



Mobile Journalism makes journalistic video productions more affordable, flexible and faster.



Mobile journalism is a form of digital storytelling where the primary device used for creating and editing images, audio and video is a smartphone.

October 2018

<http://www.artculture4health.com>

WORKSHOP

Manual Book



News, Short Film, Documentary, Viral, Mobile Journalism



#feedDD

#MASS

Contents



03 Storytelling

04 ประเภทของสารคดี

06 ทักษะสำคัญของสารคดี

08 How to start สารคดี

11 การเขียนบทสารคดี
มอง 3 มุม

15 3 ขั้นตอนการผลิตงาน
สารคดี

19 ทักษะเกณฑ์และข้อเสนอแนะในการเขียนบท

22 ขั้นตอนการเขียนบทภาพยนตร์สั้น



23 ปัจจัยสำคัญของ
ภาพยนตร์สั้น

26 แอปพลิเคชันกระบวนการผลิต

27 New Media

30 Viral Clip

34 10 ปัจจัยที่ควรคำนึงในการ
ทำ Clip VDO บน
YouTube

36 Music Video

PRODUCTION

44 อุปกรณ์ที่จำเป็น

48 ขนาดภาพ

53 มุมกล้อง

56 การจัดองค์ประกอบภาพ

60 การแบ่งชนิดของเสียง

62 การตัดต่อลำดับภาพ



หลักสูตรการถ่ายภาพ
เล่าเรื่องและตัดต่อด้วยมือถือ



81 รู้จักกับ Mobile
Application

81 Open CAMERA



89 ตัดต่อ ด้วย KineMaster

STORYTELLING

การเล่าเรื่องผ่านสื่อทุกแขนง เช่น สารคดี ภาพยนตร์ มิวสิควีดีโอ ละคร ซีรีส์ โฆษณานิยาย หนังสือการ์ตูน ฯลฯ จะจัดประเภทการเล่าเรื่องใหญ่ ๆ ดังนี้



What's your story?



1. Fiction เรื่องแต่ง

- 1.1 Realistic ตั้งอยู่บนโลกแห่งความเป็นจริง
- 1.2 Surrealistic เล่าเรื่องเหนือจริง เพื่อฝัน



***UNDER THE CAMERA RECORDING, YOU ARE UNNATURAL.**

*เมื่อใครก็ตามที่เรารู้ว่ามีกล้องอยู่ เราจะไม่มีทางเป็นตัวของตัวเองอย่างแท้จริง

2. None Fiction เรื่องจริง

- 2.1 Documentary (Doco / Doc-co) สารคดีทั่วไป ไม่มีการโน้มน้าวเข้ามาเกี่ยวข้อง
- 2.2 Documentary drama (Doc-ma) สารคดีที่มีการแทรกการแสดงและการปรุงแต่งสูง แต่ให้ดูเหมือนเกิดขึ้นจริง มักจะใช้คำโปรยว่า Based on true events.
- 2.3 Mock-up documentary (Mock-co) สารคดีแบบหลอก ทำมาเพื่อตั้งใจให้ผู้ชมเชื่อตามนั้น ทั้งที่สิ่งนั้นอาจไม่เกิดขึ้นจริงหรือไม่มีอยู่จริง



ประเภทของสารคดี

1. สารคดีสาระความรู้ (GENERAL FEATURE)

คือ ความเรียงที่ผู้เขียนมุ่งแสดงข้อคิดเป็นหลัก ข้อคิดอันเป็นข้อคิดของชีวิต เป็นกระแสความรู้สึกหรือพัฒนาตนเองและสังคมให้ดีขึ้นในรูปแบบการนำเสนอแบบบอกเล่า แนะนำ สั่งสอน หรือใช้วิธีประมวลกรอบความคิดต่าง ๆ เสนอแก่ผู้อ่าน

2. สารคดีเชิงข่าว (NEWS DOCUMENTARY)

คือ การนำเสนอข่าวในรูปแบบสารคดี คือ เล่าเรื่องในรูปแบบวรรณศิลป์ ถ่ายทอดเรื่องที่เกิดขึ้นจากเค้าความจริง ไม่ใช่จากจินตนาการ โดยสามารถหยิบยกส่วนใดส่วนหนึ่งของเรื่องมาเขียนก็ได้ ไม่จำเป็นต้องเล่าให้ครบองค์ประกอบ เช่นข่าว

3. สารคดีเชิงวิเคราะห์ (DOCUMENTARY)

คือ สารคดีประเภทนี้จะมีเนื้อหาละเอียดลึกซึ้งในปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นหรือข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสภาพชีวิตความเป็นอยู่ และในตอนท้ายของรายการ ผู้ผลิตรายการก็มักจะทิ้งเนื้อหาเรื่องราวที่อาจจะเป็นไปได้ในอนาคตให้ผู้ฟังได้คิดต่อไป ตัวอย่างเช่น สารคดีเรื่องมลภาวะ เนื้อหาที่จะนำเสนอก็จะครอบคลุมถึงลักษณะความเป็นอยู่ของคนในประเทศ อาชีพ ผลที่เกิดจากการประกอบอาชีพในแง่ของสภาวะต่างๆ อันตรายที่เกิดจากสภาวะนั้น แนวโน้มของมลภาวะในอีก ๕-๑๐ ปีข้างหน้า แนวทางแก้ไข เป็นต้น เพื่อเป็นการเตือนให้ประชาชนสังวรในเรื่องของอันตรายจากมลภาวะ และร่วมกันแก้ไขดังนี้ เป็นต้น

4. สารคดีเนื่องในโอกาสพิเศษ (SPECIAL OCCASION FEATURE)

คือ สารคดีประเภทนี้สามารถผลิตได้ในทุกโอกาสที่เป็นพิเศษ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องบุคคล ประเพณี วันสำคัญต่างๆ เพื่อให้ความรู้และความบันเทิงแก่ผู้ฟังเป็นสำคัญ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้สามารถค้นได้ไม่ยากนัก เพราะส่วนใหญ่จะมีเป็นประจำปี เช่น สารคดีเรื่องวิชาบูชา เพื่อมุ่งที่จะปลูกฝังความสามัคคี ความซาบซึ้งในความเป็นชาติ หรือจงใจให้รักษาขนบธรรมเนียมประเพณีที่ดั่งงามต่อไป

5. สารคดีท่องเที่ยว (TOURING FEATURE)

คือ สารคดีที่เล่าเรื่องราวการเดินทางไปในสถานที่ต่าง ๆ มุ่งให้ความรู้ในด้านภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ โบราณคดี ความเป็นอยู่ของผู้คน ขนบธรรมเนียมประเพณี ค่านิยมและวัฒนธรรมรวมทั้งรายละเอียดปลีกย่อยที่เป็นคู่มือนักท่องเที่ยว เช่น การเดินทาง ที่พัก อาหาร สถานที่สำคัญ ฯลฯ นอกจากนี้ผู้เขียนมักให้ข้อสังเกตและแสดงทัศนะต่อสิ่งที่พบเห็นไว้ด้วย

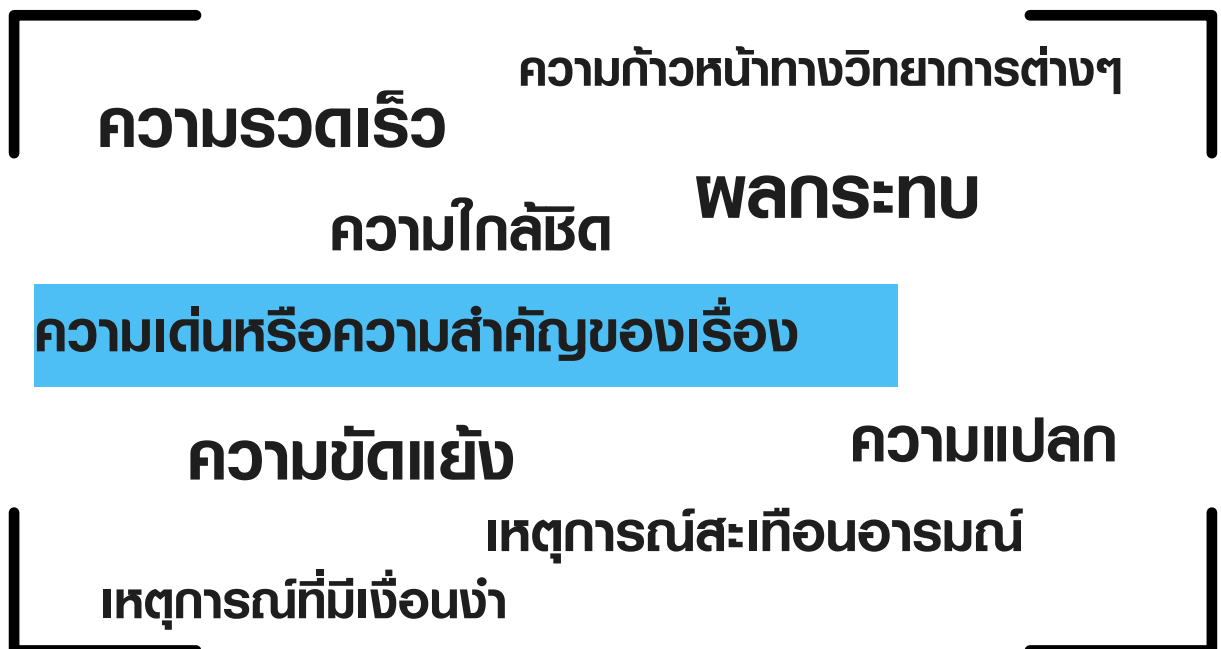
6. สารคดีชีวประวัติ (Biography)

คือกล่าวถึงเรื่องราวและพฤติกรรมของบุคคลจริงจะเขียนเน้นด้านบุคลิกภาพ ความรู้ และความคิดเห็นในด้านต่างๆ ตลอดจนผลงานที่น่าสนใจเพื่อนำประวัติชีวิตนั้นมาศึกษาแง่มุมต่างๆ



คือ การรายงานเหตุการณ์ ข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นผ่านสื่อมวลชนในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้สาธารณชนได้รับทราบอย่างรวดเร็ว ทันเหตุการณ์

สำหรับการเลือกรายงานเหตุการณ์ใดนั้น เราจะพิจารณาจากคุณค่าของข่าว กล่าวคือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นนั้นจะมี “คุณค่าของข่าว” แตกต่างกันตามองค์ประกอบของเหตุการณ์ ทั้งนี้หลักพิจารณา ดังนี้



สารคดี Documentary

การนำเสนอเรื่องราวต่างๆ ที่เป็นเรื่องจริง เคยเกิดขึ้นจริง มีอยู่จริง โดยมีการเตรียมการหาข้อมูล เรียบเรียงภาพและเสียงให้ออกมามีความน่าสนใจและสร้างสรรค์ ซึ่งสามารถทำให้ผู้ชมได้รับสาระความรู้ เกิดความรู้สึกร่วมคิดและอารมณ์ร่วมตามวัตถุประสงค์และเนื้อหาที่กำหนดไว้ในสารคดี



สารคดี (Documentary)

หลักสำคัญของงานสารคดี

ต้องถ่ายทอดความจริงอย่างสร้างสรรค์

ต้องให้มีผลต่อความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ร่วมของผู้ชม



สารคดี ต้องถ่ายทอดความ
จริงอย่างสร้างสรรค์
สารคดี ต้องให้มีผลต่อความ
รู้สึกนึกคิดและอารมณ์ร่วม
ของผู้ชม

หลักสำคัญของงานสารคดี

ทำไปเพื่ออะไร คือ วัตถุประสงค์

- กำหนดแนวคิด และประเภทของงาน ทำไปให้ใครดู ใคร คือ กลุ่มเป้าหมาย
- กำหนดรูปแบบการนำเสนอให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายดูแล้วจะได้อะไร คือผลที่คาดว่าจะได้รับ
- กำหนดเทคนิคการนำเสนอ

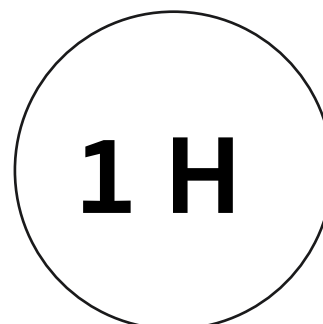


how to start /

องค์ประกอบที่สำคัญของการเขียนสารคดีข่าว



WHO
WHAT
WHERE
WHEN
WHY



HOW

ใคร / ทำอะไร / ที่ไหน / เมื่อไหร่ / ทำไม / อย่างไร

สิ่งที่ควรมีการลงมือเขียนบท

“หัวข้อเรื่อง”

1. เรื่องน่าสนใจ
2. เรื่องสร้างสรรค์
3. เรื่องมีประโยชน์
4. ไม่เคยมีใครทำมาก่อน
5. เรื่องเก่าแต่ประเด็นใหม่
6. เรื่องที่ส่งผลกระทบต่อสังคม
7. เรื่องที่อยู่ในความสนใจของสังคม



สำหรับคนทำ

อ่าน ฟัง ดู



ไม่มีใครรู้สึกซึ่งได้ในทุกเรื่อง หากไม่ผ่านประสบการณ์อันเกิด
จากการปฏิบัติและฝึกฝนมาอย่างดี แต่สิ่งที่คนเขียนบทความมีคือ
คลังความรู้ที่ได้จากการ

การเขียนบท

มอง 3 มุม



๑.ข้อมูลทางกายภาพ
คือข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์ ซึ่งสามารถหาได้จากหนังสือ บทความ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ

๒.ข้อมูลทางจิตภาพ
คือ ข้อมูลประเภททัศน-ความรู้สึกนึกคิดของ ผู้เขียน หรือบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหานั้นๆ



มุมมองกว้าง

นำเสนอเรื่องราวอย่างรอบด้าน ทุกประเด็นสำคัญที่ล้อมรอบตัวข้อมูลที่จะนำเสนอ เช่น ที่นี้มองได้ทั้งในแง่ ภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ ชุมชนวิถีชีวิต เกษตรกรรม

มุมมองยาว

นำเสนอภาพที่ทำให้มองเห็นและเข้าใจพัฒนาการอันยาวไกลจากอดีตสู่ปัจจุบัน เช่น ที่นี้เกิดขึ้นจาก? ส่งผลให้เกิดเป็นชุมชน? ส่งผลให้เกิดเป็นวิถีชีวิต? อาชีพ? ประเพณีและวัฒนธรรม? ปัญหาสิ่งแวดล้อม ฯลฯ

มุมมองลึก

นำเสนอเรื่องที่ลึกลงไปในจิตวิญญาณของผู้คนที่มีความผูกพันอยู่กับสถานที่นั้นๆ หรือสิ่งนั้นๆ ก่อให้เกิดอารมณ์ด้านใดด้านหนึ่ง



ตัวอย่างมุมมองลึก

ลุงบุญมีเป็นชาวบ้าน เกิดเติบโตอยู่ในสวนผักที่มีสายน้ำจากคลองหล่อเลี้ยง วันหนึ่งลุงบุญมีมองเห็นความเปลี่ยนแปลงของสายน้ำ มีกลิ่นเน่าเหม็น มีขยะ ลุงบุญมีที่มีความรักและผูกพันกับสายน้ำจึงพายเรือลำเล็กๆ ล่องจากคลองเล็กสายนี้สู่มแม่น้ำเจ้าพระยาเพื่อเก็บขยะ แล้วให้สัมภาษณ์ว่าในแต่ละวันนับจำนวนปลาที่ลอยน้ำตายได้เฉลี่ยวันละกว่า ๒๐ กิโลกรัม แม่น้ำลำคลองกำลังจะตาย トラบเท่าที่คนไทยยังใช้แม่น้ำลำคลองเหมือนถังขยะ

3

ประสานในการทำงานผลิต



1 คนเขียนบท

ไม่ได้มีหน้าที่เพียงแค่ประดิษฐ์คิดสร้างตัวอักษร และประโยค หรือๆ ที่ลึกลับซึ่งกินใจคน หรือค้นหาข้อมูลเจาะลึกใส่ลงไปบทความคดีจนลึ้มไปว่า “งานโทรทัศน์เป็นภาพเคลื่อนไหว มีเสียง งานโทรทัศน์ควรเป็นสื่อให้ความบันเทิง ที่มีสาระทางปัญญาไปพร้อมกัน ”



2 คนถ่ายภาพ

นอกจากความรู้พื้นฐานของอุปกรณ์ที่ใช้ในการถ่ายทำสิ่งที่ช่างภาพควรต้อง มีคือ การทำหน้าที่กำกับภาพ ทำอย่างไรให้ภาพสามารถเล่าเรื่องราว และมีความหมายเชิงอารมณ์เหมาะสมกับเนื้อหา



3 คนตัดต่อ

ไม่ใช่คนที่ใช้โปรแกรมตัดต่อเป็นอย่างดี เดียว !!! แต่ควรเข้าใจเนื้อหาของเรื่อง และรู้จักนำเทคนิคการตัดต่อ รวมถึงเสียงประกอบต่างๆ มาใช้ให้สอดคล้องกับเรื่องราวมากที่สุด

ทุกประเด็นเนื้อหา สิ่งที่ต้องคิดควบคู่กัน คือ ภาพที่จะนำเสนอ นั่นคือภาพอะไร และอารมณ์ ในประเด็นนั้นๆ คืออะไร

Theme-แก่นเรื่อง

ประเด็นหลักที่เราต้องการสื่อสารกับคนดู เป็นคู่มือ

ที่เรายึดในการผลิต เพราะฉะนั้นทุกครั้งที่ทำสื่อ

ตอบให้ได้ว่าคุณแล้วได้อะไร และใครที่ควรดู (กลุ่มเป้าหมาย)

ปัญหาที่มักเกิดกับคนเขียนบท

อยากใส่ข้อมูลมากๆ แต่คิดไม่ออกว่าจะนำเสนอเป็นภาพอย่างไร

เขียนบทยาว แต่มีภาพที่ถ่ายมานิดเดียว

มีภาพที่ตืออยู่เยอะ แต่มีข้อมูลไม่มาก แล้วก็ไม่รู้จะหาเทคนิคมานำเสนออย่างไร ทำให้ภาพดี ๆ กลายเป็นภาพธรรมดาๆ

เขียนบทแบบอธิบายภาพ เช่น ชายคนหนึ่งกำลังเดินไปในทุ่งหญ้า ทั้งๆ ที่ภาพทำหน้าที่อธิบายอยู่แล้ว

หน้าที่ของ บท+ภาพ+เสียง

ดังนั้นคนเขียนบทจึงควรมีความรู้พื้นฐานด้านองค์ประกอบภาพ และศัพท์เทคนิค เช่น แพน ชูม ทิลท์ ดอลลี เครน ฯลฯ การเคลื่อนไหวของภาพเหล่านี้ก่อให้เกิดอารมณ์อย่างไร หรือเราจะเคลื่อนไหวกล้องเพื่อให้ได้ภาพไปปรับใช้อารมณ์ หรือทิศทางของบทอย่างไร นอกจากนี้คนเขียนบทควรมีความรู้พื้นฐานการตัดต่อว่าเทคนิคการตัดต่อก่อให้เกิดอารมณ์อย่างไร ต้องการบรรยากาศ ตื่นเต้น เศร้าสลด ซาบซึ้งกินใจ ฯลฯ จะใช้เทคนิคไหนระหว่าง คิวคัท ดิสโซลฟ์ เฟด ฯลฯ ไม่เช่นนั้นปัญหาที่ตามมาก็คือ เขียนบทไปนี่ก็ผันใช้เทคนิคเลิสทริ แต่ศักยภาพของเครื่องตัด หรือคนตัดต่อไม่สามารถทำได้

”

ทางลัด คือ ดูหนัง มิวสิค
วิดีโอ โฆษณา สังเกตวิธี
การเล่าเรื่อง ตัดต่อลำดับ
ภาพ กราฟิก ดนตรี บท
การแสดง ฯลฯ แล้วเอามา
ประยุกต์ตามความ
เหมาะสม

สารคดี
คือ การนำ
เสนอความ
จริงอย่าง
สร้างสรรค์

ธีรภาพ โลหิตกุล

”



คนถ่ายภาพ

ปัญหาที่มักเกิดกับคนถ่ายภาพ

ขาดการวางแผนในการถ่ายทำ ไม่รู้ว่าถ่ายอะไร ถ่ายมากน้อย เน้นย้ำตรงไหน เก็บเสียงด้วยหรือไม่ ฯลฯ ทำให้ถ่ายผิดจุด ผิดมุม หรือถ่ายไม่ทัน

ใช้อุปกรณ์ไม่เหมาะสม

ช่างภาพควรเป็นทั้งนักสร้าง(สรรค์) ภาพและ เป็นนักจัดการ เช่น บางครั้งอาจต้องขอความร่วมมือจากหลายๆ ฝ่าย เพื่อให้สามารถถ่ายทำตาม สิ่งที่คุณคิดให้ได้มากที่สุด

ช่างภาพต้องคิดถึงภาพอนาคตที่จะเกิดขึ้นเสมอ เพื่อวางแผนในการถ่ายภาพ จะถ่ายมุมไหน ถ่ายอย่างไร และถ่ายเพื่ออะไร

ช่างภาพควรวางแผนการติดต่อไว้ในหัว เพื่อให้สิ่งที่ถ่ายถูกนำไปใช้ในการตัดต่อมากที่สุด

คนตัดต่อ

ปัญหาที่มักเกิดกับคนถ่ายภาพ

ภาพ+บท+เสียง ไม่ไปด้วยกัน

ความเข้าใจในศิลปะการเล่าเรื่อง หรือการใช้สัญลักษณ์ต่างๆ ในการเล่าเรื่องเชิงอารมณ์

“ ดังนั้นความสำเร็จหรือล้มเหลวของงานนี้ ขึ้นอยู่กับความเป็นหนึ่งเดียวกันของคนเขียนบท / คนถ่ายภาพ และคนตัดต่อ ควรหันหน้าคุยกันตั้งแต่เริ่มต้น ดีประเด็นให้แตก คิดค้นแนวทางการนำเสนอที่น่าสนใจ วางแผนการใช้อุปกรณ์ให้เหมาะสม เชื่อว่าถ้าสร้างรากฐานมาดี โอกาสที่จะได้งานดีๆ มีเกินครึ่ง



3 ขั้นตอนการผลิตงาน

Pre-Production

ประกอบด้วย

1. หาข้อมูล
2. คิดหัวข้อเรื่อง
3. มอบหมายทีมงาน
4. สำรวจสถานที่
5. เขียนบท
6. วางแผนการถ่ายทำ

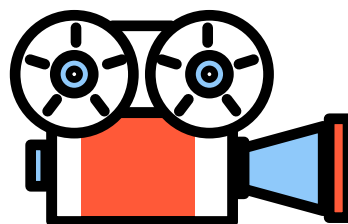


ช่างภาพควรรู้
“รู้เขารู้เรา
สุรร้อยครั้ง
ชนะร้อยครั้ง”

คือขั้นตอนของการเตรียมการผลิต วางแผนการถ่ายทำแต่ละจุดแบบ 5 w 1 h ถ่ายใคร ถ่ายอะไร ถ่ายที่ไหน ถ่ายเมื่อไหร่ ถ่ายทำไม และถ่ายอย่างไร ช่วงเวลาถ่ายทำ กลางวัน กลางคืน สภาพอากาศ สภาพพื้นที่ถ่ายทำ การแต่งกาย เรียกว่าเตรียมติดต่อดำเนินการ ทุกขั้นตอนก่อนการถ่ายทำ ฯลฯ

ภายหลังจากได้รับมอบหมายงานการผลิตแล้ว ผู้ผลิตจะเริ่มดำเนินการปฏิบัติงาน ดังนี้

1. ประชุมวางแผนการผลิตเพื่อกำหนดรูปแบบและเนื้อหา และการนำเสนอสารคดี หรือร่วมกับบุคลากรผู้รับผิดชอบฝ่ายต่างๆ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ช่างเพื่อวางกรอบแนวคิดตามข้อกำหนดที่มีขีดจำกัด ทั้งงบประมาณ เครื่องมือ บุคลากร สถานที่ ภาวะเศรษฐกิจ และสิ่งอำนวยความสะดวก
2. กำหนดเนื้อหาและกลุ่มเป้าหมาย โดยการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ทั้งเอกสาร ตำราจากห้องสมุด รายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ และผู้เชี่ยวชาญแต่ละด้าน
3. กำหนดแก่นเรื่อง (Theme) และวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดความชัดเจนและสอดคล้องกับความรู้ของกลุ่มเป้าหมาย
4. กำหนดรูปแบบและสร้างสรรค์ เพื่อให้การนำเสนอมีความน่าสนใจเหมาะสมกับเนื้อหาและกลุ่มเป้าหมาย



Pre-Production

1 การหาข้อมูล

- แหล่งข้อมูลอาจได้จากข้อมูลที่เป็นเอกสาร ข้อมูลภาพ และวัสดุ หรือข้อมูลจากบุคคล (ที่น่าเชื่อถือ)
- ไม่ว่าจะเป็แหล่งข้อมูลประเภทใดก็ตามสิ่งสำคัญ คือ หาแหล่งข้อมูลที่ถูกต้องกับเรื่องให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะหาได้
- ตั้งคำถาม ข้อสงสัยกับข้อมูลนั้น ๆ ต้องซักถามให้มากที่สุด จนแน่ใจว่าไม่มีข้อสงสัยใด ๆ เพื่อให้มั่นใจว่าได้ข้อมูลที่ กว้าง - ลึก - ถูกต้องที่สุด

ข้อมูลทางกายภาพ คือ ข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์ ซึ่งสามารถหาได้จากหนังสือ บทความ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ
ข้อมูลทางจินตนาการ คือ ข้อมูลประเภททัศนะ ความรู้สึกนึกคิดของผู้เขียน หรือบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหานั้นๆ

2 การจับประเด็น

การพิจารณาว่าจะจับประเด็นไหนมาใช้ ให้คำนึงถึง

- แนวคิดของรายการหรือของงาน (CONCEPT) ข้อมูลชิ้นเดียวกันอาจทำได้หลายรายการ หรือแตกเป็นงานต่าง ๆ กันได้ ขึ้นอยู่กับแนวคิด (CONCEPT) ของรายการว่ากำหนดไว้อย่างไร
- ความสำคัญของประเด็น อะไรเป็นหลัก อะไรเป็นรอง ข้อมูลที่หามาได้ทั้งหมดสามารถแยกแยะออกมาได้เป็นประเด็นต่าง ๆ กัน เมื่อเลือกประเด็นที่เกี่ยวข้องกับรายการได้แล้ว ต้องคิดว่าประเด็นสำคัญใดบ้างที่ต้องใช้ ประเด็นรองๆ ลงไป ข้อใดที่ควรใช้ร่วมด้วย และประเด็นปลีกย่อยใดที่ตัดทิ้งได้

3 การวางโครงเรื่อง

- การวางโครงเรื่อง เพื่อกำหนดกรอบความคิดในการนำเสนอ เพื่อให้การวางแผนการผลิตเป็นไปได้ อย่างถูกต้องและรอบคอบ เพื่อความเข้าใจที่ตรงกันของทีมงานและเพื่อความสะดวกในการพัฒนาบทสารคดี
- การวางโครงเรื่องต้องมีแก่นเรื่อง (THEME) ที่ชัดเจน และเดินเรื่องทั้งหมดอยู่บนแก่นเรื่องนั้น
- การวางโครงเรื่อง เป็นการร้อยเรียงประเด็นหลัก ประเด็นรองเข้าด้วยกัน โดยไม่จำเป็นต้องไล่เรียงจากหลักไปหารองเสมอ แต่ให้คำนึงถึงความเชื่อมโยง (LINK) ของแต่ละประเด็นที่ร้อยต่อกัน จนเป็นเรื่องที่น่าสนใจได้
- การวางโครงเรื่อง ไม่จำเป็นที่จะต้องเสนอในรูปแบบการบรรยายล้วนเสมอไป ควรนำรูปแบบเทคนิคการนำเสนอแบบอื่นมาใช้ร่วมกันได้อย่างเหมาะสม จะช่วยทำให้เรื่องมีมิติให้ติดตาม

4

การเขียนบท

- ไม่ว่าจะเขียนรายการหรืองานผลิตทางด้านนี้ต้องเข้าใจว่าการเขียนบทเป็นงานเขียนเพื่อเล่าเรื่องควบคู่ไปกับภาพ เมื่อเขียนบทต้องคิดถึงด้านภาพ (SHOT) เสมอว่าภาพสามารถเล่าเรื่องอะไรได้บ้าง ภาพเล่าเรื่องได้ชัดเจนหรือไม่
- เมื่อเขียนบทควรย้อนกลับไปอ่านบททวนเป็นระยะ เพื่อเป็นการเล่าเรื่องมีความต่อเนื่อง สละสลวยในการเรียบเรียงเรื่อง

ขั้นตอนหลังจากได้บท

- การกำหนดสถานที่ถ่ายทำ / สำรองสถานที่ / จัดเตรียมอุปกรณ์ถ่ายทำ โดยการตระเตรียมอุปกรณ์เพื่อการบันทึกภาพตามตารางเวลา (Schedule) ที่กำหนดไว้ รวมทั้งกำหนดสถานที่ ที่จะใช้ในการถ่ายทำ
- การเตรียมตารางและการวางแผนการถ่ายทำ เพื่อให้ทีมผลิตรายการทุกคนได้รู้ว่ากิจกรรมอะไร จะทำช่วงไหน เสร็จเมื่อไร ใครรับผิดชอบกิจกรรมนั้น ซึ่งสามารถเห็นภาพรวมของการผลิตทั้งหมด อย่างคร่าวๆ และสามารถควบคุมการทำงานให้เป็นไปตามตารางของการผลิตนอกจากนี้ ยังช่วย ตรวจสอบความคืบหน้าของรายการและแก้ปัญหาต่างๆที่อาจเกิดขึ้นได้ ก่อนที่ปัญหาเหล่านั้นจะเป็น อุปสรรคในการผลิตรายการต่อไป
- การออกสำรวจสถานที่ หากจุดถ่ายที่ต้องการ ติดต่อขออนุญาตถ้าจำเป็น โดยการสำรวจสถานที่นั้น ถ้ามีข้อจำกัดในเรื่องของระยะทางที่ไกลหรือไม่สะดวก เรื่องของเวลา ควรติดต่อ นัดหมายวัน / เวลา / บุคคลที่ต้องการสัมภาษณ์ไว้ให้พร้อม
- ประชุมซักซ้อมการปฏิบัติงาน จัดเตรียมอุปกรณ์และบุคลากร (เทคนิค ยานพาหนะ งบประมาณ) นัดหมายทีมงานให้พร้อม และเตรียมอุปกรณ์ต่างๆ ที่จำเป็นต้องใช้ในการถ่ายทำ เรื่องของอุปกรณ์นี้ สำคัญมากถ้าขาดแม้เพียงชิ้นเดียวก็จะทำให้มีปัญหาอย่างมากในการถ่ายทำ นอกจากจะตรวจสอบให้ ครบถ้วนแล้วก็ต้องดูสภาพการทำงานของอุปกรณ์ด้วยว่าบกพร่องหรือไม่ ต้องเตรียมทุกอย่างเพื่อความสะดวกในการถ่ายทำ

Production

คือขั้นตอนของการถ่ายทำตามแผนที่วางไว้ตอน Pre-Production การถ่ายทำรายการ เป็นขั้นตอนที่จะทำการบันทึกภาพต่างๆ ตามเนื้อหาที่กำหนดในบท แต่ก่อนที่จะถึงเวลาทำการบันทึกภาพ ผู้กำกับควรตรวจสอบสิ่งต่างๆ ว่าเรียบร้อย และพร้อมที่จะถ่ายทำหรือไม่ โดยเฉพาะการตรวจสอบเรื่องของมุมภาพ ตำแหน่งภาพกับมุมของฉากรวมไปจนถึงเรื่องของสี ความคมชัดความถูกต้อง และในกรณีที่เป็นการทำบันทึกภาพ เมื่อทำการบันทึกภาพเสร็จแล้ว ควรจะเช็คคุณภาพที่บันทึกไปนั้นว่ามีความคมชัดและถูกต้องหรือไม่มีอะไรบกพร่องไหม หากพบสิ่งบกพร่องก็จะได้ถ่ายทำใหม่



Post-Production

การดำเนินงานหลังการถ่ายทำ กระบวนการท้ายสุดของการผลิต เป็นการเอา footage ทั้งหมดที่ถ่ายมาคัดเลือกภาพที่ดีที่สุด แล้วเรียงลำดับเข้าด้วยกัน ซึ่งผู้ทำการตัดต่อจะต้องเข้าใจบทนั้นเป็นอย่างดี ในบางกรณีผู้เขียนบท หรือผู้กำกับอาจมาควบคุมการตัดต่อ หรือทำหน้าที่เป็นผู้ตัดต่อเองก็ได้ เมื่อผู้ตัดต่อเข้าใจบทแล้วว่าจะทำอะไร มีลำดับขั้นตอน ความเป็นมาของเรื่องราวอย่างไร แล้วจึงลงมือทำการตัดต่อ ซึ่งขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่สำคัญมาก การเรียงลำดับความสำคัญของเนื้อเรื่องตั้งแต่ต้นจนจบ ต้องมีความประณีต พิถีพิถัน เพื่อให้เนื้อเรื่องออกมาได้ตามบทโทรทัศน์กำหนด และได้อารมณ์ของเรื่องราวนั้นอย่างสมบูรณ์ มีความน่าสนใจและน่าติดตามด้วย การตัดต่อภาพอาจมีการนำเอาเทคนิคภาพมาพลิกแพลงได้ หลังจากทีตัดต่อภาพและบันทึกเสียงทุกอย่างเสร็จสมบูรณ์แล้วก็ตรวจสอบความถูกต้อง และปรับปรุงแก้ไข ก่อนนำเผยแพร่ต่อไป

การเขียนบท

หลักเกณฑ์และข้อเสนอนะในการเขียนบท

1. ใช้ภาษาง่ายๆ ตรงไปตรงมา ไม่ซับซ้อน สื่ออารมณ์ความรู้สึก กระตุ้นความสนใจของผู้ชมได้
2. หลีกเลี่ยงการใช้คำพรรณนาโวหาร ให้ภาพทำหน้าที่แทน
3. คำพรรณนาโวหารสร้างอารมณ์ได้ดีกับภาพที่ไร้ชีวิต อดีตที่ตายแล้ว
4. ใช้ถ้อยคำที่สามารถเป็นลูกเล่น โดยไม่จำเป็นต้องอธิบายภาพตรง
5. ขยายความผิดที่ ไม่น่าสนใจ
6. เรียงประโยคผิดไม่น่าสนใจ
7. ข้อความไม่เป็นเหตุเป็นผลกัน และสื่อความหมายผิด
8. ข้อความไม่เป็นเหตุเป็นผลกันเท่าที่ควร และดูตรงเกินไประวังเรื่องความหมายของคำ
9. หลีกเลี่ยงคำว่า “ที่ซึ่ง อันได้แก่ เช่น เป็นต้น”
10. การใช้ การ, ในการ, ความ ทำให้ประโยคดูเป็นทางการและ เยิ่นเย้อ
11. หลีกเลี่ยงการใช้คำเชื่อม ฟุ่มเฟือย ทำให้ประโยคดูเยิ่นเย้อ
12. บทเยิ่นเย้อ ขยายความในประโยคจนความเป็นเหตุเป็นผลหายไป และใช้ภาษาเป็นทางการมาก
13. อย่าใช้คำที่ดูเป็นทางการเกินไป
14. ไม่ควรใช้คำประเภท ถูก (กระทำ) และขยายความในประโยค
15. บทพิธีกรไม่ควรบอกว่ากำลังทำอะไร กำลังคิดอะไร
16. หลีกเลี่ยงการใช้คำเชื่อมประเภท นอกจาก...แล้ว...ยังมี (เป็น)...อีกตัว
17. ในหนึ่งย่อหน้าควรมีประเด็นเดียว ไม่ควรมีประโยคซ้อนประโยค ขยายความมาก จนจับความไม่ได้
18. ไม่ควรใส่ตัวเลขที่มีรายละเอียดมากเกินไป ให้ใช้ตัวเลขโดยประมาณ
19. ให้คำนึงถึงการใช้ประโยชน์จากภาพ จะช่วยให้การใช้ คำเชิงอธิบายน้อยลง และใช้คำในการสื่อความหมาย ความรู้สึก ที่จะเพิ่มสีสันช่วยให้เรื่องน่าติดตามมากขึ้น

Screenplay

suspense directing education smart screenplays photographer frame entertainment shooting photography artistic communication writer people story reen media takes complete manuscript proofreading action director cinematography novel school editor production storytelling video act produce paper check book idea vision conceptual knowledge teleplay act learn

SHORT FILM



ภาพยนตร์สั้น คือก็คือการเล่าเรื่องด้วยภาพและเสียงที่มีประเด็นเดียวสั้น ๆ แต่ได้ใจความ ศิลปะการเล่าเรื่อง ไม่ว่าจะป็นนิทาน นิยาย ละคร หรือภาพยนตร์ สั้นแล้วแต่มีรากฐานแบบเดียวกัน นั่นคือ การเล่าเรื่องราวที่เกิดขึ้นของมนุษย์หรือสัตว์ หรือแม้แต่อะไรก็ตามที่เกิดขึ้นช่วงเวลาหนึ่งเวลาใด ณ สถานที่ใดที่หนึ่งเสมอ ฉะนั้นองค์ประกอบที่สำคัญที่ขาดไม่ได้คือ ตัวละคร สถานที่ และเวลา ตัวอย่าง เช่น สารคดีหนังสั้น ต่างๆ หนังสั้น ที่

สิ่งที่สำคัญในการเขียนบทหนังสั้น ก็คือ การเริ่มค้นหาวัตถุติบหรือแรงบันดาลใจให้ได้ ว่าเราอยากจะพูดจะนำเสนอเรื่องเกี่ยวกับอะไร ตัวเราเองมีแนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องนั้นๆ อย่างไร ซึ่งแรงบันดาลใจในการเขียนบทที่เราสามารถนำมาใช้ได้ก็คือ ตัวละคร แนวความคิด และเหตุการณ์ และควรจะมีหาวัตถุติบในการสร้างเรื่องให้แคบอยู่ในสิ่งที่เรารู้สึก รู้จริง เพราะคนทำหนังสั้นส่วนใหญ่ มักจะทำเรื่องที่ใกล้ตัวหรือไม่ก็ใกล้เกินไปจนทำให้เราไม่สามารถจำกัดขอบเขตได้ เมื่อเราได้เรื่องที่จะเขียนแล้วเราก็ต้องนำเรื่องราวที่ได้มาเขียน **Plot (โครงเรื่อง)** ว่าใคร ทำอะไร กับใคร อย่างไร ที่ไหน เมื่อไร เพราะอะไร และได้ผลลัพธ์อย่างไร ซึ่งสิ่งที่สำคัญที่สุดก็คือ ข้อมูล หรือวัตถุติบที่เรามีอยู่ ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ชีวิตของแต่ละคนว่ามีแนวคิดมุมมองต่อชีวิตคนอย่างไร เพราะความเข้าใจในมนุษย์ ยิ่งเราเข้าใจมากเท่าไร เราก็ยิ่งทำหนังได้ลึกมากขึ้นเท่านั้น



และเมื่อเราได้เรื่อง ได้โครงเรื่องมาเรียบร้อยแล้ว เราก็นำมาเป็นรายละเอียดของฉาก ว่ามีกี่ฉากในแต่ละฉากมีรายละเอียดอะไรบ้าง เช่น มีใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร ไปเรื่อยๆ จนจบเรื่อง ซึ่งความจริงแล้ว ขั้นตอนการเขียนบทไม่ได้มีอะไรยุ่งยากมากมาย เพราะมีการกำหนดเป็นแบบแผนไว้อยู่แล้ว แต่สิ่งที่ยากมาก ๆ ก็คือกระบวนการคิด ว่าคิดอย่างไรให้ลึกซึ้ง คิดอย่างไรให้สมเหตุสมผล ซึ่งวิธีคิดเหล่านี้ไม่มีใครสอนกันได้ทุกคน ต้องค้นหาวิธีลองผิดลองถูก จนกระทั่งค้นพบวิธีคิดของตัวเอง

การเริ่มต้นเขียนบทภาพยนตร์ เราต้องมีเป้าหมายหลักหรือเนื้อหาเป็นจุดเริ่มต้นการเขียน เราเรียกว่าประเด็น (Subject) ของเรื่อง ที่ต้องชัดเจนแน่นอน มีตัวละคร และแอ็คชั่น ดังนั้น นักเขียนควรเริ่มต้นจากจุดนี้พร้อมด้วยโครงสร้าง (Structure) ของบทภาพยนตร์ประเด็น อาจเป็นสิ่งที่ง่าย ๆ เช่น มนุษย์ต่างดาวเข้ามาเยือนโลกแล้วพลัดพลาดจากยานอวกาศของตน ไม่สามารถกลับดวงดาวของตัวเองได้ จนกระทั่งมีเด็ก ๆ ไปพบเข้าจึงกลายเป็นเพื่อนรักกัน และช่วยพาหลบหนีจากอันตรายกลับไปยังยานของตนได้ นี่คือเรื่อง E.T. – The Extra-Terrestrial (1982)

การคิดประเด็นของเรื่องในบทภาพยนตร์ของเราคืออะไร ให้กรองแนวความคิดจนเหลือจุดที่สำคัญมุ่งไปที่ตัวละครและแอ็คชั่น แล้วเขียนให้ได้สัก 2-3 ประโยค ไม่ควรมากกว่านี้ และที่สำคัญไม่ควรกังวลในจุดนี้ว่าจะต้องทำให้บทภาพยนตร์ของเราถูกต้องในแง่ของเรื่องราว แต่ควรให้มันพัฒนาไปตามแนวทางของขั้นตอนการเขียนจะดีกว่าสิ่งแรกที่เรควรฝึกเขียนคือต้องบอกให้ได้ว่าเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับอะไร เช่น เรื่องเกี่ยวกับความดีและความชั่วร้าย หรือเกี่ยวกับความรัก ดังนั้นประเด็นของเรื่องจึงเป็นสิ่งสำคัญของจุดเริ่มต้นการเขียนบทภาพยนตร์ อย่างไรก็ตาม การเขียนบทภาพยนตร์สำหรับนักเขียนหน้าใหม่ ควรค้นหาสิ่งที่น่าสนใจจากสิ่งที่อยู่รอบ ๆ ตัวของนักเขียนเอง เขียนเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่ตนเองรู้ ทำให้ได้รายละเอียดในเชิงลึกของเนื้อหา เกิดความจริง สร้างความตื่นตะลึงได้ เช่นเรื่องในครอบครัว เรื่องของเพื่อนบ้าน เรื่องในที่ทำงาน ของตนเอง เรื่องในหนังสือพิมพ์รายวัน เป็นต้น

ขั้นตอน สำหรับการเขียนบทภาพยนตร์

1. การค้นคว้าหาข้อมูล (research) เป็นขั้นตอนการเขียนบทภาพยนตร์อันดับแรกที่ต้องทำถือเป็นสิ่งสำคัญหลังจากเราพบประเด็นของเรื่องแล้ว จึงลงมือค้นคว้าหาข้อมูลเพื่อเสริมรายละเอียดเรื่องราวที่ถูกต้อง จริง ชัดเจน และมีมิติมากขึ้น คุณภาพของภาพยนตร์จะดีหรือไม่จึงอยู่ที่การค้นคว้าหาข้อมูล ไม่ว่าจะภาพยนตร์นั้นจะมีเนื้อหาใดก็ตาม
2. การกำหนดประโยคหลักสำคัญ (premise) หมายถึงความคิดหรือแนวความคิดที่ง่าย ๆ ธรรมดา ส่วนใหญ่มักใช้ตั้งคำถามว่า “เกิดอะไรขึ้นถ้า...” (what if) ตัวอย่างของ premise ตามรูปแบบหนังฮอลลีวูด เช่น เกิดอะไรขึ้นถ้ามนุษย์ต่างดาวบุกโลก คือเรื่อง The Independence Day
3. การเขียนเรื่องย่อ (synopsis) คือเรื่องย่อขนาดสั้น ที่สามารถจบลงได้ 3-4 บรรทัด หรือหนึ่งย่อหน้า หรืออาจเขียนเป็น story outline เป็นร่างหลังจากที่เราค้นคว้าหาข้อมูลแล้วก่อนเขียนเป็นโครงเรื่องขยาย (treatment)
4. การเขียนโครงเรื่องขยาย (treatment) เป็นการเขียนคำอธิบายของโครงเรื่อง (plot) ในรูปแบบของเรื่องสั้น โครงเรื่องขยายอาจใช้สำหรับเป็นแนวทางในการเขียนบทภาพยนตร์ที่สมบูรณ์ บางครั้งอาจใช้สำหรับยื่นของบประมาณได้ด้วย และการเขียนโครงเรื่องขยายที่ดีต้องมีประโยคหลักสำคัญ (premise) ที่ง่าย ๆ น่าสนใจ
5. บทภาพยนตร์ (screenplay) สำหรับภาพยนตร์บันเทิง หมายถึง บท (script) ซีควนส์หลัก (master scene/sequence) หรือ ซีเนริโอ (scenario) คือ บทภาพยนตร์ที่มีโครงเรื่อง บทพูด แต่มีความสมบูรณ์น้อยกว่าบทถ่ายทำ (shooting script) เป็นการเล่าเรื่องที่ได้พัฒนามาแล้วอย่างมีขั้นตอน ประกอบด้วยตัวละครหลักบทพูด ฉาก แอ็คชั่น ซีควนส์ มีรูปแบบการเขียนที่ถูกต้อง เช่น บทสนทนาอยู่กึ่งกลางหน้ากระดาษฉาก เวลา สถานที่ อยู่ชิดขอบหน้าซ้ายกระดาษ ไม่มีตัวเลขกำกับข้อต่อ และโดยหลักทั่วไปบทภาพยนตร์หนึ่งหน้ามีความยาวหนึ่งนาที
6. บทถ่ายทำ (shooting script) คือบทภาพยนตร์ที่เป็นขั้นตอนสุดท้ายของการเขียน บทถ่ายทำจะบอกรายละเอียดเพิ่มเติมจากบทภาพยนตร์ (screenplay) ได้แก่ ตำแหน่งกล้อง การเชื่อมต่อ เช่น คัท (cut) การเลื่อนภาพ (fade) การละลายภาพ หรือการจางซ้อนภาพ (dissolve) การกวาดภาพ (wipe) ตลอดจนการใช้ภาพพิเศษ (effect) อื่น ๆ เป็นต้น
7. บทภาพ (storyboard) คือ บทภาพยนตร์ประเภทหนึ่งที่อธิบายด้วยภาพ คล้ายหนังสือการ์ตูน ให้ความต่อเนื่องของข้อต่อตลอดทั้งซีควนส์หรือทั้งเรื่องมีคำอธิบายภาพประกอบ เสียงต่าง ๆ เช่น เสียงดนตรี เสียงประกอบฉาก และเสียงพูด เป็นต้น ใช้เป็นแนวทางสำหรับการถ่ายทำ หรือใช้เป็นวิธีการคาดคะเนภาพล่วงหน้า (pre-visualizing) ก่อนการถ่ายทำว่า เมื่อถ่ายทำสำเร็จแล้ว หนังสือนั้นจะมีรูปร่างหน้าตาเป็นอย่างไร



ปัจจัยสำคัญของภาพยนตร์สั้น

1. ความยาว (Length)

ภาพยนตร์สั้นมักมีความยาวตั้งแต่ 1–30 นาที ขึ้นอยู่กับความพอดีและลงตัว ว่าหนังสามารถตอบสนองเรื่องราวได้อย่างน่าพอใจหรือยัง ความยาวจึงขึ้นอยู่กับผู้กำกับที่จะตัดสินใจว่า การเล่าเรื่องเกินพอดี หรือขาดความพอดีหรือไม่ ซึ่งการขาดความพอดี หรือการเกินความพอดี จะส่งผลให้หนังอืดอาดยืดเยื้อ หรือหนังเร็วจนเรื่องขาดหายไปทำให้ดูไม่รู้เรื่องสำหรับหนังของมือใหม่มักมีข้อบกพร่อง คือ กังวลว่าคนดูจะไม่รู้เรื่อง จึงมักพูดมาก จนน่าเบื่อ หรือความอ่อนประสพการณ์ทำให้ไม่สามารถแตกข้อต่อให้คนดูเข้าใจเรื่องได้จึงกลายเป็นหนังที่ห้วนและดูไม่รู้เรื่อง

2. แก่นเรื่อง (Theme)

แก่นเรื่อง คือ สารหรือจุดเป้าหมายที่เรากำลังพยายามเข้าถึงแก่นเรื่อง คือ ความคิดลึกซึ้งที่เป็นนามธรรม หรือความคิดที่ยืดโครงสร้างของเรื่อง และนำเสนอผ่านตัวละคร เป็นแก่นของการแสดงทั้งหมด แก่นเรื่องเป็นศูนย์กลางความคิดหลักที่เกี่ยวกับเรื่องทั้งหมดที่ผู้กำกับต้องการสื่อสารกับคนดู สำคัญมากหนังสั้นควรมีความคิดหลักประการเดียว มิฉะนั้นจะทำให้เรื่องซับซ้อนต้องใช้วิธีเล่าเรื่องแบบหนังที่มีความยาวทั่วไป ความคิดหลักไม่จำเป็นต้องสอดคล้องกับคนดูเสมอไป แต่ให้คนดูมีโอกาสไตร่ตรองสำรวจความคิดของตนเองเป็นการจุดจินตนาการและทำให้เกิดความคิดทางสติปัญญาขึ้น



3. ความขัดแย้ง (Conflict)

เป็นการกำหนดความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่งให้กับตัวละครหรือเป็นเป้าหมายที่ตัวละครต้องการจะไปให้ถึงแล้วเรา (ผู้เขียนบท) จะสร้างอุปสรรคให้ตัวละครแก้ปัญหา หรือสร้างวิธีการต่าง ๆ นานาให้ตัวละครไปสู่เป้าหมายอย่างยากเย็น การสร้างความขัดแย้งผู้เขียนบทต้องเริ่มวางประเด็นของเรื่องไว้ล่วงหน้าก่อนที่จะลงมือเขียนบท เป็นประโยคสำคัญ ความขัดแย้งมีหลายประเภท คือ

- ความขัดแย้งภายในจิตใจของตนเอง
- ความขัดแย้งระหว่างบุคคล
- ความขัดแย้งระหว่างคนกับสังคม
- ความขัดแย้งระหว่างคนกับธรรมชาติ

ปัจจัยสำคัญของภาพยนตร์สั้น

4. เหตุการณ์เดียว (One Primary Event)

เหตุการณ์หลักในหนังสั้น ควรมีเพียงเหตุการณ์เดียว ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง อาจจะกินระยะเวลาในหนังหลายวันหรือหลายอาทิตย์ก็ได้ ที่เป็นเช่นนี้ทำให้เนื้อเรื่องดูง่าย ไม่ซับซ้อน มีความยาวไม่มากนักใช้เหตุการณ์หลักที่เกิดขึ้นเพียงเหตุการณ์เดียวในการเล่าเรื่องเพื่อให้เหมาะสมกับเวลา

5. ตัวละครเดียว (One Major Character)

ตัวละครในภาพยนตร์ คือ การแสดงของคนที่มีความบุคลิกลักษณะตามที่เราเลือกไว้ เพื่อวัตถุประสงค์สำหรับการแสดงตัวละคร คือ มุมมอง หรือวิธีมองโลก (ซึ่งสามารถหมายถึง วิสัยทัศน์) หรือวิธีที่ตัวละครมองโลกในแง่มุมต่างๆ หนังสั้นจะใช้ตัวละครหลักเพียงตัวเดียว และผู้เขียนจำเป็นต้องสร้างให้ตัวละครให้มีความน่าสนใจ และใช้ตัวละครหลักไปสัมพันธ์กับตัวละครอื่น หรือปัญหาอื่นแล้วเปิดเผยให้คนดูเห็นบางสิ่งบางอย่างที่น่าตกใจ

6. ความต้องการ (Need & Want)

ความต้องการของตัวละคร คือ สิ่งที่ตัวละครอยากได้ อยากมี อยากเป็น ต้องการให้ได้มาต้องการบรรลุในสิ่งใดสิ่งหนึ่งในระหว่างเนื้อหาของเรื่องราวผู้เขียนต้องกำหนดความต้องการของตัวละครก่อนเขียนบท โดยกำหนดว่าอะไร? คือความต้องการของตัวละคร ความต้องการนี้จะเป็นตัวผลักดันตัวละคร ให้เกิดการกระทำ จากนั้นผู้เขียนต้องสร้างอุปสรรคขัดขวางความต้องการนั้นสำคัญมาก ความต้องการจะช่วยให้โครงเรื่องพัฒนาไปอย่างมีทิศทางในหนังสั้นความต้องการของตัวละครหลักมักมีหลายระดับ

7. โครงสร้างของบท (Structure)

โครงสร้าง คือ ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนย่อยกับทั้งหมด ส่วนย่อยคือ แอ็กชั่น , ตัวละคร , ฉาก , ตอน , องก์ (1,2,3) , เหตุการณ์ , สถานการณ์ , ดนตรี สถานะ ฯลฯ ส่วนย่อยทั้งหมดล้วนสร้างขึ้นเพื่อหลอมรวมเป็นเรื่อง แล้วโครงสร้างจะเป็นตัวยึดทุกสิ่งทุกอย่างเข้าด้วยกันเป็นภาพรวมทั้งหมด

8. ปุ่มหลัง (Backstory)

ปุ่มหลังของเรื่อง คือ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นก่อนหน้าเรื่องในภาพยนตร์จะเกิดเหตุการณ์ในอดีตจะส่งผลกระทบต่ออารมณ์ของตัวละครหลักปุ่มหลังของเรื่องมีความสัมพันธ์กับความต้องการของตัวละครคนเขียนบทต้องกำหนดล่วงหน้าก่อนลงมือเขียนบท แต่ปุ่มหลังไม่จำเป็นต้องปรากฏอยู่ในบท

ที่มา : จากหนังสือ นักสร้างสร้างหนังหนังสั้น ของรักศานต์ วิวัฒน์สินอุดม
ที่มา http://www.thaishortfilm.com/T013_screenplay.html

แผนผังกระบวนการผลิต (Work Flow)

รับโจทย์

คิดหัวข้อการผลิต / ประชุมหารือ

กำหนดเนื้อหา / กลุ่มเป้าหมาย

กำหนดแก่นเรื่อง (Theme) / วัตถุประสงค์ เพื่อให้เกิด
ความชัดเจนและสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย

กำหนดรูปแบบและสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดความ
น่าสนใจในการนำเสนอ

กำหนดงบประมาณในการผลิต

มอบหมายผู้รับผิดชอบดำเนินการด้านต่างๆ

หาข้อมูล/จับประเด็น/วางโครงเรื่อง/เขียนบท

กำหนดสถานที่ถ่ายทำ / วางแผนการถ่ายทำ/
จัดเตรียมอุปกรณ์และบุคลากร / ติดต่อสถานที่
และบุคคลที่จะสัมภาษณ์

ถ่ายทำตามแผนที่วาง

ตรวจเช็คภาพ/คัดเลือกภาพที่ดีที่สุด/เลือกเพลง/ลง
เสียงบรรยาย (ถ้ามี)

ตัดต่อ/กราฟฟิก/เอฟเฟ็กต์/ใส่เพลง

ตรวจเช็คก่อนนำไปเผยแพร่

NEW MEDIA

การโฆษณาโดยใช้สื่อ รูปแบบ หรือวิธีนำเสนอใหม่ๆ
ที่แตกต่างไปจากสื่อ หรือวิธีการต่างๆไปที่เคยใช้กันอยู่
เพื่อเพิ่มความสนใจในการรับรู้ข่าวสารที่นำเสนอต่อ
กลุ่มเป้าหมาย ใช้สื่อโฆษณาใหม่ที่ยังไม่เคยถูกใช้มาก่อน

บริษัท แมคแคน เวิลด์ กรุ๊ป จำกัด ได้ทำการศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมและไลฟ์สไตล์ผู้บริโภค
ปี 2011 ในกลุ่มคนเมืองอายุ 15-35 ปี หลายประเทศทั่วโลก

1

**ผู้บริโภคจะก้าวสู่ยุค
ดิจิทัลมากขึ้น**

จากการเปิดรับสื่อหลากหลาย และต้องการมีส่วนร่วมในการสร้างคอนเทนต์ผ่านสื่อดิจิทัลพร้อมกับกระแสโซเชียลเน็ตเวิร์คทิศทางดังกล่าวทำให้ผู้บริโภควัยรุ่นนิยมสื่อสารกันระหว่างบุคคลมากกว่าสื่อสารกับแบรนด์ ดังนั้นการสร้าง Brand Ambassador ขึ้นมาเป็นตัวแทนในการสื่อสารกับผู้บริโภค จึงเป็นอีกทางเลือกที่น่าสนใจนอกเหนือไปจาก Brand Fan Page ในโซเชียลเน็ตเวิร์ค

2

**การเข้าถึงสมาร์ตโฟน
ได้อย่างกว้างขวาง**

การเข้าถึงผู้บริโภคผ่านแอปพลิเคชันต่างๆทางสมาร์ตโฟนทำได้ง่ายขึ้นในรูปแบบเรียลไทม์โดยสมาร์ตโฟนจะกลายเป็นสื่อที่ทำให้แบรนด์สามารถใกล้ชิดกับผู้บริโภคได้ทุกช่วงเวลาและสถานที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การใช้ Mobile Application เพื่อสร้างประโยชน์โดยตรงกับผู้บริโภคผ่านรูปแบบที่น่าสนใจ ซึ่งปัจจุบัน Application ที่ดึงดูดความสนใจของคนไทยได้มากที่สุดจะอยู่ในประเภท Avatar หรือที่เกี่ยวข้องกับการถ่ายรูป

3

**SLOW IS THE NEW
FAST**

จากกระแสออนไลน์ที่ทำให้ผู้บริโภคสามารถรับรู้หรือค้นหาข้อมูลที่เป็นจริงได้มากขึ้น จะช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคเริ่มหันมาสนใจในเหตุและผลและรับรู้ถึงสิทธิในการบริโภคของตน ดังนั้นผู้บริโภคจึงเริ่มหันมาใส่ใจกับความเป็นมาของสิ่งที่ที่ตนเองบริโภคมากขึ้น บรรดาแบรนด์ต่างๆ จึงควรที่จะหันมาให้ความสำคัญกับการสื่อสารแบบ Two-Way Communication เพื่อแสดงความจริงใจต่อผู้บริโภค ด้วยการรับฟังความเห็น ความต้องการของผู้บริโภค และพร้อมที่จะแก้ไขปรับปรุง แทนที่จะมุ่งเน้นแต่การสื่อสารออกไปยังผู้บริโภคเพียงทางเดียว



4

MEDIA GRAVITY

เนื่องจากผู้บริโภคไทยในยุคนี้ อยู่ในสังคมที่แวดล้อมไปด้วยสื่อต่างๆ มากมาย ผู้บริโภคจึงขาดจุดสนใจในเลือกรับข้อมูลจากสื่อ ทั้งนี้การสร้างสื่อให้มีความน่าสนใจและน่าตื่นเต้นมากยิ่งขึ้นในอนาคต จึงต้องเน้นให้เกิด Interaction และ Participation กับตัวผู้บริโภค ในปีหน้าเทรนด์การใช้สื่อทั้ง Traditional Media และ New Media จะมีเรื่องของเทคโนโลยีมาเกี่ยวข้องมากขึ้นไม่ว่าจะเป็น Interactive Outdoor

หรือ การใช้สื่อ Across Platform เช่น การใช้ QR Code เชื่อมต่อไปยัง Website หรือการสร้าง Augmented Reality ผ่านการใช้ Print Ad กับ Web Camera นอกจากนี้แบรนด์ต่างๆ ยังอาจนำสื่อต่างๆ มาเล่นกับเรื่องในช่วงเวลาที่แตกต่างกันในแต่ละวันของผู้บริโภค

5

LIFE IN A CLOUD

ด้วยรูปแบบชีวิตในเมืองที่มีลักษณะ On-the-go มากขึ้น ผู้บริโภคหันมาเรียนรู้และยอมรับเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อสร้างความสะดวกสบายในกับชีวิต

ตัวอย่างเทคโนโลยีที่มีให้เห็นในเมืองไทย ไม่ว่าจะเป็น Mobile Banking หรือ Movie Ticket Vending Machine ซึ่งแม้จะเป็นเพียงเรื่องเล็กๆ ก็ได้ทำให้มุมมองการใช้ชีวิตของผู้บริโภคเปลี่ยนไปและเริ่มแสวงหาชีวิตในฝัน ดังนั้นแบรนด์ที่ตั้งเป้าในการเป็นผู้นำตลาด จึงต้องมองหาการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ที่ไม่ซ้ำใคร เพื่อตอบสนองความต้องการของ

วิดีโอคลิป คือ ไฟล์คอมพิวเตอร์ประเภทภาพเคลื่อนไหวที่บรรจุเนื้อหาเป็น เรื่องสั้นๆ หรือ อาจตัดตอนมาจากเรื่องทั้งเรื่อง อาจเป็นเรื่องราวที่สร้างขึ้น มาใหม่ หรือเป็นนำเอาส่วนที่สำคัญ หรือ เลือกเฉพาะส่วนที่ต้องการจาก ดัชนีฉบับเดิมนำมาแสดง

VDO CLIP

แหล่งของวิดีโอคลิป ได้แก่ ข่าว ข่าวกีฬา มิวสิกวิดีโอ รายการโทรทัศน์ หรือภาพยนตร์ ปัจจุบันมี การใช้วิดีโอคลิปแพร่หลาย เนื่องจากไฟล์คลิปนี้มีขนาดเล็ก สามารถส่งผ่านอีเมล หรือดาวน์โหลด จากเว็บไซต์ได้สะดวก ในประเทศตะวันตก เรียกการแพร่หลายของวิดีโอคลิปนี้ว่า วัฒนธรรมคลิป (Clip Culture) คำคำนี้ มีความหมายกว้างๆ หมายถึง ภาพยนตร์สั้นแบบไหนก็ได้ ที่มีความยาวน้อยกว่ารายการโทรทัศน์ตามปกติ (โดยมากไม่เกิน 5-10 นาที และที่พบบ่อยที่สุดคือประมาณ 1 นาที)

Viral CLIP

คลิปวิดีโอที่ถูกผลิตมาได้ที่น่าสนใจจนเกิดเป็นกระแสบอกต่อผ่านทาง Social Media นับเป็นเครื่องมือการตลาดออนไลน์ที่กำลังได้รับความนิยมอย่างมากจากแบรนด์สินค้าต่างๆ แต่ ความยากของการทำ Viral Video คือทำอย่างไรไม่ให้เกิดซ้ำ ปัจจัยสำคัญที่สุดที่ทำให้ Viral Video ประสบความสำเร็จก็คือตัวเนื้อหาของคลิป ข้อมูลจากจำนวนหลายล้านวิดีโอใน Facebook ที่มีผู้ใช้ ในประเทศไทยมากกว่า 30 ล้านคน ผ่านแฟนเพจที่เป็น Top 40 Fan Page in Thailand ใน Word of Mouth Online Network ออกมาเป็น 7 แนวทางของเนื้อหาวิดีโอที่ได้รับความนิยมสูงที่สุดออกมาเป็นประเภทต่างๆ ดังนี้คือ.. รัก / โกรธ / โหด / แปลก / ขำ / Sexy / เสร์

แนวโน้มของเทรนด์วิดีโอว่า “ปี 2014 เป็นปีที่ดิจิทัลเอเจนซีในไทยเริ่มเห็นความสำคัญ ของไวรัลวิดีโอ (Viral Video) มากขึ้น ซึ่ง Facebook ก็ให้ความสำคัญกับวิดีโอมากขึ้นกว่าที่ผ่านมา ด้วยการเริ่มทำให้ดูน่าสนใจเพิ่มขึ้นทั้งการเล่นวิดีโออัตโนมัติเมื่อมีการใช้งานบนอุปกรณ์โมบายล์ และการใส่ปุ่ม Call-to-Action ในวิดีโอ ด้วยเหตุนี้ น่าจะยังทำให้เทรนด์ของวิดีโอเติบโตได้อีกมาก ในปีต่อไป

หลายองค์กรให้ความสำคัญกับ Viral Video เพราะ ณ วันนี้สิ่งที่จะดึงดูดผู้บริโภคไม่ใช่เรื่องของ Function แต่เป็นเรื่อง Emotion ซึ่ง Viral Video ที่โดดเด่นจะทำให้ผู้บริโภครู้สึกถึงความแตกต่างจากแบรนด์อื่นๆ ได้อย่างชัดเจนและทำให้เราเข้าสู่ยุคใหม่ของการสื่อสารการตลาด



การสร้างวิดีโอให้เกิดไวรัลหรือแชร์กันอย่างแพร่หลาย (Viral Video) ก็คล้ายๆกับการสร้างหนังภาพยนตร์ให้ชนะรางวัลออสการ์นั่นเอง อาจจะไม่มียุทธศาสตร์สำเร็จตายตัว แต่หากมองย้อนกลับไปวิดีโอคลิปที่ถูกแชร์มากๆ จะพอมององค์ประกอบบางอย่างที่ทำให้ผู้ชมอยากกดแชร์หรือบอกต่อๆผู้อื่น

1. ถูกแชร์เยอะเพราะเป็นเรื่องที่เร้าความรู้สึก

อย่าไปพยายามลอกมาเพราะคลิปของเราจะไม่ต่าง สิ่งที่คุณทำหนังควรมี คือ Passion การแสดงที่สมบัติน่าทึ่ง และสิ่งทีทุกๆ คนจะ “รู้สึกร่วมกันไป” เป็นเรื่องราวใกล้ตัวที่คนชอบ คนชมอยากจะ “รู้สึก” บางอย่าง ไม่ว่าจะอารมณ์รัก เศร้า โกรธ แม้กระทั่งทำให้ขำ ก็มักจะทำให้คลิปนั้นดังได้ง่ายๆ ฉะนั้นหนังที่สามารถทำให้คน “รู้สึก” ได้ คือหนังที่ชนะทั้งรางวัลและใจคนดู ถ้าทำคลิปให้แฟนๆ ของแบรนด์เราดู อย่าลืมแชร์เรื่องที่เขาเองก็รู้สึก

Viral CLIP

2. คิดใหม่ที่ดีที่สุด : ไม่มีที่ยืนสำหรับที่ 2

แบรนด์ที่ทำให้ไวรัลได้เด่นที่สุดคือ กระทิงแดง (Red Bull's) กับวิดีโอที่มีชื่อว่า Red Bull's supersonic freefall starring Felix Baumgartner ที่คนเข้าไปคลิกดูถึง 36 ล้านครั้ง แบรินต์อื่นอาจจะลองทำตามดูก็ได้ แต่คนก็คงไม่ตื่นเต้นแล้ว พุดกันง่าย ๆ คือ ลอกเค้ามามันดูไม่ดีหรอก เพราะคุณก็ “ไม่ได้สร้างความรู้สึกอะไรใหม่ๆ” ให้กับคนชม ฉะนั้นแบรินต์จึงมีวิธีมากมายที่จะสร้างสร้างความผูกพันกับแฟน ๆ ไม่ต้องเน้นอะไรที่เวอร์หรือหยา หรือดูแพง ก็เหมือนกับคนนี่ละ แค่พยายามรู้จักคนที่เราจะคุยด้วยหน่อย และแสดงให้เห็นว่าเราเห็นคุณค่าเค้า

3. สร้างแรงบันดาลใจให้คนดู

การที่กระทิงแดง (Red Bull's) เกิดปรากฏการณ์ของอย่างหน้าทั้ง เพราะได้ผสานแบรินต์เข้ากับฮอร์โมนอะดรีนาลีน (Adrenaline) คนชมเลยรู้สึกตื่นเต้นสุดๆ คลิปนี้ได้หลายขอบเขตข้อจำกัดทั้งหมดที่เคยมี และยังสร้างแรงบันดาลใจให้คนชมไปพร้อมกัน ทุกอย่างที่มีลงมือลงแรงต่างก็เกี่ยวข้องกับแบรินต์และสินค้าที่จะโปรโมท คลิปที่ออกมาสะท้อนทั้งบุคลิกภาพของแบรินต์ (Brand Personality) และสินค้าที่แบรินต์พยายามจะดึงความสนใจ

4. สร้างคอมมูนิตี้ : ไวรัล (Viral) ก็เหมือนกับทีมกีฬา

การจะทำให้เกิด ไวรัล (Viral) น้อยมากที่จะเกิดชั่วข้ามคืน โดยเฉพาะเมื่อแบรินต์พยายามทำให้ลือไปกับแคมเปญการตลาด คอมมูนิตี้ อาจจะต้องใช้เวลาและความอดทน แต่มีความยากลำบากเบื้องหลังมากมายที่คลิปไวรัล (Viral) ทั้งหมดไม่ได้เอามาให้เราดู นักการตลาดหลายคนตะบั้งจะสร้างแต่คลิป ไวรัล (Viral) ให้เกิด โดยหลงลืมว่าแบรินต์ต้องสร้างคนชมที่รักและเลือกเราก่อน

Tips: สร้างฐานแฟนที่แข็งแรงซะก่อน คอมมูนิตี้และแฟนที่รักเราจะช่วยเราแชร์วิดีโอ ความสำเร็จไม่ใช่การฉายเดี่ยว แต่เป็นการขอแรงคนที่รักแบรินต์เราช่วยตะโกน

5. ทบทวนเป้าหมาย

การทำไวรัล (Viral) ไม่ควรจะถูกตั้งเป็นเป้าหมายหลัก การสร้างชื่อเสียงที่ดีของแบรินต์ผ่านทางเรื่องราว ความผูกพันดีๆ เนื้อหา (Content) ดีๆ ต่างหากที่เป็นกุญแจสำคัญจะทำให้เกิด ไวรัล (Viral) และมากกว่านั้น คือ ทำให้เกิดความรักและแฟน ๆ ที่พร้อมรักดีและสนับสนุนเราทุกเมื่อ (Royalty) คลิปที่ทำออกมาจึงควรสะท้อนปรัชญาหลักของแบรินต์ เกี่ยวข้องกับคนดู และเกี่ยวข้องกับหลายๆ กลยุทธ์ เพื่อให้เกิดความไว้วางใจ และคอมมูนิตี้ที่แข็งแรง การมีคลิป ไวรัล (Viral) ดังๆ เป็นเรื่องดี แต่อย่าลืมหาคำตอบว่า “เมื่อเวลาผ่านไปอะไรที่จะแปรเป็นยอดขายได้และอะไรจะถูกหยิบเป็นเรื่องราวของแบรินต์ที่ถูกบอกต่อ”



สร้างคลิปให้ถูกใจผู้บริโภค ต้องเลิก สั้น โหลตโວ แต่เนื้อหาใจเหมือนเคย



ใครๆ ก็พูดกันว่ายุคแห่ง Video มาถึงแล้ว เพราะตอนนี้ใครๆ ก็ชอบเสพคอนเทนต์ประเภทวิดีโอ โดยเฉพาะการดูบนมือถือ ที่ดึงดูดผู้บริโภคไปด้วยทุกหนแห่ง ทำให้พวกเขาเข้าถึงวิดีโอได้ทุกเมื่อ เพื่อก็ก๊ยมือถือมาดู และยังจำนวนวิดีโอที่เพิ่มปริมาณมหาศาล ทำให้การเสพคอนเทนต์ของผู้บริโภคเปลี่ยนไป วิดีโอเดี่ยวนี้ต้องเป็นเหมือนขนมที่เคี้ยวเพลิน อร่อย ย่อยง่าย และไม่ต้องอ้ำอึ้งถึงผลสำรวจก็คงรู้กันดีว่าสมัยนี้

ผู้บริโภคจำนวนมากติดสมาร์ตโฟนกันงอมแงม ดังนั้นในฐานะแบรนด์เราทำอะไรได้บ้างกับจอมือถือในมือผู้บริโภคหากเราจะส่งคอนเทนต์ประเภทวิดีโอไปหาพวกเขา

ผลสำรวจพบว่า 59% ของผู้บริโภคมักกดดูวิดีโอที่มีความยาวไม่เกิน 1 นาทีมากกว่า ซึ่ง 96% ของพวกเขาดูขณะอยู่ที่บ้านหรือที่ทำงาน และมี 39% ที่ชอบดูวิดีโอไปด้วยขณะเดินทางไกลๆ



นอกจากนั้นยังพบว่าความสั้นยาวของวิดีโอที่ผู้บริโภครู้สึกว่าการดูยังส่งผลต่อ Pre roll ads ที่พวกเขาเห็นว่าเหมาะสมอีกด้วย เช่น ถ้าวิดีโอที่กำลังจะกดดู ยาวประมาณ 1 นาที ผู้บริโภคจะรู้สึกว่าการดู Pre roll ads ไม่ควรเกิน 15 วินาที หากวิดีโอหลักยาว 1-5 นาที Pre roll ที่รับได้อยู่ที่ 16-30 วินาที และหากวิดีโอหลักยาว 5-10 นาที pre roll ที่เหมาะสมจะอยู่ที่ 16-60 วินาที นอกจากนี้ผู้บริโภค 72% ยังยอมรับว่าโฆษณาที่มาจากหลังตอนวิดีโอจบแล้วทำให้รู้สึกถูกรบกวนน้อยกว่าโฆษณาที่มาก่อนวิดีโอจะเล่น 77% ของผู้บริโภคยอมที่จะดูโฆษณาตัวเดียวยาวๆ ไปเลยมากกว่าที่จะตัดสั้นๆ หลายๆ ตอน และกว่าครึ่งของผู้บริโภค จำโฆษณาที่พวกเขาเคยผ่านตาได้

ระยะเวลาของการโหลดก็มีส่วนวิดีโอที่โหลดนานๆ กินคาค่าเยอะๆ จะทำให้ผู้บริโภคไม่ยักดู 55% ยอมรับว่าถ้ามีการหมุนตัวกลางจอเพราะโหลดช้าเกิน 2 ครั้งจะปิดหนีทันที ดังนั้นจึงเป็นข้อมูลที่แบรนด์ควรนำไปใช้ในการผลิตวิดีโอคอนเทนต์ของตัวเอง ให้

ไฟล์มีขนาดเบาเหมาะสมกับการดูบนมือถือที่ 4G เร็วแรงทะลุนรกไม่ได้เข้าถึงทุกซอกตึก หน้า 4K อาจไม่ได้เหมาะกับการทำแบรนด์คอนเทนต์หรือโฆษณา การทำคลิปให้สั้น ความละเอียดพอเหมาะจะช่วยทำให้ไฟล์มีขนาดกำลังดี โหลดง่าย ดูได้ไว จะดีที่สุด

ความสนใจในการดูวิดีโอของผู้บริโภคเพิ่มขึ้นกว่าที่เคย นี่คือช่วงเวลาสำคัญที่แบรนด์ควรเข้าไปเจาะและหาช่องว่างให้เจอเพื่อรับกับนิสัยนี้ด้วยการพัฒนาคอนเทนต์ให้สร้างสรรค์รวดเร็วตอบรับกับสถานการณ์ปัจจุบัน และสั้นกระชับเหมาะกับพฤติกรรมผู้บริโภคในขณะนี้





10 ปัจจัยที่ควรคำนึงในการทำ Clip VDO บน YouTube

The YouTube Creator Playbook for Brands

1 **อ** เป็นคอนเทนต์ที่คนอยากแชร์หรือไม่?
เราจะใช้วิธีง่ายๆ โดยการเริ่มต้นจากถามตัวเองหรือคนรอบข้างว่า ถ้ามีคลิปวิดีโอเนื้อหาประมาณนี้ คุณน่าจะสนใจมั้ย? อยากแชร์มั้ย? แชร์เพราะอะไร? เนื้อหาดี? ตลก? ฯลฯ

2 **ม** เป็นคอนเทนต์ที่มีคนอื่นร่วมมือได้ด้วยหรือไม่?
เราสามารถเปิดโอกาสให้คนอื่น โดยเฉพาะ Influencer ในออนไลน์ สามารถทำคอนเทนต์ร่วมกับเรา หรือ เลียนแบบคอนเทนต์

เราได้หรือไม่ เช่น แพลตฟอร์ม ที่มีแต่คนอยากทำตาม , เซลล์ที่แบบแปลกๆที่คนอยากทำตาม เป็นต้น เมื่อมันง่ายก็จะเป็นผลดีต่อคลิวิดิโอมากขึ้น

3 **ก** เป็นคอนเทนต์ที่อยู่ในกระแสที่คนสนใจหรือไม่?
กระแสที่คนสนใจนั้นเป็นทั้งเรื่องที่อินเทรนด์อยู่ในกระแส ณ ปัจจุบัน เช่น ช่วงนี้คนสนใจซีรีส์ออร์โมนเยอะ ถ้า VDO มีมุขอะไรที่เชื่อมโยงกันก็จะทำให้คนสนใจขึ้น หรืออีกแบบหนึ่งคือ “evergreen” ซึ่งคอนเทนต์คือ กลางๆไม่ว่าเมื่อไหร่คนก็ให้ความสนใจ เช่น คลิป how-to ต่างๆ

4 เป็นคอนเทนต์ที่เข้าถึงได้ง่ายหรือไม่?

เข้าถึงได้ง่ายในที่นี้หมายถึงในแง่ของเนื้อหาคลิปวิดีโอ เช่น ตัวเนื้อหาเข้าใจได้ง่ายไม่ซับซ้อน, ตัวเนื้อหาสมบูรณ์ในตัวเอง ไม่จำเป็นต้องเคยดูคลิปวิดีโอตัวอื่น ๆ มาก่อนถึงจะเข้าใจคลิปวิดีโอชุดนี้เป็นต้น

5 คอนเทนต์มีความคงที่สม่ำเสมอหรือไม่?

ความคงที่ สม่ำเสมอในที่นี้ เช่น mood & tone ในการนำเสนอ หรือ เมสเสจไปในทางเดียวกัน มีวิดีโอใหม่เป็นประจำทุกอาทิตย์ ซึ่งหากมีความสม่ำเสมอนี้ก็จะส่งผลดีกับแบรนด์

6 กลุ่มเป้าหมายของคอนเทนต์คือใคร?

กว่าเรากำหนดได้ชัดเจนและรู้ว่ากลุ่มเป้าหมายของเราเป็นใคร? อายุเท่าไร? สนใจอะไร? โลกทัศน์อย่างไร? ฯลฯ ยิ่งเป็นผลดีกับการทำคลิปวิดีโอมากขึ้นเท่านั้น

7 คอนเทนต์นั้นไม่ว่าเมื่อไหร่ก็ดูน่าสนใจอยู่เสมอหรือไม่?

หากคลิปวิดีโอั้นๆเวลาผ่านไปแล้วกลับมาย้อนดู ก็ยังรู้สึกที่น่าสนใจอยู่ ก็ยังเป็นผลดีเพราะแปลว่าได้ผลทั้งในระยะสั้นและยาว

8 ได้พูดคุยกับผู้ที่มาชมคลิปวิดีโอหรือไม่?

actic อย่างหนึ่งที่ได้ผลเสมอไม่ว่าจะเป็น Social media ไหนก็ตามคือ Call to action หากตัวคลิปวิดีโอเองสามารถเชิญชวนให้คนมีส่วนร่วมได้ก็จะทำให้คนที่มาร่วม จดจำคลิปวิดีโอได้ง่ายขึ้น แต่ถ้าหากไม่สามารถชวนผ่านทางคลิปวิดีโอ ได้ก็อาจจะลงไว้บน Description เป็นเชิงถามความเห็นจากแฟนๆแทน และจะทำให้ดีก็ต้องไม่ลืมที่จะตอบ Comment แฟนๆที่เข้ามาด้วย

9 คอนเทนต์เปิดโอกาสให้ผู้ชมมีส่วนร่วมได้หรือไม่?

คอนเทนต์ของคลิปวิดีโอ เปิดโอกาสให้ผู้ชมเข้ามามีส่วนร่วมได้ (Users Generate content) ก็ยิ่งทำให้คลิปวิดีโอสนุกขึ้น เข้าถึงผู้ชมได้มากขึ้น

10 มีคอนเทนต์ที่บอกถึงแบรนด์หรือไม่?

ในยุคดิจิทัล ผู้ชมล้วนอยากรู้จักแบรนด์ต่างๆมากขึ้น ดังนั้นสิ่งหนึ่งที่เราควรทำก็คือควรมีคอนเทนต์ที่บ่งบอกถึงแบรนด์ด้วยว่ามีเรื่องราวอย่างไร ไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบ VDO ที่แนะนำโดยเฉพาะหรือเป็นแบบสอดแทรกเล็กน้อย เช่น Ending scene ก็ตาม

MUSIC VIDEO



ประกอบด้วย

ส่วน 1 พัฒนาแนวคิด

ส่วน 2 ทีมงานถ่ายทำ

ส่วน 3 ถ่ายทำ

ส่วน 4 โพสต์โปรดักชั่น

ส่วน 5 เรียนรู้จากบรรดามืออาชีพ

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการถ่ายทำ ทำให้เราสามารถสร้างวิดีโอแบบมือสมัครเล่นนั้นได้ง่ายยิ่งขึ้น การสร้างสรรค์มิวสิควิดีโอนั้นก็อาจทำให้หงุดหงิด สนุก คิดลองโน่นนี่ เหนื่อยใจ และตื่นเต้น บางทีก็ทุกความรู้สึก รวมกันเลย มิวสิควิดีโอนั้นมีข้อจำกัดเพียงแค่อินเตอร์นาก็เพียงพอแล้ว ประมาณของคุณเท่านั้นเราจะมาค้นหาพื้นฐานทางเทคนิคและกระบวนการความคิดสร้างสรรค์เพื่อจะทำมิวสิควิดีโออีก

งบประมาณ

มิวสิกวิดีโอเจ๋งๆ นั้นไม่จำเป็นต้องมีราคาแพงหรือยุ่งยากอะไรเลย มิวสิกวิดีโอที่สร้างสรรค์และน่าจดจำหลาย การรู้ว่าเรามีเงินจะใช้เท่าไรล่วงหน้าจะช่วยทำให้คุณไม่ใช้เงินเกินงบที่ตั้งไว้ มีสมุดบันทึกให้คุณสามารถรวบรวมความคิด จดบันทึกลงไป และสเก็ตภาพร่างคร่าวๆ สมุดบันทึกที่จะติดตัวตลอดกระบวนการถ่ายทำ ไอเดียอาจเกิดขึ้นในระหว่างเวลาที่คุณไม่ทันได้คาดคิดถึงมันก็ได้

พูดคุยกับศิลปินหรือวงดนตรี

พวกเขาอาจมีไอเดียว่าอยากเห็นมิวสิกวิดีโอของตนมีหน้าตาเป็นอย่างไร บางความคิดอาจยอดเยี่ยมมาก บางที่อาจเจ๋งสุดยอดเลยก็ได้ ถ้าคุณมีงบไม่อัน สิ่งที่จะทำได้ก็ไม่มีข้อจำกัดเช่นกัน แต่ก็ขึ้นอยู่กับคุณล่ะว่าไอเดียจากศิลปินตัวไหนที่เหมาะสมจะอยู่ในวิดีโอของคุณ พยายามยึดหลักความเป็นจริง รู้ว่าไอเดียไหนเป็นจริงได้ ไอเดียไหนไม่มีทาง และไอเดียไหนมันห่วย ถ้าหากคุณบังเอิญเป็นสมาชิกของวงที่จะใช้ทำมิวสิก คุณอยู่ในตำแหน่งที่ทั้งทำท่ายและได้ผลประโยชน์เต็มๆ คุณจะเป็นคนที่ได้เข้าถึงกระบวนการสร้างสรรค์งานของทางวงด้วยตนเอง

ฟังเพลงก่อน



อย่าเพิ่งทำอะไรในตอนแรก แค่ฟังเพลงอย่างเดียว จากนั้นค่อยฟังซ้ำอีกหลายๆ ครั้ง ฟังร่วมกับศิลปินหรือสมาชิกคนอื่นในวง ถึงแม้ว่าคุณจะรู้จักเพลงนั้นชนิดปรูปรุ่ง ก็ลองพยายามฟังมันเหมือนเพิ่งได้ยินเป็นหนแรก มันทำให้คุณรู้สึกอย่างไร? ทำให้คุณอยากออกมาเต้น ร้องให้ ทำตัวบ้าๆ บอๆ หรือตรงดิ่งเข้าบาร์? หรือมันทำให้คุณรู้สึกแปลกแยกด้วยอารมณ์ที่ผสมปนเปกัน? จดบันทึกปฏิกิริยาของคุณ

ส่วน 1 การพัฒนาแนวคิด

ขัดเกลาไอเดีย

หลังจากที่คุณมีไอเดียถึงแก่นอารมณ์ของเพลง ก็ควรหาไอเดียในการทำ ถ้าขอคำปรึกษากับสมาชิกทีมงาน เพื่อรู้ว่าตรงไหนที่ถ่ายทำง่ายและตรงไหนน่าจะเป็นเรื่องยาก ไอเดียในการทำมิวสิกวิดีโอสามารถนำเสนอออกมา

ตรงๆ โดยยังคงได้อารมณ์ด้วย ยกตัวอย่าง ไอเดียสำหรับเพลงเพื่อชีวิตเกี่ยวกับผู้คนที่ได้พบเจอระหว่างการเดินทางอย่าง “ถ่ายตามผู้ชายคนหนึ่งที่กำลังขับรถไปตามถนน พบเจอผู้คนในร้านของชำหรือปั้มน้ำมันประจำเมืองเล็กๆ ระหว่างการเดินทางนั้นสะท้อนตามเนื้อหาของเพลง” สามารถออกมายอดเยี่ยมได้ถ้าหากมีการเตรียมงานที่ดี เต็มรายละเอียดเล็กๆ ที่จำเป็นสามารถทำให้วิดีโอของคุณน่าจดจำหรือกระทั่งเป็นที่กล่าวขวัญ

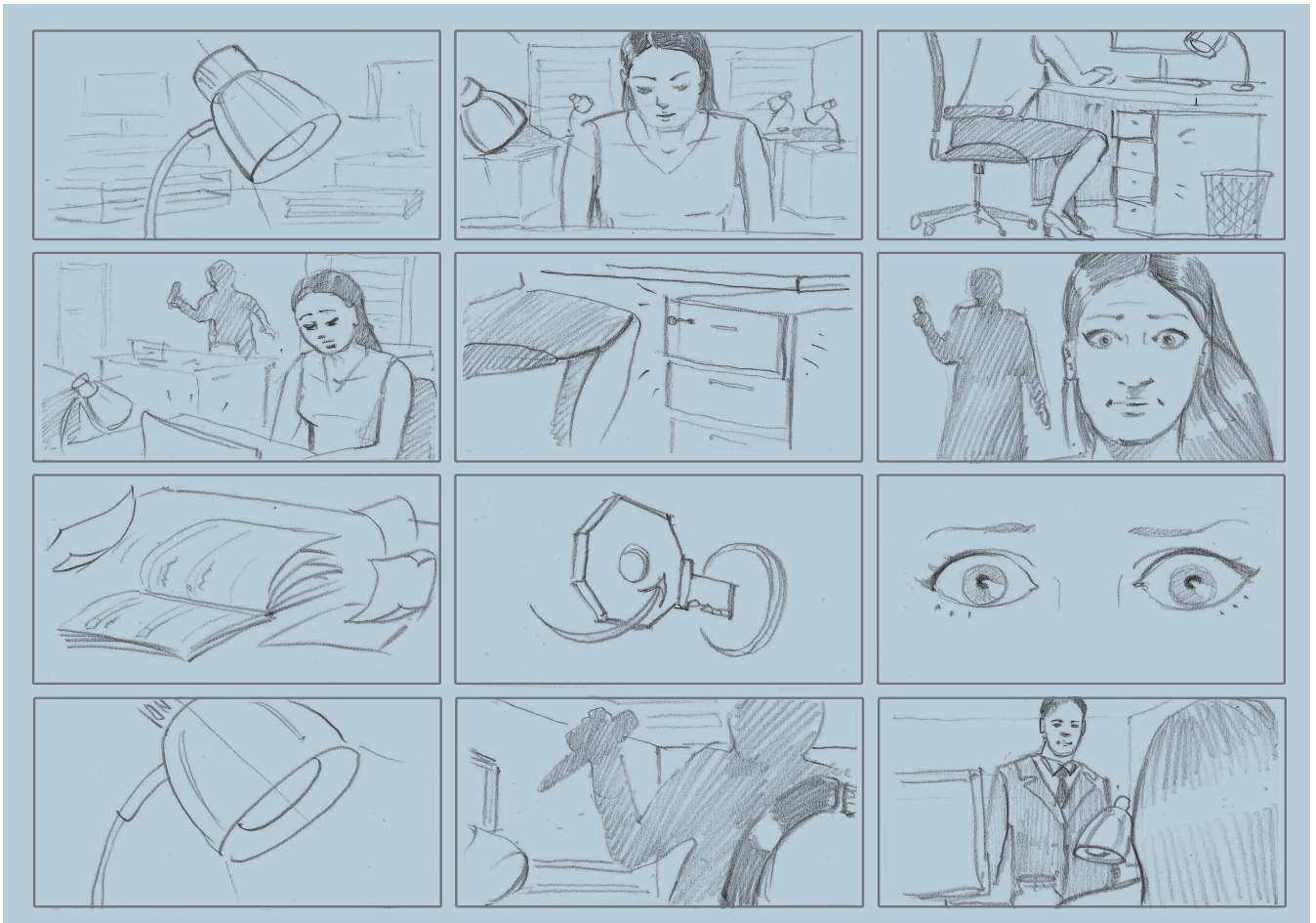
ภาพไม่จำเป็นต้องสะท้อนตามเนื้อร้อง การให้ภาพและเนื้อเพลงตัดกันอาจสร้างความน่าสนใจขึ้นมา วิดีโอบางเพลงอาจดูหลุดโลกหรือเพี้ยนหาเหตุผลไม่ได้เสียด้วยซ้ำ อย่างลัวี่จะสร้างความงงวยหรือช็อคคนดูถ้าคุณคิดว่ามันเป็นทางเลือกที่เหมาะสมกับวิดีโอของคุณ การได้ต่อสู้กับความเคยชินของคนดูนั้นเยี่ยมยอดเสมอ

หาสถานที่ถ่ายทำ

จำเป็นต้องรู้แน่ชัดว่าจะถ่ายที่ไหน บางครั้งแนวคิดของวิดีโออาจจำเป็นต้องออกไปถ่ายทำกันในสถานที่ห่างไกลหรือต้องสร้างฉากขึ้นมาเอง ติดต่อเจ้าของหรือฝ่ายจัดการของสถานที่ใดก็ตามที่คุณอยากใช้ ให้แน่ใจว่าพวกเขายินดีให้คุณถ่ายทำ และจะดีมากถ้าหากจะบอกกล่าวคนละแวกนั้นถึงการถ่ายทำล่วงหน้า มิเช่นนั้น พวกเขาอาจสับสนหรือไม่พอใจการถ่ายทำของคุณ รู้ข้อจำกัดทางเสียงล่วงหน้าเพื่อคุณจะได้เตรียมตัวหากเกิดมีใครไม่พอใจ

สร้างสตอรี่บอร์ด

สตอรี่บอร์ดก็คือภาพร่างในแต่ละช็อตของวิดีโอเพื่อจะกำกับฉากการแสดงของเรื่อง มิวสิกวิดีโอ นั้นมักต้องการมุมกล้องที่แหวกแนวหรือเทคนิคทางภาพแบบพิเศษ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่โดดเด่น ถ้าคุณวางแผนจะใช้มันทั้งคู่ในวิดีโอ แน่ใจว่าต้องเขียนอธิบายไว้ในสตอรี่บอร์ดด้วย สตอรี่บอร์ดไม่จำเป็นต้องหือหาว มันสามารถเรียบง่ายบอกแค่ตำแหน่งของตัวละครกับสิ่งของประกอบฉาก หรือจะละเอียดลงลึกกระดบการแสดงอารมณ์และทิศทาง การเคลื่อนไหวของแต่ละตัวละครก็ได้ สามารถทำสตอรี่บอร์ดแบบใช้ข้อความเขาก็ได้ トラบเท่าที่คุณมีไอเดียว่าเกิดอะไรขึ้นบ้างในแต่ละช็อต และสามารถอธิบายให้ลูกทีมเข้าใจ แค่นี้ก็พอลุยโลดได้แล้ว พยายามแตกวิดีโอของคุณเป็น “ฉาก” ที่ตรงกับภาพฝันของคุณ คุณสามารถ ระยะเวลาถ่ายทำหากคุณถ่ายฉากที่ใช้สถานที่เดียวกันทั้งหมดในคราวเดียว (ถึงมันจะไปปรากฏอยู่คนละจุดในวิดีโอตัวที่เสร็จแล้วก็ตาม) วางแผนการถ่ายทำเพื่อคุณจะได้เดินทางอย่างคุ้มค่าเงิน



STORY BOARD

ส่วน 2 ทีมงานถ่ายทำ

หาทีมงาน

ขึ้นอยู่กับสเกลของงานถ่ายทำ คุณอาจต้องพึ่งแค่ตัวเองกับนักแสดงเพียงลำพัง หรืออาจต้องใช้ทีมงานทีมใหญ่ นี่คือตำแหน่งที่คุณอาจต้องพิจารณามองหาตามงานที่จำเป็นต้องทำ

ผู้กำกับ ต้องจัดการส่วนต่างๆ ของการถ่ายทำ ตั้งแต่อธิบายภาพในหัวให้นักแสดงและทีมงาน ประนีประนอม เป็นเจ้านายใหญ่ แต่ก็ต้องรับผิชอบมากกว่าคนอื่นๆ

ช่างภาพ จะเป็นคนรับผิดชอบการถ่ายภาพให้ได้ด้วยกล้องหนึ่งตัวหรือมากกว่านั้น คุณจะเป็นผู้ออกแบบฉาก แต่เขาจะเป็นคนที่จับภาพของฉากนั้น ต้องทำงานร่วมกับช่างไฟเพื่อให้มั่นใจว่าฉากถูกจัดแสงได้เหมาะสม และให้ฝ่ายเสียงรู้ว่าต้องวางไมค์ไว้ตรงไหน

ช่างไฟ ใครคนหนึ่งที่ต้องแน่ใจว่าไฟทุกดวงใช้งานได้ มองเห็นนักแสดง และทุกอย่างได้แสงเงาตามการถ่ายทำ คนๆ นั้นก็คือช่างไฟนั่นเอง

ช่างเสียง คนที่ติดไมโครโฟนให้นักแสดงและตามสถานที่ ในวิดีโอที่มักจะไม่ต้องใช้บทสนทนานั้น เขาจะเป็นคนที่คอยเปิดเพลงตามคิวเพื่อให้นักแสดงจะได้แสดงตามบท ในระหว่างการกดปุ่ม “เปิด” และ “ปิด” และ “ย้อนกลับ”

ส่วน 2 ทีมงานถ่ายทำ

หาทีมงาน

ผู้ช่วย มันจะทำให้ถ่ายง่ายขึ้นถ้าคุณมีใครสักคนคอยดูแลเรื่องพวกนี้ในขณะที่คุณต้องคอยดูภาพรวม

ฝ่ายเสื้อผ้า ขึ้นอยู่กับงบประมาณ อาจแค่บอกตัวแสดง (“นุ่งยีนส์กับเสื้อยืด”) หรือตัดเสื้อผ้าให้นักแสดงเป็นพิเศษ ไม่ว่าจะแบบไหน ถ้าหากต้องมีการผลัดเปลี่ยนเสื้อผ้า ให้แน่ใจว่ามีใครสักคนคอยดูแลระหว่างฉาก และนักแสดงมีพื้นที่ส่วนตัวในการเปลี่ยนเครื่องแต่งกาย

ฝ่ายฉาก ใครสักคนคอยหายานพาหนะที่ต้องใช้ หรือสิ่งที่นักแสดงหรือฉากนั้นต้องการ อาทิ อะไรก็ตามที่ตัวแสดงต้องหยิบจับหรือวางลงที่ไม่ได้เป็นส่วนหนึ่งของสถานที่นั้น

ฝ่ายดูแลความต่อเนื่อง เว้นเสียแต่ว่าจะถ่ายฉากตั้งแต่เริ่มต้นจนจบภายในเทคเดียว ก็จำเป็นต้องมีใครสักคนคอยดูแลว่าจุดที่ตัวแสดงจะเริ่มต้นแสดงเป็นจุดเดียวกับที่หยุดถ่ายไปก่อนหน้านี้ นี่คือนี่สิ่งที่ฝ่ายดูแลความต่อเนื่องทำ พวกเขาจะบันทึกตำแหน่งโดยความช่วยเหลือของกล้อง พวกเขาจะดูแลว่าของในฉากแรกนั้นยังคงอยู่ตรงนั้นในอีกสามวันถัดมาของการถ่ายฉากสุดท้าย (หรือในทางตรงกันข้าม ของต้อง “ไม่” อยู่ตรงนั้นถ้าหากฉากที่ถ่ายทีหลังเป็นฉากก่อน)

หานักแสดงที่เหมาะสมกับบทบาท

ทำลิสต์ตัวละครทั้งหมดในวิดีโอ วิดีโอของคุณอาจไม่จำเป็นต้องมีฉากวงดนตรีกำลังเล่น แต่หากต้องมี คุณก็ต้องรับผิดชอบการแสดงของพวกเขาด้วย ถ้าหากวิดีโอของคุณเป็นแบบเล่าเรื่อง ให้เขียนตัวละคร อธิบายว่าพวกเขามีหน้าตาทำทางอย่างไร และต้องทำอะไรแบบไหน จัดทดสอบหน้ากล้องและเลือกนักแสดงที่เหมาะสมกับบทบาทที่สุด

ส่วน 3 ถ่ายทำ

จัดฉาก

ตอนนี้คุณมีทุกอย่างพร้อมเสร็จสรรพ เหล่านักแสดงก็ซักซ้อมกันมาดี ตอนนี้ก็ได้เวลาจัดเตรียมฉากสำหรับถ่ายวิดีโอ เลือกฉากที่จะถ่าย

จัดฉาก อุปกรณ์ประกอบฉากและอย่างอื่นๆ ที่อยู่ในฉากมาอยู่ตามตำแหน่งที่กำหนดให้นักแสดงยืนตามจุดที่วางไว้

จัดไฟ เพราะนี่เป็นการถ่ายทำนอกสถานที่ ถ้าหากคุณไม่มีเครื่องปั่นไฟก็อาจจำเป็นต้องใช้ “รีเฟลคเตอร์” ซึ่งก็คือแผ่นผ้าหรือกระดาษขนาดใหญ่ใช้สะท้อนแสงอาทิตย์ ช่วยลดเงาให้จางลงและช่วยให้ฉากสว่างขึ้น หากจะให้แสงมีความเด่นชัดตามต้องการยิ่งขึ้น ต้องใช้รีเฟลคเตอร์หลายแผ่น หรือกระทั่งกระจกก็ได้ ผู้ช่วยจะคอยจัดการให้ตามการกำกับของคุณ ถ้าคุณมีเงินจ้าง

ตัวละครหลักบนจอภาพจะเป็นคนที่เด่นสว่างที่สุดบนภาพเสมอ เมื่ออยู่ข้างนอกพยายามให้หลังตัวละครอยู่ทางดวงอาทิตย์ เว้นแต่ว่าดวงอาทิตย์กำลังอยู่กลางท้องฟ้า ด้วยวิธีนี้จะทำให้รีเฟลคเตอร์สะท้อนแสงใส่ใบหน้าและลำตัวด้านหน้าของนักแสดง แม้จะมีหลายวิธีที่จะจัดแสงอย่างได้ผล



เตรียมดนตรี

ให้ฝ่ายเสียงเตรียมท่อนเพลงที่ต้องการในเพลง และมีท่อนเล่นก่อนเวลาเพื่อนักแสดงจะได้ “แสดงตรงกับ” ดนตรี ในตอนแรกก็ให้ยาวกว่าเอาไว้ก่อน ถ้าหากคุณต้องถ่ายหลายเทค คุณอาจต้องตัดให้ช่วงนี้สั้นลง เมื่อฝ่ายเสียงพร้อมและเล่นเพลง ฝ่ายเสียงอาจต้องการให้อัดเสียงเข้าไปในวิดีโอด้วย เพื่อจะเป็นแทร็คอ้างอิงสำหรับการตัดต่อภายหลัง

ถ่ายฉากทุกอย่างซ้ำ

ในตอนท้าย คุณอาจมีเทคหลายเทค มุมกล้องหลายมุม มีเทคที่เด็ดดวง และเทคห่วยแตก ความสนุกมันเริ่มที่ตรงนี้ล่ะ!



ส่วน 4 โพสต์โปรตักชั่น

ใช้เทคนิคที่ดีที่สุด

วิดีโอที่ถ่ายไว้ตั้งแต่ต้นจนจบ ดูทุกเทคแล้วเลือกเฉพาะเทคที่ดีที่สุด ใช้แถบเสียงหยาบๆ ในวิดีโอมาเป็นตัวกำหนดก่อนที่จะตัดต่อเข้ากับดนตรี แต่ไม่ต้องกังวลเรื่องเสียงรบกวนในแถบเสียงนั้น มันไม่ได้เอามาใช้ในวิดีโอชิ้นตอนสุดท้าย

วางแทร็คเพลงลงบนฟุตเทจที่ถ่ายมา

เมื่อใส่ดนตรีเข้ามาแล้ว ให้เช็คดูว่าไอ้ที่คุณตัดต่อกับเพลงนั้นมันซิงค์กันไหม ส่วนใหญ่มันจะใกล้เคียงแต่ไม่ถึงกับพอดีเป๊ะ เว้นเสียแต่คุณจะใช้คัต ปรับแต่งแต่ละคัทให้มันลงตัวอย่างที่ควรจะเป็น ซึ่งจะสังเกตเห็นได้ชัดเจนกว่าถ้าเป็นฉากที่วงดนตรีกำลังเล่นเพลงนั้น

ถ้าหากใช้ฟุตเทจของวงตอนกำลังเล่น ให้เตรียมปกปิดข้อผิดพลาด ยกตัวอย่างเช่น ถ้ามือกีตาร์ในวิดีโอระหว่างฉากที่เขา กำลังเล่นโน้ตตัวเดียวไปตลอด ให้ตัดไปยังสมาชิกคนอื่นในวง หรือกลับไปหาฉากอื่นระหว่างช่วงเวลานั้น

พยายามเพลาการตัดต่อ การชอยฉากย่อยๆ มาวางต่อกันทำให้ผู้ชมตามเรื่องไม่ทันได้ ในขณะที่การวางภาพยาวโดยไม่ตัดต่อก็ทำให้มันดูลอกตา ถ้าตัดต่อไม่ได้เรื่องมันจะเห็นผลอย่างชัดเจน ใช้เวลาของคุณพิจารณาตัดสินใจให้ดีที่สุด

ใช้เทคนิคที่ดีที่สุด

วิดีโอที่ถ่ายไว้ตั้งแต่ต้นจนจบ ดูทุกเทคแล้วเลือกเฉพาะเทคที่ดีที่สุด ใช้แถบเสียงหยาบๆ ในวิดีโอมาเป็นตัวกำหนดก่อนที่จะตัดต่อเข้ากับดนตรี แต่ไม่ต้องกังวลเรื่องเสียงรบกวนในแถบเสียงนั้น มันไม่ได้เอามาใช้ในวิดีโอชิ้นตอนสุดท้าย

ส่วน 5 เรียนรู้จากบรรณานุกรม

ศึกษางานระดับขั้นสูง

เหมือนศิลปะแขนงอื่นๆ การสร้างมิวสิควิดีโอก็มีชั้นงานระดับ “ขั้นสูง” เหมือนกัน วิดีโอเหล่านี้มีอิทธิพลต่อวิดีโอของศิลปินและผู้กำกับรุ่นหลัง ควรรู้ด้วยว่ามิวสิควิดีโอในตำนานเหล่านี้มีความยิ่งใหญ่ด้วยเหตุผลที่แตกต่างกันไปโดยสิ้นเชิง บางชิ้นโดดเด่นด้านภาพ บางก็มีมุมมองที่เฉียบคม และบางก็เข้ากับตัวเพลงได้อย่างสมบูรณ์แบบ โดยการทำความเข้าใจว่าเหตุใดวิดีโอเหล่านี้ถึงมีอิทธิพลนัก จะทำให้คุณมีมุมมองว่าจะทำวิดีโอให้เป็นที่จดจำอย่างไรได้ดีขึ้น

เล่าเรื่องที่มันดี

มิวสิควิดีโอที่เป็นที่ชื่นชอบหลายชิ้นบอกเล่าเรื่องราวที่มีทั้งตลกขบขัน ชวนช็อค เศร้า หรือกระตุ้นอารมณ์ขณะ เรื่องเล่าที่ยอดเยี่ยมจะคงอยู่ในหัวของผู้ชมเป็นอาทิตย์ เป็นเดือน หรือกระทั่งเป็นปี

รังสรรค์งานภาพที่โดดเด่น

มิวสิควิดีโอเป็นที่ทางสำหรับการประชันนวัตกรรมและลูกเล่นทางภาพได้อย่างดีเยี่ยมอยู่แล้ว วิดีโอเปิดโอกาสให้ได้ใช้ภาพในแบบนามธรรม ใช้เอฟเฟกต์ไม่เหมือนใคร หรือใช้อินิเมชันที่โทนภาพเข้ากันกับเนื้อเพลง งานภาพไม่จำเป็นต้อง “มีเหตุผลรองรับ” ในแบบที่เราคุ้นเคยด้วยซ้ำ トラบเท้าที่มันสะดุดสายตาและไปกันได้กับตัวเพลง มันก็จะสร้างความประทับใจได้แล้ว

หุ่ยบ้างก็ได้

มันอาจสร้างความบันเทิงใจกับเพียงแค่หุ่ยเงินลงไปให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ ไปถ่ายในสถานที่ห่างไกลและแปลกตา วางแผนใช้ฉากที่ต้องใช้นักเต้นประกอบฉากจำนวนมาก จ้างนางแบบระดับซูเปอร์โมเดล มิวสิควิดีโอชั้นยอดอาจเป็นอะไรที่ง่าย ๆ แต่ตระการตาซะมัดก็ได้

ทำให้เรียบเข้าไว้

ในทางตรงกันข้าม มิวสิควิดีโอที่ดีหลายตัวกลับดำเนินรอยตามปรัชญา “น้อยคือมาก” มิวสิควิดีโอเหล่านี้จะปล่อยให้ผู้ชมได้โฟกัสไปตรงสิ่งที่เกิดขึ้น (และอารมณ์ที่สัมพันธ์กับตัวเพลง) โดยไม่มีอะไรมาทวนสายตา วิดีโอแบบมินิมอลนี้เป็นทางเลือกที่ดีสำหรับผู้กำกับที่มีงบจำกัด

ที่มา : <http://www.indefilms.net/html/techlingo.html>

<https://th.wikihow.com/ทำมิวสิควิดีโอ>

อุปกรณ์

การจัดองค์ประกอบภาพ





อุปกรณ์ที่จำเป็นสำหรับการถ่ายทำนอกสถานที่

กล้อง (Camera) / เลนส์ประเภทต่างๆ (Lens) / ขาตั้งกล้อง (Tripod) / จอภาพ (Monitor) / ไมโครโฟน (Microphone) / แบตเตอรี่ (Battery) / แท่นชาร์ตแบตเตอรี่ (Battery Charger) / หูฟัง (Earphone) / การ์ดสำหรับบันทึกภาพ (Card) / อุปกรณ์เกี่ยวกับแสง (Lighting Device) / แผ่นสะท้อนแสง (Reflecting Board) / อุปกรณ์ประกอบฉาก (Prop) / แผ่นบันทึกการถ่ายทำ (Camera Report) / ตัวอ่านการ์ด (Card Reader) / คอมพิวเตอร์ Notebook / ฮาร์ดดิสก์ ไดรฟ์

หลักการการทำงานของกล้อง DSLR

เมื่อกล้องถ่ายภาพนิ่ง กลายเป็นกล้องที่สามารถถ่ายภาพเคลื่อนไหวได้

ISO ค่าความไวแสง

ค่าความไวแสง หรือค่า ISO คือค่ามาตรฐานสากลที่ถูกกำหนดขึ้น ค่า ISO ได้นำมาใช้ตั้งแต่ยุคกล้องฟิล์ม ฟิล์มที่ใช้ถ่ายภาพจะมีค่าความไวแสงต่างกันตามชนิดของฟิล์ม เพื่อให้เราสามารถเลือกใช้ได้ตามความเหมาะสมกับงาน

เมื่อเข้าสู่ยุคดิจิทัลจึงเปลี่ยนจากฟิล์มมาเป็นเซนเซอร์รับภาพ ค่า ISO จึงเป็นค่าที่ใช้บอกคุณสมบัติในการรับแสงของเซนเซอร์แต่ละตัวที่ใช้ในกล้องดิจิทัลว่ามีช่วงการรับแสงมากน้อยแค่ไหน มีหน่วยความต่างเป็นสตอปเช่นเดียวกับค่ารูรับแสงและความเร็วชัตเตอร์ กล้องดิจิทัลส่วนใหญ่จะมีค่าความไวแสงอยู่ในช่วง ISO 100 ไปจนถึง ISO 200000-300000 ซึ่งเป็นกล้องสำหรับมืออาชีพที่ได้รับการออกแบบเป็นพิเศษและมีราคาสูง

F Stop รูรับแสง หรือเอฟ สตอป

กลไกในการควบคุมปริมาณแสงที่ส่งผ่านไปยังเซนเซอร์รับภาพ (Image Sensor)

ค่าเอฟสตอป หรือ ขนาดรูรับแสง คือค่าการเปิดรับแสงของเลนส์ โดยใช้กลีบม่านหรือไดอะแฟรมที่อยู่ภายในกระบอกเลนส์เป็นตัวควบคุมเลนส์ในยุคดิจิทัลที่ใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์เป็นตัวควบคุมและสั่งการจากตัวกล้อง ทำให้ไม่เห็นวงแหวนปรับรูรับแสงในเลนส์รุ่นใหม่ๆ ที่ผลิตออกมาเหมือนในอดีต การเปลี่ยนแปลงนี้ทำให้เราสามารถปรับขนาดรูรับแสงได้อย่างละเอียดขึ้น โดยแบ่งเป็นขั้นละ 1/3 สตอป หรือ 1/2 สตอป ต่างจากเลนส์แมคคานิค ที่เป็นกลไกล้วนโดยมากจะปรับได้ขั้นละ 1 หรือ 1/2 สตอป



F Stop) รูรับแสง หรือเอฟ สตอป

ตัวอย่างค่ารูรับแสงที่แบ่งเป็นขั้นละ 1 สตอป จะมีดังนี้ f1 / f1.4 / f1.8 / f2 / f2.8 / f4 / f5.6 / f8 / f11 / f16 / f22 / f32 / f45 / f64 ตัวเลขแสดงค่ารูรับแสงจะให้ผลตรงกันข้ามกับปริมาณการเปิดรับแสงของเลนส์ เช่นค่ารูรับแสง f2 จะให้ปริมาณแสงมากกว่าขนาดรูรับแสง f2.8 อยู่ 1 สตอป มากกว่า f4 อยู่ 2 สตอป หมายความว่ายิ่งเลือกใช้ค่ารูรับแสงมากขึ้น ม่านไดอะแฟรมในตัวเลนส์ก็จะยิ่งหรี่เล็กลง แสงจะผ่านไปยังเซนเซอร์ได้น้อย เพื่อไม่ให้สับสนควรจำให้ได้ว่า ค่าตัวเลขน้อยขนาดรูรับแสงกว้าง ค่าตัวเลขมากขนาดรูรับแสงแคบ



รูรับแสง f4 ความเร็วชัตเตอร์ 1/30



รูรับแสง f5.6 ความเร็วชัตเตอร์ 1/30



รูรับแสง f8 ความเร็วชัตเตอร์ 1/30



รูรับแสง f11 ความเร็วชัตเตอร์ 1/30



รูรับแสง f16 ความเร็วชัตเตอร์ 1/30



รูรับแสง f22 ความเร็วชัตเตอร์ 1/30

ขนาดภาพ

เป็นสิ่งสำคัญมากในการถ่ายทำ เพราะภาพสามารถถ่ายทอดความรู้สึกของนักแสดง บอกเล่าเรื่องราวต่างๆให้กับนักแสดง

ขนาดภาพจัดว่าเป็นสิ่งที่สำคัญมากอย่างหนึ่งในการถ่ายทำ เพราะภาพสามารถถ่ายทอดความรู้สึกของนักแสดง บอกเล่าเรื่องราวต่างๆให้กับผู้ชมได้เข้าใจถึงเนื้อหา ขนาดภาพจึงเป็นตัวกำหนดสิ่งที่ต้องการนำเสนอว่าต้องการให้ผู้ชมเห็นหรือไม่เห็นสิ่งใดในฉากองค์ประกอบต่างๆเหล่านี้เกิดขึ้นจากผู้สร้างภาพยนตร์ที่จะเลือกตั้งกล้องในมุมใดระยะห่างจากสิ่งที่ถ่ายเท่าใดและใช้ภาพขนาดใดเป็นตัวบอกเล่าเรื่องขนาดภาพจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นมากที่จะต้องเรียนรู้พอกๆกับเรื่องอื่นๆ

ภาพไกลมาก (Extreme Long Shot หรือ ELS)

กล้องจะตั้งอยู่ไกลจากสิ่งที่ถ่ายมาก สามารถมองเห็นองค์ประกอบของฉากได้ทั้งหมด เห็นเต็มสัดส่วน ซึ่งภาพลักษณะนี้จะใช้เป็นภาพแนะนำสถานที่ เหมาะสำหรับการปูเรื่องเริ่มเรื่อง ภาพขนาดไกลนี้จะสร้างความรู้สึกโอ้อ่า อลังการ แสดงออกถึงความใหญ่โตของสถานที่ ความน่าเกรงขาม ความยิ่งใหญ่ และยังสามารถสร้างความประทับใจรวมถึงสร้างความประทับใจให้กับผู้ชมได้อีกด้วย



ภาพไกล (Long Shot หรือ LS)

ขนาดภาพแบบนี้ไม่สามารถกำหนดระยะห่างระหว่างกล้องกับสิ่งที่ถ่ายได้ แต่จะกำหนดโดยประมาณว่าสิ่งที่ถ่ายจะอยู่ในกรอบภาพ (Frame) พอดี ถ้าเป็นคน ศีรษะจะพอดีกับกรอบภาพด้านบน ส่วนกรอบภาพด้านล่างก็จะพอดีกับเท้า ซึ่งสามารถเห็นบุคลิกอากัปกริยาการแสดง การเคลื่อนไหวตำแหน่งที่อยู่ในการแสดงหรือในฉากด้วยเหตุนี้จึงสามารถใช้เป็นภาพแนะนำตัวละคร หรือเริ่มฉากใหม่ได้ บางครั้งอาจใช้เป็นภาพในฉากเริ่มเรื่องได้เช่นเดียวกับภาพขนาดไกลมาก ส่วนองค์ประกอบรอบข้างผู้ชมจะได้เห็นรายละเอียดชัดเจนมากขึ้น



ภาพปานกลาง (Medium Shot หรือ MS)

ขนาดภาพลักษณะนี้ถ้าเป็นภาพบุคคล ผู้ชมจะได้เห็นตั้งแต่เอวของนักแสดงขึ้นไปจนถึงศีรษะ ขนาดภาพแบบนี้ผู้ชมสามารถเห็นการเคลื่อนไหวของนักแสดง และรายละเอียดของฉากหลังพอสมควร ซึ่งพอที่จะเข้าใจเรื่องราวต่างๆได้ จึงถือได้ว่าเป็นภาพที่ถ่ายทอดเหตุการณ์ในเรื่องได้ดีขนาดภาพปานกลาง นอกจากนี้ภาพขนาดปานกลางยังนิยมใช้ถ่ายภาพบุคคล 2 คนในฉากเดียวกัน หรือที่เรียกกันว่า ภาพ Two Shot ซึ่งนิยมใช้กันมากในภาพยนตร์



ภาพใกล้ (Close Up หรือ CU, Close Shot หรือ CS)

ภาพใกล้ ผู้ชมจะมองเห็นนักแสดงตั้งแต่ไหล่ขึ้นไป เป็นขนาดภาพที่ผู้ชมสามารถเข้าถึงอารมณ์ของนักแสดงได้มากที่สุด เพราะการใช้ภาพขนาดใกล้ถ่ายบริเวณใบหน้าของนักแสดง จะสามารถถ่ายทอดรายละเอียด เกี่ยวกับอารมณ์ความรู้สึกที่อยู่ภายในของนักแสดงได้อย่างชัดเจนมาก นอกจากนี้ยังจะทำให้ผู้ชมได้รู้สึกใกล้ชิดกับสิ่งที่ถ่ายอีกด้วย เพื่อให้เข้าใจถึงรายละเอียดของวัตถุต่างๆ ตามเนื้อหาที่กำลังนำเสนอ และภาพขนาดใกล้ยังสามารถบังคับให้ผู้ชมสนใจในวัตถุที่กำลังกำลังถ่าย หรือสิ่งที่กำลังนำเสนอ



ภาพใกล้มาก (Extreme Close Up Shot หรือ ECU, Big Close Up หรือ BCU)

เป็นภาพที่ถ่ายในระยะใกล้มากๆ ทั้งนี้เพื่อเป็นการเน้นสิ่งที่ถ่าย เพื่อให้ผู้ชมเห็นรายละเอียดของวัตถุ หรือเพื่อเพิ่มความเข้าใจในกรณีที่วัตถุมีขนาดเล็กมากๆ เช่น การถ่ายอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ หรือ ถ้าถ่ายใบหน้านักแสดง ก็เพื่อเป็นการเน้นอารมณ์ของนักแสดง เช่น จับภาพที่ดวงตาของนักแสดง ทำให้เห็นน้ำตาที่กำลังไหลออกจากดวงตา เป็นต้น

ทั้งหมดนี้ก็เป็นขนาดภาพที่นิยมนำมาถ่ายทอดเรื่องราว เป็นขนาดภาพสากลที่ทำให้เราเข้าใจตรงกันว่าต้องการให้ภาพออกมาในลักษณะใดเท่านั้น นอกจากนี้อารมณ์และความรู้สึก ที่ผู้ชมจะได้รับขณะชม ไม่ได้ขึ้นอยู่กับขนาดภาพเพียงอย่างเดียว แต่ต้องอาศัยองค์ประกอบของภาพยนตร์อื่นๆ เข้ามาเป็นตัวช่วยเสริมความน่าเชื่อถือ และความเป็นภาพยนตร์มากยิ่งขึ้น



รูปแบบของการเคลื่อนกล้อง

PAN

การเคลื่อนกล้องในแนวระดับจากด้านหนึ่งไปสู่ด้านหนึ่ง ไปทางซ้ายสู่ขวา หรือขวาสู่ซ้าย

TILT

การเคลื่อนกล้องไปในแนวตั้ง การ tilt ทำให้เราสามารถเชื่อมต่อภาพต่างๆได้ การ tilt มีทั้งยกกล้องขึ้น (tilt up) และกดกล้องลง (tilt down) ในกรณีที่มีพิธีกรเดินเรื่อง

การ tilt up พิธีกรจะแสดงประกอบเพื่อให้ความรู้สึกสนใจ และอารมณ์ต่าง ๆ เพิ่มสูงขึ้น ในขณะที่ tilt down จะสร้างความสัมพันธ์โดยจะทำให้ความสนใจและอารมณ์ต่ำลง สร้างความรู้สึกผิดหวังเศร้าหมอง

DOLLY

การเคลื่อนกล้องเข้าไปใกล้ หรือเคลื่อนถอยไกลจากพิธีกร หรือวัตถุที่กำลังถ่ายทำ

- Dolly IN คือการเคลื่อนกล้องเข้าไปหาพิธีกรหรือวัตถุที่กำลังถ่ายทำ สร้างความน่าสนใจ ความรู้สึกตึงเครียด แต่เมื่อกำลังเข้าไปใกล้มาก ภาพกล้องจะมีผลให้เกิด ความผิดหวัง เปิดเผยความจริง ความไม่สำคัญให้ความสนใจนั้นลงไป

- Dolly OUT คือการเคลื่อนกล้องออกจากพิธีกรหรือวัตถุที่กำลังถ่ายทำ ให้ผล คือความน่าสนใจมีน้อย เป็นการผ่อนคลายความเครียด

TRACK

การลากกล้องหรือลากขนานไปกับพิธีกรหรือวัตถุที่เคลื่อนที่ไปเคลื่อนกล้องผ่านฉาก



มุมมอง

เป็นสิ่งสำคัญอีกอย่างหนึ่งของการจัดองค์ประกอบเพื่อการถ่ายทำ
สัมพันธ์กับขนาดภาพ

หากสังเกตจากบทภาพยนตร์ หรือบทโทรทัศน์โดยทั่วไปนั้น จะเห็นว่ารายละเอียด เรื่องของขนาดภาพและมุมมองต้องถูกเขียนมาควบคู่กัน ซึ่งบางครั้งอาจจะรวมถึงลักษณะการเคลื่อนที่ของกล้องอีกด้วย มุมกล้องเกิดจากความสัมพันธ์กันระหว่างระดับการตั้งกล้องภาพยนตร์กับวัตถุที่ถ่าย การเลือกใช้มุมมองในระดับต่างๆ จะทำให้เกิดผลด้านภาพที่แตกต่างกันไป รวมถึงอารมณ์ความรู้สึกของผู้ชมที่จะแตกต่างกันออกไปด้วย หากจะแบ่งมุมมองกล้องในระดับต่างๆ โดยเริ่มจากระดับสูงก่อนสามารถแบ่งได้ดังนี้

มุมมองระดับสายตานก (Bird's eye view)

เป็นการตั้งกล้องในระดับเหนือศีรษะหรือเหนือวัตถุที่ถ่าย ภาพที่ดูบันทึกจะเหมือนกับภาพที่นกมองลงมาด้านล่าง เมื่อผู้ชมเห็น ภาพแบบนี้จะทำให้ดูเหมือนกำลังเฝ้ามองเหตุการณ์จากด้านบน มุมกล้องในลักษณะนี้ จะทำให้ผู้ชมรู้สึกเหมือนตกอยู่ในสถานการณ์ที่ช่วยเหลือด้วยความที่มุมมองในระดับนี้ไม่สามารถมองเห็นรายละเอียดในฉากได้ครบ เพราะเป็นภาพที่มองตรงลงมา จึงทำให้ภาพรู้สึกกลับ น่ากลัว เหมาะกับเรื่องราวที่ยังไม่ยอมเปิดเผยตัวละครหรือเป็นภาพยนตร์สยองขวัญ



มุมมองระดับสูง (High Angle)

ตำแหน่งของกล้องจะอยู่สูงกว่าสิ่งที่ถ่าย ทำให้เห็นรายละเอียดของเหตุการณ์ ทั้งด้านหน้าและด้านหลังเท่ากันโดยตลอด จึงทำให้ภาพในระดับนี้มีความสวยงามทางด้านศิลปะมากกว่าภาพในระดับอื่น นอกจากนี้สิ่งที่ถูกถ่ายด้วยกล้องระดับนี้ มักจะทำให้ผู้ชมรู้สึกว่สิ่งที่ถ่ายมีความต่าต้อย ไร้ค่า ไร้ความหมาย สิ้นหวัง ความพ่ายแพ้



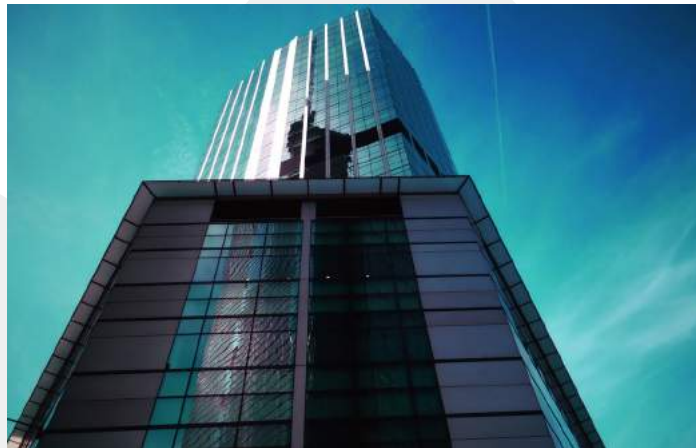
มุมมองระดับสายตา (Eye Level)

มุมมองในระดับนี้เป็นมุมมองในระดับสายตาคน ซึ่งเป็นการเลียนแบบมาจากการมองเห็นของคน ซึ่งโดยส่วนใหญ่คนเราจะมองออกมาในระดับสายตาตัวเอง ทำให้ภาพที่ผู้ชมเห็นรู้สึกมีความเป็นกันเอง เสมอภาค และเหมือนตัวเองได้เข้าไปอยู่ในเหตุการณ์นั้นด้วยแต่รายละเอียดของภาพในระดับนี้จะสามารถมองเห็นได้แต่ด้านหน้าเท่านั้น



มุมกล้องระดับต่ำ (Low Angle)

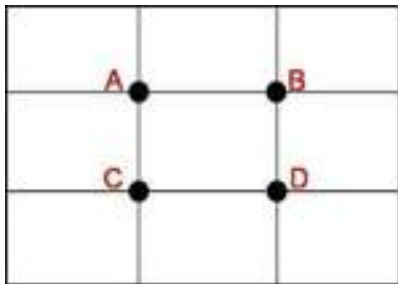
เป็นการตั้งกล้องในระดับที่ต่ำกว่าสิ่งที่ถ่าย ต้องยกกล้องขึ้นขณะถ่ายทำ ภาพมุมต่ำนี้ก็มีอิทธิพลต่อความรู้สึกของผู้ชมได้เช่นเดียวกัน ซึ่งจะทำให้ผู้ชมรู้สึกว่สิ่งที่ถ่ายนั้นมีอำนาจ มีค่า น่าเกรงขาม มีความยิ่งใหญ่ ซึ่งจะตรงข้ามกับภาพมุมสูง นิยมถ่ายภาพโบราณสถาน สถาปัตยกรรมแสดงถึงความสง่างาม ชัยชนะ และใช้เป็น การเน้นจุดสนใจของภาพได้



การจัดองค์ประกอบภาพ

การจัดองค์ประกอบภาพถือเป็นหัวใจหลักในการสร้างสรรค์งานภาพ นอกเหนือไปจากการควบคุมปริมาณของแสงที่ใช้ในการบันทึกภาพแล้ว การจัดองค์ประกอบหรือการ compose ภาพจะช่วยให้ภาพที่บันทึกได้สื่อสารข้อมูลหรือทำให้ภาพที่บันทึกได้น่าดูยิ่งขึ้นเพราะถือเป็นการสร้างเรื่องราวหรือบรรยายลักษณะของภาพโดยปราศจากคำพูด หลักการง่ายๆ สำหรับการสร้างภาพให้น่าสนใจหรือการเลือกตำแหน่งในการวางภาพ ตามตัวอย่างด้านล่างนี้

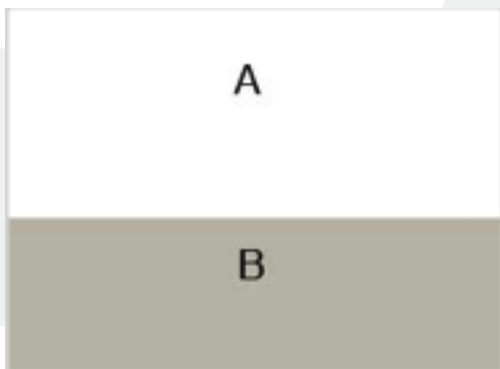
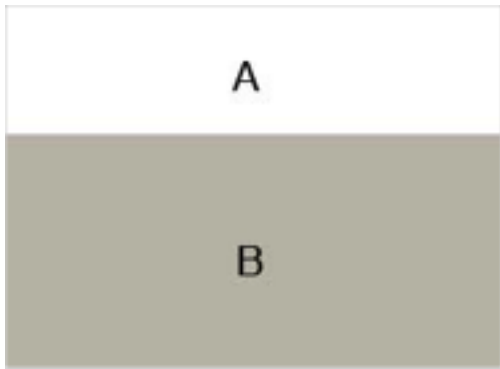
จุดตัดเก้าช่อง ควรให้จุดสนใจหรือ Subject ของภาพอยู่บริเวณจุดตัดเหล่านี้
แทนการวางไว้กึ่งกลางภาพ



การจัดองค์ประกอบภาพ

เส้นระดับ

ในการบันทึกภาพวิว ทิวทัศน์ มีข้อกำหนดไว้ว่าเส้นระดับจะไม่วางไว้กลางภาพ หากไม่จำเป็น เพราะจะทำให้ภาพดูเป็นสองส่วนหรือแบ่งแยก ควรให้ส่วนใดส่วนหนึ่งมีพื้นที่มากกว่า



ความสมดุลที่เท่ากัน

เป็นการจัดองค์ประกอบภาพเพื่อให้ภาพดูนิ่ง สง่างาม น่าศรัทธา เน้นการให้น้ำหนักรูป รูปทรง ซ้ายขวาเท่ากัน



ความสมดุลที่ไม่เท่ากัน

การจัดภาพแบบนี้จะให้ความรู้สึกที่สมดุลเช่นเดียวกับแบบที่แล้ว แต่จะต่างกันอยู่ที่ วัตถุทั้งสองข้าง มีขนาดและรูปร่างที่แตกต่างกัน แต่สมดุลด้วยปัจจัย ต่าง ๆ เช่น รูปทรง สี ท่าทาง เป็นต้น ภาพดูน่าสนใจกว่าแบบสมดุลที่เท่ากัน แต่ความรู้สึกที่มั่นคงจะน้อยกว่า



จากหน้า

ส่วนใหญ่จะใช้ในการถ่ายภาพทิวทัศน์ หรือภาพอื่น ๆ เรามักใช้ฉากหน้าเป็นตัวช่วยให้เกิดระยะ ใกล้ ไกล หรือมีมิติขึ้น



ฉากหลัง

พื้นหลังของภาพก็มีความสำคัญหากเลือกที่น่าสนใจ กลมกลืน หรือช่วยให้สิ่งที่ต้องการเน้นเด่นชัดขึ้นมา



เส้นนำสายตา

เป็นการจัดภาพที่ใช้เส้นที่เกิดจากวัตถุ หรือสิ่งอื่น ๆ ที่มีรูปร่างลักษณะใกล้เคียงกัน เรียงตัวกันเป็นทิศทางไปสู่จุดสนใจ





การแบ่งชนิดของเสียง

การทำสื่อโทรทัศน์ หรือ Video Clip เสียงเป็นส่วนประกอบสำคัญที่ทำให้การเล่าเรื่องหรือการดำเนินเรื่องมีความสมบูรณ์ น่าสนใจติดตาม ดังนั้นสำหรับผู้ทำงานควรให้ความสำคัญ และใส่ใจในเรื่องนี้

เสียงสนทนา (Dialogue)

เสียงพูดคุยระหว่างบุคคล และคนกับกล้อง จะเป็นเสียงที่ใช้มากที่สุด

ดนตรีประกอบ (Score / Music)

การใส่เสียงดนตรีจะสร้างบรรยากาศใหม่ๆ ให้กับวิดีโอ หรือสร้างอารมณ์ร่วมให้กับคนดู เสียงดนตรีมีบทบาทอย่างมากในการประกอบฉาก ถ้าดนตรีตื่นเต้นรุนแรง ก็เหมาะกับฉากที่ดูตื่นเต้นเร้าใจ หรือแนวผจญภัย ถ้าดนตรีพีริวไหว เบาสบายก็เหมาะกับฉากที่สร้างอารมณ์เพลิดเพลิน ก็ต้องใช้ดนตรีให้เข้ากับฉากหรือโอกาสนั้นๆ ด้วย

เสียงเอฟเฟ็กต์ (Sound Effects)

จะเติมให้วิดีโอของเราเป็นไปตามรูปแบบที่เสียงที่เราใช้ เช่น เติมเสียงระเบิดให้กับฉากไฟไหม้ หรือเติมเสียงเครื่องดนตรีบางอย่างลงไป ช่วยให้วิดีโอที่ดูเกินความเป็นจริงก็ได้ หรือจะดูครึกครื้น สนุกสนาน

เสียงบรรยากาศ (Ambient)

เป็นการตกแต่งวิดีโอของเราให้สมจริงมากขึ้น โดยการนำเสียงบรรยากาศหรือเสียงจากสถานที่ หรือจำลองเสียงจากสถานที่นั้นมาประกอบตามฉาก เพื่อช่วยสร้าง บรรยากาศความสมจริงมากยิ่งขึ้น

เสียงบรรยาย หรือเสียงพากย์ (Voice Over / Narration)

เป็นการบันทึกเสียงแยกจากการถ่ายทำ คือให้มีการถ่ายทำนั้นๆ ก่อน แล้วมาบรรยาย หรือพากย์ตามในภายหลัง หากเสียงที่บันทึกมาไม่ดีหรือไม่ได้ตั้งใจ ก็สามารถนำมาตัดต่อแยกเสียงและใส่เสียงบรรยายแทนลงไป

ศัพท์ที่ควรรู้ในการทำงาน



1. Footage หมายถึงภาพถ่ายที่เราได้ถ่ายเก็บไว้เป็นคลังข้อมูลภาพ
2. Insert (Ins.) หมายถึง การแทรกภาพประกอบที่เป็นไปตามเสียงบรรยาย
3. Shot หมายถึง ภาพ 1 ภาพ
4. Scene หมายถึง ฉาก เช่น ฉากทะเล ฉากภูเขา
5. Take หมายถึงการถ่ายซ้ำ
6. Cut มีนัยยะ 2 ความหมายถึงการแบ่งภาพที่เราต้องการถ่ายก็ภาพ อีกหนึ่งความหมาย หมายถึง การถ่ายนั้นสมบูรณ์แล้ว
7. Zoom หมายถึงการปรับระยะภาพด้วยตัวเลนส์กล้อง เช่น Zoom In / Zoom Out
8. Headroom หมายถึง ช่องว่างระหว่างกรอบภาพบนกับศีรษะ
9. Interview (Int) หมายถึง การสัมภาษณ์บุคคล หรือการสัมภาษณ์ทั่วไป
10. Vox Pop หมายถึง การสัมภาษณ์คนหลายๆคน ด้วยคำถามชุดเดียวกัน
11. Voice Over (VO.) หมายถึง เสียงบรรยายที่อาศัยผู้พากย์เสียง หรือเสียงของผู้ดำเนินรายการ ในการบรรยาย
12. Sound Effect (SFX.) หมายถึง เสียงประกอบที่สร้างคุณลักษณะพิเศษ
13. Score, Music หมายถึง เสียงดนตรีประกอบ





EDITTING

การตัดต่อลำดับภาพ

การตัดต่อคืออะไร

การตัดต่อ คือการเชื่อมระหว่างช็อต 2 ช็อตเข้าด้วยกัน เป็นขั้นตอนสุดท้ายของการตกแต่ง ต่อเติม ประูแต่ง เพื่อให้เกิดความน่าชม น่าติดตาม เป็นเสมือนผู้ช่วยที่คอยเรียงร้อยเรื่องราวให้ออกมาตรงกับเรื่องที่ได้วางไว้ ไม่ได้เป็นการสร้างเรื่องขึ้นมาใหม่ ซึ่งผู้ที่จะมาเป็นคนตัดต่อ หรือ Editor ได้นั้น จะต้องมีความเข้าใจใน 2 ส่วนหลักๆ คือ ความเข้าใจในการตัดต่อ เล่าเรื่อง และโปรแกรมที่ใช้ในการตัดต่อ

หลักในการตัดต่อ

1. ต้องมีแรงจูงใจ มีเหตุผลในการผสมหรือเชื่อมต่อภาพเสมอ ไม่ว่าจะใช้การ cut, dissolve หรือ fade ซึ่งแรงจูงใจนี้อาจเป็นภาพ เสียง หรือทั้งสองอย่างผสมกัน ในส่วนของภาพอาจเป็นการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง แม้จะเพียงเล็กน้อย เช่น ขยับร่างกาย หรือขยับส่วนของหน้าตา สำหรับเสียงอาจเป็นเสียงใดเสียงหนึ่ง เช่นเสียงโทรศัพท์ หรือเคาะประตู
2. ข้อมูล (Information) ข้อมูลในที่นี้คือข้อมูลที่เป็นข้อมูลใหม่ ไม่ว่าจะภาพจะมีความงดงามเพียงใด ก็ควรจะเป็นข้อมูลที่แตกต่างจากช็อตที่แล้ว ยังมีข้อมูลภาพที่คนดูเห็นและเข้าใจมากขึ้น ผู้ชมก็ยังได้รับข้อมูลและอารมณ์ร่วมมากขึ้น แต่ต้องเป็นในลักษณะที่ไม่ยืดเยื้อ
3. องค์ประกอบภาพในช็อต (Composition, Compose) ผู้ตัดควรให้มองค์ประกอบภาพที่สม เหตุสม ผล และเป็นที่ยอมรับ องค์ประกอบภาพที่ไม่สมบูรณ์จากการถ่ายทำ อาจจะทำให้งานของผู้ตัดต่อลำบากมากยิ่งขึ้น
4. เสียง (Sound) คือส่วนสำคัญของการตัดต่ออีกประการหนึ่ง ซึ่งสามารถใส่มา ก่อนภาพหรือหลังภาพ เพื่อสร้างบรรยากาศได้ สร้างความกดดันและอารมณ์รุนแรง และอีกหลากหลายอารมณ์ ให้ผู้ชมเตรียมพร้อมสำหรับการเปลี่ยนฉาก สถานที่
5. มุมกล้อง (Camera Angle) ผู้กำกับจะถ่ายหลายๆช็อต จากหลายๆตำแหน่ง ซึ่งตำแหน่งนี้เองที่ถูกเรียกว่ามุม จะสัมพันธ์กับบุคคลหรือวัตถุที่ถ่าย
6. ความต่อเนื่อง (Continue) ทุกครั้งที่ถ่ายทำในมุมกล้องใหม่ ในซีเควนส์เดียวกัน (เปลี่ยนมุมกล้อง หรือเปลี่ยนขนาดภาพ) ผู้แสดงหรือพิธีกรจะต้องแสดงการเคลื่อนไหวหรือท่าทาง เหมือนเดิมกับช็อตที่แล้ว เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องในการตัดสลับช็อต ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็น เพราะการถ่ายทำในหลายๆครั้ง เราไม่สามารถถ่ายทำเรียงตามลำดับเนื้อหา ของบทได้ อาจมีการถ่ายทำกันคนละวัน จำเป็นจะต้องควบคุมความต่อเนื่องให้ เหมือนเหตุการณ์นั้นๆ เกิดขึ้นภายในวันเดียวกัน ซึ่งความต่อเนื่องนี้ยังมีอีกหลายกรณี เช่น

6.1 ความต่อเนื่องของเนื้อหา (Continue of Content) เช่น นักแสดงหยิบปากกาดำด้วยมือข้างขวาในช็อตแรก ดังนั้นช็อตต่อมาปากกาก็ควรจะอยู่ในมือข้างขวาเช่นกัน ซึ่งหน้าที่ของผู้ตัดต่อคือการทำให้แน่ใจว่าความต่อเนื่องยังคงมีอยู่ทุกครั้งที่ตัดต่ออยู่ในซีเควนส์เดียวกัน

หลักในการตัดต่อ

6.2 ความต่อเนื่องของการเคลื่อนไหว (Continue of Movement) ความต่อเนื่องที่เกิดจากทิศทางการเคลื่อนไหว หากนักแสดงกำลังขมื่อขวาขึ้นในช็อตแรก ช็อตต่อมาที่เป็นภาพแคบก็ต้องเห็นนักแสดงขมื่อขวาค้างอยู่ เมื่อมีการเปลี่ยนขนาดภาพด้วยเช่นกัน

6.3 ความต่อเนื่องของตำแหน่ง (Continue of Position) ความต่อเนื่องจากตำแหน่งของนักแสดงหรือบุคคลในฉาก หากมีสิ่งของอยู่ด้านขวาของนักแสดง ในช็อตแรก ช็อตต่อมาก็ควรจะมีสิ่งของนั้นอยู่ในตำแหน่งเดิม เมื่อมีการเปลี่ยนขนาดภาพ

6.4 ความต่อเนื่องของเสียง (Continue of Sound) ความต่อเนื่องของเสียงและสัดส่วนของเสียง ซึ่งเป็นส่วนที่สำคัญมาก ถ้าการกระทำเกิดขึ้นในที่เดียวกัน เวลาเดียวกัน เสียงก็จะต้องต่อเนื่องจากช็อตหนึ่งไปยังช็อตต่อไป

มาตรฐานการเผยแพร่วิดีโอ

มาตรฐานที่ทั่วโลกใช้กันนั้น แบ่งออกเป็น 3 ระบบ ได้แก่ NTSC อย่างประเทศสหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น, ระบบ PAL อย่างประเทศไทย หรือบางประเทศในแถบยุโรป และ SECAM ประเทศฝรั่งเศส หรือบางประเทศในแถบยุโรป ซึ่ง 3 ระบบนี้เป็นมาตรฐานที่ใช้กันหลายพื้นที่ตามแต่ละประเทศ จวบจนปัจจุบันได้มีการพัฒนาระบบ High Definition Television (HD) ซึ่งมีทั้ง HD (1280x720) และ Full HD (1920x1080) เป็นต้น

การบีบอัดวิดีโอ

CODEC

เป็นเทคโนโลยีการบีบอัดและคลายข้อมูล ซึ่งนำไปใช้กับซอฟต์แวร์หรือฮาร์ดแวร์ หรืออย่างใดอย่างหนึ่ง โดยส่วนมาก Codec จะใช้กับการบีบอัดแบบ MPEG และ Cinepak เป็นต้น

MPEG

มาตรฐานการบีบอัดสัญญาณภาพและเสียง เป็นระบบที่ใช้กับระบบวิดีโอคุณภาพสูงทั่วไป ซึ่งโดยทั่วไปเราจะใช้ไฟล์ MPEG ในรหัสดังนี้

1. MPEG-2 รหัสเดียวกับที่ใช้อยู่ภายในแผ่น DVD
2. MPEG-4 (Mp.4) เป็นมาตรฐานที่มีความใกล้เคียงกับไฟล์ Quicktime เพื่อใช้ในงานด้านมัลติมีเดียที่มีแบนด์วิธ (Bandwith) ต่ำ ซึ่งปัจจุบันเป็นที่นิยมใช้สำหรับการทำไฟล์ HD

คุณภาพของวิดีโอ

อัตราเฟรม (Frame Rate)

คืออัตราความถี่ในการแสดงภาพจาก Timeline ออกทางหน้าจอ อัตราที่เฟรมถูกแสดงในวิดีโอมีหน่วยเป็นเฟรมต่อวินาที FPS หรือ Frame Per Second เป็นหน่วยวัดปริมาณข้อมูลที่ใช้ในการเก็บบันทึกและแสดงวิดีโอ นอกจากนี้ยังสามารถแสดงเฟรมให้มีความต่อเนื่องในเวลาอันรวดเร็วอย่างภาพยนตร์ อัตราเฟรมของภาพยนตร์เท่ากับ 24 fps. ส่วนระบบโทรทัศน์ PAL ที่ใช้กันอยู่ณบ้านเรานั้น มีอัตราเฟรมอยู่ที่ 25 fps. และระบบ NTSC มีอัตราเฟรมอยู่ที่ 29 fps.

ความละเอียด (Resolution)

หมายถึงความคมชัดของภาพที่แสดงผลออกทางจอภาพ ความละเอียดนี้คือจำนวนจุดทั้งหมดที่เกิดบนจอภาพ ซึ่งจุดต่าง ๆ นี้เอง เราเรียกว่า “พิกเซล”(Pixel) นอกจากนี้ภาพที่มีขนาดเท่ากัน บางครั้งก็อาจจะมีรายละเอียดที่ต่างกันได้ เนื่องจากจำนวนพิกเซลที่ต่างกันจะส่งผลให้ขนาดของพิกเซลต่างกันตาม



เครือข่ายสังคมออนไลน์

TWITTER
FACEBOOK
GOOGLE+
FOUR SQUARE

อุปกรณ์
ลิงค์ geotag
รูปภาพ #hashtag
วิดีโอ ค้นหา
เชื่อมกับผู้ชม
กับ sources

บล็อก

TUMBLR
WORDPRESS
COVER IT LIVE
-- --
STORIFY
STARFUL

เนื้อหาบล็อก
รูปภาพบล็อก
วิดีโอบล็อก
บล็อกเสียง
บล็อกแบบมีวีดิ (Liveblog)
Curate หรือ ถ่ายส่งคอมออนไลน์
สร้างเรื่อง

แพลนท์ - สถานที่
แผนที่กูเกิ้ล
เนื้อหา Geotag
การค้นหาในทวีต
เตอร์

คลาวด์

DROPOX
File to NR
แชร์กับ/
รูปภาพ
ข้อความ
วิดีโอ
เสียง

Live Video

BAM BUZER
QIK
USTREAM
Action/
เหตุการณ์สด
สัมภาษณ์
เปิดหน้า
คลิป

YOUTUBE ITUNES
VIMEO SKYPE
PROCAMERA
F.L.M.C PRO
1ST VIDEO
AVID STUDIO
สัมภาษณ์
การเปิดหน้า
(แสดง & เล่า)
Package/กรอบ
วิดีโอเทมเพลต
วิดีโอบล็อก/เดสรี

การวางแผน

เนื้อหาของ

นักข่าวมีถือ

รูปภาพ

PROCAMERA
HIPSTAMATIC
CAMERA AWESOME
64S PRO
PS EXPRESS
SNAP SEED
INSTAGRAM

รูปภาพ
+ ตัดต่อ
+ Geotag
พาในราม่า

เสียง

SOUNDCLOUD
AUDIO BOO,
BOOMAIL
SKYPE
1ST VIDEO
HOKUSAI
FIRE FIELD RECORDER
VOICE MEMO
WAVE PAD

สัมภาษณ์
การรายงานเสียง
แพ็คเกจ
คลิป

เว็บ

OPERA MINI
FTP
วิจัย
เนื้อหาไฟล์

ข้อความ

อีเมล -
ข้อความ
รูปภาพ
วิดีโอ
บล็อกโพสต์
FTP

ภูมิทัศน์สื่อในปัจจุบัน

หลักสูตรการถ่ายภาพ เล่าเรื่องและตัดต่อด้วยมือถือ



ในการถ่ายวิดีโอการเล่าเรื่อง สิ่งสำคัญ 3 อย่างคือ

อย่าสั่น อย่าส่าย อย่าสั้น

อย่าสั่น คือ ถือมือถือนิ่งๆ ในกรณีที่ไม่มีขาตั้งกล้อง

วิธีที่ดีที่สุด ที่จะทำให้ไม่สั่น นั่นคือ การมีขาตั้งกล้อง

อย่าส่าย คือ การถ่ายงานวิดีโอ จะไม่มีการเหวี่ยงมือถือไปมา หรือสาดมือถือไปมา เหมือนการรูดน้ำตั้นไม้ แต่ให้ถ่ายนิ่งๆ

และใช้วิธีเปลี่ยนขนาดภาพ

อย่าสั้น คือ การถ่ายงานวิดีโอ ควรมีการบันทึกแต่ละคลิป โดนประมาณ 6-10 วินาที



อุปกรณ์ใด...

ที่จำเป็นต่อการทำงาน



อุปกรณ์เสริมสร้างความมั่นคง

ขาตั้งกล้องแบบสามขา (Tripod) และขาตั้งกล้องเดี่ยว (Monopod) : เป็นสิ่งสำคัญในการถ่ายงานวิดีโอ ช่วยไม่ให้ภาพสั่นไหว และภาพถ่ายที่คมชัดขึ้น ไม่จำเป็นต้องรองรับกล้องถ่ายรูปหนักหรือกล้อง DSLR ดังนั้นขาตั้งกล้องที่มีน้ำหนักเบาราคาไม่แพง ก็สามารถให้ผลลัพธ์ที่ยอดเยี่ยม

ตัวจับมือถือ (Tripod Mount) : ในการติดสมาร์ตโฟนกับขาตั้งกล้องหรือ monopod คุณจะต้องมีขายึดสกรูที่ฐานเพื่อติดขายึดของคุณกับขาตั้งมาตรฐาน



อุปกรณ์เสริมสร้างเสียง

ไมโครโฟนแบบคลิป : เหมาะสำหรับการบันทึกการสัมภาษณ์ในบริเวณที่มีเสียงดังหรือมีลมแรง ไมโครโฟนติดกับเสื้อผ้าของผู้สัมภาษณ์และปลั๊กปลายสายอื่น ๆ ในโทรศัพท์ มีช่องเสียบขนาด 3.5 มม.

หูฟังสมาร์ตโฟน : หากไม่มีไมโครโฟนภายนอกไมโครโฟนในชุดหูฟังโทรศัพท์มือถือ ก็สามารถบันทึกเสียงที่มีคุณภาพได้ดี



สิ่งที่ต้องคำนึงถึงก่อนการบันทึกวิดีโอ

- 1 การวางกรอบภาพ (Composition)** วางกรอบภาพให้ได้เนื้อหาอย่างน้อยร้อยละ 70 ของกรอบภาพ การถ่ายภาพเพื่อวิดีโอไม่ได้ถ่ายภาพ ๆ เดียว เพื่อนำเสนอสิ่งหนึ่งสิ่งใด เช่น ภาพคนพายุ เรือ ควรจะมีภาพเรือ (ทั้งลำ) ภาพคนพายุ ภาพหน้าคนพายุ ภาพมือคนพายุ ภาพพายุ แหกหน้า ภาพทิวทัศน์รอบ ๆ เรือ อย่าจำว่าต้องถ่ายอะไร เพราะไม่มีสูตรตายตัว ขอให้เปิดใจและถามตัวเองว่า ตนอยากบอกอะไร ตนเห็นอะไร และจะบันทึกอะไร ให้คนที่ดูเขาเห็นไปด้วย
- 2 การปรับสีกล้อง และระดับความมืด ความสว่าง** อันดับแรกให้หีบกล้องขึ้นมาตรวจก่อนว่า สีดูเป็นธรรมชาติหรือไม่ ถ้าไม่ให้ปรับค่าขาว (White Balance) ระดับแสงมืดสว่างกำลังดีไหม ถ้าไม่ ก็ให้ปรับรับแสง (Exposure)
- 3 การโฟกัส** คือ การปรับสิ่งที่คิดว่าสำคัญที่สุดในภาพให้ชัดที่สุด ความลับก็คือ ความชัดไม่มีจริงในโลก ตรงไหนชัดสุด ผู้ชมจะเข้าใจโดยอัตโนมัติว่าสิ่งนั้นสำคัญที่สุด

สิ่งที่ต้องคำนึงก่อนบันทึกวิดีโอ

1. การวางกรอบภาพ (Framing)
2. ความสว่างของแสง (Exposure)
3. สมดุลแสงขาว (White Balance)
4. โฟกัส การล็อกโฟกัส (Focus)
5. การเคลื่อนไหว (Movement)
6. ช่วงเวลาความยาว (Duration)

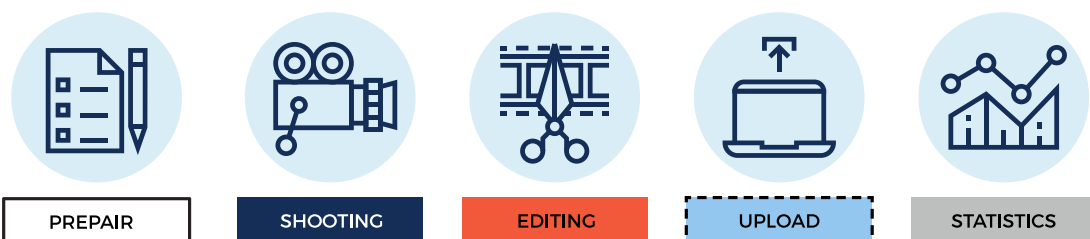


• ไวยากรณ์ของภาพ การเล่าเรื่อง



การถ่ายงานวิดีโอ จะใช้วิธีการเปลี่ยนขนาดภาพ กว้าง กลาง แคบ แคบมาก หรือเพื่อให้เข้าใจได้ง่ายคือ การถ่ายแบบ แม่ ลูก หลาน เหลน

- ภาพแม่ ส่วนใหญ่จะเป็นภาพกว้าง เพื่อบอกข้อมูลว่า ถ่ายที่ไหน เป็นเรื่องเกี่ยวกับอะไร
 - ภาพลูก คือการเจาะเข้าไปในรายละเอียดของภาพแม่
 - ภาพหลาน คือ การลงลึกเข้าไปในรายละเอียดของเรื่องที่จะเล่า
 - ภาพเหลน คือ การลงลึกเข้าไปอีกในรายละเอียด ที่อยากให้ผู้ชมเข้าใจและเห็นภาพ





แม่ ลูก หลาน หลาน เซิงปฏิบัติการ

ภาพหลาน

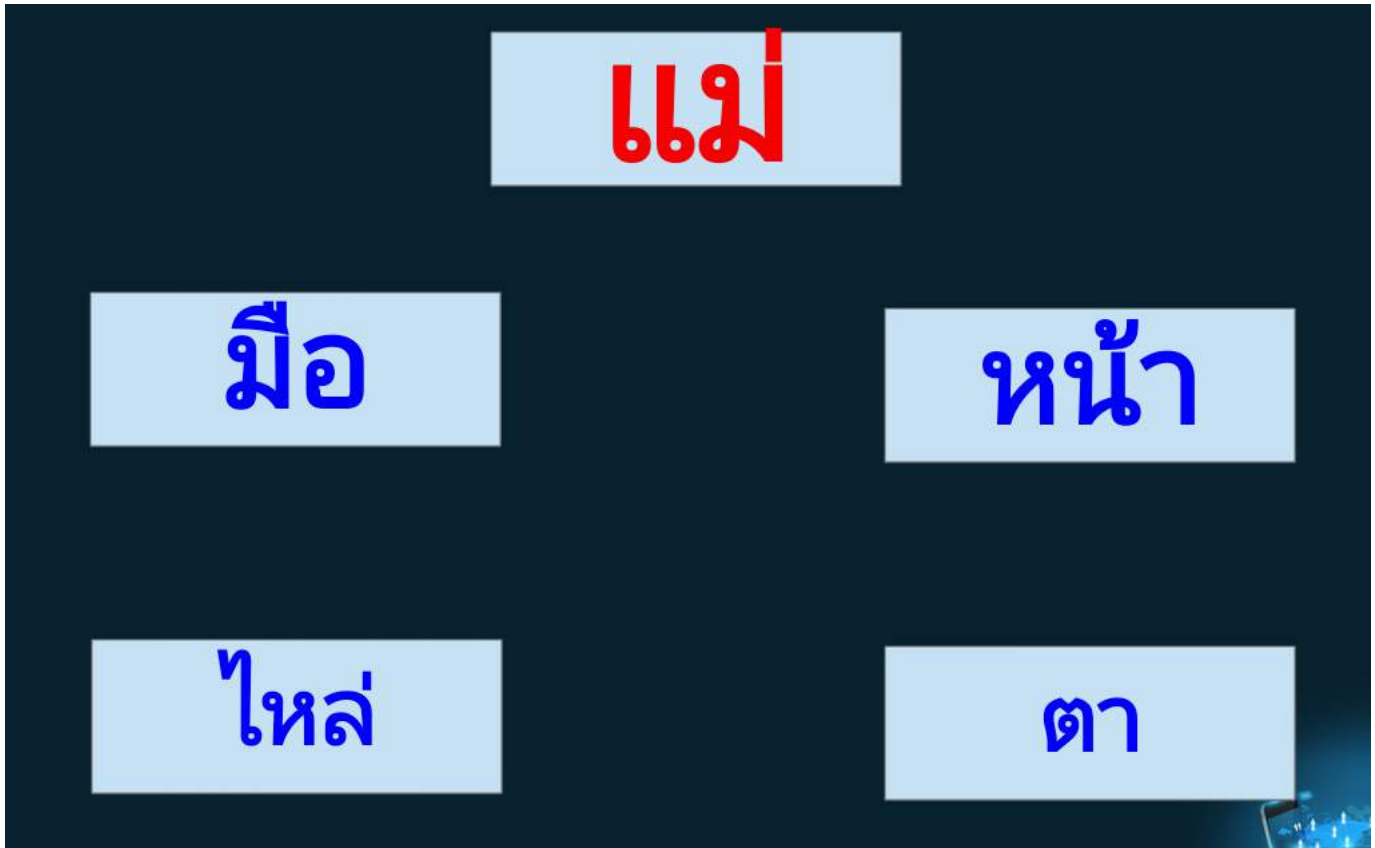
ภาพลูก

ภาพแม่

- ภาพแม่ คือ กรอบสี่แดงใหญ่ทั้งภาพ
- ภาพลูก คือ ภาพกรอบสี่แดง ขนาดกลาง
- ภาพหลาน คือ ภาพกรอบสี่แดง ขนาดเล็กลงมา
- ภาพหลาน คือ ภาพกรอบสี่แดง ขนาดเล็กลงมาอีก

หลักการถ่ายคน

ในงานวิดีโอ เน้นอนว่าส่วนใหญ่ การเล่าเรื่องจะเล่าผ่านผู้คนเป็นหลัก
ดังนั้นการถ่ายคนจึงเป็นสิ่งสำคัญ



จะเห็นว่าวิธีการถ่ายคน คือ หลักเดียวกันกับ แม่ ลูก หลาน เหลน
คือ การเปลี่ยนขนาดภาพเช่นเดียวกัน แต่การถ่ายคน เราต้องให้ความสำคัญกับสิ่งเหล่านี้

คือ แม่ มือ หน้า ไหล่ ตา

- **แม่** คือ ภาพกว้างของคนที่เราถ่ายทำ เพื่อบอกให้รู้ว่า เขาหรือเธอกำลังทำอะไร
 - **มือ** คือ การถ่ายภาพมือของผู้ที่ถูกถ่าย ว่ากำลังทำอะไร
 - **หน้า** คือ การถ่ายสีหน้าของผู้ที่ถูกถ่าย ในขณะที่กำลังทำอะไรอยู่
 - **ไหล่** คือ การถ่ายผ่านไหล่ของผู้ที่ถูกถ่าย เสมือนเป็นการมองผ่านจากสายตาของผู้รับชมหรือคนดู
 - **ตา** คือ การถ่ายสิ่งที่ผู้ถูกถ่ายเห็น และกำลังทำอะไรอยู่
- เช่น คนคนนั้นกำลังเล่นมือถือ สิ่งที่ตาของเขาหรือเธอกำลังมองคือมือถือ
เราก็ถ่ายมือถือที่เขาหรือเธอกำลังเล่นอยู่



แม่ มือ หน้า ไหล่ ตา เซิงปฏิบัติการ



● สิ่งที่ต้องอยู่ในเรื่องที่จะเล่า (Story)



STORY

1. ตะขอ (Hook)
2. ให้ข้อมูลพื้นฐาน 5W+1H (Relevancy)
3. หา Unique Angle
4. การสัมภาษณ์
5. พุดเปิด ปิดเรื่อง จุดสับดาป (Climax)

1. ตะขอ คือ เรื่องที่ดีจะต้องเปิดเรื่องให้น่าสนใจ เพื่อดึงให้ผู้ชมติดตามเรื่องราวต่อไป

2. 5W + 1 H 1 ให้ข้อมูลพื้นฐานที่ผู้ชมต้องรู้ ตามหลักการสื่อสาร

Who What When Where Why and How (ใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไหร่ ทำไม และ อย่างไร)

3. Unique Angle คือ จุดหรือประเด็นที่น่าสนใจ ในเรื่องที่จะเล่า

4. การสัมภาษณ์ การสัมภาษณ์ จะทำให้เรื่องเล่า มีความลึก และน่าสนใจเพิ่มขึ้น

การสัมภาษณ์ เวลาสัมภาษณ์ให้ตัดสินใจก่อนว่า เราจะอยู่ในกล้องด้วยหรือไม่ หากจะอยู่ในเฟรมกล้องด้วย การถ่ายทำจะเป็นลักษณะการนั่งข้างกันซึ่งไม่ค่อยนิยมนัก นอกจากเป็นการพูดคุยในเวลาสั้น ๆ ส่วนมากนักข่าวสะพายเป้จะไม่รวมตัวเองอยู่ในกรอบภาพเมื่อทำการสัมภาษณ์ แต่จะเน้นถ่ายทำผู้ให้

สัมภาษณ์เป็นหลัก โดยอาจจะปล่อยเสียงคำถามของตนเอง

5. พุดเปิด ปิดเรื่อง โดยทั่วไปการเล่าเรื่อง ควรมีผู้ดำเนินเรื่องราวในการเล่าเรื่อง

การเปิดหน้า การถ่ายตัวเอง ซึ่งเป็นเรื่องที่ต้องฝึกหัดพอสมควร โดยส่วนมากจะใช้ขาตั้งกล้องช่วย และทำการปรับกล้องและเสียงให้ดีเสียก่อน แล้วค่อยยืนหน้ากล้องและพูดกับกล้อง

พาไปดู การพาไปดูมีลักษณะคล้ายการเปิดหน้า แต่แทนที่กล้องจะอยู่บนขาตั้ง เราจะต้องถือหันหน้ามาทางตัวเราเองและเดินไปด้วย การถ่ายทำลักษณะนี้สามารถฝึกทำได้ แต่ปัญหาส่วนใหญ่คือ คนเอเชียส่วนใหญ่แขนมักสั้น ทำให้ได้ภาพไม่สวยงามนัก ปัญหานี้มีวิธีแก้สองวิธี คือ ใส่เลนส์มุมกว้าง (Wide Angle

Lens) และต่อก้านที่เราสามารถถือได้ซึ่งจะทำให้กล้องอยู่ห่างจากตัวเรามากขึ้น

5.1 จุดสับดาปเรื่อง คือ การทำให้เรื่องเล่า มีจุดหมายที่น่าสนใจและทำให้ผู้ชมติดตามเรื่อง

เพราะอยากทราบว่าเรื่องราวจะลงเอย หรือได้บทสรุปเช่นไร

เพื่อให้ผู้ชมได้รู้สึกถึงบุคลิกของคนที่ทำกรสัมภาษณ์ได้เช่นกัน



นอกจากนี้หัวใจที่สำคัญอีกอย่างในการเล่าเรื่อง คือ การเล่าด้วยบทบรรยาย คือ การใส่เสียงพูดของเราเข้าไป เพื่อเป็นการให้ข้อมูล และทำให้ผู้ชมติดตาม และเข้าใจเรื่องราวมากยิ่งขึ้น
แน่นอนว่าการเล่าเรื่องที่ดี จะต้องมีการผลักดันเรื่องให้น่าสนใจไปจนจบ สิ่งที่สำคัญในการผลักดันเรื่องราวคือ
Story engine

Story engine คือ สิ่งที่จะช่วยขับเคลื่อนเรื่องให้ไปถึงเป้าหมาย และเป็นพลังที่ทำให้ผู้ชม นั่งชมต่อไป ใฝ่รอว่า
จะเกิดอะไรต่อไป

ทำไมเราต้องการ story engine เพราะ Story engine จะช่วยให้เรื่องมีพัฒนาการไปข้างหน้าตลอด และมีเป้าหมาย (goal) ในเรื่อง คือ พลังในการขับเคลื่อนเรื่องราว และเป็นพลังที่ทำให้ผู้ชมติดตามเรื่องราว
Story engine คือ ความน่าสนใจของเรื่อง ความน่าสนใจของเหตุการณ์ที่น่าเสนอในเรื่อง
ความอยากรู้อยากเห็น ความแปลกใหม่ ที่ไม่ค่อยมีใครรู้ เรื่องเดิมๆ แต่นำเสนอแง่มุมที่ต่างออกไป
การสร้างความสงสัย การตั้งคำถามในเรื่องเพื่อนำไปสู่คำตอบ
แรงบันดาลใจ ความสะเทือนใจ การเตือนใจ ความตื่นเต้น ความซาบซึ้ง



3 เครื่องมือให้มือทำสื่อ...จบ!ในเครื่องเดียว!!



3 สื่อ/ช่องทาง
(นำออก/เผยแพร่)



ถ่าย 360
ถ่ายภาพ



ถ่ายภาพ

ถ่ายวิดีโอ

ถ่ายใหม่แอปส์
ถ่ายสโลโม่ชัน



1 กล้อง
(นำเข้า)

2 แอปพลิเคชัน
(ตัดต่อ/เรียบเรียง)

ระบบปฏิบัติการ



แอปสโตร์

เพลย์สโตร์



อุปกรณ์เสริม

ตัวจับมือถือ/ขาตั้งกล้อง
โมโครโฟนสำหรับมือถือ/หูฟัง
เลนส์
แสงไฟ/แฟลช
แบตเตอรี่สำรอง
เมมโมรี่การ์ด



แอปฯเสริม

Google Maps
App Weather
Speedtest

ถ่ายภาพสด

Switcher Studio
Camfi

สำรองข้อมูล/ภาพ

Google Photos
Google Drive
Dropbox



ถ่าย/ปรับแต่งภาพ

Camera+

Foodie

Snapseed

Over

VSCO



ถ่าย/ตัดต่อวิดีโอ

Open Camera

Filmic pro

VUE

Kinemaster

Filmmaker

Quik/Splice

CuteCUT

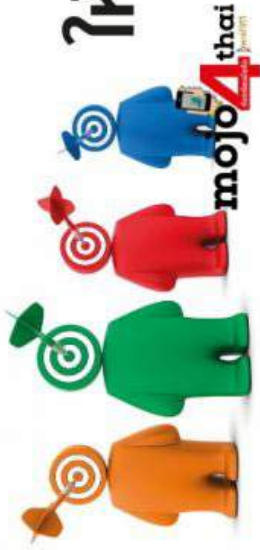
LUMA Fusion



CuteCUT

LUMA Fusion

3 ขั้นตอน“เล่าเรื่อง”



ให้“ปัง!”โดนใจคนดู

- จุดมุ่งหมาย**
1. บอกกล่าวข่าวสาร
 2. ให้ความรู้/เผยความลับ
 3. สนุกสนาน/บันเทิงใจ
 4. เปลี่ยนแปลง/สร้างแรงบันดาลใจ

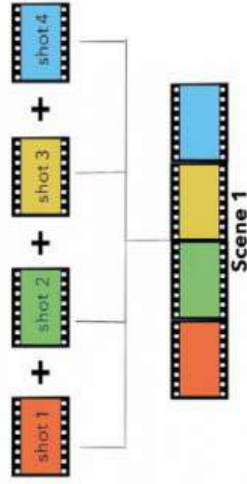
เรื่องที่จะเล่า
+
บท/โครงร่าง

กลุ่มเป้าหมาย

1. วัย/เพศ
2. การศึกษา/ศาสนา/การเมือง
3. ที่อยู่/ช่องทางรับสาร
4. ความสนใจ

1

ถ่ายทำ “ตรง” บท/โครงร่าง

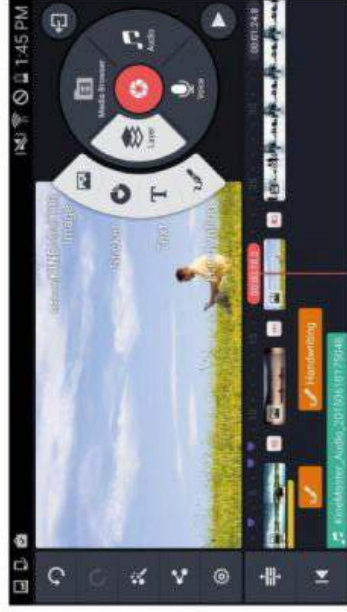


ภาพ/ภาพเคลื่อนไหว

1. ภาพต้องคม/ชัด/จัดองค์ประกอบดี
2. แดกชัด/คุณภาพครบ ตรงตามบท/โครงร่าง
3. เพิ่มเทคนิคพิเศษ สโลโม่/ซูม/ไทม์แลปส์/มุมสูง

2

เรียบเรียง“ตรง”จุดมุ่งหมาย



พื้นที่/เวลา

1. เกริ่นนำ/เนื้อหาที่จะเล่า/สรุป ในสัดส่วนเวลาที่เหมาะสม
2. เรียงภาพต่อเนื่อง ไปด้วยเสียงบรรยาย/เสียงประกอบ
3. เพิ่มความเข้าใจ ด้วยอักษร/กราฟิก

3

เผยแพร่ “ตรง” กลุ่มเป้าหมาย



ช่องทาง/รับ-ส่ง

1. เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย
2. ไล่ติดตาม/ตอบกลับ
3. ประเมินผลงานเพื่อผลิตชิ้นต่อไป

3 วิธีถ่ายภาพบนมือถือ...ผลิตสื่อให้มีคุณภาพ

1

ภาพ : คุณภาพ

คมชัด

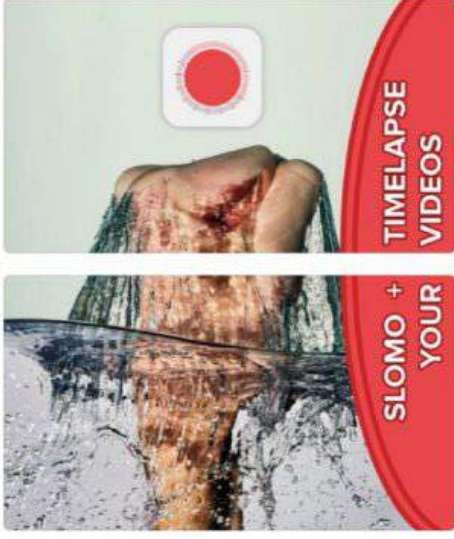
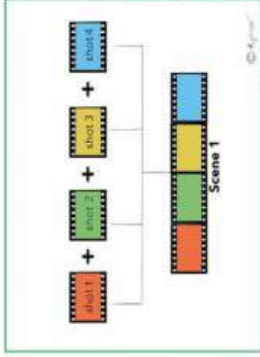
1. ใช้เลนส์
2. กดล็อกโฟกัส
3. ใช้ขาตั้งกล้อง

แสงงาม

1. ให้เบบหันหน้าเข้าหาแสง
2. ปรับรับแสงจากเครื่องมือในกล้อง
3. ใช้แสงแฟลช/แฟลช/แฟลช/แฟลช

องค์ประกอบเยี่ยม

1. ใช้กฎสามส่วน/จุดตัดเก้าช่อง
2. ให้พื้นที่ว่างพักสายตาบ้าง
3. ใช้แอปฯตัด/ปรับแต่ง



2

ภาพ : ครบชุด

ภาพครบชุด

1. ภาพใกล้ (กว้าง)
2. ภาพใกล้ (แคบเข้ามา)
3. ภาพใกล้สุด (ถ่ายเจาะวัตถุ)

มุมมองภาพ

1. มุมเสมอ ได้จากหลัง
2. มุมเสย ดูสูง/อลังการ
3. มุมสูง มองเห็นทุกอย่าง

เน้นจุดเด่น

1. เน้น/โฟกัสสิ่งที่ต้องการจะเล่า
2. มีความชัดลึก/ชัดตื้น/หน้าหลัง
3. ตอқыя/แสดงรายละเอียด

3

ภาพ : พิเศษ

สโลโมชั่น

1. ใช้ไม้กันสั่นช่วย
2. ตั้งค่าเฟรมเรตสูงสุด
3. ใช้แอปฯเสริม เช่น Slow MotionCam VideoEditor

ไทม์แลปส์

1. ใช้ขาตั้งกล้อง
2. ตั้งเวลาสอดคล้องกับเฟรมเรต
3. มีแอปฯเสริม เช่น Imotion

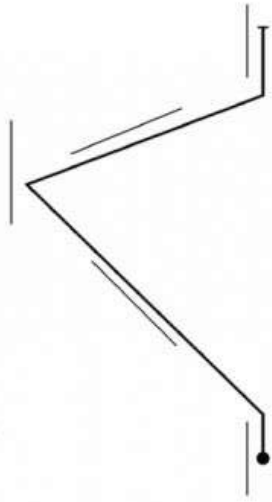
ภาพ 360°

1. สำรวจพื้นที่/มีแสงสว่าง
2. ไม่มีวัตถุเคลื่อนไหว/ใช้ความเร็วในการถ่าย
3. ใช้แอปฯ/อุปกรณ์เสริม



3 เคล็ดลับการตัดต่อคลิปบนมือถือ พลงานระดับมืออาชีพ

Plot Diagram



1

โครงเรื่อง/สัดส่วน

เกริ่นนำ

1. สัดส่วนประมาณ 10-15%
2. ใช้ภาพ/เสียงที่ดึงดูดความสนใจ
3. นำเข้าเรื่องให้เร็วที่สุด

เนื้อหาหลัก

1. สัดส่วนประมาณ 60-0%
2. เรียงลำดับภาพ/เล่าเรื่องอย่างมีลีลา
3. นำไปสู่จุดที่สนใจ/จุดสำคัญตอนท้าย

สรุป/ปิด

1. สัดส่วนประมาณ 15-20%
2. ใส่ภาพที่น่าจดจำ/ประทับใจ
3. สรุปประเด็นสำคัญ/คำถามปิดท้าย



2

การเรียงภาพ/เสียง

ภาพวิดีโอ/ภาพนิ่ง

1. เรียงชุดภาพสัมพันธ์ต่อเนื่องกัน
2. ใช้ตัวเชื่อม/Transition ให้ภาพสั่นไหว
3. ใช้ฟลิตเตอร์ปรับแต่งให้มีส่วนได้อารมณ์

เสียงบรรยาย

1. ระดับเสียงชัดเจน 100%
2. มีจังหวะ สิล่า นักกบ
3. ใช้อุปกรณ์เสริมไมโครโฟนช่วยบันทึก

ดนตรีประกอบ

1. ใช้พื้นเบาๆ 15-20%
2. ใช้เป็นตัวเชื่อมต่อ/เปลี่ยน/สลับภาพ
3. วางภาพตามจังหวะ/ท่วงทำนอง จะน่าสนใจ



3

อักษร/กราฟิก

อักษร/กราฟิก

1. เลือกอักษรบรรยาย/หัวเรื่อง อ่านง่าย
2. แสดงสถิติ/ตัวเลข ตอกย้ำข้อมูลให้น่าเชื่อถือ
3. แบบปก/แบนเนอร์ควรมีอัตลักษณ์/โลโก้/จดจำ

แอนิเมชั่น

1. ใช้อธิบายให้ความรู้/แก้ปัญหาขนาดและภาพ
2. เพิ่มความน่าสนใจให้กับสื่อกลุ่มเด็ก/วัยรุ่น
3. ควรมีความกลมกลืนกับเนื้อหา/รูปแบบหลัก

ขนาด/พื้นที่

1. ความกว้างยาว/เหมาะกับการสื่อที่จะนำไปเผยแพร่
2. รองรับสเกลไฟล์/ขนาดไฟล์/เวลาที่กำหนด
3. บันทึกต้นฉบับนำไปปรับใช้/พัฒนาไปโอกาสต่อไปได้





1

เข้าถึง...ทุกช่องทาง

รูปแบบ

1. ออกแบบ/กว้างยาว/เหมาะกับสื่อที่เผยแพร่
2. ขนาดไฟล์/เวลาที่กำหนดที่บางสื่อกำหนดไว้
3. กำหนดรูปแบบสื่อให้เป็นอัตลักษณ์

ช่องทาง

1. เลือกช่องทางตรงกลุ่มเป้าหมาย
2. ใช้ชื่อ/URL ช่าย และน่าจดจำ
3. เชื่อมโยง/ลิงก์ช่องทางแต่ละสื่อเข้าด้วยกัน

การนำเสนอ

1. มีความถี่ในการนำเสนออย่างสม่ำเสมอ
2. สร้างความต่อเนื่องในเนื้อหาที่คนสนใจ
3. จัดหมวดหมู่/เพลย์ลิสต์ให้ช่วยต่อการนำเสนอ



2

ติดตาม/ตอบกลับ

ติดตาม

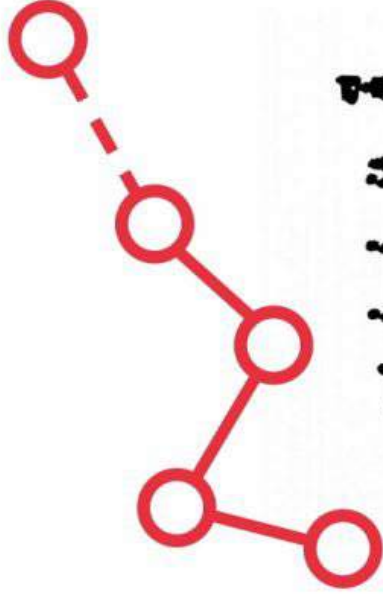
1. ข้อมูลผู้ที่ติดตาม/เข้าชม/แฟนเพจ
2. เปรียบเทียบความสนใจผลงานแต่ละเรื่อง
3. แนวโน้มหรือความสนใจเนื้อหา/ช่องทางอื่นๆ

ตอบกลับ

1. กอดูใจกันเกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็น
2. ตอบกลับในกล่องข้อความเมื่อมีคำถาม
3. แจ้งความคืบหน้าเรื่องนั้นๆที่มีคนสนใจ

สร้างการมีส่วนร่วม

1. เปิดพื้นที่/จัดกิจกรรมให้ผู้ชมมีส่วนร่วม
2. สร้างแรงจูงใจ/มอบรางวัล
3. จัดรายการสด สัศจรรย์ไปหาผู้ชม



3

ผลงาน...ตอนต่อไป

ประเมินจากความสำเร็จ

1. ดูสถิติผู้ติดตามและรับชมจากผลงานที่ผ่านมา
2. ประมวลสรุปข้อเสนอแนะของผู้ชมที่แสดงออกมา
3. สัมภาษณ์/แบบสอบถาม เมื่อต้องการข้อมูลเฉพาะ

ประเมินจากการทำงาน

1. คุณภาพรูปแบบ/เนื้อหาผลงาน
2. การบริหารจัดการช่องทางการสื่อสาร
3. ปัญหา/ข้อจำกัดด้านอุปกรณ์/เครื่องมือ

แผนงานอนาคต

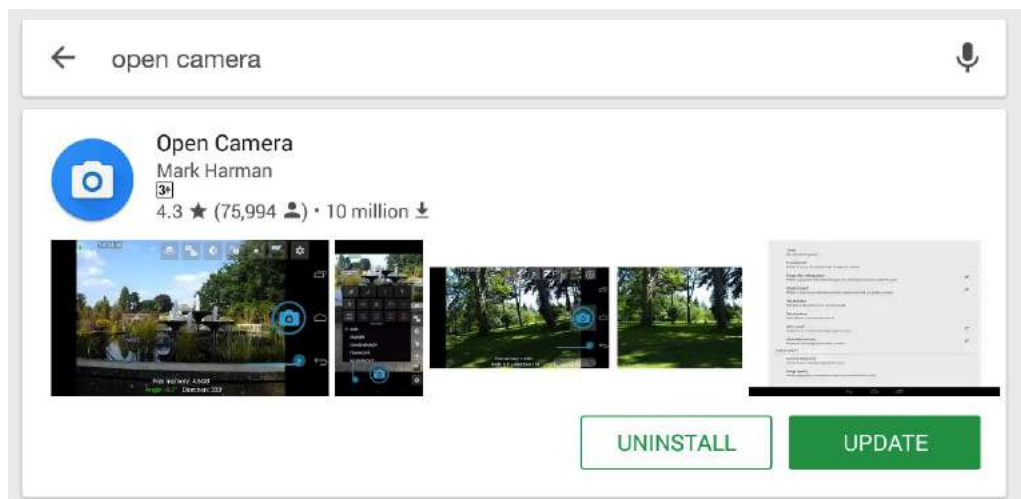
1. ปรับปรุง/ผลิตผลงานตอบสนองผู้ชมให้ดีขึ้น
2. กำหนดกระแสและนวัตกรรมสื่อที่เกิดขึ้น
3. ทดลองสร้างสรรค์เนื้อหา/รูปแบบใหม่

Next
STEP

รู้จักกับ MOBILE APPLICATION

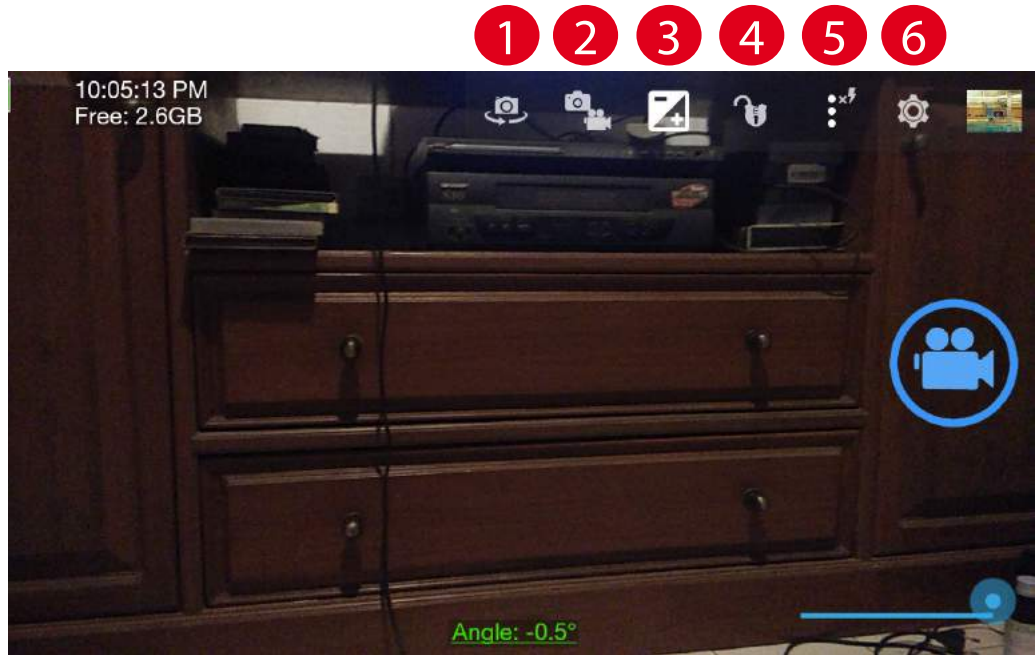


1



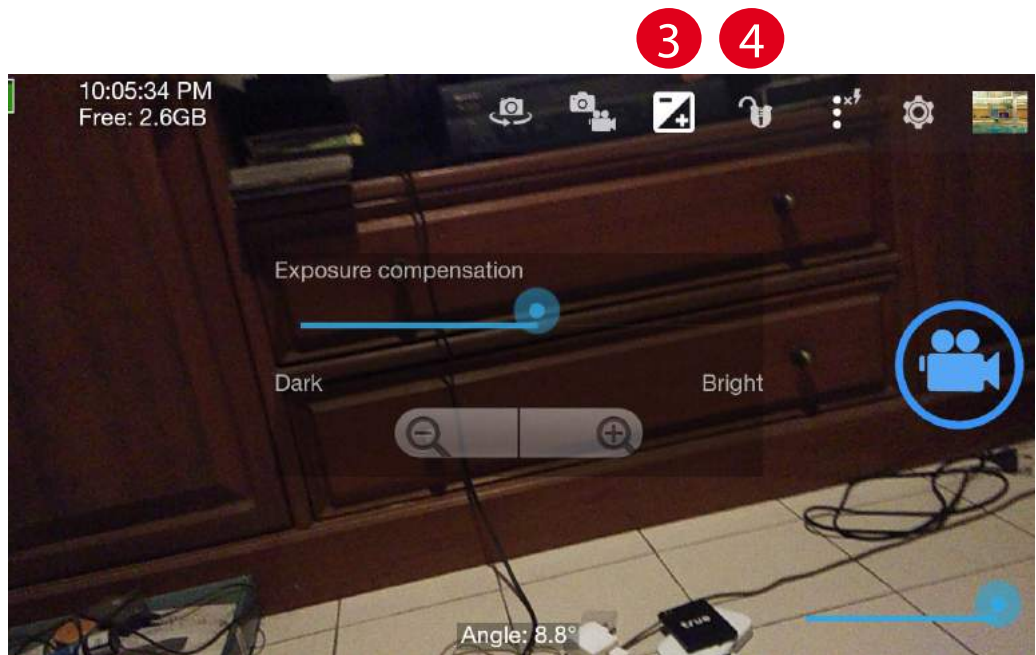
ดาวน์โหลด Application นี้เข้าไปในมือถือของเรา เพื่อเป็นเครื่องมือ
ในการถ่ายทำวิดีโอจากมือถือ

2



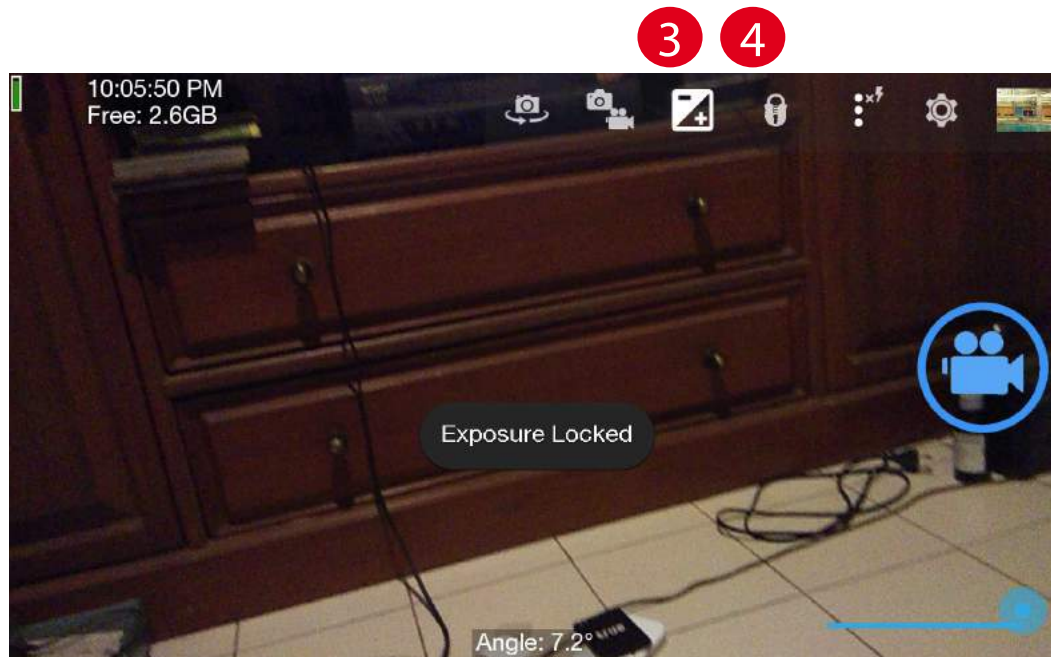
- ปุ่มที่ 1 คือ ปุ่มปรับเป็นกล้องหน้า หรือกล้องหลัง
- ปุ่มที่ 2 คือ ปุ่มปรับเปลี่ยนถ่ายภาพนิ่ง หรือภาพวิดีโอ (ภาพเคลื่อนไหว)
- ปุ่มที่ 3 คือ ปุ่มปรับความมืด สว่างของภาพ
- ปุ่มที่ 4 คือ ปุ่มแม่กุญแจ สำหรับล๊อคค่าแสงไม่ให้เปลี่ยนแปลงขณะถ่ายทำ
- ปุ่มที่ 5 คือ ปุ่มปรับอื่นๆ เช่น โฟกัส ถ่ายใกล้ ปรับสมดุลแสง
- ปุ่มที่ 6 คือ ปุ่มตั้งค่าแอปนี้

3



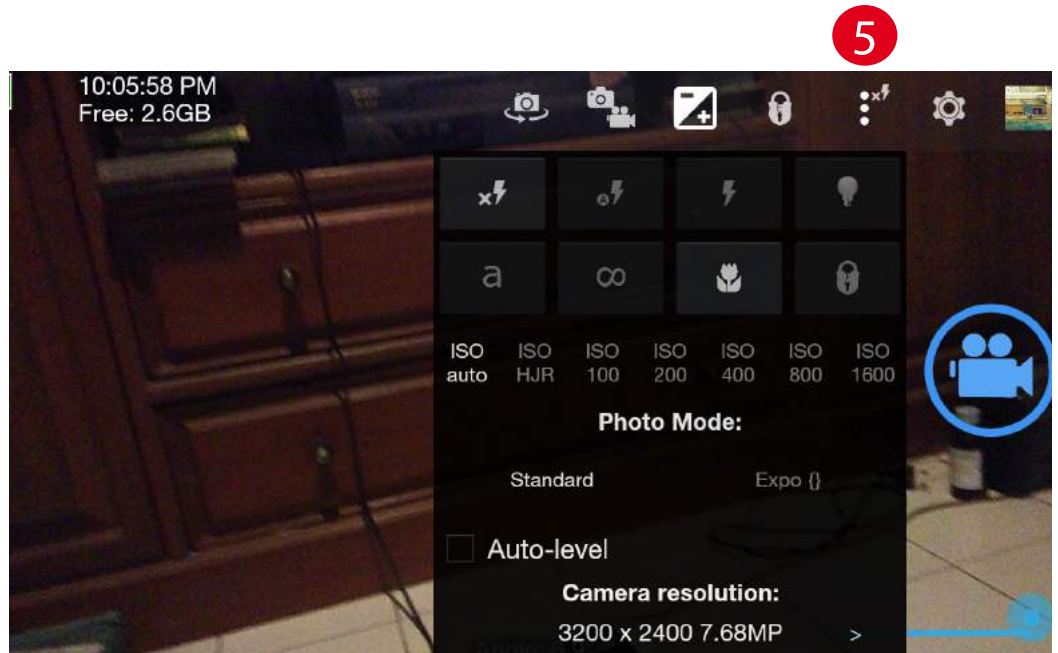
สำหรับปุ่มที่ 3 ปุ่มปรับความมืด ความสว่าง เมื่อเรากดเข้าไปแล้ว จะปรากฏคำสั่งตั้งภาพ เราสามารถปรับความมืดสว่าง ด้วยการรูดนิ้วไปซ้าย หรือขวา ถ้าไปซ้ายจะมืด ขวาจะสว่าง ส่วนปุ่ม - และ + คือ การปรับมืด และสว่างอย่างละเอียด

3



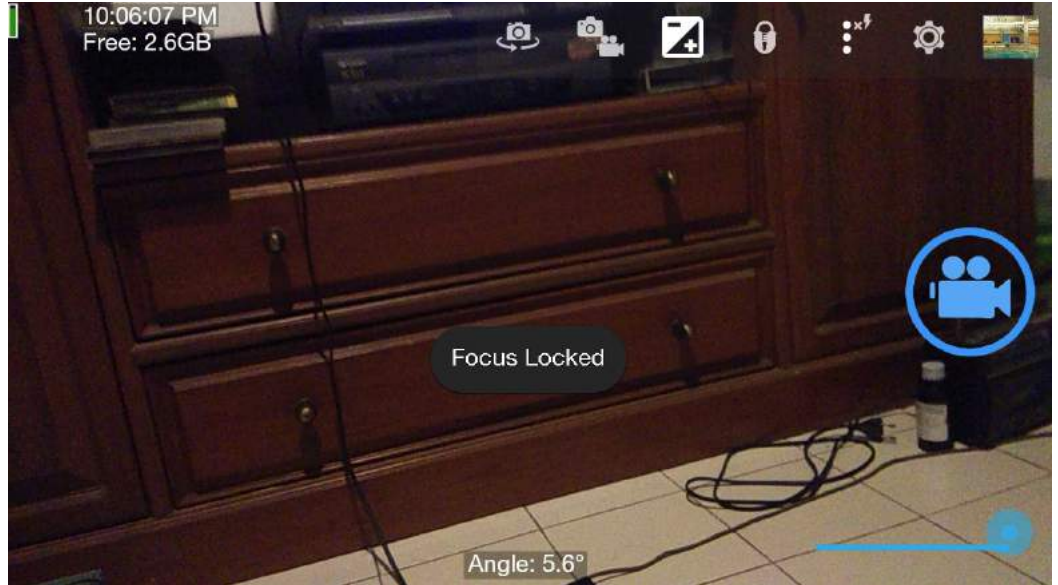
เมื่อได้ภาพแสงที่ต้องการแล้ว ให้กดปุ่ม 4 เพื่อล็อคค่าแสงไว้ไม่ให้เปลี่ยนแปลงเวลา
 ถ่ายทำ หากมีการไปถ่ายที่อื่นที่สภาพแสงเปลี่ยนไป ให้กดปุ่มที่ 4 ปลดล็อค
 และปรับแสงใหม่จนเป็นที่พอใจก็กดล็อคแสงอีกครั้ง

4

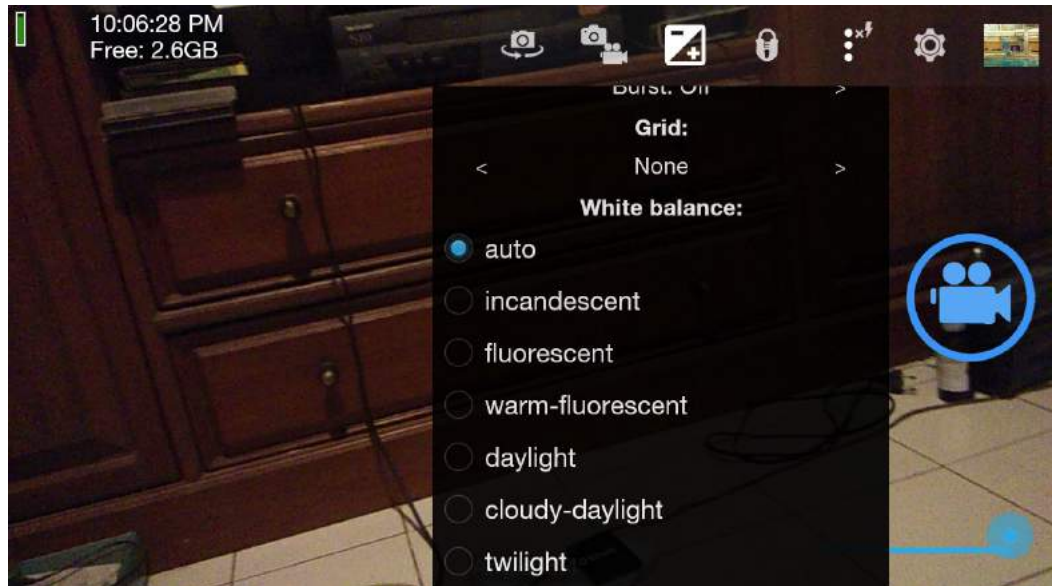


ปุ่มที่ 5 เมื่อกดเข้าไปแล้วจะปรากฏคำสั่งดังรูป
 ปุ่มดอกไม้ คือ เมื่อกดเข้าไปจะเป็นคำสั่งถ่ายใกล้มากๆ ได้
 ปุ่มแม่กุญแจคือ ล็อคโฟกัสของภาพ เมื่อกดไปที่แม่กุญแจ ภาพจะถูกล็อคโฟกัสไว้
 ดังภาพหมายเลข 5

5



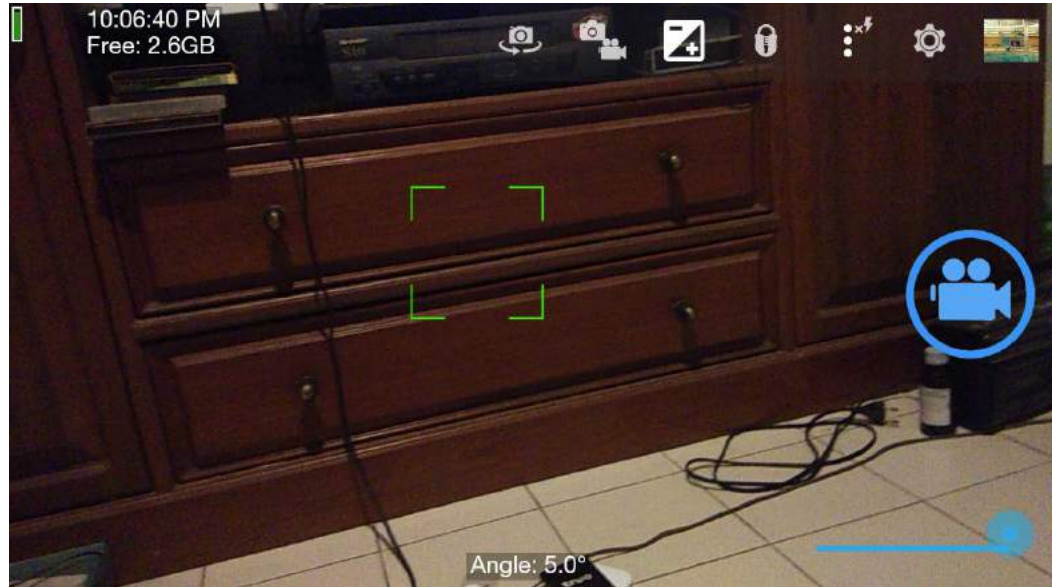
6



นอกจากนี้ในปุ่มที่ 5 ยังมีคำสั่งเกี่ยวกับการปรับสมดุลแสงขาวต่างๆ
ให้เลือกตามสภาพแสงจริง

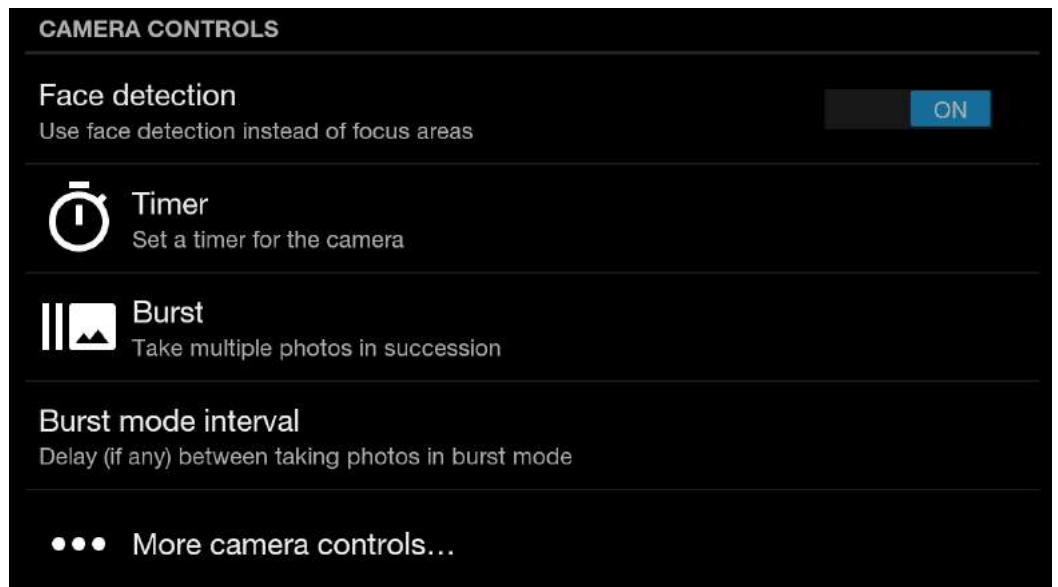
6

7

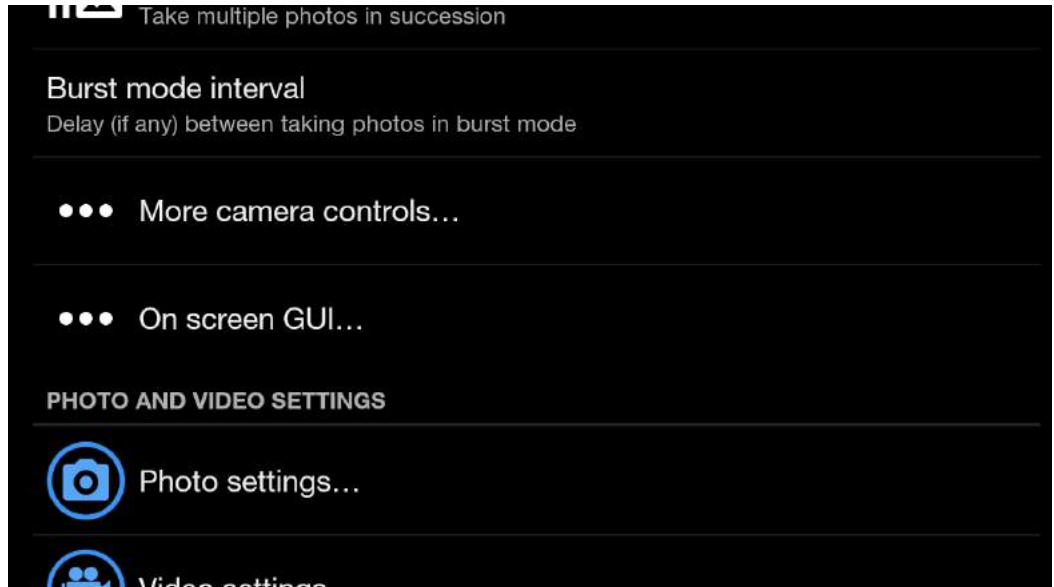


การโฟกัสภาพด้วยมือถือ ให้เราแตะบริเวณที่เราต้องการจะโฟกัสภาพให้ชัด และจะมีสัญลักษณ์กรอบสี่เหลี่ยมเขียวเกิดขึ้น แสดงว่าภาพโฟกัสชัดแล้ว ในปุ่มที่ 6 นี้ยังเป็นการตั้งค่าอื่นๆ เมื่อกดเข้าไปที่ปุ่มที่ 6 จะปรากฏคำสั่งดังภาพล่าง

8

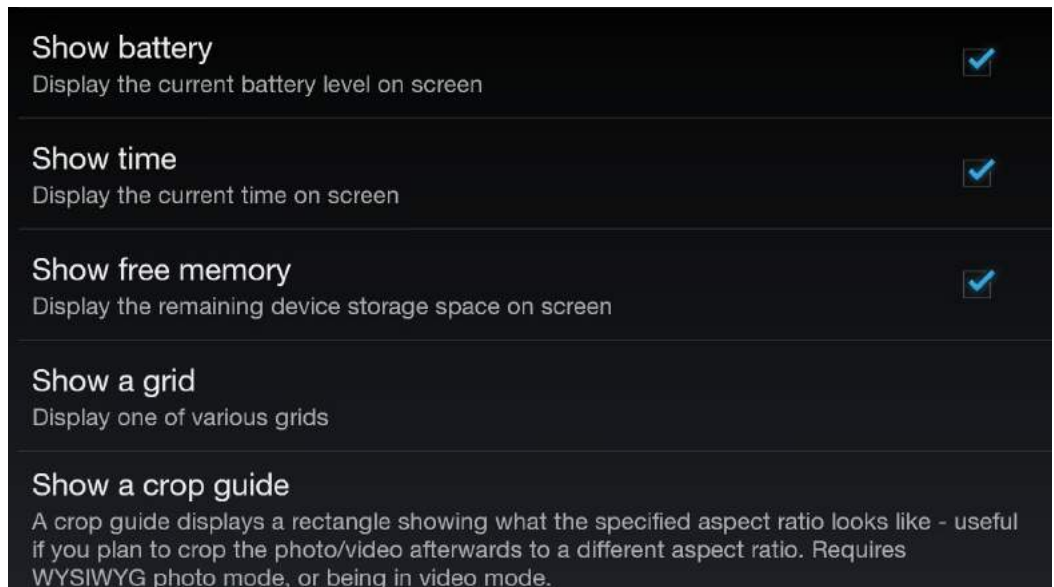


9

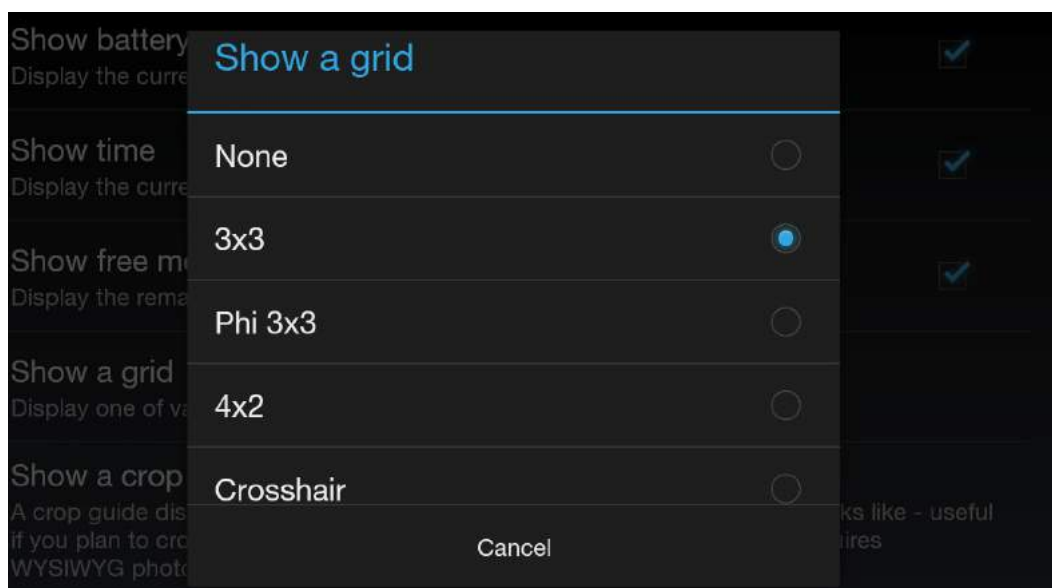


ให้เลื่อนลงมาจนเห็นคำว่า On screen GUI และกดเข้าไปเพื่อไป กดปุ่ม Show a grid

11

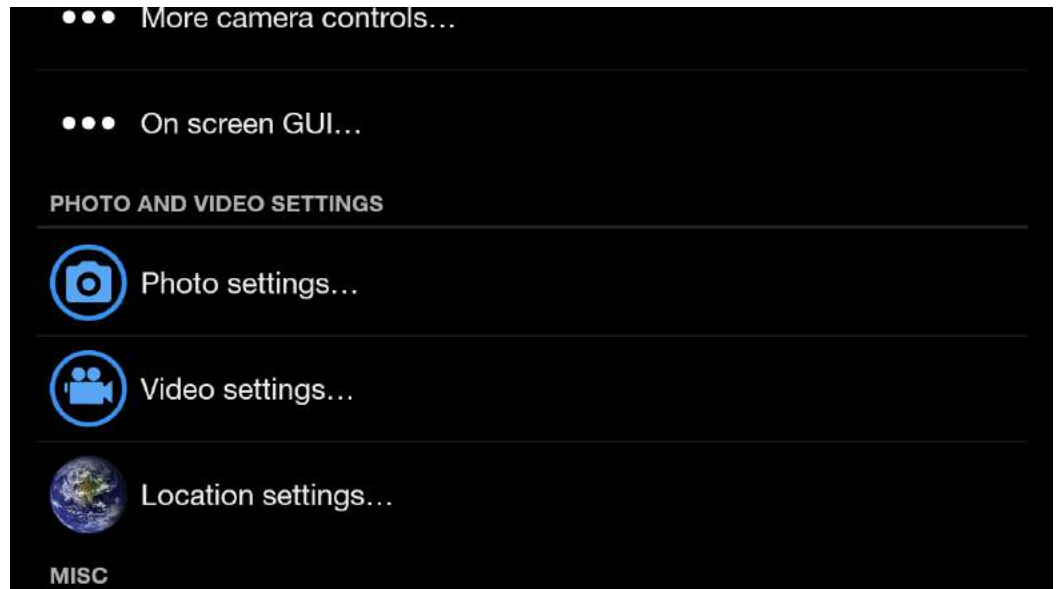


12



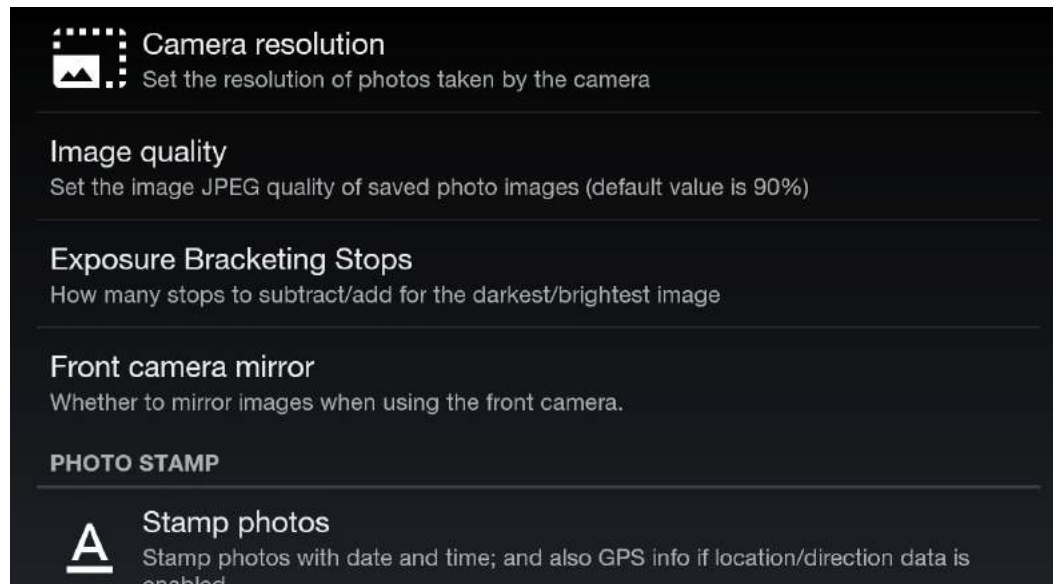
เมื่อกดเลือก show a grid จะมีคำสั่งให้เลือก ให้เราเลือก 3x3
จะมีเส้นตัดเกิดขึ้น เพื่อช่วยให้เราจัดองค์ประกอบภาพได้ดี

13

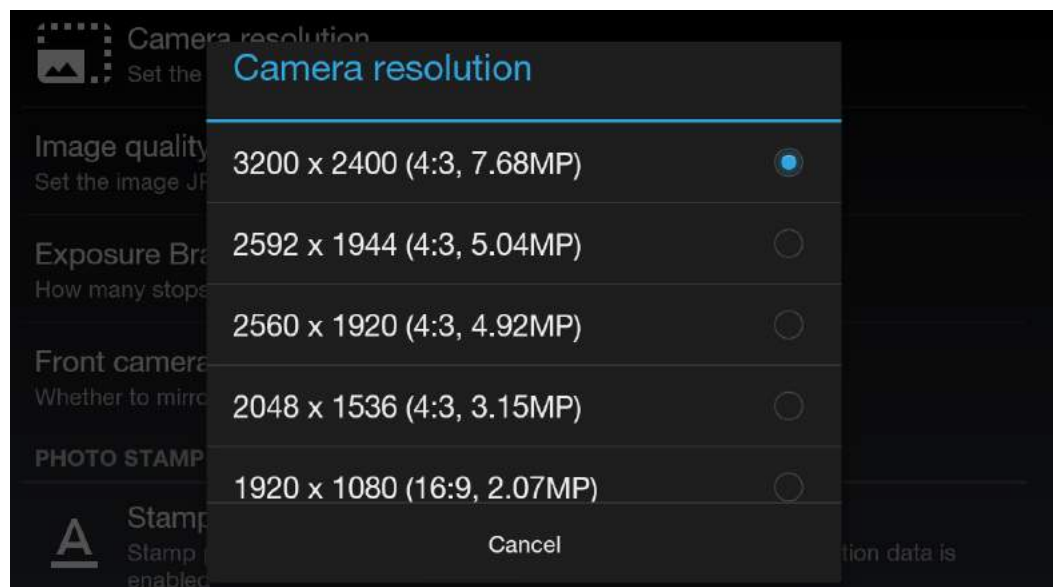


นอกจากนี้ ยังมีคำสั่ง Photo setting และ Video setting เพื่อช่วยให้เราเลือก
ว่าจะใช้คุณภาพในการบันทึกภาพละเอียดเท่าไร

14



15



16

Video resolution
Set the resolution of videos

Video bitrate (approx)
Set the approximate bitrate of videos (higher means better quality, but takes up more disk space; may cause video recording to fail if bitrate not supported)

Video frame rate (approx)
Set the frame rate (FPS) of videos (may be approx, not guaranteed to be achieved, and may cause video recording to fail if frame rate not supported)

Maximum duration of video
The video recording will stop after the specified duration

Restart video after max duration
If the video has stopped after hitting the maximum duration (if set), this option will make the video restart, up to the specified number of times

17

Video resolution
Set the resolution of videos

Video bitrate (approx)
Set the approximate bitrate of videos (higher means better quality, but takes up more disk space; may cause video recording to fail if bitrate not supported)

Video frame rate (approx)
Set the frame rate (FPS) of videos (may be approx, not guaranteed to be achieved, and may cause video recording to fail if frame rate not supported)

Maximum duration of video
The video recording will stop after the specified duration

Restart video after max duration
If the video has stopped after hitting the maximum duration (if set), this option will make the video restart, up to the specified number of times

Video resolution

Highest: Full HD 1920x1080 (16:9, 2.07MP)	<input type="radio"/>
HD 1280x720 (16:9, 0.92MP)	<input checked="" type="radio"/>
864x480 (9:5, 0.41MP)	<input type="radio"/>
800x480 (5:3, 0.38MP)	<input type="radio"/>
SD 720x480 (3:2, 0.35MP)	<input type="radio"/>

Cancel

18



เมื่อเราพร้อมที่จะถ่ายทำแล้ว ให้เราดปุ่มสัญลักษณ์กล้องวิดีโอสีฟ้า เมื่อเริ่มบันทึกปุ่มนั้นจะเปลี่ยนเป็นสีแดง และเมื่อจะเลิกบันทึก ให้กดปุ่มที่เป็นสีแดงนั้นอีกครั้ง ปุ่มนั้นจะกลับเป็นสีฟ้า เป็นอันว่าบันทึกคลิปวิดีโอเสร็จ 1 คลิป

ตัดต่อด้วย KINEMASTER

การตัดต่อ ต้องทำสิ่งต่างๆ ดังนี้

การตัดต่อ (Editing)

1. วางภาพเป็น
2. วางเสียงเป็น (เสียงเพลง)
3. พากย์เสียงเป็น
4. ผสมเสียงเป็น
5. แยกภาพและเสียงเป็น (Split)
6. ปะภาพเป็น (Insert)

1



KineMaster – Pro Video Editor
NexStreaming Corp.



ถอนการติดตั้ง

อัปเดต

การซื้อในแอป

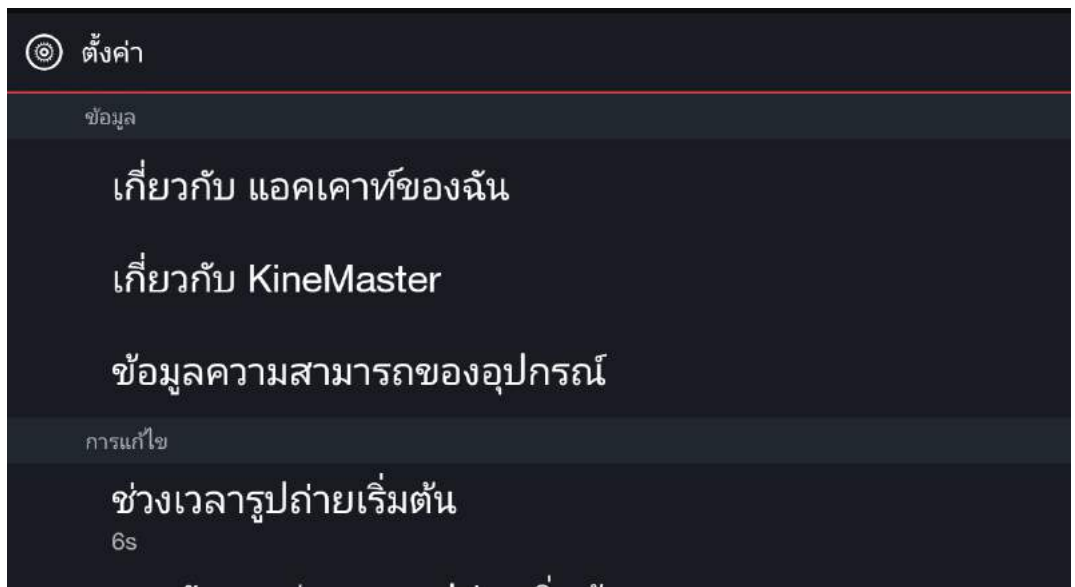
ดาวน์โหลด Application ลงมือถือ ซึ่งได้ทั้งแอนดรอยด์ และไอโอเอส

2



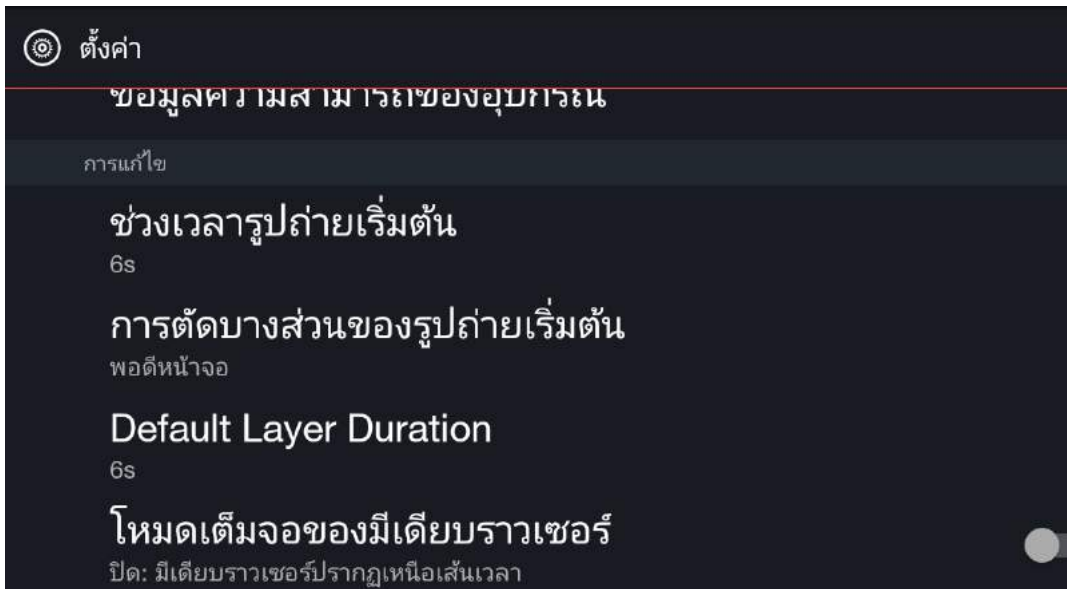
เมื่อเปิดเข้ามาใน Application จะเข้าสู่หน้าจอเริ่มต้นนี้
ปุ่มที่ 1 เป็นปุ่มการตั้งค่า
ปุ่มที่ 2 การหาความรู้เพิ่มเติม
ปุ่มที่ 3 เป็นปุ่มการทำงานแบบเรียงขั้นตอนให้

3

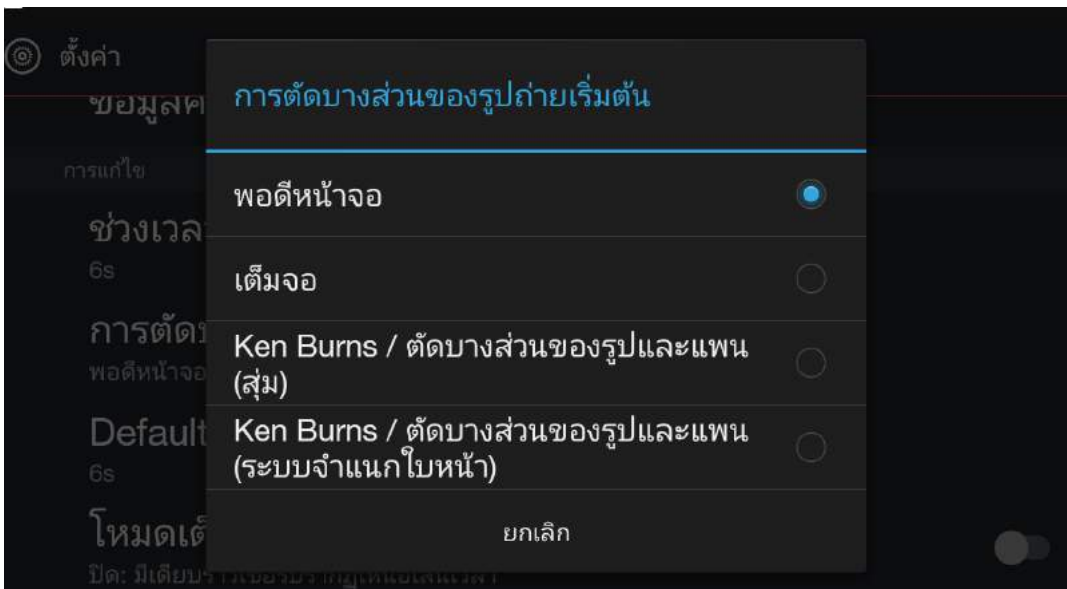


เมื่อเรากดปุ่มที่ 1 จะปรากฏดั่งภาพข้างล่าง ให้เราสามารถเข้าไปเรียนรู้และปรับแต่งได้
ที่แนะนำให้เข้าไปตั้งค่าใหม่ คือ การตัดบางส่วนของรูปถ่ายเริ่มต้น ดั่งภาพข้างล่าง
กดเข้าไป จะปรากฏหน้าต่างต่างเล็กขึ้นมาให้เลือก **พอดีหน้าจอ**

4



5

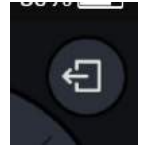


การเข้าสู่โหมดการตัดต่อ ให้กดที่ปุ่มวงกลม + สีแดง ตั้งภาพข้างล่าง

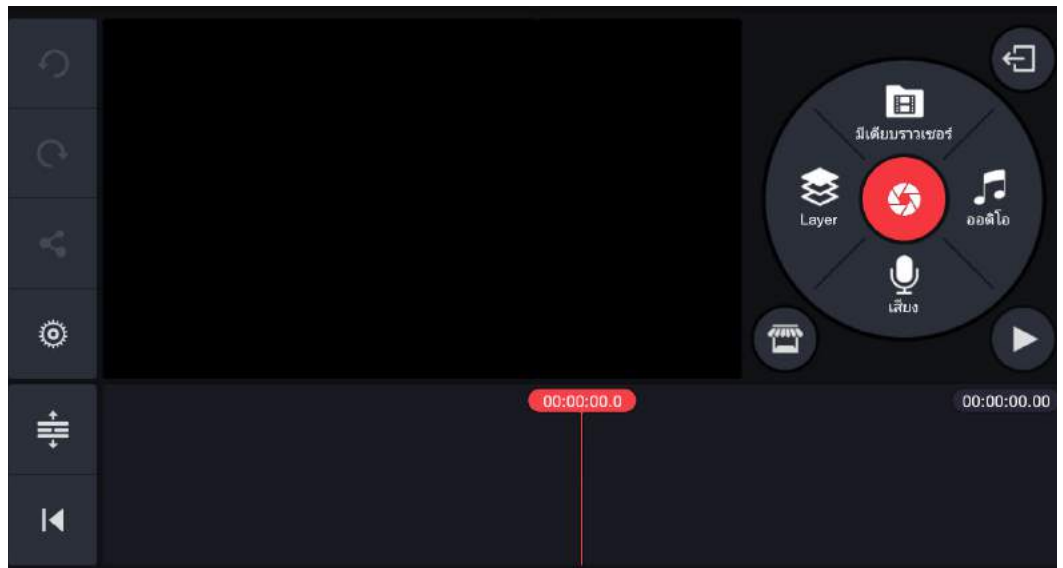
6



ในการตัดต่อด้วย KneMaster เราควรตั้งชื่อ Project หรือโครงการต่างๆ
ของเราด้วย โดยแต่ละไปที่สัญลักษณ์ มุมขวาบน ดังภาพข้างบน



7



เมื่อกดแล้ว แอปจะกลับไปหน้าจอโครงการต่างๆ ดังภาพข้างล่าง
ให้เราแตะที่โครงการ ที่เราจะตั้งชื่อใหม่

8



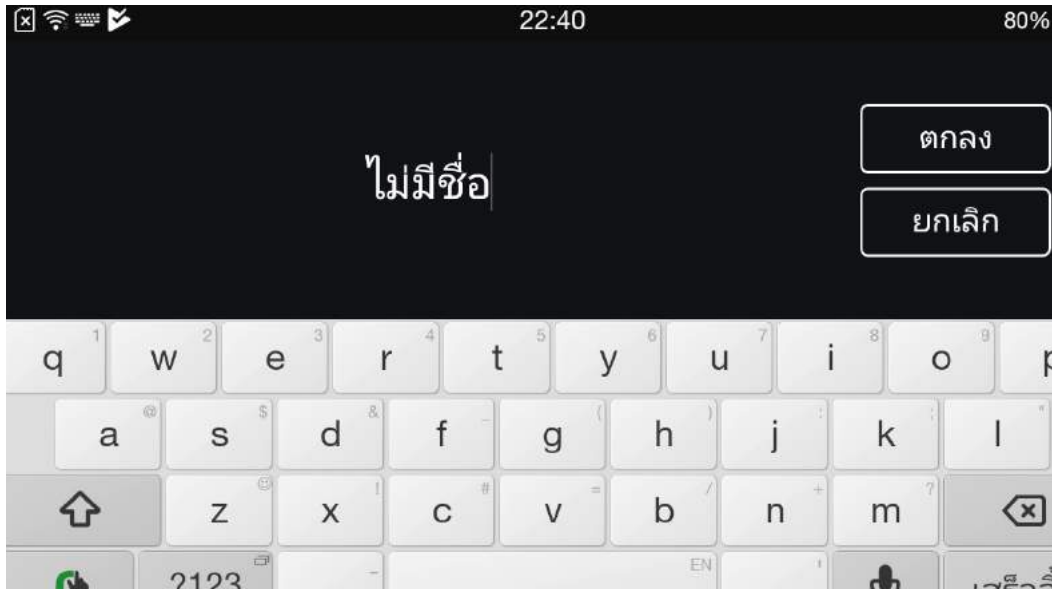
พอขึ้นหน้านี่ ให้เราแตะที่ คำว่า ไม่มีชื่อ ดังภาพข้างล่าง

9

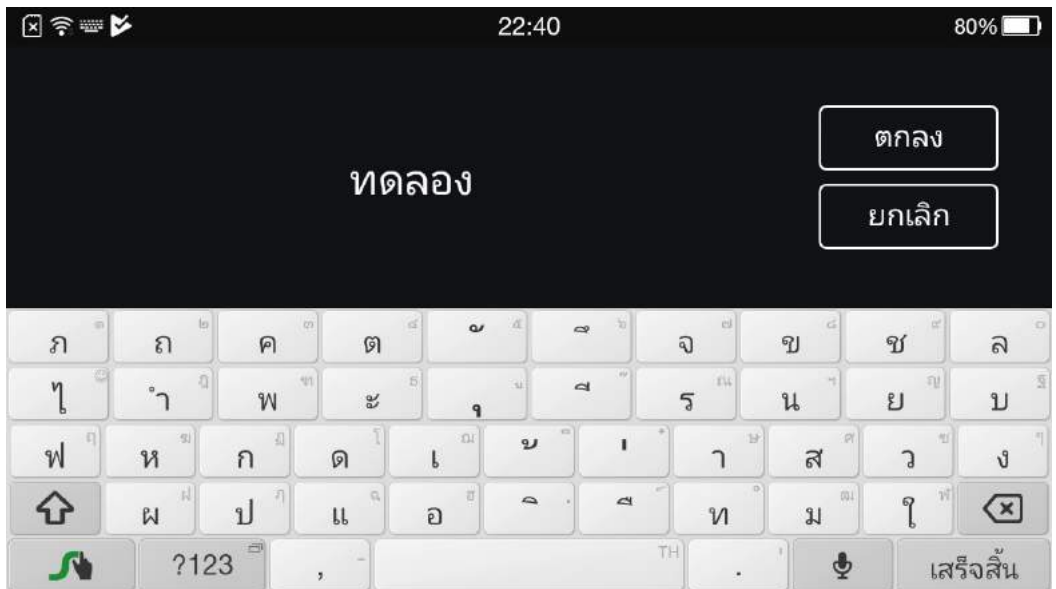


จากนั้นเราก็ทำการพิมพ์ชื่อโครงการที่เราตัดต่อ ดังภาพข้างล่าง

10



11

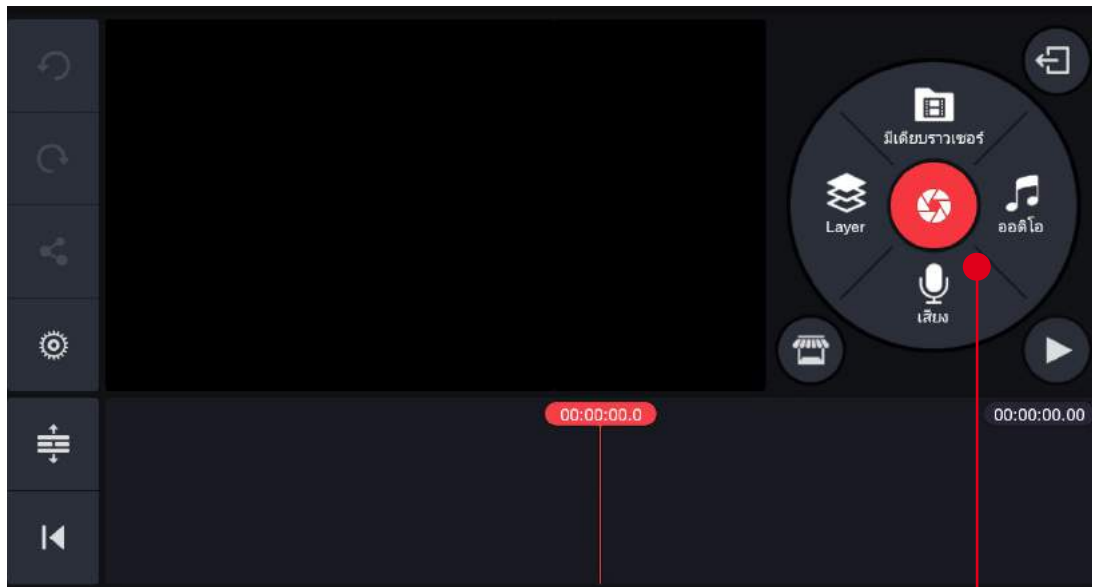


กดคำว่า ตกลง ก็จะเป็นการตั้งชื่อโครงการเรียบร้อยแล้ว ดังภาพข้างล่าง

12



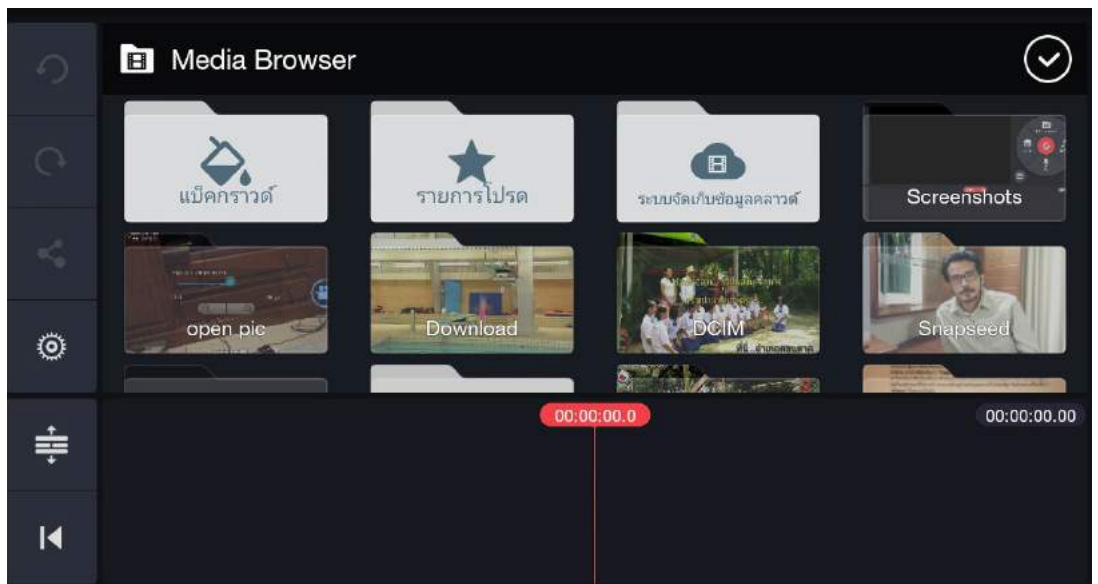
13



เมื่อกดแล้วจะเข้าสู่หน้าของการตัดต่อ ดั้งภาพ

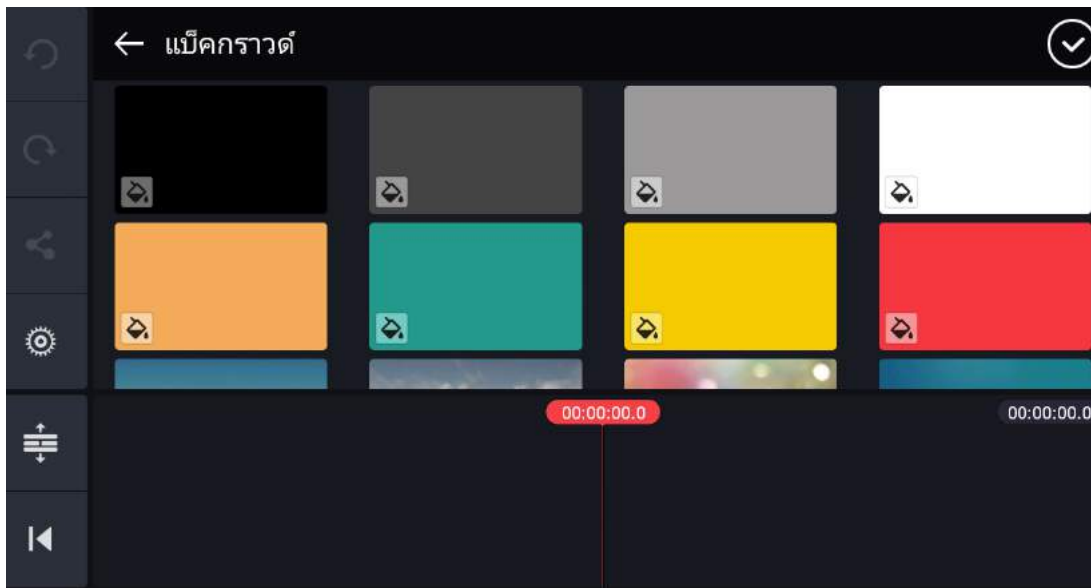
วงกลมใหญ่ด้านขวามือ ที่บรรจุคำว่า มีเดียบราวเซอร์ ออดิโอ เสียง และ layer เป็นที่เก็บวัตถุติบต่างๆ ที่เราจะใช้ในการเลือกมาตัดต่องาน
 มีเดียบราวเซอร์ เป็นที่เก็บภาพสีแบคกราวน์ ภาพนิ่ง และภาพวิดีโอ
 ออดิโอ เป็นที่เก็บเสียงดนตรี ที่เราดาวนโหลดมาไว้ในมือถือ
 เสียง เป็นที่เก็บและบันทึกเสียงบรรยายของเราเอง
 Layer เป็นที่เก็บและท้าวซ้อนต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นตัวอักษร สติกเกอร์ ซ้อนภาพนิ่ง ซ้อนภาพวิดีโอ

14



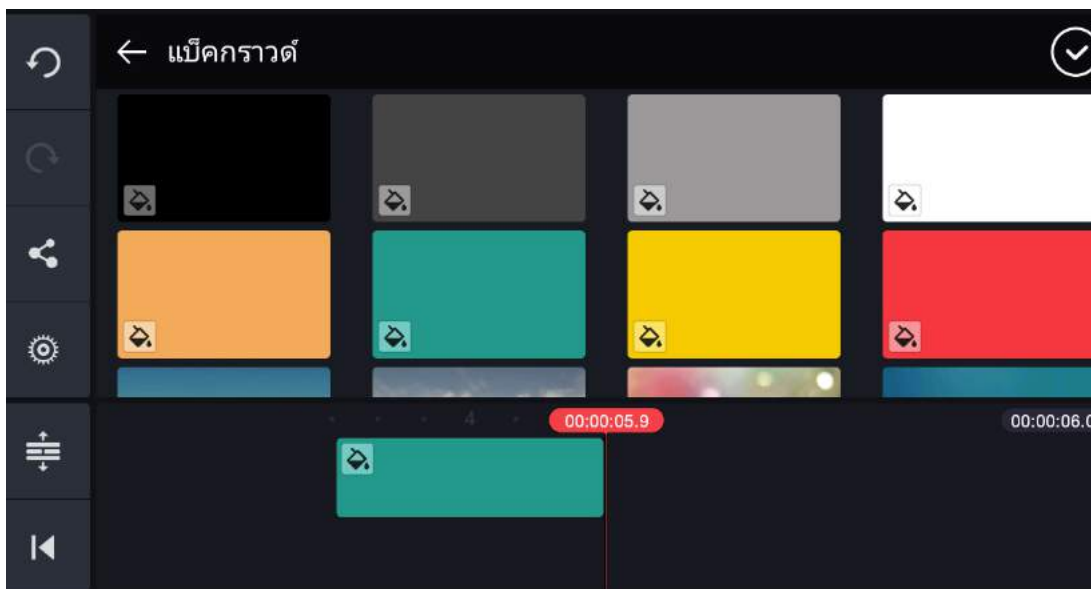
เมื่อเรากดที่ มีเดียบราวเซอร์ จะเข้าสู่หน้าของโฟลเดอร์เก็บภาพสี แบคกราวน์ ภาพนิ่ง และภาพวิดีโอที่เราถ่ายมา

15



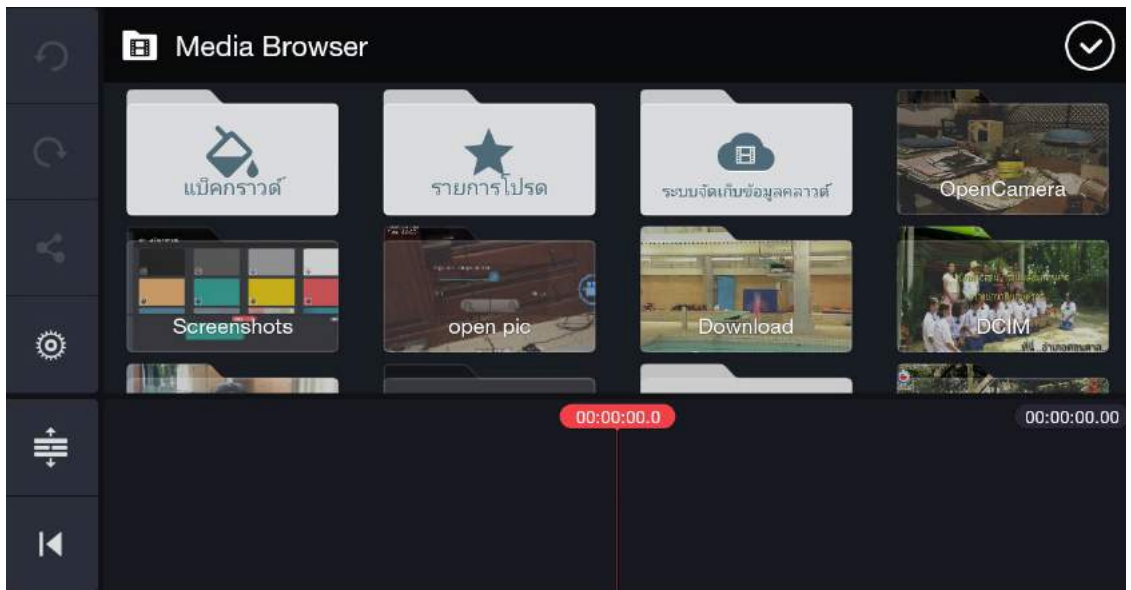
เมื่อเรากดที่ มีเดียบราวเซอร์ จะเข้าสู่หน้าของโพลเดอร์เก็บภาพสี แบ็คกราวด์ ภาพนิ่ง และภาพวิดีโอที่เราถ่ายมา

16



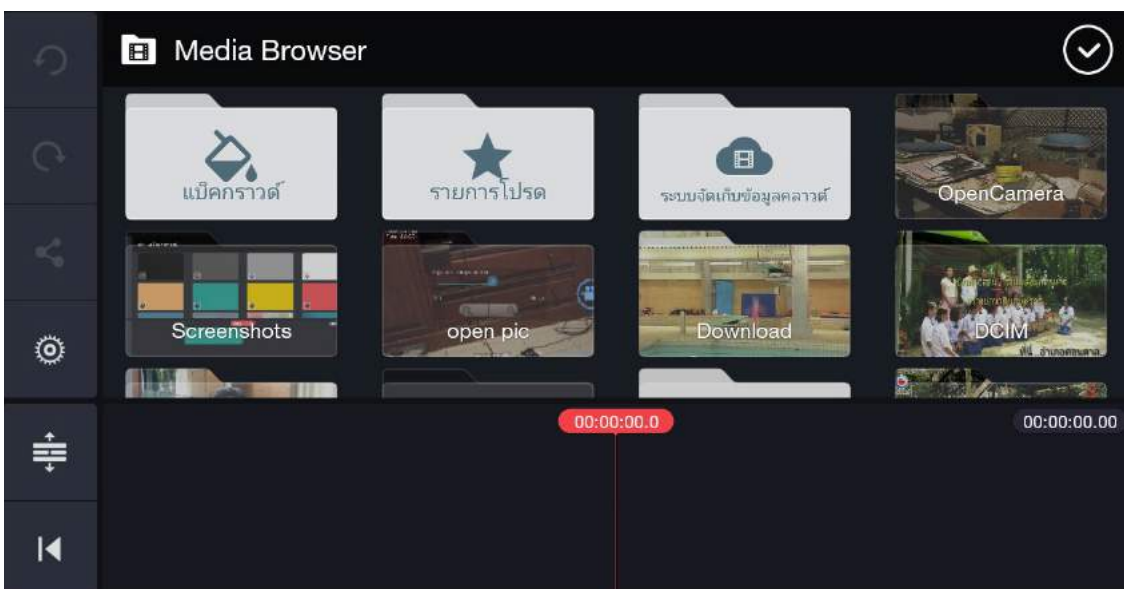
หากต้องการใช้แบ็คกราวด์สี เลือกกดแบ็คกราวด์สีที่ชอบ ก็จะได้แถบคลิปแบ็คกราวด์สี เพื่อใช้ในการทำงานตัดต่อ

17



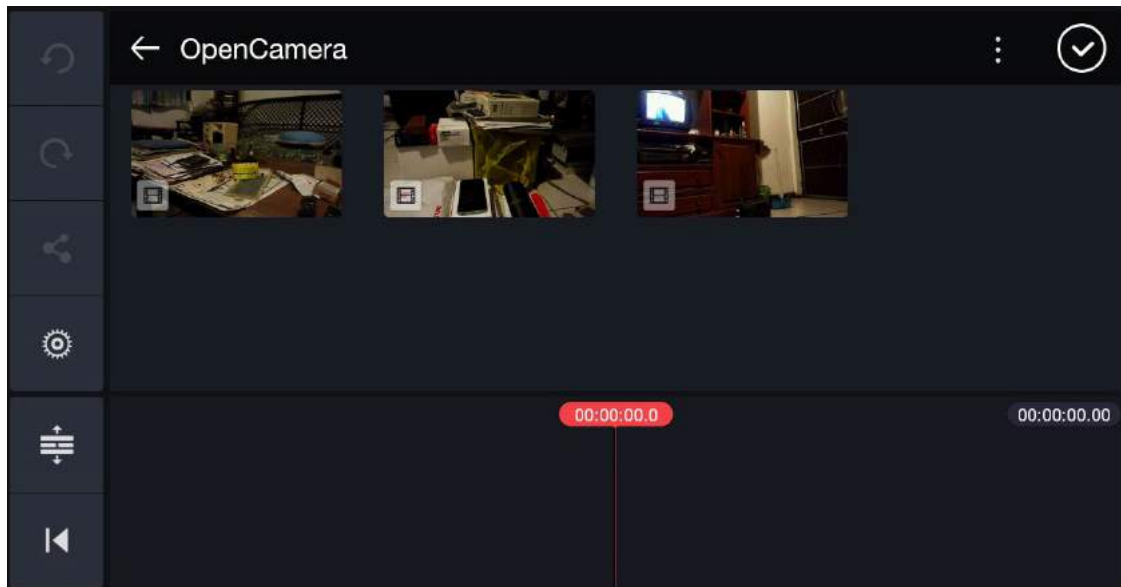
กลับมาที่หน้าโพลเดอร์ มีเดียบราวเซอร์ จะเป็นที่ที่เราเก็บภาพนิ่งและภาพวิดีโอที่เราถ่ายไว้ ถ้าเราถ่ายภาพวิดีโอและภาพนิ่งใน แอป Open camera ภาพนิ่งและวิดีโอจะอยู่ในโพลเดอร์ Open camera ให้เรากดที่โพลเดอร์นี้ แต่ถ้าถ่ายด้วยแอปของกล้องมือถือเอง จะอยู่ที่ Camera

18

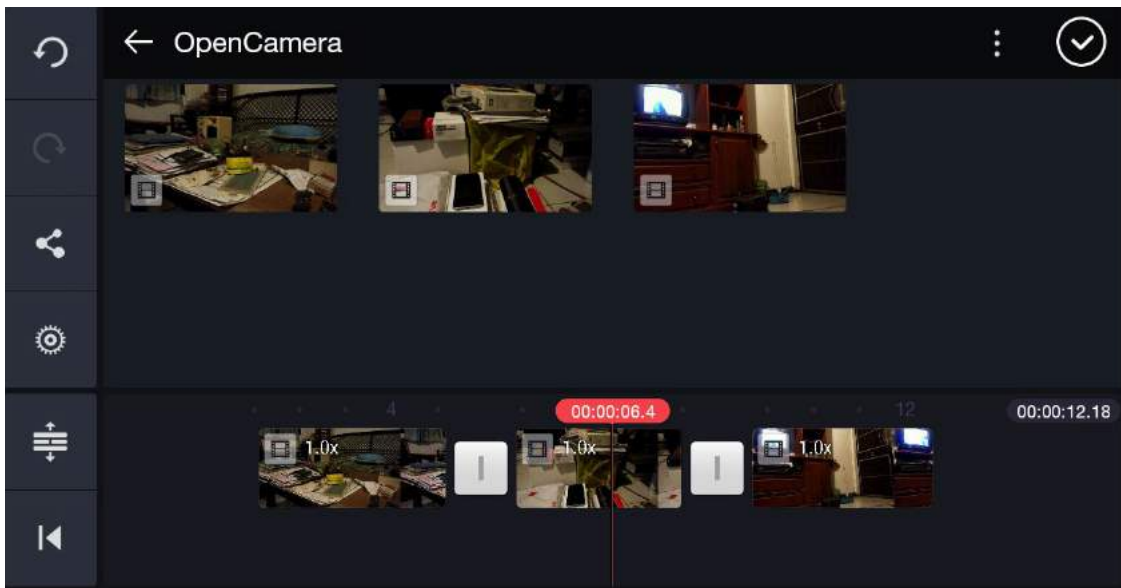


เมื่อเรากดที่โพลเดอร์ Open Camera แล้ว จะเข้าสู่สิ่งที่เราถ่ายทำไว้ ดังภาพข้างล่าง ให้เราแตะเลือกคลิปต่างๆ คลิปวิดีโอเหล่านี้ก็จะลงไปสู่แถบข้างล่าง ที่เรียกว่า Timeline หรือเส้นเวลาในการตัดต่อ โดยจะเรียงตามลำดับจากที่เราแตะคลิปก่อนหลังจากนั้นกดปุ่ม เครื่องหมายถูกมุมขวาบน

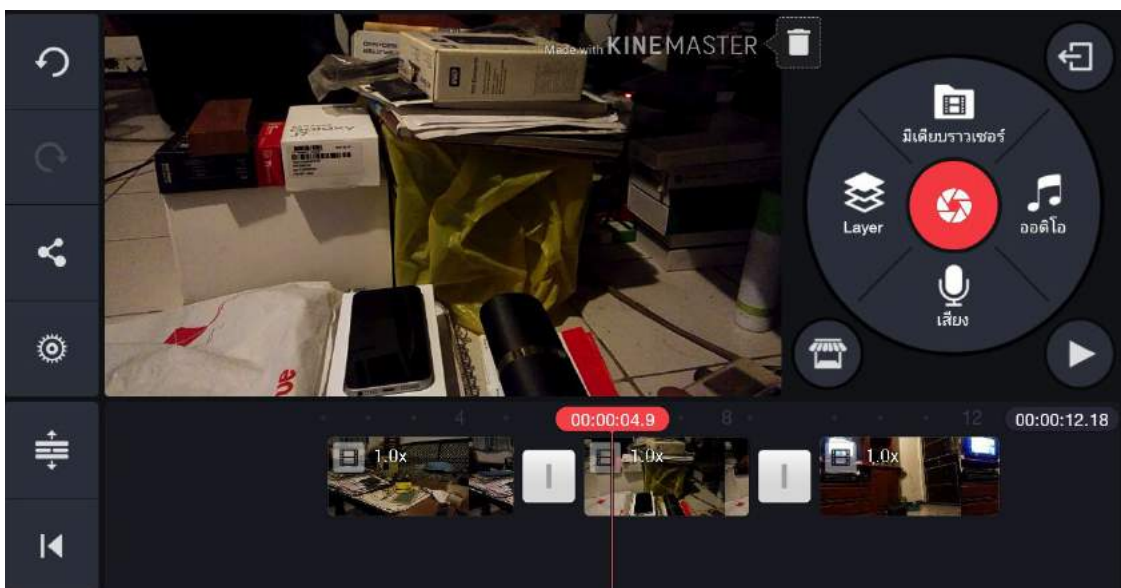
19



20



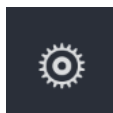
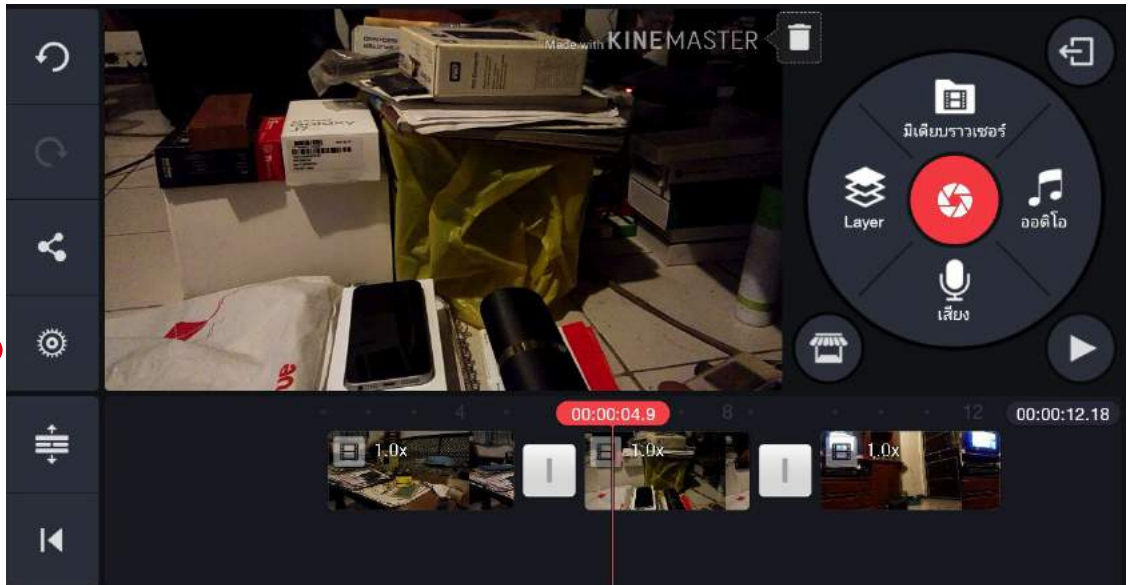
21



เมื่อเราเลือกคลิปลง Timeline แล้ว ภาพที่ปรากฏบนจอใหญ่ คือภาพที่ตรงกับเส้นสีแดงใน Timeline ก่อนเข้าสู่การเรียนรู้การตัดต่อด้วย kinemaster เราสามารถจกสัญลักษณ์คำสั่งอื่นๆ ที่ปรากฏกันก่อน

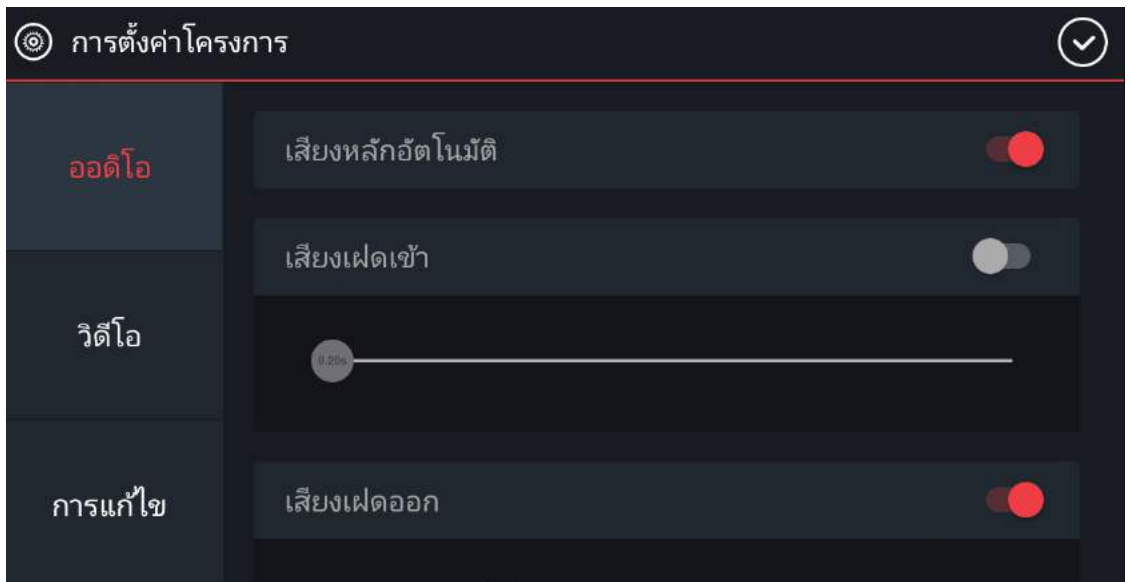
ก่อนเข้าสู่การเรียนรู้การตัดต่อด้วย KineMaster เรามารู้จักสัญลักษณ์คำสั่งอื่นๆ ที่ปรากฏกันก่อน

22



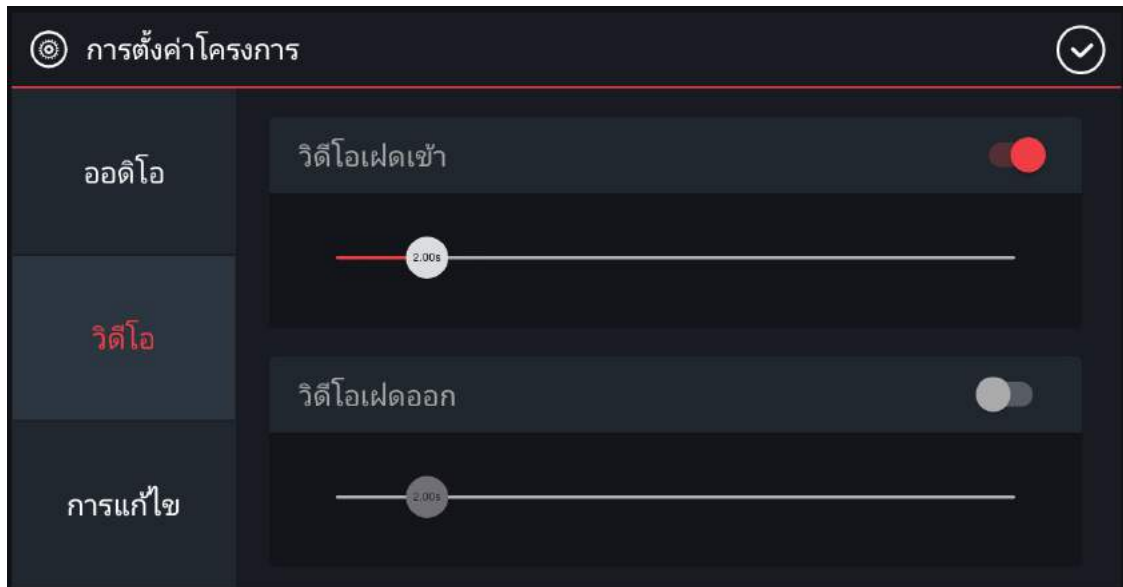
ปุ่มนี้ที่อยู่ด้านซ้ายมือ คือ การตั้งค่าเฟดเสียง หรือภาพก่อนเริ่มตัวชิ้นงาน เมื่อกดที่ปุ่มนี้ จะปรากฏดังภาพข้างล่าง

23



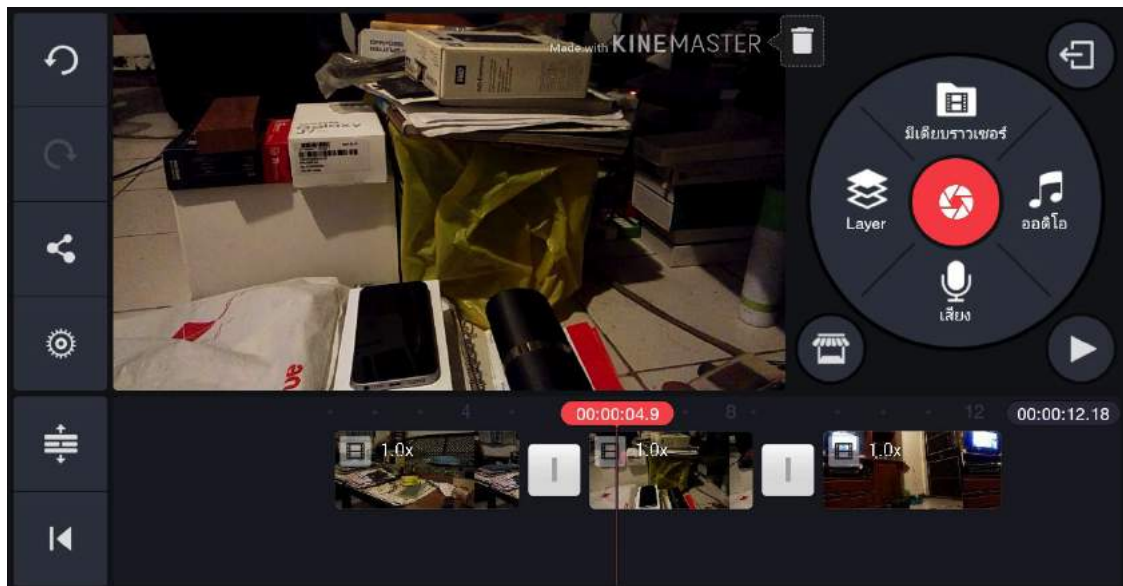
การกดที่ออดิโอ แล้วเลือกกดเฟดเสียงเข้า ให้เป็นสีแดง จะทำให้เสียงค่อยๆ เริ่มจากเงียบ และค่อยๆ ดังขึ้น

24



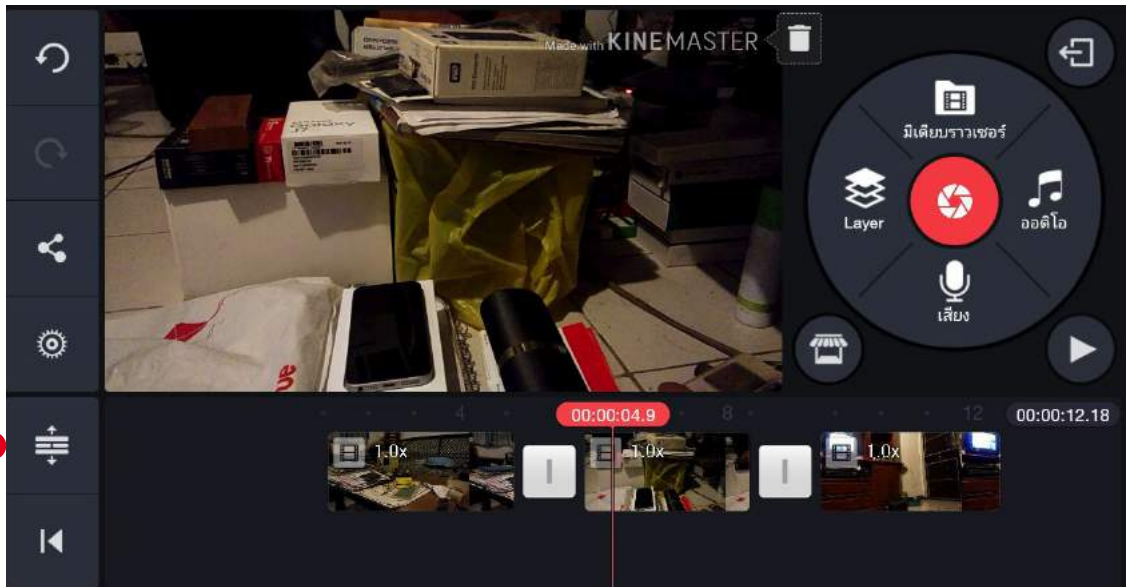
เช่นเดียวกัน เมื่อเลือกวิดีโอ และเลือกวิดีโอเฟดเข้าเป็นสีแดง ภาพจะเริ่มจากมืด และค่อยๆ สว่างขึ้น

25



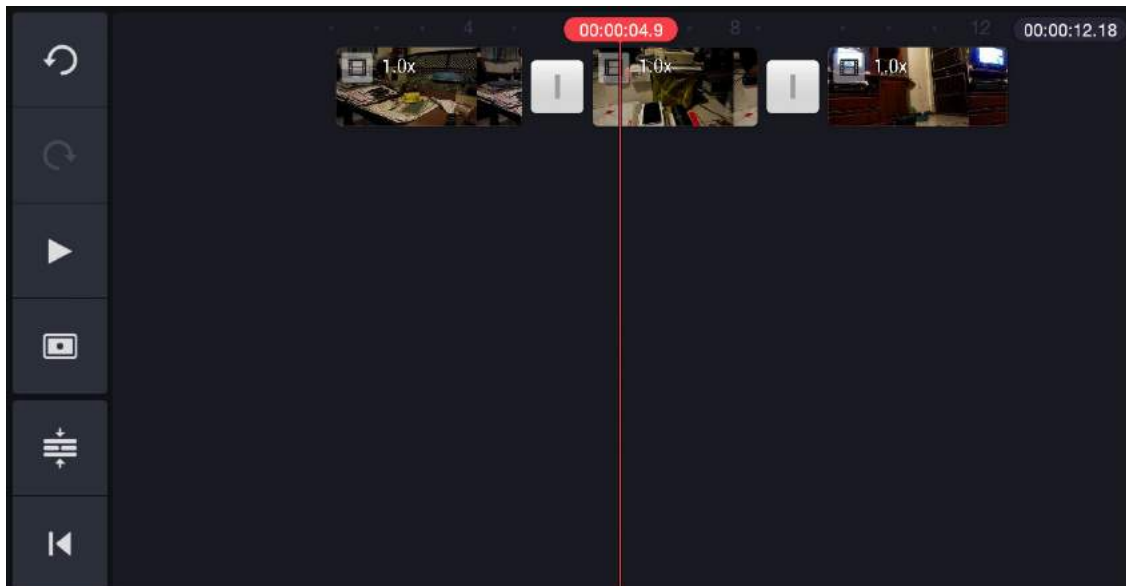
UPLOAD

26

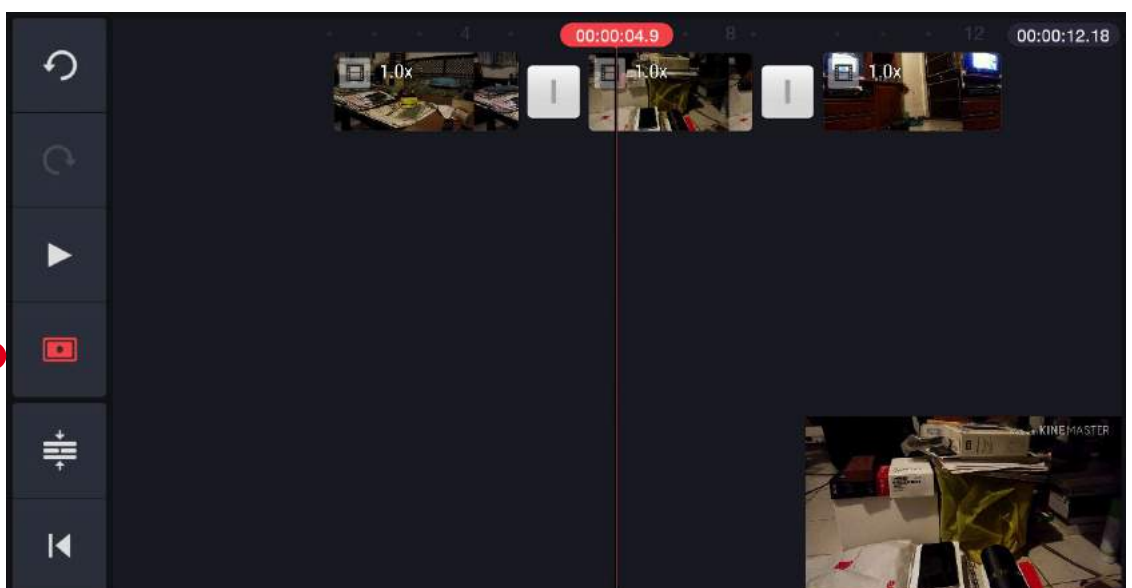


สำหรับสัญลักษณ์นี้ คือการขยาย Timeline ให้เห็นได้ทั้งหมด
เมื่อกดที่สัญลักษณ์นี้แล้ว ภาพจะเป็นดังข้างล่างนี้

27



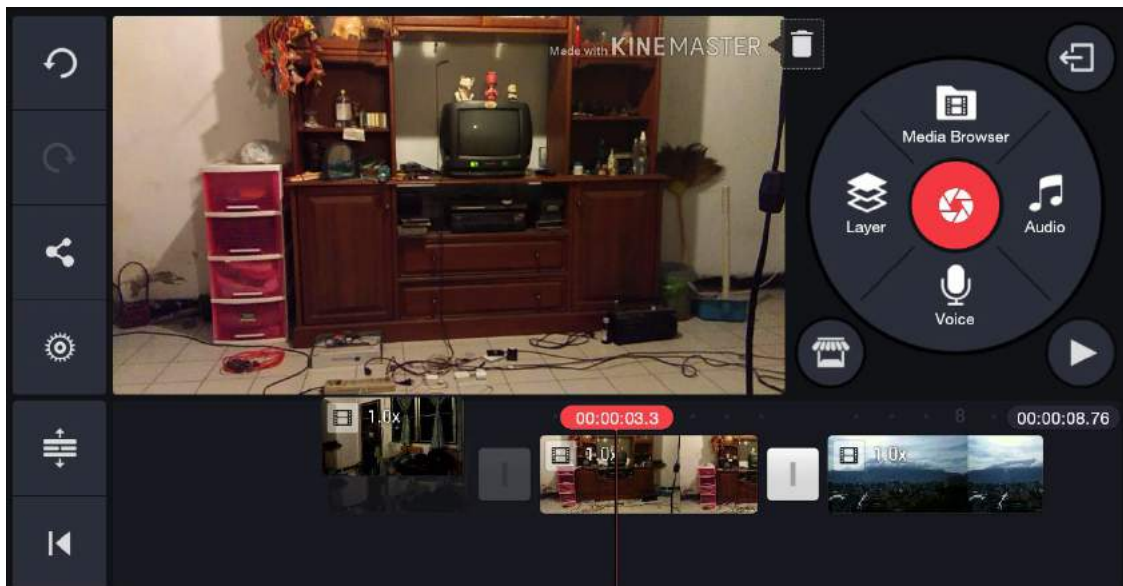
28



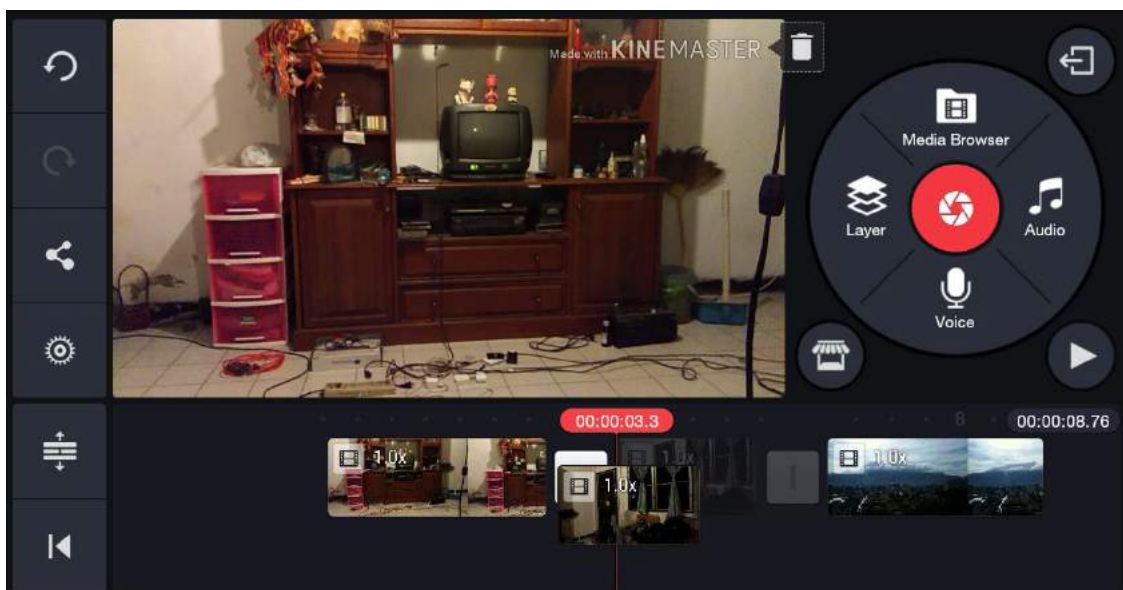
และเมื่อกดปุ่มนี้ จะมีจอให้ดูภาพปรากฏขึ้นมาดังภาพ

ในกรณีที่เรียงคลิปวิดีโอแล้ว เกิดอยากสลับที่ใหม่ ให้เราแตะคลิปที่ต้องการสลับที่ ค้างเอาไว้ จนรู้สึกว่สั่น จากนั้นเคลื่อนคลิปนั้นไปไว้ที่ที่ต้องการได้เลย ดังสองภาพข้างล่าง

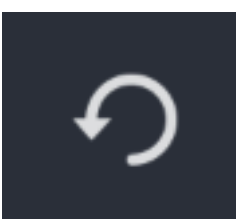
29



30

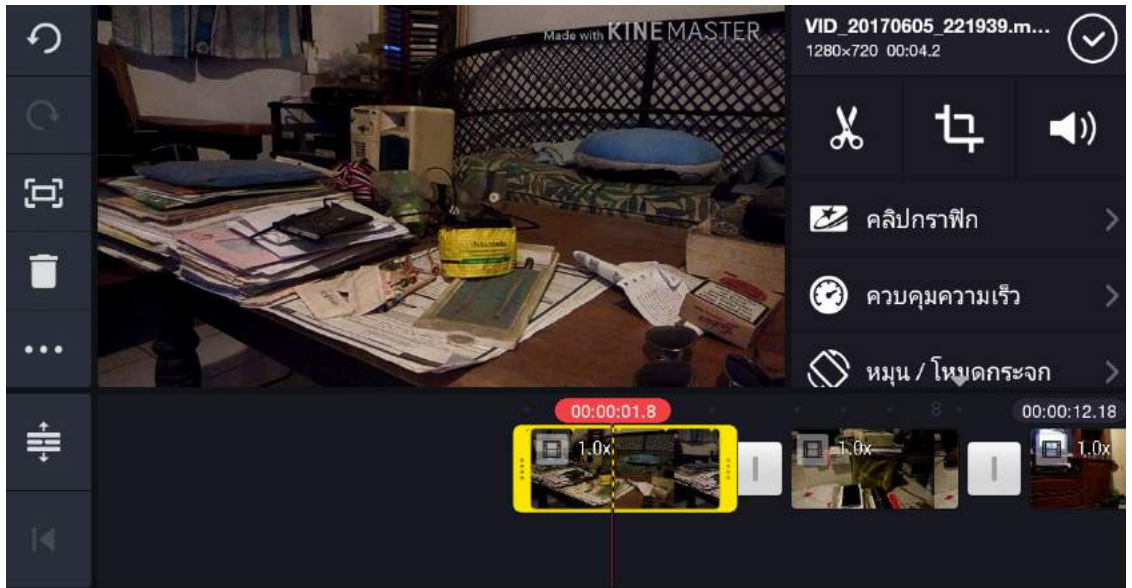


กรณีที่อยากลบคลิปนั้นออกไปจาก Timeline ให้แตะที่คลิปนั้นเบาๆ จนขึ้นกรอบสี่เหลี่ยม แล้วไปที่สัญลักษณ์ถังขยะที่อยู่ด้านซ้ายมือ และกดที่ปุ่มถังขยะ คลิปนั้นก็หายไป



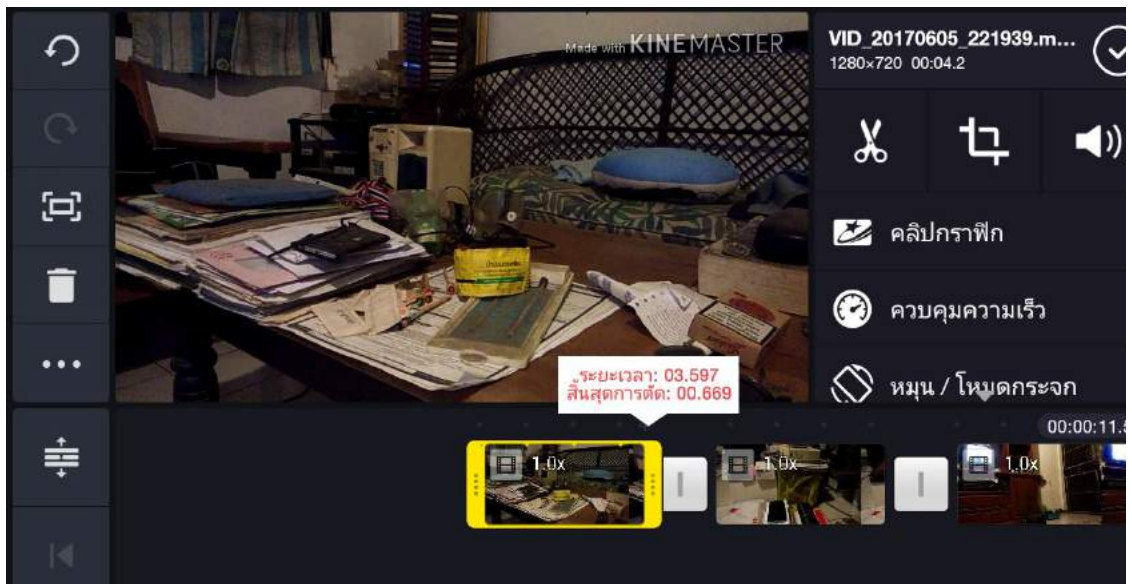
และหากลบคลิปไปแล้ว อยากจะนำกลับมาใหม่ ให้กดที่ปุ่ม Undo คลิปนั้นก็กลับมา

31

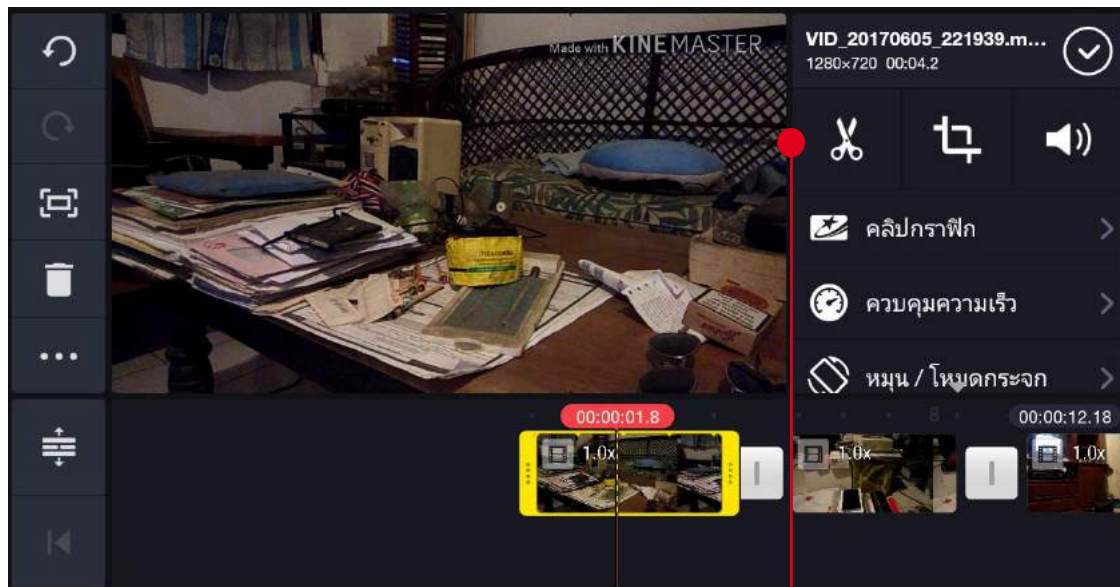


สำหรับการทำคลิปวิดีโอที่ถ่ายมาให้สั้นลงตามที่ต้องการ ให้แตะที่คลิปที่ต้องการเบาๆ ใน Timeline คลิปวิดีโอที่ถูกแตะจะขึ้นแถบเหลือง ดังภาพ การทำให้คลิปสั้นลง เราแค่แตะขอบสีเหลืองด้านหน้าหรือด้านหลัง และรูดเข้ามา คลิปก็จะสั้นลงตามที่ต้องการ โดยจะมีระยะเวลาที่เหลือของคลิปนั้นแสดงให้เห็นด้วย ดังภาพข้างล่าง

32



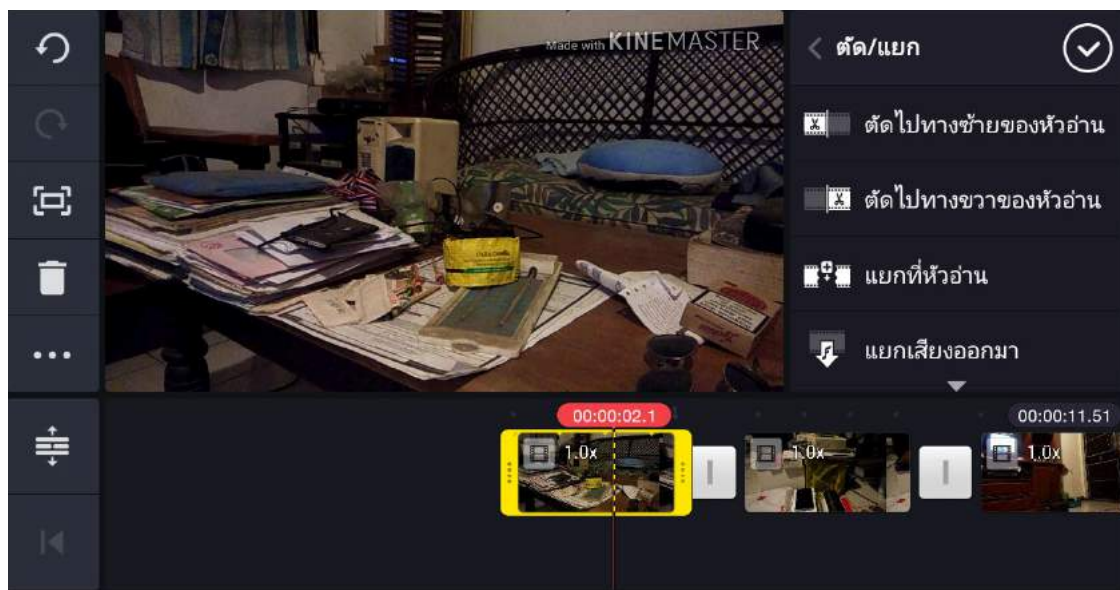
33



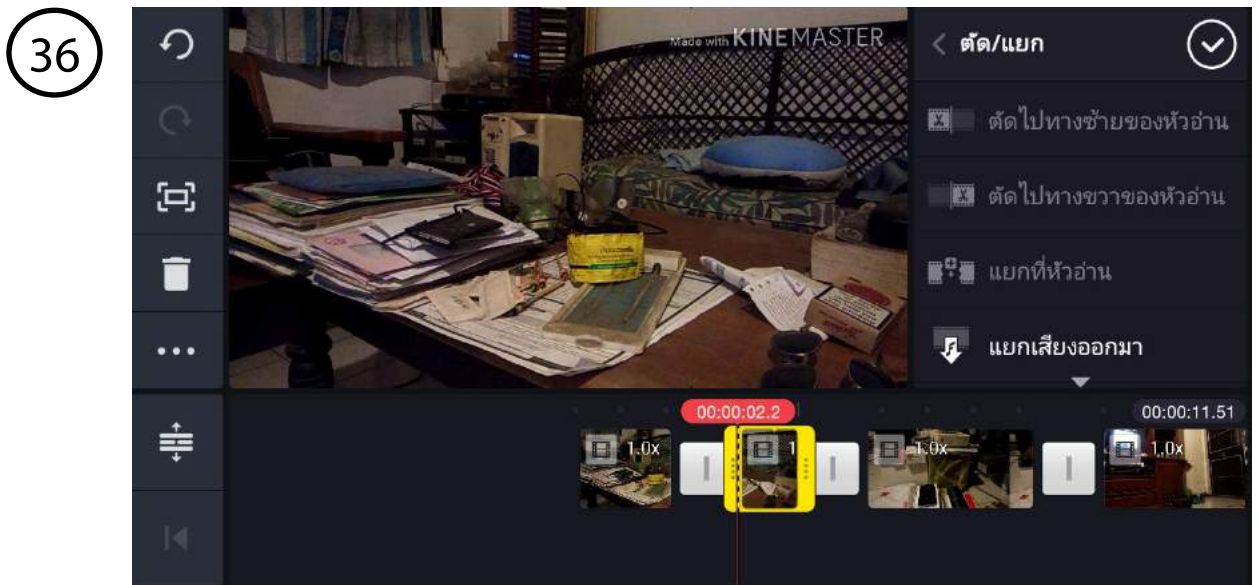
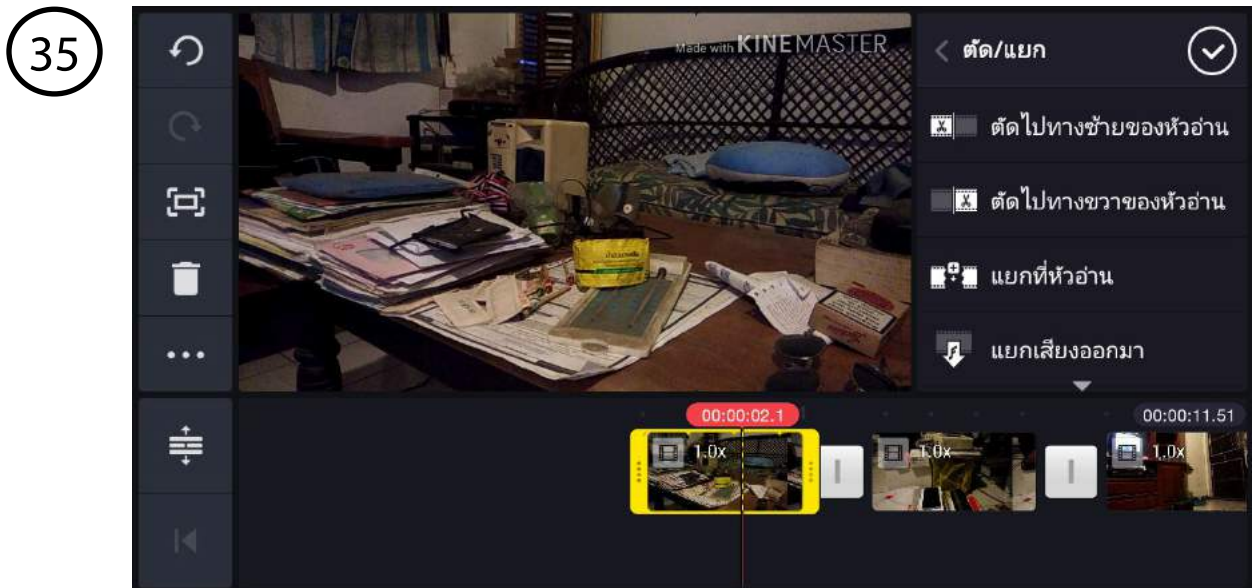
นอกจากการใช้วิธีรูดแถบสีเหลือง เพื่อให้คลิปสั้นลงแล้ว อีกวิธีคือการใช้คำสั่งกรรไกร

ก่อนอีกต้องวางเส้นปะสีแดง ไว้ตรงตำแหน่งที่ต้องการจะตัดออกก่อน จากนั้นกดปุ่มคำสั่ง กรรไกร แอปก็จะเข้าไปสู่โหมดคำสั่งกรรไกร ดังภาพข้างล่าง

34

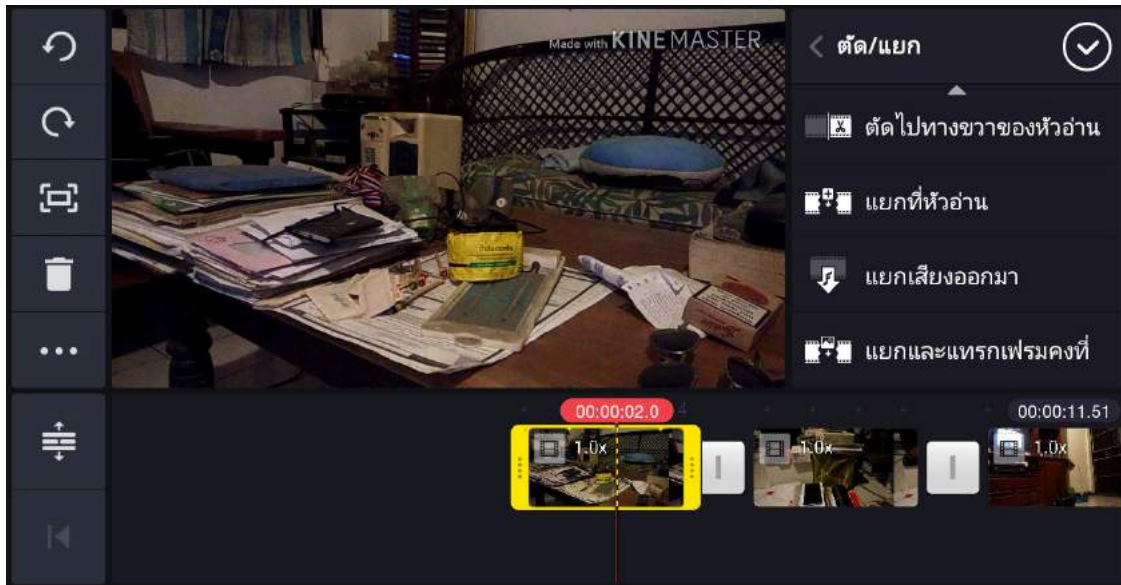


เมื่อเราวางเส้นปะสีแดงไว้ตรงตำแหน่งที่ต้องการแล้ว จะเกิดด้านซ้าย และด้านขวาของเส้นปะสีแดง ให้เราเลือกที่จะตัดซ้าย หรือตัดขวา ตามคำสั่งด้านบน คลิปก็จะสั้นลงตามที่เราเลือก นอกจากคำสั่ง ตัดไปทางซ้าย และตัดไปทางขวาแล้ว คำสั่งถัดมาคือ แยกที่หัวอ่าน คือ การแบ่งคลิปวิดีโอให้ออกเป็นสองส่วน หรือสองคลิปย่อยได้ ด้วยการกดที่คำสั่งแยกที่หัวอ่าน คลิปนั้นๆ ก็จะถูกแบ่งออกเป็นสองคลิปย่อยทันที ดังภาพข้างล่าง

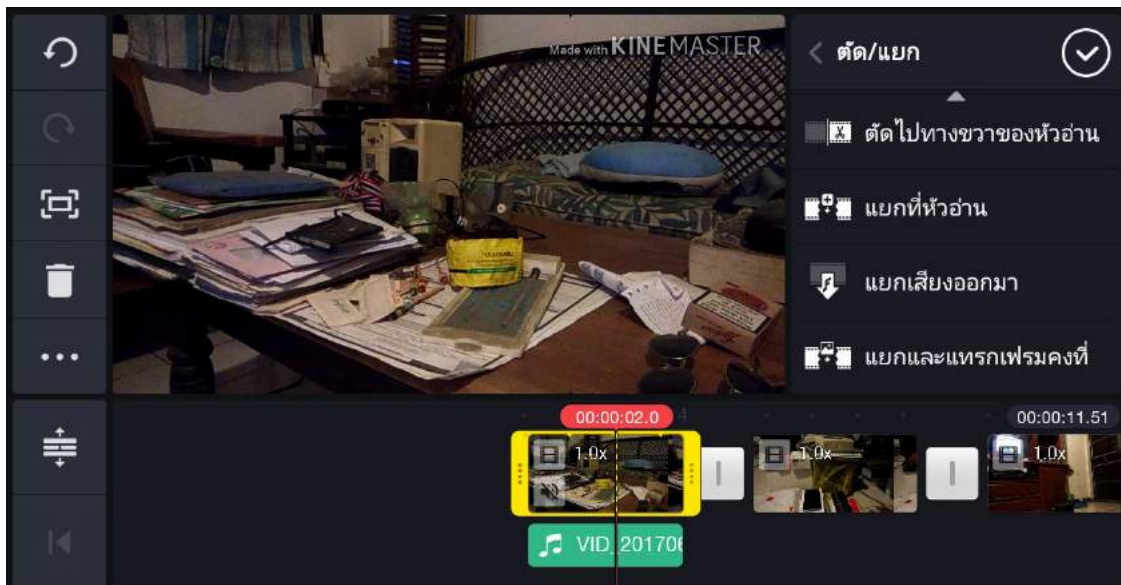


ในโหมดคำสั่งกรรไกร ยังมีคำสั่งย่อยคือ แยกเสียงออกมา นั่นคือ การแยกเสียงในวิดีโอออกมา
ให้เป็นอิสระต่อกัน เมื่อเรากดที่แยกเสียงออกมา ภาพและเสียงจะเป็นอิสระต่อกัน
ดังภาพข้างล่าง เสียงในวิดีโอจะเป็นแถบสีเขียว

37



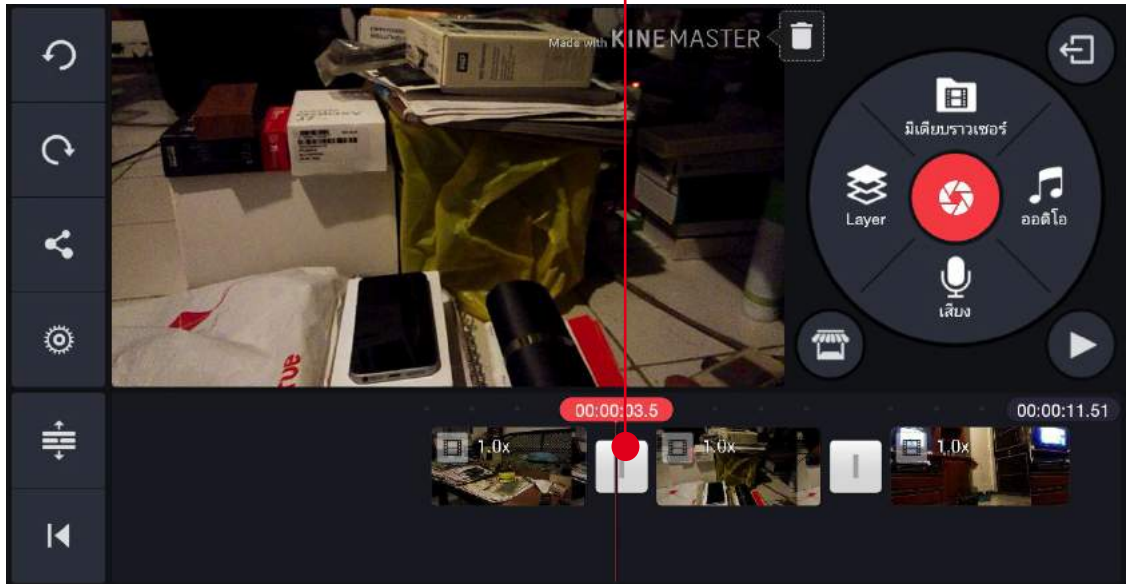
38



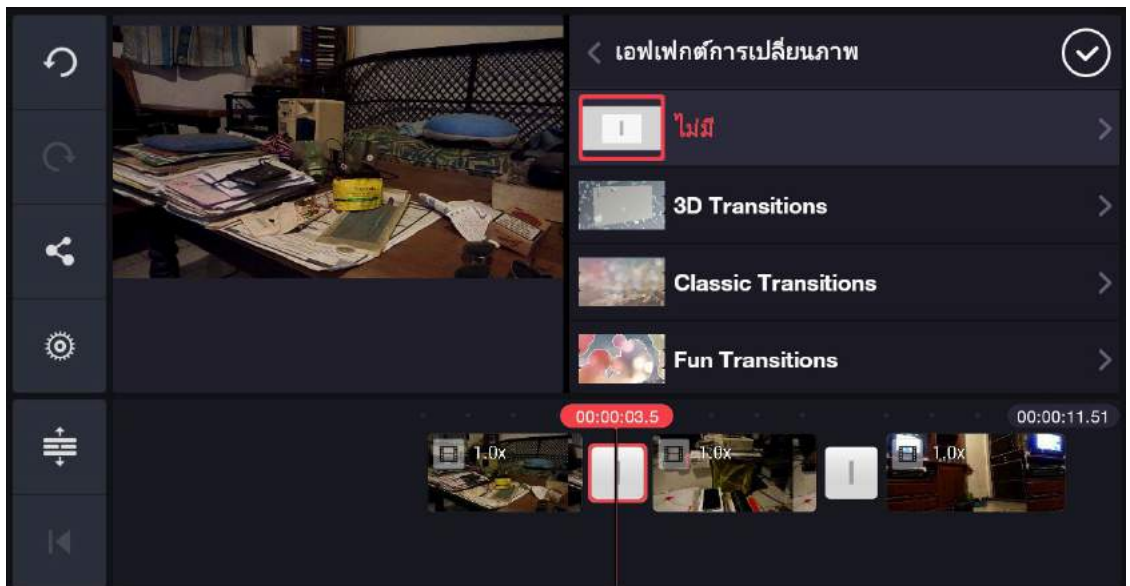


ส่วนรอยต่อระหว่างคลิปนี้ แสดงว่าคลิปที่หนึ่งจะต่อกับคลิปที่สองทันที หรือที่เรียกว่า คัทชนคัท หากเราแตะที่สัญลักษณ์นี้ จะปรากฏคำสั่งการเชื่อมต่อคลิปขึ้นมาให้เลือกใช้ ดังภาพข้างล่าง

39



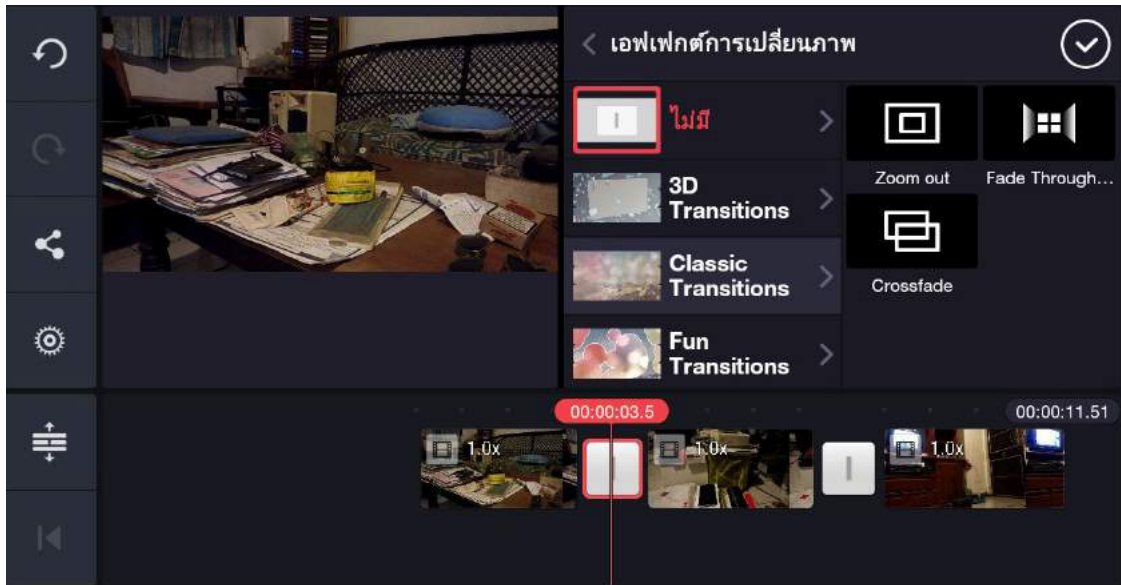
40



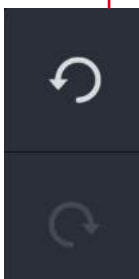
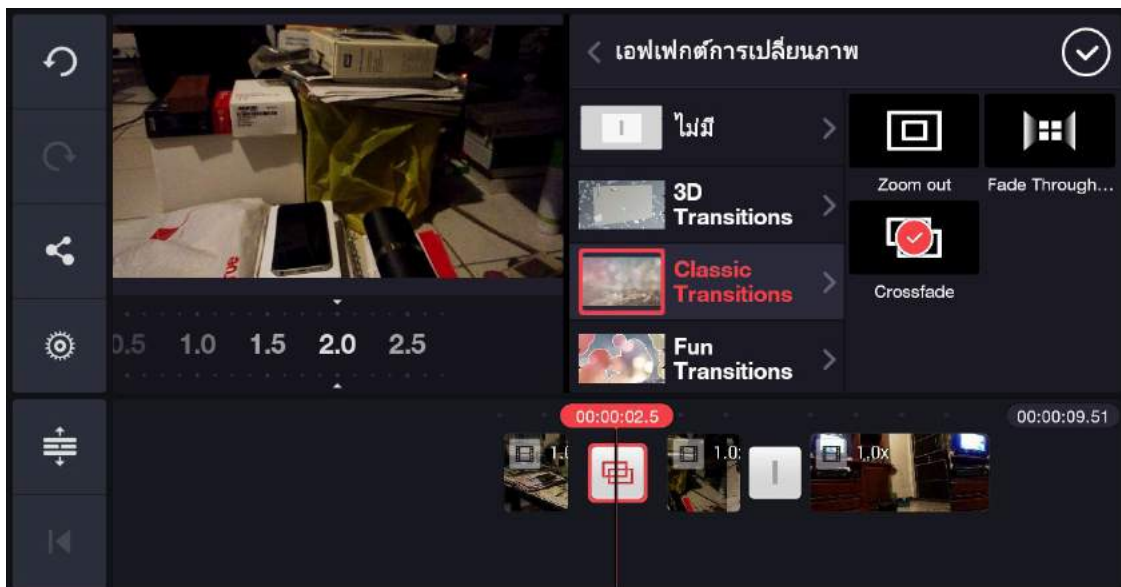
เราก็แต่เลือก การเชื่อมต่อคลิปที่ต้องการ จะปรากฏคำสั่งย่อยให้เราเลือกทำมากมาย
ตั้งภาพข้างล่าง

จากนั้น แต่เลือกตัวที่ต้องการ ตั้งภาพข้างล่าง
การเชื่อมต่อระหว่างคลิปก็จะเปลี่ยนไปตามที่เราเลือก

41



42

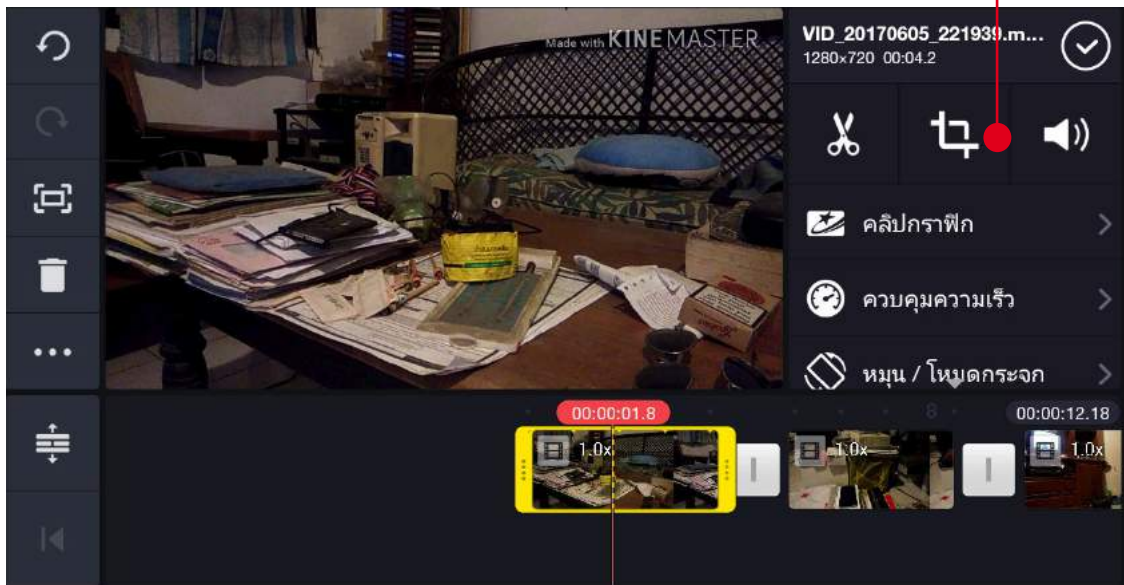


หากเปลี่ยนใจ อยากกลับมาเป็นคลิปชนคลิป ไม่มีตัวเชื่อม ให้กดที่ ช่องคำสั่ง ไม่มี
ตั้งภาพข้างบน หรือ กดปุ่ม Undo หรือ Redo ก็จะกลับย้อนไปได้

สัญลักษณ์คำสั่งนี้ เรียกว่า การ CROP หรือการเลือกขยายบางส่วนมาใช้

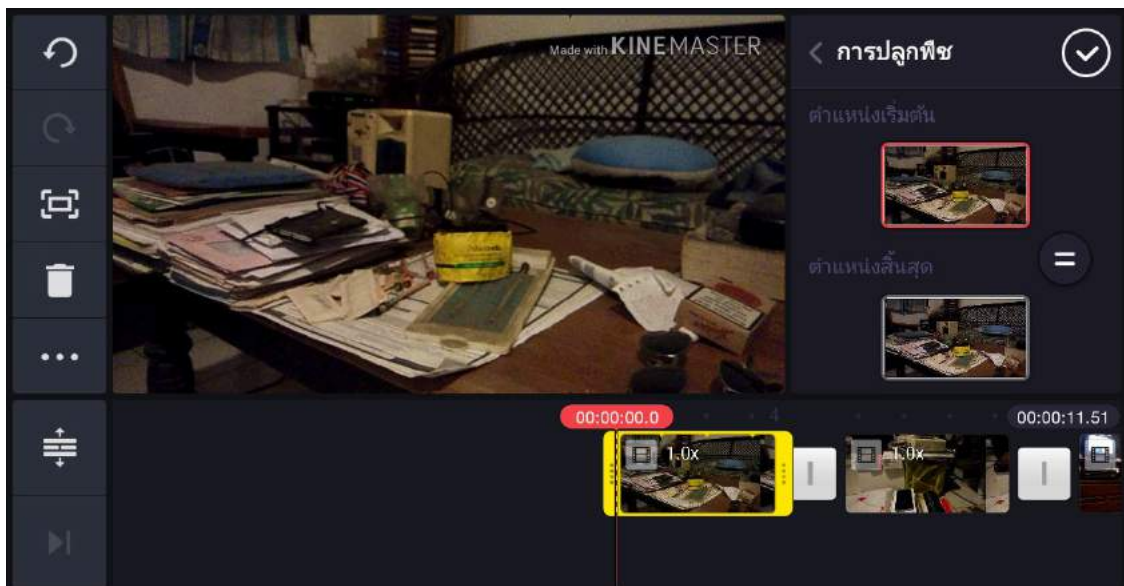


43

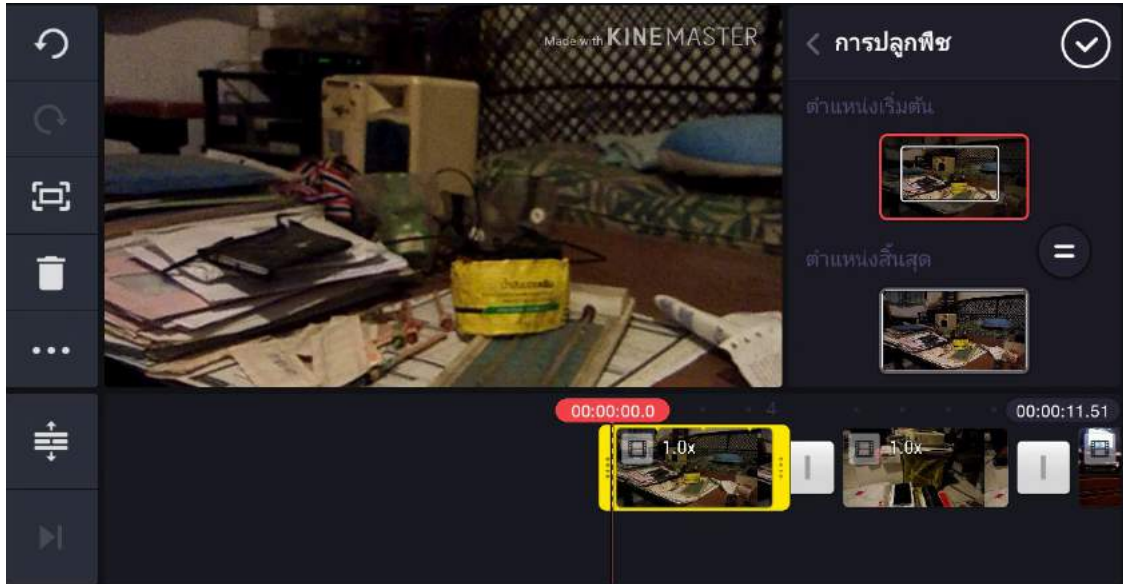


เมื่อกดที่คำสั่ง crop จะปรากฏภาพดังข้างล่างนี้
อันดับแรก ให้เราเลือกที่ภาพตำแหน่งเริ่มต้น ดังภาพ (44)
และใส่นิ้วขยายภาพในจอหลัก ภาพก็จะขยายขึ้น ดังภาพ (45)

44

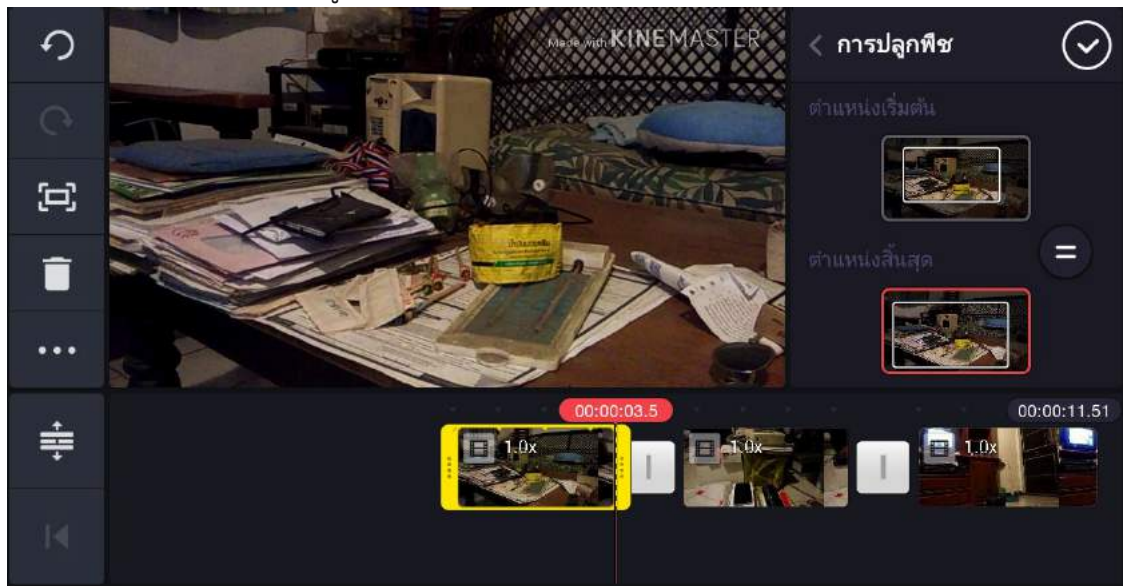


45



จากนั้นไปแตะที่ ตำแหน่งสิ้นสุด และทำการขยายภาพตามที่ต้องการ กดเครื่องหมายถูก และลองเล่นคลิปนั้นดู คลิปนั้นจะขยายขึ้น และเกิดการเคลื่อนไหวตามที่กำหนดไว้

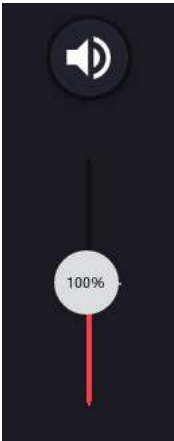
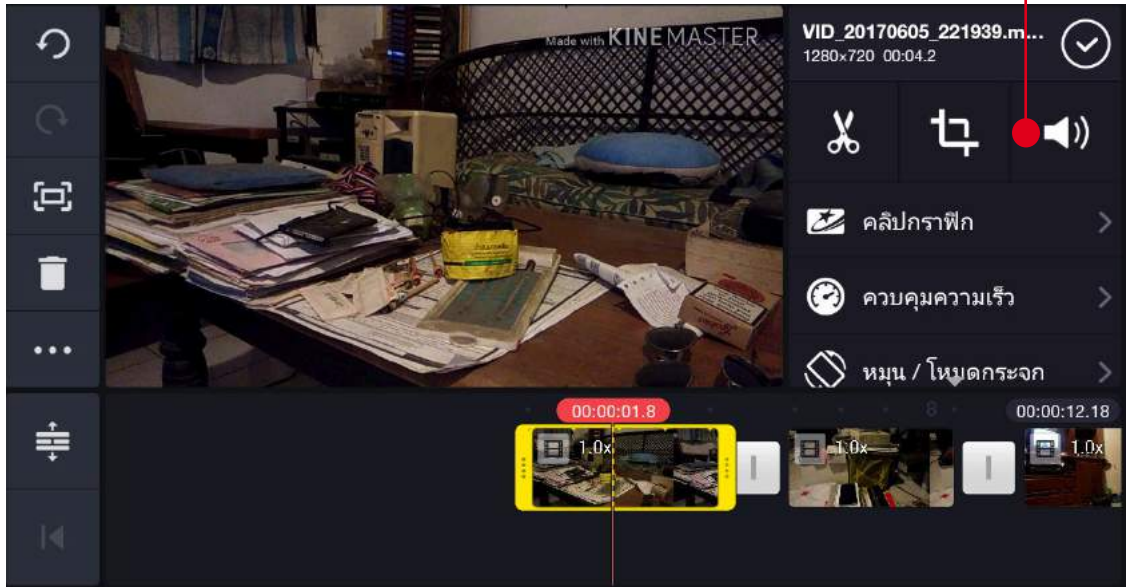
46



สำหรับการปรับระดับเสียงในคลิปวิดีโอ ให้เบาลง ดังขึ้นหรือปิดเสียง ให้ไปที่ปุ่มคำสั่ง



47



เมื่อกดปุ่มคำสั่งแล้ว จะปรากฏตามภาพ ให้เราทำการปรับระดับเสียง ดัง เบา ตามที่ต้องการ

48



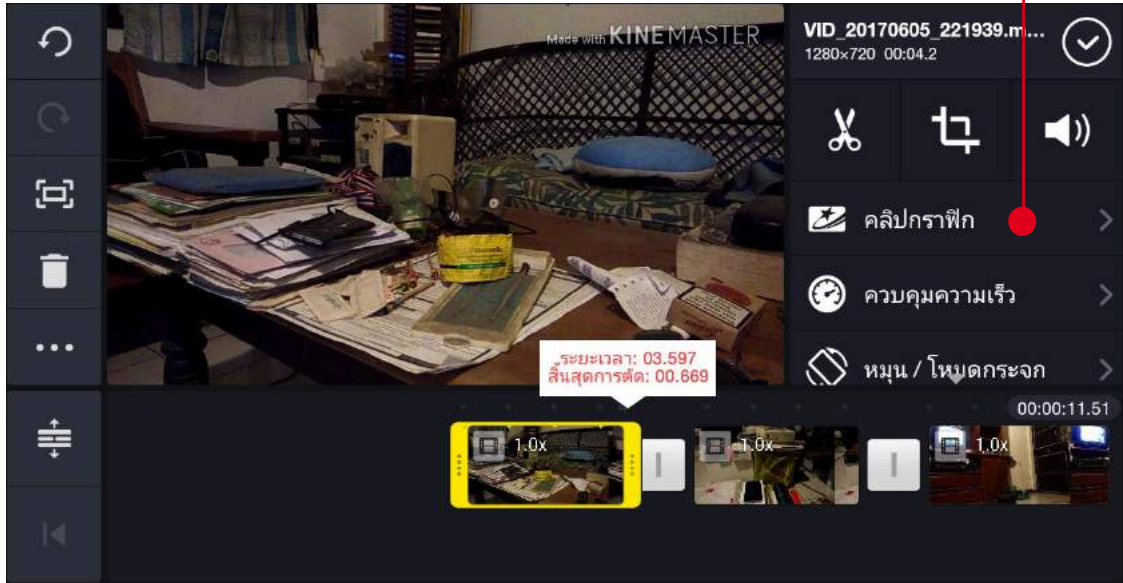
49



แต่ถ้าอยากปิดเสียงเลย ให้กดที่ปุ่มลำโพง ดังภาพ

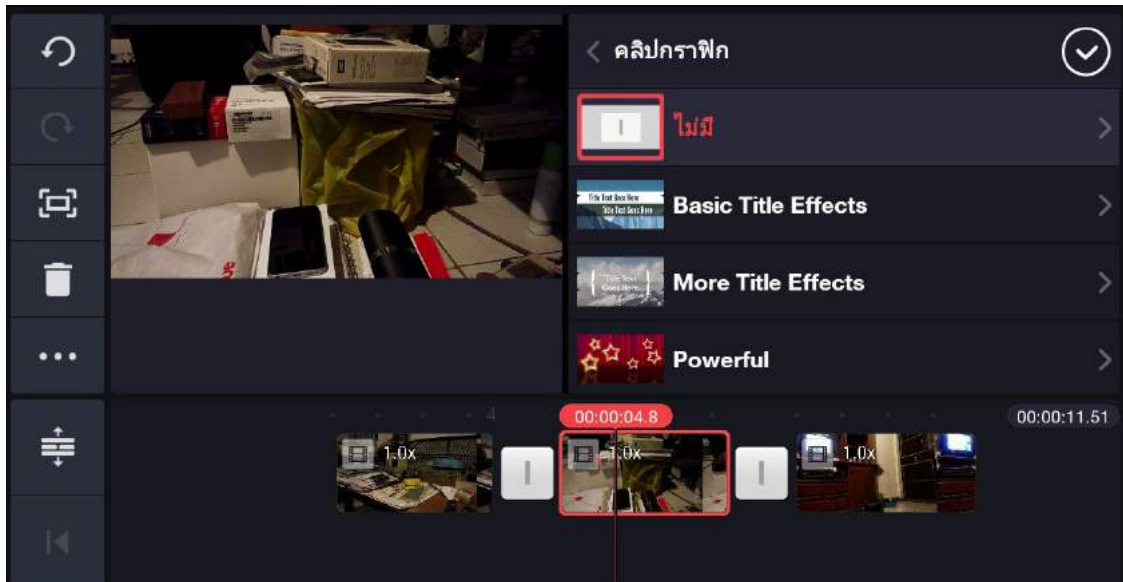
คำสั่งการทำตัวอักษรแบบสำเร็จรูป ให้แตะที่ปุ่มคำสั่ง **คลิปกราฟิก** ดังภาพข้างล่าง

50



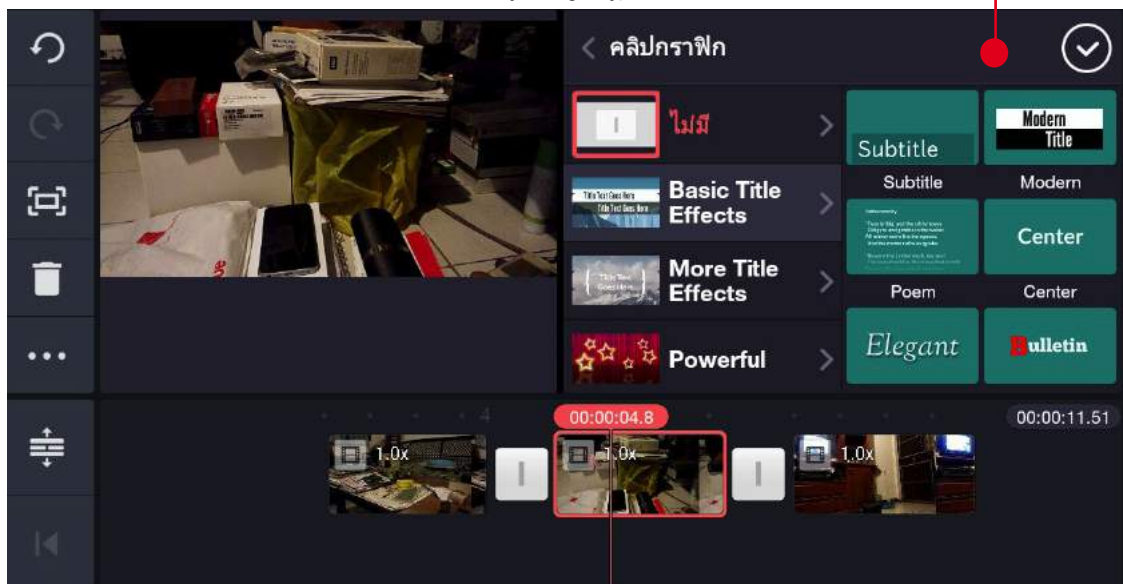
เมื่อแตะคำสั่ง **คลิปกราฟิก** แล้ว จะมีฟลเดอร์ ตัวเลือกแบบอักษรสำเร็จรูปให้เราเลือก

51



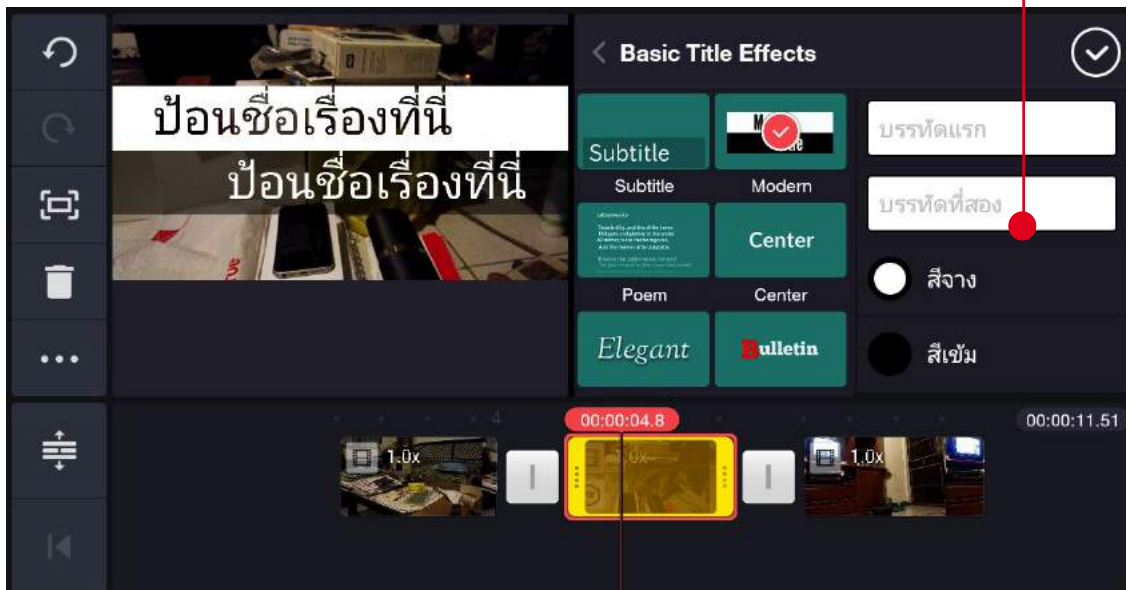
เมื่อเราแตะที่ตัวเลือกแบบอักษร ก็จะไปสู่ตัวเลือกย่อย ให้เราแตะที่ตัวเลือกย่อยสีเขียว ดังภาพข้างล่าง

52

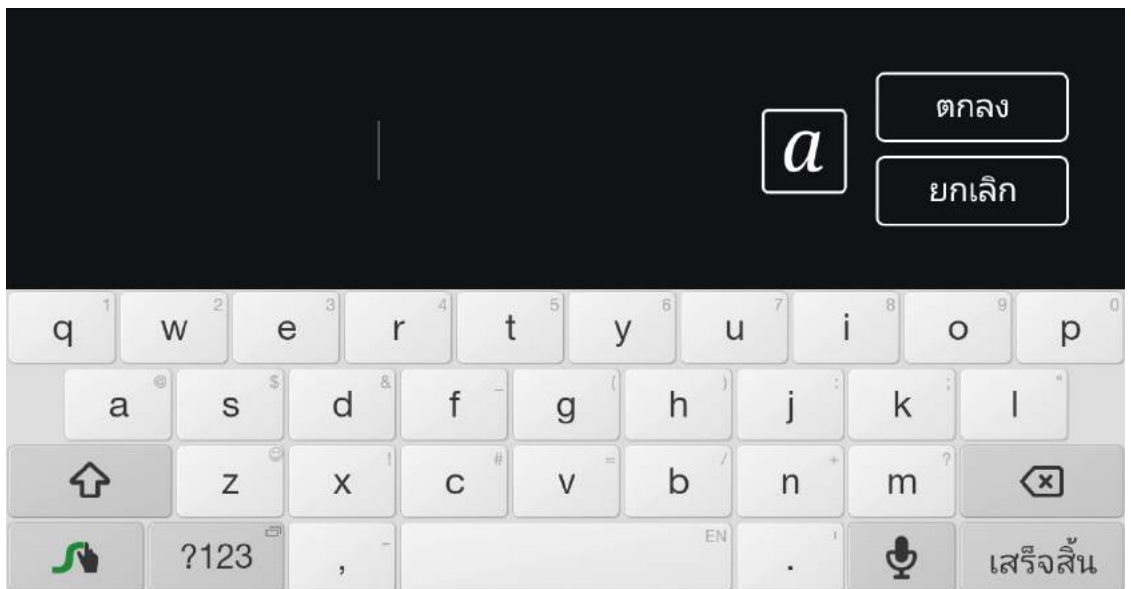


เราก็จะพบกับรูปแบบตัวอักษรดังกล่าว ให้เราแตะที่ช่องสี่เหลี่ยมยาวสีขาว เพื่อใส่ตัวอักษร ส่วนวงกลมขาว และดำ ให้เราแตะเพื่อเปลี่ยนสีได้

53

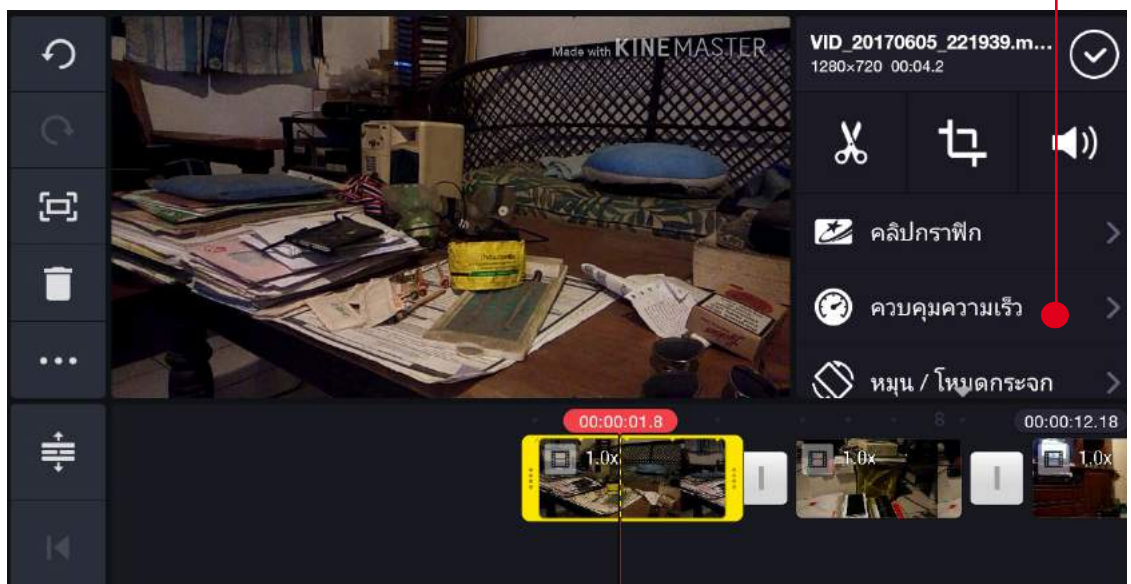


54



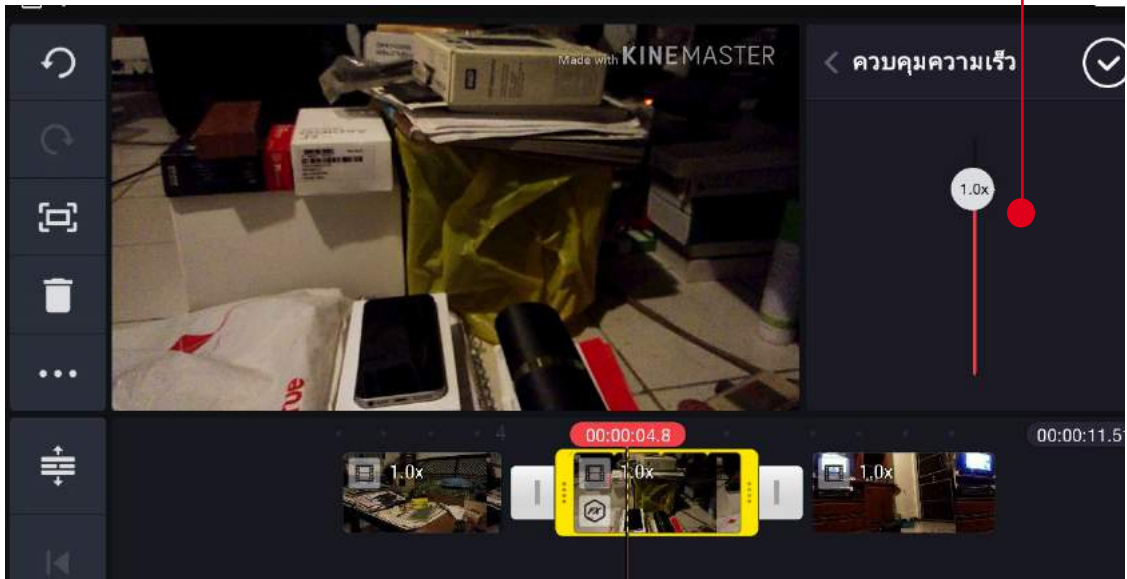
คำสั่งควบคุมความเร็ว คือ การทำให้ภาพวิดีโอช้า หรือเร็วขึ้น

55

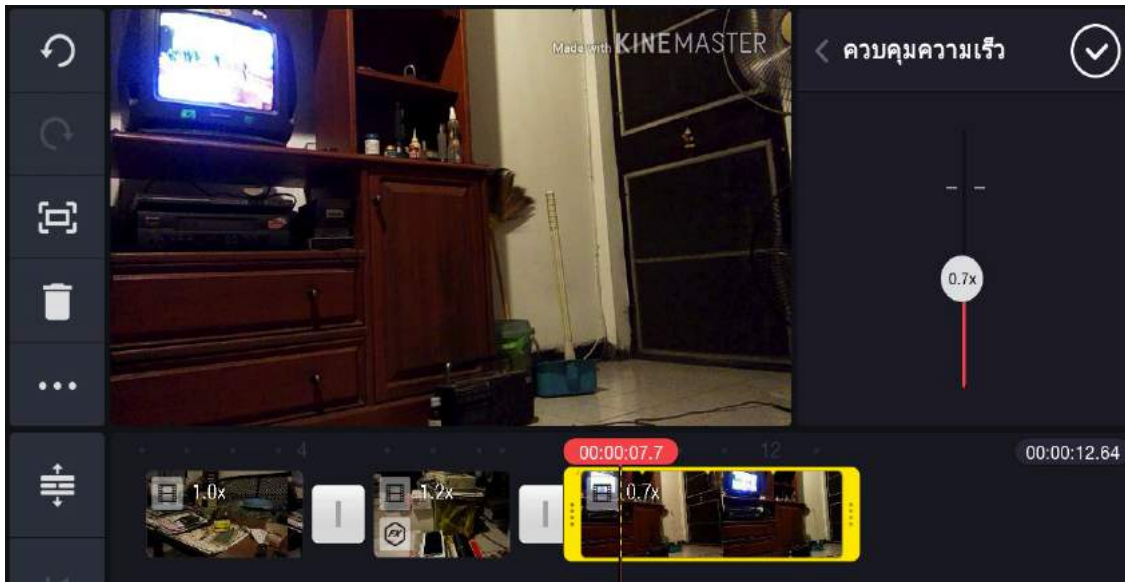


เมื่อเราแตะที่คำสั่ง **ควบคุมความเร็ว** จะปรากฏเส้นสีแดงแนวตั้ง ให้เราปรับความช้าหรือเร็ว
ปรับขึ้นจะเร็วขึ้น ปรับลงจะช้าลง ดังภาพข้างล่าง

56

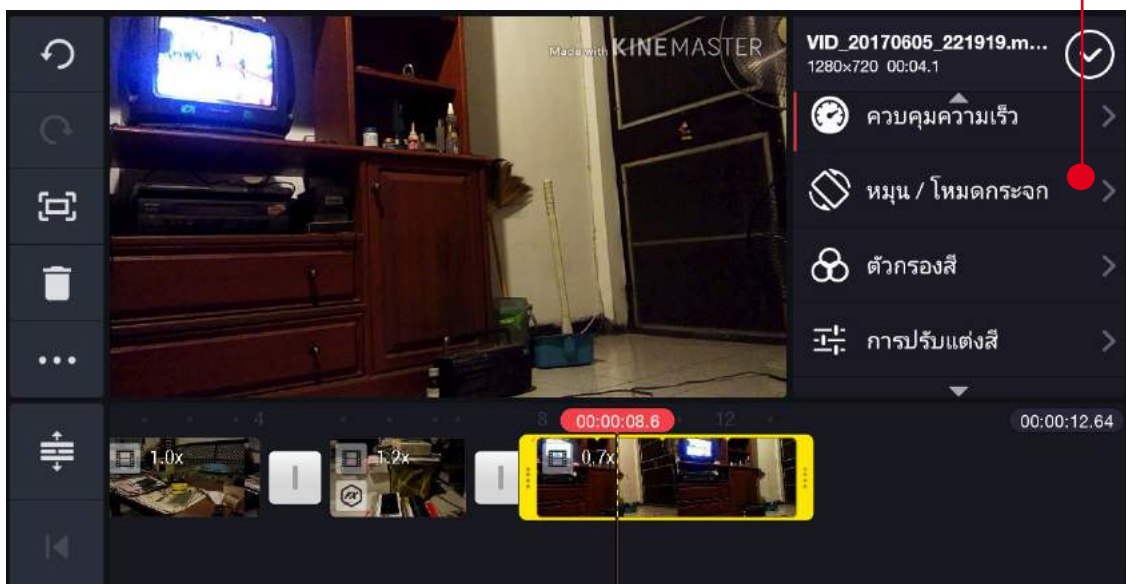


57



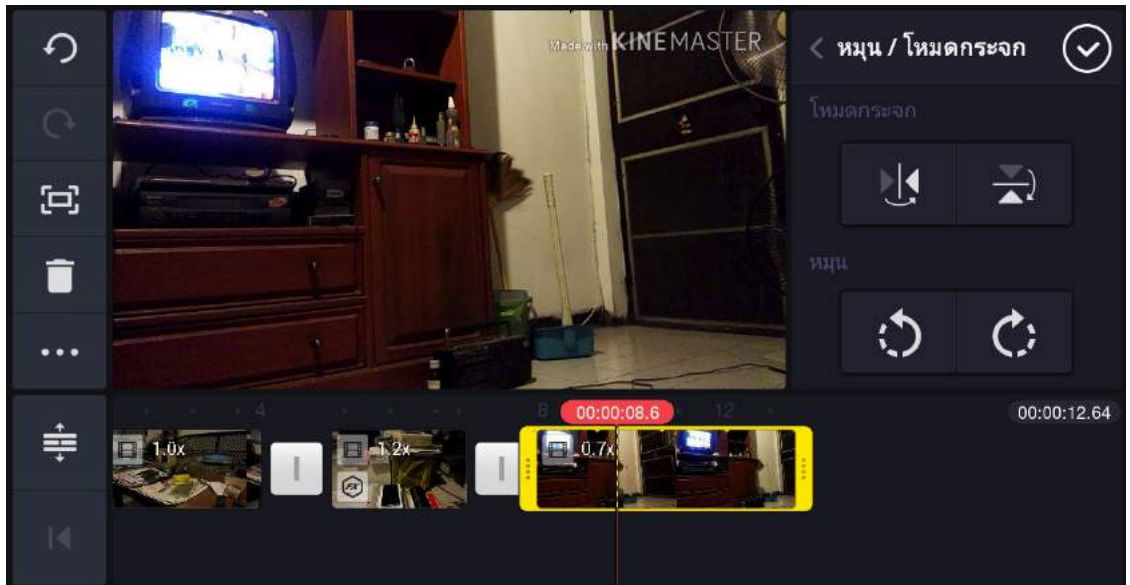
คำสั่งต่อไป คือ หมุน/โหมดกระจก คือ การกลับมุมภาพ หรือ การกลับด้านของภาพ

58



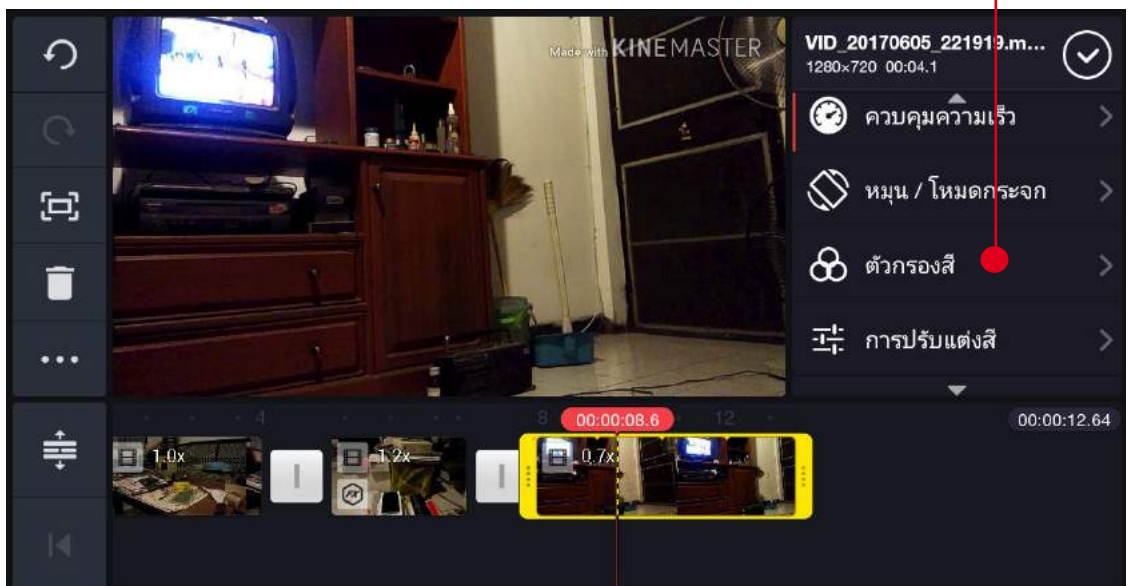
เมื่อเราแตะที่คำสั่ง หมุน/โหมดกระจก จะมีคำสั่งย่อยให้เราเลือกว่าจะกลับมุมมองภาพ หรือกลับด้านของภาพ ดังภาพข้างล่าง

59



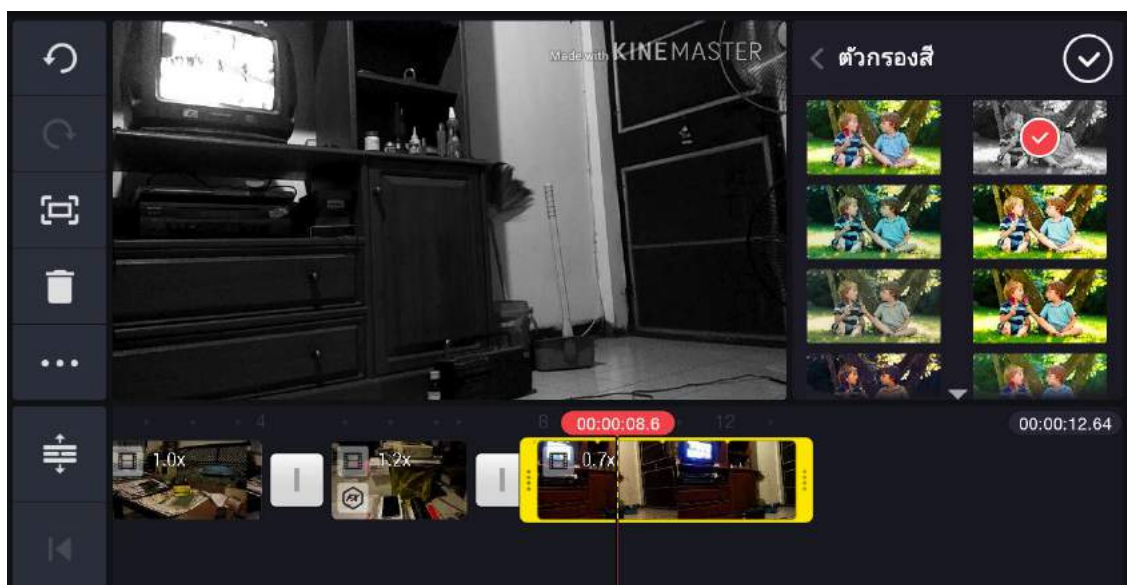
คำสั่งตัวกรองสี จะเปลี่ยนสีของภาพ ตามตัวเลือกที่ปรากฏ

60



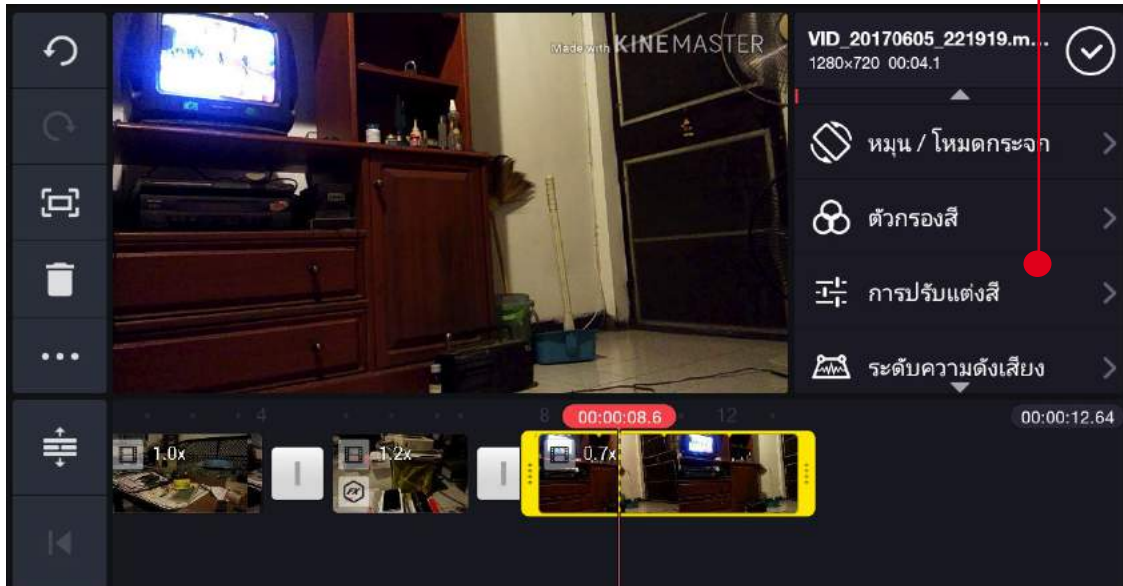
เมื่อเราแตะคำสั่ง ตัวกรองสี จะขึ้นตัวเลือกกรองสีให้เราเลือก

61



คำสั่งการปรับแต่งสี

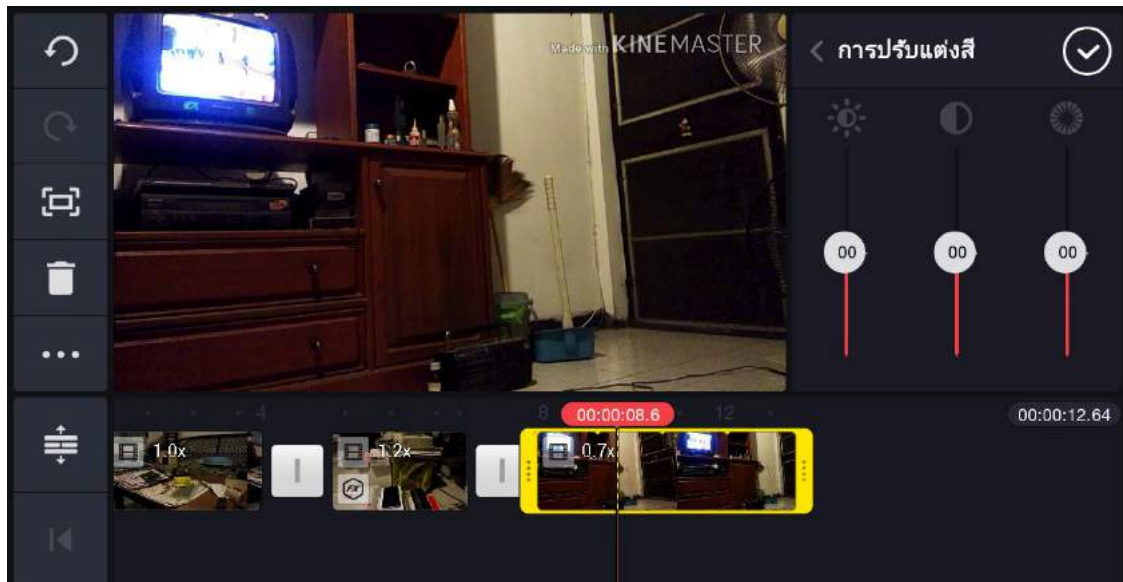
62



เมื่อเราแตะที่คำสั่ง การปรับแต่งสี จะมีตัวเลือกให้ สามอย่างคือ

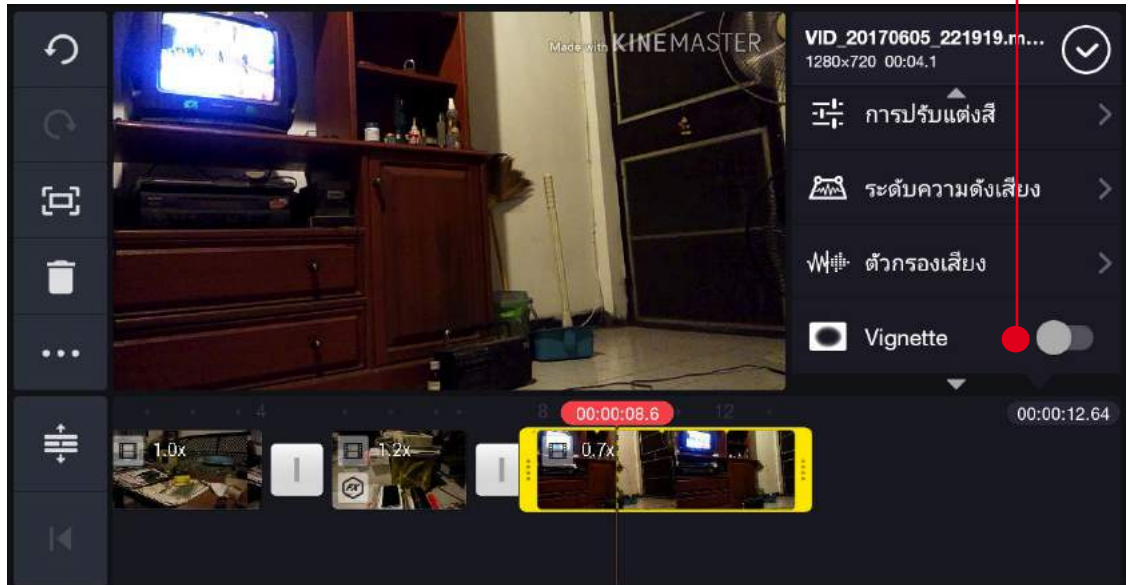
1. การปรับความสว่าง
2. การปรับความเปรียบต่างของแสงและเงา
3. การปรับความเข้มของสี

63

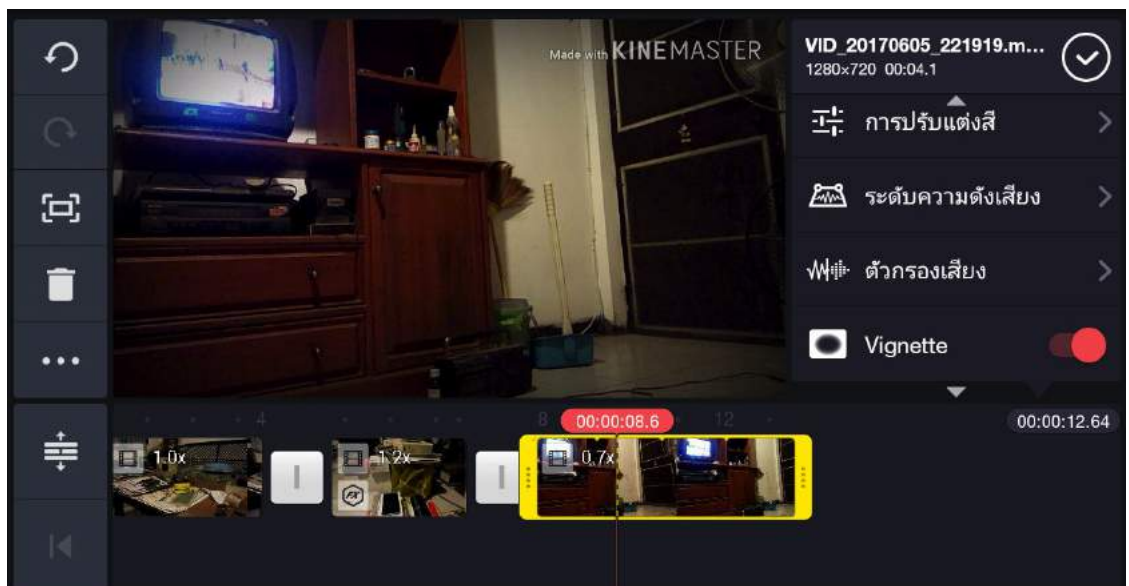


คำสั่ง Vignette เป็นการทำให้ภาพดูมีความน่าสนใจมากขึ้น
ด้วยการตัดมุมวงกลมเทาให้เป็นแดง ดังภาพข้างล่าง

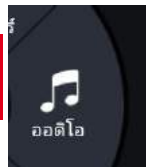
64



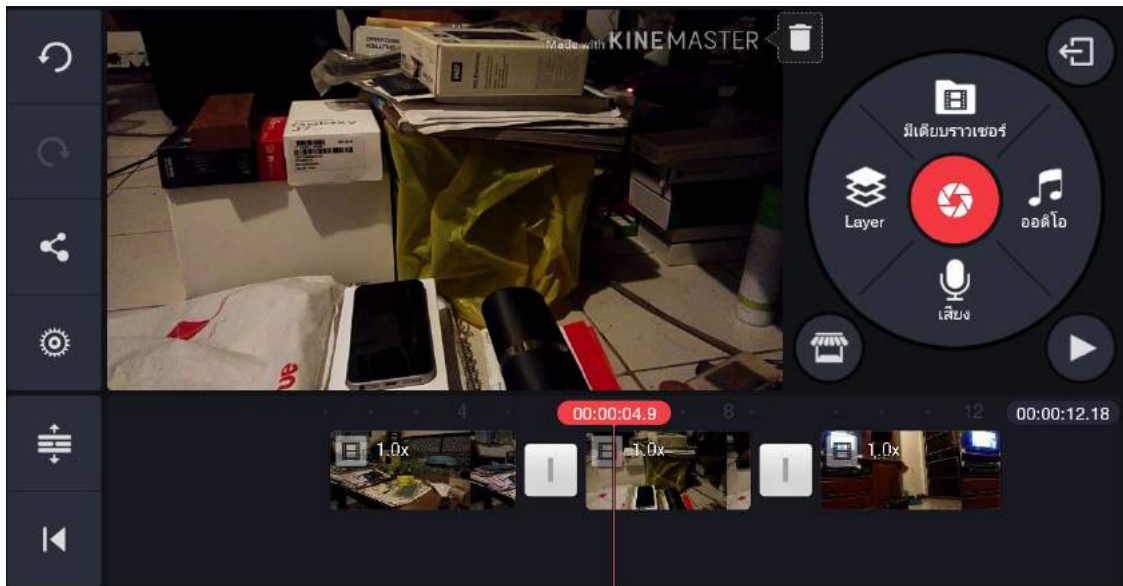
65



โหมคอดีโอ

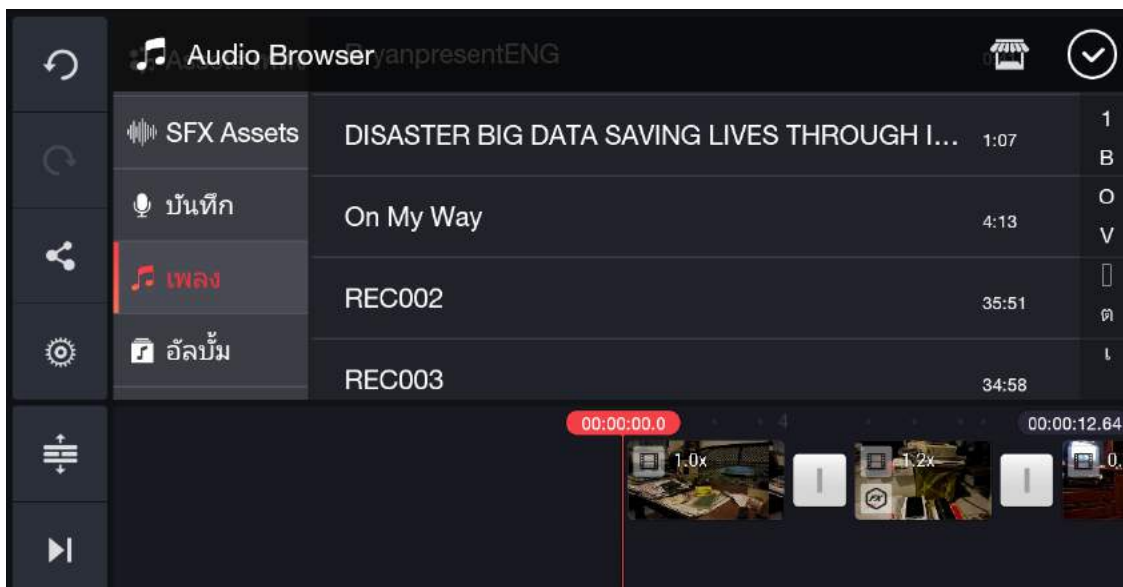


66



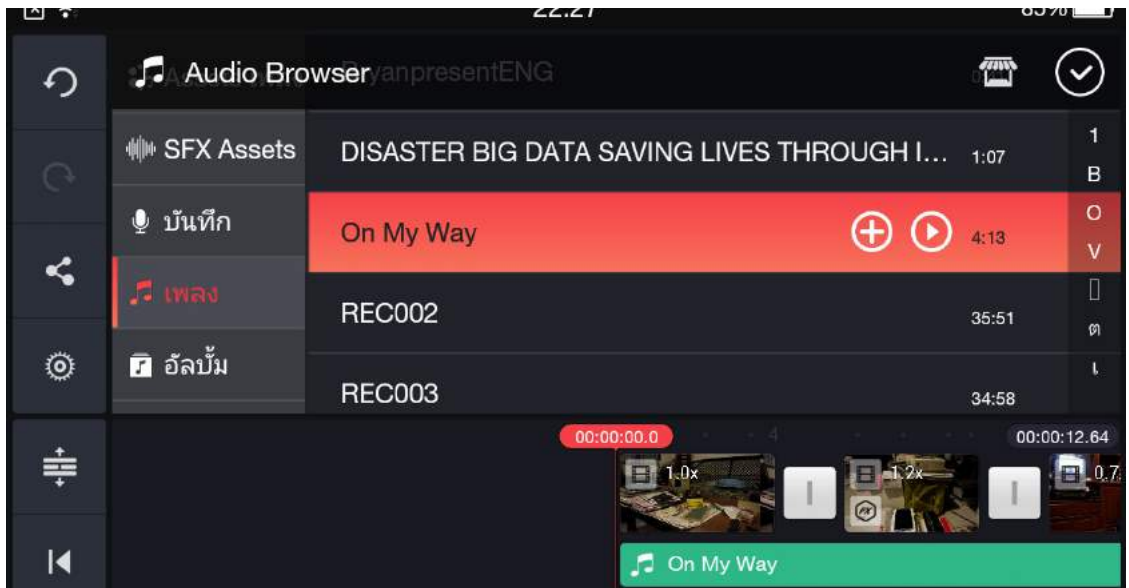
เมื่อแตะไปที่ปุ่มคำสั่งออดีโอแล้ว ก็จะเข้าไปสู่ดนตรี ที่เราดาวน์โหลดเอาไว้ในมือถือ
ดังภาพข้างล่าง จะอยู่ในโหมคอดีโอ

67



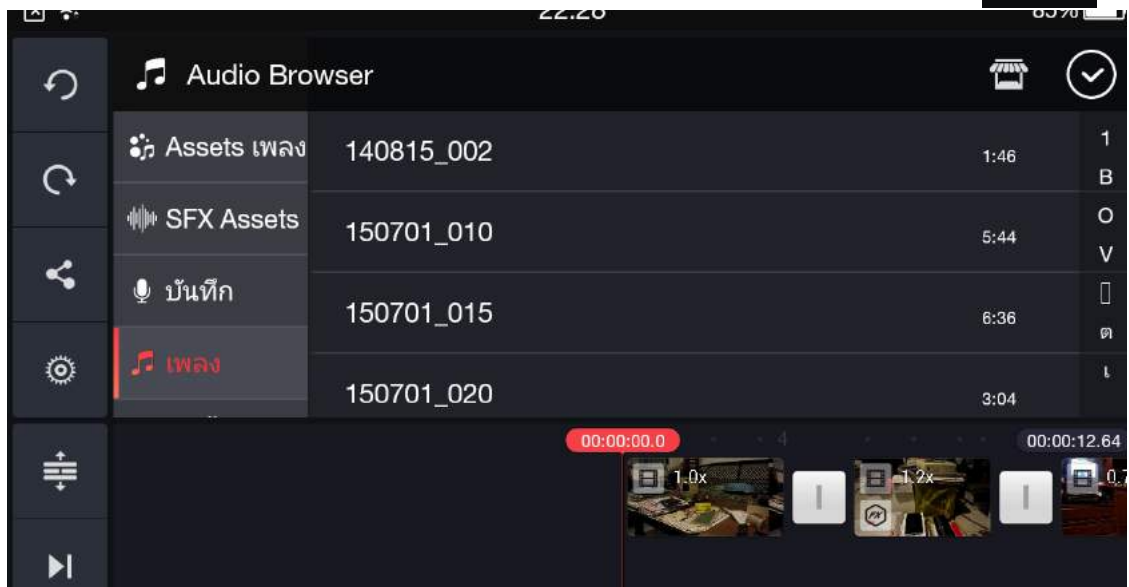
ให้เราแต่ละเลือกเพลงที่ต้องการ ที่ปุ่ม + เพลงนั้นก็จะไปลงที่ timeline เป็นเส้นสีเขียว

68



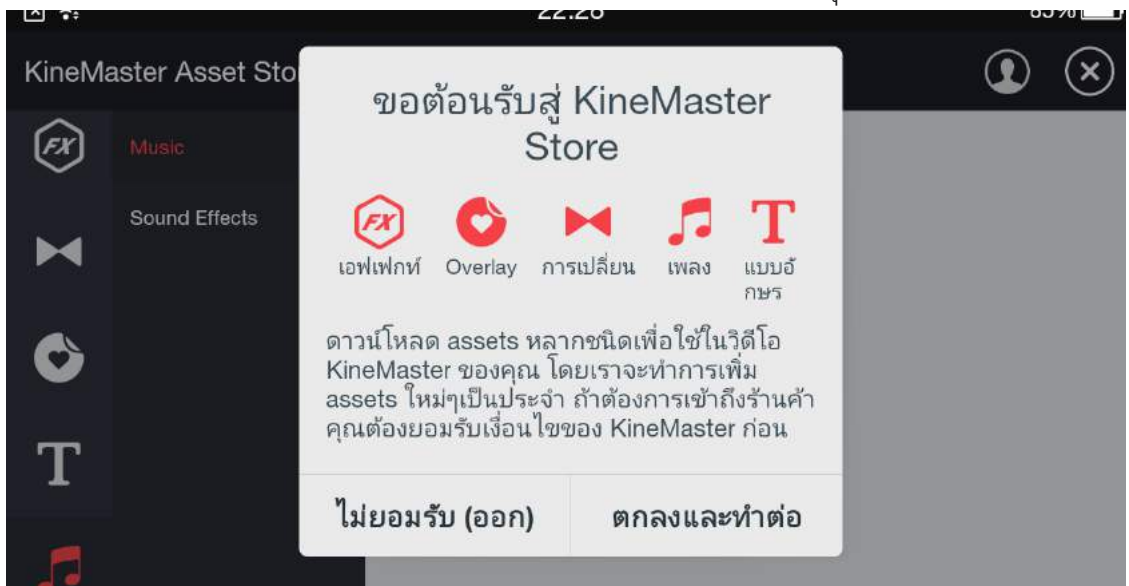
นอกจากนี้ เรายังสามารถโหลดเพลง จาก KineMaster ได้โดยตรง โดยไปกดที่ปุ่ม

69



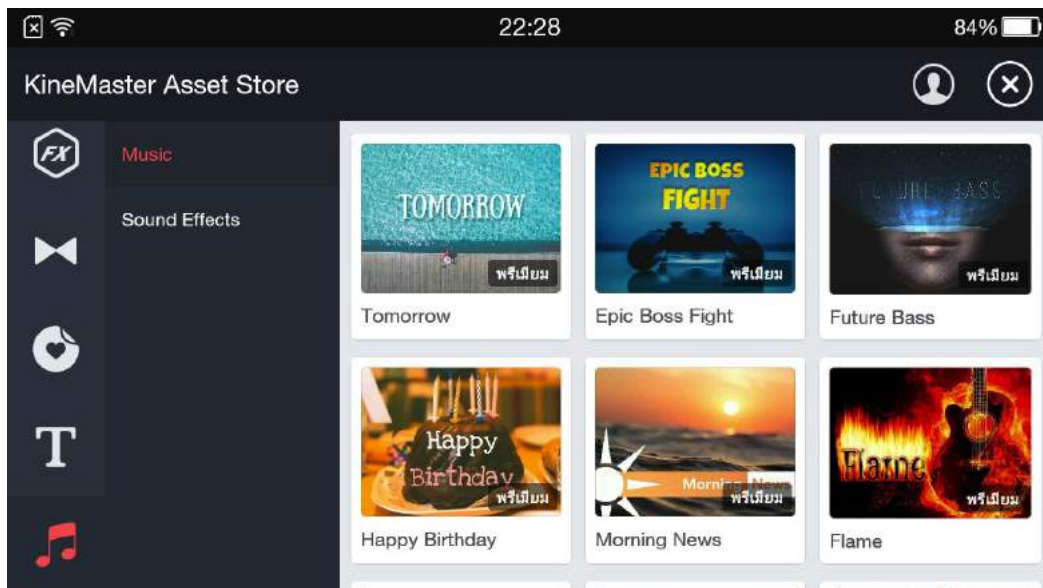
ก็จะเข้าสู่หน้าด้านล่าง ซึ่งเป็นเสมือนที่ช้อปปิ้งต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเอฟเฟ็กต์ สติกเกอร์ ตัวเชื่อมคลิป ดนตรี หรือตัวอักษร ซึ่งมีทั้งที่เสียเงิน และให้ดาวน์โหลดฟรี กดปุ่มตกลงและทำต่อ

70

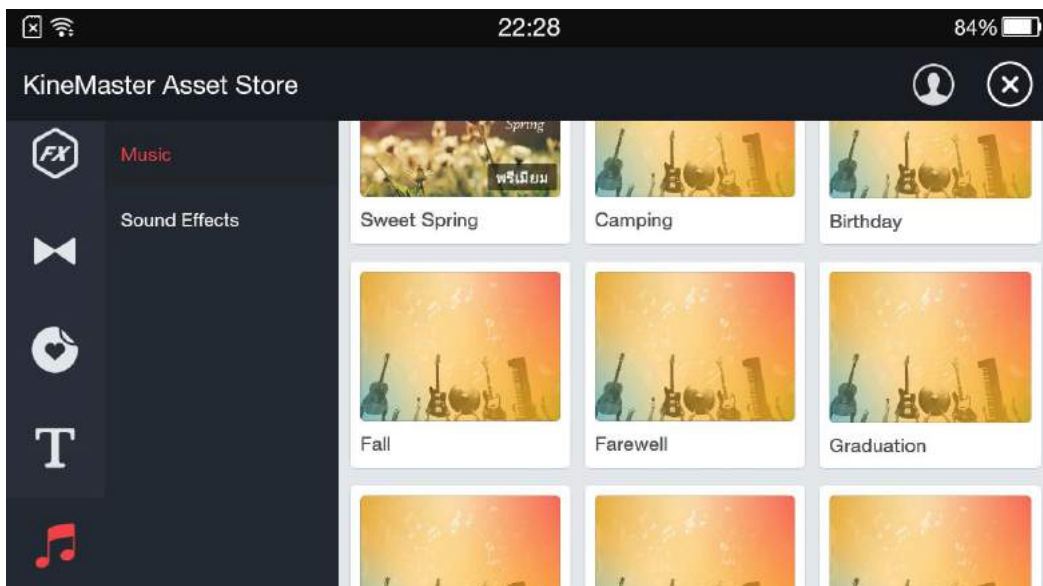


จะปรากฏดนตรีให้เราเลือกไปดาวน์โหลดที่มีภาพต่างๆ ส่วนใหญ่จะเสียเงิน แต่ถ้าเป็นภาพก็ดาร์และฉากสีเหลืองส้ม จะดาวน์โหลดได้ฟรี ให้เราเลือกเพลงด้วยการแตะที่เพลงนั้นๆ

71

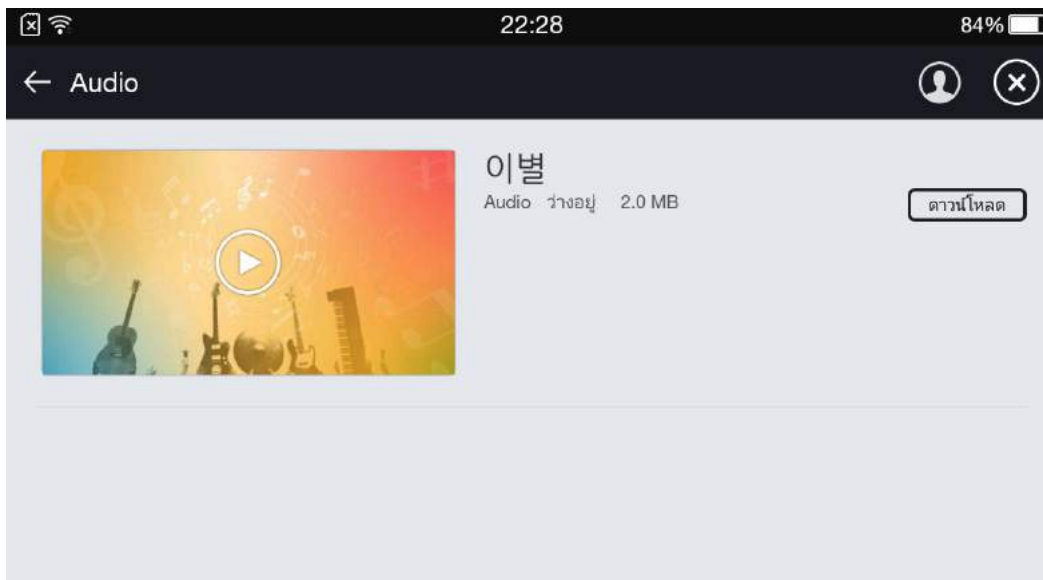


72



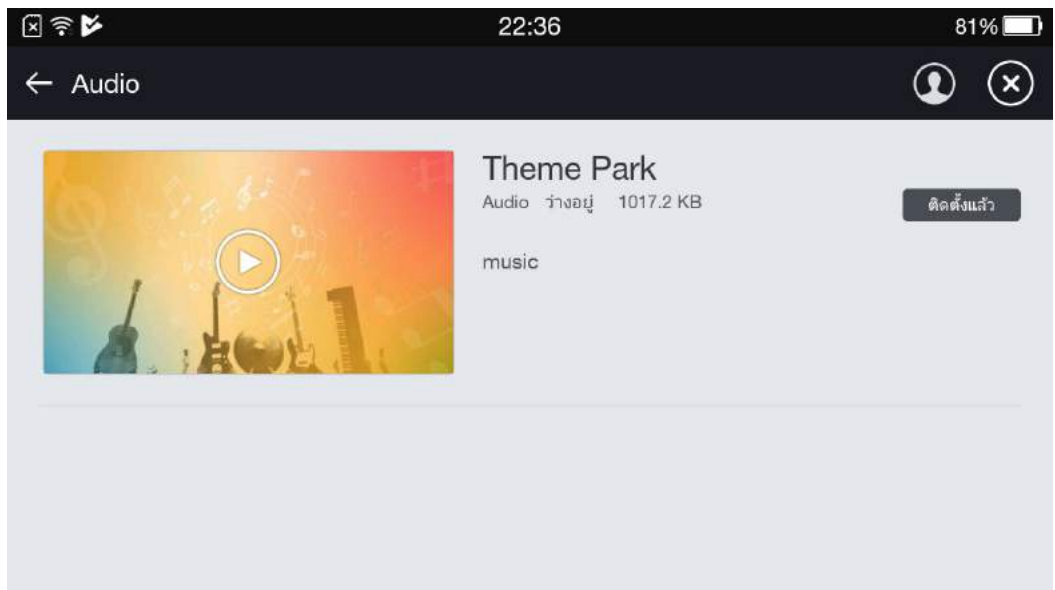
จะปรากฏแถบด้านขวา เพื่อให้เราดาวน์โหลด เราก็ทำการแตะเพื่อดาวน์โหลดเพลง

73



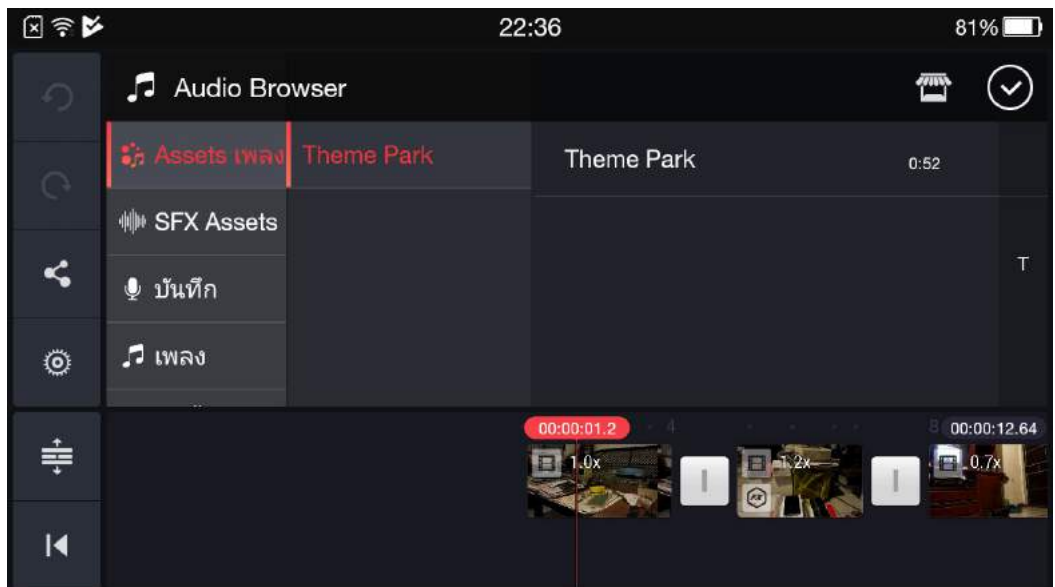
เมื่อเสร็จสิ้น จะเห็นคำว่า **ติดตั้งแล้วด้านขวา** ดังภาพข้างล่าง ให้เรากลับสู่หน้าต่างต่อไป

74



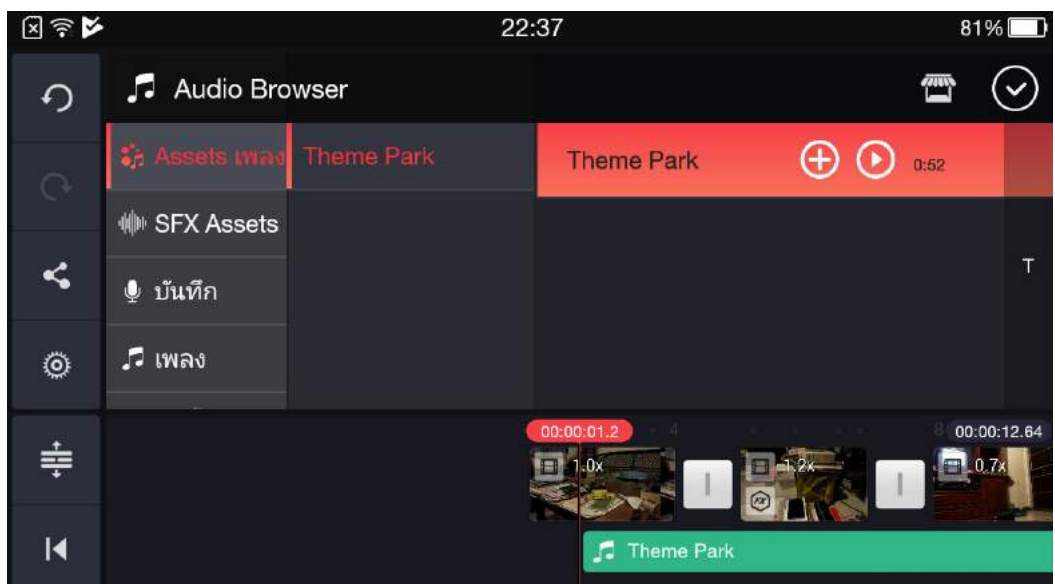
ทำการแตะที่ ชื่อเพลงที่ดาวน์โหลดมา

75



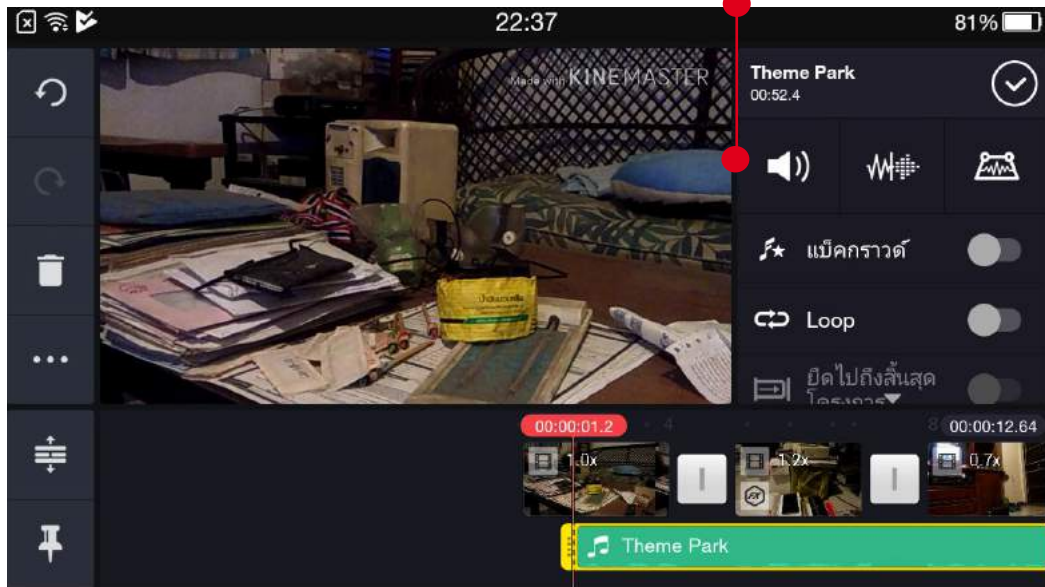
กดเครื่องหมาย + เพลงนั้นก็จะลงไป timeline เป็นเส้นสีเขียว ดังภาพข้างล่าง

76



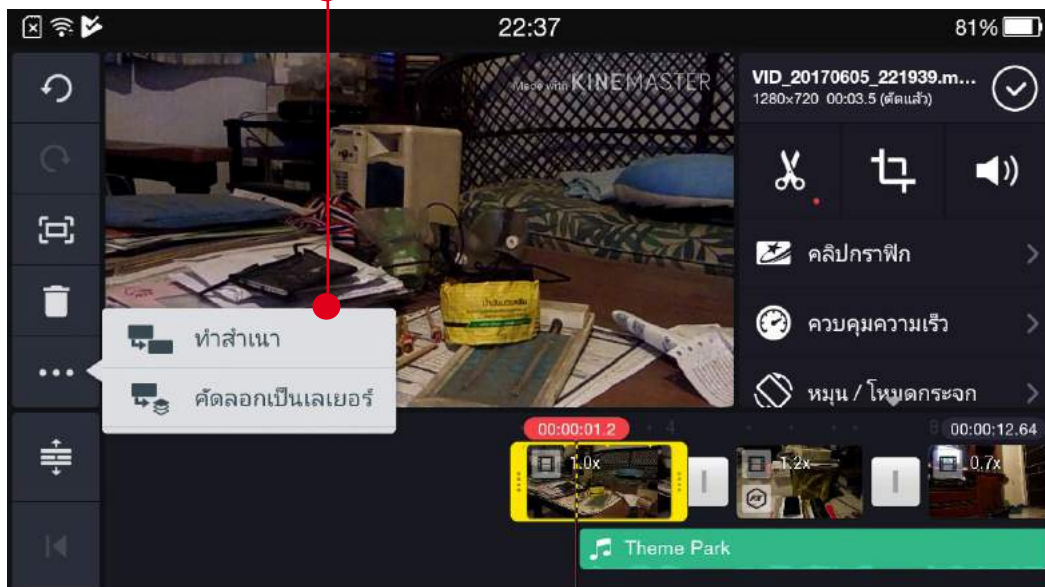
เราสามารถปรับระดับเสียงของดนตรี ได้ด้วยการแตะที่ปุ่มลำโพง แล้วทำการปรับระดับเสียง

77



เราสามารถทำสำเนาของคลิปต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นภาพนิ่ง วิดีโอ หรือดนตรีได้ ด้วยการกดสัญลักษณ์จุดสามจุด ตั้งภาพข้างล่าง และกดที่ทำสำเนา ก็จะได้คลิปสำเนาขึ้นมา

78



คำสั่งต่อมาที่อยู่ในวงกลมเก็บวัตถุดิบ คือ คำสั่งการบันทึกเสียงพากย์
หรือเสียงบรรยายของเรา เป็นสัญลักษณ์รูปไมโครโฟน
ให้เราแตะที่ปุ่มดังกล่าว

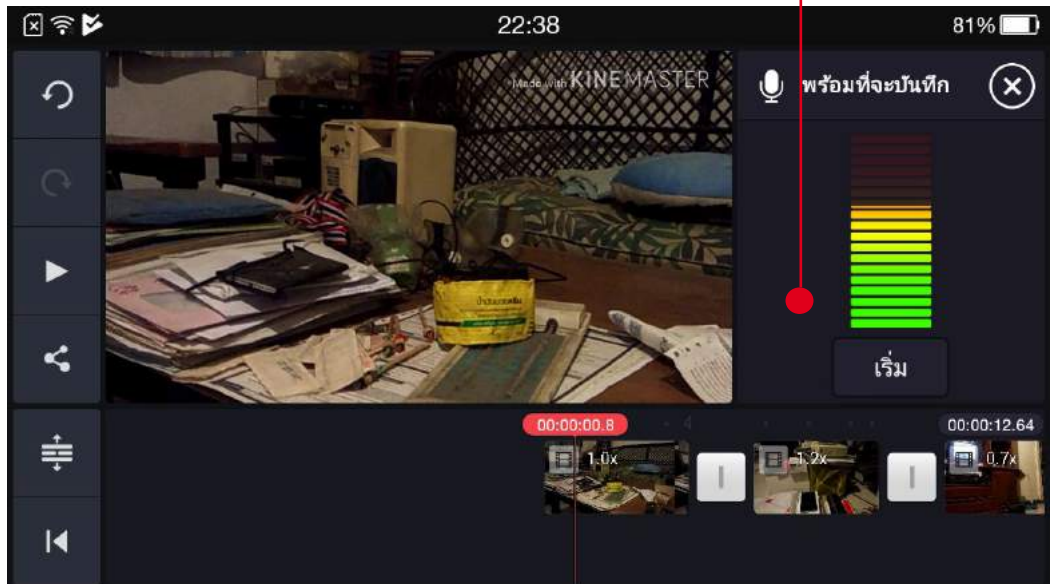


79



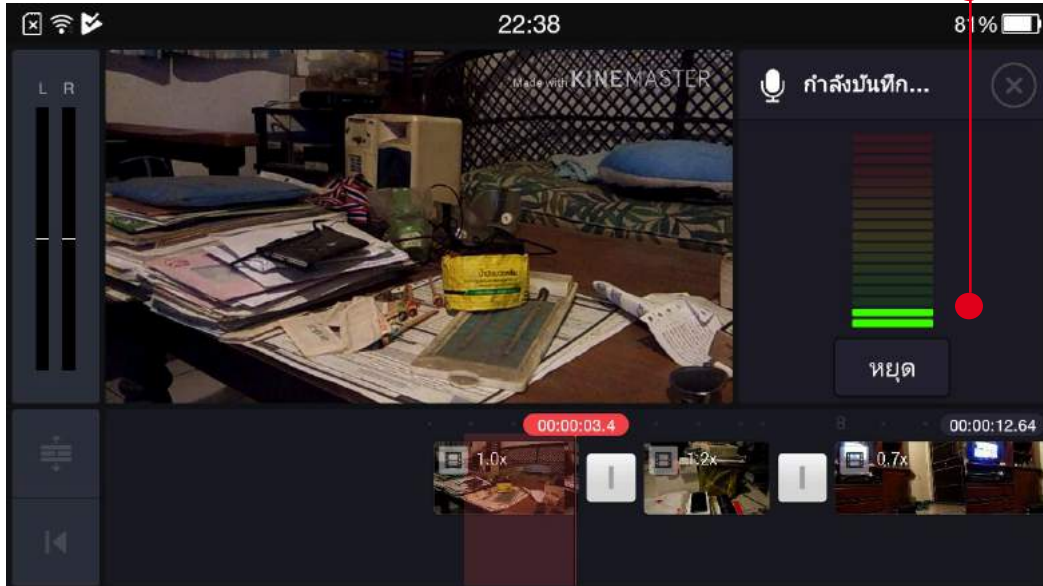
ก็จะขึ้นแถบเสียง ดังภาพข้างล่าง ให้ทำการทดสอบระดับเสียงที่จะบันทึก
เมื่อเป็นที่พอใจก็ทำการกดที่ปุ่ม เริ่ม

80



เราก็เริ่มลงเสียงบรรยายได้ทันที สังเกตว่าจะมีแถบสีแดงจางๆ เคลื่อนที่ตามเสียง
ที่เราบันทึกด้วย เมื่อลงเสียงบรรยายจบ ให้กดที่ปุ่ม หยุด ดังภาพข้างล่าง

81



เสียงบรรยายของเราก็จะขึ้นเป็นแถบเส้นสีม่วง ใน Timeline ดังภาพข้างล่าง

82



เราสามารถย้ายเสียงบรรยายได้ด้วย การแตะที่เสียงบรรยายสีม่วง ค้างเอาไว้ จนรู้สึกสั่น แล้วทำการย้ายไปวางตรงตำแหน่งที่ต้องการ ดังภาพข้างล่าง

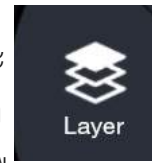
83



84



ปุ่มคำสั่งต่อไปในวงกลมสีเทาใหญ่ จะมีสัญลักษณ์ คือ ลื่นชัก layer เอาไว้ สำหรับซ้อนภาพนิ่ง ภาพวิดีโอ ตัวอักษรต่างๆ ในงานวิดีโอของเราได้ แต่ที่จะแนะนำในตอนนี้คือ การปะภาพประกอบ (Insert) ในกรณีที่สัมภาษณ์บุคคล มา โดยใช้เสียงผู้ถูกสัมภาษณ์ แต่แทนหน้าของผู้ถูกสัมภาษณ์ด้วยการปะภาพประกอบอื่นๆ แทน เราใช้ปุ่มคำสั่ง layer

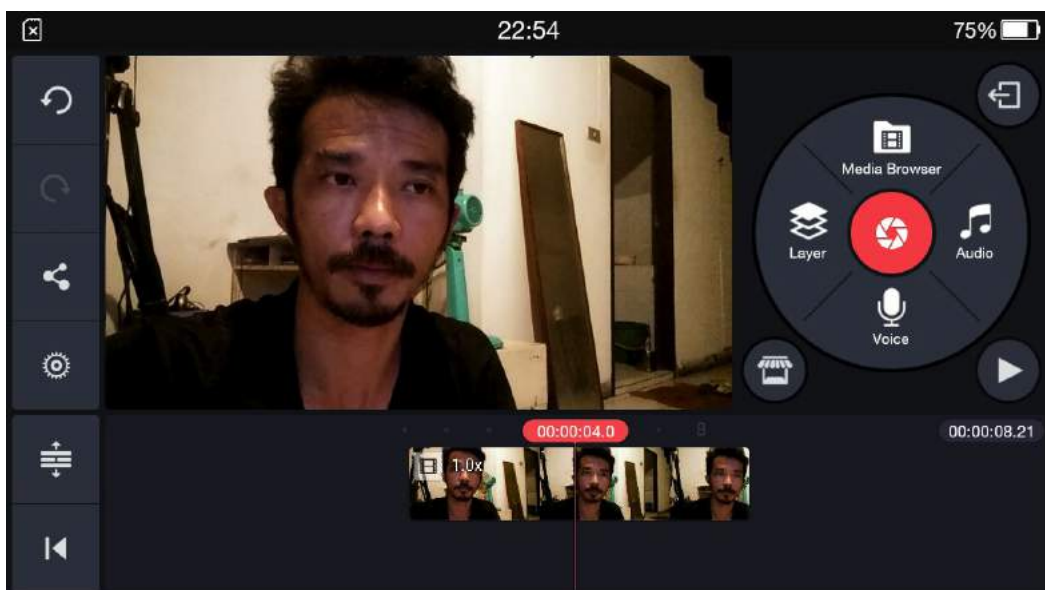


85



ขั้นแรก เราต้องนำคลิปวิดีโอการสัมภาษณ์เข้ามาวางใน Timeline ก่อนตั้งภาพข้างล่าง และกำหนดว่าตรงช่วงไหนของคลิปสัมภาษณ์ที่เราอยากปะภาพอื่น ๆ แทนหน้าผู้ถูกสัมภาษณ์

86



เมื่อได้ตำแหน่งที่ต้องการ ให้เราแตะที่ปุ่ม Layer
และเลือกแตะที่สัญลักษณ์ Media

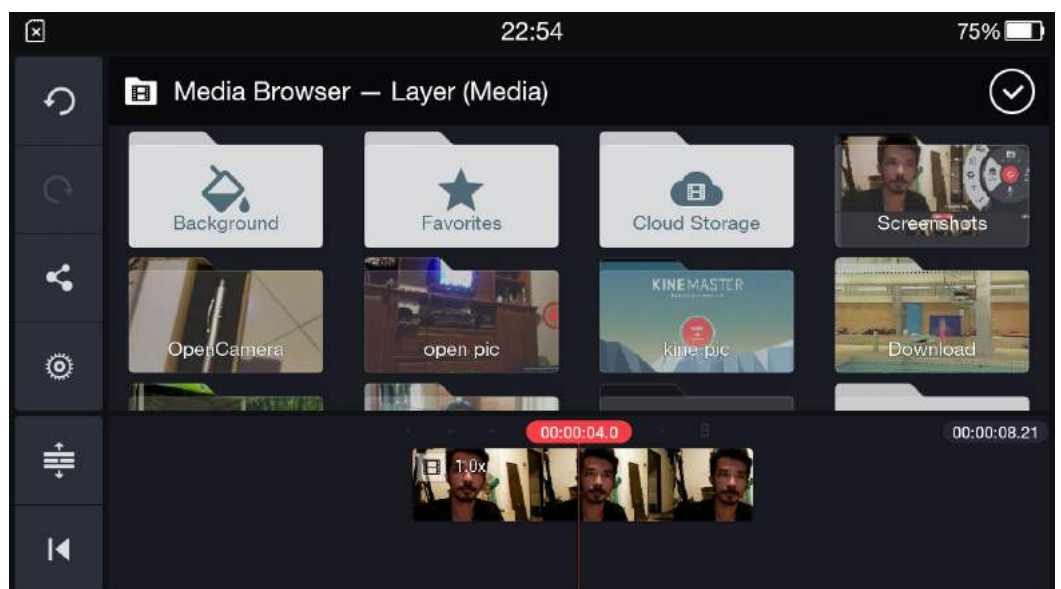


87



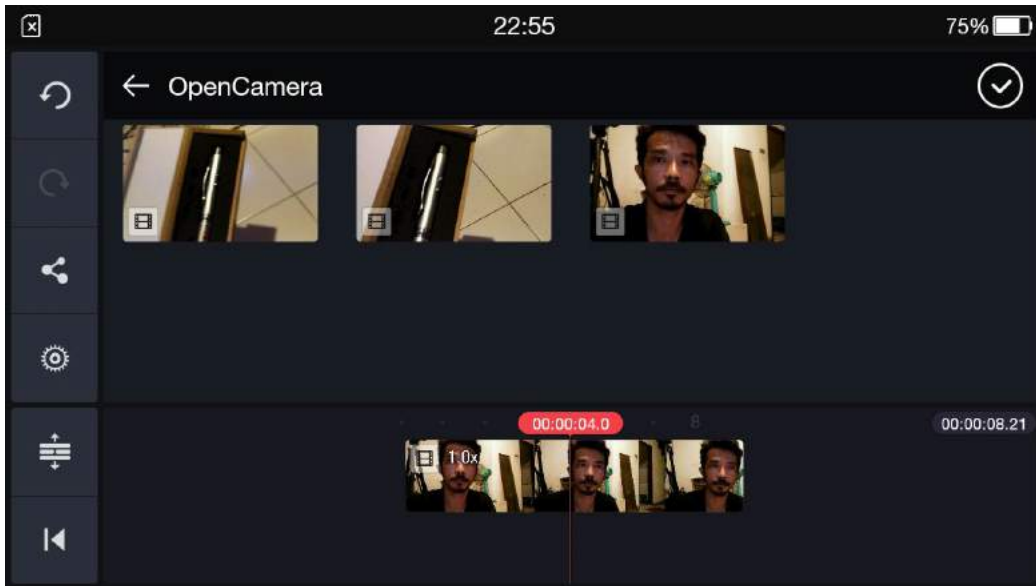
แอปก็จะพาเราไปหน้าฟลैตเตอร์วัตถุดิบ เพื่อเลือกคลิปวิดีโอที่จะเอามาซ้อน เพื่อทำการ
ปะภาพ ให้เราเลือกฟลैตเตอร์จาก Open Camera
(เพราะเราถ่ายคลิปวิดีโอต่างๆ จากแอป open camera)

88



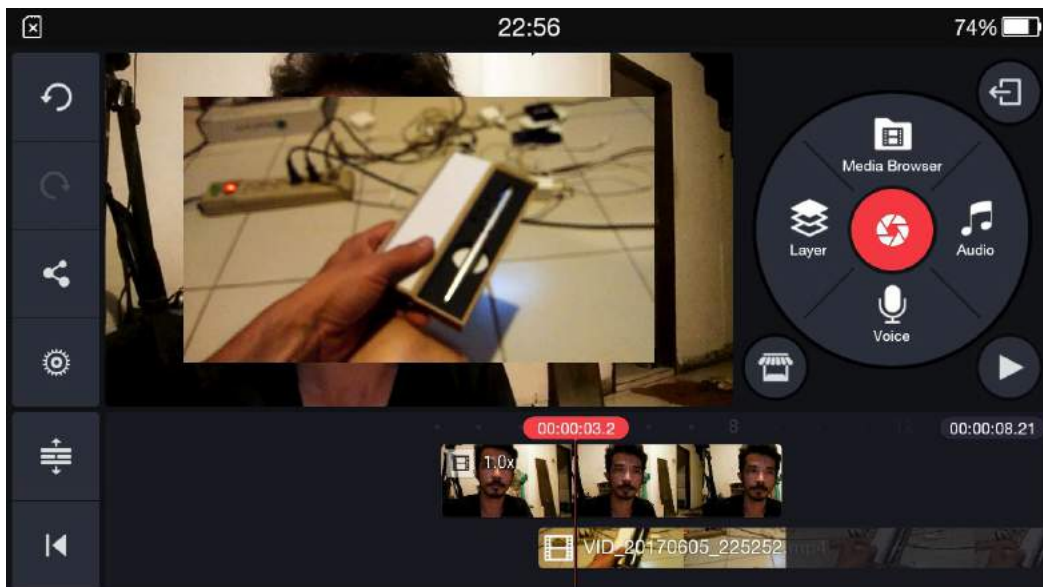
แต่เลือกคลิปวิดีโอ ที่ต้องการ

89

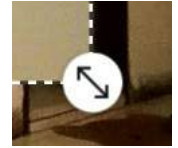


คลิปวิดีโอก็จะลงมาซ้อนอีกชั้น ใน Timeline ดังภาพข้างล่าง สังเกตในจุดด้านซ้ายบนของเรา จะมีภาพที่เราเลือกทับหน้าผู้ถูกสัมภาษณ์แล้ว แต่ยังไม่เต็ม

90



ให้แตะที่คลิปวิดีโอที่ซ้อนใน Timeline จะขึ้นคำสั่งบนจอด้านซ้ายบน
ให้เราทำการแตะที่ลูกศรมุมจอดภาพ
และทำการยัดคลิปวิดีโอให้ทับหน้าผู้ถูกสัมภาษณ์ให้เต็มจอ



91



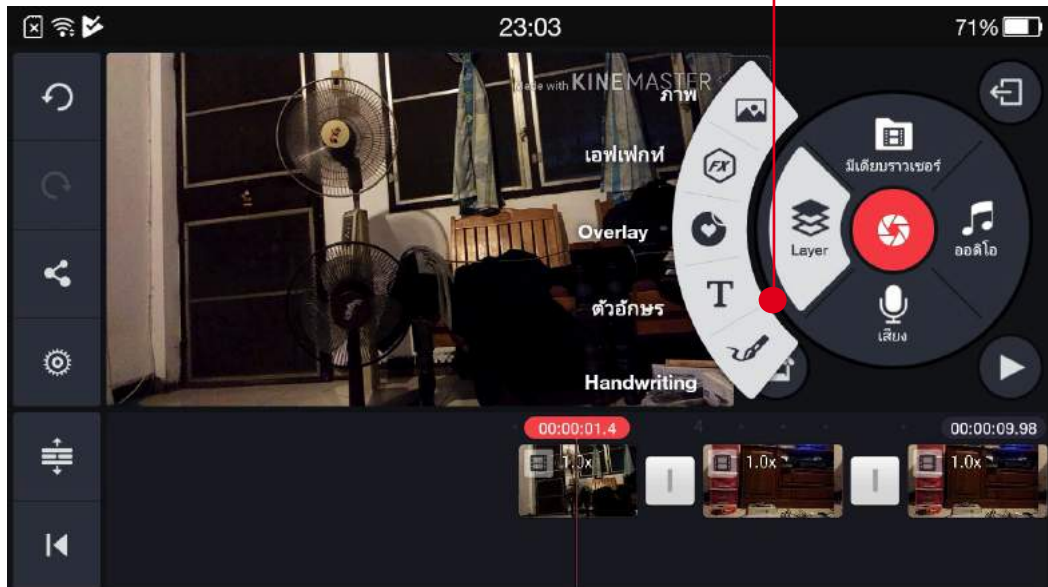
เราก็จะได้ภาพปะการสัมภาษณ์เรียบร้อย (Insert) โดยมีเสียงผู้ถูกสัมภาษณ์
แต่แทนหน้าผู้ถูกสัมภาษณ์ด้วยภาพปะอื่นๆ ที่เราเลือก ดังภาพข้างล่าง

92



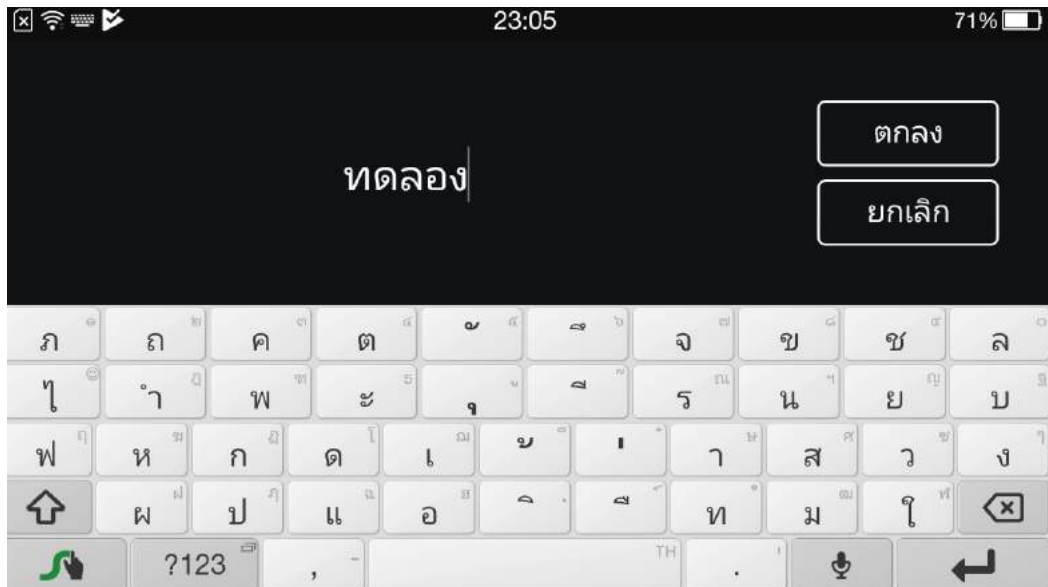
ในปุ่มคำสั่ง Layer เราสามารถทำตัวอักษร บนพื้นวิดีโอได้ด้วยเช่นกัน
โดยให้แตะที่คำว่า T ดังภาพข้างล่าง

93



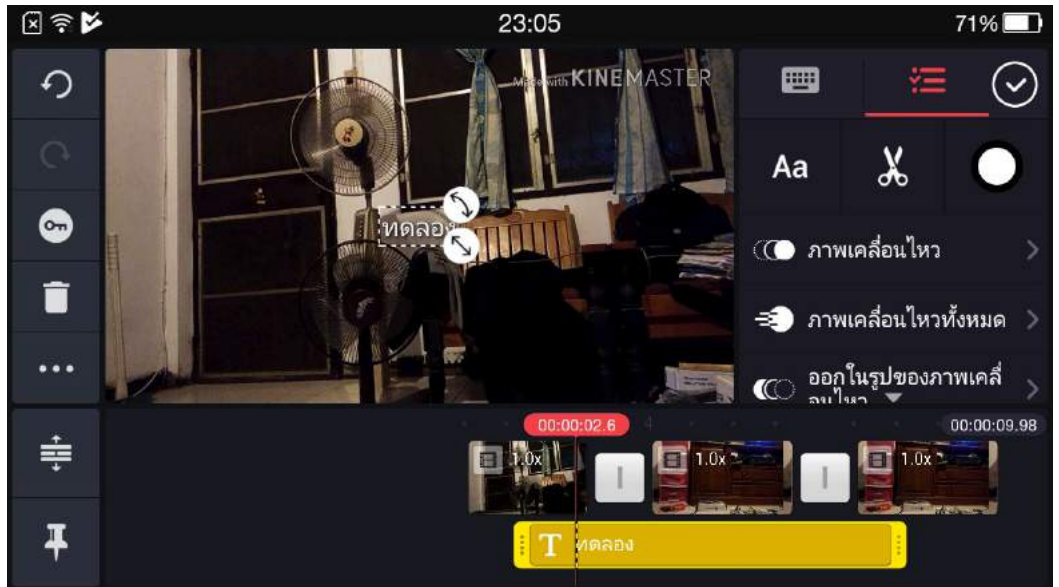
แล้วทำการพิมพ์ตัวอักษร เข้าไป กดตกลง

94



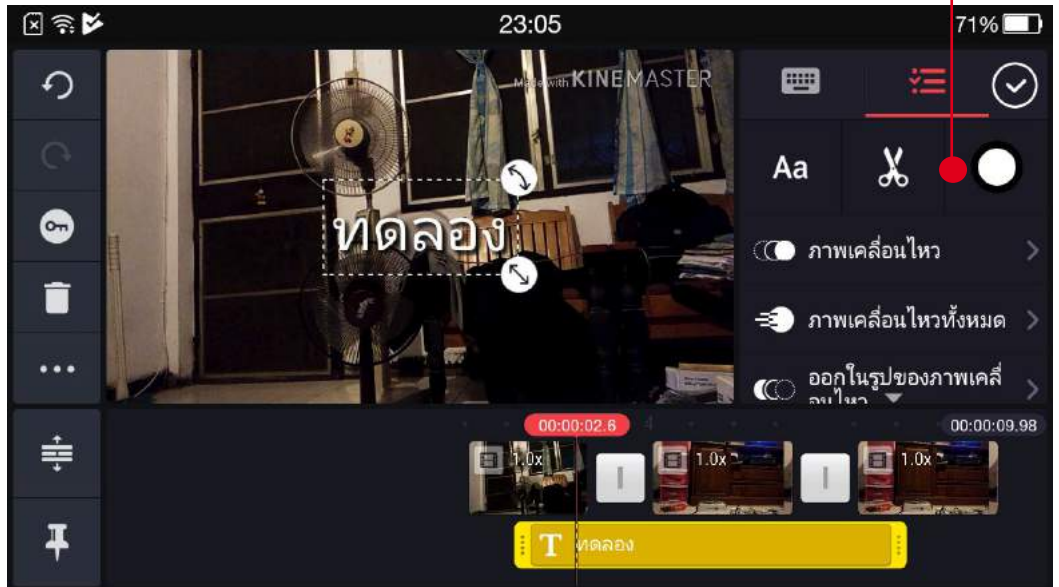
เมื่อพิมพ์เสร็จ ก็จะเข้าไปสู่หน้านี้ ดังภาพข้างล่าง แถบสีเหลืองใน Timeline คือ แถบตัวอักษรที่ซ้อนขึ้นมาในวิดีโอของเรา ส่วนในหน้าจอ ให้เราทำการแตะที่สัญลักษณ์ ลูกศร เพื่อขยายขนาดตัวอักษร และแตะที่ตัวอักษร เพื่อเคลื่อนย้ายไปวางตามตำแหน่ง ที่เราต้องการ (95)

95

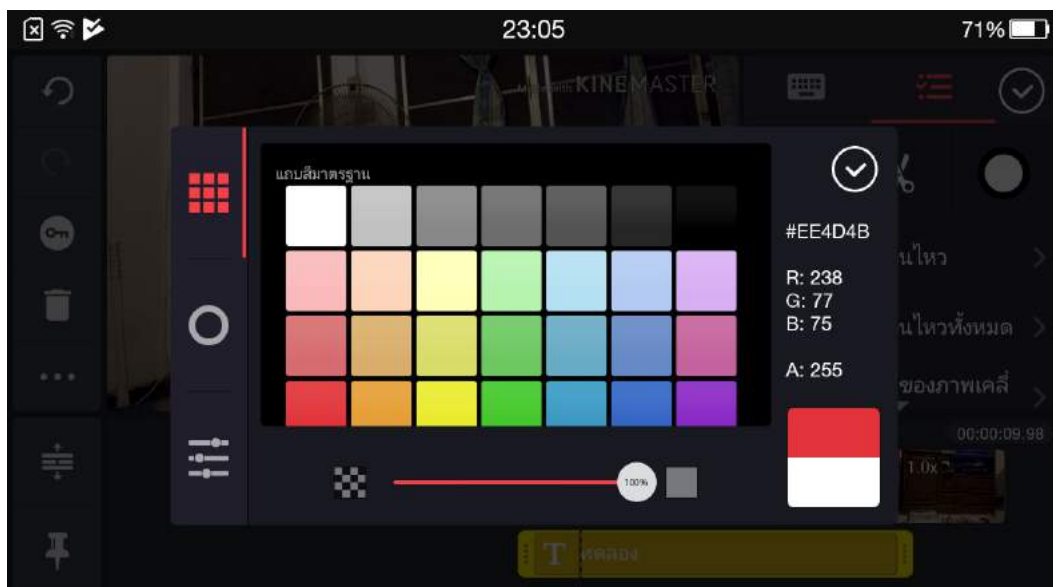


ด้านขวามือ มีปุ่มคำสั่งให้เราจัดการกับตัวอักษรได้หลายอย่าง
 แต่วงกลมขาว คือ การเปลี่ยนสีตัวอักษร ดังภาพข้างล่างที่เห็นอยู่

96

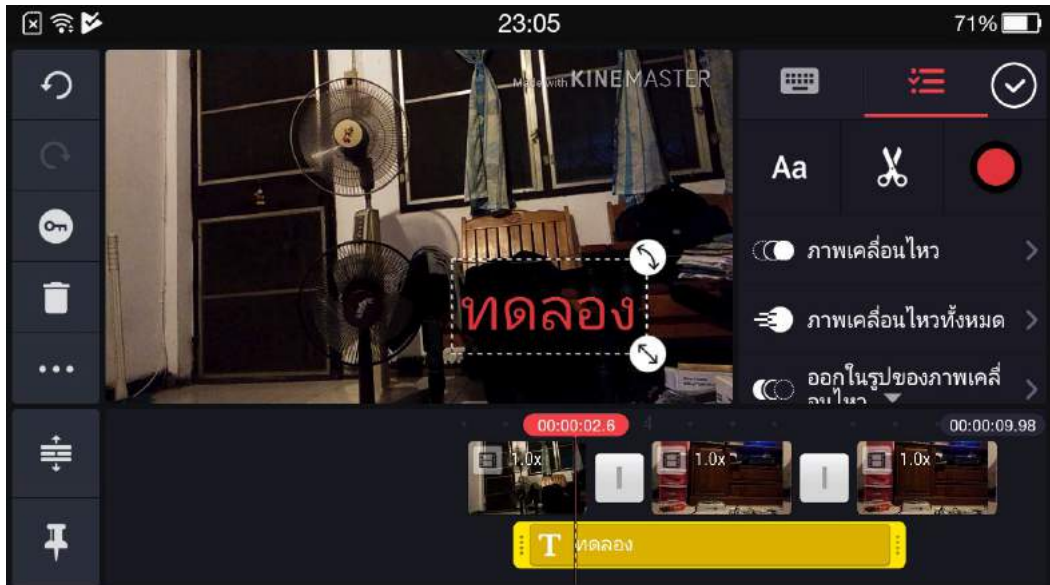


97

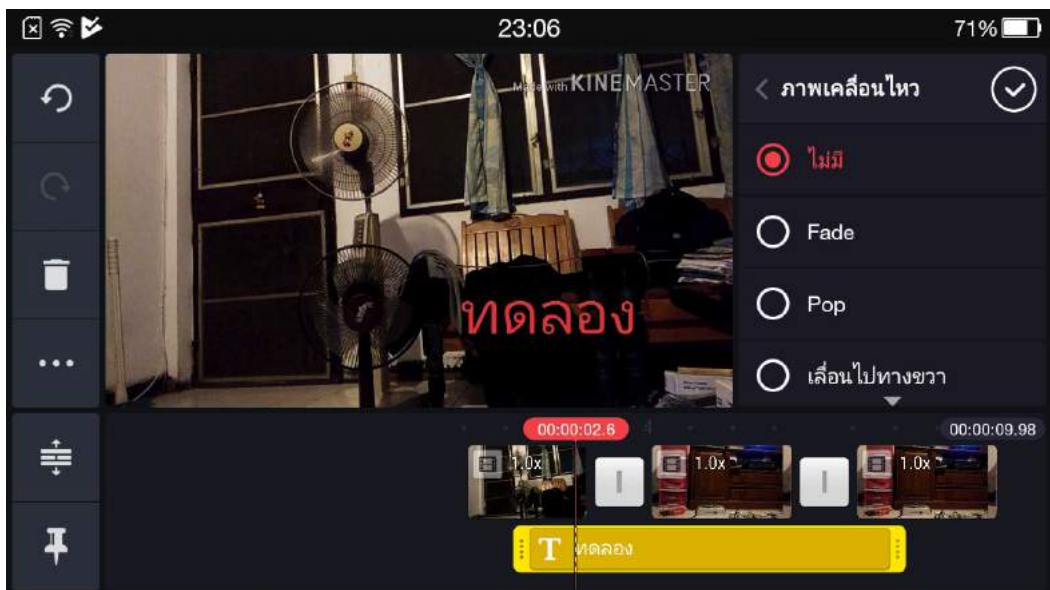


แต่ที่ปุ่มคำสั่ง ภาพเคลื่อนไหว ดังภาพข้างล่าง เราก็สามารถทำให้ตัวอักษรมีการเคลื่อนไหวเข้ามาได้ โดยเลือกว่าจะให้ Fade หรือ Pop หรือเลื่อนไปทางขวา ก็ได้ตามคำสั่งย่อย ดังภาพข้างล่าง

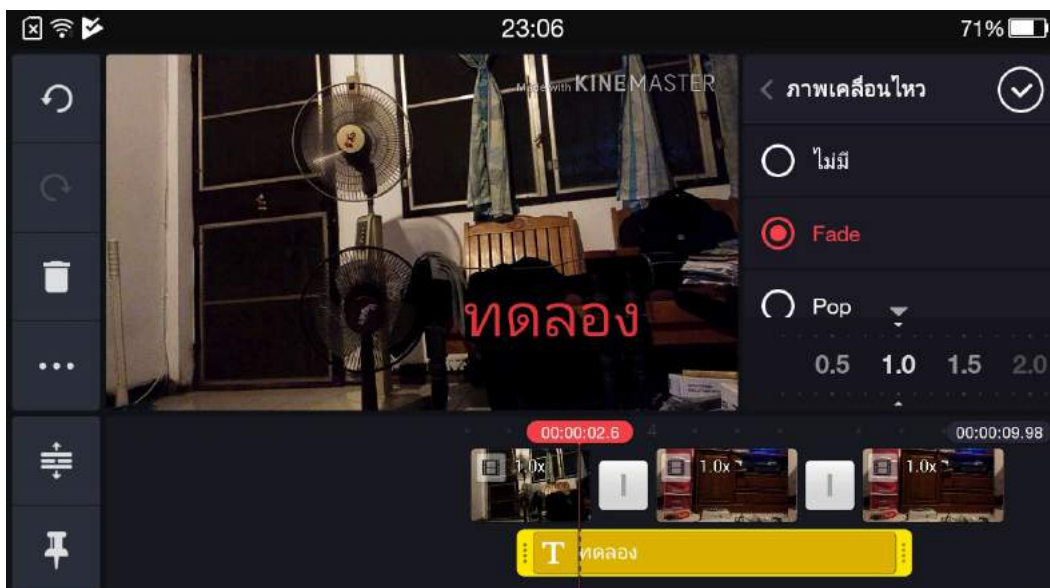
98



99

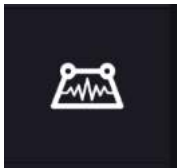
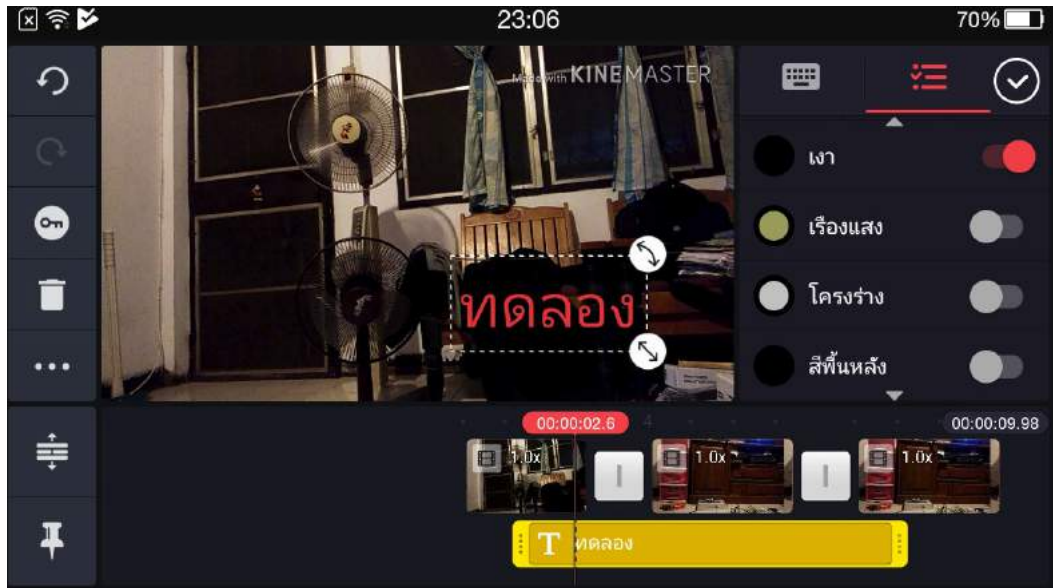


100



นอกจากนี้ ยังมีคำสั่งย่อยอื่นๆ ให้เราเลือกใช้ได้อีก ตามภาพข้างล่าง
โดยให้แตะที่วงกลมเทา ให้เป็นสีแดง

101

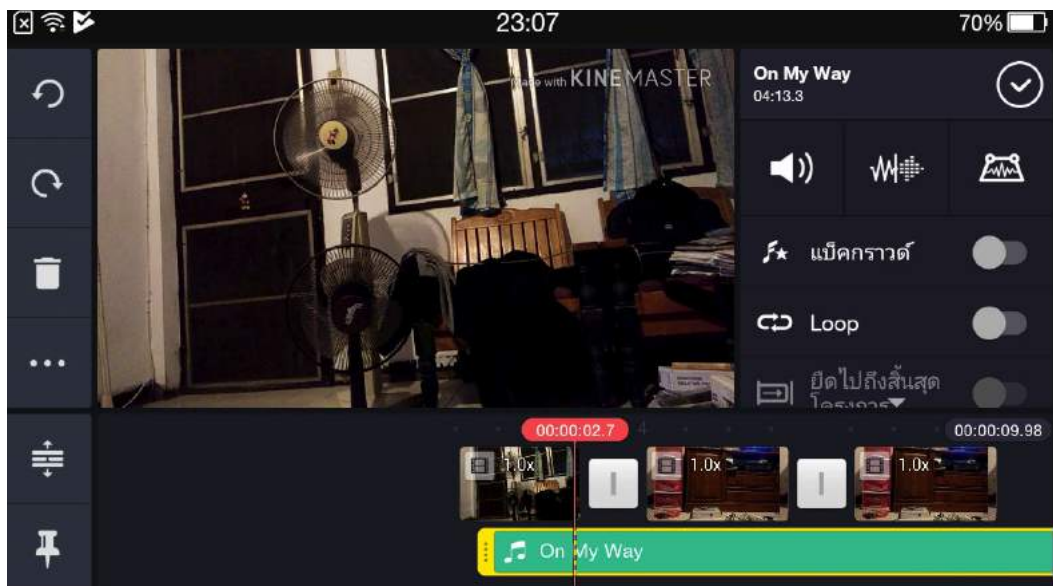



ตัวปุ่มคำสั่งเรื่องการปรับระดับเสียงที่ตีก่อนหนึ่งก็คือ สัญลักษณ์ เรียกว่า

Volume Envelope

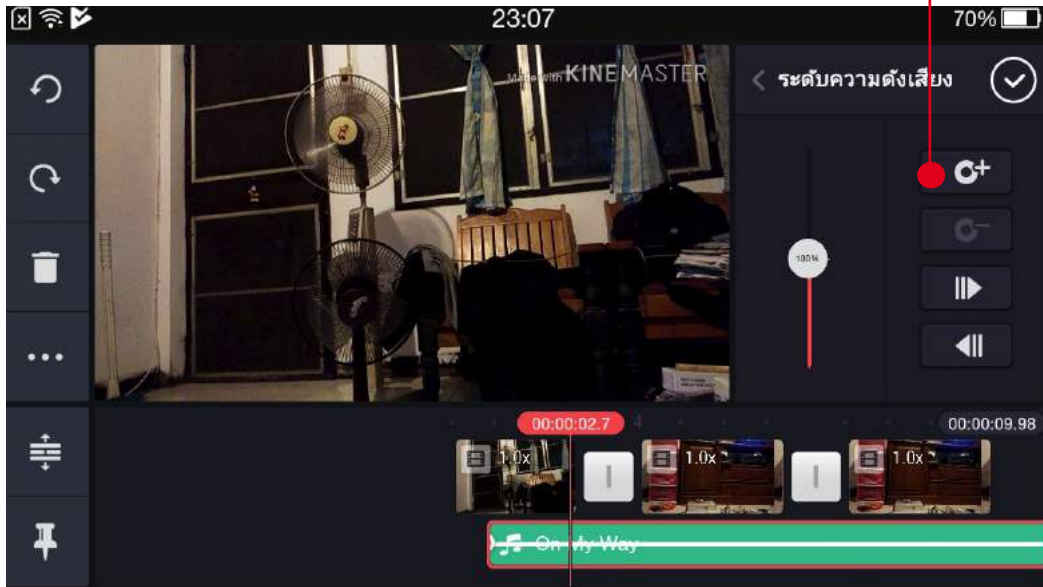
เป็นปุ่มคำสั่งที่ทำให้เราสามารถปรับระดับเสียงต่างๆ ในคลิปดนตรีของเราได้
ด้วยการกำหนดจุดขึ้นมาในคลิปดนตรี แล้วทำการปรับระดับเสียงตามจุดต่างๆ
ได้ตามต้องการ อันดับแรกให้เราแตะที่ปุ่มคำสั่งดังกล่าวก่อน

102



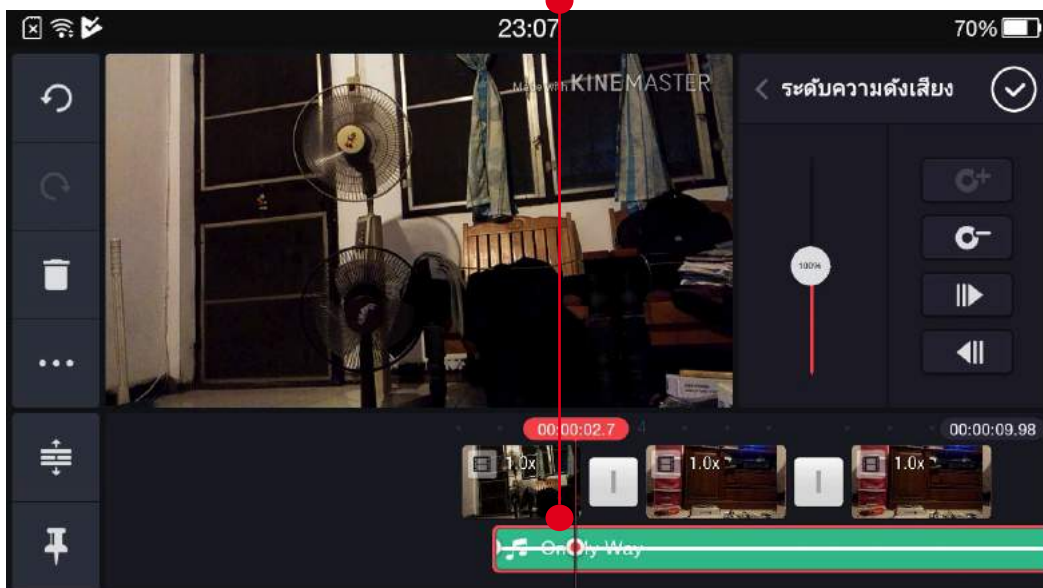
เมื่อแตะแล้วจะปรากฏภาพนี้ ดังภาพข้างล่าง ในคลิปดนตรีของเรา จะมีเส้นสีขาวยาวปรากฏขึ้นมา โดยในจุดเริ่มของคลิปดนตรี จะปรากฏจุดสีแดงขอบขาวขึ้นมา
หน้าที่ของเราก็คือฟังว่า ตรงไหนของคลิปดนตรีที่เรา อยากจะปรับเสียง เราก็ทำการกำหนดจุดขึ้นมาเอง โดยให้ไปกดที่ปุ่ม 

103

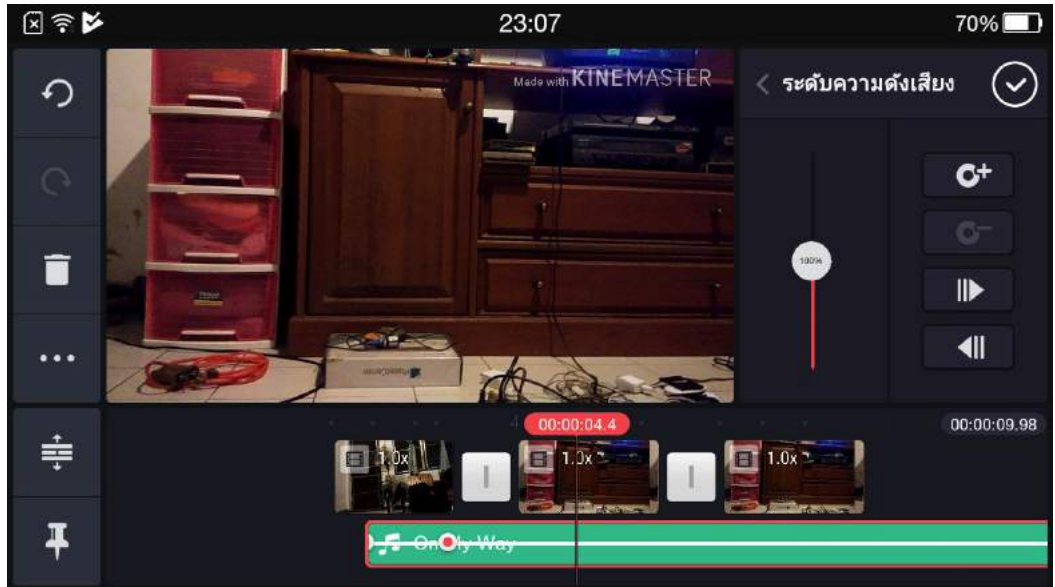


เมื่อกดที่ปุ่มวงกลมขาวบวกแล้ว จะปรากฏจุดสีแดงขอบขาวขึ้นมา ในคลิปดนตรีของเรา จากนั้นเราก็ฟังไปเรื่อยๆ และทำการกำหนดจุดขึ้นมาอีกตามที่เรต้องการจะปรับเสียง

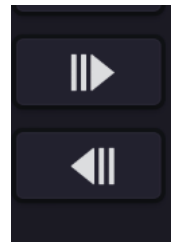
104



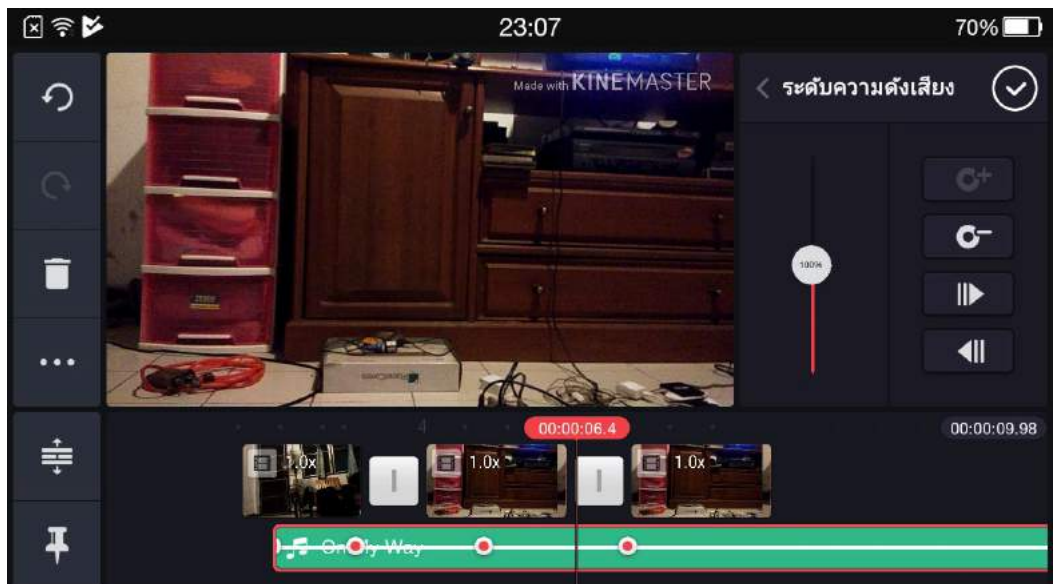
105



เมื่อกำหนดจุดต่างๆ ขึ้นมาแล้ว ดึงภาพข้างล่าง เราก็ไปกดปุ่ม เพื่อกลับไปสู่จุดสีแดงขอบขาวที่เราต้องการจะปรับระดับเสียง

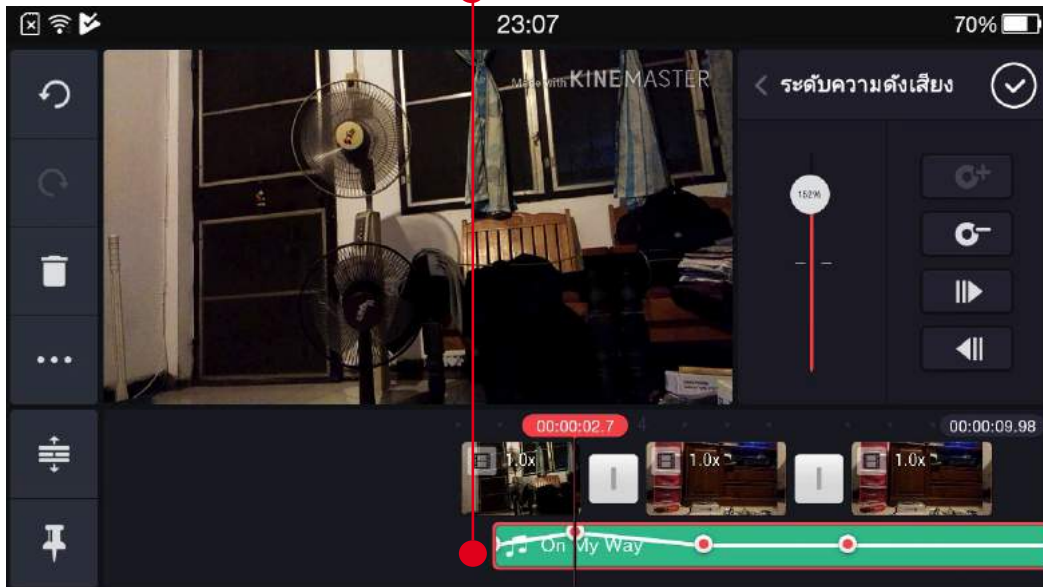


106

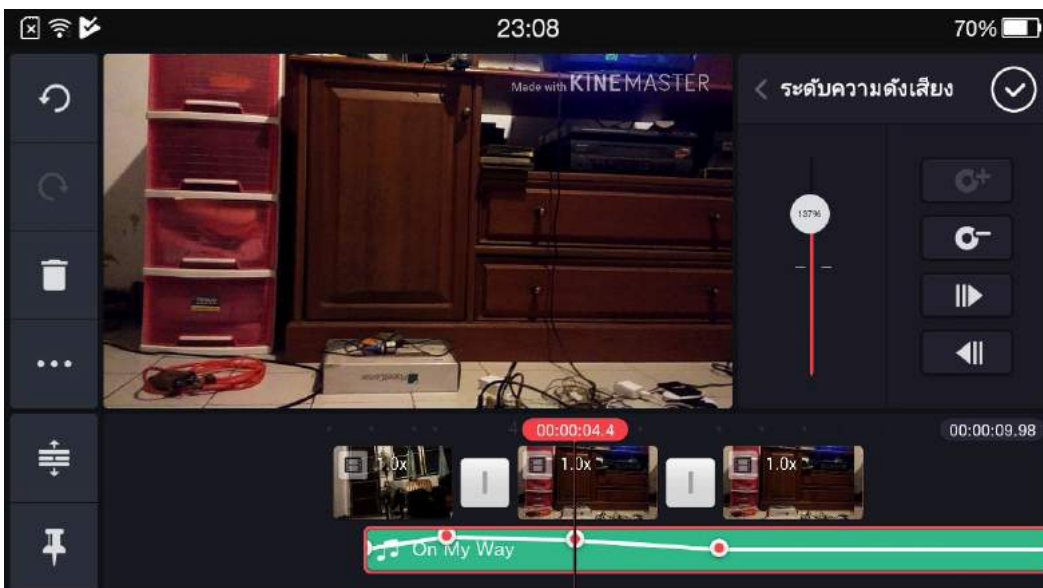


เมื่อจุดใดต้องการปรับระดับเสียง ให้ไปเลื่อนระดับเสียงขึ้นลงตามชอบใจ
เลื่อนขึ้น เสียงดังขึ้น เลื่อนลง เสียงเบาลง ดังภาพข้างล่าง

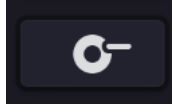
107



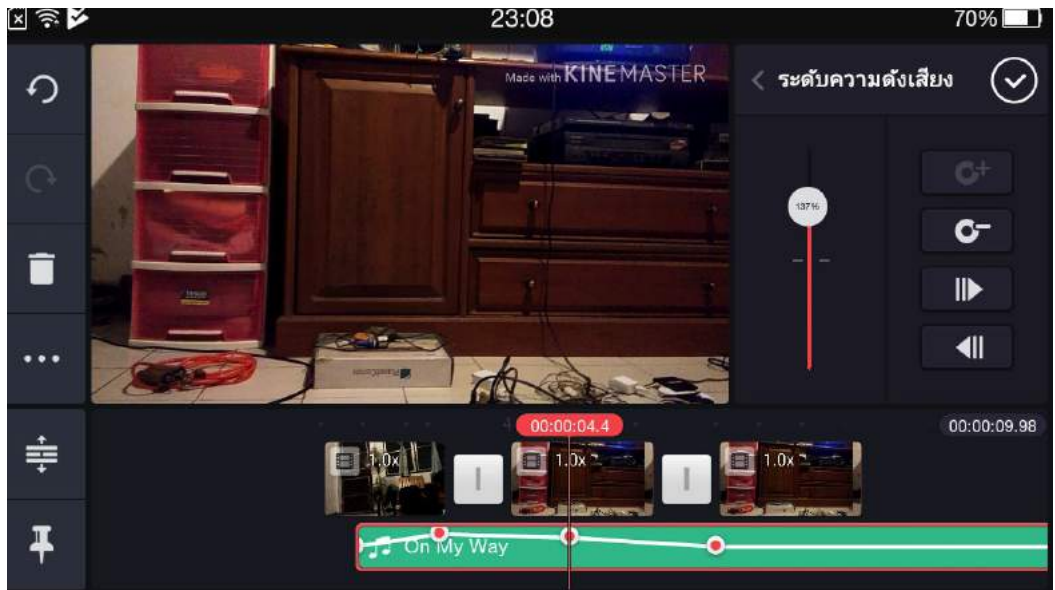
108



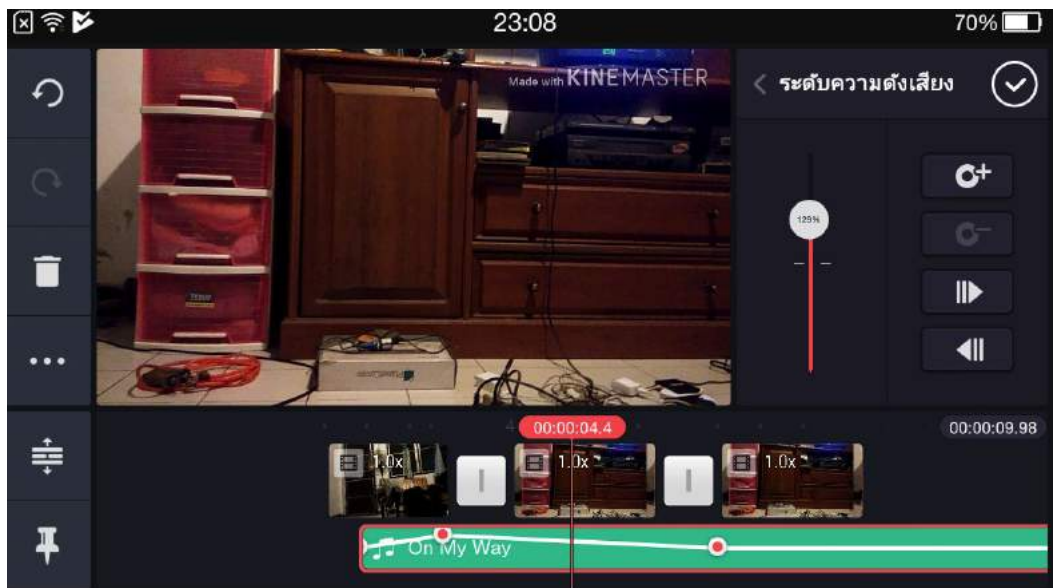
หากอยากลบจุดแดงขอบขาวออก และกำหนดจุดใหม่ ก็ทำได้ด้วยการไปกดปุ่ม
จุดแดงขอบขาวก็จะลบออกไปทันที ดังภาพด้านล่าง



109



110

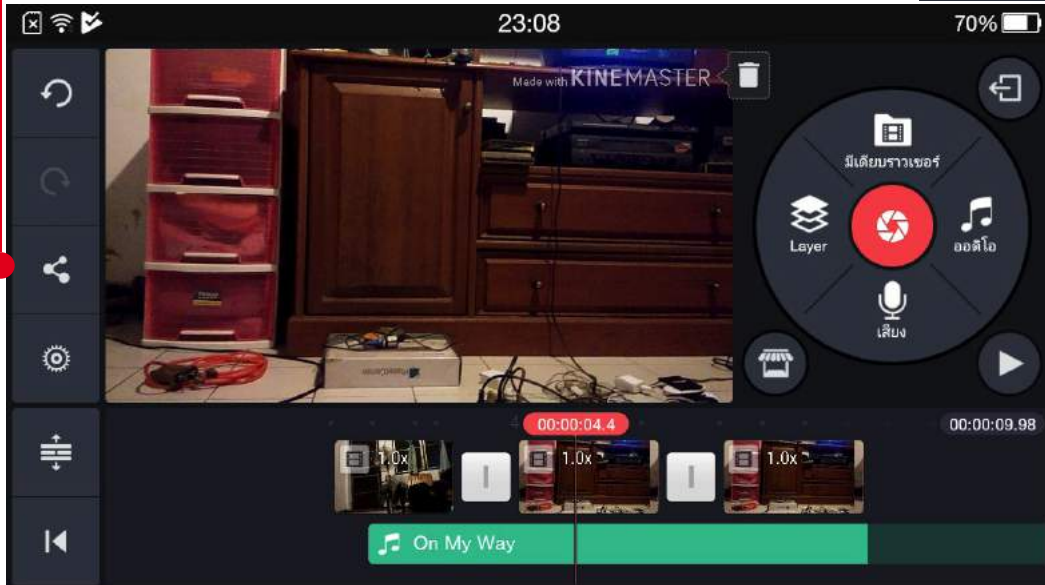


EXPORT / SHARE

ในกรณีที่ตัดต่องานเสร็จแล้ว เราต้องทำการโยนงานนี้ ออกมาเป็นไฟล์วิดีโอเก็บไว้ในมือถือของเรา ให้ไปที่ปุ่มแชร์ที่อยู่ด้านซ้ายมือ และไปที่ปุ่มนั้น



111



ก็จะปรากฏหน้าต่างขึ้นมา ดังภาพข้างล่าง ให้เราเลือกขนาดของการบันทึกไฟล์

1. กำหนดค่า Resolution (ขนาดหน้าจอ) เช่น Facebook นั่นคือ HD720p
2. Framerate 25(PAL)
3. กำหนดค่า Bitrate (ยิ่งมากยิ่งชัด ไฟล์ยิ่งใหญ่)

แล้วกด Export

112



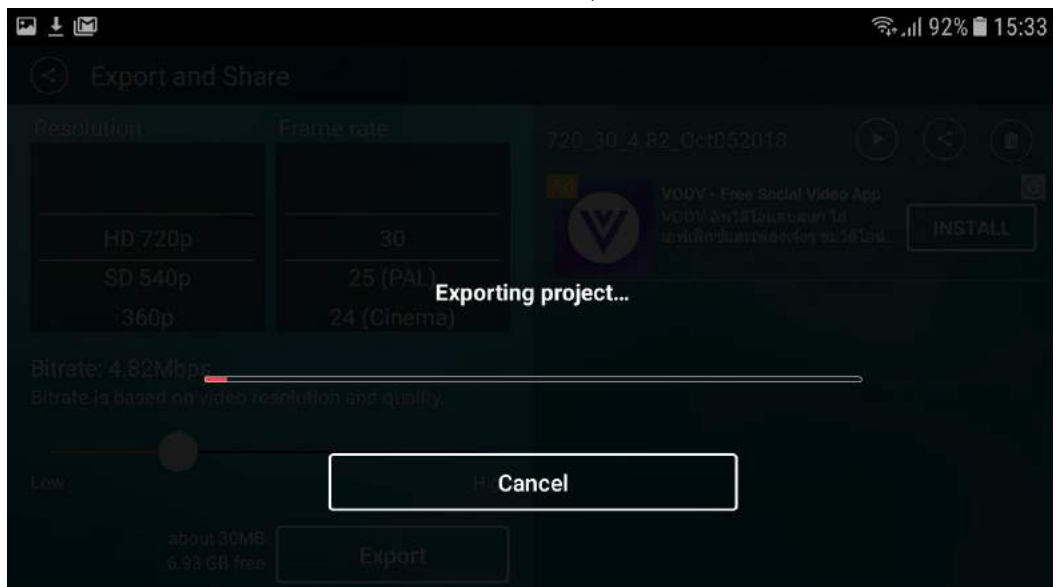
KineMaster เป็นแอปที่ให้ใช้ฟรี แต่มีลายน้ำ (ชื่อแอป) ปรากฏอยู่ หากจะไม่ให้มีลายน้ำ ต้องเช่าซื้อ สำหรับคนที่ยังไม่ได้เช่าซื้อ จะปรากฏภาพดังข้างล่าง หากเรายังไม่อยากเช่าซื้อ อยากทดลองใช้ไปก่อน ให้เราเลือกไปที่ **ไม่ละ ขอบคุณ** บันทึกพร้อมลายน้ำ (113)

113

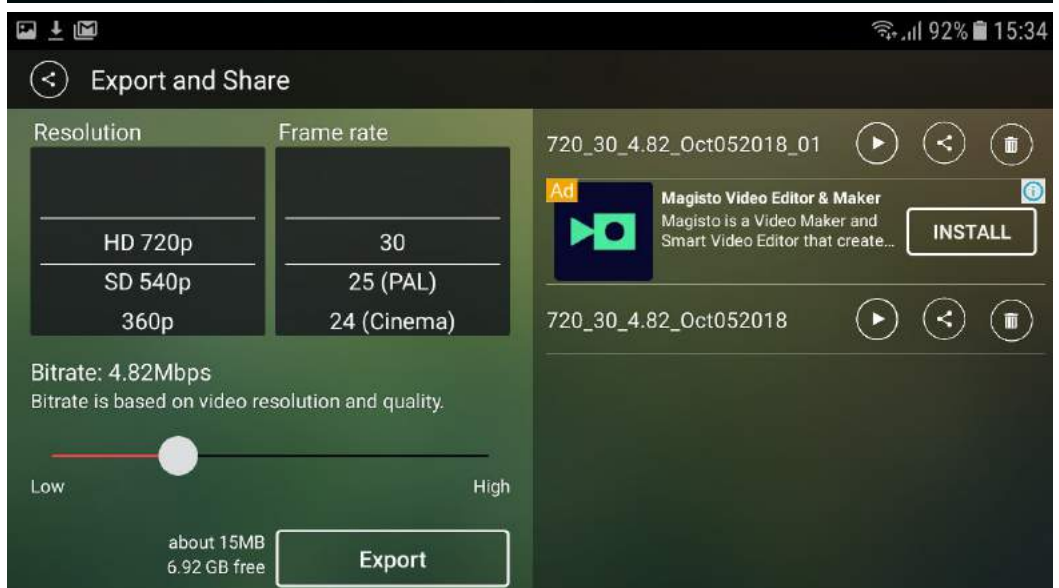


แอปก็จะทำการ Export เส้นสีแดงจะเดินไปเรื่อยๆ จนสิ้นสุด เราก็จะได้งานวิดีโอ
นำไปใช้งานต่างๆ ทันที

114



115



WORKSHOP

Manual Book

News, Short Film, Documentary, Viral, Mobile Journalism



#feedDD #MASS