

คู่มือการปฏิบัติงาน

การถ่ายภาพ เพื่อการประชาสัมพันธ์

(Photography for Public Relation)



นายอภิชาติ จุมพล

นักประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

พ.ศ.2564

คำนำ

คู่มือการปฏิบัติงานเล่มนี้ ผู้จัดทำได้รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากการศึกษาค้นคว้าตามแหล่งข้อมูลต่าง ๆ รวมถึงนำประสบการณ์ตรงจากผู้จัดทำ เรียบเรียงข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นคู่มือการปฏิบัติงานสำหรับบุคลากรที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการถ่ายภาพในฝ่ายประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน ได้ใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานด้านการถ่ายภาพของหน่วยงาน รวมถึงเทคนิคต่าง ๆ ในการถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์

หวังเป็นอย่างยิ่งว่า “คู่มือการถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์” ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริหาร พนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการ พนักงานมหาวิทยาลัยสายสนับสนุนวิชาการ ตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้องต่อไป

อภิชาติ จุมพล

ผู้จัดทำ

2564

สารบัญ

	หน้า
บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์	1
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	1
1.4 ขอบเขตของคู่มือ	2
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	2
 บทที่ 2 โครงสร้างและหน้าที่ความรับผิดชอบ	 3
2.1 โครงสร้างของหน่วยงาน	3
2.2 ภาระหน้าที่ของกลุ่มงานประชาสัมพันธ์	6
2.3 ขั้นตอนการปฏิบัติงาน (Flow chart)	7
 บทที่ 3 หลักเกณฑ์วิธีการปฏิบัติงาน	 8
3.1 การถ่ายภาพ	8
3.2 การประชาสัมพันธ์	9
 บทที่ 4 เทคนิคการปฏิบัติงาน	 13
4.1 การถ่ายภาพบุคคล	13
4.2 การถ่ายภาพอาคารหรือสถานที่	16
4.3 การถ่ายภาพกิจกรรมขององค์กร	20
4.4 การจัดองค์ประกอบทางศิลปะของภาพ	22
4.5 ความพร้อมของอุปกรณ์ถ่ายภาพ	24
4.6 การเตรียมความพร้อมของช่างภาพ	25
4.7 สถานที่ถ่ายภาพทำข่าวและข้อจำกัดต่างๆ	25
 บทที่ 5 ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ	 27
5.1 ปัญหาอุปสรรค	27
5.2 การแก้ไขปัญหา	27
5.3 ข้อเสนอแนะ	28

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

ปัจจุบันการถ่ายภาพมีประโยชน์มากมายหลายประการ สามารถนำไปใช้เผยแพร่เรื่องราวต่าง ๆ ได้ทุกสาขาอาชีพ เช่น การศึกษา การเกษตร การแพทย์ การอุตสาหกรรม และการก่อสร้าง ตลอดจนการท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ แต่การที่จะให้ได้ภาพถ่ายที่ดีนั้น ผู้ทำหน้าที่ถ่ายภาพจะต้องศึกษาการใช้กล้อง เลนส์ อุปกรณ์ต่าง ๆ และเทคนิคในการจัดองค์ประกอบภาพมาใช้ในการถ่ายภาพ เพราะถ้าหากผู้ถ่ายภาพขาดทักษะพื้นฐานในการใช้อุปกรณ์ต่าง ๆ และเทคนิคการถ่ายภาพแล้ว ย่อมที่จะทำให้ผลงานภาพถ่ายไม่มีคุณภาพ ไม่น่าสนใจ ดังนั้นเพื่อให้ได้ภาพถ่ายที่สมบูรณ์ตามหลักการ และเกิดความน่าสนใจ จึงจำเป็นต้องศึกษาหลักการและวิธีการถ่ายภาพให้เข้าใจก่อนการเริ่มต้นปฏิบัติงานถ่ายภาพ

การถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์ เป็นหน้าที่หลักอย่างหนึ่งของฝ่ายประชาสัมพันธ์ในองค์กร ที่จะต้องทำการถ่ายภาพบุคคล งาน และกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กร ซึ่งในการประชาสัมพันธ์ ภาพถ่ายเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง ที่จะสามารถบอกเล่าเรื่องราว เหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในองค์กร และสื่อเรื่องราวต่าง ๆ นี้ไปยังบุคคลทั่วไปได้รับรู้อย่างสอดคล้องกับเนื้อหาสาระของข่าวประชาสัมพันธ์ และมีความน่าสนใจ สามารถเรียกร้องความสนใจจากผู้รับข่าวสารได้เป็นอย่างดี

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

1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานด้านการถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์องค์กร
2. เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานด้านการถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์สามารถใช้อุปกรณ์และถ่ายภาพได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. นำคู่มือเล่มนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานด้านการถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์
2. ผู้ปฏิบัติงานด้านการถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์สามารถใช้อุปกรณ์และถ่ายภาพได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

1.4 ขอบเขตของคู่มือ

ผู้ที่สนใจและมีหน้าที่ในการปฏิบัติงานด้านการถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์ในองค์กร ได้ศึกษา และเป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน โดยจะเน้นเกี่ยวกับการถ่ายภาพเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์โดยตรง

1.5 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

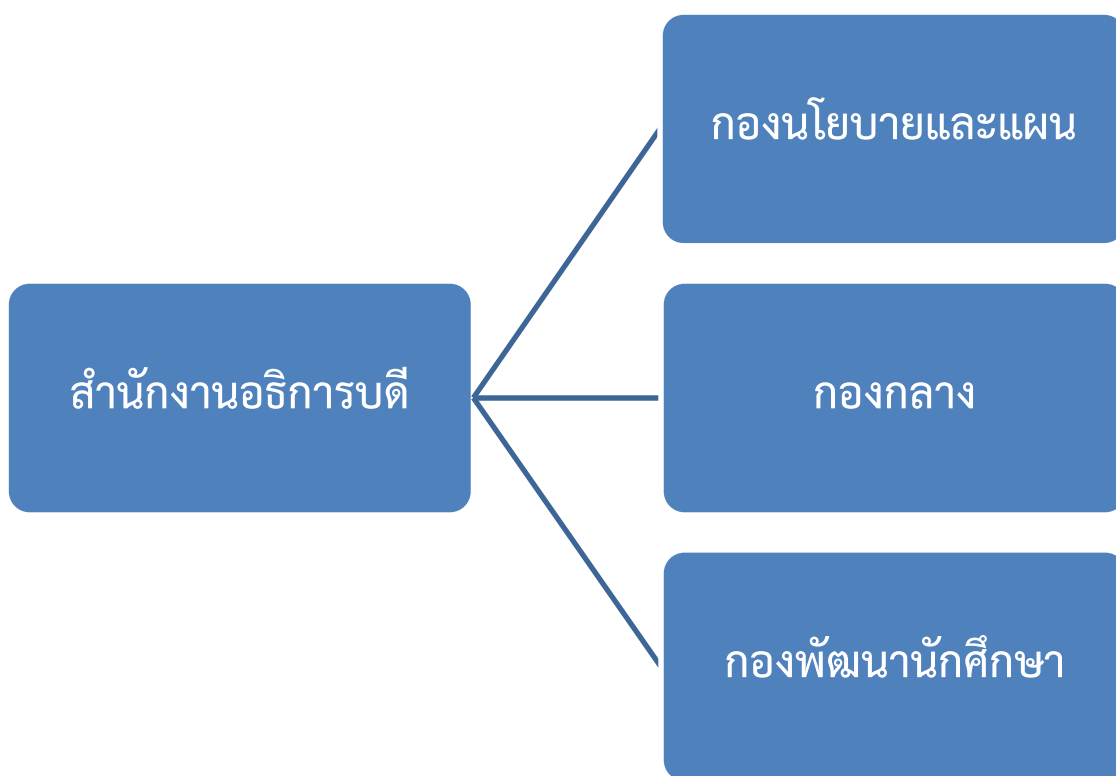
บทที่ ๒

โครงสร้างและหน้าที่ความรับผิดชอบ

2.1 โครงสร้างของหน่วยงาน

กลุ่มงานประชาสัมพันธ์ กองกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ มีโครงสร้างของหน่วยงาน ดังนี้

2.1.1 โครงสร้างของหน่วยงาน (Organization chart)



2.1.2 โครงสร้างการบริหารของหน่วยงาน (Administration chat)



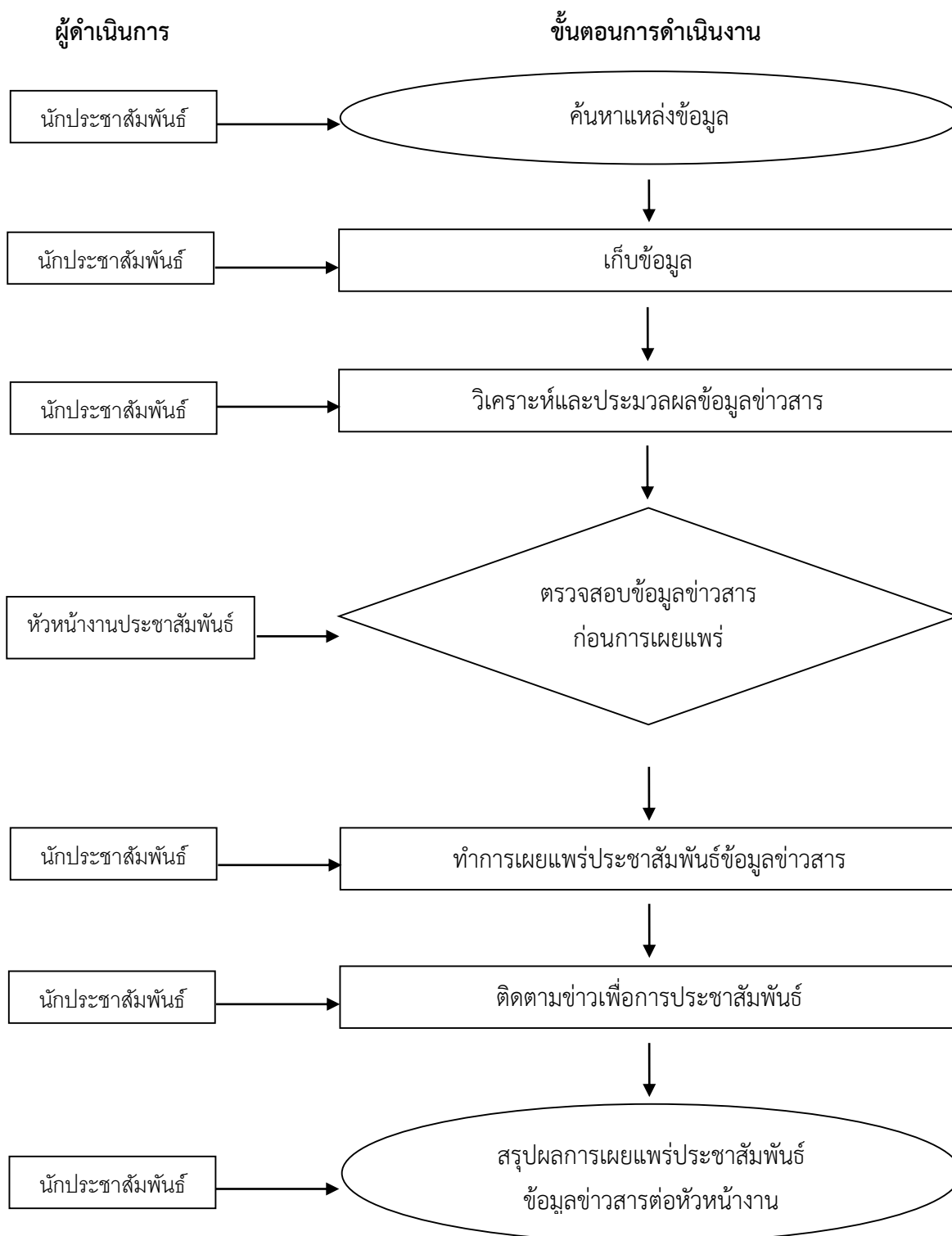
2.1.3 โครงสร้างการปฏิบัติงาน (Activity chat)



2.2 ภาระหน้าที่ของกลุ่มงานประชาสัมพันธ์

- 2.2.1 สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับมหาวิทยาลัยฯ
- 2.2.2 ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัยฯ ผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย สื่อวิทยุกระจายเสียงและเสียงตามสาย สื่อโทรทัศน์และเคเบิลทีวี สื่อมวลชน ทั้งสื่อท้องถิ่น และส่วนกลาง
- 2.2.3 ถ่ายทอดสัญญาณภาพการประชุมทางไกล และถ่ายทอดสดกิจกรรมของมหาวิทยาลัยฯ
- 2.2.4 ผลิตสื่อคลิปรีดิโอ
- 2.2.5 จัดทำสื่อภาพกราฟิก
- 2.2.6 จัดทำจดหมายข่าวรายสัปดาห์ วารสารรายเดือน และหนังสือในโอกาสพิเศษ
- 2.2.7 ถ่ายภาพผู้บริหาร บุคลากร นักศึกษา และกิจกรรมต่าง ๆ
- 2.2.8 รับโทรศัพท์ภายใน-ภายนอก และประสานงาน
- 2.2.9 ให้บริการติดต่อสอบถาม
- 2.2.10 รับจดหมาย-พัสดุ บันทึกข้อมูล คัดแยก และส่งมอบให้แก่ผู้รับ
- 2.2.11 ประกาศเสียงตามสาย
- 2.2.12 เก็บรวบรวมข้อมูลหนังสือเข้าออกทางราชการที่เกี่ยวข้อง
- 2.2.13 เป็นพิธีกรในงานพิธี และกิจกรรมต่าง ๆ
- 2.2.14 ปรับปรุงข้อมูลในเว็บไซต์มหาวิทยาลัยฯ และสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย
- 2.2.14 ปฏิบัติงานอื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย

2.3 ขั้นตอนการปฏิบัติงาน (Flow chart) ของฝ่ายประชาสัมพันธ์



บทที่ 3

หลักเกณฑ์วิธีการปฏิบัติงาน

การถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Photography for Public Relation) เป็นการสื่อสารเนื้อหาเกี่ยวกับองค์กรต่อบุคคลทั้งภายนอกและภายในองค์กร แม้ว่าจะยึดหลักแนวคิดความจริงนิยม เช่นเดียวกับการถ่ายภาพข่าว แต่เป็นความจริงเฉพาะภาพที่สร้างภาพลักษณ์ (image) ด้านบวกต่อองค์กร ดังนั้นจึงเปลี่ยนจุดเน้นมาที่การสื่อสารเชิงสัญลักษณ์มากขึ้น เช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ เน้นสีเขียวและสีเหลือง ซึ่งเป็นสีประจำมหาวิทยาลัยฯ นอกจากนี้ ยังมีภาพถ่ายประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารกิจกรรมในองค์กร หรือเพื่อเสนอข้อมูลข่าวสารในสื่อต่าง ๆ

3.1 การถ่ายภาพ (Photography)

การถ่ายภาพ นั้นได้มีการพัฒนาต่อเนื่องกันมาหลายร้อยปีตามลำดับ ก่อนที่จะมีกล้องถ่ายภาพเพื่อการบันทึกภาพให้เหมือนจริงนั้นมนุษย์ในสมัยโบราณได้ใช้วิธีการวาดภาพเพื่อบันทึกความทรงจำ และใช้ในการสื่อความหมาย ซึ่งการวาดภาพดังกล่าวต้องใช้เวลานานและได้ภาพที่ไม่เหมือนจริงตามธรรมชาติ ตลอดจนปัญหาอื่นๆ ทำให้มนุษย์พยายามคิดค้นหาวิธีการสร้างภาพโดยใช้เวลาน้อยลงและให้ได้ภาพที่สมบูรณ์เหมือนธรรมชาติยิ่งขึ้น หลังจากที่มีมนุษย์ประสบความสำเร็จในการคิดค้นกระบวนการสร้างภาพ จากผลของการทดลองของนักวิทยาศาสตร์ที่ได้พัฒนาความรู้จากศาสตร์ 2 สาขา คือ สาขาฟิสิกส์ ได้แก่เรื่องของแสงและกล้องถ่ายภาพ และสาขาเคมีในส่วนที่เกี่ยวกับฟิล์มสารไวแสงและน้ำยาสารภาพ

การถ่ายภาพเป็นการรวมหลักการที่สำคัญ 2 ประการ เข้าด้วยกันคือ การทำให้เกิดภาพจำลองของวัตถุสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้ปรากฏบนฉากรองรับได้และการใช้สื่อกลาง ในการบันทึกภาพจำลองของวัตถุนั้น ให้ปรากฏอยู่ได้อย่างคงทนถาวร

3.1.1 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

3.1.2 บทบาทของภาพถ่าย (The Photographic Roles)

ภาพถ่ายเป็นสื่อสากลที่ทุกคนเข้าใจสามารถสะท้อนสภาพชีวิตและสังคมบอกเรื่องราว เหตุการณ์ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และยังถือว่าเป็นศิลปวิทยาการแขนงหนึ่งด้วยภาพถ่ายมีบทบาทมากมาย หลายด้านพอสรุปได้ดังนี้

1) บทบาทในการเป็นสื่อให้ข้อมูล (Information) ภาพถ่ายสามารถแสดงข้อเท็จจริง เพื่อให้ผู้ ดูเกิดความรู้ ความเข้าใจ ได้อาจเรียกภาพถ่ายเหล่านี้ว่าเป็นภาพถ่ายทางการศึกษารวมถึงภาพถ่ายเพื่อการ โฆษณาประชาสัมพันธ์ด้วยการเก็บข้อมูลทาง มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ด้วยภาพถ่าย

2) บทบาทในการใช้บันทึกข้อมูล (Recording) การเก็บรวบรวมข้อมูลในอดีต ปัจจุบัน และ อนาคตจำเป็นต้องใช้การ ถ่ายภาพเพื่อเป็นหลักฐานทางประวัติศาสตร์ และหลักฐานที่สำคัญ ๆ ในปัจจุบัน การบันทึกข้อมูลด้วยภาพถ่ายนั้นไม่หมายความว่าเพียงการถ่ายภาพด้วยกล้องถ่ายภาพที่มีฟิล์มเพื่อบันทึก เท่านั้น แต่รวมถึงการถ่ายภาพด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ หรือด้วยแผ่นแม่เหล็กอีกด้วยดังนั้นรูปแบบ ของการบันทึกจึงแตกต่างกันไป ที่สำคัญก็คือสามารถบันทึกข้อมูลและเก็บรวบรวมไว้ เพื่อการใช้งานอย่าง กว้างขวาง

3) บทบาทในการเป็นสื่อเพื่อความบันเทิง (Entertainment) ภาพถ่ายประเภทนี้ทำให้ผู้ดูเกิด ความพึงพอใจเพราะ ภาพถ่ายจะแสดงถึงความสวยงามเช่น ภาพสถานที่ท่องเที่ยว ภาพดอกไม้ ภาพถ่าย ครอบครัว ญาติมิตรสนิทสนม เป็นต้น

4) บทบาทในการเป็นสื่อที่แสดงความรู้สึกนึกคิด (Self Expression) ช่างภาพสามารถ ถ่ายทอด และแสดงแนว ความคิดของตนให้ผู้อื่นได้ทราบ ซึ่งถือว่าเป็นภาพถ่ายแนวคิดสร้างสรรค์อีกทั้ง สามารถแสดงความคิดเห็นของคนต่อ เหตุการณ์ต่าง ๆ ได้ถือได้ว่าเป็นภาพศิลป์ที่มีคุณค่ายิ่ง

5) บทบาทในการเป็นสื่อ เพื่อศึกษาค้นคว้าวิจัย (Discovery) โดยเฉพาะการค้นคว้าวิจัย ทางด้านวิทยาศาสตร์และ เทคโนโลยีที่ทันสมัยเป็นต้นว่าการถ่ายภาพทางการแพทย์ ดาราศาสตร์ ชีววิทยา ตลอดจนการค้นคว้าวิจัยเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต

3.2 การประชาสัมพันธ์ (Public relations)

คำว่า การประชาสัมพันธ์ (Public relations) เป็นคำที่ใช้กันอย่างแพร่หลายมากในปัจจุบัน ทั้งตาม หน่วยงาน องค์กร สถาบันต่าง ๆ และในหมู่สาธารณชนทั่วไป ที่เป็นเช่นนี้เพราะงานประชาสัมพันธ์กำลัง ได้รับความสนใจและยอมรับจากประชาชนทั่วไปในฐานะที่การประชาสัมพันธ์เป็นงานเสริมสร้างความเข้าใจ อันดีต่อกันระหว่างหน่วยงาน สถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2546, หน้า 1)

3.2.1 ความหมายของการประชาสัมพันธ์

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

การประชาสัมพันธ์ มีความหมายรวมถึง สถานการณ์ การกระทำ หรือ คำพูด ซึ่งสามารถจูงใจหรือชักชวนให้ประชาชนเห็นด้วยหรือประสานความร่วมมือในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยมีการวางแผนเพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อกลุ่มประชาชนนั้น (Marston, 1979, p. 3) ดังนั้น การประชาสัมพันธ์จึงมีความหมาย 3 ประการ คือ (Bernays, 1952, p. 3)

- 1) เผยแพร่ชี้แจงให้ประชาชนทราบ
- 2) ชักชวนให้ประชาชนมีส่วนร่วมด้วย และเห็นด้วยกับวัตถุประสงค์และวิธีการดำเนินงานของสถาบัน
- 3) ปรับแนวความคิดของประชาชนและสถาบันให้มีส่วนร่วมประสานและสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน

3.2.2 วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

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

- 1) เพื่อบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ให้ทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์การดำเนินงานและผลงาน หรือกิจกรรมต่าง ๆ ตลอดจนข่าวคราวความเคลื่อนไหวขององค์กรให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องได้รับทราบ ทำให้องค์กรเป็นที่รู้จัก เข้าใจและเลื่อมใส ตลอดจนทำให้ประชาชนเกิดความรู้สึกที่เป็นไปในทางที่ดีต่อองค์กร
- 2) เพื่อป้องกันและรักษาชื่อเสียง เป็นการกระทำที่ป้องกันมิให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับสถาบันเกิดความเข้าใจผิดในตัวองค์กร การป้องกันรักษาชื่อเสียงไว้ก่อนย่อมมีผลดีกว่าที่จะต้องมาแก้ไขในภายหลัง (Black, 1975, p. 7)

3) เพื่อแก้ไขความเข้าใจผิด ทำให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง เมื่อมีความเข้าใจผิดเกี่ยวกับองค์กรเกิดขึ้นในกลุ่มประชาชน จะต้องรีบดำเนินการแก้ไขโดยด่วนอย่างเหมาะสมและทันต่อเหตุการณ์

3.2.3 องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์

องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์ หากพิจารณาถึงกระบวนการติดต่อสื่อสารแล้ว มีองค์ประกอบใหญ่ ๆ 4 ประการด้วยกัน คือ (ปฐภูฏาง จันทรบุญเรือง, 2547, หน้า 31-33)

3.2.3.1. องค์กรและสถาบัน หมายถึง กิจกรรมที่บุคคลหรือคณะบุคคลได้จัดทำขึ้นโดยประสงค์ที่จะดำเนินการใด ๆ ในสังคมให้ลุล่วงไปตามความปรารถนาของบุคคลหรือคณะบุคคลนั้น

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

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

3.2.3.4. ประชาชนกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์เป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับประชาชน ซึ่งคำว่า ประชาชน มีความหมายกว้างไกลครอบคลุมถึงสมาชิกทุกคนของสังคม และมีความหลากหลายแตกต่างกันทั้งอายุ เพศ การศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจ/สังคม ภูมิฐานะ ศาสนา วัฒนธรรม ประเพณีกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ขององค์กร จะแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1) กลุ่มประชาชนภายใน เป็นกลุ่มบุคลากรในองค์กรตั้งแต่ระดับผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ ซึ่งมีความสัมพันธ์และผูกพันกับองค์กร มีผลประโยชน์ร่วมกันกับองค์กรดังนั้น งานประชาสัมพันธ์จึงเข้ามามีบทบาทในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มต่าง ๆ ในองค์กร

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

การประชาสัมพันธ์มีบทบาทสำคัญและมีความจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับบุคคลองค์กร สถาบัน หน่วยงาน ตลอดจนงานทางด้านการศึกษา งานราชการ ฯลฯ ทั้งนี้เพราะการประชาสัมพันธ์เป็นวิธีการหนึ่ง ที่เชื่อมโยงความเข้าใจระหว่างองค์กร สถาบันหน่วยงานกับประชาชนด้วยการเผยแพร่ข่าวสาร นโยบาย วัตถุประสงค์ กิจกรรมของสถาบันให้ประชาชนทราบ ขณะเดียวกันก็รับฟังความคิดเห็น ตลอดจนความต้องการของประชาชน และเมื่อประชาชนเกิดความเข้าใจมีความรู้สึกและมีสัมพันธภาพที่ดีต่อองค์กร สถาบัน หรือหน่วยงานแล้วก็จะให้ความร่วมมือสนับสนุนองค์กร สถาบัน หรือหน่วยงานนั้น ๆ

บทที่ 4

เทคนิคการปฏิบัติงาน

แนวทางการถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์

ภาพถ่ายเพื่อการประชาสัมพันธ์เป็นภาพถ่ายที่ถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ ตามที่ผู้ถ่ายภาพต้องการที่จะแสดงให้เห็นโดยมีวัตถุประสงค์จะแสดงในส่วนที่สวยงาม ดูดี มีคุณค่า จึงต้องถ่ายด้วยความประณีต พิถีพิถัน อุปกรณ์ต้องคุณภาพดีได้มาตรฐาน ผู้ถ่ายภาพต้องมีความรู้เรื่องการถ่ายภาพ เริ่มตั้งแต่การเลือกมุม ตั้งกล้อง และเน้นเนื้อหาของภาพถ่ายตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการประชาสัมพันธ์ รวมถึงการจัดองค์ประกอบต่าง ๆ ที่อยู่ในภาพก็เป็นเรื่องสำคัญ ต้องพิจารณาทุกสิ่งที่ปรากฏในภาพให้ดีที่สุด ซึ่งอาจแยกเพื่อให้เห็นแนวทางชัดเจนขึ้นดังนี้

4.1 การถ่ายภาพบุคคล

การถ่ายภาพบุคคลเป็นการสะท้อนถึงบุคลิกลักษณะของบุคคล สิ่งสำคัญที่สุดในการถ่ายภาพบุคคลคือ ผู้ถ่ายภาพต้องถ่ายภาพให้บุคคลนั้นดูดี มีท่าทางเป็นธรรมชาติ และสามารถนำภาพไปต่อยอดในการออกแบบสื่อต่าง ๆ ได้ โดยการถ่ายภาพบุคคลในงานประชาสัมพันธ์ สามารถแบ่งได้ดังนี้

4.1.1 การถ่ายภาพผู้บริหาร

ผู้บริหารองค์กรจะสะท้อนถึงลักษณะองค์กรนั้นด้วย **ผู้บริหารจึงเปรียบเสมือนตัวแทนของสมาชิกทั้งหมด** ดังนั้น ฝ่ายประชาสัมพันธ์จึงควรดูแลให้ผู้บริหารมีการแสดงออกในทางสร้างสรรค์ เพราะภาพถ่ายเป็นสิ่งที่อยู่ยาวนานในสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโสตทัศน์ หรือแม้แต่ในหน้าหนังสือพิมพ์ การถ่ายภาพประเภทนี้ควรยึดแนวทางว่า ต้องถ่ายให้เห็นบุคลิกลักษณะของการเป็นผู้นำองค์กร หรือผู้บริหารให้ดีที่สุด เริ่มตั้งแต่การแต่งกายเรียบร้อยสวยงาม กริยาท่าทางงามสง่า รวมถึงสิ่งอื่น ๆ ที่ปรากฏอยู่ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ ต้องอยู่ในลักษณะที่ดูดีเป็นระเบียบเรียบร้อย ทำให้ผู้ที่เห็นภาพเกิดความรู้สึกว่า บุคคลนั้นบุคลิกลักษณะดี น่าเชื่อถือ





ถ้าจะสื่อให้บุคลากรในองค์กรรู้สึกไว้วางใจที่มีผู้บริหารที่เป็นกันเอง ภาพผู้บริหารควรแต่งตัวในลักษณะสบาย ๆ และท่าทางให้เป็นธรรมชาติ แต่หากจะสื่อสารผู้บริหารต่อคนภายนอกว่า องค์กรนี้มีความทันสมัยทั้งในระดับชาติและระดับนานาชาติ ช่างภาพควรสื่ออารมณ์ผู้บริหารด้วยเครื่องแต่งกาย และจัดวางท่าทางที่สง่างาม เป็นต้น

4.1.2 การถ่ายภาพบุคลากรในองค์กร

การถ่ายภาพบุคลากรในองค์กร ใช้หลักการถ่ายภาพบุคคลโดยทั่วไป นอกจากภาพต้องสวยงามแล้ว บุคลากรก็ต้องมีท่าทางที่ดูดีสง่างามเป็นธรรมชาติ สะท้อนถึงความมุ่งมั่น และสื่อให้องค์กรมีบุคลากรที่ทันสมัย และน่าเชื่อถือ



4.1.3 การถ่ายภาพบุคคลสำหรับใช้ในการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์

ทุกหน่วยงาน ทุกองค์กร ทั้งองค์กรของรัฐ หรือหน่วยงานเอกชน ล้วนแต่ต้องมีการโฆษณา สินค้า-บริการ หรือการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กร สิ่งที่ทำให้สื่อประชาสัมพันธ์มีความน่าสนใจมากขึ้น นั่นคือ นางแบบ หรือนายแบบผู้นำเสนอสินค้าหรือบริการขององค์กร หรือที่เรามักเรียกกันว่า “พรีเซนเตอร์” (Presenter) แน่นอนว่า ภาพถ่ายบุคคลที่จะนำมาประกอบในการผลิตสื่อโฆษณา-ประชาสัมพันธ์ จะต้องสะท้อนถึงภาพลักษณ์ขององค์กรที่ดี ตรงกับกลุ่มเป้าหมายหรือลูกค้าขององค์กร มีความสวยงามและน่าสนใจ โดยส่วนใหญ่มักจะถ่ายในสตูดิโอเพื่อคุณภาพของภาพที่สวยงามสามารถนำไปตัดต่อเพื่อใช้ผลิตสื่อต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก

สำหรับภาพบุคคลที่ใช้ในหน่วยงานมหาวิทยาลัยฯ มักจะใช้นักศึกษาของมหาวิทยาลัยฯ เป็นแบบ โดยควรสื่อให้ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยฯ มีความทันสมัย น่าเข้ามาศึกษาต่อ ซึ่งควรถ่ายภาพให้หลากหลายท่าทาง และอาจนำอุปกรณ์ที่เป็นสื่อการเรียนการสอนมาประกอบ เพื่อให้มีความน่าสนใจยิ่งขึ้น และยังสะท้อนให้เห็นถึงความหลากหลายของสาขาวิชาที่เปิดทำการเรียนการสอน





รับสมัครนักศึกษา
ระดับปริญญาตรี
ภาคปกติ ประจำปีการศึกษา 2564
รอบที่ 3 เริ่มรับสมัคร
ตั้งแต่วันที่ 1 - 28 กุมภาพันธ์ 2564

สมัครออนไลน์
WWW.NSRU.AC.TH/PR

งานประชาสัมพันธ์
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
Nakhon Si Thammaraj University

056-290100-29 www.nsrui.ac.th [f nsru.ac.th](#) [nsru.ac.th](#) [NSRU Channel](#) [nsru.news](#)



DEK 64
NSRU

“อนาคตเรากำหนดได้
สี่ ราชภัฏนครสวรรค์
พร้อมผลิตบัณฑิตในหลากหลาย
หลักสูตรคุณภาพ
เพื่ออาชีพในฝันของคุณ”

ปี 64 เปิดรับสมัครแล้ววันนี้

สมัครออนไลน์
WWW.NSRU.AC.TH/PR

งานประชาสัมพันธ์
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
Nakhon Si Thammaraj University

056-290100-29 www.nsrui.ac.th [f nsru.ac.th](#) [nsru.ac.th](#) [NSRU Channel](#) [nsru.news](#)

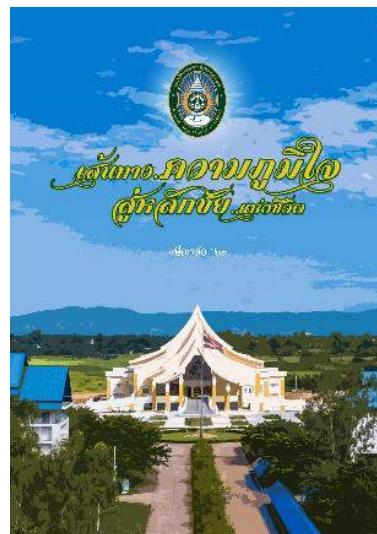
4.2 การถ่ายภาพอาคารหรือสถานที่

อาคารและสถานที่ขององค์การมีความสำคัญอย่างมากต่อการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร เนื่องจากเป็นรูปธรรมที่คนภายนอกมองเห็นครั้งแรก ซึ่งจะส่งผลต่อความน่าเชื่อถือ และส่งผลต่อการตัดสินใจ การออกแบบตกแต่งอาคารสถานที่ควรสอดคล้องกับการวางแนวทางขององค์กร เช่น หากวางแนวทางขององค์การว่ามีความทันสมัยด้วยเทคโนโลยี ควรสื่อสารถึงการออกแบบตกแต่งภายนอกและภายในสถานที่ที่ดูทันสมัยด้วยสี สัน รูปทรง และวัสดุตกแต่งภายใน ในทางตรงกันข้าม หากเป็นองค์กรที่เน้นการอนุรักษ์ วัฒนธรรม รูปลักษณ์ของการออกแบบตกแต่งควรเน้นความรู้สึกที่อบอุ่น คลาสสิก โดยใช้วัสดุที่เป็นศิลปะ

ไทยในการตกแต่ง การเลือกมุมกล้องเพื่อให้สถานที่ดูงามสง่า การเลือกเวลา เช่น ตอนเช้า แสงแดดส่องทางทิศตะวันออก การเลือกวันที่ท้องฟ้าแจ่มใส เป็นสิ่งที่จำเป็น เพราะสิ่งเหล่านี้ ล้วนแต่ช่วยให้เราถ่ายภาพได้ดีทั้งสิ้น

สำหรับพื้นที่มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ นับว่ามีความหลากหลาย ทั้งอาคารต่าง ๆ และสภาพแวดล้อม มีทั้งอาคารที่ก่อสร้างมานานหลายสิบปี และอาคารที่ก่อสร้างใหม่ มีทั้งอาคารรูปทรงสถาปัตยกรรมแบบไทย และอาคารรูปทรงทันสมัย ซึ่งแต่ละอาคารสามารถสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของมหาวิทยาลัยฯ เป็นอย่างดี ทั้งนี้ภาพถ่ายสถานที่ขององค์กรจะต้องมีความสวยงาม เมื่อนำภาพไปเผยแพร่ในสื่อต่าง ๆ จะต้องช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของมหาวิทยาลัยฯ





ข้อควรปฏิบัติในการถ่ายภาพอาคารสถานที่ คือ

- 1) เลือกมุมที่ถ่ายภาพสิ่งก่อสร้างให้อยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสม ให้วัตถุหรืออาคารเด่นออกมาจากพื้นมากที่สุด และสามารถมองเห็นตัวสิ่งก่อสร้างได้หลาย ๆ มิตติ ควรประกอบให้มีฉากหน้า (Foreground) เพื่อให้เกิดความลึกในภาพ
- 2) พยายามมองหาส่วนประกอบที่สำคัญในงานสถาปัตยกรรมนั้น ๆ เพื่อถ่ายภาพเฉพาะส่วนออกมาให้เห็นชัดเจนยิ่งขึ้น





- 3) ควรกำหนดให้ทิศทางของแสงส่องเข้าหาวัตถุในแนวเฉียงมากกว่าแสงจากทางด้านหน้าหรือแสงที่ส่องมาจากด้านบนของวัตถุโดยตรง และเลือกสภาพแสงที่ไม่แรงหรือนุ่มนวลจนเกินไป
- 4) ควรถ่ายภาพให้มีองค์ประกอบอื่นๆ เข้ามาอยู่ด้วยในภาพ เช่น ต้นไม้ พระอาทิตย์ขึ้น-ตก รวมถึงผู้คน เพื่อให้ภาพมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น
- 5) การวัดแสงด้วยเครื่องวัดแสงในตัวกล้องควรระมัดระวังฉากหลังที่อาจทำให้การวัดแสงผิดพลาดได้
- 6) ควรถ่ายภาพด้วยไฟล์ดิบ หรือไฟล์ RAW เพื่อให้สามารถนำภาพมาตกแต่งแสง สี เพื่อเพิ่มคุณภาพภาพถ่ายให้สวยงามยิ่งขึ้น

ทั้งนี้การถ่ายภาพอาคารสถานที่ ไม่จำเป็นต้องยึดตามเทคนิคการถ่ายหรือข้อควรปฏิบัติเสมอไป สิ่งสำคัญที่สุดของการถ่ายภาพแนวนี้ คือการได้ภาพที่สวยงาม และน่าสนใจ





4.3 การถ่ายภาพกิจกรรมขององค์กร

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ การสร้างกิจกรรมขององค์กรขึ้นมา เพื่อเผยแพร่ให้ประชาชนทั่วไป หรือกลุ่มเป้าหมายได้รู้จัก และจดจำองค์กรนั้น ๆ โดยช่างภาพประชาสัมพันธ์ ต้องบันทึกกิจกรรมต่าง ๆ ไว้ เช่น พิธีพระราชทานปริญญาบัตร การประชุม การสัมมนา การจัดกิจกรรม ของคณะต่าง ๆ ติดตามถ่ายภาพภารกิจของผู้บริหาร การเข้าประกวดแข่งขันต่าง ๆ ของนักศึกษา และ ถ่ายภาพกิจกรรมอื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย เป็นต้น



แนวทางการเตรียมตัวและการถ่ายภาพเพื่องานกิจกรรมขององค์กร มีดังนี้

1) เตรียมพร้อม อะไรก็เกิดขึ้นได้ ทางที่ดีที่สุดคือเตรียมทุกอย่างให้พร้อม เตรียมแบตเตอรี่สำรอง และเมมโมรี่การ์ดเอาไว้ เตรียมกล้องสำรองไว้ ถึงแม้ว่าจะไม่ได้ใช้ก็ตาม แต่นั่นเป็นการเตรียมพร้อมที่ดีต่อไปนี้เป็นสิ่งที่ควรคำนึงถึง ก่อนที่จะออกไปถ่ายภาพในงานที่กำลังจะจัดขึ้น

- **การค้นคว้าข้อมูล** หาข้อมูลว่าใครบ้างที่จะมาร่วมงาน หาข้อมูลของกิจกรรม กิจกรรมต่าง ๆ ในงานเริ่มเมื่อไหร่ ในระหว่างจัดงานมีกิจกรรมพิเศษอะไรบ้าง และจัดขึ้นที่ไหน เพื่อไม่ให้พลาดช่วงเวลาสำคัญ

- **แต่งตัวให้เหมาะสม** ช่างภาพควรเลือกเสื้อผ้าด้วยโทนสีกลางๆ สีดำเป็นสีที่เหมาะสม เสื้อผ้าสีขาวจะทำให้เกิดการรบกวนทางสายตาและมีความเสี่ยงที่สีจากเสื้อผ้าจะไปสะท้อนกับแสงหรือวัตถุอื่น ๆ ทำให้การถ่ายภาพมีสีที่ผิดเพี้ยนไป

- **พยายามทำให้เงียบที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้** ไม่ควรใส่รองเท้าที่จะทำให้เกิดเสียงดัง อย่าเปิดแชตเตอร์ ถ้าเป็นไปได้ตั้งโหมดถ่ายภาพแบบเงียบ เปลี่ยนเลนส์อย่างเบามือ และหลีกเลี่ยงการใช้อุปกรณ์ที่เป็นเทปหนามเตย หรือตีนตุ๊กแก ไม่ควรเปิดแฟลช ถ้าไม่จำเป็นต้องใช้

2) ใช้อุปกรณ์ที่เหมาะสม ไม่จำเป็นต้องเอาอุปกรณ์พิเศษมามากมาย โดยทั่วไปแล้วใช้เพียงแฟลชเสริมด้วย diffuser หรือ reflector, กล้อง DSLR พร้อมเลนส์ซูมระยะปานกลาง แบตเตอรี่สำรอง และเมมโมรี่การ์ด สิ่งเหล่านี้เป็นอุปกรณ์สำคัญที่จะต้องพกพา ถ้าเป็นงานในห้องขนาดใหญ่ที่มีผู้พูดบนเวที จำเป็นต้องใช้เลนส์เทเลโฟโต้ ถ้าเป็นสถานที่ที่อัดแน่นไปด้วยผู้คน ควรใช้เลนส์ Wide



3) ใช้แสงธรรมชาติให้มากที่สุด พยายามใช้ประโยชน์จากแสงธรรมชาติ และหลีกเลี่ยงการใช้แฟลช แสงที่ไม่เป็นธรรมชาติจะทำให้รูปให้ความรู้สึกเหมือนเป็นภาพถ่าย ภาพจะมีความแข็งไม่เป็นธรรมชาติ และทำให้รูปดูไม่น่าสนใจ ถ้าจำเป็นต้องใช้แฟลช ควรคำนึงถึงความเหมาะสมในการใช้อุปกรณ์ โดยอาจเลือกใช้ off-camera flash

4) ถ่ายภาพทุกเหตุการณ์สำคัญ การถ่ายภาพกิจกรรมต่าง ๆ นั้น หากเป็นการถ่ายภาพเพื่อทำข่าว งานตามวาระผู้บริหาร หรือของหน่วยงานย่อยในองค์กร หรืองานประชุมสัมมนาทั่วไป ช่างภาพงานประชาสัมพันธ์จะถ่ายในช่วงพิธีเปิดงาน หรือช่วงที่มีเหตุการณ์สำคัญ สิ่งที่สำคัญที่สุดที่ควรถ่ายคือ ประธานในงานหรือพิธี ผู้กล่าวรายงานหรือผู้จัดงาน วิทยากร ผู้เข้าร่วมกิจกรรม และบรรยากาศโดยรวม อาจจะไม่จำเป็นต้องถ่ายทุกเหตุการณ์ของงานจนจบงาน แต่หากเป็นงานพิธีสำคัญ หรืองานที่ต้องถ่ายจนจบงาน ผู้ถ่ายภาพควรถ่ายทุกเหตุการณ์ของงาน รวมถึงทุกส่วนของการจัดงาน



4.4 การจัดองค์ประกอบทางศิลปะของภาพ

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

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

4.4.2. ความสมดุล (Balance) หรือ ดุลยภาพ หมายถึง น้ำหนักที่เท่ากันขององค์ประกอบ ไม่เอนเอียงไปข้างใดข้างหนึ่ง ในทางศิลปะยังรวมถึงความประสานกลมกลืน ความพอเหมาะพอดีของส่วนต่าง ๆ ในรูปทรงหนึ่ง หรืองานศิลปะชิ้นหนึ่ง การจัดวางองค์ประกอบต่าง ๆ ลงในงานศิลปกรรมนั้นจะต้องคำนึงถึงจุดศูนย์ถ่วงในธรรมชาตินั้น ถ้ามองดูแล้วรู้สึกว่บางส่วนหนักไป แ่น่นไป หรือ เบา บางไปก็จะทำให้ภาพนั้นดูเอนเอียง และเกิดความ รู้สึกไม่สมดุล เป็นการบกพร่องทางความงาม

4.4.3. จังหวะลีลา (Rhythm) หมายถึง การเคลื่อนไหวที่เกิดจากการซ้ำกันขององค์ประกอบ เป็นการซ้ำที่เป็นระเบียบ จากระเบียบธรรมดาที่มีช่วงห่างเท่า ๆ กันมาเป็นระเบียบที่สูงขึ้น ซับซ้อนขึ้น จนถึงขั้นเกิดเป็นรูปลักษณะของศิลปะ โดยเกิดจากการซ้ำของหน่วย หรือการสลับกันของหน่วยกับช่องไฟ หรือเกิดจากการเลื่อนไหลต่อเนื่องกันของเส้น สี รูปทรง หรือ น้ำหนัก



4.4.4. การเน้น (Emphasis) หมายถึง การกระทำให้เด่นเป็นพิเศษกว่าธรรมดา ในงานศิลปะจะต้องมีส่วนใดส่วนหนึ่ง หรือจุดใดจุดหนึ่งที่มีความสำคัญกว่าส่วนอื่น ๆ เป็นประธาน งานที่ไม่มีจุดสนใจ หรือประธานจะทำให้ดูน่าเบื่อ เหมือนกับลวดลายที่ถูกจัดวางซ้ำกันโดยปราศจากความหมาย ดังนั้น ส่วนนั้นจึงต้องถูกเน้นให้เห็นเด่นชัดขึ้นมาเป็นพิเศษกว่าส่วนอื่น ๆ ซึ่งจะทำให้ผลงานมีความสมบูรณ์และน่าสนใจ



4.4.5. เอกภาพ (Unity) หมายถึง ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันขององค์ประกอบศิลป์ทั้งด้านรูปลักษณะ และด้านเนื้อหาเรื่องราว เป็นการประสานหรือจัดระเบียบของส่วนต่าง ๆ ให้เกิดความเป็นหนึ่งเดียว การสร้างงานศิลปะ คือ การสร้างเอกภาพขึ้นจากความสับสน ความยุ่งเหยิง เป็นการจัดระเบียบ และดูยภาพ ให้แก่สิ่งที่ขัดแย้งกันเพื่อให้รวมตัวกันได้ โดยการเชื่อมโยงส่วนต่าง ๆ ให้สัมพันธ์กัน

4.5 ความพร้อมของอุปกรณ์ถ่ายภาพ

อุปกรณ์ถ่ายภาพเป็นหัวใจของการถ่ายภาพ อุปกรณ์ที่ดี มีคุณภาพมีส่วนช่วยให้ผลงานถ่ายภาพออกมามีคุณภาพดี อีกทั้งช่วยป้องกันความผิดพลาดในทางเทคนิคได้ด้วย แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นยังไม่สำคัญเท่ากับช่างภาพจะต้องสามารถควบคุม และใช้อุปกรณ์ได้เป็นอย่างดี และมีความชำนาญสูง ในการเตรียมอุปกรณ์ถ่ายภาพในงานประชาสัมพันธ์นั้นหลักในการ จัดและตรวจสอบดังนี้

- อุปกรณ์ทุกชิ้นต้องมีสภาพสมบูรณ์ พร้อมที่จะนำไปใช้งาน
- ตรวจสอบเช็คอุปกรณ์ทุกชิ้นเพื่อความแน่ใจก่อนลงมือปฏิบัติงานจริง
- เลือกใช้อุปกรณ์ให้เหมาะสมกับลักษณะงาน เช่น

4.5.1 กล้องถ่ายภาพ ต้องเลือกให้ตรงกับชนิดของงาน เพราะปัจจุบันมีกล้องถ่ายภาพหลายประเภท ตั้งแต่ขนาดเล็ก ถึงขนาดใหญ่ ต่างก็ใช้ฟิล์มที่ต่างกันเช่นกัน หากแยกตามระบบควบคุมกล้องแล้วสามารถแบ่งได้ 3 ระบบ คือ

- ระบบแมคคานิค หรือระบบธรรมดา การใช้งานจะต้องใช้ความสามารถและทักษะของช่างภาพในการวัดแสง ปรับหน้ากล้อง หรือขึ้นฟิล์มเอง
- ระบบอัตโนมัติ ฟิล์มของกล้องประเภทนี้จะถูกควบคุมด้วยระบบไฟฟ้า กลไกการปรับหน้ากล้อง ความคมชัด ระบบวัดแสง กล้องจะคำนวณให้ทั้งหมด นิยมใช้กันเป็นอย่างมากในปัจจุบัน
- ระบบดิจิทัล กล้องประเภทนี้จะใช้งานร่วมกับเครื่องคอมพิวเตอร์ กลไกต่างๆ ทำงานอัตโนมัติ ข้อมูลรูปภาพ จะถูกบันทึกลงบนแผ่นการ์ด สามารถนำภาพไปส่งสัญญาณผ่านดาวเทียม และสามารถนำรูปภาพไปตัดแปลงใน เครื่องคอมพิวเตอร์ได้อีกด้วย

อย่างไรก็ตามการเลือกใช้กล้องและเลนส์ก็ต้องให้สัมพันธ์กันกับแฟลชถ่ายภาพโดยเฉพาะกำลังการส่องสว่างและ การซูมแสงในตัวแฟลช อีกทั้งระบบจ่ายแสงอัตโนมัติก็มีส่วนช่วยให้ภาพรับแสงอย่างพอดี

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

4.5.3 เมมโมรีการ์ด มีความจุเพียงพอในการถ่ายภาพ

4.5.4 แบตเตอรี่และถ่าน ควรเตรียมทั้งกล้องและแฟลชให้เพียงพอ โดยเฉพาะถ่านประเภทอัลคาไลน์ในงานสำคัญ หากเราไม่แน่ใจว่ากำลังแบตเตอรี่มีเพียงพอหรือไม่ก็ขอให้เปลี่ยนถ่านชุดใหม่ทันที

4.5.5 กระเป๋ากล้อง ควรเลือกและจัดให้ลงตัวพอดีกับจำนวนอุปกรณ์ที่ใช้ ทั้งนี้เพื่อความปลอดภัยของกล้องและ อุปกรณ์ไม่ให้เกิดการกระแทก หรือตกลงขณะเดินทาง แต่บางลักษณะงานการสัะพาย กระเป๋ากล้องเดินในงาน อาจดูไม่เหมาะสม เพราะนอกจากกระเป๋าจะไปกระแทกโดนแขกคนอื่น ๆ ในงานแล้วยังดูเกะกะและเสียบุคลิกอีกด้วย ซึ่งหากเป็นเช่นนั้นช่างภาพต้องพิจารณาลักษณะของงานเสียก่อนว่าควรจะต้องแต่งกายอย่างไร หากเป็นงานที่ต้องสวมสูท อุปกรณ์บางอย่างสามารถใส่ลงในกระเป๋าได้ ซึ่งช่างภาพควรจะใช้เฉพาะอุปกรณ์ที่สำคัญๆ เท่านั้น นอกจากนี้เสื้อก็ก็เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ใช้ได้ดีในงาน บางลักษณะงาน เช่น งานที่ต้องเดินถ่ายในหลายๆ จุด และต้องเบียดเสียด กับผู้คน

4.5.6 อุปกรณ์เสริม เช่น ขาตั้งกล้อง สายลั่นชัตเตอร์ สายแฟลช TTL ควรเตรียมไปเท่าที่จำเป็นต้องใช้ เพราะบางครั้งการเตรียมอุปกรณ์ไปมากเกินไปจนความจำเป็น นอกจากจะเป็นภาระขณะทำงานแล้ว ยังทำให้เหนื่อยเพิ่มขึ้น และอ่อนล้าไปในที่สุด

4.6 การเตรียมความพร้อมของช่างภาพ

ช่างภาพจำเป็นต้องอาศัยทั้งประสบการณ์และความสามารถในการใช้ อุปกรณ์ต่าง ๆ อีกทั้งต้องมีความพร้อมในทุกด้าน อาทิ

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

4.7 สถานที่ถ่ายภาพทำข่าวและข้อจำกัดต่างๆ

สถานที่ที่จะเข้าไปถ่ายภาพมีความสำคัญมากเช่นเดียวกัน บางครั้งภาพจะสวยหรือไม่นั้นก็ขึ้นอยู่กับสถานที่นั้น ๆ ด้วย หากเป็นสถานที่ที่ไม่คุ้นเคยหรือไม่เคยเห็นมาก่อน ช่างภาพควรศึกษาเรื่องของสถานที่ ก่อนที่จะเริ่มปฏิบัติงานดังนี้

- ที่ตั้งหรือบริเวณจัดงาน เมื่อไปถึงให้ช่างภาพพิจารณาบริเวณงานมองภาพรวมของงานลักษณะการจัดสถานที่ ตำแหน่งจุดที่จะถ่ายภาพทำข่าว รวมไปถึงบริเวณใกล้เคียงที่จะสามารถถ่ายภาพได้ และช่างภาพ

ควรมีอัยยาศัยที่ดีกับเจ้าของสถานที่ ควรทำความรู้จักกับผู้ดูแล ผู้รักษาความปลอดภัย อีกทั้งเขตหวงห้าม หรือเส้นทางลัดที่จะทำให้ถ่ายภาพสะดวกขึ้น

- ดูสภาพแสงบริเวณนั้นว่าเป็นอย่างไร ต้องใส่แฟลชหรืออุปกรณ์ใดเสริมหรือไม่
- สถานที่จัดงานที่มีความคับแคบ อาจจะต้องใช้เลนส์มุมกว้าง หรือเลนส์มุมกว้างพิเศษ หรือหากสถานที่กว้างขวาง หรือสนามกีฬา อาจต้องใช้เลนส์เทเลซูม เพื่อให้สามารถถ่ายภาพได้ตามที่ต้องการ
- ให้สังเกตปริมาณช่างภาพสื่อมวลชนที่ไปทำข่าวว่ามีจำนวนมากน้อยแค่ไหน จะต้องเบียดเสียดแย่งกันถ่ายภาพหรือไม่ หากจำเป็นก็จะต้องเตรียมตัวว่าตนเองจะยืนมุมไหน จะมีใครมาบังหรือไม่ นอกจากนี้ควรพิจารณา มุมเลือกอื่น ๆ ไปด้วย

บทที่ 5

ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ

5.1 ปัญหาอุปสรรค

การถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์ นับว่าเป็นงานที่ทำหาย เป็นงานที่ต้องประสานงานหรือทำงานกับผู้ที่หลากหลาย ทั้งบุคคลสำคัญ ผู้บริหาร บุคลากร ลูกค้า สำหรับปัญหาอุปสรรคของการถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์ มีดังนี้

- 1) **อุปกรณ์ถ่ายภาพ** ทั้งกล้อง และอุปกรณ์เสริม ที่มีการใช้งานมายาวนาน ย่อมเสื่อมโทรมไปตามเวลาและการใช้งาน จึงทำให้การถ่ายภาพมีความยากลำบากมากขึ้น และไฟล์ภาพถ่ายไม่มีคุณภาพ
- 2) **ช่างภาพ** อาจจะไม่ทราบข้อมูลบางหน่วยงาน ว่าจัดกิจกรรมอะไร เมื่อไหร่ หรืออาจไม่ทราบวาระของผู้บริหาร และบางครั้งอาจไปถ่ายภาพไม่ทันเวลาช่วงสำคัญ
- 3) **บุคคลต่าง ๆ** ที่อยู่ในกิจกรรมนั้น ๆ บางครั้งทุกคนอยากเข้าเฟรมพร้อมกัน ทำให้บางครั้งภาพถ่ายเต็มไปด้วยคน 10-20 คน จนแทบมองไม่ออกว่าใครเป็นใคร
- 4) **สถานที่** บางสถานที่อาจคับแคบ หรือกว้างขวางเกินไป หรือมีแสงไม่เพียงพอ อาจส่งผลให้ถ่ายภาพได้ยากขึ้น
- 5) **สถานการณ์ของโรคระบาดในปัจจุบัน** นับว่าเป็นอุปสรรครูปแบบใหม่ที่ทุกคนต้องประสบ การถ่ายภาพบุคคลที่สวมหน้ากากอนามัยอาจจะทำให้ไม่เห็นหน้าที่ชัดเจน และภาพไม่สวยงามนัก หรือบางทีการถ่ายภาพบุคคลที่ไม่สวมหน้ากากอนามัย เมื่อเผยแพร่ออกสู่สาธารณะ อาจเกิดคำตำหนิจากผู้คนทั่วไปได้

5.2 การแก้ไขปัญหา

- 1) **ขอตั้งงบประมาณจัดหากล้องและอุปกรณ์ต่าง ๆ** ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถถ่ายภาพได้สะดวก และไฟล์ภาพมีคุณภาพ ถ้าหากไม่ได้รับการอนุมัติงบประมาณ ก็อาจใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ปรับปรุงภาพถ่ายให้ดียิ่งขึ้น
- 2) **คอยหมั่นค้นหาข้อมูลกิจกรรมของหน่วยงานย่อย** ติดตามวาระผู้บริหารอยู่เสมอ วางแผนเวลาของตัวเองว่าต้องไปถ่ายภาพที่ไหนเมื่อไหร่บ้าง และควรไปถึงงานก่อนเวลาเริ่มกิจกรรม
- 3) **ช่างภาพต้องเป็นผู้จัดตำแหน่งการยืนให้เหมาะสม และสวยงาม** เพื่อให้สามารถถ่ายภาพได้
- 4) **ใช้เลนส์มุมกว้างในการถ่ายภาพ** หรืออาจใช้แฟลชภายนอกเพิ่ม และวัดแสง หรือชดเชยแสงให้ภาพมีความสว่างเพียงพอ
- 5) **ถ่ายภาพเป็น 2 รูปแบบ** คือแบบสวมหน้ากากอนามัย และแบบไม่สวมหน้ากากอนามัย โดยภาพที่นำไปเผยแพร่สู่สาธารณะควรเป็นภาพที่ทุกคนสวมหน้ากากอนามัย

5.3 ข้อเสนอแนะ

ช่างภาพในฝ่ายงานประชาสัมพันธ์ ควรหมั่นฝึกฝน ศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม และติดตามข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้อง
อยู่เสมอ