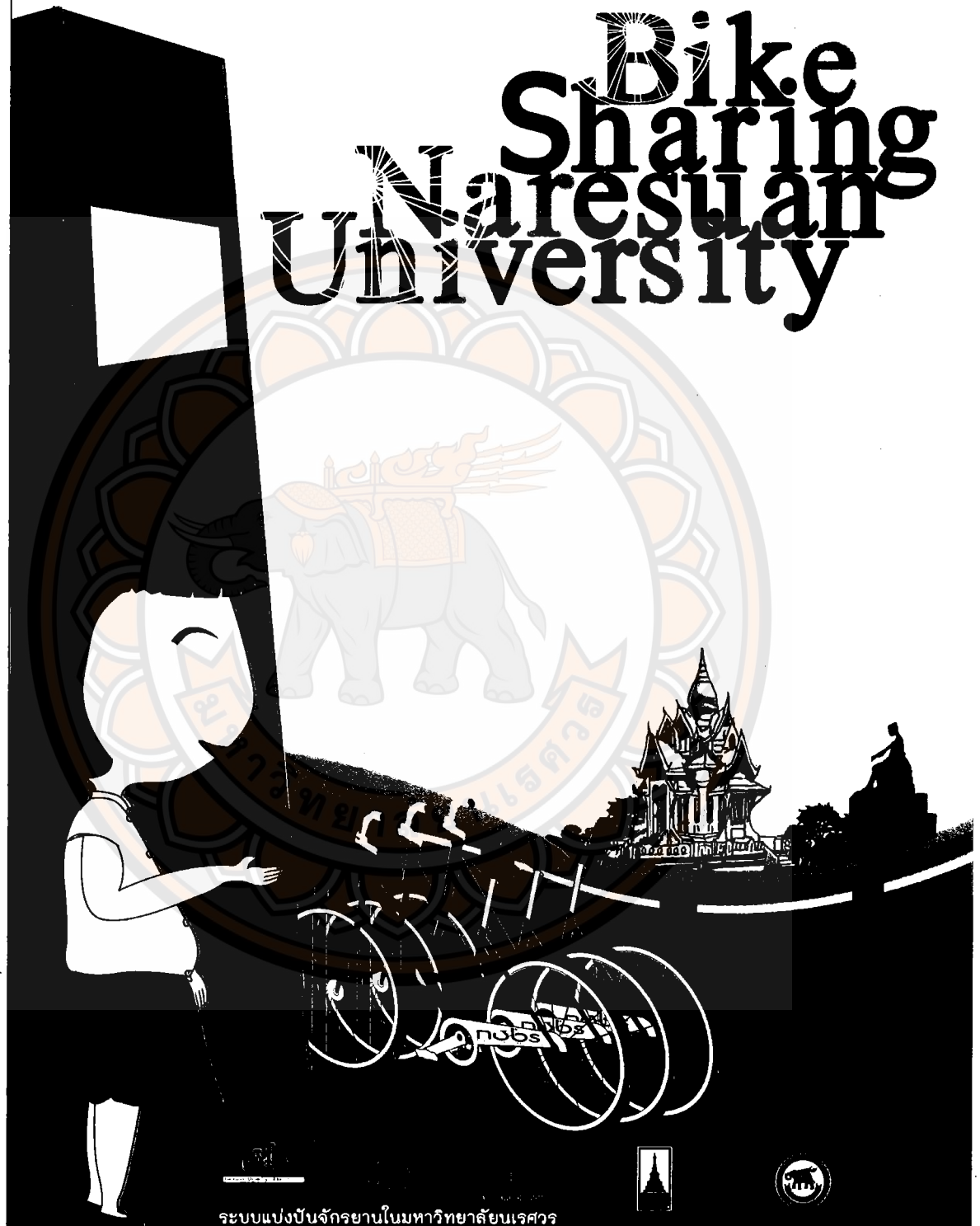
ประหยัดน้ำ อย่าใช้น้ำสิ้นเปลืองไม่เปิดน้ำทิ้งไว้ ปิดเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ไม่ใช้แล้ว และถอดปลั๊กให้เรียบร้อย ลดการใช้ถุงพลาสติก หันมาใช้ถุงผ้าแทน ปลูกต้นไม้ให้ต้นไม้ช่วยดูดซับก๊าซ คาร์บอนไดออกไซด์ ในอากาศใช้จักรยานเวลาไปทำธุระใกล้ๆบ้านอีกทั้งสุขภาพดีอีกด้วย

1. ลดค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมัน
2. ลดการสูญเสียของเชื้อเพลิงที่กำลังจะหมดไปของประเทศไทย
3. ลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO2)
4. ทำให้มีสุขภาพแข็งแรงจากการปั่นจักรยาน ทำให้หัวใจ และปอดแข็งแรงสูดได้ดี
5. ไม่ทำให้เชื้อเพลิงเสื่อมเพิ่มขึ้น กล้ามเนื้อแข็งแรง



การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ในรูปแบบที่เป็นแผ่นพับเพื่อเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ระบบแบ่งปันจักรยาน

Bike Sharing Naresuan University



การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ในรูปแบบที่เป็นโปสเตอร์เพื่อเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ระบบแบ่งปันจักรยาน

ภาพเกี่ยวกับการจัดงานนิทรรศการที่เซ็นทรัลพลาซ่าโลก



ภาพการออกแบบบูธ และ ขนาดของบูธ



ภาพการจัดบูธในงานนิทรรศการ Last shot desgin 10

Welcome

คำว่า "WELCOME" โผล่ขึ้นมา

To

คำว่า "To" โผล่ขึ้นมา



Bike
Sharing

คำว่า "Bike" เลื่อนออกมาจากทางซ้าย
คำว่า "Sharing" เลื่อนออกมาจากทางขวา

Bike
Sharing



มีตัวละครปั่นจักรยานอยู่ใต้คำ

นยบส
Naresuan University B.Sc.

คำว่า "WELCOME" โพล์ขึ้นมา



คำว่า "At" โพล์ขึ้นมา

Naresuan
University

คำว่า "Naresuan University"
โพล์มาตรงกลาง



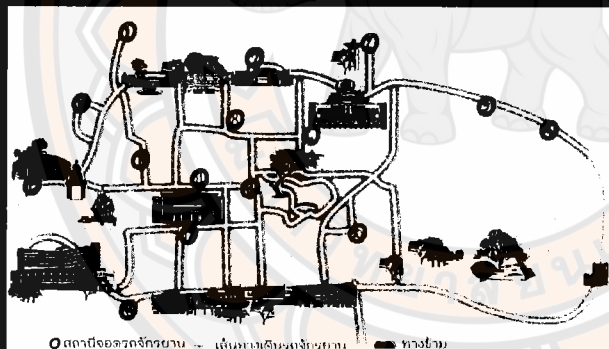
มีตัวละครบนจักรยานอยู่ใต้คำ



คำว่า ตัวหนังสือค่อยๆปรากฏขึ้นมาพร้อมกับภาพ

16 Points

คำว่า " 16 Point" โผล่ขึ้นมา



แผนที่ค่อยๆโผล่



แผนที่โผล่เสร็จก็มีเด็กใช้ระบบจักรยาน

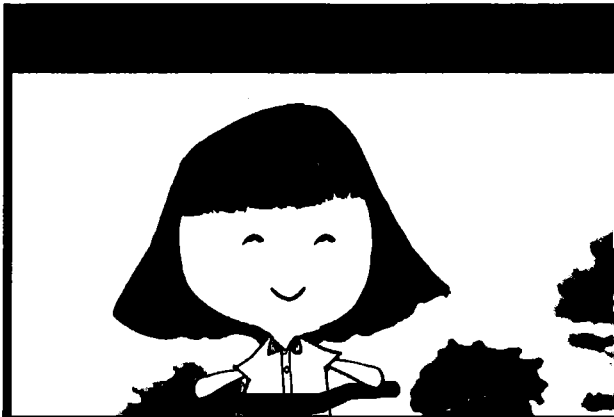


เลข๕เด่นขึ้น แล้วก็มีสัญญาณไฟแดงๆกระพริบๆ
หมายถึงเด็กได้ใช้จักรยาน ชอง 5

แล้วก็เอาบัตรนิสิตออก

เอาจักรยานออกไปปั่น

ปั่นอย่างมีความสุข ด้วยบรรยากาศข้างๆทางที่สดใส



แสดงให้เห็นว่าการหันมาใช้จักรยานก็สบาย
ปลอดภัยจากมลพิษ



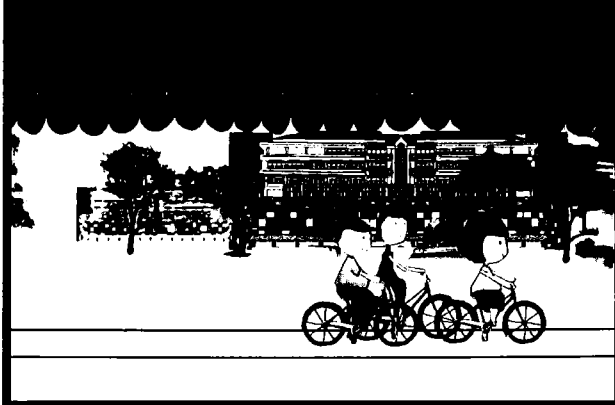
บ้าน ชมทิวทัศน์ไปทางพระนเรศวร



มีคนปั่นด้วย และมีมอเตอร์ไซด์ ผ่านแสดงให้
เห็นความต่างของการใช้รถ



ปั่นอย่างมีความสุข ด้วยบรรยากาศข้างๆทางที่สดใส



ตลอดแนวทางส่วนใหญ่ จะมีหลังคาเพื่อช่วยบังแดด



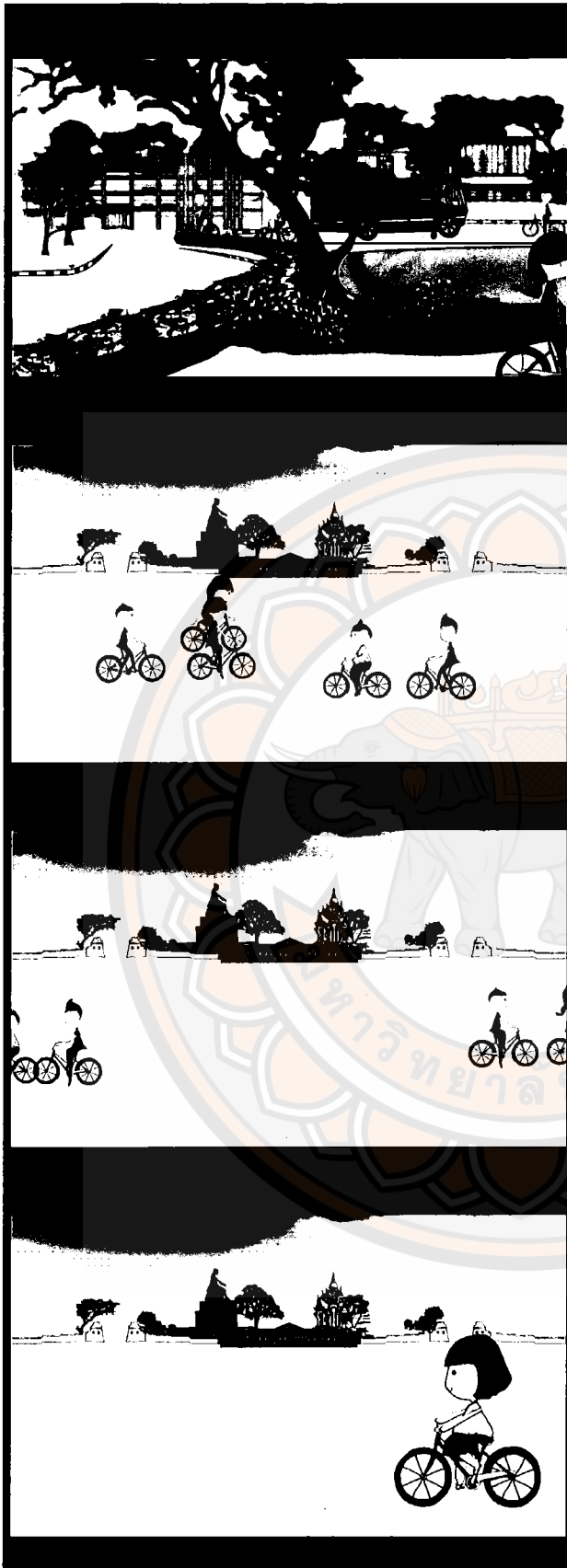
บ้าน ชมทิวทัศน์ไปทางสระน้ำ



มีเพื่อนๆมาบ้านด้วยยามเย็นๆหลังเลิกเรียน



บ้านไปด้วยความสุข ของการใช้จักรยาน



ตลอดแนวทางจะมีต้นไม้ให้ความร่มเงา

ตัวละครไปเข้ามาในเฟรม ภาพนี้แสดงให้เห็นว่ามหาวิทยาลัย มีการใช้จักรยานร่วมกันอย่างมีความสุข และทำให้จิตใจสบายผ่อนคลาย

แล้วตัวละครก็ปั่นออกนอกเฟรม

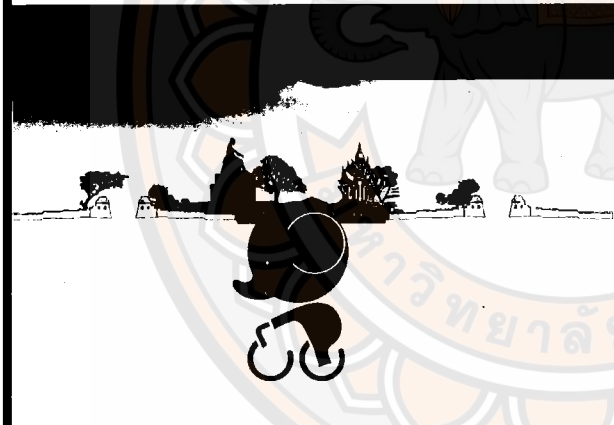
มีเด็กผู้หญิงคนนึงปั่นมาทางซ้ายของเฟรม



ตัวละครทำหน้าตาแปลกๆ



แล้วก็มีแสงออกมาจากที่คาดผม



แล้วก็ปรากฏตัวว่าเป็นช้าง หรือตัวมาสคอตของ
โครงการนี้นั่นเอง

มีเด็กผู้หญิงคนหนึ่งบ้านมาทางซ้ายของเฟรม