



การสร้างสื่อวีดิทัศน์เพื่อแนะนำสาขาของ อับบ๋า ไทยแลนด์

นางสาวพริมา เถาจันทร์

โครงงานสหกิจศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีมัลติมีเดีย

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

พ.ศ. 2561



ชื่อโครงการ	การสร้างสื่อวีดิทัศน์เพื่อแนะนำสาขาของ ฮับบ้า ไทยแลนด์
ผู้เขียน	นางสาวพริมา เกาจันทร์
คณะวิชา	เทคโนโลยีสารสนเทศ สาขาวิชา เทคโนโลยีมัลติมีเดีย
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์อภิษฐา นิ่มคุ้มภัย
พนักงานที่ปรึกษา	คุณวิษณุ ปานเคย์
ชื่อบริษัท	บริษัท ฮับบ้าไทยแลนด์ จำกัด
ประเภทธุรกิจ/สินค้า	Co-working space

บทสรุป

รายงานเรื่องนี้จะนำเสนอวิดีโอแนะนำลักษณะการทำงานและสาขาของบริษัท ฮับบ้าไทยแลนด์ ซึ่งแบ่งเป็น 4 สาขา เอกมัย สยาม อ่อนนุชและ สีลม เป็นการนำเสนอผลงานในรูปแบบของvideo prosention ซึ่งในรูปแบบของ video prosention สามารถทำให้มองเห็นภายในของแต่ละspace ว่าภายในเป็นอย่างไร ที่จะแสดงให้เห็นถึงโซนทำงาน โซนผ่อนคลาย และโซนอื่นๆ โดยผ่านทาง video prosention มีวัตถุประสงค์ เพื่อนำไปใช้งานด้านโฆษณาทางการตลาด ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูล การประชาสัมพันธ์บริษัท ฮับบ้า ไทยแลนด์ ช่วยให้ลูกค้าเข้าใจพื้นที่การทำงาน และการใช้งานของพื้นที่แต่ละพื้นที่ อีกทั้งยังสามารถเห็นความแตกต่างของพื้นที่ใช้งานในแต่ละสาขาได้อย่างชัดเจน ผลลัพธ์การของดำเนินงาน บริษัทสามารถนำไปใช้เป็นสื่อโฆษณาทางการตลาดได้จริง ทั้งในรูปแบบสื่อออนไลน์ และสมบูรณ์ตามที่บริษัทให้ข้อกำหนด ตรงกับความต้องการ คือ แผนผังสามารถช่วยให้ลูกค้าสามารถรู้พื้นที่การทำงานในแต่ละห้องได้จริง

กิตติกรรมประกาศ

ในการศึกษาและปฏิบัติงานฝึกงานที่บริษัท ฮับบ้า ไทยแลนด์ จำกัดในครั้งนี้ ทำให้ข้าพเจ้าได้เรียนรู้และได้รับประสบการณ์ต่างมากมาย การจัดทำรายงานฉบับนี้ สามารถสำเร็จได้เพราะได้รับความอนุเคราะห์และได้รับการสนับสนุนจากหลายฝ่าย ข้าพเจ้าต้องขอขอบคุณคุณคุณชาร์ล เจริญพันธ์และ คุณวิษณุ ปานเคย์ ที่ได้เปิดโอกาสในการรับนักศึกษาฝึกงานและให้ความรู้ คำแนะนำในการดำเนินงานและการวางตัวในสถานประกอบการ ให้คำปรึกษา ความคิดเห็นในการจัดทำรายงานฉบับนี้ ตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงาน

ขอขอบคุณสถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น ที่เปิดโอกาสให้นักศึกษาได้ฝึกงานเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติงานจริงในสถานประกอบการ ขอขอบคุณอาจารย์อภิชญา นิ่มคุ้มภัยอาจารย์ที่ปรึกษาที่กรุณาช่วยให้คำปรึกษาในการจัดทำรายงาน และช่วยตรวจสอบ แก้ไข พร้อมทั้งเสนอแนวทางในการแก้ไขแก่ข้าพเจ้า จนทำให้ข้าพเจ้าสามารถปฏิบัติงานสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

พริมา เถาจันทร์

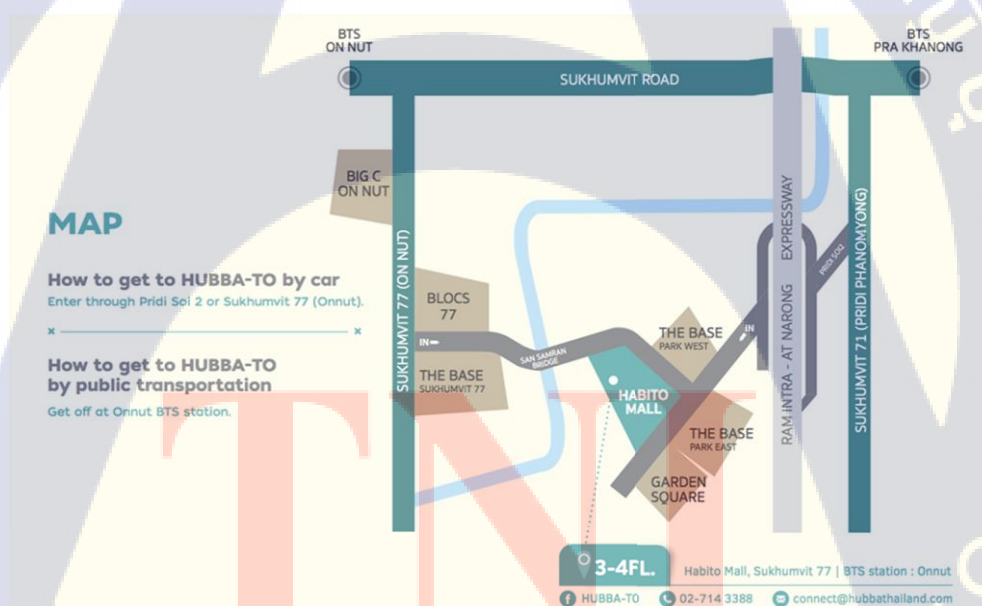
ผู้จัดทำ

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ

ชื่อสถานประกอบการ	:	บริษัท ฮับบาไทยแลนด์ จำกัด
ที่ตั้งของสถานประกอบการ	:	ห้อง 307 ชั้น 3 ศูนย์การค้า ฮาบีโต เลขที่ 1 ซอยริม คลองพระโขนง, พระโขนงเหนือ, วัฒนา กรุงเทพฯ 10110
โทรศัพท์	:	+662 714 3388
E-mail	:	connect@hubbathailand.com
Website	:	connect@hubbathailand.com



ภาพที่ 1.1 แผนที่ตั้ง บริษัท HUBBA TO สาขาอ่อนนุช

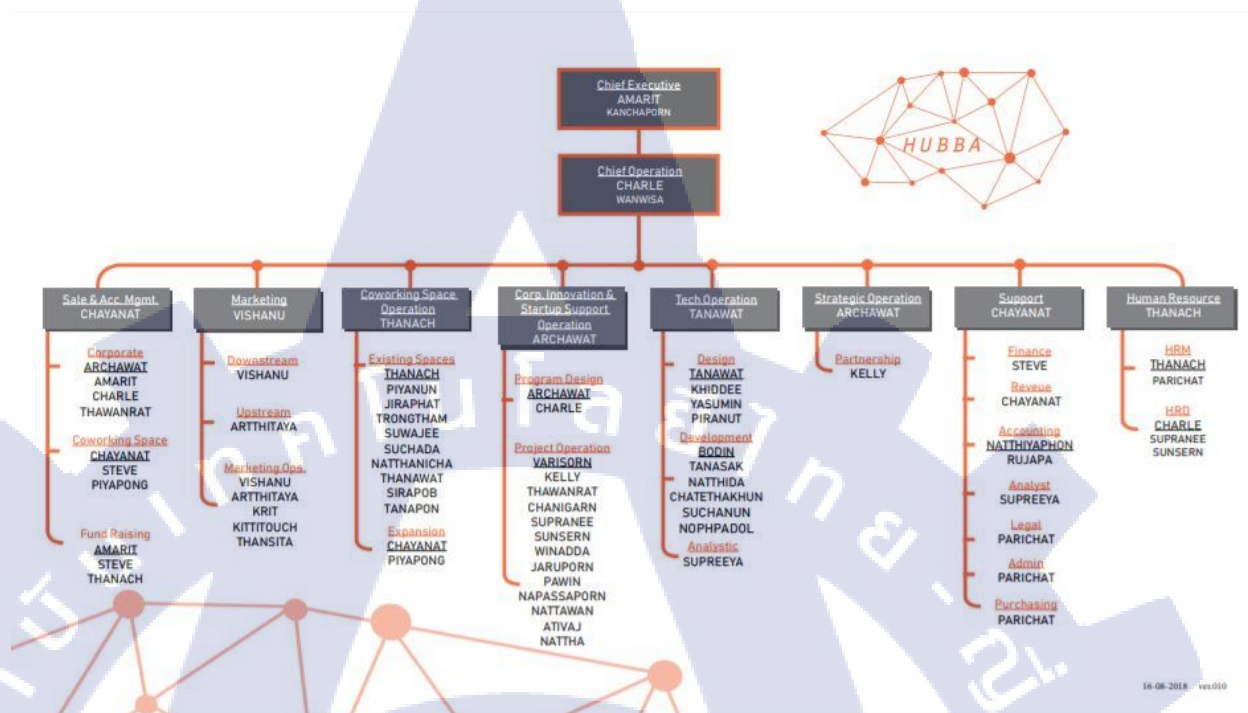
1.2 ลักษณะธุรกิจของสถานประกอบการ หรือการให้บริการหลักขององค์กร

บริษัท ฮับบาไทยแลนด์ จำกัด ก่อตั้งโดยคุณएम-อมฤต เจริญพันธ์และคุณชาร์ล เจริญพันธ์ เป็น co-working space ที่แรกในประเทศไทย มีจุดเริ่มต้นเมื่อปี 2011 และเติบโตมาเรื่อยๆ จนถึงปัจจุบัน ฮับบาเป็นที่ที่คนสามารถมานั่งทำงาน แชร์ไอเดียกันได้เต็มที่ มีการสื่อสารกันทำให้เกิดเป็นชุมชนซึ่งขยายใหญ่ขึ้นเรื่อยๆ จนปัจจุบันมีจำนวนสมาชิกมากกว่า 12,000 คน ในแต่ละสาขามีการตกแต่งคนละสไตล์ทำให้การนั่งทำงานในแต่ละที่จะได้อารมณ์ความรู้สึกที่ต่างกันแต่สิ่งเหมือนกันก็คือในทุกสาขาของฮับบามีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบครันเหมาะกับทั้ง corporate ใหญ่ๆ ที่มาเช่าห้องประชุม หรือจะเป็นฟรีแลนซ์ที่ทำงานคนเดียว ซึ่งเป็นจุดเด่นที่ทำให้ฮับบามีคนแวะเวียนเข้ามาอย่างไม่ขาดสาย แต่สิ่งหนึ่งที่แตกต่างจาก co-working space อื่นในประเทศไทยก็คือเป็นที่แรกที่ corporate ใหญ่ๆ และ investor มาลงทุนด้วยในฐานะที่เป็น startup และเป็นผู้สร้างระบบนิเวศน์ของ startup ในไทย มีอีเวนต์ต่างๆ ที่จัดขึ้นเพื่อผลักดัน startup ไทยให้โตขึ้น



ภาพที่ 1.2 ด้านหน้า บริษัท HUBBA สาขาเอกมัย

1.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารองค์กร



ภาพที่ 1.3 รูปแบบการจัดองค์กรและบริหารองค์กร

1.4 ตำแหน่งและหน้าที่งานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

ตำแหน่งงานที่ได้รับมอบหมายหลัก คือ กราฟฟิกและตัดต่อวิดีโอ โดยหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย จะเป็นการทำ Art work วิดีโอ โปรโมทบน Facebook ในรูปแบบของกราฟฟิกและวิดีโอ

1.5 พนักงานที่ปรึกษา และ ตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา

พนักงานที่ปรึกษา : คุณวิญญู ปานเดช

ตำแหน่ง : Head of Marketing

1.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน

ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานสหกิจศึกษาประมาณ 4 เดือน นับตั้งแต่วันที่ 4 มิ.ย. 2561 - 28 ก.ย. 2561

1.7 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

เนื่องจาก ลูกค้าไม่เข้าใจว่า ภายใน HUBBA มีลักษณะเป็นอย่างไร เป็นรูปแบบไหน มีพื้นที่ในการทำงานอะไรบ้าง สามารถทำอะไรได้บ้าง จึงนำเสนอในรูปแบบ video prosention เพื่อให้ลูกค้ามองเห็นภาพง่ายขึ้น และสร้างฐานลูกค้าใหม่ๆทั้งคนไทยและต่างชาติ อีกทั้งโปรโมทสาขาใหม่ของHUBBA ที่เกิดขึ้นในปีนี้

1.8 วัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายของโครงการ

1. เพื่อให้ลูกค้ารู้ตำแหน่ง สัดส่วน และการใช้ของพื้นที่ในHUBBA
2. เพื่อให้ลูกค้าเห็นความแตกต่างของพื้นที่แต่ละสาขา
3. เพื่อให้ลูกค้าเข้าใจพื้นที่การทำงานของบริษัทง่ายขึ้น

1.9 ผลที่คาดว่าจะได้รับการปฏิบัติงานหรือโครงการที่ได้รับมอบหมาย

- ลูกค้าสามารถเห็นความแตกต่างของพื้นที่แต่ละสาขาได้อย่างชัดเจน
- บริษัทสามารถนำไปใช้ประโยชน์ทางการตลาด
- เป็นสื่อการแนะนำรูปแบบใหม่ให้แก่บริษัท
- นักศึกษาได้เรียนรู้ทักษะที่จำเป็นเพื่อให้เกิดความชำนาญในสายงานมากขึ้น

- นักศึกษามีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย
- นักศึกษาได้ใช้ความรู้จากการศึกษาในการทำงานจริง

1.10 นิยามศัพท์เฉพาะ

วิดีโอ มัลติมีเดียที่สามารถแสดงภาพเคลื่อนไหวพร้อมเสียงบรรยายได้ การนำ เสนอวิดีโอมีหลายรูปแบบ เช่น วิดีโอเพื่อ การศึกษา วิดีโอ เพื่อความบันเทิง ประโยชน์ ของวิดีโอมีมากมาย นอกจากให้ความรู้ ให้ ความบันเทิง ยังสามารถ สร้างรายได้ให้กับผู้ ใช้งาน เช่น วิดีโอนำเสนอสินค้า ผลิตภัณฑ์ ต่างๆ เป็นต้น

การตัดต่อ หมายถึง การลำดับภาพหลายภาพมาประกอบกัน โดยเรียงร้อยตามสคริป ไม่ให้ภาพขัดกับความรู้สึก หรือมีเหตุการณ์ซ้ำซ้อนกัน จากนั้นใช้เทคนิคการตัดต่อ ให้ภาพและเสียงมีความสัมพันธ์ต่อเนื่องกัน โดยรักษาคุณภาพของภาพและเสียงให้กลมกลืนกัน

Co-working space คือ พื้นที่ที่ใช้ทำงานร่วมกันและใช้ทรัพยากรต่างๆในการทำงานร่วมกัน

TNI

บทที่ 2

ทฤษฎีและเทคโนโลยีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการทำงาน

2.1.1 แล็ปท็อป (Laptop)

แล็ปท็อปคอมพิวเตอร์ หรือเรียกย่อว่า แล็ปท็อป หรือ โน้ตบุ๊กคอมพิวเตอร์ เป็นเครื่องคอมพิวเตอร์ ที่ถูกออกแบบมาให้มีขนาดเล็ก สามารถขนย้ายหรือพกพาได้สะดวก โดยปกติจะมีน้ำหนักอยู่ที่ประมาณ 1-3 กิโลกรัม

การทำงานของแล็ปท็อปจะใช้พลังงานไฟฟ้าจากแบตเตอรี่และในขณะเดียวกันก็ยังสามารถใช้พลังงานไฟฟ้าได้โดยตรงจากการเสียบปลั๊กไฟประสิทธิภาพของแล็ปท็อปโดยทั่วไปนั้น เทียบเท่ากับคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะแบบปกติในขณะที่ราคาของแล็ปท็อปจะสูงกว่าโดยส่วนที่จะแตกต่างกับคอมพิวเตอร์ทั่วไปคือ จอภาพจะเป็นลักษณะจอแอลซีดี และจะมีทัชแพดที่ใช้สำหรับควบคุมการทำงานของลูกศรบริเวณหน้าจอ



ภาพที่ 2.1 คอมพิวเตอร์แบบพกพา

2.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคลังข้อมูล

2.2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการโฆษณา

ความหมายของโฆษณา

คือ การเผยแพร่หนังสือออกไปยังสาธารณะชน การป่าวประกาศ เช่น การโฆษณาสินค้า พจนานุกรมสแตนดาร์ด ได้ให้ความหมายของการโฆษณาไว้ว่า “การโฆษณา คือ ระบบ หรือวิธีการ ในการดึงดูดความสนใจจากประชาชน ด้วยการให้เข้ามามีส่วนร่วมในเหตุการณ์ หรือดึงดูดให้ สนใจที่จะซื้อสินค้าและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ”

มีการให้ความหมายไว้ว่า การโฆษณา หมายถึง รูปแบบ การส่งเสริมที่ผ่านสื่อโฆษณาที่มีใช้ ตัวบุคคล (Non personal promotion) และต้องชำระเงินค่า โฆษณาโดยอุปถัมภ์ (Sponsor) ซึ่งการ โฆษณานี้มีความหมายที่แตกต่างกันไปจากการส่งเสริมในรูปแบบอื่น ๆ เช่น การขายโดยพนักงาน ขาย (Personal selling) และการส่งเสริมการจำหน่าย (Sales promotion) เป็นต้น

นิยามที่ว่าด้วยการโฆษณานั้น คือ โฆษณาเป็นเครื่องมือสื่อสารในกระบวนการตลาด เป็น วิธีการส่งข้อความจากผู้อุปถัมภ์ผ่านช่องทางการสื่อสารที่เป็นทางการไปยังกลุ่มเป้าหมายที่ คาดหวัง

ลักษณะของการโฆษณา (Characteristics of Advertising)

1. มีการจ่ายเงิน โดยเจ้าของผลิตภัณฑ์ (Paid by and Advertiser/A Client) คือ ผู้ที่เป็น เจ้าของผลิตภัณฑ์ เช่น Sony จ่ายให้กับบริษัทโฆษณา เช่น TBWA
2. เป็นการเข้าถึงมวลชน (Mass Media) คือ เข้าถึงกลุ่มคนจำนวนมากซึ่งอาจเป็นหรือไม่ เป็นกลุ่มเป้าหมายของบริษัท เช่น โฆษณาทางโทรทัศน์ วิทยุ ป้ายโฆษณา บิลบอร์ด
3. มีจุดมุ่งหมายหลักเพื่อต้องการชักจูงกลุ่มเป้าหมาย (Aimed to Persuade) ลึก ๆ แล้ว การ โฆษณามีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการตัดสินใจซื้อ เช่น การโฆษณาเพื่อ ส่งเสริมการขายของผลิตภัณฑ์ที่มีการจำกัดระยะเวลาการส่งเสริมขึ้นช่วงชิงโชค
4. เป็นการสื่อสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และภาพลักษณ์องค์กร (Conveys the Message About A company's Products and Image) โฆษณาเป็นเครื่องมือหนึ่งที่ช่วยให้ประชาชนทั่วไป และ กลุ่มเป้าหมายทราบข้อมูลสินค้าใหม่ ๆ ย้ำเตือนความจำ และทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีได้

บทบาทของการโฆษณา (Advertising Roles)

การโฆษณานั้นมีบทบาทสำคัญในการเป็นเครื่องมือสื่อสารเพื่อขายสินค้าให้กับเจ้าของสินค้า ซึ่งการโฆษณาแต่ละครั้งนั้น การโฆษณานั้นมีบทบาทในการสื่อสารหนึ่งหรือมากกว่า ดังนี้

1. การสร้างการตระหนักรู้ (Creating Awareness) ในการโฆษณาแต่ละครั้ง เป้าหมายไม่ว่าจะโดยตรงหรือโดยอ้อมของเจ้าของสินค้านั้น
2. การให้ข้อมูล (Providing Information) โดยปกติแล้วเจ้าของสินค้าจะอาศัยการโฆษณาเป็นช่องทางหนึ่งในการให้ข้อมูลแก่กลุ่มเป้าหมายข้อมูลดังกล่าวอาจจะเป็นคุณสมบัติของสินค้า ราคาสินค้า สถานที่จัดจำหน่าย การลดแลกแจกแถม ข้อมูลบริษัท ฯลฯ ที่จะเป็นประโยชน์ในการประกอบการตัดสินใจซื้อของกลุ่มเป้าหมาย
3. การสร้างภาพลักษณ์ (Image Building) การโฆษณาสามารถสร้างภาพลักษณ์ให้กับแบรนด์หนึ่ง ๆ ได้เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายจะเชื่อมโยงสิ่งต่าง ๆ ที่เห็นในการโฆษณาเข้ากับแบรนด์โดยไม่รู้ตัว
4. การย้ำเตือน (Reminding) บทบาทสำคัญอีกประการหนึ่งของการโฆษณา คือ การย้ำเตือน โดยทั่วไปเป็นการย้ำเตือนแบรนด์เพื่อไม่ให้กลุ่มเป้าหมายลืมแบรนด์ดังกล่าว เมื่อถึงเวลาที่ต้องตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าประเภทนั้น ๆ
5. การโน้มน้าวจิตใจ (To Persuade) โฆษณามีหน้าที่โน้มน้าวให้กลุ่มเป้าหมายเชื่อว่าสินค้านั้น ๆ มีประสิทธิภาพดี และส่วนใหญ่พยายามโน้มน้าวให้เชื่อว่าดีกว่าสินค้าแบรนด์คู่แข่ง บทบาทหน้าที่เจ้าของสินค้า และนักโฆษณาคาดหวังที่สุด คือ ความสามารถของโฆษณาที่สามารถโน้มน้าวใจให้กลุ่มเป้าหมายเลือกใช้สินค้า

หน้าที่ของการโฆษณา

1. หน้าที่ทางการตลาด (Marketing function) กล่าวคือ ทำหน้าที่เป็นหนึ่งในส่วนประกอบการตลาด ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาดทั้งสี่ เครื่องมือนี้ใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าอันจะนำไปสู่การสร้างยอดขาย และกำไรในที่สุด
2. หน้าที่การติดต่อสื่อสาร (Communication function) การโฆษณาถือเป็นการติดต่อข่าวสารเกี่ยวกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเพื่อแจ้งข่าวสารเพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการหรือเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีให้กับกลุ่มเป้าหมาย
3. หน้าที่ให้ความรู้ (Education function) การโฆษณาถือเป็นการให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์ และทำให้ทราบว่าผลิตภัณฑ์ทำให้คุณภาพชีวิตของมนุษย์ดีขึ้น

4. หน้าที่ด้านเศรษฐกิจ (Education function) จากการที่บุคคลรู้จักผลิตภัณฑ์ เนื่องมาจากการโฆษณาซึ่งทำให้เกิดการซื้อผลิตภัณฑ์นั้น จึงเท่ากับการโฆษณาเป็นตัวสร้างยอดขาย และทำให้รัฐกิจดำเนินไปด้วยดี ทำให้เกิดการขยายตัวด้านการลงทุน เป็นผลทำให้เกิดการสร้างอันเป็นผลทำให้ระบบเศรษฐกิจโดยรวมดีขึ้น

5. หน้าที่ด้านสังคม (Social function) การโฆษณาเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยปรับปรุงมาตรฐานการดำเนินชีวิตของประชาชนในประเทศใดประเทศหนึ่ง และทั่วโลก การเผยแพร่ข่าวสารการโฆษณาจะมีผลกระทบต่อการพัฒนาด้านสังคม และวัฒนธรรม การโฆษณาไม่ใช่แค่มุ่งที่การขาย สินค้าเท่านั้น มีการโฆษณาจำนวนมากที่เป็นการโฆษณาที่ต้องคำนึงถึงภาวะความรับผิดชอบต่อธุรกิจที่มีต่อสังคม และมวลมนุษยชาติ

การติดตามการเคลื่อนไหว (Tracking) ผู้โฆษณาสามารถติดตามการตอบรับการโฆษณา ได้ว่า มีการตอบรับเป็นจำนวนเท่าใด โดยสามารถดูได้จากจำนวนครั้งที่ป้ายโฆษณาถูกคลิก นั่นคือ ดูจากจำนวน Click through และสามารถดูจากจำนวนครั้งที่แบนเนอร์โฆษณาถูกแสดง คือ ค่า Impression ซึ่งในกรณีหลังนั้นทำได้ค่อนข้างยาก หากเป็นโฆษณาผ่าน Billboard สิ่งพิมพ์ หรือสื่อทางโทรทัศน์

ความยืดหยุ่น และการนำเสนอข้อมูล (Deliverability and Flexibility) การโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต ยังสามารถปรับปรุง เปลี่ยนแปลง หรือยกเลิกได้ตลอดเวลา ผู้โฆษณา (Advertiser) สามารถติดตามผลการโฆษณาได้ตลอดเวลาทุกวัน ถ้าเป็นในสัปดาห์แรกการตอบรับโฆษณามีน้อยก็อาจเปลี่ยนเป็นโฆษณาในสัปดาห์ที่สองก็ได้ ซึ่งสิ่งนี้เป็นข้อแตกต่างที่เห็นได้ชัด เมื่อเทียบกับโฆษณาทางสิ่งพิมพ์ที่ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงโฆษณาจนกว่าจะมีการตีพิมพ์ครั้งใหม่ออกมา หรือในกรณีของโทรทัศน์ที่มีค่าใช้จ่ายในการโฆษณาค่อนข้างสูงก็จะทำให้ไม่สามารถที่จะเปลี่ยนแปลงโฆษณาได้บ่อย

2.2.2 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

ในกระบวนการสื่อสารองค์ประกอบที่สำคัญที่เกี่ยวข้องที่ต้องคำนึงถึงเสมอคือผู้รับสาร เพราะผู้รับสารเป็นผู้กำหนดความสำเร็จ หรือความล้มเหลวของการสื่อสาร ดังนั้นผู้ส่งสารจะต้องทำการวิเคราะห์ลักษณะของผู้รับสารเพื่อที่จะได้ทำการสื่อสารเนื้อหาสาระให้สอดคล้องกับลักษณะของกลุ่มเป้าหมายหรือผู้บริโภคโดยการจำแนกผู้รับสารออกเป็นกลุ่มๆตามลักษณะทาง

ประชากรศาสตร์ (Demographic characteristics) ได้แก่ อายุ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ เป็นต้น เป็นสิ่งที่ทำให้ผู้บริโภคมีความแตกต่างที่จะส่งผลถึงการสื่อสาร ดังนี้

1. อายุ (Age) เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้บุคคลมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิด และพฤติกรรม โดยทั่วไปแล้วคนที่มีอายุน้อยกว่ามักจะมีความคิดเสรีนิยม ใจร้อน และมองโลกในแง่ดีมากกว่า คนที่มีอายุมากกว่า ในขณะที่คนที่มีความอายุมากกว่า มักเป็นคนที่ยึดการปฏิบัติมากกว่า มีความระมัดระวัง และมองโลกในแง่ร้าย สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากคนที่มีอายุมากมีประสบการณ์มีความผูกพัน และมีประโยชน์ในสังคมมากกว่าผู้ที่มีอายุน้อย

2. เพศ (Sex) เพศชาย และเพศหญิงมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องของความคิด ค่านิยม และทัศนคติทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมกับสังคมได้กำหนดบทบาท และกิจกรรมของคนทั้งสองเพศไว้แตกต่างกัน เพศหญิงมักเป็นคนที่ยืดหยุ่น ใจดี ถูกชักจูงได้ง่ายกว่าเพศชาย นอกจากนี้การวิจัยพบว่า ผู้หญิงมักเปลี่ยนทัศนคติของตนหรือชักจูงได้ง่ายกว่าผู้ชาย และผู้ชายยังเป็นเพศที่ใช้เหตุผลมากกว่า

3. การศึกษา (Education) การศึกษาเป็นตัวแปรที่สำคัญมากที่มีผลต่อประสิทธิภาพทางการสื่อสารของผู้รับสาร คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดี เนื่องจากคนเหล่านี้มีความรู้กว้างขวางในหลายเรื่อง มีความเข้าใจศัพท์มาก และสามารถเข้าใจสารได้ดีแต่ คนเหล่านี้มักไม่เชื่ออะไรง่าย ๆ ดังนั้น สารที่ไม่มีเหตุผลสนับสนุนอย่างเพียงพอมักจะถูกโต้แย้งจากคนเหล่านี้ จึงพบว่าโดยทั่วไปแล้วคนที่มีการศึกษาสูงมักใช้สื่อมวลชนมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย

ข้อควรคำนึงประการหนึ่งในการวิเคราะห์การศึกษาของผู้รับสารก็คือเราจะต้องไม่วิเคราะห์ความรู้ของผู้รับสารโดยเฉพาะพื้นฐานการศึกษาที่ได้จากสถาบันการศึกษาของผู้รับสารเท่านั้น เพราะการแสวงหาความรู้ยังสามารถกระทำได้ด้วยตนเอง และตลอดชีวิตจากแหล่งอื่น ๆ นอกเหนือจากสถาบันการศึกษา เช่น จากสื่อมวลชน จากตำราต่าง ๆ เป็นต้น นอกจากนั้น การขาดโอกาสในการได้ใช้ความรู้ก็เป็นสิ่งที่สามารถทำให้ความรู้ความสามารถของคนลดลงได้

4. ฐานะทางสังคมเศรษฐกิจ (Social And Economic Status) ฐานะทางเศรษฐกิจ ได้แก่ อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัวเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคล

5. รายได้ (Income) โดยรายได้เป็นตัวแปรที่มีบทบาทใกล้เคียงกับตัวแปรด้านการศึกษา

และมีความสัมพันธ์ระหว่างกันสูงโดยเฉลี่ยแล้วบุคคลที่มีการศึกษาสูงจะมีรายได้สูงตามไปด้วย ส่วนคนที่มีการศึกษาน้อยก็มักจะมีรายได้ต่ำถึงปานกลางโดยผู้ที่มีการรายได้สูงมักมีโอกาสเปิดรับ สื่อ อินเทอร์เน็ตมากกว่าคนที่มีการรายได้ต่ำจากแนวคิดนี้พบว่าการศึกษาถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ จะเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ช่วยให้ผู้ศึกษาเกิดความรู้และความเข้าใจถึงสภาพภูมิหลังไปถึงความแตกต่าง ในด้านต่าง ๆ ของผู้บริโภค อันมีผลต่อพฤติกรรม的开รับสารที่แตกต่างกัน โดยปัจจัยดังกล่าวจะเป็นส่วนหนึ่งในการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีต่อทัศนคติ ต่อแผนป้ายโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภค

2.2.3 แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องการให้ความสนใจ

ความสนใจเป็นขั้นตอนแรกที่ยอมรับสารของผู้ซึ่งก่อนที่ผู้รับสารจะรับสารนั้นต้องอาศัย องค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ คือ การปรับร่างกาย และอวัยวะรับรู้การมีสติ จิตสำนึกที่ปลอดโปร่ง เติ่นชัด ความพร้อมที่จะเกิดปฏิกิริยาตอบ หรือพฤติกรรมตอบโต้รอบ ๆ มากกว่าที่เราคิดว่าเราได้ยิน และสัมผัสกับสิ่งต่าง ๆ รอบตัวเรามากกว่าที่เราคิดว่าเราสัมผัสได้ ฯลฯ ฉะนั้นเราต้องเลือกว่าเราจะรับรู้สิ่งใดบ้าง

เพราะเราไม่สามารถจะรับรู้สิ่งต่าง ๆ ทั้งหมดรอบตัวเราได้ความสนใจจึงช่วยทำให้เรา มุ่งเน้นกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือกลุ่มหนึ่งมากกว่าที่เราจะรับรู้ได้ในแต่ละช่วงเวลานั้น ความสนใจเป็น กระบวนการทางจิตที่ซับซ้อนมากอาจถือได้ว่าเป็นกระบวนการปรับตัวของประสาทรับรู้

ความสนใจแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ความสนใจหลัก (Focal attention) คือ ความสนใจที่เราให้กับสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยตรง เช่น เมื่อคุยกับใครเราก็จะมุ่งความสนใจกับคนที่เรากำลังคุยด้วยการค้นหาข้อมูลในอินเทอร์เน็ตเพื่อ ต้องการ ข้อมูลที่เราสนใจ
2. ความสนใจรอบนอก (Peripheral or marginal attention) คือ ความสนใจที่เราให้กับสิ่ง ใดสิ่งหนึ่งน้อยกว่าความสนใจหลัก เช่น ขณะเดินคุยกับเพื่อนความสนใจหลัก คือ การพูดคุยกัน ส่วนความสนใจรอง คือ การมองผู้คนและรถที่ผ่านไป หรือเห็นป้ายโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตที่เรา กำลังชมอยู่เราจะสังเกตว่าข่าวสารต่าง ๆ จำนวนมากที่เราใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันนั้น เราได้ รับมาทีละน้อยโดยรู้บ้างไม่รู้บ้าง ในการสื่อสารกับบุคคลอื่นนั้น อาจเป็นไปได้โดยความสนใจได้อย่าง มีประสิทธิภาพก็จะเป็นประโยชน์ต่อการสื่อสารนั้น ๆ อย่างยิ่ง ดังนั้นยิ่งสารมีความน่าสนใจมาก

เพียงไรโอกาสที่ผู้รับสารจะให้ความสนใจสารนั้นก็ยิ่งมากขึ้น โดยทั่วไปคนเรามักให้ความสนใจหรือถูกกระตุ้นให้เกิดความสนใจด้วยสิ่งต่อไปนี้ คือ

1. ลักษณะของตัวกระตุ้นไม่ว่าจะเป็นวัตถุหรือสิ่งของที่เป็นกายภาพ หรือตัวผู้สื่อสารเอง เช่น ขนาด รูปร่าง สีการเคลื่อนไหวความกระตือรือร้น

2. สารของตัวกระตุ้น

- เรื่องและเหตุการณ์ที่น่าสนใจ เช่น ใกล้ตัว ส่วนตัว ทันสมัย เป็นรูปธรรม เห็นภาพพจน์ มีความขัดแย้ง น่าสงสัยแปลกใหม่ หรืออารมณ์ขัน

- ภาษาที่ใช้ กระชับ รัดกุม มีชีวิต เร้าอารมณ์ หลากหลาย

3. วิธีการเสนอสารของตัวกระตุ้น เช่น การใช้ช่องทางการสื่อสารหลายช่องทางการแสดง กิริยา ท่าทางและการใช้ฉันทะภาษาต่าง ๆ การเน้น เป็นต้น ทั้งนี้มีสิ่งที่จะเป็นตัวช่วยเสริมหรือทำให้คนเกิดความสนใจมากขึ้นจนหลากหลายแหล่ง คือ

3.1 สังคม เช่น การคล้อยตามผู้อื่น แฟชั่น การยกย่องหรือต่อต้านการกระทำในสังคม ศิลธรรม

3.2 สภาวะทางจิต เช่น ความกลัว แรงจูงใจ คุณธรรม ความต้องการ

3.3 สภาวะแวดล้อมจากภายนอก เช่น เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นก่อนหน้าการจัดสถานที่ เป็นต้น

ดังนั้น จากแนวคิดเรื่องการให้ความสนใจทำให้พบว่า ป้ายโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตได้รับการเปิดรับได้โดยความสนใจของผู้เปิดรับสารเป็นหลักเพราะผู้เปิดรับมีสิทธิ์ในการเลือกคลิกหรือไม่คลิกก็ได้

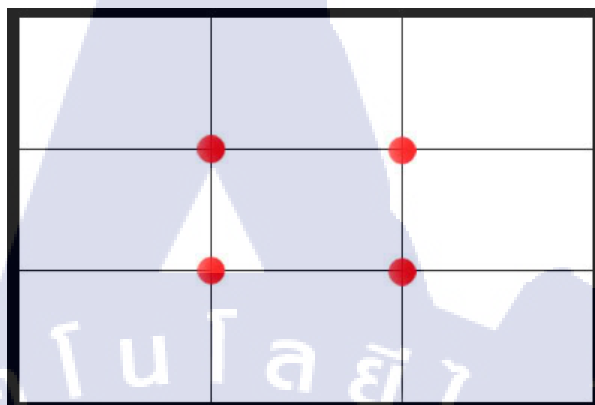
2.2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดองค์ประกอบภาพ

ทฤษฎีกฎสามส่วน (Rule of Third)

การจัดวางตำแหน่งหลักของภาพถ่าย เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สามารถทำให้เกิดผลทางด้านแนวความคิด และความรู้สึกได้ การวางตำแหน่งที่เหมาะสมของจุดสนใจในภาพ เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่สำคัญ และที่นิยมนกันโดยทั่วไป คือ กฎสามส่วน

กฎสามส่วนกล่าวไว้ว่า ไม่ว่าภาพจะอยู่แนวตั้งหรือแนวนอนก็ตาม หากแบ่งภาพนั้นออกเป็นสามส่วน ทั้งตามแนวตั้งและแนวนอนแล้วลากเส้นแบ่งภาพทั้งสามเส้น จะเกิดจุดตัดกันทั้งหมด 4 จุด ซึ่งจุดตัดของเส้นทั้งสี่นี้เป็นตำแหน่งที่เหมาะสมสำหรับการจัดวางวัตถุที่ต้องการเน้น

ให้เป็นจุดเด่นหลัก ส่วนรายละเอียดอื่น ๆ นั้น เป็นส่วนสำคัญที่รองลงมา การจัดวางตำแหน่งจุดเด่นหลักไม่จำเป็นจะต้องจำกัดมากนัก อาจถือเอาบริเวณใกล้เคียงทั้งสี่จุดนี้



ภาพที่ 2.2 รูปแบบของกฎสามส่วน (Rule of Third)

นอกจากนี้ยังสามารถใช้แนวเส้นแบ่ง 3 เส้นนี้ เป็นแนวในการจัดสัดส่วนภาพได้ อย่างการจัดวางเส้นขอบฟ้าให้อยู่ในแนวเส้น แบ่งโดยให้ส่วนพื้นดินและท้องฟ้าอยู่ในอัตราส่วน 3:1 หรือ 1:3 แต่ไม่ควรแบ่ง 1: 1



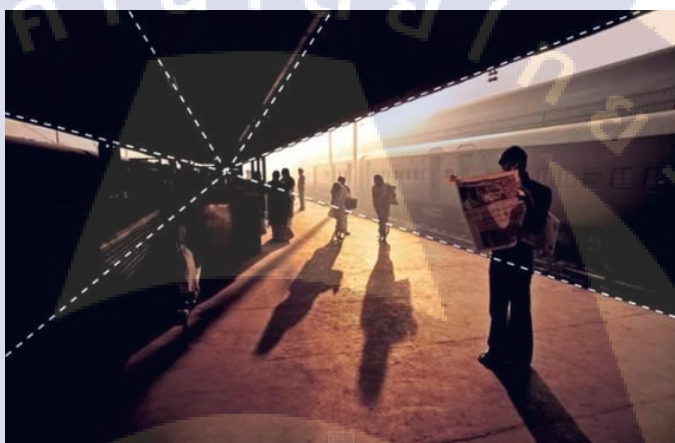
ภาพที่ 2.3 การจัดวางเส้นขอบฟ้าให้อยู่ในแนวเส้น

จากภาพที่ 2.3 การจัดวางเส้นขอบฟ้าให้อยู่ในแนวเส้น จะเห็นว่าอัตราส่วนระหว่างพื้นดินกับท้องฟ้าเป็น 1:3 นอกจากนี้ ตำแหน่งจุดสนใจยังอยู่ที่บริเวณจุดตัดทำให้ภาพดูสมบูรณ์ และ

น่าสนใจยิ่งขึ้นทั้งนี้ยังสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการจัดองค์ประกอบภาพอื่น ๆ โดยใช้หลักการเดียวกันได้ด้วย

ทฤษฎีเส้นนำสายตา

การใช้เส้นนำสายตาเป็นการสร้างมิติให้กับภาพได้วิธีหนึ่งที่สามารถใช้ถนน ทางเดินของแม่น้ำลำธาร รั้ว หรือแม้แต่อะไรก็ตามที่ดูแล้วเป็นเส้นนำสายตาผู้ชมเข้าไปสู่ในภาพ การทำเช่นนี้จะทำให้ภาพถ่ายเกิดมิติ มีความลึก ยิ่งถ้าวางแนวเส้นสายตาให้ไปสู่จุดสนใจในภาพได้ก็จะช่วยเสริมให้ภาพดูดีได้อีกทาง การใช้เส้นตรงจะทำให้เกิดความรู้สึกรวดเร็วและรุนแรง



ภาพที่ 2.4 รูปแบบของทฤษฎีเส้นนำสายตา

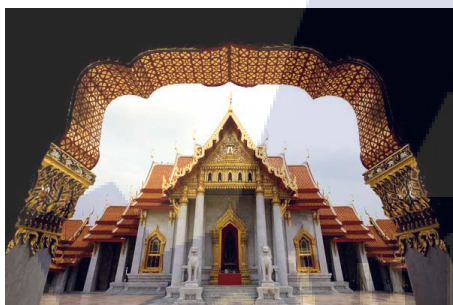
ทฤษฎีการให้กรอบภาพ

การถ่ายภาพแบบใส่กรอบ เป็นอีกหนึ่งวิธีในการสร้างความน่าสนใจให้กับภาพถ่าย ซึ่งเป็นที่นิยมอย่างมากสำหรับนักถ่ายภาพ

การใส่กรอบให้ภาพถ่าย คือ การใช้ประโยชน์จากองค์ประกอบของภาพ มาสร้างเป็นกรอบให้กับภาพเพื่อเป็นการลดช่องว่างของวัตถุ และยังช่วยให้ภาพเกิดความน่าสนใจ ทำให้ภาพที่ถ่ายเกิดความกระชับ

ในส่วนของการถ่ายก็คือ เมื่อเลือกที่จะใช้ส่วนใดเป็นกรอบได้แล้ว แค่วางตำแหน่งขององค์ประกอบภาพที่ต้องการให้เป็นจุดสนใจภายในกรอบนั้น ไม่จำเป็นว่าจะต้องวางจุดสนใจให้อยู่กลางภาพเสมอ ซึ่งการวางจะขึ้นอยู่กับกรอบและจุดสนใจของภาพ

ข้อควรระวังในการถ่ายภาพแบบไฮสเปคโตรให้กับการวัดแสงของกล้องจะสนใจเฉพาะจุดเด่นของภาพที่ต้องการถ่าย และโดยส่วนใหญ่แล้วภาพจุดเด่นมักจะมีสว่างมากกว่ากรอบภาพ ถ้าต้องการเก็บรายละเอียดของกรอบด้วยควรที่จะทำการชดเชยแสงไปทางบวก

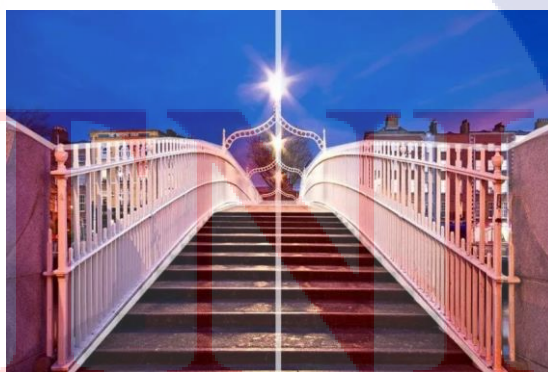


ภาพที่ 2.5 รูปแบบของทฤษฎีการให้กรอบภาพ

ทฤษฎีความสมดุล

ความสมดุลของภาพ (Balance) ในการถ่ายภาพนั้น สามารถวางองค์ประกอบภาพให้เกิดความสมดุลได้ 2 แบบด้วยกัน คือ

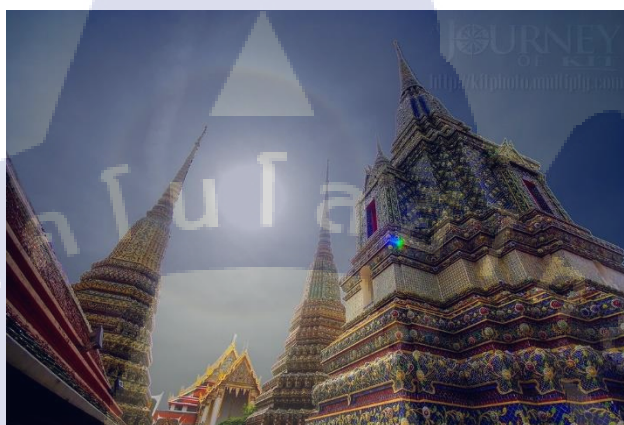
1. สมดุลแบบสมมาตร (Symmetrical Balance) หมายถึง “ ความสมดุลโดยองค์ประกอบภาพ ” ภาพลักษณะนี้จะดูเป็นทางการ สงบนิ่ง มีระเบียบแบบแผน



ภาพที่ 2.6 รูปแบบของทฤษฎีความสมดุล แบบสมมาตร

2. สมดุลแบบอสมมาตร (Asymmetrical Balance) หมายถึง เป็นลักษณะซึ่งเรียกว่า

“ สมดุลโดยความรู้สึก ” กล่าวคือ องค์ประกอบซ้ายหรือขวา บนหรือล่าง ไม่จำเป็นที่จะต้องเหมือนกัน ต้องมีขนาด ปริมาตร น้ำหนักเท่า ๆ กัน เพียงแต่เมื่อมองดูแล้วให้ความรู้สึกถึงความสมดุลภายในภาพ เช่น รู้สึกว่ามีการกลี่ยน้ำหนักซ้ายหรือขวาเท่า ๆ กัน ดังแสดงในภาพที่ 2.7 รูปแบบของทฤษฎีความสมดุล แบบอสมมาตร



ภาพที่ 2.7 รูปแบบของทฤษฎีความสมดุล แบบอสมมาตร

ทฤษฎีการวางฉากหลัง

ฉากหลังหมายถึงส่วนประกอบในภาพที่อยู่ด้านหลังของวัตถุหลักที่ถ่ายถือเป็นความละเอียดเพราะฉากหลังที่ดีควรจะเสริมให้วัตถุหลักในภาพดูโดดเด่น น่าสนใจขึ้น เช่น ฉากหลังที่มีโทนสีเรียบฉากหลังที่มีคู่สีตรงข้ามกับสีของวัตถุหลักหรืออาจจะเลือกฉากหลังที่มีเรื่องราวสอดคล้องอันจะส่งผลให้วัตถุหลักในภาพดูน่าสนใจมากขึ้น แต่ในทางตรงข้าม ถ้าเลือกฉากหลังไม่ดี เช่น ฉากหลังที่มีรบกวน หรือฝาผนังที่มีสีประอะเปื้อน อาจส่งผลให้ภาพลดความสวยงามลงไปได้เช่นกัน

ดังนั้น ไม่จำเป็นที่จะเป็นการถ่ายภาพคน สิ่งมีชีวิต วัตถุ ทิวทัศน์ ธรรมชาติต่าง ๆ ควรจัดภาพให้มีฉากหน้า และฉากหลังอย่างพอเหมาะ ซึ่งจะช่วยให้เกิดความงามในภาพถ่ายได้มากยิ่งขึ้น หากไม่รู้จักรักเลือกฉากหน้า และฉากหลังให้เหมาะสมอาจทำให้ความงามของภาพเสียไป ฉากหลัง พื้นหลังของภาพมีความสำคัญ หากเลือกที่น่าสนใจ กลมกลืน หรือช่วยให้สิ่งที่ต้องการ เน้นเด่นขึ้นมา

ควรเลือกฉากหลังที่กลมกลืน ไม่ทำให้จุดเด่นของภาพด้อยลง หรือมารบกวนทำให้ภาพนั้นขาดความงามไป



ภาพที่ 2.8 รูปแบบของทฤษฎีการวางฉากหลัง

2.2.5 แนวคิดเกี่ยวกับสีในการออกแบบ

สีกับการออกแบบ

ผู้สร้างสรรค์งานออกแบบจะเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับการใช้สีโดยตรง มัณฑนากรจึงคิดค้นสีขึ้นมาเพื่อใช้ในการตกแต่ง คน ออกแบบจากเวทีการแสดงจะคิดค้นสีเกี่ยวกับแสง จิตรกรก็จะคิดค้นสีขึ้นมาระบายให้เหมาะสมกับ ความคิด และจินตนาการ

สีที่ใช้สำหรับการออกแบบนั้น ถ้าหากจะใช้ให้เกิดความสวยงามตรงตามความต้องการ มีหลักในการใช้กว้าง ๆ อยู่ 2 ประการ คือ การใช้สีกลมกลืนกัน และการใช้สีตัดกัน ดังนี้

1. การใช้สีกลมกลืนกัน เป็นการใช้สีหรือน้ำหนักของสีให้ใกล้เคียงกัน หรือคล้ายคลึงกัน เช่น

- การใช้สีแบบเอกรงค์ เป็นการใช้สี ๆ เดียวที่มีน้ำหนักอ่อนไปจนถึงแก่หลายลำดับ
- การใช้สีข้างเคียง เป็นการใช้สีที่เคียงกัน 2-3 สี ในวงสี เช่น สีแดง สีส้มแดง และ

สีม่วงแดง

- การใช้สีใกล้เคียง เป็นการใช้สีที่อยู่เรียงกันในวงสีไม่เกิน 5 สี ตลอดจนการใช้สี
วรรณะร้อนและวรรณะเย็น

2. การใช้สีตัดกัน สีตัดกัน คือ สีที่อยู่ตรงข้ามกันในวงจรสี การใช้สีให้ตัดกันมีความจำ
เป็นมากในงานออกแบบ เพราะช่วยให้เกิดความน่าสนใจในทันทีที่พบเห็น สีตัดกันอย่างแท้จริงมี
อยู่ด้วยกัน 6 คู่สี คือ

- สีเหลือง ตรงข้ามกับ สีม่วง
- สีส้ม ตรงข้ามกับ สีน้ำเงิน
- สีแดง ตรงข้ามกับ สีเขียว
- สีเหลืองส้ม ตรงข้ามกับ สีม่วงน้ำเงิน
- สีส้มแดง ตรงข้ามกับ น้ำเงินเขียว
- สีม่วงแดง ตรงข้ามกับ สีเหลืองเขียว

การใช้สีตัดกัน ควรคำนึงถึงความเป็นเอกภาพด้วย วิธีการใช้จึงมีหลายวิธี เช่น

1. ใช้สีให้มีปริมาณต่างกัน เช่น ใช้สีแดง 20 % สีเขียว 80 %
2. ใช้เนื้อสีผสมในกันและกัน หรือใช้สีหนึ่งสีใดผสมกับสีคู่ที่ตัดกัน ด้วยปริมาณ
เล็กน้อย
3. รวมทั้งการเอาสีที่ตัดกันมาทำให้เป็นลวดลายเล็ก ๆ สลับกัน

ในงานออกแบบหากรู้จักใช้สีให้มีสภาพโดยรวมเป็นวรรณะร้อน หรือวรรณะเย็น จะ
สามารถควบคุม และสร้างสรรค์ภาพให้เกิดความประสานกลมกลืนได้ง่ายขึ้น เพราะสีมีอิทธิพลต่อ
มวล ปริมาตร และช่องว่าง สีมีผลต่อการออกแบบ ดังนี้

1. สร้างความรู้สึก สีให้ความรู้สึกต่อผู้พบเห็นแตกต่างกันไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์
และภูมิหลังของแต่ละคน สีบางสีสามารถรักษาบำบัดโรคจิตบางชนิดได้ การใช้สีภายใน หรือ
ภายนอกอาคารจะมีผลต่อการสัมผัส และสร้างบรรยากาศได้
2. สร้างความน่าสนใจ สีมีอิทธิพลต่องานศิลปะการออกแบบ จะช่วยสร้างความ
ประทับใจ และความน่าสนใจเป็นอันดับแรกที่พบเห็น
3. สีบอกสัญลักษณ์ของวัตถุ ซึ่งเกิดจากประสบการณ์ หรือภูมิหลัง เช่น สีแดงสัญลักษณ์
ของไฟ หรืออันตราย สีเขียวสัญลักษณ์แทนพืช หรือความปลอดภัย เป็นต้น

4. สีช่วยให้เกิดการรับรู้ และจดจำงานศิลปะการออกแบบต้องการให้ผู้พบเห็นเกิดการจดจำ ในรูปแบบ และผลงาน หรือเกิดความรู้สึกประทับใจ การใช้สีจะต้องสะดุดตา และมีเอกภาพ

องค์ประกอบของสีในงานออกแบบ

1. เนื้อสี (Hue) คือ ความแตกต่างของสีบริสุทธิ์แต่ละสี ซึ่งจะเรียกเป็นชื่อสี เช่น สีแดง สีน้ำตาล สีม่วง เป็นต้น โดยแบ่งเนื้อสีออกเป็น 2 ชนิด ได้แก่

- สีของแสง (Coloured Light) สีของแสง คือ ความแตกต่างสั้นยาวของคลื่นแสงที่มองเห็น เริ่มจากสีม่วงไปสีแดง

- สีของสาร (Coloured Pigment) สีของสาร คือ สีที่มองเห็นบนวัตถุต่าง ๆ ซึ่งเกิดจากการดูดซึมและสะท้อน ของความยาวคลื่นแสง จากการที่มองเห็นสีของสารต่าง ๆ จึงค้นพบว่า มีสีอยู่ 3 สี ที่เป็นต้นกำเนิดของสีอื่น ๆ ที่ไม่สามารถสร้าง หรือผสมให้เกิดจากสีอื่นได้ เรียกกันว่า "แม่สี " ได้แก่ แดง, เหลือง, น้ำเงิน การผสมสี 2 รูปแบบ คือ

1.1 การผสมสีแบบบวก (Additive Color Mixing) เป็นการผสมสีของ "แสง" แสงสีขาวที่เห็นทั่วไปนั้นประกอบด้วยแสงที่มีความยาวคลื่นต่าง ๆ กันซ้อนทับรวมตัวกันเกิดเป็นสีสันต่าง ๆ จึงเรียกว่า "สีแบบบวก" โดยมีแม่สีพื้นฐาน คือ สีแดง สีเขียว และสีน้ำเงิน (Red Green and Blue) เมื่อสามสีนี้ผสมกันจะได้สีขาว หลักการนี้นำไปใช้กับการมองเห็นสีที่เกิดจากการผสมกันของแสง เช่น จอมอนิเตอร์ จอโทรทัศน์ ที่เรียกว่า RGB Mode

1.2 การผสมสีแบบลบ (Subtractive Color Mixing) เป็นสีที่เกิดจากการดูดกลืนแสงสะท้อนจากวัตถุ คือ เมื่อมีลำแสงสีขาว ตกกระทบวัตถุสีต่าง ๆ คลื่นแสงบางส่วนจะถูกดูดกลืนไว้ และสะท้อนเพียงบางสีออกมาจึงเป็นที่มาของชื่อ "สีแบบลบ" มีแม่สี คือ สีฟ้าแกมเขียว (Cyan) สีม่วงแดง (Magenta) และสีเหลือง (Yellow) เมื่อสามสีผสมกันจะเป็นสีดำ เพราะแสงถูกดูดกลืนไว้หมด ไม่มีสีแสงสะท้อนมาเข้าตาจึงไม่เกิดสีตาจึงเห็นเป็นสีดำ หลักการนี้ได้นำไปใช้กับการผสมสีเพื่อใช้ในการพิมพ์ โดยใช้แม่สีแต่เพิ่มสีดำขึ้นมาอีกสีหนึ่งผสมกันเป็นโทนต่าง ๆ โดยใช้เม็ดสกรีนทำให้ได้ภาพสีสันสมจริง ดังนั้น หากต้องทำงานเกี่ยวกับสิ่งพิมพ์ต้องเตรียมภาพด้วยระบบสีนี้ ในโปรแกรมเรียกว่า CMYK Mode

การเลือกสีมาใช้งาน

การเลือกใช้สีสามารถแบ่งออกตามคุณสมบัติของสี ได้แก่

1. การเลือกเนื้อสี (Choose Hue) ในการเลือกเนื้อสีมาใช้งานจะเลือกจาก

- ความหมายของเนื้อสีแต่ละสีที่มี

- เลือกเนื้อหาที่อยู่ด้วยกันแล้วดูดี เหมาะสม หรือเลือกสีในโครงสร้างสี

สีและความหมาย (Color Meaning) องค์ประกอบสียังมีความสัมพันธ์ที่เด่นอีกอย่างหนึ่ง คือ การมีความหมายในตัวเอง ซึ่งความหมายเหล่านี้ใช้การอ้างอิงจากประสบการณ์ในการเห็นสีนั้นของสิ่งของต่าง ๆ เช่น สีเงินจากอะลูมิเนียม เป็นต้น หรือบางสีที่ถือกันว่ามีความหมายนั้น โดยหาหลักฐานอ้างอิงไม่ได้ก็มี ความหมายของสีนั้นจึงไม่ใช่หลักตายตัว สามารถเปลี่ยนแปลงความหมายได้ตามกาลเวลาที่ผ่านไปแต่ก็ควรที่จะรู้ความหมายของสีหลัก ๆ ซึ่งเป็นความหมายที่คนทั่วไปเข้าใจตรงกัน เพื่อประโยชน์ในการออกแบบภาพงานกราฟิกให้สื่อความหมายได้ในระดับหนึ่ง เช่น

- สีแดง อ้างอิงมาจากดวงอาทิตย์ และไฟ ซึ่งให้ความสว่าง ความร้อน ทำให้เมื่อเห็นสีแดง จะรับรู้ได้ว่าสีแดงคือ ความ ร้อน พลัง พลังงาน ความแรงที่มีอยู่ อีกทั้งในความเชื่อของชาวจีน สีแดงยังเป็นสิริมงคล

- สีน้ำเงิน ให้ความหมายของความสงบเงียบ ความสุขุม ความมีราคา ให้อารมณ์หรูหรา มีระดับ บางครั้งก็สื่อถึงความ สุภาพ ความหนักแน่น ผู้ชาย สีเหลือง ให้อารมณ์ของความสดใส ปลอดภัย ไปรุ่ง

- สีเหลือง ดึงดูดสายตาได้ดีและมองเห็นได้แต่ไกล ดังนั้นจะเป็นได้ว่า ป้ายร้านอาหารจึงมักมีสีเหลืองไม่ว่าจะเป็นตัวหนังสือหรือแผ่นพื้น เพื่อดึงดูดสายตาลูกค้าที่เดินผ่านไปผ่านมา

- สีส้ม ให้ความรู้สึกดึงดูด ทันสมัย สดใส กระฉับกระเฉง มีพลัง

- สีเขียว มาจากสีของต้นไม้ ซึ่งมาหลากหลายโทนสี แต่ด้วยความที่รับรู้ว่าเป็นต้นไม้ให้ความสดชื่น เลখনูมนานความหมายสีเขียวว่าเป็นสีที่หมายถึงธรรมชาติ ความเย็นสบาย ความชุ่มชื้น ความสบายตา

- สีม่วง เป็นสีที่ให้อารมณ์หนักแน่น มีเสน่ห์ ความลับ สิ่งที่ปกปิด

- สีชมพู ให้ความรู้สึกถึงความอ่อนหวาน นุ่มนวล ความรัก อบอุ่น ผู้หญิง

- สีน้ำตาล ให้ความหมายถึง ความสงบ ความเรียบ ความเป็นผู้ใหญ่ ความเก่าแก่ โบราณ บางครั้งก็สื่อถึงไม้ แผ่นไม้

- สีฟ้า ให้ความรู้สึกโปร่งโล่งสบายตา สืบเนื่องมาจากท้องฟ้าที่เราเห็นกันอยู่ทุกวัน ในบางครั้งจะหมายถึง ความนุ่มนวล ความสุขสบาย

- สีเงิน สีเงินนั้นมาจากวัสดุประเภทมันวาว เช่น อะลูมิเนียม ซึ่งเป็นวัสดุใหม่ที่นิยมนำมาใช้ในช่วงหลัง ๆ มีราคาแพง ดังนั้นจึงแทนความรู้สึก ทันสมัย และมีคุณค่า

- สีทอง อ้างอิงมาจากแร่ทองคำ จึงเป็นตัวแทนของความหมายว่า ความมีคุณค่า มีราคาแพง ความหรูหรา

- สีขาว สื่อถึงความบริสุทธิ์ ความสะอาด ความเรียบง่าย ความโล่ง ความว่างเปล่า
- สีเทา ให้อารมณ์เศร้า หม่นหมอง ไร้ชีวิตชีวา บางครั้งสื่อถึงความเป็นกลาง
- สีดำ มาจากความมืด ความไม่เห็น ซึ่งซ่อนความไม่รู้ ความน่ากลัวเอาไว้

2. การเลือกน้ำหนักสี (Choose Value) การเลือกน้ำหนักสีจะเป็นขั้นตอนถัดมาหลังจากเลือกสีได้แล้ว น้ำหนักของสีมีอิทธิพลต่อความมืดสว่างในภาพ ซึ่งให้อารมณ์ของภาพที่แตกต่างกันไป

3. การเลือกความสดของสี (Choose Saturation) การเลือกความสดของสีเป็นเรื่องสุดท้ายในการเลือกสีเพื่อการออกแบบงานสีที่มีความสดสูง จะให้ความรู้สึกรุนแรง ตื่นตัว สะดุดตา ในขณะที่สีที่มีความสดน้อย หรือสีหม่นจะให้ความรู้สึกละมุน ไม่โดดเด่น หม่นหมอง เศร้า ถ้าสีที่มีความสดอยู่ในระดับกลางจะให้ความรู้สึกละมุน สบายตา

การวางโครงสี (Color Schematic)

เรื่องสำคัญที่สุดของการใช้สี คือ การนำเอาสีไปใช้ในงานออกแบบ หากไม่รู้จะใช้สีอย่างไร เลือกเอาสีที่ชอบผลที่ออกมาจะน่าทำใจงานดี ๆ ออกมาเสียหมด ดังนั้นจึงมีทฤษฎีของการใช้สี หรือการเลือกสีมาใช้ร่วมกันในภาพเพื่อให้ภาพออกมาดูดี น่าพึงพอใจเรียกว่า การวางโครงสี (Color Schematic) ดังนี้

1. โครงสีเอกรงค์ (Monochrome) คือ มีเนื้อสีเดียว แต่ให้ความแตกต่างด้วยน้ำหนักสี สีเอกรงค์นี้ให้อารมณ์ ความรู้สึก สุขุม เรียบร้อย เป็นสากล ไม่ดูฉูดฉาด และในด้านการออกแบบเป็นการใช้สีที่ง่ายที่สุดแล้วออกมาดูดี

2. โครงสีข้างเคียง (Analogous) คือ สีที่อยู่ติดกัน อยู่ข้างเคียงกันในวงจรสี จะเป็นสีละ 2, 3 หรือ 4 สีก็ได้แต่ไม่ควรมากกว่านี้ เพราะสีอาจจะหลุดจากความข้างเคียง หรือหลุดออกจากโครงสีนี้ได้

3. โครงสีคู่ตรงข้าม (Dyads) คือ สีที่อยู่ตรงกันข้ามกันในวงจรสี การเลือกใช้สีคู่ตรงข้าม จะทำให้งานที่ได้มีความสะดุดตาในการมองแต่ก็ต้องระวังการใช้สีคู่ตรงข้าม เพราะการเลือกใช้สีคู่ตรงข้ามด้วยกันนั้น ถ้าหากหยิบสี 2 สีที่ตรงข้ามกันมาใช้ในพื้นที่พอ ๆ กันในงาน งานนั้นจะดูไม่มีเอกภาพ ซึ่งเป็นหลักสำคัญในการทำงานศิลปะทางที่ควรแบ่งพื้นที่ของสีในภาพของการใช้สีได้สีหนึ่งมากกว่าอีกสีหนึ่งโดยประมาณ มักจะใช้สีหนึ่ง 70 % และอีกสีหนึ่ง 30 % ภาพที่ได้ก็จะคงความมีเอกภาพอยู่ และยังมีความเด่นสะดุดตาไปได้ในตัว

4. โครงสรี 3 สรี (Triads) คีอ

- เป็นการใ้สรี 3 สรี ในช่วงหำระหว่างสรีท้ทั้ง 3 เท่ากัน ถ้าเราลากเส้นระหว่างสรีท้ทั้ง 3 สรี จะได้สามเหลี่ยมด้านเท่า
- เป็นการใ้สรี 3 สรี ในช่วงหำระหว่างสรีท้ทั้ง 3 ไม่เท่ากันคือมีช่วงหำ 2 ช่วงเท่ากัน แต่กับอีกอันหนึ่งช่วงหำจะยาวกว่า ถ้าลากเส้นระหว่างสรีแล้วจะได้สามเหลี่ยมหน้าจั่ว

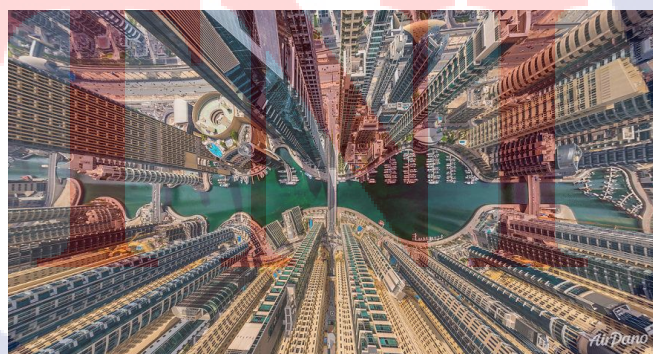
5. โครงสรี 4 สรี (Tetrads) คีอ

- การใ้สรีในวงจรสรี 4 สรี โดยเลือกสรีท้มีช่วงหำระหว่างสรีเท่ากันหมดกล่าวคือ ถ้าลากเส้นเชื่อมสรีท้ทั้ง 4 สรีแล้ว เราจะ ได้สี่เหลี่ยมจัตุรัส
- การใ้สรีในวงจรสรี 4 สรี โดยเลือกสรีท้มีช่วงหำระหว่างสรีไม่เท่ากันโดยช่วงหำของ 2 สรีเป็นช่วงสั้น อีก 2 สรีเป็นช่วง ยาว กล่าวคือถ้าลากเส้นเชื่อมสรีท้ทั้ง 4 สรีจะได้สี่เหลี่ยมผืนผ้า

2.2.6 แนวคิดทั่วไปเกี่ยวกับการกำกับภาพ

การกำกับภาพ

มุมกล้อง (Camera Angles) การถ่ายภาพในมุมที่ต่างกัน ยังมีผลต่อความคิดความรู้สึกที่จะสื่อความหมายไปยังผู้ดูได้เราอาจแบ่ง มุมกล้องได้เป็น 3 ระดับ คือ 1. มุมสายตานก(Bird's-eye View) มุมชนิดนี้มักเรียกทับศัพท์ทำให้เข้าใจ มากกว่า เป็นมุมถ่ายมา จากด้านบนเหนือศีรษะ ทำมุมตั้งฉากเป็นแนวตั้ง 90 องศากับผู้แสดง เป็นมุมมองที่เราไม่คุ้นเคยในชีวิตประจำวัน จึงเป็นมุมที่แปลกแทนสายตานกที่อยู่บนท้องฟ้า



รูปที่ 2.9 การถ่ายภาพมุมสายตานก

การถ่ายภาพมุมสูง(High Level) คือ การตั้งกล้องถ่ายในตำแหน่งที่สูงกว่าวัตถุ ภาพที่ได้จะให้ความรู้สึกถึงความเล็ก ความต้อยต่ำ ไม่มีความสำคัญ ไม่สง่าผ่าเผย



รูปที่ 2.10 การถ่ายภาพมุมสูง

ภาพระดับสายตา(Eye Level Angle) คือ การถ่ายภาพในตำแหน่งที่อยู่ในระดับสายตาปกติที่เรามองเห็น ขนานกับพื้นดิน ภาพที่จะได้จะให้ความรู้สึกเป็นปกติธรรมดา

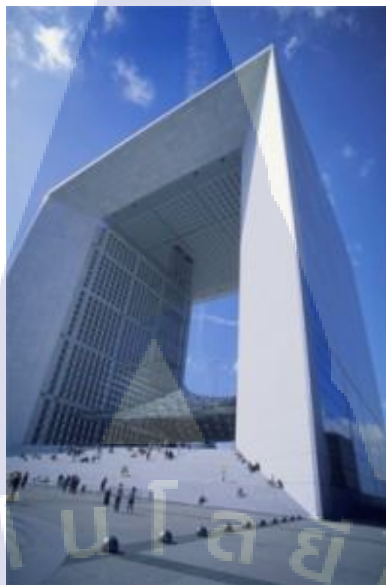


รูปที่ 2.11 การถ่ายภาพระดับสายตา

ภาพมุมต่ำหรือการถ่ายภาพในมุมต่ำ (Low Level) คือ การถ่ายในตำแหน่งที่ต่ำกว่าวัตถุ จะให้ความรู้สึกถึงความสูงใหญ่ ยิ่งใหญ่กว่าความเป็นจริง แสดงถึงความสง่า

TNI

NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY



รูปที่ 2.12 การถ่ายภาพมุมต่ำ หรือการถ่ายภาพในมุมต่ำ

มุมสายตาหนอน (Worm's-eye view) คือ มุมที่ตรงข้ามกับมุมสายตานก (Bird's-eye view) กล้องเงยตั้งฉาก 90 องศากับตัวละครหรือฉาก บอกตำแหน่งของคนอยู่ต่ำสุด มองเห็นพื้นหลังเป็นเพดานหรือท้องฟ้า เห็นตัวละครมีลักษณะเด่น เป็นมุมที่แปลกนอกเหนือจากชีวิตประจำวัน อีกมุมหนึ่ง

ลักษณะของมุมนี้ เมื่อใช้กับฉากที่ตกลงมาจากที่สูงสู่พื้นดิน เคลื่อนบังเฟรม อาจนำไปใช้เป็นตัวเชื่อมระหว่างฉาก (transition) คล้ายการเฟดมืด (Fade out)

มุมเอียง (Oblique angle shot) เป็นมุมที่มีเส้นระนาบ (Horizontal line) ของเฟรมไม่อยู่ในระดับสมดุล เอียงไปด้านใดด้านหนึ่งเข้าหาเส้นตั้งฉาก (Vertical line) ความหมายของมุมชนิดนี้คือ ความไม่สมดุลลาดเอียงของพื้นที่ บางสิ่งบางอย่างที่อยู่ในสภาพไม่ดี เช่น ในฉากหลุมศพโกโลนาหล่ แผ่นดินไหว ถ้าใช้แทนสายตาตัวละคร หมายถึงคนที่เมาเหล้า หกล้ม สับสน ให้ความรู้สึกที่ตึงเครียด

มุมเอียงเป็นมุมที่ไม่ค่อยใช้บ่อยนัก ส่วนใหญ่ใช้ตามความหมายที่อธิบายในภาพยนตร์และมีชื่อเรียกหลายอย่าง เช่น Dutch angle, Tilted shot หรือ Canted shot เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีมุมกล้องอื่นที่สำคัญควรทราบดังนี้

1. มุมเฝ้ามอง (Objective Camera Angle) คือ มุมแอบมองหรือเฝ้ามองตัวละคร แอ็คชั่นและเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นในหนัง เป็นมุมเดียวกับกล้องแต่มองไม่เห็นคนดู ซึ่งคนดูจะอยู่หลังกล้อง โดยผ่านสายตาของตากล้อง หรือบางทีเป็นการถ่ายโดยคนแสดงไม่รู้ตัว เรียกว่า การแอบถ่าย (candid camera)

2. มุมแทนสายตา (Subjective Camera Angle) เป็นมุมมองส่วนตัว หรือเรียกว่า มุมแทนสายตา ซึ่งเป็นการนำพาคนดูเข้ามามีส่วนร่วมในภาพด้วย เช่น ผู้แสดงมองมาที่กล้อง ซึ่งจะทำให้ความรู้สึกเหมือนมองไปที่คนดูหรือพูดกับกล้อง เช่น การอ่านข่าว การรายงานข่าวในทีวี เป็นต้น ลักษณะของมุมกล้องชนิดนี้ เป็นความสัมพันธ์กันระหว่างสายตาต่อสายตา (eye-to-eye relationship)

มุมแทนสายตา แบ่งเป็น

2.1 แทนสายตาคนดู เป็นการกำหนดตำแหน่งคนดูให้เป็นส่วนหนึ่งของฉากนั้น เช่น คนดูถูกพาให้เข้าชมโบราณสถาน พาเที่ยว คนดูจะได้เห็นเหตุการณ์ของแต่ละฉาก หรือกล้องอาจถูกทิ้งมาจากที่สูง แทนสายตาจากที่สูง แทนคนดูตกลงมาจากที่สูง ภาพแทนสายตาของนักบิน รถแข่ง พายเรือ ดำน้ำ สกี รถไฟเหาะดีลิ่งกา

2.2 กล้องแทนสายตาตัวละคร เป็นการเปลี่ยนสายตาของคนดูจากการเฝ้ามองมาเป็นแทนสายตาในทันที ซึ่งคนดูก็ได้เห็นร่วมกันด้วยตัวละครหรือผู้แสดง เช่น ตัวละครมองออกไปนอกกรอบภาพ จากนั้นภาพตัดไปเป็นมุมแทนสายตาของตัวละคร การแพนช็อตหรือ traveling shot ในภาพยนตร์สารคดีส่วนใหญ่ กล้องมักทำหน้าที่แทนสายตาของคนดู

3. มุมมองใกล้ชิด (Point-of-view Camera Angles) มุมมองใกล้ชิดนี้มักเรียกง่าย ๆ ว่า มุมพีโอวี (POV) เป็นมุมกึ่งระหว่าง มุม objective และมุม subjective แต่อย่างไรก็ตาม เราก็มักถือว่าเป็นมุม objective หรือมุมแอบมอง และส่วนใหญ่ขนาดภาพที่ใช้มักเป็นภาพระยะใกล้กับระยะปานกลาง เพื่อให้สามารถมองเห็นภาพแสดงออกของใบหน้าตัวละคร เห็นรายละเอียดชัดเจน

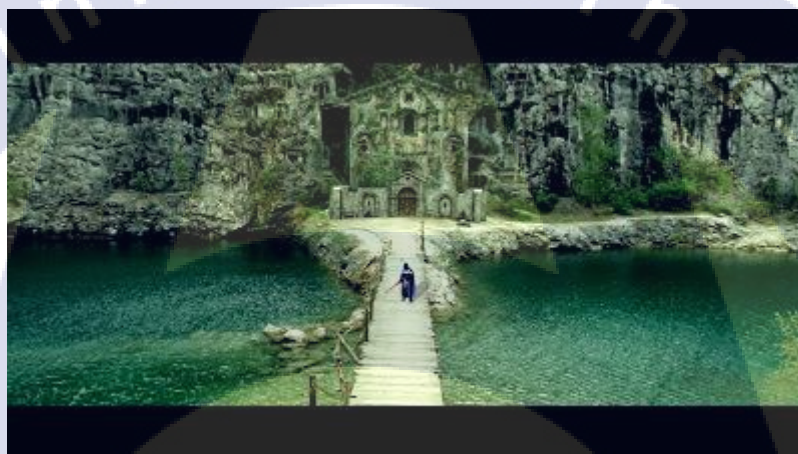
การใช้มุมพีโอวีนี้ อาจใช้สำหรับกรณีที่ต้องการให้คนดูเข้าไปมีส่วนในเหตุการณ์ด้วย นอกจากนี้การใช้มุมพีโอวี ยังมักตามหลังช็อตผ่านไหล่ หรือ over-the-shoulder (OS) คือ เมื่อผู้แสดงคนหนึ่งจะเห็นด้านหลังเป็นพื้นหน้า และใบหน้าของผู้แสดงอีกคนหนึ่งอยู่พื้นหลังหรืออาจใช้ก่อนมุมแทนสายตาของนักแสดง เป็นต้น

การใช้มุมกล้องต้องคำนึงถึงพื้นที่ (space) และมุมมอง (viewpoint) ซึ่งตำแหน่งของกล้องเป็นตัว กำหนดพื้นที่ว่าจะมีขอบเขตเพียงใดจากที่ซึ่งคนดูมองเห็นเหตุการณ์ ซึ่งต้องสัมพันธ์กันทั้งหมด ทั้งขนาดภาพ มุมมอง และความสูงของกล้อง

ลักษณะและขนาดของภาพ

1. ภาพระยะไกลมากหรือระยะไกลสุด (Extreme Long Shot / ELS)

ได้แก่ ภาพที่ถ่ายภายนอกสถานที่โล่งแจ้ง มักเน้นพื้นที่หรือบริเวณที่กว้างใหญ่ไพศาล เมื่อเปรียบเทียบกับสัดส่วนของมนุษย์ที่มีขนาดเล็ก ภาพ ELS ส่วนใหญ่ใช้สำหรับการเปิดฉากเพื่อบอกเวลาและสถานที่ อาจเรียกว่า Establishing Shot ก็ได้ เป็นช็อตที่แสดงความยิ่งใหญ่ของฉากหลัง



รูปที่ 2.13 ภาพระยะไกลมากหรือระยะไกลสุด

2. ภาพระยะไกล (Long Shot / LS)

ภาพระยะไกล เป็นภาพที่ค่อนข้างสับสนเพราะมีขนาดที่ไม่แน่นอนตายตัว บางครั้งเรียกภาพกว้าง (Wide Shot) เวลาใช้อาจกินความตั้งแต่ภาพระยะไกลมาก (ELS) ถึงภาพระยะไกล (LS) ซึ่งเป็นภาพขนาดกว้างแต่สามารถเห็นรายละเอียดของฉากหลังและผู้แสดงมากขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับภาพระยะไกลมาก หรือเรียกว่า Full Shot เป็นภาพกว้างเห็นผู้แสดงเต็มตัว ตั้งแต่ศีรษะจนถึงส่วนเท้า



รูปที่ 2.14 ภาพระยะไกล

3. ภาพระยะไกลปานกลาง (Medium Long Shot / MLS)

เป็นภาพที่เห็นรายละเอียด ของผู้แสดงมากขึ้นตั้งแต่ศีรษะจนถึงขา หรือหัวเข่า ซึ่งบางครั้งก็เรียกว่า Knee Shot เป็นภาพที่เห็นตัวผู้แสดงเคลื่อนไหวสัมพันธ์กับฉากหลังหรือเห็นเฟอร์นิเจอร์ ในฉากนั้น



รูปที่ 2.15 ภาพระยะไกลปานกลาง

4. ภาพระยะปานกลาง (Medium Shot /MS)

ภาพระยะปานกลาง เป็นขนาดที่มีความหลากหลายและมีชื่อเรียกได้หลายชื่อเช่นเดียวกัน แต่โดยปกติจะมีขนาดประมาณตั้งแต่หนึ่งในสี่ถึงสามในสี่ของร่างกาย บางครั้งเรียกว่า Mid Shot หรือ Waist Shot ก็ได้ เป็นชื่อที่ใช้มากที่สุดอันหนึ่งภาพยนตร์



รูปที่ 2.16 ภาพระยะปานกลาง

5. ภาพระยะใกล้ปานกลาง (Medium Close-Up / MCU)

เป็นภาพแคบ คลอบคลุมบริเวณตั้งแต่ศีรษะถึงไหล่ของผู้แสดง ใช้สำหรับในฉากสนทนาที่เห็นอารมณ์ความรู้สึกที่ใบหน้า ผู้แสดงรู้สึกเด่นในเฟรม บางครั้งเรียกว่า Bust Shot มีขนาดเท่ารูปปั้นครึ่งตัว



รูปที่ 2.17 ภาพระยะใกล้ปานกลาง

6. ภาพระยะใกล้ (Close-Up / CU)

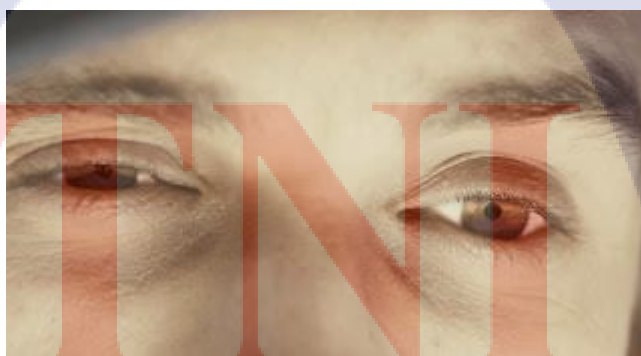
เป็นภาพที่เห็นบริเวณศีรษะและบริเวณใบหน้า ของผู้แสดง มีรายละเอียดชัดเจนขึ้น เช่น ริ้วรอยบนใบหน้า น้ำตา ส่วนใหญ่นำความรู้สึกของผู้แสดงที่สายตา แหวดตา เป็นข้อดีที่นิ่งเงียบมากกว่าให้มีบทสนทนา โดยกล้องนำคนดูเข้าไปสำรวจตัวละครอย่างใกล้ชิด



รูปที่ 2.18 ภาพระยะใกล้

7. ภาพระยะใกล้มาก (Extreme Close-Up / ECU หรือ XCU)

เป็นภาพที่เน้นส่วนใด ส่วนหนึ่งของร่างกาย เช่น ตา ปาก เท้า มือ เป็นต้น ภาพจะถูกขยายใหญ่บนจอ เห็นรายละเอียดมาก เป็นการเพิ่มการเล่าเรื่องในหนังให้ได้อารมณ์มากขึ้น



รูปที่ 2.19 ภาพระยะใกล้มาก

ลักษณะของภาพที่ถ่าย

เพื่อบอกเนื้อหา หรือเรื่องราวของภาพและลักษณะภาพหรือธรรมชาติของภาพที่ถ่าย มีดังนี้

1. ภาพที่ถ่ายจากมุมสูง (aerial shot / bird's eyes view) หมายถึง ภาพถ่ายในลักษณะถ่ายจากมุมสูง เช่น จากเครื่องบิน เสมือนภาพแทนสายตานก ในบทโทรทัศน์นอกจากบอกว่า ตั้งกล้องมุมสูงแล้วจะต้องระบุด้วยว่าถ่ายจากเครื่องบิน
2. ภาพที่ถ่ายในระยะใกล้มาก (Big Close Up Shot) หมายถึง ภาพถ่ายในลักษณะใกล้มีขนาดใหญ่ เช่น ภาพคนเต็มหน้า หรือภาพบางส่วนของใบหน้าที่ต้องการเน้นเฉพาะ เช่น นัยน์ตา ปาก จมูก หรือบางส่วนของวัตถุ
3. ภาพครึ่งอก (Bust Shot) หมายถึง ภาพถ่ายศีรษะกับหัวไหล่ทั้งสองของผู้แสดง
4. ภาพเอียง (Canted Shot) หมายถึง ภาพที่อยู่นอกเส้นตั้งของภาพ ในบทโทรทัศน์มักจะบอกรายละเอียดเพิ่มเติม เช่น ภาพเอียง หรือภาพเอียง ลักษณะใด
5. ภาพถ่ายข้ามไหล่ (Cross Shot) หมายถึง ภาพที่ถ่ายข้ามไหล่ด้านหลังอีกคนหนึ่งเป็นฉากหน้า และเห็นหน้าอีกคนหนึ่ง ในบทโทรทัศน์ใช้คำว่า X-Shot หรือถ่ายข้ามไหล่
6. ภาพเต็มตัว (Full Shot) หมายถึง ภาพผู้แสดงคนเดียว หรือหลายคนเต็มตัว โดยมีฉากหลังประกอบ
7. ภาพระดับเข่าของร่างกาย (Knee Shot) หมายถึง ภาพที่ถ่ายตั้งแต่ศีรษะลงไปจนถึงหัวเข่า หรือการถ่ายภาพตั้งแต่หัวเข่าลงไปถึงเท้า ซึ่งในบทโทรทัศน์ควรระบุให้ชัดเจน
8. ภาพถ่ายจากกระจกเงา (Mirror Shot) หมายถึง ภาพที่ถ่ายผู้แสดงจากภาพในกระจกเงา ซึ่งในบทโทรทัศน์ควรระบุให้ชัดเจนว่าเป็นภาพจากกระจกเงา
9. ภาพหมู่ (Group shot) หมายถึง ภาพในลักษณะรวมกันเป็นหมู่ หรือเป็นกลุ่มคน
10. ภาพบุคคล 2 คนครึ่งตัว (Two Shot / Double Shot) หมายถึง ภาพบุคคล 2 คนครึ่งตัวในกรอบภาพเดียวกัน หันหน้าเข้าหากัน

หลักการกำหนดภาพ

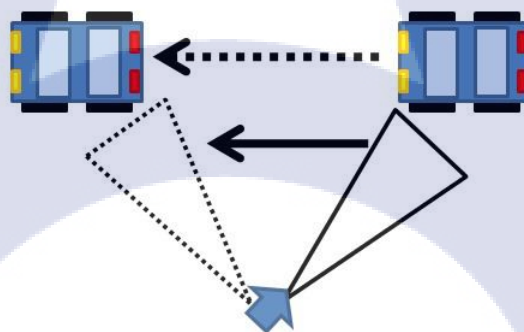
1. ภาพแบบออฟเจกตีฟ (Objective Shot) หมายถึง การถ่ายภาพในลักษณะแทนสายตาของผู้ชม หรือผู้สังเกตการณ์ ตำแหน่งของกล้องจะอยู่ทางด้านหน้าของนักแสดง
2. ภาพแบบซับเจกตีฟ (Subjective Shot) หมายถึง การถ่ายภาพในลักษณะกล้องจะตั้งอยู่ในตำแหน่งแทนสายตาของผู้แสดง และกำกับมองดูการกระทำ เช่นเดียวกับที่ผู้แสดงมองเห็นตัวอย่างที่ใช้กันบ่อย ๆ คือ ตั้งกล้องในมุมสูง ถ่ายภาพข้ามไหล่ผู้แสดงไปยังวัตถุที่กำลังแสดงอยู่

การเคลื่อนกล้อง

การเคลื่อนไหวกล้องในระหว่างการทำจะช่วยให้เพิ่มความน่าสนใจและแสดงเรื่องราวความหมายได้ตื้นอกเหนือจากตัววัตถุเคลื่อนไหวหรืออาจเคลื่อนไหวทั้ง 2 อย่าง พร้อมๆ กัน การเคลื่อนไหวของกล้องมีหลายแบบ ดังนี้

1. การแพนกล้อง (Panning) หมายถึง การเคลื่อนที่ของกล้องตามแนวนอนไปทางซ้าย (Pan left) หรือ ไปทางขวา (Pan right) เพื่อให้เห็นวัตถุตามแนวกว้าง หรือเมื่อต้องการนำผู้ชมไปยังจุดน่าสนใจ หรือที่ต้องการ

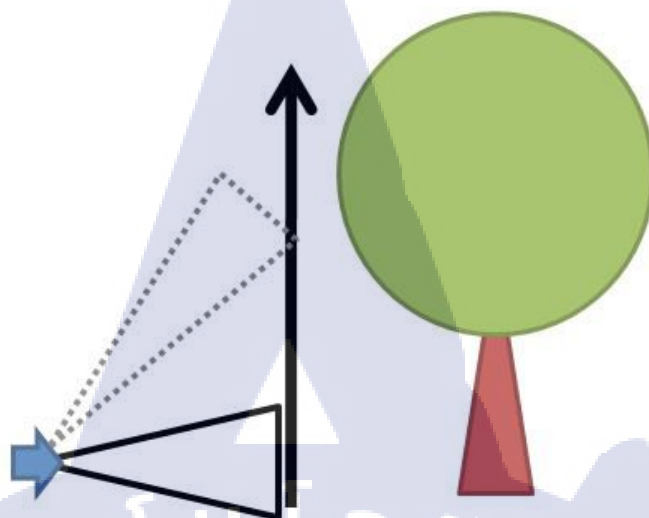
- เพื่อให้เห็นภาพที่อยู่นอกจอภาพในขณะนั้น
- เพื่อต้องการติดตามการเคลื่อนไหววัตถุ
- เพื่อให้เห็นปฏิกิริยาตอบโต้กัน
- เพื่อต้องการการเปลี่ยนฉาก



รูปที่ 2.20 การแพนกล้อง

2. การทิลท์ (Tilting) หมายถึง การเคลื่อนกล้องตามแนวตั้ง จากล่างขึ้นบน (Tilt Up) และจากบนลงล่าง (Tilt Down) เพื่อให้เห็นวัตถุตามแนวตั้งเช่น ภาพอาคารสูง หรือนำผู้ชมไปยังจุดที่ต้องการ

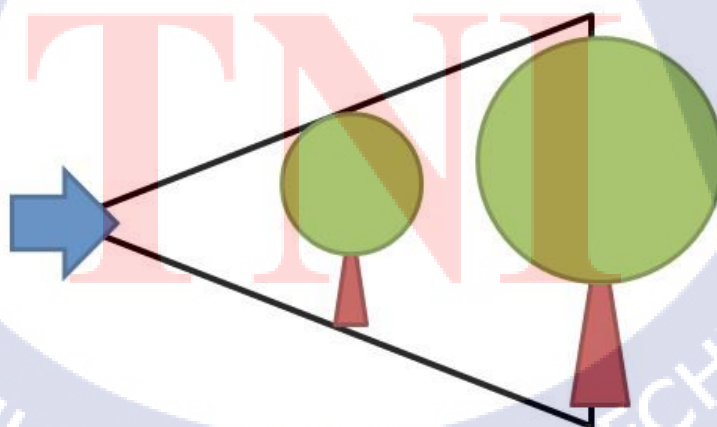
- เพื่อให้เห็นตำแหน่งที่ตั้งของสิ่งต่างๆ โดยสัมพันธ์กัน
- เพื่อให้เห็นวัตถุที่ยาวหรือสูงเกินรัศมี
- เพื่อต้องการปรับองค์ประกอบภาพ



รูปที่ 2.21 การทูลท์

3. การซูม (Zooming) หมายถึง การเปลี่ยนขนาดของวัตถุให้ใหญ่ขึ้น (Zoom In) หรือเปลี่ยนขนาดของวัตถุให้เล็กลง (Zoom Out)

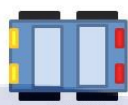
- เพื่อต้องการเปลี่ยนขนาดของวัตถุอย่างช้าๆ
- เมื่อต้องการให้ผู้ชมสนใจวัตถุนั้น
- เมื่อต้องการให้เห็นวัตถุอย่างชัดเจน
- เพื่อให้บังเกิดผลที่น่าตื่นใจ



รูปที่ 2.22 การซูม

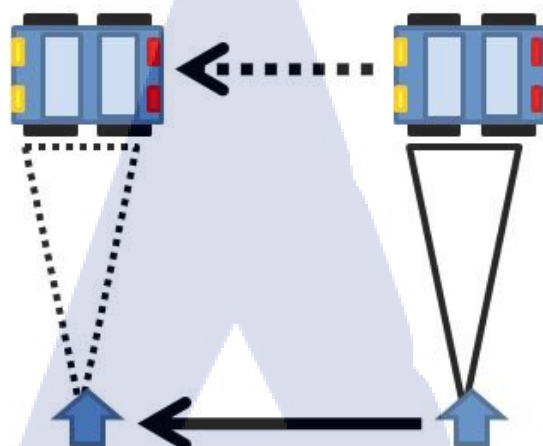
4. การดอลลี่ (Dolling) หมายถึง การเคลื่อนกล้องติดตาม ความเคลื่อนไหวของสิ่งที่ถ่าย หรือฉากที่มีระยะทางยาวในทิศทางตรง หรือทางอ้อมไปรอบๆ การเคลื่อนไหวกล้องเข้าหาวัตถุ เรียกว่า Dolly in และการเคลื่อนไหวกล้องออกจากวัตถุ เรียกว่า Dolly out ผลของการดอลลี่ (Dolly) จะคล้ายซูม (Zoom) คือขนาดของวัตถุจะเปลี่ยนแปลงไปตามระยะของการดอลลี่ แต่จะแตกต่างกัน ตรง ส่วนประกอบต่างๆ ในภาพเกี่ยวกับระยะทางระหว่างวัตถุกับฉากหน้าและฉากหลังจะเปลี่ยนแปลงไปตามการเคลื่อนไหวของกล้องคนดูจะสามารถรู้ถึงมิติของความลึกมากกว่าภาพที่เกิดจากการซูม

- เพื่อสร้างความตื่นเต้น
- เมื่อต้องการติดตามการเคลื่อนไหว
- เพื่อให้มีมุมมองภาพที่หลากหลายแบบ
- เมื่อต้องการปรับเปลี่ยนองค์ประกอบภาพ



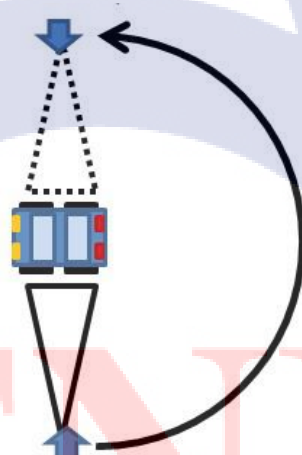
รูปที่ 2.23 การดอลลี่

5. การทรีค (Trucking / Tracking) หมายถึง การเคลื่อนไหวกล้องไปด้านซ้ายให้ขนานกับวัตถุ ไปทางซ้าย เรียกว่า Trucking left หรือไปทางขวา เรียกว่า Trucking right ซึ่งผลจะคล้ายกับการแพน แต่การทรีคจะช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงมิติเรื่องความลึกของ ภาพได้ดีกว่า คล้ายๆ กับความรู้สึกของเราที่มองออกไปนอกหน้าต่างรถขณะที่เคลื่อนที่ไป



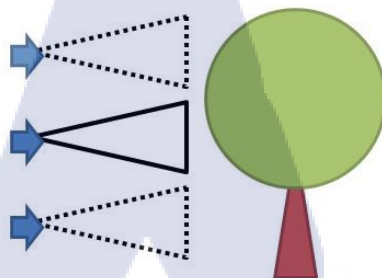
รูปที่ 2.24 การอาร์ค

6. การอาร์ค (Arking) หมายถึง การเคลื่อนไหวยกในแนวเฉียงเป็นรูปครึ่งวงกลม ไปทางซ้าย (Ark left) หรือ ไปทางขวา (Ark right) เพื่อเปลี่ยนมุมยกไปทางด้านข้างของวัตถุ



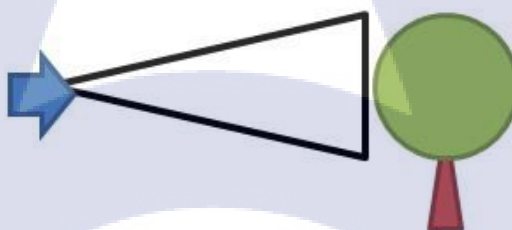
รูปที่ 2.25 การอาร์ค

7. การบูม หรือเครน (Booming / Craning) หมายถึง การถ่ายภาพพร้อมกับขาตั้งกล้องในแนวตั้ง เรียกว่า ‘บูม’ ถ้าเคลื่อนขึ้น เรียกว่า Boom Up ส่วนเคลื่อนลง เรียกว่า Boom Down และถ้าเคลื่อนกล้องขึ้นลงโดยใช้เครน เรียกว่า Crane Up และ Crane Down เมื่อต้องการเคลื่อนกล้องลงด้วยเครน วัตถุประสงค์เพื่อต้องการคงมุมกล้องที่ต้องการจากมุมสูงและต่ำอย่างต่อเนื่อง



รูปที่ 2.26 การซูม หรือเกรน

8. สติลช็อต (Still Shot) หมายถึง การถ่ายภาพโดยไม่เคลื่อนกล้องใช้มากในการถ่ายทำรายการทั่วไปโดยปกติกล้องจะโฟกัสอยู่บนวัตถุหรือบุคคลที่ต้องการออกอากาศมากที่สุดในการถ่ายแบบนี้จำเป็นต้องจัดองค์ประกอบภาพให้ดี

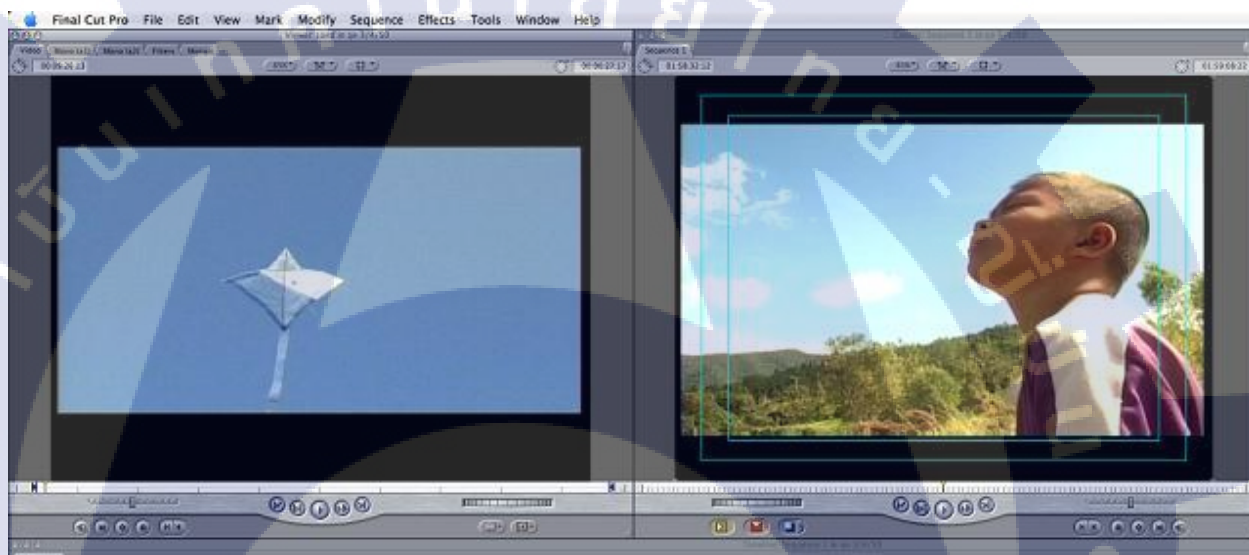


รูปที่ 2.27 การสติลช็อต

2.2.7 แนวคิดทั่วไปเกี่ยวกับการตัดต่อ

การตัดต่อหรือว่าการลำดับภาพเป็นขั้นตอนที่ 3 ในกระบวนการโปรดักชั่นคือโพสต์โปรดักชั่น ซึ่งเป็นขั้นตอนสุดท้ายสำหรับการปรุงแต่งงานให้กลมกล่อม ชวนลิ้มรสต่อคนดูแต่อย่าเข้าใจผิดว่าห้องตัดต่อเป็นที่สร้างเรื่อง เรื่องหรือ สตอรี่ คือการคิดมาก่อนการเข้าห้องตัดที่นี้การเป็นนักตัดต่อนั้นจะต้องมีความรู้ความเข้าใจใน 2 ส่วน คือในส่วนของเครื่องตัด และในส่วนของความเข้าใจในการตัดซึ่งผมคิดว่าสัดส่วนความสำคัญนั้น อยู่ระหว่าง 70/30 เปอร์เซนต์ส่วนของเครื่องตัดนั้น(หมายถึงรวมถึงอุปกรณ์ทั้งหลายทั้งฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์) ผมให้ความสำคัญแค่ 30 เปอร์เซนต์เท่านั้น

เพราะเครื่องมือเหล่านี้มันก็เป็นเพียงเครื่องสนองความคิดของเราเท่านั้น การเรียนรู้ว่าปูมไหนกดยังไรก็ดีเพื่ออะไรแก่นั้นไม่สามารถเรียกว่าเป็นนักตัดต่อได้เครื่องตัดแพงๆ ราคาหลายแสนหรือหลายล้าน มันก็ไม่ได้ทำให้คุณภาพงานนั้นดีขึ้น คุณภาพที่ไม่ได้หมายถึงความคมชัดของภาพ แต่พูดถึงคุณภาพของเรื่องราวที่ถูกเล่าผ่านสายผู้ชมต่างหากทำให้ส่วนที่สำคัญที่สุดสำหรับการตัดต่อที่ให้ความสำคัญถึง 70 เปอร์เซ็นต์ ก็คือความเข้าใจในหลักการตัดต่อนั่นเองซึ่งความเข้าใจนั้นมันอาจฟังดูนามธรรมไปหน่อยแต่หากว่าผ่านการทำดูแล้วทำแล้วก็ดูยิ่งมากเท่าไรประสบการณ์ก็จะสอนว่าแบบไหนดีหรือไม่ดีสำหรับวันนี้เป็นครั้งแรก



รูป 2.28 รูปแบบการเชื่อมภาพ

การตัดต่อ คือ การเชื่อมระหว่างข้อต่อ 2 ข้อต่อ โดยใช้ 1 ใน 3 รูปแบบ ดังนี้

1. การตัดชนภาพ The Cut คือ การตัดภาพชนกันจากข้อต่อหนึ่งต่อตรงเข้ากับอีกข้อต่อหนึ่งวิธีนี้คนดูจะไม่ทันสังเกตเห็น
2. การผสมภาพ The Mix หรือ The Dissolve เป็นการค่อย ๆ เปลี่ยนภาพจากข้อต่อหนึ่งไปยังอีกข้อต่อหนึ่ง โดยภาพจะเหลื่อมกัน และคนดูสามารถมองเห็นได้
3. การเลื่อนภาพ The Fade เป็นการเชื่อมภาพที่คนดูสามารถเห็นได้ มี 2 แบบ คือ การเลื่อนภาพเข้า fade in คือการเริ่มภาพจากดำแล้วค่อย ๆ ปรากฏภาพสว่างขึ้น มักใช้สำหรับการเปิดเรื่อง การเลื่อนภาพออก fade out คือการที่ภาพในท้ายข้อต่อค่อย ๆ มีดำสนิท มักใช้สำหรับการปิด

เรื่องตลกจบ

ในการตัดต่อ ควรคำนึงถึงความรู้เบื้องต้น 6 ประการดังนี้

1. แรงจูงใจ Motivation ในการตัดต่อ ไม่ว่าจะเป็นการ cut, mix หรือ fade ควรมีเหตุผลที่ดีหรือมีแรงจูงใจเสมอ ซึ่งแรงจูงใจนี้อาจเป็นภาพ เสียง หรือทั้งสองอย่างผสมกันก็ได้ ในส่วนของภาพอาจเป็นการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง แม้นักแสดงจะแสดงเพียงเล็กน้อย เช่น การขยับร่างกายหรือขยับส่วนของหน้าตา สำหรับเสียงอาจเป็นเสียงใดเสียงหนึ่ง เช่น เสียงเกาะประตู หรือเสียงโทรศัพท์ดัง หรืออาจเป็นเสียงที่ไม่ปรากฏภาพในฉาก (off scene)

2. ข้อมูล Information ข้อมูลในที่นี้คือข้อมูลที่เป็นภาพ ข้อความใหม่ หมายถึงข้อมูลใหม่ คือถ้าไม่มีข้อมูลอะไรใหม่ในช็อตนั้น ๆ ก็ไม่จำเป็นต้องนำมาตัดต่อ ไม่ว่าภาพจะมีความงดงามเพียงไร ก็ควรที่จะเป็นข้อมูลภาพที่แตกต่างจากช็อตที่แล้ว ยังมีข้อมูลภาพที่คนดูเห็นและเข้าใจมากขึ้น ผู้ชมก็ยังได้รับข้อมูลและมีอารมณ์ร่วมมากขึ้น

เป็นหน้าที่ของคนตัดที่จะนำข้อมูลภาพมาร้อยให้มากที่สุดโดยไม่เป็นการขัดเยียดให้คนดู



รูปที่ 2.29 รูปแบบการตัดต่อ

3. องค์ประกอบภาพในช็อต Shot Composition ผู้ตัดไม่สามารถกำหนดองค์ประกอบภาพในช็อตได้ แต่งานของผู้ตัดคือควรให้มีองค์ประกอบภาพในช็อตที่สมเหตุสมผลและเป็นที่ยอมรับปรากฏอยู่ องค์ประกอบภาพในช็อตที่ไม่ดีมาจากการถ่ายทำที่แย่ ซึ่งทำให้การตัดต่อทำได้ลำบากมากขึ้น

4. เสียง Sound เสียงคือส่วนสำคัญในการตัดต่ออีกประการหนึ่ง เสียงรวดเร็วและลึกล้ำกว่าภาพ เสียงสามารถใส่มาก่อนภาพหรือมาทีหลังภาพเพื่อสร้างบรรยากาศ สร้างความกดดันอันรุนแรง และอีกหลากหลายอารมณ์ เสียงเป็นการเตรียมให้ผู้ชมเตรียมพร้อมสำหรับการเปลี่ยนฉากสถานที่ หรือแม้แต่ประวัติศาสตร์

ความคลาดเคลื่อนของเสียงที่เหมาะสมเป็นการลดคุณค่าของการตัดต่อ เช่น LS ของสำนักงาน ได้ยินเสียงจากพวกเครื่องพิมพ์ดีด ตัดไปที่ช็อตภาพใกล้ของพนักงานพิมพ์ดีด เสียงไม่เหมือนกับที่เพิ่งได้ยินในช็อตปูพื้น คือ เครื่องอื่น ๆ หยุดพิมพ์ทันทีเมื่อตัดมาเป็นช็อตใกล้ ความสนใจของผู้ชมสามารถทำให้เกิดขึ้นได้ด้วยเสียงที่มาล่วงหน้า (lapping) ตัวอย่างเช่น การตัดเสียง 4 เฟรมล่วงหน้าก่อนภาพ เมื่อตัดจากภาพในอาคารมายังภาพนอกอาคาร

5. มุมกล้อง Camera Angle เมื่อผู้กำกับฯ ถ่ายทำฉาก จะทำโดยเริ่มจากตำแหน่งต่าง ๆ (มุมกล้อง) และจากตำแหน่งต่าง ๆ เหล่านี้ ผู้กำกับฯ จะให้ถ่ายช็อตหลาย ๆ ช็อต คำว่า “มุม” ถูกใช้เพื่ออธิบายตำแหน่งของกล้องเหล่านี้ซึ่งสัมพันธ์กับวัตถุหรือบุคคล

จากภาพล้อครึ่งซีก บุคคลอยู่ที่ศูนย์กลาง แต่ละซี่ล้อแทนแกนกลางของกล้องและตำแหน่งของกล้องที่อยู่ตรงปลายของตำแหน่งจะแตกต่างกันไป จากแกนถึงแกน โดยระยะห่างที่แน่นอนเรียกว่า “มุมกล้อง” ซึ่งเป็นหนึ่งส่วนสำคัญของการตัดต่อ

หัวใจสำคัญคือแต่ละครั้งที่ cut หรือ mix จาก shot หนึ่งไปอีกช็อตหนึ่ง กล้องควรมีมุมที่แตกต่างไปจากช็อตก่อนหน้านี้ สำหรับคนตัด ความแตกต่างระหว่างแกน ไม่ควรมากกว่า 180 องศา และมักจะน้อยกว่า 45 องศา เมื่อถ่ายบุคคลเดียวกัน ด้วยประสบการณ์รูปแบบนี้อาจดัดแปลงได้อีกมาก

6. ความต่อเนื่อง Continuity ทุกครั้งที่ถ่ายทำในมุมกล้องใหม่ (ในซีเควนส์เดียวกัน) นักแสดงหรือคนนำเสนอจะต้องแสดงการเคลื่อนไหวหรือท่าท่าเหมือนเดิมทุกประการกับช็อตที่แล้ววิธีการนี้ยังปรับใช้กับ take ที่แปลลอกออกไปด้วย

ความต่อเนื่องของเนื้อหา Continuity of content ควรมีความต่อเนื่องของเนื้อหา เช่น นักแสดงยกหูโทรศัพท์ด้วยมือขวาในช็อตแรก ดังนั้นก็คาดเดาได้ว่าหูโทรศัพท์ยังคงอยู่ในมือขวาในช็อตต่อมา งานของคนตัดคือ ทำให้แน่ใจว่าความต่อเนื่องยังคงมีอยู่ทุกครั้งที่ทำการตัดต่อในซีเควนส์ของช็อต

ความต่อเนื่องของการเคลื่อนไหว Continuity of movement ความต่อเนื่องยังเกี่ยวข้องกับทิศทางการเคลื่อนไหว หากนักแสดงหรือบุคคลเคลื่อนที่จากขวาไปซ้ายในช็อตแรก ช็อตต่อมาก็คาดเดาว่านักแสดงหรือบุคคลจะเคลื่อนไหวก้าวไปในทิศทางเดียวกัน เว้นแต่ในช็อตจะให้เห็นการเปลี่ยนทิศทางจริงๆ

ความต่อเนื่องของตำแหน่ง Continuity of position ความต่อเนื่องยังคงความสำคัญในเรื่องของตำแหน่งนักแสดงหรือบุคคลในฉาก หากนักแสดงอยู่ทางขวามือของฉากในช็อตแรก ดังนั้นเขาจะต้องอยู่ขวามือในช็อตต่อมาด้วย เว้นแต่มีการเคลื่อนไหวไปมาให้เห็นในฉากถึงจะมีการเปลี่ยนไป ความต่อเนื่องของเสียง Continuity of sound ความต่อเนื่องของเสียงและสัดส่วนของเสียงเป็นส่วนที่สำคัญมาก ถ้าการกระทำกำลังเกิดขึ้นในที่เดียวกันและเวลาเดียวกัน เสียงจะต้องต่อเนื่องจากช็อตหนึ่งไปยังช็อตต่อไป เช่น

ในช็อตแรกถ้ามีเครื่องบินในท้องฟ้าแล้วได้ยินเสียง ดังนั้นในช็อตต่อมาก็ต้องได้ยินจนกว่าเครื่องบินนั้นจะเคลื่อนห่างออกไป แม้ว่าบางครั้งอาจไม่มีภาพเครื่องบินให้เห็นในช็อตที่สอง แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าไม่จำเป็นต้องมีเสียงต่อเนื่องในช็อตต่อไป

นอกจากนี้ ช็อตที่อยู่ในฉากเดียวกันและเวลาเดียวกัน จะมีเสียงพื้น (background sound) ที่เหมือนกัน เรียกว่า background ambience, atmosphere หรือเรียกย่อ ๆ ว่า atmos ซึ่งต้องมีความต่อเนื่อง



รูปที่ 2.30 การตัด

การตัด (The Cut)

การตัดเป็นวิธีการเชื่อมต่อภาพที่ธรรมดาที่สุดที่ใช้กัน เป็นการเปลี่ยนในพริบตาเดียวจากช็อตหนึ่งไปอีกช็อตหนึ่ง ถ้าหากทำอย่างถูกต้องมันจะไม่ใช่สิ่งที่สังเกตเห็นในบรรดาวิธีการเชื่อมต่อภาพ 3-แบบ การตัดเป็นสิ่งที่ผู้ชมยอมรับว่าเป็นรูปแบบของภาพที่เป็นจริงการตัดใช้ในกรณีที่เป็นการกระทำที่ต่อเนื่อง ต้องการเปลี่ยนจุดสนใจ มีการเปลี่ยนแปลงของข้อมูลหรือสถานที่เกิดเหตุ

การตัดที่ดีมาจากความรู้เบื้องต้น 6 ประการ

1. แรงจูงใจ Motivation

ควรต้องมีเหตุผลในการตัด ยิ่งคนตัดมีทักษะมาก มันก็ยิ่งง่ายที่จะหาหรือสร้างแรงจูงใจสำหรับการตัด เนื่องจากมีพัฒนาการที่มากขึ้น ในการรับรู้ว่าจุดไหนการตัดต่อควรเกิดขึ้น จึงกลายเป็นการเข้าใจได้ง่ายกว่า การตัดก่อนเกิดแรงจูงใจหรือการตัดล่วงหน้า (early cut) นั้น ได้ผลอย่างไร การตัดหลังแรงจูงใจ เรียกว่าการตัดช้า (late cut) ความคาดหวังของผู้ชม สามารถมาหลังหรือมาก่อนได้ ขึ้นอยู่กับว่าผู้ตัดจะใช้วิธีการตัดล่วงหน้าหรือการตัดช้า

2. ข้อมูล Information ภาพใหม่ควรมีข้อมูลใหม่เสมอ
3. องค์ประกอบภาพ Composition แต่ละช็อตควรจะมีองค์ประกอบภาพหรือกรอบภาพของช็อตที่มีเหตุมีผล
4. เสียง Sound ควรจะมีรูปแบบของเสียงที่ต่อเนื่องหรือพัฒนาการของเสียง
5. มุมกล้อง Camera angle ช็อตใหม่แต่ละช็อต ควรมีมุมกล้องที่แตกต่างจากช็อตเดิม
6. ความต่อเนื่อง Continuity การเคลื่อนไหวหรือการกระทำ ควรจะมีชัดเจนและความเหมือนกันในช็อต 2 ช็อต ที่จะตัดเข้าด้วยกันข้อพิจารณาทั่วไป

เมื่อการตัดกลายเป็นสิ่งที่สังเกตได้หรือสะดุด มันเรียกว่า การตัดกระโดด (Jump Cut) การตัดแบบกระโดดมีบทบาทเป็นเหมือนการพักในการเชื่อมจากช็อตหนึ่งไปยังช็อตต่อไป

หากเป็นมือใหม่ คุณควรพยายามทำแบบตัดแบบต่อเนื่อง (clear cut) เสมอ และถือว่าตัดกระโดดเป็นการตัดที่ไม่น่าพึงพอใจ จนกว่าคุณจะรู้ว่าจะใช้มันอย่างไร ที่ดีที่สุดแล้ว การตัดแต่ละครั้งควรจะต้องประกอบด้วยความรู้เบื้องต้นทั้ง 6 ส่วน แต่ไม่ต้องทุกครั้งที่ต้องตัด ข้อแนะนำคือพยายามให้มีมากที่สุดเท่าที่จะทำได้ ขึ้นอยู่กับชนิดของการตัดต่อ

ผู้ตัดควรรู้จักความรู้เบื้องต้นอย่างลึกซึ้ง ดังนั้นเวลาดูฟุตเทจ ก็ควรจะตรวจสอบด้วยความรู้เบื้องต้น 6 ประการนี้เท่าที่จะทำได้ทุกครั้ง



รูปที่ 2.31 การผสมภาพ

การผสมภาพ (The Mix)

การผสมรู้จักกันในชื่อของการเลือนภาพ (The Dissolve) การเลือนทับ (The Lap Dissolve) หรือการเกยทับ(TheLap)

นี่เป็นวิธีการเชื่อมจากช็อตหนึ่งไปยังอีกช็อตหนึ่งที่ใช้กันทั่วไปมากเป็นลำดับที่ 2

ทำได้โดยการนำช็อตมาเลือนทับกัน ดังนั้นตอนใกล้จบของช็อตหนึ่งจะเริ่มมีชีวิตต่อไปค่อย ๆ เห็นเด่นขึ้นมา เมื่อช็อตเก่าจางหายไป ช็อตใหม่ก็จะเข้มขึ้น การเชื่อมแบบนี้เห็นได้ชัดมากจุดกึ่งกลางของการผสมคือเมื่อภาพแต่ละภาพเข้มเท่า ๆ กัน เป็นการสร้างภาพใหม่ การผสมต้องใช้ด้วยความระมัดระวังเป็นอย่างมาก การผสมควรใช้อย่างถูกต้อง

- เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงทันเวลา
- เมื่อต้องการให้เวลายืดออกไป
- เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงสถานที่
- เมื่อมีความสัมพันธ์ของภาพที่ชัดเจน ระหว่างภาพที่กำลังจะออกและภาพที่กำลังจะเข้า

ความรู้เบื้องต้น 6 ประการในการผสมภาพ

1. แรงจูงใจ Motivation ควรต้องมีเหตุผลในการผสมภาพเสมอ
 2. ข้อมูล Information ภาพใหม่ควรมีข้อมูลใหม่เสมอ
 3. องค์ประกอบภาพ Composition ช็อต 2 ช็อตที่ผสมเข้าด้วยกัน ควรมีองค์ประกอบภาพที่เกยทับกันได้ง่ายและหลีกเลี่ยงภาพที่จะขัดกัน
 4. เสียง Sound เสียงของทั้ง 2 ช็อต ควรจะผสมเข้าด้วยกัน
 5. มุมกล้อง Camera angle ช็อตที่ผสมกันควรมีมุมกล้องที่ต่างกัน
 6. เวลา Time การผสมภาพ ใช้เวลาน้อย 1 วินาทีและมากที่สุด 3 วินาที
- ด้วยเครื่องมือที่ทันสมัย ทำให้การผสมภาพแบบเร็วมากและแบบช้ามาก หรือการผสมภาพ 4 เฟรม สามารถทำได้โดยง่ายหรือสามารถผสมภาพได้นานเท่าความยาวของช็อตเลยทีเดียว หาก mix หรือ dissolve นานไปหรือสั้นไป (20 เฟรมหรือน้อยกว่า) ก็ไม่ดี เพื่อให้การผสมภาพได้ผลควรใช้เวลาอย่างน้อย 1 วินาที หากการผสมภาพยืดออกไป จะยังทำให้คนดูสับสนมากขึ้น



รูปที่ 2.32 การผสมภาพ (2)

การเลื่อนภาพ (The Fade)

การเลื่อนภาพ เป็นการเชื่อมภาพที่ค่อยเป็นค่อยไปจากภาพใดภาพหนึ่งไปยังฉากดำสนิท หรือขาวทั้งหมด หรือจากจอดำหรือขาวไปยังภาพใดภาพหนึ่ง
การเลื่อน มี 2 ลักษณะ

1. การเลื่อนภาพออก (fade out) เป็นการเชื่อมของภาพไปจอดำ
 - การเลื่อนภาพออก(fade out) ใช้เมื่อ
 - จบเรื่อง
 - จบตอน ฉาก หรือองก์
 - มีการเปลี่ยนเวลา
 - มีการเปลี่ยนสถานที่
2. การเลื่อนภาพเข้า (fade in) หรือ เลื่อนขึ้น (fade up) เป็นการเชื่อมภาพจากจอดำไปยังภาพ
 - การเลื่อนภาพเข้า(fade in)ใช้เมื่อ
 - เริ่มต้นเรื่อง
 - เริ่มต้นตอน บท หรือฉาก
 - มีการเปลี่ยนเวลา
 - มีการเปลี่ยนสถานที่

การเลื่อนภาพออกและเลื่อนภาพเข้ามักจะตัดไปด้วยกันที่สปีด 100% หากากที่จะ 100% สีขาว ใช้ตอนจบฉากหนึ่งและเริ่มฉากใหม่ ยังใช้เพื่อแยกเวลาและสถานที่ด้วย

ความรู้เบื้องต้น 3 ประการของการเลื่อนภาพ

การเลื่อนภาพต้องการ 3 องค์ความรู้จากความรู้เบื้องต้น 6 ประการ ได้แก่

1. แรงจูงใจ Motivation ควรมีเหตุผลที่ดีในการเลื่อนภาพเสมอ
2. องค์ประกอบภาพ Composition ที่ควรเป็นคือการวางองค์ประกอบของช็อตให้เป็นไปตามลักษณะการเชื่อมภาพไปฉากถัดมา คือ ค่อย ๆ ดำทั้งภาพ นั้นหมายความว่าไม่ต่างกันมากระหว่างส่วนต่างที่สุดของภาพและส่วนมืดที่สุด
3. ความรู้เรื่องเสียงของภาพ Sound ควรใกล้เคียงกับบางรูปแบบของจุดไคลแมกซ์หรือตอนจบสำหรับการเลื่อนภาพออก และตรงข้ามสำหรับเลื่อนภาพเข้า



รูปที่ 2.33 การเลื่อนภาพ

ประเภทของการตัดต่อ การตัดต่อมี 5 ประเภท คือ

- ตัดต่อการกระทำ action edit

- ตัดต่อตำแหน่งจอ screen position edit
- ตัดต่อรูปแบบ form edit
- ตัดต่อที่มีเรื่องราว concept edit
- ตัดต่อแบบผนวก combined edit

มันสำคัญสำหรับผู้ตัดที่จะต้องจำชนิดทั้งหมดของการตัดและรู้ว่าทำอะไร คนตัดต้องสามารถแยกแยะแต่ละความรู้ที่ต้องการใช้ในการตัดต่อ

การตัดต่อการกระทำ The action edit

บางครั้งเรียกการตัดต่อความเคลื่อนไหวหรือตัดต่อความต่อเนื่อง เกือบจะใกล้เคียงการตัดชนภาพ มันสามารถเป็นการให้สัญญาณหรือเคลื่อนไหวที่ง่ายที่สุด เช่น การยกหูโทรศัพท์ การตัดต่อการกระทำ ต้องมีความรู้เบื้องต้น 6 ประการ หรือเกือบครบ 6 ประการ แรงจูงใจ ข้อมูล องค์ประกอบของช็อต เสียง มุมกล้องใหม่ และความต่อเนื่อง ผู้ชายคนหนึ่งกำลังนั่งอยู่ที่โต๊ะ เสียงโทรศัพท์ดังขึ้น เขายกหูโทรศัพท์ขึ้นแล้วพูดตอบได้ พิจารณา 2 ช็อต และชี้แจงตามความรู้ 6 ประการ

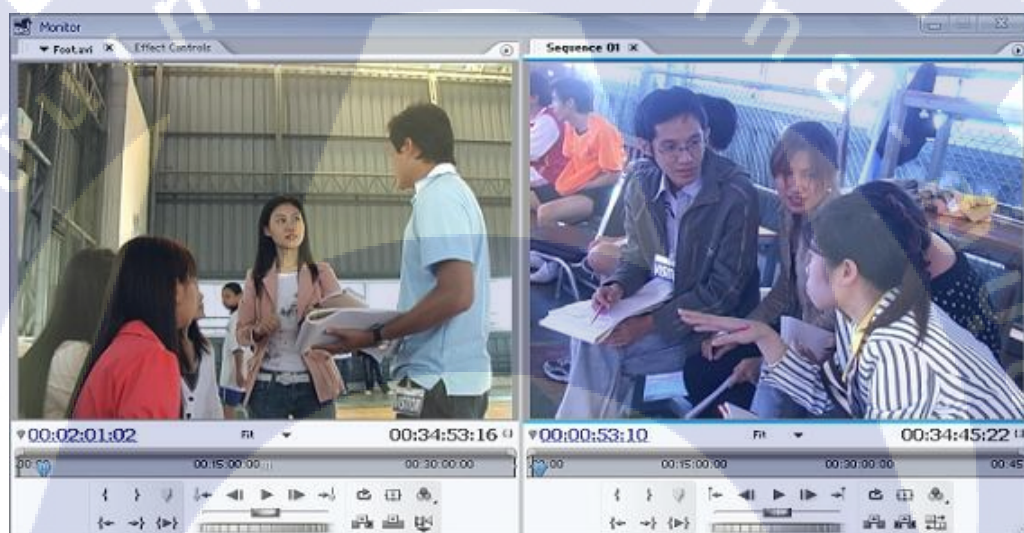
1. แรงจูงใจ Motivation เมื่อโทรศัพท์ดัง เรารู้ว่าผู้ชายคนนั้นจะหยิบหูโทรศัพท์และพูดตอบได้ นี่น่าจะเป็นแรงจูงใจที่ดีที่จะทำการตัดต่อ
2. ข้อมูล Information ใน LS เราสามารถเห็นสำนักงาน ผู้ชายคนนั้นนั่งอย่างไรและทำอะไร MCU บอกเรามาขึ้นเกี่ยวกับชายคนนั้น ตอนนี้เราสามารถเห็นในรายละเอียดมากขึ้นว่าเขาหน้าตาทำทางเป็นอย่างไร สำคัญยิ่งไปกว่านั้น ปฏิกริยาของเขต่อเสียงโทรศัพท์ที่ดังขึ้น ใน MCU เราสามารถเห็นภาษาท่าทางบางอย่าง ดังนั้น MCU บอกข้อมูลแก่เรา
3. องค์ประกอบของช็อต Shot composition องค์ประกอบของช็อตใน LS เป็นการสร้างเรื่องที่มีเหตุผล แม้แต่ให้มีต้นไม้เป็นฉากหน้า ซึ่งมันบอกลักษณะความคิดต่างๆ ไปของสำนักงาน และผู้ชายถูกเสนออย่างชัดเจนว่ากำลังทำงานอยู่ที่โต๊ะของเขา MCU จะให้ความสมดุลเรื่องช่องว่างบนศีรษะ ถูกต้องดี แม้ว่าคนตัดที่มีประสบการณ์อาจแย้งว่าน่าจะขยับจอไปทางขวาอีก เพื่อยอมให้มีพื้นที่แก่โทรศัพท์เคลื่อนไหวบ้าง แต่ในเรื่ององค์ประกอบของช็อตก็เป็นที่ยอมรับได้
4. เสียง Sound ควรมีเสียงหรือบรรยากาศของฉากหลังเหมือนกันในทั้ง 2 ช็อต ซึ่ง

บรรยากาศเป็นเสียงการจราจรอันวุ่นวายข้างนอกเบา ๆ หรือเสียงภายในสำนักงาน ควรจะให้เสียงมีความต่อเนื่องทั้ง 2 ซ็อต

5. มุมกล้อง Camera angle ใน LS มุมกล้อง อยู่ 45 องศา เกือบจะอยู่ด้านข้าง ใน MCU มุมกล้อง อยู่ตรงหน้าบุคคลโดยตรง มุมกล้องทั้ง 2 มีความแตกต่างกัน

6. ความต่อเนื่อง Continuity จาก LS การเคลื่อนไหวของแขนคนกำลังยกหูโทรศัพท์ ควรต่อเนื่องมายัง MCU คือใช้แขนข้างเดียวกันยกหูโทรศัพท์

หากการตัดต่อมีองค์ประกอบหลักทั้ง 6 ประการนี้ จะมีความเนียน ไม่สะดุด และภาพเรื่องราวก็จะไหลลื่นไปโดยไม่หยุด



รูปที่ 2.34 การตัดต่อการกระทำ The action edit

การตัดต่อตำแหน่งภาพ The screen position edit

การตัดต่อชนิดนี้ บางครั้งเรียกว่า การตัดต่อทิศทาง a directional edit หรือการตัดต่อสถานที่ a placement edit อาจเป็น การตัดชนภาพ (Cut) หรือการผสม (Mix) แต่มักจะเป็นการตัดชน หากว่าไม่มีการเปลี่ยนของเวลา

การตัดแบบนี้ มักจะมีการวางแผนไว้ตั้งแต่ช่วงก่อนถ่ายทำ หรือช่วงระหว่างการถ่ายทำ ขึ้นอยู่กับการกระทำของซ็อตแรกที่ยังค้างหรือกำกับให้สายตาของคนดูไปยังตำแหน่งใหม่บนจอ

ตัวอย่าง 1 นักเดินทาง 2 คน หยุดเดินเมื่อพวกเขาเห็นและซื้อของทำของคนที่พวกเขากำลังตามหา ทั้ง 2 ซื้อมัน จะตัดชนภาพเข้าด้วยกัน มุมกล้องต่างกันและมีความต่อเนื่องของเท้าหรือขาที่เคลื่อนไหว มีข้อมูลใหม่ และมีความต่อเนื่องของเสียง มีแรงจูงใจคือ พวกเขา กำลังซื้อไปอย่างจริงจัง และองค์ประกอบของซื้อมันก็ได้ผล

การตัดต่อ ประกอบด้วยความรู้เบื้องต้น 6 ประการ เป็นการตัดที่ได้ผล และภาพของการดำเนินเรื่องไม่ถูกขัดจังหวะ

ตัวอย่าง 2 ผู้หญิงคนหนึ่งกับปืนที่กำลังจ่อออกไปนอกตัว การตัดชนภาพจะได้ผลอีกครั้ง เพราะมีเหตุผลตามที่กล่าวในตัวอย่าง 1

ตัวอย่าง 3 ที่เวทีแห่งหนึ่ง โฆษกรายการกำลังประกาศการแสดงต่อไป “เอาละครับ ท่านสุภาพสตรีและสุภาพบุรุษ” เขาตะโกน ผายมือไปทางข้างเวที “ขอต้อนรับ...ปอมพิสโต้ผู้ยิ่งใหญ่ !!” อีกครั้งที่ซื้อมันทั้งสองนำมาตัดต่อเข้าด้วยกัน

มุมกล้องแตกต่างกัน มีข้อมูลใหม่ เรายังไม่เห็น ปอมพิสโต้ผู้ยิ่งใหญ่มาก่อน และเราต้องการรู้ว่าหน้าตาเขาเป็นอย่างไร

เสียงน่าจะเสนอให้ยังเป็นไปได้มากขึ้น การตัดชนทั้งเสียงปรบมือ หรือตอนพูดว่า “ขอต้อนรับ” หรือหลังจากคำพูด ถ้าคุณอยากยืดเวลาเข้าของปอมพิสโต้ผู้ยิ่งใหญ่ มีแรงจูงใจในการตัดชนภาพ ดังนั้นสังเกตได้ว่า ผู้ชมได้รับการบอกกล่าวว่า พวกเขา กำลังจะได้พบกับปอมพิสโต้ ดังนั้นก็พบเขากันเลย องค์ประกอบของซื้อมันก็ได้ผล การตัดต่อตำแหน่งจอ ไม่จำเป็นต้องมีกรอบความรู้ทั้ง 6 ประการ อย่างไรก็ตาม ถ้ายังมีมากก็ยิ่งดี



รูปที่ 2.35 การตัดต่อตำแหน่งภาพ The screen position edit

การตัดต่อรูปแบบ The Form Edit

เป็นการอธิบายที่ดีที่สุดของการเชื่อมจากข้อหนึ่ง ซึ่งมีการแสดงรูป, สี, มิติหรือเสียงไปยังอีกข้อหนึ่ง ซึ่งมีการแสดงรูปทรง สี มิติ หรือเสียงนี้สัมพันธ์กัน หากมีเสียงเป็นแรงจูงใจ การตัดต่อรูปแบบ สามารถเป็นการตัดชนได้ แต่ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นการผสม หลักการนี้เป็นจริงเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงสถานที่ และ/หรือบางครั้ง เวลาเปลี่ยน

ตัวอย่าง 1 ในห้องที่ร้อนชื้นของบรรดาทูต นักหนังสือพิมพ์รอคอยการปล่อยเฮลิคอปเตอร์ เพื่อที่จะพาพวกเขาให้เป็นอิสระ บนฟ้าเพดานมีพัดลมเพดานหมุน เฮลิคอปเตอร์มาถึง การตัดต่อสามารถทำได้ทั้งตัดชนหรือผสม การผสมภาพจะชี้ถึงความแตกต่างระหว่างเหตุการณ์ในเวลาที่ยิ่งใหญ่ รูปแบบ อาจเป็นการหมุนของพัดลม ซึ่งสัมพันธ์กับรูปแบบการหมุนของใบพัดเฮลิคอปเตอร์ เสียงอาจเกยทับกันเพื่อสร้างความเข้าใจล่วงหน้าหรือที่หลัง

ตัวอย่าง 2 การตัดรูปแบบใช้กันบ่อยในโฆษณา ในที่นี้บุคคลกำลังยืนฟังเสียงแบบตัวสัญลักษณ์บริษัท ปัญหาใหญ่ในการตัดต่อรูปแบบ คือ การตัดอาจดูเหมือนเป็นการประดิษฐ์เกินไป หากใช้บ่อย ๆ รูปแบบการตัดต่ออาจได้ความงามของการตัดต่อรูปแบบสามารถเห็นได้เมื่อมันถูกทำดี ๆ และเมื่อนำไปรวมกับการตัดต่อชนิดอื่น ๆ จะกลายเป็นสิ่งที่ไม่โผล่เกินไป

การตัดต่อที่มีเรื่องราว The Concept Edit

บางครั้งเรียกการตัดต่อที่เคลื่อนไหว หรือการตัดต่อความคิด เป็นการเสนอความคิดที่บริสุทธิ์ล้วน ๆ เพราะว่า 2 ข้อที่ถูกเลือกและจุดที่ทำการตัดต่อ การตัดต่อเรื่องราวนี้นี้เป็นการปูเรื่องในหัวเรา การตัดต่อที่มีเรื่องราว สามารถครอบคลุมถึงการเปลี่ยนสถานที่ เวลา ผู้คนและบางครั้งก็เป็นตัวเรื่อง มันสามารถทำได้โดยไม่มีการสะดุดของภาพ

ถ้าเป็นการตัดต่อที่มีเรื่องราวที่ดี มันสามารถบอกอารมณ์เป็นอารมณ์ครามาและสร้างความลึกซึ้ง แต่หายาก ถ้าไม่ได้วางแผนเป็นอย่างดีแล้ว ความไหลลื่นของข้อมูลภาพ อาจชะงักกันไปเลย

การตัดต่อแบบผนวก The combined edit

เป็นการตัดต่อที่ยากที่สุดแต่มีพลังมากที่สุด การตัดแบบผนวกนี้เป็นการรวมการตัดต่อ 2 แบบหรือมากกว่านั้นจากการตัดต่อทั้ง 4 แบบที่กล่าวมา เพื่อให้การตัดแบบผนวกได้ผลดี ผู้ตัดจำเป็นต้องจำทั้งเสียงและภาพที่ใช้ได้ในแต่ละข้อ ดังนั้นการตัดแบบนี้ควรได้รับการวางแผนเป็นอย่างดีทั้งก่อนการถ่ายทำและขณะถ่ายทำ

สรุป

หลักการของการตัดต่อโดยทั่วไป คือ

1. เสียงและภาพนั้นคือส่วนที่เสริมซึ่งกันและกัน
2. ภาพใหม่ควรให้ข้อมูลใหม่
3. ควรมีเหตุผลสำหรับทุกภาพที่ตัด
4. ให้ระวังเรื่อง “การข้ามเส้น”
5. เลือกแบบการตัดที่เหมาะสมกับเรื่อง
6. ยิ่งตัดต่อดี ยิ่งดูลื่นไหล
7. การตัดคือการสร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่

2.3 เทคโนโลยีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

2.3.1 โปรแกรม Adobe Premiere Pro CC

Adobe Premiere Pro CC เป็นหนึ่งในชุด โปรแกรม Adobe Creative Cloud นั้นเอง หลายคนอาจจะรู้จักกันดี เพราะเป็นโปรแกรมชื่อดังจากค่ายพัฒนาโปรแกรมชั้นนำอย่าง Adobe ที่เป็นผู้ดำเนินการสร้างและพัฒนาโปรแกรมด้านกราฟฟิก และสื่อต่างๆ ที่ตอนนี้ได้เริ่มทยอยนำโปรแกรมทำกราฟฟิกดีๆ ออกมาให้ดาวน์โหลดกันแล้ว สำหรับโปรแกรมนี้นามว่า Adobe Premiere Pro มัน เป็น โปรแกรมตัดต่อวิดีโอ ขั้นเทพ ที่มีอาชีพต้องใช้งานเพราะด้านการทำงานนั้นบอกได้คำเดียวว่าสุดยอดมากๆถึงขั้นสามารถนำไปออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ (Broadcasting System) ได้เลยทันทีและยังในปัจจุบันได้มีการออกอากาศโทรทัศน์แบบดิจิตอลทีวี (Digital TV) ก็ได้นำไปใช้งานกันอย่างแพร่หลาย นอกจากการออกอากาศเราก็ใช้ตัดต่อวิดีโอของลูกค้า ของบริษัท หรือแม้แต่วิดีโอที่เราถ่ายทำจากกล้องโทรศัพท์มือถือได้อีกด้วยเช่นกัน

นอกจากนี้แล้ว โปรแกรม Adobe Premiere Pro ถูกออกแบบมาให้นำไปใช้งานได้ทั้งภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหวเพียงคุณนำไฟล์รูปที่ต้องการวางลงในโปรแกรมใส่เอฟเฟกการเปลี่ยนรูปเท่านั้นคุณก็สามารถสร้างวิดีโอที่เคลื่อนไหวผ่านรูปถ่ายของคุณได้เลยนอกจากการนำรูปถ่ายมาทำเป็นภาพเคลื่อนไหวคุณยังสามารถใส่ข้อความลงไปในขณะที่วิดีโอของคุณกำลังเล่น เรียกได้ว่าเอฟเฟกนี้เป็นสิ่งที่หนัง หรือภาพยนตร์หลายๆ เรื่องก็นำไปใช้กันอย่างมากมาย



รูปที่ 2.36 โปรแกรม Adobe Premiere Pro CC

สิ่งใหม่ที่เพิ่มมาในโปรแกรม Adobe Premiere Pro CC

- ค้นหาภาพที่สมบูรณ์แบบหรือกราฟิกสำหรับโครงการของคุณประหยัดเวลาในการค้นหา, อนุญาตให้ใช้สิทธิ์ และการจัดการภาพสต็อก royalty-free และกราฟิกตอนนี้ที่ Premiere Pro CC ทำงานร่วมกับ Adobe Stock service. เมื่อคุณบันทึกภาพไปยัง Creative Cloud Libraries ของคุณ, มันใช้ได้ทันทีสำหรับการใช้งานในวิดีโอ และสร้างสรรค์โครงการอื่นๆ ของคุณ

- เปลี่ยนราบรื่นระหว่างเสียงbitestalking-head เอาที่ไม่น่าดูออก ตัดระหว่างเสียง bites ในการสัมภาษณ์ talking head ของคุณ Morph Cut เปลี่ยนใช้การติดตามการแก้ไขใบหน้า และกรอบในการสร้างการเปลี่ยนที่ไร้รอยต่อ - ไม่จำเป็นต้องตัดม้วน B เกือบ

- ปรับระยะเวลาของวิดีโอโดยอัตโนมัติ ปรับความยาวของวิดีโอของคุณได้อย่างง่ายดายสำหรับความต้องการที่เฉพาะเจาะจงปัจจุบันในเวลารวม Adobe Media Encoder โดยอัตโนมัติ, เพิ่มหรือลบเฟรมที่เปลี่ยนแปลงของฉากระหว่างทางเดินเสียงที่เงียบสงบ และในส่วนที่มีภาพนิ่งหรือภาพกิจกรรม

- จัดการสีในLumetriColorpanelได้อย่างง่ายดาย ปรับสี และแสงที่มีเครื่องมือครบวงจรที่รวมเทคโนโลยี Adobe SpeedGrade CC และ Lightroom CC ใช้ทุกอย่างจากการแก้ไขสี Lumetri ลักษณะการใช้ที่ง่ายต่อการเข้าถึงความซับซ้อน, เลื่อนที่ใช้งานง่าย และการควบคุม, และส่งโครงการไปยัง SpeedGrade ผ่านการเชื่อมโยงโดยตรง ถ้าคุณต้องการที่จะปรับแต่ง หรือแก้ไขเพิ่มเติมAssetsของคุณ,สามารถใช้ได้ทุกที่

- เข้าถึงลักษณะ และกราฟิก, รวมถึง Adobe Stock assets, ผ่านทาง Creative Cloud Libraries ที่มีอยู่ใน Premiere Pro, After Effects และอื่นๆ Creative Cloud desktop และ mobile apps. แบ่งปัน assets ระหว่างโครงการในหมู่สมาชิกในทีม และในการใช้งาน Adobe applications - ทุกที่ที่คุณมี

- ใช้ Premiere Clip projectsของคุณต่อไปแปลงและเปิดโครงการที่คุณสร้างในคลิป Premiere บน mobile app ได้อย่างง่ายดาย การแก้ไขทั้งหมด, ความหมายเพลง และรูปลักษณะที่ปรากฏโดยตรงใน Premiere Pro ตามเส้นเวลา

- ประหยัดเวลากับพื้นที่ทำงานที่มุงเน้น สลับไปมาระหว่างพื้นที่ทำงานที่มีการเพิ่มประสิทธิภาพในการช่วยให้คุณจัดการ toolsets สำหรับงานในมือ - หรือสร้างรุ่นของคุณเอง สลับพื้นที่ทำงานบนอุปกรณ์ที่ใช้สัมผัสด้วยการแตะของนิ้ว

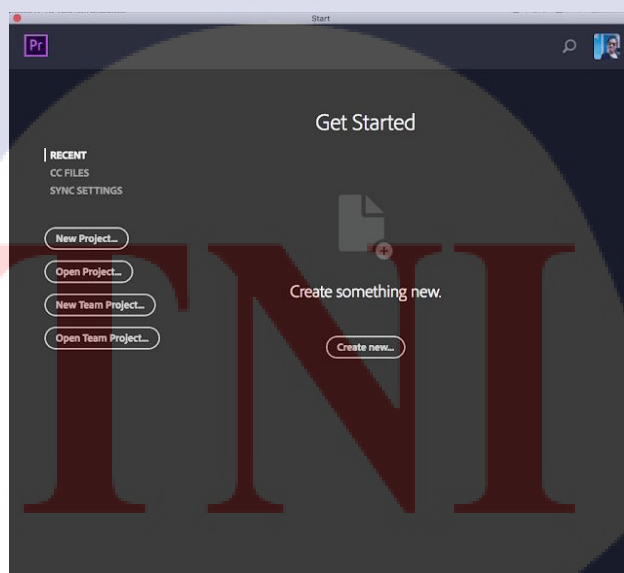
- ประสบการณ์การแก้ไขที่มากขึ้นสัมผัสได้โดยง่าย Editors กับอุปกรณ์ไฮบริดในขณะนี้สามารถย้ายคลิปในเส้นเวลา, scrub ปุ่มตำแหน่ง และจัดการพารามิเตอร์ได้โดยตรงจากการสัมผัสหน้าจอ

- การตอบสนองที่เหนือกว่าบนจอแสดงผลภายนอก ปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานของ Adobe Mercury Transmit ช่วยเพิ่มการตอบสนอง และความน่าเชื่อถือในการเล่นภายนอก, แสดงความละเอียดสูง

-เวิร์กโฟลว์เสียงทำได้ง่ายขึ้น ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ด้วยการกำหนดค่าการบันทึกเสียงได้เร็วขึ้น, การทำแผนที่ช่องสัญญาณเสียงได้ง่ายขึ้น, การส่งออกหลายช่องดีขึ้น, ความสามารถในการส่งวิดีโอไปยัง Adobe Audition CC ผ่านทางเชื่อมโยงแบบไดนามิก และการตั้งค่าฮาร์ดแวร์สอดคล้องกันมากขึ้น

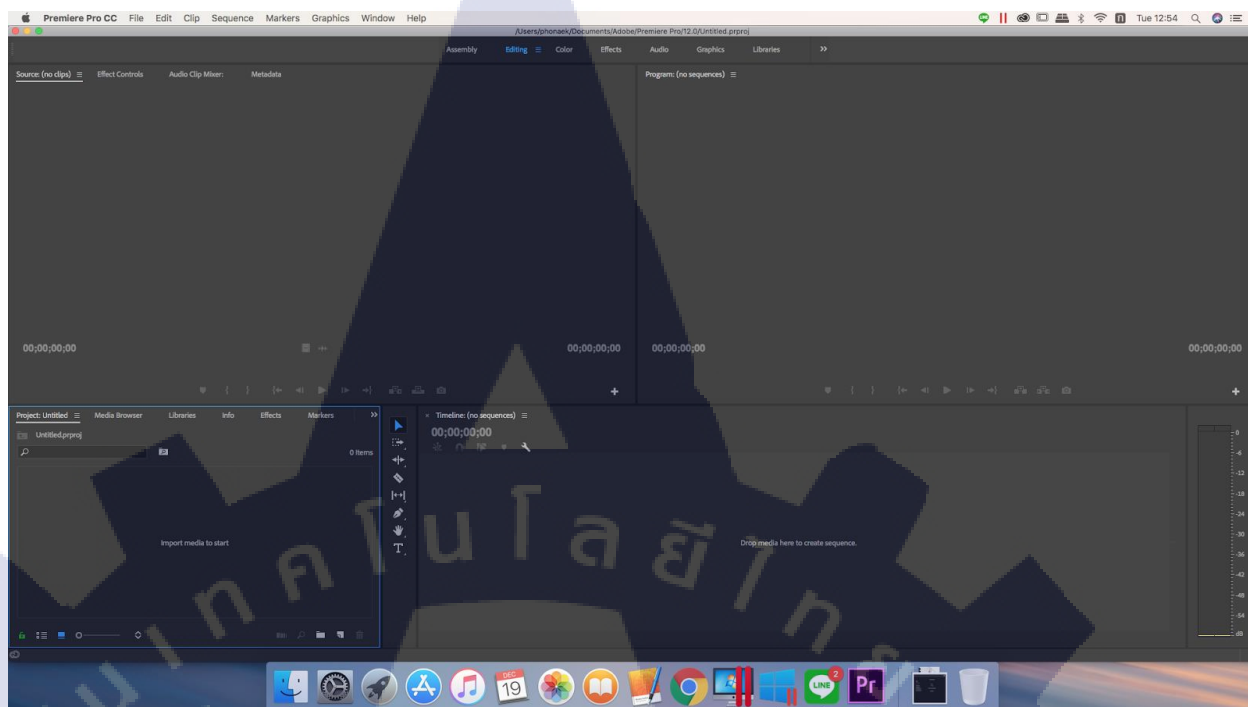
-เปิดคำบรรยายลงในคำอธิบายภาพ เขียนการบรรยายของคุณเป็นคำบรรยายที่ใช้รวม
Adobe Media Encoder

การสร้างชิ้นงานและการตั้งค่าชิ้นงานโปรแกรม Premiere Pro



รูปที่ 2.37 การสร้างชิ้นงาน

1. คลิกที่ Start Program เลือกที่ All Program Adobe Premiere Pro
2. จากนั้นเราจะพบกับหน้าต่าง Welcome to Adobe Premiere Pro
3. New Project เป็นการเริ่มสร้างชิ้นงานใหม่ โดยเมื่อเราเริ่มทำงานเริ่มแรก เรายังไม่มีชิ้นงานที่เคยทำ ให้เราเลือกข้อนี้
4. Open Project คือการเปิดชิ้นงานที่เราเคยเซฟไว้ในเครื่องคอมพิวเตอร์ เราสามารถเลือกข้อนี้ได้
5. Recent Project คือ ชิ้นงานที่เราเคยเปิดมาแล้ว เคยทำผ่านมาแล้ว รายชื่อชิ้นงานเราจะปรากฏที่นี่ เราสามารถคลิกเพื่อเข้าอย่างรวดเร็วได้
6. กรณีนี้ยังไม่มีชิ้นงานให้เราเลือกที่ New Project เพื่อทำการสร้างโปรเจกต์ใหม่แล้วจะเข้า
มาสู่หน้าจอถัดไป
7. คลิกที่ Browse เพื่อทำการเลือกไฟล์เตอร์ที่ต้องการสร้างชิ้นงาน
8. เมื่อสร้างไฟล์เตอร์ที่ต้องการแล้ว ให้เราตั้งชื่อชิ้นงานที่เราต้องการสร้าง
9. เมื่อเราสร้างชื่อเราเสร็จแล้วให้เราตั้งค่าความชัดของวิดีโอที่เราจะทำว่าจะมีความชัด
ยังไ
10. หลังจากที่ได้ทำการตั้งชื่อไฟล์เรียบร้อยแล้วก็จะเข้าสู่หน้าจอการทำงานของเราต่อไป
โดยที่หน้าจอของเราจะประกอบไปด้วยส่วนต่างๆ ดังนี้
 - ส่วนแรก คือ ส่วนที่ใช้ในการแสดงไฟล์วิดีโอต่างๆ ที่เราทำการ Import เข้ามา เพื่อใช้ในการตัดต่อ
 - ส่วนที่สองคือ หน้าจอ Monitor
 - ส่วนที่สามคือ หน้าจอ แสดงสถานะของคลิปวิดีโอ
 - ส่วนที่สี่ คือ Time Line ใช้สำหรับการตัดต่อ แก้ไข ดัดแปลงวิดีโอของเรา โดยเราต้องนำ
คลิปลงไปใส่ใน Time Line เพื่อทำการแก้ไข
 - ส่วนที่ห้า คือ หน้าจอแสดงระดับเสียงและเครื่องมือที่ใช้ในการตัดต่อวิดีโอ



รูปที่ 2.38 หน้าจอของโปรแกรม Adobe Premiere Pro CC

ทำความรู้จักกับเครื่องมือการใช้งานของโปรแกรม Premiere Pro

ชื่อเครื่องมือ	การทำงาน
Selection tool	ใช้ในการเลือกคลิป และการย้ายคลิปต่างๆ ที่วางอยู่ในพาเนล Time Line
Track Select Tool	ใช้ในการเลือกคลิปในลักษณะเดียวกับ Selection Tool แต่จะต่างกันตรงที่ Track Selection Tool จะใช้เลือกทุกคลิปที่เรียงต่อกันในแทร็กเดียวกับรูปก่อนการเลือก ให้เราเลือกคลิปที่ต้องการ
Ripple Edit Tool	ใช้ในการปรับความยาวในการแสดงคลิป โดยการลดหรือเพิ่มเฟรมเหมือนกับ Ripple Edit Tool แต่จะไม่มีผลกับเวลารวมในการแสดงคลิป เนื่องจากเราเพิ่มหรือลดความยาวเฟรมของคลิปหนึ่ง อีกคลิปหนึ่งที่อยู่ติดกันก็จะมีผลต่อการเพิ่มหรือลดเฟรมของคลิปที่อยู่ติดกันนั้นด้วย
Rate Stretch Tool	เป็นเครื่องมือที่ใช้ปรับความเร็วในการแสดงคลิป โดยสามารถเพิ่มหรือลดความเร็วให้แก่คลิปนั้นๆ โดยไม่มีการตัดช่วงเวลาของเฟรมออกไป เพียงแต่เพิ่มหรือลดความเร็วให้คลิปนั้นๆ
Razor Tool	เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการในการตัดต่อวิดีโอ เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการตัดและต่อวิดีโอและออกดีโอออกเป็นส่วนๆ แต่ถ้าคลิปวิดีโอของเรา มีภาพและเสียงประกอบตั้งแต่แรก Razor Tool ก็จะทำให้การตัดทั้งภาพและเสียงออกไปพร้อมกัน
Slip Tool	เป็นเครื่องมือที่ใช้เลื่อนฉากในคลิป โดยจะเป็นการขยับเฟรมที่ซ่อนไว้ให้ แสดงออกมา โดยการใช้ Slip Tool นั้น จะไม่มีผลต่อความเร็ว และคลิปข้างเคียง
Slide Tool	ใช้ในการปรับความยาวของคลิปโปรบข้าง โดยจะมีผลกับคลิปที่อยู่ด้านข้างทั้งซ้ายและขวา แต่จะไม่มีผลกับคลิปของตัวเอง

ตาราง 2.1 ตารางเครื่องมือพื้นฐานของ Premiere Pro

การนำคลิปวิดีโอเข้ามาเพื่อการใช้งาน

ประเภทของคลิปประกอบไปด้วย

- 1.คลิปวิดีโอเป็นคลิปที่มีการเคลื่อนไหวและเสียงรวมกัน
- 2.คลิปเสียงเป็นคลิปที่มีแต่เสียงอย่างเดียว
- 3.คลิปภาพหรือเป็นรูปภาพนิ่งที่เราต้องการนำมาใช้ในการตัดต่อเพื่อเพิ่มสีสันให้ชิ้นงานของเรา

การนำคลิปวิดีโอเข้ามาใช้ในโปรแกรม Adobe Premiere cs6 สามารถทำได้โดยการ Import File เข้ามาโดยที่เราสามารถนำคลิปวิดีโอ,คลิปเสียง,คลิปรูปภาพก็ได้

การExportเพื่อเผยแพร่ไฟล์วิดีโอ

เมื่อเราทำการตัดต่อทั้งหมดในโปรแกรมเรียบร้อยแล้วนั้น เราจะยังไม่ได้ไฟล์วิดีโอที่สมบูรณ์แบบ ก็ยังไม่สามารถนำไปเผยแพร่หรือใช้แสดงด้วยโปรแกรมเล่นภาพยนตร์ต่างๆ ได้ ดังนั้นเราจึงต้องทำการ Export งานของเราเสียก่อน เพื่อให้โปรแกรม Premiere Pro แปลงไฟล์โปรเจกต์งานเป็นไฟล์วิดีโอที่สามารถนำไปเผยแพร่ได้จริง โดยในโปรแกรม Premiere Pro เราสามารถ Export งานได้หลายรูปแบบและหลายวิธีดังนี้

-Movie Export โปรเจกต์เป็นไฟล์วิดีโอ

-Audio Export โปรเจกต์เป็นไฟล์เสียง

-Frame Export โปรเจกต์เป็นไฟล์ภาพ

โดยแต่ละรูปแบบนั้นจะมีลักษณะของไฟล์ที่หลากหลายแตกต่างกันออกไป สาเหตุที่ต้องมีการ Export เป็นไฟล์หลายรูปแบบวิธีนี้นั้น ก็เนื่องจากจุดประสงค์ของการทำงานของแต่ละคนแตกต่างกันออกไป บางคนอาจต้องการไฟล์งานเป็นไฟล์วิดีโอ บางคนต้องการเพียงภาพบางภาพจากวิดีโอ

การExportไฟล์วิดีโอ

โดยปกติแล้วโปรแกรมPremiereProจะตั้งค่าไฟล์มาตรฐานของการExportวิดีโอไว้ให้เป็น

Microsoft DV AVI ไว้เรียบร้อยแล้ว ดังนั้นเราจะสามารถทำการ Export ไฟล์วิดีโอได้เลย

ข้อดีของโปรแกรม Adobe Premiere Pro

1. ตัวโปรแกรมใช้งานง่าย
2. การแก้ไขแก้ไขเสียงสามารถทำได้ง่าย
3. ตัวโปรแกรมสามารถทำงานร่วมกับโปรแกรมตระกูล Adobe ด้วยกันได้ดี
4. ตัวโปรแกรมมีทั้งในระบบปฏิบัติการ OS และ Windows

ข้อเสียของโปรแกรม Adobe Premiere Pro

1. การเรนเดอร์อาจจะทำให้ช้าถ้าสเปคของคอมพิวเตอร์ไม่แรงพอ
2. ต้องปล่อยให้วิดีโอทำการเรนเดอร์ก่อน ไม่อย่างนั้นเวลาดูเพลย์แบ็กวิดีโออาจจะตุกติกได้

2.3.2 โปรแกรม Adobe After Effects CC

Adobe After Effects CC เป็นหนึ่งในชุด โปรแกรม Adobe Creative Cloud นั่นเอง จะเรียกว่า โครงสร้างภาพยนตร์สื่อดิจิทัลหลายๆ ทำมาจากโปรแกรมนี้อยู่ทีเดียว ด้วยเอฟเฟกต์ที่สามารถ ปรับแต่งวิดีโอของคุณให้ลื่นไหล และแนบเนียนอย่างไร้ที่ติ คุณยังสามารถสร้างเฟรมและคีย์เฟรม ได้อย่างอิสระ ให้แก่ภาพเคลื่อนไหวของคุณลื่นไหลเหมือนจริง โดยตัวโปรแกรมได้มีเครื่องมือที่เรา จำเป็นต้องใช้ไว้แบบเต็มพิกัด เพื่อให้คุณสร้างภาพยนตร์ เฟรมต่อเฟรมแบบเดียวกับ โปรแกรม Adobe Flash Professional (โปรแกรมสร้างกราฟฟิคภาพเคลื่อนไหว) โดยเวอร์ชันนี้ออกแบบมาให้ ใช้ทรัพยากรในเครื่องให้น้อยลง และมีเครื่องมือภายในโปรแกรมไม่ได้น้อยตามการทำงานของ โปรแกรมเลย

โปรแกรมสำหรับงานทางด้าน Video Compost หรืองานซ้อนภาพวิดีโอ รวมถึงงานทางด้านการ ตกแต่ง หรือเพิ่มเติม Effect พิเศษให้กับภาพ โปรแกรม After Effect ก็คือ โปรแกรม Photoshop เพียงแต่เปลี่ยนจากการทำงานภาพนิ่งมาเป็นภาพเคลื่อนไหว ผู้ที่มีพื้นฐานด้านการใช้ งานโปรแกรม Photoshop มาก่อน ก็จะสามารถใช้งานโปรแกรม After Effect ได้ง่ายมากขึ้น โดย ใช้โปรแกรม Adobe After Effect ซึ่งเป็นโปรแกรมยอดนิยมทางด้าน Motion Graphic ใช้ในธุรกิจ การตัดต่อภาพยนตร์ งานโทรทัศน์ การสร้าง Project การใช้ Transition , Effect และ Plug in ต่างๆ ในการทำงาน การตัดต่องาน Motion Graphic เช่น การบันทึกเสียง , การทำเสียงพากย์ , การใส่ดนตรี

ประกอบ นอกจากนี้ยังมีเทคนิคพิเศษต่างๆ เช่น การทำตัวอักษรให้เคลื่อนไหว, การซ้อนภาพ ร่วมกับโปรแกรมยอคนิยมต่างๆ และการทำ Mastering , การบันทึกผลงานลงเทป DV , VHS และการแปลงไฟล์เพื่อทำ VCD , DVD

After Effect เป็นโปรแกรมที่ได้ Effect ให้กับ ภาพยนตร์ ในขั้นตอนการตัดต่อ ไฟล์ที่นำเข้ามาใช้ในโปรแกรมนี้นี้ได้เกือบทุกชนิดได้ทั้งภาพนิ่งภาพเคลื่อนไหวไฟล์เสียงยิ่งถ้าเป็นการทำมาจากโปรแกรม 3d แล้วมาทำต่อที่ After Effect จะทำให้งานสมบูรณ์ยิ่งขึ้นโดยที่สามารถจะนำไฟล์ทั้งหลายเหล่านี้มาใช้งานร่วมกัน เพื่อให้ได้งานที่เป็นภาพเคลื่อนไหวชิ้นใหม่ออกมาจากโปรแกรม After Effects

การทำภาพเคลื่อนไหวด้วยโปรแกรม After Effects

โปรแกรม After Effects เป็นโปรแกรมที่นิยมใช้ในการทำงานด้าน Motion graphic และ Visual – Effect ที่เหมาะสำหรับนำมาใช้ในงาน Presentation , Multimedia , งานโฆษณา และรวมไปถึงการทำ Special – Effect ต่าง ๆ ให้กับงานภาพยนตร์ โดยเครื่องมือที่ใช้และลักษณะการใช้งานโดยทั่วไปในโปรแกรมนั้น ก็จะคล้ายกับโปรแกรมอื่น ๆ ในตระกูล Adobe ดังนั้นในการเริ่มต้นใช้งาน After Effects ก็จะง่ายขึ้น ถ้าผู้ใช้เคยได้ใช้โปรแกรมของ Adobe เช่น Photoshop , Illustrator หรือ Premiere มาก่อน

การทำงานของโปรแกรม After Effects

ในการทำงานของโปรแกรม After Effects นั้น เปรียบเทียบกับการทำงานภาพยนตร์คือการตัดต่อ เนื่องจากการทำงานของโปรแกรมจะทำงานในลักษณะที่เป็นการนำไฟล์ที่ทำเอาไว้ เรียบร้อยแล้วจากที่อื่นเข้ามาใช้ โดยไฟล์ที่จะนำมาใช้งานโปรแกรม After Effects สามารถเป็น ไฟล์ใด ๆ ก็ได้แทบทุกชนิด ไม่ว่าจะเป็นไฟล์ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และไฟล์เสียง โดยที่สามารถจะนำไฟล์ทั้งหลายเหล่านี้มาใช้งานร่วมกัน เพื่อให้ได้งานที่เป็นภาพเคลื่อนไหวชิ้นใหม่ออกมาจากโปรแกรม After Effects

การเตรียมไฟล์ที่จะนำมาใช้งาน

เนื่องจากการทำงานกับโปรแกรม After Effects จำเป็นจะต้องมีการนำไฟล์อื่นเข้ามาใช้ร่วมด้วยอยู่เสมอจึงต้องมีการเตรียม ไฟล์ที่จะใช้งานไว้ให้เรียบร้อยก่อน และจึงนำไฟล์ที่ได้เตรียมไว้แล้วมาใช้เป็นฟุตเทจในการทำงานของโปรแกรม After Effects

ระบบดิจิทัลวิดีโอ

สำหรับระบบ NTSC digital video ในมาตรฐานของ CCIR – 601 ที่นิยมใช้กันอยู่ทั่วไป คือ NTSC D1 จะมีอัตราส่วนเท่ากับ 720 x 486 pixels และเช่นเดียวกัน สำหรับ PAL D1 จะมีอัตราส่วนเท่ากับ 720 x 576 โดยอัตราส่วน 720 x 486 ของระบบ NTSC D1 จะไม่ได้เป็น 4 : 3 เท่ากับหน้าจอในระบบอื่น ๆ และเนื่องจากว่า pixels ของระบบ D1 ไม่ได้มีรูปร่างเป็นสี่เหลี่ยมจัตุรัสเหมือน pixels ที่ใช้ในระบบอื่นๆแต่จะมีรูปร่างเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้าที่ด้านกว้างมีขนาดแค่ 90 % ของด้านสูง จึงทำให้ pixels ของระบบ D1 จะมีลักษณะพอมสูง และผลจากความแตกต่างของรูปร่าง pixels ส่งผลให้งานบางชนิดเกิดการบิดพลิ้วได้เมื่อมีการย้ายจากระบบหนึ่งไปอีกระบบ หนึ่ง

เมื่อนำงานจากระบบ NTSC D1 ไปแสดงผลงานบนหน้าจอคอมพิวเตอร์ ก็จะมีภาพที่มีลักษณะแฉกเมื่อนำไปใช้งานที่หน้าจอระบบ NTSC D1

ส่วนในระบบ PAL D1 ก็จะมี pixels ในทางกลับกันกับ

ระบบ NTSC D1 คือ pixels ระบบ PAL D1 จะมีรูปร่างเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้าที่กว้างเตี้ย ดังนั้นในการแสดงผลงานที่หน้าจอจะเป็นในทางกลับกันด้วยเช่นกัน เมื่อเป็นเช่นนี้จึงทำให้สิ่งสำคัญที่ควรระวังในการทำงานที่ต้องเกี่ยวข้องกับระบบ D1 คือ อย่ามองข้ามอัตราส่วนต่างๆของ pixels เหล่านี้

โปรแกรม After Effects สามารถเลือกที่จะกำหนดการแสดงผลในอัตราส่วนของ pixels ระบบต่างๆ ของได้ ด้วยการกำหนดค่าที่หน้าต่าง Composition Settings ในการกำหนดค่าเพื่อสร้างหน้าต่าง Composition ขึ้นมา

ในปัจจุบันก็ได้มี PC ดิจิตอลวิดีโอรุ่นใหม่ ๆ บางรุ่น ที่สามารถใช้ได้กับพื้นที่การแสดงผลงานที่มีขนาด 720 x 480 pixels โดยระบบนี้ชื่อว่า ระบบ DV (digital video) ซึ่ง pixel จะมีอัตราส่วนที่เท่ากับอัตราส่วนของระบบ D1

Adobe After Effect เป็นโปรแกรมที่ใช้ในการสร้าง motion graphic งาน Composite ซึ่งรูปแบบการใช้งานค่อนข้างง่าย เหมาะสำหรับผู้เริ่มต้น และมีคอนเซ็ปท์ของโปรแกรมที่ทำงานในแบบเลเยอร์

เครื่องมือพื้นฐานการทำงาน of โปรแกรม After Effects

การใช้ Adobe after Effect ในการตกแต่ง Effect ต่างๆ

โปรแกรม Adobe after Effect CS3 เป็นโปรแกรมที่สามารถสร้าง effect ได้อย่างดีเยี่ยม สามารถตกแต่งภาพให้มีชีวิตชีวาและดูสมจริงยิ่งขึ้น ซึ่งโปรแกรมนี้เป็นที่นิยมกันมากในกลุ่มผู้ชื่นชอบด้านกราฟิก

ส่วนประกอบของหน้าจอโปรแกรม Adobe after Effect

(1) ไตเติลบาร์ (TitleBar) แถบที่อยู่ทางด้านบนสุดของหน้าต่างโปรแกรมเพื่อใช้แสดงชื่อโปรแกรม Adobe after Effects CS3 และชื่อไฟล์ที่กำลังเปิดทำงานอยู่ในขณะนั้นและทางด้านขวามือของไตเติลบาร์เป็นปุ่มควบคุมการย่อ - ขยายหรือปิดโปรแกรม

(2) เมนูบาร์ (Menu Bar) เมนูบาร์แสดงอยู่ในบรรทัดล่างต่อจากไตเติลบาร์ ซึ่งเป็นที่เก็บคำสั่งต่างๆที่ใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานซึ่งอยู่ในรูปแบบของคำสั่งเมนู โดยเริ่มตั้งแต่เมนู File เรื่อยไปจนถึงเมนู Help ตามลำดับ แต่ละเมนูจะมีรายการคำสั่งย่อยออกมา โดยแต่ละเมนูจะมีรายการคำสั่งย่อยแตกต่างกันออกไปตามลักษณะประเภทของเมนูดังรายการต่อไปนี้

(2.1) เมนู File เป็นคำสั่งเกี่ยวกับการทำงานทางด้านไฟล์ทั้งไฟล์วิดีโอและไฟล์ภาพ เช่น การบันทึกไฟล์ การเปิดไฟล์ เป็นต้น

(2.2) เมนู Edit เป็นคำสั่งเกี่ยวกับการปรับแต่งแก้ไขไฟล์ภาพหรือไฟล์วิดีโอ

(2.3) เมนู Composition เป็นคำสั่งเกี่ยวกับเทคนิคต่างๆในการสร้างสรรค์ผลงาน

(2.4) เมนู Layer เป็นคำสั่งเกี่ยวกับการจัดเลเยอร์ต่างๆ

(2.5) เมนู Effect เป็นคำสั่งเกี่ยวกับการจัดการ effect ต่างๆ

(2.6) เมนู Animation เป็นคำสั่งเกี่ยวกับการกำหนดการเคลื่อนไหวของไฟล์ต่างๆ

(2.7) เมนู View เป็นคำสั่งเกี่ยวกับการดูมุมมองของไฟล์ตลอดจนการย่อ-ขยาย ไฟล์

(2.8) เมนู Window เป็นคำสั่งที่รวบรวมการเรียกใช้ Palette เพื่อให้สะดวกต่อการ
สร้างสรรค์ผลงาน

(2.9) เมนู Help เป็นคำสั่งที่รวบรวมการช่วยเหลือและแนะนำการใช้โปรแกรม Adobe
after Effect CS3

(3) กล่องเครื่องมือ (Toolbox) เป็นที่จัดเก็บกลุ่มเครื่องมือต่างๆ เครื่องมือเหล่านี้มี
หลากหลายประเภทดังนั้นจึงมีการรวมเครื่องมือบางตัวซ่อนเอาไว้ซึ่งสังเกตได้ว่าหากเครื่องมือใดมี
ปุ่มสามเหลี่ยมสีดำอยู่ทางด้านขวาล่างแสดงว่ายังมีเครื่องมืออื่นซ่อนอยู่อีก

(4) Palette เป็นไดอะล็อกซ์ประเภทหนึ่งที่ใช้เลือกรายละเอียดสำหรับการทำงานต่างๆใน
โปรแกรมควบคู่กับคำสั่งและเครื่องมือ

บทที่ 3

แผนงานการปฏิบัติงานและขั้นตอนการดำเนินงาน

3.1 แผนงานการฝึกงาน

ตาราง 3.1 ตารางการปฏิบัติงาน

หัวข้องาน	เดือนที่ 1				เดือนที่ 2				เดือนที่ 3				เดือนที่ 4			
ทำ Artwork และ video ให้บริษัท																
คิดหัวข้อโปรเจกต์สกรีน																
รวบรวมข้อมูล																
ออกแบบโปรเจกต์สกรีน																
ทำโปรเจกต์สกรีน																

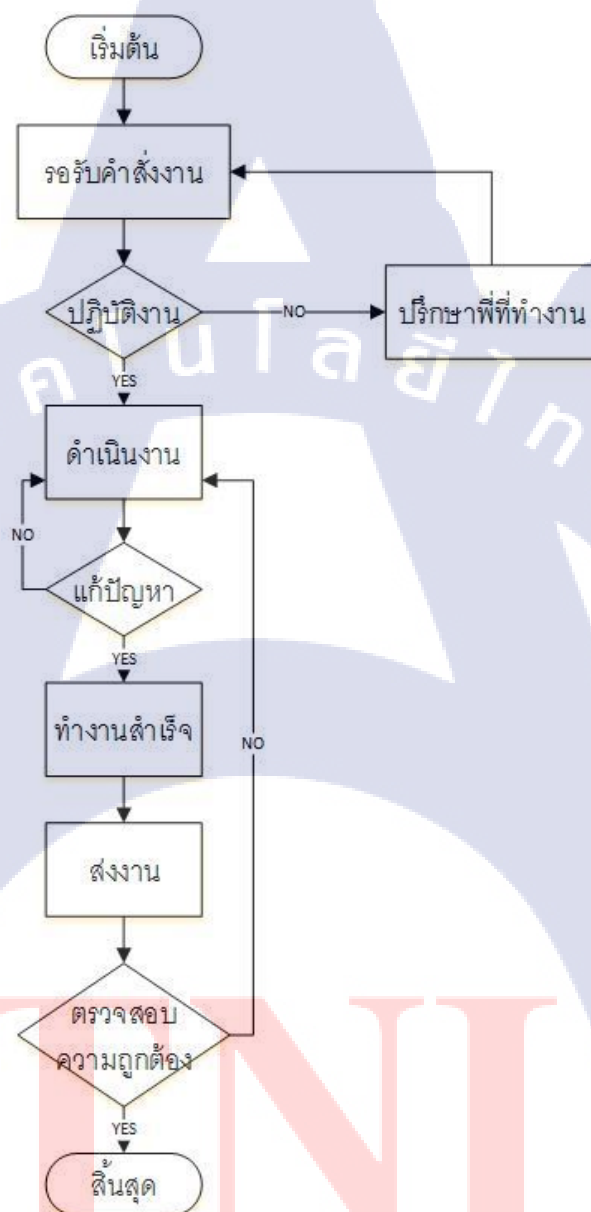
3.2 รายละเอียดที่นักศึกษาปฏิบัติในการฝึกงาน

ตำแหน่งงานที่ได้รับมอบหมาย คือ Trainee Graphic Designer จะปฏิบัติงานเกี่ยวกับการออกแบบ Artwork การทำอัลบั้มภาพเล่าเรื่องบน Facebook การทำ video สำหรับโปรโมทผ่านทาง Facebook

TNI

NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY

3.3 ขั้นตอนการดำเนินงานที่นักศึกษาปฏิบัติงาน



ภาพที่ 3.1 การออกแบบ Project

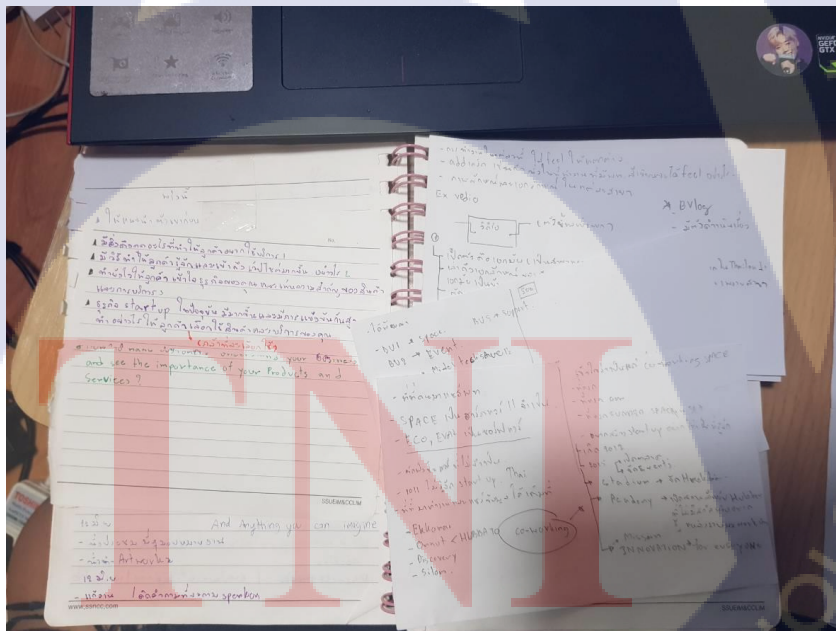
บทที่ 4

สรุปผลการดำเนินงาน การวิเคราะห์และสรุปผลต่าง ๆ

4.1 ขั้นตอนและผลการดำเนินงาน

4.1.1 รวบรวมข้อมูล

โดยทำการสำรวจพื้นที่ของบริษัททั้ง 4 สาขา ว่า มีพื้นที่เป็นอย่างไรบ้าง แต่ละห้องใช้งานอย่างไร แล้วถูกค้ำนั่งทำงานในพื้นที่ลักษณะยังไง รวบรวมสื่อสิ่งพิมพ์ที่ให้ข้อมูลของบริษัท และถ่ายรูปมุม Hot desk มุม Relax ของบริษัททั้งสาขา เอกมัย สยาม อ่อนนุช และสีลม เพื่อเป็นตัวอย่างในการทำวิดีโอ และมีการนัดประชุมโดยพี่ๆในสับบ้าเป็นให้ข้อมูลของสับบ้าอย่างละเอียดเพื่อจะได้นำข้อมูลนั้นสามารถนำมาใช้กับงานได้อีกด้วย



ภาพที่ 4.1 ข้อมูลของบริษัทที่รวบรวมไว้



ภาพที่ 4.2 มุมห้องโซน Hot Desk ของสาขาเอกมัย



ภาพที่ 4.3 มุมห้องโซน Hot Desk ของสาขาอ่อนนุช



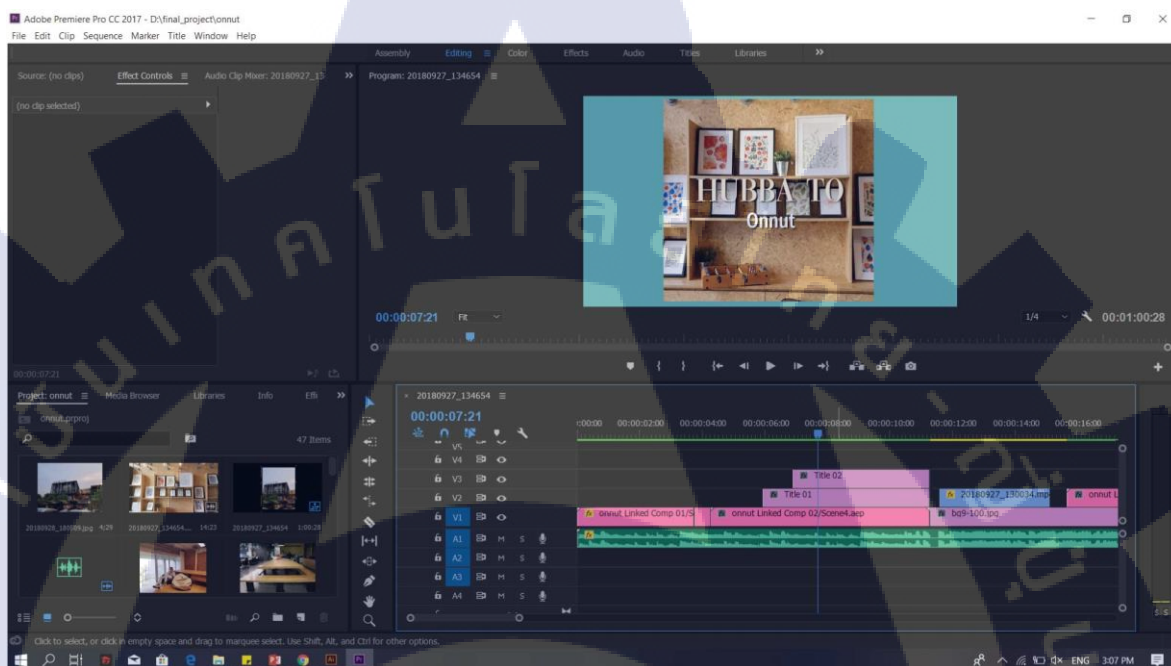
ภาพที่ 4.4 มุมห้องโซน Hot Desk ของสาขามัคคีศิลป์



ภาพที่ 4.5 มุมห้องโซน Hot Desk ของสาขาวิศวกรรม

4.1.2 การตัดต่อวิดีโอ

นำวิดีโอที่ไปถ่ายมาไปยังโปรแกรมตัดต่อซึ่งโปรแกรมที่ใช้ในการตัดต่อมี 2 โปรแกรม คือ Adobe Premiere Pro และ Adobe AfterEffects



ภาพที่ 4.6 การตัดต่อวิดีโอในโปรแกรม Adobe Premiere Pro

4.1.3 นำเสนอและแก้ไข

นำผลงานให้พี่ที่ปรึกษาประเมินความพึงพอใจและให้คำแนะนำและแก้ไขตามคำแนะนำที่ได้รับ

4.1.4 ส่งไฟล์งานสิ้นสุดให้แก่บริษัท

โดยนำวิดีโอที่เสร็จสมบูรณ์ส่งมอบให้พี่ โดยอธิบายให้พี่ ๆ ในทีมที่บริษัทในแต่ละส่วนของวิดีโอ



ภาพที่ 4.7 ภาพวิดีโอที่แก้ไขและเสร็จสมบูรณ์

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของโครงการเป็นไปตามที่ได้วางแผนไว้ผลงานที่ออกมาเป็นที่พอใจของที่ปรึกษา ในด้านของตารางเวลาที่จะมีความคลาดเคลื่อนจากที่ได้วางแผนไว้บ้าง แต่ยังสามารถทำผลงานให้เสร็จทันเวลาที่กำหนด แม้จะมีอุปสรรคหลายอย่าง อันเนื่องมาจากยังขาดความชำนาญในการทำและยังไม่เคยทำงานในลักษณะนี้มาก่อน การทำสื่อวีดิทัศน์ ทำให้ได้รับประสบการณ์ที่ดีหลายอย่าง เช่น การถ่ายวิดีโอด้วยตัวเอง การตัดต่อ โดยได้พี่เลี้ยงมาช่วยสอน และให้คำแนะนำ จนข้าพเจ้าทำเป็น และเป็นโอกาส ที่ทำให้ข้าพเจ้าได้ทำงานที่สนใจ

4.3 วิเคราะห์และวิจารณ์ข้อมูลโดยเปรียบเทียบผลที่ได้รับกับวัตถุประสงค์และจุดมุ่งหมายในการปฏิบัติงานหรือการจัดทำโครงการ

โครงการนี้ระยะเวลาทำประมาณ 2 เดือน เมื่อลองวิเคราะห์และวิจารณ์ดูแล้ว ข้าพเจ้าเห็นว่าทุกอย่างเป็นไปได้ ตั้งแต่ขั้นตอนการคิดสคริปต์ ตลอดจนการลงมือปฏิบัติ ถึงแม้ว่าข้าพเจ้าจะขาดความรู้ในเรื่องของการตัดต่อวิดีโอ แต่ข้าพเจ้าก็ศึกษาด้วยตนเองและปรึกษาพี่ ๆ ในทีมซึ่งทำให้ไม่มีปัญหาในการทำโครงการจึงทำงานได้บรรลุตามเป้าหมาย และตามวัตถุประสงค์

รวมไปถึงผลลัพธ์ที่เป็นที่น่าพอใจ เมื่อเทียบกับงานที่ออกมา นับว่าเป็นพัฒนาการที่ดีของข้าพเจ้า ที่ได้ผ่านการฝึกฝนและประสบการณ์ที่น่าจดจำครั้งหนึ่งในชีวิต



บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการดำเนินงาน

จากการปฏิบัติตามแผนการดำเนินงาน สรุปได้ดังนี้

1. บริษัทสามารถนำไปใช้ป็นสื่อโฆษณาทางการตลาด
2. เป็นสื่อการแนะนำรูปแบบใหม่ให้แก่บริษัท
3. ลูกค้าสามารถเห็นความแตกต่างของพื้นที่แต่ละสาขาได้อย่างชัดเจน
4. ลูกค้าสามารถเข้าใจพื้นที่การทำงานของบริษัทย่างขึ้น
5. ลูกค้าสามารถตัดสินใจในการเลือกใช้บริการในแต่ละสาขา

5.2 ปัญหาและอุปสรรค

- โปรแกรมที่ใช้อยู่ นั้นมักจะดับอยู่เสมอและเวลาเรนเดอร์งานมักจะช้า
- นอกจากช่วงที่ทำโปรเจกอยู่ในช่วงหน้าฝนและมีบางฉากที่จะต้องถ่ายนอกสถานที่ เมื่อฝนตกจึงทำให้ไม่สามารถถ่ายทำได้
- วันที่ต้องออกกองนางแบบป่วยอย่างกะทันหัน
- เมมเบอร์บางท่านไม่สามารถออกกล้องได้

5.3 แนวทางการแก้ไขปัญหา

- แบ่งไฟล์ในการทำงาน เช่น แบ่งไฟล์เป็น 4 ไฟล์หลังจากนั้นนำมารวมกันเป็น 1 ไฟล์เพื่อลดปัญหาโปรแกรมค้างและลดเวลาเรนเดอร์งาน
- ถ้าหากฝนตกให้ถ่ายฉากที่อื่นที่อยู่ในร่มหรือไม่ก็ไปถ่ายวันอื่น
- ถ้าหากนางแบบป่วยกะทันหัน นางแบบท่านอื่นมาแสดงแทนและเลือกมุมถ่ายไม่ให้หัน

หน้าแทน

-เมมเบอร์ไม่ประสงค์อยากจะออกกล้อง ให้เปลี่ยนมุกกล้องใหม่แทน

5.4 ข้อเสนอแนะจากการดำเนินงาน

สำหรับคนที่เข้ามาฝึกงานด้าน Graphicของบริษัทนี้ แนะนำให้ศึกษาการใช้งาน

โปรแกรม Adobe Illustrator Adobe Premiere Pro และ Adobe AfterEffects เบื้องต้นอย่างละเอียด

เนื่องจากบริษัทนี้จะใช้ทั้ง 3 โปรแกรม ในการสร้าง Artwork และหากมีปัญหาในขณะทำงานให้

แก้ไขด้วยตัวเองก่อน



เอกสารอ้างอิง

HUBBATEam, 2013, Coworking Space คืออะไรเอ่ย? [Online], Available :<http://hubbathailand.com/what-is-coworking-space/> [26 ตุลาคม 2561]

Pelesious, 2013, ทฤษฎีสี่ [Online], Available:<https://homegame9.wordpress.com/ทฤษฎีสี่> [26 ตุลาคม 2561]

Piyadanai Wikein, 2558, การกำกับภาพ [Online], Available:<https://krupiyadanai.wordpress.com/computer4/เทคโนโลยีสื่อประสม/การกำกับภาพ> [26 ตุลาคม 2561]

Akkaraphon, 2556, ความหมายของการตัดต่อ [Online], Available: <https://sites.google.com/sites/akkaraphonAung156/khwam-hmay-khxng-kar-tad-tx> [26 ตุลาคม 2561]

itsolution, 2017, Adobe Premiere Pro [Online], Available: <http://www.itsolution.co.th/adobe-premiere-pro-cc.html> [28 ตุลาคม 2561]

technologyshu, 2017, การผลิตสื่อวีดิโอด้วยโปรแกรม Adobe Premiere Pro [Online], Available: <http://technologyshu.blogspot.com/2017/12/adobe-premiere-pro.html> [28 ตุลาคม 2561]

เดือน หงษ์วดี, 2013, มาทำความรู้จักกับโปรแกรม AFTER EFFECTS [Online], Available: <https://arit.rmutsv.ac.th/en/blogs/55-มาทำความรู้จักกับโปรแกรม-after-effects-237> [28 ตุลาคม 2561]



ภาคผนวก

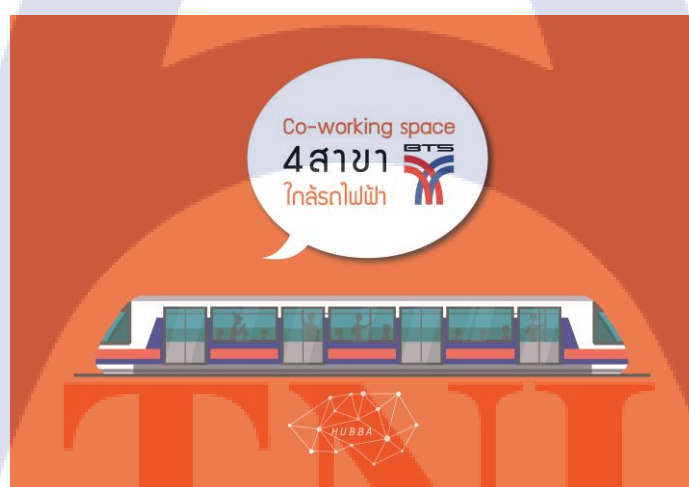
TNI

ภาคผนวก ก.
ผลงานฝึกงานสหกิจศึกษา

TNI



ออกแบบอัลบั้มภาพเล่าเรื่อง HUBBA กับอีกขั้นของการขับเคลื่อน
'BUSINESS ECOSYSTEM' ในเมืองไทยไปสู่สากล



ออกแบบอัลบั้มภาพเล่าเรื่อง HUBBA 4 สาขาใกล้เคียงไฟฟ้า



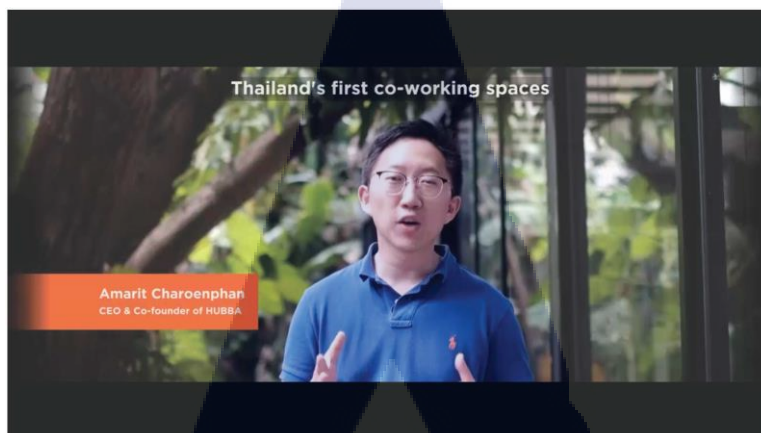
ออกแบบอัลบั้มภาพเล่าเรื่อง ห้องประชุม 4สไตล์ที่ช่วยให้การประชุมไหลลื่น



ออกแบบอัลบั้มภาพเล่าเรื่อง Relax zoneและกิจกรรมสุดลับ @HUBBA



ออกแบบ art work โปรโมชันห้องประชุมที่ HUBBA Silom



ตัดต่อวิดีโอ open house ของ HUBBA ให้กับงาน Techsauce Global Summit 2018



สัมภาษณ์, ถ่ายทำ, ตัดต่อ, Motion ให้กับงาน Thailand Startup Weed 2018



ถ่ายทำ, ตัดต่อเพื่อขอขอบคุณสปอนเซอร์ Perfect Furniture



ตัดต่อ, Motion เพื่อ โปรโมทห้องประชุมทั้ง 4 สาขา (สยามดิส, เอกมัย)



ตัดต่อวิดีโอ เพื่อนับวันถอยหลังการแข่งขัน MTL HACKATHON



ตัดต่อวิดีโอ เพื่อนับวันถอยหลังการแข่งขัน Startup Battleground



ประวัติผู้จัดทำโครงการ

ชื่อ – สกุล

นางสาวพริมา เกาจันทร์

วัน เดือน ปีเกิด

วันอังคารที่ 4 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2540

ประวัติการศึกษา

ระดับประถมศึกษา

โรงเรียนอนุบาลสุราษฎร์ธานี

ระดับมัธยมศึกษา

โรงเรียนธิดาแม่พระ

ระดับอุดมศึกษา

ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีมีัลติมีเดีย
คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

ทุนการศึกษา

- ไม่มี -

ประวัติการฝึกอบรม

- ไม่มี -

ผลงานที่ได้รับการตีพิมพ์

- ไม่มี -

TNI