



การจัดการความรู้ (Knowledge Management : KM)

เรื่อง การถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์  
(Photography for Public Relation)

โดย

ศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีการสหกรณ์ที่ ๔ จังหวัดนครนายก  
สำนักพัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยีการสหกรณ์

## คำนำ

เอกสารเล่มนี้เป็นคู่มือการถ่ายภาพเพื่อประชาสัมพันธ์ จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมวิธีและหลักการการให้บริการที่ดีน่าประทับใจแก่ผู้ใช้บริการ ศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีการสหกรณ์ที่ ๔ เป็นหน่วยงานที่จะต้องทำงานประสานทั้งหน่วยงานภายในและภายนอกเป็นงานที่ต้องให้บริการเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ในด้านการบริการถือว่าเป็นหัวใจสำคัญซึ่งผลตอบรับในด้านการให้บริการที่ดีไม่เพียงแต่การได้รับคำชื่นชมในการให้บริการของศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีการสหกรณ์ที่ ๔ เท่านั้น แต่ยังส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีของสำนักพัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยีการสหกรณ์ และกรมส่งเสริมสหกรณ์ด้วย

ศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีการสหกรณ์ที่ ๔ ยินดีอย่างยิ่งที่จะให้บริการกับทุกหน่วยงาน และหวังว่าคู่มือการถ่ายภาพเพื่อประชาสัมพันธ์ ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์และเป็นแนวทางในการยึดถือปฏิบัติไม่ใช่ว่าแค่เพียงเจ้าหน้าที่ของ ศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีการสหกรณ์ที่ ๔ เท่านั้น แต่จะยังมีประโยชน์สำหรับผู้สนใจ และสามารถนำไปปฏิบัติได้ คณะผู้จัดทำขอขอบคุณผู้ที่มีส่วนร่วมและเกี่ยวข้องทุกท่านที่ทำให้คู่มือเล่มนี้ประสบความสำเร็จลงด้วยดี หากคู่มือฯ เล่มนี้ผิดพลาดประการใดต้องขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

คณะผู้จัดทำการจัดการองค์ความรู้  
ศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีการสหกรณ์ที่ ๔ จ.นครนายก

สิงหาคม ๒๕๖๔

## สารบัญ

	หน้า
การถ่ายภาพเพื่อประชาสัมพันธ์	๑
แนวทางการถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์	๓
ข้อควรปฏิบัติในการถ่ายภาพอาคารสถานที่	๕
แนวทางการเตรียมตัวและการถ่ายภาพเพื่องานกิจกรรมขององค์กร	๕
ปัญหาอุปสรรค	๖
การแก้ไขปัญหา	๗
บรรณานุกรม	๘

**การถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Photography for Public Relation)** เป็นการสื่อสาร เนื้อหาเกี่ยวกับองค์กรต่อบุคคลทั้งภายนอกและภายในองค์กร แม้ว่าจะยึดหลักแนวคิดความจริงนิยม เช่นเดียวกับการถ่ายภาพข่าว แต่เป็นความจริงเฉพาะภาพที่สร้างภาพลักษณ์ (image) ด้านบวกต่อองค์กร ดังนั้นจึงเปลี่ยนจุดเน้นมาที่การสื่อสารเชิงสัญลักษณ์มากขึ้น เช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ เน้นสีเขียวและสีเหลือง ซึ่งเป็นสีประจำมหาวิทยาลัยฯ นอกจากนี้ ยังมีภาพถ่ายประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสาร กิจกรรมในองค์กร หรือเพื่อเสนอข้อมูลข่าวสารในสื่อต่าง ๆ

**๑ การถ่ายภาพ (Photography)** การถ่ายภาพนั้นได้มีการพัฒนาต่อเนื่องกันมาหลายร้อยปีตามลำดับ ก่อนที่จะมีกล้องถ่ายภาพเพื่อการบันทึกภาพให้เหมือนจริงนั้นมนุษย์ในสมัยโบราณได้ใช้วิธีการวาดภาพเพื่อบันทึกความทรงจำ และใช้ในการ สื่อความหมาย ซึ่งการวาดภาพดังกล่าวต้องใช้เวลาและได้ภาพที่ไม่เหมือนจริงตามธรรมชาติ ตลอดจน ปัญหาอื่นๆ ทำให้มนุษย์พยายามคิดค้นหาวิธีการสร้างภาพโดยใช้เวลาน้อยลงและให้ได้ภาพที่สมบูรณ์ เหมือนธรรมชาติยิ่งขึ้น หลังจากที่มีมนุษย์ประสบความสำเร็จครั้งแล้วครั้งเล่า จนในที่สุดในศตวรรษที่ ๑๙ มนุษย์ก็ประสบความสำเร็จในการคิดค้นกระบวนการสร้างภาพ จากผลของการทดลองของนักวิทยาศาสตร์ ที่ได้พัฒนาความรู้จากศาสตร์ ๒ สาขา คือ สาขาฟิสิกส์ ได้แก่เรื่องของแสงและกล้องถ่ายภาพ และสาขาเคมี ในส่วนที่เกี่ยวกับฟิล์มสารไวแสงและน้ำยาสร้างภาพ การถ่ายภาพเป็นการรวมหลักการที่สำคัญ ๒ ประการ เข้าด้วยกันคือ การทำให้เกิดภาพจำลองของ วัตถุสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้ปรากฏบนฉากรองรับได้และการใช้สื่อกลาง ในการบันทึกภาพจำลองของวัตถุนั้น ให้ ปรากฏอยู่ได้อย่างคงทนถาวร

#### ๑.๑ ความหมายของการถ่ายภาพ มี ๒ ประเด็น คือ

- ๑) เชิงวิทยาศาสตร์หมายถึง การทำปฏิกิริยาระหว่างวัสดุไวแสงกับแสง
- ๒) เชิงศิลปะ หมายถึง การวาดภาพด้วยแสงและเงารวมทั้งการผสมสีเพื่อถ่ายทอดความหมาย ความรู้สึก อารมณ์ หรือทัศนคติ สรุป: การถ่ายภาพ คือ การสร้างภาพเพื่อสื่อความหมาย ความรู้สึก อารมณ์ รวมทั้งทัศนคติ โดยใช้กระบวนการที่ปล่อยให้แสงสว่างสะท้อนมาจากวัตถุผ่านเข้าไปกระทบกับวัตถุไวแสง แล้วจึงนำวัตถุไวแสงไป ผ่านกระบวนการสร้างภาพให้ปรากฏ

**๑.๒ บทบาทของภาพถ่าย (The Photographic Roles)** ภาพถ่ายเป็นสื่อสากลที่ทุกคนเข้าใจสามารถสะท้อนสภาพชีวิตและสังคมบอกเรื่องราวเหตุการณ์ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และยังถือว่าเป็นศิลปะวิทยาการแขนงหนึ่งด้วยภาพถ่ายมีบทบาทมากมาย หลายด้านพอสรุปได้ดังนี้

- ๑) บทบาทในการเป็นสื่อให้ข้อมูล (Information) ภาพถ่ายสามารถแสดงข้อเท็จจริงเพื่อให้ผู้ ดูเกิดความรู้ ความเข้าใจ ได้อาจเรียกภาพถ่ายเหล่านี้ว่าเป็นภาพถ่ายทางการศึกษารวมถึงภาพถ่ายเพื่อการ โฆษณาประชาสัมพันธ์ด้วยการเก็บข้อมูลทาง มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ด้วยภาพถ่าย
- ๒) บทบาทในการใช้บันทึกข้อมูล (Recording) การเก็บรวบรวมข้อมูลในอดีต ปัจจุบัน และ อนาคตจำเป็นต้องใช้การถ่ายภาพเพื่อเป็นหลักฐานทางประวัติศาสตร์ และหลักฐานที่สำคัญ ๆ ในปัจจุบัน การบันทึกข้อมูลด้วยภาพถ่ายนั้นไม่หมายความว่า เพียงการถ่ายภาพด้วยกล้องถ่ายภาพที่มีฟิล์มเพื่อบันทึกเท่านั้น แต่รวมถึงการถ่ายภาพด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ หรือด้วยแผ่นแม่เหล็กอีกด้วยดังที่รูปแบบ ของการบันทึกจึงแตกต่างกันไป ที่สำคัญก็คือสามารถบันทึกข้อมูลและเก็บรวบรวมไว้ เพื่อการใช้งานอย่างกว้างขวาง

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

๑.๔) บทบาทในการเป็นสื่อที่แสดงความรู้สึกนึกคิด (Self Expression) ช่างภาพสามารถถ่ายทอด และแสดงแนว ความคิดของตนให้ผู้อื่นได้ทราบ ซึ่งถือว่าเป็นภาพถ่ายแนวความคิดสร้างสรรค์อีกทั้งสามารถแสดงความคิดเห็นของคนต่อ เหตุการณ์ต่าง ๆ ได้ถือได้ว่าเป็นภาพศิลปะที่มีคุณค่ายิ่ง

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

๒ การประชาสัมพันธ์ (Public relations) คำว่า การประชาสัมพันธ์ (Public relations) เป็นคำที่ใช้กันอย่างแพร่หลายมากในปัจจุบัน ทั้งตาม หน่วยงาน องค์กร สถาบันต่างๆ และในหมู่สาธารณชนทั่วไป ที่เป็นเช่นนี้เพราะงานประชาสัมพันธ์กำลังได้รับความสนใจและยอมรับจากประชาชนทั่วไปในฐานะที่การประชาสัมพันธ์เป็นงานเสริมสร้างความเข้าใจอันดีต่อกันระหว่างหน่วยงาน สถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง

๒.๑ ความหมายของการประชาสัมพันธ์ สมาคมการประชาสัมพันธ์ ระหว่างประเทศ (The International Public Relations Association-IPRA) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า “คือ ภาระหน้าที่ของฝ่ายบริหารหรือฝ่าย จัดการ (management function) ซึ่งต้องอาศัยการวางแผนที่ดีและมีการกระทำอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ เพื่อสร้างสรรค์และธำรงรักษาความเข้าใจอันดีกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง โดยองค์กรจะต้องใช้วิธีการจัดประเมินผลถึงประชาติ แล้วนำมาใช้เป็นแนวทางในการพิจารณากำหนดเป็นแผนงานและนโยบายขององค์กรหรือสถาบัน เพื่อให้สอดคล้องกับความเห็นและความต้องการของประชาชน พร้อมทั้งใช้วิธีการเผยแพร่กระจายข่าวสารสู่ประชาชน เพื่อให้เกิดความร่วมมือและบรรลุถึงผลประโยชน์ร่วมกันของทั้งสองฝ่าย การประชาสัมพันธ์มีความหมายรวมถึง สถานการณ์ การกระทำ หรือ คำพูด ซึ่งสามารถจูงใจ หรือชักชวนให้ประชาชนเห็นด้วยหรือประสานความร่วมมือในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยมีการวางแผนเพื่อให้เกิด อิทธิพลต่อกลุ่มประชาชนนั้น ดังนั้น การประชาสัมพันธ์จึงมีความหมาย ๓ ประการ คือ

- ๑) เผยแพร่ชี้แจงให้ประชาชนทราบ
- ๒) ชักชวนให้ประชาชนมีส่วนร่วมด้วย และเห็นด้วยกับวัตถุประสงค์และวิธีการดำเนินงานของสถาบัน
- ๓) ปรับแนวความคิดของประชาชนและสถาบันให้มีส่วนร่วมประสานและสอดคล้องไปใน ทิศทางเดียวกัน

๒.๒ วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ ในการดำเนินงานใด ๆ ก็ตามจำเป็นต้องกำหนด วัตถุประสงค์ในการปฏิบัติงานเพื่อเป็นแนวทางหรือกรอบในการดำเนินงาน การประชาสัมพันธ์ก็เช่นเดียวกัน ต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์ซึ่งการ กำหนดวัตถุประสงค์นี้อาจแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และ ขอบข่ายหน้าที่ความรับผิดชอบของหน่วยงานแต่ละแห่งเป็นหลักดังนั้นวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์มี หลักใหญ่ ๆ ๓ ประการ คือ

๑) เพื่อบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ให้ทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์การดำเนินงาน และ ผลงาน หรือกิจกรรมต่างๆ ตลอดจนข่าวคราวความเคลื่อนไหวขององค์กรให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง ได้รับทราบทำให้องค์กรเป็นที่รู้จัก เข้าใจและเลื่อมใส ตลอดจนทำให้ประชาชนเกิดความรู้สึกที่เป็นไป ในทางที่ดีต่อองค์กร

๒) เพื่อป้องกันและรักษาชื่อเสียง เป็นการกระทำที่ป้องกันมิให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับ สถาบันเกิดความเข้าใจผิดในตัวองค์กร การป้องกันรักษาชื่อเสียงไว้ก่อนย่อมมีผลดีกว่าที่จะต้อง มาแก้ไขใน ภายหลัง

๓) เพื่อแก้ไขความเข้าใจผิด ทำให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง เมื่อมีความเข้าใจผิดเกี่ยวกับองค์กรเกิดขึ้นในกลุ่มประชาชน จะต้องรีบดำเนินการแก้ไขโดยด่วนอย่างเหมาะสมและทันต่อเหตุการณ์

**๒.๓ องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์** องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์ หากพิจารณาถึงกระบวนการติดต่อสื่อสารแล้ว มี องค์ประกอบใหญ่ ๆ ๔ ประการด้วยกัน คือ

๒.๓.๑. องค์กรและสถาบัน หมายถึง กิจกรรมที่บุคคลหรือคณะบุคคลได้จัดทำขึ้นโดยประสงค์ที่จะดำเนินการใด ๆ ในสังคมให้ลุ่ล่งไปตามความปรารถนาของบุคคลหรือคณะบุคคลนั้น

๒.๓.๒. ข่าวสารประชาสัมพันธ์ (message) หมายถึง เนื้อหาสาระ เรื่องราวหรือสัญลักษณ์ ภาษา สัญลักษณ์ต่าง ๆ รูปภาพ เครื่องหมาย ฯลฯ ที่สามารถสื่อความหมายหรือนำไปตีความหมายเป็นที่รู้ และเข้าใจกันได้ ข่าวสารประชาสัมพันธ์จะมีเนื้อหาสาระที่มีความหมายแก่ผู้รับเสมอ และต้องสอดคล้องไม่ ขัดแย้งกับระบบค่านิยม (value system) ความเชื่อหรือปทัสถานของกลุ่ม (group norm) นอกจากนี้ต้อง มีความกระชับ ชัดเจนเข้าใจง่าย ตลอดจนไม่เกิดความยุ่งยากในการรับสาร

๒.๓.๓. เครื่องมือในการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ หมายถึง สื่อที่องค์กร สถาบัน เลือกลงมาใช้ในการนำข่าวสารประชาสัมพันธ์ขององค์กรไปสู่ประชาชน โดยพิจารณาจากคุณสมบัติของสื่อ ความสำคัญของสื่อ วัตถุประสงค์ ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบต่างๆ ของกระบวนการสื่อสาร

๒.๓.๔. ประชาชนกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์เป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับประชาชน ซึ่งคำว่า ประชาชน มีความหมายกว้างไกลครอบคลุมถึงสมาชิกทุกคนของสังคม และมีความหลากหลายแตกต่างกันทั้งอายุ เพศ การศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจ/สังคม ภูมิลาเนา ศาสนา วัฒนธรรม ประเพณี

**กลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ขององค์กร** จะแบ่งออกเป็น ๒ กลุ่ม ได้แก่

๑) กลุ่มประชาชนภายใน เป็นกลุ่มบุคลากรในองค์กรตั้งแต่ระดับผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ ซึ่งมีความสัมพันธ์และผูกพันกับองค์กร มีผลประโยชน์ร่วมกันกับองค์กรดั่งนั้น งานประชาสัมพันธ์จึงเข้ามามีบทบาทในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มต่างๆ ในองค์กร

๒) กลุ่มประชาชนภายนอก เป็นกลุ่มประชาชนที่ประกอบไปด้วยกลุ่มคนที่มีความสัมพันธ์กับองค์กร เช่น กลุ่มลูกค้า กลุ่มผลประโยชน์ หรือกลุ่มคนทั่วไปที่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับ การดำเนินกิจการขององค์กร เป็นต้นว่า กลุ่มคนในละแวกใกล้เคียง กลุ่มสื่อมวลชน กลุ่มผู้นำความคิดเห็น ทั้งนี้เพื่อชี้แจงชักชวนให้กลุ่มดังกล่าวมีความรู้ความเข้าใจในการดำเนินงานขององค์กร ทำให้องค์กรดำเนิน กิจการได้อย่างราบรื่น การประชาสัมพันธ์มีบทบาทสำคัญและมีความจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับบุคคลองค์กร สถาบัน หน่วยงาน ตลอดจนงานทางด้านการศึกษางานราชการ ฯลฯ ทั้งนี้เพราะการประชาสัมพันธ์เป็นวิธีการหนึ่ง ที่เชื่อมโยงความเข้าใจระหว่างองค์กร สถาบันหน่วยงานกับประชาชนด้วยการเผยแพร่ข่าวสาร นโยบาย วัตถุประสงค์ กิจกรรมของสถาบันให้ประชาชนทราบ ขณะเดียวกันก็รับฟังความคิดเห็น ตลอดจนความต้องการของประชาชน และเมื่อประชาชนเกิดความเข้าใจมีความรู้สึกและมีสัมพันธ์ภาพที่ดีต่อองค์กร สถาบัน หรือหน่วยงานแล้วก็จะให้ความร่วมมือสนับสนุนองค์กร สถาบัน หรือหน่วยงานนั้น ๆ

**๓.แนวทางการถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์** ภาพถ่ายเพื่อการประชาสัมพันธ์เป็น ภาพถ่ายที่ถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ ตามที่ผู้ถ่ายภาพต้องการที่จะ แสดงให้เห็นโดยมีวัตถุประสงค์จะแสดงใน ส่วนที่สวยงาม ดุติ มีคุณค่า จึงต้องถ่ายด้วยความประณีต พิถีพิถัน อุปกรณ์ต้องคุณภาพดีได้มาตรฐาน ผู้ถ่ายภาพต้องมีความรู้เรื่องการถ่ายภาพ เริ่มตั้งแต่การเลือกมุม ตั้งกล้อง และเน้นเนื้อหาของภาพถ่ายตาม

วัตถุประสงค์ที่ต้องการประชาสัมพันธ์ รวมถึงการจัดองค์ประกอบต่าง ๆ ที่อยู่ในภาพก็เป็นเรื่องสำคัญต้องพิจารณาทุกสิ่งทุกอย่างที่ปรากฏในภาพให้ดีที่สุด ซึ่งอาจแยก เพื่อให้เห็นแนวทางชัดเจนขึ้นดังนี้

**๓.๑ การถ่ายภาพบุคคล** การถ่ายภาพบุคคลเป็นการสะท้อนถึงบุคลิกลักษณะของบุคคล สิ่งสำคัญที่สุดในการถ่ายภาพบุคคล คือ ผู้ถ่ายภาพต้องถ่ายภาพให้บุคคลนั้นดูดี มีท่าทางเป็นธรรมชาติ และสามารถนำภาพไปต่อยอดในการ ออกแบบสื่อต่าง ๆ ได้ โดยการถ่ายภาพบุคคลในงานประชาสัมพันธ์ สามารถแบ่งได้ดังนี้

**๓.๑.๑ การถ่ายภาพผู้บริหาร** ผู้บริหารองค์กรจะสะท้อนถึงลักษณะองค์กรนั้นด้วย ผู้บริหารจึงเปรียบเสมือนตัวแทนของ สมาชิกทั้งหมด ดังนั้น ฝ่ายประชาสัมพันธ์จึงควรดูแลให้ผู้บริหารมีการแสดงออกในทางสร้างสรรค์ เพราะภาพถ่ายเป็นสิ่งที่อยู่ยาวนานในสื่อสิ่งพิมพ์สื่อโทรทัศน์ หรือแม้แต่ในหน้าหนังสือพิมพ์ การถ่ายภาพ ประเภทนี้ควรยึดแนวทางว่า ต้องถ่ายให้เห็นบุคลิกภาพของการเป็นผู้นำองค์กร หรือผู้บริหารให้ดีที่สุด เริ่มตั้งแต่การแต่งกายเรียบร้อยสวยงาม กริยาท่าทางงามสง่า รวมถึงสิ่งอื่น ๆ ที่ปรากฏอยู่ เช่น โต๊ะเก้าอี้ ต้อง อยู่ในลักษณะที่ดูดีเป็นระเบียบเรียบร้อย ทำให้ผู้ที่เห็นภาพเกิดความรู้สึกว่า บุคคลนั้นบุคลิกภาพดี น่านับถือ

ถ้าจะสื่อให้บุคลากรในองค์กรรู้สึกไว้วางใจที่มีผู้บริหารที่เป็นกันเอง ภาพผู้บริหารควรแต่งตัวใน ลักษณะสบายๆ และท่าทางให้เป็นธรรมชาติ แต่หากจะสื่อสารผู้บริหารต่อคนภายนอกกว่าองค์กรนี้มีความทันสมัยทั้งในระดับชาติและระดับนานาชาติ ช่างภาพควรสื่ออารมณ์ผู้บริหารด้วยเครื่องแต่งกาย และจัดวางท่าทางที่สง่างาม เป็นต้น

**๓.๑.๒ การถ่ายภาพบุคลากรในองค์กร** การถ่ายภาพบุคลากรในองค์กร ใช้หลักการถ่ายภาพบุคคลโดยทั่วไป นอกจากภาพต้อง สวยงามแล้ว บุคลากรก็ต้องมีท่าทางที่ดีดีสง่างามเป็นธรรมชาติสะท้อนถึงความมุ่งมั่น และสื่อให้องค์กรมี บุคลากรที่ทันสมัย และน่าเชื่อถือ

**๓.๑.๓ การถ่ายภาพบุคคลสำหรับใช้ในการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์** ทุกหน่วยงานทุกองค์กร ทั้งองค์กรของรัฐ หรือหน่วยงานเอกชน ล้วนแต่ต้องมีการโฆษณา สินค้า-บริการ หรือการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กร สิ่งที่ทำให้สื่อประชาสัมพันธ์มี ความน่าสนใจมากขึ้น นั่นคือนางแบบ หรือนายแบบผู้นำเสนอสินค้าหรือบริการขององค์กร หรือที่เราเรียกกันว่า “พรีเซนเตอร์” (Presenter) แน่นนอนว่า ภาพถ่ายบุคคลที่จะนำมาประกอบในการผลิตสื่อ โฆษณา-ประชาสัมพันธ์ จะต้องสะท้อนถึงภาพลักษณ์ขององค์กรที่ดี ตรงกับกลุ่มเป้าหมายหรือลูกค้าของ องค์กร มีความสวยงามและน่าสนใจ โดยส่วนใหญ่มักจะถ่ายในสตูดิโอเพื่อคุณภาพของภาพที่สวยงาม สามารถนำไปตัดต่อเพื่อใช้ผลิตสื่อต่าง ๆ ได้ อย่างสะดวก

**๓.๒ การถ่ายภาพอาคารหรือสถานที่** อาคารและสถานที่ขององค์กรมีความสำคัญอย่างมาก ต่อการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร เนื่องจาก เป็นรูปธรรมที่คนภายนอกมองเห็นครั้งแรก ซึ่งจะส่งผลต่อความน่าเชื่อถือ และส่งผลต่อการตัดสินใจ การออกแบบตกแต่งอาคารสถานที่ควรสอดคล้องกับการวางแนวทางขององค์กร เช่น หากวางแนวทางขององค์กรว่ามีความทันสมัยด้วยเทคโนโลยี ควรสื่อถึงการออกแบบตกแต่งภายนอกและภายในสถานที่ที่ดู ทันสมัยด้วยสี สัน รูปทรง และวัสดุตกแต่งภายใน ในทางตรงกันข้าม หากเป็นองค์กรที่เน้นการอนุรักษ์ วัฒนธรรม รูปลักษณ์ของการออกแบบตกแต่งควรเน้นความรู้สึกที่อบอุ่น คลาสสิก โดยใช้วัสดุที่เป็นศิลปะไทยในการตกแต่ง การเลือกมุมกล้องเพื่อให้สถานที่ดูงามสง่า การเลือกเวลา เช่น ตอนเช้า แสงแดดส่องทาง ทิศตะวันออก การเลือกวันที่ท้องฟ้าแจ่มใส เป็นสิ่งที่จำเป็น เพราะสิ่งเหล่านี้ ล้วนแต่ช่วยให้เราถ่ายภาพได้ดีทั้งสิ้น

### ข้อควรปฏิบัติในการถ่ายภาพอาคารสถานที่ คือ

๑) เลือกมุมที่ถ่ายภาพสิ่งก่อสร้างให้อยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสม ให้อวัตถุหรืออาคารเด่นออกมาจากพื้นมากที่สุด และสามารถมองเห็นตัวสิ่งก่อสร้างได้หลาย ๆ มิติควรประกอบให้มีฉากหน้า (Foreground) เพื่อให้เกิดความลึกในภาพ

๒) พยายามมองหาส่วนประกอบที่สำคัญในงานสถาปัตยกรรมนั้น ๆ เพื่อถ่ายภาพเฉพาะส่วนออกมา ให้เห็นชัดเจนยิ่งขึ้น

๓) ควรกำหนดให้ทิศทางของแสงส่องเข้าหาวัตถุในแนวเฉียงมากกว่าแสงจากทางด้านหน้า หรือแสงที่ส่องมาจากด้านบนของวัตถุโดยตรง และเลือกสภาพแสงที่ไม่แรงหรือนุ่มนวลจนเกินไป

๔) ควรถ่ายภาพให้มีองค์ประกอบอื่น ๆ เข้ามาอยู่ด้วยในภาพ เช่น ต้นไม้ พระอาทิตย์ขึ้น-ตก รวมถึง ผู้คน เพื่อให้ภาพมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

๕) การวัดแสงด้วยเครื่องวัดแสงในตัวกล้องควรระมัดระวังฉากหลังที่อาจทำให้การวัดแสงผิดพลาดได้

๖) ควรถ่ายภาพด้วยไฟล์ดิบ หรือไฟล์ RAW เพื่อให้สามารถนำภาพมาตกแต่งแสง สี เพื่อเพิ่มคุณภาพ ภาพถ่ายให้สวยงามยิ่งขึ้น ทั้งนี้การถ่ายภาพอาคารสถานที่ ไม่จำเป็นต้องยึดตามเทคนิคการถ่ายภาพหรือข้อควรปฏิบัติเสมอไป สิ่งสำคัญที่สุดของการถ่ายภาพแนวนี้ คือการได้ภาพที่สวยงาม และน่าสนใจ

### แนวทางการเตรียมตัวและการถ่ายภาพเพื่องานกิจกรรมขององค์กร มีดังนี้

๑) เตรียมพร้อม อะไรก็เกิดขึ้นได้ ทางที่ดีที่สุดคือเตรียมทุกอย่างให้พร้อม เตรียมแบตเตอรี่สำรอง และเมมโมรี่การ์ดเอาไว้ เตรียมกล้องสำรองไว้ถึงแม้ว่าจะไม่ได้ใช้ก็ตาม แต่นั่นเป็นการเตรียมพร้อมที่ดีต่อไปนี้เป็นสิ่งที่ควรคำนึงถึง ก่อนที่จะออกไปถ่ายภาพในงานที่กำลังจะจัดขึ้น

- การค้นคว้าข้อมูล หาข้อมูลว่าใครบ้างที่จะมาร่วมงานหาข้อมูลของกิจกรรม กิจกรรมต่าง ๆ ในงานเริ่มเมื่อไหร่ ในระหว่างจัดงานมีกิจกรรมพิเศษอะไรบ้าง และจัดขึ้นที่ไหน เพื่อไม่ให้พลาดช่วงเวลาสำคัญ

- แต่งตัวให้เหมาะสม ช่างภาพควรเลือกเสื้อผ้าด้วยโทนสีกลางๆ สีดำเป็นสีที่เหมาะสม เสื้อผ้าสี สว่างจะทำให้เกิดการรบกวนทางสายตาและมีความเสี่ยงที่สีจากเสื้อผ้าจะไปสะท้อนกับแสงหรือวัตถุอื่น ๆ ทำให้การถ่ายภาพมีสีที่ผิดเพี้ยนไป

- พยายามทำให้เงียบที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ไม่ควรใส่รองเท้าที่ทำให้เกิดเสียงดัง อย่าเปิดชัตเตอร์ ถ้าเป็นไปได้ตั้งโหมดถ่ายภาพแบบเงียบ เปลี่ยนเลนส์อย่างเบามือ และหลีกเลี่ยงการใช้อุปกรณ์ที่เป็นเทปหนามเตย หรือตีนตุ๊กแก ไม่ควรเปิดแฟลช ถ้าไม่จำเป็นต้องใช้

๒) ใช้อุปกรณ์ที่เหมาะสม ไม่จำเป็นต้องเอาอุปกรณ์พิเศษมากมาย โดยทั่วไปแล้วใช้เพียงแฟลชเสริมด้วย 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 ช่างภาพงานประชาสัมพันธ์จะถ่ายในช่วงพิธีเปิดงาน หรือช่วงที่มีเหตุการณ์สำคัญสิ่งที่สำคัญที่สุดที่ควรถ่ายคือ ประธาน



ในงานหรือพิธี ผู้กล่าวรายงานหรือผู้จัดงาน วิทยากร ผู้เข้าร่วมกิจกรรม และบรรยากาศโดยรวม อาจจะไม่จำเป็นต้องถ่ายทุกเหตุการณ์ของงานจนจบงาน แต่หากเป็นงานพิธีสำคัญ หรืองานที่ต้องถ่ายจนจบงาน ผู้ถ่ายภาพควรถ่ายทุกเหตุการณ์ของงาน รวมถึงทุกส่วนของการจัดงาน

**๓.๓ การเตรียมความพร้อมของช่างภาพ** ช่างภาพจำเป็นต้องอาศัยทั้งประสบการณ์และความสามารถในการใช้ อุปกรณ์ต่าง ๆ อีกทั้งต้องมีความพร้อมในทุกด้าน อาทิ

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

อย่าง ต่อเนื่อง

- หมั่นสังเกตเทคนิคการถ่ายภาพของผู้อื่น

**๓.๔ สถานที่ถ่ายภาพทำข่าวและข้อจำกัดต่างๆ** สถานที่ที่จะเข้าไปถ่ายภาพมีความสำคัญมากเช่นเดียวกัน บางครั้งภาพจะสวยหรือไม่นั้นก็ขึ้นอยู่กับ สถานที่นั้นๆ ด้วย หากเป็นสถานที่ที่ไม่คุ้นเคยหรือไม่เคยเห็นมาก่อน ช่างภาพควรศึกษาเรื่องของสถานที่ ก่อนที่จะเริ่มปฏิบัติงานดังนี้

- ที่ตั้งหรือบริเวณจัดงาน เมื่อไปถึงให้ช่างภาพพิจารณาบริเวณงานมองภาพรวมของงาน ลักษณะการ จัดสถานที่ ตำแหน่งจุดที่จะถ่ายภาพทำข่าว รวมไปถึงบริเวณใกล้เคียงที่จะสามารถถ่ายภาพได้ และช่างภาพควรมีอัธยาศัยที่ดีกับเจ้าของสถานที่ ควรทำความรู้จักกับผู้ดูแล ผู้รักษาความปลอดภัย อีกทั้งเขตหวงห้าม หรือเส้นทางลัดที่จะทำให้ถ่ายภาพสะดวกขึ้น

- ดูสภาพแสงบริเวณนั้นว่าเป็นอย่างไร ต้องใส่แฟลชหรืออุปกรณ์ใดเสริมหรือไม่

- สถานที่จัดงานที่มีความคับแคบ อาจจะต้องใช้เลนส์มุมกว้าง หรือเลนส์มุมกว้างพิเศษ หรือหากสถานที่กว้างขวาง หรือสนามกีฬา อาจต้องใช้เลนส์เทเลซูม เพื่อให้สามารถถ่ายภาพได้ตามที่ต้องการ

- ให้สังเกตปริมาณช่างภาพสื่อมวลชนที่ไปทำข่าวว่ามีจำนวนมากน้อยแค่ไหน จะต้องเบียดเสียดยื้อ แย่งกันถ่ายภาพหรือไม่ หากจำเป็นก็จะต้องเตรียมตัวว่าตนเองจะยืนมุมไหน จะมีใครมาบังหรือไม่นอกจากนี้ควรพิจารณามุมเลือกอื่นๆ ไว้ด้วย

**๔. ปัญหาอุปสรรค** การถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์ นับว่าเป็นงานที่ทำหาย เป็นงานที่ต้องประสานงานหรือทำงานกับ ผู้คนที่หลากหลาย ทั้งบุคคลสำคัญ ผู้บริหาร บุคลากร ลูกค้า สำหรับปัญหาอุปสรรคของการถ่ายภาพเพื่อ การประชาสัมพันธ์ มีดังนี้

๑) อุปกรณ์ถ่ายภาพ ทั้งกล้อง และอุปกรณ์เสริม ที่มีการใช้งานมายาวนาน ย่อมเสื่อมโทรมไปตามเวลาและการใช้งาน จึงทำให้การถ่ายภาพมีความยากลำบากมากขึ้น และไฟล์ภาพถ่ายไม่มีคุณภาพ

๒) ช่างภาพ อาจจะไม่ทราบข้อมูลบางหน่วยงาน ว่าจัดกิจกรรมอะไร เมื่อไหร่ หรืออาจไม่ทราบวาระ ของผู้บริหาร และบางครั้งอาจไปถ่ายภาพไม่ทันเวลาช่วงสำคัญ

๓) บุคคลต่าง ๆ ที่อยู่ในกิจกรรมนั้น ๆ บางครั้งทุกคนอยากเข้าเฟรมพร้อมกัน ทำให้บางครั้งถ่ายภาพ เต็มไปด้วยคน ๑๐-๒๐ คน จนแทบมองไม่ออกว่าใครเป็นใคร

๔) สถานที่ บางสถานที่อาจคับแคบ หรือกว้างขวางเกินไป หรือมีแสงไม่เพียงพอ อาจส่งผลให้ถ่ายภาพ ได้ยากขึ้น

๕) สถานการณ์ของโรคระบาดในปัจจุบัน นับว่าเป็นอุปสรรครูปแบบใหม่ที่ทุกคนต้องประสบ การถ่ายภาพบุคคลที่สวมหน้ากากอนามัยอาจจะทำให้ไม่เห็นหน้าตาที่ชัดเจน และภาพไม่สวยงามนัก หรือบาง ที่การถ่ายภาพบุคคลที่ไม่สวมหน้ากากอนามัย เมื่อเผยแพร่ออกสู่สาธารณะ อาจเกิดคำตำหนิจากผู้คนที่ทั่วไปได้

## ๕. การแก้ไขปัญหา

๑) ขอตั้งงบประมาณจัดหากล้องและอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้สามารถถ่ายภาพ ได้สะดวก และไฟล์ภาพมีคุณภาพ ถ้าหากไม่ได้รับการอนุมัติงบประมาณก็อาจใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ปรับปรุงภาพถ่ายให้ดียิ่งขึ้น

๒) คอยหมั่นค้นหาข้อมูลกิจกรรมของหน่วยงานย่อย ติดตามวาระผู้บริหารอยู่เสมอวางแผน เวลาของ ตัวเองว่าต้องไปถ่ายภาพที่ไหนเมื่อไหร่บ้าง และควรไปถึงงานก่อนเวลาเริ่มกิจกรรม

๓) ช่างภาพต้องเป็นผู้จัดตำแหน่งการยืนให้เหมาะสม และสวยงาม เพื่อให้สามารถถ่ายภาพได้

๔) ใช้เลนส์มุมกว้างในการถ่ายภาพ หรืออาจใช้แฟลชภายนอกเพิ่ม และวัดแสง หรือชดเชย แสงให้ภาพ มีความสว่างเพียงพอ

๕) ถ่ายภาพเป็น ๒ รูปแบบ คือแบบสวมหน้ากากอนามัย และแบบไม่สวมหน้ากากอนามัย โดยภาพที่นำไปเผยแพร่สู่สาธารณะควรเป็นภาพที่ทุกคนสวมหน้ากากอนามัย

๖. ข้อเสนอแนะ ช่างภาพในฝ่ายงานประชาสัมพันธ์ ควรหมั่นฝึกฝน ศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม และติดตามข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้อง อยู่เสมอ

**บรรณานุกรม**

- [http:// president.nsrุ.ac.th/manage/qa/upload/๑.๖.๒- ๒%๒๐คู่มือปฏิบัติงาน%๒๐การถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์-๒๕๖๔-อภิชาติ.pdf](http://president.nsrु.ac.th/manage/qa/upload/๑.๖.๒-๒%๒๐คู่มือปฏิบัติงาน%๒๐การถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์-๒๕๖๔-อภิชาติ.pdf)