

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาแนวทางการออกแบบนิตยสารเพื่อลดต้นทุนการผลิตสำหรับโครงการฝึกปฏิบัติผลิตนิตยสารของนักศึกษา” นี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการศึกษา ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการผลิตนิตยสาร

อารยะ ศรีกัลยาณบุตร (2550 : 292 - 230) กล่าวถึงความเป็นมาของนิตยสารว่า นิตยสารยุคแรก ๆ เช่น นิตยสารรีวิว (Review) ซึ่งพิมพ์เผยแพร่ในลอนดอน ประเทศอังกฤษ ในปี ค.ศ. 1704 นั้น ไม่มีลักษณะเหมือนกับนิตยสารในปัจจุบันเลย แต่มีลักษณะเหมือนหนังสือมากกว่า คือ เป็นหน้ากระดาษที่ประกอบด้วยตัวพิมพ์ขนาดเล็กและมีภาพประกอบน้อยมาก หรือถ้ามีก็เป็นเพียงภาพขนาดเล็ก ๆ เท่านั้น

ประมาณ 40 ปีต่อมาจากนั้น ความคิดเรื่องการทำนิตยสารได้เดินทางมาถึงประเทศสหรัฐอเมริกา แต่นิตยสารแรก ๆ ในประเทศสหรัฐอเมริกาดังกล่าวไม่ประสบความสำเร็จเพราะมีผู้อ่านจำนวนน้อย จนถึงปี ค.ศ. 1825 จึงมีผู้อ่านจำนวนเพิ่มมากขึ้น สนับสนุนให้เกิดนิตยสารขึ้นมากกว่าร้อยฉบับ แต่ความนิยมในการอ่านนิตยสารก็ยังอยู่ในกลุ่มคนที่มีกำลังทรัพย์สูง เนื่องจากเป็นสื่อที่ถือว่ามียาราคาแพงในขณะนั้น

กว่า 50 ปีต่อมา นิตยสารจึงได้รับความนิยมในวงกว้าง จนนับได้ว่าเป็นสื่อสารมวลชนอีกแขนงหนึ่งอย่างแท้จริง นิตยสารเปลี่ยนจากสื่อที่เกิดขึ้นและหายไปจากตลาดอย่างรวดเร็ว เป็นสื่อที่สำคัญและมั่นคง มีการเผยแพร่ต่อเนื่องยาวนาน บางฉบับยังคงพิมพ์เผยแพร่ต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน เช่น นิตยสารเนชันแนล จีโอกราฟิกส์ (National Geographics) ซึ่งเริ่มเผยแพร่ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1899 นิตยสารไทม์ (Time) ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1923 และนิตยสารไลฟ์ (Life) ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1936 เป็นต้น

เมื่อเปรียบเทียบทางการออกแบบกับสิ่งพิมพ์อื่น ๆ แล้ว นิตยสารนับว่าเป็นสิ่งพิมพ์ที่มีการพัฒนาก้าวหน้า และมีการค้นพบแนวทางใหม่ ๆ ทางการออกแบบอย่างมากและจริงจังกที่สุด โดยนิตยสารได้พัฒนาจากหน้ากระดาษที่มีตัวพิมพ์ขนาดเล็กเต็มหน้าซึ่งทำให้ดูเหมือนกับหนังสือพิมพ์ขนาดเล็ก จนกลายเป็นนิตยสารที่เน้นการนำเสนอภาพขนาดใหญ่เต็มหน้าปก และมีความหลากหลายในการใช้องค์ประกอบในการออกแบบต่าง ๆ

นิตยสารในลักษณะที่พบเห็นกันทั่วไปในปัจจุบัน มีต้นรากมาจากนิตยสารสำหรับผู้หญิงเมื่อ 70 ปีก่อน เช่น โว้ก (Vogue) และ เวนิตี้ แฟร์ (Vanity Fair) รวมถึงนิตยสารคุณภาพ เช่น ฟอ์ตูน (Fortune) ซึ่งปฏิวัติรูปแบบเดิม ๆ ของการออกแบบนิตยสารที่เน้นการใช้ตัวพิมพ์จำนวนมาก โดยเริ่มใช้ภาพวาดขนาดใหญ่ภาพเดียวเต็มปกหน้า ทำให้เกิดรูปแบบมาตรฐานใหม่ในการออกแบบปกหน้าของนิตยสารที่เรียกว่า “ปกแบบโปสเตอร์” (Poster cover) เนื่องจากมีภาพขนาดใหญ่และมีตัวอักษรจำนวนน้อย เมื่อมองดูแล้วจะเหมือนโปสเตอร์ ต่อมานิตยสารได้สืบทอดและช่วยส่งเสริมความนิยมในแนวโน้มนี้ด้วยการเปลี่ยนจากการใช้ภาพวาดมาใช้ภาพถ่ายที่สวยงามน่าดึงดูดใจขนาดใหญ่เพียงภาพเดียวเต็มปกหน้า การใช้ปกหน้าแบบโปสเตอร์สำหรับนิตยสารกลายเป็นแนวโน้มหลัก ซึ่งก็ยังคงเป็นแนวทางที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในการใช้ออกแบบนิตยสารอยู่ในปัจจุบัน

ประเภทของนิตยสาร

การจำแนกนิตยสารจะแยกตามประเภทของเนื้อหา แบ่งออกเป็น 6 ประเภทใหญ่ ๆ ดังนี้ (อารยะ ศรีกัลยาณบุตร 2550 : 231 - 233)

1. นิตยสารทั่วไป (General magazine) เป็นนิตยสารที่มีผู้อ่านที่เป็นกลุ่มเป้าหมายกว้างกว่านิตยสารประเภทอื่น เป็นนิตยสารที่นิยมทำกันในช่วงแรก ๆ ของการทำนิตยสารในอดีต จะมีเนื้อหาครอบคลุมในสิ่งที่คนทั่วไปสนใจ แต่ในปัจจุบันไม่เป็นที่นิยมทำกันแล้ว เนื่องจากเป็นเรื่องยากที่จะทำนิตยสารที่ถูกต้องใจผู้อ่านหลาย ๆ กลุ่มได้ ตัวอย่างเช่น นิตยสารเนชั่นแนล จีโอกราฟิก (National Geographic) นิตยสารสารคดี และนิตยสารสรรสาระหรือรีดเดอร์ส ไดเจสต์ (Reader's Digest) เป็นต้น

2. นิตยสารเฉพาะ (Specialized magazine) เป็นนิตยสารที่มีผู้อ่านเป็นกลุ่มเฉพาะเจาะจง และเป็นกลุ่มคนที่มีลักษณะภูมิหลัง ลักษณะทางจิตวิทยา และพฤติกรรมในการดำเนินชีวิตคล้ายคลึงกัน อีกทั้งมีความสนใจในสิ่งต่าง ๆ ใกล้เคียงกัน นิตยสารเฉพาะนี้สามารถแบ่งเป็นกลุ่มย่อย ๆ ดังนี้

2.1 นิตยสารผู้หญิง เป็นนิตยสารที่มีผู้อ่านเป็นกลุ่มผู้หญิงเป็นหลัก เป็นประเภทของนิตยสารที่มีการแข่งขันสูงและมีคู่แข่งในท้องตลาดจำนวนมาก เนื่องจากเป็นนิตยสารที่มักได้รับการสนับสนุนจากสินค้าต่าง ๆ ในการใช้เป็นสื่อโฆษณา ทั้งการลงโฆษณาโดยตรงและการโฆษณาที่แฝงในรูปบทความต่าง ๆ นิตยสารผู้หญิงจะมีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องความสวยความงามเป็นส่วนใหญ่ บางทีจึงมีผู้เรียกนิตยสารประเภทนี้ว่า นิตยสารแฟชั่น นิตยสารผู้หญิงในปัจจุบันมีแนวโน้มที่จะพัฒนาให้เจาะกลุ่มผู้หญิงที่แคบลง เนื่องจากโอกาสเปิดกว้างขึ้นทำให้ผู้หญิงสามารถมีบทบาท

มากขึ้นมากกว่าจะเป็นเพียงแม่บ้านเหมือนในอดีต ทำให้ผู้หญิงในสังคมมีการแบ่งออกเป็นกลุ่มย่อยลงไปได้อีก อย่างไรก็ตาม นิตยสารผู้หญิงส่วนใหญ่ก็ยังคงเน้นเนื้อหาอยู่ที่เรื่องความสวยความงาม และดูแลรักษาตนเองอยู่ ตัวอย่างเช่น นิตยสารหญิงไทย นิตยสารขวัญเรือน นิตยสารคลีโอ (Cleo) และนิตยสารเอลล์ (Elle) เป็นต้น

2.2 นิตยสารผู้ชาย เป็นนิตยสารที่มีผู้อ่านเป็นกลุ่มผู้ชายเป็นหลัก นิตยสารผู้ชายมีจำนวนไม่มากฉบับเท่ากับนิตยสารผู้หญิง เนื้อหาจะเน้นรูปแบบการใช้ชีวิต การใช้เวลาว่างทำกิจกรรมต่าง ๆ หรือบทความเกี่ยวกับบุคคลที่น่าสนใจ ตัวอย่างเช่น นิตยสารจีเอ็ม (GM) นิตยสารไฮ-คลาส (Hi-Class) และนิตยสารเมนส์เฮลท์ (Men's Health) เป็นต้น นิตยสารผู้ชายนี้รวมไปถึงนิตยสารทางเพศ เช่น นิตยสารเพลย์บอย (Playboy) และนิตยสารเอฟเอชเอ็ม (FHM) ด้วย

2.3 นิตยสารวัยรุ่น เป็นนิตยสารที่มีผู้อ่านทั้งชายและหญิง เนื่องจากในปัจจุบันวัยรุ่นเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง ทำให้นิตยสารประเภทนี้ได้รับความสนใจจากสินค้าต่าง ๆ ที่จะมาลงโฆษณา มาก เนื้อหาจะครอบคลุมค่อนข้างกว้าง ทั้งเรื่องแฟชั่น การดูแลตนเอง การใช้เวลาว่าง และความบันเทิงต่าง ๆ ตัวอย่างเช่น นิตยสารอะเดย์ (A Day) นิตยสารแฮมเบอร์เกอร์ (Hamburger) และนิตยสารไอ-สปาย (I-Spy) เป็นต้น

2.4 นิตยสารข่าว เป็นนิตยสารที่มีผู้อ่านเป็นกลุ่มที่สนใจเรื่องข่าวต่าง ๆ ซึ่งก็มักจะเป็นกลุ่มผู้ชายที่ทำงานแล้วเป็นหลัก เนื้อหาจะครอบคลุมการสรุปข่าว การวิเคราะห์เจาะลึก การวิจารณ์ และนำเสนอทัศนคติ รวมไปถึงสารคดีที่เกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เป็นข่าว นิตยสารข่าวส่วนใหญ่จะมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับเรื่องการเมือง ทำให้บางครั้งมีการเรียกนิตยสารประเภทนี้ว่า นิตยสารข่าวการเมือง ตัวอย่างเช่น นิตยสารเนชั่นสุดสัปดาห์ นิตยสารมติชนสุดสัปดาห์ และนิตยสารสยามรัฐ สัปดาห์วิจารณ์ เป็นต้น

2.5 นิตยสารธุรกิจ เป็นนิตยสารที่มีผู้อ่านเป็นกลุ่มที่สนใจเรื่องราวต่าง ๆ ทางด้านเศรษฐกิจและการเงิน มีเนื้อหาครอบคลุมทางด้านการเงินการธนาคาร การค้า การผลิต อุตสาหกรรมการบริหารจัดการ ข่าวความเคลื่อนไหวทางด้านธุรกิจ นโยบายหรือกฎระเบียบใหม่ทางด้านการพาณิชย์ ตัวอย่างเช่น นิตยสารการเงินการธนาคาร นิตยสารอีคอนนิวส์ (Econnews) และนิตยสารคอกเบียร์ เป็นต้น

2.6 นิตยสารบันเทิง เป็นนิตยสารที่มีผู้อ่านที่มีเวลาและสนใจข่าวคราวในแวดวงบันเทิง มีเนื้อหาครอบคลุมเรื่องราวเกี่ยวกับดารา นักร้อง นักแสดง ข่าวภาพยนตร์ หรือวงดนตรีใหม่ ๆ รวมทั้งบทวิจารณ์ต่าง ๆ ตัวอย่างเช่น นิตยสารบันเทิงคดี นิตยสารทีวีพูล นิตยสารกอสซิปสตาร์ (Gossip Star) และนิตยสารดารารูปหรือสตาร์พิกส์ (Starpics) เป็นต้น

2.7 **นิตยสารบ้าน ตกแต่ง และศิลปะ** เป็นนิตยสารที่มีผู้อ่านเป็นกลุ่มที่มีบ้านหรือกำลังจะมีบ้านหรือสนใจด้านการออกแบบ การตกแต่งและศิลปะ นิตยสารประเภทนี้ได้รับความนิยมเนื่องจากมีประโยชน์ในด้านการให้แนวคิดที่นำไปประยุกต์ใช้ได้ ตัวอย่างเช่น นิตยสารบ้านและสวน นิตยสารมายโฮม (My Home) และนิตยสารรูม (Room) เป็นต้น

2.8 **นิตยสารเฉพาะด้านอื่น ๆ** เป็นนิตยสารที่มีผู้อ่านเป็นกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเช่นเดียวกัน ซึ่งมียู่มากมายในปัจจุบันและนับวันจะมีมากขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องจากความซับซ้อนของสังคมและการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ทำให้มีการรวมกลุ่มความสนใจเฉพาะเรื่องกันมากขึ้น ทำให้เกิดนิตยสารที่ตอบสนองความสนใจของกลุ่มแต่ละกลุ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ด้วย นิตยสารประเภทนี้ได้แก่ นิตยสารด้านคอมพิวเตอร์ เช่น นิตยสารคอมพิวเตอร์เวิลด์ (Computerworld) และนิตยสารฟิวเจอร์เกมเมอร์ (Future Gamer) เป็นต้น นิตยสารเกี่ยวกับรถยนต์ เช่น นิตยสารยานยนต์และนิตยสารคาร์ (Car) เป็นต้น นิตยสารสำหรับแม่และลูก เช่น นิตยสารรักลูก และนิตยสารแม่และเด็ก เป็นต้น

3. **นิตยสารหรือวารสารวิชาชีพ (Trade magazine/journal or Professional magazine/journal)** เป็นนิตยสารที่มีผู้อ่านเป็นบุคคลในกลุ่มอาชีพเดียวกัน เช่น แพทย์ สถาปนิก ฯลฯ โดยเนื้อหาจะเน้นเรื่องราวในวิชาชีพนั้น ๆ ทั้งในเชิงความเคลื่อนไหว ความก้าวหน้าใหม่ ๆ การรายงานผล การวิจารณ์ รวมทั้งเรื่องราวเกี่ยวกับบุคคลที่มีความสำคัญในวิชาชีพ นิตยสารประเภทนี้มักจะไม่มีวางขายตามร้านทั่วไป ต้องมีการบอกรับเป็นสมาชิก ตัวอย่างเช่น วารสารวิชาชีพบัญชี วารสารพยาบาล และวารสารวิชาการเกษตร เป็นต้น

4. **นิตยสารสมาคม (Association magazine)** เป็นนิตยสารที่ออกโดยสมาคมหรือองค์กร มีผู้อ่านเป็นสมาชิกของสมาคมนั้น ๆ ซึ่งอาจจะเป็นสมาคมทางด้านวิชาชีพ เช่น สมาคมสถาปนิกหรือสมาคมทางการศึกษา สมาคมศิษย์เก่า เนื้อหาส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับข้อมูลข่าวสารและกิจกรรมต่าง ๆ ของสมาคม รายงานทางด้านค่าใช้จ่าย และอาจมีบทความเรื่องน่ารู้ประกอบด้วย นิตยสารประเภทนี้มีทั้งแบบที่วางขายตามร้านหนังสือ และแบบที่ไม่มีการวางขายตามร้านทั่วไป ซึ่งเป็นการคิดเงินรวมไว้กับค่าสมาชิกที่จ่ายให้สมาคม และส่งให้สมาชิกของสมาคมโดยตรง ตัวอย่างเช่น นิตยสารข่าวช่าง ของสมาคมอุตสาหกรรมก่อสร้างไทย และนิตยสารไทย สปา เวลล์-บีอิงค์ (Thai Spa Well-being) ของสมาคมสปาไทย เป็นต้น

5. **นิตยสารประชาสัมพันธ์ (Public relation magazine)** เป็นนิตยสารที่ออกโดยบริษัทผู้ผลิต หรือองค์กรรัฐบาล มีผู้อ่านเป็นลูกค้า ลูกจ้าง และผู้ทำงานเกี่ยวข้อง นิตยสารประเภทนี้มีวัตถุประสงค์หลักคือ การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ผู้จัดทำ เนื้อหาจึงเน้นไปที่การพัฒนา การขยายหรือกิจกรรมต่าง ๆ นิตยสารประชาสัมพันธ์มักจะไม่มีวางขายตามร้านทั่วไป แต่จะส่งให้ผู้ที่

เป็นลูกค้า ลูกจ้าง หรือผู้ที่ทำงานเกี่ยวข้องโดยตรง ตัวอย่างเช่น นิตยสารเอสซีจี ดีไลท์ (SCG Delight) เป็นต้น

6. นิตยสารแทรกในหนังสือพิมพ์ (Magazine in Newspaper) เป็นนิตยสารที่ออกโดยหนังสือพิมพ์ โดยแทรกไว้ในฉบับวันใดวันหนึ่งของสัปดาห์ ซึ่งส่วนใหญ่แล้วจะเป็นวันอาทิตย์ มีเนื้อหาครอบคลุมหลากหลาย แต่มักเป็นเรื่องที่ไม่ได้เป็นข่าวซึ่งต้องเสนอย่างรวดเร็ว ได้แก่ เรื่องสถานที่ท่องเที่ยว ภาพยนตร์ ฯลฯ นิตยสารแทรกในหนังสือพิมพ์มักจะมีขนาดเล็กกว่าขนาดหนังสือพิมพ์ เช่น หากเป็นหนังสือพิมพ์ขนาดเต็มแผ่น มักจะใช้นิตยสารแทรกในหนังสือพิมพ์ขนาดครึ่งแผ่น ตัวอย่างเช่น นิตยสารท่องเที่ยวเดินทาง ของหนังสือพิมพ์คมชัดลึก และนิตยสารสบาย ของหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ เป็นต้น

ลักษณะของนิตยสาร

กนกวรรณ นະนะกร (2542, อ้างถึงใน รูปนันท อ่อนศรี 2550 : 13-14) อธิบายถึงลักษณะของนิตยสารหรือวารสารไว้ดังนี้

1. เป็นสิ่งพิมพ์ต่อเนื่อง มีกำหนดเวลาออกที่แน่นอน และมีความต่อเนื่องไม่มีกำหนดว่าจะสิ้นสุดที่ฉบับใด ระยะเวลาที่นิยมออก ได้แก่

- รายสัปดาห์ (Weekly) กำหนดออกสัปดาห์ละครั้ง ปีละ 52 ฉบับ
- รายปักษ์ (Fortnightly) กำหนดออกทุก 2 สัปดาห์ ปีละ 26 ฉบับ
- รายครึ่งเดือน (Semimonthly) กำหนดออกเดือนละ 2 ครั้ง ปีละ 24 ฉบับ
- รายเดือน (Monthly) กำหนดออกเดือนละครั้ง ปีละ 12 ฉบับ
- รายหกเดือน หรือรายครึ่งปี (Semiannually) กำหนดออกทุก 6 เดือน
- รายปี (Annually) กำหนดออกปีละฉบับ

2. มีเลขกำกับประจำฉบับ ได้แก่ เลขปีที่ (Volume) เลขฉบับที่ (Issue Number) และวันเดือนปี (Date) การนับลำดับอาจนับเป็นปี ๆ เช่น นิตยสารหรือวารสารรายเดือน แต่ละปีจะมีตั้งแต่ฉบับที่ 1-12 หรืออาจนับต่อเนื่องไปเรื่อย ๆ เช่น ฉบับแรกของปีที่ 2 นับเป็นฉบับที่ 13 เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังมีตัวเลขอีกชุดหนึ่งเป็นเลขเฉพาะที่แน่นอน ไม่มีการเปลี่ยนแปลง คือ เลขรหัสประจำเพื่อการควบคุมทางบรรณานุกรมในระบบนิตยสารหรือวารสารระหว่างชาติ เรียกว่า “เลขสากลประจำวารสาร” (International Standard Serial Number หรือ ISSN) ซึ่งศูนย์ข้อมูลวารสารระหว่างชาติระดับสากลมอบให้ศูนย์ข้อมูลวารสารระหว่างชาติประจำประเทศสมาชิกแต่ละประเทศเป็นผู้กำหนดให้แก่วารสารแต่ละชื่อในประเทศของตน โดยในประเทศไทยมีหอสมุดแห่งชาติเป็นผู้ดำเนินการนี้ โดยจะต้องพิมพ์ไว้ที่หน้าปก หรือหน้าปกใน หรือสันของวารสาร ใกล้เคียง

กับชื่อวารสาร มีตัวอักษร ISSN ตามด้วยตัวเลข 8 ตัว และมีเครื่องหมายติดกัน (-) คั่นระหว่างเลข 4 ตัวแรกและ 4 ตัวหลัง เช่น นิตยสาร ars Magazine ISSN 2228-8023

3. รูปเล่ม มักทำให้บางส่วนมีลักษณะเหมือนกันทุกฉบับ เพื่อให้ผู้อ่านสังเกตเห็นและจำได้ง่าย เช่น ขนาด รูปแบบ และสีของตัวอักษร ชื่อของนิตยสาร และสัญลักษณ์ประจำของนิตยสาร

4. เนื้อหา นิตยสารมักจะประกอบด้วยบทความทั่วไป สารคดี บันเทิง มีคอลัมน์ประจำ เช่น คอลัมน์บรรณาธิการ ทั้งนี้เป็นไปตามประเภทและวัตถุประสงค์ของนิตยสารแต่ละฉบับ

5. ผู้จัดพิมพ์ อาจเป็นเอกชน หน่วยงานราชการ สถาบัน รัฐวิสาหกิจ หรือชมรม โดยมีวัตถุประสงค์บางประการ เช่น เพื่อเผยแพร่ความรู้ เพื่อประชาสัมพันธ์หน่วยงาน หรือเพื่อธุรกิจการค้า เป็นต้น

6. การเผยแพร่ มีทั้งแจกฟรีและจำหน่าย หรือการแจ้งความประสงค์ขอรับเป็นสมาชิกประจำ

จงจิต ศรีพรรณ (2543 : 3) ได้สรุปลักษณะของนิตยสารไว้ว่า เนื้อหา (Content) ของนิตยสารมิได้แตกต่างไปจากเนื้อหาที่เสนอทางหน้าหนังสือพิมพ์รายวันแต่อย่างใด กล่าวคือ เนื้อหาในหน้าหนังสือพิมพ์เสนอข่าว บทความ นวนิยาย บันเทิง โฆษณา เช่นเดียวกับเนื้อหาที่เสนอทางนิตยสาร ยกเว้นเพียงเนื้อหาที่เป็นข่าวด่วนเท่านั้นที่นิตยสารไม่สามารถนำเสนอได้ เพราะนิตยสารออกเป็นวาระ (Period) ส่วนหน้าหนังสือพิมพ์ออกทุกวัน ความแตกต่างของหนังสือพิมพ์และนิตยสารจึงอยู่ที่รูปเล่ม กล่าวคือ หนังสือพิมพ์มีเนื้อหาที่มากและมีขนาดใหญ่ จัดออกมาเป็นคู่ ไม่มีการเย็บเล่ม ขณะที่นิตยสารมีขนาดเล็กกว่า มีปก และมีการเย็บเล่ม ออกสม่่าเสมอ การนำเสนอเนื้อหาแก่ผู้อ่านมีความหลากหลาย ส่วนการเสนอข่าวทางนิตยสารก็มีเช่นกัน แม้จะมีช้ากว่าแต่ นิตยสารสามารถเสนอการวิเคราะห์ข่าว และการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข่าวที่เกิดขึ้น ได้ถูกต้องมากกว่าหนังสือพิมพ์ และให้ความบันเทิงได้มากพอ ๆ กับการโฆษณา

พระ จิระ โสภณ (2538 อ้างถึงใน จิตชนก นิ่มแยม 2551 : 38) กล่าวว่า นิตยสารมีความแตกต่างจากหนังสือพิมพ์โดยทั่วไป คือ นิตยสารจะเน้นนำเสนอเนื้อหาประเภทบทความ สารคดี และข้อเขียนต่าง ๆ ที่ให้ความรู้ความบันเทิงแก่ผู้อ่านมากกว่าการโฆษณาสินค้า นิตยสารมีภาพประกอบ การจัดหน้า สี สัน และรูปเล่มที่สวยงาม รูปเล่มมีความกะทัดรัดและสะดุดตา กว่าหนังสือพิมพ์ โดยปกตินิตยสารจะมีขนาด 8.5 x 11.5 นิ้ว บางฉบับมีขนาดเล็กแบบแท็บลอยด์ (Tabloid) แต่บางฉบับก็มีขนาดเล็กพอ ๆ กับพ็อกเก็ตบุ๊ก (Pocket Book) นิตยสารส่วนใหญ่จะมีปกที่พิมพ์ด้วยกระดาษหนา กว่าข้างใน ปกมีสี สัน และรูปภาพที่สวยงาม จะเย็บเล่มรวมกับเนื้อหา ส่วนความหนาหรือจำนวนหน้าของนิตยสารนั้นจะไม่แน่นอน

ส่วนประกอบของนิตยสาร

นิตยสารมีส่วนประกอบที่ต้องการการออกแบบ ดังนี้ (อารยะ ศรีกัลยาณบุตร 2550 : 234 - 236)

1. ปกหน้า

ส่วนต่าง ๆ ที่จะต้องได้รับการออกแบบและจัดวางองค์ประกอบในปกหน้าของนิตยสาร ได้แก่

1.1 แถบชื่อ หรือ “หัวหนังสือ” คือ ชื่อของนิตยสาร โดยมักจะมีรายละเอียดของฉบับ คือ ส่วนตัวอักษรที่แสดง ฉบับที่ วัน เดือน ปี ปีชวด ที่ออกเอาไว้ด้วย

1.2 ภาพ คือ ส่วนประกอบที่นำมาเพื่อช่วยเรียกความสนใจ จะมี 1 ภาพหรือหลายภาพก็ได้ และจะเลือกใช้ภาพถ่ายหรือภาพประกอบในลักษณะอื่นก็ได้

1.3 ข้อความบนปก หรือส่วนโปรยเรื่อง คือ ส่วนที่เป็นตัวอักษร ใช้เรียกความสนใจ โดยนำเสนอเรื่องเด่น ๆ ที่มีอยู่ในนิตยสาร

2. หน้าสารบัญ

ในการออกแบบหน้าสารบัญนี้มีองค์ประกอบที่จะต้องนำมาจัดวางที่สำคัญ คือ

2.1 ส่วนสารบัญ คือ ส่วนที่ระบุชื่อเรื่อง ชื่อคอลัมน์ ชื่อผู้เขียน รวมทั้งเลขหน้า

2.2 ตราสัญลักษณ์ของนิตยสาร คือ ส่วนที่ระบุรายละเอียดของนิตยสารว่าเป็นนิตยสารอะไร และคำขวัญของนิตยสารหากมี รวมไปถึงข้อความที่ระบุฉบับที่ วัน เดือน ปี ปีชวด ที่ออก ส่วนนี้เป็นส่วนที่ทำซ้ำ หรือย้ำข้อมูลในปกหน้า

2.3 พิมพ์ลักษณ์ หรือพิมพ์ประกาศ คือ ส่วนที่เป็นรายชื่อตำแหน่งและชื่อบุคคลในกองบรรณาธิการ ข้อมูลเกี่ยวกับนิตยสาร ที่อยู่ สถานที่พิมพ์ สถานที่ติดต่อ ฯลฯ

3. หน้าบทบรรณาธิการ

องค์ประกอบที่จะปรากฏอยู่ในหน้าบทบรรณาธิการนี้ ได้แก่

3.1 บทนำ หรือบทบรรณาธิการ คือ ข้อความที่เขียนโดยบรรณาธิการ อาจจะมีพาดหัวหรือไม่ก็ได้

3.2 ชื่อ หรือลายมือชื่อ คือ ส่วนที่ระบุชื่อของผู้เขียนบทบรรณาธิการ (Editorial Writer) หรือหัวหน้ากองบรรณาธิการ หรือบรรณาธิการใหญ่ นอกจากชื่อหรือลายมือชื่อแล้ว อาจจะมีภาพถ่ายหรือไม่ก็ได้

3.3 จดหมายถึงบรรณาธิการ คือ ส่วนที่บรรณาธิการใช้ในการตอบจดหมายของผู้อ่าน

4. หน้าเปิดเรื่อง

เนื้อหาของนิยายสารหรือเรื่องในนิยายสาร แบ่งได้เป็น 2 ลักษณะใหญ่ ๆ คือ บทความ และคอลัมน์ประจำ บทความ หมายถึง เรื่องที่มีเนื้อหาที่นำเสนอจบในฉบับเดียว ส่วนคอลัมน์ประจำ หมายถึง เรื่องที่มีเนื้อหาแบบเดียวกันที่มีการนำเสนอในทุก ๆ ฉบับ ส่วนใหญ่แล้วนำเสนอโดยนักเขียนคนเดิม หน้าเปิดเรื่องเป็นหน้าแรกของเรื่องไม่ว่าจะเป็นบทความหรือคอลัมน์ประจำ โดยส่วนต่าง ๆ ที่จะต้องได้รับการออกแบบและจัดวางองค์ประกอบในหน้านี้ ได้แก่

4.1 ชื่อเรื่อง คือ ส่วนที่ระบุให้ผู้อ่านทราบว่าเรื่องในหน้านั้นเป็นเรื่องอะไร

4.2 ชื่อหรือตราสัญลักษณ์คอลัมน์ประจำ คือ ส่วนที่ระบุให้ผู้อ่านทราบว่าเรื่องในหน้านั้นอยู่ในคอลัมน์ประจำอะไร

4.3 ชื่อผู้เขียน คือ ส่วนที่ระบุให้ผู้อ่านทราบว่าใครเขียนหรือเรียบเรียงเรื่องในหน้านั้น

4.4 เนื้อเรื่องในหน้าเปิดเรื่อง คือ ส่วนตอนต้นของงานเขียนหรือเรียบเรียงขึ้นเป็นเรื่อง

4.5 ภาพในหน้าเปิดเรื่อง คือ ภาพที่นำมาประกอบเพื่อเรียกร้องความสนใจ หรือส่งเสริมเรื่องหรือคอลัมน์นั้น ๆ

5. หน้าเนื้อเรื่อง

องค์ประกอบในหน้าเนื้อเรื่องนี้ไม่มีมากมายหลายอย่างเหมือนในหน้าอื่น โดยจะแยกเป็นเพียง 2 อย่าง ได้แก่

5.1 เนื้อเรื่อง คือ ส่วนที่เป็นเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ

5.2 ภาพประกอบเรื่อง คือ ส่วนที่เป็นภาพที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาที่นำเสนอ

ขนาดของนิยายสาร

ขนาดของนิยายสารมีผลต่อการออกแบบอย่างมาก ดังนั้นก่อนทำการออกแบบ จะต้องกำหนดขนาดและรูปแบบให้ชัดเจน โดยคำนึงถึงสิ่งเหล่านี้ (อารยะ ศรีกัลยาณบุตร 2550 : 239)

- ความประหยัดเรื่องต้นทุนการพิมพ์ ซึ่งต้นทุนที่สำคัญคือ ค่ากระดาษที่ใช้พิมพ์ ต้องวางแผนว่าจะกำหนดขนาดอย่างไร จึงทำให้ตัดกระดาษได้โดยไม่เหลือเศษหรือเหลือเศษน้อยที่สุด

- ความเหมาะสมในการใช้งาน คือ สามารถถือไปมาและเปิดอ่านเป็นเวลานานได้อย่างสะดวก

- สามารถวางอยู่บนชั้นหนังสือได้หรือไม่

การกำหนดขนาดนิยายสารที่นิยมโดยทั่วไป มักขึ้นอยู่กับกระดาษที่ใช้ในการพิมพ์ เช่น กรณีใช้กระดาษมาตรฐานขนาด 31 x 43 นิ้ว จะกำหนดขนาดเป็น 2 แบบ คือ ขนาด 4 หน้ายก (10.25 x 15 นิ้ว) สำหรับนิยายสารขนาดปกติ และขนาด 8 หน้ายก (7.5 x 10.25 นิ้ว) สำหรับนิยายสาร

ขนาดเล็ก หรือกรณีใช้กระดาษขนาด 24 x 35 นิ้ว จะกำหนดเป็นขนาด A4 ซึ่งเท่ากับ 8 หน้ายก (8.5 x 11.5 นิ้ว) แต่ถ้านิตยสารมีขนาดอื่นอาจจะตัดไม่ลงตัว ทำให้กระดาษเหลือเศษ และต้นทุนอาจสูงขึ้นตามไปด้วย

ในต่างประเทศ มีการแบ่งขนาดของนิตยสาร โดยเรียกตามชื่อนิตยสารที่เก่าแก่และมีชื่อเสียงที่ใช้ขนาดนั้น ๆ แต่ดั้งเดิม ซึ่งนิยมใช้กันอยู่ 3 แบบ ดังนี้

1. ขนาดนิตยสารไลฟ์ (Life-size) นิตยสารขนาดใหญ่ มีขนาดประมาณ 10.5 x 13 นิ้ว
2. ขนาดนิตยสารไทม์ (Time-size) นิตยสารขนาดกลาง มีขนาดประมาณ 8.5 x 11 นิ้ว (ใกล้เคียงขนาด A4) เป็นขนาดที่นิยมใช้กันมากที่สุด
3. ขนาดนิตยสารรีดเดอร์ส ไดเจสท์ (Reader's Digest-size) นิตยสารขนาดเล็ก มีขนาดประมาณ 5.5 x 7.5 นิ้ว

แต่ในความเป็นจริง การกำหนดขนาดของนิตยสารนั้น ไม่มีกฎเกณฑ์ที่แน่นอนตายตัว หากสังเกตตามแผงหนังสือจะพบเห็นนิตยสารต่าง ๆ มีมากมายหลากหลายขนาด องค์กรก็ตามถึงแม้ว่าจะมีขนาดที่แตกต่างกัน แต่นิตยสารแทบทั้งหมดจะเป็นนิตยสารแนวตั้ง คือมีส่วนสูงมากกว่าส่วนกว้างเสมอ และในช่วงหลังนี้ นิตยสารที่มีขนาดสี่เหลี่ยมจัตุรัส (ขนาด 11 x 11 นิ้ว) กำลังเป็นที่นิยมมากขึ้น เนื่องจากดูทันสมัย แต่จะเกิดปัญหาเรื่องต้นทุนที่สูงขึ้น เพราะทำให้กระดาษเหลือเศษมาก

รูปแบบของนิตยสาร

นิตยสารที่วางขายตามแผงหนังสือส่วนใหญ่ จะเป็นการพิมพ์เนื้อหาลงบนกระดาษแผ่นใหญ่ แล้วพับเป็น 8 16 หรือ 32 หน้า จากนั้นนำมาเข้าเล่มแล้วตัดเจียน โดยจำนวนหน้าจะกำหนดให้หารด้วยเลข 4 ลงตัว เช่น 200 หรือ 224 หน้า เป็นต้น

- รูปแบบของปกหน้า

ปกหน้า เป็นส่วนที่สำคัญที่สุด เปรียบเหมือนหน้าตาของนิตยสาร ทำให้ผู้อ่านเกิดความประทับใจเมื่อแรกเห็น และเป็นการแสดงออกถึงบุคลิกภาพของนิตยสารได้อย่างชัดเจน เราจึงควรใส่ใจกับรูปแบบของปกหน้าเป็นพิเศษ โดยคำนึงถึงสิ่งต่าง ๆ ดังนี้

- จะเลือกแบบปกหน้าในตัว หรือปกหน้าแยก

ปกหน้าในตัว คือ ปกหน้าที่ใช้กระดาษชนิดเดียวกับหน้าในและพิมพ์ไปพร้อมกันเลย แต่เหมาะจะใช้ในกรณีที่กระดาษนั้นค่อนข้างหนาและมีคุณภาพดี ส่วนปกหน้าแยก คือ ปกหน้าที่ใช้กระดาษแตกต่างจากหน้าใน ซึ่งกระดาษจะหนากว่าและพิมพ์แยกเฉพาะส่วนที่เป็นปก แต่จะมีต้นทุนสูงกว่าปกหน้าในตัว



- จะพิมพ์ด้วยกระดาษชนิดใด

โดยทั่วไป นิติสารจะเลือกใช้กระดาษในการพิมพ์ปกหน้าหนากว่ากระดาษหน้าใน เพื่อความแข็งแรงและภาพลักษณ์ที่ดี เช่น ปกหน้าใช้กระดาษ 210 แกรม ส่วนหน้าในใช้กระดาษ 120 แกรม เป็นต้น

- จะใช้เทคนิคการพิมพ์แบบใด

นิติสารส่วนใหญ่จะพิมพ์หน้าปกด้วยการพิมพ์ 4 สี และอาจใช้เทคนิคอื่น ๆ หลังจากการพิมพ์ เพื่อให้ปกหน้าดูดีที่สุด

- รูปแบบของหน้าใน

นิติสารที่พบเห็นในปัจจุบัน มีทั้งนิติสารที่พิมพ์ 4 สีทั้งเล่ม นิติสารที่พิมพ์หน้าในสีเดียว และนิติสารที่พิมพ์หน้าในบางส่วนเป็น 4 สีและบางส่วนเป็นขาวดำหรือสีเดียว ทั้งนี้ การพิมพ์สีที่แตกต่างกัน มักจะใช้กระดาษที่มีความหนาต่างกันด้วย โดยหน้าใน 4 สีอาจจะเลือกใช้กระดาษ 120-160 แกรม ในขณะที่หน้าในพิมพ์สีเดียว อาจจะเลือกใช้กระดาษ 70-80 แกรม



ตอนที่ 2 หลักการออกแบบกราฟิกและนิติสาร

การออกแบบกราฟิก หมายถึง การใช้ความคิดและสามัญสำนึกในการทำงานที่ได้วางแผนไว้ให้ได้ตามความคาดหวังอย่างสมบูรณ์ การถ่ายทอดความคิดออกมาเป็นโครงสร้างระเบียบแบบแผนต่าง ๆ ทางทัศนสัญลักษณ์เป็นการออกแบบเพื่อให้อ่าน เช่น ออกแบบหนังสือ นิติสาร โฆษณา บรรจุภัณฑ์ ป้าย โปสเตอร์ แผ่นพับ ฯลฯ ดังนั้น การออกแบบมีความสำคัญ มีดังนี้ (นรินทร์ ปานประดิษฐ์ 2546 : 7, 42)

1. การออกแบบที่ดีจะช่วยจัดระเบียบของสาระข้อมูลให้มีความกระชับและชัดเจน
2. ช่วยให้ระบบการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารมีความฉับไวและรัดกุม
3. ช่วยสร้างสรรค์สัญลักษณ์ทางสังคมเพื่อการสื่อความหมายร่วมกัน
4. ช่วยพัฒนาระบบการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
5. ทำให้ผู้รับสารเกิดแนวคิดสร้างสรรค์จินตภาพได้ดี และมีแนวคิดสิ่งใหม่อยู่เสมอ
6. สนับสนุนและส่งเสริมการสร้างค่านิยมทางความงาม
7. ส่งเสริมความก้าวหน้าทางธุรกิจและการพัฒนาทางอุตสาหกรรม

การออกแบบ ควรพิจารณาสิ่งต่อไปนี้

1. ความง่าย งานกราฟิกใดไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอในรูปแบบใดก็ตาม ควรง่ายต่อการนำไปใช้ มีขนาดพอเหมาะ ไม่ใหญ่หรือเล็กเกินไป ง่ายต่อการผลิต ไม่ยุ่งยากซับซ้อน ง่ายต่อการสื่อ

ความหมาย มีภาพชัดเจน ตัวอักษรอ่านง่าย ข้อความกระชับ

2. ความเป็นเอกภาพ ทำให้ชิ้นงานเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ซึ่งจะต้องขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์นั้น ๆ ความเป็นเอกภาพจะครอบคลุมถึงเรื่องของความคิดและการออกแบบ (Unity of Idea and Unity of Design)

3. การเน้น ภายในเนื้อที่อันจำกัดนั้นจะต้องมีการเน้น การเน้นจะเป็น ๓ จุดใดจุดหนึ่งที่เราเห็นว่ามีความสำคัญ อาจกระทำได้ด้วยภาพหรือด้วยข้อความก็ได้ โดยมีหลักว่า “ความคิดเดียวและจุดสนใจเดียว” (One Concept and One Interested)

4. ความสมดุล เป็นเรื่องของความสวยงามและความน่าสนใจ ความสมดุลในที่นี้ควรพิจารณาที่การออกแบบว่าต้องการให้เกิดอารมณ์อย่างไร เช่น เรียบง่าย สบายตา หรือว่าเร้าใจ เกิดการกระตุ้น ตื่นเต้น ฯลฯ ความสมดุลสามารถนำเสนอได้เป็น 2 ลักษณะ คือ ความสมดุลตามแบบและความสมดุลนอกแบบหรือความสมดุลสร้างสรรค์

วรวงศ์ วรชาติอุดมพงศ์ (2540 : 17) อธิบายว่า นักออกแบบกราฟิกต้องมีความเข้าใจถึงระบบการสื่อสารและกระบวนการผลิตสื่อเพื่อการสื่อความหมายโดยอ้อมแก่ งานกราฟิกไม่ใช่งานตลาด ไม่ใช่งานประชาสัมพันธ์ และงานกราฟิกไม่ใช่งานศิลปะอย่างแท้จริง นักออกแบบกราฟิกจะต้องใช้ความรู้ความเข้าใจพื้นฐานในหลาย ๆ ด้านมาประกอบกันที่จะสรรค์สร้างผลงานให้สามารถดำเนินการผลิตในกระบวนการต่อไปได้ตามเจตนารมณ์ และแสดงบทบาทของการเป็นตัวกลางที่จะนำเสนอข้อมูลสาระต่าง ๆ แก่กลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ หลักปรัชญาการออกแบบ คือ

- การทำให้เกิดประโยชน์และแสดงศักยภาพในหน้าที่ได้ตรงตามวัตถุประสงค์มากที่สุด
- ต้องสามารถแสดงคุณค่าในด้านสุนทรียศาสตร์ได้อย่างดี
- มีรูปแบบทันสมัย
- มีความประหยัดค่าใช้จ่ายมากที่สุดและส่งผลตามวัตถุประสงค์ได้มากที่สุด
- มีรูปแบบที่แสดงถึงเอกลักษณ์และลักษณะเฉพาะอันสอดคล้องกับลักษณะ

ศิลปวัฒนธรรมของชาติ

การออกแบบนิตยสารนั้น ใช้หลักการเดียวกับการออกแบบสิ่งพิมพ์อื่น ซึ่งนักออกแบบจะต้องเริ่มจากการเลือกหรือสร้างองค์ประกอบต่าง ๆ เพื่อนำมาจัดวางให้เป็นเลย์เอาต์เสียก่อน โดยองค์ประกอบนั้นแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ องค์ประกอบพื้นฐานในการออกแบบ ตัวอักษรและตัวพิมพ์ และภาพประกอบ (อารยะ ศรีกัลยาณบุตร 2550 : 59 - 103)

1. องค์ประกอบพื้นฐานในการออกแบบ

องค์ประกอบพื้นฐานในการออกแบบ คือ องค์ประกอบต่าง ๆ ที่ศาสตร์ทางด้านศิลปะและการออกแบบทุกแขนงนำไปประยุกต์ใช้ได้ โดยองค์ประกอบหนึ่ง ๆ นั้นอาจจะไม่มีความหมายอะไรในตัวเอง แต่เมื่อนำมาต่อรวมกับองค์ประกอบอื่นตามหลักการออกแบบ แล้วจึงจะเกิดเป็นภาพใหญ่ที่มีความหมายและสื่อสารความคิดสร้างสรรค์ได้ องค์ประกอบพื้นฐานในการออกแบบที่สำคัญ ได้แก่ จุด (Dot) เส้น (Line) รูปร่าง (Shape) พื้นผิว (Texture) ที่ว่าง (Space) ขนาด (Size) ค่าน้ำหนัก (Value) และสี (Color)

2. ตัวอักษรและตัวพิมพ์

ตัวอักษร เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดในการออกแบบสิ่งพิมพ์ เนื่องจากตัวอักษรเป็นเครื่องมือในการสื่อสารภาษา และวัตถุประสงค์หลักของสิ่งพิมพ์ก็คือ การสื่อสารข้อมูลไปยังผู้รับสารนั่นเอง และการเลือกใช้ตัวอักษรที่เหมาะสมจะสามารถสื่อความหมายของงานออกแบบได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น

ปัจจุบัน ตัวอักษรได้รับการออกแบบเป็นตัวพิมพ์มากมายหลายประเภท เช่น เซอริฟ (Serif) หรือ ตัวมีเชิง แซนส์ เซอริฟ (Sans-Serif) หรือตัวไม่มีเชิง และตัวพิมพ์ตกแต่งต่าง ๆ นอกจากนี้จะมีการพัฒนาแบบตัวพิมพ์แล้ว ในตัวพิมพ์แต่ละแบบยังมีการพัฒนาสกุลตัวพิมพ์ขึ้นให้มีรูปแบบหลากหลาย เช่น ตัวหนา ตัวพิมพ์เนื้อเรื่อง ตัวเอน ฯลฯ แต่ไม่ว่าจะเป็นตัวพิมพ์แบบใดหรือสกุลตัวพิมพ์นั้นจะมีมากมายหลายแบบเพียงใด ตัวพิมพ์แต่ละตัวจะมีโครงสร้างที่เหมือนกันเพื่อให้สามารถนำมาใช้ร่วมกันได้อย่างกลมกลืน

การกำหนดมาตรฐานการวัดขนาดตัวพิมพ์ จะใช้หน่วยวัดเป็น พอยท์ (Point) และ ไพก้า (Pica) ซึ่งวัดขนาดจากจุดสูงสุดของเส้นหางบน ไปถึงจุดต่ำสุดของเส้นหางล่างของตัวพิมพ์

การเปรียบเทียบหน่วยวัดต่าง มีดังนี้

| | | |
|-----------------------------|---|----------|
| $1/72$ นิ้ว (0.013837 นิ้ว) | = | 1 พอยท์ |
| 12 พอยท์ | = | 1 ไพก้า |
| 6 ไพก้า | = | 1 นิ้ว |
| 1 นิ้ว | = | 72 พอยท์ |

ในการนำตัวพิมพ์ไปใช้งานนั้นจะมีการวัดขนาดใหญ่หรือเล็กด้วยหน่วยที่เรียกว่า “พอยท์” และมีการจัดเรียงโดยมีช่องว่างต่าง ๆ เช่น วรรคคำ และช่องว่างระหว่างบรรทัด และมีการปรับแนวบรรทัดเมื่อมีการเรียงตัวพิมพ์ต่อกันเป็นหลายบรรทัด ซึ่งการปรับแนวบรรทัดนี้ทำได้หลายแบบ เช่น แบบเรียงชิดซ้าย แบบเรียงกลาง หรือแบบเรียงเต็มแนว เป็นต้น (อารยะ ศรีกัลยาณนุตร 2550 : 104 - 105)

3. ภาพประกอบ

ภาพ เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญต่อการสื่อสาร เพราะไม่ว่าคนจะอ่านหนังสือออกหรือไม่ออก ก็สามารถที่จะดูภาพให้เข้าใจได้เหมือน ๆ กัน และหากภาพนั้นอยู่คู่ตัวอักษรก็จะยิ่งช่วยให้ผู้อ่านเข้าใจเนื้อหาที่นำเสนอได้ตรงตามจุดประสงค์ที่ผู้เขียนต้องการสื่อ นอกจากนี้ยังใช้เป็นหลักฐานเพื่อบ่งบอกความเป็นจริง และที่สำคัญคือใช้ตกแต่งหน้าตาของสิ่งพิมพ์ให้ดูสวยงามขึ้นด้วย โดยภาพที่เรานำมาใช้ประกอบทางการพิมพ์ ได้แก่ ภาพถ่าย ภาพสไลด์ ภาพถ่ายดิจิทัล ภาพวาด ภาพลายเส้น และภาพระบายสี เป็นต้น

การคัดเลือกภาพประกอบ ควรคำนึงถึงเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

- การสื่อความหมายของภาพ หมายถึง ภาพสามารถบอกเรื่องราวได้ และผู้รับสารสามารถดูแล้วเข้าใจได้ตรงกับสิ่งที่ต้องการสื่อในสิ่งพิมพ์

- คุณภาพของภาพ โดยเฉพาะกับภาพถ่ายที่ไม่ว่าจะเป็น มุมกล้อง แสง วิธีการถ่าย ฯลฯ จะต้องมีลักษณะที่ดีถูกต้องสมบูรณ์ ซึ่งจะช่วยให้สื่อความหมายได้ไม่ผิดพลาด เช่น ต้องการภาพอาหารให้น่าทาน ก็ควรเป็นภาพให้แสงที่ดูสดใส สีสันสวยงาม มากกว่าให้แสงที่หม่นหมองดูแล้วไม่น่าทาน

การจัดภาพประกอบสิ่งพิมพ์โดยปกติจะวางภาพชิดซ้ายหรือขวา บนหรือล่าง หรือจัดวางไว้ตรงกลางโดยเว้นขอบขาวของกระดาษทั้งสี่ด้าน และยังมีวิธีการวางภาพได้อีกวิธีหนึ่ง เรียกว่า “ภาพตัดตก” คือการวางภาพให้อยูริมสุดหน้ากระดาษโดยไม่เหลือขอบขาวของหน้ากระดาษ อาจวางไว้ด้านบนบนซ้ายสุดของหน้าคู่ หรือขวาสุดของหน้าคี่ หรือด้านล่างก็ได้

สิ่งที่ควรระวังในการจัดวางภาพตัดตก คือ สิ่งที่เป็นสาระสำคัญของภาพต้องไม่ขาดหายไปเมื่อเขียนขอบหนังสือออกแล้ว ซึ่งในการพิมพ์ส่วนของภาพที่ตัดตกต้องเผื่อเนื้อที่ไว้ตัดเขียนออกประมาณ 3 มิลลิเมตร เพราะเมื่อตัดเขียนออกแล้ว ภาพจะอยู่สุดขอบกระดาษพอดี และหลีกเลี่ยงการวางภาพคร่อมหน้าคู่ เพราะแต่ละหน้าจะมีโอกาสหลุดไปอยู่คนละยกขณะพิมพ์ ทำให้ควบคุมคุณภาพได้ยาก

การจัดเรียงภาพหลาย ๆ ภาพในหน้ากระดาษเดียวกัน เราควรคำนึงถึงขนาดและสีของภาพเป็นสิ่งแรก โดยยึดหลักความสมดุลในการจัดวางส่วนประกอบต่าง ๆ นอกจากนี้ควรจัดเรียงภาพให้เหมาะสมและสื่อความหมายได้ดี โดยคำนึงถึงสิ่งต่าง ๆ ดังนี้

- การเรียงภาพตามลำดับความสำคัญ ภาพที่มีความสำคัญมาก เช่น ภาพพระบรมฉายาลักษณ์ พระพุทธรูป ควรวางอยู่บนสุด หรือสูงกว่าภาพอื่น ๆ

- การเรียงภาพตามลำดับเนื้อหา/เหตุการณ์ ภาพเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นก่อนต้องอยู่ก่อนภาพเหตุการณ์ที่ตามมา หรือเรียงภาพตามกำหนดเวลา เข้า สาย บ่าย เย็น

- การเรียงภาพตามหลักธรรมชาติ ไม่ฝืนธรรมชาติ เช่น ภาพท้องฟ้ากับพื้นดิน ควรวางภาพท้องฟ้าอยู่ด้านบน และภาพพื้นดินอยู่ด้านล่าง ฯลฯ

- การจัดกลุ่มภาพ บางกรณีที่ไม่อาจเรียงภาพได้ตามปกติ ก็ควรจัดภาพออกเป็นกลุ่ม ๆ โดยภาพประเภทเดียวกันเนื้อหาใกล้เคียงกันจัดไว้เป็นกลุ่มเดียวกัน และนำเนื้อหามาแทรกระหว่างกลุ่มภาพ จะทำให้แบ่งกลุ่มของภาพให้แยกจากกันได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น

- การวางคำอธิบายภาพ ภาพที่ลงพิมพ์ในหนังสือทุกภาพควรมีคำอธิบายกำกับไว้ โดยคำอธิบายมักจะวางอยู่ใต้ภาพ ซึ่งถือว่าเป็นตำแหน่งที่เหมาะสมที่สุด และสามารถวางในตำแหน่งอื่น ๆ ได้ เช่น ซ้าย ขวา หรือบางครั้งจะวางภาพไว้เป็นกลุ่มเดียวกันแล้วแยกคำอธิบายมาอยู่ต่างหากโดยใช้หมายเลขกำกับภาพไว้ก็มี หรืออาจจะมีคำอธิบายวางซ้อนทับอยู่ในภาพได้ตามความเหมาะสม



ภาพที่ 1 การเรียงภาพตามลำดับความสำคัญ โดยจัดวางภาพพระบรมฉายาลักษณ์สูงกว่าภาพอื่น ๆ
ที่มา : “ปกหน้า” นิตยสาร Hello. 3, 25 (ธันวาคม 2551).



ภาพที่ 2 การเรียงภาพตามลำดับหลักธรรมชาติ โดยจัดวางสิ่งของตามการสวมใส่ของคน
 ที่มา : “Flight of fancy” นิตยสาร Hello. 3, 25 (ธันวาคม 2551) : 132.



ภาพที่ 3 การวางคำอธิบายหรือบรรยายได้ภาพ
 ที่มา : “Magical Mystery Treasure” National Geographic. 220, 5 (November 2011) : 44-45.

ระบบกริดสำหรับการออกแบบนิตยสาร

ระบบกริดเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการออกแบบสิ่งพิมพ์ โดยทำหน้าที่เหมือนโครงสร้างในการกำหนดขนาดและตำแหน่งเพื่อจัดวางองค์ประกอบ ระบบกริดมีส่วนประกอบสำคัญคือ ส่วนที่เป็นพื้นที่ในการวางข้อมูล เรียกว่า ยูนิตกริด และส่วนที่เป็นที่เว้นว่าง เรียกว่า อัลลีย์ และมาร์จิน ระบบกริดสามารถแบ่งได้เป็น 4 ประเภทตามลักษณะความเรียบง่ายและซับซ้อน ได้แก่ แมนูสคริปต์ กริด (Manuscript grid) คอลัมน์ กริด (Column grid) โมดูลาร์ กริด (Modular grid) และไฮราซิกเกิล กริด (Hierarchical grid) แต่ละประเภทมีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้ในสิ่งพิมพ์ที่แตกต่างกัน มีวิธีการพัฒนาแตกต่างกันและให้ผลลัพธ์ในด้านการสร้างบุคลิกภาพเฉพาะตัวที่แตกต่างกันด้วย

ในการออกแบบนิตยสารส่วนใหญ่ นั้น จะนิยมใช้ระบบกริดเพื่อใช้เป็นโครงสร้างและรักษาภาพรวมของนิตยสาร โดยจะต้องเริ่มด้วยการเลือกประเภทกริดเสียก่อน โดยทั่วไประบบกริดที่เหมาะสมกับนิตยสาร ได้แก่ (อารยะ ศรีกัลยาณบุตร 2550 : 243-244)

1. **คอลัมน์ กริด (Column grid)** เป็นระบบกริดที่ในหนึ่งหน้ากระดาษจะมียูนิตกริดสี่เหลี่ยมมากกว่า 1 ยูนิต โดยแบ่งออกเป็นคอลัมน์ คือ มีขนาดความสูงเกือบเต็มหน้า แต่มีขนาดความกว้างของแต่ละคอลัมน์เท่ากันหรือไม่เท่ากันก็ได้ มักมีอัลลีย์เป็นช่องเว้นว่างระหว่างคอลัมน์ และมีมาร์จินล้อมรอบ คอลัมน์ กริด เป็นที่นิยมใช้เป็นโครงสร้างของนิตยสาร เนื่องจากกริดประเภทนี้เหมาะสำหรับการพิมพ์ข้อความที่ไม่ต่อเนื่องกันยาวนาน และมีการจัดวางภาพอยู่ด้วยกัน

สำหรับนิตยสารทั่ว ๆ ไปนั้น อาจจะออกแบบให้ใน 1 หน้ามีคอลัมน์ตั้งแต่ 1-4 คอลัมน์ ทั้งนี้อาจจะออกแบบระบบกริดที่รองรับการแบ่งจำนวนคอลัมน์ในแต่ละหน้าไม่เท่ากันก็ได้

2. **โมดูลาร์ กริด (Modular grid)** เป็นระบบกริดที่ในหนึ่งหน้ากระดาษจะมียูนิตกริดสี่เหลี่ยมหลายยูนิต และมีมาร์จินล้อมรอบ โมดูลาร์ กริด เป็นที่นิยมใช้เป็นโครงสร้างของนิตยสาร เนื่องจากกริดประเภทนี้เหมาะสำหรับการพิมพ์ข้อความและมีการจัดวางภาพหลาย ๆ ภาพอยู่ด้วยกัน

ภาพรวมของกระบวนการผลิตนิตยสาร

กระบวนการผลิตสิ่งพิมพ์ (Process of Publishing) แบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอนใหญ่ ๆ คือ (อารยะ ศรีกัลยาณบุตร 2550 : 31-34)

1. **ขั้นตอนการจัดหาต้นฉบับ** การผลิตนิตยสารจะมีนักเขียนพร้อมช่างภาพซึ่งทำงานให้สำนักพิมพ์ ต้นฉบับเป็นเหมือนหัวใจของกระบวนการ เพราะผู้เกี่ยวข้องจะใช้ต้นฉบับเป็นทิศทาง

ในการดำเนินการออกแบบ นักออกแบบจะต้องเข้าใจถึงสารที่ผู้เขียนต้องการจะสื่อในต้นฉบับ รวมทั้งวิเคราะห์หาบุคลิกภาพที่เหมาะสมในการนำเสนอสารนั้นก่อนจะดำเนินการออกแบบ

2. ขั้นตอนงานบรรณาธิการ ผู้ที่ทำงานในกองบรรณาธิการจะตรวจสอบต้นฉบับ สำนักพิมพ์ ชื่อนำส่วนใหญ่จะมีลักษณะการนำเสนอผลงานที่มีรูปแบบเฉพาะตัวของสำนักพิมพ์ หรือที่เรียกว่า “เฮาท์สไตล์” (House Style) ซึ่งจะเป็นแนวปฏิบัติที่มีกระบวนไว้ในลักษณะคู่มือ โดยกำหนดรูปแบบที่จะครอบคลุมตั้งแต่ลักษณะของการใช้ภาษาในการเขียน ลีลาของงานเขียน ไวยากรณ์ การสะกดคำ ศัพท์เฉพาะ และในบางครั้งจะกำหนดลักษณะขององค์ประกอบทางการออกแบบที่เลือกสรรแล้วว่าเหมาะสมและเป็นเอกลักษณ์ของสำนักพิมพ์ ไม่ว่าจะเป็นลักษณะตัวอักษร ลักษณะภาพ หรือการใช้ องค์ประกอบอื่น ๆ ข้อกำหนดในคู่มือนี้เป็นแนวทางที่นักออกแบบควรจะนำมาประยุกต์ใช้ให้ สอดคล้องตามมากที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพื่อผลของภาพรวมที่มีเอกลักษณ์และเอกภาพ มีบุคลิกภาพที่ ชัดเจนและเป็นที่ยอมรับได้ ดังนั้นกองบรรณาธิการซึ่งมีหน้าที่ควบคุมงานเขียนทั้งหมดจึงมักจะ ต้องทำหน้าที่เสนอแนะให้ผู้เขียนต้นฉบับทำการปรับแก้ต้นฉบับ (Copy Edit) ให้สอดคล้องกับเฮาท์ สไตล์ และมีลักษณะที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายด้วย

3. ขั้นตอนงานก่อนพิมพ์ ในขั้นตอนนี้ บรรณาธิการศิลป์หรือผู้อำนวยการฝ่ายศิลป์จะทำงาน ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการออกแบบ รวมทั้งประสานงานจัดหาภาพต่าง ๆ เพื่อนำเสนอ ภาพรวมในรูปเลย์เอาต์ให้ผู้ที่เป็นเจ้าของสิ่งพิมพ์และบรรณาธิการได้แนะนำและปรับแก้ เมื่อเป็นที่ พอใจแล้ว จะจัดทำอาร์ตเวิร์กเพื่อส่งพิมพ์ต่อไป นอกจากนั้น ในขั้นตอนนี้จะมีการระบุประเภทและ ขนาดของกระดาษที่เลือกใช้ เทคนิคการพิมพ์ การทำเล่ม รวมถึงการพิสูจน์อักษร (Proof Reading) เพื่อแก้ไขคำผิดเป็นครั้งสุดท้าย

4. ขั้นตอนการพิมพ์ สำนักพิมพ์จะส่งอาร์ตเวิร์กให้แก่โรงพิมพ์ สำนักพิมพ์อาจจะมีแท่น พิมพ์ของตัวเองหรือว่าจ้างโรงพิมพ์ภายนอกให้เป็นผู้ดำเนินการพิมพ์ เพื่อให้ได้สิ่งพิมพ์ตามจำนวน ยอดการจำหน่ายหรือจำนวนยอดการกระจายสินค้าและแจกจ่าย (Circulation)

5. ขั้นตอนกระจายสินค้าและส่งเสริมการขาย เมื่อได้สิ่งพิมพ์เป็นรูปเล่มแล้ว สำนักพิมพ์ จะต้องนำสิ่งพิมพ์ให้ถึงมือผู้อ่าน ด้วยการใช้ช่องทางการจำหน่ายหรือแจกจ่ายต่าง ๆ เช่น การ วางขายตามแผงหนังสือ การส่งทางไปรษณีย์ ฯลฯ พร้อม ๆ กันนั้นก็ต้องมีการจัดทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการขาย เช่น การโฆษณา ฯลฯ

กระบวนการออกแบบสิ่งพิมพ์

กระบวนการออกแบบ แบ่งออกเป็น 2 ส่วนตามลำดับการดำเนินการ คือ การเตรียมการก่อนการออกแบบ และการปฏิบัติการออกแบบ โดยแต่ละส่วนยังแบ่งย่อยออกตามลำดับการดำเนินการ ดังนี้ (อารยะ ศรีกัลยาณบุตร 2550 : 36-56)

1. การเตรียมการก่อนการออกแบบ

1.1 การรับทราบความคิด ความต้องการ และนโยบายต่าง ๆ ของผู้บริหารหรือผู้เป็นเจ้าของสิ่งพิมพ์ โดยความคิดหรือความต้องการที่ควรรับทราบล่วงหน้าจะครอบคลุมเรื่องกลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มผู้อ่าน แผนการขยายตัวในอนาคต ช่องทางการจำหน่าย และลักษณะบุคลิกภาพของนิตยสาร

1.2 การค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติมแล้วนำมาวิเคราะห์ แม้ว่าข้อมูลที่สำคัญบางส่วนจะสามารถสอบถามจากผู้บริหารหรือเจ้าของสิ่งพิมพ์หรือนักเขียนได้ก็ตาม ทั้งนี้ควรจะต้องมีการค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติม ได้แก่ ข้อมูลทางการตลาด ข้อมูลของกลุ่มแข่ง ประวัติและผลงานของผู้บริหาร นักเขียน และช่างภาพ ข้อมูลลักษณะเฉพาะของกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงข้อมูลหรือตัวอย่างเนื้อหาและภาพถ่ายที่จะนำมาใช้ ซึ่งต้องนำข้อมูลเหล่านี้มาวิเคราะห์ว่ามีส่วนใดที่เป็นประโยชน์สามารถนำมาใช้เป็นแนวความคิดในการนำเสนอผลงานนั้น ๆ ได้

1.3 การเขียนโจทย์การออกแบบ (Design Brief) เป็นการวางแผนหรือกำหนดกลยุทธ์ทางการออกแบบซึ่งเกิดจากการวิเคราะห์ข้อมูลและกำหนดประเด็นสำคัญ โจทย์การออกแบบเป็นส่วนที่ต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ เพราะข้อมูลในส่วนนี้จะทำหน้าที่สำคัญ คือ จะเป็นตัวแปรในการกระตุ้นและชี้แนะ รวมทั้งจุดประกายให้เกิดทางเลือกต่าง ๆ ของผลงานออกแบบ ผู้กำกับศิลป์และนักออกแบบจึงควรใช้เวลาและความสำคัญกับการดำเนินการ

สิ่งที่ต้องวิเคราะห์ไว้ในโจทย์การออกแบบ คือ ชื่อและชนิดของสิ่งพิมพ์ กลุ่มเป้าหมาย วัตถุประสงค์ แนวความคิด (Concept) เหตุผลสนับสนุนแนวความคิด และบุคลิกภาพของสิ่งพิมพ์

1.4 การกำหนดรูปแบบสิ่งพิมพ์ มักจะครอบคลุมปัจจัยต่าง ๆ คือ ขนาดรูปเล่ม รายละเอียดลำดับเนื้อหา จำนวนและลักษณะภาพ กระดาษที่จะใช้พิมพ์ ลักษณะปก จำนวนพิมพ์ รวมถึงระบบการพิมพ์และจำนวนสีที่จะใช้ในการพิมพ์

2. การปฏิบัติการออกแบบ

2.1 การเลือกและ/หรือสร้างองค์ประกอบ และหลักการจัดองค์ประกอบ นักออกแบบจะต้องทำการเลือกหรือสร้างองค์ประกอบ รวมถึงเลือกใช้หลักการจัดองค์ประกอบที่เหมาะสมกับงาน โดยใช้โจทย์การออกแบบเป็นเครื่องมือในการกรอง

2.2 การจัดทำเลย์เอาท์ เมื่อได้ทั้งองค์ประกอบและหลักการที่ตอบโจทย์การออกแบบแล้ว จึงนำองค์ประกอบที่เลือกไว้มาจัดวางให้ได้ผลงานออกมาเป็นแบบร่างหรือเลย์เอาท์ เพื่อนำเสนอความคิดทางการออกแบบ โดยขั้นตอนการทำเลย์เอาท์ คือ

2.2.1 เลย์เอาท์ย่อขนาด (Thumbnail layout) เป็นการทำให้เลย์เอาท์ขนาดเล็ก เพื่อถ่ายทอดความคิดอย่างคร่าว ๆ และศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดองค์ประกอบเพื่อให้ได้ทางเลือกมากที่สุด มีลักษณะเป็นการร่างด้วยดินสออย่างคร่าว ๆ ในขนาดประมาณ 1 : 8 หรือ 1 : 4 ของขนาดสิ่งพิมพ์จริง

2.2.2 เลย์เอาท์หยาบ (Rough layout) เป็นการใส่รายละเอียดเพิ่มมากขึ้น เพื่อสรุปขนาด ตำแหน่ง และสัดส่วนขององค์ประกอบต่าง ๆ ในเลย์เอาท์ มีลักษณะเป็นการร่างด้วยดินสอและอาจลงสีหรือนำภาพมาตัดปะลงไป ในขนาดประมาณครึ่งหนึ่งของเท่ากับขนาดของสิ่งพิมพ์จริง

2.2.3 เลย์เอาท์สมบูรณ์ (Comprehensive layout) เป็นเลย์เอาท์ที่มีรายละเอียดเกือบคล้ายผลงานที่สมบูรณ์ เพื่อกำหนดขนาด ตำแหน่ง และสัดส่วนที่แน่นอนขององค์ประกอบต่าง ๆ ในเลย์เอาท์ มีลักษณะเป็นการวาดหรือการพิมพ์จากการออกแบบในคอมพิวเตอร์ที่มีลักษณะใกล้เคียงสิ่งพิมพ์จริงมากที่สุด เลย์เอาท์ที่สมบูรณ์ จะเป็นต้นแบบในการนำไปทำ อาร์ตเวิร์ก (Artwork) ด้วยระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งจะนำไปใช้ในการพิมพ์ อาร์ตเวิร์กเป็นต้นแบบที่มีรายละเอียดถูกต้องครบถ้วนตามที่ปรากฏจริงในสิ่งพิมพ์ และก่อนที่จะนำงานพิมพ์ส่งโรงพิมพ์ นักออกแบบควรมีการจัดทำ แบบจำลอง (Dummy) เพื่อจะช่วยให้เห็นภาพรวมของสิ่งพิมพ์นั้นว่าเมื่อนำหน้าต่าง ๆ มาเรียงกันตามลำดับแล้ว มีความต่อเนื่องตามที่ตั้งใจไว้หรือไม่ อีกทั้งยังช่วยป้องกันความผิดพลาดต่าง ๆ ในขั้นตอนการผลิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการเรียงหน้า

2.3 การประเมินผลงานออกแบบ เป็นการประเมินเลย์เอาท์โดยใช้โจทย์การออกแบบมาเป็นเกณฑ์ รวมทั้งประเมินความคิดสร้างสรรค์ด้วยการพิจารณาประเด็นต่าง ๆ ซึ่งเป็นองค์ประกอบย่อยของความคิดสร้างสรรค์ ได้แก่

- ความเป็นต้นแบบ หมายถึง ความมีเอกลักษณ์ไม่เหมือนใคร โดดเด่นจากคู่แข่ง
- ความยืดหยุ่น หมายถึง การมีรูปแบบลักษณะ แนวคิด หรือโครงสร้างที่ใช้ได้เป็นระยะเวลานาน โดยไม่น่าเบื่อ มีความสม่ำเสมอของภาพลักษณ์ เพื่อให้เกิดการจดจำและความภักดี
- การใส่รายละเอียด หมายถึง การช่วยให้ผู้อ่านสามารถเข้าใจหรือรับรู้แนวคิดและบุคลิกภาพที่ต้องการสื่อได้อย่างรวดเร็ว
- ทักษะ หมายถึง ความสามารถในการสร้างผลงานที่มีความงดงามลงตัว และมีรูปแบบ (Style) ที่เหมาะสมกับสิ่งพิมพ์ ทั้งนี้การจะตัดสินเรื่องความสวยงามอาจจะต้องมองจากสายตาของผู้ที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ไม่ใช่จากความชอบส่วนตัวของนักออกแบบหรือผู้บริหาร

ตอนที่ 3 การพิมพ์

ขนาดกระดาษมาตรฐาน

ปัจจุบันมีการกำหนดมาตรฐานของขนาดกระดาษระดับสากล เรียกว่า มาตรฐาน ISO (International Organization for Standardization) ขนาดของ ISO หมายถึง ขนาดของกระดาษที่ตัดเรียบร้อยแล้วซึ่งเป็นขนาดที่ใช้พิมพ์จริง โดยแบ่งขนาดกระดาษมาตรฐานออกเป็น 3 ชุด คือ ชุด A ชุด B และชุด C ทั้งสามชุดมีลักษณะเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า การกำหนดขนาดกระดาษแต่ละชุด จะใช้ตัวเลขตามหลังตัวอักษร เช่น ขนาด A1 A2 A3 และ A4 เป็นต้น

1. กระดาษมาตรฐาน A (A-series)

กระดาษมาตรฐานชุด A เป็นขนาดที่ใช้กับสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ หรือสิ่งพิมพ์ทั่วไป มีการกำหนดขนาดของกระดาษชุด A ดังนี้

ตารางที่ 1 ขนาดของกระดาษชุด A

| ขนาดกระดาษชุด A | มิลลิเมตร | นิ้ว |
|-----------------|------------|---------------|
| A0 | 841 x 1189 | 33.11 x 46.81 |
| A1 | 594 x 841 | 23.39 x 33.11 |
| A2 | 420 x 594 | 16.54 x 23.39 |
| A3 | 297 x 420 | 11.69 x 16.54 |
| A4 | 210 x 297 | 8.27 x 11.69 |
| A5 | 148 x 210 | 5.83 x 8.27 |
| A6 | 105 x 148 | 4.13 x 5.83 |
| A7 | 74 x 105 | 2.91 x 4.13 |
| A8 | 54 x 74 | 2.05 x 2.91 |
| A9 | 37 x 54 | 1.46 x 2.05 |
| A10 | 26 x 37 | 1.02 x 1.46 |

ที่มา : กรมวิชาการ, เขาทำหนังสือกันอย่างไร, กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว, 2544 : 53.

2. กระดาษมาตรฐาน B (B-series)

กระดาษมาตรฐานชุด B มีขนาดใหญ่กว่าขนาด A ประมาณครึ่งเท่า โดยทั่วไปจะนิยมใช้กับสิ่งพิมพ์ประเภทโปสเตอร์ ป้ายประกาศ แผนภูมิติดผนัง นอกจากนี้ยังเป็นอีกตัวเลือกหนึ่งที่จะสามารถนำไปใช้แทนกระดาษชุด A และใช้กับซองขนาดต่าง ๆ แทนกระดาษชุด C ได้ ซึ่งมีการกำหนดขนาดของกระดาษชุด B ดังนี้

ตารางที่ 2 ขนาดของกระดาษชุด B

| ขนาดกระดาษชุด B | มิลลิเมตร | นิ้ว |
|-----------------|-------------|---------------|
| B0 | 1000 x 1414 | 39.37 x 55.66 |
| B1 | 707 x 1000 | 27.83 x 39.37 |
| B2 | 500 x 707 | 19.68 x 27.83 |
| B3 | 353 x 500 | 13.89 x 19.68 |
| B4 | 250 x 353 | 9.84 x 13.89 |
| B5 | 176 x 250 | 6.92 x 9.84 |
| B6 | 125 x 176 | 4.92 x 6.92 |
| B7 | 88 x 125 | 3.46 x 4.92 |
| B8 | 62 x 88 | 2.96 x 3.46 |
| B9 | 44 x 62 | 1.73 x 2.96 |
| B10 | 31 x 44 | 1.48 x 1.73 |

ที่มา : กรมวิชาการ, เขาทำหนังสือกันอย่างไร, กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว, 2544 : 54.

3. กระดาษมาตรฐาน C (C-series)

กระดาษมาตรฐานชุด C เป็นขนาดที่ใช้กับกระดาษที่พับโดยไม่ต้องเย็บเล่ม ซึ่งนิยมเรียกกันว่า "กระดาษโปสการ์ด" และสามารถใช้เป็นซองขนาดต่าง ๆ ได้ โดยมีการกำหนดขนาดของกระดาษชุด C ดังนี้

ตารางที่ 3 ขนาดของกระดาษชุด C

| ขนาดกระดาษชุด C | มิลลิเมตร | นิ้ว |
|-----------------|------------|---------------|
| C0 | 917 x 1297 | 36.10 x 51.06 |
| C1 | 648 x 917 | 25.51 x 36.10 |
| C2 | 458 x 648 | 18.03 x 25.51 |
| C3 | 324 x 458 | 12.76 x 18.03 |
| C4 | 229 x 324 | 9.02 x 12.76 |
| C5 | 162 x 229 | 6.38 x 9.02 |
| C6 | 114 x 162 | 4.49 x 6.38 |
| CL | 110 x 220 | 4.33 x 8.66 |
| C7 | 84 x 114 | 3.30 x 4.49 |

ที่มา : กรมวิชาการ, เขาทำหนังสือกันอย่างไร, กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว, 2544 : 55.

ระบบพิมพ์สำหรับผลิตนิตยสาร

นรินทร์ ปานประดิษฐ์ (2546 : 89 - 91) กล่าวว่า ระบบพิมพ์ที่เหมาะสมกับงานสิ่งพิมพ์ทั่วไป และการผลิตหนังสือ นิตยสาร ได้แก่ การพิมพ์ระบบออฟเซต (Offset) ซึ่งเป็นระบบที่นิยมใช้ในปัจจุบัน เนื่องจากผลิตงานได้มีคุณภาพมาก มีทั้งระบบพิมพ์แบบป้อนกระดาษแผ่นและป้อนกระดาษม้วน มีขนาดเครื่องพิมพ์ให้เลือกหลายขนาดตามความเหมาะสมของงาน ความพิเศษของการพิมพ์ระบบออฟเซตนั้นไม่ว่าจะเป็นรูปภาพหรือตัวหนังสือ จะพบว่าหมึกจะติดทั่วทั้งภาพ สม่ำเสมอ ขอบภาพหรือตัวอักษรมีความคมชัด โดยไม่มีรอยอัดบีบตามขอบภาพเหมือนระบบเลตเตอร์เพรส แม้ว่าจะเป็นการพิมพ์บนกระดาษหยาบก็ตาม เนื่องจากหมึกจะพิมพ์ติดบนลูกกลิ้งยางก่อนที่จะสัมผัสกระดาษ อีกทั้งระบบออฟเซตสามารถพิมพ์ภาพสกรีนที่มีขนาดละเอียดกว่าระบบเลตเตอร์เพรสซึ่งใช้สกรีนละเอียดไม่เกิน 133 เส้นต่อนิ้ว แต่ระบบออฟเซตใช้สกรีนละเอียดได้ถึง 150 หรือ 175 เส้นต่อนิ้ว หรือมากกว่า สกรีนยิ่งละเอียดมากขึ้นเท่าใด ก็ยิ่งเก็บรายละเอียดของภาพได้มากขึ้นเท่านั้น และความหนาของชั้นหมึกที่ติดบนแม่พิมพ์และกระดาษจะบางกว่าระบบเลตเตอร์เพรส 3-4 เท่า ทั้งนี้ควรมีจำนวนพิมพ์ 3,000 ชุดขึ้นไป จึงจะคุ้มค่า

วิพลัสพรีนัทคอตคอม (2554) กล่าวว่า ระบบออฟเซตเป็นระบบการพิมพ์ที่ทั่วโลกใช้กันมากที่สุดในปัจจุบัน เพราะให้งานพิมพ์ที่สวยงาม มีความคล่องตัวในการจัดอาร์ตเวิร์ก และไม่ว่าจะออกแบบอย่างไร การพิมพ์ก็ไม่ยุ่งยากมากจนเกินไป ประกอบกับความก้าวหน้าในการทำฟิล์มและการแยกสีในปัจจุบัน ทำให้ยิ่งพิมพ์จำนวนมากเท่าไรค่าใช้จ่ายก็จะถูกลง สิ่งพิมพ์ที่เหมาะสมกับการพิมพ์ระบบออฟเซต คือ มีจำนวนพิมพ์ตั้งแต่ 3,000 ชุดขึ้นไป มีภาพประกอบที่ต้องการความสวยงามของสีหรืองานประเภทกราฟิกมาก มีหลายสี งานที่ต้องการความเร็วในการจัดพิมพ์ งานที่ต้องการความประณีตสวยงาม เป็นงานอาร์ตเวิร์กที่มีความยุ่งยากสลับซับซ้อนมาก และมีงบประมาณในการจัดพิมพ์เพียงพอ ทั้งนี้คุณสมบัติของระบบออฟเซตสามารถให้งานพิมพ์ที่มีคุณภาพดีได้ เนื่องจากการถ่ายทอดภาพลงบนกระดาษเป็นไปอย่างสม่ำเสมอ สามารถใช้สกรีนที่มีความละเอียดได้มากถึง 175 - 200 เส้นต่อนิ้ว ทำให้ภาพที่ออกมามีความละเอียดสวยงาม การพิมพ์ภาพ 4 สีทำได้สะดวก เพราะสามารถปรับตำแหน่งของแม่พิมพ์และกระดาษให้ลงในตำแหน่งที่ตรงกันของแต่ละสีได้ง่าย และสามารถพิมพ์ลงบนกระดาษได้เกือบทุกชนิด

การนับสีในระบบออฟเซต มีดังนี้ (วิ พลัส กรุป, 2554)

- การพิมพ์สีเดียว เป็นงานพิมพ์ที่เราเห็นทั่วไป ส่วนใหญ่เป็นงานขาวดำ (เฉพาะหน้าในไม่ใช่ปก) เช่น หนังสือเล่มทั้งหลาย ตำราเรียน ป็อคเก็ตบุ๊ก เป็นต้น แต่ในความเป็นจริงแล้วงานสีเดียวจะพิมพ์สีอะไรก็ได้ เช่น สีแดง สีเหลือง หรือสีน้ำเงิน และในสีที่พิมพ์นั้นก็เลือกความเข้มได้หลายระดับ ทำให้ดูเหมือนว่าพิมพ์หลายสีได้ เช่น พิมพ์สีแดงบนกระดาษขาว ถ้าพิมพ์จาง ๆ ก็จะได้สีชมพู พิมพ์สีน้ำตาลสีเดียว พิมพ์สีน้ำเงินสีเดียว พิมพ์สีเขียวสีเดียว ส่วนสีขาวเป็นสีของกระดาษหรือพิมพ์สีน้ำตาลสีเดียว ส่วนสีขาวเป็นสีของกระดาษ เป็นต้น ซึ่งการพิมพ์ 1 สีจะมีค่าใช้จ่ายต่ำสุด

- การพิมพ์สีเดียวอาจจะดูไม่น่าสนใจนัก ถ้าต้องการความสวยงามหรือเพิ่มความน่าสนใจก็อาจจะต้องพิมพ์หลายสี เช่น พิมพ์ 2 สี หรือ 3 สี เป็นต้น ส่วนใหญ่จะนิยมพิมพ์ 2 สี เช่น สีดำกับสีแดง หรือสีดำกับสีน้ำเงิน หรือคู่สีอะไรก็ได้ ซึ่งค่าใช้จ่ายจะเพิ่มขึ้นจากพิมพ์สีเดียวมาอีกบางส่วน เพราะโรงพิมพ์จะต้องเพิ่มแม่พิมพ์ตามจำนวนสี และต้องเพิ่มเที่ยวพิมพ์หรือรอบพิมพ์ตามไปด้วย ตัวอย่างการพิมพ์ 2 สี เช่น พิมพ์สีน้ำตาลกับสีเขียว หรือพิมพ์สีฟ้ากับสีดำ ส่วนสีขาวเป็นสีของกระดาษ เป็นต้น ตัวอย่างการพิมพ์ 3 สี เช่น พิมพ์สีฟ้า สีดำ และสีส้ม เป็นต้น

- การพิมพ์ 4 สี หรือพิมพ์แบบสอคสี สำหรับการพิมพ์ภาพที่มีสีสันสวยงาม เหมือนกับที่ตาเราเห็น การพิมพ์แบบนี้ไม่ว่าสิ่งที่เราต้องการพิมพ์มีกี่ร้อยก็พันสี โรงพิมพ์ก็จะใช้วิธีพิมพ์สีหลัก 4 สี แล้วสีจะผสมกันออกมาได้สารพัดตามที่ต้องการ ซึ่งแน่นอนว่าขั้นตอนยากกว่า 2 แบบแรก

ค่าใช้จ่ายสูงกว่า เพราะต้องใช้แม่พิมพ์ถึง 4 ตัว แล้วก็ต้องพิมพ์ 4 รอบ สีที่ใช้คือ สีฟ้า (Cyan) สีชมพู (Magenta) สีเหลือง (Yellow) และสีดำ (Black) ซึ่งเรียกว่า พิมพ์ในระบบ CMYK

- การพิมพ์สีพิเศษ สำหรับงานพิมพ์ที่เราต้องการความโดดเด่น พิเศษ แปลกตา เช่น สีบรอนซ์เงิน สีบรอนซ์ทอง สีสะท้อนแสง หรือสีที่ไม่สามารถใช้หมึก CMYK ทับกันให้ได้สีที่ต้องการ

ขนาดของงานพิมพ์

การกำหนดขนาดของสิ่งพิมพ์ให้สอดคล้องกับมาตรฐานของกระดาษพิมพ์ที่ใช้กันอยู่ เป็นสิ่งที่จะต้องคำนึงถึงประการแรกในการวางแผนก่อนการออกแบบ ทั้งนี้เพื่อความประหยัดโดยให้เหลือเศษกระดาษจากการตัดเจียนน้อยที่สุด เนื่องจากกระดาษเป็นปัจจัยหลักในการกำหนดราคา และคุณภาพของสิ่งพิมพ์

กระดาษมาตรฐานที่จำหน่ายทั่วไปมี 2 ประเภท คือ

1. กระดาษม้วน เป็นกระดาษที่ป้อนเข้าเครื่องพิมพ์ในลักษณะเป็นม้วนสำหรับงานพิมพ์ต่อเนื่อง มีหลายขนาดวัดจากความกว้างของม้วนกระดาษ นิยมใช้ทำหนังสือพิมพ์ หรือสิ่งพิมพ์ที่มีปริมาณการจำหน่ายสูงตั้งแต่หลายหมื่นฉบับขึ้นไป

2. กระดาษแผ่น เป็นกระดาษที่ป้อนเข้าเครื่องพิมพ์ในลักษณะเป็นแผ่น ในประเทศไทยนิยมใช้กระดาษแผ่นมาตรฐาน 2 ขนาด คือ ขนาด 24 x 35 นิ้ว และขนาด 31 x 43 นิ้ว

- กระดาษขนาด 24 x 35 นิ้ว เป็นกระดาษที่ขนาดสอดคล้องกับมาตรฐาน ISO คือ กระดาษชุด A เรียกว่า "ขนาดพิเศษ" เช่น ขนาดตัดสองพิเศษ ขนาดตัดสี่พิเศษ เป็นต้น เหตุที่มีคำว่าพิเศษต่อท้ายเนื่องจากกระดาษมีขนาดใหญ่กว่าปกติเล็กน้อย

สิ่งพิมพ์ที่ใช้ ได้แก่ นิตยสารและวารสารขนาด A4 หนังสือขนาด A5 โปสเตอร์ขนาด 24 x 35 นิ้ว หรือ 17 x 24 นิ้ว และใบปลิวขนาด A4

- กระดาษขนาด 31 x 43 นิ้ว เป็นขนาดมาตรฐานเดิมที่ใช้มานานแล้ว เรียกว่า "ขนาดธรรมดา" เมื่อนำไปตัดเข้าเครื่องพิมพ์จะตัดเป็น 2 ส่วน หรือ 4 ส่วนก็ได้ตามขนาดสิ่งพิมพ์ที่ต้องการ

สิ่งพิมพ์ที่ใช้ ได้แก่ นิตยสารและวารสารขนาด 4 หน้ายก คือ ใช้กระดาษขนาด 31 x 43 นิ้วตัดครึ่ง แล้วนำไปพิมพ์ด้านหลัง 2 หน้าและอีกด้านหนึ่ง 2 หน้า รวมเป็น 4 หน้า ส่วนหนังสือขนาด 8 หน้ายก คือ ใช้กระดาษด้านละ 4 หน้า 2 ด้าน รวมเป็น 8 หน้า (หน้า 1 4 5 และ 8 อยู่ด้านหนึ่ง ส่วนหน้า 2 3 6 และ 7 อยู่อีกด้านหนึ่ง)



คำว่า "หน้ายก" เป็นการบอกความหนาของหนังสือ หมายถึง จำนวนหน้าทั้งหมดที่ได้จากการพับกระดาษพิมพ์ขนาด 15.5 x 21.5 นิ้ว

- 4 หน้ายก คือการพับ 1 ครั้ง จะได้สิ่งพิมพ์ขนาด 10.25 x 15 นิ้ว จำนวน 4 หน้า
- 8 หน้ายก คือการพับ 2 ครั้ง จะได้สิ่งพิมพ์ขนาด 7.5 x 10.25 นิ้ว จำนวน 8 หน้า
- 16 หน้ายก คือการพับ 3 ครั้ง จะได้สิ่งพิมพ์ขนาด 5 x 7.5 นิ้ว จำนวน 16 หน้า
- 32 หน้ายก คือการพับ 4 ครั้ง จะได้สิ่งพิมพ์ขนาด 3.6 x 5 นิ้ว จำนวน 32 หน้า

น้ำหนักกระดาษ

น้ำหนักของกระดาษ หมายถึง ความหนาของกระดาษ คือ กระดาษที่มีน้ำหนักมากขึ้น จะทำให้มีความหนามากขึ้นเช่นกัน โดยกระดาษที่ใช้ในการพิมพ์ มี 2 แบบ คือ กระดาษม้วน และ กระดาษแผ่น การพิมพ์สิ่งพิมพ์ส่วนใหญ่ยกเว้นหนังสือพิมพ์ จะใช้กระดาษแผ่น ซึ่งมีการเรียกกระดาษตามน้ำหนักของกระดาษ 3 แบบ คือ

1. **กรัม หรือ แกรม** เรียกตามน้ำหนักของกระดาษที่วัดจากขนาด 1 x 1 เมตร หรือมีพื้นที่ 1 ตารางเมตร มีหน่วยวัดเป็น แกรม/ม² (g/m²) เช่น กระดาษ 70 แกรม เขียนว่า 70 แกรม/ม² (70 g/m²)
2. **กิโลกรัม** เรียกตามน้ำหนักที่วัดเป็นกิโลกรัมของกระดาษขนาด 31 x 43 นิ้ว จำนวน 1 รีม (Ream) ซึ่งหมายถึง กระดาษ 500 แผ่น
3. **ปอนด์** เรียกตามน้ำหนักที่วัดเป็นปอนด์ของกระดาษขนาด 31 x 43 นิ้ว จำนวน 1 รีม

การเลือกใช้กระดาษ นอกจากจะต้องพิจารณางบประมาณที่มีแล้ว จะต้องพิจารณาดังความเหมาะสมกับลักษณะของการนำไปใช้งานสิ่งพิมพ์นั้น ๆ ด้วย เช่น

- ใบเสร็จรับเงิน และสิ่งพิมพ์ที่ต้องมีสำเนา คือมีความบางพอที่เขียนให้มีแรงกดทะลุหลายชั้นได้ ควรใช้กระดาษประมาณ 40-50 แกรม
- หน้าในของหนังสือ นิตยสาร รายงานประจำปี ควรใช้กระดาษประมาณ 70-80 แกรม
- แผ่นพับพิมพ์ 4 สี นิตยสาร โปสเตอร์ ควรใช้กระดาษประมาณ 120-160 แกรม
- ปกหนังสือ ปกนิตยสาร ควรใช้กระดาษประมาณ 300 แกรมขึ้นไป

ชนิดของกระดาษ

กระดาษที่ใช้ในงานพิมพ์ สามารถแบ่งออกตามลักษณะผิวของกระดาษ ดังนี้

1. **กระดาษไม่เคลือบผิว (Uncoated paper)** คือกระดาษธรรมดาที่ยังไม่ผ่านการเคลือบผิวด้วยสารใด ๆ มีผิวขรุขระเล็กน้อย แต่มีผลต่อการพิมพ์ภาพสกรีนที่ต้องการรายละเอียดของภาพ

มาก ๆ เพราะจะได้คุณภาพของงานพิมพ์ไม่ดี แต่หากเป็นการพิมพ์ภาพถ่ายเส้น หรืองานทั่วไปก็จะไม่มีผลต่อการพิมพ์มากนัก

กระดาษไม่เคลือบผิวที่มีในท้องตลาดทั่วไปมีชนิดต่าง ๆ ดังนี้

- กระดาษหนังสือพิมพ์ หรือเรียกกันว่า “กระดาษปรีฟ” มีคุณสมบัติในการดูดซึมหมึกได้ดี ความทึบแสงสูง มีคุณภาพต่ำ หากทิ้งไว้นาน ๆ จะมีสีคล้ำขึ้น ไม่ค่อยทนความชื้น ฉีกขาดง่าย แม้จะใช้พิมพ์ 4 สีได้แต่คุณภาพของงานพิมพ์ไม่ดีนัก ข้อดีคือ ราคาถูก จึงเหมาะกับงานพิมพ์ต้นทุนต่ำ หรืองานพิมพ์ที่ใช้ชั่วคราว เช่น หนังสือพิมพ์ แผ่นปลิวโฆษณา ใบเสร็จ ฯลฯ

กระดาษปรีฟ หากนำไปขัดมันและทำให้เรียบ จะเรียกว่า “กระดาษปรีฟมัน” ซึ่งใช้งานได้ดีกว่า แต่มีราคาแพงกว่ากระดาษปรีฟธรรมดา

- กระดาษปอนด์ เป็นกระดาษไม่เคลือบผิวแต่ผสมสารเคมี เนื้อกระดาษมีความขาวทั้ง สองด้าน มีความเรียบ คุณภาพสูง เก็บได้นาน สีไม่คล้ำลง ไม่กรอบง่าย สามารถพิมพ์ภาพได้มัน และเงา ทำให้ได้ภาพที่สวยงามสดใส ไม่เพี้ยนจากต้นฉบับ ไม่เกิดรอยด่างบนกระดาษ แต่ราคาสูงกว่ากระดาษปรีฟ นิยมใช้กับงานพิมพ์ที่เน้นความสวยงาม เช่น หนังสือ ตำรา นิตยสาร

- กระดาษการ์ด เนื้อกระดาษเหมือนกระดาษปอนด์ แต่มีความหนาและแข็งกว่าปกติ มีน้ำหนักตั้งแต่ 120 แกรมขึ้นไป เหมาะกับการใช้งานที่ต้องการความแข็งแรงทนทาน นิยมใช้พิมพ์ปกหนังสือ กลองบรรจุภัณฑ์ แผ่นพับ โปสเตอร์ นามบัตร และการ์ดเชิญ

และมีกระดาษการ์ดอีกชนิดหนึ่งที่มีสีคล้ำ ทำจากเยื่อไม้ที่ไม่ได้ฟอกสี มีน้ำหนักประมาณ 500-600 แกรม เรียกว่า “กระดาษแข็ง” นิยมนำไปทำใส่ปกหนังสือโดยมีวัสดุอื่นห่อหุ้มไว้

- กระดาษแอร์เมล์ เป็นกระดาษจดหมายที่มีน้ำหนักเบาและบาง น้ำหนักประมาณ 28-38 แกรม ส่วนใหญ่จะมีสีขาว อาจมีการทำลวดลายต่าง ๆ ลงในกระดาษด้วย นิยมใช้ทำกระดาษจดหมาย ใบเสร็จรับเงิน หรือสำเนาต่าง ๆ

- กระดาษพิมพ์สิ่งพิมพ์มีค่า เป็นกระดาษที่มีคุณลักษณะพิเศษ มีความเหนียว ทนทานต่อการฉีกขาด อาจมีการสอดแทรกวัสดุบางอย่างไว้ภายในเนื้อกระดาษ เช่น เส้นโลหะหรือเส้นพลาสติกทำให้ยากต่อการปลอมแปลง ใช้สำหรับพิมพ์ธนบัตร แสตมป์ หรือสิ่งพิมพ์มีค่าอื่น ๆ

2. กระดาษเคลือบผิว (Coated paper) คือกระดาษที่ผลิตโดยนำไปเคลือบผิวด้วยสารเคมี เพื่อให้เกิดความเรียบและมันขึ้น อาจเคลือบผิวกระดาษด้านเดียวหรือสองด้านก็ได้ ทำให้มีการดูดซึมหมึกที่ดี เหมาะกับการนำไปพิมพ์สิ่งพิมพ์ที่ต้องการความละเอียดสูง กระดาษเคลือบผิวที่เรารู้จักคุ้นเคย ได้แก่

- กระดาษอาร์ต เป็นกระดาษคุณภาพดี มีผิวเรียบ แต่ราคาสูง เหมาะกับงานพิมพ์ที่ต้องการความสวยงาม การพิมพ์ภาพสี เช่น หนังสือ นิตยสาร โปสเตอร์ แผ่นพับ ฯลฯ นอกจากนั้น

ต้องการความสวยงาม การพิมพ์ภาพสี เช่น หนังสือ นิตยสาร โปสเตอร์ แผ่นพับ ฯลฯ นอกจากนั้น กระดาษอาร์ตยังมีชนิดบ่มลาย เพื่อให้มีลักษณะแปลกตาออกไป เช่น กระดาษลายเส้น กระดาษลายหนังสือ

กระดาษอาร์ตที่ขัดมัน เนื้อกระดาษจะมันเรียบ เรียกว่า “อาร์ตมัน” (Gloss art) ซึ่งใช้พิมพ์งานได้ใกล้เคียงกับสีจริง เหมาะสำหรับพิมพ์นิตยสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ ฯลฯ และสามารถเคลือบเงาได้ ส่วนกระดาษอาร์ตที่ไม่ขัดมัน เนื้อกระดาษเรียบแต่ไม่มัน เรียกว่า “อาร์ตด้าน” (Matt art) ซึ่งเมื่อนำไปพิมพ์งานสีจะซีดลงเล็กน้อย แต่สวยงาม

กระดาษอาร์ตมีความหนาหลายระดับ เช่น กระดาษที่มีความหนา 120-160 แกรม เหมาะสำหรับพิมพ์โปสเตอร์ ปกนิตยสาร ปกหนังสือแบบบาง ส่วนความหนา 80-120 แกรม เหมาะสำหรับพิมพ์หน้าในของหนังสือ นิตยสาร จดหมายข่าว รายงานประจำปี ฯลฯ

- กระดาษอาร์ตการ์ดสองหน้า เป็นกระดาษอาร์ตที่มีความหนาตั้งแต่ 190 แกรมขึ้นไป เหมาะสำหรับพิมพ์โปสเตอร์ โปสการ์ด ปกหนังสือ หรืองานต่าง ๆ ที่ต้องการความหนา

- กระดาษอาร์ตการ์ดหน้าเดียว เป็นกระดาษอาร์ตที่มีความแกร่งกว่ากระดาษอาร์ตการ์ดสองหน้า เคลือบผิวเพียงด้านเดียว ส่วนด้านหลังเป็นสีขาว ด้านที่เคลือบผิวจะมีความเรียบและขาว มีความหนา ตั้งแต่ 190 แกรมขึ้นไป เหมาะสำหรับงานที่ต้องการพิมพ์ด้านเดียว เช่น กล่องบรรจุภัณฑ์ โปสเตอร์ โปสการ์ด ปกหนังสือ

ตารางที่ 4 ชนิดกระดาษ คุณสมบัติ และงานพิมพ์ที่เหมาะสม

| ชนิดกระดาษ | คุณสมบัติ | งานพิมพ์ที่เหมาะสม |
|---------------------------|--|---|
| กระดาษปรู๊ฟ | ราคาถูก คุณภาพต่ำ ฉีกขาดง่าย สีคล้ำลง | หนังสือพิมพ์ แผ่นปลิว ใบเสร็จ |
| กระดาษปอนด์ | ผิวเรียบ ขาว เก็บได้นาน ไม่กรอบ ไม่คล้ำ | หนังสือ นิตยสาร |
| กระดาษการ์ด | หนากว่ากระดาษปอนด์ แข็งแรงทนทาน | ปกหนังสือ นามบัตร การ์ดเชิญ แผ่นพับ โปสเตอร์ กล่องบรรจุภัณฑ์ |
| กระดาษแอร์เมล์ | ขาว น้ำหนักเบา บาง | จดหมาย ใบเสร็จ สำเนาต่าง ๆ |
| กระดาษพิมพ์สิ่งพิมพ์มีค่า | เหนียว ทนทาน | ธนบัตร แสตมป์ |

ตารางที่ 4 ชนิดกระดาษ คุณสมบัติ และงานพิมพ์ที่เหมาะสม (ต่อ)

| ชนิดกระดาษ | คุณสมบัติ | งานพิมพ์ที่เหมาะสม |
|------------------|---|---|
| กระดาษอาร์ต | ผิวเรียบ มีทั้งมันและด้าน คุณภาพดี ราคาสูง | หนังสือ นิตยสาร จดหมายข่าว รายงานประจำปี |
| กระดาษอาร์ตการ์ด | ผิวเรียบ ขาว มีความหนา | โปสเตอร์ ไปสการ์ด ปกหนังสือ |

การเข้าเล่ม

การเข้าเล่มแบบต่าง ๆ ที่นิยมใช้กัน มีดังนี้ (วิ พลัส กรุ๊ป, 2554)

- **เข้าเล่มกาวหัว** ใช้สำหรับงานใบเสร็จต่าง ๆ สมุดฉีก กระดาษโน้ต เป็นต้น เป็นการเข้าเล่มเพื่อให้ฉีกออกไปใช้โดยเฉพาะ วิธีการคือ นำกระดาษมาเรียงกันเป็นตั้ง แล้วทากาวลาเท็กซ์ที่สันขอบด้านบน

- **เข้าเล่มแบบไสกาว (ไสสันทากาว)** นิยมใช้กับงานนิตยสาร และหนังสือต่าง ๆ เนื่องจากราคาไม่แพง ความทนทานพอใช้ แต่หากเล่มหนา เมื่อเปิดไปเปิดมาอาจจะมีหน้ากระดาษหลุดออกมาเป็นแผ่น ๆ ยิ่งเราพยายามกางหนังสือออกมาก ๆ ก็จะหลุดง่าย วิธีการคือ นำกระดาษที่เรียงหน้าเป็นเล่มแล้ว มาไสสันด้านข้างให้เป็นขยุก่อนแล้วจึงทากาว เพื่อให้กาวแทรกซึมเข้าไปทำให้ยึดติดได้ดีขึ้น

- **เข้าเล่มแบบเย็บอก หรือเย็บมุงหลังคา** นิยมใช้เย็บสมุดของนักเรียนนักศึกษา หรือหนังสือที่มีจำนวนหน้าน้อย ๆ ไม่เกิน 60-80 หน้า วิธีการคือ นำกระดาษทั้งเล่มมาเรียงกันแล้วพับครึ่งตามแนวตั้ง จากนั้นใช้ลวดเย็บกระดาษเย็บ

- **เข้าเล่มแบบเย็บกึ่ง** เป็นการเข้าเล่มที่ทำให้หนังสือมีความทนทานมาก นิยมใช้กับพจนานุกรม สารานุกรม หรือหนังสือที่มีจำนวนหน้ามาก ๆ บางเล่มอาจมีเป็นพันหน้า ก็จะใช้การเข้าเล่มแบบเย็บกึ่ง วิธีการยุ่งยากพอสมควรคือ นำกระดาษทั้งเล่มมาแยกออกเป็นส่วนย่อยหลาย ๆ ส่วน แล้วเย็บแยกแต่ละส่วนเป็นเล่ม เหมือนเย็บมุงหลังคาแต่ใช้ด้ายเย็บ จากนั้นนำเล่มย่อย ๆ มาร้อยรวมกันเป็นเล่มใหญ่อีกที แล้วจึงหุ้มด้วยปกอีกชั้น

ตอนที่ 4 แนวคิดในการลดต้นทุนการผลิต

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช (2532 : 166-172) ได้อธิบายถึง ต้นทุนการผลิต สาเหตุของการเกิดต้นทุน องค์ประกอบของต้นทุนในการพิมพ์ และการควบคุมต้นทุนในโรงพิมพ์ไว้ดังนี้

ต้นทุน หมายถึง ต้นทุนและ/หรือค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในการผลิตสินค้าหรือบริการ รวมถึงค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของธุรกิจ

สำหรับโรงพิมพ์ ต้นทุนที่เข้ามาเกี่ยวข้องตั้งแต่การประเมินราคางานพิมพ์ ซึ่งผู้รับงานพิมพ์จำเป็นต้องเข้าใจถึงต้นทุนในการผลิตแต่ละขั้นเพื่อนำมาคิดราคาพิมพ์ ในที่นี้ขออธิบายต้นทุนที่ควรรู้จัก ได้แก่ ต้นทุนคงที่ และต้นทุนผันแปร

- **ต้นทุนคงที่** คือ ต้นทุนที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงขึ้นลงตามจำนวนพิมพ์ในแต่ละงวดเวลา ไม่ว่าจะมากหรือน้อยเพียงใด เช่น เงินเดือนพนักงาน ค่าเช่าสำนักงาน ค่าเสื่อมราคาเครื่องจักร เป็นต้น

เนื่องจากต้นทุนคงที่ไม่เปลี่ยนแปลงตามปริมาณงานพิมพ์ เช่น ถ้าต้นทุนคงที่เท่ากับ 5,000 บาท ในงวดที่ปริมาณงานพิมพ์เท่ากับ 1,000 เล่ม ต้นทุนคงที่ก็ยังเท่ากับ 5,000 บาท แม้ว่าจะมีจำนวนงานพิมพ์ 4,000 เล่ม ต้นทุนคงที่ต่อหน่วยจะเท่ากับ 5 บาทต่อเล่ม ในงวดที่ปริมาณการผลิตเท่ากับ 1,000 เล่ม แต่ต้นทุนคงที่ต่อหน่วยจะเท่ากับ 1 บาทต่อเล่ม ในงวดที่ปริมาณการผลิตเท่ากับ 5,000 เล่ม นั่นคือถ้างานยิ่งมากต้นทุนคงที่ต่อชิ้นงานก็ยิ่งน้อยลง ในทางปฏิบัติ โรงพิมพ์ไม่ได้ใช้ต้นทุนคงที่โดยตรงในการประเมินราคางานพิมพ์ แต่ต้นทุนคงที่จะมีบทบาทความสำคัญในการวางแผนขยายโรงพิมพ์ ซื้อเครื่องจักร การเพิ่มบุคลากร รวมทั้งการลดต้นทุนเพื่อสร้างกำไรในการดำเนินงานโรงพิมพ์

- **ต้นทุนผันแปร** คือ ต้นทุนที่เปลี่ยนแปลงขึ้นลงตามจำนวนการพิมพ์ของชิ้นงานแต่ละชิ้นในแต่ละงวดเวลา เช่น ค่ากระดาษ ค่าหมึกพิมพ์ ค่าเตรียมการพิมพ์ ค่าพิมพ์ ค่าเรียงพิมพ์ ค่าล่วงเวลา เป็นต้น

ต้นทุนผันแปรได้นี้ เปลี่ยนแปลงในทิศทางและสัดส่วนเดียวกับการเปลี่ยนแปลงในจำนวนหรือระดับงานพิมพ์ เมื่อพิจารณาในแง่ของต้นทุนต่อหน่วย ต้นทุนแปรได้ต่อหนึ่งหน่วยจะคงที่ เช่น ถ้าต้นทุนแปรได้เท่ากับ 2,000 บาท ต่องานพิมพ์ 1,000 แผ่น ต้นทุนแปรได้จะเป็นแผ่นละ 2 บาท เมื่อพิมพ์ 2,000 แผ่น ต้นทุนแปรได้จะเท่ากับ 4,000 บาท จะเห็นได้ว่าต้นทุนแปรได้ต่อหน่วยยังคงที่เท่ากับ 2 บาท ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงต้นทุนแปรได้จะแปรไปทิศทางและสัดส่วนเดียวกับปริมาณงานพิมพ์

ต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้น เกิดจากสาเหตุใหญ่ 2 ประการ คือ

1. ผลพวงจากสภาพเศรษฐกิจ
2. ความสูญเปล่า ซึ่งเกิดจากการขาดประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากร อันได้แก่

2.1 ต้นทุนวัตถุดิบ การควบคุมราคาของวัตถุดิบเป็นสิ่งที่ทำได้ยาก เพราะเป็นปัจจัยภายนอก ส่วนปัจจัยภายในเกิดจากการสูญเปล่าในรูปแบบต่าง ๆ เช่น

- เศษวัสดุที่เหลือจากการตัด
- การชำรุดแตกหัก
- การสูญเสียจากมลภาวะ
- การเก็บรักษา
- แรงงานขาดความชำนาญ
- คุณภาพของวัตถุดิบ
- การชักยอก ลักขโมย
- ความล่าสมัย

2.2 ต้นทุนค่าแรง คือ

- อัตราค่าแรงสูงขึ้น
- เวลาที่ใช้ในการทำงานลดลง
- ผลผลิตที่ได้จากการทำงานลดลง

2.3 ต้นทุนค่าพลังงาน เป็นผลมาจากวิกฤตการณ์น้ำมัน ทำให้สินค้าและบริการมีราคาสูงขึ้น วิธีการที่จะควบคุมต้นทุน คือ การควบคุมให้มีการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะทำให้ต้นทุนต่ำลง

องค์ประกอบของต้นทุนในการพิมพ์ ประกอบด้วย

1. ต้นทุนการพิมพ์ในขั้นเตรียมการพิมพ์ คือ การเตรียมการพิมพ์ ซึ่งมีขั้นตอนในการเตรียมงานด้านต่าง ๆ ตามข้อกำหนดที่ลูกค้าต้องการ อาจแบ่งเป็น

1.1 การเรียงพิมพ์ เป็นค่าใช้จ่ายเบื้องต้นที่มีราคาค่อนข้างสูง โดยปกติต้นทุนค่าเรียงพิมพ์ด้วยแสง และการเรียงพิมพ์ด้วยโลหะจะแตกต่างกัน ซึ่งเป็นต้นทุนแปรผันจะเกิดต่อเมื่อตกลงวิธีการกับลูกค้า ต้นทุนค่าเรียงพิมพ์โดยปกติใช้ประมาณเป็นต้นทุนต่อยก

1.2 ค่าจัดทำ Artwork ส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับความยากง่ายของงาน ตามปกตินางานหนังสือก็จะคิดต้นทุนเป็นต่อยกถ้าเป็นงานรายชิ้น เช่น โปสเตอร์ แผ่นพับ ซึ่งจะคิดต่อชิ้นงาน ต้นทุนนี้เป็น

ต้นทุนผันแปร โดยพิจารณาจาก ความยากง่าย ลักษณะงาน ความชำนาญของช่าง Artwork

1.3 ค่าฟิล์มและแม่พิมพ์ ต้นทุนนี้โดยทั่วไปเรียกว่า ค่าเพลท ค่าบล็อก ประกอบด้วย ค่าฟิล์มและแม่พิมพ์ ซึ่งเป็นต้นทุนแปรตามลักษณะความยากง่ายของงาน

1.4 ค่าแยกสี สำหรับโรงพิมพ์ที่รับงานพิมพ์ที่มีการพิมพ์ 4 สี หรือหลายสี จำเป็นต้องพิจารณาด้านทุนค่าแยกสี และค่าแม่พิมพ์ โดยปกติจะมีราคาสูง ทั้งนี้โรงพิมพ์ส่วนใหญ่โดยเฉพาะโรงพิมพ์ขนาดกลางและเล็กจะไม่มีอุปกรณ์แยกสีเอง

1.5 ค่าปริ๊ฟสี งานพิมพ์ 4 สีโดยทั่วไปจะต้องมีการพิมพ์ปริ๊ฟสีมาก่อน เพื่อความถูกต้องของสีและให้เจ้าของงานได้ตรวจสอบก่อนพิมพ์จริง บางครั้งจะมีการพิมพ์ปริ๊ฟสีหลายครั้งซึ่งค่าใช้จ่ายในส่วนนี้จะเป็ต้นทุนการพิมพ์ด้วย

2. ต้นทุนการพิมพ์บนเครื่องพิมพ์ เป็นขั้นตอนที่ต้นทุนการพิมพ์เกิดขึ้นนอกเหนือจากวัสดุการพิมพ์ ได้แก่

2.1 กระดาษ เป็นวัสดุที่มีมูลค่าสูงที่สุดในต้นทุนการพิมพ์และต้องใช้จำนวนมาก นอกจากกระดาษแล้วในบางกรณีวัสดุการพิมพ์อื่น ๆ เช่น พลาสติก ฟอยล์ ก็ถูกนำมาใช้ในการพิมพ์ อย่างไรก็ตามต้นทุนการพิมพ์ไม่ว่าจะเป็นวัสดุอย่างไรต้นทุนวัสดุการพิมพ์เป็นต้นทุนผันแปรขึ้นอยู่กับราคาของวัสดุและจำนวนวัสดุที่ใช้ไป

2.2 ต้นทุนแรงงาน โดยปกติค่าแรงสามารถแยกออกได้เป็น แรงงานทางตรง ได้แก่ ช่างพิมพ์ พนักงานควบคุมคุณภาพ เป็นต้น และแรงงานทางอ้อม ที่ไม่เกี่ยวกับการพิมพ์บนเครื่อง ได้แก่ ผู้ประสานงาน ฝ่ายประเมินราคา เป็นต้น

2.3 ต้นทุนค่าใช้จ่ายในโรงพิมพ์ ได้แก่ ค่าสาธารณูปโภค ค่าเช่าอาคาร และค่าเสื่อมราคาเครื่องจักร เป็นต้น

3. ต้นทุนการพิมพ์ในขั้นการทำสิ่งพิมพ์สำเร็จ ขึ้นอยู่กับลักษณะงานพิมพ์แต่ละงาน ได้แก่

3.1 การพับ อาจทำด้วยมือหรือทำด้วยเครื่อง ต้นทุนอยู่ที่จำนวนครั้งของการพับและวิธีการพับ

3.2 การเก็บเล่ม สามารถทำมือหรือเครื่องที่จะทำให้ต้นทุนแตกต่างกัน

3.3 การตีเลขวึ่ง ในงานพิมพ์เอกสารบางชนิด อาจทำมือหรือเครื่อง

3.4 การปรุฉีกและการปั๊มขาด การทำงานเหล่านี้ต้องมีต้นทุน

3.5 การเข้าเล่มและการเย็บเล่ม ต้นทุนจะแตกต่างที่การเข้าเล่มแบบใด เช่น ใสสันทากาว เย็บลวด หรือเย็บมุงหลังคา อยู่ที่ขนาดและจำนวน

3.6 การเคลือบ ต้นทุนอยู่ที่ขนาดหรือวิธีการเคลือบ

3.7 การเดินทองหรือฟอยล์สีต่าง ๆ ต้นทุนผันแปรอยู่ที่ต้นทุนของวัสดุและค่าแรง

3.8 การบ่มนูน ส่วนใหญ่ต้องจ้างร้านรับทำเฉพาะ

4. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานโรงพิมพ์ เช่น ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด และการบริหาร ได้แก่ เงินเดือน ค่ายานพาหนะ และอื่น ๆ รวมทั้งค่าใช้จ่ายที่ไม่เกี่ยวกับการผลิตโดยตรง ซึ่งจำเป็นต้องนำมาคิดเป็นต้นทุนรวมกับค่าใช้จ่ายในส่วนอื่น ๆ ด้วย

การควบคุมต้นทุนในโรงพิมพ์

การควบคุมต้นทุนในโรงพิมพ์ ทำได้โดยการวิเคราะห์ต้นทุนการดำเนินงานหรือจากรายงานสรุปการดำเนินงาน และฐานะทางการเงินของกิจการ ซึ่งการควบคุมต้นทุนนี้ สามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ

1. การควบคุมต้นทุนงานพิมพ์แต่ละงาน

- 1.1 การควบคุมจำนวนวัสดุการพิมพ์ที่ใช้ไม่ให้มีการสูญเปล่า
- 1.2 การควบคุมเวลาที่คนงานใช้ในการพิมพ์
- 1.3 การควบคุมคุณภาพงานพิมพ์

2. การควบคุมต้นทุนการดำเนินงาน

- 2.1 พิจารณาด้านต้นทุนการดำเนินงานด้านต่าง ๆ
- 2.2 พิจารณารายละเอียดต้นทุนที่น่าสนใจเป็นเฉพาะรายการ
- 2.3 การควบคุมต้นทุนที่อาจเกิดขึ้นระยะยาว

วิธีการออกแบบที่ช่วยในการลดต้นทุน

เทคนิควิธีการออกแบบสิ่งพิมพ์ที่จะช่วยลดต้นทุนการผลิตได้ ดังนี้ (Lee Chartier and Scott Mason 1995 : 12-106)

1. การดึงดูดด้วยภาพ (Power visual) อำนาจการมองเห็นเป็นประโยชน์ต่อจุดมุ่งหมาย ชั้นแรก ต้องดึงดูดด้วยภาพต้องให้เกิดความสนใจ ชั้นที่สอง ภาพนั้นต้องแสดงความประทับใจต่อผู้อ่านและต้องโดดเด่น โดยมีข้อความเป็นส่วนส่งเสริม การเลือกสรรภาพต้องรักษาความหมายและข้อมูลที่ต้องการสื่อสารให้กลมกลืนกัน ภาพที่แสดงความหมายที่ดีทำให้ข้อความสื่อสาร (Message) ชัดเจนและยังช่วยให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ เราสามารถสร้างสรรค์ภาพให้แตกต่างอย่างเห็นได้ชัด โดยการใช้ตัวอักษรขนาดใหญ่เพื่อความยิ่งใหญ่มั่นคง ใช้ภาพวัตถุขนาดใหญ่ สิ่งที่สำคัญที่สุดคือ จุดเด่นภายในภาพ

2. ความเรียบง่าย (Simplicity) การออกแบบที่จะใช้งบประมาณน้อยที่สุด เราสามารถใช้วิธีที่เรียบง่าย แนวคิดที่เรียบง่ายมีอำนาจที่จะหยุดสายตาและยังประหยัดเงินและเวลา สิ่งที่เราควรคำนึงถึง

ในการทำงานแบบเรียบง่าย (Simple) ส่วนสำคัญคือ ความกลมกลืน (Unity) ความเกี่ยวเนื่องกันของ องค์ประกอบ ข้อความทั้งหมด ภาพที่ช่วยส่งเสริม Message ที่สร้างขึ้นอย่างกลมกลืน พยายามใช้ ส่วนประกอบที่สำคัญในการสื่อสารอย่างรอบคอบ พิจารณาภาพและวัตถุประสงค์ และใช้เท่าที่ จำเป็น

3. **เพิ่มลักษณะพิเศษ (Put all you eggs in one basket)** อาจใช้วัสดุรีไซเคิล (Recycled) หรือ กระดาษที่ผลิตด้วยมือเป็นส่วนประกอบในงาน หรือใช้วิธีเคลือบด้วย Vanish ทำให้งานโดดเด่นขึ้น และยังป้องกันรอยด่างที่อาจเกิดขึ้น อีกทั้งสามารถใช้ในแบบด้านผสมกับแบบเงาช่วยเสริมให้ภาพ หรือตัวอักษรเด่นขึ้นมา อีกหนึ่งเทคนิคพิเศษที่น่าสนใจคือ การใช้ Foil-stamp เพิ่มความน่าสนใจในงานหนึ่งหรือสองสี

4. **สร้างความน่าสนใจด้วยความต่าง (Contrast attracts)** การออกแบบให้มีความแตกต่าง ของส่วนประกอบ 2 สิ่งที่ปรากฏในงานจะทำให้เกิดความน่าสนใจและน่าประทับใจ และช่วยส่ง ความน่าสนใจไปยังข้อความที่ต้องการสื่อสารได้ การสร้างความแตกต่างมีหลายวิธี เช่น ใช้ขนาด น้ำหนัก ตัวหนังสือ หรือภาพที่แตกต่าง แม้กระทั่งการสร้างความแตกต่างด้วยการใช้สี

5. **ส่วนประกอบที่คาดไม่ถึง (The element of surprise)** วิธีสร้างความแปลกด้วยสิ่งที่คาดไม่ถึง ไม่ว่าจะเป็นภาพถ่าย ภาพประกอบ ภาพกราฟิก การใช้สีตัดกัน หรือกระตุ้นจุดสนใจด้วยถ้อยคำ การเล่นคำ เป็นต้น

6. **งานต่อเนื่อง (Following through)** ต้องรักษาความกลมกลืนกันของชิ้นงานและภาพรวม ของงาน โดยการเลือกตัวอักษร ภาพ กระดาษ และรูปแบบ ให้มีการทำงานลักษณะต่อเนื่อง เช่น การจัดวางภาพไปในทิศทางเดียวกัน เป็นต้น

7. **จำกัดจำนวนสี (Limited-color design)** การจำกัดสีในการพิมพ์เป็นวิธีที่ง่ายที่สุดที่ช่วย ประหยัดเงิน แต่ต้องมีใจในการออกแบบ แม้แต่นักออกแบบเก่ง ๆ ยังต้องติดอยู่ที่งบประมาณ การ เรียนรู้ที่จะทำงานอย่างรอบคอบและการใช้รูปแบบที่เรียบง่ายให้เป็นประโยชน์ การพิมพ์ 1 หรือ 2 สี จะเป็นประโยชน์ต่อไปถ้าสามารถควบคุมคุณภาพในการพิมพ์ งานนั้นจะสามารถจบได้เร็วกว่า

8. **การจัดวางตัวอักษร (Typography as art)** การเขียนข้อความ (Message) ที่ดีทำให้การ สื่อสารมีประสิทธิภาพ ตัวอักษร เป็นตัวช่วยให้ภาพของข้อความมีประสิทธิภาพ และเป็น ส่วนประกอบที่ง่ายที่สุดในการออกแบบ แต่หากไม่สามารถทำตัวอักษรได้เอง เราก็ต้องเรียนรู้ว่าจะ ทำอย่างไรให้ได้ตัวอักษรออกมาเพื่อประโยชน์สูงสุดในการทำงาน

9. **ใช้ภาพให้น่าสนใจมากที่สุด (Using photography for maximum impact)** ภาพนั้นสื่อ ความหมายได้มากกว่าคำพูดนับพันคำ และเทคโนโลยีขั้นสูงทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวิธีการใช้ ภาพในการออกแบบ สแกน (Scan) เป็นตัวอย่างหนึ่งที่ทำให้ราคาถูกลง ถ้าภาพถ่ายมีปัญหา

บกพร่องในเรื่องความมืดสว่าง (Contrast) ก็สามารถปรับแต่งมันได้อย่างง่ายดายด้วยซอฟต์แวร์ (Software) หรืออาจใช้ซอฟต์แวร์มาประยุกต์เปลี่ยนแปลงภาพถ่าย ลักษณะท่าทาง ปรับปรุงน้ำหนัก และทำให้เป็นภาพลายเส้นได้

10. การใช้รูปร่างหรือรูปทรงนามธรรม (Using abstract graphic) ทางเลือกหนึ่งที่จะช่วยให้ต้นทุนในการพิมพ์ต่ำลงคือ การใช้รูปร่างหรือรูปทรงนามธรรมแบบง่าย ๆ ในการออกแบบแทนการใช้ภาพถ่าย นำมาใช้ร่วมกับเนื้อหาที่ต้องการสื่อสารได้

11. การใช้ลายเส้น (Working with low-cost line art) การใช้ลายเส้นค่อนข้างได้เปรียบกว่าการใช้ภาพถ่าย เพราะหลากหลายกว่า ได้แก่ การใช้ Half-tone ทำให้เกิดต้นทุนการผลิตที่ต่ำ (Lower Production Cost) และการใช้ลายเส้นจะง่ายกว่าการใช้ภาพถ่ายเมื่อมีการแก้ไขหรือพิมพ์ใหม่ ภาพลายเส้นสามารถใช้สื่อสารข้อความได้อย่างมีประสิทธิภาพตามที่ตั้งใจไว้โดยไม่ต้องใช้การพิมพ์ที่คุณภาพสูงเกินไปนัก ลายเส้นอาจใช้ประโยชน์ในการนำเสนอกราฟ สถิติ หรืออาจใช้เป็นภาพร่างลายเส้นแบบง่าย ๆ ช่วยในการสื่อสารและช่วยแสดงอารมณ์ในการอ่าน

12. ภาพราคาถูก (Inexpensive visuals) ภาพที่ดีไม่จำเป็นต้องมีค่าใช้จ่ายสูงนัก เรามีวิธีมากมายในการประหยัดงบประมาณ ความต้องการขั้นแรกของโครงการ จริงอยู่เราต้องการภาพถ่ายที่มีคุณภาพ ภาพประกอบที่เป็นมืออาชีพ แต่เราอาจจะใช้ประโยชน์จากมันไม่ได้มาก เราควรค้นหาภาพที่ราคาไม่แพงเพื่อเรียนรู้ที่จะสร้างสรรค์ หากภาพถ่ายหรือภาพประกอบราคาถูกมาทำงานโดยพิจารณาว่าภาพนั้นสามารถเข้ากับภาพรวมที่ออกแบบไว้ได้หรือไม่

13. ค้นหาภาพฟรี (Found visuals) ภาพดี ๆ ที่ไม่แพงหรือไม่มีค่าใช้จ่ายสามารถหาได้จากคลิปอาร์ต (Clip art) มากมายที่เป็นลิขสิทธิ์ฟรี (Copyright - Free) อาจหาได้ตามหนังสือพิมพ์และนิตยสารเก่า ๆ ซึ่งมีทั้งภาพลายเส้น ภาพวาด ภาพถ่าย และตัวอักษรที่น่าสนใจ หรือการค้นหาภาพฟรีจากห้องสมุด หรือสมาคมต่าง ๆ แต่ต้องแน่ใจว่าไม่มีปัญหาเรื่องลิขสิทธิ์ภาพ

14. สร้างสรรค์ภาพ (Create your own visuals) นอกจากการใช้ลายเส้น เรขาคณิต หรือรูปทรงนามธรรมที่เหมาะสมกับข้อความที่ต้องการสื่อสารแล้ว ยังมีเทคนิคการสร้างภาพแบบอื่น ๆ ช่วยแปลความหมายจากข้อความเป็นภาพได้ เช่น การวาดด้วยมือ โดยใช้ปากกาหรือฟู่กัน หรือสร้างภาพด้วยคอมพิวเตอร์ เป็นต้น

15. ถ่ายภาพเอง (Getting photographs cheaply) อาจใช้วิธีการแลกเปลี่ยนกันเพื่อเป็นการลดต้นทุนเรื่องภาพถ่ายอีกวิธีหนึ่ง เช่น ถ้าใช้ภาพถ่ายของช่างภาพคนหนึ่ง ให้ใส่ชื่อช่างภาพลงในงานด้วยซึ่งจะได้ประโยชน์ร่วมกัน ซึ่งจะได้ภาพที่ดี ราคาถูก ส่วนช่างภาพก็ได้ชื่อเสียงและมีผลงาน (Portfolio) อีกทางเลือกหนึ่งคือ การถ่ายภาพเอง โดยกำหนดทุกอย่างเอง ใช้เพื่อนเป็นนายแบบนางแบบ กำหนดสัดส่วนและโทน (Tone) ตามที่ต้องการ ภาพถ่ายทั้งหมดต้องระวังกเรื่อง

อารมณ์และท่าทางให้มากที่สุด เพราะทั้งหมดเป็นตัวช่วยในการสื่อสารของงาน การใช้ภาพถ่ายขาวดำ น้ำหนักมืดสว่างของภาพเป็นเรื่องจำเป็น ต้องแน่ใจว่าแสงดีพอในวัตถุ ต้องการแบบใด แสงมาก แสงน้อย ปานกลาง ต้องเลือกตัดสินใจ และคำนึงถึงเวลาใส่ข้อความลงไปต้องสามารถเห็นและอ่านได้อย่างสะดวก การพัฒนาภาพถ่ายมีประโยชน์ในการพัฒนาตนเองแต่จะทำให้เสียเวลาไปกับการทำงานถ่ายภาพ และที่สำคัญต้องวางแผนการถ่ายภาพให้ใช้คนจำนวนน้อยที่สุดในการทำงานจะช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายได้อีก

16. การผลิตในราคาต่ำ (Low-cost production and printing) การศึกษาเรื่องขนาดในการผลิตและการเข้าเล่มจะช่วยประหยัดเงินได้อีก การใช้ตัวอักษรแจกฟรี ภาพธรรมดา กระดาษขนาดปกติ การตัดสิ่งที่ไม่จำเป็นในขั้นตอนการผลิต กำหนดขนาดของงานพิมพ์ให้เป็นแบบมาตรฐานทางการพิมพ์ เหล่านี้จะช่วยให้เรารักษาต้นทุนให้ไม่สูงได้

17. ใช้สีราคาประหยัด (Adding low-cost color) การลดจำนวนสีในการออกแบบ การเลือกใช้อย่างรอบคอบทั้งสีและกระดาษ ช่วยลดต้นทุนการผลิต อาจใช้เทคนิคการออกแบบตัวอักษรหนา (Bold) ประกอบกับการใช้สีและสีตรงข้าม ซึ่งเป็นวิธีการดั้งเดิมที่ง่ายและยังคงสามารถสร้างความน่าตื่นตึ่งได้ และการใช้สีที่มีอยู่ในคลัง (Stock) แบบธรรมดา (CMYK) ย่อมมีราคาถูกกว่าการใช้สีพิเศษ

18. การเลือกขนาดกระดาษ (Saving money on paper and printing) การรักษาด้านทุนให้ต่ำสิ่งสำคัญประการหนึ่งคือ การออกแบบชิ้นงานพิมพ์ให้หลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่จำเป็นแต่ไม่เสียคุณภาพงาน อันดับแรกคือเลือกขนาดของกระดาษ เพราะมันเป็นตัวบอกถึงแม่พิมพ์

19. การเข้าเล่ม (Low-cost binding) กรรมวิธีการเข้าเล่มสิ่งพิมพ์ทำให้เพิ่มค่าใช้จ่ายในการผลิต การเข้าเล่มที่แตกต่างกันจะส่งผลให้ต้นทุนแตกต่างกันด้วย เวลาออกแบบต้องคำนึงถึงความสัมพันธ์กันของวัสดุและสิ่งที่ต้องการสื่อสาร แล้วเลือกวิธีการเข้าเล่มที่เหมาะสม

เทคนิควิธีการทำงานที่จะช่วยในการจำกัดการใช้งบประมาณ มีวิธีการต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ (นรินทร์ ปานประดิษฐ์ 2546 : 103-106)

- ใช้การพิมพ์ระบบออฟเซต สำหรับพิมพ์งานปริมาณมาก การพิมพ์แบบจำกัดเพียง 1 หรือ 2 สีพิมพ์ จะมีความประหยัดที่สุด ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาดทางการพิมพ์เป็นสำคัญ การใช้ขนาดมาตรฐานในการพิมพ์ไม่เกินขนาดตัด 4 ในการพิมพ์จะช่วยให้เกิดความประหยัดมากที่สุด

- งานพิมพ์ที่มีหลายหน้าสามารถแยกเพลทพิมพ์งานระหว่างงาน 4 สีกับงานพิมพ์ 1 สีออกจากกันได้

- งานพิมพ์ 1 สีสามารถเลือกพิมพ์บนกระดาษสีได้ ซึ่งส่วนมากมีสีให้เลือกใช้ไม่มาก

นักแต่มีสีหลัก ๆ ให้ใช้ เช่น สีแดง สีเหลือง สีเขียว สีน้ำเงิน

- งานพิมพ์ 2 สีสามารถใช้วิธีสลับสีในการผลิตได้ เช่น งานพิมพ์สามารถวางในเพลทได้ 2 ชั้นก็สามารถสลับสีในการพิมพ์ได้หรือพิมพ์งานได้ 2 แบบ

- การใช้สีในการพิมพ์งาน 2 สี ใช้วิธีการพิมพ์ Over print จะทำให้เกิดสีที่ 3 เช่น การพิมพ์ภาพสีดำ Over print บนสีส้มที่เป็นสีพื้น

- การพิมพ์งาน 2 สี ควรเลือกใช้สีตัดกันเพื่อสร้างความน่าสนใจในงาน เช่น การใช้สีดำและแดง หรือ ใช้สีเหลืองและดำ เป็นต้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะของงานด้วย

- การพิมพ์ภาพด้วยการใช้ 2 สีปรับแต่งภาพโดยใช้โปรแกรมตกแต่งภาพ เช่น Adobe Photoshop ช่วยตกแต่งน้ำหนักภาพให้สวยงามได้มากขึ้น

- การใช้ภาพในการออกแบบให้น้อยที่สุดเพื่อลดค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับภาพ

- การใช้ภาพถ่ายจากกล้องดิจิทัล เพื่อลดค่าใช้จ่ายในเรื่องภาพถ่ายได้ อีกทั้งสะดวกและรวดเร็วกว่าการใช้ฟิล์มมาก แต่ก็มีข้อผิดพลาดเรื่องสีและคุณภาพได้

- เลือกใช้กระดาษที่มีอยู่ใน Stock ของโรงพิมพ์จะมีราคาถูกกว่าการสั่งกระดาษจากโรงงานมาผลิตเฉพาะงาน

- เลือกใช้กระดาษที่มีราคาไม่แพงในการพิมพ์

- การพิมพ์ลงบนกระดาษบางชนิดจะทำให้สีเปลี่ยนไป เช่น การพิมพ์บนกระดาษสีน้ำตาล แล้วเลือกใช้สีแดงและส้มเพื่อพิมพ์งาน ผลที่ได้ออกมาคือสีจะหม่นลงเนื่องจากเนื้อกระดาษ

- เลือกใช้กระดาษราคาต่ำกับการออกแบบบางประเภทสามารถสร้างความรู้สึกลงในเชิงอนุรักษ์ได้และช่วยลดค่ากระดาษได้

- การใช้กระดาษที่เป็นเศษเหลือจากงานพิมพ์อื่น ๆ วิธีนี้เป็นการประหยัดค่ากระดาษได้มาก แต่วิธีนี้ต้องรู้ขนาดของกระดาษที่เหลืออยู่และขนาดทางการพิมพ์เพื่อป้องกันความผิดพลาดในการผลิต

- การใช้ขนาดมาตรฐานในการออกแบบ วิธีนี้ต้องทราบถึงขนาดของกระดาษในแต่ละประเภทและขนาดของเพลทที่ใช้พิมพ์ เพื่อหาขนาดมาตรฐานงานที่ใช้ในการออกแบบ

- พิมพ์งานจำนวนมากจะได้งานต่อชิ้นถูกกว่า เช่น การพิมพ์งานจำนวน 100 ชิ้นกับ 500 ชิ้น ราคาอาจต่างกันจากยอดรวม 10 เปอร์เซ็นต์ แต่ราคาต่อหน่วยอาจต่างกันถึง 80 เปอร์เซ็นต์

หลักในการทำให้ราคาค่าพิมพ์ต่ำลง

ในการติดต่อโรงพิมพ์เพื่อสั่งพิมพ์งานนั้น โรงพิมพ์มักจะเสนอราคาในหลากหลายรูปแบบให้ลูกค้าตัดสินใจเลือก ซึ่งอาจสร้างความสับสนและทำให้ราคาค่าพิมพ์แพงเกินความจำเป็น



จึงต้องอาศัยเทคนิคในการควบคุมราคาค่าพิมพ์ เพื่อให้ราคาค่าพิมพ์ต่ำลง ซึ่งเทคนิคเหล่านี้ ได้แก่ (วี พลัส กรุป 2554)

- สิ่งแรกต้องเลือกว่าจะพิมพ์งานกี่สี และควรเลือกให้เหมาะกับงาน ตัวอย่างเช่น งานพิมพ์ 4 สี (Four-color printing) เหมาะกับงานนำเสนอรูปภาพหรือภาพกราฟิกที่ซับซ้อน ช่วยสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า และสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับองค์กร แต่จะมีค่าใช้จ่ายสูง ขณะเดียวกันหากพิมพ์งานประเภทนามบัตร หัวจดหมาย และเมนูอาหาร ซึ่งไม่จำเป็นต้องใช้ถึง 4 สี อาจเลือกใช้วิธีการพิมพ์สีพิเศษ (Spot color) ทำให้ลดจำนวนเพลทและรอบพิมพ์ จะช่วยลดค่าใช้จ่ายลงได้ เหมาะกับงานที่มีงบประมาณจำกัด

- ข้อต่อไปที่ควรคำนึงคือ จะเลือกใช้กระดาษอะไร ซึ่งไม่จำเป็นต้องใช้กระดาษราคาแพง กระดาษเงา หรือขาวเป็นพิเศษ เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าเสมอไป ในบางกรณีกระดาษราคาถูกอย่างกระดาษปรู๊ฟก็เพียงพอแล้ว

- อีกวิธีในการประหยัดเงิน คือ การออกแบบและสร้างไฟล์งานเองด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ อาจหาผู้ที่มีประสบการณ์ในการออกแบบสิ่งพิมพ์ช่วยดูงานที่ออกแบบมาแล้วว่าดีแล้ว หรือสมควรแก้ไขตรงไหนบ้าง

- ข้อสุดท้ายที่ต้องคำนึงถึงก่อนการสั่งพิมพ์งาน คือ จำนวนสั่งพิมพ์ และระยะเวลาในการจัดพิมพ์ (ตั้งแต่วันแรกที่ส่งต้นฉบับอาร์ตเวิร์กหรือไฟล์งาน จนกระทั่งงานส่งถึงมือ) หากงานพิมพ์ชิ้นนั้นต้องการพิมพ์เพิ่มอยู่เรื่อย ๆ ก็ควรไม่ลืมนำพิจารณาด้วยการสั่งพิมพ์จำนวนมาก ๆ ในครั้งเดียวจะช่วยให้ประหยัดเงินได้มากกว่า ซึ่งบางโรงพิมพ์อาจเสนอเงื่อนไขพิเศษสำหรับลูกค้าประจำ ดังนั้นควรซักถามโรงพิมพ์เกี่ยวกับข้อเสนอต่าง ๆ ด้วย

ตอนที่ 5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิจัยเรื่องพฤติกรรมสื่อนิเทศสารและแนวโน้มผู้อ่านนิเทศสารในปี 2552 โดยสำนักวิจัยเอแบคโพลล์ พบว่าการจัดพิมพ์และอาร์ตเวิร์กของสื่อนิเทศสารมีจุดด้อยคือ ตัวหนังสือเล็ก อ่านยาก ใช้กระดาษด้อยคุณภาพ กระดาษมันเงาสะทอนเข้าตา รูปเล่มใหญ่ หนัก พกพาไม่สะดวก และเข้าเล่มไม่แน่นหนา ส่วนรูปเล่มของสื่อนิเทศสารพบว่า สามีผลต่อการอ่าน โดยผู้อ่านมองว่าสีของตัวอักษรควรเป็นสีที่อ่านแล้วสบายตา ส่วนการวางเลย์เอาท์ไม่ควรทำให้รกเกะกะตา ส่วนนิเทศสารที่มีกลุ่มผู้อ่านมีอายุควรให้ความสำคัญกับขนาดของตัวอักษร สี และกระดาษที่ใช้ (อ้างถึงในหนังสือพิมพ์ผู้จัดการ 360 องศา 2553)

นรินทร์ ปานประดิษฐ์ (2546 : 110) พบว่าการพิมพ์จำนวนมากเป็นการช่วยลดต้นทุนต่อหน่วย แต่ในยอดรวมแล้วค่าใช้จ่ายจะค่อนข้างสูง และมีความคิดเห็นว่าการพิมพ์งานพิมพ์ควร

คำนึงถึงการใช้งานให้มากที่สุด การพิมพ์จำนวนมากไม่ได้หมายถึงการได้งานพิมพ์ที่ราคาถูก แต่อาจหมายถึงการสิ้นเปลืองทรัพยากร สรุปได้ว่าการพิมพ์ต้องคำนึงถึงปริมาณการใช้งาน ซึ่งต้องพิจารณาการใช้งานก่อนการพิมพ์เพื่อให้ได้ยอดการพิมพ์ที่เหมาะสม ถึงแม้ว่าราคาการพิมพ์ต่อชิ้นอาจสูงกว่า สิ่งสำคัญที่สุดในการออกแบบสิ่งพิมพ์ในงบประมาณที่จำกัด คือ ความเข้าใจในกระบวนการพิมพ์ เข้าใจในมาตรฐานของขนาดทางการพิมพ์ก่อนเป็นพื้นฐาน เพื่อที่จะใช้กระบวนการพิมพ์ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมกับงบประมาณ

และจากการศึกษาของนรินทร์ ปานประดิษฐ์ (2546 : 110-111) ยังพบว่า การพิมพ์ในประเทศไทยส่วนมากใช้ระบบพิมพ์ออฟเซต ซึ่งมีขนาดการพิมพ์แตกต่างกันไป 7 ขนาด โดยขนาดใหญ่ที่สุดมีขนาดประมาณ 31 x 43 นิ้ว เรียกว่า “ตัด 1” จนไปถึงขนาดเล็กที่สุดในการพิมพ์ คือ “ตัด 11” ที่มีขนาดประมาณ 9.5 x 13.5 นิ้ว สิ่งนี้ถ้าเข้าใจเรื่องขนาดของเครื่องพิมพ์ก่อนก็จะสืบเนื่องมาถึงขนาดของเพลทหรือแม่พิมพ์ที่มีขนาดเดียวกับการใช้เครื่องพิมพ์ โดยที่ขนาดเหล่านี้ก็จะมีกระดาษที่มีขนาดใกล้เคียงกันเพื่อใช้พิมพ์ โดยส่วนมากมาตรฐานกระดาษในประเทศไทยจะเป็นกระดาษมาตรฐาน A ซึ่งมีขนาดใหญ่ที่สุด คือ 33.11 x 46.81 นิ้ว หรือเรียกว่า “A0” ไล่เรียงไปจนถึงขนาดเล็กที่สุด คือ 2.91 x 4.13 นิ้ว หรือเรียกว่า “A7”

โรเจอร์ แบล็ก (Roger Black) นักออกแบบนิตยสาร โรลลิงค์ สโตน (Rolling Stone), นิตยสารเดอะนิวยอร์ก ไทมส์ (The New York Times Magazine), นิตยสารเอสควายร์ (Esquire) และนิตยสารชั้นนำของโลกอีกหลายเล่ม ได้บัญญัติกฎการออกแบบนิตยสาร 10 ประการไว้ ดังนี้ (Yolanda Zappaterra 2007 : 67)

1. ใส่เนื้อหาให้ครบทุกหน้า การออกแบบไม่ควรมีแค่การตกแต่ง จะต้องมีการถ่ายทอดข้อมูลหรือความบันเทิงลงไป เนื้อหาควรปรากฏให้เห็นก่อนอย่างอื่น เนื่องจากผู้อ่านจะไม่อ่านทุกสิ่งที่อยู่บนหน้ากระดาษ แต่จะดูแบบผ่านตาไปก่อน ดังนั้นต้องทำให้มีเนื้อหาบนทุก ๆ หน้า

2. 3. 4. อันดับแรกคือ สีขาว อันดับที่สองคือ สีดำ อันดับที่สามคือ สีแดง ต่อไปนี้เป็นวิธีการที่ใช้กันมาตั้งแต่การพิมพ์ยุคแรกกว่า 500 ปีก่อน และเป็นวิธีที่ได้รับการพิสูจน์แล้วว่าได้ผลถูกต้อง คือ สีขาวใช้สำหรับพื้นหลัง สีดำใช้สำหรับตัวหนังสือ และสีแดงใช้สำหรับการเน้นและสร้างความน่าตื่นตื้น ซึ่งสามสีที่ว่ามานี้ดีที่สุด และควรใช้สีอื่น ๆ อย่างระมัดระวัง

5. ห้ามใช้แฟชันอย่างฟุ่มเฟือย

6. ไม่ใช่ตัวอักษรตัวพิมพ์ใหญ่ทั้งหมดกับข้อความจำนวนมาก ๆ เพราะทำให้อ่านยาก

7. ควรออกแบบหน้าปกลักษณะโปสเตอร์ คือ ใช้เพียง 1 ภาพสำหรับภาพคน จะเรียกยอดขายได้ดีกว่าการใช้หลายภาพหรือใช้ตัวอักษรทั้งหมด

8. ใช้รูปแบบตัวอักษรเพียง 1 หรือ 2 แบบ จะให้ความรู้สึกของบางสิ่งที่ทำงานร่วมกัน

หลักการใช้อักษรหลายแบบหรือหลายสี

9. สร้างทุกสิ่งให้ใหญ่เท่าที่จะเป็นไปได้ ตัวอักษรจะดูดีเมื่อมีขนาดใหญ่ แต่ภาพที่ไม่ดีไม่ควรมีขนาดใหญ่

10. ปัญหาของการออกแบบส่วนใหญ่ คือ ไม่มีอะไรที่น่าตื่นตาตื่นใจหรือแปลกใหม่ ถ้าต้องการให้คนสนใจ จะต้องลองเปลี่ยนแนวการออกแบบจากจังหวะที่ซ้ำซากจำเจ เช่น ภาพ-หัว-เรื่อง-ภาพ-ข้อความ-โฆษณา-หัวเรื่อง-ภาพ-โฆษณา เหล่านี้ เป็นจังหวะการจัดวางที่แปลกใหม่บ้าง