

ตอนที่ 2

การถ่ายภาพสินค้าเพื่องานโฆษณา

ตอนที่ 2

การถ่ายภาพสินค้าเพื่องานโฆษณา

ในการผลิตงานโฆษณานั้น กระบวนการสำคัญอีกประการหนึ่ง คือ การถ่ายภาพ เราจะถ่ายภาพอย่างไรในงานโฆษณา เพื่อให้ชิ้นงานนั้นมีความแตกต่าง และน่าสนใจ เพราะลักษณะของงานโฆษณาแต่ละประเภทก็ย่อมมีความแตกต่างกันออกไปตามธรรมชาติของตัวผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 1 แสดงภาพถ่ายในงานโฆษณา ที่มีความแตกต่างกันไปตามรูปแบบของผลิตภัณฑ์

ซึ่งจะเห็นได้ว่า ภาพโฆษณาของผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างกัน ก็จะมีวิธีการในกระบวนการถ่ายทำที่แตกต่างกัน ทั้งเรื่องของ การออกแบบฉาก การจัดวางอุปกรณ์ประกอบการถ่ายทำ ซึ่งทั้งหมดนี้นักผลิตโฆษณาจะต้องทำการถ่ายทอดแนวความคิดหลักเหล่านี้ของผู้สร้างสรรค์ออกมาเป็นภาพให้ได้ โดยมีลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. การกำหนดแนวความคิด (Concept)

เป็นขั้นแรกสุดในการที่จะกำหนดแนวทางในการถ่ายภาพโฆษณา ตามแนวความคิดของผู้สร้างสรรค์และผลิตโฆษณา โดยจะต้องกำหนดแนวคิดให้มีความเชื่อมโยงกับลักษณะของผลิตภัณฑ์ และมีความน่าสนใจในการนำเสนอออกมาเป็นภาพโฆษณา

2. การออกแบบร่าง (Layout)

แบบร่าง เป็นการที่นักสร้างสรรค์และผลิตโฆษณา จะต้องนำเอาแนวคิดที่ได้ออกแบบไว้

ในใจ ขยายออกมาเป็นภาพเพื่อให้เห็นและเข้าใจตรงกัน ทั้งนี้ แบบร่างจะช่วยให้ผู้ที่มีส่วนร่วมในการทำงาน สามารถทำความเข้าใจร่วมกันได้อย่างดี

3. การจัดทำภาพอ้างอิง (Reference)

เป็นหนึ่งในกระบวนการสำคัญที่จะต้องใช้ในการสื่อสารเพื่อที่จะหาความเชื่อมโยงระหว่างแนวคิดที่กำหนด กับแบบร่างที่พัฒนาไว้ อันจะนำไปสู่ภาพจริงที่จะใช้ในการถ่ายทำ ซึ่ง ภาพอ้างอิง (Reference) นั้นสามารถนำภาพจากงานชิ้นอื่น ๆ ที่มีลักษณะของ สี แสง มุมมอง การจัดวาง การนำเสนอ ที่มีลักษณะสอดคล้องกับแนวคิดที่นักสร้างสรรค์และผลิตโฆษณาต้องการจะนำเสนอ โดยที่จะต้องไม่นำ Reference นั้น มาจากงานเก่าของสินค้าตัวเอง และงานของสินค้าประเภทคู่แข่ง ซึ่งเปรียบเสมือนการลอกเลียนผลงาน อันจะเป็นการผิดจรรยาวิชาชีพนักโฆษณา

4. การเตรียมการถ่ายทำ (Pre-Production)

เมื่อมาถึงขั้นนี้ ทีมงานผลิตจะต้องทำการเตรียมการถ่ายทำ ด้วยการจัดเตรียมสิ่งต่าง ๆ เช่น ตัวผลิตภัณฑ์ ความพร้อมของสถานที่ อุปกรณ์ประกอบฉากให้ได้ครบถ้วนตามที่เลือกสรรและกำหนดไว้ใน Reference รวมถึงทำ Production Check List เพื่อเช็คข้อมูลต่าง ๆ เช่น Props List ว่าจะใช้อะไรบ้าง เป็นต้น

5. การถ่ายภาพโฆษณา (Shooting)

เมื่อถึงกำหนดการนัดหมายในการถ่ายทำ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการทำงานทั้งหมด ก็จะกำหนดเลือกสถานที่ในการถ่ายทำว่า จะเลือกถ่ายทำในสตูดิโอ (Studio) หรือสถานที่จริง (Out Door) ซึ่งทั้งสองแห่งก็มีลักษณะแตกต่างกันออกไป ตามคุณลักษณะของสถานที่ คือ การถ่ายทำในสตูดิโอ จะง่ายในการควบคุมตัวแปรต่าง ๆ รอบด้านเช่น เรื่อง แสง และเวลา แต่จะมีค่าใช้จ่ายในการเช่าสตูดิโอต่อครั้งในราคาที่สูง ส่วนการถ่ายทำในสถานที่จริงนั้น จะได้ความสมจริงของแสง และจากจัดองค์ประกอบต่าง ๆ และมีค่าใช้จ่ายเรื่องพื้นที่ถูกกว่าการถ่ายทำในสตูดิโอ แต่จะไม่สามารถควบคุมแสง และภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลงได้ตามความเป็นจริง



ภาพที่ 2 การถ่ายในงานโฆษณา ที่มีความแตกต่างกันคือการถ่ายทำในสตูดิโอ (Studio) และการถ่ายทำที่สถานที่จริง (Out Door)

อุปกรณ์ประกอบการถ่ายภาพโฆษณา

ลำดับต่อมาเราจะต้องมาทำความรู้จักกับอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการถ่ายทำ ซึ่งประกอบไปด้วยส่วนต่าง ๆ ดังนี้

1.แผนกกล้อง(camera)

ในส่วนของกล้องจะมีการแบ่งเป็น 4 องค์ประกอบหลักๆได้แก่

ส่วนที่หนึ่ง ขากล้อง



ส่วนที่สอง หัวกล้อง



ส่วนที่สาม ตัวกล้อง



ส่วนที่สี่ ฐานวางกล้อง



องค์ประกอบกล้อง 1 เซ็ตมีดังนี้

1 ฐานวางกล้อง



2 ขากล้อง



3 หัวกล้อง



4 Snap plate



5 Slide plate



6 Upper plate



7 Camera



8 Monitor



2. แผนกอุปกรณ์ยึดเหนี่ยวยกกล้อง(Grip)

แผนกอุปกรณ์ยึดเหนี่ยวยกกล้องคืออุปกรณ์ยึดเหนี่ยวเกาะติดการเคลื่อนย้ายต่างๆในส่วนนี้ทำหน้าที่สำรวจสถานที่ว่าต้องใช้อุปกรณ์อะไรบ้างซึ่งอุปกรณ์ก็จะมีตั้งแต่ขนาดเล็กไปจนถึงขนาดใหญ่ อุปกรณ์จะถูกเลือกใช้ตามลักษณะของงาน

อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในการทำงานมีดังนี้

1 Remote Head



2 Panther Classic



3 Cine Jib



4 Pee Pod 1000



5 Foxy Advanced Crane



6 Dolly



7 Apple Box



3. แพนกแสง (lighting)

การจัดแสงเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อกระบวนการถ่ายเป็นอย่างมากโดยแสงจำแนกได้ 2 ประเภทคือ

1 แสงประดิษฐ์

แสงประดิษฐ์คือแสงที่เกิดจากมนุษย์สร้างขึ้นสามารถควบคุมได้ตามความต้องการทำให้งานที่ออกมามีคุณภาพเช่น แสงนีออน,แสงเทียน เป็นต้น

2 แสงธรรมชาติ

แสงธรรมชาติคือ แสงที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติแหล่งที่มาของแสงธรรมชาติคือดวงอาทิตย์ซึ่งแสงอาทิตย์จะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาทั้งสภาวะและทิศทางของแสงทำให้ยากต่อการควบคุมส่งผลให้งานที่ออกมาไม่ได้คุณภาพเท่าที่ควรแต่แสงธรรมชาติจะทำให้งานดูสมจริงมากกว่าแสงประดิษฐ์

การจัดแสงจะมีกระบวนการตามหลักของการจัดแสงมีทั้งการจัดแสงกลางแจ้งและการจัดแสงในสตูดิโอซึ่งการจัดแสงกลางแจ้งจะควบคุมยากและมีความเป็นส่วนตัวน้อยส่วนการจัดแสงในสตูดิโอจะควบคุมได้ง่ายกว่าและมีความเป็นส่วนตัวมากกว่าการจัดแสงกลางแจ้งแต่การจัดแสงทั้ง2รูปแบบก็ยังคงเลือกใช้ตามลักษณะงาน

อุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดแสงมีดังนี้
Tungsten

1 ARRILITE Plus



2 ARRI Fresnel (Tungsten)



3 TRUE BLUET



4 TRUE BLUE ST



5 TRUE BLUE ST



6 TheatreStudio T



7 Cyc Flood Light



Daylight

1 M-Series_Event



2 ARRISUN



3 ARRISUN



4 TRUE BLUE D Theatre



5 ARRI Compact



6 ARRI Compact



7 ARRI Fresnel (Daylight)



8 ARRI X



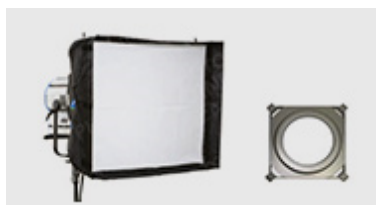
9 ARRI X Theatre



10 ARRILUX



1 Accessory Holders, Speed Rings & Lightbanks



2 Barndoors



3 Cables



4 Conversion Filters & Frames
Protective Glasses



5 EVENT Series Accessories



6 Filter



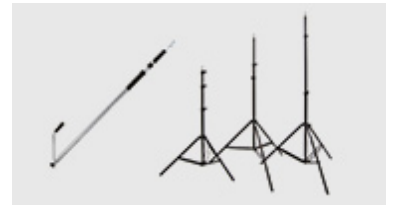
7 Grip Wheels



8 Lenses



9 Stands,



LED

1 SkyPanel Series



2 L-Series



3 Caster



และเมื่อเราได้รู้จักวิธีการ และอุปกรณ์ในการถ่ายภาพโฆษณาแล้ว ในการเรียนการสอนครั้งต่อไปก็จะเป็นการปฏิบัติการถ่ายภาพโฆษณา ในลำดับต่อไป

ในการผลิตงานโฆษณานั้น แนวปฏิบัติสำคัญในการถ่ายภาพก็คือ งานโฆษณาแต่ละประเภทก็ย่อมมีความแตกต่างกันออกไปตามธรรมชาติของตัวผลิตภัณฑ์ ดังนั้น นักสร้างสรรค์และผลิตงานโฆษณาจะต้องดำเนินการถ่ายภาพโฆษณาตามแนวปฏิบัติที่กำหนด เพื่อเป็นแนวทางในการถ่ายภาพ โฆษณา



ภาพที่ 9.1 แสดงภาพถ่ายในงานโฆษณา ที่มีความแตกต่างกันไปตามรูปแบบของผลิตภัณฑ์

ดังนั้น จึงมีแนวทางในการปฏิบัติ เพื่อการถ่ายภาพ ดังนี้

1. เตรียมความพร้อมของอุปกรณ์ต่าง ๆ

เป็นขั้นพื้นฐานที่สุดในการที่จะเริ่มทำการถ่ายภาพโฆษณา โดยทีมงานผลิตจะต้องทำการเตรียมการถ่ายทำ ด้วยการจัดเตรียมสิ่งต่าง ๆ เช่น ตัวผลิตภัณฑ์ ความพร้อมของสถานที่ อุปกรณ์ประกอบฉากให้ได้ครบถ้วนตามที่เลือกสรรและกำหนดไว้ใน Reference รวมถึงทำ Production Check List เพื่อเช็คข้อมูลต่าง ๆ เช่น Props List ว่าจะใช้อะไรบ้าง และดูให้เหมาะสมกับสภาพความเป็นจริงของพื้นที่ถ่ายทำ เป็นต้น

2. การจัดแสงให้เหมาะสมกับลักษณะของภาพและแนวคิดของผลิตภัณฑ์

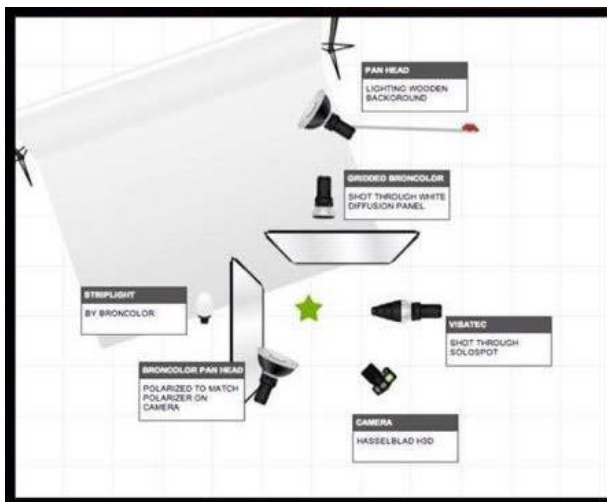
การจัดแสงเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อกระบวนการถ่ายภาพเป็นอย่างมากโดยแสงจำแนกได้ 2 ประเภทคือ

1 แสงประดิษฐ์

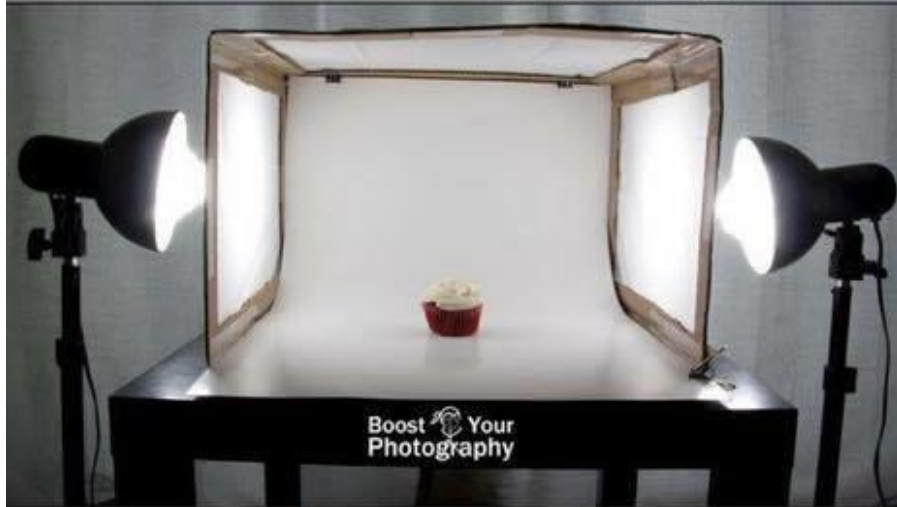
แสงประดิษฐ์คือแสงที่เกิดจากมนุษย์สร้างขึ้นสามารถควบคุมได้ตามความต้องการทำให้งานที่ออกมามีคุณภาพเช่น แสงนีออน,แสงเทียน เป็นต้น

2 แสงธรรมชาติ

แสงธรรมชาติคือ แสงที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติแหล่งที่มาของแสงธรรมชาติคือดวงอาทิตย์ซึ่งแสงอาทิตย์จะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาทั้งสภาวะและทิศทางของแสงทำให้ยากต่อการควบคุมส่งผลให้งานที่ออกมาไม่ได้คุณภาพเท่าที่ควรแต่แสงธรรมชาติจะทำให้งานดูสมจริงมากกว่าแสงประดิษฐ์



Foldable DIY Photography Light Tent



การจัดแสงจะมีกระบวนการตามหลักของการจัดแสงมีทั้งการจัดแสงกลางแจ้งและการจัดแสงในสตูดิโอซึ่งการจัดแสงกลางแจ้งจะควบคุมยากและมีความเป็นส่วนตัวน้อยส่วนการจัดแสงในสตูดิโอจะควบคุมได้ง่ายกว่าและมีความเป็นส่วนตัวมากกว่าการจัดแสงกลางแจ้งแต่การจัดแสงทั้ง 2 รูปแบบก็ยังคงเลือกใช้ตามลักษณะงาน

3. การถ่ายทำตามแบบภาพอ้างอิง (Reference)

เป็นหนึ่งในกระบวนการสำคัญที่จะต้องใช้ในการสื่อสารเพื่อที่จะหาความเชื่อมโยงระหว่างแนวคิดที่กำหนด กับแบบร่างที่พัฒนาไว้ อันจะนำไปสู่ภาพจริงที่จะใช้ในการถ่ายทำ ซึ่ง ภาพอ้างอิง (Reference) นั้นสามารถนำภาพจากงานชิ้นอื่น ๆ ที่มีลักษณะของ สี แสง มุมมอง การจัดวาง การนำเสนอ ที่มีลักษณะสอดคล้องกับแนวคิดที่นักสร้างสรรค์และผลิตโฆษณาต้องการจะนำเสนอ โดยที่จะต้องไม่นำ Reference นั้น มาจากงานเก่าของสินค้าตัวเอง และงานของสินค้าประเภทคู่แข่ง ซึ่งเปรียบเสมือนการลอกเลียนผลงาน อันจะเป็นการผิดจรรยาวิชาชีพนักโฆษณา ทั้งนี้ ช่างภาพสามารถปรับแก้ไขการถ่ายทำได้ตามสถานการณ์จริงโดยไม่จำเป็นต้องอิงตาม Reference ทั้งหมด แต่ทั้งนี้ ต้องอยู่ภายใต้ความเห็นชอบของลูกค้าด้วย

ตัวอย่าง Reference ถ่ายภาพโฆษณาครีมอาบน้ำ B-Nice



การจัดวางผลไม้บริเวณด้านหน้า
ของภาชนะใส่ถ้วยโฟมฟองสบู่



โฟมฟองสบู่ ใช้วางบนถ้วยใส่โฟมและ
บริเวณโดยรอบของภาชนะและสินค้า



ถ้วยใส่โฟมฟองสบู่



ตำแหน่งการวางผลิตภัณฑ์สินค้า



ผ้าขาวมันสำหรับปูพื้นวางผลิตภัณฑ์สินค้า

ผลงานภาพถ่ายงานโฆษณาครีมอาบน้ำ B-Nice



ตัวอย่าง Reference ถ่ายภาพโฆษณาแป้งเย็น Protex



ถังน้ำแข็งที่ใช้และมีน้ำแข็งอยู่ด้านใน



ข้างขวดแป้งและถังน้ำแข็งจะมีหยดน้ำเกาะ



Background



การจัดวางขวดแป้งในถังน้ำแข็ง



ผลิตภัณฑ์สินค้า

ผลงานภาพถ่ายงานโฆษณาแบ่งเย็น Protex



4. การจัดวางองค์ประกอบศิลป์ในการถ่ายทำ (Art Direction)

ในกระบวนการถ่ายภาพโฆษณา สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งคือการออกแบบองค์ประกอบในการถ่ายทำให้ดูสวยงาม โดยที่จะต้องจัดวางตามความเหมาะสม เห็นชอบของผู้สร้างสรรค์ ผู้กำกับ และลูกค้า



5. ดำเนินการการถ่ายภาพโฆษณา (Shooting)

เมื่อถึงกำหนดการนัดหมายในการถ่ายทำ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการทำงานทั้งหมด ก็จะกำหนดเลือกสถานที่ในการถ่ายทำว่า จะเลือกถ่ายทำในสตูดิโอ (Studio) หรือสถานที่จริง (Out Door) ซึ่งทั้งสองแห่งก็มีลักษณะแตกต่างกันออกไป ตามคุณลักษณะของสถานที่ คือ การถ่ายทำในสตูดิโอ จะง่ายในการควบคุมตัวแปรต่าง ๆ รอบด้านเช่น เรื่อง แสง และเวลา แต่จะมีค่าใช้จ่ายในการเช่าสตูดิโอต่อครั้งในราคาที่สูง ส่วนการถ่ายทำในสถานที่จริงนั้น จะได้รับความสมจริงของแสง และจากจัดองค์ประกอบต่าง ๆ และมีค่าใช้จ่ายเรื่องพื้นที่ถูกกว่าการถ่ายทำในสตูดิโอ แต่จะไม่สามารถควบคุมแสง และภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลงได้ตามความเป็นจริง



ภาพที่ 3 การถ่ายในงานโฆษณาที่เป็นการถ่ายทำในสตูดิโอ (Studio)

6. การเลือกรูปภาพที่ใช้ในการโฆษณา (Pack Shot Selected)

เมื่อถ่ายภาพมาแล้ว ช่างภาพจะได้ภาพจำนวนมากที่ใช้ในการผลิตงานโฆษณา ดังนั้น นักโฆษณา จะต้องทำหน้าที่ในการคัดเลือกรูปที่ต้องการตามแนวคิดที่กำหนดไว้ ร่วมกันกับลูกค้า เพื่อให้ได้มาซึ่งภาพที่จะนำไปใช้ได้จริงในการทำงานโฆษณาต่อไป โดยภาพที่เลือกไปใช้นั้นต้องมีคุณลักษณะเป็นภาพที่มีความละเอียดสูง (High Resolution) ทั้งนี้ เพื่อให้สามารถนำไปพัฒนาเป็นชิ้นงานสร้างสรรค์ในลักษณะอื่น ๆ ได้อย่างหลากหลายต่อไปในอนาคต



ภาพ 4 การเลือกรูปที่ถ่ายเพื่อนำไปใช้ต่อในการผลิตงานโฆษณา

7. การนำภาพไปตกแต่งและทำโฆษณา (Retouching)

เมื่อนักโฆษณา และช่างภาพ รวมถึงลูกค้า สามารถเลือกภาพได้แล้ว ภาพที่ถ่ายก็จะถูกนำไปดำเนินการตกแต่งและทำโฆษณา (Retouching) ในลำดับต่อไป



พิเศษฉลองเปิดร้านใหม่

COFFEE SHAKE
cafe

Buy 1 Get 1

สำหรับทุกเมนูในร้าน ซื้อ 1 แถมฟรีอีก 1 กันที!!!

เฉพาะวันที่ 1-5 มิถุนายน 2559 เท่านั้น

เงื่อนไข

1. กดไลค์ที่เพจ Coffee Shake Café
2. แชรภาพ Promotion นี้ ที่หน้า Wall ของคุณ
3. แสดงภาพที่แชร์ให้พนักงาน เพื่อรับสิทธิ์ 1 แถม 1

f Coffee Shake Café i Coffee _shake cafe

ภาพที่ 5 ภาพสินค้าที่ถูกนำไปตกแต่งและทำเป็นงานโฆษณา