



คู่มือการปฏิบัติงาน โสตทัศนศึกษา
คู่มือการถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์
(Photography for Public Relation)



จัดทำโดย
นายสุรียา แก้วพูลศรี
ตำแหน่ง นักวิชาการโสตทัศนศึกษา
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

คำนำ

คู่มือการปฏิบัติงานเล่มนี้ ผู้จัดทำได้รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากการศึกษาค้นคว้าตามแหล่งข้อมูล ต่างๆ รวมถึงนำประสบการณ์ตรงจากผู้จัดทำ เรียบเรียงข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการถ่ายภาพเพื่อการ ประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นคู่มือการปฏิบัติงานสำหรับบุคลากรที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการถ่ายภาพในฝ่าย ประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน ได้ใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานด้านการถ่ายภาพของหน่วยงาน รวมถึง เทคนิคต่าง ๆ ในการถ่ายภาพเพื่อการ ประชาสัมพันธ์

หวังเป็นอย่างยิ่งว่า “คู่มือการถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์” ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อ ผู้บริหาร พนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการ พนักงานมหาวิทยาลัยสายสนับสนุนวิชาการ ตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้องต่อไป

นายสุริยา แก้วพูลศรี
นักวิชาการโสตทัศนศึกษา
กันยายน ๒๕๖๕

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	ก
สารบัญ	ข
ส่วนที่ ๑ บริบทมหาวิทยาลัยและคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	๑
ประวัติมหาวิทยาลัย	๑
ประวัติคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	๗
ส่วนที่ ๒ ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	๑๑
ความเป็นมาและความสำคัญ วัตถุประสงค์ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	๑๑
ขอบเขตของคู่มือ นิยามศัพท์เฉพาะ	๑๒
ขั้นตอนที่ ๑ โครงสร้างและหน้าที่ความรับผิดชอบ	๑๓
๑.๑ โครงสร้างของหน่วยงาน	๑๓
๑.๒ ภาระหน้าที่งานประชาสัมพันธ์	๑๓
๑.๓ ขั้นตอนการปฏิบัติงาน (Flow chart)	๑๔
ขั้นตอนที่ ๒ หลักเกณฑ์วิธีการปฏิบัติงาน	๑๕
๒.๑ การถ่ายภาพ	๑๕
ขั้นตอนที่ ๓ การเตรียมความพร้อม	๑๗
๓.๑ ความพร้อมของอุปกรณ์ถ่ายภาพ	๑๗
๓.๒ การเตรียมความพร้อมของช่างภาพ	๑๘
๓.๓ สถานที่ถ่ายภาพทำข่าวและข้อจำกัดต่างๆ	๑๘
ขั้นตอนที่ ๔ เทคนิคการปฏิบัติงาน	๑๙
๔.๑ การถ่ายภาพบุคคล	๑๙
๔.๒ การถ่ายภาพอาคารหรือสถานที่	๒๒
๔.๓ การถ่ายภาพกิจกรรมขององค์กร	๒๔
๔.๔ การจัดองค์ประกอบทางศิลปะของภาพ	๒๖
ขั้นตอนที่ ๕ การประชาสัมพันธ์ (Public relations)	๒๗
๕.๑ ความหมายของการประชาสัมพันธ์	๒๗
๕.๒ วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์	๒๗
๕.๓ องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์	๒๘

สารบัญ

ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ
ปัญหาอุปสรรค
การแก้ไขปัญหา
ข้อเสนอแนะ
ประวัติผู้เขียน

หน้า

๒๙

๒๙

๒๙

๒๙

ส่วนที่ ๑

บริบทมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา และคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ประวัติมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา กำเนิดจากโรงเรียนฝึกหัดครูเมืองกรุงเก่าซึ่งพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชการที่ ๕) ทรงมีพระมหากรุณาโปรดเกล้าโปรดกระหม่อมพระราชทานพระราชทรัพย์จำนวน ๓๐,๐๐๐ บาท ให้กระทรวงธรรมการดำเนินการจัดตั้งโรงเรียนฝึกหัดครูขึ้น ณ บริเวณหลังพระราชวังจันทน์เกษม เมื่อวันที่ ๑ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๔๔๘ จากนั้นได้พัฒนาเป็น โรงเรียนฝึกหัดครูพระนครศรีอยุธยา และวิทยาลัยครูพระนครศรีอยุธยาตามลำดับ เมื่อวันที่ ๑๔ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๓๕ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช ทรงพระกรุณาโปรดเกล้า ฯ พระราชทานชื่อวิทยาลัยครูทั้ง ๓๖ แห่งว่า “สถาบันราชภัฏ” นับเป็นพระมหากรุณาธิคุณสูงสุด แต่โดยนิตินัยยังไม่สามารถใช้ชื่อดังกล่าวได้ เพราะต้องมีการปรับพระราชบัญญัติวิทยาลัยครูให้เป็นพระราชบัญญัติสถาบัน ราชภัฏเสียก่อน



ภาพที่ ๑ โรงเรียนฝึกหัดครูพระนครศรีอยุธยา ปีพุทธศักราช ๒๔๔๘

กระทั่งวันที่ ๒๕ มกราคม พ.ศ. ๒๕๓๘ มีประกาศใช้พระราชบัญญัติ สถาบันราชภัฏรวมทั้งได้รับพระราชทาน “ตราพระราชลัญจกร” อันเป็นตราประจำรัชกาล ให้เป็นตราสัญลักษณ์ของสถาบันราชภัฏต่อมาในปี พ.ศ. ๒๕๔๒ ได้มีการปฏิรูประบบการศึกษาให้มีเอกภาพมากยิ่งขึ้น ตามเจตนารมณ์ของพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ



ภาพที่ ๒ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ปีพุทธศักราช ๒๕๔๗

ต่อมาในปีพ.ศ. ๒๕๔๒ โดยได้ยุบรวมทบวงมหาวิทยาลัยและกระทรวงศึกษาธิการเข้าด้วยกัน และมีการปรับโครงสร้างการบริหารกิจการภาคอุดมศึกษาของประเทศใหม่ โดยกำหนดให้องค์กรทั้งหลายที่ดูแลกิจการภาคอุดมศึกษาในขณะนั้น ต้องผนวกรวมกันเป็นองค์กรเดียว ซึ่งก็รวมถึงสำนักงานสภาสถาบันราชภัฏด้วย แล้วให้ดำเนินงานภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา กระทรวงศึกษาธิการพร้อมทั้งออกพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ ยกฐานะสถาบันราชภัฏทั่วประเทศเป็น มหาวิทยาลัยโดยมีผลตั้งแต่วันที่ ๑๕ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๔๗ ทำให้สถาบันราชภัฏพระนครศรีอยุธยาได้รับการยกฐานะให้เป็น “มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา” นับแต่นั้นเป็นต้นมา

ตราสัญลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา



- สีน้ำเงิน :** แทนค่าสถาบันพระมหากษัตริย์ผู้ให้กำเนิด และพระราชทานนาม “มหาวิทยาลัยราชภัฏ”
- สีเขียว :** แทนแหล่งที่ตั้งของมหาวิทยาลัยซึ่งอยู่ในพื้นที่แหล่งธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมที่สวยงาม
- สีทอง :** แทนความเจริญรุ่งเรืองทางภูมิปัญญา
- สีส้ม :** แทนค่าความรู้เรื่องทางศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น
- สีขาว :** แทนค่าความคิดอันบริสุทธิ์ของนักปราชญ์แห่งพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช

ปรัชญา พันธกิจ วิสัยทัศน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ปรัชญา

คุณธรรม นำความรู้ สู่การพัฒนาท้องถิ่น สานศิลป์มรดกโลก

วิสัยทัศน์

“มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยาเป็นสถาบันที่ผลิตบัณฑิตที่มีอัตลักษณ์ มีคุณภาพ มีสมรรถนะ และเป็นสถาบันหลักที่บูรณาการองค์ความรู้สู่นวัตกรรมในการพัฒนาท้องถิ่นเพื่อสร้างความมั่นคงให้กับประเทศ”

พันธกิจ

พันธกิจตามกฎหมาย

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา มีภาระหน้าที่ในการปฏิบัติงานที่กำหนดในพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. ๒๕๔๗ มาตรา ๗ และ ๘ ดังนี้

มาตรา ๗ ให้มหาวิทยาลัยเป็นสถาบันอุดมศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นที่เสริมสร้างพลัง ปัญญาของแผ่นดิน ฟื้นฟูพลังการเรียนรู้ เชิดชูภูมิปัญญาของท้องถิ่น สร้างสรรค์ศิลปวิทยา เพื่อความเจริญก้าวหน้าอย่างมั่นคงและยั่งยืนของปวงชน มีส่วนร่วมในการจัดการ การบำรุงรักษา การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืน โดยมีวัตถุประสงค์ให้การศึกษา ส่งเสริมวิชาการและวิชาชีพชั้นสูง ทำการสอน วิจัย ให้บริการทางวิชาการแก่สังคม ปรับปรุง ถ่ายทอด และพัฒนาเทคโนโลยี ทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม ผลิตครูและส่งเสริมวิทยฐานะครู

มาตรา ๘ ในการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามมาตรา ๗ ให้กำหนดภาระหน้าที่ของมหาวิทยาลัย ดังต่อไปนี้

- แสวงหาความจริงเพื่อสู่ความเป็นเลิศทางวิชาการบนพื้นฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น ภูมิปัญญาไทย และภูมิปัญญาสากล
- ผลิตบัณฑิตที่มีความรู้คู่คุณธรรม สำนึกในความเป็นไทย มีความรักและผูกพันต่อท้องถิ่น อีกทั้งส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตในชุมชน เพื่อช่วยให้คนในท้องถิ่นรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง การผลิตบัณฑิตดังกล่าวจะต้องให้มีจำนวนและคุณภาพสอดคล้องกับแผนการผลิตบัณฑิตของประเทศ
- เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในคุณค่า ความสำนึก และความภูมิใจในวัฒนธรรมของท้องถิ่นและของชาติ

- เรียนรู้และเสริมสร้างความเข้มแข็งของผู้นำชุมชน ผู้นำศาสนา และนักการเมืองท้องถิ่นให้มีจิตสำนึกประชาธิปไตย คุณธรรม จริยธรรม และความสามารถในการบริหารงานพัฒนาชุมชนและท้องถิ่นเพื่อประโยชน์ของส่วนรวม
- เสริมสร้างความเข้มแข็งของวิชาชีพครู ผลิตและพัฒนาครูและบุคลากรทางการศึกษาให้มีคุณภาพ และมาตรฐานที่เหมาะสมกับการเป็นวิชาชีพชั้นสูง
- ประสานความร่วมมือและช่วยเหลือเกื้อกูลกันระหว่างมหาวิทยาลัย ชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและองค์กรอื่นทั้งในและต่างประเทศ เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น
- ศึกษาและแสวงหาแนวทางพัฒนาเทคโนโลยีพื้นฐาน และเทคโนโลยีสมัยใหม่ให้เหมาะสมกับการดำรงชีวิตและการประกอบอาชีพของคนในท้องถิ่น รวมถึงการแสวงหาแนวทางเพื่อส่งเสริมให้เกิดการจัดการ การบำรุงรักษาและการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืน
- ศึกษา วิจัย ส่งเสริมและสืบสานโครงการอันเนื่องมาจากแนวพระราชดำริ ในการปฏิบัติภารกิจของมหาวิทยาลัย เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น

ค่านิยม

วัฒนธรรมองค์กร

“ร่วมคิด ร่วมทำ น้อมนำศาสตร์พระราชทานเพื่อการพัฒนาองค์กรและท้องถิ่นอย่างยั่งยืน”

- **ร่วมคิด** : การมีส่วนร่วมของบุคลากรในการคิด การกำหนดทิศทาง และการพัฒนาองค์กร
- **ร่วมทำ** : บุคลากรในองค์กรจากทุกภาคส่วนของมหาวิทยาลัยร่วมทำงานเพื่อบรรลุเป้าหมายที่กำหนดร่วมกัน
- **น้อมนำศาสตร์พระราชทานเพื่อการพัฒนาองค์กร และท้องถิ่น** : การนำศาสตร์ต่างๆ ตามแนวทางศาสตร์พระราชทานมาประยุกต์ในการปฏิบัติหน้าที่เพื่อพัฒนาองค์กร และท้องถิ่น
- **อย่างยั่งยืน** : มหาวิทยาลัยเป็นองค์กรที่มีสมรรถนะสูง พัฒนาท้องถิ่นให้มีความมั่นคง ยั่งยืน เป็นที่พึ่งของสังคม

ที่มาของวัฒนธรรมองค์กร : ก่อนจะมาเป็นมหาวิทยาลัยราชภัฏในปัจจุบัน นับตั้งแต่การเป็นโรงเรียนฝึกหัดครู วิทยาลัยครู สถาบันราชภัฏ สุ่มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ในอดีตบุคลากรในองค์กรมีความร่วมมือ ร่วมใจ มีความรัก ความสามัคคี ในการดำเนินงานตามพันธกิจ และกิจกรรมต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย ด้วยดีเรื่อยมา ซึ่งแนวปฏิบัติดังกล่าวถือว่าเป็นวัฒนธรรมที่ดีขององค์กรที่สืบทอดกันมารุ่นสู่รุ่นอย่างยาวนาน และในคราวการประชุมคณะกรรมการบริหารมหาวิทยาลัย ครั้งที่ ๒/๒๕๖๑ เมื่อวันที่ ๒๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๑ เพื่อระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำหนดวัฒนธรรมองค์กรร่วมกันของผู้บริหารมหาวิทยาลัย

คุณภาพของบัณฑิตที่พึงประสงค์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

“มีวินัย ใฝ่รู้ เป็นผู้มีจิตอาสา”

- มีวินัย : เป็นผู้มีวินัย โดยปฏิบัติตามระเบียบ กฎเกณฑ์ และกฎหมายตลอดทั้งยึดมั่นในจรรยาบรรณวิชาชีพและกรอบคุณธรรม จริยธรรมเพื่อความเป็นพลเมืองที่เข้มแข็ง
- ใฝ่รู้ : เป็นผู้มีความตั้งใจใฝ่รู้ นำทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ ๒๑ มาบูรณาการศาสตร์ต่าง ๆ เพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ และประยุกต์ใช้ความรู้ในการประกอบสัมมาอาชีพ รู้คุณค่าและรักษ์ความเป็นไทย โดยเน้นการเรียนรู้ตลอดชีวิต
- มีจิตอาสา : เป็นผู้มีความเสียสละ เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตนและสามารถใช้ความรู้ร่วมแก้ไขปัญหาเพื่อพัฒนาสังคมและท้องถิ่น

นโยบายมหาวิทยาลัย (ประกาศ ณ วันที่ ๒๐ มิถุนายน ๒๕๕๖)

- เร่งรัดการผลิตบัณฑิต การจัดการศึกษาให้มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน ยกกระดับสู่ความเป็นเลิศ และสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน
- ส่งเสริมให้มีการผลิตงานวิจัย การสร้างสรรค์นวัตกรรม องค์ความรู้ สืบสานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่ตอบสนองความต้องการของสังคม และสามารถแข่งขันได้ในระดับกลุ่มประชาคมอาเซียน
- เป็นศูนย์กลางการบริการ และเผยแพร่ข้อมูลด้านศิลปวัฒนธรรม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ของอยุธยาเมืองมรดกโลก อย่างยั่งยืน
- ส่งเสริม การสร้างเครือข่ายของการพัฒนาศักยภาพครู ผู้บริหารและบุคลากรทางการศึกษาตามเกณฑ์มาตรฐานวิชาชีพ เหมาะสมกับการเป็นวิชาชีพชั้นสูง ที่สามารถจัดการเรียนการสอนได้อย่างมีคุณภาพ
- สนับสนุน ร่วมมือ พัฒนาคุณภาพของมหาวิทยาลัยให้สามารถเป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีคุณภาพและการให้บริการทางวิชาการ เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต
- สนับสนุน พัฒนาถ่ายทอดเทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อตอบสนองความต้องการของท้องถิ่นและสังคม สนับสนุนภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่ภูมิปัญญาสากล
- ส่งเสริม สนับสนุนการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติของท้องถิ่น ชุมชน อย่างคุ้มค่าเพื่อให้เกิดการจัดการบำรุงรักษาสิ่งแวดล้อม พัฒนาสภาพแวดล้อมอย่างยั่งยืน
- สนับสนุนพัฒนาการสร้างความร่วมมือในการพัฒนามหาวิทยาลัยสู่ความเป็นสากล โดยใช้หลักธรรมาภิบาล และนำวิธีการบริหารจัดการแนวใหม่มาใช้ในการพัฒนามหาวิทยาลัย

- เร่งรัดให้มีอาจารย์คุณวุฒิปริญญาเอกและตำแหน่งทางวิชาการ เพื่อพัฒนาศักยภาพด้านการสอน และการวิจัยสู่ระดับสากล
- เร่งรัดการพัฒนาคุณภาพของงานวิจัยที่สามารถตอบสนองความต้องการของท้องถิ่น สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล
- ส่งเสริม สนับสนุนการจัดการเรียนการสอนเพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียนด้านภาษาอังกฤษและภาษาในกลุ่มประเทศอาเซียน

นโยบายบริหารงานของอธิการบดี

- ผลิตบัณฑิตเพื่อให้ได้มาตรฐาน ทั้งด้านคุณภาพและคุณธรรม สามารถรับใช้และชี้นำสังคมในทิศทางที่ถูกต้อง
- ส่งเสริมการวิจัยเพื่อสร้างความแข็งแกร่งทางวิชาการ บุคเบิกองค์ความรู้ใหม่ บูรณาการการวิจัย การเรียนการสอนและการพัฒนานักศึกษา
- ส่งเสริมการสร้างเครือข่าย และการเป็นศูนย์กลางการบริการวิชาการให้เป็นที่พึงของท้องถิ่นและสังคม
- ส่งเสริมการสืบสาน ทำนุบำรุง แลกเปลี่ยนเรียนรู้ และเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรม
- สนับสนุนการพัฒนาอาจารย์ บุคลากร และเสริมสร้างความผูกพันในองค์กร
- ส่งเสริมการสร้างเครือข่าย การผลิตและพัฒนาครู และบุคลากรทางการศึกษาตามเกณฑ์มาตรฐานวิชาชีพ
- เร่งรัดการบริหารจัดการองค์กร อย่างมีประสิทธิภาพด้วยหลักธรรมาภิบาลเพื่อพัฒนางานสู่ความเป็นเลิศ
- สนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับท้องถิ่นรวมทั้งพัฒนาระบบบริหารจัดการและปรับปรุงมหาวิทยาลัยให้เป็นแหล่งเรียนรู้อุดมศึกษา เป็นที่พึ่งพาให้ท้องถิ่น
- ส่งเสริมและสนับสนุนการศึกษาและสืบสานแนวพระราชดำริ และหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อน้อมนำมาสู่การปฏิบัติ
- ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ความเข้าใจ สร้างจิตสำนึกในการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าดูแลรักษาและพัฒนาสภาพแวดล้อมอย่างยั่งยืน
- สนับสนุนการเสริมสร้างมหาวิทยาลัยให้เป็นส่วนหนึ่งในบริบท “อยุธยาเมืองมรดกโลก”
- ส่งเสริมการแสวงหาความร่วมมือกับต่างประเทศ ในการเพิ่มศักยภาพและความเข้มแข็งทางวิชาการพร้อมก้าวสู่สังคมโลกาภิวัตน์

ประวัติคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ได้ก่อตั้งมาตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๒๘ ในขณะที่เป็นวิทยาลัยครู พระนครศรีอยุธยา โดยเปิดสอนหลักสูตรศิลปศาสตร์ทั้งในระดับปริญญาและอนุปริญญาในหลายสาขา ต่อมาในปี พ.ศ. ๒๕๓๘ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ พระราชทานนาม “สถาบันราชภัฏ” ให้แก่วิทยาลัยครู ทำให้วิทยาลัยครูพระนครศรีอยุธยายกฐานะเป็น สถาบันราชภัฏพระนครศรีอยุธยา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ก็ได้พัฒนามากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีการเปิดสอนหลักสูตรสาขาวิชาต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น และหลากหลาย ทั้งในระดับปริญญาตรี และอนุปริญญา ทั้งภาคปกติ และภาค กศ.บป.

ใน พ.ศ. ๒๕๔๕ ได้เริ่มเปิดสอนหลักสูตรระดับปริญญาโท สาขาสังคมศาสตร์ เพื่อการพัฒนา ในภาคเรียนที่ ๑/๒๕๔๕ ซึ่งปัจจุบันได้ปรับปรุงหลักสูตรเป็นยุทธศาสตร์การพัฒนา เพื่อสนองความต้องการของประชาชนในท้องถิ่น รวมทั้งเปิดโครงการจัดการศึกษาระดับ อุดมศึกษาสำหรับชุมชน (กศ.อช.) ที่ศูนย์จังหวัดนครนายกและจังหวัดอ่างทอง พ.ศ. ๒๕๔๗ “สถาบันราชภัฏพระนครศรีอยุธยา” ได้ปรับเปลี่ยนสถานะเป็น “มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา” เป็นมหาวิทยาลัยที่ได้รับการจัดตั้งเป็นมหาวิทยาลัย ตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. ๒๕๔๗ โดยได้มีผลบังคับใช้มาตั้งแต่วันที่ ๑๕ มิถุนายน ๒๕๔๗ เป็นต้นมา

พ.ศ. ๒๕๔๙ มีการแบ่งส่วนราชการในมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง การแบ่งส่วนราชการในมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา พ.ศ. ๒๕๔๙ ให้แบ่งส่วนราชการในคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ออกเป็น ๓ หน่วยงาน ดังนี้

๑. สำนักงานคณบดี
๒. ภาควิชามนุษยศาสตร์
๓. ภาควิชาสังคมศาสตร์



ภาพที่ ๓ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
ปีพุทธศักราช ๒๕๔๘

ปรัชญา

คุณภาพ คุณธรรม นำพาท้องถิ่น

วิสัยทัศน์

ผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพและมีจิตสาธารณะ เป็นแหล่งเรียนรู้และสร้างสรรค์องค์ความรู้ใหม่ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นได้อย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืน

พันธกิจ

๑. ผลิตบัณฑิตที่มีคุณธรรม คุณภาพทางวิชาการและบุคลิกภาพดี
๒. วิจัยเพื่อพัฒนาและสร้างองค์ความรู้ใหม่ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ที่บูรณาการกับศาสตร์อื่นๆ เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น และประเทศ
๓. ส่งเสริมและอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และของชาติ
๔. เผยแพร่องค์ความรู้ และให้บริการทางวิชาการที่ตอบสนองความต้องการของท้องถิ่น
๕. ศึกษาและสืบสานแนวพระราชดำริ และหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

อัตลักษณ์

ใฝ่รู้ อุตสาหะ สำนึกดี มีจิตอาสา

เอกลักษณ์

แหล่งเรียนรู้ ภูมิปัญญา เพื่อพัฒนาท้องถิ่น

ประเด็นยุทธศาสตร์

๑. การพัฒนาท้องถิ่น
๒. ยกระดับคุณภาพการศึกษา การวิจัยและนวัตกรรม
๓. พัฒนาระบบบริหารจัดการ

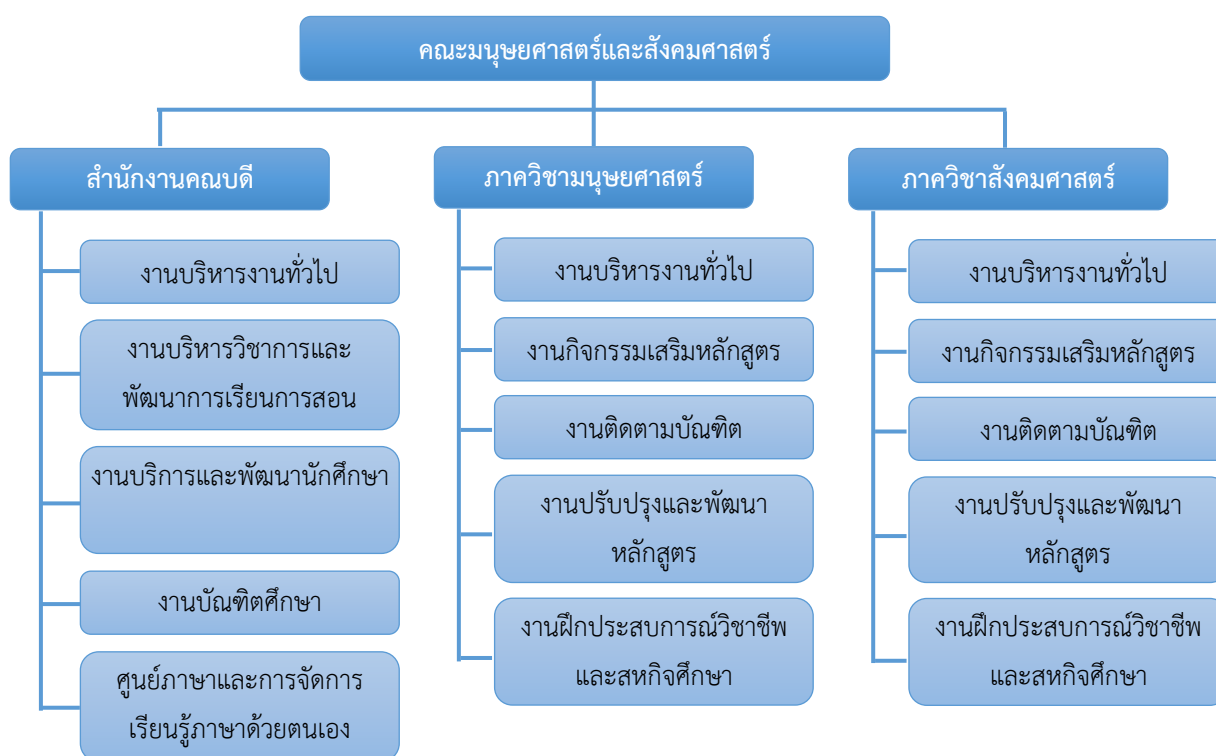
นโยบายการบริหาร

๑. ส่งเสริมและสนับสนุนการจัดทำสื่อการเรียนการสอนในรูปแบบวีดิทัศน์ (เพื่อพัฒนาสู่รูปแบบ Massive Open Online Course (MOOC))
๒. ส่งเสริมและสนับสนุนคณาจารย์ในคณะให้ผลิตผลงานทั้งในระดับชาติและนานาชาติ
๓. ส่งเสริมและสนับสนุนการจัดทำโครงการเอกสารประกอบการสอนเพื่อให้นักศึกษาทุกรายวิชา
๔. ส่งเสริมและสนับสนุนการจัดทำโครงการบริการวิชาการเพื่อจัดหารายได้ทั้งระยะสั้นและระยะยาว

๕. จัดทำแผนพัฒนาบุคลากรระยะ ๕ ปี
๖. ส่งเสริมและสนับสนุนการจัดทำหลักสูตรครุศาสตร์บัณฑิตในสาขาประยุกต์ศิลป์ และสาขา ศิลปะการแสดง (ร่วมกับคณะครุศาสตร์)
๗. ส่งเสริมและสนับสนุนการจัดทำหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา (บูรณาการศาสตร์) “หลักสูตรบริหารรัฐ กิจและกฎหมาย” หรือ “หลักสูตรกฎหมายเพื่อการบริหารงานภาครัฐ” (ร่วมกับบัณฑิตวิทยาลัย)

โครงสร้างการบริหารงานคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ เป็นส่วนราชการในมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ มีการแบ่งส่วนราชการภายในตามประกาศ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา เรื่อง การแบ่งส่วนราชการภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา พ.ศ. ๒๕๕๐ ดังนี้



ภาพที่ ๔ โครงสร้างการบริหารงานคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
ประกอบด้วยหลักสูตรจำนวน ๖ หลักสูตร ๑๕ สาขาวิชา ต่อไปนี้

ภาควิชามนุษยศาสตร์

- | | |
|--|---------------------------------------|
| ๑. หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต (ศศ.บ.) | สาขาวิชาภาษาอังกฤษ |
| ๒. หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต (ศศ.บ.) | สาขาวิชาภาษาญี่ปุ่น |
| ๓. หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต (ศศ.บ.) | สาขาวิชาภาษาไทย |
| ๔. หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต (ศศ.บ.) | สาขาวิชาสหวิทยาการอิสลามเพื่อการพัฒนา |
| ๕. หลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต (ศป.บ.) | สาขาวิชาดนตรีสร้างสรรค์ |
| ๖. หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต (ค.บ.) | สาขาวิชาดนตรีศึกษา |
| ๗. หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต (ค.บ.) | สาขาวิชาการสอนภาษาจีน |
| ๘. หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต (ค.บ.) | สาขาวิชานาฏศิลป์ศึกษา |
| ๙. หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต (ค.บ.) | สาขาวิชาศิลปศึกษา |
| ๑๐. กลุ่มวิชาปรัชญาและศาสนา | |
| ๑๑. กลุ่มวิชาบรรณารักษศาสตร์ | |

ภาควิชาสังคมศาสตร์

- | | |
|--|---|
| ๑. หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต (ศศ.บ.) | สาขาวิชาประวัติศาสตร์ |
| ๒. หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต (ศศ.บ.) | สาขาวิชาการพัฒนาชุมชนและสังคม |
| ๓. หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต (รป.บ.) | สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ |
| ๔. หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต (รป.บ.) | สาขาวิชาการจัดการรัฐกิจและการปกครองท้องถิ่น |
| ๕. หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต | สาขาวิชานิเทศศาสตร์ดิจิทัล |
| ๖. หลักสูตรนิติศาสตรบัณฑิต | สาขาวิชานิติศาสตร์ |
| ๗. กลุ่มวิชาภูมิศาสตร์ | |

ส่วนที่ ๒ ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

ความเป็นมาและความสำคัญ

การถ่ายภาพมีประโยชน์มากมาย สามารถนำไปใช้เผยแพร่เรื่องราว ต่างๆ ได้ทุกสาขาอาชีพ เช่น การศึกษา การเกษตร การแพทย์ การอุตสาหกรรม และการก่อสร้าง ตลอดจนการท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ แต่การที่จะให้ได้ภาพถ่าย ที่ดีนั้น ผู้ทำหน้าที่ถ่ายภาพจะต้องศึกษา การใช้กล้อง เลนส์ อุปกรณ์ต่าง ๆ และเทคนิคในการจัดองค์ประกอบภาพมาใช้ในการถ่ายภาพ เพราะหากผู้ถ่ายภาพขาดทักษะพื้นฐานในการใช้อุปกรณ์ต่างๆ และเทคนิคการถ่ายภาพแล้ว ย่อมที่จะทำให้ ผลงานภาพถ่ายไม่มีคุณภาพ ไม่น่าสนใจ ดังนั้นเพื่อให้ได้ภาพถ่ายที่สมบูรณ์ตามหลักการ และเกิดความ น่าสนใจ จึงจำเป็นต้องศึกษาหลักการและวิธีการถ่ายภาพให้เข้าใจก่อนการ เริ่มต้นปฏิบัติงานถ่ายภาพ

การถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์ เป็นหน้าที่หลักอย่างหนึ่งของฝ่ายประชาสัมพันธ์ในองค์กร ที่จะต้องทำการถ่ายภาพบุคคล งาน และกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร ซึ่งในการประชาสัมพันธ์ ภาพถ่ายเป็นสิ่ง สำคัญอย่างยิ่ง ที่จะสามารถบอกเล่าเรื่องราว เหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในองค์กร และสื่อเรื่องราวต่าง ๆ นี้ไปยังบุคคลทั่วไปได้รับรู้อย่างสอดคล้องกับเนื้อหาสาระของข่าวประชาสัมพันธ์ และมีความน่าสนใจ สามารถเรียกร้องความสนใจจากผู้รับข่าวสารได้เป็นอย่างดีผู้จัดทำได้ตระหนักถึงความสำคัญดังกล่าว เพราะ “ภาพถ่ายหนึ่งภาพสามารถแทนคำพูดได้” สามารถสะท้อนให้เห็นถึงภาพลักษณ์ขององค์กรที่ดี จึงได้ทำการศึกษา รวบรวมความรู้ต่าง ๆ เกี่ยวกับการถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์ และนำประสบการณ์ที่ได้รับจากการปฏิบัติงานมาถ่ายทอดไว้ เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ที่สนใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่มีหน้าที่ปฏิบัติงานในด้านการถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์

วัตถุประสงค์

๑. เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานด้านการถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์องค์กร
๒. เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานด้านการถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์สามารถใช้อุปกรณ์และถ่ายภาพได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

๑. นำคู่มือเล่มนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานด้านการถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์
๒. ผู้ปฏิบัติงานด้านการถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์สามารถใช้อุปกรณ์และถ่ายภาพได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

ขอบเขตของคู่มือ

ผู้ที่สนใจและมีหน้าที่ในการปฏิบัติงานด้านการถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์ในองค์กร ได้ศึกษา และเป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน โดยจะเน้นเกี่ยวกับการถ่ายภาพเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์โดยตรง

นิยามศัพท์เฉพาะ

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

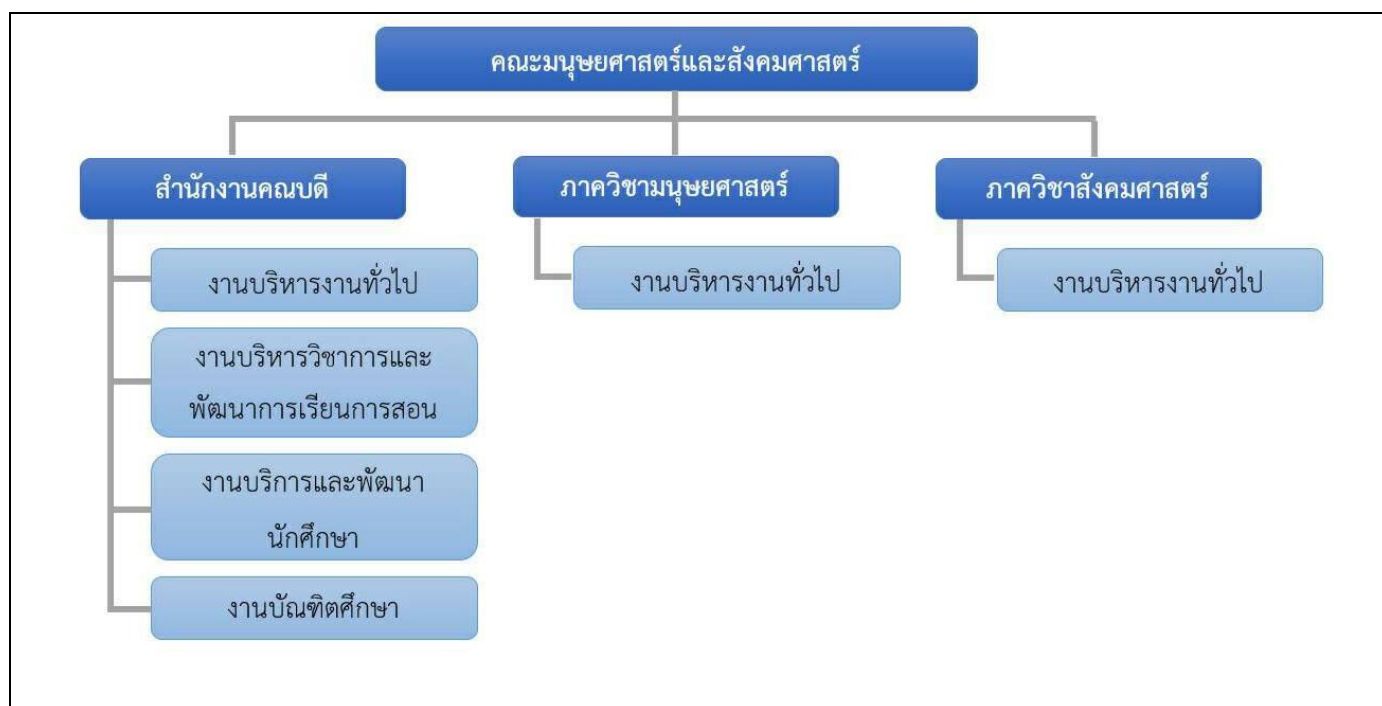
ประชาสัมพันธ์ มีความหมายตรงกับภาษาอังกฤษ คือ “Public Relations” “Public” หมายถึง หมู่คน ประชาชน หรือสาธารณชน “Relations” หมายถึง การสัมพันธ์ ดังนั้น ถ้าแปลความหมายแล้ว การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) หมายถึง การสัมพันธ์กับคนหมู่มาก

ขั้นตอนที่ ๑ โครงสร้างและหน้าที่ความรับผิดชอบ

๑.๑ โครงสร้างของหน่วยงาน

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา มีโครงสร้างของหน่วยงาน ดังนี้

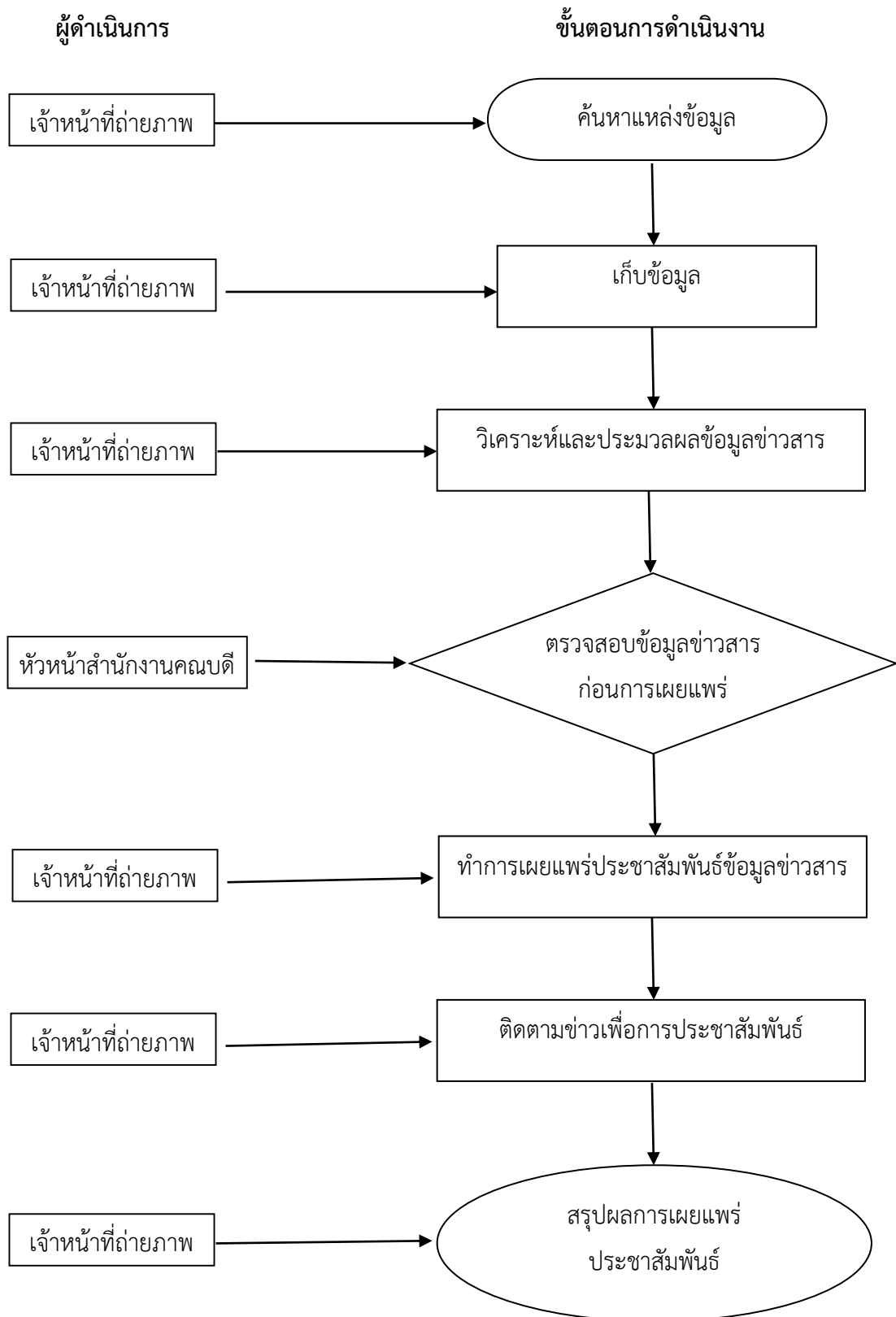
๑.๑.๑ โครงสร้างของหน่วยงาน (Organization chart)



๑.๒ ภาระหน้าที่งานประชาสัมพันธ์

- ๑.๒.๑ บันทึกภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว
- ๑.๒.๒ ออกแบบและจัดทำมัลติมีเดียในการนำเสนอกิจกรรมต่างๆ ของคณะ
- ๑.๒.๓ ออกแบบและจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ในการประชาสัมพันธ์คณะ
- ๑.๒.๔ จัดทำเว็บไซต์และพัฒนาเว็บไซต์คณะ
- ๑.๒.๕ รวบรวมข้อมูลและกิจกรรมจากสาขาวิชาประชาสัมพันธ์ลงเว็บไซต์ และ facebook คณะ
- ๑.๒.๖ จัดทำข่าวกิจกรรมต่างๆ ของคณะลงจดหมายข่าวมหาวิทยาลัย
- ๑.๒.๗ ประสานงานกับสื่อมวลชน
- ๑.๒.๘ ประชาสัมพันธ์ข่าวสาร วิชาการ ของคณะ ช่องทาง Line, facebook, website และบอร์ดประชาสัมพันธ์

๑.๓ ขั้นตอนการปฏิบัติงาน (Flow chart) ของการถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์



ขั้นตอนที่ ๒ หลักเกณฑ์วิธีการปฏิบัติงาน

การถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Photography for Public Relation) เป็นการสื่อสาร เนื้อหาเกี่ยวกับองค์กรต่อบุคคลทั้งภายนอกและภายในองค์กร แม้ว่าจะยึดหลักแนวคิดความจริงนิยม เช่นเดียวกับการถ่ายภาพข่าว แต่เป็นความจริงเฉพาะภาพที่สร้างภาพลักษณ์ (image) ด้านบวกต่อองค์กร ดังนั้นจึงเปลี่ยนจุดเน้นมาที่การสื่อสารเชิงสัญลักษณ์มากขึ้น เช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ เน้นสี เขียวและสีเหลือง ซึ่งเป็นสีประจำมหาวิทยาลัยฯ นอกจากนี้ ยังมีภาพถ่ายประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสาร กิจกรรมในองค์กร หรือเพื่อเสนอข้อมูลข่าวสารในสื่อต่างๆ

๒.๑ การถ่ายภาพ (Photography)

การถ่ายภาพ นั้นได้มีการพัฒนาต่อเนื่องกันมาหลายร้อยปีตามลำดับ ก่อนที่จะมีกล้องถ่ายภาพเพื่อการบันทึกภาพให้เหมือนจริงนั้นมนุษย์ในสมัยโบราณได้ใช้วิธีการวาดภาพเพื่อบันทึกความทรงจำ และใช้ในการ สื่อความหมาย ซึ่งการวาดภาพดังกล่าวต้องใช้เวลานานและได้ภาพที่ไม่เหมือนจริงตามธรรมชาติ ตลอดจน ปัญหาอื่นๆ ทำให้มนุษย์พยายามคิดค้นหาวิธีการสร้างภาพโดยใช้เวลาน้อยลงและให้ได้ภาพที่สมบูรณ์ เหมือนธรรมชาติยิ่งขึ้น หลังจากที่มีมนุษย์ประสบความสำเร็จครั้งแรกแล้วครั้งแล้วครั้งเล่า จนในที่สุดในศตวรรษที่ ๑๙ มนุษย์ก็ประสบความสำเร็จในการคิดค้นกระบวนการสร้างภาพ จากผลของการทดลองของนักวิทยาศาสตร์ ที่ได้พัฒนาความรู้จากศาสตร์ ๒ สาขา คือ สาขาฟิสิกส์ ได้แก่เรื่องของแสงและกล้องถ่ายภาพ และสาขาเคมี ในส่วนที่เกี่ยวกับฟิล์มสารไวแสงและน้ำยาสร้างภาพ

การถ่ายภาพเป็นการรวมหลักการที่สำคัญ ๒ ประการ เข้าด้วยกัน คือ การทำให้เกิดภาพจำลองของ วัตถุ สิ่งใดสิ่งหนึ่งให้ปรากฏบนฉากรองรับได้ และการใช้สื่อกลาง ในการบันทึกภาพจำลองของวัตถุนั้น ให้ปรากฏอยู่ได้อย่างคงทนถาวร

๒.๑.๑ ความหมายของการถ่ายภาพ มี ๒ ประเด็น คือ

๑) เชิงวิทยาศาสตร์ หมายถึง การท าปฏิกิริยาระหว่างวัสดุไวแสงกับแสง

๒) เชิงศิลปะ หมายถึง การวาดภาพด้วยแสงและเงารวมทั้งการผสมสีเพื่อถ่ายทอดความหมาย ความรู้สึก อารมณ์ หรือทัศนคติ

สรุป : การถ่ายภาพ คือ การสร้างภาพเพื่อสื่อความหมาย ความรู้สึก อารมณ์ รวมทั้งทัศนคติ โดยใช้กระบวนการที่ปล่อยให้แสงสว่างสะท้อนมาจากวัตถุผ่านเข้าไปกระทบกับวัตถุไวแสง แล้วจึงนำวัตถุไวแสงไป ผ่านกระบวนการสร้างภาพให้ปรากฏ

๒.๑.๒ บทบาทของภาพถ่าย (The Photographic Roles)

ภาพถ่ายเป็นสื่อสากลที่ทุกคนเข้าใจสามารถสะท้อนสภาพชีวิตและสังคมบอกเรื่องราว เหตุการณ์ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และยังถือว่าเป็นศิลปวิทยาการแขนงหนึ่งด้วยภาพถ่ายมีบทบาทมากมาย หลายด้านพอสรุปได้ดังนี้

๑) บทบาทในการเป็นสื่อให้ข้อมูล (Information) ภาพถ่ายสามารถแสดงข้อเท็จจริง เพื่อให้ผู้ดูเกิดความเข้าใจ ได้อาจเรียกภาพถ่ายเหล่านี้ว่าเป็นภาพถ่ายทางการศึกษารวมถึงภาพถ่ายเพื่อการ โฆษณา ประชาสัมพันธ์ด้วยการเก็บข้อมูลทาง มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ด้วยภาพถ่าย

๒) บทบาทในการใช้บันทึกข้อมูล (Recording) การเก็บรวบรวมข้อมูลในอดีต ปัจจุบัน และอนาคต จำเป็นต้องใช้การ ถ่ายภาพเพื่อเป็นหลักฐานทางประวัติศาสตร์ และหลักฐานที่สำคัญ ๆ ในปัจจุบัน การบันทึกข้อมูลด้วยภาพถ่ายนั้นไม่หมายความว่า เพียงการถ่ายภาพด้วยกล้องถ่ายภาพที่มีฟิล์มเพื่อบันทึก เท่านั้น แต่รวมถึง การถ่ายภาพด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ หรือด้วยแผ่นแม่เหล็กอีกด้วยดังที่รูปแบบ ของการบันทึกจึงแตกต่างกันไป ที่สำคัญก็คือสามารถบันทึกข้อมูลและเก็บรวบรวมไว้ เพื่อการใช้งานอย่าง กว้างขวาง

๓) บทบาทในการเป็นสื่อเพื่อความบันเทิง (Entertainment) ภาพถ่ายประเภทนี้ทำให้ผู้ดูเกิดความพึงพอใจเพราะ ภาพถ่ายจะแสดงถึงความสวยงามเช่น ภาพสถานที่ท่องเที่ยว ภาพดอกไม้ ภาพถ่าย ครอบครัว ญาติ มิตรสันทสนม เป็นต้น

๔) บทบาทในการเป็นสื่อที่แสดงความรู้สึกนึกคิด (Self Expression) ช่างภาพสามารถถ่ายทอด และแสดงแนว ความคิดของตนให้ผู้อื่นได้ทราบ ซึ่งถือว่าเป็นภาพถ่ายแนวคิดสร้างสรรค์อีกทั้ง สามารถแสดงความคิดเห็นของคนต่อ เหตุการณ์ต่างๆ ได้ถือได้ว่าเป็นภาพศิลปะที่มีคุณค่ายิ่ง

๕) บทบาทในการเป็นสื่อ เพื่อศึกษาค้นคว้าวิจัย (Discovery) โดยเฉพาะการค้นคว้าวิจัยทางด้าน วิทยาศาสตร์และ เทคโนโลยีที่ทันสมัยเป็นต้นว่าการถ่ายภาพทางการแพทย์ ดาราศาสตร์ ชีววิทยา ตลอดจนการ ค้นคว้าวิจัยเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต

ขั้นตอนที่ ๓ การเตรียมความพร้อม

๓.๑ ความพร้อมของอุปกรณ์ถ่ายภาพ

อุปกรณ์ถ่ายภาพเป็นหัวใจของการถ่ายภาพ อุปกรณ์ที่ดี มีคุณภาพมีส่วนช่วยให้ผลงานถ่ายภาพ ออกมามีคุณภาพดี อีกทั้งช่วยป้องกันความผิดพลาดในทางเทคนิคได้ด้วย แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นยังไม่สำคัญเท่ากับ ช่างภาพจะต้องสามารถควบคุม และใช้อุปกรณ์ได้เป็นอย่างดี และมีความชำนาญสูง ในการเตรียมอุปกรณ์ ถ่ายภาพในงานประชาสัมพันธ์นั้น มีหลักในการ จัดและตรวจสอบดังนี้

- อุปกรณ์ทุกชิ้นต้องมีสภาพสมบูรณ์ พร้อมทั้งจะนำไปใช้งาน
- ตรวจสอบเช็คอุปกรณ์ทุกชิ้นเพื่อความแน่ใจก่อนลงมือปฏิบัติงานจริง
- เลือกใช้อุปกรณ์ให้เหมาะสมกับลักษณะงาน เช่น

๓.๑.๑ กล้องถ่ายภาพ ต้องเลือกให้ตรงกับชนิดของงาน เพราะปัจจุบันมีกล้องถ่ายภาพหลายประเภท ตั้งแต่ขนาดเล็ก ถึงขนาดใหญ่ ต่างก็ใช้ฟิล์มที่ต่างกันเช่นกัน หากแยกตามระบบควบคุมกล้องแล้ว สามารถแบ่งได้ ๓ ระบบ คือ

- ระบบแมคคานิค หรือระบบธรรมดา การใช้งานจะต้องใช้ความสามารถและทักษะของช่างภาพในการ วัดแสง ปรับหน้ากล้อง หรือขึ้นฟิล์มเอง

- ระบบอัตโนมัติ ฟิล์ม ลักษณะของกล้องประเภทนี้จะถูกควบคุมด้วยระบบไฟฟ้า กลไกการปรับหน้ากล้อง ความคมชัด ระบบวัดแสง กล้องจะคำนวณให้ทั้งหมด นิยมใช้กันเป็นอย่างมากในปัจจุบัน

- ระบบดิจิตอล กล้องประเภทนี้จะใช้งานร่วมกับเครื่องคอมพิวเตอร์ กลไกต่างๆ ทำงานอัตโนมัติ ข้อมูลรูปภาพ จะถูกบันทึกลงบนแผ่นการ์ด สามารถนำภาพไปส่งสัญญาณผ่านดาวเทียม และสามารถ ารูปภาพไป ดัดแปลงใน เครื่องคอมพิวเตอร์ได้อีกด้วย

อย่างไรก็ตามการเลือกใช้กล้องและเลนส์ก็ต้องให้สัมพันธ์กันกับแฟลชถ่ายภาพโดยเฉพาะกำลังการ ส่องสว่างและการชুমแสงในตัวแฟลช อีกทั้งระบบจ่ายแสงอัตโนมัติก็มีส่วนช่วยให้ภาพรับแสงอย่างพอดี

๓.๑.๒ เลนส์ ต้องใช้ให้เหมาะกับสถานที่ และระยะถ่ายภาพ การถ่ายภาพเพื่อประชาสัมพันธ์มัก นิยมใช้เลนส์ที่ซูมได้ เช่น ระยะ ๓๕-๑๓๕ มม. หรือ ระยะ ๒๘-๘๕ มม. ซึ่งสามารถที่จะถ่ายภาพได้ทั้งภาพมุม กว้างและมุมแคบ ตัดส่วนภาพ ตามต้องการได้ทันที

๓.๑.๓ เมมโมรีการ์ด มีความจุเพียงพอในการถ่ายภาพ

๓.๑.๔ แบตเตอรี่และถ่าน ควรเตรียมทั้งกล้องและแฟลชให้เพียงพอ โดยเฉพาะถ่านประเภท อัลคาไลน์ ในงานสำคัญ หากเราไม่แน่ใจว่ากำลังแบตเตอรี่มีเพียงพอหรือไม่ก็ขอให้เปลี่ยนถ่านชุดใหม่ทันที

๓.๑.๕ กระจ่างกล้อง ควรเลือกและจัดให้ลงตัวพอดีกับจำนวนอุปกรณ์ที่ใช้ ทั้งนี้เพื่อความปลอดภัย ของกล้องและ อุปกรณ์ไม่ให้เกิดการกระแทก หรือตกลงขณะเดินทาง แต่บางลักษณะงานการสหาย กระจ่างกล้อง เดินในงาน อาจดูไม่เหมาะสม เพราะนอกจากกระจ่างจะไปกระแทกโดนแขกคนอื่นๆ ในงาน แล้วยังดูเกะกะและเสียบุคลิกอีกด้วย ซึ่งหากเป็นเช่นนั้นช่างภาพต้องพิจารณาลักษณะของงานเสียก่อนว่า ควรจะต้องแต่งกายอย่างไร หากเป็นงานที่ต้องสวมสูท อุปกรณ์บางอย่างสามารถใส่ลงในกระเป๋าสูทได้ ซึ่งช่างภาพควรที่จะเลือกใช้เฉพาะ อุปกรณ์ที่สำคัญๆ เท่านั้น นอกจากนี้เสื้อกั๊กก็เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ใช้ได้ดีในงาน บางลักษณะงาน เช่น งานที่ต้องเดิน ถ่ายในหลายๆ จุด และต้องเบียดเสียดกับผู้คน

๓.๑.๖ อุปกรณ์เสริม เช่น ขาตั้งกล้อง สายลั่นชัตเตอร์ สายแฟลช TTL ควรเตรียมไปเท่าที่ จำเป็นต้องใช้ เพราะบางครั้งการเตรียมอุปกรณ์ไปมากเกินความจำเป็น นอกจากจะเป็นภาระขณะทำงาน แล้ว ยังทำให้เหนื่อยเพิ่มขึ้น และอ่อนล้าไปในที่สุด

๓.๒ การเตรียมความพร้อมของช่างภาพ

ช่างภาพจำเป็นต้องอาศัยทั้งประสบการณ์และความสามารถในเรื่องทักษะในการใช้ อุปกรณ์ต่างๆ อีกทั้งต้องมีความพร้อมในทุกด้าน อาทิ

- สุขภาพและร่างกายที่แข็งแรงว่องไว และมีความคล่องตัวสูง
- มีจิตใจที่มุ่งมั่น มีสมาธิ
- ตรงต่อเวลา และควรไปถึงสถานที่จัดงานก่อนเวลา
- มีบุคลิกที่ดีด้วยการแต่งกายให้เหมาะสมกับลักษณะของงาน
- มีมารยาทในการถ่ายภาพ
- มีความอดทนในการรอคอยเป็นอย่างสูง
- มีความสามารถในการตัดสินใจแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และวิเคราะห์เหตุการณ์ต่างๆ ได้
- ศึกษาแนวการถ่ายภาพจากหนังสือหรือคู่มือใหม่ๆ อย่างสม่ำเสมอ
- ติดตามเทคโนโลยีเกี่ยวกับอุปกรณ์การถ่ายภาพ เพื่อเป็นแนวในการพัฒนาตนเองในอนาคตอย่าง

ต่อเนื่อง

- หมั่นสังเกตเทคนิคการถ่ายภาพของผู้อื่น

๓.๓ สถานที่ถ่ายภาพทำข่าวและข้อจำกัดต่างๆ

สถานที่ที่จะเข้าไปถ่ายภาพมีความสำคัญมากเช่นเดียวกัน บางครั้งภาพจะสวยหรือไม่นั้นก็ขึ้นอยู่กับสถานที่นั้นๆ ด้วย หากเป็นสถานที่ที่ไม่คุ้นเคยหรือไม่เคยเห็นมาก่อน ช่างภาพควรศึกษาเรื่องของสถานที่ ก่อนที่จะเริ่มปฏิบัติงานดังนี้

- ที่ตั้งหรือบริเวณจัดงาน เมื่อไปถึงให้ช่างภาพพิจารณาบริเวณงานมองภาพรวมของงานลักษณะการจัดสถานที่ ตำแหน่งจุดที่จะถ่ายภาพทำข่าว รวมไปถึงบริเวณใกล้เคียงที่จะสามารถถ่ายภาพได้ และช่างภาพควรมีอัธยาศัยที่ดีกับเจ้าของสถานที่ ควรทำความรู้จักกับผู้ดูแล ผู้รักษาความปลอดภัย อีกทั้งเขตหวงห้าม หรือเส้นทางลัดที่จะทำให้ถ่ายภาพสะดวกขึ้น

- ดูสภาพแสงบริเวณนั้นว่าเป็นอย่างไร ต้องใส่แฟลชหรืออุปกรณ์ใดเสริมหรือไม่

- สถานที่จัดงานที่มีความคับแคบ อาจจะต้องใช้เลนส์มุมกว้าง หรือเลนส์มุมกว้างพิเศษ หรือหากสถานที่กว้างขวาง หรือสนามกีฬา อาจต้องใช้เลนส์เทเลซูม เพื่อให้สามารถถ่ายภาพได้ตามที่ต้องการ

- ให้สังเกตปริมาณช่างภาพสื่อมวลชนที่ไปทำข่าวว่ามีจำนวนมากน้อยแค่ไหน จะต้องเบียดเสียดแย่งกันถ่ายภาพหรือไม่ หากจำเป็นก็จะต้องเตรียมตัวว่าตนเองจะยืนมุมไหน จะมีใครมาบังหรือไม่นอกจากนี้ควรพิจารณามุมเลือกอื่นๆ ไว้ด้วย

ขั้นตอนที่ ๔ เทคนิคการปฏิบัติงาน

แนวทางการถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์

ภาพถ่ายเพื่อการประชาสัมพันธ์เป็นภาพถ่ายที่ถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ ตามที่ผู้ถ่ายภาพต้องการที่จะแสดงให้เห็นโดยมีวัตถุประสงค์จะแสดงในส่วนที่สวยงาม ดูดี มีคุณค่า จึงต้องถ่ายด้วยความประณีต พิถีพิถัน อุปกรณ์ต้องคุณภาพดีได้มาตรฐาน ผู้ถ่ายภาพต้องมีความรู้เรื่องการถ่ายภาพ เริ่มตั้งแต่การเลือกมุม ตั้งกล้อง และเน้นเนื้อหาของภาพถ่ายตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการประชาสัมพันธ์ รวมถึงการจัด องค์ประกอบต่าง ๆ ที่อยู่ในภาพ ก็เป็นเรื่องสำคัญ ต้องพิจารณาทุกสิ่งทุกอย่างที่ปรากฏในภาพให้ดีที่สุด ซึ่งอาจแยก เพื่อให้เห็นแนวทางชัดเจนขึ้นดังนี้

๔.๑ การถ่ายภาพบุคคล

การถ่ายภาพบุคคลเป็นการสะท้อนถึงบุคลิกลักษณะของบุคคล สิ่งสำคัญที่สุดในการถ่ายภาพบุคคล คือ ผู้ถ่ายภาพต้องถ่ายภาพให้บุคคลนั้นดูดี มีท่าทางเป็นธรรมชาติ และสามารถนำภาพไปต่อยอดในการ ออกแบบสื่อต่างๆ ได้ โดยการถ่ายภาพบุคคลในงานประชาสัมพันธ์ สามารถแบ่งได้ดังนี้

๔.๑.๑ การถ่ายภาพผู้บริหาร

ผู้บริหารองค์กรจะสะท้อนถึงลักษณะองค์กรนั้นด้วย ผู้บริหารจึงเปรียบเสมือนตัวแทนของ สมาชิกทั้งหมด ดังนั้น ฝ่ายประชาสัมพันธ์จึงควรดูแลให้ผู้บริหารมีการแสดงออกในทางสร้างสรรค์ เพราะภาพถ่ายเป็นสิ่งที่อยู่ยาวนานในสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโซเชียลมีเดีย หรือแม้แต่ในหน้าหนังสือพิมพ์ การถ่ายภาพ ประเภทนี้ควรยึดแนวทางว่า ต้องถ่ายให้เห็นบุคลิกภาพของการเป็นผู้นำองค์กร หรือผู้บริหารให้ดีที่สุด เริ่ม ตั้งแต่การแต่งกายเรียบร้อยสวยงาม กริยาท่าทางงามสง่า รวมถึงสิ่งอื่น ๆ ที่ปรากฏอยู่ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ ต้อง อยู่ในลักษณะที่ดูดีเป็นระเบียบเรียบร้อย ทำให้ผู้ที่เห็นภาพเกิดความรู้สึกว่าคุณคนนั้นบุคลิกภาพดี น่าเชื่อถือ





ถ้าจะสื่อให้บุคลากรในองค์กรรู้สึกไว้วางใจที่มีผู้บริหารที่เป็นกันเอง ภาพผู้บริหารควรแต่งตัวใน ลักษณะสบาย ๆ และท่าทางให้เป็นธรรมชาติ แต่หากจะสื่อสารผู้บริหารต่อคนภายนอกว่า องค์กรนี้มีความ ทันสมัยทั้งใน ระดับชาติและระดับนานาชาติ ช่างภาพควรสื่ออารมณ์ผู้บริหารด้วยเครื่องแต่งกาย และจัดวาง ท่าทางที่สง่างาม เป็นต้น

๔.๑.๒ การถ่ายภาพบุคลากรในองค์กร

การถ่ายภาพบุคลากรในองค์กร ใช้หลักการถ่ายภาพบุคคลโดยทั่วไป นอกจากภาพต้อง สวยงามแล้ว บุคลากรก็ต้องมีท่าทางที่ดูดีสง่างามเป็นธรรมชาติ สะท้อนถึงความมุ่งมั่น และสื่อให้องค์กรมี บุคลากรที่ทันสมัย และน่าเชื่อถือ



๔.๑.๓ การถ่ายภาพบุคคลสำหรับใช้ในการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์

ทุกหน่วยงาน ทุกองค์กร ทั้งองค์กรของรัฐ หรือหน่วยงานเอกชน ล้วนแต่ต้องมีการโฆษณา สินค้า-บริการ หรือการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กร สิ่งที่ทำให้สื่อประชาสัมพันธ์มีความน่าสนใจมากขึ้น นั่นคือ นางแบบ หรือนายแบบผู้นำเสนอสินค้าหรือบริการขององค์กร หรือที่เราเรียกกันว่า “พรีเซนเตอร์” (Presenter) แน่นอนว่า ภาพถ่ายบุคคลที่จะนำมาประกอบในการผลิตสื่อ โฆษณา-ประชาสัมพันธ์ จะต้องสะท้อนถึงภาพลักษณ์ขององค์กรที่ดี ตรงกับกลุ่มเป้าหมายหรือลูกค้าของ องค์กร มีความสวยงามและน่าสนใจ โดยส่วนใหญ่มักจะถ่ายในสตูดิโอเพื่อคุณภาพของภาพที่สวยงาม สามารถนำไปตัดต่อเพื่อใช้ผลิตสื่อต่างๆ ได้อย่างสะดวก

สำหรับภาพบุคคลที่ใช้ในหน่วยงานมหาวิทยาลัยฯ มักจะใช้นักศึกษาของมหาวิทยาลัยฯ เป็น แบบ โดยควรสื่อให้ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยฯ มีความทันสมัย น่าเข้ามาศึกษาต่อ ซึ่งควรถ่ายภาพให้ หลากหลายท่าทาง และอาจนำอุปกรณ์ที่เป็นสื่อการเรียนการสอนมาประกอบ เพื่อให้มีความน่าสนใจยิ่งขึ้น และยังสะท้อนให้เห็นถึงความหลากหลายของสาขาวิชาที่เปิดทำการเรียนการสอน

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
PHRANAKHON SI AYUTTHAYA RAJABHAT UNIVERSITY

ความสำเร็จ
เริ่มต้น
และค้นพบได้ที่นี่

เปิดรับสมัคร
นักศึกษาใหม่

ประจำปีการศึกษา
2566
ระดับปริญญาตรี

รอบที่ 1

ARU : แฟ้มสะสมผลงาน (Portfolio)

ตั้งแต่วันที่
15 ส.ค. - 14 ต.ค. 65

สมัครเรียน

035-276-555, 035-241-196 www.aru.ac.th www.facebook.com/pr.aru

๔.๒ การถ่ายภาพอาคารหรือสถานที่

อาคารและสถานที่ขององค์กรมีความสำคัญอย่างมากต่อการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร เนื่องจาก เป็นรูปธรรมที่คนภายนอกมองเห็นครั้งแรก ซึ่งจะส่งผลต่อความน่าเชื่อถือ และส่งผลต่อการตัดสินใจ การ ออกแบบ ตกแต่งอาคารสถานที่ควรสอดคล้องกับการวางแนวทางขององค์กร เช่น หากวางแนวทางของ องค์กรว่ามีความทันสมัยด้วยเทคโนโลยี ควรสื่อสารถึงการออกแบบตกแต่งภายนอกและภายในสถานที่ที่ดู ทันสมัยด้วยสี สัน รูปทรง และวัสดุตกแต่งภายใน ในทางตรงกันข้าม หากเป็นองค์กรที่เน้นการอนุรักษ์ วัฒนธรรม รูปลักษณ์ของการ ออกแบบตกแต่งควรเน้นความรู้สึที่อบอุ่น คลาสสิก โดยใช้วัสดุที่เป็นศิลปะ

ไทยในการตกแต่ง การเลือกมุกล้องเพื่อให้สถานที่ดูงามสง่า การเลือกเวลา เช่น ตอนเช้า แสงแดดส่องทาง ทิศตะวันออก การเลือกวันที่ท้องฟ้าแจ่มใส เป็นสิ่งที่จำเป็น เพราะสิ่งเหล่านี้ ล้วนแต่ช่วยให้เราถ่ายภาพได้ดี ทั้งสิ้น สำหรับพื้นที่มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ นับว่ามีความหลากหลาย ทั้งอาคารต่างๆ และ สภาพแวดล้อม มีทั้งอาคารที่ก่อสร้างมานานหลายสิบปี และอาคารที่ก่อสร้างใหม่ มีทั้งอาคารรูปทรง สถาปัตยกรรมแบบไทย และ อาคารรูปทรงทันสมัย ซึ่งแต่ละอาคารสามารถสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของ มหาวิทยาลัยฯ เป็นอย่างดี ทั้งนี้ภาพถ่าย สถานที่ขององค์กรจะต้องมีความสวยงาม เมื่อนำภาพไปเผยแพร่ ในสื่อต่างๆ จะต้องช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดี ของมหาวิทยาลัยฯ



ข้อควรปฏิบัติในการถ่ายภาพอาคารสถานที่ คือ

๑) เลือกมุมที่ถ่ายภาพสิ่งก่อสร้างให้อยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสม ให้วัตถุหรืออาคารเด่นออกมาจากพื้นมากที่สุด และสามารถมองเห็นตัวสิ่งก่อสร้างได้หลายๆ มิตติ ควรประกอบให้มีฉากหน้า (Foreground) เพื่อให้เกิดความลึกในภาพ

๒) พยายามมองหาส่วนประกอบที่สำคัญในงานสถาปัตยกรรมนั้นๆ เพื่อถ่ายภาพเฉพาะส่วนออกมาให้เห็นชัดเจนยิ่งขึ้น

๓) ควรกำหนดให้ทิศทางของแสงส่องเข้าหาวัตถุในแนวเฉียงมากกว่าแสงจากทางด้านหน้าหรือแสงที่ส่องมาจากด้านบนของวัตถุโดยตรง และเลือกสภาพแสงที่ไม่แรงหรือนุ่มนวลจนเกินไป

๔) ควรถ่ายภาพให้มีองค์ประกอบอื่นๆ เข้ามาอยู่ด้วยในภาพ เช่น ต้นไม้ พระอาทิตย์ขึ้น-ตก รวมถึงผู้คน เพื่อให้ภาพมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

๕) การวัดแสงด้วยเครื่องวัดแสงในตัวกล้องควรระมัดระวังฉากหลังที่อาจทำให้การวัดแสงผิดพลาดได้

๖) ควรถ่ายภาพด้วยไฟล์ดิบ หรือไฟล์ RAW เพื่อให้สามารถปรับภาพมาตกแต่งแสง สี เพื่อเพิ่มคุณภาพภาพถ่ายให้สวยงามยิ่งขึ้น

ทั้งนี้การถ่ายภาพอาคารสถานที่ ไม่จำเป็นต้องยึดตามเทคนิคการถ่ายหรือข้อควรปฏิบัติเสมอไป สิ่งสำคัญที่สุดของการถ่ายภาพแนวนี้ คือการได้ภาพที่สวยงาม และน่าสนใจ



๔.๓ การถ่ายภาพกิจกรรมขององค์กร

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ การสร้างกิจกรรมขององค์กรขึ้นมา เพื่อเผยแพร่ให้ประชาชนทั่วไป หรือกลุ่มเป้าหมายได้รู้จัก และจดจำองค์กรนั้นๆ โดยช่างภาพประชาสัมพันธ์ ต้องบันทึกกิจกรรมต่างๆ ไว้ เช่น พิธีพระราชทานปริญญาบัตร การประชุม การสัมมนา การจัดกิจกรรม ของคณะต่างๆ ติดตามถ่ายภาพภารกิจของผู้บริหาร การเข้าประกวดแข่งขันต่างๆ ของนักศึกษา และถ่ายภาพกิจกรรมอื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย เป็นต้น



แนวทางการเตรียมตัวและการถ่ายภาพเพื่องานกิจกรรมขององค์กร มีดังนี้

๑) **เตรียมพร้อม** อะไรก็เกิดขึ้นได้ ทางที่ดีที่สุดคือเตรียมทุกอย่างให้พร้อม เตรียมแบตเตอรี่สำรอง และเมมโมรี่การ์ดเอาไว้ เตรียมกล้องสำรองไว้ ถึงแม้ว่าจะไม่ได้ใช้ก็ตาม แต่นั่นเป็นการเตรียมพร้อมที่ดี ต่อไปนี้เป็นสิ่งที่ควรคำนึงถึง ก่อนที่จะออกไปถ่ายภาพในงานที่กำลังจะจัดขึ้น

- **การค้นคว้าข้อมูล** หาข้อมูลว่าใครบ้างที่จะมาร่วมงาน หาข้อมูลของกิจกรรม กิจกรรมต่างๆ ใน งานเริ่มเมื่อไหร่ ในระหว่างจัดงานมีกิจกรรมพิเศษอะไรบ้าง และจัดขึ้นที่ไหน เพื่อไม่ให้พลาดช่วงเวลาสำคัญ

- **แต่งตัวให้เหมาะสม** ช่างภาพควรเลือกเสื้อผ้าด้วยโทนสีกลางๆ สีด าเป็นสีที่เหมาะสม เสื้อผ้าสี สว่างจะทำให้เกิดการรบกวนทางสายตาและมีความเสี่ยงที่สีจากเสื้อผ้าจะไปสะท้อนกับแสงหรือวัตถุอื่นๆ ทำให้การถ่ายภาพมีสีที่ผิดเพี้ยนไป

- **พยายามทำให้เงียบที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้** ไม่ควรใส่รองเท้าที่จะทำให้เกิดเสียงดัง อย่าเปิดชัตเตอร์ ถ้าเป็นไปได้ตั้งโหมดถ่ายภาพแบบเงียบ เปลี่ยนเลนส์อย่างเบามือ และหลีกเลี่ยงการใช้อุปกรณ์ที่เป็น เทปหนามเตย หรือดินตุ๊กแก ไม่ควรเปิดแฟลช ถ้าไม่จำเป็นต้องใช้

๒) **ใช้อุปกรณ์ที่เหมาะสม** ไม่จำเป็นต้องเอาอุปกรณ์พิเศษมากมาย โดยทั่วไปแล้วใช้เพียงแฟลช เสริมด้วย diffuser หรือ reflector, กล้อง DSLR พร้อมเลนส์ซูมระยะปานกลาง แบตเตอรี่สำรอง และเมมโมรี่การ์ด สิ่งเหล่านี้เป็นอุปกรณ์สำคัญที่จะต้องพกพา ถ้าเป็นงานในห้องขนาดใหญ่ที่มีผู้พูดบนเวที จำเป็นต้องใช้เลนส์เทเลโฟโต้ ถ้าเป็นสถานที่ที่อัดแน่นไปด้วยผู้คน ควรใช้เลนส์ Wide



๓) **ใช้แสงธรรมชาติให้มากที่สุด** พยายามใช้ประโยชน์จากแสงธรรมชาติ และหลีกเลี่ยงการใช้แฟลช แสงที่ไม่เป็นธรรมชาติจะทำให้รูปให้ความรู้สึกเหมือนเป็นภาพถ่าย ภาพจะมีความแข็งไม่เป็นธรรมชาติ และ ทำให้รูปดูไม่น่าสนใจ ถ้าจำเป็นต้องใช้แฟลช ควรคำนึงถึงความเหมาะสมในการใช้อุปกรณ์ โดยอาจเลือกใช้ off-camera flash

๔) **ถ่ายภาพทุกเหตุการณ์สำคัญ** การถ่ายภาพกิจกรรมต่างๆ นั้น หากเป็นการถ่ายภาพเพื่อทำข่าว งานตามวาระผู้บริหาร หรือของหน่วยงานย่อยในองค์กร หรืองานประชุมสัมมนาทั่วไป ช่างภาพงาน ประชาสัมพันธ์จะถ่ายในช่วงพิธีเปิดงาน หรือช่วงที่มีเหตุการณ์สำคัญ สิ่งที่สำคัญที่สุดที่ควรถ่ายคือ ประธาน ในงานหรือพิธี ผู้กล่าวรายงานหรือผู้จัดงาน วิทยากร ผู้เข้าร่วมกิจกรรม และบรรยากาศโดยรวม อาจจะไม่จำเป็นต้องถ่ายทุกเหตุการณ์ของงานจนจบงาน แต่หากเป็นงานพิธีสำคัญ หรืองานที่ต้องถ่ายจนจบงาน ผู้ถ่ายภาพควรถ่ายทุกเหตุการณ์ของงาน รวมถึงทุกส่วนของการจัดงาน



๔.๔ การจัดองค์ประกอบทางศิลปะของภาพ

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

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

๔.๔.๒. ความสมดุล (Balance) หรือ ดุลยภาพ หมายถึง น้ำหนักที่เท่ากันขององค์ประกอบ ไม่เอนเอียงไปข้างใดข้างหนึ่ง ในทางศิลปะยังรวมถึงความประสานกลมกลืน ความพอเหมาะพอดีของส่วนต่างๆ ในรูปทรงหนึ่งหรืองานศิลปะชิ้นหนึ่ง การจัดวางองค์ประกอบต่างๆ ลงในงานศิลปกรรมนั้นจะต้องคำนึงถึง จุดศูนย์ถ่วงในธรรมชาตินั้น ถ้ามองดูแล้วรู้สึกว่าจะบางส่วนหนักไป แขนงไป หรือเบาบางไปก็จะทำให้ภาพนั้น ดูเอนเอียง และเกิดความ รู้สึกไม่สมดุล เป็นการบกพร่องทางความงาม

๔.๔.๓. จังหวะลีลา (Rhythm) หมายถึง การเคลื่อนไหวที่เกิดจากการซ้ำกันขององค์ประกอบ เป็นการซ้ำที่เป็นระเบียบ จากระเบียบธรรมดาที่มีช่วงห่างเท่าๆ กันมาเป็นระเบียบที่สูงขึ้น ซ้ำซ้อนขึ้น จนถึงขั้น เกิดเป็นรูปลักษณะของศิลปะ โดยเกิดจากการซ้ำของหน่วย หรือการสลับกันของหน่วยกับช่องไฟ หรือเกิด จากการเคลื่อนไหวต่อเนื่องกันของเส้น สี รูปทรง หรือ น้ำหนัก

๔.๔.๔. การเน้น (Emphasis) หมายถึง การกระทำให้เด่นเป็นพิเศษกว่าธรรมดา ในงานศิลปะจะต้องมีส่วนใดส่วนหนึ่ง หรือจุดใดจุดหนึ่งที่มีความสำคัญกว่าส่วนอื่นๆ เป็นประธาน งานที่ไม่มีจุดสนใจ หรือ ประธาน จะทำให้ดูน่าเบื่อ เหมือนกับลวดลายที่ถูกจัดวางซ้ำกันโดยปราศจากความหมาย ดังนั้น ส่วนนั้นจึง ต้องถูกเน้นให้เห็นเด่นชัดขึ้นมาเป็นพิเศษกว่าส่วนอื่น ๆ ซึ่งจะทำให้ผลงานมีความสมบูรณ์และน่าสนใจ



๔.๔.๕. เอกภาพ (Unity) หมายถึง ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันขององค์ประกอบศิลป์ทั้งด้าน รูปลักษณะ และด้านเนื้อหาเรื่องราว เป็นการประสานหรือจัดระเบียบของส่วนต่างๆ ให้เกิดความเป็นหนึ่งเดียว การสร้างงานศิลปะ คือ การสร้างเอกภาพขึ้นจากความสับสน ความยุ่งเหยิง เป็นการจัดระเบียบ และดุลยภาพ ให้แก่สิ่งที่ขัดแย้งกันเพื่อให้รวมตัวกันได้ โดยการเชื่อมโยงส่วนต่างๆ ให้สัมพันธ์กัน

ขั้นตอนที่ ๕ การประชาสัมพันธ์ (Public relations)

การประชาสัมพันธ์ (Public relations) เป็นคำที่ใช้กันอย่างแพร่หลายมากในปัจจุบัน ทั้งตาม หน่วยงาน องค์กร สถาบันต่างๆ และในหมู่สาธารณชนทั่วไป ที่เป็นเช่นนี้เพราะงานประชาสัมพันธ์กำลัง ได้รับความสนใจและ ยอมรับจากประชาชนทั่วไปในฐานะที่การประชาสัมพันธ์เป็นงานเสริมสร้างความเข้าใจ อันดีต่อกันระหว่าง หน่วยงาน สถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง (วิรัช ลภีรัตนกุล, ๒๕๔๖, หน้า ๑)

๕.๑ ความหมายของการประชาสัมพันธ์

สมาคมการประชาสัมพันธ์ระหว่างประเทศ (The International Public Relations Association - IPRA) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า “คือ ภาระหน้าที่ของฝ่ายบริหารหรือฝ่าย จัดการ (management function) ซึ่งต้องอาศัยการวางแผนที่ดีและมีการกระทำอย่างต่อเนื่อง สม่ ่าเสมอ เพื่อสร้างสรรค์ และธำรงรักษาความเข้าใจอันดีกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง โดยองค์กรจะต้องใช้วิธีการจัด ประเมินผลถึง ประชามติ แล้วนำมาใช้เป็นแนวทางในการพิจารณา กำหนดเป็นแผนงานและนโยบายของ องค์กรหรือสถาบัน เพื่อให้สอดคล้องกับความเห็นและความต้องการของประชาชน พร้อมทั้งใช้วิธีการ เผยแพร่กระจายข่าวสารสู่ ประชาชน เพื่อให้เกิดความร่วมมือและบรรลุถึงผลประโยชน์ร่วมกันของทั้งสอง ฝ่าย (วิรัช ลภีรัตนกุล, ๒๕๒๙, หน้า ๑๓)

การประชาสัมพันธ์ มีความหมายรวมถึง สถานการณ์ การกระทำ หรือ คำพูด ซึ่งสามารถจูงใจ หรือ ชักชวนให้ประชาชนเห็นด้วยหรือประสานความร่วมมือในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยมีการวางแผนเพื่อให้เกิด อิทธิพล ต่อกลุ่มประชาชนนั้น (Marston, ๑๙๗๙, p. ๓) ดังนั้น การประชาสัมพันธ์จึงมีความหมาย ๓ ประการ คือ (Bernays, ๑๙๕๒, p. ๓)

- ๑) เผยแพร่ชี้แจงให้ประชาชนทราบ
- ๒) ชักชวนให้ประชาชนมีส่วนร่วมด้วย และเห็นด้วยกับวัตถุประสงค์และวิธีการดำเนินงานของ สถาบัน
- ๓) ปรับแนวความคิดของประชาชนและสถาบันให้มีส่วนร่วมประสานและสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน

๕.๒ วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

ในการดำเนินงานใด ๆ ก็ตามจำเป็นต้องกำหนดวัตถุประสงค์ในการปฏิบัติงานเพื่อเป็น แนวทางหรือกรอบ ในการดำเนินงาน การประชาสัมพันธ์ก็เช่นเดียวกันต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์ ซึ่งการกำหนดวัตถุประสงค์นี้ อาจแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และขอบข่ายหน้าที่ความรับผิดชอบของหน่วยงานแต่ละแห่งเป็นหลัก ดังนั้นวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์มีหลักใหญ่ๆ ๓ ประการ คือ (วิรัช ลภีรัตนกุล, ๒๕๔๐, หน้า ๑๔๕-๑๔๖)

- ๑) เพื่อบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ให้ทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์การดำเนินงานและผลงาน หรือ กิจกรรมต่างๆ ตลอดจนข่าวคราวความเคลื่อนไหวขององค์กรให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง ได้รับทราบ ทำให้ องค์กรเป็นที่รู้จัก เข้าใจและเลื่อมใส ตลอดจนทำให้ประชาชนเกิดความรู้สึกที่เป็นไป ในทางที่ดีต่อองค์กร
- ๒) เพื่อป้องกันและรักษาชื่อเสียง เป็นการกระทำที่ป้องกันมิให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับสถาบันเกิด ความเข้าใจผิดในตัวองค์กร การป้องกันรักษาชื่อเสียงไว้ก่อนย่อมมีผลดีกว่าที่จะต้องมาแก้ไขใน ภายหลัง (Black, ๑๙๗๕, p. ๗)
- ๓) เพื่อแก้ไขความเข้าใจผิด ทำให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง เมื่อมีความเข้าใจผิดเกี่ยวกับ องค์กรเกิดขึ้นใน กลุ่มประชาชน จะต้องรีบดำเนินการแก้ไขโดยด่วนอย่างเหมาะสมและทันต่อเหตุการณ์

๕.๓ องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์

องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์ หากพิจารณาถึงกระบวนการติดต่อสื่อสารแล้ว มีองค์ประกอบใหญ่ๆ ๔ ประการด้วยกัน คือ (ปฤษฎาง จันทร์บุญเรือง, ๒๕๔๗, หน้า ๓๑-๓๓)

๓.๑.๓.๑. องค์กรและสถาบัน หมายถึง กิจกรรมที่บุคคลหรือคณะบุคคลได้จัดทำขึ้นโดย ประสงค์ที่จะดเนินการใดๆ ในสังคมให้ลุ่่วงไปตามความปรารถนาของบุคคลหรือคณะบุคคลนั้น

๓.๑.๓.๒. ข่าวสารประชาสัมพันธ์ (message) หมายถึง เนื้อหาสาระ เรื่องราวหรือสัญลักษณ์ภาษา สัญลักษณ์ต่างๆ รูปภาพ เครื่องหมาย ฯลฯ ที่สามารถสื่อความหมายหรือ นำไปตีความหมายเป็นที่รู้ และเข้าใจกันได้ ข่าวสารประชาสัมพันธ์จะมีเนื้อหาสาระที่มีความหมายแก่ผู้รับเสมอ และต้องสอดคล้องไม่ขัดแย้งกับระบบค่านิยม (value system) ความเชื่อหรือทัศนคติของกลุ่ม (group norm) นอกจากนี้ต้อง มีความกระชับ ชัดเจนเข้าใจง่าย ตลอดจนไม่เกิดความยุ่งยากในการรับสาร

๓.๑.๓.๓. เครื่องมือในการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ หมายถึง สื่อที่องค์กร สถาบัน เลือกมาใช้ในการ นำข่าวสารประชาสัมพันธ์ขององค์กรไปสู่ประชาชน โดยพิจารณาจากคุณสมบัติของสื่อ ความสำคัญของสื่อ วัตถุประสงค์ ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบต่างๆ ของกระบวนการสื่อสาร

๓.๑.๓.๔. ประชาชนกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์เป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับประชาชน ซึ่งคำว่า ประชาชน มีความหมายกว้างไกลครอบคลุมถึงสมาชิก ทุกคนของสังคม และมีความหลากหลายแตกต่างกันทั้งอายุ เพศ การศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจ/สังคม ภูมิลำเนา ศาสนา วัฒนธรรม ประเพณีกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ขององค์กร จะแบ่งออกเป็น ๒ กลุ่ม ได้แก่

๑) กลุ่มประชาชนภายใน เป็นกลุ่มบุคลากรในองค์กรตั้งแต่ระดับผู้บริหารเจ้าหน้าที่ ซึ่งมีความสัมพันธ์ และผูกพันกับองค์กร มีผลประโยชน์ร่วมกันกับองค์กรดังนั้น งานประชาสัมพันธ์ จึงเข้ามามีบทบาทในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มต่างๆ ในองค์กร

๒) กลุ่มประชาชนภายนอก เป็นกลุ่มประชาชนที่ประกอบไปด้วยกลุ่มคนที่มีความสัมพันธ์กับองค์กร เช่น กลุ่มลูกค้า กลุ่มผลประโยชน์ หรือกลุ่มคนทั่วไปที่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับ การดำเนินกิจการขององค์กร เป็นต้นว่า กลุ่มคนในละแวกใกล้เคียง กลุ่มสื่อมวลชน กลุ่มผู้้น าคความคิดเห็น ทั้งนี้เพื่อชี้แจงชักชวนให้กลุ่มดังกล่าวมีความรู้ความเข้าใจในการดำเนินงานขององค์กร ทำให้องค์กรดำเนิน กิจการได้อย่างราบรื่น

การประชาสัมพันธ์มีบทบาทสำคัญและมีความจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับบุคคลองค์กร สถาบัน หน่วยงาน ตลอดจนงานทางด้านการศึกษา งานราชการ ฯลฯ ทั้งนี้เพราะการประชาสัมพันธ์เป็นวิธีการหนึ่ง ที่เชื่อมโยงความเข้าใจระหว่างองค์กร สถาบันหน่วยงานกับประชาชนด้วยการเผยแพร่ข่าวสาร นโยบาย วัตถุประสงค์ กิจกรรมของสถาบันให้ประชาชนทราบ ขณะเดียวกันก็รับฟังความคิดเห็น ตลอดจนความต้องการของประชาชน และเมื่อประชาชนเกิดความเข้าใจมีความรู้สึกและมีสัมพันธ์ภาพที่ดีต่อองค์กร สถาบัน หรือหน่วยงานแล้วก็จะให้ความร่วมมือสนับสนุนองค์กร สถาบัน หรือหน่วยงานนั้นๆ

ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ

๑. ปัญหาอุปสรรค

การถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์ นับว่าเป็นงานที่ทำหาย เป็นงานที่ต้องประสานงานหรือทำงานกับผู้คนที่หลากหลาย ทั้งบุคคลสำคัญ ผู้บริหาร บุคลากร ลูกค้า สำหรับปัญหาอุปสรรคของการถ่ายภาพเพื่อ การประชาสัมพันธ์ มีดังนี้

๑) **อุปกรณ์ถ่ายภาพ** ทั้งกล้อง และอุปกรณ์เสริม ที่มีการใช้งานมายาวนาน ย่อมเสื่อมโทรมไปตามเวลา และการใช้งาน จึงทำให้การถ่ายภาพมีความยากลำบากมากขึ้น และไฟล์ภาพถ่ายไม่มีคุณภาพ

๒) **ช่างภาพ** อาจจะไม่ทราบข้อมูลบางหน่วยงาน ว่าจัดกิจกรรมอะไร เมื่อไหร่ หรืออาจไม่ทราบวาระของผู้บริหาร และบางครั้งอาจไปถ่ายภาพไม่ทันเวลาช่วงสำคัญ

๓) **บุคคลต่างๆ** ที่อยู่ในกิจกรรมนั้นๆ บางครั้งทุกคนอยากเข้าเฟรมพร้อมกัน ทำให้บางครั้งภาพถ่ายเต็มไปด้วยคน ๑๐-๒๐ คน จนแทบมองไม่ออกว่าใครเป็นใคร

๔) **สถานที่** บางสถานที่อาจคับแคบ หรือกว้างขวางเกินไป หรือมีแสงไม่เพียงพอ อาจส่งผลให้ถ่ายภาพ ได้ยากขึ้น

๕) **สถานการณ์ของโรคระบาดในปัจจุบัน** นับว่าเป็นอุปสรรครูปแบบใหม่ที่ทุกคนต้องประสบ การถ่ายภาพบุคคลที่สวมหน้ากากอนามัยอาจทำให้ไม่เห็นหน้าที่ชัดเจน และภาพไม่สวยงามนัก หรือบางทีการถ่ายภาพบุคคลที่ไม่สวมหน้ากากอนามัย เมื่อเผยแพร่ออกสู่สาธารณะ อาจเกิดคำตำหนิจากผู้คนทั่วไปได้

๒. การแก้ไขปัญหา

๑) **ขอตั้งงบประมาณจัดหาก้องและอุปกรณ์ต่าง ๆ** ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถถ่ายภาพได้ สะดวก และไฟล์ภาพมีคุณภาพ ถ้าหากไม่ได้รับการอนุมัติงบประมาณ ก็อาจใช้โปรแกรม คอมพิวเตอร์ปรับปรุงภาพถ่ายให้ดียิ่งขึ้น

๒) **คอยหมั่นค้นหาข้อมูลกิจกรรมของหน่วยงานย่อย** ติดตามวาระผู้บริหารอยู่เสมอ วางแผนเวลาของตัวเองว่าต้องไปถ่ายภาพที่ไหนเมื่อไหร่บ้าง และควรไปถึงงานก่อนเวลาเริ่มกิจกรรม

๓) **ช่างภาพต้องเป็นผู้จัดตำแหน่งการยืนให้เหมาะสม และสวยงาม** เพื่อให้สามารถถ่ายภาพได้

๔) **ใช้เลนส์มุมกว้างในการถ่ายภาพ** หรืออาจใช้แฟลชภายนอกเพิ่ม และวัดแสง หรือชดเชยแสงให้ภาพ มีความสว่างเพียงพอ

๕) **ถ่ายภาพเป็น ๒ รูปแบบ** คือแบบสวมหน้ากากอนามัย และแบบไม่สวมหน้ากากอนามัย โดยภาพที่นำไปเผยแพร่สู่สาธารณะควรเป็นภาพที่ทุกคนสวมหน้ากากอนามัย

๓. ข้อเสนอแนะ

ช่างภาพในงานประชาสัมพันธ์ ควรหมั่นฝึกฝน ศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม และติดตามข้อมูลอยู่เสมอ

ประวัติผู้จัดทำ

ชื่อ – นามสกุล

นายสุรียา แก้วพลศรี

ตำแหน่ง

นักวิชาการโสตทัศนศึกษา

สถานที่ปฏิบัติงาน

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ข้อมูลการติดต่อ

suriyakaew@gmail.com