

๖
๖๕๙.๑๙๗๘๔
๙๔๕๙ ก

การออกแบบเพื่อการนำเสนอศิลปนิพนธ์

สำหรับ นิตยสาร

๓๐ ก.ย. ๒๕๓๔

เจ้าโครงการศิลปนิพนธ์
หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต
เสนอต่อภาควิชาศิลปะและวัฒนธรรม
ประสานมิตร

๒๕๓๓

173744

การออกแบบเพื่อการนำเสนอศิลปในเพลง

ปัจจุบันนี้ในวงการดนตรีเมืองไทย เป็นธุรกิจที่เต็มไปด้วยการแข่งขันเพลงคาสเซ็ท และแผ่นเสียงที่วางขายตามห้องตลาดของแต่ละบริษัท พยายามที่จะค้นหาสิ่งแปลกใหม่เพื่อยกการจำหน่าย โดยใช้ศิลปะการออกแบบเสนอโมทัศน์ที่แตกต่างกันออกไปลอกเลียนแบบกันบ้าง ซึ่งประสบความสำเร็จบ้าง ไม่ประสบความสำเร็จบ้าง ในด้านการยอมรับจากประชาชนและการตลาด ศิลปะการออกแบบโมทัศน์เพื่อการนำเสนอศิลปในเพลง เป็นเรื่องท้าทายความสามารถที่จะต้องระดมความคิดทางศิลปะ ตั้งแต่การวางมโนทัศน์ให้เข้ากับแนวเพลง การใช้สีแสง การแต่งกาย เวที ในทุก ๆ สื่อที่จะประชาสัมพันธ์ศิลปในออกไป เช่น ปกเพลงคาสเซ็ทและแผ่นเสียงโปสเตอร์ สื่อโฆษณาต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นโฆษณาทางโทรทัศน์ วิทยุ ฟิล์ม เพลง โรงภาพยนตร์ วิทยุ สิ่งพิมพ์ โฆษณาทางนิตยสาร หนังสือพิมพ์ และป้ายโฆษณาต่าง ๆ นอกจากการใช้ศิลปะในแง่ต่าง ๆ แล้วยังคำนึงถึงการตลาดและกลุ่มเป้าหมายอีกด้วย เพราะผลงานเพลงก็เปรียบเสมือนสินค้าเพื่อการขายชนิดหนึ่ง จึงจำเป็นต้องคำนึงถึงการจำหน่ายเป็นหลักอีกด้วยว่าทำอย่างไรสินค้านี้จะขายได้มากที่สุดด้วย นั่นหมายถึงการออกแบบเพื่อนำเสนอศิลปในเพลงนั้นประสบความสำเร็จนั่นเอง

ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

วิชาการ

1. เพื่อศึกษาระบบต่าง ๆ ของการออกแบบเพื่อการนำเสนอศิลปในเพลง
2. เพื่อรู้ถึงขั้นตอนการวางแผนปฏิบัติงาน และการดำเนินงานของบริษัท

ผู้ผลิตผลงานเพลงเพลงคาสเซ็ทและแผ่นเสียง

3. เพื่อศึกษาหลักการออกแบบทางศิลปะ เพื่อการใช้ในผลงานเพลงให้เหมาะสมกับตัวศิลปินและแนวเพลงให้มากที่สุด และประสบความสำเร็จมากที่สุด โดยศึกษาหลักการออกแบบ สิ่งพิมพ์ และศึกษาแนวเพลงโดยละเอียด

ปฏิบัติการ

เพื่อปฏิบัติการสร้างเพลง ออกแบบเพื่อการประชาสัมพันธ์และนำเสนอศิลปินเพลงให้เหมาะสมที่สุดกับศิลปินและผลงานเพลง เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานเพลง 1 ชุด โดยใช้ศิลปะการออกแบบมโนทัศน์โดยรวมทั้งหมด ซึ่งจะมีสิ่งพิมพ์อื่น ๆ คือ ปกเทป ปกแผ่นเสียง และโปสเตอร์ ใบปิค(โปสเตอร์) ซึ่งเป็นรูปแบบรวมเป็นมโนทัศน์แบบเดียวกัน

สมมุติฐาน

วิชาการ

จากการศึกษาค้นคว้าในเรื่องนี้จะให้ข้อมูลประโยชน์อย่างมากเกี่ยวกับกระบวนการคิดและค้นคว้า เพื่อการออกแบบนำเสนอศิลปินเพลงให้มีลักษณะที่โดดเด่นในการประชาสัมพันธ์ผลงานเพลงให้เป็นที่ยอมรับแก่การจดจำ มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของผลงานเพลงนั้น

ปฏิบัติการ

ได้ประโยชน์จากการวางแผน รู้ขั้นตอนปฏิบัติการออกแบบเพื่อการนำเสนอศิลปินเพลง ให้มีการประชาสัมพันธ์ได้ตรงตามเป้าหมายที่วางไว้ รวมถึงเรียนรู้ขั้นตอนการปฏิบัติการจริงในการออกแบบปกเทปคาสเซ็ท ปกแผ่นเสียงและโปสเตอร์หรือใบปิคโฆษณา เพื่อสามารถเป็นนักคิดมโนทัศน์ (หรือรูปแบบรวม) ออกแบบเพื่อการนำเสนอศิลปินเพลงได้จริง

ปัญหา

ในการผลิตผลงานเพลงแต่ละชุดจะพบปัญหาในการคิดมโนทัศน์เป็นอย่างมาก เช่น

1. วางรูปแบบนำเสนอไม่เข้ากับตัวศิลปิน และแนวเพลงทำให้ไม่ประสบความสำเร็จในการประชาสัมพันธ์และนำเสนอ
2. การออกแบบนำเสนอต้องคำนึงถึงการตลาดมากเกินไป ทำให้หมดอิสระทางความคิดจนไม่สามารถเสนอศิลปะที่แปลกใหม่ แนวทาง ซึ่งอาจจะประสบความสำเร็จในด้านการนำเสนอ คือ ออกแบบวางมโนทัศน์ได้ดี แต่ไม่มีกลุ่มเป้าหมาย หรือน้อยมาก ตลาดไม่ยอมรับจึงไม่ประสบความสำเร็จทางการตลาด
3. การออกแบบเพื่อการนำเสนอออกเลียนกันต่อ ๆ กันมาจากบริษัทเทปคาสเซ็ท และแผ่นเสียง ทำให้ขาดความเป็นเอกลักษณ์ และผลงานจะออกมาในรูปแบบเดียวกันเป็นช่วงระยะเวลาหนึ่งจนเพื่อ ซึ่งปัญหานี้จะพบมากในตลาดเพลงเมืองไทย
4. ปัญหาด้านเงินทุนสำหรับผลิตผลงานเพลงชุดนี้ จำกัดงบประมาณไว้ไม่เพียงพอต่อการออกแบบนำเสนอที่ทำได้ เงินทุนในขั้นตั้งแต่ การโปรโมท (ประชาสัมพันธ์) งบเครื่องแต่งกาย งบเวทีการแสดง ฯลฯ ทำให้งานออกมาได้ไม่เต็มที่ ปัญหานี้จะเกิดกับบริษัทเพลงใหม่และบริษัทเพลงเล็ก ๆ

ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า

วิชาการ

1. ศึกษาถึงกระบวนการและขั้นตอนในการออกแบบเพื่อการนำเสนอศิลปินเพลง
2. ค้นคว้าเกี่ยวกับแนวเพลงต่าง ๆ เพื่อสามารถกำหนดแนวทางการออกแบบให้เข้ากับแนวเพลงนั้น ๆ รวมถึงค้นคว้าเกี่ยวกับวิชาการออกแบบทางศิลปะประกอบและการออกแบบเพื่อการนำเสนอศิลปินเพลง โดยเน้นถึงการออกแบบสิ่งพิมพ์คือ ปกเทปคาสเซ็ท และปกแผ่นเสียง โปสเตอร์

3. ศึกษาด้วยการสอบถาม เรียนรู้ และฝึกงานจากประสบการณ์บุคคล ผู้เชี่ยวชาญ
ทางด้านการออกแบบเพื่อการนำเสนอศิลปินเพลง ในวงการเพลงโดยเฉพาะ

4. ศึกษาจากประสบการณ์ตรงที่ทำผลงานเพลงของตนเองในบริษัทเพลง
โดยเรียนรู้ขั้นตอนต่าง ๆ ในการทำงานของฝ่ายต่าง ๆ อย่างคร่าว ๆ

กระบวนการศึกษาค้นคว้า

วิชาการ

1. ศึกษาข้อมูลจากหนังสือและเอกสารทั้งไทยและต่างประเทศ
2. ผลงานเพลงและปกเทป ปกแผ่นเสียงโปสเตอร์ของศิลปินเพลงทั่ว ๆ ไป
ทั้งของไทยและต่างประเทศตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน (เน้นที่ปกเทปคาสเซ็ทและปกแผ่นเสียง
และโปสเตอร์)

ปฏิบัติการ

ลงมือปฏิบัติจริงตามขั้นตอนที่ได้วางแผน ซึ่งได้แก่

1. ออกแบบ วางมโนทัศน์เพื่อการนำเสนอศิลปินเพลง แนวเพลงและกำหนด
กลุ่มเป้าหมายอย่างคร่าว ๆ
2. แต่งเพลงและสร้างเพลงตามแนวเพลงที่ได้คิดไว้
3. นำเพลงมาฟัง และวางมโนทัศน์โดยรวมที่แน่นอน
4. ออกแบบเครื่องการค้าประจำตัวศิลปินให้ตรงตามรูปแบบนำเสนอศิลปิน
5. ออกแบบเครื่องแต่งกายให้ศิลปินเพลงตรงตามแนวเพลงและมโนทัศน์ที่วางไว้
6. ปฏิบัติการออกแบบปกเทปคาสเซ็ทด้านหน้า ด้านหลัง ปกใน ปกในสุด

จำนวน 1 ชิ้น ขนาด 4" x 11"

7. ปฏิบัติการออกแบบปกแผ่นเสียง ด้านหน้าและด้านหลัง จำนวน 1 ชิ้น

ขนาด 12" × 12"

8. ปฏิบัติการออกแบบแผ่นภาพโฆษณาศิลปิน (โปสเตอร์) ขนาด 9.91 × 16.2"

2 แบบ จำนวน 2 ชิ้น

การออกแบบเพื่อการนำเสนอศิลป์เพลง

สหรัฐ หิรัญสมบูรณ์

ศิลปินพันธ์

หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต

เสนอต่อภาควิชาศิลปะและวัฒนธรรม

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประสานมิตร

2534

บทคัดย่อ

ปัจจุบันในวงการดนตรีเมืองไทย เป็นธุรกิจที่เต็มไปด้วยการแข่งขัน นอกจากการประชาสัมพันธ์เพลงด้วยจำนวนเงินมหาศาล การออกแบบทางศิลป์เพื่อการนำเสนอศิลปินยังเป็นเรื่องที่สำคัญมาก การสร้างสรรค์ผลงานออกแบบที่ลงตัวกับศิลปินและแนวเพลงในรูปแบบที่แปลกใหม่ สะดุดตาผู้คน ย่อมได้เปรียบในการแข่งการตลาดมากกว่าการลอกเลียนแบบกันต่อ ๆ มา การวางมโนทัศน์จึงสำคัญมาก ผู้ออกแบบต้องศึกษาแนวเพลงทุก ๆ แนวอย่างละเอียด เพื่อทราบแนวทางการนำเสนอที่แตกต่างกันในแต่ละแนว และศึกษาการออกแบบทางนิเทศศิลป์ เพื่อออกแบบศิลป์ได้เหมาะสมกับตัวศิลปินและแนวเพลง รวมถึงการออกแบบสิ่งพิมพ์อีกด้วย

ดังนั้นผู้ออกแบบจะนำเสนอศิลปินได้ผลดีและประสบความสำเร็จได้เมื่อศึกษาแนวเพลงและการออกแบบนิเทศศิลป์อย่างดี รวมทั้งต้องเข้าใจตลาดการค้าเพลงอีกด้วย ว่ากำลังนิยมเพลงในแนวใด เพลงใดที่ยังไม่มีในท้องตลาด เพื่อฉีกแนวนำเสนอความแปลกใหม่ การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ย่อมเป็นคุณสมบัติที่ดีของนักออกแบบ

ด้วยเหตุนี้ การออกแบบเพื่อการนำเสนอศิลปินเพลงครั้งนี้จึงสร้างสรรค์ศิลปินเพลงที่มีบุคลิกและการแต่งกายที่ไม่เหมือนใคร รวมทั้งการนำเสนอยังแปลกใหม่ สามารถสื่อสารให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจได้โดยง่าย และเป็นจุดสนใจที่โดดเด่นของศิลปินเพลงอีกด้วย

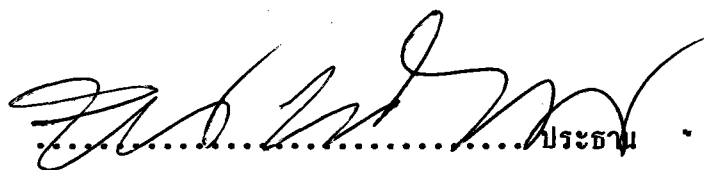
จากการศึกษาและปฏิบัติงานออกแบบเพื่อการนำเสนอศิลปินเพลงในครั้งนี้ ผลที่ได้รับคือ

1. ทำให้ทราบถึงความแตกต่างระหว่างแนวเพลงต่าง ๆ ที่มีลักษณะต่างกัน และการนำเสนอในรูปแบบต่างกัน

2. เข้าใจหลักการออกแบบนิเทศศิลป์ และสิ่งพิมพ์ สามารถนำมาประกอบในการออกแบบเพื่อการนำเสนอครั้งนี้ได้เป็นอย่างดี ว่าต้องการสื่ออะไร จากมโนทัศน์ที่วางไว้ ให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจง่าย สะดุดตา และชื่นชอบ

3. สามารถแก้ปัญหาการจัดองค์ประกอบทางศิลป์ให้ลงตัว สวยงาม ถึงจุด
ความสนใจผู้คนที่ผ่านไปพบเห็น ปกเทพ ปกแผ่นเสียง และโปสเตอร์ ของศิลปิน

4. สามารถนำเสนอศิลปินเพลงได้ตรงจุดประสงค์ โดยถึงบุคคลิกสามารถพิเศษ
ของศิลปิน บวกกับการศึกษาแนวเพลง การออกแบบนิเทศศิลป์ การออกแบบสิ่งพิมพ์
ทำให้ได้ผลงานการออกแบบการนำเสนอศิลปินได้สมบูรณ์ลงตัวอย่างที่ต้องการ


.....ประธาน

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิรุณ ตั้งเจริญ)


.....ที่ปรึกษา
(นายทศสวัสดิ์ หิรัญสมบูรณ์)

สารบัญ

		หน้า
บทที่ 1	บทนำ	1
บทที่ 2	ข้อมูลสัมพันธ	4
	ความหมายของเพลงและดนตรี	4
	เพลงคลาสสิก	5
	ดนตรีแจ๊ส	8
	ดนตรีร็อก	11
	ดนตรี นิว เอจ มิวสิก	27
	ดนตรี นิวเวฟ นิวมิวสิก	30
	ดนตรีกันทรี่	31
	เพลงและดนตรียอดนิยมของไทย	32
	เพลงไทยสากลยอดนิยมในปัจจุบัน	40
	ขั้นตอนการนำเสนอศิลปินเพลง	44
	กำหนดแนวเพลงและการนำเสนอ	49
	กลุ่มเป้าหมายวัยรุ่น	51
	การใช้สื่อนำเสนอศิลปิน	54
	การออกแบบนิเทศศิลป์	55
	เลย์ เอ๊าท์	57
	ประเภทของงานนิเทศศิลป์	59
	โปสเตอร์	59

	หน้า
ตัวอักษร	70
การใช้สี	71
อิทธิพลของสี	73
การใช้ตัวอักษรในงานโฆษณาสิ่งพิมพ์	78
บทที่ 3 กระบวนการ	85
บทที่ 4 ผลและสรุป	121
บรรณานุกรม	124
ภาคผนวก	127

บทที่ 1

บทนำ

วงการดนตรีเป็นธุรกิจใหญ่ที่เต็มไปด้วยการแข่งขัน การออกแบบเพื่อการนำเสนอรูปแบบแปลกใหม่ หรือตรงกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อยกการจำหน่าย จึงเป็นเรื่องที่บริษัทเพลงแต่ละแห่งคำนึงถึงและมุ่งแข่งขันเป็นอย่างมาก แต่อย่างไรก็ตามการใช้การโฆษณา-ประชาสัมพันธ์เป็นสื่อที่มีบทบาทอีกด้วย การรู้จักใช้ แสง สี เสียง ภาพประกอบแปลกใหม่ ๆ ตลอดจนเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วย เพื่อเรียกร้องความสนใจจากสื่อมวลชน ต้องจ่ายเงินจำนวนมากมาย เพื่อส่งข่าวสารทางการโฆษณาเพลงไปสู่องค์กรธุรกิจต่าง ๆ โดยผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ และตลอดจนช่องทางอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร

ฉะนั้นการออกแบบเพื่อการนำเสนออันนี้ย่อมควบคู่กับการโฆษณา-ประชาสัมพันธ์เสมอ ในธุรกิจเพลง การโฆษณา-ประชาสัมพันธ์จะดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับรูปแบบมโนทัศน์ของตัวศิลปินและเพลงในผลงานชุดนั้นว่าทำให้ประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใด เข้ากับตัวศิลปินหรือไม่ เข้ากับแนวเพลงหรือไม่ ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายหรือไม่ แม้กระทั่งเข้ากับยุคสมัยหรือไม่อีกด้วย

การออกแบบเพื่อการนำเสนอศิลปินจึงเป็นสิ่งสำคัญมากในเรื่องการจำหน่ายยอดเทปคาสเซ็ท เพราะถ้าเพราะเพลงดี ศิลปินดี ถ้าออกแบบผิดพลาดก็อาจจะไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ ผู้ออกแบบจะต้องศึกษาแนวเพลงต่าง ๆ ว่าแต่ละรูปแบบจะนำเสนออย่างไร แตกต่างกันมากน้อยเพียงใดโดยต้องศึกษาโดยละเอียด รวมถึงประวัติต่าง ๆ ของแนวเพลงอีกด้วย ศึกษาตลาดเพลงในปัจจุบันว่ากำลังต้องการแนวเพลงแบบใด รวมทั้งกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่แน่ชัด ปัจจุบันความตื่นตัวของธุรกิจเพลงไทยมีมากขึ้น วัยรุ่นและประชาชนยอมรับเพลงไทยมาก เทปคาสเซ็ท-แผ่นเสียงขายดีจึงมีประสิทธิภาพดี

มีวิธีที่น้อยใหญ่เกิดขึ้นมาก เกิดการลอกเลียนแบบกัน การนำเสนอออกมาในรูปแบบเหมือนกัน หรือคล้าย ๆ กัน ทำให้ไม่มีการพัฒนาการทางความคิดจนเกิดอาการเพื่อจี้ควรหลีกเลี่ยงการลอกเลียนแบบมุ่งสร้างสรรค์สิ่งแปลกใหม่ แต่คำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายด้วยว่าจะรับได้หรือไม่ มากน้อยเพียงใด คำนึงถึงการตลาดด้วยแต่ไม่มากจนปิดกั้นความคิดของผู้ออกแบบมโนทัศน์จนเกินไป มีการวิเคราะห์และวิจัยข้อมูลอย่างถูกต้อง

การใช้สื่อในการนำเสนอศิลปินต้องมีการกำหนดประเภทของสื่อโฆษณาอย่างแน่ชัดว่าจะมีอะไรบ้างเพื่อส่งเสริมยอดขายเพลงของตัวศิลปิน เช่น โปสเตอร์ ปกเทปกแผ่นเสียง โฆษณาทางนิตยสาร แผ่นพับ เป็นต้น ซึ่งวิวัฒนาการของสื่อโฆษณาประเภทสิ่งพิมพ์เหล่านี้ปัจจุบันสามารถผลิตสิ่งพิมพ์ที่มีสีสันที่สวยงาม มีภาพประกอบต่าง ๆ มีการใช้หลักการในการจัดวางรูป หรือข้อความบนสิ่งพิมพ์ให้มีลักษณะที่ดึงดูดความสนใจ มีการประดิษฐ์คิดค้นรูปแบบตัวอักษรต่าง ๆ ความเจริญก้าวหน้าทางการพิมพ์ ทำให้ผู้ออกแบบเพื่อการนำเสนอศิลปิน สามารถคิดงานได้หลากหลาย กำหนดสีสันให้กับงานได้น่าสนใจมากขึ้น การออกแบบศิลปินแต่ละยุคต้องมีรูปแบบโดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ สามารถให้ประชาชนจดจำรวมทั้งชื่อผลิตภัณฑ์คือเทปแผ่นเสียงให้มากที่สุดนั้นคือการออกแบบเพื่อการนำเสนอศิลปินเพลงประสบความสำเร็จนั่นเอง

ปัญหา

ในการผลิตผลงานเพลงแต่ละยุคในปัจจุบันจะพบปัญหาในทางวางมโนทัศน์นำเสนอศิลปินหลายประการ

1. วางมโนทัศน์กำหนดภาพพจน์ไม่เข้ากับบุคลิกภาพของตัวศิลปินและไม่เข้ากับแนวเพลง ทำให้ไม่ประสบความสำเร็จในการนำเสนอและยอดขายการจำหน่ายผลิตภัณฑ์คือเทปและแผ่นเสียง

2. การออกแบบนำเสนอต้องคำนึงถึงการตลาดมากเกินไปทำให้หมดอิสระทางความคิด จนไม่สามารถนำเสนอศิลปะที่แปลกใหม่ แหวกแนว ซึ่งอาจจะประสบความสำเร็จในด้านการนำเสนอ ก็อาจมองในทัศนคติศิลปินได้แต่ไม่มีกลุ่มเป้าหมาย ตลาดไม่ยอมรับจึงไม่ประสบความสำเร็จ

3. การออกแบบนำเสนอที่ลอกเลียนแบบกันต่อ ๆ กันมาจากบริษัทเพปคาสเช็ท และแผ่นเสียง ทำให้ขาดความเป็นเอกลักษณ์ และผลงานออกมาในรูปเดียวกันเป็นช่วงระยะเวลาหนึ่งจนเพื่อ ทำให้เกิดความเบื่อหน่ายต่อรูปแบบที่จำเจ ไม่ดึงดูดใจ เนื่องจากรูปแบบเหมือนกันไปหมด ซึ่งปัญหานี้จะพบมากในตลาดเพลงเมืองไทย

4. ปัญหาด้านเงินทุนสำหรับผลิตผลงานเพลงชุดนี้ จำกัดงบประมาณไว้ไม่เพียงพอกับรูปแบบนำเสนอที่วางไว้ เงินทุนในที่นี้ตั้งแต่การโปรโมท ประชาสัมพันธ์ งบเครื่องแต่งกาย งบบนเวทีการแสดง ฯลฯ ทำให้งานออกมาได้ไม่เต็มที่เท่าที่ควร จะเป็น ปัญหานี้จะเกิดกับบริษัทเพลงใหม่และบริษัทเพลงเล็ก ๆ

สมมุติฐาน

วิชาการ

จากการศึกษาค้นคว้าในเรื่องนี้จะได้คุณประโยชน์อย่างมากเกี่ยวกับกระบวนการคิด และค้นคว้า เพื่อการออกแบบนำเสนอศิลปินเพลงให้มีลักษณะที่โดดเด่นในการประชาสัมพันธ์ ผลงานเพลงให้เป็นที่ยอมรับแก่การจดจำ มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของผลงานเพลงนั้น

ปฏิบัติการ

ได้ประโยชน์จากการวางแผน รู้ขั้นตอนปฏิบัติการออกแบบเพื่อการนำเสนอศิลปินเพลง ให้มีการประชาสัมพันธ์ได้ตรงตามเป้าหมายที่วางไว้ รวมถึงเรียนรู้ขั้นตอนการปฏิบัติการจริง ในการออกแบบปกเพปคาสเช็ท ปกแผ่นเสียงด้านหน้า และด้านหลัง โปสเตอร์ เพื่อสามารถเป็นนักคิดมโนทัศน์ออกแบบเพื่อการนำเสนอศิลปินเพลงได้จริง

บทที่ 2

ข้อมูลสัมพันธ

ความหมายของเพลงและดนตรี

ดนตรีเป็นเรื่องของศิลปะที่เกี่ยวกับเสียง ซึ่งมนุษย์เป็นผู้สร้างขึ้น อาจจะลอกเลียนเสียงมาจากธรรมชาติหรือเสียงอะไรก็ตามแต่ นำเสียงนั้นมาเรียบเรียงให้มีระเบียบและที่สำคัญที่สุดก็คือ ดนตรีต้องมามีอารมณ์ในการที่จะสื่อไปยังผู้ฟัง ดนตรีมีธรรมชาติที่แตกต่างไปจากศิลปะแขนงอื่น

เพลงและดนตรีตะวันตก

ดนตรีเกิดขึ้นมาพร้อมกับมนุษย์ในยุคแรกเขาก็รู้จักร้องรำตามธรรมชาติ เช่น เคาะหิน เคาะไม้ พรบมือ ผีปาก เป็นต้น และมีวิวัฒนาการมาเป็นเพลงพื้นเมือง เพลงลูกกรุง ตลอดจนเพลงโฆษณา จะเห็นได้ว่าดนตรีและเพลงต่าง ๆ ทำให้ผู้ฟังเกิดความเพลิดเพลิน เกิดอารมณ์หรือความรู้สึกต่าง ๆ ตอบทเพลง

เสียงธรรมชาติต่าง ๆ เช่น ลมพัด นกร้อง เสียงกลิ้ง เสียงน้ำตก จะทำให้ผู้ได้ยินมีความสุข ก็สามารถเข้าเป็นเสียงดนตรีได้เช่นกัน

จากการร้องรำตามธรรมชาติ จากเสียงธรรมชาติก็ได้มีวิวัฒนาการและพัฒนาโดยอาศัยความละเอียดอ่อนลึกซึ้ง ความสร้างสรรค์ ความเข้าใจ ตลอดจนหลักวิชาและความประณีตบรรจงให้ออกมาเป็นศิลปะดนตรีประเภทต่าง ๆ เช่น แจ๊ส บ๊อป กลาสสิก ดนตรีพื้นเมือง หรือดนตรีลูกทุ่ง เป็นต้น

กล่าวได้ว่า ศิลปะดนตรีนี้เกิดขึ้นจากธรรมชาติ ที่ได้นำมาดัดแปลงแก้ไขให้เกิดความประณีต งดงาม และไพเราะ ทำให้เกิดความรู้สึกนึกคิด รวมทั้งความรู้สึกทางอารมณ์ต่าง ๆ

เช่น รัก โกรธ เกลียด กลัว โศกเศร้า หรือดีใจ และสามารถถ่ายทอดความรู้สึกดังกล่าวให้ผู้อื่นรับรู้ได้ด้วย ซึ่งในที่นี้จะกล่าวถึงดนตรีในประเภทต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. เพลงคลาสสิก (Classical Music)

คลาสสิกมีความหมายว่า "ขั้นสูง" เมื่อพูดถึงเพลงคลาสสิกจึงทำให้คนทั่วไปนึกถึง "ขั้นที่สูง" ส่วนใหญ่แล้วนำไปเปรียบเทียบกับฐานะทางสังคมว่า "คลาสสิก" เป็นเรื่องของคนชั้นสูง แท้จริงแล้วคลาสสิกเป็นเรื่องของความงาม ความไพเราะทางศิลปะต่างหาก ที่ทุกคนสามารถสัมผัสได้ การสัมผัสงานศิลปะไม่ได้เกี่ยวข้องกับฐานะทางสังคมแต่ประการใด

ดนตรีคลาสสิกหมายถึงดนตรีที่มีความหมายความงามความไพเราะในเรื่องของเสียง โดยที่ผู้ประพันธ์เพลงได้ประพันธ์ขึ้นอย่างวิจิตรพิสดาร มุ่งในเรื่องของความไพเราะ มีคุณค่าในความงามของศิลปะ บรรเลงโดยนักดนตรีที่มีความสามารถ ผ่านการฝึกมาโดยเฉพาะ มีความสามารถที่จะถ่ายทอดอารมณ์ ความรู้สึกของเพลงออกสู่ผู้ฟังได้ สำหรับผู้ฟังนั้นต้องอาศัยสมาธิ หรือความตั้งใจที่จะฟัง

ความเป็นดนตรีคลาสสิกต้องอาศัยความละเอียดอ่อนที่ประกอบขึ้นขององค์ประกอบของดนตรี ตั้งแต่เสียง จังหวะ ท่วงนอง คำร้อง การประสาน พิณผิว สีสนั่นแห่งเสียง รูปแบบและลีลาของดนตรี ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญว่าสิ่งเหล่านี้ได้ถูกสร้างขึ้นอย่างประณีตหรือไม่เพียงใด

ดนตรีคลาสสิกมีความเกี่ยวข้องและสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดกับเวลาหรือยุคสมัย เพราะเหตุว่าเพลงในแต่ละยุคแต่ละสมัยมีองค์ประกอบที่แตกต่างกัน แต่เนื่องจากประวัติกวามเป็นมาของดนตรีของไทยหรือดนตรีตะวันตก มีความเปลี่ยนแปลงไม่มากนัก จึงขอกล่าวถึงดนตรีคลาสสิกที่ประวัติกวามของดนตรีตะวันตกโดยสังเขปดังต่อไปนี้

1.1 สมัยกลาง หรือที่เรียกว่าสมัยเมดิออล

ดนตรีสมัยนี้เป็นดนตรีที่เป็นเพลงสวดในโบสถ์เสียมากกว่า เป็นดนตรีประกอบพิธีกรรม สรรเสริญหรือบูชาพระผู้เป็นเจ้า เป็นเพลงที่ไม่มุ่งสำหรับการฟัง แม้ว่าจะมุ่งสำหรับการสวด มีลีลาเหมือนกับพระในพุทธศาสนาใช้สวดในปัจจุบัน เป็นทำนองครึ่งพูดครึ่งร้อง ส่วนเพลงของชาวบ้านนั้นมุ่งความสนุกเป็นสำคัญ จะมีลักษณะคล้าย ๆ ลำตัด เพลงบอก กล่าวคือเน้นเรื่องหรือเนื้อหาที่ร้อง มีเครื่องดนตรีเป็นเครื่องประกอบจังหวะเป็นสำคัญ โดยทั่วไปแล้วเพลงในสมัยกลางไม่นิยมนำมาฟังเพื่อความบันเทิง

1.2 สมัยเรเนซองส์ (Renaissance ค.ศ. 1450 - 1600 การฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมใหม่)

ดนตรีในสมัยเรเนซองส์โดยทั่วไปแล้วดนตรียังมีแนวคล้ายดนตรีในสมัยกลาง เพียงแต่ว่าดนตรีมีแนวมากขึ้นกว่าเดิม มีเครื่องดนตรีที่สามารถบรรเลงทำนอง เช่น พวงลูต (Lute) รีคอร์ดอร์ (Recorder) เป็นต้น แต่ที่สำคัญก็คือดนตรีในสมัยนี้ก็ยังไม่นิยมบรรเลงเพื่อการฟังมากนัก แต่ยังสืบทอดดนตรีในลักษณะเพลงสวด ดนตรีเพื่อพิธีกรรมมีการเริ่มต้นของการประสานเสียง

1.3 ดนตรีสมัยบาโรก (Baroque ค.ศ. 1600 - 1750 ไข่มุกที่มีลักษณะบุคเบี้ยว)

ดนตรีในสมัยบาโรกเริ่มเป็นดนตรีสำหรับการฟัง ถึงแม้ว่าดนตรีส่วนใหญ่ยังอยู่บนพื้นฐานของเพลงสวด หรือดนตรีเพื่อศาสนาพิธี แต่ก็มีความงดงามเพื่อการฟัง นักดนตรีได้รับการเลี้ยงดูจากวัดและราชสำนัก นักดนตรีที่สำคัญในสมัยนี้ อย่างเช่น คลาودی มอนเตเวร์ดี (Claudio Monteverdi) เฮนรี เพลอร์เซลล์ (Henry Purcell) โยฮัน เซบาสเตียน บัค (Johann Sebastian Bach) อันโตนิโอ วิวาลดี (Antonio Vivaldi) จอร์จ เฟรเดอริก แฮนดิล (George Frideric Handel) ผลงานของนักดนตรีเหล่านี้มักจะนำมากล่าวถึงมากไม่ว่าจะเป็นเพลงสวด เพลงบูชา โอเปร่า คอนแชร์ต ฯลฯ

1.4 คนตรีสมัยคลาสสิก (Classic)

ในสมัยคลาสสิกเปลี่ยนไปในระบบสมบูรณาญาสิทธิราชย์ เริ่มเสื่อมตั้งแต่สมัยพระเจ้าหลุยส์ที่ 14 ของฝรั่งเศสสวรรคต ค.ศ. 1715 การปฏิบัติทางวัฒนธรรมเริ่มมีมากขึ้น ทางด้านดนตรีก็เปลี่ยนไปเป็นดนตรีเพื่อการฟัง คนตรีเพื่อธุรกิจ เพราะนักดนตรีไม่ได้อยู่ในความดูแลของเจ้าขุนมูลนายอย่างแต่ก่อน นักดนตรีจะต้องเลี้ยงชีพด้วยตนเอง ดังนั้นดนตรีเพื่อการธุรกิจจึงเกิดขึ้น นักดนตรีสำคัญมี โจเซฟ ไฮเดิน (Joseph Haydn) ว็อล์ฟกัง อมาเดอุส โมซาร์ท (Wolfgang Amadeus Mozart) ลูทวิช แวน เบโทเฟน (Ludwig Van Beethoven) ลีลาคนตรีที่สำคัญอย่างเช่น โชนาตา ซิมโฟนี มินูเอ็ต และทริโอ (Minuet and Trio) เป็นต้น

1.5 คนตรีสมัยโรแมนติก (Romantic)

ดนตรีในยุคโรแมนติกเต็มไปด้วยสี เสียง และสีสน่มากมายเพราะความมีเสรีภาพทางความคิด เครื่องดนตรีต่าง ๆ มีมากขึ้น ตั้งแต่เสียงต่ำสุดเท่าที่จะทำได้ จนกระทั่งเสียงสูงสุดเท่าที่จะทำได้เพื่อเพิ่มสีสน์ของเสียงดนตรี ขนาดของวงดนตรีใหญ่ขึ้น มีนักดนตรีมากขึ้น นักดนตรีที่สำคัญในสมัยนี้เช่น ฟราน ซูเบิร์ต (Franz Schubert) โรเบิร์ต ชูมานน์ (Robert Schumann) เฟรเดอริก โชแปง (Frederic Chopin) ฟราน ลิซต์ (Franz Liszt) เฟลิกซ์ เมนเดลโซห์น (Felix Mendelssohn) เฮกเตอร์ เบร์ลิโอซ (Hector Berlioz) ปีเตอร์ ไชคอฟสกี (Peter Tchaikovsky) แบริก สมาทานา (Bedrich Smetana) อันโทนี ดโวซาค (Antonin Dvorak) โยฮันน์ บราห์มส์ (Johannes Brahms) สตีเฟน เวอร์ดี (Giuseppe Verdi) เกียโคโม ปุคชินี (Giacomo Puccini) ริชาร์ด วากเนอร์ (Richard Wagner) เป็นต้น ในสมัยโรแมนติกได้เริ่มมีดนตรี "ชาตินิยม" ขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งนักดนตรีชาวรัสเซีย

1.6 คนตรีในคริสต์ศตวรรษที่ 20 (Twentieth Century ค.ศ. 1900
กระทั่งปัจจุบัน

ความเปลี่ยนแปลงของสังคมมีมากขึ้น คนในสังคมมีการแสวงมากขึ้น
 ความเจริญทางเทคโนโลยีไฟฟ้า ทำให้ดนตรีเปลี่ยนไป คนกลุ่มหนึ่งเบื่อหน่ายความเป็น
 ดนตรีแบบเก่า คนเหล่านั้นก็พยายามทำลายโครงสร้างของดนตรีดั้งเดิม การนำเอาดนตรี
 ของชาวป่ามาเรียบเรียง ฯลฯ สิ่งที่สำคัญก็คือ ดนตรีสมัยนี้มองโลกแห่งความเป็นจริง การทำลาย
 ล้างของสงครามโลก สงครามระหว่างประเทศ สงครามกลางเมือง ฯลฯ สิ่งเหล่านี้ถูกนำมา
 ประพันธ์เป็นดนตรี ความดัง แรงเร็ว จนกระทั่งไม่เหลือรูปแบบและความไพเราะ นักดนตรี
 คนสำคัญ เช่น โคลด เดบussy (Claude Debussy) อิกอร์ สตราวินสกี (Igor
 Stravinsky) อาโนลด์ โชนเบิร์ก (Arnold Schoenberg) อัลบัน แบก (Alban
 Berg) อันทอน เวเบิน (Anton Webem) บิลา บาร์ทอก (Bela Bartok)
 ชาร์ล ไวล (Charles Lves) อารอน โพลแลนด์ (Aaron Copland) เป็นต้น
 ดนตรีคลาสสิกเป็นเรื่องของศิลปะที่มีความสัมพันธ์อย่างแนบแน่นกับยุคสมัย
 นอกจากนี้แล้วลีลาของแต่ละยุคก็มีความแตกต่างกัน อย่างไรก็ตามความซาบซึ้งกินใจใน
 สุนทรียรสขึ้นอยู่กับความเคยชิน ฟังบ่อย คุ้นเคย สัมผัสบ่อย เป็นปัจจัยสำคัญในการเข้าถึง

เพลงคลาสสิก

2. ดนตรีแจ๊ส (Jazz)

เป็นที่รู้และยอมรับกันทั่วไปว่าดนตรีแจ๊สเกิดขึ้นในสหรัฐอเมริกาโดยเฉพาะอย่างยิ่ง
 ในกลุ่มคนผิวดำ ซึ่งคนผิวดำเหล่านั้นได้ถูกซื้อตัว ลักพาตัวจากแอฟริกาไปเป็นทาสคนผิวดำ
 ในอเมริกา ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1619 เพื่อใช้แรงงาน คนผิวดำเหล่านั้นก็ได้นำศิลปวัฒนธรรมชาวป่า
 จากแอฟริกาติดตัวไป เมื่อได้รับความกดขี่จากพวกผิวดำก็แสดงออกทางอารมณ์ที่เกี่ยวข้อง
 กับดนตรี ระบายความเจ็บปวด ความโศกเศร้า ความแค้น ความคร่ำครวญ ด้วยการผ่าน
 เสียงดนตรี โดยเพลงร้อง ส่วนเครื่องดนตรีที่ใช้ประกอบนั้น ในระยะแรก ๆ เป็นอะไรก็ได้
 เท่าที่จะหาได้ เคะเป็นจังหวะ

คำว่า แจ๊ส มาจากคำว่า "แจม" ซึ่งหมายถึงการบรรเลงดนตรีด้วยความรู้สึก
รู้สึกอย่างไรก็บรรเลงออกมาอย่างนั้นโดยอาศัยการ "ค้น" เพลง หรือจะเรียกว่า
"คีตปฏิบัติ" (Improvisation) นักดนตรีผู้บรรเลงมีอิสระในการบรรเลงตามความ
รู้สึกของตัวเอง

แจ๊สเป็นรูปแบบดนตรีที่ไม่ตายตัว เป็นอิสระ แจ๊สในยุคเริ่มแรกเป็นนิวออร์ลีนส์ไคลด์
ที่รู้จักคำว่า "คิกซ์แจ๊ส" มีคนเล่นไม่กี่คนแล้วก็ค่อย ๆ พัฒนาเป็นวงบิ๊กแบน (วงใหญ่)
ที่เน้นท่วงทำนองและจังหวะเพลงแบบสวิง คัมแบทก็มี คูกี เอลลิงตัน, แกันท เบซี,
เบนนี่กู๊ดแมน แล้วก็เปลี่ยนมาเป็นแจ๊สแบบป๊อปปูล่า มีชาลี ปาร์กเกอร์ เป็นคัมแบทและ
กลายมาเป็นแจ๊สแบบฟิวชันในต้นยุค 60 มีการผสมผสานแนวดนตรีอื่นเข้ากับแจ๊สอย่างเป็น
ริค เป็น "วงซิกาโก" "ทาวเวอร์ออฟ เพาเวอร์" แจ๊สที่คนรู้จักกันในปัจจุบันเป็นฟิวชันแจ๊ส
กันเสียมากกว่า บางทีก็มีส่วนผสมของริธึม แอนด์ บลูส์ หรือ ฟังก์ อย่างงานของ เควิด
แชนบอร์น, ลาร์รี คาร์ลสัน, เยลโล่ แจ็กเก็ต โกรเวอร์ วอชิงตัน ป๊อบ เจมส์, เคฟ
กรูชิน หรือแม้แต่วงแพ็ค แมคคินี กรู๊ป ที่ค่อนข้างจะหนักหนากว่าคนอื่น ๆ โครงสร้างดนตรี
พวกนี้จะซับซ้อนมากกว่าแบบอื่น ๆ ดนตรีแจ๊สสามารถแทรกซึมได้กับแนวดนตรีแทบทุกประเภท
หรือแจ๊สลูกผสมนั้นเองไม่มีการกำหนดตายตัว

ดนตรีแจ๊สมีหลายประเภท ได้แก่ บลูส์ นิวออร์ลีน สวิง เป็นต้น

2.1 บลูส์ (Blues)

บลูส์เป็นเพลงที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกเศร้า บลูส์เป็นรากฐานของดนตรีแจ๊ส
ในราว ค.ศ. 1920 - 1930 เพลงบลูส์ได้พัฒนาให้มีรูปแบบในการบรรเลง มีลักษณะ
เฉพาะตัวที่เรียกว่าบลูส์แล้วพัฒนาไปเป็น บีบ๊อบบลูส์ ทั้งนี้นั้นบลูส์และบีบ๊อบบลูส์เป็นเรื่อง
ของลีลาเพลงที่เป็นลักษณะเฉพาะมีตัวโน้ตว่าเมื่อบรรเลงเสียงนั้น ๆ แล้วจะให้อารมณ์บลูส์
เช่น ลีลาที่คาร์ของอริค แคลปตัน, โรเบิร์ต เกลย์

ริธึมแอนด์บลูส์ เป็นรูปแบบของบลูส์ที่ผสมผสานจังหวะดนตรีเข้าไปในเพลง ด้วยเป็นดนตรีที่นิยมของคนดำในยุค 1940 เป็นต้นแบบของเพลงโซล, ฟังก์, ดิสโก้ ในเวลาต่อมา

โซล (Soul) เป็นรูปแบบการร้องแบบดราม่าที่ผสมกับจังหวะฟังก์ ต้นแบบคือโอติส เรดดิ้ง, เจอร์เมนีย์ เชนัน, อริธา แฟรงกลิน, สโมกีย์ โรบินสัน โซลกับบลูส์บางทีก็แยกออกจากกันลำบากมาก เพราะมีส่วนคล้ายคลึงกันมากในหลาย ๆ ด้าน

2.2 แจ๊สลีลาโนวอร์ลีน (New Orleans Jazz)

เมืองนิวออร์ลีนเป็นเมืองที่สำคัญเมืองหนึ่งของประวัติศาสตร์แจ๊ส นักดนตรีแจ๊ส สมัยแรก ๆ เริ่มต้นจากเมืองนิวออร์ลีนเมื่อนักดนตรีเหล่านั้นมีปัญหา เรื่องเศรษฐกิจก็จะขยายตัว ไปยังเมืองอื่น ๆ เพื่อไปเล่นดนตรีอย่างเมืองชิคาโก เช่นคันทลูส์ เป็นต้นลีลาเพลงนิวออร์ลีน จะบรรเลงทำนองซัด ๆ แล้วจึงแปรทำนองออกไปทีหลัง ดนตรีนิวออร์ลีนไม่เร้าร้อน แต่เหมาะ สำหรับทุกโอกาส ไม่ว่าจะเป็นเต้นรำ งานเลี้ยง ขบวนพาเหรด หรือแม้แต่ในพิธีรับศีล จนกระทั่งพิธีงานศพ

วงดนตรีนิวออร์ลีนมีขนาดเล็กใหญ่เพียงใดก็ได้ แต่ที่นิยมมากที่สุดเป็น วงขนาด 5 - 7 ชิ้น โดยปกติแล้วจะมีทรัมเปต คลาริเน็ต หอมนบอน เป็นเครื่องบรรเลง ทำนองแล้วมีเครื่องอื่น ๆ ประเภทจังหวะอาจจะเปียโน กลอง เบส และเบส เป็นต้น

ลีลาของดนตรีเมื่ออยู่ในเมืองใดก็มักจะเรียกชื่อเมืองนั้น ๆ เป็นลีลาเฉพาะ กลุ่ม อย่างเป็นลีลานิวออร์ลีน ลีลาชิคาโก ลีลาเซนต์หลุยส์ เป็นต้น

2.3 สวิง (Swing)

สวิงเป็นดนตรีแจ๊สอีกลีลาหนึ่งที่เน้นไปทางจังหวะสำหรับการเต้นรำ สวิงเป็นยุควงดนตรีวงใหญ่ที่นิยมเต้นแบบสุดใจซาดคิน (ริฟ) สำหรับในทางดนตรีนั้น ริฟเป็นลักษณะที่นักดนตรีสามารถบรรเลงแบบสร้างแนวทำนองขึ้นบนเสียงประสานที่มีอยู่เดิม ซึ่งก็ยังอาศัยคีตปฏิภาณเหมือนเดิม

อย่างไรก็ตาม คนตรีแจ๊สได้พัฒนาจากสร้างมาเป็นพวกบีบอัดทำนองบลูส์และ
จังหวะ (ริธึมและบลูส์) ดังที่กล่าวมาแล้ว กระทั่งออกไปเป็นเพลงร็อกและแจ๊สฟังก์
แจ๊สฟังก์

แจ๊สฟังก์เป็นการผสมผสานคนตรีแจ๊สกับจังหวะฟังก์ที่เป็นคนตรีเต้นรำของคนคำ
คนตรีประเภทนี้ อย่างเช่น ซาคาเทค, คาร์ซีโอเปีย (ดูโน) ราชแมนส์ ซไปโร ใจราห์
สแควร์, เลเวล โฟร์ตีทู เป็นต้น ลาคิน-แจ๊ส ผสมกับเพลงเป็นลาคิน เช่น แมค บีแองโก

คนตรีแจ๊สในปัจจุบันกลายเป็นเพลงสำหรับการฟังที่สมบูรณ์แบบมากขึ้น เพื่อการฟังที่
เรียบง่าย ผสมผสานกับความเป็นคนตรีบีบอัดมากขึ้น เป็นบีบอัดแจ๊ส รูปแบบของบีบอัดที่มีจังหวะ
และรูปแบบของคนตรีแจ๊สผสมเข้าไป เป็นทำนองที่ไพเราะ หวานซึ่งมากขึ้น เป็นงานของ
จอร์จ เบนสัน นาคาลีโคว์, เอนิด้า เบเคอ เพลงไทยเช่น ชรัส เฟื่องอารมย์,
มาลีวัลย์, โคโคแจ๊ส เรคแจ๊ส วงอินฟินิตี้ เป็นต้น

3. คนตรีร็อก (Rock'n Roll)

คนตรีร็อกหรือที่เรียกกันว่าร็อกแอนด์โรล (คือทั้งเซย่าและกลิ้ง หมายถึงการเต้นรำ
ที่เร้าใจ เป็นคนตรีที่เน้นจังหวะดัง ๆ ที่เร้าใจ แรกเริ่มเดิมทีนั้นวงคนตรีประเภทบิกแบนด์
คือวงใหญ่ได้พยายามสร้างความเร้าใจให้กับผู้ฟังจนแล้ว "เนื้อเต้น" อยากเต้นรำ เต้นจน
กลายเป็นการคึกคักในท่าที่ตนปรารถนา ในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 ติดตามด้วยสงครามเกาหลี
ทำให้คนอเมริกาเกิดความคิดต่อต้านสงคราม เกิดช่องว่างทางความคิดขึ้นหลายสิ่งหลายอย่าง
เช่น ฮิปปี้ ยิปปี ยาเสพติด และร็อกแอนด์โรล

ธรรมชาติของคนตรีร็อกแอนด์โรลในระยะแรก ๆ ก็เป็นการสนองการรวมกลุ่ม
เน้นความเร้าใจและความดังของเสียง โดยไม่เน้นความสวยงามของคนตรี ปกติประเทศ
สหรัฐอเมริกาเป็นเมืองหนาว การรวมกลุ่มเพื่อต่อต้านสงครามในกลางแจ้งย่อมทำได้ยาก
การที่มีคนตรีร็อกแรง เซย่า การคึกคักเพื่อบรรเทาความหนาวก็เป็นเรื่องการปรับตัวให้เข้ากับ
สภาพอากาศ

ในช่วงคริสต์ทศวรรษ 1950 คนตรีในประเทศสหรัฐอเมริกาเริ่มเปลี่ยนแนวจากบิกแบนด์เป็นดนตรีร็อก โดยเอาดนตรีลูกทุ่ง ดนตรีบลูส์ ดนตรีศาสนา โดยใช้กีตาร์ไฟฟ้า เครื่องขยายให้มีเสียงดัง ๆ

คำว่า ร็อก แอนด์ โรล เกิดขึ้นมาโดยอุบัติเหตุก็เป็นได้เมื่อนักจัดรายการวิทยุซึ่งพยายามหลีกเลี่ยงคำว่า "ริธึม แอนด์ บลูส์" เพราะความหมายนั้นเป็นคำคำมากจนเกินกว่าที่คนผิวขาวจะยอมรับได้ ดังนั้นเมื่อบรรเลงเพลงของ บิลล์ เฮาเลย์ ปรากฏสู่วงการดนตรี คี.เจ. (นักจัดรายการดนตรี) นาม "อเลน ฟรีด" ที่เมืองครีမ်แลนด์ รัฐโอไฮโอ ซึ่งหลุดปากออกไปว่า "เรามาฟังเพลงที่ทั้งโยกทั้งกลิ้งกันดีกว่า" ปรากฏออกอากาศทางวิทยุไป คำว่า ร็อก แอนด์ โรล จึงกลายมาเป็นความภูมิใจของคนผิวขาวไปทั้ง ๆ ที่โครงสร้างดนตรีก็คือ ดนตรีริธึมแอนด์ บลูส์ ที่เร่งสปีดความเร็วนั่นเอง ดังนั้นเขาคือผู้บัญญัติศัพท์นั้น

เพลงของบิลล์ เฮาเลย์ ที่กลายมาเป็นร็อกอมตะจนถึงปัจจุบันก็คือเพลง ร็อก อะราวด์ เดอะคัลล็อก และนับจากวันนั้นมาจนถึงวันนี้ ร็อกแอนด์โรลไม่เคยตาย แต่การพัฒนาอาจจะช้ามากกว่าอายุของเวลาที่ผ่านมามากเท่านั้นเอง

เอลวิส เพรสลีย์ (Elvis Presly)

เอลวิส เพรสลีย์ ช่วยทำให้ดนตรีร็อก แอนด์ โรล เจริญเติบโตขึ้นอย่างแท้จริง ประวัติของเขาและผลงานที่ผ่านมามีถ้าจะกล่าวเรียกได้ว่ายาวเป็นไมล์

เขามาจากครอบครัวผู้เคร่งศาสนา เล่นกีตาร์เป็นเพียงเล็กน้อย ในช่วงต้นเขาเป็นเพียงแค่นักร้องบรรเลงทุกอย่างที่อยากจะร้องเพลงเท่านั้นเอง เมื่อเขานำเงินที่สะสมมาไปทำการอัดแผ่นเสียง เล่นจากเพลง "มาย แอปเปิ้ล เนสส์" เพื่อมอบให้แม่ของเขา ปรากฏว่าบทเพลงนี้เกิดสะกดหูคนในวงการดนตรีเข้า "ซัน เรคคอร์ดส์" คือชื่อของบริษัทเล็กน้อย ๆ ที่รับเขาเข้าสังกัด แต่เมื่อเอลวิสเริ่มทำบทเพลงจริง ๆ เขาส่งให้บริษัทนี้โค้งคำนับ และเขาทำให้วงการดนตรีมีอะไรแปลก ๆ ใหม่ ๆ เข้ามาร่วมวงการดนตรี โดยเฉพาะในช่วงที่เขาต้องเข้าเป็นทหาร มีศิลปินมากมายที่เกิดขึ้นมาได้โดยในรอยเชื่อมต่ออาทิ เจอร์รี ลี ลิววิส

ไม่แต่เพียงเท่านั้น เขายังยกฐานะดนตรีสาขาต่าง ๆ ขึ้นมาให้ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง อาทิ แนว"คันทรี่" "ก๊อค สเปค" "ริธึม แอนด์ บลูส์" ฯลฯ นอกจากนี้แนวดนตรีแล้วยังรวมไปถึงเนื้อเรื่องที่เริ่มจะมีเช็กส์เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการเผยแพร่ด้วย

งานของ เอลวิส เพรสลีย์ ไม่ใช่งานที่จะทุกคนจนถึงเพียงแค่นี้ คราบไคก็ตามที่โลกยังมีดนตรีอยู่ คนในวงการดนตรีทุกคนย่อมมีหน้าที่คอยใช้ไม่หมดให้กับศิลปินนาม เอลวิส เพรสลีย์ ตลอดกาล

เมื่อ เอลวิส เพรสลีย์ ปลุกโลกดนตรีให้กลายเป็นธุรกิจขึ้นมาอย่างแท้จริง เขาได้ทำให้คนรุ่นใหม่และรุ่นก่อนหน้าเขาได้รับการยอมรับในสังคมด้วย อาทิ ลิตเติ้ล ริชาร์ด, แพ็ตตีโดมิโน, ชัค เบอร์รี่, เจอร์รี ลี ลิววิส, บัคกี้ สจวร์ต, เอเวอร์รี บราเดอร์ นี่ก็รายชื่อเพียงคร่าว ๆ ของศิลปินที่ยกฐานะวงการดนตรีขึ้นมา โดยมีเอลวิสเป็นผู้บุกเบิกให้

เดอะ บีทเทิล (The Beatles)

แม้ว่าโลกดนตรีในยุคเริ่มแรกจะเปลี่ยนแปลงไปมากขนาดใดก็ตาม แต่ก็ยังไม่เคยที่มีการปฏิวัติทางดนตรีครั้งใหญ่เท่ากับการปรากฏตัวของเดอะบีทเทิล ซึ่งประกอบด้วย จอห์น เลนนอน, พอล แม็กคาร์ทีนีย์, จอร์จ แฮร์ริสัน, รिंगโก สตาร์ พวกเขาทั้ง 4 คือตัวแทนของดนตรียุคใหม่ทั้งหมด ปรากฏการณ์ของคณะนี้ยาวและสลับซับซ้อนมากจนเกินกว่าที่จะบ่งบอกออกมาได้หมด

ในช่วงแรกสุด ดนตรีของพวกเขาก็ไม่แตกต่างจากวงร่วมสมัยมากเท่าไรนัก มีการนำดนตรีเก่า ๆ มาขับร้องใหม่มากมาย อาทิ เทส อ็อฟ อันนี่, บอยส์, เวอร์คส์ อ็อฟ เลิฟ, มัทธิ เอเวอร์บอดี้ส ทรียัง ทูปี มาย เบย์ แม็กซ์ บ็อกส์, แอนนา าลอน ซึ่งดนตรีในยุคนั้นก็ทำได้เล่นน้อยกว่าพวกเขาเลย

ผลงานในยุคแรก ๆ ที่สามารถสร้างปรากฏการณ์ด้านการขายบทเพลงที่แต่งขึ้นมา ก็มีคุณค่าไม่มากไปกว่าดนตรี บับเบิ้ล กับกันสัณนิค จากผลงานชุด"พริส พริส มี" โลกได้รู้จักบทเพลงอย่าง "เลิฟ มี ฦ" และ พี.เอส.ไอ เลิฟ ฦ นี่ก็ตัวอย่างดนตรีในช่วงแรกของพวกเขา

การที่เต๋าทองประสบความสำเร็จนั้น ๆ ไม่ใช่เพียงแค่เพราะดนตรีของเขาเพียงอย่างเดียว แต่ยังรวมไปถึงบุคลิกที่แปลกใหม่สุด การวางแผนการตลาดชั้นยอดของ "ไบรอัน เฮฟสเทม" การให้ความสำคัญต่อการแสดงคอนเสิร์ต การสร้างภาพพจน์ และปล่อยข่าวออกมาเป็นระยะ ๆ ผลงานชุด "เอสจีที. เปปเปอร์ส โกลด์ชาร์ค คลับแบงค์" คือผลงานที่ถูกจัดว่าเป็นผลงานประวัติศาสตร์ของวงการแผ่นเสียงหมายเลขหนึ่ง ถ้าจะมองตามจริงงานชุดนี้ยังมีจุดอ่อนอีกมาก แต่ถ้ามองถึงยุคสมัย ความกล้าหาญในการนำเสนอ ถ้างานชุดนี้ไม่เรียกว่างานประวัติศาสตร์แล้ว งานชิ้นใดในโลกนี้อีกล่ะที่จะมีค่าคู่ควรเป็นงานประวัติศาสตร์

ก.ศ. 1970 คณะเดอะบีเทิล (4 เต๋าทอง) แดกอย่างเห็นทาง การแต่มีรคกที่เขาทั้งไวนั้นมีมากมาย ศิลปินแทบทุกคนในวงการดนตรีอย่างน้อยต้องเคยเล่นดนตรีของพวกเขามาก่อน และส่วนมากจะนำบทเพลงของเขามาอัดกันใหม่ด้วยซ้ำ ดนตรีของเดอะบีเทิลได้พิสูจน์ให้เห็นว่ามี เมโลดี้ที่เป็นอมตะเข้าได้ทุกยุคทุกสมัย เปลี่ยนโครงสร้างออกไปเช่นไร หัวใจของเต๋าทองก็ยังคงมีอยู่

ในปัจจุบัน

"จอห์น เลนนอน" (John Lennon)

นักประสมคำที่น่าจะเก่งที่สุดในโลกภายหลังจากเป็นศิลปินเดี่ยวและออกผลงานคู่กับภรรยาของเขา จอห์น เลนนอน ในวันที่ 8 ธันวาคม 1980 เขาก็ถูก มาร์ค เดวิด แชนแมน ยิงตายก่อนที่ผลงานชุดมิลค์ แอนด์ ฮันนี่ จะเสร็จสมบูรณ์ ผลงานล่าสุดของจอห์น ในปัจจุบันคืองานซาวด์แทร็ค (เพลงประกอบภาพยนตร์) เรื่อง "อิมเมจิ้น" อันเป็นภาพยนตร์สารคดี ซึ่ง 99% มาจากฟุตเตจจากฝีมือของ จอห์นเอง

"พอล แม็คคาร์ทนี" (Paul McCartney)

นักแต่งเพลงรักก็ฟังจะนำผลงานชุด "ฟราวเวอร์ส อิน เดอะเคอร์ท" ออกวางตลาดในปี 1989 และได้รับการยกย่องว่าเป็นงานที่ดีที่สุดของเขาในรอบ 10 ปี นับตั้งแต่เขาทำผลงานชุด "ทัก ออฟ วอร์" ออกวางตลาด พอล ได้ชื่อว่าเป็นบีเทิลที่รวยที่สุด

"จอร์จ แฮร์ริสัน" (Geogre Harrison)

เดอะบีเทิลที่มีอายุมากที่สุด เป็นคนที่ทำงานของเต๋าทองใส่แนวโซเคเคลิกร็อก เข้าไปในปัจจุบันเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ในบริษัทสร้างภาพยนตร์ชื่อ "แสมเคล ฟิล์มส์ คอมพานี" "นัสน์ ออน เดอะ รัน" คือภาพยนตร์ล่าสุดของบริษัทของเขา ส่วนงานในฐานะนักดนตรีก็ร่วมงานรวมเพลงเอก

"ริงโก สตาร์" (Ringo Starr)

มือกลอง "ริงโก" เป็นเดอะบีเทิลที่ไม่ค่อยจะมีปากมีเสียงกับใคร เพราะเขารู้สถานภาพแห่งความสามารถของตนเองคือความสามารถด้านการประพันธ์เพลงของเขาต่ำมาก ภายหลังจากเต๋าทองแตก เป็นศิลปินเดี่ยวที่ประสบความสำเร็จพอสมควร เป็นนักแสดงที่ประสบความสำเร็จพอสมควร ทุกสิ่งที่ริงโกทำก็ได้แค่ผลเพียงแค่ว่าพอควรเท่านั้น แต่เขาก็พยายามหวนกลับมาคืนสู่วงการดนตรีร่วมงานกับ "ค็อกเตอร์ จอห์น" งานชุดล่าสุดของเขาร่วมมือกับ บัคโอเวนส์ จากผลงานชุด "รีค ค็อก"

งานและประวัติของเต๋าทองมีเนื้อเรื่องให้ศึกษามากมาย แต่ที่แน่นอนก็คือโลกดนตรีเป็นพื้นที่บุญคุณคณะนี้มากมาย งานของเขามีผลกระทบตั้งแต่ดนตรีคลาสสิกจนถึงดนตรีป๊อปที่เคียว และพวกเขาคือผู้ปฏิวัติเสียงดนตรี

เดอะ โรลลิง สโตน (The Rooling Stones)

ถ้าเปรียบเทียบวงเดอะบีเทิลคือมูมในด้านการสร้างความเป็นมนุษย์ วงเดอะโรลลิง สโตน ก็คือมูมในด้านการซำทุกส่วนสัดในปัจจุบัน ทินกลิ่ง (โรลลิง สโตน) มีผลงานในชุด "สทิลวอลล์" ออกวางตลาดภายหลังจากที่ประกาศแยกคณะกันไป และสมาชิกแต่ละคนมีผลงานเดี่ยวที่ไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร ทุกคนอาจจะรู้จัก มิค แจ็คเกอร์ และคีท ริชาร์ด ในฐานะผู้นำคณะ แต่สมาชิกที่ทำให้เดอะโรลลิง สโตนมีแนวทางของตนเองมาจนถึงปัจจุบันก็คือไบรอัน โจนส์ อัจฉริยะที่ทำลายตัวเอง

อย่างไรก็ตามวงเดอะโรลลิง สโตน เป็นวงที่ยิ่งใหญ่ในยุคเริ่มแรกของร็อก แอนด์ โรล อีกวงหนึ่ง

เคอะโรลลิง สโตน เป็นวงดนตรีร็อก แอนด์ โรล ยุค 60 ที่มีอายุเกิน 20 ปีนี้ ยังคงมีชีวิตหตุครอมจนถึงปัจจุบัน วงที่มีผลงานขึ้นเเย่มสร้างรูปแบบและแนวทางต่าง ๆ ให้คงอยู่กับโลกดนตรีไม่ใช่เกิดขึ้นได้ง่าย ๆ และถ้ามีก็ไม่ใช่ว่าผลงานทุกชุดจะมีคุณค่ามากเท่าเทียมกัน และวงที่มีผลงานออกสู่ห้องตลาดมากกว่า 20 อัลบั้ม งานที่ออกมามีจุดเด่นในตนเอง แพบทุกผลงานที่มีการนำออกสู่ห้องตลาด นอกจากผลงานชุดนั้นจะต้องสู้กับตนเองแล้ว ยังต้องสู้กับผลงานต่าง ๆ มากมายที่วางสู่ห้องตลาดและข้อสำคัญคือต้องสู้กับกาลเวลาด้วย จากความสามารถทางด้านการสร้างภาพพจน์และการวางแผนธุรกิจชั้นยอด แอนครูว์ ลูค โอลแฮม เข้ามาช่วยในการคิงภาพพจน์ของทางคณะให้โดดเด่นขึ้นมา เพราะทางคณะมีสมาชิกที่บุคลิกโดดเด่นและไม่เหมือนใคร (ในยุคนั้น) มารวมกัน คือ

ไบรอัน โจนส์ มือกีตาร์, มิก แจ็กเกอร์ นักร้องนำ, คีธ ริชาร์ด มือกีตาร์ริธึม (คุมจังหวะ) ชาลี วัตส์ มือกลอง บิล วายแมน มือเบส ซึ่งทั้งหมดมีความสามารถเฉพาะตัวสูง ทำให้ดนตรีของคณะโรลลิง สโตน ในช่วงแรกประสบความสำเร็จอย่างสูง ซึ่งถ้าจะเป็นรองก็เพียงแค่เฉพาะเคอะบีทเทิลเท่านั้น ในด้านชื่อเสียงด้านความสามารถทางด้านดนตรี เคอะโรลลิงสโตนค่อนข้างจะมีภาษีมากกว่า ภาพพจน์วงในการใส่เนื้อเพลงในระดับพูดถึง เช็กซ์, ยา กฎเกณฑ์ที่น่าเห้มนแห่งสังคม การแต่งตัวดูจาตาคตา การปล่อยตัวไม่สำรวม เป็นสิ่งที่วัยรุ่นสมัยนั้นรับภาพพจน์มาอยู่ในหัวใจทันที วัยรุ่นอยากทำในสิ่งที่ไม่กล้ากระทำ เพราะโครงสร้างของสังคมในยุคนั้นยังวางกรอบเอาไว้อย่างเหนียวแน่น เคอะโรลลิงสโตน ก้าวขึ้นมาทำลายระคับแบ่งกันทางแนวความคิดของวัยรุ่น และความผูกพันทางครอบครัวให้มีระยะห่างออกไปจากกันมากขึ้น

ในช่วงคริสต์ศักราชที่ 1960 คนที่พินบ้านเข้ามามีบทบาทในดนตรีร็อก เรียกกันว่า โฟล์คร็อก

3.1 โฟล์คร็อก ผสมผสานระหว่างดนตรีร็อกกับดนตรีโฟล์ค (ดนตรีพินบ้านอเมริกัน) แต่งเนื้อหาด้านคนตรีเจริญขึ้นมาจากเนื้อร้อง ซึ่งแตกต่างกันมากกับสาระทางดนตรีที่พวกนิโกรสร้างขึ้นมา ซึ่งก้าวเข้าสู่รอยเชื่อมต่อของศิลปินเพื่อชีวิตอย่าง บ๊อบ ดีแลน ซึ่งได้นำเอา

เรื่องราวของความรัก ความเยาว์วัย ฯลฯ มาร้อยกรองให้ไพเราะ นอกจากนั้นก็ยังมีพวกหรือประเภทอื่น ๆ แบ่งออกได้หลายประเภทดังต่อไปนี้

3.2 ป๊อปร็อก (Pop-Rock)

เป็นรูปแบบดนตรีที่หนักแน่น แต่ฟังง่าย ยกตัวอย่างของศิลปินยุคนี้ อย่าง สตาซีซี, กูแวน กูแวน, อัลเซอร์ คลับ, ฮาร์ต เป็นต้น

3.3 ฮาร์ดร็อก หรือเฮฟวี่ มิวสิก (Hard Rock or Heavy Music)

เฮฟวี่เป็นดนตรีร็อกแขนงหนึ่งที่เน้นความหนักหน่วงรุนแรงของเสียงกีตาร์เป็นหลัก มากกว่าดนตรีร็อกธรรมดา เป็นที่เชื่อกันว่าผู้จุดประกายไฟของดนตรีเฮฟวี่ขึ้นมา มาจาก "เดอะครีม" ซึ่งเกิดมาในยุคตอนปลายของยุคไซเคเดลิก และตอนต้นของดนตรีอันเดอร์กราวด์ แนวดนตรีที่แท้จริงของ "ครีม" ก็คือคนตรีบลูส์ แต่แตกต่างจากคนตรีบลูส์ทั่วไป คนตรีของพวกเขามีเอกลักษณ์ขึ้นอีกมาก มีการอิมโพรไวส์เซชั่น เช่นเดียวกับคนตรีแจ๊ส ซึ่งเค็มที่เชื่อว่าแม้แต่คนตรีแจ๊สอย่างเค็มที่สามารถเล่นอิมโพรไวส์เซชั่นได้ นี่คือการทำลายขอบเขตของคนตรีลงไปเป็นครั้งแรก วงเฮฟวี่ที่เขียน "ครีม" ลงได้ก็คือ จิมี่ เฮนดริก, เอ็กซ์พีเรียน, "วง บี.บี.เอ" หรือที่เค็มตามรอย "ครีม" "ฟรี" "วงเฮฟวี่บลูส์" "แบล็ค ซาฟพาด" เป็นคณะที่ยืนยงมาจนถึงปัจจุบัน เป็นคณะที่น่าเสนอเพลงสรรเสริญชาติตามแก่นซึกที่สุดเท่าที่วงการคนตรีเค็มมีมา "คิฟ เพอร์เฟิล" เฮฟวี่ที่มีแนวทางเค็มของคนตรีคลาสสิกมากที่สุดเท่าที่เค็มมีคนตรีแนวนี้มา "แกรนด์ ฟังก์ เรียวโรค" เฮฟวี่ที่เกิดจากการวางแผนการตลาด แต่ต่อมากลายเป็นความภูมิใจของชาวอเมริกันทั่วประเทศ เพราะในช่วงนั้นใคร ๆ ก็พูดเป็นเสียงเดียวกันว่า "เฮฟวี่ขึ้นคี่ต้องมาจากประเทศอังกฤษ" วงฮัมเบิร์ล พาย "เกิดมาจากความแตกแยกของคณะ" "สมอร์ เฟสส์" คล้ายกับวง "เดอะ กิงส์" สำหรับในด้านความไม่เสมอต้นเสมอปลาย

-เจมส์ แก๊ง ส่วนผสมระหว่างเฮฟวี่ที่หนักแน่นกับคนตรีกันทรืแบบชนบทที่สามารถเข้ากันได้โดยไม่น่าเชื่อ

- เลค เชปพรีนซ์ เซฟวี่ที่ไม่ต้องการคำบรรยายนี้คือตัวอย่างของวง
เซฟวี่ที่เกิดขึ้นในยุคเซฟวี่เฟื่องฟูยุคแรกสุด

ดนตรีแนวเซฟวี่ไม่เคยตาย แต่มีหลายครั้งที่แนวดนตรีนี้ต้องดอยท์พอยอย่าง
ไม่เป็นขบวนลงไป เมื่อมีดนตรีแนวอื่นบูม (ประสบความสำเร็จ) ขึ้นอย่างดุจซีก ดนตรี
เซฟวี่ยุคต่อมาเป็นยุคที่สองนั้นออกจะกลายมาเป็นเฟชั่นมากกว่า เพราะแทนที่พวกเขาจะ
มีเอกลักษณ์แนวดนตรีเป็นแบบอย่าง กลับอาศัยการแต่งตัวมาเป็นจุดนำ ในยุคที่สองนี้
คณะเล่น ๆ ที่มีฝีมือเล่นซิคเช่น

"เอ ซี/คี ซี" (AC/DC)

เซฟวี่จากออสเตรเลียมีแนวก๊องยังเป็นมือกีตาร์ ทางเกงซาชั่น ที่มีฝีมือกีตาร์
เกินเนื้อเกินตัว วิธีการแต่งกายที่เหนือชั้น

"จูแคส พรีส"

แนวทางแต่เพลงคล้ายคลึงกับวง "แบลค ซาปาร์ท" มากในด้านสาระ
แต่มีการเล่นกีตาร์ที่ผิดแปลกแนวทางวงเซฟวี่คณะอื่น ๆ เป็นดนตรีที่ถูกลำไยเกี่ยวข้องกับ
ลัทธิชาตาน และความลึกลับ เพราะมีคนถือว่าคนที่จะเป็นมือกีตาร์เซฟวี่ที่เก่งกาจได้ต้อง
ขายวิญญาณให้ชาตาน

"ไอออน เมเคน"

ปีศาจเหล็กที่เล่นดนตรีเซฟวี่แก่น้ำหอมออกเป็นนิยายวิทยาศาสตร์

"บลู ออยสเตอร์ กิวท์"

เซฟวี่เชื้อสายอเมริกันอีกคณะที่มีความเป็นตัวของตัวเองสูง จนทำให้ดนตรี
ช่วงหลังสับสน

"ยู เอฟ โอ"

กลุ่มเซฟวี่เลือกผสมจากเยอรมันที่ดังในบ้านเรา (ประเทศไทย) ก่อนที่
อเมริกาจะยอมรับ เช่นเดียวกับวง "สกอว์เบียนส"

"พริยัมพ์"

อาจารย์สอนกีตาร์จากประเทศแคนาดาที่ไม่ค่อยมีจักจั่นเกินตัว

"แวน เฮเลน" วงเซฟฟ์ที่มีนักร้องหลังเสียงนำเหลือเชื่อ เควิก ลี รอคท์
กับเทพเจ้ากีตาร์คนใหม่ เอ็คคี่ เวน เฮเลน

"ออสซี่ ออสบอร์น"

นักร้องเซฟฟ์เมทัลที่มีรูปแบบการแต่งตัวแปลกแหวกแนวมาก โดยเฉพาะ
การแต่งหน้า งานสองชิ้นแรกคือ "บิลซาร์ค ออฟ ออส" และ "เครี ออฟ อะ แมคแมน"
ก็องงานเซฟฟ์ที่น่าภาควิไมใจ

ดนตรีเซฟฟ์ยืนยงต่อมาในยุคปลายทศวรรษที่ 70 จนถึงตอนต้นทศวรรษที่ 80
ก็เริ่มซาลงไปอีกครั้ง แต่ไม่ใช่ เพราะมีแนวดนตรีอื่นขึ้นมาคืบง แต่เป็นเพราะแนวทาง
ที่แตกต่าง ๆ นำเสนอไม่มีอะไรแปลก ๆ ใหม่ ๆ ขึ้นมามากกว่า

แต่แล้วดนตรีเซฟฟ์ก็กลับมาในโทนที่แตกต่างไปอีกหน คราวนี้เป็นลักษณะ
เด็กหนุ่มหน้าสวยที่มีดนตรีรุนแรงพอประมาณ แต่ไม่รุนแรงหนักหน่วงมาก ที่เด่นในรุ่นแรกก็คือ
วง "มอเธร์ ลูธ" ซึ่งกำลังจะกลายเป็นป๊อปมากขึ้น แต่ที่เด่นที่สุดในยุคนี้ก็คือ
"บอน โจวี" ซึ่งเรียกได้ว่าเป็นวงเซฟฟ์ที่มีแฟนเพลงเป็นผู้หญิงได้มากกว่าผู้ชายเสียอีก ในปัจจุบัน
วงที่ได้ความสำเร็จมาก ๆ ก็มี "กันส์ แอนด์ โรสเชส", "ยูโรป", "แอล เอ กันส์"
"พอยซัน", คี.เอ.ซี. "สลิฟเตอร์", "ซาวานา แบลค" ฯลฯ ของไทยเช่น "ไมโคร"
"ไฮ-ร็อค", "ดิโอฟาร์ โปรเจ็ค", "เลอโคม", "ไอเฟิล" เป็นต้น

วงเซฟฟ์พวกนี้มีลักษณะพิเศษเฉพาะตัวแตกต่างกันออกไป เทคนิคของมือกีตาร์
ในวงพวกนี้เป็นความสามารถเฉพาะบุคคล แม้จะมีการรับอิทธิพลมาใกล้เคียงกันก็ตาม

3.4 แทรช เมทัล

ดนตรีแขนงนี้ยังแบ่งย่อยออกไปได้อีกตามความหนักเบา รุนแรงของการแสดง
ออก หัวหอก(ผู้นำ) ของดนตรีในแนวนี้นักยากที่จะปฏิเสธไปได้ว่าคือคณะ "เมทัลลีการ์" นั่นเอง

วงเต้น ๆ ของแนวนั้นก็คือ เอ็กซ์โซติส, เคท แองเจิ้ล, มอเตอส์เฮด, เอนเตอร์กซ์, เมกาเคท, เอส.โอ.เค. ฯลฯ ความจริงจุดแห่งการกำเนิดของแนวดนตรีนี้ เริ่มมาจากการที่แนวดนตรีเฮฟวี่ถึงจุดที่ขยับตัวไปไหนไม่ได้ คนฟังกลุ่มหนึ่งค่อย ๆ ขยายตัว ขึ้นเรื่อย ๆ ต้องการความมันและสะใจมากยิ่งขึ้นไปกว่าดนตรีเฮฟวี่ที่นำเสนอแค่ภาพพจน์มากกว่า คนตรี ประกอบกับกลุ่มนักดนตรีแนวนั้นส่วนมากยังมีพื้นฐานความรู้ด้านดนตรีน้อย ซึ่งถ้าเป็น สมัยก่อนนายทุนอาจจะตอบปฏิเสธไป หรือให้ไปฝึกมือมาอีกแล้วค่อยมาทดสอบความสามารถ ใหม่ แต่ในทศวรรษที่ 80 นี้ เด็กรุ่นใหม่เหล่านี้ได้ออกงานเลย ดังนั้นเมื่อส่วนหนึ่งค่อย พวกเขาก็ต้องพยายามจับอีกส่วนให้เด่นขึ้นมา เพื่อกลบจุดด้อย นั่นคือความมัน และสะใจ หลาย ๆ คนกล่าวว่าเนื้อหาทางเนื้อเพลงของกลุ่มดนตรีเหล่านี้รุนแรง พูดถึงเรื่องความตาย และการทำลายตนเอง แต่ถ้าเทียบกับสมัยที่ "แบลค ซาฟฟายา" ออกผลงานชุด "มาสเตอร์ ออฟ รีดดิติ" ความรุนแรงทางสาระบางทีกลุ่ม แทรช เมทัลยังเทียบไม่ได้ กับผลงานของสาวกซาตานรุ่นที่ไม่ลงเลยจริง ๆ

ในปัจจุบันแนวดนตรี "แทรช เมทัล" กำลังถูกกลืนลงไปทีละนิก เนื่องจาก วงรุ่นพี่ที่เคยเล่นมาก่อนอย่าง "เมทัลลิกา", "เมกาเคท", ราเอน พัฒนาฝีมือขึ้นมาอย่างมาก คนตรีเริ่มจะสอใส่เมโลดี้ลงไป แต่หลายคนยังกล่าวว่าหนักหน่วงจนรับไม่ได้ นี่คือการไม่หยุดนิ่งของแนวทางดนตรี ไม่ว่าจะเป็นประการใดก็ตาม คนตรีแนวนั้นพิสูจน์ออกมา ว่า "ดนตรี เฮฟวี่ เมทัล" นั้นพัฒนาขึ้นมาได้

3.5 ซิเคเคลิก ร็อก

ดนตรีแนวซิเคเคลิก มีชื่อเรียกมากมาย อาจจะเป็นเอซิค ร็อก ก็ได้ เกิดขึ้นมาในยุคที่บุปผาชนเฟื่องฟู "ความรักดีกว่าสงคราม" ทุกคนไม่ต้องการสงครามเวียตนาม คนหนุ่มสาวกำลังหลงทางกับทางเดินชีวิตของตนเอง ต้องการผู้นำพาไฟส่องทางให้ และยิ่ง เมื่อวง เดอะบีเทิล ออกงานชุด เอส จี ที เปปเปอร์ ยิ่งทำให้แนวทางของ "ซิเคเคลิก" เค้นซักมากขึ้น

ไซเคเดลิก มีทั้งสายอังกฤษและอเมริกา ถ้าทางฝั่งอเมริกัน "ฟิลล์มอร์ ออดิทอเรียม (Fillmore Auditorium) คือชื่อคลับที่เด็กหนุ่มสาวจะเข้าไปจับกลุ่มกันมากที่สุด จากปากต่อปากทำให้งานมีที่ตั้งเล็ก ๆ ที่นั่นกลายมาเป็นสถานที่แลกเปลี่ยนความคิด ยาเสพติดเริ่มเข้ามาเป็นตัวแทนประกอบกับเสียงดนตรีที่ถูกลอยล่อของศิลปินอย่าง "เจฟเฟอร์สัน แอร์เพลน" (Jefferson Airplane) ซึ่งมี มาร์ตี้ บาลิน (Marty Balin) เป็นกัปตันทีมในยุคนั้น และได้ภรรยาสาวเสียงคินาม เกรซสลิก (Grace Slick) ยิ่งทำให้ชื่อของ ไซเคเดลิก โด่งดังขึ้นอีกมาก ประกอบทั้งส่งให้คณะ Jefferson Airplane เป็นคณะที่เสียงสื่อยกไปอย่างง่าย ๆ จากจุดนี้ยิ่งทำให้มีคณะที่หวังจะแสวงหาชื่อเสียงอยากมาเล่นที่ Fillmore Auditorium เป็นการใหญ่

คณะเกรทฟูล เดธ (Grateful Dead)

- คณะที่กลายมาเป็นตำนานดนตรีแนวนี้ เนื่องจากทำตัวแปลกแยกเป็นตัวของตนเอง พวกเขาอยู่ในระหว่างเส้นแบ่งระหว่างกลุ่มพวกกลุ่มมอเตอร์ไซด์ เป็นชีวิต (Biker) กับนักปรัชญา

พอล บัทเทอร์ฟิลด์ บลูส์ แบนด์ (Paul Butterfield)

- ทำให้ดนตรีแนวไซเคเดลิกมีพื้นฐานมากขึ้น เมื่อตัว พอล (Paul) นำแนวดนตรีบลูส์เข้ามารวมตัวกับการแสวงหาความต้องการของชีวิตได้

กัปตันบิฟฮาร์ท แอนด์ ฮีส เมจิกแบนด์ (Captain Beefheart and His Magic Band)

คือไซเคเดลิกที่แท้จริง เขามีความเป็นอังกฤษมากกว่าอเมริกัน โดยบังเอิญดนตรีดูเหมือนไม่มีพื้นฐาน อยากเล่นก็เล่น อยากหยุดก็หยุด เล่นครั้งที่สองเพลงเดียวกัน บางที่ไม่เหมือนกัน แต่พอตีไปพ้องกับความอิสระทางความคิดของเด็กหนุ่มสาว คณะนี้จึงกลายมาเป็นตำนานอย่างสบาย ๆ ซึ่งด้านนำผลงานของคณะนี้มาฟังในยุคนั้น อาจจะเกิดความสงสัยด้วยซ้ำว่านี่ละหรือที่เขาเรียกว่าดนตรี

ควิกซิลเวอร์ เมสเซนเจอร์ เซอร์วิส (Quicksilver Messenger Service) เป็นไซเคเดลิกที่ไม่เหมือนใคร เพราะเขานำเอาแนวดนตรีผสมบลูส์ แต่ทำตัวเหมือนพวกชียา

เดอะแบนด์ (The Band)

วงโฟล์คที่มึนเมาการันตีแน่นอน

จานิส โจปลินท์ (Janis Joplin)

เธอเกิดมาในยุคไซเคเดลิกเฟื่องฟูเท่านั้น คนตรีของเธอคือบลูส์แท้ ๆ แต่วิถีทางดำเนินชีวิตกลับเป็นฮิปปี้

นี่คือกลุ่มศิลปินส่วนน้อยนิกที่เข้ามาในช่วงที่ไซเคเดลิกเฟื่องฟู เกิดมาในยุคที่การแสวงหาความหมายของชีวิตคุ้ยสับสน ภายในช่วงระยะเวลานั้น ๆ คือ ค.ศ. 1965 - 1970 เท่านั้นเอง ภายหลังจากที่โลกฮิปปี้เริ่มหมดไป นักดนตรีแนวนี้หลายคนก็ต้องปิดฉากลงไปโดยปริยาย กลุ่มที่ปรับตัวได้ก็เปลี่ยนแนวทางไปตามความต้องการของตลาด ส่วนที่รับไม่ได้ก็ถูกกลืนหายไปกับเวลา และเกิดกลุ่มฮิปปี้ขึ้นมา คือพวกที่ทำตัวนอกคอก เพียงแต่ภายนอกแต่วิถีชีวิตการดำเนินเหมือนกลุ่มชนรุ่นใหม่ และบางที่ยังมีฮิปปี้ปลอมอีก คือพวกที่ทำตัวไม่แคร์สังคมแต่จริง ๆ แล้วเพราะความอิจฉาเอาไว้ในใจ เลยต้องทำตัวเป็นคนนอกเข้าไว้นั่นเอง

ส่วนในประเทศอังกฤษ แนวทางของกลุ่มประเทศนี้ค่อนข้างแน่นอนและเป็นหลัก เป็นเกณฑ์มากกว่า พวกเขาให้อิสระต่อคนตรีสูงกว่า เขาปล่อยให้คนตรีพูดด้วยตนเอง เล่นกับความรู้สึกภายในจิตใจของคนชมมากกว่าที่จะคอยบ่งบอกว่าอะไรคืออะไร มีการนำสไลด์ มัลติเวชั่นมาช่วยในการแสดงสด มีการฉายภาพยนตร์ด้วยซ้ำในบางครั้ง กลุ่มเดิม ๆ ของประเทศนี้ก็เช่น คาไลโดสโคป (Kaleidoscope) ซึ่งเป็นไซเคเดลิกเต็มตัว แต่เมื่อโลกเปลี่ยน อดจะปรับตัวไม่ได้ ก็ต้องตายไปตามกฎของการคงอยู่นั่นเอง และที่จะลืมไม่ได้ก็คือวง "พิงค์ ฟลอยด์" (Pink Floyd) ในสมัย Syd Barrett อดจะก้าวไกลเกินกว่าที่ใครจะคิด เขาคือความภาคภูมิใจของชาวอังกฤษที่คิเทนีอชาวอเมริกันมาทุกยุคทุกสมัย

ต่อมาเมื่อสิ้น Syd Barrett พวกเขาก้าวตัวเข้ามาสู่แนวโปรเกรสส์ฟได้ทัน่วงที่ โดยอาศัยพื้นฐานทางดนตรีและความคิดที่ก้าวหน้า ทำให้คณะนี้ยืนยงมาถึงทุกวันนี้ ยังมีกลุ่มนักดนตรีอีกมากที่ไม่ได้เป็นไซเคเดลิก แต่เกิดมาในยุคที่แนวนี้เฟื่องฟู จึงทำให้ดนตรีก้าวตัวมาสู่ยุค อันเดอร์กราวนด์ (Underground)

ยุคอันเดอร์กราวนด์ (Underground)

เป็นรอยเชื่อมต่อของดนตรีแนวไซเคเดลิก ร็อก โลกของการพยายาม สลักความจริงทิ้งไปก็ก้าวมาสู่โลกแห่งความมีคมของชีวิต กลุ่มศิลปินในยุคนี้มีความใกล้เคียงกับยุคไซเคเดลิก แต่เนื้อหาของดนตรีเป็นจริงเป็นจังขึ้นมาอย่างน่ากลัว โดยเฉพาะกลุ่มศิลปินนาม เดอะ ดอร์ (The Doors) จึงมี จิม มอร์ริสัน (Jim Morrison) นักร้องเป็นหัวหอกที่แท้จริง นักร้องของ The Doors พูดถึงการทำลายตัวเอง พูดถึงการบฏต่อครอบครัวอย่างตรง ๆ ไม่มีอ้อมค้อม ด้วยบุคลิกหน้าหล่อแบบอิตาเลียนของ Jim Morrison ทำให้เขากลายมาเป็นศาสดาองค์ใหม่ของคนยุคนั้นได้ไม่ยาก แต่อายุของ The Doors ก็อยู่ไม่นานเพราะ Jim Morrison ก็ทำลายชีวิตตนเองลงไป

แฟรงค์ เซปป์ (Frank Zappa)

คือเจ้าพ่อของดนตรีอันเดอร์กราวนด์ (Underground) อย่างแท้จริง มีประเด็นหลักในการนำเสนออย่างแท้จริง นักดนตรีผู้ใดที่เคยร่วมงานกับแฟรงค์มา ในวงการดนตรีเชื่อได้ว่าเขาต้องได้ในระดับหนึ่งทีเดียว แฟรงค์อาจจะไม่ใช่ศิลปินที่ดังสุดขีด แต่เขาเปรียบเสมือนสถาบันแห่งการสร้างรากฐานทางดนตรี

Sir Douglass Quintet

เป็นคณะที่ไม่เคยดัง แต่ยังไม่ดับ แนวดนตรีของ Sir Souglass ชื่อสัตย์ต่อคนตรีเหมือนกับที่เขาชื่อสัตย์ต่อตนเอง เขาเป็นคนเดียวที่ยึดแนวเท็กซัสมิวสิกอย่างเหนียวแน่น

อันเดอร์กราวนด์นั้นอยู่ในยุคที่ใกล้เคียงกับไซเคเดลิกมาก และอันเดอร์กราวนด์เป็นจุดกำเนิดของคนตรีนอกกรอบแบบหนึ่งขึ้นมา นั่นก็คือ แนว เฮฟวี เมทัล นั่นเอง

3.6 โปรเกรสซีฟ ร็อก (Progressive Rock)

หรืออาร์ท มิวสิก (Art Music)

โปรเกรสซีฟ ร็อก เป็นการประสานดนตรีร็อกกับรูปแบบของดนตรีคลาสสิก ในยุโรป หรือการเสนอรูปแบบดนตรีที่ซับซ้อนเป็นเรื่องราว เป็นแนวดนตรีหนึ่งที่ต้องฟังดนตรีอิเล็กทรอนิกส์ มิวสิก คือเงื่อนไขทางการใช้เครื่องดนตรีเป็นตัวกำหนดเครื่องดนตรี สตูดิโอออร์ค หรือซินธิไซเซอร์ นับว่าเป็นแหล่งกำเนิดและช่วยผลักดันให้งานดนตรีประเภทนี้ก้าวเดินได้ตรงเป้าหมาย ให้ความชัดเจนในเนื้อดนตรี อันเกิดมาจากจินตนาการของศิลปิน

พร้อม ๆ กับการเกิดของ "เซฟวิ มิวสิก" มีแนวดนตรีอีกแนวที่เกิดขึ้นมา นั่นก็คือ ดนตรี "โปรเกรสซีฟ มิวสิก" นั่นเอง ทางเดินและเส้นสายของดนตรีแนวนี้นั้นค่อนข้างจะสลับซับซ้อน นักดนตรีส่วนมากมักจะมองโลกในแนวทาง "นามธรรม" โครงสร้างดนตรีมีส่วนผสมของดนตรีคลาสสิกมาก การเดินเรื่องมีจุดเริ่มต้นและอาจจะมีหรือไม่มีจุดจบในตนเองก็ได้ มีการนำเทคโนโลยีและเครื่องดนตรีแปลก ๆ มาเป็นองค์ประกอบการนำเสนอ มีการแสดงสดที่ดูโอ้อวด และตระการตา และส่วนมากจะใช้ภาษาที่เขาไม่ใช้กันเวลาเขียนเนื้อเพลง บางคณะยิ่งไปกว่านั้นไม่สนใจแม้กระทั่งโครงสร้างของรูปประโยคในการใช้กริยา (Verb) (Adverb, Ad) กันเสียเลย

แนวดนตรีแบบนี้เริ่มในอังกฤษราวกลางยุค 1960 ดนตรีโปรเกรสซีฟในแรกเริ่มนั้น คณะเด่น ๆ ก็มีเช่น

1. เอเมอร์สัน เลค แอนด์ ปาลมเมอร์ (Emerson Lake & Palmer) แนวดนตรีคลาสสิกที่ใช้เครื่องมูค (Moog) เป็นตัวนำทาง แนวทางของดนตรีที่ออกมาคล้ายกับคณะ

2. ร็อกซี่ มิวสิก (Roxy Music) สมาชิกหัวอาร์ททุกคน เป็นดนตรีที่ฟังดูแล้วง่าย แต่ถ้าจะแยกสัดส่วนออกมาแล้ว ฟังดูไม่จำเป็นเพลงได้ ต่อมาสมาชิกแต่ละคน

ออกงานเดี่ยว โดยเฉพาะ Brian Eno นั้นพัฒนาการใช้เทป เพื่อการสร้างบทเพลง จนทำให้ห้องสตูดิโอเป็นเครื่องดนตรีเลยทีเดียว เช่นเดียวกับงานของ Daniel Lanois จากชุด Acadie

3. แฟมิลี่ (Family) วงอาร์ท ร็อก ที่มีโทนออกเซฟวิ้มมาก แนวดนตรี มีการผสมผสานหลายแนวทาง

4. กิง คริมสัน (King Crimson) ต้นฉบับของโปรเกรสซีฟคิงเคม และเป็นผู้สร้างโปรเกรสซีฟอมตะ ในชุด "In The Court of The Crimson King" และเป็นคณะที่สามารถรวมแจ๊สเข้ากับอาร์ทได้ลงตัวที่สุดในยุคแรก และต่อมารวมดนตรีแอฟริกาเข้ากับอาร์ทได้อีกหนึ่งในยุคที่สอง

5. เจเนซิส (Genesis) งานโปรเกรสซีฟ ในลักษณะโกธิค มิวสิก ที่พูดได้คำเดียวว่าถ้าฝีมือไม่จริงเล่นหลุดเองง่าย ๆ ต่อมาสมาชิกทุกคนออกงานส่วนตัวที่เด่นมากก็คือปีเตอร์ กาเบรียล (Peter Gabriel) ผู้กล่าวว่าดนตรีที่เกิดขึ้นเมโลดี้สำคัญน้อยกว่าจังหวะ ดนตรีที่เขาทำออกมานั้นยิ่งใหญ่กว่าชื่อเสียงที่เขาได้รับเสียอีก และที่เด่นมาอีกคนก็คือ แอนโทนี ฟิลลิปส์ (Anthony Phillippes) ผู้สร้างงานในลักษณะนิวเอจ (New Age) ก่อนที่ศัพท์คำนี้จะเกิดขึ้นเสียอีก ถ้าไม่เอียนกับความยาวของดนตรีที่เขาสร้างขึ้น ศิลปินผู้นี้ได้เชื่อมรอยต่อระหว่างโฟล์กและอาร์ทได้สมบูรณ์มาก

6. เฮอร์บี้ แฮนค็อก (Herbie Hancock) งานที่ออกมาออกเป็นแจ๊สมากกว่า แต่เขาสร้างประตูแห่งการสื่อสารข้ามแนวได้สำเร็จ คณะดนตรีอาร์ทที่เน้นในเรื่องสิ่งที่เหนือธรรมชาติ โดยเฉพาะในเรื่องจานผี (U.F.O)

7. เดฟ สจ๊วต (Dave Stewart) หนึ่งในฐานะสมาชิกคณะยูริธึมมิกส์ (Eurythmics) ในปัจจุบันเคฟผ่านดนตรีแนวอาร์ทมาก่อนใช้ชื่อคณะว่า คาน (Khan) ซึ่งมีส่วนทำให้เพลงของยูริธึมมิกส์ในปัจจุบันเหนือชั้นกว่าดนตรีคันร่าทั่วไป

8. ไมค์ โอลด์ฟิลด์ (Mike Old Field) ผลงานชุดทิวาลาร์ เบลล์ส (Tubular Bells) คงจะให้คำจำกัดความถึงการค้นหาวิญญาณของคนตรีในศิลปินผู้นี้ได้อย่างสมบูรณ์แบบ

9. ซอง มิเชล จาร์รี่ (Jean-Michele Jarr) ศิลปินแนวอาร์ทจากฝรั่งเศสได้รับอิทธิพลจากฟุโอะ Murice Jam มาก่อนข้างมาก แต่รู้จักนำมาดัดแปลงให้เป็นรูปแบบของตนเองที่คืบหน้ามาได้

10. Jethro Tull รวมดนตรีโฟล์ค เซลติก และอาร์ทเข้าด้วยกัน จนทำให้หลายคนเข้าใจผิดคิดว่าอาร์ทต้องป็นกระโห้ง เพราะนี่คือโฟล์คที่พัฒนาขึ้นเท่านั้นเอง และยังมีเยส (Yes) ที่เน้นอิเล็กทรอนิกส์อีกด้วย

นั่นคือรายชื่อวงโปรเกรสส์ฟยุคแรก ที่มีบทบาทสำคัญในวงการดนตรีอาร์ทยุคแรก เริ่มต่อมาดนตรีแนวนี้อาจมีความนิยมลงไป พร้อมกับดนตรีเฮฟวี่ยุคแรก ดนตรีสาขานี้ก็สามารถถูกปลูกให้พื้นดินขึ้นมาได้เต็มตัวอีกทีหนึ่ง ต่างกับดนตรีเฮฟวี่ที่เหมือนแมว 9 ชีวิต แต่อย่างไรก็ตามดนตรีใดก็ตามที่ไม่มีวันดับสูญ แม้ว่าแนวดนตรีจะไม่สามารถได้รับความนิยมเต็มตัวอีกก็ตาม แต่ก็ยังมีศิลปินแนวนี้อีกมากมายที่ยึดแนวทางนี้ในการนำเสนอรูปแบบใหม่ ๆ เป็น เคท บัช (Kate Bush) ลอว์รี แอนเดอร์สัน (Laurie Anderson) มาร์ลีเลียน (Morillion) ฟิช (Fish) รัช (Rush) เจแปน (Japan) เยลโล เมจิก ออร์เคสตรา (Yellow Magic Orchestra) การ์รี นูแมน (Gary Numan) เป็นต้น

นี่คือตัวอย่างของศิลปินบางรายที่ยังสืบทอดเผ่ากับแนวดนตรีที่ตนเองยึดถือเป็นแนวทาง และปัจจุบันวงโปรเกรสส์ฟ มักไม่เหลือความเป็นโปรเกรสส์ฟให้เห็นกันแล้ว เช่น Genesis หลังจากอัลบั้มชุด Duke แล้วรับตัวเองมาเป็นป๊อป (Pop) มากขึ้น จนไม่เหลือความเป็นโปรเกรสส์ฟอยู่เลย ส่วนที่ยังยึดถืออย่างเหนียวแน่น แม้จะไม่ประสบความสำเร็จด้านการค้ามากนัก แต่ตราบไคที่ยังมีคนผลิทย่อมมีการคอบสนอง ขึ้นอยู่กับอัตราส่วนของการคอบสนองนั้นอยู่ในระดับใด

ต่อมาจากการเสื่อมของดนตรีอาร์ทหรือโปรเกรสส์ฟ จึงทำให้เกิดดนตรีแนว
นิวเอจ (New Age) ขึ้นในทศวรรษที่ 80

4. ดนตรีแนวนิวเอจ นิวสิค (New Age Music) และ Electronic Music

นิวเอจ (New Age) คือดนตรีบรรเลงที่ไม่สามารถเจาะจงประเภทเข้ากับ
ลักษณะดนตรีใด ๆ ที่มีอยู่แล้วได้ ไม่ว่าจะเป็น Rock, Jazz, Blues, Pop,
Soul, Classic หรือ Folk เป็นดนตรีที่สร้างขึ้นจากความรู้สึกพิเศษของศิลปิน
ซึ่งมีความสามารถพิเศษในการปลุกเร้าการตอบสนองอารมณ์บางอย่างของผู้ฟังให้เกิด
ความรู้สึกประทับใจและผ่อนคลาย นิวเอจคือการให้คำนิยามลักษณะดนตรีบรรเลงแบบมักง่าย
ของพวกอุตสาหกรรมแผ่นเสียง โดยไม่คำนึงว่าดนตรีที่ตนคิดว่านิวเอจนั้นเป็นนิวเอจ
จริงหรือเปล่า นิวเอจเป็นดนตรีที่ไม่ก่อให้เกิดความรู้สึกที่ตื่นเต้น ไม่กวนประสาท
ไม่เดือย แต่ประกอบด้วยเสียงอันไพเราะเสนาะหู ฟังแล้วผ่อนคลายและเป็นดนตรีที่มีระดับ
(Class) เป็นดนตรีสำหรับคนทุกวัย ทุกชาติ ทุกภาษา หรืออีกนัยหนึ่งดนตรีแห่งโลก
ดนตรีบรรเลงสมัยใหม่ที่ครอบคลุมดนตรีอันหลากหลายจากศิลปินผู้มีพื้นฐาน และความถนัด
ทางดนตรีที่พิเศษ และกว้างไกลซึ่งสามารถเล่นดนตรีได้หลายแนว

นิวเอจคือส่วนผสมที่เหมาะสมระหว่างดนตรีอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic)
ดนตรี Classic ที่มีจังหวะไม่เร่งเร้า ท่อนดนตรี Jazz ที่เรียบง่าย การร้อง
ประสานเสียงแบบแผ่วเบา และท่อนดนตรีเพื่อการทำสมาธิที่เปรียบเสมือนความสงบ
สยบความเร้าร้อนของกิเลส ซึ่งดนตรีเหล่านี้หาได้จากแหล่งต่าง ๆ ทั่วโลก เส้นใยที่
เชื่อมโยงความเป็นดนตรี New Age เข้าด้วยกัน คือการนำมาซึ่งความผ่อนคลาย
อย่างแท้จริง และการมีจิตใจที่สดชื่นเยือกเย็น

อัลบั้มชุดแรกที่มีชื่อว่าอัลบั้มชุดแรกของวงการดนตรี คือ นิวสิค ฟอรั เซน
เมดิเทชั่น (Music For Zen Meditation) (1964) ของ โทนี สก็อต
(Tony Scott)

ผู้ที่ได้สัมผัสกับดนตรีนิวเอจ (New Age) จะได้สัมผัสกับความอ่อนโยนที่จิตใจ
 ครี้งใจและช่วยให้มีอารมณ์เบิกบาน ดนตรีนิวเอจ (New Age) มีความหลากหลาย
 ให้โครงสร้าง นับตั้งแต่เมโลดี้ง่าย ๆ ของศิลปินเดี่ยว จนกระทั่งการเรียบเรียงเสียง
 ประสานที่ปราณีต ซับซ้อน แบบวงที่เล่นกันหลายคน ซึ่งโดยรวมแล้วอาจให้คำนิยามของ
 ดนตรีนิวเอจได้ว่า เป็นดนตรีที่มีมิติของเสียงที่ฟังกลมกลืน แค่ว้างไกล และให้อารมณ์
 แบบสงบสุข จนบางครั้งมีการตั้งชื่อผลงานว่า "ดนตรีเพื่อการทำสมาธิ" (Music For
 Meditation) คุณลักษณะที่ดนตรีนิวเอจ (New Age) ต่างมีร่วมกันคือ การนำส่วนที่
 คีที่สุคจากหลาย ๆ แห่งมารวมกันเข้า บางชุดก็นำเอาพิธีกรรมทางศาสนา ปรัชญา
 ตะวันออกหรือ Conceptual Art เข้ามาเกี่ยวข้องด้วย ในขณะที่ส่วนใหญ่มักเป็นดนตรี
 ลึกลับ แปลและพ้องคล้ายมากกว่า Rock, Jazz และ Disco

กลุ่มผู้ซื้อผลงานนิวเอจส่วนใหญ่คือ ผู้ที่กำลังศึกษาอยู่ (18 - 25 ปี) และผู้ที่มี
 การศึกษาดี และรายได้สูง ซึ่งอาศัยในเมือง ผู้ที่หลงใหลดนตรี New Age มีอยู่ 2 พวก
 คือพวกที่เติบโตมาท่ามกลาง Progressive Rock ในทศวรรษก่อน พวกที่ 2 คือ
 พวกที่ไม่มีความรู้พื้นฐานของโปรเกรสซีฟ ร็อก มาก่อน และมีความต้องการดนตรีบรรเลงที่เสริม
 สร้างบรรยากาศ เพื่อการพักผ่อน บริษัทแรกที่ผลิตดนตรีนิวเอจคือ วินแชน ฮิลล์
 (Windnam Hill)

ศิลปินในแนวนี้นี้ได้แก่ Deuter (คิวเตอร์) ซึ่งผสมผสานดนตรีตะวันตกกับ
 ตะวันออกอย่างกลมกลืน เทงเจอร์รีน ครีม (Trangerine Dream) ผู้ริเริ่มบุกเบิก
 ทิศทาง และแนวทางใหม่ ๆ ด้วยเครื่องซินธิไซเซอร์ ในยุโรปและยังมีมากมาย เช่น
 คีทาโร่ (Kitaro) กับเสียงบรรยายสภาพภูมิประเทศอันชวนฝัน ของ มิเชล จาร์เร่
 (Jean-Michel Jerre) นิวเอจที่ผสมแนวอื่นอย่างออกนอกหน้า จอร์จ วินส์ตัน
 (George Winstan) โรเจอร์ อีโน (Roger Eno) แอนจิลีส ไชน่า (Vangclis
 China) จอน แฮสเซลล์ (Jon Hassell) เป็นต้น

นิวเอจส่วนหนึ่งมีลักษณะของดนตรีอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic) ผ่องอยู่ ซึ่งถูกเหมาว่าเป็นประเภทเดียวกัน ดนตรี Electronic เป็นผลผลิตของความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีของเครื่องดนตรีสมัยใหม่ โดยเฉพาะเครื่องซินธิไซเซอร์ ซึ่งสามารถเลียนเสียงเครื่องดนตรีชนิดต่าง ๆ ได้เกือบจะเหมือนจริง นอกจากนี้ความก้าวหน้าด้านโปรแกรมคอมพิวเตอร์ก็ยังช่วยให้ประพันธ์ดนตรีใหม่ ๆ รวมทั้งการเล่นดนตรีมีความก้าวหน้าขึ้นไปอีกระดับหนึ่ง

Electronic Music ได้รับการยอมรับจากผู้ฟังเพียงระดับหนึ่งเท่านั้น เพราะดนตรีอิเล็กทรอนิกส์สามารถให้เสียงได้แค่เกือบเหมือนจริง เปรียบเสมือนการประดิษฐ์หุ่นยนต์ให้เหมือนมนุษย์ ดนตรีอิเล็กทรอนิกส์ก็เช่นกัน เสียงที่ออกมาฟังดูไม่เป็นธรรมชาติ แห้งแล้ง และแข็งกระด้าง ยิ่งกว่านั้นเสียงสเตอริโอของดนตรีอิเล็กทรอนิกส์ยิ่งฟังแล้วลวกหู เนื่องจากผู้เล่นสามารถตกแต่งเสียงสเตอริโอให้ออกมาอย่างไรก็ได้

ความที่ดนตรีอิเล็กทรอนิกส์ไม่ค่อยเป็นที่ยอมรับหรือได้รับความนิยมเท่าที่ควร ทำให้มีผู้คิดค้นแปลงให้ดนตรีอิเล็กทรอนิกส์ถูกทุกกับคนฟังมากยิ่งขึ้น ซึ่งผลก็คือ ดนตรีเทคโน-ป๊อป ที่ได้รับความนิยมอยู่ในหมู่วัยรุ่นทั่วโลกทุกวันนี้ ดนตรีเทคโน-ป๊อป (Techno-Pop) จึงเป็นหนึ่งดนตรีอิเล็กทรอนิกส์อยู่ส่วนหนึ่งที่ช่วยให้วัยรุ่นหน้าตาดีได้มีงานทำมากมาย

วิวัฒนาการอันก้าวหน้าของเครื่องซินธิไซเซอร์และโปรแกรมคอมพิวเตอร์ทำให้นักดนตรีอิเล็กทรอนิกส์สามารถแสดงออกด้วยจำนวนน้อยคน แต่สามารถให้เสียงได้ราวกับเป็นวงใหญ่ได้ ดนตรีอิเล็กทรอนิกส์ที่บรรเลงโดยไม่เน้นจังหวะ (Beat) และแสดงออกถึงสุนทรียภาพของอารมณ์ โดยผู้เล่นสาวจัดประเภทอยู่ในพวกดนตรีนิวเอจได้ เช่น

Kitaro และ Vangelis

ดนตรีอิเล็กทรอนิกส์ส่วนใหญ่มาจากเยอรมัน ยกตัวอย่างเช่น Tangerine Dream, Edger Freese, Eddie Jobson, Kraftwerk, Heaven, Synergy เป็นต้น

5. New Wave (นิวเวฟ) New Music (นิวมิวสิก)

New Romantic (นิวโรแมนติค)

เป็นรูปแบบดนตรีป๊อป หรือร็อกที่ใช้เครื่องดนตรีเป็นอิเล็กทรอนิกส์ เทคนิคสมัยใหม่
ถ่ายทอดมาเป็นองค์ประกอบหลักของดนตรีแนวนี้

ดนตรีทั้งสามนี้คือผลของการเจริญเติบโตและการล่มสลายของดนตรีพังค์ (Punk)
นั่นเอง

นิวเวฟ (New Wave)

มีหัวทอที่กลายมาเป็นตำนานอยู่มากมาย อาทิ โพรส (Police) เอลวิส
คอสเทลโล (Elvis Costello) เป็นต้น กลุ่มเหล่านี้พยายามหาอะไรที่แปลกใหม่
มาเสนอนักดนตรีในกลุ่มที่มีความสามารถจริง มีส่วนช่วยให้แนวทางดนตรีเจริญและ
ก้าวหน้าไปมาก อาทิ โพรสนำเร็กเก้เข้ามาผสมผสานกับดนตรีร็อก, อาร์ ที เอ็ม
(R.E.M.) ทำให้เพลงร็อกมีเนื้อหาสาระ ฯลฯ ซึ่งเป็นต้นแบบให้รุ่นน้องมีแนวทางกว้างขึ้น
เช่น มิคไนท์ ออย (Midnight Oil) เป็นต้น ศิลปินเหล่านี้มักคลิกเฉพาะตัวเฉพาะกลุ่ม
เช่น โพรส (Police) นิยมใส่ชุดดำ เข้ากับแนวเพลงของพวกเขา

นิว มิวสิก (New Music)

เป็นแนวที่เมน (จุด) หลักทางดนตรีใช้เครื่องซินธิไซเซอร์ (เครื่องสังเคราะห์
เสียง) เติบโตเข้าสู่โลกคอมพิวเตอร์โดยตรง ปัจจุบันแนวนี้นี้ยังมีมาเรื่อย ๆ พวกหลังจะ
มีการดัดแปลงแก้ไขจากดนตรีนิว มิวสิกรุ่นเก่าที่กระด้างกว่ามาก ให้ประณีตมากขึ้น เช่น
คณะเคเปเช โมด (Depeche Mode) อุลตราไวออกซ์ (Ultravox) ซึ่งเข้าถึงดนตรี
ประเภทซินธิไซเซอร์อย่างแท้จริง รูปแบบการนำเสนอเป็นแพชั่นล้ำยุค น่าสมัย
จินตนาการในโลกอนาคต เหมือนเป็นวงดนตรีแห่งอนาคต ดนตรี New Music เป็น
แม่แบบของ Dance Music, Electronic Pop

นิว โรแมนติก (New Romantic)

ไม่แตกต่างจากนิวมิวสิก (New Music) มากนัก เพียงแต่เนื้อหาสาระทางดนตรี จะอยู่ในเรื่องของการพักผ่อน และให้ความสำคัญต่อดนตรีด้วย อาทิ แวม (Wham) คูแรน คูแรน (Duran Duran) สเปน คาว บัลเล่ต์ (Spandau Ballet) ซึ่งในยุคแรกเล่นดนตรีแนวร็อกธรรมดา ต่อมาพัฒนาการปรับตนเองให้เข้ากับความต้องการของ ยุคสมัย และยังมีอิทธิพลในปัจจุบัน รูปแบบการนำเสนอศิลป์ในแนวนี้นี้คือ แต่ตัวหล่อตามแฟชั่น พังก์ (Punk)

เกิดขึ้นก่อนนิวเวฟ (New Wave) ในประเทศอังกฤษเป็นดนตรีแห่งกึกก้อง กัดกัน จากปัญหาสังคมในช่วงนั้น มีคุณค่าด้านผลตกกระทบต่อสังคม แต่พังก์ (Punk) ก็อยู่ได้ไม่นาน เพราะเป็นงานดนตรีที่ไม่มีความประณีตในการนำเสนอและไม่มีคุณค่าทาง ดนตรีมากพอ วงที่เป็นหัวหอกให้กับแนวทางดนตรีนี้ก็คือ เซ็กส์ พิสทอลส์ (Sex Pistols) บุคลิกของวงพังก์จะแต่งตัวแบบพังก์ คือแปลก พิสดาร ใช้สีบนใบหน้าและผม คัดผมในทรงโมฮอก หรือโกนหัว เสื้อยีนส์ขาด ฟันสี เครื่องประดับแปลกมากมายคล้ายกับ จะประชดสังคม เป็นตัวของตัวเอง ไม่สนใจใคร

6. แนวคันทรี่ (Country) และฟอล์ค (Folk)

คันทรี่ (Country) เป็นดนตรีพื้นเมืองอเมริกา มีมานานมาก และยังคงมีอยู่ ต่อไปเรื่อย ๆ ได้รับความนิยมคงเส้นคงวา เป็นดนตรีเพียงแนวเดียวที่มีความเสมอต้น เสมอปลายที่สุด เพราะเป็นแบบฉบับตายตัวที่อเมริกันชนชอบมาก ทั้งยังเป็นดนตรีที่อยู่ใน แนววงของคนที่รักกลุ่มเก่า ๆ ต่อไป เครื่องดนตรีที่ใช้ได้แก่ อะคูสติคกีตาร์ (Acoustic Guitar), เบส (Bass), กลอง (Drums), แมนโดลิน (Mandolin), ซอฝรั่ง หรือแทรกออะคูสติคเปียโน (Acoustic Piano) เข้าไป เครื่องดนตรีส่วนใหญ่ อะคูสติค (ไม่ใช้ไฟฟ้า) จังหวะจะโคนค่อนข้างเร้าใจแบบอเมริกัน รวมทั้งเสียงประสาน

คันทรียุคหลังใส่ร็อก (เครื่องดนตรีไฟฟ้า) เข้าไปจึงแตกแขนงออกไปอีกมาก รูปแบบการนำเสนอของแนวคันทรี่เป็นแบบวัฒนธรรมตะวันตก ยุคความอยุ่ใส่มวก ชูคแบบความอยุ่กางเกงยีนส์ รองเท้าบูท ตามแบบฉบับอเมริกันดั้งเดิม

โฟล์ค (Folk)

เกิดขึ้นที่ประเทศอังกฤษ ต่อมาแพร่หลายในอเมริกา โฟล์คส่วนใหญ่เน้นเสียงร้องเสียงประสานแล้วบรรเลงด้วยอะคูสติคกีตาร์ (Acoustic Guitar) ตัวเดียว หรือมีอีกตัว เบส (Bass) โดรน (Drone) คู่กันไป คนตรีโฟล์คจึงฟังนุ่มและไพเราะกว่าคันทรี่มาก อาทิเช่น มารี สอปกิน, ปีเตอร์ พอล, ชูซาน เวก้า เป็นต้น ศิลปินโฟล์คนำเสนอการแต่งตัวเรียบง่าย ง่าย ๆ ไม่หวือหวา ดูฉาบ

ทั้งหมดที่ได้กล่าวมานี้คือแนวเพลงต่าง ๆ ที่แยกประเภทต่าง ๆ มากมาย ทั้งแต่ละประเภทยังแตกแขนงแยกย่อยออกเป็นแนวย่อย ๆ อีกมากมาย ดังนั้นการนำเสนอศิลปินเพลงนั้น ผู้สร้างคอนเซ็ปต์ (Concept) ควรศึกษาแนวดนตรีดังกล่าวให้ละเอียด เพื่อสามารถกำหนดแนวทางนำเสนอศิลปินเพลงได้ผลมีประสิทธิภาพที่สุด ถูกทางที่สุด ว่าศิลปินคน หรือกลุ่มนี้ควรจะเป็นศิลปินเพลงแนวไหน สร้างภาพพจน์ศิลปินออกมาอย่างไร

เพลงและดนตรียอดนิยมของไทย

สำหรับดนตรียอดนิยมของไทยเรานั้นแบ่งเป็น 3 ประเภทใหญ่ด้วยกัน ได้แก่ ดนตรีพื้นบ้านหรือเพลงพื้นบ้าน เพลงลูกกรุงหรือเพลงไทยสากลและเพลงลูกทุ่ง ซึ่งมีรายละเอียดที่จะกล่าวต่อไปนี้

1. เพลงพื้นบ้าน (Folk Music)

เพลงพื้นบ้านเป็นศิลปะการละเล่นของชาวบ้าน ในขณะที่สังคมยังเป็นระบบบ้านอยู่ เพลงพื้นบ้านเป็นความบันเทิงอย่างเดียวกับที่ชาวบ้านฟังมี เริ่มตั้งแต่การร้องรำทำเพลง ตีเกราะเคาะไม้ ตีกลองตีเป่า เพลงพื้นบ้านมีความเก่าแก่กว่าศิลปะดนตรีประเภทอื่น ๆ ซึ่งต่างก็วิวัฒนาการจากเพลงพื้นบ้านเกือบทั้งสิ้น

ผู้สร้างงานศิลปะคนตรีแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มด้วยกัน กล่าวคือ กลุ่มที่เป็นผู้นำสังคม ผู้ซึ่งมีโอกาสมากกว่า มีความรู้ความสามารถ ก็มักจะเกณฑ์เอาชาวบ้านที่มีความรู้ความสามารถทางศิลปะมาพัฒนาศิลปะคนตรีเพื่อใช้ในพิธีกรรม และเพื่อความบันเทิง ซึ่งผลงานเหล่านั้นก็จะออกมาในลักษณะคนตรีราชสำนัก หรือคนตรีในศาสนาพิธี ส่วนอีกกลุ่มหนึ่งเป็นผู้ที่ด้อยโอกาสกว่า แต่ก็มีความรู้ความสามารถทางคนตรี ก็สร้างงานเพื่อรับใช้สังคมชาวบ้าน เพลงเพื่อชาวบ้าน คนตรีเพื่อชาวบ้าน หรือเรียกกันทั่วไปว่าเพลงพื้นบ้าน รูปแบบการนำเสนอเป็นแบบชาวบ้าน เอกลักษณ์ท้องถิ่น

เพลงพื้นบ้านเป็นเพลงของชาวบ้าน ที่ชาวบ้านสร้างขึ้นเพื่อความสนุกสนาน หรือประกอบงานพิธีของชาวบ้าน ซึ่งเป็นความบันเทิงที่ทุกชีวิตต้องการ เมื่อมีโอกาสที่จะหาความบันเทิงได้

ลักษณะของเพลงพื้นบ้าน

เพลงพื้นบ้านมีลักษณะ ดังต่อไปนี้

1. เพลงพื้นบ้านมีลักษณะที่เป็นเพลงร้อยที่ผูกขึ้นโดยอาศัยฉันทลักษณ์ อาจจะเป็นกลอนตลาด ร่ายยาว เป็นฉันทลักษณ์ของชาวบ้าน ซึ่งพบเห็นในแหล่งเสภาเพลงยาว หรือแม้แต่ร่ายยาวของพระเทศน์ เพลงพื้นบ้านเหล่านี้ไม่มีเครื่องดนตรีประกอบ ถ้าจะมีก็มักจะเป็นเครื่องประกอบจังหวะ เช่น กรับ ฉิ่ง ฉาบ กลอง หรือใช้การปรบมืออย่างเดียว
2. เพลงพื้นบ้านมีทำนองสั้น ๆ ซ้ำ ๆ วนไปเวียนมา โดยเปลี่ยนเนื้อร้องไปเรื่อย ๆ เข้าหลักที่ว่า "ร้อยเนื้อทำนองเดียว" อาจจะเป็นการร้องเดี่ยวหรือมีลูกคู่ประกอบ
3. เนื้อเรื่องที่มีความสำคัญยิ่งกว่าสิ่งอื่นใด ส่วนใหญ่จะเป็นนิทานสอนใจ คติธรรม เรื่องที่เกี่ยวกับศาสนา ชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้าน ความรัก ความรื่นเริง การทำงาน เป็นต้น

4. เครื่องดนตรีที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นเครื่องประกอบจังหวะ เช่น ฉิ่ง ฉาบ กรับ โหม่ง โทน รำมะนา กลองยาว โหวด เป็นต้น บรรเลงประกอบคลอไปกับแนวลำนำ

5. แนวนิยมในการบรรเลงเพลงพื้นบ้าน ระบบชวบ้านนั้นเป็นระบบสะควก ดังนั้นการบรรเลงดนตรีของชวบ้านจึงเป็นแบบตามสะควก กล่าวคือ ใครมีความสามารถทางด้านใดก็สามารถบรรเลงไปได้ตามความถนัด ไม่มีแบบแผนที่รัดกุมนัก เพียงแต่นักหมายหรือเข้าใจกันว่าเป็นอย่างนั้นเป็นอย่างนี้

6. คนที่พื้นบ้านไม่ทราบว่าใครเป็นผู้แต่ง เพียงแต่สืบทอดกันมาช้านาน เพลงพื้นบ้านไม่มีการบันทึกข้อมูล หรือประวัติความเป็นมา การสืบทอดอาศัยการเล่า การปฏิบัติสืบทอดกันมาจากบรรพบุรุษ เป็นที่นิยมของชวบ้าน เมื่อเทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามา ความเจริญในรูปแบบอื่นเข้ามา เพลงพื้นบ้านก็เริ่มจะกลายตัวไป วิหุกระจ่ายเสียง วิหุโทรทัศน์ เทป แผ่นเสียง ภาพยนตร์ ฯลฯ ในที่สุดเพลงพื้นบ้านก็เริ่มเสื่อมความนิยมลง

ปัจจุบันมีการศึกษาเพลงพื้นบ้านกันอย่างจริงจังเป็นสาขาหนึ่งของวิชาการดนตรี "ดุริยางค์ศาสตร์ชาติพันธุ์" (Ethnomusicology) ซึ่งเป็นการศึกษาถึงวิชามนุษยวิทยา (Anthropology) และดนตรี

เพลงพื้นบ้านในบ้านเมืองเรานั้นไม่ได้มองในแง่ของคนตรีมากนัก เนื่องจากเพลงพื้นบ้านอยู่ในรูปของ "ศิลปะร่วม" กล่าวคือ เป็นการผสมผสานกันของศิลปะเกือบทุกแขนง ศิลปวัฒนธรรมแขนงอื่นหลายอย่าง เช่น คนตรี เพลงร้อง เต้นระบำรำฟ้อน ภาษา วรรณคดี ละครพูด ท่าทาง นั่นคือยังต้องอาศัย "วัฒนธรรมและประเพณี" เข้ามาเกี่ยวข้องด้วย

อย่างไรก็ตาม เมื่อแยกคนตรีออกมาจากศิลปะแขนงอื่น ๆ ก็จะอยู่ในลักษณะของเพลงร้อง (เล่าเรื่อง) มีเครื่องดนตรีพื้นบ้านบรรเลงประกอบส่วนใหญ่เป็นเครื่องประกอบจังหวะ ไม่ปรากฏผู้แต่งเป็นส่วนใหญ่ ถูกดัดแปลงไปจากเดิมตามยุคตามสมัย ถึงแม้ว่าจะแยกคนตรีออกมาจากการละเล่นพื้นบ้านแล้วก็ตาม เพลงพื้นบ้านอยู่ในลักษณะ "ศิลปะร่วม" (Total Arts) มากกว่าที่จะเป็น "ศิลปะบริสุทธิ์" (Pure Arts)

เพลงพื้นบ้านนำมาปรับใช้สังคมในลักษณะของคนตรี เพื่อการฟังเพลงพื้นบ้าน
จริง ๆ จะมีอยู่มาก แต่เพลงส่วนใหญ่เท่าที่มีอยู่จะเป็นเพลง "เลียนแบบเพลงพื้นบ้าน"
(Traditional Song) ซึ่งจะพบทั้งที่เป็นเพลงไทยและเพลงสากล (ฝรั่ง) ไม่ว่าจะเป็น
เป็นเพชร ทุมรุ่ง, จรัส มโนเพชร หรือจอห์น เคนเวอร์ (John Denver) ทั้ง ๆ ที่
การเลียนแบบเพลงพื้นบ้าน แต่ก็เรียกกันทั่วไปว่าเพลงพื้นบ้าน (Folk Song)

เพลงเลียนแบบพื้นบ้านของฝรั่งนั้น อาศัยเครื่องดนตรีกีตาร์เป็นหลัก
ทั้งประกอบทำนอง และจังหวะแบบเล่าเอง ร้องเองเสียส่วนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งเพลง
พื้นบ้านของชาวอเมริกัน นักร้องที่ได้รับความนิยมสูงอย่างเช่น

จอห์น เคนเวอร์ (John Denver)

พอล ซิมอน (Paul Simon)

อาร์ต การ์ฟังกัล (Art Garfunkel)

บ็อบ ดีแลน (Bob Dylan) เป็นต้น

ผลงานของนักร้องที่เลียนแบบเพลงพื้นบ้านชาวอเมริกันเหล่านี้ได้ประสบ
ความสำเร็จอย่างมาก และมีส่วนส่งอิทธิพลไปยังนักร้องประเทศโลกที่สาม อย่างที่เกิดขึ้นกับ
จรัส มโนเพชร, ภูสมิง หนองสวรรค์, กุ้ง กิตติคุณ เป็นต้น ทั้ง ๆ ที่เพลงพื้นบ้านของไทย
ไม่ได้ตั้งอยู่บนรากฐานของกีตาร์ก็ตาม แต่อิทธิพลของเพลงเลียนแบบพื้นบ้านของนักร้อง
ชาวอเมริกันมีอยู่สูงมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมไทย

เมื่อพูดถึงเพลงพื้นบ้านในรายการวิทยุ หรือโทรทัศน์นั้น มักจะหมายถึงเพลง
อเมริกันที่เลียนแบบเพลงพื้นบ้านอเมริกันมากกว่าเพลงพื้นบ้านที่เป็นลำตัด หมอลำ ฯลฯ
เพราะเหตุว่าเพลงพื้นบ้านของไทยที่นำมาเลียนแบบถูกนำไปเลียนแบบในลีลาเพลง "ลูกทุ่ง"
(อย่าง "ลำเตี้ย" เพลง "แหล่") เสียมากกว่าจะเป็นเพลงพื้นบ้าน

2. เพลงลูกกรุง (Light Music)

เพลงลูกกรุงจะเรียกว่าเป็นเพลงลูกกรุงกันเมื่อไหร่กัน ไม่มีหลักฐานแน่ชัด แต่ก็มีหลักฐานได้ว่าน่าจะมีขึ้นพร้อม ๆ กับเพลงลูกทุ่ง เพราะก่อนหน้านี้เพลงไทยไม่ได้แบ่งแยกว่าเป็นเพลงลูกกรุงหรือเพลงลูกทุ่ง แต่เรียกกันรวม ๆ ว่าเพลงไทยสากล เชื่อกันว่าสมเด็จพระเจ้าฟ้าฯ กรมพระนครสวรรค์วรพินิต หรือที่เรียกกันทั่วไปว่า ทูกระหม่อมบริพัตร (2429 - 2487) เป็นผู้ริเริ่มและให้กำหนดเพลงไทยแบบสากลขึ้น จึงเรียกกันทั่วไปว่าเพลงไทยสากล หลังจากที่เสด็จกลับจากการศึกษาวิชาการทหารในเยอรมนี ในปี พ.ศ. 2446 ก็ได้เข้ารับราชการทหารในกองทัพอังกฤษ ทูกระหม่อมบริพัตรได้ทรงพระนิพนธ์เพลงไว้ประมาณ 72 เพลง เพลงส่วนมากเป็นเพลงไทยแท้หรือไทยเดิม และมีเพลงอีกจำนวนหนึ่งประมาณ 12 เพลง ซึ่งน่าจะถือได้ว่าเป็นต้นตระกูลของเพลงไทยสากล โดยใช้จังหวะลีลาแบบสากล แต่มีทำนองเพลงเป็นแบบไทย

ในจำนวนเพลงพระนิพนธ์ของทูกระหม่อมบริพัตร ในจำนวน 7 เพลงด้วยกัน ที่มีลักษณะเป็นเพลงไทยในลีลาเพลงสากล

1. เพลงสุคนธ์นาถ ซึ่งทรงดัดแปลงมาจากเพลงไทยเดิม "แสนเสนาะ"
2. เพลงวอลซ์เมขลา ทรงดัดแปลงมาจากเพลงไทยเดิมชื่อเพลง "ทบท"
3. เพลงมหาฤกษ์ ทรงดัดแปลงมาจากเพลงไทยเดิม "มหาฤกษ์ 2 ชั้น"
4. เพลงสรรเสริญเสือป่า ทรงดัดแปลงมาจากเพลง "ทรงพระสุบิน"

หรือที่รู้จักกันทั่วไปว่าเพลงบุหลันลอยเลื่อน

5. เพลงสาครินทร์ ทรงดัดแปลงมาจากเพลง "คลื่นกระทบฝั่ง 2 ชั้น"

และเพลง "ทะเลบัว"

6. เพลงโศก ทรงดัดแปลงมาจากเพลง "พญาโศก 2 ชั้น" ซึ่งรัชกาลที่ 6

โปรดเกล้าให้ใช้เป็นเพลงโศกประจำชาติ

7. เพลงนางครวญ ทรงดัดแปลงมาจากเพลงไทยเดิม "นางครวญ" และยังมีเพลงอีก 5 เพลง ซึ่งได้ทรงพระนิพนธ์ขึ้นมาใหม่ ทำนองใหม่ เป็นเพลงไทยแต่ใช้ลีลาเพลงสากล ซึ่งประกอบด้วยเพลงมาร์ชวิเศษ เพลงวอลซ์ปลื้มจิต เพลงมณฑาทอง เพลงวอลซ์ประชุมพล และเพลงวอลซ์นรี เพลงทั้ง 12 เพลงนี้เป็นเพลงสำหรับการบรรเลงเพียงอย่างเดียว ไม่มีคำร้อง ลีลาเพลงเป็นเพลงชั้น ๆ เหมือนกับเพลงร้องธรรมดา บรรเลงโดยวงโยธวาทิต

หลังจากนั้นเป็นต้นมาเพลงไทยสากลก็ไม่มีเพลงของใครเพิ่มขึ้น จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2474 คณะละคร "จันทโรภาส" ได้นำละครเรื่อง "จันทร์เจ้าขา" ซึ่งแต่งโดย "พรานบุญ" (จวงจันทร์ จันทร์คณา มีชีวิตระหว่าง พ.ศ. 2444 - 2519) และตั้งแต่นั้นเป็นต้นมาจึงเริ่มใช้คำว่า "เพลงไทยสากล"

ยุคสุนทราภรณ์ ซึ่งนำโดย เอื้อ สุนทรสนาน (2453 - 2524) ซึ่งสามารถถือได้ว่าเป็นยุคทองของเพลงไทยสากลเลยทีเดียว สุนทราภรณ์ มีเพลงออกมาไม่น้อยกว่า 1,000 เพลง ซึ่งได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง นอกจากนั้นคณะสุนทราภรณ์ได้สร้างนักเพลงคนอื่น ๆ อีกมากมาย เช่น แก้ว อัจฉริยะกุล, พรหิรัญ, เวช สุนทรจรมร, สุรชัย ทุกกะเวส, ชลุ่ม บัญญัติ เป็นต้น นอกจากนี้เพลงไทยสากลยังได้แตกสาขาออกไปจากสุนทราภรณ์อีก อย่าง สุเทพ วงศ์กำแหง, สวลี ผกาพันธุ์ เป็นต้น

การวิวัฒนาการของเพลงลูกกรุงนั้นเป็นเวลาค่อนข้างยาวนาน "ลูกกรุง" น่าจะมาจากความนิยมของ "ชาวกรุง" คือผู้ที่อยู่ในเมือง ได้รับการศึกษา มีความเจริญทางเทคโนโลยีมากกว่าชาวนาน ศิลปะวัฒนธรรมมีความละเอียดละไมมากกว่า ความเจริญเป็นตัวแบ่งความเป็นชาวนานและชาวเมือง เมื่อเมืองเป็นเมืองหลวง หรือที่เรียกว่า "เมืองกรุง" ก็ใช้คำว่าชาวกรุงแทนชาวเมือง ดังนั้นเมื่อมีเพลงลูกทุ่งใช้เรียกเพลงของชาวนาน และก็มีเพลงลูกกรุงเรียกเพลงของชาวเมือง ซึ่งหมายถึงเพลงของชาวเมืองกรุงนั่นเอง

เพลงลูกกรุงเป็นเพลงยอดนิยมทั่วไป สำหรับคนในสังคมเมืองสำหรับเพลงลูกกรุงตะวันตก (Light Music) หรือบางที่เรียกว่า Easy Listening Music เป็นเพลงที่มีทั้งเพลงร้องและเพลงบรรเลง สำหรับการฟังเพื่อผ่อนคลายในขณะทำงานหรือฟังเพื่อความบันเทิง ฟังดนตรีเป็นเพื่อนช่วยคลายความเครียด ส่วนใหญ่เป็นเพลงที่มุ่งความงามในแนวท่วงทำนองที่นุ่มนวลละไม นิยมใช้เครื่องสาย กีตาร์คิก มากกว่าเครื่องเป่า และเครื่องประกอบจังหวะ

3. เพลงลูกทุ่ง (Country Music)

เพลงลูกทุ่งเป็นเพลงที่เกิดขึ้นในสังคมเกษตรกรรม เป็นการแสดงออกของเกษตรกรที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับท้องทุ่ง ชีวิตความเป็นอยู่ การทำงาน ความรักและสังคมลูกทุ่งเป็นต้น

สังคมไทยเป็นสังคมเกษตรกรรม คือความเป็นมาของเพลงลูกทุ่งไทย ในปี พ.ศ. 2507 กล่าวว่า เพลงลูกทุ่งได้รับการยอมรับและแพร่หลายมากขึ้น หลังเพลงในลีลา ลูกทุ่งฝรั่ง แสง วิลเลียมส์ (Hank Williams) ซึ่งเป็นราชาเพลงลูกทุ่งฝรั่งอเมริกัน (Country Music) เข้ามามีบทบาทในเมืองไทย

ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2507 - 2511 วงดนตรีลูกทุ่งเริ่มมีบทบาทมากขึ้น มีการจัดวงดนตรีแสดงในงานเทศกาล งานวัดต่าง ๆ วงดนตรีลูกทุ่งสมัยแรก ๆ อย่างเช่น วงम्मโบร็อก วงลูกฟ้า วงราชาम्मโบ วงบางกอกซ่า ซ่า ซ่า วงสุรพล สมบัติเจริญ ฯลฯ

ลักษณะของเพลงลูกทุ่ง

เพลงลูกทุ่งเป็นลีลาเพลงที่ดัดแปลงมาจากเพลงพื้นบ้าน เป็นเพลงของชาวบ้าน ซึ่งมีลักษณะที่สำคัญ ๆ ดังนี้

1. เป็นเพลงที่มีลีลาจังหวะพื้นบ้าน เช่น จังหวะเพลงของเพลงหมอลำ เพลงบอก มโนราห์ หนังตะลุง

2. ทำนองเพลงลูกทุ่งเป็นทำนองเพลงง่าย ๆ สั้น ๆ ช้า ๆ ใช้ลูกคู่ เช่น เพลงแห่ เพลงเรือ เพลงฉ่อย เพลงลำตัด เสง่า

3. เนื้อเรื่องเป็นเรื่องของชาวบ้าน ตรงไปตรงมา ใช้ภาษาง่าย ๆ

4. สำเนียงที่ใช้ในการร้องเพลง ใช้สำเนียงพื้นบ้าน ถ่ายทอดอารมณ์ที่เป็นภาษาชาวบ้านธรรมดา อย่างสำเนียงภาษาสุพรรณบุรี เพลงลูกทุ่งก็พยายามร้องเพลงเพี้ยนเพี้ยน ๆ อย่างภาษาพูดของพื้นบ้านด้วยการใช้ลูกคอ (Vibrato) หรือการระรัวเสียงเป็นลักษณะเด่นเฉพาะตัวของความเป็นเพลงลูกทุ่ง เช่นเดียวกับการเอื้อนเสียง

5. เครื่องดนตรีที่ใช้ประกอบการบรรเลงเพลงลูกทุ่ง โดยทั่วไปแล้วขึ้นอยู่กับว่ามีเครื่องดนตรีอะไรที่สะดวก เครื่องที่ขาดไม่ได้คือ เครื่องที่ประกอบจังหวะ เช่น กลองชุด กลองคองโก (ทอมบ้า) ฉิ่ง ฉาบ ฯลฯ เครื่องอื่น ๆ เป็นเพียงส่วนประกอบจังหวะ เช่น กีตาร์ เบส เอกคอร์ดียน (Accordion) ทรัมเป็ต (Trumpet) แซกโซโฟน (Saxophone) ทรอมโบน (Trombone) เป็นต้น เพลงลูกทุ่งเน้นที่ต้นเพลง (Introduction) เสียงสอดหรือบรรเลงประกอบ (Accompaniment) บรรเลงรับกลางเพลง (Solo) และท้ายเพลง (Coda) โดยยึดทำนองเป็นหลัก

6. การเรียบเรียงเสียงประสานเพลงลูกทุ่ง ส่วนใหญ่มาจากเพลงพื้นบ้านที่นิยมบรรเลงตามใจชอบ บรรเลงแบบแห่ตามกันไปเป็นเพลงแนวคืด คือไม่มีการเรียบเรียงเสียงประสาน (Harmony) อาศัยแนวทำนองของเนื้อร้องเป็นหลัก อย่างไรก็ตาม เพลงลูกทุ่งในระยะหลัง ๆ ก็มีการเรียบเรียงเสียงประสานบ้างเหมือนกัน คือการจัดระเบียบเสียงดนตรีที่จะบรรเลงให้เป็นระบบมากขึ้น

7. การถ่ายทอดอารมณ์เพลง

ซึ่งถือว่าเป็นหัวใจสำคัญของเพลงลูกทุ่ง อาศัยเนื้อร้องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตจริง แล้วถ่ายทอดอารมณ์ออกมาด้วยความซาบซึ้งกินใจ ไม่เสแสร้ง อารมณ์ซื่อ ๆ อารมณ์เป็นตัวเอง ถึงระดับขั้นของงานศิลปะ จากความละเอียดอ่อนไปหาความหยาบของอารมณ์ หรือจาก

ความหมายไปหาความละเอียดอ่อน อารมณ์ของเพลงลูกทุ่งไม่ใช่อารมณ์ที่ละเอียดอ่อนมากนัก แต่ใช้ว่าจะหยามจนเกินไป

สำหรับสีต้นหรือสีเสียง (Tone Color) ของเครื่องดนตรีนั้น เพลงลูกทุ่งไม่ได้คำนึงถึง เพียงแต่ถ้าร้องมีเสียงที่ดี จังหวะครึกครื้น โดยมุ่งถึงความสนุกสนานเป็นประการสำคัญ การนำเสนอลูกทุ่งเป็นแบบสุภาพ เรียบร้อย แบบสากลสวยงาม บ้างก็แต่งเป็นชาวบ้านพื้นเมือง เป็นต้น

เพลงไทยสากลยุคนิยมในปัจจุบัน

เพลงยอดนิยม หรือเพลงสมัยนิยม (Popular Music) ในปัจจุบันนั้นมีความหมายแคบ คงเหลือเพียงเพลงยอดนิยมของคนกลุ่มใหญ่เท่านั้น ส่วนเพลงยอดนิยมในกลุ่มอื่น ๆ ที่เล็ก เริ่มมีความสำคัญน้อยลง ไม่ว่าเพลงในลีลาพื้นบ้าน เพลงลูกกรุง เพลงลูกทุ่ง หรือ เพลงลูกเท่ก็ตาม ปัจจุบันเพลงยอดนิยมของไทยกลายเป็นหลอมรวมไปอยู่ที่เดียวกัน อาจจะเรียกว่า "เพลงลูกผสม" ก็ได้ ไม่สามารถแยกให้เห็นเด่นชัดว่าเพลงเหล่านั้นใช้ลีลาใดลีลาหนึ่งชัดเจน

ดนตรีร็อกเข้ามาในเมืองไทยในช่วงสงครามเวียดนามที่ทหารอเมริกันเข้ามาตั้งฐานทัพในเมืองไทย ความต้องการที่จะมีดนตรีในค่ายทหารอเมริกันมีมาก ห้างนักดนตรีที่มาจากสหรัฐอเมริกาเอง และนักดนตรีที่เป็นคนไทย ลอกเลียนดนตรีร็อกอเมริกัน ดนตรีร็อกเริ่มขยายวงกว้างออกไปจากค่ายทหารก็ออกมาสู่สังคมไทย เพราะทหารส่วนหนึ่งก็มาเที่ยวนอกค่าย ประกอบกับจังหวะและความเข้าใจของเสียงดนตรีที่ทำให้กลุ่มวัยรุ่นหลงใหล การตั้งไนท์คลับที่มีดนตรีร็อกเริ่มเฟื่องฟูในช่วงระยะ พ.ศ. 2515 เป็นต้นมา

นอกจากการลอกเลียนบรรเลงเพลงฝรั่งแล้ว ในช่วงระยะ 10 ปีที่ผ่านมา นักดนตรีไทยเริ่มบรรเลงเพลงฝรั่ง (สากล) ใส่เนื้อร้องไทย นำโดยคณะคิมพอสซิเบิล และคอน สอนระเบียบ, เทปชุดคิสโก้ลูกทุ่งของคณะแกรนด์เอ็กซ์ จนกระทั่งการแต่งเป็นเพลงร็อกแบบสากลในเทปชุด แดนคิวโลซ์ ของธเนศ วรากุลนุเคราะห์, ร็อกเล็กเล็ก จนถึง เต็มถังของไมโคร, วงบัทเตอร์ฟลาย, วงบูโว เป็นต้น

ดนตรีไทยสากลพัฒนามาจากนักร้องเพลงไทยสากลสมัยเริ่มต้น เช่น แม่ประทุม นางเอก หรือ จำรัส สุวกันธ์, มณฑา โมรากุล, วินัย จุลบุษปะ, เอื้อ สุนทรสนาน, สุเทพ วงศ์กำแหง, ชรินทร์ นันทนาคร จนถึงยุคของวงดนตรีวงสตริง เมื่อเพลงสากลเข้ามามีบทบาทในเมืองไทย คิมพอสซิเบิล, รอยัลสไปรท์, แกรนด์เอ็กซ์, วงชาตรี แมคคินท็อช เป็นช่วงของวงสตริงกำลังบูม (ได้รับความนิยม) อย่างมาก เริ่มจากการออกทำนองเพลงสากลล้วน ๆ มาใส่เนื้อไทย ยอดเทพชายประสบความสำเร็จอย่างมากในช่วงนั้นที่ยืนยงมาจนถึงทุกวันนี้คือ คอน สอนระเบียบ ซึ่งได้รับสมญานามว่าเป็น แมว 9 ชีวิต

ต่อมาวงสตริงเหล่านี้หันมาดัดแปลงเก๋อมตะสมัยสุนทราภรณ์มาเรียบเรียงเสียงประสานใหม่ นำโดย วงแกรนด์เอ็กซ์ ซึ่งประสบความสำเร็จมากในชุด "แกรนด์เอ็กซ์โอ" จากนั้นก็มี วงต่าง ๆ ออกผลงานแนวนี้อย่างต่อเนื่องออกมามากมาย จนถึงยุควงดนตรีวัยรุ่นแนวหวานสคสไธ เริ่มจากวง "คีร์บูน" เล่นเพลงใหม่ปนกับเพลงเก่าของสุนทราภรณ์ แนวนี้นั้น วงซิกซ์เซนต์, สิงหละ, อินทนิล, บรันคี, ฟ้ารู้คี, คี้ออฟฟิศ เป็นต้น นำเสนอโดยแต่งตัวเป็นกลุ่ม หักรุ่น แต่งแบบเดียวกันตามสมัยนิยม

ต่อมาเสียงยุคเพลงคู่เพื่อคู่หูได้รับความนิยมอย่างมาก เป็นการพลิกโฉมหน้าวงการเพลงบ้านเราอย่างมากในช่วงนั้น เพลงคู่ระบาดไปทั่ว เป็นแพชั่นฮิต (ประสบความสำเร็จ) มาก เริ่มจากเพลงคู่ "รวมดาว" ที่นำศิลปินในสังกัดชาย-หญิง มาร้อง เป็นคู่ร้องเพลงอมตะในอรรถของสุนทราภรณ์ เป็นต้น แบบของเพลงในยุคนั้น เพลงคู่เช่น "18 กะรัต" "เพลงรักคู่โลก" "นพเก้า" เป็นต้น การนำเสนอแต่งตัวตามสมัยนิยม ไม่จำกัดรูปแบบ

ยุคต่อมาเป็นยุคของเพลงเพื่อชีวิต ซึ่งต้นแบบคือ "คาราบาว" จากความสำเร็จในชุดประวัติศาสตร์ ชุด "เมคอินไทยแลนด์" คือจุดกำเนิดของวงแนวนี้นี้มากมาย วงต้นตำรับของศิลปินแนวเพื่อชีวิต ได้แก่ คาราบาว คาราวาน กนค่านเกวียน

พงษ์เทพ กระโดนชำนาญ แพ้ชนะการแต่งตัวเป็นเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่มนี้คือ เสื้อยืด
กางเกงยีนส์ รองเท้าผ้าใบ โทกผ้า ใส่แว่นกันแดด เป็นต้น

ยุคศิลปินเดี่ยว เริ่มจากการแยกตัวจากแกรนด์เอ็กซ์ของแจ้ง คุปต์ แกว่กาญจน์
ประสบความสำเร็จมากกับอัลบั้มแรก "ฝันสีทอง" ศิลปินเดี่ยวมีตามมาอีกมาก เช่น
ธงไชย แมคอินไตย์ ผู้มากด้วยความสามารถ โค้งดังจนถึงปัจจุบัน บั่น, บั่น, หม่อมเสก,
อ้อค คิริบูล ฯลฯ ศิลปินเหล่านี้นำเสนอเป็นศิลปินที่แต่งตัวดี เป็นป๊อปปูล่าที่ดูแต่งตัวสุภาพ
เรียบร้อย หล่อเหลา สวยงามตามสมัยนิยม ศิลปินเดี่ยวต่อเนื่องมาจนปัจจุบัน

ยุคคนตรีร็อกมีมานานพอสมควร เริ่มจาก ธเนศ วรากุลนุเคราะห์ ชุตตวนทิวไรซ์,
ร็อกเกอร์สตรา คาไลโดสโคป เนื่อกับหนัง แต่ผู้บุกเบิกให้แนวนี้นะบาศคามกันมามากมาย
เป็นยุคร็อกที่เวอร์ ก็คือ 2 พี่น้อง "อัสนี-วสันต์ โชติกุล" ตั้งแต่นั้นมามีศิลปินแนวเดียวกัน
ตามออกมามากมาย จนปัจจุบันศิลปินร็อกเช่น "ไมโคร" "อิทธิ พลางกูร", "ดิ โอฬาร
โปรเจ็ค", เฉด, เฟม, เลอโคม, ไอเฟิล ฯลฯ ศิลปินเหล่านี้รูปแบบการนำเสนอในแบบ
ร็อกแรง ร็อกเสียงดัง เสียงสูง เสียงยานาง เป็นต้น แต่งตัวตามรูปแบบของร็อกเมืองนอก
คือตามแต่เอกลักษณ์ของวงนั้น ๆ เช่น ผมยาว แจ็กเก็ตหนัง กางเกงยีนส์ขาด ๆ เครื่องประดับ
เงิน รองเท้าบูท หรือบ้างก็เสื้อยืดขาด ๆ กางเกงสีสด ๆ เป็นต้น

ยุคศิลปินเดี่ยวประเภทคารา บุคคลมีชื่อเสียงมาร้องเพลง สืบเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน
เนื่องจากอาศัยความมีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักของคารานั้น เพื่อความสะดวกและง่ายในการ
ประชาสัมพันธ์ให้ประสบความสำเร็จ โดยส่วนใหญ่ศิลปินเหล่านี้ไม่มีพื้นฐานการร้องเพลง
ที่ดีพอจะเป็นนักร้อง แต่อาศัยเทคนิคทางการบันทึกเสียงเข้าช่วย ประกอบกับในปัจจุบัน
การประชาสัมพันธ์โฆษณา แข่งขันกันมากระหว่างค่ายเพลง บริษัทเพลงต่าง ๆ ใช้แรง
การประชาสัมพันธ์ทางสื่อมวลชน แชนงต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร
 ฯลฯ จึงทำให้ศิลปินคาราเหล่านี้ประสบความสำเร็จได้อย่างไม่ยากเย็น การนำเสนอ
ขึ้นอยู่กับรูปแบบ บุคลิกของคาราคนั้น ๆ เช่น พงษ์พัฒน์ เป็นเพลงร็อกจึงนำเสนอให้แต่งตัว

เป็นทหารพรานเดือน เหมาะสมกับความเป็นเพลงร็อก สามารถ พยัคฆอรุณ เป็นนักมวย
จึงนำเสนอเป็นนักมวย เป็นคัน ตัวอย่างศิลปินเหล่านี้ เช่น เอ็ม, สถาพร นาควิทย์,
อภิญา เจริญวงศ์, จริยา สรณะคม, แชน มุรพันธ์, สรพงษ์ ชาตรี, ชันนี่,
บิลลี่ โอแกน, สินจัย หงษ์ไทย, ฉัตรชัย เปล่งพานิช, ธาณินทร์ ทัทมงคล ฯลฯ เป็นต้น

ในปัจจุบันศิลปินเพลงที่ได้รับความนิยมมีอยู่หลายรูปแบบ ไม่จำกัดเป็นแนวเพลงใด
เด่นชัดมากนัก ศิลปินทุกแนวยังคงอยู่จากปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นศิลปินเดี่ยว เช่น
ธงชัย แมคอินไตย์ ที่ประสบความสำเร็จมากมายกับอัลบั้ม บูมเมอแรง, อริสมันต์, ทัช
 เป็นต้น ศิลปินร็อกยังคงอยู่เกือบทั้งหมด ที่เพิ่มใหม่เช่น ไฮร็อก, ไอเทิล เป็นต้น เพลงคู่
ก็ยังมีเช่น คอน-ก้อย ชูเปอร์ฮิต เพลงเพื่อชีวิต เช่น ชูชู แต่ที่เห็นเด่นชัดอยู่ก็คือ
การนำคารามาทำเพลงยังคงมีอยู่อย่างสม่ำเสมอ ควบคู่กับการโฆษณา-ประชาสัมพันธ์
อย่างเต็มที่ ของแต่ละบริษัท คนตรีแจ๊สเริ่มมีบทบาทใน พ.ศ. 2532 คอนปลาย จากมีผู้
บุกเบิกเป็นแจ๊สบรรเลง วงอินฟินิตี้ (Infinity) แต่ไม่ได้รับความนิยมมากนัก
มีผู้ฟังเฉพาะกลุ่มมากกว่า แจ๊สเริ่มประสบความสำเร็จจากการนำเพลงที่ได้รับความนิยม
ในปัจจุบันมาขับร้องในแนวป๊อป-แจ๊ส คือ วงโคโค แจ๊ส (Rad Jazz) วงเหล่านี้
นำเสนอรูปแบบแต่งตัวสุภาพ เรียบร้อย หรหุรา กฎมูฐาน ตามแบบฉบับของแจ๊สซึ่งเป็น
คนตรีชั้นสูง

อย่างไรก็ตาม ป๊อป-กรู๊ป (Pop Group) มีการออกผลงานมาอย่างสม่ำเสมอ
แต่ไม่ถึงกับประสบความสำเร็จล้นหลาม แต่ก็มีออกมาเรื่อย ๆ ตั้งแต่ยุคแรกของวงสตริง
วงสตริงแนวป๊อปที่พลิกโฉมหน้าวงการเพลงช่วงหนึ่ง แต่ไม่ถึงกับเป็นยุคอย่างแนวอื่น ๆ
นั่นคือ วง "นูโว" (Nuvo) ประสบความสำเร็จมากด้านยอดขายจากชุด "เป็นอย่างนี้
ตั้งแต่เกิดเลย" วงนี้เป็นแนวป๊อป (Pop) ผสมอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic)
รูปแบบการนำเสนอ แต่งตัวเรียบง่ายตามแบบฉบับวัยรุ่น ใส่สูทหีบเพื่อความเท่ และเป็น
เอกลักษณ์ประจำวง เพราะวงนี้เป็นวงที่สมาชิกมีบุคลิกหน้าตาหล่อเหลา จึงเป็นที่

การแต่งตัวให้ดูดี เสริมสร้างบุคลิกของวงมากยิ่งขึ้น ค่อมามีวงแนวนั้นมาเรื่อย ๆ
แต่ไม่ประสบความสำเร็จมากนัก อย่างไรก็ตามแนวนีโอป (Pop) ยังเป็นแนวที่คงเส้น
คงวาที่สุดของเพลงไทยสากลตั้งแต่อดีต-ปัจจุบัน

ขั้นตอนการนำเสนอศิลปินเพลง

เมื่อได้รับมอบหมายให้ศิลปินเพลงรายหนึ่ง ๆ ผู้สร้างมโนทัศน์ (Concept)
จะต้องศึกษารายละเอียดต่าง ๆ กับตัวศิลปิน แนวเพลงและกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างภาพพจน์
มโนทัศน์ (Concept) ในการนำเสนอศิลปิน ประชาสัมพันธ์ศิลปินให้ได้ผลสำเร็จมากที่สุด
เพื่อผลทางการตลาด การขายสินค้า เทปคาสเซ็ท แผ่นเสียง ได้ยอดขายมากที่สุดเท่าที่จะทำได้
ซึ่งจะนำเสนอศิลปินออกมาทาง ปกเทป ปกแผ่นเสียง วิกิตทัศน์เพลง การแสดงสดบนเวที
โปสเตอร์โฆษณา โฆษณาทางหนังสือพิมพ์ นิตยสาร การให้สัมภาษณ์ทางวิทยุ เป็นต้น

ศิลปินแต่ละคน หรือกลุ่ม จะมีบุคลิก ลักษณะนิสัย อายุ ที่ไม่เหมือนกัน เราจะต้อง
ศึกษาบุคลิกภาพเฉพาะตัว (Character) ความสามารถเฉพาะตัวต่าง ๆ นำมาสร้างเป็น
มโนทัศน์ (Concept) ของศิลปินนั้น ๆ กำหนดลักษณะแนวเพลง การแต่งกาย การนำเสนอ
ต่อสื่อมวลชน โฆษณาทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ เวทีการแสดงดนตรี และที่สำคัญคือ
ตัวหีบห่อบรรจุภัณฑ์ของสินค้า (Package) ซึ่งคือปกเทปคาสเซ็ท และแผ่นเสียง นั่นเอง

ภาพพจน์การนำเสนอและแนวเพลง

มีความเกี่ยวเนื่องกันเป็นอย่างมาก เนื่องจากแนวเพลงแต่ละแนวมีลักษณะแตกต่างกัน
เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว การนำเสนอทางการแต่งกาย แต่ละแนวย่อมจะแตกต่างกันออกไป
ตามจังหวะ ลีลาของแนวเพลงนั้น

แนวแจ๊ส (Jazz)

เป็นแนวชั้นสูงตามสายตาของคนในสังคมทั่ว ๆ ไป รูปแบบการแต่งกายออกมา
สุภาพ เรียบร้อย ภูมิฐาน กุศุทรวรา เช่น ใส่สูท ผูกหูกระต่าย ผูกไทด์ ใส่ทักษิโต้
บุคลิกภาพคูลๆ น่ารัก น่าเชื่อถือ ไม่กระโดดกระตาก คุณเป็นผู้ที่ชั้นสูง ถ้าเป็นผู้หญิงการแต่งกาย
จะเป็นชุดแบบชุดราตรี กระโปรงยาว สวยงาม สุภาพเรียบร้อยเช่นกัน

แนวร็อก

เนื่องจากร็อกเน้นความเข้าใจ และความคันของเสียง นำเสนอถึงความร้อนแรง
เร้าร้อน การแต่งตัวจึงนำเสนอในรูปแบบเดียวกันคือ ให้ดูไม่เป็นพิธีการ ไม่เรียบร้อย
เป็นตัวของตัวเอง เฉพาะกลุ่มร็อกโดยเฉพาะ ผมยาว ใส่เสื้อหนัง เสื้อยีนส์ บลูยีนส์
หรือเสื้อยัคนครมคา จนไปถึงเสื้อกล้ามขาด ๆ กางเกงยีนส์เป็นทึมนั้นมาก มีการนำมา
อวดให้ชาว หรืออาจเป็นกางเกงรัดรูปมีลวดลาย สีฉูดฉาด ร้องเห่าบูท ร้องเห่าท่ง
จนไปถึงร้องเห่าคำใบ มีการนำเครื่องประดับมาใช้มาก เช่น กำไลข้อมือ สร้อยคอเงิน
แบบต่าง ๆ ผ้าโพกหัว หรือหมวกแบบคาบอย

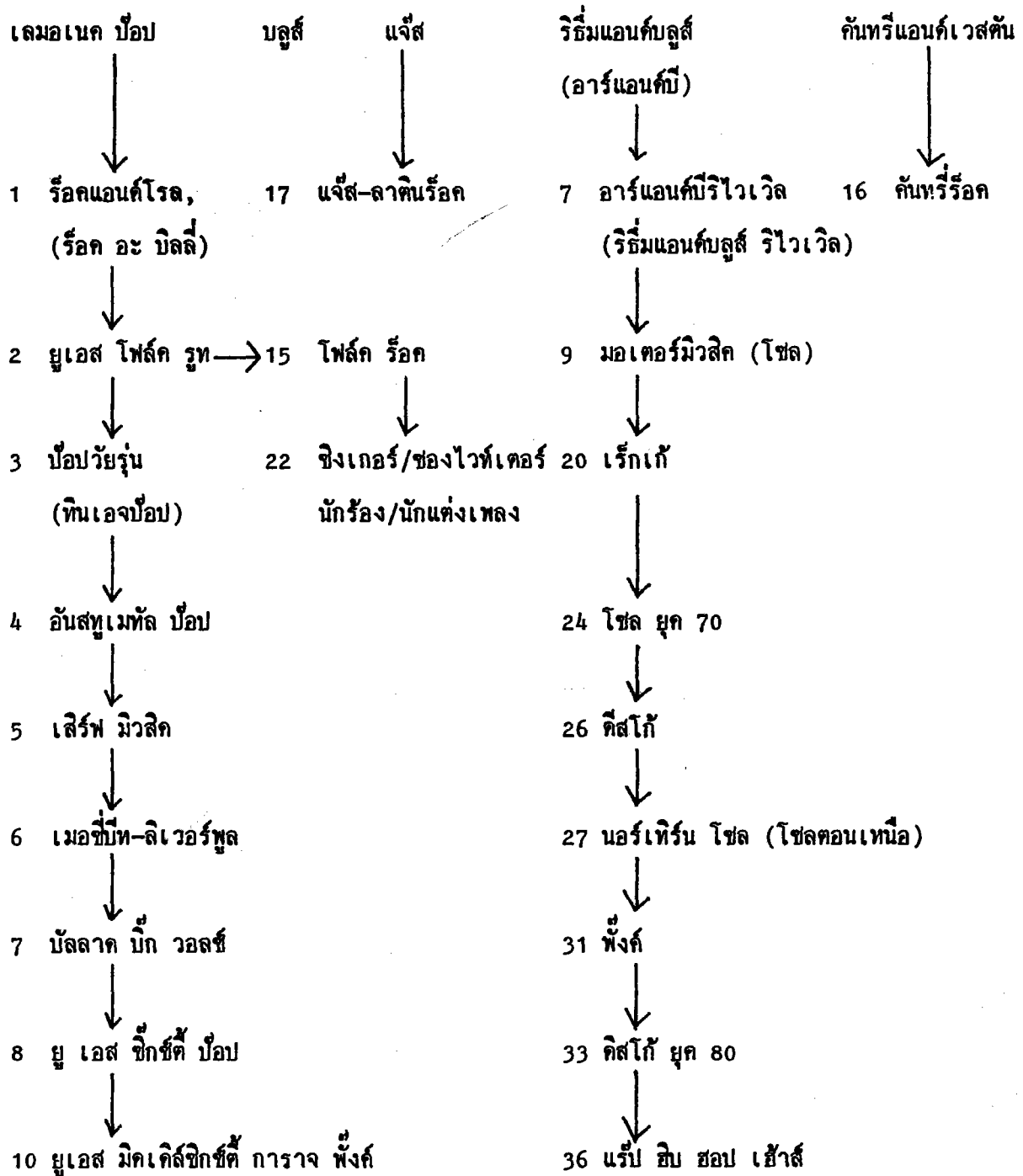
ซึ่งแล้วแต่แนวร็อกนั้นว่าเป็นประเภทใด การนำเสนอการแต่งกายจะแตกต่างกันเล็กน้อย
แต่ยังรู้ว่าเป็นคนร็อก เช่น บ็อบร็อก (ร็อกที่ฟังง่ายกว่าร็อกทั่วไป)
จะแต่งตัวคึกซ์ สุภาพ และตามแฟชั่นกว่า ส่วนร็อกแอนด์โรล เป็นต้นคำรับของร็อกจะแต่ง
สุภาพกว่าเฮฟวี่ เช่นสูทแบบเคอะบิทเทิล เสื้อหนัง กางเกงขาก๊วย แบบเอลวิส เป็นต้น

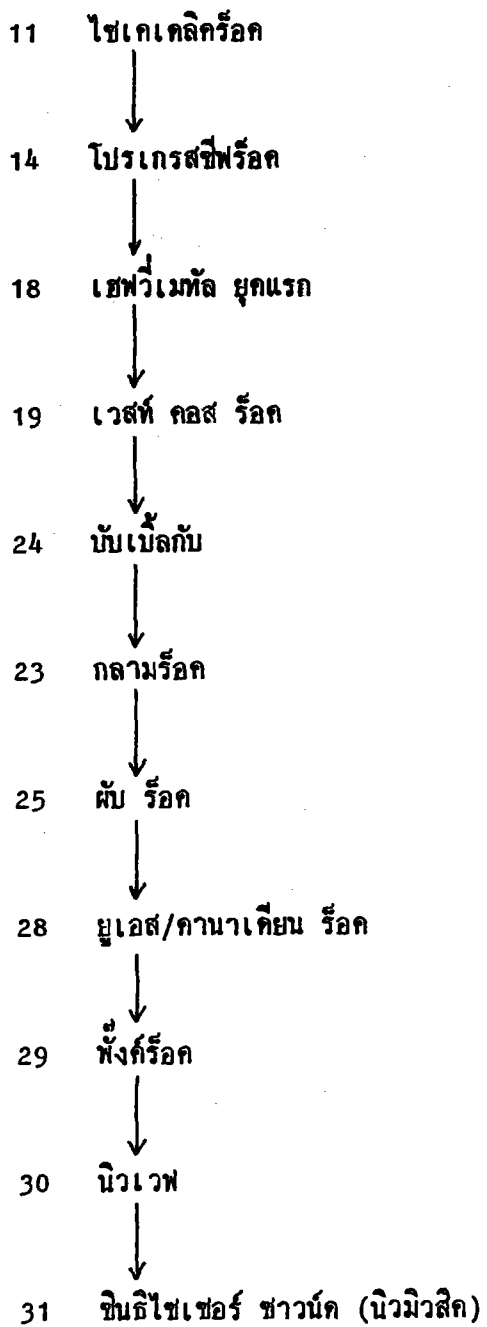
แนวนิวมีวสิก

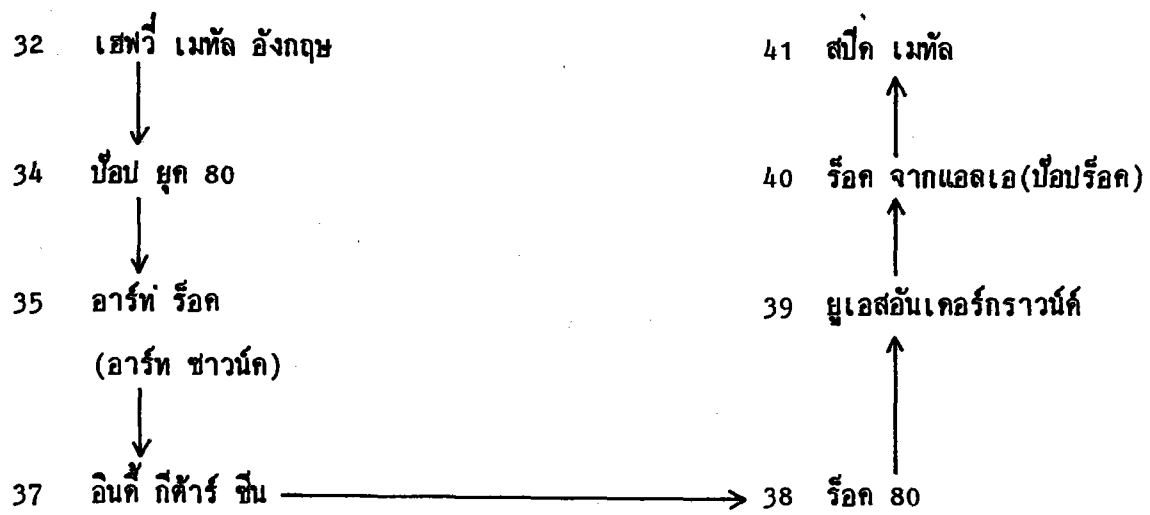
เนื่องจากเป็นแนวคนตรีอิเล็กทรอนิกส์ ลำสมัย จึงแต่งตัวเป็นทันสมัยตามแฟชั่น
ในช่วงเวลานั้น สีสรร รูปแบบ แปลกใหม่หรืออาจแต่งตัวแบบโลกอนาคต บางวงนำเสนอ
เนื้อหาเกี่ยวกับสังคม การเมือง ปรัชญาจะแต่งชุดคำ เช่น เคเบเซ่ โมค เป็นต้น

ดนตรีหลายหลากแนวเกิดในยุคต่าง ๆ กัน การแต่งกายของแต่ละแนวขึ้นอยู่กับ
ช่วงเวลาเกิดของเพลงแนวนั้นด้วย

แผนภูมิกำเนิดของคนtriแนวต่าง ๆ







กำหนดแนวทางเพลงและการนำเสนอ

จากที่ได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับแนวเพลงต่าง ๆ โดยละเอียด สามารถทราบความแตกต่างระหว่างแนวคิดแต่ละแนว รวมทั้งรูปแบบการนำเสนอที่แตกต่างกัน ทำให้เราสามารถกำหนดแนวทางการออกแบบนำเสนอแต่ละแนวเพลงได้อย่างแน่ชัด

ศิลปินเพลงที่ข้าพเจ้าได้สมมุติขึ้นเพื่อโครงการศิลปนิพนธ์ครั้งนี้ เป็นวงดนตรีสมัยใหม่ สำหรับกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่นเป็นหลัก และอาจมีกลุ่มเป้าหมายรองอื่น ๆ ให้ความสนใจอีกด้วย

ศิลปินเพลงที่ข้าพเจ้ากำหนดขึ้น เป็นศิลปินเพลงแนว Pop (ป๊อป)

เป็นแนวที่มีมาทุกยุคทุกสมัย เป็นดนตรีที่ฟังสบาย ๆ ง่าย ๆ (ไม่หนัก ง่ายต่อการเข้าใจ ฟังได้ทุกเพศ ทุกวัย สามารถนำดนตรีแนวอื่น ๆ มาผสมผสานเป็นป๊อป Pop ผสมกับ Rock หรือ Heavy Metal จะออกมาเป็น Pop Rock ซึ่งง่ายต่อการฟังจาก Rock และ Heavy Metal มากยิ่งขึ้น หรือ Pop ผสมกับ Jazz ทำให้เป็นเพลง Jazz ที่ง่ายต่อการฟังมากยิ่งขึ้น เป็นต้น การแต่งตัวของศิลปิน Pop ขึ้นอยู่กับสมัยนิยม (Fashion) ในช่วงเวลานั้น ๆ จะเน้นความเป็นวัยรุ่นอยู่มาก และยังคงขึ้นอยู่กับการแต่งตัวของศิลปิน Pop นั้นผสมผสานเข้าไปเช่น Pop Rock จะแต่งตัวไปทาง Rock Pop Jazz แต่งตัวไปทาง Jazz เป็นต้น

ศิลปินที่ข้าพเจ้าเป็น Pop มีส่วนผสมของ New Music หรือเรียกว่า Techno Pop หรือ Pop Dance เพียงเล็กน้อย การนำเสนอเพื่อชายกลุ่มเด็กประถมและมัธยม กลุ่มวัยรุ่นที่กำลังคลั่งไคล้และนิยมแนวดนตรีแนวนี้มาก

แผนการทำประชาสัมพันธ์และขั้นตอนการนำเสนอศิลปินเพลง

การประชาสัมพันธ์ศิลปินเพลงนี้ เริ่มจากเมื่อผู้ออกแบบการนำเสนอศิลปินเพลง (Stylish) ได้รับมอบหมายให้เป็นผู้วางมโนทัศน์ (Concept) กำหนดภาพพจน์ศิลปิน

การแต่งกายของศิลปิน แนวเพลงให้กับศิลปินกลุ่มหนึ่ง Stylish จะต้องศึกษานุคลิกภาพ
ตัวศิลปิน ทั้งอุปนิสัย บุคลิกน้ำเสียง ความสามารถพิเศษ ความสามารถในการเล่นดนตรี
ร้องเพลง ลักษณะท่าทาง พื้นฐานต่าง ๆ ก่อนจะมาเป็นศิลปินโดยละเอียด เพื่อนำเสนอและ
วางมโนทัศน์ (Concept) ของวงดนตรี

ให้ศิลปินได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นและนำเสนอต่อ Stylish และบริษัทต้นสังกัด
รวมทั้งความคิดเห็นบางส่วนของ Producer

ต่อมาจะเป็นเรื่องของ การวางแผนเพลงว่าจะมีแนวคนตรีออกมาในลักษณะใด
เพื่อจะให้มีการวางแผนประชาสัมพันธ์ในขั้นต่อไป

การแต่งกายของศิลปินก็เป็นสิ่งสำคัญสำหรับภาพพจน์ (Image) ของตัวศิลปิน
ต่อกลุ่มผู้ฟังที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่น เด็กประถมและมัธยม มีบุคลิกที่โดดเด่น
เป็นที่น่าสนใจ เพราะเป็นศิลปินใหม่จึงต้องเน้นความแปลกใหม่ของการแต่งกาย และภาพพจน์
(Image) ของศิลปิน

การนำเสนอเพลงจะมีการส่งเทปและแผ่นเสียงตัวอย่าง (Sample) ไปตาม
สถานีวิทยุ ก่อนเทปจะวางตลาด เพื่อให้ผู้ฟังได้รู้จักผลงานเพลงใหม่ของศิลปินใหม่ และเพื่อ
ให้ D.J. ได้รู้จักกับศิลปินใหม่รายนี้ จะไหมประชาสัมพันธ์โดยการให้ D.J. ต่าง ๆ
เปิดเพลงก่อนที่เทปและแผ่นเสียงจะวางตลาด ในระยะนี้ D.J. เป็นส่วนสำคัญมากในการ
ประชาสัมพันธ์ หรืออาจจะมียุทธการสัมภาษณ์ศิลปินเพลงทางวิทยุด้วย

การประชาสัมพันธ์ทางสิ่งพิมพ์ เช่น โปสเตอร์ สิ่งพิมพ์ตามนิตยสาร หนังสือพิมพ์
นำเสนอภาพพจน์ของศิลปินให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายออกไป เกิดความสะดุดตา จดจำได้ตั้งแต่
เทป แผ่นเสียงยังไม่วางตลาด รวมทั้งการประชาสัมพันธ์ภาพพจน์ศิลปินทางโทรทัศน์
วีดิทัศน์ (Music Video) วิทยุ ยังสำคัญมากในการโฆษณาประชาสัมพันธ์มากอีกด้วย

ภาพพจน์ (Image) ของศิลปินที่กำหนดขึ้นตรงตามรูปแบบของตัวศิลปิน และแนวเพลง แสดงออกทางบุคลิกภาพบนเวที สื่อมวลชนทุกแขนง การแต่งกาย สีผม เอกลักษณ์ เครื่องหมาย เฉพาะตัว จะนำเสนอออกมาในรูปแบบเดียวกันในสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ทุกประเภท ไม่ว่าโทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร ไปสเทอร์ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ ต้องง่ายแก่การจดจำ แปลกใหม่ เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย จึงจะประสบผลสำเร็จ

กลุ่มเป้าหมาย

กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ (เทปคาสเซ็ทและแผ่นเสียง) ว่าอยู่ในกลุ่ม คนอายุในวัยใด อายุเท่าใด ถึงเท่าใด มีอำนาจการใช้เงินมากน้อยเพียงใด มีการคาดคะเนว่า คนกลุ่มนี้จะยอมรับได้มากน้อยเพียงใด และจะประสบความสำเร็จมากน้อยแค่ไหน เพียงใด ซึ่งส่วนใหญ่เพลงป๊อป (Pop) กลุ่มผู้ซื้อและฟังจะเป็นกลุ่มวัยรุ่นและผู้ใหญ่ (อายุ 12 ปี จนถึง 20 ปี) เป็นส่วนใหญ่ จะกล่าวถึงกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่นขยายความให้เข้าใจต่อไป

กลุ่มเป้าหมายวัยรุ่นถึงผู้ใหญ่

วัยรุ่นเป็นช่วงพัฒนาการที่มีปัญหาต่าง ๆ เกิดขึ้นได้มาก ทั้งนี้เป็นเพราะการเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ ของวัยรุ่นเป็นไปอย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลง ด้านร่างกาย ด้านเพศ ด้านจิตใจ และอารมณ์ ด้านปัญญา และด้านสังคม ระยะที่ยังชีวิต เด็กได้ย่างเข้าสู่วัยรุ่นนั้น เป็นระยะที่พัฒนาการทางเพศเข้าสู่ภาวะการเจริญเติบโต ทางร่างกายเป็นไปอย่างรวดเร็ว ทั้งด้านความสูง และน้ำหนัก ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจาก ฮอร์โมนจากต่อม Pituitary ฮอร์โมนจากต่อมนี้จะไปเร่งให้ร่างกายผลิตฮอร์โมน เฉพาะเพศ ทำให้พัฒนาการทางระบบสืบพันธุ์เข้าสู่ภาวะฝ่ายชายจะมีเสียงต่ำลง ในขณะที่

ฝ่ายหญิงจะมีเสียงอยู่ในระดับเดิม การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในระยะนี้ส่งผลให้ ความทรงจำของอารมณ์และความรู้สึกของวัยรุ่นตอนต้นไม่แน่นอน วัยนี้ต้องการเวลาที่จะปรับตัวเองหรือเข้าใจตัวเอง

คงได้กล่าวแล้วว่าการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในวัยนี้ไม่แน่นอน อาจจะเร็ว สำหรับบางคน แต่ช้าสำหรับคนบางคน ในผู้หญิงผู้ที่มีพัฒนาการช้าไม่ค่อยมีปัญหานัก แต่ในผู้ชายผู้ที่มีพัฒนาการช้ากว่าเพื่อน ๆ รอบข้างมักจะประสบปัญหาด้านจิตใจ อารมณ์และสังคม ซึ่งได้แก่การปรับตัวให้เข้ากับเพื่อน ๆ ที่เป็นหนุ่มไปก่อนแล้ว

ตามที่กล่าวมาแล้วว่า ในระหว่างนี้พัฒนาการทางความคิดถึงขั้น Formal Operational Stage สามารถคิดแบบวิเคราะห์วิจารณ์ได้บ่อยครั้งที่วัยรุ่นจะคิดต่อต้านหรือวิจารณ์ความคิดและค่านิยมของพ่อแม่ในช่วงนี้ แนวคิดจะค่อย ๆ พัฒนาไปเรื่อย ๆ จนถึงวัยผู้ใหญ่ตอนต้น แนวความคิดจะเริ่มเป็นเอกลักษณ์ของตนเองในที่สุด

ความต้องการที่จะไม่ขึ้นต่อใคร ๆ ไม่ว่าพ่อแม่หรือคนอื่น ๆ ในครอบครัวเป็นลักษณะหนึ่งของวัยรุ่น ถ้าลักษณะของครอบครัวให้ความเข้าใจพอเพียงกับวัยรุ่น ปัญหาต่าง ๆ ที่จะตามมาจะมีน้อยหรืออาจไม่มี แต่ในครอบครัวที่ค่อนข้างทอดทิ้งหรือไม่เอาใจใส่วัยรุ่น ปัญหาต่าง ๆ ไม่ว่าด้านการเรียน การประพฤตินั้น เป็นต้นจะเกิดขึ้นเสมอ บางครั้งอาจกลายเป็นปัญหาใหญ่ที่ครอบครัวไม่สามารถแก้ไขได้

ในขณะที่ความสัมพันธ์กับครอบครัวมีน้อยลง ความสัมพันธ์กับเพื่อนฝูงจะมีมากขึ้น เป็นลำดับ ในหมู่เพื่อนฝูงวัยรุ่นจะแลกเปลี่ยนปัญหาต่าง ๆ รวมทั้งเรียนรู้ทักษะทางด้านสังคม ฉะนั้นการเป็นที่ยอมรับในหมู่เพื่อนและการมีเพื่อนสนิทที่เข้าใจกัน จึงจัดเป็นความต้องการอย่างมากของวัยรุ่น โดยปกติเพื่อนสนิทมักจะมาจากพื้นฐานทางครอบครัวที่คล้ายคลึงกัน เพศและวัยเดียวกัน แต่ในบางครั้งเพื่อนสนิทอาจไม่มีอะไรเหมือนกันเลยในด้านพื้นฐานครอบครัว แต่มีความเข้าใจกันและมีค่านิยมเหมือนกัน ในระยะต่อมาซึ่งจะเข้าสู่วัยรุ่นตอนปลาย การคบเพื่อนจะเปลี่ยนจากเพศเดียวกันเป็นการคบทั้งสองเพศ

การยอมรับในหมู่เพื่อนฝูงขึ้นอยู่กับลักษณะต่าง ๆ คือความฉลาด ลักษณะทางร่างกาย สถานภาพทางสังคม และความสามารถพิเศษ โดยทั่วไปวัยรุ่นมักจะชอบเพื่อนที่ร่าเริง เป็นคนดี กระตือรือร้น และเพื่อนที่เสียสละกับเพื่อน ความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ เกิดขึ้นมากมาย รวดเร็ว การปรับตัวจึงมีมากเป็นเงาตามตัว และอาจจะเกิดปัญหาต่าง ๆ ขึ้นได้ ในกรณี ที่เด็กไม่สามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพความต้องการของครอบครัวและสถาบันทางสังคมอื่น ๆ

รสนิยมในการฟังเพลง วัยรุ่นจะมีเพลงที่เป็นลักษณะของพวกเขาโดยเฉพาะ ซึ่งจะเป็นเพลงที่เรียกว่า เพลงป๊อป (Popular Music) หรือเพลงร็อก (Rock Music) ซึ่งเป็นการยากพอสมควรที่จะนำเอาเพลงไทย(เดิม) หรือเพลงคลาสสิกให้เด็ก วัยนี้ชอบและซาบซึ้ง หรือนำจะสามารถทำให้ได้ก็จากการปลุกฝังเพลงเหล่านั้นมาตั้งแต่เยาว์วัย ซึ่งจะทำให้เด็กมีแนวคิดเกี่ยวกับดนตรีเหล่านั้น อันเป็นพื้นฐานต่อมาในวัยรุ่น

ความที่เข้าใจหลักของทางจิตวิทยาของวัยรุ่นว่าชอบเพลงป๊อปนี้เองจึงเป็น เป้าหมายหลักสำหรับการขายเพลงป๊อปว่าจะขึ้นชอบเพลงจนกระทั่งซื้อเทป ซื้อแผ่นเสียง ประสบความสำเร็จในวัยรุ่นกลุ่มใหญ่ทั่วประเทศ

กลุ่มเป้าหมาย (Target) ของศิลปินป๊อปที่น่าเสนอ

1. วัยรุ่นอายุระหว่าง 12 - 25 ปี นักเรียนชั้นประถม-มัธยม นักศึกษา รวมทั้งผู้ที่นิยมการฟังเพลงมาก่อน และผู้ที่อาจจะเพิ่งเริ่มฟังเพลง หรือมีความประทับใจ และสนใจศิลปินรายนี้เป็นพิเศษ

กลุ่มเป้าหมายรอง

2. อายุ 25 ปีขึ้นไป นักศึกษา หรืออาจจะเป็นผู้ที่ทำงานแล้ว เป็นผู้ที่สนใจ ฟังดนตรีคุณภาพ เนื่องจากดนตรีที่ใช้ในเพลงเล่นโดยนักดนตรีที่มีฝีมือ และเป็นแนวเพลงที่ น่าสนใจสำหรับผู้รักการฟังเพลงจริง ๆ

กลุ่มตลาดล่าง หมายถึงกลุ่มสาวโรงงานที่นิยมศิลปินเพลง รวมไปถึงชาวต่างจังหวัด กลุ่มนี้เป็นชนกลุ่มใหญ่ของประเทศ

การใช้สื่อนำเสนอศิลปินเพลงเพื่อการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

โปสเตอร์ (Poster)

จะออกปิดตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น ศูนย์การค้าทั่วไป ร้านเพปคาสเช็ต แผ่นเสียง ร้านเสื้อผ้าวัยรุ่นชั้นนำ ร้านอาหารประเภท Fast Food ต่าง ๆ ที่เป็นที่ยอมรับของวัยรุ่น ทางสัญจร ฯลฯ ก่อนแผ่นเสียงและเทปจะวางตลาดประมาณ 15 วัน พอถึงช่วงวางตลาด ก็จะออกปิดอีกครั้งเพิ่มจำนวนให้มากกว่าเดิม

โฆษณาทางนิตยสาร (Mag AD)

ลงตามนิตยสารคนตรี และนิตยสารวัยรุ่น เช่น Music Express, Starpics บันเทิงคดี The Quiet Storm, Spotnews, ทีวีพูล, Entertain, เปรี๊ยะ, แพรว แพรวสุคัลป์คาห์, วัยหวาน, วัยน่ารัก ฯลฯ

Folder

สอดอยู่ในแผ่นเสียง เพื่อประชาสัมพันธ์ศิลปินเพลงให้คิใจ (D.J) นักจัดรายการวิทยุได้รู้จักว่าเป็นใคร มาจากไหน พื้นฐานเป็นอย่างไร ประวัติความเป็นมาเป็นมาอย่างไรบ้าง แจกจ่ายให้กับผู้สนใจ แผ่นเพลง วางตามเคาร์เตอร์ ร้านขายเทป ให้ผู้สนใจหยิบไปได้ และเป็นการประชาสัมพันธ์กับทางสื่อมวลชนโดยตรง โดยการแจกจ่ายให้กับสื่อมวลชน

ภาพโฆษณาบุคคล

วัตถุประสงค์ในการใช้ให้หลายอย่าง อาจจะนำไปใช้เป็น (ใบปิด) Poster หรือ Mag AD ก็ได้ แต่จะนำเสนอภายหลัง Poster, Mag AD หลังจากที่ถูกผู้ฟังได้เริ่มรู้จักกับตัวศิลปินแล้ว โดยอาจจะเป็นการนำไปใช้ในวัตถุประสงค์ต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ฟังได้รู้จักกับนักดนตรี (ศิลปิน) มากขึ้น

เป็นของแจกสำหรับผู้ซื้อแผ่นเสียงหรือเทปคาสเซ็ท

ลงในนิตยสารคนตรี หลังจากลง Mag AD ของศิลปินไปแล้ว โดยส่งไปลงในหน้าสีของนิตยสารคนตรีที่มีไว้สำหรับลงรูปภาพศิลปิน ซึ่งจะมีผลต่อทางนิตยสารเองด้วย สำหรับผู้ที่ซื้อแผ่นเสียงหรือเทปคาสเซ็ทเพราะมีรูปศิลปินที่ชื่นชอบอยู่

ติดตามร้านขายเทป แผ่นเสียง เพื่อ Promote ตัวศิลปินซึ่งเป็นการเรียกลูกค้าให้มาซื้อสินค้าเราโดยตรง เพราะเป็นการเปิดตัวสินค้าตัวใหม่ และจะต้องรู้ได้ว่า ร้านค้าเทป แผ่นเสียง และศิลปินต่างก็มีความสัมพันธ์กัน ต้องพึ่งพากัน ถ้าขาดอันหนึ่งอันใดไปก็จะขาดความสมบูรณ์

ปกเทป

คือบทบาทบรรจุกัณฑ์ของตัวสินค้า คือเทปคาสเซ็ทที่แสดงออกถึงรูปแบบโดยรวมของศิลปิน และเพลงในแนวที่จะนำเสนอแสดงความน่าสนใจและดึงดูดให้คนซื้อ และสนใจ ปกเทปคือส่วนหนึ่งที่ทำให้เทปคาสเซ็ทขายได้ หรือเป็นจุดขายอย่างหนึ่งนั่นเอง

ปกแผ่นเสียง

เช่นเดียวกับปกเทป คือบรรจุกัณฑ์ของแผ่นเสียงสามารถแสดงออกถึงรูปแบบทั้ง 2 ด้าน คือด้านหน้าและด้านหลัง มีส่วนดึงดูดความสนใจให้คนซื้อผลิตภัณฑ์คือ แผ่นเสียง มากเช่นกัน และแสดงออกถึงความเป็นศิลปินคนนั้น และ Concept เพลงโดยรวมทั้งหมดเช่นกัน

การออกแบบนิเทศศิลป์

เป็นการออกแบบเพื่อเป็นสื่อกลางสำหรับถ่ายทอดข้อความ ข่าวสาร ความรู้สึก นึกคิดและอารมณ์จากกลุ่มชนกลุ่มหนึ่งไป เพื่อจะได้เข้าใจ รับรู้ข่าวสารนั้นโดยประสาททางตา (Visual Communication) เช่น การออกแบบโฆษณาบนแผ่นกระดาษเพื่อนำไป

คิดถึงความที่ต่าง ๆ เพื่อให้ผู้คนได้เห็นและทราบข้อความ ข่าวสารนั้น ๆ ซึ่งเราเรียกว่า ภาพโฆษณา หรือโปสเตอร์

ในปัจจุบันนี้ การออกแบบนิเทศศิลป์มีขอบเขตกว้างขวางมาก เกือบจะกล่าวได้ว่า สอดแทรกไปในงานออกแบบทุกสาขา โดยเฉพาะในสาขาของการออกแบบโฆษณา ซึ่งบางครั้งก็เรียกศิลปะแขนงนี้ว่า Commercial Art อันเป็นสาขาโดยตรงของการออกแบบนิเทศศิลป์ (Graphic Design) ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบนิเทศศิลป์ของโปสเตอร์ ภาพโฆษณา ในหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ในภาพยนตร์ โทรทัศน์ ปกเพลง ปกแผ่นเสียง เป็นต้น

การออกแบบอักษรประเภทต่าง ๆ (Typographic Design) การออกแบบ สัญลักษณ์ (Symbol) หรือเครื่องหมายการค้า (Trade Mark) และการนำเอาเครื่องหมายนั้นไปใช้ประโยชน์ต่าง ๆ เป็นงานที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับงานออกแบบนิเทศศิลป์ นอกจากนั้นงานประเภทการออกแบบหนังสือ (Book Catalog Design) การจัดวาง หน้าหนังสือ (Lay-Out) ในหนังสือพิมพ์ นิตยสาร รวมทั้งการออกแบบรถฉายบนที่ป้อ หรือบนผิวของผลิตภัณฑ์ แม้แต่การออกแบบนิเทศศิลป์ที่นำไปใช้กับอาคาร โดยเฉพาะงานออกแบบตัวอักษร และแผ่นป้ายต่าง ๆ ซึ่งเป็นประเภทที่เรียกว่า "การออกแบบนิเทศศิลป์ สำหรับอาคาร" (Architecture Graphic)

จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ออกแบบนิเทศศิลป์จะต้องมีความรู้ในหลาย ๆ ด้าน นอกเหนือไปจากหลักเบื้องต้นทางศิลปะ (Basic Principle of Art) หรือหลักการทางสุนทรียภาพ (Aesthetic) ความรู้ทางด้านตัวหนังสือ ทั้งประเภทเขียนด้วยมือและประเภทตัวพิมพ์ ซึ่งแต่ละชนิด (Type) ก็มีความเหมาะสมกับงานแต่ละประเภทแตกต่างกัน เทคนิคการพิมพ์ การถ่ายภาพ ก็เป็นส่วนประกอบที่สำคัญในงานออกแบบ เพื่องานชิ้นสำเร็จที่จะเผยแพร่ไปสู่สาธารณชน

งานออกแบบทางนิเทศศิลป์นั้นที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งคือ จะต้องมีความคิดสร้างสรรค์ในงานและมีเป้าหมายหรือมโนทัศน์ (Concept) ก่อนที่จะทำการออกแบบจะต้องออกแบบ

โดยใช้พื้นฐานทางการจัดวาง (Lay-Out) และการจัดองค์ประกอบ (Composition) ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ งานออกแบบนี้จึงจะประสบผลสำเร็จเป็นไปตามเป้าหมาย

เลย์เอาต์ (Lay-Out)

ความหมาย

เลย์เอาต์มีคำนิยามแตกต่างกันไปหลายความหมาย ดังเช่น Stephen Saker กล่าวในหนังสือ Advertising Lay-Out and Art Direction ว่า

"เลย์เอาต์ หมายถึงการจัดวางองค์ประกอบ (Element) ต่าง ๆ ของงานโฆษณา เช่น พาดหัว (Headline) พาดหัวรอง (Sub-Headline) ข้อความโฆษณา (Copy) ภาพประกอบ (Illustration) และเครื่องหมายการค้า (Logo) ลงภายในเนื้อที่ที่กำหนดอย่างเหมาะสม"

อาจกล่าวได้ว่าเลย์เอาต์เป็นขั้นตอนแรกของการแสดงแนวความคิดให้สามารถมองเห็นได้ก่อนที่จะปรากฏออกมาเป็นงานสิ่งพิมพ์โฆษณา คือการสเก็ตช์ออกมาเป็นภาพในเนื้อที่ที่กำหนดอย่างคร่าว ๆ

ประโยชน์ของเลย์เอาต์ในการออกแบบโฆษณาสิ่งพิมพ์

1. เป็นแนวทางในการกำหนดแนวความคิดของงานโฆษณาแก่ผู้ออกแบบว่า ควรจะกำหนดและจัดวางองค์ประกอบในสิ่งพิมพ์โฆษณาอย่างไรจึงจะมีอิทธิพลต่อกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด
2. สามารถใช้เป็นแบบจำลองของงานโฆษณาที่สมบูรณ์เพื่อนำเสนอลูกค้าก่อนที่จะตัดสินใจทำเป็น Art Work สิ่งพิมพ์ ช่วยให้ลูกค้ามีส่วนในการตัดสินใจในรูปแบบงานโฆษณาสินค้าของเรา
3. สำหรับช่างภาพ เลย์เอาต์เป็นแนวทางในการถ่ายภาพงานโฆษณานั้น ต้องการภาพอะไร ในรูปแบบไหน และฉากหลัง (Background) ของภาพเป็นอย่างไร

4. ช่วยให้การคำนวณราคาของชิ้นงานโฆษณาก่อนที่จะผลิตจริง ซึ่งเป็นผลในการประเมินค่าใช้จ่ายในเบื้องต้นของงานโฆษณา

ดังนั้นก่อนที่จะออกแบบจะได้ทำการออกแบบงานโฆษณาสิ่งพิมพ์ให้ปรากฏต่อสายตาผู้บริโภคนั้น จะต้องผ่านการกลั่นกรองจากขบวนการสร้างแนวความคิดเสียก่อน แล้วจึงลงมือทำเลย์เอาต์ขึ้นมาเพื่อถ่ายทอดแนวความคิดนั้นให้เห็นชัดเจน โดยสร้างเป็นแบบจำลองของงานโฆษณาที่สมบูรณ์เพื่อนำเสนอผ่านการเห็นชอบของลูกค้า แล้วมาถึงขบวนการผลิต (Production) ซึ่งเลย์เอาต์จะเป็นตัวกำหนดแนวทางในการถ่ายภาพ ตลอดจนกระบวนการพิมพ์ให้ตรงตามแนวความคิดของนักออกแบบ จึงเห็นได้ว่าเลย์เอาต์เป็นขั้นตอนสำคัญในการผลิตงานโฆษณาสิ่งพิมพ์ให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของงานโฆษณาชิ้นนั้น

องค์ประกอบของเลย์เอาต์

องค์ประกอบต่าง ๆ (Elements) ต่อไปนี้ถือว่าเป็นหัวใจสำคัญของงานโฆษณาประเภทสิ่งพิมพ์ เพราะเป็นตัวดึงดูดความสนใจและสื่อข้อความโฆษณาไปยังผู้บริโภค หากขาดองค์ประกอบต่าง ๆ เหล่านี้แล้วแทบจะพูดได้ว่าการโฆษณาสิ่งพิมพ์ไม่ได้เกิดขึ้นเลย ซึ่งองค์ประกอบของเลย์เอาต์ได้แก่

1. พาดหัว (Headline)
2. คำขวัญ (Slogan)
3. คำบรรยายใต้ภาพ (Caption)
4. ข้อความโฆษณา (Body Copy Body Text)
5. ชื่อยี่ห้อ (Brand Name)
6. ภาพประกอบ (Illustration)
7. เครื่องหมายการค้า (Logo)

ประเภทของงานออกแบบนิเทศศิลป์

แบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. นิเทศศิลป์ของสิ่งพิมพ์ (Printing Graphic) คืองานออกแบบในลักษณะของงานพิมพ์ เช่น การออกแบบสัญลักษณ์ นามบัตร ของจดหมาย หนังสือเล่ม สิ่งพิมพ์โฆษณาต่าง ๆ เป็นต้น

2. นิเทศศิลป์ของสิ่งแวดล้อม (Environmental Graphic) เป็นลักษณะการออกแบบสำหรับติดตั้งตามที่สาธารณะ เช่น การออกแบบป้ายหน้าร้าน ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ (Bill Board) ป้ายต่าง ๆ สำหรับอาคารสถานที่ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้สถานที่นั้น ๆ

3. นิเทศศิลป์สำหรับภาพนิ่ง ภาพยนตร์ (Slide & Motion Picture Graphic) เช่น ภาพยนตร์โฆษณา สไลด์โทรทัศน์ เป็นต้น

ในวงการต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นองค์การค้า หรือกิจกรรมอื่น ๆ ในปัจจุบันนี้ สัญลักษณ์หรือเครื่องหมายที่ใช้เป็นตัวแทนของกิจกรรมนั้น ๆ จะมีความสำคัญมาก การออกแบบทางนิเทศศิลป์สำหรับกิจกรรมต่าง ๆ ดังกล่าว มักจะเพิ่มด้วยการออกแบบสัญลักษณ์เสียก่อน เพื่อที่จะนำไปใช้ในสิ่งพิมพ์และสื่อโฆษณาต่าง ๆ ของกิจกรรมหรือบริษัทนั้น เป็นต้น

สัญลักษณ์ดังกล่าวได้นำไปใช้กับทางการค้าก็เป็นเครื่องหมายการค้า (Trade Mark)

โปสเตอร์ (Poster)

ลักษณะของโปสเตอร์ (Poster)

คำจำกัดความ

ตามพระราชบัญญัติการพิมพ์พุทธศักราช 2484 ได้บัญญัติไว้ว่า "สิ่งพิมพ์" หมายความว่า สมุด แผ่นกระดาษ หรือวัสดุใด ๆ ที่พิมพ์ขึ้น รวมตลอดทั้งบทเพลง แผนที่ แผนผัง ภาพวาด ภาพระบายสี ปกไทย แผ่นเสียง หรือสิ่งอื่น ๆ อันมีลักษณะเช่นเดียวกัน

ตามพระราชบัญญัติ โปสเตอร์หรือที่เรียกว่าแผ่นภาพโฆษณา จัดอยู่ในประเภทของสิ่งพิมพ์ ดังนั้นเราอาจให้คำจำกัดความของคำว่าโปสเตอร์ คือแผ่นภาพซึ่งประกอบด้วยข้อความ คำขวัญ ภาพ ทั้งนี้เพื่อใช้ในการโฆษณาหรือประโยชน์อย่างอื่นได้

สำหรับตัวโปสเตอร์นั้นมีขนาดต่าง ๆ มากมาย แต่โดยทั่วไปจะมีลักษณะใหญ่พอสมควร ที่เห็นติดกันโดยทั่วไปเป็นขนาดที่นิยมใช้กันมาก โดยเฉพาะสินค้าประเภทน้ำอัดลม หรือมีขนาดกว้าง 30 นิ้ว ยาว 20 นิ้ว เป็นลักษณะสี่เหลี่ยมผืนผ้า บางครั้งอาจมีขนาดใหญ่หรือเล็กกว่านี้ก็ได้ แต่ยังไม่มีความกำหนดตายตัวลงไปว่า โปสเตอร์จะต้องมีขนาดเท่านั้นเท่านั้น ทั้งนี้ขนาดที่ใช้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของผู้ใช้และความสวยงาม

กระดาษโปสเตอร์ (Poster Paper) เป็นกระดาษปอนด์ขาวที่ซัดมันเรียบ หน้าเดียว อีกหน้าปล่อยให้หยาบไว้

สีสรรที่ใช้กับโปสเตอร์ขึ้นอยู่กับผู้ออกแบบว่าต้องการให้เป็นอย่างไร บางครั้งอาจใช้สีแปลกตา เพื่อดึงดูดความสนใจผู้ดูให้มาก แต่สีนั้นต้องเป็นสีที่ชวนแก่การอ่าน

แผ่นภาพโฆษณา

แผ่นภาพโฆษณา เป็นสื่อประเภทสิ่งพิมพ์อย่างหนึ่ง ซึ่งมีคุณสมบัติเฉพาะตัวต่างจากสื่ออื่น ๆ มีหน้าที่เพื่อกระจายข่าวไปสู่มวลชน เป็นสื่อทางตา (Visual Communication) ระหว่างความสะดุดตาอย่างรุนแรง สีและข้อความซึ่งดึงดูดความสนใจของผู้ผ่านไปมาได้นานพอที่จะปลูกฝังความคิดที่ต้องการให้เกิดในจิตใจของผู้ดูนั้นได้

ชนิดของโปสเตอร์โฆษณาตามหลักเกณฑ์การโฆษณา มีดังนี้

1. ขั้นบุกเบิก (The Pioneering Stage) คือการโฆษณาขั้นแรกที่มีสินค้าใหม่ ๆ ขึ้นมา อันเป็นข้อเสนอใหม่ ข้อได้เปรียบหรือสิ่งแปลกใหม่ที่จะเสนอให้ลูกค้ายอมรับ

2. **ขั้นแข่งขัน (The Competitive Stage)** เมื่อกลุ่มลูกค้าหรือผู้บริโภค รู้จักและยอมรับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ประเภทใหม่นั้น เวลานั้นอาจเกิดผู้ผลิตอื่น ๆ ในประเภทเดียวกันเกิดขึ้น

3. **ขั้นอนุรักษ์ (The Petentive Stage)** เมื่อลูกค้ายอมรับและใช้ในสินค้านั้น เป็นประจำแล้ว ผู้ทำการโฆษณาต้องหาวิธีคิดเห็นยาวความเชื่อถือนั้นให้คงอยู่เรื่อยไป หรือ เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า การโฆษณาเพื่อเตือนความจำ (Peminder Advetising) หรือ การโฆษณาชื่อ (Name Advertising)

ขนาดมาตรฐานของโปสเตอร์โฆษณา

ขนาดตัด 1 ของกระดาษ $30\frac{1}{2}$ นิ้ว $\times$ $42\frac{1}{2}$ นิ้ว เมื่อเป็นแผ่นภาพโฆษณาแล้วจะมีขนาด 3 นิ้ว $\times$ 42 นิ้ว

ขนาดตัด 2 ของกระดาษ $21\frac{1}{2}$ นิ้ว $\times$ $30\frac{1}{2}$ นิ้ว หรือเมื่อเป็นแผ่นภาพโฆษณาแล้วจะมีขนาด 21 นิ้ว $\times$ 30 นิ้ว

ขนาดตัด 4 ของกระดาษ $51\frac{1}{4}$ นิ้ว $\times$ $15\frac{1}{4}$ นิ้ว หรือเมื่อเป็นแผ่นภาพโฆษณาแล้วจะมีขนาด 15 นิ้ว $\times$ 21 นิ้ว

ขนาดตัด 6 ของกระดาษ $14\frac{1}{16}$ นิ้ว $\times$ $15\frac{1}{4}$ นิ้ว หรือเมื่อเป็นแผ่นภาพโฆษณาแล้วจะมีขนาด 14 นิ้ว $\times$ 15 นิ้ว ที่นิยมใช้กันทั่วไปคือขนาด 4 เพราะสะดวกในการติดตามสถานที่ต่าง ๆ เพราะขนาดไม่ใหญ่เกินไป แต่ขึ้นอยู่กับลักษณะของสินค้า ถ้าเป็นสินค้าที่ค่อนข้างจะมีราคาสูง มีทุนมากพอก็มักจะใช้ขนาดตัด 2 หรือตัด 1 เลยก็มี

องค์ประกอบของแผ่นภาพโฆษณา

1. **พาดหัว (Head Lines)** มีความสำคัญมากเป็นเอก เป็นส่วนแรกที่ดึงดูดให้ผู้บริโภคสนใจที่จะอ่าน สนใจในงานโฆษณานั้น พาดหัวจะสั้นและรัดกุม ให้ความกระจ่าง

เราอาจใช้พาคหัวรอง (Sub Headlines) มาช่วย หรือขยายให้ได้ความชัดเจน พาคหัวจำง่าย หรือถ้าจำเป็นต้องเป็นพาคหัวที่ยก เช่น เป็น 2 บรรทัด ก็ต้องแตกออกเป็นวลีตามความรู้สึก ความเข้าใจ คือให้กลมกลืนกัน มีความหมายที่เข้าใจง่าย เพื่อที่จะไม่ให้กลุ่มเป้าหมายสับสน บ่งบอกสิ่งที่จะเสนอให้กับผู้ซื้อ เพื่อให้เกิดความสนใจ ด้วยวิธีสื่อความหมายอย่างเป็นกันเอง (In a Personal Manner) ซึ่งมีได้หมายความว่า จะต้องลดความภูมิฐานลง (Dignity)

ประเภทของพาคหัว

1. พาคหัวแบบข่าว (News Headlines) อ่านแล้วเหมือนพาคหัวข่าวในหนังสือพิมพ์ กล่าวถึงคุณภาพอันใหม่ เช่น วิศวกรรมการใหม่ตกมาถึงแล้ว ปรากฏการณ์ใหม่ทางดนตรีเกิดขึ้นแล้ว เป็นต้น
2. พาคหัวแบบให้สัญญา (Promise Headlines) พาคหัวที่บอกผลประโยชน์จากสินค้าที่ผู้บริโภคจะได้รับ เช่น ปลอดภัย ไร้กังวล เป็นต้น
3. พาคหัวเฉพาะกลุ่ม (Selective Audience Headlines) ระบุว่าใครจะอ่านโฆษณาของเรา เช่น "เอ็ม 100 สำหรับคนทำงานอย่างเรา" เป็นต้น
4. พาคหัวแบบบอกวิธีใช้ (How-To-Headlines) ทำให้ผู้บริโภคมองเห็นวิธีใช้ เช่น เปิดปิดคิกบ๊ี้ เป็นต้น
5. พาคหัวแบบคำถาม (Question Headlines) ทำให้ผู้บริโภคหาคำตอบเอาเองในข้อความโฆษณา (Copy) เช่น คุณเป็นคนหนึ่งที่ปัญหาเรื่องเส้นผมใช้หรือไม่, จ่ายแพงกว่าทำไม? เป็นต้น
6. พาคหัวแบบคำสั่ง (Command Headlines) บอกแก่ผู้บริโภคเลยว่าให้ทำอะไร เช่น โปรดหมุน Volume ไปที่เบอร์ 10, เชย่ากล่อ่งก่อนฟัง เป็นต้น

ลักษณะของพาคหัวที่ดี

ก. ไม่สั้นจนเกินไปจนไม่ได้ใจความ อาจยาวได้ 15 คำ แต่เท่าที่มีการศึกษา
มา พาคหัว 8 - 12 คำมีประสิทธิภาพดี

ข. ดึงดูดความสนใจได้

ค. ง่ายพอที่จะอ่านเข้าใจในเวลาอันสั้น

ง. ชักชวนให้อ่านข้อความโฆษณา

จ. พยายามให้มีคุณภาพที่เป็นข้อสัญลักษณ์ของสินค้าเข้าไว้ด้วยกัน

2. Sub Headlines ความรองขยายพาคหัว มีขนาดเล็กกว่า เหมาะสำหรับ
สินค้าที่ต้องการอธิบายตัวสินค้าบ้างเล็กน้อย ทำให้เข้าใจง่ายขึ้นเมื่ออ่านพาคหัวแล้ว

3. Illustrate ภาพประกอบเป็นส่วนที่สำคัญในการดึงดูดความสนใจ แบ่งเป็น

ก. Product along เป็นภาพสินค้าอย่างเดี่ยว ให้สินค้าเป็นตัวเอก

ชัดเจนไปเลย

ข. Product Ready to be Use ภาพสินค้าที่พร้อมจะถูกใช้ เช่น
สินค้าบางอย่างที่อยู่ในกล่อง ในห่อ ไม่น่าใช้เท่ากับสินค้าที่ถูกใช้ เช่น บะหมี่ในซองที่ปรุง
เรียบร้อยแล้ว คุณาทานกว่าที่อยู่ในห่อ, เยลลี่ในห่อใช้ไม่ได้ ต้องให้รูปเยลลี่ที่ปรุงสำเร็จ
เรียบร้อยแล้ว เป็นต้น

ค. Product in Use ภาพที่แสดงให้เห็นสินค้าถูกทำการทดลอง เช่น
คนสระผมใช้แชมพูสระผม หรือคนกำลังกินบะหมี่ หรือยางรถยนต์แล่นบนถนนที่ขรุขระ เป็นต้น

ง. Side by Use โฆษณาเปรียบเทียบกับผู้แข่งขัน เช่น มีคู่ Coke
กับคู่ Pepsi ยานอวกาศเลือกคู่คู่ Pepsi ขึ้นไป

จ. Product Features การใช้บางส่วนของที่เด่น ๆ เช่น ฝาพับของ
หลอดยาสีฟัน, หนูหัวล็อกได้ของหม้อหุงข้าว เป็นต้น

ฉ. Testimonial การใช้คนที่ใช้สินค้าแล้วมาเป็นภาพยืนยันคุณภาพของสินค้า เช่น มรว.อนันต์ศรี สวัสดิวัตน์ ยืนยันคุณภาพของน้ำมันพืชมรกต, น้องกวาง กมลชนก โกมลฐิติ ยืนยันคุณภาพของเคอร์มิสต์, นพพล โกมารชุน รับประกันหมากฝรั่งคอร์เล็ค เป็นต้น

ช. Problem แสดงถึงปัญหาที่เกิดขึ้นก่อนใช้สินค้า เช่น ผมหร่วง ใช้เบอร์กาม็อค เป็นต้น

ซ. Results ภาพที่ผลของการใช้ว่าใช้แล้วเป็นอย่างไร เช่น หลังจากมีปัญหารอบเคียน ใช้ผ้าอนามัยไซท์แล้วผู้หญิงยิ้มได้ เป็นต้น

ณ. User แสดงภาพผู้ใช้สินค้าพอใจในตัวสินค้า เป็นการแสดงภาพพจน์ของสินค้า มักใช้กับเครื่องสำอางค์ เช่น ใช้ Oil of Ulan แล้วหันกลับดูเป็นเด็ก มีชีวิตชีวา ไร้รอยย่น เป็นต้น

ญ. Syboliu เป็นลักษณะแทนค่า ให้ผู้จินตนาการไปได้
เกณฑ์การสร้างภาพโฆษณาที่ดี

1. ต้องผสมกลมกลืนได้เป็นอย่างดีกับส่วนประกอบอื่น ๆ ของงานนั้น ๆ
2. จะต้องให้ผู้บริโภคมองเห็นประโยชน์ที่จะได้รับเป็นสำคัญ
3. ต้องมองผ่านสายตาผู้บริโภคว่า ถ้าเราเป็นผู้บริโภคที่กำลังจะซื้อสินค้านั้น เราอยากเห็นภาพอะไร
4. รูปภาพนั้นควรบอกลักษณะคุณสมบัติของสินค้า เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดี สัมพันธ์กับชีวิตจริงของกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย
5. ภาพเหล่านั้นควรสะกดตา น่าจดจำ น่ามอง แต่ไม่ควรเกินความจริงจนเหลือเชื่อ
6. ควรหาวิธีให้คนดูจำเอกลักษณ์ หรือเนื้อเรื่องที่ต้องการบอกเกี่ยวกับสินค้า อาจใช้วิธีสร้างภาพประกอบ แบบอุปมาอุปไมย สร้างความประทับใจให้จดจำได้

7. หลีกเลี่ยงความซ้ำซากจำเจ ให้มีไอเดียต่างจากโฆษณาของคนอื่น หรือของเก่า ๆ

8. การให้ภาพอื่น ๆ ช่วยตกแต่งประกอบเรียกความสนใจ การใช้ภาพประกอบในกรณีนี้ค่อนข้างทันสมัยมากพอสมควร ผู้ออกแบบอาจจะหาภาพอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องหรือไม่เกี่ยวข้องกับสินค้ามาเพื่อให้เรียกจุดสนใจ เช่น ภาพผู้หญิงเข้กซี่ กับสินค้า ทำให้ดูดีกว่าสินค้าเดี่ยว ๆ

9. การใช้ภาพน่าเกลียดน่ากลัว จะให้ความรู้สึกต่าง Negative Felling ทำให้คนดูเกิดความขยะแขยง หวาดกลัว อาจเรียกความสนใจได้แต่ไม่นาน ภาพที่สวยงามจะให้ความรู้สึกทาง Positive Felling ทำให้คนดูเกิดความสบายใจได้รองจากพวกแรก แต่เรียกความสนใจได้นาน

การสร้างภาพมี 3 ประการสำคัญ คือ

1. ภาพถ่าย (Photographs) คือภาพที่ได้จากกล้องถ่ายภาพทุกชนิด และนำมาสร้างอ็คคิว้น้ายาเคมี ภาพถ่ายใช้กันอย่างกว้างขวางในการโฆษณา และเป็นที่ยอมรับกว้างขวาง แต่ต้องขึ้นอยู่กับลักษณะของสินค้าด้วย

2. ภาพเขียน (Hand Art) ได้แก่ ภาพต่าง ๆ ที่เขียนขึ้น อาจเป็นภาพลายเส้น หรือเทคนิคต่าง ๆ เช่น การ์ตูน (Cartoon) ที่มักเป็นที่ยอมรับ

3. ภาพที่สร้างขึ้นอีกประเภทหนึ่ง คือใช้วิธีเขียนลงบนภาพถ่าย เป็นการผสมกันระหว่างภาพเขียนกับภาพถ่าย เรียกกันว่า "ภาพตกแต่ง" (Marker Art) หรือ "ภาพแสดง" (Demonstration Art)

ประเภทของภาพ

1. Line Art คือภาพที่ประกอบด้วยสีดำ กับสีขาวเท่านั้น จะเป็นลายเส้นบริเวณพื้นที่ (Lagger Masscs) หรือจุด (Poit) จะต้องเป็นสีดำและขาวเท่านั้น ในกรณีที่ช่างเขียน ๆ ภาพโดยเว้นบริเวณไว้ ช่างทำอาจลดความเข้มของสีดำให้กลายเป็นสีเทาได้

2. Half Tones ย่อมาจากคำเต็มว่า Half Tone Engraving หรือ Half Tone Block ซึ่งหมายถึงแม่พิมพ์ ใช้สร้างภาพให้เป็นสีที่มีความอ่อน แก่ จาง เข้ม ได้ตามลักษณะของแม่สีกรีนบนผิวแม่พิมพ์นั้น ภาพที่เป็นต้นแบบสามารถทำได้ จากภาพเขียนและภาพถ่าย จะเป็นภาพขาวดำหรือสีก็ได้ บางทีก็เรียกว่า "ภาพสกรีน" ภาพจะมีแม่สีกรีนเล็กบ้าง ใหญ่บ้าง ตามความเข้มของสีและภาพต้นฉบับนั้น

ภาพที่ช่วยให้ผู้อ่านเข้าใจเรื่องราวหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ได้รวดเร็วขึ้น น่าสนใจขึ้นมีดังนี้คือ

2.1 ภาพสีสี ช่วยผู้อ่านได้มากที่สุด

2.2 ภาพคำขาว ช่วยผู้อ่านรองลงไป

2.3 ภาพการ์ตูน เป็นที่นิยมมากที่สุด

3. เนื้อหารายละเอียด เช่น วัน เวลา สถานที่ หรืออื่น ๆ การเขียนข้อความ สามารถทำได้ 4 วิธี

3.1 แบบ Justified เสมอหน้าเสมอหลัง

3.2 แบบ Unjustified เสมอหน้าหลังปล่อย

3.3 แบบ Unjustified เสมอหลังหน้าปล่อย

3.4 แบบ Centered เสมอกลาง

4. แสดงความเป็นเจ้าของว่าสินค้านั้นของใคร อาจใช้ขึ้นต้นแทนหรือปิดท้าย ข้อความทั้งหมดของ Poster ก็ได้

ข้อควรคำนึงในการออกแบบโปสเตอร์

รูปแบบพื้นฐานของโปสเตอร์ (Basic Desing of Poster)

บทบาทในเนื้อหาของโปสเตอร์สำคัญมากกว่าเรื่อง กฎ ระเบียบ และความชำนาญทางวิธีการทำโปสเตอร์ ในการที่จะกระทำการสื่อสารให้ได้ผลนั้น รสนิยมและการตัดสินใจที่จำเป็นต้องมีรสนิยม ความสามารถในการเลือกหัวข้อ และเนื้อหาสาระและต้องมีความชำนาญในการจัดลำดับภาพ และเนื้อหานั้น เพื่อเป็นการสนับสนุนของสิ่งนั้น ซึ่งเป็นหลักฐานสำคัญช่วยเผยแพร่อย่างกว้างขวาง เนื้อหาที่จะประกาศหรือโฆษณาต้องเข้าใจง่าย และยั่วชวนให้ผู้ผ่านไปมาสนใจ ผู้ออกแบบต้องรู้จักสร้างสรรค์และเป็นผู้ที่มีจินตนาการอย่างมาก

ในยุคการเปลี่ยนแปลงโปสเตอร์ที่สะดุดตา คำขวัญที่หรรษา ติดกับพื้นภาพ อำนวยความนิยมได้คือ เพื่อดึงใจให้ผู้ชมได้เห็นแล้วเกิดสะดุดใจ หงุดหงิด และจดจำ โปสเตอร์ต้องมีอำนาจดึงดูดผู้คนที่ผ่านมาให้หยุดดูได้ โปสเตอร์จึงจำเป็นต้องเด่นเห็นได้ชัด คือนอกจากจะเป็นภาพเด่นและสีสันสวยงามแล้ว ต้องเป็นภาพที่มีความเหมาะสม เข้ากับเรื่องที่ต้องการที่จะประกาศ โฆษณา และเหมาะสมทั้งขนาดและสถานที่ติดตั้งด้วย

คุณสมบัติพื้นฐานของโปสเตอร์ (Basic Concept)

ภาพอะไรก็ตามที่ออกแบบขึ้นย่อมจะมีผลต่อเนื่องทุกส่วนลึก ได้รับการเปลี่ยนแปลงอย่างชำนาญการ เน้นส่วนที่เป็นคุณสมบัติพื้นฐานเป็นสำคัญ กฎเกณฑ์ดังกล่าวเป็นกฎเกณฑ์ที่ไม่มีการเขียนขึ้น สำหรับเรื่องระเบียบการพิจารณาโปสเตอร์

โปสเตอร์ที่ประสบผลสำเร็จต้องเป็นโปสเตอร์ที่เห็นได้ชัด ฉะนั้นขนาดของโปสเตอร์ และที่ตั้งของโปสเตอร์เป็นเรื่องสำคัญที่ต้องพิจารณาในขั้นพื้นฐานการทำโปสเตอร์ ภาพโปสเตอร์ต้องเป็นที่เข้าใจได้อย่างกระจ่างแจ้งแก่ผู้พบเห็น และสะดุดตา วัสดุทุกชิ้นในโปสเตอร์ต้อง

ส่งเสริมความตั้งใจที่แสดงออก ไม่ว่าจะเป็นลักษณะติดกับภาพโปสเตอร์หรือมีลักษณะเป็นพื้นราบ ต้องส่งเสริมความคิด และตั้งใจที่จะแสดงออกให้เห็นได้ชัด ผู้ออกแบบจำเป็นต้องสร้างสรรค์งานให้มีลักษณะที่น่าจดจำบางอย่าง เพื่อเป็นที่สะดุดตาสำหรับการมองเห็น ๗

ข้อควรพิจารณาในการออกแบบโปสเตอร์ (Selection)

การวางแผนเกี่ยวกับข้อมูลเบื้องต้น ต้องพิจารณาใน 2 เรื่อง คือ

1. ประโยชน์ใช้สอย (Function)
2. ความงาม (Beauty)

ทางด้านประโยชน์ใช้สอย หมายถึงการจัดทำโปสเตอร์นั้นขึ้นเพื่อสร้างอะไรให้กับผู้ดู เช่น เพื่อแนะนำสินค้าใหม่ เพื่อย้ำเตือนถึงตัวสินค้า หรือเพื่อบอกข่าวสารอื่น ๆ แก่ผู้พบเห็น ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์ของโปสเตอร์นั่นเอง และต้องคำนึงถึงแผนงานโฆษณาของบริษัทด้วย เช่น จะออกโปสเตอร์จำนวนกี่ชุด ระยะห่างกันเท่าไรในแต่ละชุด และรูปแบบขนาดของภาพที่ได้ผลแก่การโฆษณา ทั้งกลุ่มเป้าหมายที่หวังผลอีกด้วย

ทางด้านความงาม หมายถึงการทำโปสเตอร์ให้เป็นที่ดึงดูดใจคนดู มีความงาม และต้องคำนึงถึงสถานที่ตั้งในที่ใดสถานที่ไหน ในทางสัญจรของผู้คน เช่น ในย่านชุมชน

กล่าวโดยทั่วไป ภาพพื้น (Background) มีเนื้อที่มาก จึงเป็นปัญหาทางการออกแบบ จะต้องเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้สิ่งที่ต้องการเสนอนั้นเด่นขึ้นมา หรือเห็นไม่ชัดเจนได้ และภาพพื้น (Background) นี้ยังมีความสัมพันธ์กับประโยชน์ใช้สอย (Function) และทางด้านความงาม (Beauty) ทั้งทางตรงและทางอ้อม

ในด้านความงามเป็นการพิจารณาทางอ้อม เพื่อให้ภาพดูสบายตา ไม่ใหญ่จนเกินไป และองค์ประกอบต่าง ๆ ทั้งพื้นหลัง (Background) การใช้สีควรให้ความรู้สึกและดูสบาย

โปสเตอร์ที่ดีต้องมีจุดประสงค์ของโปสเตอร์เป็นจุดเด่นในภาพ (Focus) คุณภาพของโปสเตอร์อยู่ที่ความสามารถในการคัดเลือกภาพ และตัวอักษร รวมทั้งสีที่มีส่วนสร้างอารมณ์ให้แก่ผู้ดู ทั้งหลักจิตวิทยาที่ว่า การเลือกทำโปสเตอร์ให้มีลักษณะกลมกลืนหรือตัดกัน มีผลให้ดูธรรมดา ดูฉลาด ขวนขวายใจ และความกลมกลืนนี้ทำให้ผู้ดูไม่มีความรู้สึกว่าการพบตาหรือชักชวนไปในทางที่ผิดอย่างแน่นอน ซึ่งข้อนี้ก็เป็นจุดสำคัญ

การพิจารณาข้อหนึ่งของการเลือกภาพ ตัวอักษร ตัวพิมพ์ และพื้นหลัง ผู้ออกแบบยังต้องคำนึงถึงสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ในสถานที่ติดห้อยแขวน เช่น ในที่มืด หรือในเวลากลางคืน จะต้องสามารถมองเห็นได้ชัด

การคัดแปลงการจัดโปสเตอร์ เป็นการเร่งเร้าความสนใจแก่ผู้ดู เช่น การเปลี่ยนสีของโปสเตอร์ หรือการใช้เส้นโค้งในภาพ (Curve) ตำแหน่งของตัวอักษร วัตถุประสงค์ และความสำคัญของโปสเตอร์ ผู้ออกแบบจะต้องมีการคาดการณ์ล่วงหน้า และการวางแผนที่ดี

การจัดวางองค์ประกอบของโปสเตอร์ (Lay-Out)

ในงานออกแบบสิ่งพิมพ์ การจัดวางส่วนต่าง ๆ ในโปสเตอร์เป็นเรื่องสำคัญมากที่สุดในการจัดวางส่วนต่าง ๆ นั้นต้องพิจารณาถึงสิ่งต่าง ๆ ต่อไปนี้

1. ขนาดและสัดส่วนของโปสเตอร์ โดยเฉพาะขนาดของโปสเตอร์นั้นสำคัญมาก เมื่อเวลาทำการออกแบบจะให้เราทราบว่าต้องเพิ่มอะไรลงไปโปสเตอร์ให้เหมาะสมกับขนาด
2. สถานที่ติดห้อย กรณีที่ติดห้อยไว้กลางแจ้ง แบบจะต้องทันสมัยและเหมาะสมกับสภาวะ เช่น ร้านค้า การแสดง และการประชุมพบปะทางการค้า
3. การใช้สี ขอบเขตของสี ความนิยมของสี ในระยะเวลาสั้น สีที่จำง่ายและเหมาะสมกับเรื่องราวที่ต้องแสดง

4. การตัดสินใจเลือกใช้กรรมวิธีการสร้างงาน เพื่อที่จะสามารถเตรียมต้นฉบับให้เหมาะสมกับการพิมพ์แต่ละชนิด
5. มีความจำเป็นมากที่นักออกแบบต้องเข้าใจงานส่วนใหญ่อย่างชัดเจน อาจเป็นไปได้ที่นักออกแบบทำเพื่อความงามทางศิลปะเท่านั้น
6. เมื่อจะแสดงผลิตภัณฑ์ ภาพจะต้องแสดงจุดประสงค์และสร้างความเข้าใจแก่ผู้ชมอย่างชัดเจน
7. การพิจารณางาน ต้องมีการทบทวน เพราะเพียง 2 - 3 คำในงานมีผลต่อความเข้าใจของผู้ดูอย่างมาก
8. มีรูปแบบเป็นเอกลักษณ์ มีความเป็นหนึ่งเดียว ไม่แตกแยกทางด้านรูปแบบ
9. การเลือกใช้ภาพถ่าย
10. การกำหนดเวลาในการทำงานเป็นเรื่องสำคัญ และระยะเวลาสร้างความเข้าใจ
11. ประมาดการใช้จ่าย

ตัวอักษร (Lettering)

ตัวอักษรจะมีประโยชน์ได้จากสิ่งอื่น ๆ เพราะความสำคัญของตัวอักษรต้องเป็นลักษณะที่เป็นประโยชน์ต่อโปสเตอร์ ผู้ออกแบบจะต้องกำหนดโดยคำเป็นการชักชวนให้ผู้อ่านเกิดความคิดและสนใจ นักออกแบบจะต้องพิจารณาถึงการลดจำนวนคำ แต่ต้องสะดวกตาและอ่านง่าย ส่วนการโฆษณาเคลื่อนไหวที่จำนวนคำอาจมีเพิ่มขึ้นได้ ตัวอักษรที่เป็นตัวเขียนด้วยลายมือสามารถยึดหยุ่นตัวอักษรได้ มีความอิสระ กล้องตัว และมีส่วนสัมพันธ์กับลักษณะของผลิตภัณฑ์ด้วย คือมีความกลมกลืนระหว่างตัวอักษรกับเรื่องราวโฆษณา

ในการพิจารณาเลือกใช้ตัวอักษรและการออกแบบ

1. ลักษณะรูปร่างตัวหนังสือแต่ละตัว สวย น่าพอใจ และมีความกว้าง สูง สมดุลย์กับความรู้สึกรู้สึกของผู้อ่านโดยทั่วไป โดยประมาณความกว้างและความสูงของตัวอักษร
- 3 ต่อ 4

2. การประสมคำบรรทัดเป็นหน้า

2.1 การประสมเป็นคำ ตัวหนังสือทุกตัวต้องเข้ากันได้ มีช่องไฟที่เหมาะสม

2.2 การเรียงเป็นบรรทัด ต้องไม่ยาวเกินไป เพราะจะทำให้อ่าน

ไม่สะดวก ทำให้อ่านได้ยาก อ่านข้าม น่าเบื่อ

2.3 การเรียงบรรทัดเป็นหน้า อย่าวางบรรทัดให้ชิดเกินไป จะทำให้อ่านยาก และอ่านพลาดได้ง่าย ควรมีชายหน้าและหลัง เพราะอ่านง่ายกว่าและง่ายต่อการพิมพ์

3. ความเด่นชัดของตัวหนังสือ เกิดจากความหนักเบาของเส้นและความอ่อนแก่ ของพื้นที่กับตัวอักษร

4. ความเหมาะสมกับผู้อ่าน โดยพิจารณา

4.1 คนมีปฏิริยาตอบสนองทางสายตา เช่น สายตาสั้น ยาว ตาบอดสี ก็ต้องเลือกตัวหนังสือแก้สิ่งเหล่านี้

4.2 คุณสมบัติและวัยวุฒิของผู้อ่าน ต้องคำนึงถึงในการออกแบบด้วย

แบบตัวหนังสือแบ่งตามการใช้งานได้ 2 แบบคือ

1. Display Face ใช้เป็นหัวเรื่อง พาดหัวข่าว ข่าวโฆษณา มีคุณสมบัติ แสดงอารมณ์และดึงดูดความสนใจได้ดี

2. Book Face เป็นตัวหนังสือเติมเรื่อง เล่าเรื่องในหนังสือเล่ม หนังสือยก เนื้อหา ข่าวสาร เป็นคำที่อ่านได้ง่าย

การใช้สี (Colour)

มีบทบาทสำคัญ เป็นการเน้นให้ภาพโฆษณานั้นเด่น โฆษณาที่มีสีสันสวยงามมักดึงดูด ความสนใจได้มากกว่าภาพโฆษณาขาวดำ โดยเฉพาะในงานโฆษณาสำหรับสินค้าบางประเภท เช่น อาหาร เครื่องดื่ม เสื้อผ้า เครื่องสำอาง ฯลฯ จะดูสวยงาม น่าสนใจด้วยสีที่ สดสวยงามเหมือนจริง นอกจากนี้ยังมีจิตวิทยาของสีต่ออารมณ์ของผู้ดูอีกด้วย

Thomas B. Stanley ได้ให้เหตุผลในการใช้สีไว้ 6 ประการ คือ

1. ดึงดูดความสนใจ
2. แสดงให้เห็นภาพที่ชัดเจนสมจริง สามารถแสดงได้ถึงเรื่องราวได้อย่างสมบูรณ์
3. ทำหน้าที่เน้นบางส่วนของงานโฆษณาให้เด่นชัด
4. แสดงให้เห็นถึงคุณภาพที่มองไม่เห็น (Abstract-Qualiter) ที่เหมาะ

สำหรับใช้เป็นสิ่งดึงดูดใจในการขาย

5. สร้างความประทับใจตั้งแต่แรกเห็นโฆษณา
6. คงภาพพจน์สร้างความทรงจำแก่ผู้ดู

ตัวอักษรบนแผ่นกระดาษเรียงลำดับจากอ่านง่ายไปหายาก

1. คำบนเหลือง
2. เขียวบนขาว
3. น้ำเงินบนขาว
4. ขอบขาวบนน้ำเงิน
5. คำบนขาว
6. เหลืองบนคำ
7. ขาวบนแดง
8. ขาวบนส้ม
9. ขาวบนคำ
10. แดงบนเหลือง
11. เขียวบนแดง
12. แดงบนเขียว

อิทธิพลของสี

สีมีผลต่อความรู้สึก ประสิทธิภาพและอารมณ์ที่เคยมีมาก่อนของแต่ละบุคคล
ยังสามารถให้บุคลิกกับสินค้าหรือสิ่งต่าง ๆ แต่ละสีให้ผลต่อความรู้สึกของแต่ละบุคคล
จากประสบการณ์ที่แตกต่างกันออกไป แต่ส่วนใหญ่จะมีสิ่งที่สอดคล้องกันในทางพื้นฐานสากล
ทางจิตวิทยาที่ให้อิทธิพลต่อความรู้สึกของคนทั่วไป ดังนี้

สีในวรรณะร้อน อันได้แก่ สีแดง เหลือง ส้ม จะให้ความรู้สึกตื่นเต้น เร้าใจ
และแห้งแล้ง

สีในวรรณะเย็น อันได้แก่ สีเขียว น้ำเงิน เทา จะให้ความรู้สึกสงบ สดชื่น
เยือกเย็น เสงาย

สีสดที่ร้อนแรง ถึงแม้หลายสีติดกัน จะให้ความรู้สึกสนุก มีชีวิตชีวาต่อเด็ก

สีแดงเข้ม ทำให้เกิดความรู้สึกสง่า อุดมสมบูรณ์

สีเหลือง ให้ความรู้สึกสง่า มั่งคั่ง ร่าเริง อุดมสมบูรณ์

สีแดงสด ให้ความรู้สึกตื่นเต้น เร้าใจ

สีเทา ให้ความรู้สึกสงบ ปฏุนา

สีขาว ให้ความรู้สึกบริสุทธิ์ สดใส

สีดำ ให้ความรู้สึกห่อหุ้ม กดกัน

สีน้ำเงิน ให้ความรู้สึกสงบ เป็นงานเป็นการ มีระเบียบ

สีฟ้า จะให้ความหมายทางจิตคือชีวิต

สีอ่อนของสีสดทุกสี ทำให้เกิดความรู้สึกสดชื่น เป็นหนุ่มสาว กระชุ่มกระชวย

สีหม่นปานกลาง ให้ความรู้สึกสงบ สุขภาพ

สีเข้ม (มืด) ให้ความรู้สึกหนักแน่น มีความลึก

สีเงินและทอง ให้ความรู้สึกสง่า ภูมิฐาน ทรูหรา แต่ถ้ามากเกินไปจะเบื่อง่าย

ความสัมพันธ์ของสีที่มีต่อผลิตภัณฑ์

1. ขนาด

สีอ่อน (Light Value) ทำให้ผลิตภัณฑ์และดูใหญ่ขึ้น

สีเข้ม (Dark Value) ทำให้ผลิตภัณฑ์และดูเล็กลง

2. น้ำหนัก

สีอ่อนและสีร้อน (Warm Colour) ทำให้ผลิตภัณฑ์ดูเบาขึ้น

สีเข้ม (Cool Colour) ทำให้ผลิตภัณฑ์และดูเล็กลง

3. ความแข็งแรง

สีร้อน ทำให้มีความรู้สึกแข็งแรงมาก

สีอ่อน ทำให้มีความรู้สึกแข็งแรงน้อย

4. อุดหนุน

สีร้อน ให้ความรู้สึกสดชื่นอบอุ่น

สีเย็น ให้ความรู้สึกสงบเยือกเย็น

5. ความสะอาด

สีขาว เป็นสีที่ให้ความรู้สึกสะอาดที่สุด

สีอ่อน เช่น สีงาช้าง (Ivory) สีเหลือง (Pale Warm Yellow)

สีฟ้าอ่อน (Pale Blue) และสีเขียวอ่อน (Pale Green) ให้ความ

รู้สึกนุ่มนวล สะอาดตา ถูกสุขลักษณะ

6. ความภูมิฐาน

สีเทา เป็นสีที่ให้ความรู้สึกภูมิฐานที่สุด

สมาคมความปลอดภัย กำหนดการใช้สีแทนความหมายสากล คือ

สีแดง เป็นเครื่องหมายอันตราย

สีเขียว ขาว เทา เป็นวัสดุที่ไม่อันตราย

สีน้ำเงิน เป็นวัสดุที่เป็นพิษ หรือสารอันตราย

สีม่วง เป็นวัสดุที่ใช้งานพิเศษ

สีเหลือง ส้ม สำหรับเตือนภัยให้ระมัดระวัง

อิทธิพลของสีที่มีต่อความรู้สึก

ต่อไปนี้เป็นลักษณะของสีเกี่ยวกับความรู้สึก โดยแบ่งสีออกเป็นกลุ่มใหญ่ ๆ คือ

1. สีแดง จัดอยู่ในพวกสีร้อน ไม่เพียงแต่ให้ความรู้สึกตื่นเต้น เร้าใจ ในทางโรงงานถือว่าเป็นสีที่เกี่ยวข้องกับอันตราย เป็นสีต้องห้าม การระมัดระวังการใช้สีพวกสกุลสีแดงสำหรับผลิตภัณฑ์เพียงเล็กน้อย อาจทำให้ผลิตภัณฑ์เด่นขึ้นมาได้ แต่ถ้าใช้มากเกินไป อีกทั้งให้สีสก็จะมีผลทางจิตวิทยาได้เช่นกัน
2. สีส้ม เป็นสีสดใส มองเห็นได้ไกล แสดงความรู้สึกเตือนอยู่ตลอดเวลา เมื่อใช้กับผลิตภัณฑ์ทำให้เกิดความรู้สึกสะอาด อบอุ่น
3. สีเหลือง เป็นสีที่อยู่ได้ทั้ง 2 วรรณะ คือสามารถเป็นได้ทั้งสีร้อนและสีเย็น ขึ้นอยู่กับความเข้มและความแรง (Chrome) ของสี สีเหลืองโดยทั่วไปทำให้เกิดความรู้สึกสะอาด มีความสว่าง แต่ถ้ามีความเข้มของสีมากเกินไปจะทำให้สมองหงุดหงิดได้ สีเหลืองที่ใกล้เคียงกับสีส้มจะคล้ายกับของเล่นทางวิทยาศาสตร์สมัยใหม่ และคล้ายกับของเทียม สีเหลืองแบบ Butter Yellow ทำให้ผลิตภัณฑ์ดูสว่างขึ้น สีเหลืองเขียว (Yellow Hreen) ช่วยในด้านความเย็น อย่างไรก็ตาม สีเหลืองทำให้ดูสกปรกง่าย แต่ถ้ามีสีเล็กน้อยก็จะช่วยให้ช่วยได้บ้าง และขึ้นอยู่กับวัสดุที่ใช้ด้วย
4. สีเขียว ให้ความรู้สึกสดชื่น กระชุ่มกระชวย ให้พักสายตาได้ สีเขียวใบไม้ หรือสีเขียวเข้ม มักใช้ในการเน้นส่วนพื้นหรือฐาน แสดงถึงความสงบเยือกเย็นได้
5. สีดำ โดยปกติสีดำเป็นสีที่ให้ความรู้สึกหนักหน่วง ลึกลับ แต่ให้ความรู้สึกหนักแน่น มั่นคง การใช้สีดำสลับกับสีขาวในพื้นที่รวมกับสีอื่นที่จะทำให้เกิดความรู้สึกกระปรี้กระเปร่า

มีชีวิตชีวา ถ้าใช้สีค่ากับผลิตภัณฑ์จะแสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์มีความแข็งแรง และ
ไม่สกปรกง่าย

6. สีม่วง เป็นสีที่อยู่ใต้ทั้ง 2 วรรณะ เหมือนกับสีเหลือง โดยทั่วไปแล้วให้
ความรู้สึกเศร้า ทำให้ม่วง บางครั้งอาจแสดงเป็นสีแห่งความเศร้า ลึกลับ แต่สีม่วงก็
มีลักษณะรองความสว่างามทำให้ดูมีค่า เช่นสีม่วงอ่อน

7. สีน้ำเงิน จักอยู่ในพวกสีเย็น สีน้ำเงิน เช่นทำให้เกิดความรู้สึกสงบ
ลึกลับ ทำให้เกิดสมาธิ เป็นสีที่บอกถึงความสุขภาพ สีน้ำเงินอ่อน เช่น สีน้ำทะเลหรือสีฟ้า
จะมีความสดใส ถ้าอมเขียวเล็กน้อยสามารถให้ความรู้สึกตื่นเต้นได้

8. สีน้ำตาล จักอยู่ในพวกสีอุ่น เป็นสีที่ให้ความรู้สึกแห้งแล้ง ไม่ให้ความพักผ่อน
ถ้าใช้โคคเคียวจะทำให้เกิดความรู้สึกสลดหดหู่ใจ

9. สีเทา ให้ความรู้สึกภูมิฐาน เคร่งขรึม สุขภาพเรียบร้อย เป็นสีที่มักใช้ใน
เนื้อที่กว้าง ลดความจ้าของสีขาว และสีลึกลับของสีดำ สามารถใช้เป็นสีกลางได้กับทุกสี
ระหว่างสีอื่น ๆ คุณสมบัติ

10. สีขาว ให้ความรู้สึกสะอาดบริสุทธิ์ ถ้าใช้โคคเคียวให้ความรู้สึกเย็น
สามารถใช้เป็นสีของฐานหรือส่วนที่อยู่ต่ำกว่าเพื่อให้เด่น

สีที่กล่าวไปแล้วนี้เป็นสีทางด้านความงามที่เราตกแต่งลงบนผิววัตถุ แต่ยังมีสีที่
ควรรู้สึก นั่นคือสีของวัสดุต่าง ๆ ในการให้ความรู้สึกของมักออกมา เช่นสีของอลูมิเนียม

สีสำหรับผลิตภัณฑ์ไม่จำเป็นต้องคำนึงถึงการกำหนดนี้เท่าใดนัก เพราะเป็นข้อ
กำหนดของการใช้สีแทนสัญลักษณ์ สิ่งที่ต้องคำนึงถึงและควรระมัดระวังในการใช้สีสำหรับ
ผลิตภัณฑ์ก็คือ การเปลี่ยนแปลงของสีภายใต้แสงไฟต่าง ๆ ซึ่งจะเกิดผลต่อผลิตภัณฑ์
เป็นอย่างมาก

ลักษณะของสีกับการใช้งาน

1. สีจะช่วยให้ทัศนวิสัยที่แจ่มใสที่สุดเมื่อนำมาใช้ ดังนี้
 - 1.1 สีอ่อนตัดกับสีแก่
 - 1.2 สีสดใสตัดกับสีสคล
 - 1.3 สีอุ่นตัดกับสีสคล
 - 1.4 สีอุ่นตัดกับสีเข้ม
2. สีที่ตัดกันเองอยู่แล้วตามปกติ เช่น
 - 2.1 สีค่านบนพื้นเหลือง
 - 2.2 สีเหลืองบนพื้นดำ
 - 2.3 สีแดงบนพื้นขาว
 - 2.4 สีเหลืองบนพื้นน้ำเงิน
 - 2.5 สีส้มบนพื้นน้ำตาล
 - 2.6 สีชมพูบนพื้นดำ
3. สีสามารถทำให้เห็นเป็นว่าเข้ามาใกล้หรือห่างออกไปได้ ตามปกติสีที่
ซึ่งได้แก่ สีเหลือง สีเหลืองนี้ดูแล้วคล้ายกับว่าเข้ามาอยู่ใกล้ตัวผู้ดู ในเมื่อสีเย็นคือ
สีน้ำเงิน สีเขียว และสีม่วง ถอยห่างจากผู้ดูออกไป
4. สีที่เมื่อเราใช้ในเนื้อที่มาก ๆ แล้วไม่น่าดูนั้น ถ้าใช้แค่เพียงเล็กน้อยอาจจะ
ทำให้น่าสนใจขึ้น และอาจจะเสริมความน่าดูให้แก่สีอื่นได้
5. เมื่อใช้สีเข้มจัดคู่กับสีอ่อนจัด จะทำให้แลเห็นเด่นและมีชีวิตชีวากว่าใช้สี
ที่มีค่าของความเข้มหรือจางใกล้เคียงกันมาก
6. สีที่มีความสคลสพอ ๆ กัน เมื่อใช้ด้วยกันจะช่วยดึงดูดความสนใจได้เร็ว
มักใช้ในการออกแบบป้าย หรือภาพโฆษณา

การใช้ตัวอักษรในงานโฆษณาสิ่งพิมพ์ (Design With Type)

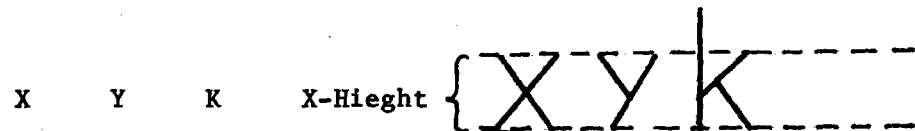
การเลือกใช้ตัวอักษรมีความสำคัญมากในงานโฆษณา เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องในการออกแบบโฆษณา เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องในการออกแบบโฆษณาและเกี่ยวข้องกับทุก ๆ องค์ประกอบ (Composition) สิ่งที่เราควรคำนึงถึงในการโฆษณาเกี่ยวกับตัวอักษรก็คือ ขนาดของตัวอักษร และลักษณะของตัวอักษร ซึ่งในที่นี้จะกล่าวถึงตัวอักษรภาษาอังกฤษเป็นส่วนใหญ่

ในงานโฆษณานั้นตัวอักษรภาษาอังกฤษแบ่งออกเป็น 2 พวกใหญ่ ๆ คือ

1. Upper Case ได้แก่ ตัวอักษรภาษาอังกฤษ ตัวใหญ่ เช่น A, B, C, D ฯลฯ เป็นต้น

2. Lower Case ได้แก่ ตัวอักษรภาษาอังกฤษตัวเล็ก เช่น e, f, g เป็นต้น

ในการวัดความสูงของตัวอักษร (X-Hieght) หมายถึง ความสูงของตัวเท่ากับตัว X



ส่วนที่ยื่นสูงออกไปจาก X-Hieght จะเรียกว่า Assender

ส่วนที่ต่ำลงมาจาก X-Hieght จะเรียกว่า Dessender

นอกจากนี้ตัวอักษรภาษาอังกฤษยังมีลักษณะแตกต่างกันอยู่อีกคือ

1. ลักษณะพวกที่มี Serif คือขีดส่วนบนและล่างของ Uppercase ซึ่งเกิดในสมัยโรมัน เพราะการจารึกในสมัยนั้นตัวโย้ไปมา จึงต้องสร้าง Serif ขึ้นมาให้อยู่ในแนวเดียวกัน

2. ส่วนที่ไม่มี Serif เรียกว่า San Serif ความแตกต่างของตัวอักษร (Type Face)

Type Face ของตัวอักษรแบบพื้นฐาน (Basic) มีอยู่ด้วยกัน 4 แบบ คือ

1. ตัวอักษรแบบตัวบาง (Light Face) มีความหนาของตัวอักษรน้อยที่สุดในจำนวน 4 แบบ

2. ตัวอักษรที่มีเส้นน้ำหนักหนา (Bold Face)

3. ตัวอักษรที่เหมาะสมสำหรับงานที่มีเนื้อที่จำกัด (Condensed) เพราะมีขนาดความกว้างแคบ

4. ตัวอักษรที่ลักษณะเตี้ย แต่มีความกว้างมาก (Extended-Expanded)

นอกจากนี้ยังมีแบบของตัวอักษรหลายร้อยแบบ แต่ละแบบอยู่ในลักษณะ 4 แบบที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นทั้งสิ้น เช่น แบบ Universe Bold Face แบบ Universe Light Face เป็นต้น Type Face อีกแบบหนึ่งก็คือ Halio เป็นแบบตัวอักษรที่มีลักษณะตัวเอนไปทางขวา

สิ่งที่ต้องคำนึงถึงในการใช้ตัวอักษรในการออกแบบโฆษณา

1. ช่องไฟ (Word Spacing) เนื้อที่ว่างระหว่างคำ มีความสำคัญต่อการอ่าน ถ้าหากช่องไฟมีเนื้อที่มากหรือน้อยเกินไป จะทำให้ข้อความนั้นไม่สวยหรืออ่านยาก แต่ในบางครั้งการออกแบบก็สามารถใช้ช่องไฟว่าง ๆ ในการออกแบบได้

2. ความห่างระหว่างบรรทัด (Leading) ขึ้นอยู่กับขนาดของตัวหนังสือ ความยาวของข้อความโฆษณา (Copy X-Height) และ Serif ในกรณีที่เป็นอักษรภาษาไทย ควรเว้นความห่างเป็น 2 เท่าของภาษาอังกฤษ

การเปรียบเทียบลักษณะในการใช้ Type Face ดังนี้

1. Upper Case กับ Lower Case

Lower Case จะอ่านง่ายกว่า Upper Case และ Lower Case มีส่วนที่ยื่นออกมา (Assender และ Dessender) จะเป็นตัวช่วยให้อ่านง่าย แต่ Upper Case ไม่มี Assender กับ Dessender ทำให้อ่านได้ยากกว่า

2. Serif กับ Serif ตัวอักษรที่มี Serif อ่านง่ายกว่าพวกที่ไม่มี San Serif เพราะ Serif เป็นตัวช่วยเสริมเส้นต่อตัวอักษรแต่ละตัว ทำให้ตัวอักษรอยู่ในแนวเดียวกัน ทำให้สะดวกต่อการอ่าน

3. Black on White กับ White on Black ตัวหนังสือดำบนพื้นขาว ให้ความรู้สึกเป็นธรรมชาติ ส่วนตัวหนังสือขาวบนพื้นดำจะเป็นแสงสะท้อนเข้าสู่ตาได้น้อย ทำให้อ่านได้ยากกว่า แต่มีความน่าสนใจกว่า เช่นกว่า พอใช้ได้กับข้อความที่ไม่ยาวนาน

4. Bold Face กับ Light Face ตัวอักษรตัวหนา Bold Face อ่านยากกว่าตัวอักษรตัวบาง (Light Face) เพราะอักษรตัวหนามีความหนาอ้วนของตัวอักษร ทำให้อ่านยาก คุุณักกว่า ไม่มีรายละเอียดของตัวอักษรมากเหมือน Light Face ซึ่งทำให้อ่านได้ยากกว่า

อารมณ์ ความรู้สึกที่ได้รับจากการอ่านตัวอักษรแต่ละแบบ

ตัวอักษรแต่ละแบบจะให้ความรู้สึกในการอ่านที่แตกต่างกัน การเลือกใช้ตัวอักษรจึงมีความสำคัญมากในการออกแบบโฆษณา เช่น ถ้าสินค้าเป็นของผู้หญิงใช้ ก็ควรใช้ตัวอักษรที่นุ่มนวล อ่อนหวาน และอาศัยการจัดของผู้หญิงมาสร้างอารมณ์ให้กับโฆษณาของเรา การโฆษณาจะได้ผลสามารถดึงดูด สร้างอารมณ์ให้กับผู้อ่าน กระตุ้นผู้อ่านให้เกิดการซื้อสินค้าหรือบริการได้ การใช้ความยาวของบรรทัดยาวต้องการช่องว่างห่างมาก

ความยาวของบรรทัด

ความยาวของบรรทัดยาวมาก ๆ ลักษณะจะเกิดความเมื่อยล้า ไม่อยากอ่านต่อ จึงต้องแก้ไขโดยแบ่งคอลัมน์ให้มีความยาวของบรรทัดน้อยลง ตามมาตรฐานหลักในภาษาอังกฤษจะถือว่าประมาณ 65 Character ต่อบรรทัดเป็นมาตรฐาน ส่วนภาษาไทย 55 - 75 Character ต่อบรรทัด คือมาตรฐาน (1 ตัวอักษรภาษาอังกฤษ เท่ากับ 1 Character)

หน่วยของการวัดตัวอักษร (Unit of Type Measurement)

ในการใช้ตัวอักษรการออกแบบโฆษณาจำเป็นต้องรู้ถึงขนาดของตัวอักษรที่จะต้องใช้ทราบถึงขนาดของตัวอักษร เพื่อที่จะกำหนดขนาดและบอกให้โรงพิมพ์รู้ถึงขนาดของตัวอักษรได้อย่างถูกต้อง การวัดขนาดของตัวอักษรวัดได้โดยการใช้ค่าทัฟท์ในการพิมพ์ ซึ่งมีอยู่หลายค่าคือ

$$1. \text{ Point (PT) } 1 \text{ นิ้ว} = 72 \text{ PT}$$

$$2. \text{ PICA } 1 \text{ PICA} = 12 \text{ PT}$$

$$6 \text{ PICA} = 2 \text{ PT}$$

$$3. \text{ AGATE (ใช้เฉพาะงานหนังสือพิมพ์) } 14 \text{ Agate} = 1 \text{ นิ้ว}$$

$$4. \text{ EM} = \square \text{ ของขนาด Type ที่ใช้ประโยชน์ในการจัดช่องไฟ}$$

$$\square \quad \boxtimes = 1 \text{ EM ใช้ความสูง (X-Hieght) เป็นหลัก}$$

$$5. \text{ EN} = \frac{1}{2} \text{ EM}$$

ขนาด 5 PT ขึ้นไปจึงจะเห็นได้ด้วยตาเปล่า ในการวัดถ้าเกิน 5 PT - 96 PT

จะวัดเป็นนิ้วหรือเซนติเมตร

ขนาดของตัวอักษรถ้าเล็กกว่า 15 PT เรียกว่า Text-Type ถ้าใหญ่กว่า

15 PT เรียกว่า Display Type

Type Face ที่มีผลต่อการอ่าน

ในการใช้ตัวอักษร ควรคำนึงถึงความสะดวกในการอ่านเป็นสิ่งสำคัญ ควรอ่านได้ง่าย ไม่ยุ่งยากมากนัก และไม่ทำให้คนอ่านเข้าใจความหมายผิด Type Face ที่เลือกควรจะมี ความสบายในการอ่าน อาจารย์พัฒน ทะละวงศ์ (ศิลปการออกแบบโฆษณา 2523) ได้กล่าวไว้ว่า การสร้างอารมณ์และบรรยากาศให้เข้ากับสินค้า เป็นการกระตุ้นและเป็น ตัวดึงดูดให้ผู้อ่านข้อความโฆษณาให้ซื้อสินค้าและบริการนั้น ๆ และก็เป็นวิธีหนึ่งที่ถูกนำมาใช้ ในการออกแบบโฆษณา

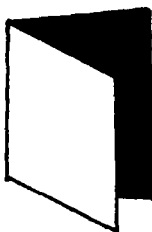
ลักษณะของตัวอักษรที่มีผลต่อความรู้สึกในการอ่านและเลือกประเภทของ Copy ที่ใช้ให้เหมาะสมมีดังนี้

1. ให้ความรู้สึกเป็นผู้ชายเข้มแข็ง ควรเลือกใช้ตัวอักษรที่มี Serif และจัด Copy แบบเสมอน้ำ หลังปล่อย
2. ต้องการสร้างพลังงาน ความแข็งแรง ควรเลือกใช้ตัวอักษรที่ไม่มี Serif (San Frit) และเป็นแบบ Bold Face ควรจัด Copy แบบเสมอน้ำ หลังปล่อย
3. ต้องการให้ความรู้สึกเกิดเป็นผู้หญิง ควรเลือกใช้ตัวอักษรแบบ Light Face ทั้งหลาย และควรเป็นตัวอักษร Italic (ตัวเอียง) แบบ Light Face การจัด Copy จัดได้ 2 แบบ คือแบบเสมอน้ำ หลังปล่อย กับแบบเสมอลง หน้าปล่อย
4. ความรู้สึกตื่นเต้น สนุกสนาน ควรใช้ Type Face หลาย ๆ แบบผสมกัน การจัด Copy จัดแบบเสมอมกลาง (Centered)

แผ่นพับ (Folder)

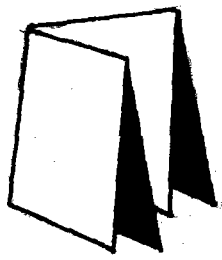
เป็นสื่อที่นิยมอีกประเภทหนึ่งในการโฆษณา แผ่นพับที่ดีควรมีค่าแห่งความสนใจสูงสุด ให้ภาพพจน์ของสินค้า และความน่าเชื่อถือ รวมทั้งมีรายละเอียดพอเพียงที่สามารถจะเข้าใจได้ง่าย ลักษณะการพับไม่ควรซับซ้อนจนผู้อ่านไม่ทราบว่าหน้าไหนต่อจากหน้าไหน ขนาดไม่พอเหมาะ ใหญ่หรือเล็กจนเกินไป การพับเก็บไม่สะดวก

การพับ

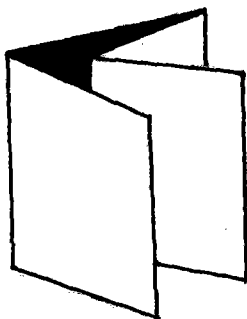
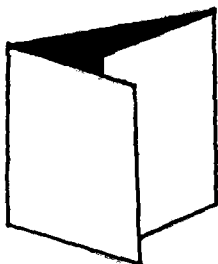
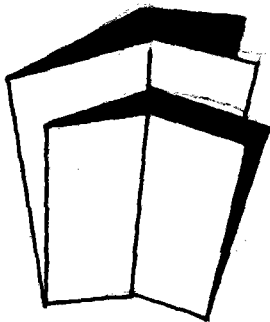


ลักษณะทั่วไปที่นิยมใช้ในการพับแผ่นพับ

1. พับกลาง 1 ครั้ง (Single Fold)
กระดาษแผ่นพับกลางครึ่งหน้า ให้ขอบหน้าพับกันสนิท
จะได้หนังสือ 4 หน้า



พับมุมฉาก 2 ครั้ง



2. พับมุมฉาก (Right Angle Fold) คือ พับกลางกระดาษที่พับแล้วตัดกับมุมฉากที่พับครั้งแรก การพับครั้งที่ 2 จะได้หน้าหนังสือ 8 หน้า ถ้าพับมุมฉากอีกครั้งที่ 3 จะได้ 16 หน้า พับมุมฉาก (พับกลาง 2 ครั้ง) หรือพับฝรั่งเศส
3. การพับฝรั่งเศส เรียก French Fold เป็นการพับแบบมุมฉาก 2 ครั้ง การพับแบบ French Fold มักใช้สำหรับพับการ์ดหนังสือที่เรียกว่า Leaflet
4. การพับ 6 หน้า เป็นการพับทางยาวจากสองปลาย โดยพับ 2 รอบ แบ่งกระดาษตามยาวเป็น 3 ส่วน พับจากปลายเข้ามาตรงรอยแบ่งทั้ง 2 แห่ง โดยขอบกระดาษทั้ง 2 ข้างพับซ้อนกัน
5. การพับซิกแซกพับเพลงชัก (Accordian Fold) คือพับทางซ้ายรอบหนึ่ง แล้วกลับทางขวาอีกรอบ สลับกันไป ให้นำหน้ากระดาษพับซ้อนกันในลักษณะเหมือนสมุดข่อยโบราณ
6. การพับขนาน (Parallel Fold) คือการพับกระดาษหลายครั้งในด้ายเดียวกันตลอด เช่นพับกระดาษครั้งแรกตามด้ายยาว โดยเอาปลายกระดาษของสองปลายกระดาษมาบรรจบกัน พับครั้งที่ 1 แล้วก็พับกระดาษที่พบไว้แล้วทางด้ายเดิมอีก ไปเรื่อย ๆ

7. การพับในลักษณะพิเศษอื่น ๆ อาจพับจากมุมเข้ามาตรงกลาง หรือพับบางส่วนในขอบล่างกันอยู่ ซึ่งนิยมในการพับการ์ด และสิ่งที่ใช้เพื่อการโฆษณาต่าง ๆ เป็นพิเศษ

ข้อความที่ใช้ในแผ่นพับควรสั้น กระชับ แต่ได้ใจความ ไม่สับสน เข้าใจง่าย มีเนื้อหาไม่มากหรือน้อยจนเกินไป ควรมีคำพูดที่ดึงดูดความสนใจ การใช้ภาพประกอบจะช่วยให้น่าสนใจและเข้าใจง่ายขึ้น

กระบวนการศึกษาค้นคว้า

หลังจากการศึกษาข้อมูลจากหนังสือและเอกสารทั้งไทยและต่างประเทศ เกี่ยวกับ แนวเพลงต่าง ๆ การออกแบบนิเทศศิลป์ การออกแบบสิ่งพิมพ์ทั้งในด้านองค์ประกอบต่าง ๆ ของสิ่งพิมพ์ และลักษณะรูปแบบของการจัดวางสิ่งพิมพ์ รวมถึงการศึกษาผลงานเพลง แผ่นเสียง โปสเตอร์ ของศิลปินเพลงทั่ว ๆ ไปของไทยและต่างประเทศตั้งแต่อดีตจนถึง ปัจจุบัน ดังกล่าวในบทที่ 1 และบทที่ 2 จึงนำเอาหลักการที่ได้ศึกษาค้นคว้ามาแล้วนั้น มาประยุกต์ใช้ในการสร้างงานการออกแบบเพื่อการนำเสนอศิลปินเพลงในรูปแบบของ ปกเพลง ปกแผ่นเสียง และโปสเตอร์ เพื่อสื่อสารให้ประชาชนและกลุ่มเป้าหมายได้ทราบ ถึงรูปแบบของศิลปินได้ตรงเป้าหมายและดึงดูดให้เกิดความสนใจและซื้อเพลงผลงานเพลง นั้น ๆ ประสบความสำเร็จในแง่การนำเสนอและการค้า

แนวความคิดเกี่ยวกับศิลปินเพลงกับปกเพลง ปกแผ่นเสียงและโปสเตอร์

ปัจจุบันวงการธุรกิจเพลง มีการแข่งขันมากมายของแต่ละค่ายแต่ละบริษัท ทั้งในด้านตัวเพลงและการออกแบบทางศิลป์ ฉะนั้นศิลปินเพลงกับการออกแบบเพื่อการนำเสนอ จึงเป็นสิ่งที่สำคัญมาก เนื่องจากการจำหน่ายสินค้าเพลงคาสเซ็ทนั้นเป็นพาณิชย์-ศิลป์ ต้องคำนึงถึงความเหมาะสมของศิลปินกับแนวเพลงและกลุ่มเป้าหมายเป็นอย่างมาก

ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบการนำเสนอศิลปิน กล่าวว่าในประเทศไทย ศิลปะ การนำเสนอศิลปินเพลงของไทยค่อนข้างมีวงจำกัด ถ้าหลังต่างประเทศอยู่มาก เนื่องจากการที่ผู้ออกแบบมโนทัศน์ (Concept) ต้องคำนึงถึงผลการตลาดหรือยอดขายเพลงมาก จนขาดอิสระในการออกแบบ

รูปแบบปกเทปมีลักษณะคล้ายกันคือ เป็นรูปถ่ายของศิลปินเต็มหน้า ครึ่งตัว หรือเต็มตัว ในอิริยาบถต่าง ๆ พร้อมสัญลักษณ์ชื่อของศิลปิน และชื่อชุดเท่านั้น ชาคความคิดสร้างสรรค์ สิ่งแปลกใหม่ ทำให้เกิดความซ้ำซาก จำเจ น่าเบื่อหน่าย นอกจากนั้นบทเพลงในชุดต่าง ๆ ส่วนใหญ่มีเนื้อหาที่ไม่สร้างสรรค์ มีแต่เพลงรัก สมหวัง ผิดหวัง ชาคสาระประโยชน์แก่ผู้ฟังและเยาวชน ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่ซื้อเทปส่วนใหญ่ สาเหตุเนื่องจากพ่อค้าหรือผู้ผลิตไม่กล้าเสี่ยงที่จะสร้างสรรค์รูปแบบที่แตกต่างจากตลาด ทั้งรูปแบบนำเสนอและตัวเพลง เพราะเกรงผู้บริโภคจะรับรูปแบบไม่ได้ ไม่ซื้อเทป และไม่ประสบความสำเร็จในยอดขายในที่สุด การออกแบบนำเสนอจึงสร้างตามกันไป ชาคความคิดสร้างสรรค์ เพลงสาระส่วนใหญ่ที่มีอยู่จะเป็นเพลงแบบเพื่อชีวิต ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายตลาดล่าง มีใช้กลุ่มเป้าหมายเด็กและวัยรุ่น

ดังนั้นการออกแบบสร้างสรรค์นำเสนอสิ่งแปลกใหม่ในการนำเสนอศิลปิน พร้อมเพลงที่มีสาระประโยชน์แก่กลุ่มเป้าหมายเด็กและวัยรุ่นจึงเกิดขึ้น โดยออกแบบให้ศิลปินเป็นแบบฉบับของตัวเอง มีเอกลักษณ์โดดเด่น ง่าย สามารถดึงดูดความสนใจเด็กและวัยรุ่น โดยนำเสนอบุคลิกภาพ การแต่งกายที่มีสีสันสดใส นำเสนอรูปแบบในมโนทัศน์ (Concept) ที่แตกต่างจากศิลปินเพลงทั่วไปตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันเป็นผู้นำเสนอ บทเพลงที่มีเนื้อหาสาระเป็นประโยชน์ที่ฟังได้สนุก สามารถเต้นรำได้ เหมาะกับเด็กและเยาวชน โดยการนำเสนอรูปแบบประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อทุก ๆ อย่าง เน้นที่ตัวผลิตภัณฑ์คือ ปกเทป ปกแผ่นเสียง โปสเตอร์ และสื่อโฆษณาต่าง ๆ เช่น วิทยุทัศน์ การแสดงสดทางโทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ โฆษณาทางหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ ในรูปแบบเดียวกันหมด

ข้อมูลเกี่ยวกับศิลปินเพลง

ชื่อวง Over Band (โอเวอร์-แบนด์)

แนวเพลง Pop และเทคโนโลยี-ป๊อป

สมาชิก 1 คน

กลุ่มเป้าหมายหลัก วัยรุ่น 12 - 25 ปี หรือเด็กชั้นประถม-มัธยม-อุดมศึกษา
คอนเสิร์ต วัยรุ่นที่สนใจเพลงป๊อปในปัจจุบันและเป็นผู้บริโภคเดิมของสินค้า เทปเพลงไทย

กลุ่มเป้าหมายรอง กลุ่มคนที่ไม่สนใจผลงานเพลงไทยในปัจจุบันให้หันมาสนใจ
เพลงที่มีสาระประโยชน์ นำเสนอในรูปแบบแปลกใหม่และกลุ่มตลาดล่าง คือชาวต่างจังหวัด
กลุ่มสาวโรงงาน

รูปแบบ ลักษณะเฉพาะตัว เป็นศิลปินเพลงที่มีอารมณ์ดี ร่าเริง สดใส มีความ
มั่นใจในตนเองค่อนข้างสูงมาก กล้าแสดงออกในทุกสภาวะการณ์ กว้างขวางเล็กน้อย
แต่ไม่ก้าวร้าว จึงนำเสนอให้มีความแตกต่างจากศิลปินในท้องตลาดทั่วไป

ความสามารถพิเศษ มีความสามารถในการร้องเพลงได้ดี เต้นรำและเล่น
เครื่องดนตรีได้ทุกชนิด

วัตถุประสงค์หลัก นำเสนอรูปแบบแปลกใหม่ สนุกสนาน พร้อมบทเพลงสนุกที่มี
เนื้อหาสาระประโยชน์และเป็นแบบอย่างที่ดีของเยาวชน และสามารถยอมรับได้ไม่ยาก

การแต่งกาย (Costume Design) ง่าย แบบแนวเพลงสไตล์ป๊อป (Pop)
ไม่มีส่วนผสมของแจ๊ส (Jazz) บลูส์ (Blues) และร็อก (Rock) เจือปนอยู่เลย
การแต่งกายเน้นสีสดใส สดใส สัมผัส เขียวสด เป็นต้น เพื่อเข้ากับบุคลิกที่สดใส
อิสระ กล้าแสดงออก พร้อมทั้งต้องการเป็นเอกลักษณ์โดดเด่น ดึงดูดความสนใจในการนำเสนอ
เพลงในรูปแบบที่ไม่ธรรมดา ฉีกแนวจากศิลปินที่มีอยู่ในท้องตลาดปัจจุบัน

การแต่งกาย

1. ผูกผมเป็นหางม้า
2. ใส่แว่นตากันแดดสีดำ ขอบแดง
3. เสื้อสีสดหลาย ๆ สี
4. กางเกงขาสั้น ลายดอก สีสด
5. รองเท้ายาวสีแดงสด
6. รองเท้ากีฬาหุ้มข้อ

รูปแบบการแต่งกายในผลงานชุดนี้คัดลอกมาจากชุดของนักกีฬา ซึ่งเกี่ยวเนื่องกับเพลงเอกในผลงานชุดนี้คือเพลง "ควัว" เพื่อความแปลกประหลาดล้อเล่นในการแสดงออก เป็นการปฏิบัติเพื่อการแต่งกายของศิลปินไทยในรูปแบบที่ใหม่โดดเด่นไม่เหมือนใคร

เพลง "ควัว"

แนวเพลง ป๊อป (Pop) มีส่วนผสมของอิเล็กทรอนิกส์เล็กน้อย

แนวความคิด เป็นเพลงเกี่ยวกับการให้กำลังใจ ความหวังแก่เด็กตั้งแต่ประถม มัธยม อุดมศึกษาตอนต้น วัยรุ่นและบุคคลทั่ว ๆ ไป เนื้อหาให้กำลังใจผู้ที่ผิดหวัง พ่ายแพ้จากสิ่งใด ไม่ว่าจะเป็นการเรียน การกีฬา การดำเนินชีวิต มีขวัญที่จะสู้ต่อไป ควัวให้ไ้มาซึ่งจุดหมายที่ต้องการ ตรงกับสโลแกนที่ว่า "ความพยายามอยู่ที่ไหน ความสำเร็จอยู่ที่นั่น"

ที่มาของชื่อวง โอเวอร์-แบนด์ (Over Band) คำว่า โอเวอร์ (Over) มาจากโอเวอร์ เดอะท็อป (Over the Top) หมายถึงเกินธรรมดาเกินไป ซึ่งตรงกับบุคลิกภาพของศิลปินที่เป็นคนกล้าแสดงออก แต่งกายแปลกและโดดเด่นเกินกว่าคนทั่วไปจะกระทำ ซึ่งคำว่าโอเวอร์ (Over) เป็นที่นิยมหรือรู้ความหมายดีในหมู่มุ่คนไทย ปัจจุบัน ว่าหมายถึงความเกินพอดี ไม่ธรรมดา จึงสามารถสื่อสารได้ชัดเจน

คำว่าแบนด์ (Band) แปลว่า วงดนตรีทุกรูปแบบไม่จำกัดสมาชิก เนื่องจากศิลปินสามารถเล่นเครื่องดนตรีได้ทุกประเภท จึงนำเสนอให้เล่นทั้งกีตาร์ และคีย์บอร์ด ไม่จำกัดตายตัว เป็นวงดนตรีที่มีสมาชิกเพียงคนเดียว

โอเวอร์-แบนด์ (Over Band) จึงหมายถึง วงดนตรีที่เกินธรรมดา แตกต่าง
จากรูปแบบวงดนตรีในเมืองไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

การกำหนดรูปแบบของหน้าปกเทป ปกแผ่นเสียง และโปสเตอร์

1. สร้างเพลง คำร้อง ทำนอง และดนตรี ควบคู่กับการคิดรูปแบบการนำเสนอ
โดยตั้งจุดเด่นจากตัวศิลปิน
2. ร่างแบบการนำเสนอหลาย ๆ แบบ นำเพลงมาฟังโดยละเอียดรอบคอบ
กำหนดรูปแบบการนำเสนอศิลปินที่แน่นอน
3. จากการศึกษารูปแบบของศิลปินโดยละเอียด เน้นการนำเสนอตัวศิลปิน
บุคลิกโดดเด่นของศิลปินที่แตกต่างจากศิลปินเพลงอื่น ๆ โดยสิ้นเชิง มากกว่าการเน้นที่
ตัวเพลง ซึ่งเป็นเพลงที่มีเนื้อหาสาระแต่ไม่โดดเด่นมากพอที่จะเน้นให้เด่นได้
4. ออกแบบสัญลักษณ์ของศิลปินที่ใช้นำเสนอในสื่อทุกแขนงในรูปแบบเดียวกัน
เป็นเอกลักษณ์อย่างหนึ่งของศิลปิน
5. ออกแบบการแต่งกายโดยชักเอลาจากชุดนักกีฬาสีสันสดใส ปราศเปรี้ยว
ในการเคลื่อนไหว เป็นเอกลักษณ์อีกอย่างหนึ่งของศิลปินและแตกต่างจากความซ้ำซาก
จำเจของศิลปินโดยทั่วไป
6. ลงมือออกแบบร่าง (Sketch) รูปแบบ ปกเทป ปกแผ่นเสียง โปสเตอร์
หลาย ๆ แบบให้สอดคล้องกับมโนทัศน์ที่วางไว้ และสามารถนำเสนอได้ถูกจุด สื่อสารให้
เข้าใจโดยง่าย โดยกำหนดสีสำหรับการจัดวางองค์ประกอบศิลป์จนได้รูปแบบจริง

สัญลักษณ์ของศิลปินโอเวอร์-แบนด์ (Over Band)

เนื่องจากการเป็นศิลปินแนวป๊อป (Pop) เพลงฟังง่าย สนุกสนานและกลุ่มเป้าหมาย
เป็นเด็กวัยรุ่น การออกแบบเครื่องหมายสัญลักษณ์ประจำตัวของศิลปินจะต้องสอดคล้องกับ

องค์ประกอบทุกอย่างของศิลปิน เป็นที่สะดุดตาผู้คนที่พบเห็น ง่ายต่อการจดจำ ทั้งยังดู
สวยงาม ลงตัว สัญลักษณ์จึงเป็นสื่อสำคัญมากของศิลปิน

สัญลักษณ์ของศิลปินโอเวอร์แบนด์ (Over Band) กำหนดให้มีสีสันสดใส
หลากหลายสี แดง ส้ม ห้า เหลือง ลักษณะตัวอักษรเป็นรูปแบบหลากหลายที่ผสมผสาน
กันอย่างกลมกลืน เป็นอิสระ ไม่ตายตัว ดูสวยงาม สะดุดตา ง่ายแก่การจดจำ ตัวอักษร
หลาย ๆ แบบรวมกันเป็นตัวอักษรภาษาอังกฤษ "Over Band" ซึ่งเหมาะสมกับแนวดนตรี
แนวป๊อป (Pop) และรูปแบบบุคลิกภาพของตัวศิลปินที่มีความกล้าแสดงออก สดใส
อารมณ์ดี ด้านล่างมีแถบครึ่งวงกลมสีดำ ตัวอักษรสีขาว เขียนกำกับเป็นภาษาไทย
"โอเวอร์-แบนด์" สำหรับกลุ่มตลาดล่าง หรือคนที่ไม่สามารถอ่านภาษาอังกฤษได้



โลโกศิลป์

การออกแบบเสื้อผ้าศิลปินโอเวอร์-แบนด์ (Over Band)

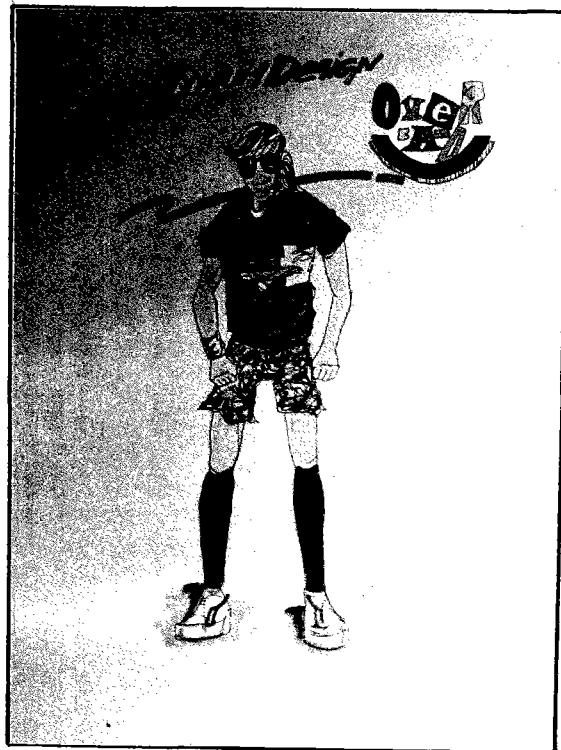
(Costum Design)

ออกแบบโดยคัดลายจากชุดกีฬา สอดคล้องกับเพลงเอกของอัลบั้มคือเพลง "คว่ำ"
เนื้อหาเกี่ยวกับการวิ่งสู่ความฝันที่หวังไว้ การไขว่คว้ามาซึ่งความสำเร็จ และจากบุคลิก
ของศิลปินที่กล้าแสดงออกมาก จึงกำหนดสีสันเสื้อผ้าในสีที่สด แดงสด ส้มสด ฟ้ำสด เป็นต้น

Costum Design ของวงโอเวอร์ แบนด์ (Over Band)

1. รวบผมเป็นหางม้า
2. ใส่แว่นกันแดดสีดำ ขอบแดง
3. เสื้อยืดขนาดใหญ่ สีสดมาก หลาย ๆ สี ในสีโทนแดง
4. กางเกงขาสั้น ลายดอก สีสดหลาย ๆ สีรวมกันในสีโทนเย็น
5. ถุงเท้ายาว สีแดงสด
6. รองเท้ากีฬาหุ้มข้อ
7. ข้อมือขั้วเหงื่อนักกีฬาสีขาว

การแต่งกายของศิลปินโอเวอร์-แบนด์ (Over Band) ฉีกแนวจากการ
แต่งกายของศิลปินอื่นในไทยโดยสิ้นเชิง โดยมุ่งนำเสนอแนวการแต่งกายที่แตกต่าง
โดดเด่น ไม่เหมือนใคร และเป็นเอกลักษณ์ เป็นตัวของตัวเอง การแต่งกายในผลงานชุด
ต่อ ๆ ไปจะเป็นการออกแบบนำเสนอใหม่ ไม่จำกัดรูปแบบตายตัว การแต่งกายแบบนี้
จำกัดเฉพาะผลงานชุดนี้ซึ่งเป็นชุดแรกเท่านั้น



แบบร่าง Costum Design ของ Over Band



แบบ Costume Design จิ้ง

รูปแบบการนำเสนอศิลปินโอเวอร์-แบนด์ (Over Band)

ในปกเทป ปกแผ่นเสียง และโปสเตอร์

เนื่องจากความเป็นศิลปินหน้าใหม่ที่มีความแปลกใหม่ น่าสนใจทั้งบุคลิกและการแต่งกาย การใช้สีส้น เพื่อมุ่งนำเสนอเพลงที่มีสาระประโยชน์แฝงในงานเพลงแนวป๊อป (Pop) ฟังสนุก เหมาะกับเด็กวัยรุ่นทั่ว ๆ ไป แต่เนื่องจากตัวเพลงเนื้อหาจริง ๆ ก่อนข้างจริงจังและมีความเครียด จึงไม่เน้นตัวเพลงในการนำเสนอ แต่จะเน้นนำเสนอที่ตัวศิลปิน "โอเวอร์-แบนด์" ซึ่งเป็นศิลปินหน้าใหม่ มีความแปลกใหม่ในบุคลิกภาพที่สนุกสนาน การแต่งกายในสีส้นฉูดฉาด ทำให้ดูโดดเด่นแตกต่างจากศิลปินเพลงไทย โดยทั่วไปในปัจจุบัน ความสนใจ สะดุดตาในตัวศิลปิน จากผู้คนที่ทั่วไปจะมีผลนำมาสู่ความสนใจในตัวบทเพลงอย่างต่อเนื่องในเวลาต่อมา

ความแตกต่างของโอเวอร์-แบนด์ จึงนำเสนอในปกเทป ปกแผ่นเสียงและโปสเตอร์ให้ผู้บริโภคทราบถึงจุดนี้ จะใช้สีผิวเป็นสีพื้นเพราะเป็นสีพื้นซึ่งสามารถเน้นให้สีอื่นโดดเด่นได้โดยง่าย ตัวโลโกซึ่งเป็นสีเส้นสดใส จะดูโดดเด่นมากบนพื้นขาว องค์ประกอบของภาพรอบนอกหรือในส่วนล่างจะเป็นรูปนักดนตรี นักร้อง ศิลปินต่าง ๆ เรียงรายกันไปเป็นสีคำซึ่งหมายถึงวงการเพลงไทยในปัจจุบันที่มีแต่ความซ้ำซากจำเจ ไม่นำเสนอสาระ ทั้งยังติดกับสีผิวซึ่งเป็นสีพื้นอย่างชัดเจน แต่ไม่ถึงกับโดดเด่น ฉะนั้นส่วนที่เป็นสีส้นจะมีเพียงสัญลักษณ์เครื่องหมายการค้าประจำตัวของศิลปิน และตัวศิลปินโอเวอร์-แบนด์ เท่านั้น เพื่อนำเสนอให้โดดเด่นจากศิลปินทั่วไป

วัสดุอุปกรณ์

1. กระดาษตราดาวขนาด 20×36 จำนวน 5 แผ่น
2. สีโปสเตอร์ มาร์คเกอร์ (สีเคมี) หมึกอินเดียนอิงค์
3. พู่กันขนาดต่าง ๆ

4. ฟิล์มสี, ฟิล์มสไลด์ อย่างละ 2 ม้วน
5. กล้องถ่ายรูป, ขาตั้ง, ไฟแฟลชต่าง ๆ
6. เครื่องดนตรี, กีตาร์ไฟฟ้า
7. นายแบบ
8. สถานที่ ราชกรีฑาสโมสร สปอร์ตคลับ, หอศิลป์
9. เลสเซอร์เพรส
10. เครื่องหมายการค้า Lay-Out และ Onpa
11. เครื่องถ่ายภาพเอกสารสี Cannon และเครื่องถ่ายภาพเอกสารแบบธรรมดา
12. คินสอ ยางลบ
13. กรรไกร
14. คัตเตอร์
15. กาวยางน้ำ, กาวเคมี

ปกเทพกาสีเขียว

ด้านหน้า-หน้าปกเทพ เน้นการจัดองค์ประกอบศิลป์บนพื้นขาว ซึ่งเป็นฐานส่วนที่ อยู่ต่ำกว่าเพื่อเน้นให้เด่น รอบ ๆ ปกเป็นรูปนักดนตรี นักร้อง ศิลปิน มากมาย แทนด้วยสีค่า แสดงถึงความธรรมดา ขาดรสชาติของวงการเพลงไทยปัจจุบัน ตัวศิลปินโอเวอร์-แบนด์ (Over Band) จะเรียงอยู่ระหว่างศิลปินนักดนตรีสีค่าด้วยเครื่องแต่งกายประจำตัว สีสันฉูดฉาด พร้อมกีตาร์ไฟฟ้า ภาพครึ่งตัวจัดวางอยู่ส่วนบนสุดของปกเทพ หมายถึงโอเวอร์ (Over) คือตอนบน ความหมายว่าเหนือธรรมดา สัญลักษณ์เครื่องหมายการค้าประจำตัว ของศิลปินในสีสันสดใส วางองค์ประกอบอยู่ส่วนกลางของปก ความโดดเด่นจะอยู่ที่สัญลักษณ์ กับตัวศิลปินท่ามกลางพื้นขาว และองค์ประกอบคำ

วิธีทำ

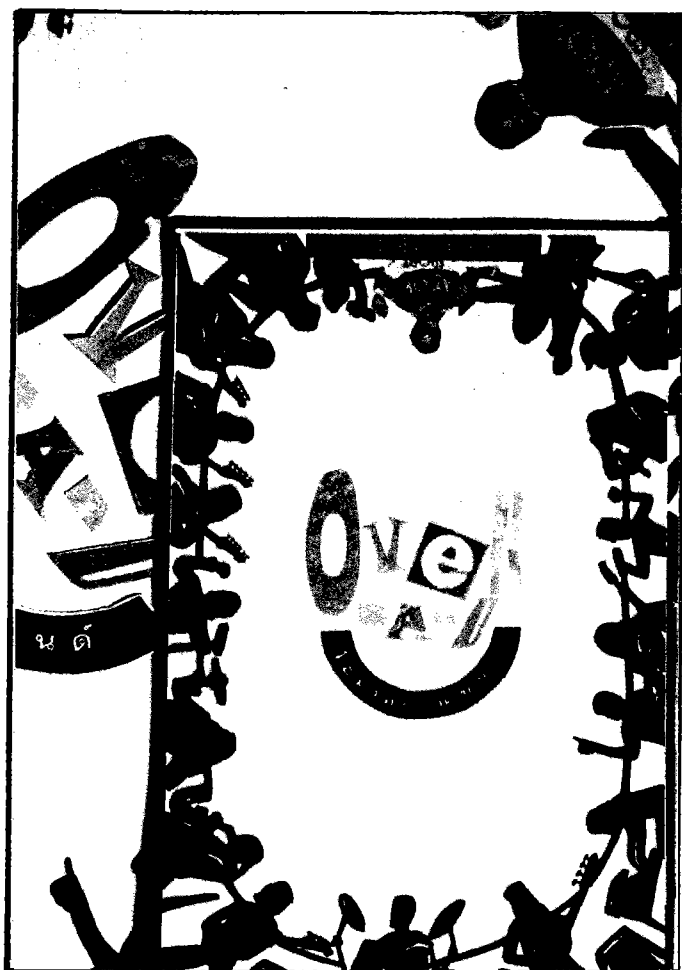
1. ถ่ายรูปศิลปินในอิริยาบถที่ต้องการ
2. วาดสัญลักษณ์ต้นแบบ นำย่อให้ได้ขนาดที่ต้องการบน Art Work

ปกเทปขนาดใหญ่กว่างานจริง 4 เท่า

3. หักกระดาษคราฟท์สีขาว ขนาดใหญ่กว่าปกเทป 4 เท่า
4. วาดนักดนตรี นักร้อง ศิลปิน เรียงกันรอบปก เว้นที่สำหรับ Over Band

คอนบนส์ควาด้วยคินส์

5. ลงสีที่นักดนตรี นักร้อง ศิลปินด้วยหมึกอินเคียอิงค์ ด้วยพู่กันเบอร์ต่าง ๆ
6. หักรูปศิลปินและสัญลักษณ์ของศิลปินอย่างประณีต
7. หักกาาศิลปินคอนบนของปกเทป และสัญลักษณ์ตรงกึ่งกลางปก
8. นำถ่ายเอกสารสี ย่อตามขนาดปกเทปจริง (ย่อ 4 เท่า)



ปกเฟป กับ Art Work

หน้าปกใน

เป็นหน้าโฆษณาสินค้าผู้อุปถัมภ์เสื้อผ้าแก่ศิลปินจึงต้องการจัดให้สวยงามน่าดูว่า
โฆษณาสินค้าแปลกใหม่โดยทั่วไป ให้ศิลปินมีความสัมพันธ์กับตัวสินค้า โดยใช้พื้นเป็นสีขาว
มีเครื่องหมายการค้าสินค้า Lay-Out สีเหลืองอ่อนอยู่ตอนบนในแนวยาว ตอนบนสุดเป็น
ขอบเส้นสีดำ ตอนล่างสุดเป็นรูปนักดนตรี นักร้อง ศิลปิน สีดำ เรียงจากซ้ายไปขวา
ตอนกลางของปกเป็นรูปศิลปินโอเวอร์-แมนส์ถือกีตาร์ไฟฟ้ากระโดดลอยเหนือจากเหล่าศิลปิน
สีดำ อยู่ตำแหน่งกึ่งกลางพอดี ในความหมายว่า Over Band กระโดดหนีความจำเจ
ของศิลปินต่าง ๆ โดยมีสินค้าเป็นองค์ประกอบสำคัญอีกส่วนหนึ่ง

วิธีทำ

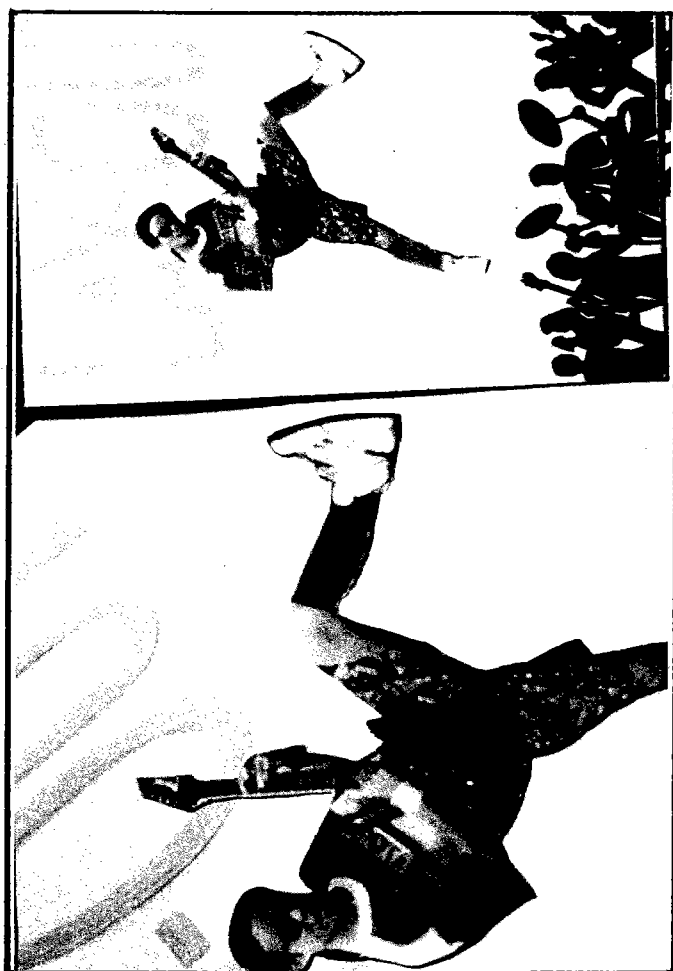
1. ถ่ายรูปศิลปินในท่ากระโดดตามต้องการ
2. ตัดกระดาษทรายขาว ขนาดใหญ่กว่างานจริง 4 เท่า
3. วาดขอบคำตอนบนสุด ระบายสีด้วยหมึกอินเดียนอิงค์
4. วาดสัญลักษณ์เครื่องหมายการค้าสินค้า Lay Out ในแนวยาวตัวใหญ่

ตอนบนของปก (ตัดจากขอบสีดำ)

5. ระบายสีเครื่องหมาย Lay Out ด้วยสีโปสเตอร์สีเหลืองอ่อน
6. วาดเหล่าศิลปิน นักดนตรี นักร้อง เรียงจากซ้ายไปขวา ลงสีดำด้วย

หมึกอินเดียนอิงค์ทางตอนล่างสุดของปก

7. ตัดรูปศิลปิน ติดด้วยกาวตรงส่วนกลางของปกใน
8. นำมาถ่ายเอกสารย่อตามขนาดปกแท้จริง (ย่อ 4 เท่า)



ปกเพค้านในกับ Art Work

หน้าปกในสุด

เป็นส่วนบอกรายชื่อผู้ร่วมงานในอัลบั้มชุดนี้ว่ามีใครทำหน้าที่อะไรบ้าง เป็นการ
จัดองค์ประกอบภาพบนพื้นขาว ด้านบนสุดมีขอบคำ สีแดงตรงกลาง สัญลักษณ์เครื่องหมาย
การค้าประจำตัวศิลปินอยู่ด้านล่างมาจากขอบตอนบนพอสมควร ต่อจากนั้นลงมาเป็นรายชื่อ
ผู้ร่วมงานในอัลบั้มชุดนี้ นักดนตรี ห้องบันทึกเสียง ผู้แต่งคำร้อง และทำนอง โปรดิวเซอร์
การขอบคุณผู้ให้ความช่วยเหลือในผลงานชุดนี้ ด้านล่างสุดของปกเทปมีรูปศิลปินโอเวอร์
แบนต์ แสดงบุคลิกเฉพาะตัวเสริมสร้างภาพพจน์ของศิลปินมากยิ่งขึ้น

วิธีทำ

1. ถ่ายรูปศิลปินในลีลาที่ต้องการ
2. ถ่ายเอกสารสีย้อมสัญลักษณ์ศิลปินในขนาดเล็กกว่าหน้าปกด้านหน้า
3. ชุอักษรรลอก(เลสเตอร์เพรส) รายชื่อผู้ร่วมงานบนกระดาษนำไปถ่ายเอกสารย่อ

ตัดออก

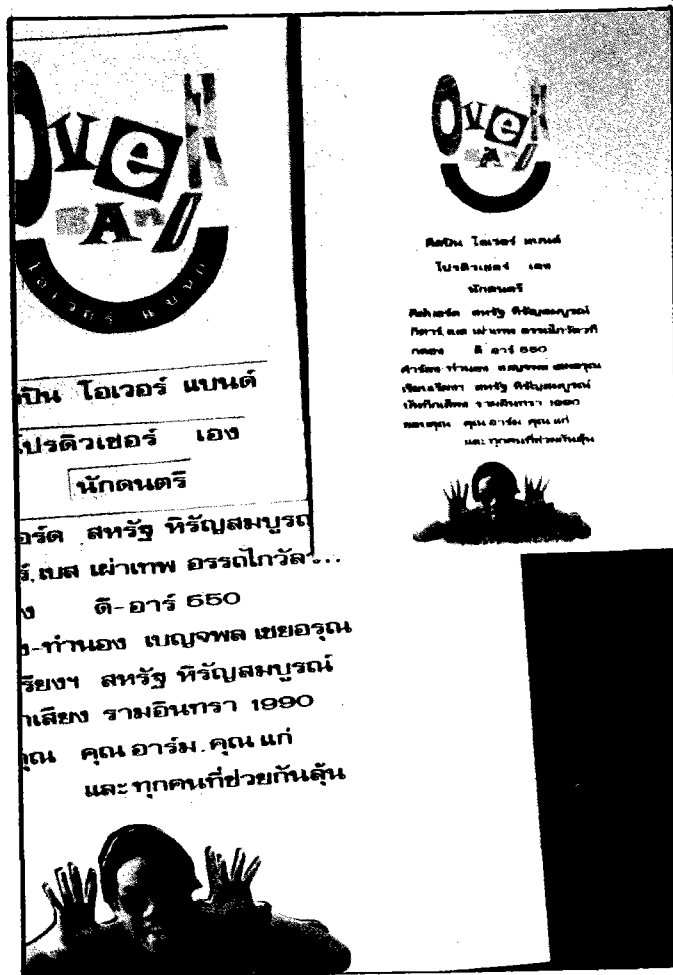
4. ตัดกระดาษทราควาสีขาว ขนาดใหญ่กว่างานจริง 4 เท่า
5. วาดขอบตอนบนลงสีคำ เว้นที่ลงสีแดงตอนกลางด้วยสีโปสเตอร์และหมึก

อินเคียนอิงค์

6. ตัดสัญลักษณ์ศิลปินติดตอนบน ห่างจากขอบบนพอประมาณ
7. ตักรายชื่อผู้ร่วมงานที่ถ่ายเอกสารย่อติดลงบนกระดาษเรียงลงมาอย่าง

เป็นระเบียบ

8. ตักรูปศิลปินอย่างประณีต ติดกาวด้านล่างสุดของปกในสุด
9. นำมาถ่ายเอกสารย่อตามขนาดปกเทปจริง (ย่อ 4 เท่า)



หน้าปกด้านในสุด และ Art Work

สันปกและหน้าปกหลัง

สันปกตามปกติจะเป็นสัญลักษณ์ศิลป์ ชื่อชุด ราคา และเครื่องหมายการค้า ผู้จัดทำนายเทพจึงออกแบบให้แตกต่างจากปกเทพโดยทั่วไป สันปกพื้นขาวเรียงรายด้วย นักดนตรี นักร้อง และศิลปิน เรียงรายจากซ้ายไปขวา คอนทนเป็นเครื่องหมายการค้า ผู้จัดทำนายเทพออนไลน์ (Onpa) ส่วนคอนล่างสุดเป็นศิลปินโอเวอร์-แบงค์ นักร้องอายราคา 80 บาท ซึ่งเป็นรูปแบบที่แปลกใหม่ไม่เหมือนใคร และตรงตามรูปแบบ นำเสนอศิลปินที่ออกแบบไว้ทุกประการ

หน้าปกหลัง

อยู่ส่วนจัดจากสันปก มีขนาดเท่าหน้าปกหน้า หน้าปกในและหน้าในสุดต้องใช้ กล่องเทพใส่ออกแบบพิเศษสำหรับเทพชุดนี้คือ ไม่มีที่เจาะยึดตัวเทพ เพื่อแสดงองค์ประกอบ โครงสร้างโดยรวมทั้งหมดของหน้าปกหลังที่ออกแบบไว้อย่างลงตัว

หน้าปกหลังเป็นหน้าที่แสดงรายชื่อเพลงของอัลบั้มเป็นองค์ประกอบที่เป็นพื้น ด้านซ้ายบนเป็นศิลปินขนาดเล็กถือป้ายหน้าเทพด้าน "A" ถัดลงมาเป็นรายชื่อเพลง เพลงเดียวของหน้าเทพ สีแดงในรูปแบบการยี่ค่ออักษรยาว ด้านขวาบนเป็นศิลปินขนาดเล็ก หันหลังถือป้าย หน้าเทพด้าน "B" ซึ่งการหันหลังหมายถึงหน้าเทพด้านหลังถัดลงมา เป็นรายชื่อเพลงเพลงเดียวของหน้าเทพสีส้มสด ในรูปแบบการยี่ค่ออักษรยาวเช่นเดียวกับหน้า "A" ส่วนกลางของหน้าปกหลังเป็นสัญลักษณ์ศิลปินขนาดเล็กกว่าหน้าปกด้านหน้า ถัดลงมามีตัวอักษรสงวนลิขสิทธิ์เทพชุดนี้ และด้านล่างสุดเป็นเครื่องหมายการค้าของสินค้า ผู้ให้การสนับสนุนศิลปิน "Lay-Out"

วิธีทำสันปก

1. ถ่ายรูปศิลปินถือป้ายสีขาวตามที่ออกแบบ
2. ตัดกระดาษทรายขาว ขนาดใหญ่กว่าสันปกจริง 4 เท่า
3. วาดนักดนตรี นักร้อง ศิลปิน เรียงจากซ้ายไปขวา
4. ลงสีคำ นักร้อง ศิลปิน นักดนตรี ด้วยหมึกอินเดียนอิงค์
5. ถ่ายเอกสารสี ขยายเครื่องหมายการค้า ปกใหญ่จริง 4 เท่า ตัดออก

อย่างปรางค์

6. อัคฟิล์มย่อในขนาด 4p รูปศิลปินโอเวอร์-แมนซ์
 7. ชุดอักษรลอกเลสเตอร์เพรสราคา 80 ลงบนพื้นที่วางบนป้ายสีขาวที่โอเวอร์-แมนซ์ ถือตัดออกอย่างปรางค์
 8. ตัดกาวยเครื่องหมายการค้าออนไลน์ (Onpa) ลงคอนบนของสันปก
- ตัดกาวยตัวศิลปินที่ส่วนล่างของสันปก

ปกหลัง

1. ถ่ายรูปศิลปินในท่านอนถือป้ายสีขาวด้านหน้าและหันหลังถือป้ายสีขาว
2. ถ่ายเอกสารสีย่อสัญลักษณ์ศิลปินขนาดเท่ากับหน้าปกในสุด ตัดออกอย่างปรางค์
3. อัคฟิล์มย่อรูปศิลปินในขนาด 4p ทั้ง 2 อิริยาบถ
4. ตัดอักษรลอกเลสเตอร์เพรสตัว "A" ลงในแผ่นป้ายสีขาวที่ตัวศิลปินหันหน้าตัว "B" ลงบนแผ่นป้ายสีขาวที่ศิลปินหันหน้า ตัดออกอย่างปรางค์
5. ตัดกระดาษทรายขาวสีขาวขนาดใหญ่กว่าปกใหญ่จริง 4 เท่า
6. ตัดกาวยตัวศิลปินถือป้ายหน้า "A" คอนบนข้างซ้ายในแนวนอนของกระดาษ
7. ตัดกาวยตัวศิลปินถือป้ายหน้า "B" ด้านบนข้างขวาในแนวนอนของกระดาษ

8. วาดตัวอักษรชื่อเพลง "คว่ำ" ถัดลงมาจากศิลปินถือป้ายหน้า "A"

ในแนวยี่ค่ออักษร ลงสีโปสเตอร์สีแดงสด

9. วาดตัวอักษรชื่อเพลง "คว่ำ" ถัดลงมาจากศิลปินถือป้ายหน้า "B"

ในแนวยี่ค่ออักษร ลงสีโปสเตอร์สีส้มสด

10. ติดกาวยึดลักษณะศิลปินตอนบนส่วนกลางของกระดาษ

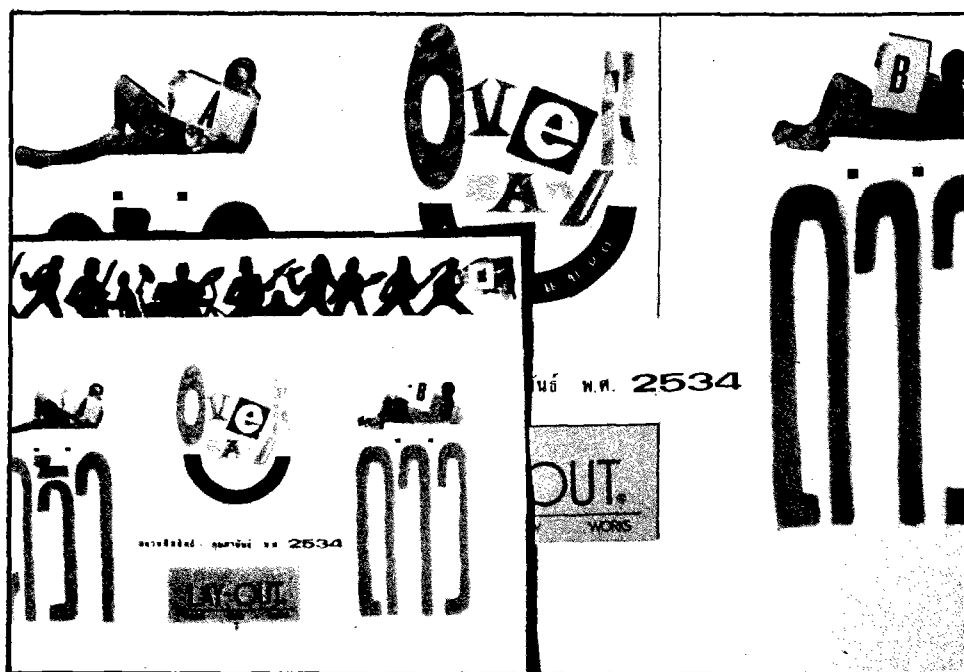
11. ติดอักษรลอกเลสเตอร์สงวนลิขสิทธิ์ กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2534 ถัดลงมาจาก
สัญลักษณ์ศิลปิน

12. ตอนล่างจากสงวนลิขสิทธิ์ ติดเครื่องหมายการค้าของผู้สนับสนุนศิลปิน

"Lay-Out"

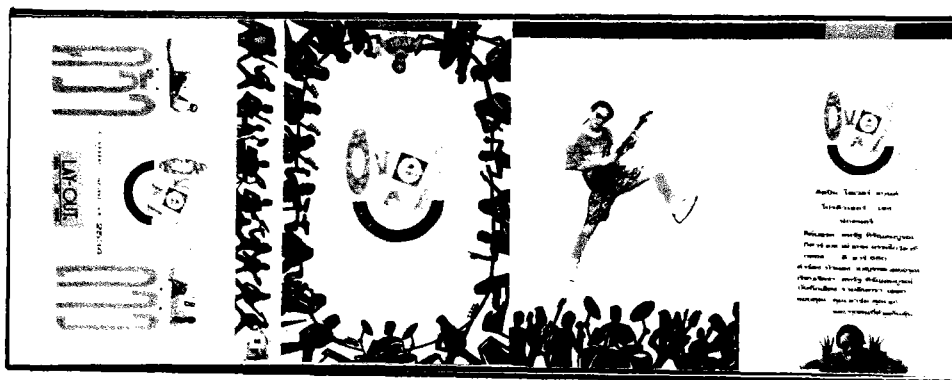
13. นำสันปกติดกับปกหลัง

14. นำ Art Work มาถ่ายเอกสารที่ย่อเท่าขนาดปกจริง (ย่อ 4 เท่า)



สัณปกรและหน้าปกหลังพร้อม Art Work

เมื่อได้หน้าปกเทพในทุกส่วน ไม่ว่าจะปกเทพด้านหน้า ปกเทพด้านใน ปกเทพด้านในสุด
สันปก และหน้าปกหลัง ที่ถ่ายทอดสารสื่อเรียบร้อย นำส่วนต่าง ๆ มาประกอบเข้าด้วยกัน
แล้วจึงนำไปถ่ายทอดสีขนาดเท่าของจริงอีกครั้ง จะให้หน้าปกที่สมบูรณ์และเพื่อป้องกัน
สีสันทึบเพี้ยนควรลงสีใน Art Work เข้มกว่าที่กำหนดเพื่อให้ได้สีที่ถูกต้อง การ
ทำชุดจึงคิดสต็อกเกอร์ไว้ เพื่อความมั่นใจสวยงาม



ผลงานชิ้นที่ 1 ปกเทพคลาสเซ็ท

หน้าปกด้านหลัง

เป็นส่วนที่เขียนเนื้อเพลงของเพลงเอก "คว่ำ" และมีเครื่องหมายการค้าของผู้สนับสนุน "Lay-Out" ทำโดยลอกอักษรของเลสเตอร์เพรสเนื้อเพลงทั้งหมดพร้อมชื่อเพลงคิดเครื่องหมายการค้า "Lay-Out" ด้านล่างสุด นำไปถ่ายเอกสารย่อแบบธรรมดาขนาดเท่าปกเพลงจริงตามแนวยาว

'คว่ำ'

มองดูออกไป ผู้คนที่คว่ำลงใน
มีผู้หนึ่งอยู่ มากมาย
มองดูเรื่อยไป ดูแต่ละคนที่วิ่งวุ่น
ต่างคน ก็ต่างจุดหมาย
เพราะทุกคนย่อมมีทางเดิน
ไม่เหมือนกันเลย
ทุกคนต่างตั้งหน้าตั้งตา
และไขว่คว้าไป
ผู้จุดหมาย ที่ใจนั้นต้องการ
เห็นแผนยังไขว่คว้าไป
ผู้ความฝัน ที่เคยได้ตั้งใจ
แล้วก็จะไปถึงกัน
มองดูผู้ที่เป็นเพื่อนหรือคนใน
มีความเป็นจะยาวไป
กำลังตั้งใจที่ ได้ยกมือขึ้นมา
จะคว่ำให้ ได้สัก คน
เห็นจะทำทุกหนหนะ มองดูบ้าง
ให้ ได้เห็นบ้าง เห็นกัน
ฉันขอ บอกให้ ได้ยินกัน
เพราะฉันอยากบอก
ทุกคนนะ ขอให้ ได้ยินและได้ยินกัน
จะทุกคน ให้ได้ฟังสิ่งที่
พูดเพราะฉัน ขอบอกว่า ฉันบอก
ได้ก็แล้ว ฉันบอกได้ก็บอก

LAY-OUT.

ปกแผ่นเสียง

เป็นรูปแบบฉบับเดียวกับปกเทป เพียงแต่จัดในขนาดสี่เหลี่ยมจัตุรัสของปกแผ่นเสียงเท่านั้น

ปกหน้า

เป็นพื้นขาว องค์ประกอบโดยรอบเรียงรายด้วยนักดนตรี นักร้อง ศิลปิน สีดำ ส่วนบนสุดตัวศิลปินโอเวอร์-แลนดอยู่ระหว่างศิลปินต่าง ๆ พร้อมคีย์บอร์ด แต่งภายในชุดประจำตัวครึ่งตัว ส่วนกลางพื้นว่างขาวเป็นสัญลักษณ์เครื่องหมายการค้าของศิลปินโอเวอร์แลนด

วิธีทำ

1. ถ่ายรูปศิลปินในอิริยาบถกำลังผลัดกันด้วยท่าทางประจำตัว
2. ถ่ายเอกสารสีขยายสัญลักษณ์ของศิลปินตามขนาดพอเหมาะสำหรับการจัดวาง

บนปกแผ่นเสียง ตัดออกด้วยความประณีต

3. ตัดกระดาษคราฟท์สีขาวในขนาด 12" x 12" (เท่าปกแผ่นเสียงจริง)
4. วาดรูปเหล่านักดนตรี นักร้อง ศิลปิน เรียงรายรอบปก วันที่ตอนบน
5. ลงสีตัวศิลปินเรียงรายด้วยหมึกอินเดียนอิงค์สีดำ
6. ตัดรูปศิลปินพร้อมคีย์บอร์ดด้วยความประณีต
7. ติดกาบ สัญลักษณ์ศิลปินตรงส่วนกลางพื้นว่างขาว
8. ติดกาบตัวศิลปินพร้อมคีย์บอร์ดตอนบนที่เว้นไว้
9. นำไปถ่ายเอกสารสีขนาด A3 (เท่าของจริง)
10. ติดสติ๊กเกอร์ใส เพื่อความมึนงง สวยงาม



ผลงานชิ้นที่ 2 ปกแผ่นเสียง

ปกแผ่นเสียง-ด้านหลัง

เนื่องจากปกแผ่นเสียงมีเพียง 2 ด้าน ไม่เหมือนเทปซึ่งมีถึง 4 หน้า พร้อมสันปก การจัดข้อมูลต่าง ๆ จึงต้องรวมอยู่ในปกแผ่นเสียงด้านหลังทั้งหมด ทั้งรายชื่อผู้ร่วมงาน ในอัลบั้มชุดนี้และหน้าแผ่นเสียง พร้อมรายชื่อเพลง โดยต้องจัดองค์ประกอบให้ลงตัวมากที่สุด เป็นการจัดองค์ประกอบบนพื้นขาว ส่วนบนสุดเป็นขอบสีดำ ตรงกลางเป็นช่องสี่แฉง ถัดลงมาเป็นสัญลักษณ์ศิลปิน โอเวอร์-แมนซ์ สีดำจากนั้นเป็นรายชื่อผู้ร่วมงานในอัลบั้มชุดนี้ ต่อมาเป็นตัวศิลปินคือป้ายหน้าแผ่นเสียง ด้านหน้าคือป้ายหน้า "A" และด้านหลังคือป้ายหน้า แผ่นเสียง ด้านหลังคือป้ายหน้า "B" ส่วนล่างของตัวศิลปินคือป้ายหน้ารายชื่อเพลงใน แผ่นเสียงแต่ละด้าน เพลง "ควัว" ในหน้า "A" เป็นสี่แฉงสด เพลง "ดาว" ในหน้า เป็นสี่แฉงสด เป็นรูปแบบการยัดอักษรยาว เป็นการจัดองค์ประกอบ เรียงลงมาตรงส่วนกลาง ของพื้นที่ขาว ตอนล่างสุดเป็นตัวศิลปินโอเวอร์-แมนซ์ ขนาดเล็ก ว่างในลีลาสโลว์โมชัน สอดคล้องกับเพลง "ควัว" ซึ่งเป็นเพลงเอกของชุด ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับการมุ่งไปคว้าจุดหมาย ในกำลังใจให้สู้ชีวิต สำหรับคนทุกวัยโดยอิงจากด้านขวามาซ้าย มี 7 อิริยาบถ

วิธีทำ

1. ถ่ายภาพการวิ่งโดยใช้เทคนิคกล้องถ่ายภาพที่สามารถเก็บภาพอิริยาบถ

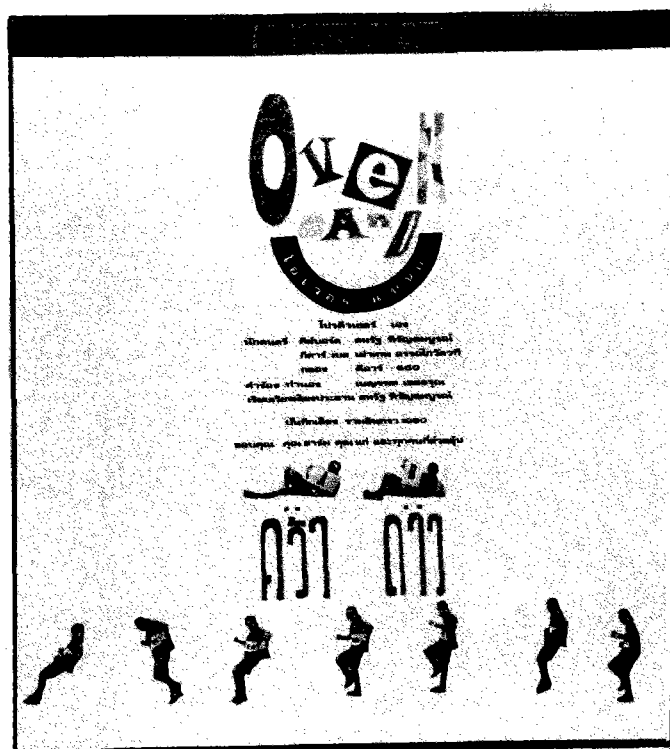
เคลื่อนไหวแบบ Animation

2. ตัดกระดาษตราดาวสีขาว ขนาดเท่าปกแผ่นเสียงจริง 12" x 12"
3. ถ่ายเอกสารสี่ขยายสัญลักษณ์ของศิลปินโอเวอร์-แมนซ์ ขนาดเท่าปกแผ่นเสียง

ด้านหน้า ตัดออกอย่างปราณีต

4. ลอกตัวอักษรลอกเลส-เตอร์เพรส รายชื่อผู้ร่วมงานเช่นเดียวกับปกเทป ลงบนกระดาษขาว ให้ถ่ายเอกสารย่อตามขนาดที่จัดองค์ประกอบไว้บนปกแผ่นเสียง ตัดออกด้วยความปราณีต

5. อัดฟิล์มย่อรูปตัวศิลปินเดี่ยวป้ายหน้า "A" และ "B" ในขนาด 4p
คัดลอกอย่างปรกติ
6. อัดฟิล์มย่อรูปตัวศิลปินวง 7 อิริยาบถ แบบ Animation จากขวาไป
ทางซ้าย คัดลอกด้วยความปรกติ
7. วาดขอบคำด้วยคินสอ แล้วลงด้วยหมึกอินเดียนิงค์ เว้นช่องกลางไว้ลงสี
โปสเตอร์สีแฉงสค
8. คัดภาพสัญลักษณ์ศิลปินโอเวอร์-แมนค์ ดัดลงมาจากขอบคอนแบบ
9. คัดตัวอักษรรายชื่อผู้ร่วมงานเรียงลงมาเช่นเดียวกับปกเทปด้วยขาว ดัดลงมา
จากสัญลักษณ์ศิลปิน
10. คัดเลสเทอร์เพรส "A" บนรูปศิลปินเดี่ยวป้ายหน้า คัดเลสเทอร์เพรส
"B" บนรูปศิลปินเดี่ยวป้ายหลัง
11. คัดภาพรูปศิลปินเดี่ยวป้ายหน้า "A" ด้วยซ้าย คัดภาพรูปศิลปินเดี่ยวป้ายหน้า "B"
ด้านขวา ดัดลงมาจากรายชื่อผู้ร่วมงาน
12. วาดชื่อเพลง "คว่ำ" ในรูปแบบการยี่คอักษร ศิลปินเดี่ยวป้ายหน้า "A"
ลงโปสเตอร์สีแฉงสค วาดชื่อเพลง "คว่ำ" ในรูปแบบการยี่คอักษรใต้ศิลปินเดี่ยว
หน้า "B" ลงสีโปสเตอร์สีส้มสค
13. คัดภาพภาพศิลปินวงจากขวาไปซ้าย แบบ Animation เว้นช่องไฟ
ให้สวยงาม 7 ภาพ
14. ถ่ายเอกสารขนาด A3 (ขนาดเท่าของจริง)
15. คัดสติกเกอร์ใส่เพื่อความฉ่ฉฉฉฉ ฉฉฉฉ



ปกแผ่นเสียงด้านหลัง

โปสเตอร์

เป็นรูปแบบสอดคล้องกับปกเทพและปกแผ่นเสียง คือเป็นการจัดองค์ประกอบบนพื้นขาว มีส่วนประกอบคือ นักดนตรี นักร้อง ศิลปิน สโลว์ ส่วนที่เป็นสีสันสคไลคือตัวศิลปินโอเวอร์-แบงค์ กับสัญลักษณ์ศิลปินเท่านั้น จึงเป็นโปสเตอร์ที่โดดเด่นไม่เหมือนใคร เมื่อนำไปติดยประชาสัมพันธ์ตามแผงเพลง และสถานที่ต่าง ๆ จะสะดุดตาผู้ที่พบเห็น โปสเตอร์ของศิลปินโอเวอร์-แบงค์จัดทำขึ้นเป็น 2 แบบ 2 ลักษณะด้วยกัน

แบบที่ 1

เป็นการจัดองค์ประกอบบนพื้นโปสเตอร์ขาวในรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้ายาว ขนาด $9.9" \times 16.2"$ ส่วนกลางทอนบนเป็นสัญลักษณ์ศิลปินโอเวอร์-แบงค์ ขนาดใหญ่ ส่วนล่างสุดเป็นรูปนักดนตรี นักร้อง ศิลปินสโลว์ แสดงอาการตกใจที่ศิลปินโอเวอร์-แบงค์โผล่มาตรงกลางที่ศิลปินสโลว์ยืนอยู่ แสดงถึงความแตกต่างโดดเด่นไม่เหมือนใครของโอเวอร์-แบงค์ พร้อมมีเครื่องหมายการค้าของ Lay-Out และ Onpa แคมอยู่ตอนล่าง

วิธีทำ

1. ถ่ายภาพศิลปินในอิริยาบถทางแขน ทางขา มั่นใจเต็มที่
2. ถ่ายเอกสารสัญลักษณ์ศิลปินโอเวอร์-แบงค์ขนาดใหญ่ ตัดออกอย่างปราณีต
3. ตัดกระดาษคราฟท์สีขาว ขนาด $9.9" \times 16.2"$
4. วาดรูปนักดนตรี ศิลปินสโลว์ในท่าตกใจ หลบหลัง เว้นเนื้อที่ส่วนกลางไว้
5. ลงหมึกอินเดียนอิงค์ที่รูปนักดนตรี นักร้อง สโลว์
6. ตัดรูปศิลปินโอเวอร์-แบงค์ ด้วยความปราณีต
7. ตัดสัญลักษณ์เครื่องหมายการค้า Lay-Out และ Onpa ขนาดใหญ่

อย่างปราณีต

8. ศึกษาสัญลักษณ์ศิลปินโอเวอร์-แบนด์ส่วนกลางของโปสเตอร์ ถัดจากส่วนบนเล็กน้อย

9. ศึกษาศิลปินโอเวอร์-แบนด์ตรงส่วนกลางระหว่างนักดนตรี นักร้อง ศิลปิน
สี่คำ ที่เว้นว่างไว้

10. ศึกษาเครื่องหมายการค้า Onpa ด้านซ้าย ตรงส่วนกลางของชุดเครื่องหมาย
การค้า Lay-Out ด้านขวา ตรงนักดนตรีจัดองค์ประกอบให้สมดุลย์เหมาะสม

11. นำต้นฉบับไปถ่ายเอกสารสี ขนาด A3

12. นำโปสเตอร์มาตัดให้ได้ขนาด

13. ติดสติ๊กเกอร์ใส เพื่อความฉ่ำแวววาว สวยงาม



ผลงานชั้นที่ 3 โปสเตอร์แบบที่ 1

โปสเตอร์แบบที่ 2

รูปแบบคล้ายโปสเตอร์แบบที่ 1 แต่แตกต่างกันเล็กน้อย เป็นการจัดองค์ประกอบบนพื้นขาว สัญลักษณ์ศิลปินโอเวอร์-แมนค์อยู่ส่วนบนขวา มีรูปศิลปินโอเวอร์-แมนค์กระโดดลอยเหนือเหล่านักดนตรี นักร้อง ศิลปิน สีดำ ที่ยื่นเรียงรายจากซ้ายไปขวาตรงกับรูปแบบนำเสนอที่ว่าหลักหมื่นรูปแบบจำเจ ไม่เหมือนใครของศิลปินโอเวอร์-แมนค์กระโดดอยู่ส่วนล่างด้านซ้าย ลอยอยู่เหนือรูปนักดนตรี นักร้อง ศิลปินสีดำ มีเครื่องหมายการค้า Lay-Out และ Onpa ด้านล่างสุดข้างขวาจัดองค์ประกอบอย่างสมดุลย์

วิธีทำ

1. ถ่ายภาพศิลปินในท่ากระโดดลอยเหนือจากพื้น
2. ถ่ายเอกสารสัญลักษณ์ศิลปินโอเวอร์-แมนค์ ขนาดใหญ่เท่าโปสเตอร์แบบที่ 1

ตัดออกด้วยความปราณีต

3. ตัดกระดาษทรายขาวสีเทา ขนาด 9.9" × 16.2"
4. วาดรูปนักดนตรี นักร้อง ศิลปิน ยื่นเรียงจากซ้ายไปขวา
5. ลงสีดำที่นักดนตรีด้วยหมึกอินเดียนอิงค์
6. อัดฟิล์มขยายภาพศิลปินโอเวอร์-แมนค์ ขนาด 5" × 7"
7. ตัดภาพศิลปินโอเวอร์-แมนค์ ด้วยความปราณีต
8. ตัดสัญลักษณ์เครื่องหมายการค้า Lay-Out และ Onpa ขนาดใหญ่

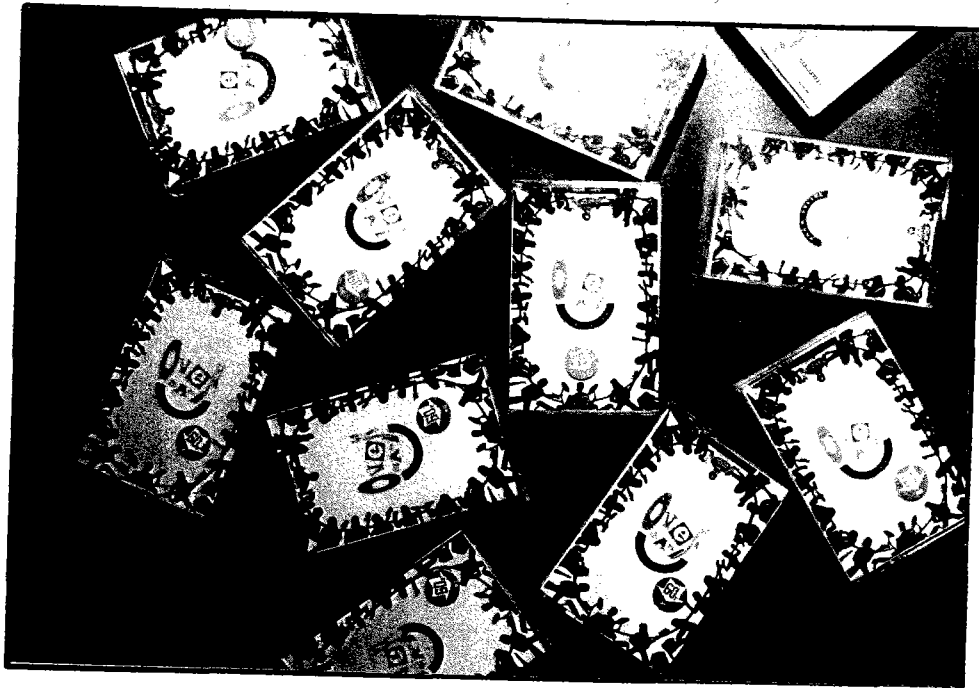
อย่างปราณีต

9. ติดภาพสัญลักษณ์ศิลปินโอเวอร์-แมนค์ ตรงด้านบนซ้าย
10. ติดภาพรูปศิลปินโอเวอร์-แมนค์ กระโดดลอยเหนือนักดนตรีสีดำ ส่วนล่างซ้ายจัดในภาพสมดุลย์กับสัญลักษณ์ศิลปิน
11. ติดภาพเครื่องหมายการค้า Lay-Out และ Onpa ด้านล่างมุมขวา

12. นำใบถ่ายเอกสารสีขนาดเท่าของจริง A3
13. นำโปสเตอร์มาตัดออกตามขนาด
14. ติดสติ๊กเกอร์ใส เพื่อความฉ่ำแวว สวยงาม



ผลงานชิ้นที่ 4 โปสเตอร์แบบที่ 2



ผลงานเทพที่เสร็จสมบูรณ์

บทที่ 4

อภิปรายผลและสรุป

ผลที่ได้รับ

1. ทำให้รู้จักการออกแบบเพื่อการนำเสนอศิลปิน สามารถถ่ายทอดรูปแบบเฉพาะตัวของศิลปินเพลงออกมาให้สอดคล้องกับแนวเพลงนั้น ๆ และถึงจุดเด่นที่จะดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคจากศิลปินเพลงอื่น ๆ ในวงการเพลงไทยในปัจจุบัน ด้วยรูปแบบที่แปลกและแตกต่างออกไป เพราะธุรกิจนี้มีอัตราการแข่งขันสูงมาก
2. ทำให้สามารถแก้ปัญหาในการจัดวางองค์ประกอบศิลป์บนหน้าปกเพลง ปกแผ่นเสียง โปสเตอร์ หลังจากการกำหนดรูปแบบศิลปิน ไม่ว่าจะเป็นบุคลิก การแต่งกาย สีผมแล้ว ข้าพเจ้าได้สังเกตเห็นภาพหน้าปกในหลาย ๆ รูปแบบต่าง ๆ กัน รวมทั้งโลโกศิลปิน ซึ่งกว่าจะลงตัวได้ผ่านการสเก็ตช์มากมายกว่าจะลงตัวเป็นปกเพลง ปกแผ่นเสียงและโปสเตอร์ตัวจริง สามารถแก้ปัญหาได้ว่าหาอย่างไรให้ดูสวยงามตรงตามรูปแบบที่คิดเผงไว้ และให้ตัวศิลปิน โลโกศิลปินโดดเด่นสะดุดตา โดยไม่ถูกกลืนไปกับองค์ประกอบต่าง ๆ ในภาพปก
3. ให้ประสบการณ์จริงในการผลิตปกเพลงโดยได้ปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญในด้าน การออกแบบปกเพลง ได้มีประสบการณ์จริงและคลุกคลีกับการถ่ายปกเพลง การออกแบบเพื่อการนำเสนอศิลปินในรูปแบบต่าง ๆ กัน จนกระทั่งถึงขั้นตอนลงมือปฏิบัติจริง การออกแบบเพื่อการนำเสนอศิลปิน การทำปกเพลง ปกแผ่นเสียง โปสเตอร์ และซึ่งได้ให้คำแนะนำต่าง ๆ มากมาย ได้ทราบถึงความจริงที่ว่า ศิลปินโดยส่วนใหญ่ที่วางจำหน่ายในปัจจุบัน การออกแบบเพื่อนำเสนอศิลปินบนปกเพลงเน้นหน้าศิลปินบนปกเพลงให้ดูสวยงาม และมีเครื่องหมายประจำตัวศิลปินติดอยู่เสียส่วนใหญ่ ไม่กล้าที่จะฉีกตัวออกจากความจำเจซ้ำซาก มุ่งหวังผลทางการตลาดเป็นสำคัญ แนวเพลงของศิลปินอีกแนวมาก แค่นำปกกลับธรรมดา

ซึ่งเป็นปัญหาหนึ่ง การที่พัฒนาการที่ออกแบบภาพปกที่ค่อนข้างล้ำหลังของไทย ซึ่งถ้าเป็นในความเป็นจริงแล้ว การผลิตผลงานเพลงบริษัทเพื่อย่อมต้องคำนึงถึงตลาดเป็นสำคัญ ชาวเจ้าจึงต้องการนำเสนอศิลปินในแบบที่ยังไม่มีในตลาดเพลงเมืองไทยปัจจุบัน ซึ่งหวังว่าในอนาคตตลาดเพลงไทยคงจะกว้างขวางหลากหลายมากขึ้น

ปัญหา

1. การออกแบบไม่ลงตัว ไม่เข้ากับแนวเพลง จะต้องผ่านการศึกษาแนวเพลง ให้ลึกซึ้ง ถ่องแท้ เข้าใจบุคลิกของศิลปิน ความสามารถพิเศษอย่างแท้จริงจึงจะสามารถจับจุดดึงดูดใจแตร็คเตอร์ส่วนตัวของศิลปินออกมาได้ประสบความสำเร็จ จะต้องผ่าน Skeetch หลาย ๆ ครั้ง นำมาเปรียบเทียบความเหมาะสม ให้ลงตัวที่สุดกับศิลปิน ผลที่ได้คือผลสรุปของการนำเสนอรูปแบบนำเสนอศิลปินนั้น ๆ ในปกเพป ปกแผ่นเสียง โปสเตอร์ สื่อมวลชนต่าง ๆ ทุกแขนง
2. การถ่ายเอกสารสี มีปัญหาคือ สีจะผิดเพี้ยนไปจากต้นฉบับจริง คือบางเครื่องสีจะอ่อนจากต้นฉบับ การทำ Art Work ต้องทำให้เข้มกว่าผลงานที่ต้องการจึงจะได้ผลดังที่ต้องการ หรือบางเครื่องจะได้สีใกล้เคียงต้นฉบับจริงมากกว่า แต่อย่างไรก็ตามควรทำ Art Work นี้ให้สีเข้มเข้มกว่าความเป็นจริง เมื่อจะทำการถ่ายเอกสารสี

การถ่ายเอกสารเป็นเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่สะดวกมาก แต่มีข้อเสียคือราคาที่ค่อนข้างสูงกว่าการถ่ายเอกสารธรรมดา จึงทำให้ในการผลิตปกเพป ปกแผ่นเสียง โปสเตอร์ ซึ่งมีขั้นตอนมากมาย มีการแก้ไขเพิ่มเติม เปลี่ยนแปลงหลายครั้ง งบประมาณจึงค่อนข้างสูง แต่อย่างไรก็ตามการถ่ายเอกสารสีในปฏิบัติการผลิตปกเพป ปกแผ่นเสียง และโปสเตอร์ ประหยัดกว่าส่งพิมพ์จริงที่โรงพิมพ์ เนื่องจากต้องทำ Art Work เป็นขาว-ดำ จึงส่งไปแยกสีที่โรงพิมพ์ และต้องผลิตเป็นจำนวนมาก ๆ ซึ่งไม่คุ้มทุนและราคาที่แพงมาก เพราะการพิมพ์ต้องพิมพ์ที่ละจำนวนมาก ๆ เพื่อใช้ในการค้าเพปจริง

การทำปกเพป ปกแผ่นเสียง โปสเตอร์ โดยเทคนิคการถ่ายเอกสารสีในงาน
ศิลปนิพนธ์ครั้งนี้ให้ผลที่ต้องการตามแบบและเหมือนของจริงทุกประการ

ข้อเสนอแนะ

1. ในการทำศิลปนิพนธ์จำเป็นต้องมีการมีที่ปรึกษาเชี่ยวชาญ
ด้านนั้น ๆ ให้คำแนะนำเกี่ยวกับเทคนิคต่าง ๆ เพื่อแนะวิธีการแก้ปัญหา แนะนำการทำผลงาน
ให้ได้คุณภาพจากผลงานที่ได้ทำมาทั้งหมด ได้รับคำแนะนำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญทางการ
ทำปกเพปโดยเฉพาะ จึงสามารถนำเสนอสิ่งที่เป็นการแก้ปัญหาปกเพปในปัจจุบันในอีกรูปแบบหนึ่ง
และได้ผลงานทั้งที่ต้องการ
2. ตั้งกำหนดเวลาทำงานให้แน่นอน เพื่อความลงตัวต้องการทำงานได้ทันกำหนด
การและปฏิบัติตามขั้นตอนและเผื่อเวลาไว้หากงานไม่ได้ดังต้องการจะได้แก้ไขได้ทัน
ซึ่งข้าพเจ้าได้มีการวางแผนกำหนดเวลาไว้แน่นอน เคร่งครัด จึงสามารถทำงานได้ตาม
กำหนดการ
3. ควรเตรียมทีมงานช่วยทำศิลปนิพนธ์ให้พร้อมล่วงหน้าว่ามีใครบ้าง มีกำหนดการ
เมื่อไหร่ เพื่อทีมงานจะได้พร้อมเพรียง เพราะอาจมีบางคนไปช่วยในหลายงาน งานนี้
ข้าพเจ้าได้บอกทีมงานล่วงหน้าจึงไม่มีปัญหา และใช้ผู้ช่วยเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ส่วนใหญ่
จะทำตามลำพังและมีที่ปรึกษาคอยให้คำแนะนำและดูงาน
4. การสังเกตชิ้นงาน เมื่อคิดอะไรได้ควรรีบเขียน และควรมีการสังเกตชิ้นงาน
นำความคิดต่าง ๆ มาผสมผสานกันเพื่อสรุปเป็นแนวทางนำเสนอที่แน่นอน และสามารถ
สื่อความคิดสู่ผู้บริโภคน เข้าใจได้โดยง่ายและดึงดูดใจกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด ทั้งยังมี
คุณค่าทางศิลปะอีกด้วย
5. ควรศึกษาข้อมูลในเรื่องที่จะทำให้ละเอียดองแท้เพื่อสามารถทำงานได้บรรลุ
จุดประสงค์ในการทำศิลปนิพนธ์ครั้งนี้ เนื่องจากข้าพเจ้าสนใจและมีประสบการณ์ตรงด้านนี้เป็น
ทุนเดิม จึงไม่ยากในการศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่องานออกแบบนำเสนอศิลปนิพนธ์ได้ผลสำเร็จมากที่สุด

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

ชนาพันธุ์ (2532). *Electronic and Experimental Music*, สตาร์ฟิกส์.
16(11).

ร.ส.ชม ภูมิภาค (2526). *หลักการประชาสัมพันธ์*. กทม. : โอเดียนสโตร์.

ณรุทธ์ สุทธิจิตต์ (2532). *จิตวิทยาการสอนดนตรี*. กทม. : คณะครุศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

คอน (2529). *คุยกันห้ายเล่ม, มิวสิกเอ็กซ์เพรส*. กรกฎาคม 2529.

คอน (2530). *คุยกันห้ายเล่ม, มิวสิกเอ็กซ์เพรส*. มิถุนายน 2530.

คอน (2530). *คุยกันห้ายเล่ม, มิวสิกเอ็กซ์เพรส*. พฤศจิกายน 2530.

คอน (2530). *คุยกันห้ายเล่ม, มิวสิกเอ็กซ์เพรส*. กรกฎาคม 2530.

คอน (2531). *คุยกันห้ายเล่ม, มิวสิกเอ็กซ์เพรส*. เมษายน 2531.

คอน (2531). *หยุดคุยกันก่อน, มิวสิกเอ็กซ์เพรส*. ตุลาคม 2531.

ปัญญารักษ์ พูลทรัพย์ (2530). *New Age Music*, สตาร์ฟิกส์. 14(12).

ปัญญารักษ์ พูลทรัพย์ (2531). *Vinyl Mania*, สตาร์ฟิกส์. 15(12).

ยาหยี (2533). *การเคลื่อนไหวของอดีตจนถึงปัจจุบันในแวดวงดนตรีกาล*, สตาร์ฟิกส์.
17(7).

ยาหยี (2533). *การเคลื่อนไหวของอดีตจนถึงปัจจุบันในแวดวงดนตรีกาล*, สตาร์ฟิกส์.
17(8).

ยาหยี (2533). *การเคลื่อนไหวของอดีตจนถึงปัจจุบันในแวดวงดนตรีกาล*, สตาร์ฟิกส์.
17(9).

ยาหยี (2533). *การเคลื่อนไหวของอดีตจนถึงปัจจุบันในแวดวงดนตรีกาล*, สตาร์ฟิกส์.
17(10)

ลักดา สุขพานิช (2526). หลักการโฆษณา. กทม. : สยามออฟเซ็ท

สองหนึ่งหนึ่งสอง (2532). เพลงไทยในแง่มุมที่น่าเป็นห่วง, สดาร์ทิกส์. 16(10).

สองหนึ่งหนึ่งสาม (2533). เพลงไทยแนวรบด้านหน้าไม่เปลี่ยนแปลง, สดาร์ทิกส์.

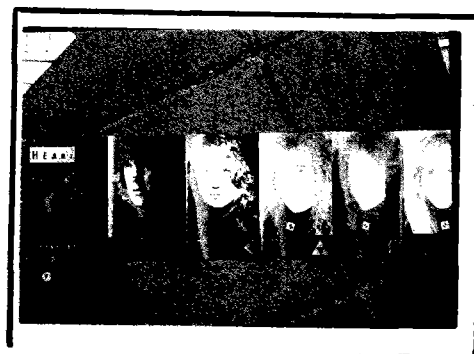
17(11).

สุกรี เจริญสุข (2532). จะฟังดนตรีอย่างไรให้ไพเราะ. กทม. : โรงพิมพ์
เรือนแก้วการพิมพ์.

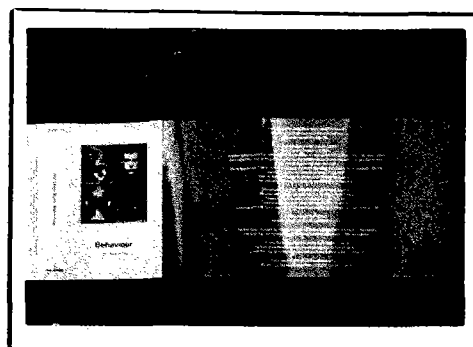
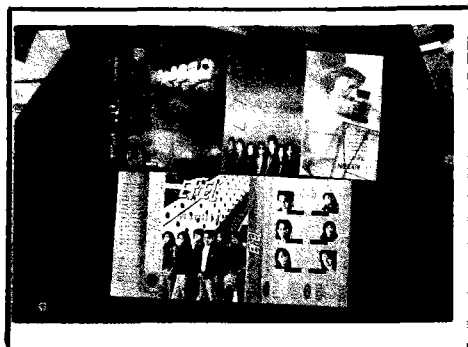
อารี สุทธิพันธุ์ (2534). การออกแบบ. กทม. : ไทยวัฒนาพานิช

ภาคผนวก

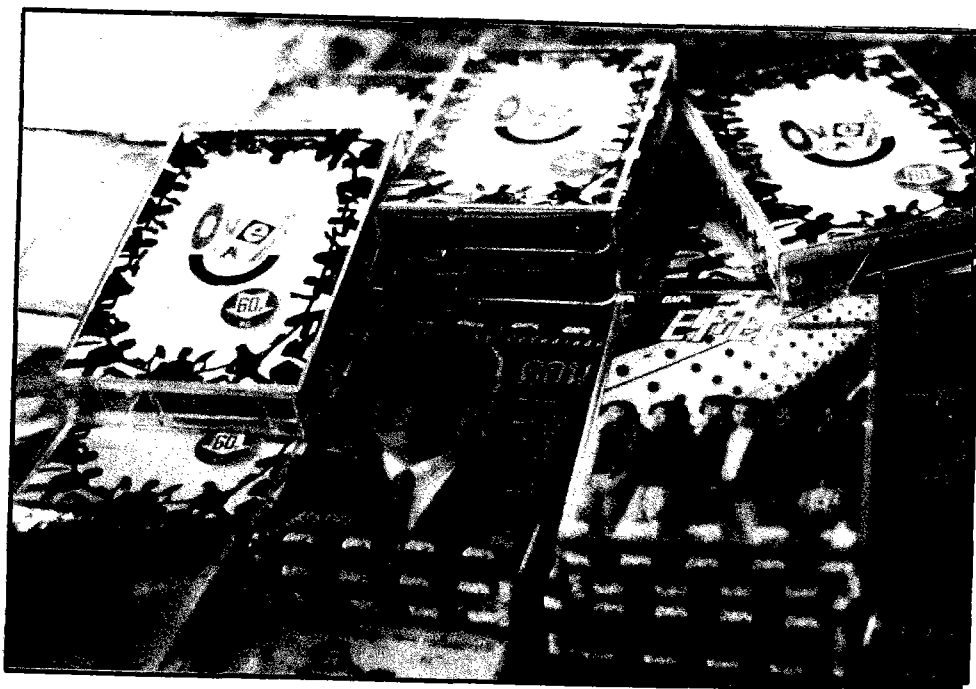
ตัวอย่างปกเทปคลาสเซ็ท



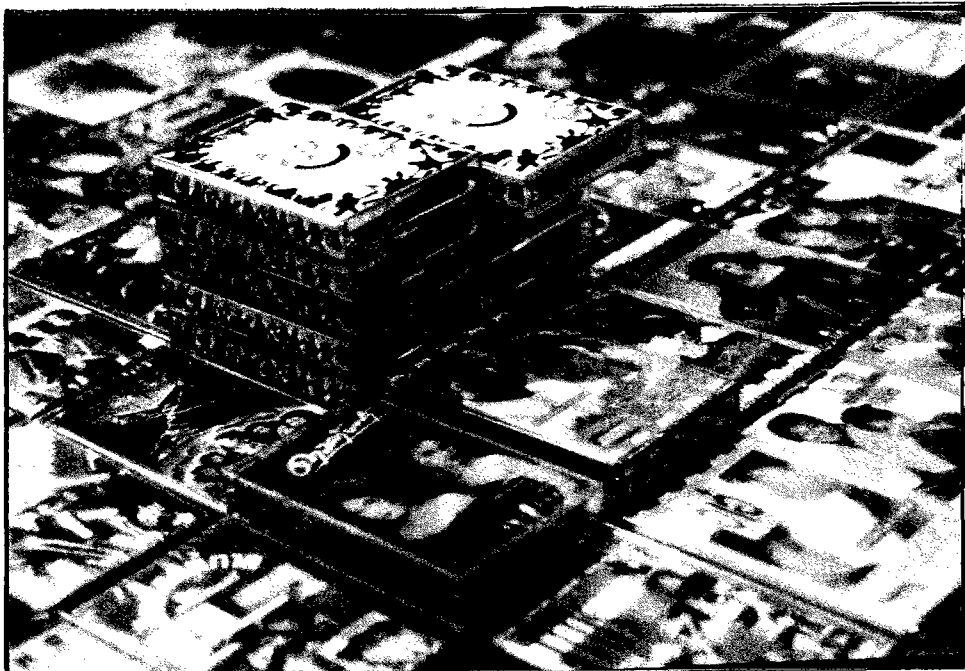
ตัวอย่างปกเพกาสซีท



ภาพผลงานเพลงออกจำหน่ายวางแผง 1



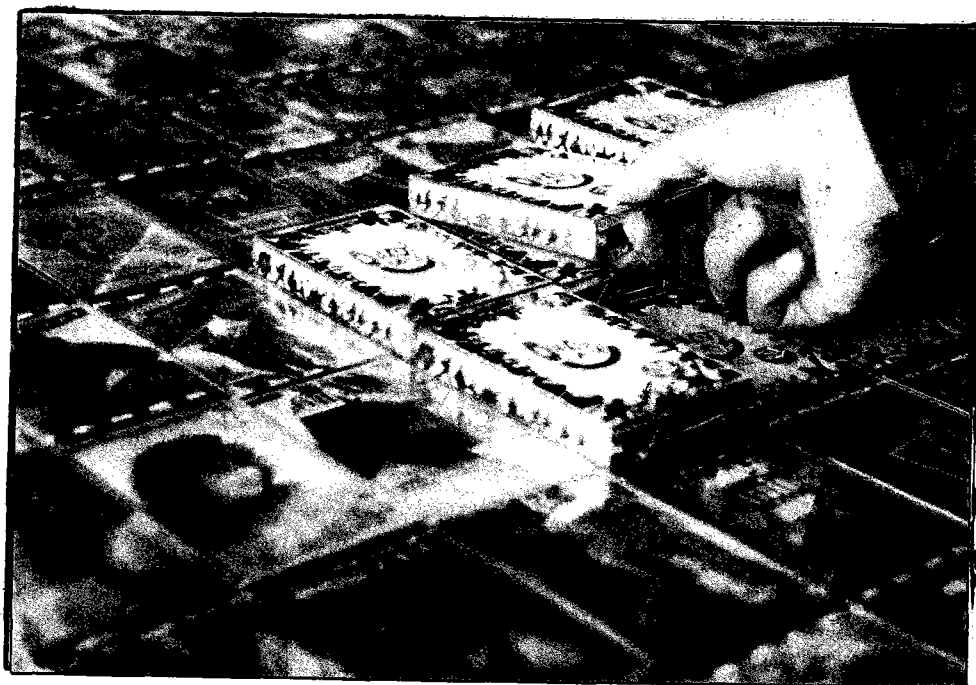
ภาพหลังผลงานเพลงออกจำหน่ายวางแผง 2



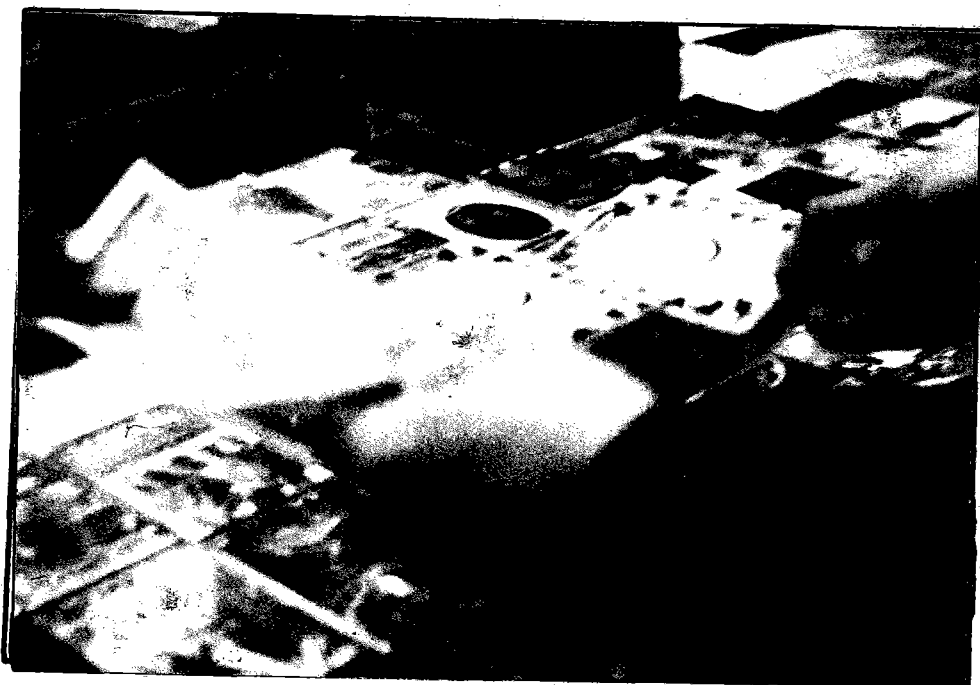
ภาพผลงานเพลงออกจำหน่ายวางแผง 3



ภาพผลงานเพลงออกวางจำหน่ายวางแผง 4



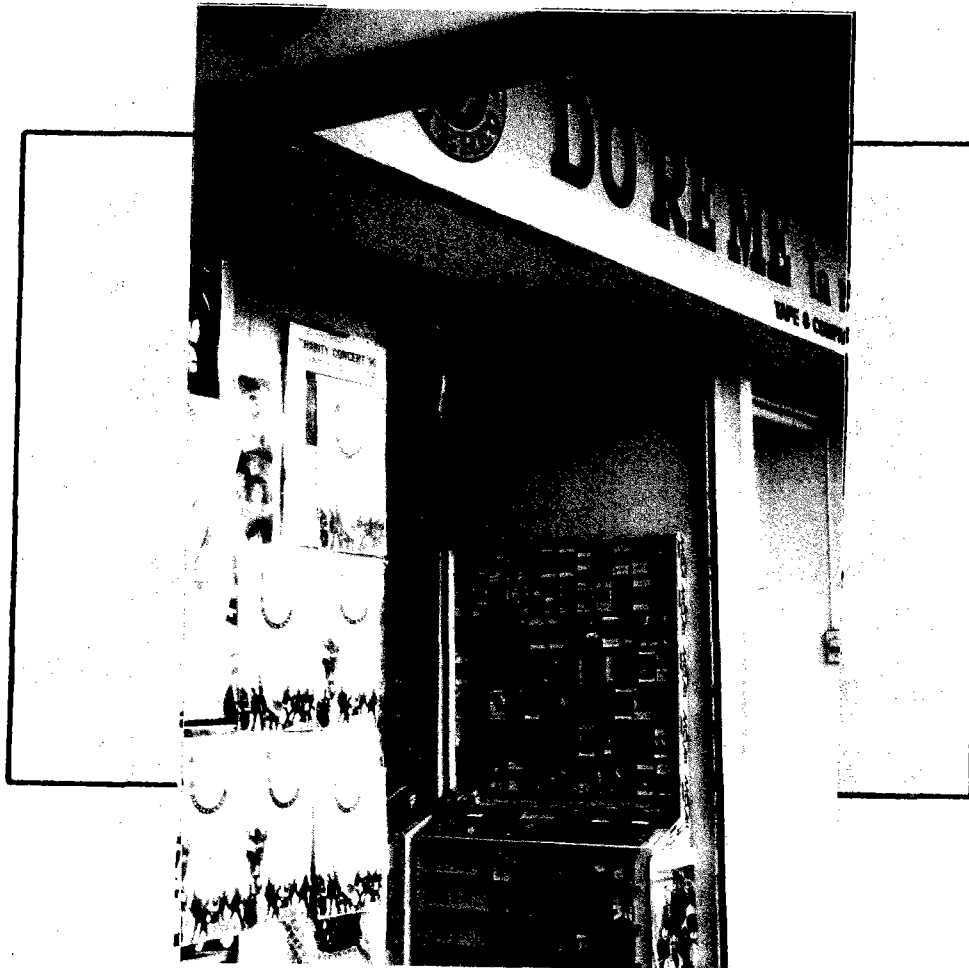
ภาพหลังผลงานเพลงออกจำหน่ายวางแผง 5



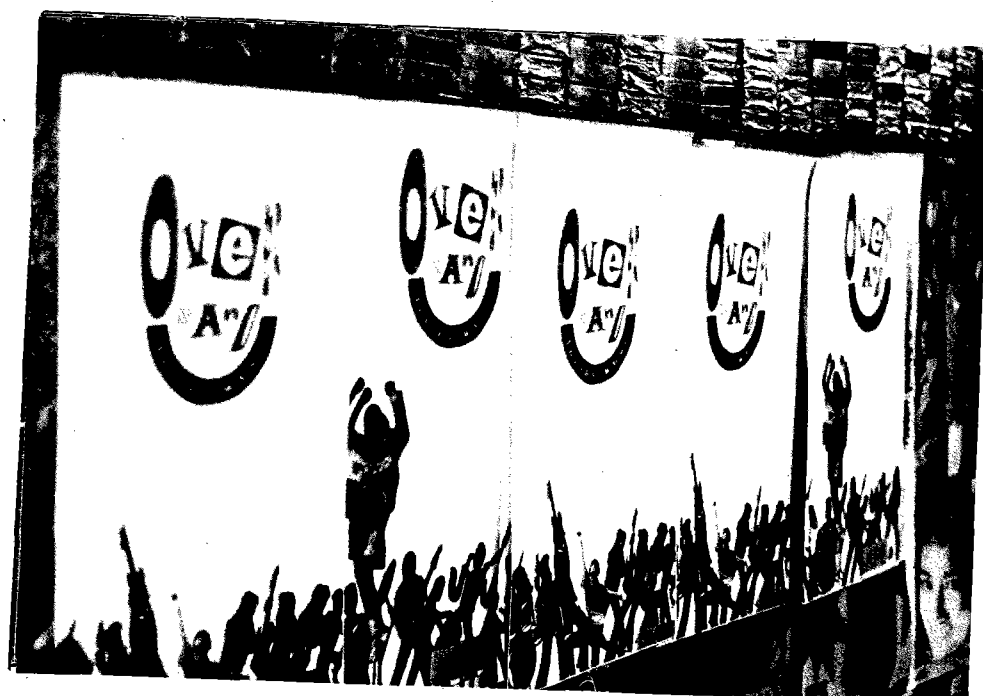
ภาพหลังผลงานเพลงออกจำหน่ายวางแผง 6



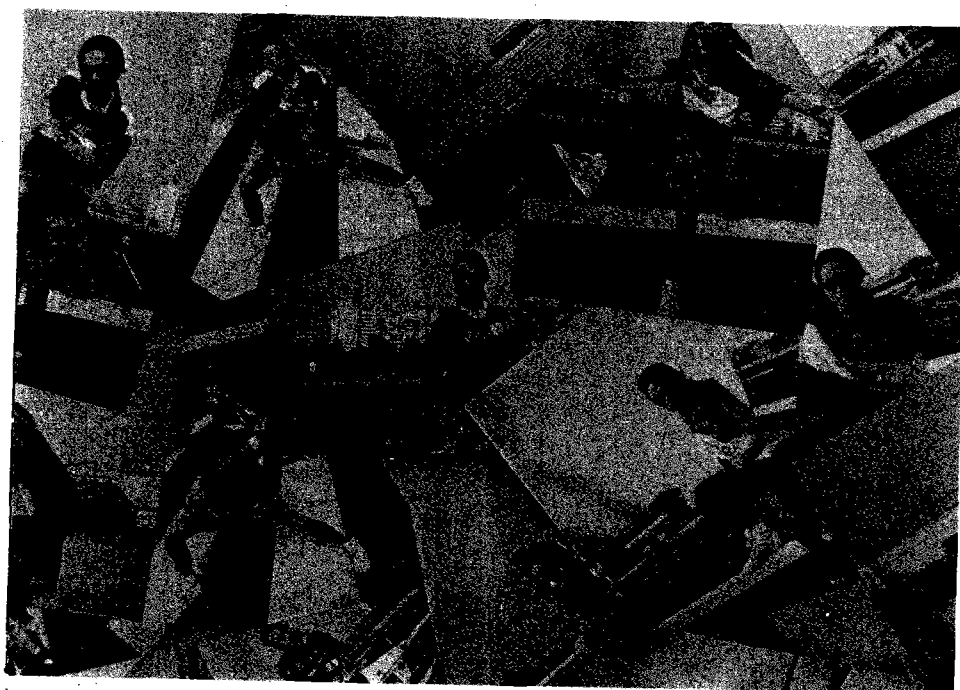
ภาพหลังผลงานเพลงออกจำหน่ายวางแผง 7



ภาพหลังผลงานเพลงออกจำหน่ายวางแผง 8



การคัดเลือกภาพฟิล์มในวิธยายต่าง ๆ



เบื้องหลังการถ่ายทำ

