



# คู่มือ การถ่ายภาพ เพื่อการประชาสัมพันธ์



นายอภิชาติ จุ่มพล  
นักประชาสัมพันธ์  
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์  
พ.ศ. ๒๕๕๘

## คำนำ

การถ่ายภาพเป็นสื่อกลางที่เกี่ยวข้องกับคนเราในปัจจุบันเป็นอย่างมาก สามารถถ่ายทอดเหตุการณ์ และเรื่องราวต่างๆออกมาเป็นภาพให้เห็นชัด อีกทั้งยังสามารถสร้างสรรค์ในรูปแบบของงานศิลป์เป็นที่ยอมรับกันว่า ภาพถ่ายเป็นศาสตร์แขนงหนึ่ง ภาพถ่ายมีอยู่หลายประเภท โดยในแต่ละประเภทก็จะมีเทคนิค และองค์ประกอบย่อยอีกหลายอย่าง ซึ่งเป็นพื้นฐานที่ควรรู้ และนำไปประยุกต์ได้ เทคนิคการถ่ายภาพไม่ได้ตายตัว บางภาพอาจไม่มีเทคนิคพิเศษอะไร ขึ้นอยู่กับความชอบหรือมุมมองในการถ่าย แต่การมีเทคนิคในการถ่ายภูวนั้น ก็จะทำให้ภาพถ่ายดูสวยงาม น่าสนใจ อาจบ่งบอกถึงตัวตน ความรู้สึก มุมมองในการถ่ายภาพ ของผู้ถ่าย เมื่อมีเทคนิคการถ่ายภาพที่ดีแล้ว ก็ไม่จำเป็นจะต้องใช้กล้องราคาแพง เพียงฝึกฝนบ่อยๆ ก็จะได้ภาพถ่ายที่สวยงาม

ดังนั้น คู่มือการปฏิบัติงานฉบับนี้ จะมีประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจในการถ่ายภาพงานต่างๆภายในองค์กร และสามารถนำความรู้ที่มีอยู่ในคู่มือนั้น ไปปฏิบัติได้จริง สำหรับผู้ที่ทำงานเกี่ยวกับสายงานประชาสัมพันธ์ เป็นเทคนิคการถ่ายภาพง่ายๆ ซึ่งจะเป็นประโยชน์กับผู้สนใจได้ไม่มากนัก

นายอภิชาติ จุมพล

ผู้จัดทำ

## สารบัญ

เรื่อง	หน้า
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	
ความเป็นมา -----	1
<b>บทที่ 2 โครงสร้างและหน้าที่ความรับผิดชอบ</b>	
โครงสร้างหน่วยงาน -----	3
ภาระหน้าที่ที่ปฏิบัติ -----	4
บทบาทความรับผิดชอบ -----	6
<b>บทที่ 3 หลักเกณฑ์วิธีการปฏิบัติงาน</b>	
การถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์ -----	8
การถ่ายภาพเมืองไทยยุคแรก -----	10
วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ -----	11
<b>บทที่ 4 เทคนิคการปฏิบัติงาน</b>	
ประเภทของการถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์ -----	15
ประเภทของกล้อง -----	16
ตัวกำหนดปริมาณของแสง -----	18
เงื่อนไขในการจัดการฟอร์แมตไฟล์ภาพ -----	19
สถานที่ถ่ายภาพ -----	21
<b>บทที่ 5 ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ</b>	
ปัญหาอุปสรรค -----	22
ข้อเสนอแนะ -----	23

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

ปัจจุบันการถ่ายภาพมีประโยชน์มากมายหลายประการ สามารถนำไปใช้เผยแพร่เรื่องราวต่าง ๆ ได้ทุกสาขาอาชีพ เช่น การศึกษา การเกษตร การแพทย์ การอุตสาหกรรม และการก่อสร้าง ตลอดจนการท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ แต่การที่จะให้ได้ภาพถ่ายที่ดีนั้น เราจะต้องศึกษาการใช้กล้องเลนส์ และเทคนิคในการจัดองค์ประกอบภาพมาใช้ในการถ่ายภาพ เพราะถ้าหากผู้ถ่ายภาพขาดทักษะพื้นฐานในการใช้อุปกรณ์ต่าง ๆ และเทคนิคการถ่ายภาพแล้ว ย่อมจะทำให้ภาพถ่ายไม่น่าสนใจ ดังนั้นเพื่อให้ได้ภาพถ่ายที่สมบูรณ์ตามหลักการและเกิดความน่าสนใจ จึงจำเป็นต้องศึกษาหลักการและวิธีการถ่ายภาพให้เข้าใจก่อนการเริ่มต้นปฏิบัติงานถ่ายภาพ

การถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์ เป็นหน้าที่หลักอย่างหนึ่งของฝ่ายประชาสัมพันธ์ ที่จะต้องทำการถ่ายภาพงาน และกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กร ซึ่งในการประชาสัมพันธ์ ภาพถ่ายเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งที่จะสามารถบอกเล่าเรื่องราว เหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในองค์กร และสื่อเรื่องราวต่าง ๆ นี้ไปยังบุคคลทั่วไปได้รับรู้อย่างสอดคล้องกับเนื้อหาสาระของข่าวประชาสัมพันธ์ และมีความน่าสนใจ สามารถเรียกร้องความสนใจจากผู้รับข่าวสารได้เป็นอย่างดี

ผู้จัดทำได้ตระหนักถึงความสำคัญดังกล่าว เพราะ “ภาพถ่ายหนึ่งภาพ สามารถแทนคำพูดได้มากกว่าหนึ่งพันคำ” สามารถสะท้อนให้เห็นถึงภาพลักษณ์ขององค์กรที่ดี จึงได้ทำการศึกษา รวบรวมความรู้ต่าง ๆ เกี่ยวกับการถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์ และนำประสบการณ์ที่ได้รับจากการปฏิบัติงานมาถ่ายทอดไว้ เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ที่สนใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่มีหน้าที่ปฏิบัติงานในด้านการถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์

### 1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานด้านการถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์
2. เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานด้านการถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์สามารถใช้อุปกรณ์และถ่ายภาพได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

### 1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. นำคู่มือเล่มนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานด้านการถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์
2. ผู้ปฏิบัติงานด้านการถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์สามารถใช้อุปกรณ์และถ่ายภาพได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

### 1.4 ขอบเขตของคู่มือ

ผู้ที่สนใจและมีหน้าที่ในการปฏิบัติงานด้านการถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์ในองค์กร ได้ศึกษา และเป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน โดยจะเน้นเกี่ยวกับการถ่ายภาพเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์โดยตรง

#### นิยามศัพท์เฉพาะ

**ถ่ายภาพ (Photography)** เป็นคำมาจากภาษากรีก โดย Phos หมายถึง แสงสว่าง และ Graphein หมายถึง เขียน ดังนั้นมีความหมายรวมกันว่า การเขียนด้วยแสงสว่าง หรือกล่าวโดยสรุปว่า เป็น ขบวนการสร้างภาพถ่ายจากแสงสว่างที่เข้าสู่กล้อง

**ประชาสัมพันธ์** มีความหมายตรงกับภาษาอังกฤษ คือ “Public Relations” “Public” หมายถึง หมู่คน ประชาชน หรือสาธารณชน “Relations” หมายถึง การสัมพันธ์ ดังนั้น ถ้าแปลความหมายแล้ว การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) หมายถึง การสัมพันธ์กับคนหมู่มาก

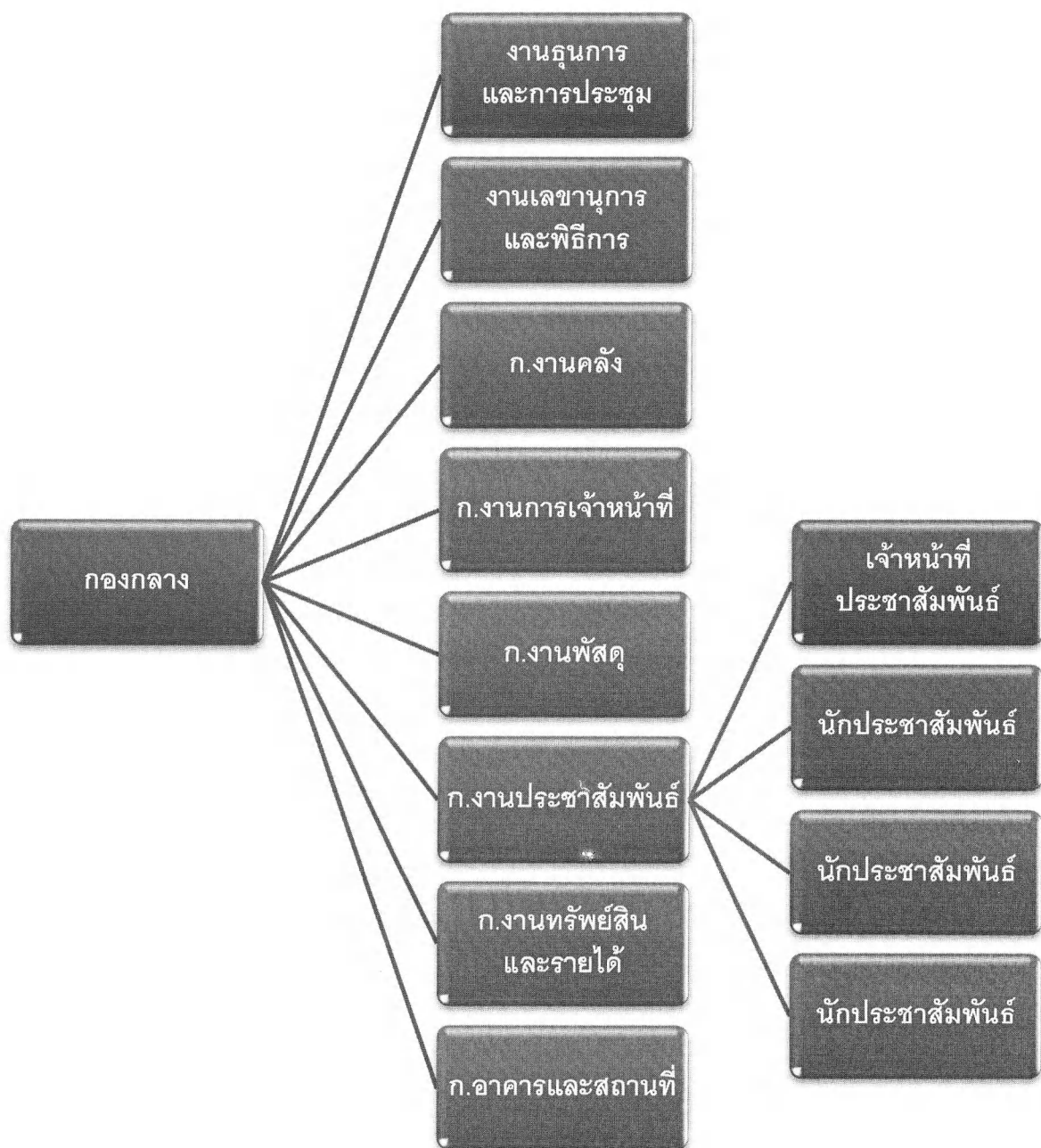
## บทที่ ๒

### โครงสร้างและหน้าที่ความรับผิดชอบ

#### ๒.๑ โครงสร้างของหน่วยงาน

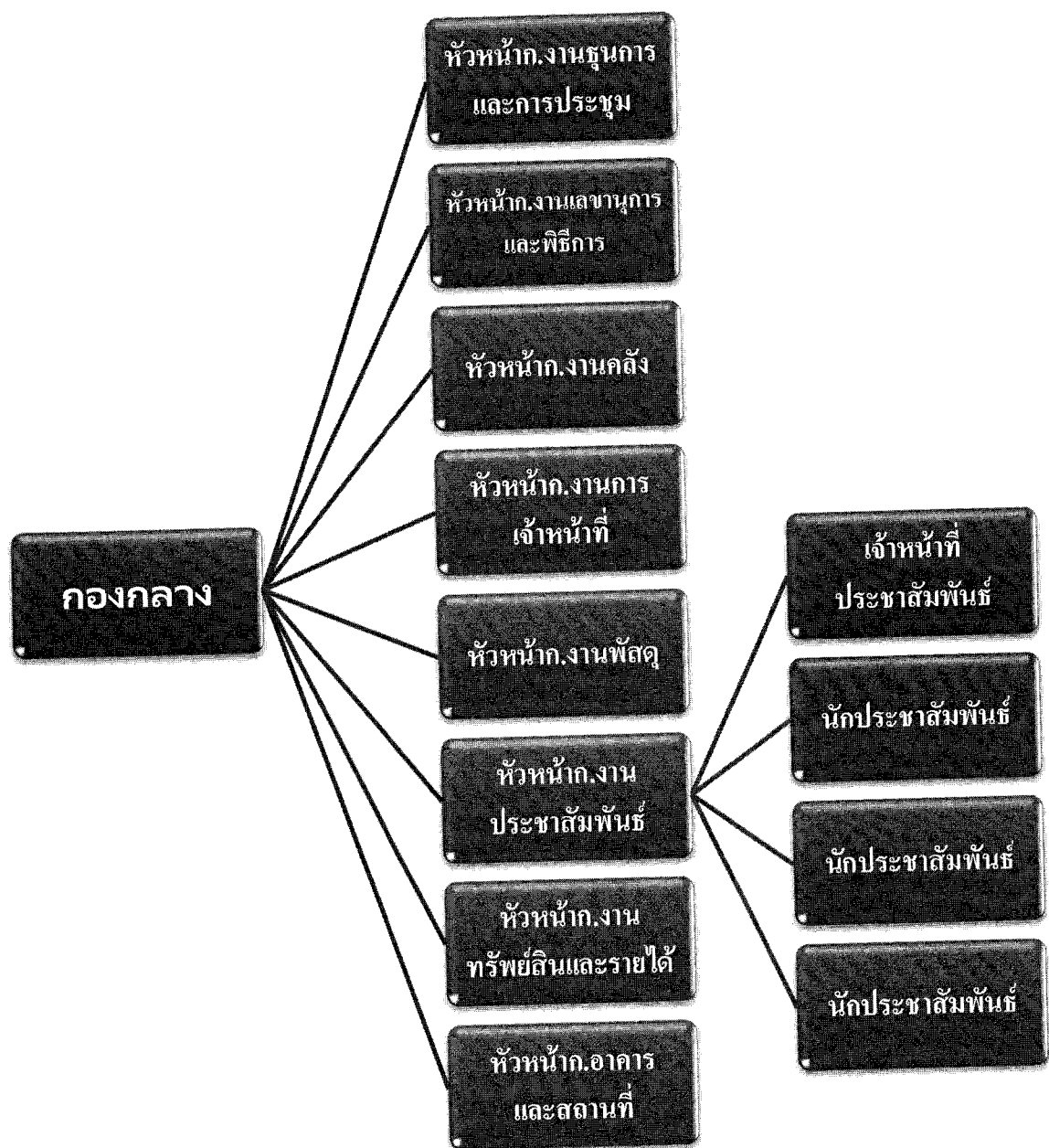
กลุ่มงานประชาสัมพันธ์ กองกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ มี  
โครงสร้างของหน่วยงาน ดังนี้

##### 2.1.1 โครงสร้างของงาน (Organization chart)

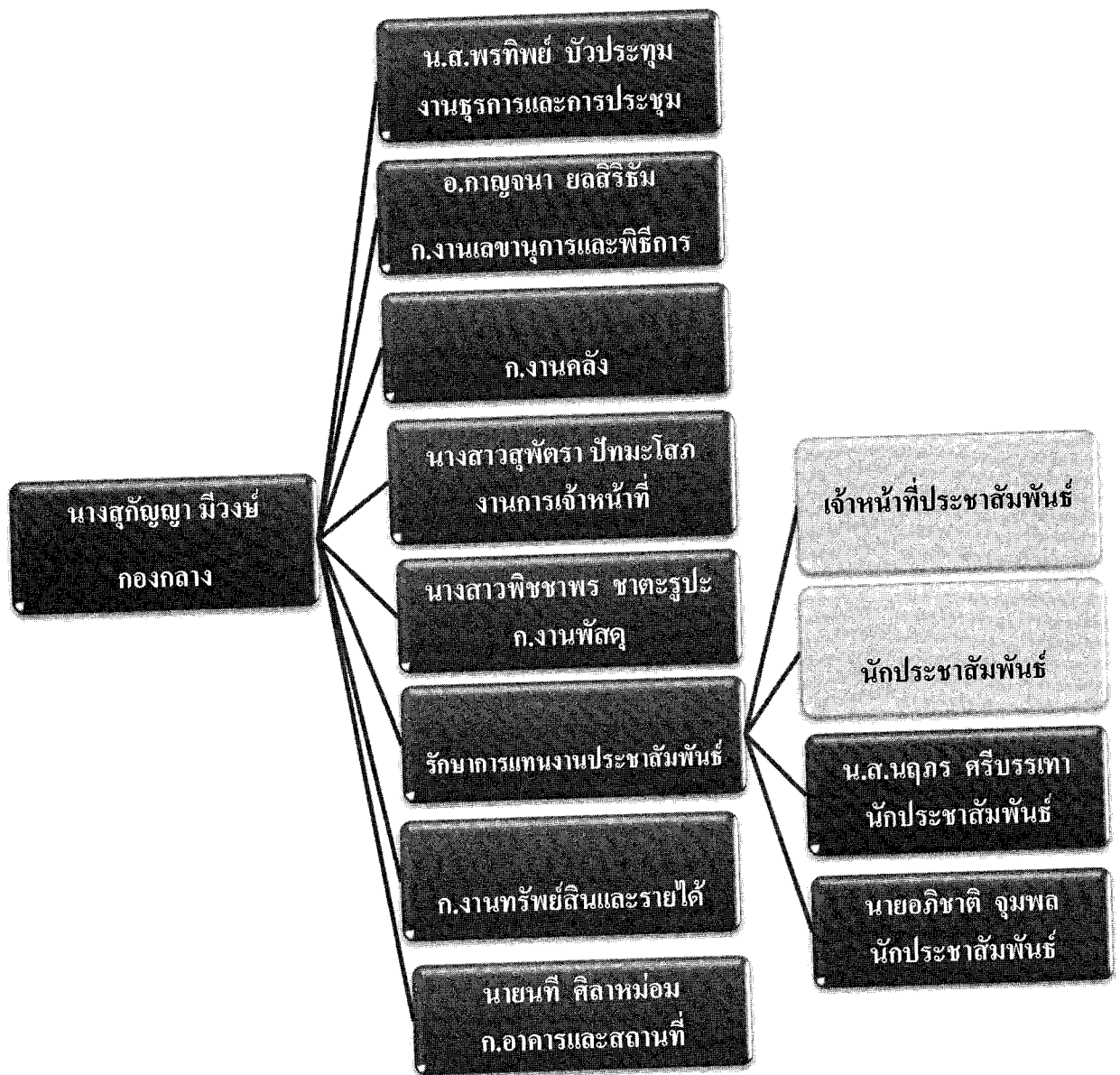




## 2.1.2 โครงสร้างการบริหารของหน่วยงาน (Administration chat)



### 2.2.3 โครงสร้างการปฏิบัติงาน (Activity chat)

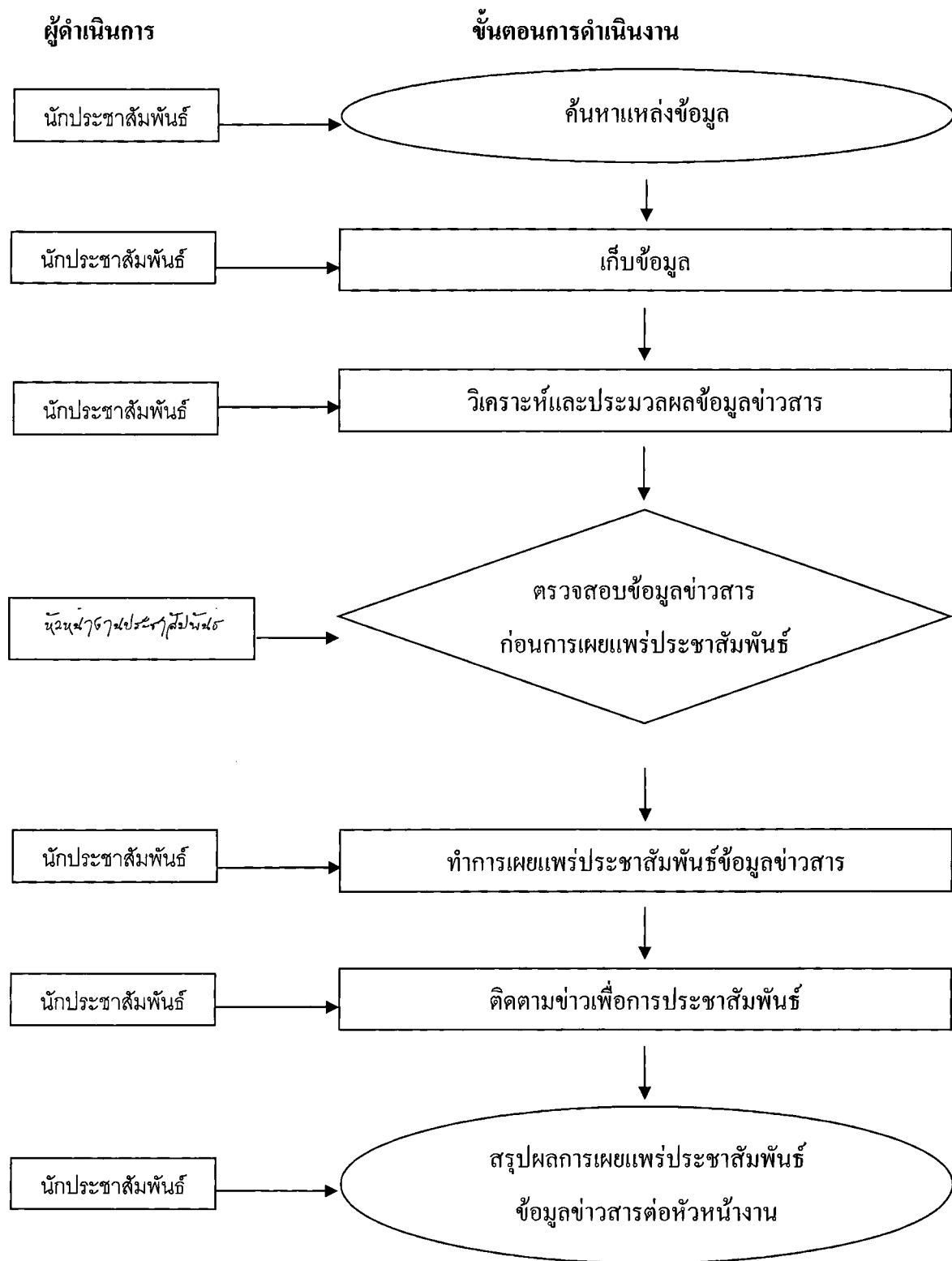




## 2.2 ภาระหน้าที่ของกลุ่มงานประชาสัมพันธ์

- 2.2.1 สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับมหาวิทยาลัยฯ
- 2.2.2 ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัยฯ ผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์ ทั้งส่วนกลางและท้องถิ่น
- 2.2.3 ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัยฯ ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย
- 2.2.4 ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัยฯ ผ่านทางสื่อวิทยุกระจายเสียงทั้งวิทยุหลักและวิทยุชุมชน
- 2.2.5 ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่อโทรทัศน์และเคเบิลทีวี
- 2.2.6 ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารทางจดหมายข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ NSRU NEWS
- 2.2.7 ถ่ายภาพกิจกรรมต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยฯ พร้อมเผยแพร่ทางเว็บไซต์มหาวิทยาลัยฯ และโซเชียลมีเดีย
- 2.2.8 รับโทรศัพท์ภายในและภายนอก เพื่อติดต่อสื่อสารในทางที่ถูกต้อง
- 2.2.9 เก็บรวบรวมข้อมูลหนังสือเข้าออกทางราชการที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มงานประชาสัมพันธ์
- 2.2.10 ให้บริการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้กับอาจารย์ นักศึกษา และชุมชนผ่านทางสถานีวิทยุเพื่อการศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ FM 107 MHz

## 2.3 ขั้นตอนการปฏิบัติงาน (Flow chart) ของฝ่ายประชาสัมพันธ์



## บทที่ 3

### หลักเกณฑ์วิธีการปฏิบัติงาน

**การถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Public Relations Photography)** เป็นการสื่อสารเนื้อหาเกี่ยวกับองค์กรต่อบุคคลทั้งภายนอกและภายในองค์กร แม้ว่าจะยึดหลักแนวคิดความจริงนิยมเช่นเดียวกับการถ่ายภาพข่าว แต่เป็นความจริงเฉพาะภาพที่สร้างภาพลักษณ์ (image) ด้านบวกต่อองค์กร ดังนั้นจึงเปลี่ยนจุดเน้นมาที่การสื่อสารเชิงสัญลักษณ์มากขึ้น เช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ เน้นสีเขียวและสีเหลือง ซึ่งเป็นสีประจำมหาวิทยาลัยฯ นอกจากนี้ ยังมีภาพถ่ายประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารกิจกรรมในองค์กร หรือเพื่อเสนอข่าวในหนังสือพิมพ์ เป็นต้น

การถ่ายภาพมาจากศัพท์ภาษาอังกฤษว่า Photography รากศัพท์มาจากภาษากรีก 2 คำ คือ Phos หมายถึง แสงสว่าง Graphein หมายถึง การเขียน รวมกันจึงหมายถึง "การเขียนด้วยแสงสว่าง"

**ความหมายของการถ่ายภาพ มี 2 ประเด็น คือ**

1. เชิงวิทยาศาสตร์ หมายถึง การทำปฏิกิริยาระหว่างวัสดุไวแสงกับแสง
2. เชิงศิลปะ หมายถึง การวาดภาพด้วยแสงและเงารวมทั้งการผสมสีเพื่อถ่ายทอดความหมาย ความรู้สึก อารมณ์ หรือทัศนคติ

สรุป: การถ่ายภาพ คือ การสร้างภาพเพื่อสื่อความหมาย ความรู้สึก อารมณ์ รวมทั้งทัศนคติ โดยใช้กระบวนการที่ปล่อยให้แสงสว่างสะท้อนมาจากวัตถุผ่านเข้าไปกระทบกับวัตถุไวแสง แล้วจึงนำวัตถุไวแสงไปผ่านกระบวนการสร้างภาพให้ปรากฏ

### ประวัติความเป็นมา

หากกล่าวถึงประวัติความเป็นมาของการถ่ายภาพจากอดีตถึงปัจจุบัน เราสามารถสรุปได้ว่าการถ่ายภาพมีวิวัฒนาการมาจากศาสตร์ 2 สาขา คือ ฟิสิกส์ และ เคมี โดยในครั้งแรกสุดเริ่มจากสาขาฟิสิกส์ ซึ่งเกิดขึ้นเมื่อ

400 ปีก่อนคริสต์ศักราช จากหลักฐานที่อริสโตเติล บันทึกไว้ว่า “ถ้าเราปล่อยให้แสงผ่านเข้าไปทางช่องเล็กๆ ในห้องมืดแล้วถือกระดาษขาวให้ห่างจากช่องรับแสงประมาณ 15 ซม. จะปรากฏภาพบนกระดาษ มีลักษณะเป็นภาพจริงหัวกลับ แต่เป็นภาพที่ไม่ชัดเจนนัก” จากหลักการจึงได้มีการประดิษฐ์กล้องรูเข็ม และพัฒนาเป็น กล้องออบสคูรา (Camera Obscura) ซึ่งเป็นภาษาละติน แปลว่า “ห้องมืด” ค.ศ. 1550 – 1573

มีการพัฒนากล้องออบสคูราให้มีประสิทธิภาพขึ้นโดยการนำเลนส์นูนใส่ในช่องรับแสงเพื่อ ทำให้ภาพสว่างขึ้น มีการประดิษฐ์ม่านบังคับแสง

(Diaphragm) เพิ่มเติมในกล้อง ทำให้ภาพชัดขึ้น และใช้กระจกเงาเพื่อให้ได้ภาพหัวตั้ง

ค.ศ. 1676

Johann Sturm ประดิษฐ์กล้องรีเฟล็กซ์ (Reflex Camera) กล้องแรกของโลก โดยใช้กระจกเงาวางตั้งมุม 45 องศา เพื่อสะท้อนภาพให้สะดวกแก่การมองภาพ

ค.ศ. 1727-1777

ช่วงนี้ถือว่าเป็นจุดเริ่มต้นของสาขาเคมี โดย Johann Heinrich Schulze ชาวเยอรมัน พบว่าสารผสมของขอลล์กับเกลือเงินไนเตรทเมื่อถูกแสง

แล้วจะทำให้เกิดภาพสีดำ และ Carl William Scheele ชาวสวีเดน พบว่าแสงสีน้ำเงินและสีม่วงของ positive มีผลทำให้เกลือเงินไนเตรทและเกลือ

เงินคลอไรด์ เปลี่ยนเป็นสีดำได้มากกว่าแสงสีแดง

ค.ศ. 1826-1840

เป็นช่วงของบุคคลสำคัญ 3 ท่าน คือ

- นีปซ์ (Niepce) - ผู้ถ่ายภาพ (ถาวร) ภาพแรกของโลก
- ดาแกร์ (Daguerre) - ผู้คิดค้นระบบดาแกร์ไทป์ ที่ได้รับความนิยมและแพร่หลาย
- ทัลบอท (Talbot) - ผู้คิดค้นระบบถ่ายภาพที่เป็นต้นกำเนิดของระบบฟิล์มในปัจจุบัน

ค.ศ. 1851-1878

มีการคิดค้นกระบวนการเพลทเปียก (Wet Plate) กระบวนการ เพลทแห้ง (Dry Plate) และแผ่นโครเมติกเพลท (Panchromatic Plate) ต่อมาได้มี

การปรับปรุงเพลทแห้งให้มีความไวแสงสูงขึ้น สามารถถ่ายภาพโดยใช้ความเร็ว ชัตเตอร์ 1/25 วินาทีได้ ซึ่งใช้เวลารับแสงเร็วกว่าเดิมถึง 50-60 เท่า

ค.ศ. 1888

George Eastman ชาวอเมริกัน ได้ผลิตกล้องบ็อกซ์ โกดัก (Kodak Box Camera) ออกจำหน่าย โดยใช้ฟิล์มกระดาดาน้ำยาม้วนยาวบรรจุใน

กล้องถ่ายภาพ สามารถถ่ายได้ 100 ภาพติดกัน เมื่อถ่ายแล้วต้องส่งไปล้างฟิล์มและอัดภาพที่บริษัท ทำให้มี ผู้นิยมใช้มาก ต่อมาได้พัฒนาฟิล์มเป็น

วัตถุโปร่งใสแทนกระดาษซึ่งนับเป็นก้าวสำคัญในการผลิตฟิล์มสมัยต่อมา

### การถ่ายภาพในเมืองไทยยุคแรก

หนังสือ "สยามประเภท" ฉบับวันที่ 11 เม.ย. 2444 บันทึกไว้ว่า การถ่ายภาพเริ่มเข้ามาในเมืองไทยในสมัยรัชกาลที่ 3 โดยพระยาไทรบุรี

ได้ส่ง “รูปเจ้าวิไลดา (สมเด็จพระนางเจ้าวิคตอเรีย)” ขึ้นทูลเกล้าฯถวาย แต่พระองค์ไม่ทรงเชื่อว่าเป็นรูปถ่าย ทรงเห็นว่าเป็นเพียงรูปเขียนอย่างแต่

ก่อนมาเท่านั้นปัจจุบันไม่มีใครพบเห็นภาพดังกล่าว

นอกจากนี้ ก.ศ.ร. กุหลาบ เจ้าของหนังสือเล่มเดียวกัน ยังกล่าวว่าประเทศไทยมีช่างถ่ายรูปคนแรกในสมัยรัชกาลที่ 3 (พ.ศ.2367-2394) เป็น

สังฆราชฝรั่งเศส ชื่อ ปาเลอกัว ส่วนคนไทยที่เป็นช่างถ่ายรูปคนแรกคือ พระยากระสาปน์กิจโกศล หรือนายโหมด คั่นตระกูลตอมายกุล ซึ่งเป็น

ศิษย์ของ ปาเลอกัว นั่นเอง

คำว่า การประชาสัมพันธ์ (Public relations) เป็นคำที่ใช้กันอย่างแพร่หลายมากในปัจจุบัน ทั้งตามหน่วยงาน องค์กร สถาบันต่าง ๆ และในหมู่สาธารณชนทั่วไป ที่เป็นเช่นนี้เพราะงานประชาสัมพันธ์กำลังได้รับความสนใจและยอมรับจากประชาชนทั่วไปในฐานะที่การประชาสัมพันธ์เป็นงานเสริมสร้างความเข้าใจอันดีต่อกันระหว่างหน่วยงาน สถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2546, หน้า 1)

### ความหมายของการประชาสัมพันธ์

สมาคมการประชาสัมพันธ์ระหว่างประเทศ (The International Public Relations Association - IPRA) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า “คือ ภาระหน้าที่ของฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการ (management function) ซึ่งต้องอาศัยการวางแผนที่ดีและมีการกระทำอย่างต่อเนื่อง สม่าเสมอ เพื่อสร้างสรรค์และธำรงรักษาความเข้าใจอันดีกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง โดยองค์กรจะต้องใช้วิธีการจัดประเมินผลถึงประสิทธิผล แล้วนำมาใช้เป็นแนวทางในการพิจารณา กำหนดเป็นแผนงานและนโยบายขององค์กรหรือสถาบัน เพื่อให้สอดคล้องกับความเห็นและความต้องการของประชาชน พร้อมทั้งใช้วิธีการเผยแพร่กระจายข่าวสารสู่ประชาชน เพื่อให้เกิดความร่วมมือและบรรลุถึงผลประโยชน์ร่วมกันของทั้งสองฝ่าย (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2529, หน้า 13)

การประชาสัมพันธ์ มีความหมายรวมถึง สถานการณ์ การกระทำ หรือ คำพูด ซึ่งสามารถจูงใจหรือชักชวนให้ประชาชนเห็นด้วยหรือประสานความร่วมมือในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยมีการวางแผน

เพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อกลุ่มประชาชนนั้น (Marston, 1979, p. 3) ดังนั้น การประชาสัมพันธ์จึงมีความหมาย 3 ประการ คือ (Bernays, 1952, p. 3)

1. เผยแพร่ชี้แจงให้ประชาชนทราบ
2. ชักชวนให้ประชาชนมีส่วนร่วมด้วย และเห็นด้วยกับวัตถุประสงค์และวิธีการดำเนินงานของสถาบัน
3. ปรับแนวความคิดของประชาชนและสถาบันให้มีส่วนร่วมประสานและสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน

### วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

ในการดำเนินงานใด ๆ ก็ตามจำเป็นต้องกำหนดวัตถุประสงค์ในการปฏิบัติงานเพื่อเป็นแนวทางหรือกรอบในการดำเนินงาน การประชาสัมพันธ์ก็เช่นเดียวกันต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์ ซึ่งการกำหนดวัตถุประสงค์นี้อาจแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และขอบข่ายหน้าที่ความรับผิดชอบของหน่วยงานแต่ละแห่งเป็นหลัก ดังนั้นวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์มีหลักใหญ่ ๆ 3 ประการ คือ (วิรัช ฤทธิรัตนกุล, 2540, หน้า 145-146)

1. เพื่อบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ให้ทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์การดำเนินงานและผลงาน หรือกิจกรรมต่าง ๆ ตลอดจนข่าวคราวความเคลื่อนไหวขององค์กรให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องได้รับทราบ ทำให้องค์กรเป็นที่รู้จัก เข้าใจและเลื่อมใส ตลอดจนทำให้ประชาชนเกิดความรู้สึกที่เป็นไปในทางที่ดีต่อองค์กร

2. เพื่อป้องกันและรักษาชื่อเสียง เป็นการกระทำที่ป้องกันมิให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับสถาบันเกิดความเข้าใจผิดในตัวเองค์กร การป้องกันรักษาชื่อเสียงไว้ก่อนย่อมมีผลดีกว่าที่จะต้องมาแก้ไขในภายหลัง (Black, 1975, p. 7)

3. เพื่อแก้ไขความเข้าใจผิด ทำให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง เมื่อมีความเข้าใจผิดเกี่ยวกับองค์กรเกิดขึ้นในกลุ่มประชาชน จะต้องรีบดำเนินการแก้ไขโดยด่วนอย่างเหมาะสมและทันต่อเหตุการณ์

### องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์

องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์ หากพิจารณาถึงกระบวนการติดต่อสื่อสารแล้ว มีองค์ประกอบใหญ่ ๆ 4 ประการด้วยกัน คือ (ปฤษฎาง จันทร์บุญเรือง, 2547, หน้า 31-33)



1. องค์กรและสถาบัน หมายถึง กิจกรรมที่บุคคลหรือคณะบุคคลได้จัดทำขึ้น โดยประสงค์ที่จะดำเนินการใด ๆ ในสังคมให้ลุล่วงไปตามความปรารถนาของบุคคลหรือคณะบุคคลนั้น

2. ข่าวสารประชาสัมพันธ์ (message) หมายถึง เนื้อหาสาระ เรื่องราวหรือสัญลักษณ์ ภาษา สัญลักษณ์ต่าง ๆ รูปภาพ เครื่องหมาย ฯลฯ ที่สามารถสื่อความหมายหรือนำไปตีความหมายเป็นที่รู้และเข้าใจกันได้ ข่าวสารประชาสัมพันธ์จะมีเนื้อหาสาระที่มีความหมายแก่ผู้รับเสมอ และต้องสอดคล้องไม่ขัดแย้งกับระบบค่านิยม (value system) ความเชื่อหรือทัศนคติของกลุ่ม (group norm) นอกจากนี้ต้องมีความกระชับ ชัดเจนเข้าใจง่าย ตลอดจนไม่เกิดความยุ่งยากในการรับสาร

3. เครื่องมือในการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ หมายถึง สื่อที่องค์กร สถาบัน เลือกมาใช้ในการนำข่าวสารประชาสัมพันธ์ขององค์กรไปสู่ประชาชน โดยพิจารณาจากคุณสมบัติของสื่อ ความสำคัญของสื่อ วัตถุประสงค์ ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบต่าง ๆ ของกระบวนการสื่อสาร

4. ประชาชนกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์เป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับประชาชน ซึ่งคำว่า ประชาชน มีความหมายกว้างไกลครอบคลุมถึงสมาชิกทุกคนของสังคม และมีความหลากหลายแตกต่างกันทั้งอายุ เพศ การศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจ/สังคม ภูมิปัญญา ศาสนา วัฒนธรรม ประเพณีกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ขององค์กร จะแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มได้แก่

4.1 กลุ่มประชาชนภายใน เป็นกลุ่มบุคลากรในองค์กรตั้งแต่ระดับผู้บริหารเจ้าหน้าที่ ซึ่งมีความสัมพันธ์และผูกพันกับองค์กร มีผลประโยชน์ร่วมกันกับองค์กร ดังนั้น งานประชาสัมพันธ์จึงเข้ามามีบทบาทในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มต่าง ๆ ในองค์กร

4.2 กลุ่มประชาชนภายนอก เป็นกลุ่มประชาชนที่ประกอบไปด้วยกลุ่มคนที่มีความสัมพันธ์กับองค์กร เช่น กลุ่มลูกค้า กลุ่มผลประโยชน์ หรือกลุ่มคนทั่วไปที่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับการดำเนินกิจการขององค์กร เป็นต้นว่า กลุ่มคนในละแวกใกล้เคียง กลุ่มสื่อมวลชน กลุ่มผู้นำความคิดเห็น ทั้งนี้เพื่อชี้แจงชักชวนให้กลุ่มดังกล่าวมีความรู้ความเข้าใจในการดำเนินงานขององค์กร ทำให้องค์กรดำเนินกิจการได้อย่างราบรื่น

การประชาสัมพันธ์มีบทบาทสำคัญและมีความจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับบุคคลองค์กร สถาบัน หน่วยงาน ตลอดจนงานทางด้านการศึกษา งานราชการ ฯลฯ ทั้งนี้เพราะการประชาสัมพันธ์เป็นวิธีการหนึ่ง que เชื่อมโยงความเข้าใจระหว่างองค์กร สถาบัน หน่วยงานกับประชาชนด้วยการเผยแพร่ข่าวสาร นโยบาย วัตถุประสงค์ กิจกรรมของสถาบันให้ประชาชนทราบ ขณะเดียวกันก็รับฟังความคิดเห็น ตลอดจนความต้องการของประชาชน และเมื่อประชาชนเกิดความเข้าใจมีความรู้สึกและมีสัมพันธภาพที่

ดีต่อองค์กร สถาบัน หรือหน่วยงานแล้วก็จะให้ความร่วมมือสนับสนุนองค์กร สถาบัน หรือหน่วยงานนั้น  
ๆ

## บทที่ 4

### เทคนิคการปฏิบัติงาน

#### 4.1 ประเภทของภาพประชาสัมพันธ์ แบ่งได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

**4.1.1 การถ่ายภาพสถานที่ขององค์กร** อาคารและสถานที่ขององค์กรมีความสำคัญอย่างมากต่อการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร เนื่องจากเป็นรูปธรรมที่คนภายนอกมองเห็นครั้งแรก การออกแบบตกแต่งอาคารสถานที่ควรสอดคล้องกับการวางแนวทางขององค์กร เช่น หากวางแนวทางขององค์กรว่ามีความทันสมัยด้วยเทคโนโลยี ควรสื่อสารถึงการออกแบบตกแต่งภายนอกและภายในสถานที่ที่ดูทันสมัยด้วยสี สัน รูปทรง และวัสดุตกแต่งภายใน ในทางตรงกันข้าม หากเป็นองค์กรที่เน้นการอนุรักษ์วัฒนธรรม รูปลักษณ์ของการออกแบบตกแต่งควรเน้นความรู้สึกที่อบอุ่น คลาสสิก โดยใช้วัสดุที่เป็นศิลปะไทยในการตกแต่ง

**4.1.2 การถ่ายภาพบุคคล** การถ่ายภาพบุคคลเป็นการสะท้อนถึงบุคลิกลักษณะของบุคคล และหากบุคคลนั้นเป็นผู้บริหารองค์กรก็จะสะท้อนถึงลักษณะองค์กรนั้นด้วย ผู้บริหารจึงเปรียบเสมือนตัวแทนของสมาชิกทั้งหมด ดังนั้น ฝ่ายประชาสัมพันธ์จึงควรดูแลให้ผู้บริหารมีการแสดงออกในทางสร้างสรรค์ เพราะภาพถ่ายเป็นสิ่งที่ยาวนานในสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโซเชียล หรือแม้แต่ในหน้าหนังสือพิมพ์ เช่น การประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรให้สมาชิกรู้สึกไว้วางใจที่มีผู้บริหารที่เป็นกันเอง ภาพผู้บริหารควรแต่งตัวในลักษณะสบาย ๆ และมีการจัดทำทางให้เป็นธรรมชาติ แต่หากจะสื่อสารผู้บริหารต่อคนภายนอกว่าองค์กรนี้มีความทันสมัยทั้งในระดับชาติและระดับนานาชาติ ช่างภาพควรสื่ออารมณ์ผู้บริหารด้วยเครื่องแต่งกาย และจัดวางท่าทางที่สง่างาม เป็นต้น

**4.1.3 การถ่ายภาพกิจกรรมขององค์กร** การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ การสร้างกิจกรรมขององค์กรขึ้นมา เพื่อเผยแพร่ให้ประชาชนทั่วไป หรือกลุ่มเป้าหมายได้รู้จักและจดจำองค์กรนั้น ๆ โดยช่างภาพประชาสัมพันธ์ต้องบันทึกกิจกรรมต่าง ๆ ไว้ เช่น พิธีพระราชทานปริญญาบัตร การประชุม การสัมมนา การจัดกิจกรรมของคณะต่าง ๆ ติดตามถ่ายภาพภารกิจของผู้บริหาร การเข้าประกวดแข่งขันต่าง ๆ ของนักศึกษา และถ่ายภาพกิจกรรมอื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย เป็นต้น

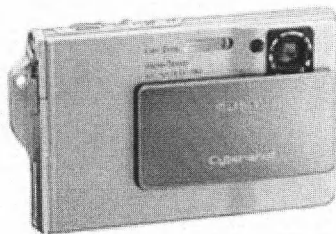
อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการนิยมใช้กล้องดิจิทัลกันอย่างแพร่หลาย เพราะมีความสะดวก รวดเร็ว ในที่นี้จึงจะขอกล่าวถึงการถ่ายภาพประชาสัมพันธ์ด้วยกล้องดิจิทัล เพื่อให้สอดคล้องกับการนำไปใช้ประโยชน์ได้ในปัจจุบัน

## 4.2 ประเภทของกล้อง โดยทั่วไปมี 2 ประเภท ดังนี้

**4.2.1 กล้องใช้ฟิล์ม** เป็นกล้องถ่ายภาพบันทึกแสงที่สะท้อนจากวัตถุผ่านเลนส์ของกล้อง โดยการจำลองภาพทางแสงให้บันทึกลงบนวัสดุไวแสง หรือฟิล์มถ่ายภาพ ซึ่งจะบันทึกเป็นภาพแฝงบนวัสดุไวแสง ก่อนนำไปผ่านกระบวนการล้างให้เป็นภาพถ่ายถาวร

**4.2.2 กล้องไม่ใช้ฟิล์ม หรือกล้องดิจิตอล** เป็นกล้องถ่ายภาพที่ไม่ต้องใช้ฟิล์ม ภาพที่ถ่ายได้จะถูกบันทึกไว้ในรูปแบบดิจิตอลผ่านวงจรอิเล็กทรอนิกส์ภายในกล้อง โดยอยู่ในรูปแบบของไฟล์ซึ่งสามารถนำไปตกแต่งภาพด้วยโปรแกรมต่าง ๆ เช่น Photoshop หรือใช้งานในรูปแบบต่าง ๆ ได้ โดยกล้องดิจิตอลแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

1) **กล้องดิจิตอล Ultra-Compact** เป็นกล้องเอนกประสงค์ ขนาดเล็ก กะทัดรัด สามารถพกติดตัวไปได้ทุกที่ น้ำหนักเบา บาง ราคาค่อนข้างสูง มีรุ่นให้เลือกน้อย ระบบเกี่ยวกับการถ่ายภาพค่อนข้างจำกัด การใช้งานไม่สะดวก เนื่องจากปุ่มควบคุมต่างๆ จะเล็ก จับไม่ค่อยถนัด เหมาะสำหรับผู้หญิง หรือใช้ในการทำงานที่ต้องพกพาเป็นประจำ



2) **กล้องดิจิตอล คอมแพ็ค** คือ กล้องชนิดพกพาที่ไม่สามารถเปลี่ยนเลนส์ได้ เป็นกล้องที่ออกแบบให้ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน เน้นไปในทางระบบอัตโนมัติหรือมีฟังก์ชันช่วยเหลือมากกว่าให้ผู้ปรับตั้งเอง รูปร่างของกล้องมีตั้งแต่ขนาดเล็กกะทัดรัดไปจนถึงขนาดที่จับถนัดมือ หรือบางตัวก็เลียนแบบหน้าตากล้อง SLR แบบย่อส่วน



3) กล้องดิจิทัล DSLR (Digital Single Lens Reflex) เป็นกล้องดิจิทัลที่สามารถเปลี่ยนเลนส์ได้ และเป็นกล้องที่ผู้ใช้จะต้องมีความรู้ในการถ่ายภาพดีพอสมควร เนื่องจากมีฟังก์ชันการทำงานที่ซับซ้อนและมีลูกเล่นต่าง ๆ เพิ่มขึ้นมากกว่าในกล้องดิจิทัลคอมแพคต์ อีกทั้งให้ผู้ใช้ปรับตั้งค่าต่าง ๆ เองได้ตามต้องการ รูปร่างของกล้องค่อนข้างใหญ่ เนื่องจากขนาดเซ็นเซอร์รับภาพใหญ่กว่ากล้องดิจิทัลจิ๋ว ๆ



4) กล้องดิจิทัลขนาดใหญ่ เป็นกล้องระดับมืออาชีพ ขนาดค่อนข้างใหญ่และหนัก ราคาสูง มีฟังก์ชันในการบันทึกภาพครบครัน มีอุปกรณ์เสริมมากกว่า สามารถถอดเปลี่ยนเลนส์ได้ เหมาะสำหรับการถ่ายภาพโฆษณาหรือภาพประกอบนิตยสาร



กล้อง Hasselblad ซึ่งเป็นกล้องขนาดใหญ่

#### 4.3 ความสัมพันธ์ของรูรับแสงและความเร็วชัตเตอร์

กล้องที่มีโหมดการถ่ายภาพแบบ Manual จะสามารถปรับค่าทั้งสองได้เอง แต่กล้องที่มีเฉพาะโหมดการถ่ายภาพแบบอัตโนมัติ ค่าทั้งสองจะถูกกำหนดให้โดยอัตโนมัติ

4.3.1 รูรับแสง (Aperture) เป็นช่องที่ควบคุมให้แสงผ่านเข้าไปตกที่เซนเซอร์รับแสงในปริมาณต่างๆ ซึ่งขนาดของรูรับแสงนั้นจะวัดหน่วยเป็น F-number โดยที่ค่า F-number มากๆ หมายถึงรูรับแสงแคบ แสงสามารถผ่านเข้าไปได้น้อย ส่วนค่า F-number น้อยๆ หมายถึงรูรับแสงกว้าง แสงสามารถผ่านเข้าไปได้มาก ดังภาพด้านล่าง



#### 4.3.2 ความเร็วชัตเตอร์ (Shutter Speed)

เป็นความเร็วในการเปิด / ปิด ช่องรับแสง เพื่อควบคุมเวลาที่ให้แสงผ่านเข้ามา แสดงเป็นตัวเลขในหน่วยวินาที โดยที่ ความเร็วชัตเตอร์สูง หมายถึง เวลาที่แสงสามารถผ่านเข้าสู่กล้องมีน้อย ซึ่งได้ภาพที่หยุดการเคลื่อนไหวของวัตถุ เช่น 1/500, 1/125 วินาที เป็นต้น ส่วนความเร็วชัตเตอร์ต่ำ หมายถึง เวลาที่แสงสามารถผ่านเข้าสู่กล้องได้นาน ซึ่งจะ ได้ภาพที่เห็นการเคลื่อนไหวของวัตถุ เช่น 1/8, 1/2, 1/2, 1 วินาที เป็นต้น

#### 4.4 การเลือกความละเอียดของภาพ

รูปแบบไฟล์ภาพของกล้องทุกรุ่นสนับสนุนรูปแบบ JPEG เมื่อเลือกไฟล์ภาพแบบนี้ จะต้องเลือกอีกสองอย่างคือ ระดับความละเอียดของภาพ และระดับคุณภาพของภาพ โดยระดับความละเอียดของภาพนั้น กล้องแต่ละรุ่นสามารถเลือกระดับความละเอียดสูงสุดตามคุณสมบัติของกล้องนั้นๆ เช่น 5,8 หรือ 10 ล้านพิกเซล ซึ่งสามารถเลือกความละเอียดต่ำกว่านั้นได้ด้วย แต่ตัวเลือกในกล้องบางรุ่นอาจไม่ได้บอกมาเป็นจำนวนล้านพิกเซล แต่จะบอกเป็นขนาด กว้างXยาว ของภาพ เช่น 1280x960 พิกเซล เป็นต้น การเลือกระดับความละเอียดของภาพมักขึ้นอยู่กับงานเป็นหลัก โดยทั่วไปหากต้องการนำภาพไปพิมพ์ในขนาด 4X6 นิ้ว (จัมโบ้) ได้สวยงาม ก็ควรเลือกความละเอียดประมาณ 1280x960 หรือ 1600 X1200 พิก



เซลขึ้นไป แต่ถ้าต้องการนำไปใช้ในงานสิ่งพิมพ์ที่ต้องการความละเอียดมาก เช่น พิมพ์หนังสือ หรือ ไปสเตอร์แผ่นใหญ่ ควรถ่ายที่มีความละเอียดสูงๆ ซึ่งต้องแล้วแต่ความสามารถของกล้องด้วย

#### 4.5 เงื่อนไขในการเลือกฟอร์แมตของไฟล์รูป

ฟอร์แมตของไฟล์รูปที่นิยมในกล้องทั่วไปมี 2 รูปแบบ คือ JPEG และ RAW โดย JPEG เป็นฟอร์แมตที่มีการบีบอัดเพื่อลดขนาดของข้อมูลและยอมให้มีการสูญเสียคุณภาพของภาพได้บ้าง ส่วน RAW คือการจัดเก็บเป็น “ข้อมูลดิบ” ของภาพที่ได้จากเซ็นเซอร์รับแสงโดยตรงและไม่มีการสูญเสียคุณภาพ จึงบีบอัดได้ไม่มากอย่าง JPEG การเลือกฟอร์แมตของไฟล์ขึ้นอยู่กับจุดประสงค์ของการถ่ายภาพไปใช้งาน โดยการถ่ายภาพในรูปแบบ JPEG ไฟล์ที่ได้ไม่สามารถปรับแต่งได้มากนัก เพราะผ่านการแปลงสีและบีบอัดมาแล้ว แต่การถ่ายภาพในแบบ RAW สามารถนำภาพนั้นมาใช้โปรแกรมปรับแต่งเพิ่มเติมได้หลากหลาย ดังนั้น งานที่ต้องการความแน่นอน ควรถ่ายในรูปแบบ RAW เก็บไว้ ส่วนภาพโดยทั่วไปที่ต้องการความง่ายในการจัดการภาพ ควรใช้รูปแบบ JPEG

#### 4.6 การจัดองค์ประกอบทางศิลปะของภาพ

การนำเอาองค์ประกอบต่าง ๆ ของศิลปะ ได้แก่ เส้น สี แสงเงา รูปร่าง รูปทรง พื้นผิว ฯลฯ มาจัดเข้าด้วยกันเพื่อให้เกิดความงาม เรียกว่า การจัดองค์ประกอบศิลป์ (Art Composition) ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่จะแสดงให้ผู้ชมรับรู้ และสัมผัสถึงวัตถุประสงค์ของภาพแต่ละภาพ โดยต้องคำนึงถึงปัจจัย ดังนี้

4.6.1. สัดส่วน (Property) หมายถึง ความสัมพันธ์กันอย่างเหมาะสมระหว่างขนาดขององค์ประกอบที่แตกต่างกัน ทั้งขนาดที่อยู่ในรูปทรงเดียวกันหรือระหว่างรูปทรง รวมถึงความสัมพันธ์กลมกลืนระหว่างองค์ประกอบทั้งหลาย ซึ่งเป็นความพอเหมาะพอดี ไม่มากไม่น้อย ขององค์ประกอบทั้งหลายที่นำมาจัดรวมกัน

4.6.2. ความสมดุล (Balance) หรือ ดุลยภาพ หมายถึง น้ำหนักที่เท่ากันขององค์ประกอบ ไม่เอนเอียงไปข้างใดข้างหนึ่ง ในทางศิลปะยังรวมถึงความประสานกลมกลืน ความพอเหมาะพอดีของส่วนต่างๆ ในรูปทรงหนึ่ง หรืองานศิลปะชิ้นหนึ่ง การจัดวางองค์ประกอบต่าง ๆ ลงในงานศิลปกรรมนั้นจะต้องคำนึงถึงจุดศูนย์ถ่วงในธรรมชาตินั้น ถ้ามองดูแล้วรู้สึกว่าจะหนักไป แขนงไป หรือ เบา บางไปก็จะทำให้ภาพนั้นดูเอนเอียง และเกิดความ รู้สึกไม่สมดุล เป็นการบกพร่องทางความงาม

4.6.3. จังหวะลีลา (Rhythm) หมายถึง การเคลื่อนไหวที่เกิดจากการซ้ำกันขององค์ประกอบ เป็นการซ้ำที่เป็นระเบียบ จากระเบียบธรรมชาติที่มีช่วงห่างเท่า ๆ กันมาเป็นระเบียบที่สูงขึ้น ซับซ้อนขึ้น จนถึงขั้นเกิดเป็นรูปลักษณะของศิลปะ โดยเกิดจากการซ้ำของหน่วย หรือการสลับกันของหน่วยกับช่องไฟ หรือเกิดจากการเคลื่อนไหวต่อเนื่องกันของเส้น สี รูปทรง หรือ น้ำหนัก

4.6.4. การเน้น (Emphasis) หมายถึง การกระทำให้เด่นเป็นพิเศษกว่าธรรมดา ในงานศิลปะจะต้องมีส่วนใดส่วนหนึ่ง หรือจุดใดจุดหนึ่งที่มีความสำคัญกว่าส่วนอื่น ๆ เป็นประธาน งานที่ไม่มีจุดสนใจ หรือประธานจะทำให้ดูน่าเบื่อ เหมือนกับวลคลายที่ถูกจัดวางซ้ำกัน โดยปราศจากความหมาย ดังนั้น ส่วนนั้นจึงต้องถูกเน้นให้เห็นเด่นชัดขึ้นมาเป็นพิเศษกว่าส่วนอื่น ๆ ซึ่งจะทำให้ผลงาน

4.6.5. เอกภาพ (Unity) หมายถึง ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันขององค์ประกอบศิลป์ทั้งด้านรูปลักษณะ และด้านเนื้อหาเรื่องราว เป็นการประสานหรือจัดระเบียบของส่วนต่าง ๆ ให้เกิดความเป็นหนึ่งเดียว การสร้างงานศิลปะ คือ การสร้างเอกภาพขึ้นจากความสับสน ความยุ่งเหยิง เป็นการจัดระเบียบและดุลยภาพ ให้แก่สิ่งที่ขัดแย้งกันเพื่อให้รวมตัวกันได้ โดยการเชื่อมโยงส่วนต่าง ๆ ให้สัมพันธ์กัน

#### 4.7 ความพร้อมของอุปกรณ์ถ่ายภาพ

อุปกรณ์ถ่ายภาพเป็นหัวใจของการถ่ายภาพ อุปกรณ์ที่ดี มีคุณภาพมีส่วนช่วยให้ผลงานถ่ายภาพออกมามีคุณภาพดี อีกทั้งช่วยป้องกันความผิดพลาดในทางเทคนิคได้ด้วย แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นยังไม่สำคัญเท่ากับช่างภาพจะต้องสามารถควบคุม และใช้อุปกรณ์ได้เป็นอย่างดี และมีความชำนาญสูง ในการเตรียมอุปกรณ์ถ่ายภาพในงานประชาสัมพันธ์นั้น มีหลักในการ จัดและตรวจสอบดังนี้

- อุปกรณ์ทุกชิ้นต้องมีสภาพสมบูรณ์ พร้อมที่จะนำไปใช้งาน
- ตรวจสอบเช็คอุปกรณ์ทุกชิ้นเพื่อความแน่ใจก่อนลงมือปฏิบัติงานจริง
- เลือกใช้อุปกรณ์ให้เหมาะสมกับลักษณะงาน เช่น

4.7.1 กล้องถ่ายภาพ ต้องเลือกให้ตรงกับชนิดของงาน เพราะปัจจุบันมีกล้องถ่ายภาพหลายประเภท ตั้งแต่ขนาดเล็ก ถึงขนาดใหญ่ ต่างก็ใช้ฟิล์มที่ต่างกันเช่นกัน หากแยกตามระบบควบคุมกล้องแล้ว สามารถแบ่งได้ 3 ระบบ คือ

- ระบบแมคคานิค หรือระบบธรรมดา การใช้งานจะต้องใช้ความสามารถและทักษะของช่างภาพ ในการวัดแสง ปรับหน้ากล้อง หรือขึ้นฟิล์มเอง
- ระบบออโต้โฟกัส ลักษณะของกล้องประเภทนี้จะถูกควบคุมด้วยระบบไฟฟ้า กลไกการปรับหน้ากล้อง ความคมชัด ระบบวัดแสง กล้องจะคำนวณให้ทั้งหมด นิยมใช้กันเป็นอย่างมากในปัจจุบัน
- ระบบดิจิตอล กล้องประเภทนี้จะใช้งานร่วมกับเครื่องคอมพิวเตอร์ กลไกต่างๆ ทำงานอัตโนมัติ ข้อมูลรูปภาพ จะถูกบันทึกลงบนแผ่นการ์ด สามารถนำภาพไปส่งสัญญาณผ่านดาวเทียม และสามารถนำรูปภาพไปดัดแปลงใน เครื่องคอมพิวเตอร์ได้อีกด้วย

อย่างไรก็ตามการเลือกใช้กล้องและเลนส์ก็ต้องให้สัมพันธ์กันกับแฟลชถ่ายภาพโดยเฉพาะกำลังการส่องสว่างและ การซูมแสงในตัวแฟลช อีกทั้งระบบจ่ายแสงอัตโนมัติก็มีส่วนช่วยให้ภาพรับแสงอย่างพอดี

**4.7.2 เลนส์** ต้องใช้ให้เหมาะกับสถานที่ และระยะถ่ายภาพ การถ่ายภาพเพื่อประชาสัมพันธ์มักนิยมใช้เลนส์ที่ซูมได้ เช่น ระยะ 35-135 มม. หรือ ระยะ 28-85 มม. ซึ่งสามารถที่จะถ่ายภาพได้ทั้งภาพมุมกว้างและมุมแคบ ตัดส่วนภาพ ตามต้องการได้ทันที

**4.7.3 เมมโมรีการ์ด** มีความจุเพียงพอในการถ่ายภาพ

**4.7.4 แบตเตอรี่และถ่าน** ควรเตรียมทั้งกล้องและแฟลชให้เพียงพอ โดยเฉพาะถ่านประเภทอัลคาไลน์ในงานสำคัญ หากเราไม่แน่ใจว่ากำลังแบตเตอรี่มีเพียงพอหรือไม่ก็ขอให้เปลี่ยนถ่านชุดใหม่ทันที

**4.7.5 กระเป๋ากล้อง** ควรเลือกและจัดให้ลงตัวพอดีกับจำนวนอุปกรณ์ที่ใช้ ทั้งนี้เพื่อความปลอดภัยของกล้องและ อุปกรณ์ไม่ให้เกิดการกระแทก หรือตกลงขณะเดินทาง แต่บางลักษณะงานการสะพายกระเป๋ากล้องเดินในงาน อาจดูไม่เหมาะสม เพราะนอกจากกระเป๋าจะไปกระแทกโดนแขกคนอื่น ๆ ในงานแล้วยังดูเกะกะและเสียบุคลิกอีกด้วย ซึ่งหากเป็นเช่นนั้นช่างภาพต้องพิจารณาลักษณะของงานเสียก่อนว่าควรจะต้องแต่งกายอย่างไร หากเป็นงานที่ต้องสวมสูท อุปกรณ์บางอย่างสามารถใส่ลงในกระเป๋าได้ ซึ่งช่างภาพควรจะต้องเลือกใช้เฉพาะอุปกรณ์ที่สำคัญๆ เท่านั้น นอกจากนี้เสื้อก็ก็เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ใช้ได้ดีในงานบางลักษณะงาน เช่น งานที่ต้องเดินถ่ายในหลายๆ จุด และต้องเบียดเสียด กับผู้คน

**4.7.6 อุปกรณ์เสริม** เช่น ขาตั้งกล้อง สายคล้องคอ สายแฟลช TTL ควรเตรียมไปเท่าที่จำเป็นต้องใช้ เพราะบางครั้งการเตรียมอุปกรณ์ไปมากเกินไปจนเกะกะเกะกวม นอกจากจะเป็นภาระขณะทำงานแล้ว ยังทำให้เหนื่อยเพิ่มขึ้น และอ่อนล้าไปในที่สุด

#### **4.8 การเตรียมความพร้อมของช่างภาพ**

ช่างภาพจำเป็นต้องอาศัยทั้งประสบการณ์และความสามารถในการใช้ อุปกรณ์ต่าง ๆ อีกทั้งต้องมีความพร้อมในทุกด้าน อาทิ

- สุขภาพและร่างกายที่แข็งแรงว่องไว และมีความคล่องตัวสูง
- มีจิตใจที่มุ่งมั่น มีสมาธิ
- มีบุคลิกที่ดีด้วยการแต่งกายให้เหมาะสมกับลักษณะของงาน
- มีมารยาทในการถ่ายภาพ
- มีความอดทนในการอดทนรอคอยเป็นอย่างสูง
- มีความสามารถในการตัดสินใจแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และวิเคราะห์เหตุการณ์ต่าง ๆ ได้
- ศึกษาแนวการถ่ายภาพจากหนังสือหรือคู่มือใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมอ
- ติดตามเทคโนโลยีเกี่ยวกับอุปกรณ์การถ่ายภาพ เพื่อเป็นแนวในการพัฒนาตนเองในอนาคตอย่างต่อเนื่อง
- หมั่นสังเกตเทคนิคการถ่ายภาพของผู้อื่น

### 3.9 สถานที่ถ่ายภาพทำข่าวและข้อจำกัดต่างๆ

สถานที่ที่จะเข้าไปถ่ายภาพมีความสำคัญมากเช่นเดียวกัน บางครั้งภาพจะสวยหรือไม่นั้นก็ขึ้นอยู่กับสถานที่นั้นๆ ด้วย หากเป็นสถานที่ที่ไม่คุ้นเคยหรือไม่เคยเห็นมาก่อน ช่างภาพควรศึกษาเรื่องของสถานที่ก่อนที่จะเริ่มปฏิบัติงานดังนี้

- ที่ตั้งหรือบริเวณจัดงาน เมื่อไปถึงให้ช่างภาพพิจารณาบริเวณงานมองภาพรวมของงานลักษณะการจัดสถานที่ ตำแหน่งจุดที่จะถ่ายภาพทำข่าว รวมไปถึงบริเวณใกล้เคียงที่สามารถถ่ายภาพได้ และช่างภาพควรมีอรรถาธิบายที่ดี กับเจ้าของสถานที่ ควรทำความรู้จักกับผู้ดูแล ผู้รักษาความปลอดภัย อีกทั้งเขตหวงห้าม หรือเส้นทางลัดที่จะ ทำให้ถ่ายภาพสะดวกขึ้น

- ดูสภาพแสงบริเวณนั้นว่าเป็นอย่างไร แสงดังกล่าวควรใช้ฟิล์มประเภทใดถ่าย

- ให้สังเกตปริมาณช่างภาพสื่อมวลชนที่ไปทำข่าวว่ามีจำนวนมากน้อยแค่ไหน จะต้องเบียดเสียดแย่งกัน ถ่ายภาพหรือไม่ หากจำเป็นก็จะต้องเตรียมตัวว่าตนเองจะยืนมุมไหน จะมีใครมาบังหรือไม่ นอกจากนี้ควรพิจารณา มุมเลือกอื่นๆ ไว้ด้วย

- มุมหรือบริเวณที่ได้วางแผนมาก่อนล่วงหน้าไว้แล้ว ซึ่งจะเป็นมุมที่ได้ตกลงกันในที่ประชุมหรือวางแผนมา อย่างไรก็ตาม ไม่อยากให้ช่างภาพปักใจเชื่อว่ามีเมื่อถึงเวลาจริงจะได้ถ่ายภาพในมุมนั้นอย่างสมใจ ช่างภาพควรมองมุม อื่นเพื่อไว้บ้าง เพราะบ่อยครั้งที่จะมีเหตุการณ์ทำให้แผนที่วางไว้เกิดการเปลี่ยนแปลงดังเช่นสาเหตุดังนี้

- ผู้ใหญ่เป็นคนเปลี่ยนแผน

- มีการเมืองเข้ามาแทรกแซง

- ย้ายสถานที่หรือเปลี่ยนมุมฉับพลัน

- แก้ไขสคริปต์งาน หรือเปลี่ยนสคริปต์ใหม่ไม่ว่าจะมีสาเหตุมาจากอะไรก็ตามช่างภาพควรตื่นตัวตลอดเวลา และต้องแก้ปัญหา เฉพาะหน้าให้ได้แนวทางการแก้ไขมีดังนี้

- ขอจัดฉากถ่ายใหม่ โดยขอคำปรึกษากับผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจ

- หาแนวร่วมที่จะถ่ายซ่อมด้วยกัน

- ถ่ายให้ดีที่สุดเท่าที่จะทำได้

- ตัดส่วนภาพ หรือนำไปแก้ไขในเครื่องคอมพิวเตอร์

### แนวทางการถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์

ภาพถ่ายเพื่อการประชาสัมพันธ์เป็นภาพถ่ายที่ถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ ตามที่ผู้ถ่ายภาพต้องการที่จะแสดงให้เห็นโดยมีวัตถุประสงค์จะแสดงในส่วนที่สวยงาม ดูดี มีคุณค่า จึงต้องถ่ายด้วยความประณีต พิถีพิถัน

อุปกรณ์ต้องครบถ้วน คุณภาพดีได้มาตรฐาน ผู้ถ่ายภาพต้องมีความรู้ เรื่องการถ่ายภาพ เริ่มตั้งแต่การเลือก มุมตั้งกล้อง และเน้นเนื้อหาของภาพถ่ายตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการประชาสัมพันธ์ รวมถึงการจัด องค์ประกอบต่าง ๆ ที่อยู่ในภาพก็เป็นเรื่องสำคัญ ต้องพิจารณาทุกสิ่งที่ปรากฏในภาพ ให้ดีที่สุด ซึ่งอาจ แยกเพื่อให้เห็นแนวทางชัดเจนขึ้นดังนี้

### 1. การถ่ายภาพที่ต้องการเน้นบุคคล

การถ่ายภาพประเภทนี้มักใช้กรณีจะแนะนำตัวบุคคล เช่น บุคคลสำคัญในฝ่ายบริหารของหน่วยงาน หรือ กิจกรรม อันเป็นผลงานเจาะจงตัวบุคคล การถ่ายภาพประเภทนี้ควรยึดแนวทางว่า ต้องถ่ายให้เห็น บุคลิกภาพของบุคคลผู้นั้นให้ดีที่สุด เริ่มตั้งแต่การแต่งกายเรียบร้อยสวยงาม กริยาท่าทางงามสง่า รวมถึง สิ่งอื่น ๆ ที่ปรากฏอยู่ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ ต้องอยู่ในลักษณะที่ดูดีเป็นระเบียบเรียบร้อย ทำให้ผู้ที่เห็นภาพเกิด ความรู้สึก ว่า บุคคลนั้นบุคลิกภาพดี น่านับถือ

### 2. การถ่ายภาพตัวอาคารหรือสถานที่ตลอดจนกิจกรรมภายนอก

ได้แก่ ภาพถ่ายที่ต้องการประชาสัมพันธ์ให้รู้จักสำนักงานหรือที่ทำการของหน่วยงานนั้น ๆ การถ่ายภาพ ประเภทนี้ต้องคัดเลือกอุปกรณ์ให้เหมาะสม เนื่องจากการถ่ายภาพสถาปัตยกรรมหรือสิ่งก่อสร้างบางแบบ ต้องอาศัยกล้องถ่ายภาพบางประเภท ภาพจึงจะออกมาสวยงาม การเลือกมุมกล้องเพื่อให้สถานที่ดูงามสง่า การเลือกเวลา เช่น ตอนเช้า สงดสด่องทางทิศตะวันออก การเลือกวันที่ท้องฟ้าแจ่มใส เป็นสิ่งที่จำเป็น เพราะสิ่งเหล่านี้ ล้วนแต่ช่วยให้เราถ่ายภาพได้ดีทั้งสิ้น

### 3. การถ่ายภาพภายในสำนักงานหรือกิจกรรมในสถานที่

ได้แก่ ภาพแนะนำสำนักงาน อุปกรณ์ถ่ายภาพเพื่อให้ได้ภาพในมุมกว้าง อุปกรณ์ให้แสงเพื่อช่วยจุดอัด แสง

บางส่วนที่มีติดเกินไป การเพิ่มเติมเสริมแต่งก็ทำเป็นต้องทำให้ภาพดูมีคุณค่า ไม้ดอกไม้ประดับ สามารถนำมาใช้ตกแต่งให้สวยงามขึ้นได้ จะลดความรู้สึกที่แข็งกระด้างของเสาคอนกรีต หรือผนังปูนลง ได้ การถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์ อันเป็นการนำภาพถ่ายไปใช้ประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ที่จำเป็น และมีความสำคัญต่าง ๆ กัน การถ่ายภาพจึงต้องเริ่มต้นให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ เมื่อจะนำภาพถ่าย ไปใช้งานจึงจะสามารถใช้ได้อย่าง และเกิดผลตรงตามต้องการ

## บทที่ 5

### ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ

#### ปัญหาอุปสรรค

##### ปัญหาแบตเตอรี่

สิ่งใกล้ตัว ที่มักเกิดขึ้นได้กับช่างภาพทุกๆ คน ใครไม่เคยเกิดปัญหาแบตเตอรี่หมด รับรองเชยสุดๆ อย่างน้อยก็น่าจะมีสักครั้งน่า คุณเห็นด้วยไหมครับ นอกจากนี้ หลังจากการใช้งานไปประมาณ 2-3 ปี ปัญหาของแบตเตอรี่ก็อาจเกิดขึ้นได้ทุกเมื่อเช่นกัน

##### เรื่องของแสง ไม่เข้าใครออกใคร

ไม่ว่าจะเป็นแสงจากหลอดไฟ หรือแสงจากธรรมชาติ โดยเฉพาะแสงจากธรรมชาติที่เราไม่สามารถควบคุมได้ แต่รอได้ เรื่องนี้ต้องเตรียมในส่วนของแฟลชให้พร้อมเช่นกัน

##### ปัญหาธรรมชาติไม่เป็นใจ ฝนตก เมฆครึ้ม

เมืองไทย อาจมีอะไรที่เราไม่ได้คาดคิดมาก่อน เกิดขึ้นได้ แม้กระทั่งฝนตกในฤดูร้อน ฤดูหนาวก็ตามที ดังนั้น สำรวจสภาพภูมิอากาศก่อนเสมอ น่าจะเป็นการดีที่สุด สมัยนี้เช็คได้ง่ายๆ ผ่านสมาร์ทโฟนของเราเอง

##### สถานที่กับระยะเลนส์

ถ่ายใกล้ ถ่ายไกล จะซูมจะย่อ ควรเตรียมเลนส์ให้พร้อม ถ้าสามารถนำไปทั้งหมดก็ยิ่งดี ไม่งั้น อาจต้องมาเสียค่ายในภายหลังว่า ทำไมจู่ๆก็เลยหิบบเลนส์บางอันมา เรื่องนี้ได้ยินออกบ่อยๆ เช่นกัน

#### การแก้ไขปัญหา

##### สำรวจอุปกรณ์เสริม

เตรียมอุปกรณ์เสริมในการถ่ายภาพไปให้พร้อม ไม่ว่าจะเป็น Reflector / Tripod หรือแม้แต่แบตเตอรี่สำรอง ก็ไม่ควรพลาดเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะถ้าเรามีการถ่ายภาพนอกสถานที่ หรือไกลๆ บ้าน ยังต้องตรวจเช็คให้พร้อม



## อุปกรณ์ทำความสะอาด

เมื่อเราไปถึงจุดหมายของสถานที่ที่เราต้องการถ่ายภาพ เราไม่สามารถคาดเดาได้ 100% ว่าจะเกิดปัญหาอะไรขึ้น ดังนั้น การป้องกัน ไม่ว่าจะเป็นฝุ่น หรือละอองฝน ซึ่งมาจากธรรมชาติเราคงหลีกเลี่ยงยาก ดังนั้น การเตรียมความพร้อมอุปกรณ์การทำความสะอาด จึงเป็นสิ่งสำคัญ เช่นกัน เราไม่ควรรอนำกลับไปทำความสะอาดที่บ้าน หรือที่ทำงาน เพราะอาจสายเกินไป