

ใบความรู้ เรื่อง ทักษะศิลป์ในงานโฆษณา
หน่วยการเรียนรู้ที่ ๔ เรื่อง ประติมากรรมกระดาษและงานโฆษณา
แผนการจัดการเรียนรู้ที่ ๒-๓ เรื่อง ทักษะศิลป์ในงานโฆษณา
รายวิชา ศิลปะ (ทักษะศิลป์) รหัสวิชา ศ๒๒๑๐๑ ภาคเรียนที่ ๑ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๒

โฆษณา คือ การชี้แจง ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ ธุรกิจการค้า การประกาศเชิญชวน หรือการรณรงค์ เพื่อสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มลูกค้าผ่านสื่อในรูปแบบต่าง ๆ

การออกแบบโฆษณา เป็นกระบวนการทำงานสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อนำเสนอข้อคิดเห็นหรือที่เรียกกันว่าออกแบบทางพาณิชย์ศิลป์ ซึ่งเน้นการออกแบบสร้างสรรค์ให้มีจุดเด่น มีความน่าสนใจในด้านรูปแบบ สีสัน ลวดลายที่จะช่วยสร้างความดึงดูดใจให้แก่ผู้ที่พบเห็น

จุดประสงค์ของการโฆษณา

ดังที่กล่าวไปแล้วว่าการโฆษณาเป็นการประชาสัมพันธ์สิ่งต่าง ๆ ที่ต้องการสื่อสารให้กับกลุ่มเป้าหมาย หรือกลุ่มลูกค้า ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น ๓ จุดประสงค์ คือ

๑. การโฆษณาเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจร่วมกันในสังคม
๒. เพื่อรณรงค์หรือต่อต้าน
๓. เพื่อเชิญชวนให้เกิดความสนใจในผลิตภัณฑ์ทางด้านธุรกิจ

รูปแบบในการนำเสนอโฆษณา

การนำเสนอโฆษณา สามารถนำเสนอด้วยสื่อรูปแบบต่าง ๆ ได้ ดังนี้

๑. สื่อทางโทรทัศน์
๒. หนังสือพิมพ์
๓. วิทยุ
๔. แผ่นป้ายโปสเตอร์
๕. ใบปลิว
๖. อาคาร สถานที่ต่าง ๆ
๗. สื่อทางสังคมออนไลน์ (Social media)

ซึ่งรูปแบบในการโฆษณาเหล่านี้ มีลักษณะการสื่อสารที่หลากหลาย ทั้งการสื่อสารที่รับรู้ได้เฉพาะทางสายตา การสื่อสารที่รับรู้ได้เฉพาะทางการได้ยิน และการสื่อสารที่รับรู้ได้จากทางสายตาและการฟังไปพร้อม ๆ กัน ซึ่งการสื่อสารผ่านสื่อแต่ละรูปแบบนี้จะส่งผลกระทบต่อรับรู้และความสนใจของกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน

ทัศนศิลป์

ทัศนศิลป์ คือ ศิลปกรรมประเภทหนึ่ง ซึ่งแสดงออกทางสื่อที่เป็นรูปภาพหรือรูปทรง รับรู้ได้ด้วยการเห็นและสัมผัสได้ด้วยการจับต้อง เช่นภาพจิตรกรรม ภาพพิมพ์ งานสถาปัตยกรรม งานประติมากรรม

การนำทัศนศิลป์ไปใช้ในงานโฆษณา

งานทัศนศิลป์ที่นำไปใช้ในงานโฆษณาที่สามารถพบเห็นได้มากที่สุด คือการสื่อสารด้วยงานจิตรกรรม และงานภาพพิมพ์ เนื่องจากเป็นกระบวนการในการสร้างสรรค์ภาพออกมาในรูปแบบผลงาน ๒ มิติ ซึ่งงานทั้ง ๒ ประเภทนี้ มีลักษณะของการนำไปใช้แตกต่างกันดังนี้

จิตรกรรม	ภาพพิมพ์
๑. ศิลปินใช้การสร้างสรรค์ด้วยการลงมือวาดทุกใหม่ทุกชิ้น	๑. ศิลปินใช้การสร้างสรรค์แม่พิมพ์ต้นแบบในการทำงานและใช้กระบวนการพิมพ์ผลิตซ้ำหลาย ๆ ครั้ง
๒. ผลิตได้ทีละจำนวนน้อย	๒. ผลิตได้ทีละมาก ๆ
๓. เหมาะกับการใช้ในการประชาสัมพันธ์วงแคบ	๓. เน้นการประชาสัมพันธ์เป็นวงกว้าง หลายพื้นที่
๔. ต้นทุนในการผลิตน้อยกว่าภาพพิมพ์	๔. ต้นทุนในการพิมพ์ค่อนข้างสูง

ซึ่งในปัจจุบันรูปแบบของการสร้างสรรค์สื่อโฆษณามีการพัฒนาให้มีรูปแบบที่หลากหลายเพื่อสร้างความน่าสนใจให้แก่ผู้พบเห็น รวมทั้งการเลือกใช้กระบวนการในการสร้างสรรค์ผลงานให้มีความสะดวก เหมาะสมต่อการนำไปใช้ในการเผยแพร่เป็นวงกว้างได้อย่างรวดเร็ว

ทั้งนี้ ในการสร้างสรรค์สื่อโฆษณาให้มีความสวยงามนั้นจำเป็นต้องมีความรู้เกี่ยวกับหลักการทางศิลปะ อันได้แก่ ความรู้ในการนำทัศนธาตุและหลักการจัดองค์ประกอบศิลป์ไปใช้ในการสร้างสรรค์ผลงาน โดยทัศนธาตุและหลักการจัดองค์ประกอบศิลป์ มีรายละเอียดดังนี้

ทัศนธาตุ คือ ส่วนประกอบต่าง ๆ ที่สำคัญ ในงานศิลปะหรือทัศนศิลป์ ซึ่งเราสามารถนำส่วนประกอบแต่ละอย่างมาสร้างเป็นงานศิลปะได้ในหลายรูปแบบซึ่งก็จะให้ความรู้สึกในการมองที่แตกต่างกันไป สิ่งที่ควรคำนึงก็คือส่วนประกอบในงานศิลปะหรือทัศนศิลป์ทุก ๆ อย่าง โดยประกอบด้วย

๑. จุด
๒. เส้น
๓. สี
๔. รูปร่างรูปทรง
๕. น้ำหนัก
๖. พื้นผิว
๗. พื้นที่ว่าง

หลักการจัดออกแบบ คือ การนำเอา เส้น รูปทรง ค่าของน้ำหนัก สี และพื้นผิว มาจัดวางลงในที่ว่าง ส่วนประกอบของการออกแบบได้มาปรากฏตัวอยู่ในที่ว่าง ซึ่งได้กล่าวมาแล้วในข้างต้นในเรื่องของการสร้างภาพ ๒ มิติ และ ๓ มิติ ขึ้นในที่ว่างของภาพ ซึ่งเรียกว่าองค์ประกอบทางรูปธรรม และยังมีองค์ประกอบทางนามธรรม ซึ่งหมายถึงเนื้อหาสาระอีกส่วนหนึ่งด้วย

๑. เอกภาพ
๒. ความกลมกลืน
๓. ความขัดแย้ง
๔. ความสมดุล
๕. จังหวะ
๖. สัดส่วน
๗. จุดเน้น

หลักการออกแบบที่นำมาใช้ในการสร้างสรรค์สื่อโฆษณา อาจไม่ได้ใช้หลักการครบทั้ง ๗ อย่าง แต่หลักการออกแบบที่เหมาะสมต่อการนำไปใช้ในการทำสื่อโฆษณา เพื่อให้มีคุณภาพในการสื่อสารและช่วยกระตุ้น ดึงดูดความสนใจแก่ผู้พบเห็นคือ ๑.) ความสมดุล ๒.) ความเป็นเอกภาพ และ ๓.) จุดเน้น

ดังนั้น ความรู้ทางด้านศิลปะ จึงเป็นส่วนสำคัญที่ส่งผลให้การโฆษณานั้นมีประสิทธิภาพและส่งผลในเชิงบวกกับกลุ่มเป้าหมาย ทั้งจากการใช้ทัศนศิลป์ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อเป็นสื่อกลางในการสื่อสาร และการใช้ความรู้ทางด้านศิลปะ อันได้แก่ ทัศนธาตุและหลักการออกแบบ เพื่อให้มีความสวยงามและดึงดูดความสนใจ