



# การประชาสัมพันธ์และการโน้มน้าวใจ Communicating for Persuasion and Influencing Techniques



โครงการ “การสร้างความรู้ความเข้าใจ และเจตคติที่ดี  
ต่อการขับเคลื่อนพลังงานในชุมชน ปีงบประมาณ 2564”

 กองศึกษาและพัฒนา  
โรงไฟฟ้าฐาน  
กระทรวงพลังงาน



นิเทศศาสตร์ (Communication Arts) หมายถึง ศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับศิลปะในการสื่อสาร ให้ความสำคัญกับการสื่อสารหลากหลายชนิด เป็นการสื่อสารเกิดจากองค์ประกอบ อันประกอบด้วย ผู้ส่งสาร ตัวสาร ช่องทางการสื่อสาร และผู้รับสาร ซึ่งผู้ส่งสารอาจเป็นได้ทั้งตัวบุคคลหรือตัวองค์การ จากเดิมเป็นเพียง สื่อดั้งเดิม เช่น หนังสือพิมพ์ ขยายเป็นสื่อต่าง ๆ เช่น สื่อทางการประชาสัมพันธ์ สื่อวิทยุกระจายเสียงและ โทรทัศน์ สื่อภาพยนตร์ สื่อใหม่ สื่อมัลติมีเดีย สื่อออนไลน์ เป็นต้น นักประชาสัมพันธ์ หรือการประชาสัมพันธ์จึง เป็นส่วนหนึ่งของงานสื่อสาร

## การประชาสัมพันธ์

ปัจจุบันหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนต่างให้ความสำคัญกับงานด้านประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้าง ภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นแก่หน่วยงานของตน เนื่องจากสังคมยุคนี้เป็นสังคมยุคข้อมูลข่าวสาร การติดต่อสื่อสาร ทั้งภายในและภายนอกองค์การจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง ผู้ที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์หน่วยงานและองค์การ ทุกระดับ ทั้งผู้บริหารระดับสูงจนถึงเจ้าหน้าที่ระดับล่าง ควรมีความสามารถและทักษะในการพูดและการ นำเสนอความสามารถดังกล่าว ไม่เพียงแต่เป็นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารขององค์การเท่านั้น แต่ยังเป็น การ “สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์การ” ได้ด้วย เมื่อการสื่อสารมีประสิทธิภาพ ทักษะคติของประชาชนที่มีต่อ องค์การหรือหน่วยงานก็จะเปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้น ทำให้ความร่วมมือสนับสนุนในกิจกรรมต่าง ๆ ที่องค์การกำลัง ดำเนินการอยู่ นับได้ว่าการพูดเพื่อการประชาสัมพันธ์เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่องค์การ อย่างแท้จริง

ทั้งนี้การประชาสัมพันธ์แตกต่างจากการโฆษณา เนื่องจาก การโฆษณามุ่งเน้นที่ การขายสินค้าและบริการ วัดผลจากยอดขาย แต่การประชาสัมพันธ์ทำเพื่อหวังสร้างความเข้าใจ เปลี่ยนพฤติกรรม หรือทัศนคติ

## ความหมายของการประชาสัมพันธ์

ทัศนีย์ ผลชานิกโก ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านวิชาการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ ได้กล่าวไว้ว่า หัวใจของการประชาสัมพันธ์ คือการเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างกัน เพื่อหวังผลในความร่วมมือและ สนับสนุน ส่วนภาพลักษณ์องค์การ หมายถึงภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจหรือความรู้สึกนึกคิดของคนที่มีต่อหน่วยงาน นั้น ๆ ทั้งนี้การรับรู้หรือภาพดังกล่าวเป็นผลมาจากการกระทำของคนในองค์กรนั้น(ทัศนีย์ ผลชานิกโก,2560)

หัวใจสำคัญของงานประชาสัมพันธ์และการสื่อสารองค์การนั้นคือ การสร้างความเข้าใจอันดีต่อองค์การ หรือกิจการ เกิดความเลื่อมใสศรัทธาและมีทัศนคติที่ดีต่อองค์การ และยังหมายความรวมถึงในภาวะการณ์ที่ องค์การเกิดภาวะไม่ปกติ การพูดจะมีประโยชน์และวัตถุประสงค์ เพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดต่าง ๆ ให้กลายเป็น ความเข้าใจที่ถูกต้อง ตรงกับความเป็นจริงได้



## 1. เพื่อให้ นักประชาสัมพันธ์สื่อสารข้อมูล (TO Inform)

สร้างการรับรู้ ส่งมอบความรู้ให้กับกลุ่มเป้าหมายคือ การพูดเพื่อให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ เช่น ความรู้เรื่องสุขภาพ ความรู้เรื่องกฎหมาย โดยผู้พูดเป็นเสมือนตัวแทนในการส่งสารที่เป็นความรู้ไปยังกลุ่มเป้าหมายให้เกิดความเข้าใจ โดยไม่มีการใส่ความคิดเห็นส่วนตัวลงไป

## 2. เพื่อให้ นักประชาสัมพันธ์สร้างความเข้าใจ ความร่วมมือ ร่วมใจ และสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรและกลุ่มเป้าหมายอื่น (TO Collaborate)

เพื่อสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรกับกลุ่มเป้าหมาย คือการบอกกล่าวข้อมูล ข่าวสาร กับกลุ่มเป้าหมายและกลุ่มชุมชนใกล้เคียง (Communities) เป็นกลุ่มประชาชนที่อยู่รอบ ๆ บริเวณที่บริษัทตั้งอยู่หรือมีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของ เช่น โรงไฟฟ้าต้องสื่อสาร เพื่อสร้างความเข้าใจกับชุมชนรอบข้างเพื่อให้งานขององค์กรดำเนินไปอย่างราบรื่น

## 3. เพื่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี เสริมสร้างภาพพจน์ในใจประชาชน ซึ่งอาจจะเกิดจากการโน้มน้าวใจ (To persuade)

การชักจูงใจให้เกิดการคล้อยตาม จากกิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ ให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีกับองค์กร

## 4. เพื่อการแก้ไขและป้องกันความเข้าใจผิดที่เกิดขึ้นกับองค์กร เป็นการพูดเพื่อชี้แจงหรือแถลงข้อเท็จจริง ( To Protect / Crisis Management)

จะต้องดำเนินการให้ทันกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น หากทางแก้ไขความเข้าใจผิดในกรณีที่เกิดภาวะวิกฤติจากการดำเนินงาน นักประชาสัมพันธ์หรือผู้พูดที่เป็นตัวแทนขององค์กรจึงต้องพูดประกาศผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อให้ข่าวสารกระจายออกไปและเกิดความเข้าใจที่ดีขึ้นต่อองค์กรโดยการพูดเพื่อการชี้แจงหรือการแถลงข้อเท็จจริง ควรทำอย่างกะทัดรัด ชัดเจน ไม่เยิ่นเย้อ และผู้พูดควรมีความรู้ในเรื่องดังกล่าวอย่างกระจ่างชัด การพูดมีน้ำหนักรับเชื่อถือและมีเอกสารหลักฐานประกอบการชี้แจงด้วย

## 5. เพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ

นอกจากวัตถุประสงค์หลักทั้ง 4 ประการข้างต้น อาจมีการพูดและการนำเสนอเพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ ได้อีก เช่น การพูดเพื่อสร้างความบันเทิง การพูดเพื่อการสื่อสารภายในองค์กร เป็นต้น



## หัวข้อที่สามารถทำการประชาสัมพันธ์ได้

- ความรับผิดชอบของรัฐที่มีต่อประชาชน
- แดงการณืประเด็นที่กำล้งถูกพุดถึง
- ข้อมูลที่เป็นประโยชน์
- ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ
- ความบันเทิง
- ข่าวในภาวะวิกฤติ
- ข้อมูลในองค์การระหว่างสถาบันต่อสถาบัน
- อื่นที่จำเป็นต่อองค์กรและต้องการแจ้งคนในองค์กรและภายนอกองค์กร



ตัวอย่าง งานประชาสัมพันธ์ เรื่อง โรคที่มากับน้ำท่วม

## สิ่งที่พึงระวังในการทำการประชาสัมพันธ์ปัจจุบัน

1. ระลึกว่าออกผ่านสื่อใด เช่น สื่อออนไลน์ หรือสื่อดั้งเดิม
2. การเขียนควรกระชับ ข้อความเข้าใจง่าย
3. หากเป็นการสื่อสารบุคคล ต้องเข้าใจพื้นฐานผู้ฟัง
4. มีทัศนคติที่ดีต่อผู้ฟัง เคารพผู้ฟัง และให้เกียรติผู้ฟัง
5. ไม่ควรมีเนื้อหาสาระที่มากเกินไปในเวลาอันจำกัด
7. ไม่ใช่ตัวเลขที่ยู่งยากในการประชาสัมพันธ์ถ้าไม่มีความจำเป็น



## ชนิดของผู้รับสาร

การสื่อสารใดจะประสบความสำเร็จ สิ่งที่ต้องศึกษาคือ  
“ผู้ฟังเป็นใคร ”

เพื่อที่จะมีการนำเสนอที่ผู้คนสนใจจึงจำเป็นต้องรู้ว่าตัวเองกำลังพูดถึงอะไรอยู่ แม้เราไม่ใช่ผู้เชี่ยวชาญด้านนั้น แต่สามารถหาข้อมูลในหัวข้อนั้นจากหนังสือทุกเล่มหรือเว็บไซต์ทุกเว็บที่เขียนเกี่ยวกับหัวข้อนั้น เพื่อให้มั่นใจว่าสามารถตอบคำถามทุกคำถามที่มีการซักถามจากคนฟัง การนำเสนอควรหาข้อความอ้างอิงจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ ข้อความอ้างอิงจะทำให้การนำเสนอน่าเชื่อถือที่สุด การนำเสนออ้างอิงมาใส่ในงานนำเสนอทำให้งานดูฉลาดขึ้น และแสดงให้เห็นว่าใช้เวลาไปกับการคิดถึงสิ่งที่คนอื่นได้พูด โดยในส่วนของผู้ฟังสิ่งที่ต้องคำนึงถึง คือ

- 1 อะไรที่จะทำให้ผู้ฟังสนใจ กระตือรือร้นไม่เบื่อหน่าย
- 2 ผู้ฟังมีประสบการณ์ ความรู้ในเรื่องที่จะฟังในระดับใด
- 3 ผู้ฟังสนใจอยากรู้เรื่องใด ต้องการและคาดหวังสิ่งใดจากผู้พูดบ้าง
- 4 ผู้ฟังมีจำนวน เท่าใด เป็นใคร เพศ การศึกษา ระดับรายได้ ทศนคติ ความเชื่อ วัฒนธรรม

ภาษา เจเนเนอเนชั่น ติดตามหลักการผู้รับสารในบทที่กล่าวไป

## แนวคิดเรื่อง Generations

แนวคิดเรื่อง Generations มาจากนักสังคมศึกษา ซึ่งพัฒนาขึ้นในช่วงศตวรรษที่ 20 เป็นแนวคิดใหม่โดยคำว่า Generation ในอดีตหมายถึง ‘รุ่นของคนในครอบครัว’ หมายถึงรุ่นย่ารุ่นยาย เมนไฮม์ Karl Mannheim นักสังคมศาสตร์ชาวฮังการีเขียนตีพิมพ์งานชื่อ The Problem of Generations ในปี ค.ศ.1923 และเสนอแนวคิดที่ว่า ผู้คนในสังคมจะได้รับอิทธิพลจากบริบททางสังคมและทางประวัติศาสตร์ ทั้งนี้แนวความคิดเรื่อง Generations Focus แบ่งผู้คนออกเป็น 5 กลุ่มคือ

### 1. Baby Boomer เกิดในช่วงปี ค.ศ.1945-1960

จากการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยที่ปรึกษาธุรกิจและการตลาดสหรัฐฯ ดีเอ็มเอ็นทีริเปิดเผยว่า 82.3% ของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์เข้าใช้โซเชียลมีเดียอย่างน้อยหนึ่งเว็บไซต์ และสื่อโซเชียลมีเดีย เฟซบุ๊กคือสิ่งที่ได้รับความนิยมสูงสุดเช่นเดียวกับการศึกษาก่อนหน้านี้จากโกลบอล เร็บอินเด็คส์ ที่พบว่าอย่างน้อย 70% ของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์มีข้อมูลในเฟซบุ๊ก 31% ใช้ทวิตเตอร์ มากกว่า 15.5% ของกลุ่มศึกษาายังใช้เวลามากกว่า 11 ชั่วโมงต่อสัปดาห์กับเฟซบุ๊ก และมากกว่าครึ่งใช้โซเชียลมีเดีย หรือเว็บไซต์เพื่อหาข้อมูล

### 2. Generation Xเกิดในช่วงปี ค.ศ.1961-1981

เจเนอเรชั่นนี้เป็นกลุ่มที่มีความมั่นคงทางการเงิน และสร้างรายได้มากกว่ากลุ่มเบบี้บูมเมอร์ และกลุ่มมิลเลนเนียลในกลุ่มงานเดียวกัน 47% ของเจเนอเรชั่นนี้จะสนับสนุนด้านการเงินแก่พ่อแม่ หรือดูแลคนที่อายุน้อยกว่า ด้วยเหตุนี้เจเนอรัลจึงได้รับการขนานนามว่าเป็นผู้กำกับการค้าตัดสินใจ



### 3. Millennials เกิดในช่วงปี ค.ศ.1982-2004

คนกลุ่มนี้กำลังจะกลายเป็นคนกลุ่มใหญ่ในที่ทำงาน ซึ่งคนกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาตนเอง การจัดสมดุลการทำงานชีวิตมากกว่าเงินตราและสถานภาพทางสังคมจึงไม่ใช่เรื่องแปลกหากคนกลุ่มนี้จะเลือกทำงานแบบฟรีแลนซ์ที่สามารถปรับเปลี่ยนตารางการทำงานได้อย่างเสรี นอกจากนี้คนกลุ่มนี้ยังเกิดมาในช่วงเปลี่ยนผ่านระหว่าง อะนาล็อกสู่ดิจิทัล ทำให้ประเด็นการนำเอาของเก่ามาสร้างสิ่งใหม่เป็นสิ่งที่น่าสนใจสำหรับคนเจนเนอเรชั่นนี้เสมอ

### 4. Generation Z เกิดในช่วงปี ค.ศ. 2005-2009

เจนซีเกิดมาพร้อมกับความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี บางครั้งเราเรียกคนกลุ่มนี้ว่า Digital Native พวกเขาเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ได้ทุกที่ทุกเวลา ลักษณะความต้องการของพวกเขาจึงมีความเป็นตัวของตัวเองสูง มีความเฉพาะเจาะจง และยังต้องการช่องทางการสื่อสารที่เป็นส่วนตัวมากกว่าช่องทางที่เป็นสาธารณะ

### 5. Alpha Generation เกิดในช่วงปีค.ศ. 2010-2025

เจนเอเรชั่นนี้มีปฏิสัมพันธ์กับเทคโนโลยีมาตั้งแต่ยังเล็กมาก เรียนรู้การใช้อุปกรณ์แท็บเล็ตเป็นก่อนการใช้ห้องน้ำเสียอีก พวกเขาไม่เคยคิดว่าเทคโนโลยีนั้นเป็นเครื่องมือ พวกเขาผนวกการใช้เทคโนโลยีเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของการใช้ชีวิต

กล่าวโดยสรุปคือการแบ่งคนตามเจนเนอเรชั่นจะทำให้เราสามารถเข้าใจได้ว่าเรากำลังสื่อสารกับผู้รับสารกลุ่มใดและต้องใช้สิ่งใดในการโน้มน้าวใจ เช่นการพูดหรือสื่อสารกับคนกลุ่ม Millennials (เกิดในช่วงปี ค.ศ. 1982-2004)คนกลุ่มนี้กำลังจะกลายเป็นคนกลุ่มใหญ่ในที่ทำงาน และกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาตนเอง เป็นคนรุ่นใหม่ ทำกิจกรรมทันสมัย





### การเขียนบท

#### บทคืออะไร

บท (Script) คือการนำเนื้อหาเรื่องราวที่มีอยู่จากประสบการณ์ หรือจินตนาการมาเขียน เพื่อนำเสนอให้ผู้ชมได้รับรู้เกิดความประทับใจ ดังนั้นผู้เขียนบทหรือ (Script Writer) ควรมีความรอบรู้ด้านเนื้อหา การใช้ภาษา และการเล่าเรื่อง โดยต้องกำหนดว่า รูปแบบของรายการเป็นลักษณะใด เป็นสารคดี การสาธิตหรือปฏิบัติการ รูปแบบจะใช้การบรรยาย การเล่าเรื่องด้วยเสียง หรือการโฆษณา สินค้าบริการ ซึ่งจะช่วยให้ผู้กำกับรายการ ช่างภาพ ผู้แสดง และทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องเข้าใจ บทจึงเปรียบได้กับภาพที่เป็นตัวหนังสือ เป็นเหมือน “แปลนบ้าน” ที่ผู้เขียนบรรจงร่างแบบออกแบบ ไว้ให้พร้อมกับการนำไปสร้างเป็นบ้าน (สื่อ) ในฝันต่อไปโดยทั่วไป ประโยชน์ของบท เพราะบท นับเป็นสารตั้งต้นในการกำหนดรายละเอียด โครงเรื่อง เนื้อเรื่อง เชื่อมโยงสถานการณ์ เหตุการณ์ ตัวละคร หรือผู้ดำเนินรายการต่าง ๆ และเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ โดยผ่านกระบวนการค้นหา รวบรวม เรียบเรียง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการผลิตงานนำเสนอให้ออกมาเป็นรายการ ภาพยนตร์ คลิป ต่างๆ ตามที่ผู้ส่งสาร (SCRIPT WRITER) ต้องการ

#### ชนิดของบท

1. บทภาพยนตร์หรือละคร
2. บทโฆษณาการค้า
3. บทรายการโทรทัศน์
4. บทข่าว
5. บทประชาสัมพันธ์

#### ประโยชน์ในการเขียนบท

1. สร้างความรู้ใหม่ให้ผู้ชม เช่น การแนะนำเกี่ยวกับ สิ่งใหม่ เรื่องราวใหม่
2. ให้ข้อมูลเพื่อให้ผู้ชมสามารถนำไปปรับใช้ได้ การสาธิต การป้องกัน ต่าง ๆ สามารถใช้บทบรรยาย และสร้างวิดีโอสื่อสารได้
3. อธิบายเรื่องยากให้เข้าใจได้ง่ายขึ้น สามารถเขียนเรื่องที่ซับซ้อน อธิบายเป็นขั้นตอนพร้อมภาพประกอบได้
4. สร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ชม นำเสนอความสวยงาม แง่มุม การทำงาน หรือ นำเสนอบุคคลที่น่าสนใจเพื่อสร้างแรงบันดาลใจและ ตัวอย่างให้เห็น
5. สร้างความเพลิดเพลินให้ผู้ชม รายการท่องเที่ยวรายการบันเทิง ศิลปะ วัฒนธรรม สามารถทำให้สนุกสนาน หรือ ทำรายการให้เป็นเกม เพลง หรือการแสดงประกอบความรู้ เสนอในรูปแบบวิดีโอได้
6. ผู้ชมสามารถติดตาม เปลี่ยนแนวคิด เช่น แนวคิดที่มีมานานเมื่อถึงเวลาต้องปรับวิธีคิดใหม่ หรือ แนะนำทางอ้อมให้คนเห็นวิธีการที่ดีกว่า เช่นการประหยัดไฟ หรือการลดใช้ถุงพลาสติก



### รูปแบบของบท

1. แบบใส่ตาราง 2-3 ช่องเป็นการวางรูปแบบบทโทรทัศน์ให้ส่วนของภาพอยู่ซีกซ้าย เรียกว่าคอลัมน์ภาพ และส่วนของเสียงอยู่ซีกขวาเสียงใช้สำหรับเขียนคำบรรยาย คำพูด ดนตรีประกอบหรือเสียงพิเศษ ฝั่งภาพเขียนอธิบายที่ต้องการให้ผู้ชมเห็น เช่น อารมณ์ การยืน เดิน หรือนั่งอยู่ ที่ไหน
2. แบบไม่ใส่ตาราง (แบบเรียงลำดับเหตุการณ์) เป็นแบบที่ไม่แบ่งคอลัมน์ภาพ และคอลัมน์เสียง เขียนเรียงลำดับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นมีการระบุฉากลักษณะภาพลักษณะเสียงและเวลาตามลำดับ มักใช้กับการบันทึกเทปโทรทัศน์ในสตูดิโอ เช่น รายการสัมภาษณ์บุคคล คริปสั้นๆ

### ตัวอย่างบทโทรทัศน์แบบ ใส่ตาราง ( 1 )

เสียง ( Sound)	ภาพ( Visual)
พิธีกร : สวัสดีค่ะ พลังงานคือสิ่งทีมาจากธรรมชาติแต่เราสามารถเปลี่ยนแปลงธรรมชาติให้เกิดประโยชน์สูงสุดได้อย่างไร วันนี้เรามีคำตอบ	พิธีกร ยืนอยู่ที่เขื่อนรัชชประภา
เสียงบรรยาย : พลังงานที่มีจากธรรมชาติบนโลกเรา มีหลายชนิด .....	-ภาพ พลังงานน้ำ ที่เขื่อน ....

### ตัวอย่างบทโทรทัศน์แบบ ใส่ตาราง ( 2 )

ภาพ	เสียง
ปูเป้เปิดรายการ	ปูเป้ : สวัสดีค่ะเด็กๆ พบกับปูเป้กับรายการ English คิดสนุก อีกแล้วนะคะ เด็กๆที่โรงเรียนเจอปูเป้และน้องๆในรายการหลายครั้งแล้ว รู้จักพวกเรากันมากขึ้นหรือยังคะ ถ้ายังไม่รู้จักวันนี้ปูเป้จะมาแนะนำน้องๆให้รู้จักกับเรามากขึ้นผ่านเกมสนุกๆและเนื้อหาในวันนี้ ซึ่งก็คือเรื่องการให้ข้อมูลของตนเองและเพื่อนๆคะ แต่ก่อนอื่นเราให้เด็กๆ อีก 6 คนที่นี้แนะนำตัวกันก่อนนะคะ
น้องๆแนะนำตัว	น้องๆแนะนำตัวเป็นภาษาไทย





## ตัวอย่างบทโทรทัศน์แบบไม่ใส่ตาราง

### ละครพูด

### เรื่อง “เห็นแก่ลูก”

พระบรรลัษณ์ เป็นผู้ผูกเรื่องและเรียบเรียง

ตัวละคร

พระยาภักดีนฤนาถ

นายล้า (ทิพเดชะ)

อ้ายคำ (บ่าวพระยาภักดีนฤนาถ)

แม่ลออ

ฉากห้องหนังสือ ในบ้านพระยาภักดีนฤนาถ มีประตู่ข้างซ้ายเข้าไปในห้องนอน ข้างขวาออกไปเฉลียง ทางขึ้นลง หลังมีหน้าต่าง เครื่องประดับประดาไม่เป็นของมีราคาแต่ใช้ได้ดี ๆ

พอเปิดม่าน อ้ายคำพานายล้า (ทิพเดชะ) เข้ามาทางประตูขวา นายล้า นั้นเป็นคนอายุราว ๔๐ แต่หน้าตาแก่ ผมหงอกหน้าย่นมาก แลจมูกออกจะแดง ๆ เห็นได้ว่าเป็นคนกินเหล้าจัด แต่งกายค่อนข้างจะปอน ๆ แต่ยังเห็นได้ว่าได้เคยเป็นผู้ตีมาครั้งหนึ่งแล้ว

นายล้า. ก็แล้วเจ้าคุณเมื่อไหร่จะกลับ ?

อ้ายคำ. เห็นจะไม่ช้าแล้วครับ ท่านเคยกลับจากออฟฟิศราวบ่าย ๕ โมงทุกวัน.

นายล้า. ถ้ายังนั่งฉันคอยอยู่ที่นี้ก็ได้.

อ้ายคำ. ครับ. (ลงนั่งกับพื้นที่ริมประตูขวา.)

นายล้า. (ดูอ้ายคำแล้วจึงพูด.) แกไม่ต้องนั่งคอยอยู่กับฉันหรอก มีธุระอะไรก็ไปทำเสียเถอะ.

อ้ายคำ. ครับ. (นั่งนิ่งไม่ลุกไป.)

นายล้า. ฮือ ! (มองดูอ้ายคำครู่หนึ่งแล้วไปยืนมองดูอะไรเล่นที่หน้าต่างสักครู่หนึ่ง อ้ายคำก็ยังนั่งนิ่งอยู่เฉย ๆ จึงหันไปพูดอีก.) แกจะคอยอะไรอีกล่ะ ?

อ้ายคำ. เปล่าครับ.

นายล้า. ถ้าจะต้องคอยอยู่เพราะฉันล่ะก็ ฉันขอบอกว่าคุณไม่จำเป็น แกจะไปก็ได้.

อ้ายคำ. ครับ. (นั่งนิ่งไม่ลุกไป.)

นายล้า. (ดูอ้ายคำอีกครู่หนึ่ง แล้วก็หัวเราะ.) ฮะ ๆ ฮะ ๆ แกเห็นท่าทางฉันมันไม่ได้การกระมัง แต่ที่จริงฉันนะเป็นผู้ตีเหมือนกัน มีตระกูลไม่ต่ำไม่เลวไปกว่าเจ้าคุณภักดีเลย.

อ้ายคำ. (ออกไม่ใคร่เชื่อ.) ครับ.

นายล้า. ฮือ ! แกไม่เชื่อ ! ที่จริงแกก็ไม่น่าเชื่อ รูปร่างฉันมันโถมเต็มที เครื่องแต่งตัว



## เมื่อต้องการเริ่มเขียนบท วิธีการเขียนบทไม่ยาก ให้ปฏิบัติตามดังนี้

1. ไอเดียหรือแก่นเรื่องต้องชัดว่าจะนำเสนออะไร วิดีโอหรือเรื่องราวดังกล่าว ต้องการพูดหรือนำเสนอสิ่งใด ในเวลาเท่าไร เช่น คลิป 5 นาที สามารถพูดได้แค่เพียงประเด็นเดียวเท่านั้น
2. เนื้อหา ต้องตีความความถึง เนื้อหาต้องสนับสนุนเรื่องที่เป็นไอเดีย เช่น ต้องการพูดเรื่องประหยัดพลังงานต้องเป็นไปตามไอเดียที่ต้องการสื่อสาร และอยู่ในเวลาที่เหมาะสมไม่สั้นหรือยาวเกินไป
3. ภาษาต้องได้ หมายความว่า ภาษาควรเหมาะสมกับผู้ฟังหรือผู้ชม ทั้งอายุเพศ การศึกษา ทางศาสนาและสิ่งแวดล้อม หากต้องการสื่อสารกับวัยรุ่น สามารถใช้ภาษาที่เป็นกันเอง เพื่อให้เกิดความคล้อยตามและไม่ติดขัดในเชิงบริบท
4. การเล่าเรื่องต้องไม่สะดุด ววนหรือซ้ำซ้อน นอกจากการเขียนบทต้องเข้าใจว่าจะสื่อสารกับใครแล้ว มักต้องเลือกรูปแบบภาษาที่เข้าใจยาก (สามารถขึ้นตัวหนังสือกำกับหากต้องการเสนอภาษาหรือศัพท์เฉพาะได้ )
5. คำเนืงถึงภาพและเสียงที่จะตามมา ต้องจินตนาการว่า หากเป็นวิดีโอ ภาพและเสียงที่ตามมาคือสิ่งใด ภาพใดที่จะสื่อสารได้ชัดเจนและเข้าใจยิ่งขึ้น หากไม่มีภาพจริงสามารถใช้ภาพที่สร้างขึ้น หรือภาพในสต็อกภาพ หรือตัวหนังสือใดช่วยในการอธิบายเพิ่มเติมได้บ้าง เช่นหากต้องการสื่อสารว่า พลังงาน มีกี่ประเภท การสื่อสารจะดีกว่าหากใช้ภาพที่มีจริง เพราะการพูดแต่เสียงหรือขึ้นตัวหนังสือผู้ชมก็จะเกิดความเบื่อในการรับชม
6. เชื่อมโยงองค์ประกอบเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ ครบถ้วน คือการมองภาพรวมเมื่อเริ่มเขียนบทเก็บ 100% ว่า สิ่งที่เขียนตกหล่นในส่วนใด จุดไหนที่พูดซ้ำหรือไม่จำเป็นต้องกล่าวในนั้นให้ตัดทิ้งไม่จำเป็นต้องเสียตาย เพราะบทที่ดีคือต้องกระชับและเข้าใจง่าย นอกจากนั้นการทำภาพประกอบการถ่ายทำ หรือเสียงควรเป็นเสียงบรรยาย พิธีกร หรือผู้ให้สัมภาษณ์ใดเพื่อให้การสื่อสารผ่านบทที่เขียนมีความสมบูรณ์ที่สุด และพูดแล้วมีความกลมกลืนเหมาะสม



## การถ่ายภาพ และตัดต่องานเบื้องต้น

การถ่ายภาพวิดีโอดังที่กล่าวไปว่าภาพมีหลายสัดส่วนหลายขนาด เมื่อได้ถ่ายภาพมาแล้วให้นำมาวางในโปรแกรมการตัดต่อเพื่อลำดับภาพ โดยสามารถวางโครงสร้างภาพในสคริปต์ที่มี มาวางแผนด้านภาพ และเสียง เพื่อวางแผนการทำงานในขั้นตอนการถ่ายทำ และตัดต่อ

### ขั้นตอนการทำงาน

ขั้นตอนการทำงานในด้านการผลิตชิ้นงานวิดีโอทั่วไปประกอบด้วย 3 ส่วนได้แก่

1. ขั้นเตรียมงาน (Preproduction)
2. ขั้นถ่ายทำ (Production)
3. ขั้นหลังการถ่ายทำ (Postproduction)

#### 1. ขั้นเตรียมงาน Preproduction

เป็นขั้นก่อนการผลิตงานวิดีโอ เริ่มจากที่เรารู้ว่า วิดีโอ หรือคลิปที่เราต้องการจะนำไปใช้ทำอะไร เราจึงผลิตบทออกมา จากนั้นให้ประสานงานการถ่ายทำ สถานที่ ผู้คนที่อยู่ในวิดีโอ องค์ประกอบอื่น ๆ โดยสิ่งที่ต้องระวังคือ

- ปัจจัยที่ไม่มีชีวิต เช่น เสียง สภาพอากาศ อุปกรณ์ในการทำงาน
- ปัจจัยที่มีชีวิต เช่น ตัวนักแสดงหรือผู้ให้สัมภาษณ์ว่ามีความพร้อมแค่ไหน ต้องเตรียมใครเพิ่ม หรือซักซ้อมคำถามการแสดงก่อนถ่ายทำ

ปัญหาที่มักเจอคือ เสียงดัง อุปกรณ์ถ่ายทำไม่เป็นไปตามคาดหวัง น้ำตก หน้าแล้งไม่มีน้ำ สัตว์ที่คิดว่าจะเข้าฉากไม่พร้อม เป็นต้น สัตว์ เด็ก เอฟเฟค สลึง ผู้สูงอายุ คือสิ่งที่คนถ่ายรายการกลัวที่สุด ขั้นเตรียมงานจึงเหมือนการวางแผนก่อนการไปถ่ายทำนั่นเอง

#### 2. ขั้นถ่ายทำ Production

วันถ่ายทำปกติเราจะถ่ายกันในตอนที่มีแสง คือเข้าไปจนถึงเย็น ควรมีการเบรกเวลาการถ่ายทำไว้ให้พอดี เช่น ท ถ่ายหลายสถานที่ให้เพิ่มการเดินทางไปด้วย ในขณะที่ถ่ายทำให้ลองกลับมาดูสิ่งที่ถ่ายไว้ว่า ภาพ เสียง ถูกต้องไหม หน้าตา สรรพสิ่งของอยู่ถูกที่ไหม และหากไปสถานที่ที่ไม่คุ้นเคยให้ทำการขออนุญาตก่อนถ่ายทำทุกครั้ง

ปัญหาที่มักเจอเวลาถ่ายคือ ตัวนักแสดงคือ คนสัมภาษณ์ เล่นไม่ได้ ตอบไม่ตรงประเด็นสาระ สัมภาษณ์สิ่งของ สัมภาษณ์ประกอบฉาก ผกตก ความไม่พร้อมของทีมงาน สิ่ง que คิดกับภาพจริงไม่ตรงกัน เนื้อหาไม่พอในการผลิตวิดีโอ ในบางครั้งจึงต้องเพิ่มเวลาในการถ่ายทำ

#### 3. ขั้นหลังการถ่ายทำ Post Production

คือการนำสิ่งที่ถ่ายมา ลำดับ เล่าเรื่องให้ตามที่คิดไว้ หรือสนุกและดีกว่าที่คิดไว้ โดยการลำดับภาพนั้น สามารถใส่เสียงเพลง เสียงประกอบภาพตัวหนังสือ คำอธิบายต่าง ๆ ได้



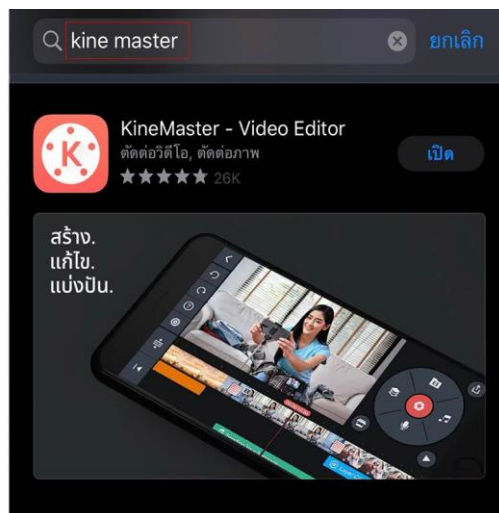
## การตัดต่องานเบื้องต้น

**โปรแกรมหรือ Application** ที่แนะนำให้ใช้คือ KINEMASTER เป็นแอปพลิเคชันที่ช่วยให้เราจัดการในส่วนของวิดีโอได้เป็นอย่างดี KINEMASTER สามารถแก้ไขวิดีโอบนสมาร์ตโฟนของเราด้วยความละเอียดสูงสุดถึง 1080p สามารถนำทั้งวิดีโอ คลิป เพลง รูปภาพ เข้ามารวมอยู่ในวิดีโอได้อย่างง่าย

จากนั้น ทำการตัดต่อด้วยการลากวาง หมุนวิดีโอ ครอบรูปภาพ ตัดส่วนที่ไม่ต้องการ เพิ่มเพลงประกอบฉาก เพิ่มลูกเล่นด้วยธีมที่มีมาให้ (บางชนิด Theme ต้องทำการกดซื้อถึงสามารถใช้งานได้) และถ้าต้องการเพิ่มเสียงพูดเพื่อบรรยายในคลิปวิดีโอ เสียงคำแปล หรือใส่ลูกเล่นต่าง ๆ เข้าไป เราสามารถกดเพื่อพูดแทรกเข้าไปในวิดีโอในเวลานั้น ๆ ได้เลย ต่างจากการตัดต่อในคอมพิวเตอร์ที่เราไม่สามารถกดเพื่อแทรกเสียงสด ๆ เข้าไปได้ในทันที

### ขั้นตอนการใช้โปรแกรมตัดต่อ เบื้องต้น ( KIEMASTER )

#### 1.ดาวน์โหลดโปรแกรม

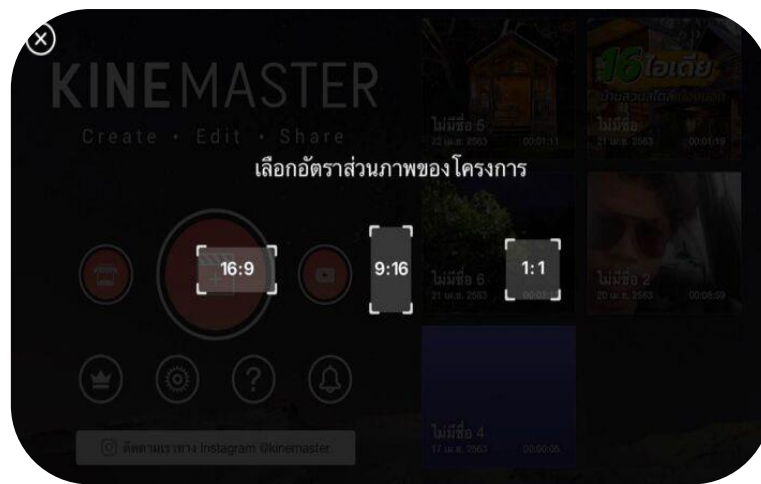


#### 2. โปรแกรมนี้ใช้ได้ทั้งคอมพิวเตอร์และบนโทรศัพท์มือถือ

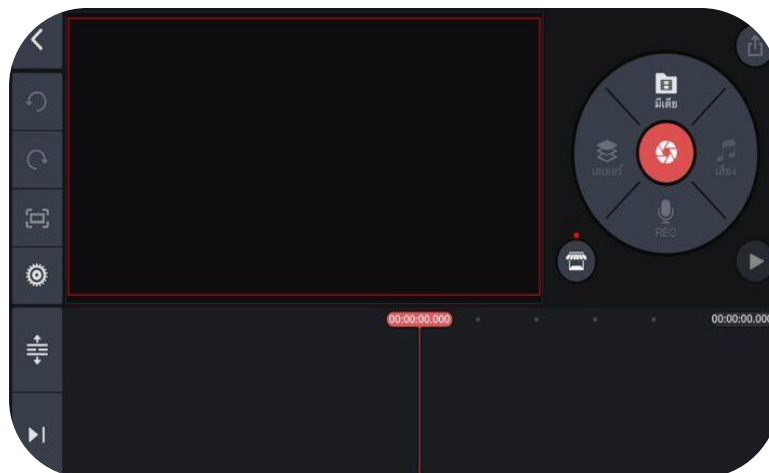




3. เมื่อกดที่เครื่องหมายบวกจะเป็นการเพิ่มงานที่จะตัดคลิปเลือกอัตราส่วนภาพ ถ้าฉายใน Youtube ให้เลือก 16: 9



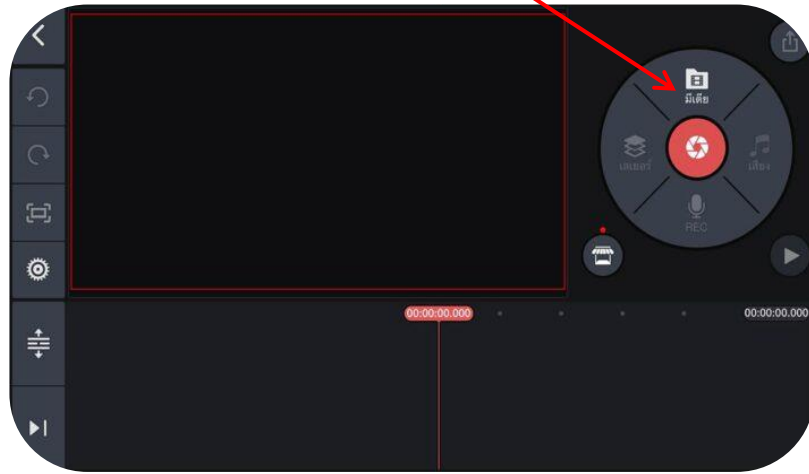
4. หน้าตาของโปรแกรม กรอบสีแดง คือ Preview วิดีโอ



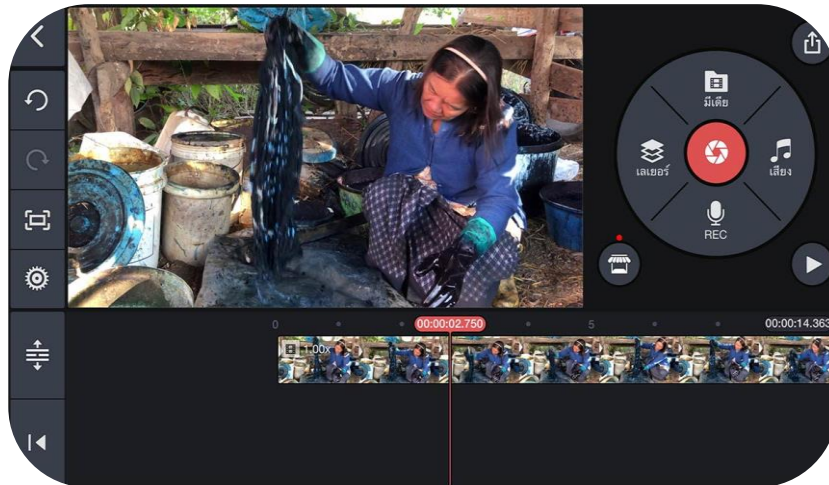




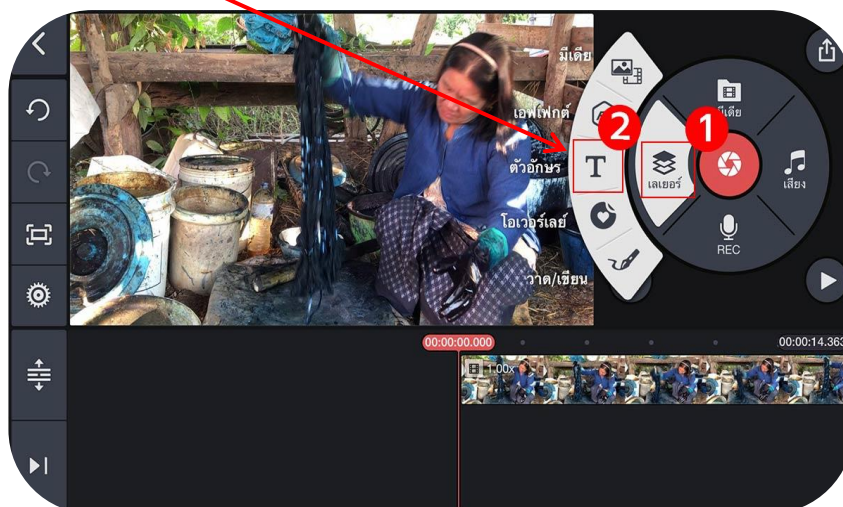
5.เลือกวิดีโอจากมือถือเพื่อทำการตัดต่อ กดคำว่ามีเดีย



6.เราก็จะได้วิดีโอที่เราจะตัดต่อลงมา



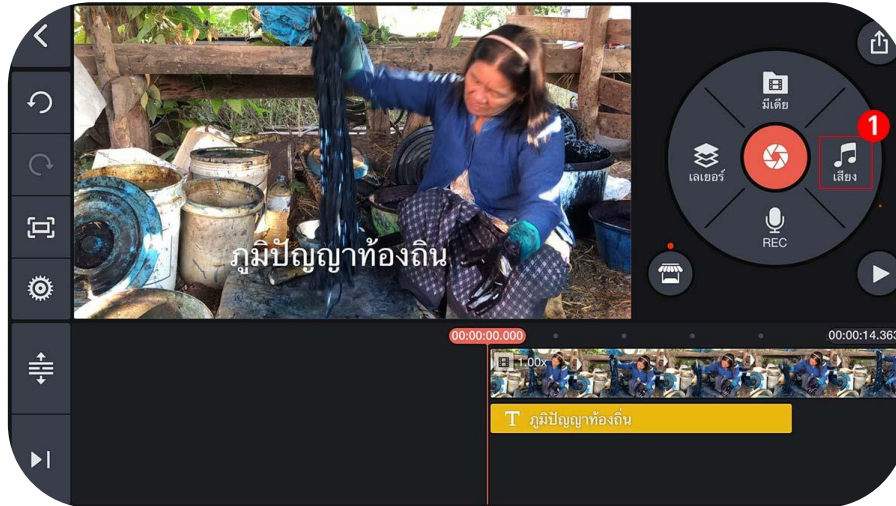
7.การใส่ตัวหนังสือเลือกที่ เลเยอร์ แล้ว กดที่ ตัว T เพื่อพิมพ์อักษร



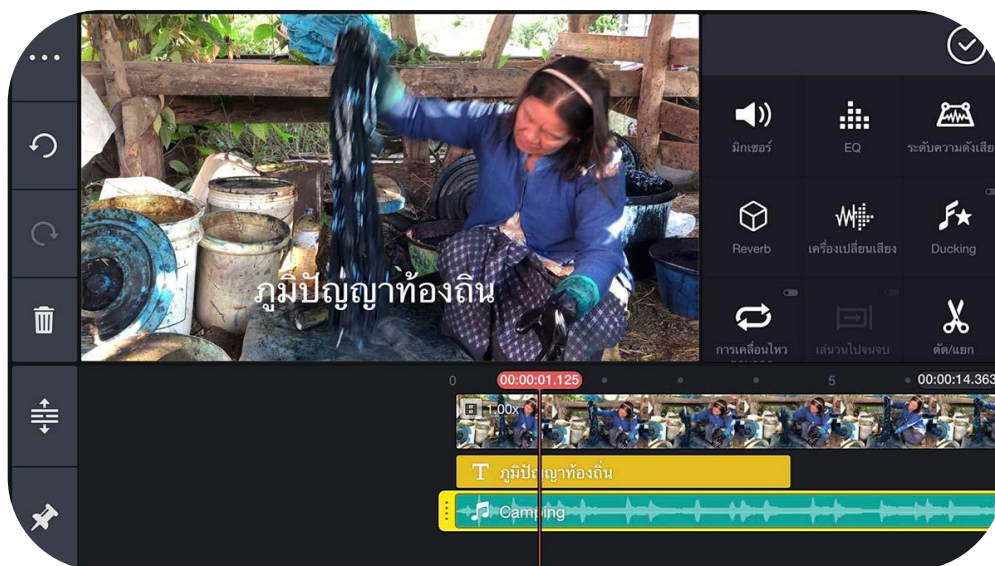




8. กดไอคอนเสียงเพิ่มเพลงได้เลือกเสียงเพลงที่ต้องการ เราสามารถกดที่ชื่อเพลงแล้วจะมีเสียง Preview เพื่อฟังก่อน จากนั้นกด “เครื่องหมายบวก” เพื่อแทรกเพลงลงบนวิดีโอ



เมื่อเราเพลงเสร็จแล้วจะได้ตามรูปที่เห็น Layer ของเพลงเรายังสามารถที่จะลดหรือเพิ่มเสียงเพลงได้ โดยที่ไม่รบกวนเสียงในวิดีโอ

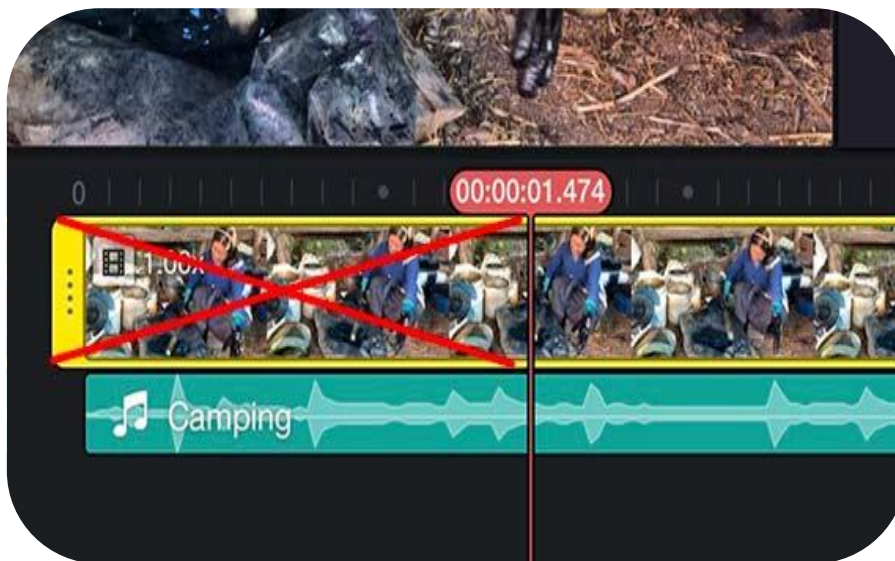




9 เราสามารถเลือกใช้ภาพไหนหรือไม่ใช้โดยเลือกรูปกรรไกรเพื่อตัดภาพที่ไม่ใช้ทิ้งไป หรือกดแช่ไว้ก็สามารถลบทิ้งได้เลยทันที

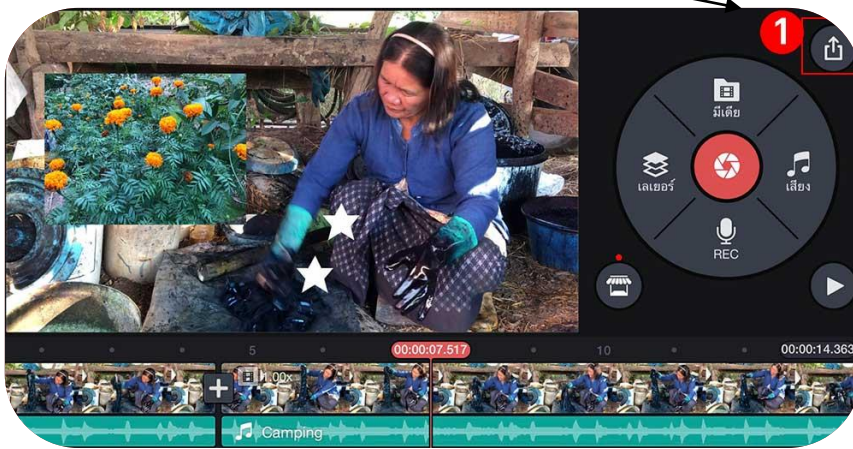


10. รูปจะแยกออก และสามารถกดลบทิ้งได้





### 11. การส่งออกวิดีโอ กดที่ปุ่ม ลูกศร ส่งออกมุมขวาบนกดเลือกความละเอียด และกดส่งออก







## เอกสารอ้างอิง

ประกายกาวิล ศรีจินดา (2556). เอกสารประกอบการสอนการเขียนบทโฆษณา. สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

สาวิตรี ชีวะสารณ์, ภากิตต์ ดริสกุล, วิภาณีแมนอินทร์และคณะ. (2556). หลักการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

อรรวรรณ ปิรันธน์โอวาท. (2537). การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. กรุงเทพฯ: ย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

itemcomputer . สืบค้นเมื่อ 5 มีนาคม 2564. จาก <https://www.item-update.com/kinemaster/>

Oh Su Hyang. (2560). คนสำเร็จเค้าพูดแบบไหนกัน. แปลโดย วสุชา เขมการโกศล : กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วี.พรินท์.1991.จำกัด.

TCDC.(2560).เจาะเทรนด์โลก. สืบค้น 12 มิถุนายน 2561 .จาก [www.library.tcdc.or.th/record/view/b00038587](http://www.library.tcdc.or.th/record/view/b00038587)