

บทที่ 1

แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์

การออกแบบให้สื่อสิ่งพิมพ์มีความสวยงามหรือมีความเหมาะสมถูกต้องตามวัตถุประสงค์ของการใช้งานนั้นถือว่าเป็นขั้นตอนที่สำคัญอีกขั้นหนึ่ง ถึงแม้ว่าจะไม่ใช่ขั้นตอนโดยตรงของกระบวนการพิมพ์ก็ตาม แต่ก็นับว่ามีความสำคัญมาก เพราะสิ่งพิมพ์ในปัจจุบันมิได้มุ่งให้อ่านได้สื่อข้อความได้เพียงอย่างเดียว แต่ยังมุ่งให้มีความสวยงาม เอื้ออำนวยต่อการอ่าน จดจำง่าย สะดุดตา และยังมีมุ่งประโยชน์ทางการค้าอีกด้วย การออกแบบจึงเข้ามามีบทบาทต่อการพิมพ์และผลิตสื่อสิ่งพิมพ์อย่างมาก อาจกล่าวได้ว่าสื่อสิ่งพิมพ์นั้นเป็นผลผลิตของศิลปะและเทคโนโลยีในขณะเดียวกัน การวางรูปแบบและการออกแบบที่ดีจะช่วยให้สื่อสิ่งพิมพ์ดูมีชีวิตชีวายิ่งขึ้น และไม่น่าเบื่อหน่ายอีกต่อไป ดังนั้นในบทนี้จะทราบถึงความหมายและความเป็นมาของการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ ตลอดจนขั้นตอนในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เบื้องต้น รวมทั้งเครื่องมือที่เข้ามาสัมพันธ์กับการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ให้มีความสวยงามและเหมาะสมต่อการใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ความหมายของการออกแบบ

ในการให้คำจำกัดความคำว่า “การออกแบบ” นั้นมีนักวิชาการหลายท่านได้แสดงทัศนะไว้ดังนี้

นวนน้อย นุญวงษ์ (2542, หน้า 2-3) ได้ให้ความหมายของการออกแบบไว้เป็น 2 แนวทาง แนวทางแรกเมื่อเป็นคำนาม หมายถึง ผลงานหรือผลผลิตที่เกิดขึ้นจากทั้งสองกระบวนการ คือ กระบวนการออกแบบซึ่งยังอยู่ในรูปของแนวความคิด แบบร่างตลอดจนต้นแบบ และจากกระบวนการผลิตซึ่งอยู่ในรูปของผลผลิตที่เป็นวัตถุของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ แนวทางที่สองเมื่อเป็นคำกริยา หมายถึง กระบวนการทำงานเพื่อให้เกิดเป็นผลผลิตที่กล่าวถึงในแนวทางแรก

วิบูล จันทรไย้ม (2546, หน้า 6) ได้ให้ความหมายของการออกแบบ หมายถึง การวางแผนการทำงาน และการสร้างสรรค์ผลงานชิ้นใหม่ หรือเป็นการดัดแปลงปรับปรุงของเดิมให้ดียิ่งขึ้น โดยใช้ส่วนประกอบของการออกแบบ และหลักการจัดองค์ประกอบเพื่อทำให้ผลงานที่เกิดขึ้นมีความงามหรือมีประโยชน์ทางการใช้สอยก็ได้แล้วแต่จุดมุ่งหมายที่วางไว้

วิรัตน์ พิชญ์ไพบูลย์ (2528, หน้า 1) ได้ให้ความหมายของการออกแบบ หมายถึง การใช้ความคิดในการสร้างสรรค์งานศิลปะ ด้วยการเลือก การจัดวัสดุและเครื่องมือเพื่อสร้างงานศิลปะที่มีรูปลักษณะให้เหมาะสมกับหน้าที่ในด้านความงามและอรรถประโยชน์ หรือการสร้างสรรค์งาน

ศิลปะบริสุทธิ์ที่มีความมุ่งหมายในด้านความงดงาม ความซาบซึ้ง ความสะเทือนใจ เพื่อให้เกิดความนิยม

วัฒน์ จุฑะวิภาต (2527, หน้า 10) ได้ให้ความหมายของการออกแบบ หมายถึง การออกแบบจะเกี่ยวข้องกับการควบคุมและความรู้ในหน้าที่ของเครื่องมือต่าง ๆ ซึ่งใช้ในการสร้างสรรค์ผลงาน แต่ที่มากกว่านั้นคือ การออกแบบเป็นสิ่งซึ่งเจริญเติบโตได้ สร้างความหวัง ความฝัน ความต้องการและแรงบันดาลใจให้กับมนุษย์

ศิริพงษ์ พยอมแย้ม (2537, หน้า 21) ได้ให้ความหมายของการออกแบบ (design) ซึ่งมีรากศัพท์มาจากภาษาละตินว่า "designare" หมายถึง การกำหนดออกมา กะ หรือขีดเขียนไว้ เป้าหมายที่ได้แสดงออกมาก อาจเป็นโครงการ รูปแบบ หรือแผนผัง โดยผู้ออกแบบได้กำหนดขึ้นมาด้วยการจัดทำทาง ถ้อยคำ เส้น สี แสง รูปร่าง โครงสร้าง ลักษณะพื้นผิวตามหลักเกณฑ์

อารี สุทธิพันธุ์ (2521, หน้า 8-9) ได้ให้ความหมายของการออกแบบ หมายถึง การรู้จักวางแผนเพื่อจะได้กระทำตามที่ต้องการ ตลอดจนรู้จักเลือกวัสดุและวิธีการเพื่อทำตามที่ต้องการนั้น โดยให้สอดคล้องกับลักษณะของรูปและคุณสมบัติของวัสดุแต่ละชนิด ตามความคิดสร้างสรรค์ หรือเป็นการปรับปรุงรูปแบบผลงานที่ดีอยู่แล้วให้เหมาะสมและมีความแปลกใหม่เพิ่มขึ้น การออกแบบจึงมีทั้งเป็นการสร้างสิ่งใหม่และเป็นการปรับปรุงของเดิม

พจนานุกรมเฮริทิจอเมริกา (The American Heritage dictionary, 1983, p. 256)

ได้กล่าวสรุปความหมายของการออกแบบไว้เป็นหัวข้อสั้น ๆ ดังนี้

1. การประดิษฐ์ที่เกิดขึ้นในใจการวาดตัวอย่างให้มองเห็นโดยคร่าว ๆ ด้วยวิธีการสเกตช์หรือการวาด

2. ทำให้มองเห็นขั้นสำเร็จหรือวัตถุประสงค์ที่วางไว้

3. การวาดหรือการร่างภาพเพื่อนำเสนอรายละเอียดของบางสิ่งบางอย่างที่จะทำขึ้น

4. การจัดเตรียมในส่วนต่าง ๆ หรือรายละเอียดของบางสิ่งบางอย่างที่จะจัดทำขึ้น

ตามแผน

5. การตกแต่งลวดลาย

6. ศิลปะแห่งการสร้างสรรค์การออกแบบในสิ่งทั้งหลาย

7. แบบแผนหรือโครงการ

8. เหตุผลในวัตถุประสงค์หรือความตั้งใจ

พจนานุกรมกลอเรีย (The Grolier International dictionary, 1992, p. 259) ได้กล่าวว่า การออกแบบหมายถึงการตกแต่งลดทอน หรือโครงสร้างสำหรับทำบางสิ่งบางอย่างก่อนลงรายละเอียดให้ดูมีชีวิต รวมทั้งโครงสร้างโดยทั่ว ๆ ไปของชิ้นงานศิลปะซึ่งประกอบด้วย การจัดเตรียมเกี่ยวกับรูปร่าง รูปทรง สี น้ำหนัก วัสดุ ฯลฯ และการสร้างสิ่งหนึ่งสิ่งใดขึ้นมาเป็นแบบอย่างก่อนการผลิต

หวูเซี่ยะ หว่อง (Wong, 1972, p. 5) ได้กล่าวว่า การออกแบบหมายถึงความงามของบางสิ่งบางอย่างที่สร้างสรรค์ขึ้นด้วยความเพียรให้ปรากฏเพียงความงาม เพื่อให้ผู้พบเห็นเกิดความรู้สึกพึงพอใจ

ดังนั้น การออกแบบจึงมีความหมายโดยสรุปว่า เป็นการคิดกระทำการสิ่งใดให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยใช้องค์ประกอบทางศิลปะ อาทิ เส้น สี รูปร่าง รูปทรง พื้นที่ว่าง พื้นผิว ประกอบรวมกันให้ผลงานนั้นเกิดความงดงาม มีสุนทรียภาพ และเกิดประโยชน์ใช้สอยตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ หรือเป็นกระบวนการทางความคิดในอันที่วางแผนการรวบรวมองค์ประกอบทั้งหลายเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบเพื่อสร้างสรรค์หรือปรับปรุงประดิษฐ์กรรมต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพทั้งในด้านประโยชน์ใช้สอยและด้านความงามหรือให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของการออกแบบที่ได้วางไว้

ขอบข่ายของการออกแบบ

ความหมายของการออกแบบสมัยใหม่ได้ถูกนำออกไปใช้อย่างกว้างขวางโดยเฉพาะส่วนของการกำหนดและวางแผนที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลทางศิลปะ เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการนำไปใช้ในการแสดงออกทางด้านศิลปะนั้นคือในการออกแบบที่สมบูรณ์นั้นจะต้องประกอบด้วยเงื่อนไข 6 ประการ ดังนี้ (Osborne, 1980, p. 312)

1. ข้อมูลการออกแบบ
2. ทฤษฎีความสัมพันธ์ระหว่างรูปทรง
3. มूलฐานทางการออกแบบที่มีพลังในการสื่อความหมาย
4. การแสดงเหตุผล
5. การคำนึงถึงความง่ายและความประหยัด
6. สิ่งที่กำหนดขึ้นในตราหรือเครื่องหมาย เป็นที่ยอมรับของผู้อื่น

วัตถุประสงค์ของการออกแบบ

ในการสร้างสรรค์ผลงานออกแบบของมนุษย์นั้น มีวัตถุประสงค์ที่สามารถจำแนกได้ 5 ประการดังต่อไปนี้ (วิบูล จันทรไฉ่ม, 2546, หน้า 8-9)

1. งานออกแบบเพื่อการอยู่อาศัย เป็นงานออกแบบที่จะต้องคำนึงถึงการใช้งานบริเวณว่าง ความงาม โครงสร้างของวัสดุ เช่น การออกแบบทางสถาปัตยกรรม การออกแบบตกแต่ง การออกแบบผังเมือง เป็นต้น
2. งานออกแบบเพื่อการใช้สอย เป็นงานออกแบบที่จะต้องคำนึงถึงประโยชน์ในการใช้สอยและความงามควบคู่กันไปอย่างแยกไม่ออก เช่น การออกแบบเครื่องเรือน รถยนต์ ของประดับ ของเล่น เป็นต้น
3. งานออกแบบเพื่อการเผยแพร่ เป็นงานออกแบบที่จะต้องคำนึงถึงความต้องการของมนุษย์ วัฒนธรรมของแต่ละสังคม และการออกแบบให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งมีความสัมพันธ์กับศิลปะและจิตวิทยาโดยตรง เช่น การออกแบบงานโฆษณา เป็นต้น
4. งานออกแบบเพื่อเสนอความงาม งานออกแบบในลักษณะนี้ได้มีการพัฒนาไปอย่างกว้างขวางตามสภาพความคิดและความเชื่อของกลุ่มลัทธิต่าง ๆ เป็นงานออกแบบด้านทัศนศิลป์ เช่น การออกแบบในงานจิตรกรรม ประติมากรรม ภาพพิมพ์ สื่อผสม ซึ่งต้องการความรู้ลึกซึ้งเกี่ยวกับอารมณ์ ความซาบซึ้งต่อความงาม ความคิด ทัศนคติบางอย่าง เป็นคุณค่าทางอารมณ์ความรู้ลึกซึ้งที่อาจจะมีผลต่อการดำรงชีวิตหรือทัศนคติของมนุษย์ในสังคมนั้น
5. งานออกแบบเพื่อการดำรงชีพ เป็นงานออกแบบเพื่อชีวิตความเป็นอยู่ หรืออาชีพในชุมชน เช่น การออกแบบในงานกลีกรรม งานเลี้ยงสัตว์ งานออกแบบเครื่องมือการประกอบอาชีพ เครื่องทุ่นแรง เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อใช้ประโยชน์ในการพัฒนาการดำรงชีพของมนุษย์

ความเป็นมาของการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์

วัสดุสิ่งพิมพ์ (printed material) นับได้ว่าเป็นประดิษฐกรรมของมนุษย์ที่มีวิวัฒนาการสืบทอดกันมาเป็นเวลานานกว่า 2,000 ปี จากหลักฐานทางการพิมพ์ที่มีอายุเก่าแก่ที่สุด ได้แก่ การพิมพ์หนังสือวัชรสูตรด้วยเทคนิคแม่พิมพ์แกะไม้ ซึ่งมีลักษณะเป็นม้วนโดยช่างชาวจีนชื่อ “วางเซี่ยะ” ในปีค.ศ. 868

จากรูปแบบงานพิมพ์ในยุคแรก ซึ่งมีลักษณะเป็นม้วนย่อมทำให้เกิดปัญหาในความไม่สะดวกต่อการค้นหาข้อความที่ต้องการ และเปลืองเนื้อที่ในการค้นหา มาก ชาวจีนจึงได้คิดทำ

หนังสือเล่มในลักษณะการพับ (fold book) ด้วยการพับไปพับมาคล้ายสมุดข่อยของไทย ในปี ค.ศ.950 ทำให้เกิดความสะดวกต่อการอ่านมากขึ้น ต่อมาได้ดัดแปลงรูปแบบของหนังสือโดยการใช้ด้ายเย็บที่สันของหนังสือเพื่อให้สะดวกต่อการเปิดอ่านมากขึ้น และเป็นต้นแบบหนังสือแบบเย็บเล่ม (stitched book) เป็นครั้งแรกในปี ค.ศ. 1116

ต่อมากิจการพิมพ์ได้ขยายตัวอย่างกว้างขวางในทวีปยุโรป จากการพัฒนาตัวพิมพ์และเครื่องพิมพ์โดยกูเตนเบิร์กเมื่อปี ค.ศ. 1440 การจัดรูปแบบของหนังสือจะมีลักษณะเป็นเล่มขนาดใหญ่เนื่องจากตัวพิมพ์มีขนาดใหญ่ และยังไม่มีการตกแต่งหน้าหนังสือให้สวยงาม เพราะมุ่งประโยชน์เพียงการเสนอเนื้อหาสาระเท่านั้น

ในปี ค.ศ. 1499 เอลดัส มานูทีอุส (Aldus Manutius) ช่างพิมพ์ชาวเวนิสได้ออกแบบตัวพิมพ์ให้มีขนาดเล็กลงจึงมีผลทำให้หนังสือมีขนาดเล็กใกล้เคียงกับหนังสือที่พิมพ์ในปัจจุบัน ทำให้การพิมพ์หนังสือได้รับความนิยมจากผู้อ่านอย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น แต่ในการจัดหน้าหนังสือก็ยังมิได้เน้นความประณีตงดงามในทางศิลปะเพราะมุ่งแสดงข้อความเท่านั้น

จนในปี ค.ศ.1888 วิลเลียม มอริส (William Morris) นักเขียนและศิลปินชาวอังกฤษได้จัดตั้งสำนักพิมพ์เคลมสคอตต์ (Kelmscott press) และมีการจัดทำหนังสือให้มีความงดงามแตกต่างจากสิ่งพิมพ์ในยุคก่อน โดยใช้แรงบันดาลใจจากศิลปะยุคกลาง และลวดลายพฤกษชาติมาใช้เป็นกรอบหน้าหนังสือ ตลอดจนการออกแบบตัวพิมพ์ที่งดงามขึ้นมาใหม่ 3 แบบ ได้แก่ แบบโกลเด้น (golden) แบบทรอย (troy) และแบบชิวเซอร์ (chaucer) ซึ่งยังคงนิยมใช้กันมาถึงปัจจุบัน

นักออกแบบสิ่งพิมพ์ได้พัฒนารูปแบบของสิ่งพิมพ์จากการเริ่มต้นของมอริสโดยการผสมผสานศิลปะแบบยุโรปและศิลปะภาพพิมพ์แกะไม้ของญี่ปุ่นเข้าด้วยกันโดยเน้นลายเส้นที่อ่อนหวานและการตัดกันระหว่างรูปเรขาคณิตกับรูปธรรมชาติจนเกิดเป็นศิลปะของการออกแบบกลุ่มอาร์ตนูโวในตอนปลายศตวรรษที่ 19 และก่อให้เกิดการตื่นตัวในการออกแบบตกแต่งสิ่งพิมพ์ได้แก่ หนังสือ ภาพโฆษณา สุนัขบัตร แผ่นพับ ฯลฯ อย่างกว้างขวางตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา

สมัยต้นศตวรรษที่ 20 โลกเข้าสู่ยุคอุตสาหกรรม การออกแบบสิ่งพิมพ์ได้นำแนวความคิดที่เป็นระบบการผลิตเชิงอุตสาหกรรมเข้ามาใช้งานออกแบบโดยเน้นประโยชน์ใช้สอย คำนึงถึงความก้าวหน้าทางวัสดุ เวลา และแรงงาน ผลจากการก่อตั้งสถาบันการออกแบบบาวเฮาส์ขึ้นในเยอรมันเมื่อปี ค.ศ. 1919 ทำให้เกิดแนวทางในการสร้างแม่พิมพ์จากภาพถ่าย ซึ่งแต่เดิมใช้วิธีวาดภาพประกอบเท่านั้นมีการทำ “ตารางกริด” (grid scale) มาใช้เป็นหลักในการจัดวางหน้าการใช้ตัวอักษรวางขีดเสมอหน้าและเสมอหลัง เป็นต้น

ในปัจจุบันได้มีการค้นพบเทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการสร้างสรรค์งานออกแบบสิ่งพิมพ์ โดยเฉพาะการนำคอมพิวเตอร์มาใช้ในการเรียงพิมพ์ตัวอักษร การจัดหน้าด้วยคอมพิวเตอร์ การออกแบบภาพประกอบ และการผสมภาพโดยใช้เครื่องโครมาคอม เป็นต้น ทำให้การออกแบบสิ่งพิมพ์ในปัจจุบันสามารถขยายขอบข่ายปฏิบัติงานได้อย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น

ประเภทของงานออกแบบสิ่งพิมพ์

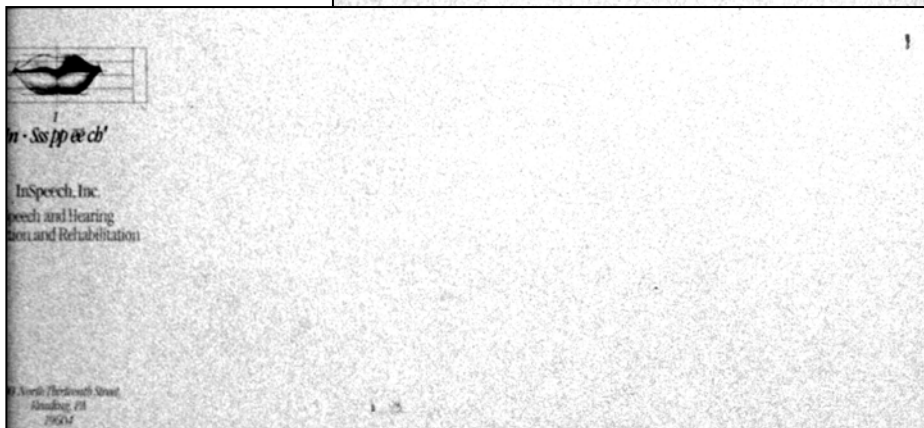
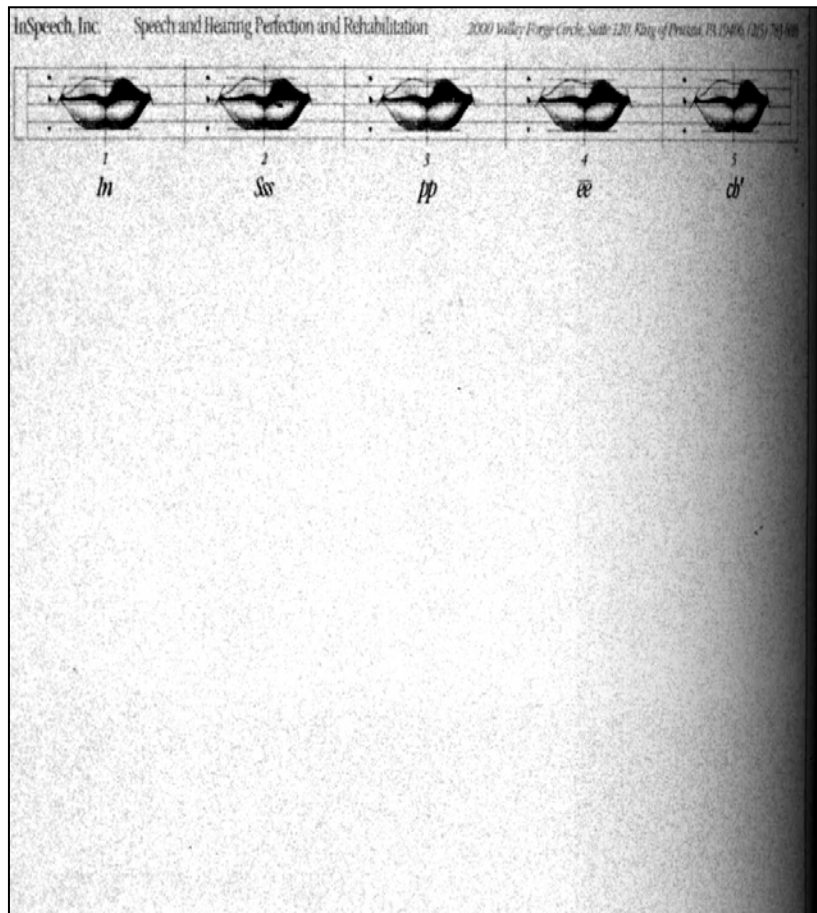
สิ่งพิมพ์หรืองานกราฟิกที่เราพบเห็นอยู่ในชีวิตประจำวันมีอยู่มากมายหลายประเภทและแตกต่างกันหลายขนาดตั้งแต่ ขนาดเล็กจิ๋ว เช่น แสตมป์ นามบัตร ฯลฯ จนกระทั่งถึงกระดาษเขียนจดหมาย หนังสือที่มีขนาดเล็ก-ใหญ่ โดยเอลิซาเบธ ดับเบิลยู แอดเลอร์ได้แบ่งประเภทของงานออกแบบสิ่งพิมพ์ไว้ 4 ประเภทดังนี้ (Adler, 1993, p. 2)

1. งานออกแบบสิ่งพิมพ์ชนิดกระดาษทางธุรกิจ (business papers) ได้แก่ ซองจดหมาย กระดาษจดหมาย นามบัตรธุรกิจ ป้ายหรือฉลาก แบบฟอร์มและใบส่งสินค้า กระดาษบันทึกช่วยจำ และสมุดฉีก

1.1 หัวกระดาษและซองจดหมาย (letter head and envelope)

เป็นสิ่งพิมพ์ที่ใช้เพื่อการสื่อสารทางธุรกิจโดยตรง นับเป็นสิ่งพิมพ์ประเภทแรกที่จะทำให้ผู้ติดต่อสื่อสารเกิดความประทับใจในการทำงานร่วมกัน

ส่วนประกอบหรือสาระสำคัญที่ปรากฏในหัวกระดาษจดหมายและซองประกอบด้วยชื่อตัวแทนธุรกิจ สถานที่ที่สามารถติดต่อได้ทางไปรษณีย์ หมายเลขโทรศัพท์และโทรสาร รวมทั้งตราสัญลักษณ์ (logo) ส่วนหน้าที่หลักของหัวกระดาษจดหมายและซอง ผู้ออกแบบจะต้องคำนึงถึงการสร้างสรรค์รูปแบบทั้งในแง่ของภาพลักษณ์ และการจัดวางส่วนประกอบทางการออกแบบให้คงไว้ซึ่งบุคลิกภาพของมืออาชีพทางธุรกิจนั้น ๆ กล่าวคือหากหัวกระดาษและซองจดหมายที่กล่าวถึงมือผู้รับสารก็สามารถจะสร้างความรู้สึกยินดีต่อผู้รับ ทำให้เกิดความรู้สึกอยากเก็บรักษาไว้เป็นเจ้าของดูสิ่งที่มีค่าที่ควรหวงแหน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนจากรูปแบบอาจเลือกใช้รูปแบบที่เป็นไปตามสมัยนิยมแต่ก็ไม่ล้ำสมัยในการนำไปใช้เพื่อการสื่อสารในอนาคต ซึ่งขนาดของหัวกระดาษจดหมายที่นิยมใช้กันทางธุรกิจคือ ขนาด A4 หรือขนาด 8.4 x 11.8 นิ้ว ส่วนซองจดหมายนิยมใช้ขนาด 4.2 x 9.2 นิ้ว ดังภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 ตัวอย่างหัวจดหมาย ซองจดหมาย
ที่เีมา (Siebert & Ballard, 1992, p. 80)

1.2 นามบัตรทางธุรกิจ (business cards)

เป็นสิ่งพิมพ์ขนาดเล็กที่มีความสำคัญต่อระบบธุรกิจเป็นอย่างยิ่งในปัจจุบัน เพราะนามบัตรจะทำหน้าที่เปรียบเสมือนตัวแทนหน่วยงานแรกของระบบธุรกิจทุกประเภทที่ลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายนึกคิดและจดจำได้

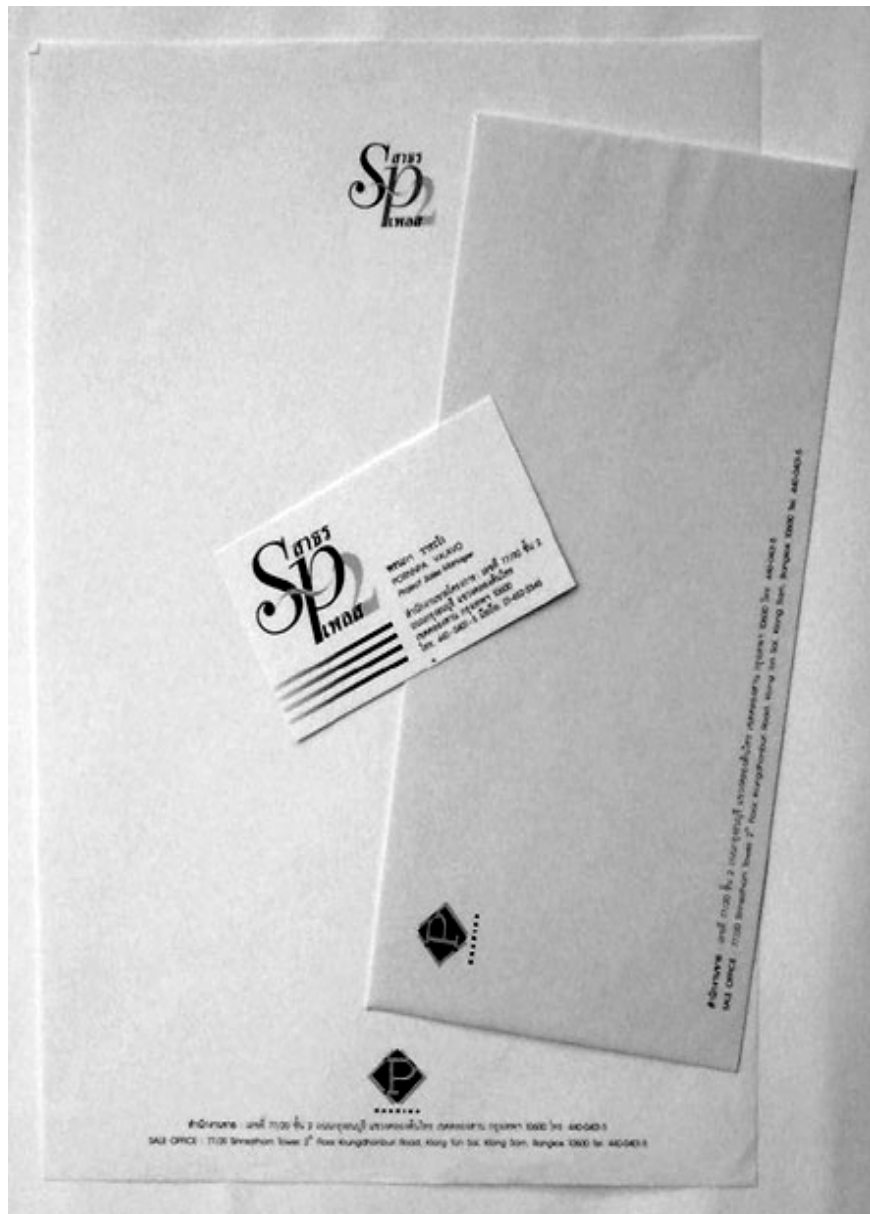
ขนาดและรูปแบบของนามบัตรทั่วไป ถึงแม้ว่านามบัตรเป็นเพียงเศษกระดาษ เบื้องต้นไร้คุณค่าชิ้นเล็ก ๆ เท่านั้นแต่ทางกลับกันบางครั้งนามบัตรที่กล่าวถึงหากมีบันทึกสั้น ๆ พร้อมลายมือชื่อของเจ้าของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกำกับไปด้วยจะทำให้เกิดคุณค่าของความน่าเชื่อถือทางธุรกิจที่กำลังดำเนินอยู่ให้ได้รับการตอบรับอย่างรวดเร็ว และเกิดความสุนทรีย์ภาพ ประกอบกับสภาพธุรกิจที่เคร่งเครียดรูปแบบนามบัตรที่สวยงามและชวนมองจะสามารถช่วยผ่อนคลายอารมณ์ของผู้ติดต่อทางธุรกิจในเชิงลบให้เกิดความรู้สึกคล้อยตามได้ สำหรับขนาดมาตรฐานของนามบัตรที่นิยมใช้จะมีเพียงขนาดเดียวคือขนาด $2 \times 3 \frac{1}{2}$ นิ้ว ดังภาพที่ 1.2



ภาพที่ 1.2 ตัวอย่างนามบัตร

ที่มา (ปราโมทย์ ธงชัย, 2547, หน้า 1)

นอกจากนี้แล้วเพื่อประโยชน์ในการใช้สอยและความสวยงามบางธุรกิจได้มีการ ออกแบบหัวข้อจดหมาย ซองจดหมาย และนามบัตร ให้มีความเหมือนหรือสอดคล้องกัน ดังภาพที่ 1.3



ภาพที่ 1.3 ตัวอย่างหัวข้อจดหมาย ซองจดหมายและนามบัตรเป็นชุด
ที่มา (ปราโมทย์ รัชชัย, 2547, หน้า 6)

1.3 ป้ายหรือฉลาก (labels)

เป็นสิ่งพิมพ์ขนาดเล็กทางธุรกิจอีกประเภทหนึ่งซึ่งประกอบด้วยป้ายหรือฉลาก และตราสัญลักษณ์ นิยมนำมาใช้ประกอบเข้าด้วยกันกับสถานที่ที่สามารถใช้ติดต่อและสื่อสาร ร่วมกันได้ทางระบบไปรษณีย์ ป้ายหรือฉลากโดยทั่วไปสามารถอำนวยความสะดวกโดยสามารถนำไป ปิดบนบรรจุภัณฑ์ขนาดต่าง ๆ นอกจากนี้ยังใช้นิยมใช้ปิดทับบนกระดาษของจดหมายขนาด ต่าง ๆ ตามความประสงค์ของผู้ใช้ เช่น ซองขนาดธรรมดา ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ คือ ขนาด 4.2 x 9.2 นิ้ว และขนาด 10 x 14 นิ้ว ดังภาพที่ 1.4



ภาพที่ 1.4 ตัวอย่างป้ายหรือฉลาก
ที่มา (Siebert & Ballard, 1992, p. 99)

1.4 แบบฟอร์มและใบส่งสินค้าทางธุรกิจ (forms and invoices)

องค์กรทางด้านธุรกิจทุกแห่งมีความจำเป็นต้องใช้แบบฟอร์มและใบส่งสินค้าชนิดต่าง ๆ สำหรับการดำเนินการทางธุรกิจในบางโอกาส แบบฟอร์มและใบส่งสินค้าเหล่านี้มีคุณลักษณะเช่นเดียวกับหัวกระดาษจดหมาย เพียงแต่แบบฟอร์มและใบส่งสินค้าทางธุรกิจจะมีการเพิ่มเติมเส้นช่องบรรทัดและบริเวณว่างสำหรับการบันทึก ถ้อยคำและรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ จำนวนสินค้า และราคาในการซื้อขาย ในขณะที่เดียวกันหากสถานธุรกิจใดเพิ่งเริ่มก่อตั้งใหม่ยังไม่ได้มีการเตรียมการเรื่องแบบฟอร์มและใบส่งสินค้ารายการสินค้าทางธุรกิจ ก็สามารถให้หัวกระดาษจดหมายที่มีอยู่ทดแทนได้ตามกฎหมาย เพียงแต่การบันทึกข้อความที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายนั้น ๆ จะต้องมีความชัดเจนและอ่านง่าย สำหรับขนาดของแบบฟอร์มและใบส่งสินค้าโดยทั่วไปที่นิยมใช้กันคือ ขนาด 8.5 x 11 นิ้วและขนาด 5.2 x 8 นิ้ว ดังภาพที่ 1.5

ใบส่งของ
พี.เค.กราฟฟิค
165 Bangsae Rd., Saensuk Muang Chonburi 20130
Tel:038-746267 Fax:038-746243

Name.....Date.....
Address.....

Item	Description	Quantity	Price	Amount
Grand Total				

Delivery By.....Received by.....
xx

26.0 cm.

19.50 cm.

ภาพที่ 1.5 ตัวอย่างแบบฟอร์มและใบส่งสินค้าทางธุรกิจ
ที่มา (โรงพิมพ์พี.เค.กราฟฟิค บางแสน, 2546)

1.5 กระดาษบันทึกช่วยจำ (memo sheets)

กระดาษบันทึกช่วยจำโดยปกติมีองศาคล้ายกับกระดาษ หัวจดหมายทางธุรกิจ เพียงแต่กระดาษบันทึกช่วยจำขาดการระบุสถานที่ที่ใช้เพื่อการติดต่อสื่อสารทางไปรษณีย์ รวมทั้งหมายเลขรหัสโทรศัพท์และโทรสาร ตามความเข้าใจทางด้านการออกแบบกราฟิกบางครั้งเรียกกระดาษบันทึกช่วยจำว่า “หัวจดหมาย” (banner letterhead) ก็มี กระดาษบันทึกช่วยจำนอกจากจะใช้เพื่อการบันทึกข้อมูลสำคัญ ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ บุคลากรและสาระสำคัญส่วนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการธุรกิจโดยตรงแล้ว ยังสามารถใช้แทนปกรายงาน ข้อเสนอสำหรับระเบียบวาระการประชุม และการสื่อสารเรื่องอื่น ๆ ตามปกติที่ไม่เป็นทางการได้อีกด้วย สำหรับขนาดกระดาษบันทึกช่วยจำตามปกตินิยมใช้ขนาด 8 ½ นิ้ว x 11 นิ้ว

1.6 สมุดฉีก (notepads)

เป็นสิ่งพิมพ์ที่ใช้กระดาษรวมเป็นเล่มมีความหนาพอประมาณ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้หลากหลายชนิด โดยปกติมีขนาด 5 ½ นิ้ว x 8 ½ นิ้ว หรือประมาณครึ่งหนึ่งของกระดาษมาตรฐานขนาด A4 ที่นิยมใช้เป็นมาตรฐานสำหรับกระดาษบันทึกช่วยจำ ดังภาพที่ 1.6



ภาพที่ 1.6 ตัวอย่างสมุดฉีก
ที่มา (สถาบันราชภัฏเทพสตรี, 2545)

2. งานออกแบบสิ่งพิมพ์เพื่อการส่งเสริมการขาย (promotion pieces) ได้แก่ ใบปลิว โปสเตอร์ ปฏิทินรูปแบบต่าง ๆ และไปรษณียบัตร

2.1 สิ่งพิมพ์โฆษณา (advertisises)

ขนาดและรูปแบบของสิ่งพิมพ์โฆษณามีมากมายหลายประเภท แตกต่างกันตามความต้องการของลูกค้าและความเหมาะสมของสื่อที่ปรากฏ เช่น หนังสือแจ้งหมายเลขโทรศัพท์ หน้าเหลือง หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร ฯลฯ ขั้นตอนการออกแบบกราฟิกหรือสิ่งพิมพ์โฆษณาที่กล่าวถึงนี้ผู้เกี่ยวข้องทั้งสองส่วนคือผู้ว่าจ้างและผู้สร้างสรรค์จะต้องพิถีพิถันและให้ความเอาใจใส่เป็นกรณีพิเศษทั้งทางด้านรูปภาพ การใช้ภาษา และถ้อยคำที่จะต้องตรวจสอบให้เกิดความถูกต้องในทุกขั้นตอน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับรายละเอียดที่มีความจำเป็นต้องใช้สำหรับการนำเสนอในขั้นตอนสุดท้ายของงานโฆษณา ก่อนที่จะไปปรากฏในสื่อตามที่ลูกค้าระบุและจับจองไว้ ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับวันและเวลาในการตีพิมพ์และการเผยแพร่ ซึ่งสิ่งพิมพ์โฆษณาโดยทั่วไปจะพบเห็นในหน้าหนังสือพิมพ์และนิตยสารมากที่สุด ดังนั้นขนาดในการพิมพ์จึงจะต้องเป็นไปตามขนาดของหนังสือพิมพ์ และนิตยสาร หรือสิ่งพิมพ์นั้น ๆ

2.2 ใบปลิว (flyers)

แผ่นปลิวหรือใบปลิวที่ใช้คนแจก ถือว่าเป็นโปสเตอร์ขนาดเล็ก ตามปกติจะมีขนาด $8 \frac{1}{2} \times 11$ นิ้ว นิยมใช้กระดาษที่มีน้ำหนักขนาดเบาถึงปานกลาง พิมพ์เพียงด้านเดียวหรือด้านใดด้านหนึ่ง แม้แผ่นปลิวจะมีช่วงอายุการเผยแพร่ในระยะสั้น ๆ อีกทั้งราคาในการผลิตก็ไม่แพง แต่ก็มีขีดความสามารถในการเผยแพร่ค่อนข้างสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนการสร้างผลกระทบต่อลูกค้าทางด้านการเชิญชวน การหาสมาชิกใหม่ การบอกกล่าว หรือการแจ้งข่าว กิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งที่จะจัดขึ้นเพื่อการส่งเสริมการขาย ซึ่งรูปลักษณะของแผ่นปลิวที่ปรากฏโดยทั่วไปนิยมใช้ตัวอักษรที่ง่ายต่อการอ่าน หลีกเลียงการใช้ภาพประกอบในส่วนที่จะทำให้ราคาต้นทุนของการผลิตสูงขึ้น

2.3 โปสเตอร์ (posters)

โปสเตอร์หรือใบแจ้งความสำหรับปิดหรือใบปิด ทุกวันนี้ได้รับอิทธิพลมาจากต่างประเทศโดยมีความเป็นมาที่ยาวนานและมีรูปแบบด้านศิลปกรรมที่เป็นอิสระ ซึ่งมีการพัฒนาไปตามยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป สำหรับขนาดของโปสเตอร์มีหลายขนาดตามความต้องการและวัตถุประสงค์ของลูกค้า หรือกลุ่มเป้าหมาย แต่ขนาดที่ถูกต้องเพื่อความเหมาะสมในการใช้งาน

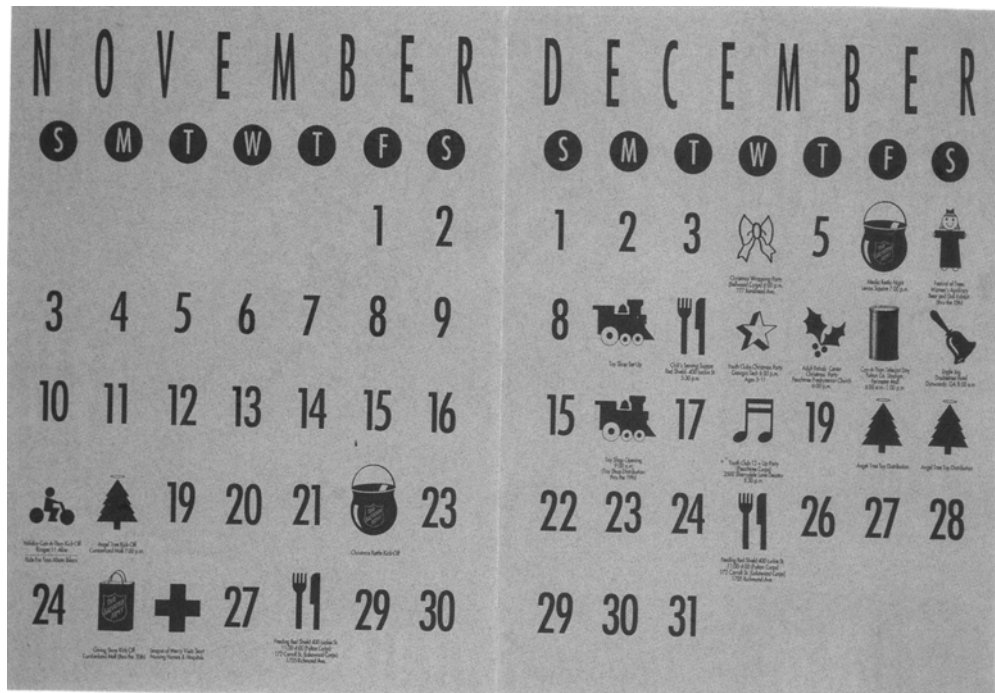
ขึ้นอยู่กับขนาดของกระดาษมาตรฐาน เช่น 8 ½ x 11 นิ้ว และขนาดกระดาษในชุด B ที่มีขนาดตั้งแต่ 39.37 x 55.67 นิ้ว ถึง 9.64 x 13.90 นิ้ว ดังภาพที่ 1.7



ภาพที่ 1.7 ตัวอย่างโปสเตอร์
ที่มา (Siebert & Ballard, 1992, p. 58)

2.4 ปฏิทิน (calendars)

หากเปรียบเทียบการใช้งานระหว่างโปสเตอร์และปฏิทินก็จะพบว่าแผ่นหรือชุดปฏิทินมีอายุการใช้งานยาวนานกว่าโปสเตอร์และงานโฆษณา ทั้งนี้เพราะแผ่นโปสเตอร์ถูกใช้งานเฉพาะกิจเพื่อกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง หรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง สำหรับงานโฆษณาก็เช่นเดียวกันจะถูกนำไปใช้ในงานเพียงช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งเฉพาะ หรือเพียงฤดูกาลหนึ่ง ๆ เมื่อผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ออกสู่ตลาดเท่านั้นเอง ทั้งสองสื่อที่กล่าวถึงนี้หากจะถูกนำไปใช้ในช่วงระยะเวลาที่ยาวนานและต่อเนื่องกว่านั้นก็มักจะถูกเปลี่ยนแปลงรูปลักษณะและถ้อยคำให้มีความแตกต่างออกไปจากเดิม ดังภาพที่ 1.8



ภาพที่ 1.8 ตัวอย่างปฏิทิน
ที่มา (Silver, 1992, p. 31)

2.5 ไปรษณียบัตร (postcards)

เป็นสิ่งพิมพ์ที่มีศักยภาพสูงมาก หากรู้จักนำไปใช้เป็นเครื่องมือสำหรับการส่งเสริมการขาย ทั้งนี้เพราะไปรษณีย์สามารถบรรจุสื่อทั้งในส่วนของภาพและถ้อยคำได้ในเวลาเดียวกัน อีกทั้งยังสะดวกในการจัดส่งไปถึงมือกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรงในระบบไปรษณีย์ ซึ่งเป็นการประหยัดกว่าการจัดส่งโดยทางจดหมาย และขนาดของไปรษณียบัตรโดยทั่วไปมีขนาดมาตรฐานคือ 4 x 6 นิ้ว ดังภาพที่ 1.9



ภาพที่ 1.9 ตัวอย่างไปรษณียบัตร
ที่มา (บริษัทเอไอเอส, 2547)

2.6 สิ่งพิมพ์โฆษณาในโอกาสพิเศษ (ad specialties)

เป็นสิ่งพิมพ์ที่โดยทั่วไปมีรูปแบบหรือตัวสารจะปรากฏบนผิววัตถุที่เป็นผลิตภัณฑ์ชนิดสามมิติ เช่น ปากกา ดินสอ แท่งแม่เหล็ก ถ้วยแก้ว หมวก ลูกโป่ง รวมทั้งเสื้อยืด เป็นต้น จัดพิมพ์ขึ้นเป็นวาระพิเศษเพื่อการส่งเสริมการขายตัวผลิตภัณฑ์หลัก โครงการธุรกิจใหม่หรือองค์กรและสถาบัน สำหรับขนาดของสิ่งพิมพ์โฆษณาในโอกาสพิเศษขึ้นอยู่กับลักษณะขนาดและพื้นผิวของตัวผลิตภัณฑ์ที่ถูกจัดเป็นตัวนำเสนอจึงไม่มีขนาดความเป็นมาตรฐานตายตัวแน่นอน

3. งานออกแบบสิ่งพิมพ์เพื่อการนำเสนอข้อมูล (information pieces) ได้แก่ หนังสือเล่มเล็ก จดหมายข่าว จุลสาร หนังสือคู่มือ หนังสือแจ้งรายการสินค้า สู้จับบัตร และรายการอาหาร

3.1 หนังสือเล่มเล็ก (brochures)

ทุก ๆ องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนล้วนต้องทำหนังสือเล่มเล็กเพื่อการนำเสนอ ชี้แนะ หรือแสดงคำอธิบายและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับกิจกรรมหรือภารกิจขององค์กรนั้น ๆ ว่า องค์กรของตนมีลักษณะและรูปแบบอย่างไร อะไรคือกิจกรรมหลักขององค์กร มีหน้าที่ให้บริการ กลุ่มเป้าหมายด้านใดบ้าง หรือผลิตสินค้าประเภทใดสำหรับความต้องการของลูกค้า ซึ่ง ขนาดของหนังสือเล่มเล็กที่พบเห็นมีความแตกต่างกันหลายขนาด แต่ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ก็คือขนาดมาตรฐาน 8 ½ x 11 นิ้ว หรือ 14 นิ้ว ขนาดทั้งหมดที่กล่าวมาหากพับครึ่งหนึ่งจะ สามารถบรรจุของจดหมายขนาดเบอร์ 10 ได้พอดี นอกจากนี้ยังมีคำว่า “แพมฟเลต” (pamphlet) เป็นชื่อเรียกหนังสือเล่มเล็ก ๆ เช่นเดียวกับกับโบรชัวร์ด้วย

3.2 จดหมายข่าว (newsletters)

เป็นสิ่งพิมพ์ประเภทแจ้งข่าวสาร หรือข้อมูลไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะใน แต่ละวิชาชีพและบุคคลทั่ว ๆ ไป เนื้อหาและเรื่องราวที่บรรจุในจดหมายข่าวประกอบด้วยเรื่องทั่ว ๆ ไป ที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพขององค์กรซึ่งเป็นเจ้าของจดหมายข่าวนั้น ๆ รวมทั้งเรื่องราวของสุขภาพ การเงิน การคมนาคม และเทคโนโลยี สำหรับระยะเวลาในการตีพิมพ์เพื่อเผยแพร่ของจดหมาย ข่าวมีระยะเวลาที่สม่ำเสมอและแน่นอน เช่น รายวัน รายสัปดาห์ รายปักษ์ และรายเดือน แต่ส่วนใหญ่เท่าที่พบเห็นนิยมจัดระยะเวลาสำหรับการเผยแพร่เป็นรายเดือน เพราะเป็นความสะดวกทั้ง ทางด้านการรวบรวมข้อมูล การผลิตต้นฉบับ และการจัดการ สำหรับขนาดของจดหมายข่าว โดยทั่วไป นิยมใช้ขนาด 8 ½ x 11 นิ้ว ทั้งนี้เพราะสามารถบรรจุของขนาด C4 ได้หรือใช้ด้านหลัง ของปกหลังจดหมายข่าวปิดแสดงฉบับจำหน่ายหน้าถึงผู้รับได้โดยไม่ต้องบรรจุของ

3.3 หนังสือเล่มเล็ก (booklets)

หนังสือเล่มเล็ก หรือเรียกว่า “บู๊คเล็ต” เป็นสิ่งพิมพ์ที่มีหน้าที่แสดงข้อมูล รายละเอียดยุ่งยากซับซ้อนที่เกี่ยวข้องกับองค์กร ตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ชนิดต่าง ๆ ต่อผู้อ่านให้ เกิดความเข้าใจได้ดีกว่าโบรชัวร์ทั้งในส่วนของภาพประกอบ และรายละเอียดอื่น ๆ สำหรับขนาด ของบู๊คเล็ตโดยทั่ว ๆ ไปจะมีขนาดเล็กกว่า A4 คือ ขนาด 7.8 x 8.3 นิ้ว และ 5.5 x 8.8 นิ้ว

3.4 ไตเรคโทรี่ส์ (directories)

ไตเรคโทรี่ส์ หรือตรงกับภาษาไทยว่า “หนังสือสำหรับการแนะนำ” เป็นหนังสือเล่มขนาดเล็กเช่นเดียวกับกับบุ๊กเล็ต ทำหน้าที่รวบรวมลำดับรายชื่อของเรื่องต่าง ๆ ไว้เป็นชุดเดียวกัน เช่น ชื่อบุคคล และรายละเอียดข้อมูลอื่น ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกลุ่มคน ฯลฯ

3.5 หนังสือคู่มือ (manuals)

หนังสือคู่มือ หรือสมุดคู่มือตรงกับคำว่า “แฮนด์บุ๊กส์” (handbooks) เนื้อหาโดยทั่วไปของหนังสือคู่มือที่กล่าวถึงนี้เราสามารถพบเห็นได้ทั้งในส่วนของหน่วยงานของรัฐที่มีให้บริการประชาชนที่เกี่ยวข้องกับการปกครองและงานสาธารณประโยชน์ ฯลฯ สารสำคัญของเนื้อหาที่มีไว้เพื่อกำหนดให้ประชาชนผู้รับบริการ ปฏิบัติตามข้อแนะนำต่าง ๆ ที่ระบุไว้ในคู่มือ ในการขอรับบริการ เพื่อประโยชน์ร่วมกันและประหยัดเวลา

ขนาดหนังสือคู่มือโดยทั่วไป นิยมใช้ขนาดมาตรฐานของกระดาษ A4 ส่วนความหนาขึ้นอยู่กับเนื้อหาของหน่วยงานหรือผลิตภัณฑ์นั้น ๆ หากเป็นหน่วยงานซึ่งให้การบริการต่อประชาชนหรือเป็นตัวผลิตภัณฑ์ชนิดต่าง ๆ ที่มีความสลับซับซ้อนในเชิงระบบ และการนำไปใช้มักจะเย็บเล่ม แต่ก็มีผลิตภัณฑ์หรือสินค้าบางชนิดนำเสนอคู่มือการใช้ผลิตภัณฑ์เป็นแผ่นปลิวก็มีซึ่งผู้ใช้จำเป็นต้องรับผิดชอบในการจัดหาแฟ้มหรือรวมเล่มให้เป็นหมวดหมู่เพื่อความสะดวกต่อการใช้งานด้วยตนเอง

3.6 หนังสือแจ้งรายการสินค้า (catalogs)

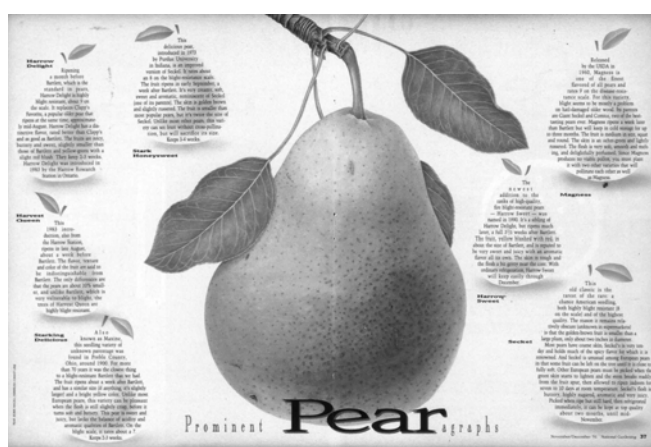
หนังสือแจ้งรายการสินค้าหรือที่รู้จักกันดีก็คือคำว่า “แคตตาล็อก” เพราะเป็นสิ่งพิมพ์ที่แสดงรายการสินค้าที่มีสีสันสวยงาม และมีจำนวนหรือชนิดให้เลือกมากมายตามหมวดหมู่ที่ตนเองต้องการ รูปแบบและขนาดของแคตตาล็อกสินค้าในปัจจุบันได้รับการพัฒนารูปแบบและการผลิตไปไกล ทั้งนี้เพราะมีการแข่งขันกันทางการผลิต การขาย รวมทั้งการสร้างภาพลักษณ์ตัวผลิตภัณฑ์ให้โดดเด่นเหนือคู่แข่ง ดังนั้นขนาดของแคตตาล็อกที่กล่าวถึงนี้จึงมีมากมายหลายขนาดตั้งแต่ 8.5 x 11 นิ้ว, 5.4 x 8.4 นิ้ว และ 5.5 x 7.4 นิ้ว

3.7 บทความ (articles)

บทความทั่วไปที่ปรากฏในหน้าหนังสือ นิตยสาร จดหมายข่าว หรือสื่อชนิดใดชนิดหนึ่งที่ผ่านมากระบวนการทางการพิมพ์ไปสู่กลุ่มผู้รับสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันบทความที่กล่าวถึงนี้ได้เข้าไปมีบทบาทในการขยายความรู้ ความเข้าใจต่อผู้รับสารเป็นอย่างสูง ยิ่งบทความใดที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่ต้องเปิดโครงการแนะนำตัวต่อตลาดก็จะต้องมีบทความ

ลงตีพิมพ์ประกอบ เพื่อเป็นการส่งเสริมความเข้าใจและให้ข้อเท็จจริงแก่ผู้อ่านเพิ่มเติมทั้งในรูปของบุคคลที่เป็นประจักษ์พยานในการใช้ผลิตภัณฑ์ สถิติข้อมูลการวิจัยเบื้องต้น และความจำเป็นในการผลิตสินค้า นั้น ๆ สำหรับผู้บริโภค

ขนาดของบทความขึ้นอยู่กับพื้นที่ ๆ ที่จะใช้สื่อ หากเป็นหนังสือพิมพ์นิยมใช้เต็มหน้าหรือเพียงครึ่งเดียวของหน้าหนังสือพิมพ์ ส่วนนิตยสารก็เช่นเดียวกัน แต่หากต้องการประหยัดต้นทุนก็อาจใช้พื้นที่ไม่มากนัก เช่น กำหนดเพียงขนาดความกว้างยาวของขนาดคอลัมน์ก็สามารถทำได้ ดังภาพที่ 1.10

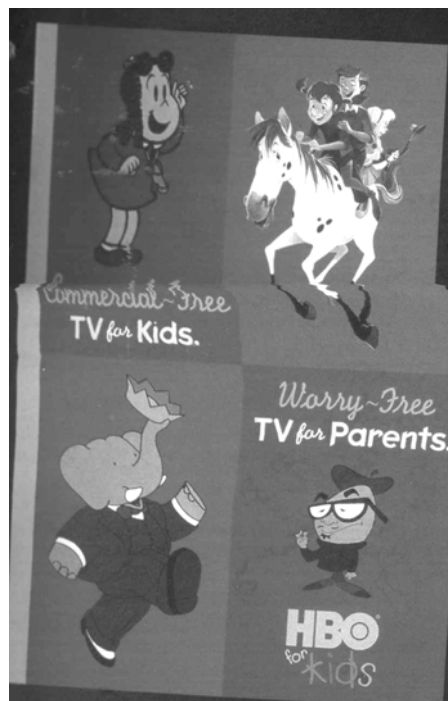


ภาพที่ 1.10 ตัวอย่างบทความที่ลงในนิตยสาร
ทีมา (Silver, 1992, p. 128)

3.8 สูจิบัตร (programs)

หากเปรียบเทียบอายุการใช้งานของสูจิบัตรกับสิ่งพิมพ์ชนิดอื่น ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ พบว่าสูจิบัตรมีช่วงระยะเวลาในการใช้งานที่มีระยะเวลาด้านสั้นเช่นเดียวกัน อีกทั้งวัตถุประสงค์ของสูจิบัตรก็มีปรากฏอยู่เพียงด้านเดียว คือ การแจ้งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับรายการโปรแกรมหรือการแสดงที่จะจัดให้มีขึ้นในวันและช่วงระยะเวลาที่กำหนดขึ้นในสูจิบัตรนั้น ๆ ดังนั้นเพื่อสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นกับสูจิบัตรที่ผลิตขึ้นในแต่ละครั้งควรวางให้เกิดความสวยงาม และความเหมาะสมกับกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้น จึงควรมีข้อพิจารณาเพิ่มเติมประกอบด้วย เช่น ความเหมาะสมของโอกาส การเพิ่มเติมอารมณ์ขัน ความสนุกสนาน ความมีเกียรติยศ และความอบอุ่นให้ปรากฏเป็นรูปแบบอยู่ในสูจิบัตรนั้น ๆ

ในส่วนของการคิดสร้างสรรค์ รูปแบบของสตูดิโอจะสะท้อนลักษณะเฉพาะหรือธรรมชาติของรายการและโปรแกรมที่จัดขึ้นให้ปรากฏโดยอาศัยรูปแบบทางการออกแบบกราฟิกอันมีผลสืบเนื่องมาจากพลังจินตนาการของนักออกแบบอันจะส่งผลให้รูปแบบของสตูดิโอที่ผลิตขึ้นได้มีโอกาสขยายช่วงระยะเวลาแห่งความทรงจำที่ดีของผู้รับ แม้ว่าโปรแกรมและรายการต่าง ๆ ได้จบสิ้นไปแล้ว ซึ่งขนาดของสตูดิโอโดยทั่วไปนิยมใช้ขนาด 8.4 x 11.5 นิ้ว ดังภาพที่ 1.11



ภาพที่ 1.11 ตัวอย่างสตูดิโอ
ที่มา (Rockport, 2001, p. 27)

3.9 รายการอาหาร (menu)

รายการอาหารหรือเมนู เป็นสิ่งพิมพ์ที่จัดทำขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์เช่นเดียวกับสตูดิโอ นั่นคือมีหน้าที่โดยตรงเพียงอย่างเดียว คือจัดทำขึ้นเพื่อให้บริการทางด้านอาหาร แต่คำถามที่จะตามมาคือหากท่านเป็นนักออกแบบสิ่งพิมพ์ท่านจะมีวิธีการอย่างไรที่จะทำให้รายการอาหารที่ท่านออกแบบมีความสำคัญในการให้บริการต่อลูกค้า

ดังนั้นในการออกแบบ “เมนู” ที่ควรมุ่งถึงดังต่อไปนี้คือเมนูที่ดีจะต้องสะท้อนภาพลักษณะความรู้สึกในเชิงบวก กลมกลืนกับรายละเอียดของห้องอาหาร สร้างเสริมธรรมเนียมที่ดีต่อลูกค้า และจะต้องเหมาะสมมือในการเปิดและง่ายต่อการอ่าน สำหรับขนาดของเมนูโดยทั่วไปมีอยู่ 3 ขนาดคือ ขนาด 9.5 x 12.5 นิ้ว, 8.4 x 11.5 นิ้ว และ 5.4 x 8.4 นิ้ว ดังภาพที่ 1.12



ภาพที่ 1.12 ตัวอย่างรายการอาหาร
ที่มา (Rockport, 2001, p. 16)

4. งานออกแบบสิ่งพิมพ์ชนิดเอกสารเฉพาะหน่วยงาน (task-oriented pieces) ได้แก่แบบสอบถาม รายงาน คำสำรวจวิจัย ใบปลิว จดหมายหรือหนังสือราชการ และบัตรเชิญ เป็นต้น สิ่งพิมพ์ประเภทนี้เกี่ยวข้องกับการใช้ประโยชน์ทางการสื่อสารในสำนักงานเป็นส่วนใหญ่ หน้าที่โดยตรงของผู้ออกแบบจะต้องจัดวางตัวอักษรให้ปรากฏเป็นบรรทัดหรือกลุ่มข้อความที่เป็นความรับผิดชอบโดยตรงของเจ้าพนักงานแผนกสารบรรณของแต่ละองค์กร ดังนั้นลักษณะของสิ่งพิมพ์ที่ปรากฏจึงจะต้องมีกฎเกณฑ์ตายตัวตามระเบียบแบบแผนของแต่ละหน่วยงาน อีกทั้งระยะเวลาในการจัดพิมพ์เผยแพร่และจัดส่งก็จะถูกกำหนดเป็นงานประจำตำแหน่งเฉพาะบุคคลในแต่ละวันที่ต้องสัมพันธ์กับระยะเวลา

หน้าที่หลักของระบบการสร้างสรรค์ประเภทสิ่งพิมพ์เพื่อการสื่อสารเฉพาะหน่วยงานที่กล่าวถึงนี้จึงมุ่งเน้นไปในส่วนของการใช้ตัวอักษร และข้อความทางการสื่อสารเป็นส่วนใหญ่ เช่น ข้อเสนอ (proposals) แบบสอบถาม (questionnaires) รายงาน (reports) โปสเตอร์พับเพื่อการนำเสนอ (presentation folders) จดหมายขอเงินช่วยเหลือกองทุน (fund raising letters) และบัตรเชิญ (invitations) เป็นต้น สำหรับขนาดของสิ่งพิมพ์ในประเภทดังกล่าวนี้จำนวน 5 ชนิดแรกมีขนาดเท่ากัน คือ $8\frac{1}{2} \times 11$ นิ้ว

ขั้นตอนของการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์

ในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ถือเป็นกระบวนการสำคัญที่สุดในกระบวนการสร้างสรรค์สิ่งพิมพ์ให้ปรากฏต่อผู้รับสาร เพราะในขั้นตอนนี้จะรวมส่วนประกอบในการนำเสนอรูปแบบและเนื้อหา ชนิดของภาพประกอบ แบบตัวอักษร ชนิดกระดาษและเทคนิคการพิมพ์ต่าง ๆ เข้ามาดำเนินการโดยไม่ให้ละเลยหรือละทิ้งส่วนใดให้หลุดหายไปจากแนวคิดที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์สามารถแบ่งได้เป็น 6 ขั้นตอนดังนี้ (ปราโมทย์ แสงพลสิทธิ์, 2540, หน้า 174 -179)

1. ขั้นศึกษาข้อมูลหรือขั้นตีโจทย์ (identify) หมายถึงขั้นพินิจพิจารณาเกี่ยวกับปัญหาของโจทย์ เพื่อให้เข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมาย โดยกำหนดรายละเอียดปลีกย่อยที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่ลูกค้าหรือโจทย์กำหนด รวมทั้งข้อจำกัดและวิธีการในการสื่อสาร
2. ขั้นร่างแบบจั่วหรือขั้นระดมคำตอบ (preliminary) หมายถึง ขั้นตอนในการแสวงหาคำตอบในหลาย ๆ หนทางและหลาย ๆ วิธีการ เพื่อขยายแนวความคิดในการตอบปัญหานั้น ๆ ให้กว้างขึ้น วิธีการหาคำตอบในขั้นนี้ถือเป็นขั้นตอนแรกที่จะปรากฏ ออกมาเป็นรูปวาดคร่าว ๆ ขนาดเล็ก (thumbnail) บางกลุ่มนิยมเรียกว่า “แบบสเก็ตช์ขนาดเล็ก” (thumbnail sketch) หรือบางกลุ่มเรียกว่า “เลย์เอาต์ขนาดเล็ก” (thumbnail layout)
3. ขั้นร่างแบบหยาบ หรือขั้นจัดกลุ่มคำตอบ (refinement) หมายถึง ขั้นตอนคัดเลือกคำตอบที่มีลักษณะใกล้เคียงกันเข้ากลุ่มเดียวกัน โดยคัดเลือกอันที่เด่นที่สุดในแต่ละกลุ่มมาออกแบบใหม่เพิ่มเติม เพื่อแสดงรายละเอียดเพิ่มขึ้น เช่น ขนาด การจัดวาง แบบตัวอักษรชนิดคร่าว ๆ และการใช้สี เรียกขั้นตอนการจัดกลุ่มคำตอบในขั้นนี้ว่า “สเก็ตช์หยาบ” (rough sketch) หรือ “เลย์เอาต์แบบหยาบ” (rough layout) ก็ได้

4. ขั้นร่างแบบละเอียดหรือขั้นคำตอบที่สมบูรณ์ (analyze) หมายถึง ขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับการประเมินและตรวจสอบเกี่ยวกับรายละเอียดของรูปแบบทั้งหมด ในส่วนของรายละเอียดเกี่ยวกับตัวอักษร การจัดวางภาพประกอบ การใช้สี การเจียนตัด และการประกอบหน้า ฯลฯ โดยนักออกแบบกราฟิก จะต้องทำการออกแบบให้มีลักษณะใกล้เคียงความจริง เรียกว่า “คอมพรีเฮนซีฟ สเก็ตช์” (comprehensive sketch) หรือ “คอมพรีเฮนซีฟ เลย์เอาท์” (comprehensive layout) เพื่อเลือกคำตอบที่ดีที่สุดจากขั้นจัดกลุ่มคำตอบโดยวิธีการเปรียบเทียบ และตัดสินใจเพียงคำตอบเดียว

5. ขั้นจัดทำต้นฉบับงานออกแบบสิ่งพิมพ์หรือกราฟิก เรียกว่าขั้นตัดสินใจ (decide) เป็นขั้นตอนสุดท้ายในกระบวนการออกแบบที่นักออกแบบและผู้เกี่ยวข้องตัดสินใจเลือกใช้ชิ้นงานใด ชิ้นงานหนึ่งที่ปรากฏอยู่ตรงหน้า ชิ้นงานที่ได้รับการคัดเลือกจะถูกนำไปสู่การจัดทำต้นฉบับทางการพิมพ์ (artwork) ที่เปรียบเสมือนคำตอบที่ตรงกับโจทย์ในขั้นตอนแรก

6. ชิ้นงานพิมพ์สำเร็จ หรือขั้นการนำไปใช้ (implement) เป็นขั้นตอนของการนำคำตอบซึ่งผ่านการพิจารณาและคัดเลือกแล้วอย่างพิถีพิถันว่าเป็นคำตอบที่ดีที่สุดและสมบูรณ์ที่สุดเพื่อนำออกเผยแพร่ด้วยสื่อชนิดต่าง ๆ เช่น โบปลิว โปสเตอร์ นิตยสาร ฯลฯ

จะเห็นได้ว่าในงานออกแบบสิ่งพิมพ์หรือกราฟิกมีส่วนประกอบที่สำคัญได้แก่ ตัวอักษร ภาพประกอบ และเทคนิควิธีการสร้างสรรค์งานศิลปกรรมเพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการจัดทำต้นฉบับทางการพิมพ์ ซึ่งประกอบด้วยการสร้างสรรคภาพชนิดต่าง ๆ เช่น ภาพลายเส้น ภาพฮาล์ฟโทน และภาพถ่ายสำเนา กลุ่มภาพเหล่านี้จะต้องคำนึงกระบวนการสร้างสรรค์ให้สัมพันธ์กับขนาดของงานกราฟิกหรือสิ่งพิมพ์ โดยผ่านกระบวนการย่อ การขยาย และการครอบภาพ เป็นต้น

การสร้างเลย์เอาท์ที่ดี

สำหรับในการสร้างเลย์เอาท์ที่ดีนั้นจะต้องประกอบด้วยหลักการใหญ่ 3 ประการดังนี้

1. เลย์เอาท์ที่ดีต้องมีพลัง หมายถึงผู้รับสารจะต้องสามารถเก็บเนื้อหาจากเลย์เอาท์ได้อย่างรวดเร็วและมีวิธีการในการสื่อความหมายได้อย่างเหมาะสม

สาระสำคัญต่อไปนี้เป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการทำเลย์เอาท์

1.1 ตัดสินใจเกี่ยวกับสาระที่เป็นหลักหรือหัวใจของชิ้นงาน รวมทั้งการวางแผนเกี่ยวกับเลย์เอาท์อย่างรอบคอบ เช่น เลือกอุปสรรนสาระหรือข้อความหลัก

1.2 กำหนดขนาดของชิ้นงานที่จะใช้ให้ลงตัวเสียก่อนที่จะเริ่มลงมือทำเลย์เอาท์ เช่น แผ่นพับจะต้องกำหนดขนาดที่เหมาะสมในการพับและการพกติดตัว

1.3 ฝั่งใจและติดตามผู้พบเห็นในทุกที่ เช่น ซีอิตยสารสามารถมองเห็นได้ง่าย แม้ว่าจะเดินผ่านไปอย่างรวดเร็ว

1.4 รักษากลุ่มเป้าหมายไว้ในใจเมื่อมีการกำหนดขนาดและรูปแบบและการเลือกขนาดตัวพิมพ์ นั่นคือการสร้างสรรค์ทุกสิ่งทุกอย่างให้มีขนาดใหญ่พอเหมาะ และง่ายต่อการมองเห็น หากกลุ่มเป้าหมายของเราเป็นผู้สูงอายุ

1.5 ตรวจสอบกับที่ทำการไปรษณีย์ใกล้ตัว เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นได้ว่าสื่อที่สร้างสรรค์สามารถส่งไปได้ทางไปรษณีย์ เพราะโดยปกติระบบการขนส่งจะมีผลกระทบต่อขนาดน้ำหนัก ปลายทางและรูปแบบของการพับ

1.6 เลือกและจัดเก็บกระดาษไว้สำหรับงานที่จำเป็นต้องใช้ระบบการพิมพ์เลเซอร์ในกรณีของกระดาษจดหมาย จดหมายข่าว แผ่นปลิว หากไม่พิมพ์ในระบบแรกจะใช้ระบบการพิมพ์แบบใด

1.7 เลือกกระดาษที่มีสีสว่าง และเลือกใช้ใช้น้ำหนักหมึกเข้ม หากจำเป็นต้องอัดสำเนาด้วยเครื่องถ่ายเอกสาร

1.8 ต้องเชื่อมั่นว่าโลโก้จะต้องชัดเจน มองเห็นได้ง่ายในทุก ๆ ขนาดที่จำเป็นต้องใช้

2. เลย์เอาท์ที่ดีต้องมีองค์ประกอบอย่างมีระบบ หมายถึง ผู้อ่านหรือผู้รับสารจะสามารถเคลื่อนหรือกราดสายตาไปทั่วทั้งแผ่นงานกราฟิกได้อย่างนุ่มนวลและง่ายดายตลอดทั้งแผ่น

สาระสำคัญต่อไปนี้เป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการสร้างเลย์เอาท์

2.1 การใช้ตัวพิมพ์ที่มีขนาดแตกต่างกัน เช่น หัวเรื่องหลักควรใหญ่กว่าหัวเรื่องรอง

2.2 การจัดวางพื้นที่สำคัญ ๆ ของข้อมูลจะต้องทำให้ลงตัวก่อนการคิดเรื่องสี

2.3 การสลับน้ำหนักตัวพิมพ์ เช่น การใช้ตัวพิมพ์ชนิดกึ่งอ้วนดูเด่น แต่แท้จริงแล้วตัวพิมพ์ที่อ้วนจริงดูเด่นกว่า

2.4 การทิ้งพื้นที่สีขาวหรือสีอ่อนรอบตัวสาร

2.5 การเลือกตำแหน่งการจัดวางสารสำคัญที่สุด เช่น การจัดวางไว้ตำแหน่งส่วนบนมุมซ้ายมือผู้อ่าน เพราะเป็นมุมที่ผู้อ่านจะดูก่อน

2.6 การจัดกลุ่มถ้อยคำให้เป็นแนวหรือแถวเดียวกัน

2.7 การจัดภาพเป็นประเด็นสำคัญต่อเนื่องจากสาระและถ้อยคำ

- 2.8 การกำหนดให้ภาพทำหน้าที่ดึงดูดใจและเป็นตัวเสริมกำลังให้ถ้อยคำ
- 2.9 การจับตัวพิมพ์ใส่กรอบ หรือสร้างสรรค์ในรูปแบบที่น่าสนใจกว่า
- 2.10 การจัดหัวข้อสำคัญตามลำดับ เพื่อให้ผู้อ่านมองเห็นได้ง่าย ๆ โดยวางจุดดํา กลม ๆ เล็ก ๆ หน้าข้อความ
- 2.11 การแลกเปลี่ยนตัวพิมพ์
- 2.12 การใช้สีแตกต่างกันหรือกลับค่าน้ำหนัก
- 3. เลย์เอาท์ที่ดีต้องมีสิ่งดึงดูดใจต่อผู้พบเห็น หมายถึง เลย์เอาท์นั้น ๆ จะต้องมีความเด่น สง่า และมีสมรรถนะในการดึงดูดใจผู้รับสารเหนือคู่แข่งชั้นที่เป็นเลย์เอาท์ในประเภทเดียวกัน
 - สาระสำคัญต่อไปนี้เป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการสร้างสรรค์เลย์เอาท์ให้ดึงดูดใจ
 - 3.1 การขยายภาพสิ่งที่มีขนาดเล็กให้ดูมีขนาดใหญ่ เช่น ฝั่ง หรือไส้เดือน หรือการจัดวางให้ปกคลุมแผ่ไปทั่ว
 - 3.2 การจัดวางรูปให้เอียง หรือจัดวางถ้อยคำเป็นกรอบไว้ที่มุมรูป
 - 3.3 การจัดวางรูปขนาดเล็ก ๆ ไว้รอบ ๆ หรือตัวอักษรขนาดเล็กที่เปิดช่องว่างขนาดใหญ่
 - 3.4 การเลือกใช้สีสด หากชิ้นงานกราฟิกมองดูภาพรวมเป็นสีเทา
 - 3.5 การใช้พื้นที่บิดา หรือขาวที่มีขนาดใหญ่ สำหรับหน้าโฆษณาทางหนังสือพิมพ์
 - 3.6 การใช้ตัวอักษรขนาดใหญ่ เพื่อการปลุกความคิดหรืออารมณ์ขัน ในส่วนที่เป็นหัวเรื่อง
 - 3.7 การทำชิ้นงานกราฟิกในส่วนเดียวกันให้มีขนาดที่แตกต่างกันและโดดเด่นกว่าชิ้นงานกราฟิกอื่น ๆ ที่มีขนาดเท่ากัน
 - 3.8 การเลือกใช้กระดาษที่น่าสนใจมีความเด่นชัดทั้งพื้นผิวและสี
 - 3.9 การจัดวางข่าวสารข้อมูลโดยใช้วิธีการที่เหนือปกติ เช่น การจัดวางหัวเรื่องโค้งงอ หรือการใช้ตัวอักษรเล่นคำและแบบตัวพิมพ์

ระบบกริดในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์

ระบบกริดหรือระบบตารางมีความสำคัญและเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของคนเราทุก ๆ คน ระบบนี้จะปรากฏให้เห็นในสองรูปแบบทั้งชนิดรูปธรรมและนามธรรม โดยระบบกริดที่เป็นรูปธรรมจะแสดงให้เห็นเกี่ยวกับรูปลักษณะของเส้นตารางที่แตกต่างกันทั้งชนิดสองและสามมิติ หากเป็นรูปสองมิติหมายถึงการลากเส้นในแกนตั้งและแกนนอนให้เกิดตัดกันเป็นรูปตารางที่มี

ขนาดเล็ก-ใหญ่บนพื้นกระดาษหรือวัสดุพื้นระนาบที่นำมาใช้ ส่วนระบบเส้นตารางที่มีลักษณะเป็นสามมิติจะปรากฏให้มองเห็นได้ในส่วนสิ่งแวดล้อมที่มนุษย์ปรุงแต่งขึ้น เช่น การแบ่งขอบเขตและอาณาบริเวณของเรือกสวน ไโรนา รวมทั้งการกำหนดพื้นที่เพื่อแสดงกรรมสิทธิ์ในที่ดินของบุคคล และผังเมืองเพื่อการใช้ประโยชน์ในพื้นที่ว่าง

สำหรับระบบกริดที่เป็นนามธรรมจะปรากฏเป็นภาพอยู่ในจิตใจเกี่ยวข้องกับการวางแผนหรือการจัดการที่เกี่ยวกับการปฏิบัติงานในชีวิตประจำวันของมนุษย์ หรือกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งที่มีความเกี่ยวข้องและมีความสำคัญต่อบุคคลนั้น ๆ รูปแบบของกริดจึงมักแสดงภาพให้ปรากฏในจินตนาการของแต่ละบุคคล ในรูปของตารางและกำหนดระยะเวลาหรือขั้นตอนในการทำงานให้บรรลุผล ดังนั้นในการออกแบบกราฟิกหรือสิ่งพิมพ์จึงได้ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือสำคัญต่อระบบการทำงานของนักออกแบบ ในลักษณะเส้นตั้งและเส้นนอนที่ตัดกันจนเกิดเป็นตารางสี่เหลี่ยมบนพื้นระนาบใช้ประโยชน์ในการคำนวณทางสายตาในการจัดวางส่วนประกอบของการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น รูปภาพ และกลุ่มคำของตัวอักษรให้เกิดความเป็นระเบียบหรือหมวดหมู่เพื่อความสะดวกต่อการมองเห็นและการอ่าน และเพื่อให้การออกแบบสิ่งพิมพ์บรรลุผลก่อให้เกิดประโยชน์ด้านต่าง ๆ จึงควรมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความหมายและส่วนประกอบของระบบกริดตลอดจนการนำระบบกริดเข้ามาใช้ในงานออกแบบสิ่งพิมพ์

1. ความหมายของระบบกริด

วิรุณ ตั้งเจริญ (อ้างถึงใน ปราโมทย์ แสงพลสิทธิ์, 2540, หน้า 181) ได้กล่าวว่า ระบบกริดหมายถึงตารางพื้นที่คือข่ายงาน (network) ของแนวนอนและแนวตั้ง สัมพันธ์กับบริเวณว่างที่แสดงแบบแผน สำหรับการกำหนดพื้นที่ภาพที่ผสานสัมพันธ์กันกับแนวที่กำหนด เป็นแบบแผนบนเลย์เอาต์ หรือแผนผังสำหรับการออกแบบ

เค็น การ์แลนด์ (Garland, 1980, p. 2) ได้กล่าวว่า ระบบกริดหมายถึงกระดาษออกแบบสำหรับจัดทำต้นฉบับ แสดงเส้นตั้งและเส้นนอนของเส้นบรรทัด รวมทั้งจำนวนคอลัมน์ ตามความประสงค์ของนักออกแบบ ซึ่งเป็นผู้มีหน้าที่จัดวางส่วนประกอบพื้นฐานทางการพิมพ์

สรุปได้ว่าระบบกริดเป็นระบบเส้นตารางแม่แบบที่ใช้ประโยชน์ในการจัดหน้าสิ่งพิมพ์ (master grid) ที่เอื้อประโยชน์ต่อการออกแบบและการผลิตทางการพิมพ์ อีกทั้งเป็นเครื่องมือในการผสมผสานความเป็นเอกภาพระหว่างตัวอักษร ถ้อยคำ และรูปภาพที่ปรากฏในงานกราฟิกหรืองานพิมพ์นั้น ๆ อีกด้วย

2. ประโยชน์ของระบบกริด

การใช้ประโยชน์จากระบบกริดในการออกแบบสิ่งพิมพ์มีอยู่หลายประการ แต่ในส่วนสำคัญของประโยชน์ใช้สอยโดยตรงของเส้นตารางนั้นสามารถกล่าวได้ว่า ระบบกริดเป็นตัวกำหนดขอบเขตพื้นที่ในการออกแบบกราฟิกและสิ่งพิมพ์และส่วนประกอบอื่น ๆ เช่น พื้นที่ในการจัดวางหัวเรื่อง (headline) พื้นที่ในการจัดวางภาพถ่ายหรือภาพประกอบ (photography and illustration) รวมทั้งพื้นที่ในการจัดวางคำบรรยายใต้ภาพ (caption) และพื้นที่ในการจัดวางหน้า ฯลฯ ดังนั้นหากจำแนกประโยชน์ของระบบกริดที่ใช้เป็นเครื่องมือในงานออกแบบสิ่งพิมพ์มีดังนี้

2.1 ประโยชน์ทางด้านมาตราส่วนที่ใช้ในการวัดหรือหน่วยกำหนดทางการพิมพ์

เส้นตารางที่ประกอบเข้าด้วยกันเป็นรูปสี่เหลี่ยมเล็ก – ใหญ่ ขนาดต่าง ๆ ที่เรามองเห็นนั้นสัมพันธ์กับการวัดขนาดภาพถ่ายหรือภาพประกอบ ความกว้างและความลึกของคอลัมน์ เนื้อหาหรือช่องตารางขนาดเล็กที่สัมพันธ์กับขนาดตัวอักษร ในขณะที่เดียวกันนอกจากหน่วยวัดที่มีขนาดเล็กที่สุดที่ปรากฏบนหน้ากระดาษสิ่งพิมพ์ในแต่ละหน้าแล้ว มาตราส่วนที่ใช้ในการวัดนี้ยังรวมไปถึงขนาดและรูปเล่มของงานพิมพ์ทั้งหมดที่ถูกกำหนดขึ้นด้วยพื้นที่ของระบบกริด

2.2 ประโยชน์ด้านความสัมพันธ์และต่อเนื่อง

ในการจัดส่วนประกอบในการออกแบบกราฟิกหรือสิ่งพิมพ์นั้นระบบกริดถือว่าเป็นเครื่องมือในการกำหนดการจัดวางส่วนประกอบทางการออกแบบทางการพิมพ์ต่าง ๆ เช่น ภาพและตัวอักษรให้เกิดความสัมพันธ์ต่อเนื่องกัน มีความเป็นระเบียบ ชวนมองหรือดึงดูดใจแก่ผู้พบเห็น และยังช่วยสร้างความเป็นเอกภาพในงานออกแบบสิ่งพิมพ์นั้น ๆ ด้วย

2.3 ประโยชน์ด้านการใช้สอยเฉพาะอย่าง

ระบบกริดได้ถูกนำมาใช้ประโยชน์ใช้สอยที่แตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับชนิดของระบบกริด สำหรับระบบกริดชนิดธรรมดาสามารถอำนวยความสะดวกแก่แม่บ้านหรือเด็กนักเรียนในการสร้างรูปหรือลายปักบนแผ่นผ้าและงานฝีมือชนิดต่าง ๆ แต่ในขณะที่เดียวกันขอบเขตของการออกแบบสิ่งพิมพ์สามารถใช้ประโยชน์จากระบบกริดได้อย่างกว้างขวางขึ้นอยู่กับการต้องการและวัตถุประสงค์ของนักออกแบบและลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของการจัดหน้างานพิมพ์ประเภทหนังสือพิมพ์และนิตยสารจะสังเกตเห็นได้อย่างชัดเจนว่า แม้สิ่งพิมพ์ทั้งสองประเภทนี้จะมีหน้าที่ในการนำเสนอข่าวสารต่อผู้อ่านเช่นเดียวกัน แต่ภาพลักษณะที่ปรากฏล้วนแตกต่างกัน

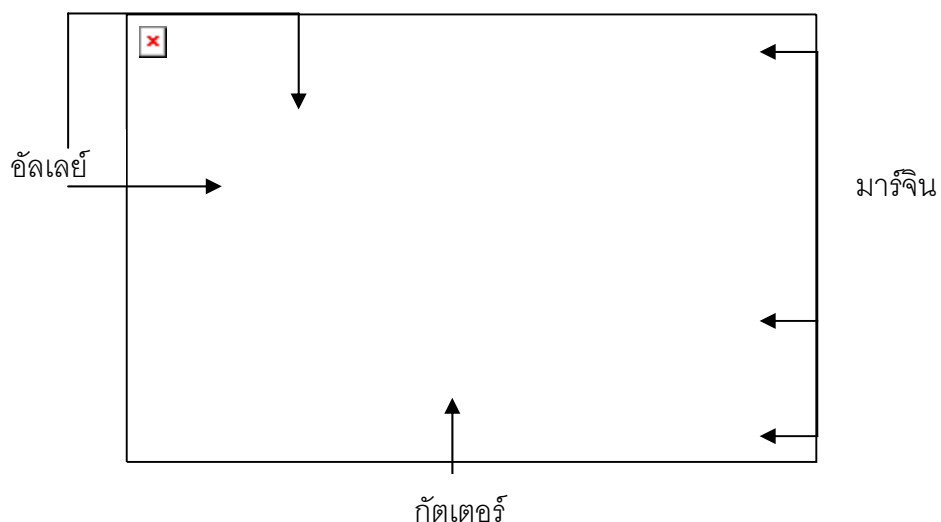
2.4 ประโยชน์ด้านความงามและการสื่อสาร

ปัจจุบันงานออกแบบสิ่งพิมพ์มีวิวัฒนาการและเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วทั้งนี้ เพราะระบบอุตสาหกรรมการพิมพ์มีเครือข่ายทางการผลิตที่กว้างไกล ทั้งในส่วนของเครื่องมือ วัสดุพิมพ์ และผู้สร้างสรรค์ ดังนั้นระบบอุตสาหกรรมการพิมพ์นี้จึงหลีกเลี่ยงไม่พ้นกระบวนการสื่อสาร ที่จะต้องประกอบด้วยปัจจัยทางด้านปริมาณในการผลิตเพื่อให้เพียงพอกับความต้องการของลูกค้าและปัจจัยทางด้านความงาม ซึ่งหมายถึงคุณภาพอีกด้านหนึ่งที่ผู้ผลิตจะต้องแข่งขันกัน พัฒนาให้สอดคล้องกับความนิยมของกลุ่มเป้าหมาย

ในแง่ของการสื่อสารระบบกริดได้กลายเป็นที่ยอมรับของทั้งผู้ผลิตและผู้รับสารว่า ระบบนี้ได้มีส่วนช่วยอย่างมากในการขจัดปัญหาของความสับสนซับซ้อนในการสื่อสารให้เข้าใจได้ง่ายขึ้น ทั้งในส่วนของแผนภูมิ ตารางชนิดต่าง ๆ หรือข้อมูลที่บอกจำนวนด้วยตัวเลขในงานพิมพ์

3. ส่วนประกอบของระบบกริด

หากเปิดหนังสือหรือหน้าสิ่งพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่งแล้วคลี่ออกอ่านโดยไม่ตั้งใจ เราอาจไม่ล่วงรู้ได้ว่าเบื้องหน้าและเบื้องหลังของหน้าสิ่งพิมพ์นั้น ๆ ต่างก็ผ่านการใช้เวลาอย่างพิถีพิถันในกระบวนการออกแบบสิ่งพิมพ์จนกลายมาเป็นสิ่งพิมพ์สมบูรณ์ที่สร้างความพึงพอใจแก่ผู้สร้างสรรค์ ในการจัดวางและออกแบบระบบกริดจึงเป็นการจำแนกส่วนปลีกย่อยของการออกแบบทั้งหมดในหน้าสิ่งพิมพ์ให้มองเห็นเป็นชิ้นเดียวกัน เพื่อความเข้าใจในส่วนประกอบของระบบกริดที่ใช้สำหรับการออกแบบสิ่งพิมพ์ที่มีอยู่ด้วยกัน 8 ส่วนด้วยกันดังภาพที่ 1.13



ภาพที่ 1.13 ส่วนประกอบของระบบกริด

ทีมา (ปราโมทย์ แสงพลสิทธิ์, 2543, หน้า 87)

3.1 มาร์จิ้น (margin) หมายถึงกรอบพื้นที่ หรือบริเวณว่างที่ต่อเนื่องกับขอบเขตของ ส่วนที่ใช้ในการจัดวางเนื้อหา การกำหนดขอบเขตและพื้นที่ของกรอบที่กล่าวถึงนี้ขึ้นอยู่กับ ประโยชน์ใช้สอยของการจัดหน้าสิ่งพิมพ์ตามแนวคิดของนักออกแบบแต่ละกลุ่มที่เข้าไปมีส่วนร่วม ในการแก้ไขปัญหาที่ปรากฏในงานออกแบบนั้น ลักษณะและสภาพของมาร์จิ้นโดยทั่ว ๆ ไปจัดเป็น พื้นที่ว่าง หากเป็นหนังสือหรือสิ่งพิมพ์ชนิดธรรมดาจะเว้นขาว หรือปล่อยให้เห็นเนื้อของกระดาษ โดยปราศจากสิ่งอื่นใด โดยหน้าที่ของมาร์จิ้นช่วยให้เนื้อหา ตัวอักษร และภาพที่จัดวางไว้ในแต่ หน้ามีขอบเขตที่แน่นอน เกิดความเป็นระเบียบและมองเห็นเด่นชัดยิ่งขึ้น

3.2 กัดเตอร์ (gutter) หมายถึงพื้นที่บริเวณที่เป็นส่วนต่อเนื่องของหน้าหนังสือหรือ สิ่งพิมพ์ชนิดหน้าคู่ หรือ ซ้ายขวา กัดเตอร์จึงเป็นส่วนของด้านในที่เป็นบริเวณว่างของในแต่ละ ด้าน หน้าที่ของกัดเตอร์ช่วยเป็นบริเวณว่างหรือช่องไฟในการแยกส่วนระหว่างรอยต่อของหน้าซ้าย ขวาออกจากกัน

3.3 อัลเลย์ (alley) หมายถึงพื้นที่ว่างที่เกิดขึ้นตามเส้นตารางในแนวตั้งและแนวนอน ของหน่วยตาราง ทำหน้าที่เป็นช่องไฟเพื่อแบ่งแยกให้เกิดช่องว่างระหว่างบรรทัดตัวอักษรที่ ประกอบเป็นเนื้อหา ภาพถ่าย หรือภาพประกอบ หัวเรื่อง และคำบรรยายใต้ภาพ ฯลฯ

3.4 หน่วยของกริด (grid units) หมายถึง กลุ่มตารางที่จัดไว้เป็นชุด หรือแบบเดียว กัน จัดวางไว้อย่างมีจังหวะเป็นกลุ่มเป็นก้อนหรือแยกออกจากกันก็ได้ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของ นักออกแบบ หน่วยตารางที่จัดไว้เป็นกลุ่มก็เพื่อกำหนดให้เส้นตารางที่สร้างขึ้น มีหน้าที่ในการ กำหนดขนาดและสัดส่วนของคอลัมน์ ภาพ รวมทั้งหน้าตาในภาพรวมทั้งหมดของสิ่งพิมพ์ชนิด หน้าเดี่ยวและหน้าคู่

3.5 มุมกริด (grid intersection) เป็นตำแหน่งที่เส้นตั้งและเส้นนอนของตารางพบกัน มุมตารางจะมีหน้าที่ในการควบคุมการจัดวางตำแหน่งของตัวอักษรและภาพให้ปรากฏอยู่ใน ขอบเขตที่ต้องการ

3.6 ตำแหน่งเลขหน้า (folio) การกำหนดเลขหน้าในงานออกแบบสิ่งพิมพ์เป็นส่วน สำคัญอีกส่วนหนึ่งของการออกแบบ เพราะเลขหน้าที่จัดวางขึ้นตามจำนวนหน้าที่ปรากฏ โดยจะ ทำหน้าที่ย้ำเตือนผู้อ่านเกี่ยวกับเนื้อหาและปริมาณของหน้าสิ่งพิมพ์ที่ผ่านไป ในขณะที่เดียวกัน หน้าที่ของเลขหน้าก็ยังเป็นส่วนของตัวเลือกอีกชนิดหนึ่งที่จะช่วยให้ผู้อ่านตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว ในการเลือกเรื่องราวก่อนหลังสำหรับในการอ่านแต่ละครั้ง

3.7 เส้นพับ (fold) หมายถึง เส้นผ่าศูนย์กลางของหน้ากระดาษที่ปรากฏในงานออกแบบกราฟิกหรือสิ่งพิมพ์ที่ต้องการจะเข้าเล่ม เป็นกึ่งกลางของกัตเตอร์และเป็นเส้นกึ่งกลางของหน้าคู่ซ้ายขวา โดยเส้นพับจะมีหน้าที่ไว้กำหนดพื้นที่หรือขอบเขตในหน้าสิ่งพิมพ์ที่มีจำนวนหน้าตั้งแต่สองหน้าขึ้นไป นอกจากนี้จะใช้ประโยชน์เพื่อการแบ่งขอบเขตในการเย็บและเก็บเล่มแล้ว เส้นพับที่กล่าวถึงนี้ยังเป็นเครื่องมือเตือนใจให้นักออกแบบสิ่งพิมพ์ตระหนักในการจัดวางภาพประกอบ และตัวอักษรในการจัดวางหน้าคู่ไม่ให้เกิดข้อผิดพลาดขึ้นได้สำหรับการอ่านและการจัดวางหน้า

3.8 ขนาดกริด (grid size) ขนาดของกริดถือว่าเป็นส่วนสำคัญอีกส่วนหนึ่งในการกำหนดรูปแบบและหน้าที่ของสิ่งพิมพ์ กำหนดให้กลุ่มเป้าหมายเกิดระบบทางการมองเห็น และรับรู้อย่างเป็นหมวดหมู่ในงานออกแบบได้โดยง่าย ซึ่งขนาดของกริดจะถูกกำหนดด้วยกระดาษอาร์ตเวิร์กที่ใช้ในการจัดหน้าและผลิตสื่อสิ่งพิมพ์นั้น ๆ ดังนั้นขนาดของกริดจะถูกกำหนดตามขนาดมาตรฐานของกระดาษที่นำมาใช้ผลิตสิ่งพิมพ์นั่นเอง เช่น โบปลิว จะมีขนาดของกริดประมาณ 8.5×11.5 นิ้ว, 6.7×10 นิ้ว และ 4×8.5 นิ้ว ตามขนาดของกระดาษที่นำมาใช้ผลิต เป็นต้น

4. การใช้งานในระบบกริด

ระบบกริดเป็นเครื่องมือที่นำเข้ามาใช้ในการออกแบบสิ่งพิมพ์ประเภทต่าง ๆ ที่มีอยู่มากมายหลายชนิดทำให้ระบบกริดมีขอบเขตของการใช้ที่แตกต่างกันออกไปโดยสามารถแบ่งลักษณะของการใช้ระบบกริดได้เป็น 3 ลักษณะดังนี้ (ปราโมทย์ แสงพลสิทธิ์, 2543, หน้า 98)

4.1 การใช้ระบบกริดสำหรับงานออกแบบสิ่งพิมพ์ทั่วไป

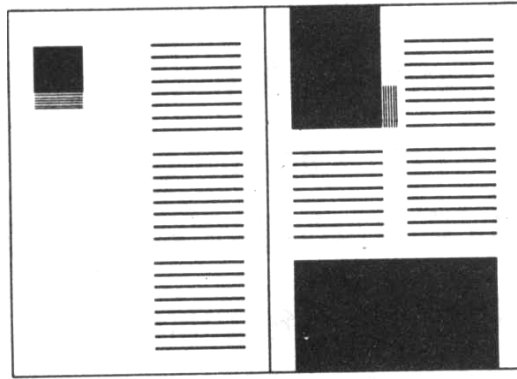
4.2 การใช้ระบบกริดสำหรับงานออกแบบสิ่งพิมพ์เฉพาะ

4.3 การใช้ระบบกริดผสม

นักออกแบบสิ่งพิมพ์อาศัยระบบกริดเข้ามาใช้เป็นเครื่องมือในการออกแบบสิ่งพิมพ์จะต้องคำนึงถึงส่วนประกอบต่าง ๆ ที่เป็นตัวร่วมทั้งในส่วนของภาพ เนื้อหา หัวเรื่อง และตาราง ฯลฯ ให้มีความสัมพันธ์กับเครื่องมือทางการออกแบบและการสื่อสารที่นำมาใช้ เช่น การแบ่งพื้นที่ของกระดาษต้นฉบับทางการพิมพ์เป็นหน่วยตารางสี่เหลี่ยม การใช้เครื่องมือกำหนดหน่วยวัดทางการพิมพ์มาใช้ให้เกิดประโยชน์และสัมพันธ์กับการใช้ตัวอักษรได้อย่างเหมาะสม

สำหรับการนำระบบกริดมาใช้ในงานออกแบบสิ่งพิมพ์ในลักษณะต่าง ๆ ก็ต้องคำนึงถึงบริเวณพื้นที่จัดวางกราฟิกในระบบกริดให้มีความสัมพันธ์กันกับส่วนพื้นที่ภายในมาร์จิ้น กัตเตอร์ และอัลเลย์ โดยสามารถจัดวางส่วนประกอบทางการพิมพ์ได้ 2 แบบ แบบที่หนึ่งชนิดสมดุลหรือ

ดูดยภาพ คือลักษณะของการจัดวางองค์ประกอบทั้งหมดรวมกลุ่มเป็นหน่วยภายในกรอบของกริดแบบที่สองชนิดดูดยภาพ คือลักษณะของการจัดวางองค์ประกอบแบบไม่ธรรมดา นั่นคืออาจมีการจัดวางส่วนของภาพขยายไปถึงขอบกระดาษที่เรียกว่า “ภาพตัดตก” (bleed) ดังภาพที่ 1.14



ภาพที่ 1.14 เปรียบเทียบระบบกริดชนิดธรรมดาและชนิดไม่ธรรมดา
ทีมา (ปราโมทย์ แสงพลสิทธิ์, 2540, หน้า 195)

เมื่อกล่าวถึงภาพซึ่งเป็นส่วนประกอบทางการออกแบบในหน้าสิ่งพิมพ์ที่อาศัยระบบกริดเป็นตัวกำหนดขอบเขตในการจัดวางเพื่อให้เกิดพื้นที่ว่างที่เรียกว่า “บริเวณขอบภาพที่สวยงาม” โดยบริเวณขอบภาพจะปรากฏเป็นขอบหรือพื้นที่ว่างสีขาวท่ามกลางพื้นที่สีเทาทั้งหมดในหน้าสิ่งพิมพ์ นอกจากขอบภาพแล้วยังมีขอบหรือช่องว่างระหว่างคอลัมน์ ย่อหน้า ภาพ และบรรทัด ซึ่งบริเวณขอบภาพหรือบริเวณว่างที่ปรากฏในหน้าสิ่งพิมพ์นั้นจะเป็นประโยชน์ในการพักสายตา

นอกจากนี้ยังมีการจัดวางองค์ประกอบในลักษณะเป็นหน่วย ซึ่งคำว่า “หน่วย” หมายถึงการแบ่งส่วนคอลัมน์ตามปกติ ตั้งแต่ 1 หน่วยต่อ 1 หน้ากระดาษสำหรับสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ ส่วนสิ่งพิมพ์อื่นอาจจะมีจำนวนหน่วยตั้งแต่ 1 หน่วยต่อ 1 หน้ากระดาษหรือมากกว่านั้น

อย่างไรก็ตามเพื่อหลีกเลี่ยงความซ้ำซากจำเจ และเพิ่มความสามารถระบบกริดให้มากขึ้นต้องงานออกแบบสิ่งพิมพ์ เช่น ตามปกติระบบกริดธรรมดาใช้จัดหน้านิตยสารหรือหนังสือสามารถจัดหน้าได้ตั้งแต่ชนิดคอลัมน์เดียวจนถึงสามคอลัมน์ แต่สำหรับหนังสือหรือนิตยสารบางประเภท การออกแบบระบบตารางสามารถเปิดโอกาสให้นักออกแบบจัดวางคอลัมน์ในหน้าเดียวกันได้ทั้งชนิดคอลัมน์เดียวและหลาย ๆ คอลัมน์ได้ในเวลาเดียวกันเป็นลักษณะของการผสมผสานการใช้งานของระบบกริดนั่นเอง

การใช้คอมพิวเตอร์ในการออกแบบกราฟิก

ในอดีตคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือและอาวุธสงคราม ผลิตขึ้นใช้ในกองทัพกองอเมริกันเมื่อประมาณปลายสงครามโลกครั้งที่ 1 ในฐานะของเครื่องมือที่ใช้สำหรับการคำนวณเพื่อกำหนดวิถีโค้งของกระสุนปืนใหญ่ที่ปล่อยจากจุดยิงก่อนการโจมตีเป้าหมาย เมื่อสิ้นสุดสงครามโลกครั้งที่ 2 วิถีชีวิตของมนุษย์จึงมุ่งสู่สันติภาพเป็นจุดสูงสุดของอุปกรณ์และเครื่องมือที่เคยใช้ ประทัดประหารชีวิตมนุษย์หลายประเภทในช่วงสงครามจึงถูกนำมาประยุกต์ใช้เพื่อประโยชน์ทางสันติภาพและการดำเนินชีวิตแบบใหม่ เช่น การสำรวจทางด้านภูมิศาสตร์ การคมนาคม และการสื่อสารชนิดต่าง ๆ คอมพิวเตอร์คือเครื่องมือชนิดหนึ่งที่ตั้งอยู่ในขอบเขตดังกล่าวและได้รับการพัฒนาอย่างรวดเร็วเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ทางด้านพาณิชย์ โดยบริษัทแอปเปิล คอมพิวเตอร์ ประเทศสหรัฐอเมริกาได้ประดิษฐ์เครื่องคอมพิวเตอร์สำหรับงานออกแบบกราฟิกโดยเฉพาะ ออกวางจำหน่ายในท้องตลาดเป็นครั้งแรก

การใช้ประโยชน์จากคอมพิวเตอร์ในการออกแบบกราฟิกกล่าวได้ว่ามีส่วนเกี่ยวข้องร่วมกันสองส่วนคือด้านวิศวกรรมศาสตร์ ซึ่งเป็นกระบวนการทำงานตามกลไกของเครื่องกล อิเล็กทรอนิกส์ โดยอาศัยโปรแกรมสำเร็จรูปชนิดต่าง ๆ และด้านการออกแบบ ซึ่งอาศัยความรู้ความเข้าใจทางด้าน การนำส่วนประกอบทางการออกแบบมาใช้ร่วมกันกับหลักเกณฑ์ทางการออกแบบ เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ในรูปแบบที่นักออกแบบสร้างสรรค์ขึ้น ดังนั้นการนำคอมพิวเตอร์มาใช้ประโยชน์ทางการออกแบบกราฟิกมีสิ่งที่จะต้องคำนึงถึงสามส่วนด้วยกันคือ การใช้แบบตัวอักษร การใช้ส่วนภาพและกราฟิก และการสร้างหน้าสิ่งพิมพ์หรือพื้นที่สำหรับจัดวางกราฟิก (ชูศักดิ์ เพรสคอตต์, 2543, หน้า 361-365)

1. การใช้แบบตัวอักษร

จะเห็นได้ว่าปัจจุบันได้มีการพัฒนาโปรแกรมสำเร็จรูปเกี่ยวกับการใช้ตัวอักษรขึ้นมา มากมายหลายโปรแกรม ทำให้การใช้คอมพิวเตอร์สำหรับงานออกแบบสิ่งพิมพ์มีความสามารถ และสะดวกมากยิ่งขึ้นในการเลือกสรรแบบตัวอักษรมาใช้งานหลากหลายขนาดตั้งแต่เล็กสุด ขนาด 4 พอยท์ จนถึงขนาดใหญ่สุดเต็มหน้ากระดาษที่สามารถใช้บรรจุในกระดาษของเครื่องพรินเตอร์ได้

2. การสร้างภาพและกราฟิก

ในการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์เข้ามาสร้างภาพและงานกราฟิกนั้นสามารถกระทำได้ 2 วิธี คือการสแกนภาพ หรือการถ่ายภาพจากแหล่งอื่น และการสร้างภาพขึ้นมาใหม่โดยใช้โปรแกรมสร้างงานกราฟิกโดยเฉพาะ

3. การสร้างหน้าสิ่งพิมพ์

ปัจจุบันคอมพิวเตอร์ได้เข้ามามีบทบาทอย่างสูงในการสร้างหน้าสิ่งพิมพ์โดยลดขั้นตอนในการ และทำให้หน้าสิ่งพิมพ์มีความชัดเจนกลายเป็นต้นฉบับทางการพิมพ์ได้เลย ซึ่งมีโปรแกรมสำเร็จรูปที่นิยมใช้ในการสร้างเลย์เอาต์หน้าสิ่งพิมพ์หลายโปรแกรม เช่น เพจเมกเกอร์, ควอร์ค เอกซ์เพรส เป็นต้น

สรุป

การออกแบบกราฟิกที่ปรากฏในรูปของสิ่งพิมพ์ชนิดต่าง ๆ ในปัจจุบันมีอยู่มากมายหลายชนิดที่ผลิตขึ้นตามความต้องการของผู้ผลิตเพื่อสนองประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมายหรือผู้ใช้ โดยได้มีการจำแนกชนิดและประเภทของงานกราฟิกสิ่งพิมพ์ออกไว้ 4 ประเภทคือ งานกราฟิกและสิ่งพิมพ์ชนิดกระดาษทางธุรกิจ งานกราฟิกและสิ่งพิมพ์เพื่อการส่งเสริมการขาย งานกราฟิกและสิ่งพิมพ์เพื่อการนำเสนอข้อมูล และสิ่งพิมพ์ชนิดเอกสารเฉพาะหน่วยงาน

ระบบกริดหรือระบบเส้นตาราง ถือเป็นเครื่องมือขั้นพื้นฐานที่สำคัญมากที่สุดชนิดหนึ่งที่นักออกแบบสิ่งพิมพ์จะสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้เป็นอย่างดีในการประกอบอาชีพ ทั้งในส่วนของการออกแบบชนิดพื้นฐานและงานออกแบบกราฟิกในขั้นสูง

ส่วนประกอบที่สำคัญของระบบกริดสามารถแบ่งตามหน้าที่ได้ 8 ส่วน ได้แก่ มارجิ้น กัดเตอร์ อัลเลย์ หน่วยของกริด มุมกริด ตำแหน่งการจัดวางเลขหน้า เส้นพับ และขนาดกริด ซึ่งล้วนเป็นสิ่งสำคัญที่จะไปใช้ประโยชน์ต่อการออกแบบสิ่งพิมพ์ที่มีขนาดแตกต่างกัน ทำให้ในการใช้ประโยชน์ของระบบกริดมีรูปแบบแตกต่างกันไปด้วยสำหรับงานออกแบบสิ่งพิมพ์ทั่วไป และงานออกแบบสิ่งพิมพ์เฉพาะทาง

นอกจากนี้ในการออกแบบและผลิตสิ่งพิมพ์จะประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ ตั้งแต่การตีโจทย์ ร่างแบบจิว ร่างแบบหยาบ ร่างแบบละเอียด จัดทำเป็นต้นฉบับ และเข้าสู่การผลิต ซึ่งแต่ละขั้นตอนต้องมีความสัมพันธ์และพิถีพิถันในงานอย่างมาก ประกอบกับปัจจุบันได้มีการพัฒนาอุปกรณ์ที่ทันสมัยขึ้นนั่นคือมีการนำเครื่องคอมพิวเตอร์เข้ามาใช้ในการออกแบบและผลิตสิ่งพิมพ์ทำให้ลดขั้นตอนบางขั้นตอนลงไปเป็นการประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย หากแต่คงความสวยงามและมีคุณค่าของสิ่งพิมพ์

แบบฝึกหัดท้ายบทที่ 1

1. จงอธิบายความหมายของการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ และมีปัจจัยใดบ้างที่มีผลกระทบต่อ การออกแบบในอดีตและปัจจุบัน
2. ประเภทของการออกแบบสิ่งพิมพ์สามารถแบ่งได้กี่ประเภท อะไรบ้าง
3. จงบอกส่วนประกอบที่สำคัญอย่างน้อยสองประการในหัวกระดาษและซองจดหมายทางธุรกิจ
4. การจัดการทางธุรกิจที่เริ่มต้นใหม่สิ่งใดสามารถทดแทนเอกสารสำคัญทางธุรกิจการ ซื้อขายได้
5. จงเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างใบปลิวและแผ่นพับ
6. ระบบกริดมีความสำคัญต่อนักออกแบบสิ่งพิมพ์อย่างไร
7. จงเปรียบเทียบกริดธรรมดาที่มีความแตกต่างจากกริดผสมอย่างไร
8. จงอธิบายถึงส่วนประกอบของระบบกริดว่ามีกี่ส่วน อะไรบ้าง
9. จงอธิบายขั้นตอนคร่าว ๆ ของการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์
10. ในปัจจุบันได้มีการนำเครื่องคอมพิวเตอร์เข้ามาใช้ในการออกแบบและผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ใน ลักษณะใดบ้าง