

KM
DOH

เทคนิค

การประชาสัมพันธ์องค์กร

Corporate Public Relations



การจัดการความรู้ กรมทางหลวง | แขวงทางหลวงชัยนาท | สำนักงานทางหลวงที่ 12 (สุพรรณบุรี)

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่องความรู้ : เทคนิคการประชาสัมพันธ์องค์กร (Corporate Public Relations)
ผู้จัดทำ : แขวงทางหลวงชัยนาท
สำนักงานทางหลวงที่ 12 (สุพรรณบุรี) กรมทางหลวง

บทคัดย่อ

หลักการและเหตุผล

การประชาสัมพันธ์องค์กร (Corporate Public Relations) คือ การบริหารจัดการเรื่องการสื่อสารระหว่างองค์กรและสาธารณะ การประชาสัมพันธ์นั้นช่วยทำให้องค์กรหรือบุคคล ได้แสดงสู่ผู้ชม ผู้อ่าน โดยใช้เรื่องที่อยู่ในกระแส เป็นที่สนใจของสาธารณะและใช้เป็นการรายงานข่าวโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายโดยตรง เช่น การพูดในงานชุมนุม การทำงานร่วมกับแหล่งข่าว การใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ โดยการประชาสัมพันธ์ที่ดีจะต้องอาศัยเทคนิครวมถึงกระบวนการประชาสัมพันธ์ที่ถูกต้อง เพื่อให้การส่งสารและการรับสารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

วัตถุประสงค์

1. ใช้การประชาสัมพันธ์เป็นตัวช่วยในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของหน่วยงาน
2. เพื่อให้การส่งต่อข้อมูลข่าวสารระหว่างองค์กรกับบุคคลทั่วไปเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด จนนำไปสู่กระบวนการอื่นๆ อย่างถูกต้อง ครบถ้วน และชัดเจน
3. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในด้านการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรในองค์กร และผู้ที่สนใจศึกษาข้อมูล
4. เป็นการปรับปรุงภาพลักษณ์ขององค์กรให้ทันต่อยุคสมัยของสังคม ตอบสนองนโยบายรัฐฯ ด้านการพัฒนากำลังคนให้พร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล (Digital 4.0)

ผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. การส่งสาร/รับสารระหว่างองค์กรและบุคคลภายนอก เป็นไปได้ง่ายและรวดเร็ว
2. เพิ่มความรู้และความเข้าใจในด้านการประชาสัมพันธ์ สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับองค์กรได้
3. ผลงานและข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เป็นไปตามมาตรฐาน ประหยัดเวลาและงบประมาณ ตลอดจนการใช้บุคลากรเพื่อให้ได้ประโยชน์สูงสุด

ปณิธาน

งานประชาสัมพันธ์เป็นงานสื่อสัมพันธ์ที่มีความสำคัญ และเป็นงานที่มีขอบเขตกว้างขวาง มีระบบงานที่ซับซ้อน แต่งานประชาสัมพันธ์จะช่วยส่งเสริมลักษณะความเป็นผู้นำขององค์กรและบุคคล ทั้งยังช่วยให้เกิดความเข้าใจ ความร่วมมือทั้งจากพนักงานภายในและจากประชาชนภายนอก ด้วย นับว่างานประชาสัมพันธ์มีคุณค่าต่อสถาบันต่าง ๆ เป็นอย่างยิ่ง

ดังนั้นจึงเป็นโอกาสที่ดีของคณะทำงานแขวงทางหลวงชยันนาท ที่ได้ศึกษากระบวนการด้านการประชาสัมพันธ์ คณะทำงานไม่ได้ต้องการเพื่อศึกษาเพียงอย่างเดียวเท่านั้น ใจความสำคัญ คือ เราต้องการเผยแพร่เรื่องราวการทำงาน ภารกิจต่างๆ ขององค์กรให้สาธารณชนได้รับรู้อย่างถูกต้อง ทัวถึง และมีความหวังว่าการศึกษาเพื่อพัฒนาครั้งนี้ จะส่งผลดีต่อภาพลักษณ์ขององค์กร ช่วยลดปัญหาความขัดแย้งระหว่างพี่น้องประชาชนได้ในที่สุด

นายอนุสรณ์ ศรีวงษ์ญาติดี
ผู้อำนวยการแขวงทางหลวงชยันนาท

คำนำ

เทคนิคการประชาสัมพันธ์องค์กร (Corporate Public Relations) ดำเนินการโดยคณะทำงานการจัดการความรู้ แขวงทางหลวงชยันนาท ทำขึ้นเพื่อเป็นองค์ความรู้ภายในหน่วยงานและใช้เป็นเอกสารเผยแพร่ให้กับเจ้าหน้าที่ตลอดจนผู้ที่สนใจ ซึ่งเป็นการช่วยให้การดำเนินงานในด้านการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีความถูกต้อง และมีการพัฒนาไปตามยุคสมัย

การจัดทำเอกสารคู่มือฉบับนี้ คณะทำงานได้รวบรวมเนื้อหาเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เบื้องต้น โดยเน้นในด้านของการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นหลัก ตลอดจนเทคนิคการออกแบบงานประชาสัมพันธ์ต่างๆ ที่คณะทำงานได้คัดเลือกลงในเนื้อหา โดยมีข้อกำหนดว่าเทคนิคที่นำมา ต้องสามารถปฏิบัติได้จริง เพื่อให้บุคคลที่สนใจศึกษาเอกสารเล่มนี้จะนำไปใช้ต่อให้เกิดประโยชน์อย่างสูงสุด

คณะทำงานการจัดการความรู้
แขวงทางหลวงชยันนาท

คณะกรรมการ

- | | |
|-----------------------------|------------------|
| 1) นายอนุสรณ์ ศรีวงษ์ญาติดี | ประธานคณะกรรมการ |
| 2) นายปัญญา อรรถเจตน์ | ที่ปรึกษา |
| 3) นางดวงสมร จำปาเงิน | ที่ปรึกษา |
| 4) นายณัฏฐวุฒิ ดีประดิษฐ์ | ที่ปรึกษา |
| 5) นางวันเพ็ญ คนกล้า | คณะกรรมการ |
| 6) นายนรณัฐพล อยากดี | คณะกรรมการ |
| 7) นางสาวจุฑารัตน์ แดงเทศ | ผู้จัดทำ |

ติดต่อเรา

แขวงทางหลวงชัยนาท เลขที่ 168 ตำบลบ้านกล้วย อำเภอเมืองชัยนาท จังหวัดชัยนาท 17000

โทรศัพท์ 056-411649. โทรสาร 056-412036.

เฟซบุ๊กแฟนเพจ www.facebook.com/chainat.highways



สารบัญ

บทที่ 1	ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์	7
1.1	ความสำคัญและความหมาย.....	7
1.2	องค์ประกอบการประชาสัมพันธ์.....	8
1.3	หน้าที่และจุดมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์.....	9
บทที่ 2	หลักการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์	10
2.1	ความหมายของสื่อที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์.....	11
2.2	ประเภทของสื่อที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์.....	11
2.3	ลักษณะของสื่อที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์.....	12
	- สื่อสิ่งพิมพ์ (Print Media).....	12
	- สื่อบุคคล (Personal Media).....	25
	- สื่อโสตทัศน์ (Audio-Visual Media).....	26
	- สื่อกิจกรรมต่างๆ.....	27
บทที่ 3	Social Media กับการประชาสัมพันธ์องค์กร	28
3.1	Facebook คืออะไร ?.....	29
3.2	เทคนิคการใช้งาน Fanpage.....	29
	- วิธีการสร้างเพจ.....	29
	- ชื่อผู้ใช้และการตรวจสอบยืนยัน.....	30
	- บทบาทของเพจ.....	32
	- ถูกใจและโต้ตอบกับเพจ.....	34
3.3	รูปและวิดีโอ.....	35
	- การอัปโหลดวิดีโอ (HD).....	35
	- รวมขนาดภาพที่ใช้ในงานใน Facebook Page.....	37
3.4	อัปรูป Facebook ยังไง ไม่ให้แตก.....	41
3.5	7 เทคนิค การโพสต์ Facebook.....	42
3.6	การเผยแพร่โดยใช้ Note.....	46
	- วิธีการสร้าง Note.....	47
	- วิธีการจัดรูปแบบของ Note.....	50
3.7	Hashtag.....	57

สารบัญ

บทที่ 4 โปรแกรมที่ใช้ในการผลิตและเทคนิคการออกแบบ	62
4.1 10 กฎการดีไซน์ที่นักออกแบบไม่ควรฝ่าฝืน.....	63
4.2 White Space พื้นที่ว่างสำคัญที่สุด.....	68
4.3 ระบบสี RGB vs CMYK.....	70
4.4 Format File ประเภทไหนใช้กับงานอะไรดี ?.....	74
4.5 โปรแกรมตระกูล Microsoft Office.....	78
- 5 เทคนิค PowerPoint เรียบหรูดูมีระดับ.....	80
- วิธีแก้ปัญหา Font เพี้ยนของ PowerPoint.....	87
บทที่ 5 เทคนิคการถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์	137
5.1 สำคัญแค่ไหน ก็แค่ถ่ายภาพ.....	138
5.2 ประเภทของภาพถ่ายเพื่อการประชาสัมพันธ์.....	139
- การถ่ายภาพอาคารสถานที่.....	139
- การถ่ายภาพบุคคล.....	140
- การถ่ายภาพกิจกรรมขององค์กร.....	141
5.3 Image Size (ใส่ใจความละเอียด).....	143
5.4 Image Quality (เลือกนามสกุลดี มีชัยไปกว่าครึ่ง).....	145
5.5 ถ่ายภาพใครๆ ก็ทำได้.....	146
- จุดตัด 9 ช่อง.....	148
- กฎ 3 ส่วน.....	150
- เส้นนำสายตา.....	152
บรรณานุกรม	154

ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับ การประชาสัมพันธ์



ความสำคัญและความหมายของการประชาสัมพันธ์

- การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) เป็นคำที่ใช้กันอย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งหน่วยงานภาครัฐ ทั้งนี้เพราะการประชาสัมพันธ์เป็นกิจกรรม เพื่อสร้างความเข้าใจ และความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างชุมชน และกลุ่มคนประเภทต่าง ๆ
- การประชาสัมพันธ์จึงเป็นการเผยแพร่เชิงสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ แก่ประชาชน เป็นงานส่งเสริมสัมพันธภาพระหว่างหน่วยงาน หรือกลุ่มประชาชน ที่เกี่ยวข้องจึงเป็นการสร้างค่านิยม (goodwill) แก่กลุ่มประชาชนต่างๆ ด้วยวิธีการ บอกกล่าว (inform) ชี้แจงให้ประชาชนได้ทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ และสิ่ง ซึ่งองค์กร สถาบันได้ทำลงไป
- การประชาสัมพันธ์ มาจากภาษาอังกฤษว่า "Public Relations" Public หมายถึง สาธารณชน, ประชาชน / Relations หมายถึง ความสัมพันธ์

เมื่อนำคำทั้งสองนี้มารวมกัน การประชาสัมพันธ์จึงหมายถึง
"ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับสาธารณชน"

จากคำจำกัดความข้างต้นสรุปได้ว่า

**คุณลักษณะสำคัญ
ของการประชาสัมพันธ์**
มีดังนี้



1. เป็นการทำงานที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรกับประชาชน
2. เป็นการทำงานที่มีการวางแผน สุขุมรอบคอบ และมีการประเมินผล
3. เป็นการทำงานในรูปของการสื่อสารซึ่งเป็นการสื่อสารแบบสองทาง และเป็นการสื่อสารเพื่อนำใจ
4. เป็นการทำงานที่ต้องการมีอิทธิพลทางความคิดและทัศนคติของกลุ่มเป้าหมาย
5. เป็นการทำงานที่ต่อเนื่องและหวังผลในระยะยาว

องค์ประกอบ ของการประชาสัมพันธ์



การให้คำแนะนำ (Counseling)

เป็นการให้คำแนะนำต่อฝ่ายบริหารขององค์กรเกี่ยวกับนโยบาย การสร้างความสัมพันธ์อันดี การสื่อสารว่าจะทำอะไร และทำอย่างไร



การวิจัย (Research)

เป็นการพิจารณาทัศนคติและพฤติกรรมของชุมชน และเหตุผลต่างๆ เพื่อใช้ในการวางแผน การปฏิบัติตามแผน และการวัดผลกิจกรรม เพื่อให้เกิดอิทธิพล หรือให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ทัศนคติและพฤติกรรม



สื่อมวลชนสัมพันธ์ (Media Relations)

เป็นการสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน โดยการเผยแพร่ข่าวสาร และตอบสนองต่อความสนใจในองค์กร



การเผยแพร่ข่าว (Publicity)

เป็นการกระจายข่าวสารซึ่งจะต้องมีการวางแผนในการใช้วิธีต่างๆ อย่างเหมาะสม ทั้งสื่อที่ต้องซื้อพื้นที่และเวลา สื่อที่ให้ความร่วมมือในการเผยแพร่แบบไม่หวังผลตอบแทน



การสร้างความสัมพันธ์กับพนักงาน/สมาชิก (Employee/Member Relations)

เป็นการตอบสนองและการจูงใจพนักงานขององค์กร



ชุมชนสัมพันธ์ (Community Relations)

เป็นการให้องค์กรมีส่วนร่วมกับชุมชนอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง โดยมีการวางแผนเอาไว้ เพื่อรักษาความสัมพันธ์อันดีระหว่างกัน ตลอดจนคำนึงถึงผลประโยชน์ทั้งขององค์กรและชุมชนด้วย

องค์ประกอบ ของการประชาสัมพันธ์



การทำกิจกรรมสาธารณะ (Public Affairs)

เป็นการพัฒนานโยบายอย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยให้องค์กรปรับตัวได้เหมาะสมกับความคาดหวังของชุมชน ตลอดจนการให้บริการและการจัดกิจกรรมกับชุมชนต่างๆ



การทำกิจกรรมร่วมกับรัฐบาล (Government Affairs)

เป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับส่วนราชการ โดยการจัดโปรแกรมในการสนับสนุนและช่วยเหลือส่วนราชการต่างๆ



การจัดกิจกรรมพิเศษ/การมีส่วนร่วมกับชุมชน (Special events and Public Participation)

เป็นการกระตุ้นความสนใจในบุคคลสำคัญ หรือองค์กร โดยมุ่งกิจกรรมที่แปลกใหม่ ซึ่งจะต้องคอยรับฟังและมีการสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน

หน้าที่และจุดมุ่งหมาย ของการประชาสัมพันธ์

1. การให้ข้อมูลข่าวสาร จะเป็นการเพิ่มคุณค่า (Added Value) ให้กับองค์กร
2. การสร้างภาพลักษณ์ (Image Building)
3. การให้ความรู้ (Education)
4. การสร้างความน่าเชื่อถือ (Credibility Building)

กรมทางหลวง

สื่อในการประชาสัมพันธ์



ในการใช้สื่อให้เกิดประสิทธิผล (Effectiveness) ของการประชาสัมพันธ์ นอกจากจะต้องคำนึงถึงประสิทธิภาพ (Efficiency) ของต้นทุนจากสื่อแล้ว ยังคงต้องคำนึงว่าสื่อที่สร้างขึ้นสร้างภาพลักษณ์ (Image) อะไรให้กับองค์กร และสามารถเสริมสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรให้ดูดีขึ้นหรือไม่ ตลอดจนต้องคำนึงถึงผลสัมฤทธิ์ (Impact) ว่าสามารถเปลี่ยนแปลงความคิดของผู้รับข่าวสารด้วย สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์นั้น ประกอบด้วย สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อสังคมออนไลน์ แต่ละสื่อย่อมมีข้อดีและข้อเสีย

ดังนั้นจึงต้องพิจารณาถึงข้อดีและข้อเสียของสื่อแต่ละชนิด ตลอดจนพิจารณาถึงหลักของการใช้สื่อการประชาสัมพันธ์



ความหมาย..สื่อที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์

หมายถึง เครื่องมือหรือตัวกลางที่ใช้ในการนำข่าวสาร เรื่องราว จากองค์กรหรือหน่วยงานไปสู่ชุมชน



สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์มีความสำคัญ คือ

1. เพื่อถ่ายทอดหรือบอกข่าวสารให้แก่ประชาชนทราบ
2. เพื่อให้ประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง
3. เพื่อเป็นการสร้างความนิยมและภาพพจน์ที่ดีขององค์กร

ประเภท..ของสื่อที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์

สื่อประชาสัมพันธ์ที่ควบคุมได้
(Controllable Media)



สื่อสิ่งพิมพ์ (Print Media)



สื่อบุคคล (Personal Media)



สื่อโสตทัศน (Audio-visual Media)



สื่อกิจกรรมต่าง (Activity Media)

สื่อประชาสัมพันธ์ที่ควบคุมไม่ได้
(Uncontrollable Media)

สื่อมวลชน (Mass Media)



ลักษณะ..ของสื่อที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์

1 สื่อสิ่งพิมพ์ Print Media

สื่อเพื่อการสัมพันธ์ภายในหน่วยงาน
(House or Home Journal)

เป็นหนังสือวารสารสิ่งพิมพ์ที่ใช้สื่อสัมพันธ์ในหน่วยงานให้รู้หรือเข้าใจและแจกจ่ายกันเฉพาะภายในหน่วยงาน

สื่อเพื่อการสัมพันธ์ภายนอกหน่วยงาน
(External Publication)

เป็นวารสารสิ่งพิมพ์ที่ใช้เพื่อสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานกับบุคคลภายนอกจัดทำรูปเล่ม ประณีตใช้ถ้อยคำ ภาษาเป็นทางการ

สื่อเพื่อการสัมพันธ์แบบผสม
(Combination)

เป็นการจัดทำสิ่งพิมพ์สื่อสัมพันธ์ในลักษณะผสมใช้อ่านได้ทั้งคนภายในและภายนอกในเล่มเดียวกัน

การเตรียมสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ (Preparation for Publication)

ก่อนจะทำสิ่งพิมพ์ควรมีการวางแผนให้เรียบร้อย

การวางแผนที่ดีต้องคำนึงถึงสิ่งสำคัญ 3 ประการด้วยกัน คือ

วัตถุประสงค์, ผู้อ่าน, และรูปแบบ

ในขณะเดียวกันจะต้องพิจารณาปัจจัยทั้ง 3 ประการนี้ร่วมกัน



วัตถุประสงค์ (Purpose) ก่อนที่จะทำหนังสือควรวางแผนวัตถุประสงค์อย่างรอบคอบเขียนวัตถุประสงค์ให้ผู้อ่านมีอำนาจอนุมัติและทำงานให้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

ผู้อ่าน (Reader) งานนั้นจะเป็นจริงได้ต้องคำนึงถึงผู้อ่านเป็นหลัก ผู้อ่านจะเป็นผู้ตัดสินผลงาน ดังนั้น เราต้องตอบให้ได้ว่านิสัยในการอ่านของเป้าหมายเป็นอย่างไร ตัวอย่างประเภทไหนจะดึงดูดวางโครงเรื่องอย่างไรให้ชนะใจผู้อ่าน เป็นต้น

รูปแบบ (Format) ควรกำหนดขนาดของหน้า จำนวนหน้า รูปภาพ จุดประสงค์ และกลุ่มผู้อ่าน ลอจวิเคราะห้และวางรูปแบบโดยคำนึงถึงงบประมาณและเนื้อหาที่จะให้ด้วย

สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทต่างๆ

หนังสือพิมพ์ (Newspaper)

หนังสือพิมพ์เป็นเครื่องมือสำคัญในการเผยแพร่และการประชาสัมพันธ์ เพราะหนังสือพิมพ์เป็นสื่อมวลชนที่สามารถเข้าถึงประชาชนจำนวนมาก และมีระยะเวลากำหนดออกที่แน่นอนเป็นประจำสม่ำเสมอ

หนังสือพิมพ์ผลิตกับสื่อชนิดอื่นๆ หนังสือพิมพ์สามารถเสนอข่าวสารเรื่องราวต่างๆ หลายด้านปะปนผสมผสานกันไปในฉบับเดียวกัน มีทั้งข่าวสารเรื่องราวที่ประชาชนเฉพาะกลุ่มและประชาชนทั่วไปสนใจ เช่น ข่าวการเมือง อาชญากรรม เศรษฐกิจ สังคม กีฬา บันเทิง เป็นต้น

หนังสือพิมพ์เป็นสื่อใช้การติดต่อ 2 ทาง (Two-Way Communication) เพราะเป็นสื่อในการถ่ายทอดความคิดเห็น นโยบายการดำเนินงานของกิจการ แล้วยังเป็นสื่อแสดงความรู้สึกนึกคิดของประชาชนที่มีต่อองค์กรด้วย เช่น การวิจารณ์ การปฏิบัติงานหรือนโยบายของรัฐบาล เพื่อองค์กรที่ถูกวิจารณ์จะได้ปรับปรุงนโยบายให้ดีขึ้นด้วย หรือรัฐบาลใช้หนังสือพิมพ์เป็นสื่อชี้แจงให้ประชาชนเข้าใจ เพื่อขอความร่วมมือในการปฏิบัติให้สำเร็จ ล่วงตามเป้าหมาย

ข้อดีของหนังสือพิมพ์

1. หนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่เสนอข่าวที่น่าสนใจ สม่ำเสมอและรวดเร็ว จึงเป็นสื่อที่มวลชนยอมรับ ข่าวการเผยแพร่
2. มีความคงทนถาวรกว่าสื่อมวลชนประเภทอื่น เพราะเมื่อผู้อ่านไม่เข้าใจตอนใดก็ย้อนกลับมาอ่าน ทบทวน ใหม่ได้
3. เสนอข่าวหรือเรื่องราวต่างๆ ครึ่งละหลายๆ ได้ รวมทั้งเสนอข่าวประจำวันทุกวันเป็นประจำ ทำให้ประชาชนสามารถติดตามข่าวสารเรื่องราวต่างๆ อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง
4. มีภาพถ่ายประกอบช่วยดึงดูดความสนใจและเข้าใจข่าวสารได้ยิ่งขึ้น
5. ราคาถูก หาซื้อได้ง่าย และมีหลายภาษา

ข้อจำกัดของหนังสือพิมพ์

1. ไม่สามารถเข้าถึงผู้อ่านที่อ่านหนังสือไม่ออก หรือผู้สูงอายุที่สายตาไม่ดี
2. หนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่ไม่มีสีสันสวยงาม ไม่มีสิ่งใดสะดุดตาผู้อ่านนอกจากภาพข่าวซึ่งควรเป็นข้อความที่ กะทัดรัด อ่านเข้าใจง่าย และสัมพันธ์กับเนื้อเรื่องของข่าว
3. มีอายุสั้น ผู้อ่านอ่านครั้งเดียวแล้วจะทิ้งไป ประชาชนไม่นิยมเก็บหนังสือพิมพ์ไว้เป็นเวลานาน
4. มีช่วงอายุที่สั้น เมื่อคนอ่านเพียงครั้งเดียวแล้วก็ผ่านไป เพราะข่าวต่างๆ มีผ่านเข้ามาทุกวัน
5. ผู้อ่านหนังสือพิมพ์จะอ่านเพียงบางเรื่องหรือบางคอลัมน์ที่เขาเกี่ยวข้องหรือสนใจเท่านั้น

วารสาร (Journal)



วารสาร หมายถึง สิ่งพิมพ์เป็นเล่ม กำหนดออกเป็นประจำในระยะเวลาสัปดาห์ ปักษ์ เดือน หรือรายปี มักจะมุ่งให้ความรู้เชิงวิชาการแก่ผู้อ่านเป็นส่วนรวม หรือเฉพาะกลุ่ม

การจัดทำวารสารมีขึ้นเพื่อสนองนโยบายและความต้องการของหน่วยงาน สมาคม องค์กร หรือสถาบันต่างๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการเผยแพร่ข้อมูล ความรู้ บทความทางวิชาการ ผลงานการวิจัย ความรู้ทางวิชาการ และความก้าวหน้าทางวิชาการมากกว่าจัดทำเพื่อธุรกิจการค้าแบบนิตยสารและใช้เป็นเอกสารอ้างอิงทางวิชาการ

สำหรับรูปเล่มของวารสาร ไม่มีข้อกำหนดเกี่ยวกับความหนาที่แน่นอน แต่ไม่ควรหนาหรือบางเกินไป หากเป็นวารสารขนาดมาตรฐานไม่ควรหนาต่ำกว่า 40 หน้า และไม่ควรหนาเกิน 100 หน้า ถ้าหากขนาด 16 ยก ก็ไม่ควรต่ำกว่า 50 หน้า และไม่ควรเกิน 200 หน้า เพราะหากจำนวนหน้าน้อยหรือมากเกินไป ความสนใจของผู้อ่านจะลดน้อยลง

องค์ประกอบของวารสาร



ปกหน้า

มักพิมพ์ด้วยกระดาษหนากว่าเนื้อกระดาษภายใน และออกแบบให้มีลักษณะเครื่องขริมเป็นทางการ ใช้สีเดียวหรือสองสี เป็นสีตัดกันเช่น พื้นน้ำเงิน ตัวอักษรขาว หรือพื้นขาว ตัวอักษรสีดำ และมักไม่นิยมใช้ภาพเป็นปก ส่วนใหญ่จะใช้เป็นตัวอักษร หรือการออกแบบลายเส้น บางฉบับจะพิมพ์ชื่อเรื่องลงในหน้าปกเป็นสารบัญบอกผู้อ่าน



สารบัญ

มักออกแบบเครื่องขริมเป็นทางการ ทำให้ดูน่าเชื่อถือมากกว่าที่จะออกแบบให้หรูหราแบบนิตยสาร ไม่นิยมนำภาพประกอบเรื่องจากเนื้อเรื่องมาใส่ไว้ในหน้าสารบัญอย่างที่นิตยสารนิยมทำ นอกจากนี้วารสารบางเล่มก็นำสารบัญไปพิมพ์ไว้หน้าปกเลย



บทบรรณาธิการ

มักเขียนโดยบรรณาธิการของวารสารฉบับนั้นๆ เป็นการทักทายกับผู้อ่านและแนะนำเรื่องเด่นๆภายในฉบับ เช่นเดียวกับ บรรณาธิการ นิตยสาร แต่เนื่องจากวารสารส่วนใหญ่นำเสนอบทความเชิงวิชาการ แสดงความคิดเห็น ซึ่งอาจจะมีผลเข้าข่ายละเมิดสิทธิที่จะถูกฟ้องร้องได้ตามกฎหมาย จึงมักมีข้อความอีกลักษณะหนึ่งที่ปรากฏในหน้าบทบรรณาธิการหรือหน้าสารบัญ คือถ้อยแถลงของบรรณาธิการเกี่ยวกับความรับผิดชอบด้านกฎหมายที่มีต่อบทความ และความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในผลงานปรากฏอยู่ในหน้าบทบรรณาธิการด้วย



เนื้อหา

เนื่องจากวารสารจะเน้นเนื้อหาไปทางด้านวิชาการ ดังนั้นองค์ประกอบส่วนใหญ่จะเป็นบทความวิชาการ ตอนท้ายของบทความแต่ละเรื่องมักจะมีบรรณานุกรมรายชื่อเอกสารที่ใช้ อ้างอิงในการเขียนบทความนั้นๆ นอกจากนี้ชื่อผู้แต่งก็มักจะใช้ชื่อจริง

หนังสือ (Book)



หนังสือเล่ม หมายถึง สิ่งสิ่งพิมพ์ที่มีเนื้อหาเฉพาะเรื่องเป็นเรื่องเดียวกันอย่างละเอียดทั้งเล่ม ส่วนใหญ่แล้วมักจะเป็นเอกสารทางวิชาการเพื่อการศึกษา เช่น ตำราเรียน ตำราทางวิชาการ หนังสืออ้างอิง หนังสือทางวรรณกรรม เป็นต้น

รูปแบบและลักษณะของหนังสือ คือ ต้องมีการพับและการเย็บเข้าเป็นเล่ม มีทั้งปกอ่อนและปกแข็ง มีขนาดและมีความหนาต่างๆ กัน ส่วนใหญ่มีขนาดใหญ่มิเกิน 10 นิ้ว x 12 นิ้ว เนื้อในมักใช้กระดาษบางที่มีคุณภาพ ปกทำด้วยกระดาษแข็ง หนาเป็นพิเศษ หรืออาจจะมีปกนอกห่อหุ้ม (Book Jacket) อีกชั้นหนึ่ง เพื่อให้เหมาะสำหรับการเก็บไว้เป็นระยะเวลานานๆ

นอกจากนี้ ยังมีการคำนึงถึงสัดส่วนความสูงของหนังสือ สันข้างตามความหนาของหนังสือ เพื่อความเป็นระเบียบในการเก็บบนชั้นวางหนังสือ หรือการค้นหาในห้องสมุด หนังสือมักจะไม่มีการกำหนดระยะเวลาการออกวางจำหน่ายเป็นประจำ

ประเภทของหนังสือ

การแบ่งประเภทของหนังสือสามารถทำได้หลายวิธี สุดแล้วแต่จะยึดหลักเกณฑ์ใด วิธีที่นิยมแบ่งกันคือ การแบ่งตามเนื้อหา และการแบ่งตามลักษณะการแต่ง

การแบ่งตามเนื้อหา

การแบ่งตามเนื้อหากว้างๆ

1. หนังสือตำราและสารคดี

ตำราเป็นหนังสือที่เขียนขึ้นตามหลักสูตรการเรียนการสอนในระดับและแขนงวิชาต่างๆ มีเนื้อหาวิชาการล้วนและมีลักษณะเหมือนหนังสือสารคดี คือ มุ่งให้ความรู้ ต่างกันแต่ว่าหนังสือสารคดีนอกจากจะให้สาระ ประโยชน์ในขอบเขตที่ไม่จำกัดแล้ว ยังให้ความเพลิดเพลินจากสำนวนภาษา ลีลาการเขียน หรือเนื้อหาด้วย

2. หนังสือบันเทิงคดี หรือหนังสือนวนิยาย

คือ หนังสือที่เขียนขึ้นจากประสบการณ์หรือจินตนาการของผู้ประพันธ์ โดยอาศัยเค้าโครงชีวิตจริงของชีวิตและสังคม มุ่งหมายให้ความเพลิดเพลินกระตือรือร้นผู้อ่านเป็นสำคัญ ในขณะที่ผู้อ่านจะได้รับข้อคิดที่น่าสนใจซึ่งผู้เขียนแทรกไว้ในเรื่องด้วย

การแบ่งตามเนื้อหาย่อยๆ

1. หนังสือสารคดี (Non - Fiction)

หมายถึง หนังสือที่ให้ความรู้ในด้านต่างๆ แบ่งเป็นหนังสือตำรา หนังสืออ่านประกอบ หนังสือความรู้ทั่วไป และหนังสือทางด้านสันตนาการ

2. หนังสือนวนิยาย (Fiction)

นวนิยายคือ เรื่องราวที่เกิดขึ้นจากจินตนาการของผู้เขียนเรียบเรียงขึ้นเพื่อ ความเพลิดเพลิน

3. หนังสืออ้างอิง (Reference Book)

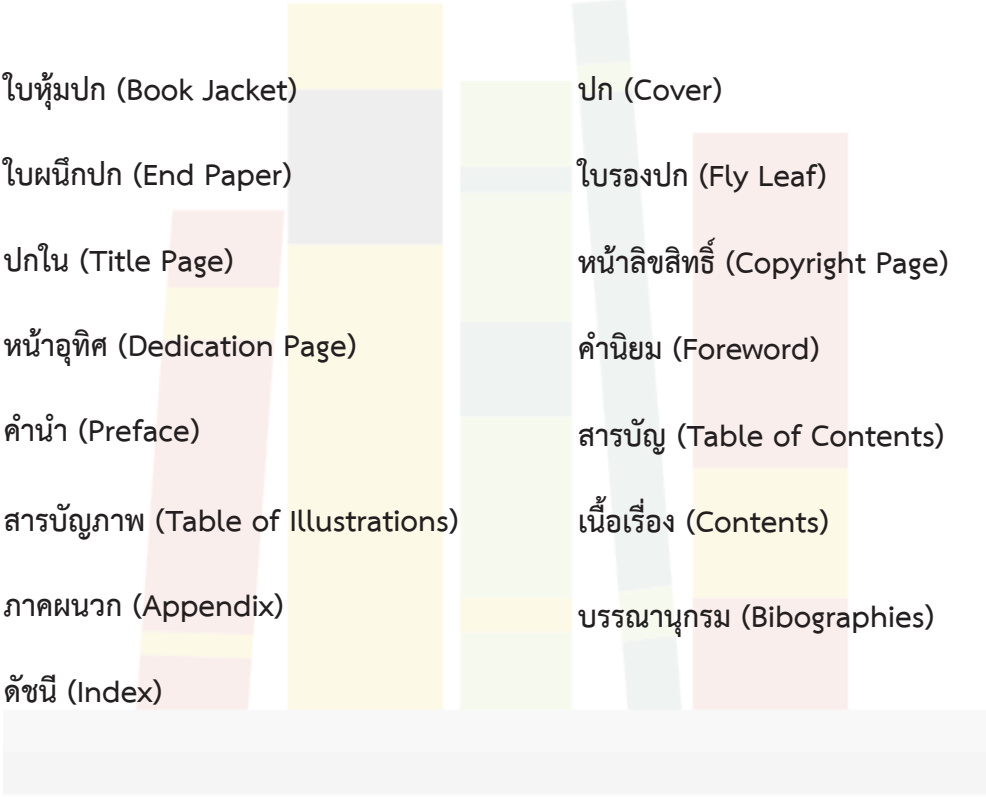
หมายถึง หนังสือที่ช่วยตอบปัญหาทั้งทางด้านวิชาการและเรื่องทั่วไป ผู้อ่านใช้ประกอบหรือค้นคว้าในบางเรื่องบางตอน ซึ่งเป็นลักษณะเดียวกับการที่ห้องสมุดจัดแบ่งหนังสือออกเป็นหมวดหมู่ต่างๆ

การแบ่งตามลักษณะการแต่ง

1. ร้อยแก้ว (Prose)
 คือ หนังสือที่แต่งเป็นความเรียง สละสลวย ไม่มีลักษณะบังคับในการแต่งอย่างร้อยกรอง เดิมแต่งเพื่อบันทึกร่องราวที่เป็นหลักฐานของบ้านเมืองกฎหมายประกาศต่าง ๆ ของทางราชการ นิทานสอนใจ หรือ หนังสือศาสนา เช่น พระราชพงศาวดารต่างๆ นิทานชาดก ต่อมาได้แต่งในรูปแบบต่างกันไป เช่น เรื่องสั้น นิทาน นวนิยาย บทละคร บทวิจารณ์ เป็นต้น

2. ร้อยกรอง (Verse)
 หนังสือที่มีลักษณะบังคับในการแต่งหรือมีการกำหนดคณะ เช่น กำหนดจำนวนคำ กำหนดสัมผัส กำหนดเสียงหนักเบา (ครุ ลหุ) ซึ่งข้อกำหนดนี้จะแตกต่างกันออกไปตามลักษณะของร้อยกรองนั้น ๆ ร้อยกรองในปัจจุบัน ได้แก่ โคลง ฉันท์ กาพย์ กลอน ร่าย ลิลิต กาพย์ห่อโคลง กลบท เป็นต้น

องค์ประกอบของหนังสือเล่ม



องค์ประกอบดังกล่าวในหนังสือแต่ละเล่มอาจไม่เหมือนกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าเป็นหนังสือประเภทใด หากเป็นหนังสือประเภทวิชาการ สารคดี อาจจะมีองค์ประกอบครบถ้วนดังกล่าวข้างต้น แต่สำหรับหนังสือบันเทิงคดี เช่น นวนิยาย เรื่องสั้น หรือหนังสือบทกลอนต่างๆ อาจจะไม่มีส่วนสารบัญ ภาคผนวก บรรณานุกรม และดัชนีก็ได้

สิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ (Specialized)



หมายถึง สิ่งพิมพ์ที่ใช้ในกิจการใดกิจการหนึ่งโดยเฉพาะเป็นสิ่งพิมพ์เฉพาะเรื่องสำหรับผู้อ่านเฉพาะกลุ่ม (Special Audience Publication) เป็นสิ่งพิมพ์ที่ใช้ในวงจำกัด เพื่อวัตถุประสงค์เชิงสื่อสารการตลาด หรือโฆษณา ส่งเสริมการขายการประชาสัมพันธ์ แม้แต่เพื่อการสร้างมวลชนสัมพันธ์ก็ตาม ทั้งนี้มักจะใช้สิ่งพิมพ์เฉพาะกิจควบคู่ไปกับสื่อมวลชน (Mass Media)

สื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจประเภทต่างๆ



จุลสาร (Booklet หรือ Pamphlet)

หมายถึง สิ่งพิมพ์ขนาดเล็กที่มีเนื้อหากล่าวถึงเรื่องใดเรื่องหนึ่งเพียงเรื่องเดียวและจบบริบูรณ์ภายในเล่ม ความยาวไม่มากนัก เขียนอย่างง่ายๆ ส่วนมากแล้วเนื้อหาจะเป็นเรื่องที่น่าสนใจในช่วงระยะเวลาหนึ่ง โดยจะให้ข้อมูลที่ทันสมัยรูปแบบลักษณะของจุลสารคือ มีความหนาอย่างน้อย 5 หน้า แต่ไม่เกิน 48 หน้า รูปเล่มไม่แข็งแรง อาจเป็นแผ่นกระดาษพับไปมา เพื่อสะดวกในการถือ หรืออาจเป็นสิ่งพิมพ์ที่เย็บเล่มแต่ใช้ปกอ่อน เป็นเล่มบางๆ

จุลสาร มักเป็นการจัดทำโดยหน่วยงานราชการ องค์กร สถาบันต่างๆ เพื่อเผยแพร่เรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของหน่วยงานนั้นพิมพ์แจกแก่บุคคลที่สนใจ สิ่งพิมพ์ลักษณะนี้ออกมาเป็นคราวๆ ไม่มีกำหนดเวลาที่แน่นอน



แผ่นพับ (Folder)

หมายถึง สิ่งพิมพ์ใดที่ขณะใช้งานมีการกางพับเข้าและกางออก จะเรียกสิ่งพิมพ์นั้นว่า "แผ่นพับ" ไม่ว่าจะแผ่นพับนั้นจะมีวัตถุประสงค์เพื่อการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ หรือคู่มือสินค้าก็ตาม

แผ่นพับเป็นสื่อโฆษณาชนิดไดเร็กต์เมล (Direct Mail) ที่ผู้ผลิตสามารถส่งตรงถึงผู้บริโภคทางไปรษณีย์ หรือแจกจ่ายตามสถานที่ต่างๆ ได้ถึงกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะ

ลักษณะเด่นของแผ่นพับ คือ มีขนาดเล็ก หยิบถือได้สะดวก สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลได้มาก ค่าใช้จ่ายในการผลิตต่ำเมื่อเทียบกับสิ่งพิมพ์อื่นๆ หากออกแบบให้มีลักษณะการพับที่น่าสนใจ จะก่อให้เกิดภาพพจน์ที่ดีต่อสินค้าหรือบริการนั้นๆ

โบรชัวร์ (Brochure)



เอกสารเย็บเล่มหรือที่เรียกกันทั่วไปว่า "โบรชัวร์" นั้นเป็นที่มา จากภาษาฝรั่งเศสว่า "Brochure" โดยใช้เรียกทับศัพท์ของสิ่งพิมพ์ ประเภทหนึ่ง ในความหมายที่แท้จริงแล้วคือ โบรชัวร์หมายความถึง หนังสือเล่มเล็กซึ่งก็หมายถึง จะต้องมีการเย็บเล่มเข้าด้วยกันนั่นเอง

ลักษณะสำคัญของโบรชัวร์ก็คือ เป็นสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจที่มุ่งเสนอ ข่าวสารเป็นการเฉพาะและต้องการเนื้อหารายละเอียดที่สามารถบรรจุ ได้มากกว่าแผ่นพับ (Folder) ทั่วๆ ไป รวมทั้งในการจัดทำโบรชัวร์จะมีการเอาใจใส่ในคุณภาพทางการพิมพ์มากกว่างานพิมพ์ประเภทจุลสาร

ส่วนรูปแบบโบรชัวร์ มักจะทำเล่มแบบเย็บมุงหลังคา ซึ่งจะต้อง มีปกหน้า-หลังด้วยนั่นเอง ปัจจุบันอาจจะมีหลายขนาดและอาจจะไม่ เย็บเล่ม แต่เป็นการพับเก็บเล่มก็ได้ ตัวอย่างโบรชัวร์ที่พบเห็นโดยทั่วไป เช่น เมนูอาหารตามภัตตาคาร เอกสารแนะนำการเปิดตัวขององค์กร บริษัท ร้านค้า เป็นต้น

โปสเตอร์ (Poster)

หมายถึง สิ่งพิมพ์ที่มีเนื้อหาสาระ เพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ที่ต้องการเรียกร้องความสนใจ ส่วนใหญ่แล้วมักนำเสนอเพียงแนวความคิด เดียวเป็นหลักใหญ่ โปสเตอร์แบ่งเป็นประเภทหลักๆ ได้ 2 ประเภท คือ

1. โปสเตอร์เพื่อเป้าหมายเฉพาะ

โปสเตอร์ในลักษณะนี้มีจุดมุ่งหมาย เพื่อชักชวนให้คนต่อต้าน หรือดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง มักใช้ในวัตถุประสงค์ทางการเมือง หรือในทางราชการ เช่น โปสเตอร์ชักชวนการต่อต้านคอมมิวนิสต์ให้ เห็นพิษภัยของสิ่งเสพติด การต่อต้านการใช้สินค้าต่างประเทศ หรือ ชักชวนให้ดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งที่มีผลดีต่อสังคมส่วนรวม

2. โปสเตอร์เพื่อการค้า

โปสเตอร์เพื่อการค้านั้นจะติดตั้งอยู่ทั่วไปตามที่สาธารณะเป็นการ ชักจูงใจให้ซื้อสินค้า ซึ่งบริษัทร้านค้าจัดทำขึ้นเอง หรือผ่านตัวแทนบริษัท โฆษณารับจ้างทำโปสเตอร์ เพื่อโฆษณาเผยแพร่สินค้านั้น ๆ





ใบปลิว หรือแผ่นปลิว (Leaflet)

หมายถึง สิ่งพิมพ์เฉพาะกิจที่มีเนื้อหาสาระเรื่องใดเพียงเรื่องเดียวได้แก่ คำแถลง ประกาศ ชี้แจง แจ้งความ โดยข้อความเหล่านั้นมักจะเป็นการให้ข้อมูล เพื่อแจกจ่ายไปยังกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ อาจมีวัตถุประสงค์เพื่อการโฆษณา หรือเพื่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ได้

จดหมายข่าว (Newsletter)

หนังสือพิมพ์ภายในขององค์กรมีเนื้อหาแตกต่างจากหนังสือพิมพ์ทั่วไป เพราะหนังสือพิมพ์ขององค์กรมักจะรับผิดชอบโดยฝ่ายประชาสัมพันธ์ในองค์กร จัดทำขึ้นมีวัตถุประสงค์เพื่อเสนอข่าวสารและเป็นสื่อกลางแลกเปลี่ยนความเห็นของผู้ปฏิบัติงาน รวมถึงเป็นสื่อในการให้ความรู้ ความเข้าใจ ความเคลื่อนไหวขององค์กรต่อกลุ่มเป้าหมายภายในและกลุ่มเป้าหมายภายนอก ในขณะที่ขนาดและการจัดหน้าก็มีความหมายกับหนังสือพิมพ์ทั่วไป

หนังสือพิมพ์ขององค์กรมักจัดทำในรูปแบบของ "จดหมายข่าว" (Newsletter) มักเป็นหนังสือพิมพ์เล่มเล็กมีขนาดที่เรียกว่า "ขนาดแท็บลอยด์" (Tabloid) และมักออกเป็นรายคาบ เช่น รายสัปดาห์ รายปักษ์ เป็นต้น

วัตถุประสงค์ของการจัดทำจดหมายข่าวหรือหนังสือพิมพ์องค์กร

หนังสือพิมพ์ขององค์กรจะรายงานข่าวเน้นหนักในเรื่องของหน่วยงานต่างๆ ภายในองค์กรเพื่อให้ผู้อ่านหรือกลุ่มปฏิบัติงานภายในได้ทราบความเคลื่อนไหวและข่าวสารต่างๆ อันจะเป็นการสร้าง ความเข้าใจที่ดีระหว่างองค์กร และผู้ปฏิบัติงาน

เนื้อหาของหนังสือพิมพ์ขององค์กร ประกอบด้วย

- ข่าว เป็นหัวใจของหนังสือพิมพ์ โดยทั่วไปแล้วเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ร้อยละ 60 เป็นข่าว
- สารคดี คือ การให้ความรู้ในเรื่องราวต่างๆ ที่เกี่ยวกับภารกิจและหน้าที่ขององค์กร รวมทั้งเป็นการขยายความเนื้อหาข่าวให้มีความเข้าใจเพิ่มขึ้น
- บทความ บทนำ เป็นลักษณะของความคิดเห็น วิพากษ์ วิจัยและเสนอแนะในเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับองค์กร เช่น การวิพากษ์วิจารณ์นโยบายหรือแผนปฏิบัติงาน การเสนอแนะแนวทางการดำเนินงาน เป็นต้น โดยการวิพากษ์วิจารณ์ อาจมีรูปแบบในลักษณะของบทบรรณาธิการหรือบทนำ บทความที่เป็นคอลัมน์ประจำหรือจดหมายจากผู้อ่าน
- ความบันเทิง อาจอยู่ในรูปของการ์ตูน ความเรียงสั้นๆ ที่มีลักษณะเพลิดเพลิน เกิดความสนุก
- การโฆษณา บางครั้งองค์กรอาจไม่มีการโฆษณา แต่บางองค์กรจัดให้มีโฆษณาเพื่อหารายได้เป็นค่าจัดพิมพ์

รูปแบบของหนังสือพิมพ์ขององค์กร มีรูปแบบเช่นเดียวกับหนังสือพิมพ์ทั่วไป คือ



- ขนาดของหนังสือพิมพ์ มีขนาดประมาณ 14 นิ้ว ถึง 23 นิ้ว ส่วนหนังสือพิมพ์เล่มเล็ก มีขนาดกว้างประมาณ 11.5 x 14.5 นิ้ว

- จำนวนหน้าแตกต่างกันไป แต่ส่วนใหญ่จะมีจำนวนหน้าตั้งแต่ 8 - 24 หน้า หากเป็นรายสัปดาห์มักจะมีจำนวนหน้า 12 หน้า ถ้าเป็นรายเดือนก็จะมีถึง 24 หน้า

- การจัดหน้า จะมีการจัดคอลัมน์ ส่วนใหญ่จัดแบ่งหน้าข่าวเป็น 5 คอลัมน์ ขนาดคอลัมน์ 1.5 - 2 นิ้ว มีการพาดหัวเฉพาะตัวข่าว ไม่มีการพาดหัวเต็มหน้าเหมือนกับหนังสือพิมพ์ทั่วไป

ส่วนการจัดหน้าสารคดี หรือบทความ มักจะแบ่งเป็น 3 หรือ 4 คอลัมน์แล้วแต่ความเหมาะสมของเนื้อที่และความสะดวกของการจัดหน้า มีภาพประกอบเพื่อความสวยงาม ข่าวสำคัญที่มีผลกระทบแก่ส่วนรวมหรือเป็นข่าวความสำเร็จ นโยบายและ แผนปฏิบัติการขององค์กร

ส่วนการจัดหน้าในข่าวทั่วไป เช่น การเลื่อนตำแหน่งการบรรจุเข้าทำงานใหม่ การแต่งตั้งพนักงาน คำสั่งและระเบียบต่างๆ ข่าวกีฬา และข่าวบันเทิง เป็นต้น สำหรับหน้าบทความนั้น มักจัดอยู่หน้าในๆ โดยทางซ้ายเป็นบทบรรณาธิการ บทวิจารณ์ ส่วนหน้าขวามักเป็น บทความจากผู้อ่าน หรือจดหมายจากผู้อ่าน หน้าบรรณาธิการบางแห่งอาจมีการ์ตูนประกอบด้วย

ระยะเวลาการเผยแพร่

หนังสือพิมพ์ต้องเผยแพร่อย่างสม่ำเสมอเป็นการประจำ เช่น รายวัน รายสัปดาห์ รายปักษ์ รายเดือน ทั้งนี้เพื่อข่าวสารจะได้ต่อเนื่องและให้ผู้อ่านได้ทราบข่าวสารอยู่เสมอ ส่วนใหญ่จะออกเป็นรายสัปดาห์และรายเดือน

หนังสือพิมพ์ขององค์กรจัดเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ภายในซึ่งรายงานข่าวและเสนอความเห็นภายในองค์กรให้ประชากรขององค์กรได้ทราบอย่างรวดเร็ว อีกทั้งยังเป็นช่องทางระบายความอัดอั้นภายในให้หมดไปด้วย องค์กรที่ใช้สื่อหนังสือพิมพ์ภายในเป็นการประชาสัมพันธ์จะมีความกลมเกลียวเหนียวแน่น ปัญหาแรงงานจะมึนน้อยลงหรือเกือบไม่มีบรรยากาศภายในเป็นไปอย่างร่มรื่น หนังสือพิมพ์ขององค์กร นอกจากแจกจ่ายกันภายในองค์กรแล้ว อาจแจกจ่ายไปยังองค์กรอื่นด้วยก็ได้เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องอีกทางหนึ่ง

หนังสือราชการ (Official Letter)



ในการเขียนหนังสือราชการนอกจากรูปแบบจะต้องถูกต้องตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยงานสารบรรณแล้ว ยังจำเป็นต้องมีความชัดเจนถูกต้อง สมเหตุสมผล มีการจัดลำดับเนื้อหาเป็นระเบียบ และจำเป็นต้องมีการใช้ถ้อยคำภาษาที่ถูกต้อง ชัดเจน เหมาะสม และสละสลวยน่าอ่านอีกด้วย

งานสารบรรณ หมายถึง “งานที่เกี่ยวกับการบริหารงานเอกสาร เริ่มตั้งแต่การจัดทำการรับ การส่ง การเก็บรักษา การยืมจนถึงการทำลาย” มีความหมายครอบคลุมถึงงานที่เกี่ยวกับเอกสารทั้งหมด ตั้งแต่ขบวนการเริ่มแรกจนถึงขั้นทำลายเอกสารทั้งนี้เพื่อไม่ให้เกิดเอกสารที่ไม่จำเป็นไว้ในส่วนราชการนั่นเอง

ระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ หมายความว่า การรับส่งข้อมูลข่าวสารหรือหนังสือผ่านระบบสื่อสารด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ (ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยงานสารบรรณ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2548) ชนิดและขนาดอักษรใช้ตัวอักษร (Font) TH SarabunPSK๙ ขนาด 16

หนังสือราชการ หมายความว่า เอกสารที่เป็นหลักฐานในราชการ ได้แก่ หนังสือที่มีไปมาระหว่างส่วนราชการ หนังสือที่ส่วนราชการมีไปถึงหน่วยงานอื่นใดซึ่งมิใช่ส่วนราชการ หรือที่มีไปถึงบุคคลภายนอก หนังสือที่หน่วยงานอื่นใดซึ่งมิใช่ส่วนราชการหรือบุคคลภายนอกมีมาถึงส่วนราชการ เอกสารที่ทางราชการจัดทำขึ้นเพื่อเป็นหลักฐานในราชการ เอกสารที่ทางราชการจัดทำขึ้นตามกฎหมายระเบียบหรือข้อบังคับข้อมูลข่าวสารหรือหนังสือที่ได้รับจากระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์” (ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยงานสารบรรณ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2548) ตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยงานสารบรรณ พ.ศ.2526 กำหนดให้หนังสือราชการมี 6 ชนิด คือ

ชนิดของหนังสือราชการ

- | | |
|---------------------|---|
| 1. หนังสือภายนอก | 5. หนังสือประชาสัมพันธ์ |
| 2. หนังสือภายใน | - ประกาศสอบแข่งขันประกาศประกวดราคา |
| 3. หนังสือประทับตรา | - แลกงการณ |
| 4. หนังสือสั่งการ | - ข่าว |
| - คำสั่ง | 6. หนังสือที่เจ้าหน้าที่ทำขึ้นหรือรับไว้เป็นหลักฐานในราชการ |
| - ระเบียบ | - หนังสือรับรองเช่นรับรองสถานภาพ |
| - ข้อบังคับ | - รายงานการประชุม |



การใช้ภาษาในการร่างหนังสือราชการ

ก่อนอื่นผู้เขียน (ร่าง) หนังสือจะต้องทำความเข้าใจสาระของเรื่องที่จะทำการเขียนโต้ตอบ (ร่าง) ให้ถ่องแท้เสียก่อน

โดยยึดหลัก 5 W 1 H ได้แก่

- What (อะไร) คือ ต้องการให้ทำอะไร
- When (เมื่อไร) คือ ต้องการให้ทำเมื่อไร
- Where (ที่ไหน) คือ ต้องการให้ทำที่ไหน
- Who (ใคร) คือ ต้องการให้ใครทำ
- Why (ทำไม) คือ ทำไมต้องทำ
- How (อย่างไร) คือ ต้องการให้ทำอย่างไร



ภาษาพูด ภาษาเขียน คือสิ่งสำคัญ

ในการเขียนหนังสือราชการ นิยมใช้ภาษาราชการ ไม่ใช่ภาษาลำลองหรือภาษาพูด ตัวอย่าง การใช้คำหรือสำนวนบางชนิดที่แตกต่างกันดังนี้

ภาษาทั่วไป

ใคร
ที่ไหน
แบบไหน
อะไร
ได้ไหม
เมื่อไหร่
อย่างไร
ทำไม

ภาษาราชการ

ผู้ใด
ที่ใด
แบบใด
สิ่งใดอันใด
ได้หรือไม่
เมื่อใด
เช่นใดประการใด
เพราะอะไรเหตุใด

1) พร้อมนี้ได้แจ้งไปทางจังหวัดแล้วเหมือนกัน
ทั้งนี้ได้แจ้งให้จังหวัดทราบด้วยแล้ว

ภาษาพูด
ภาษาราชการ

2) ไม่มีข้อเท็จจริงอะไรเพิ่มเติม
ไม่มีข้อเท็จจริงอันใดเพิ่มเติม

ภาษาพูด
ภาษาราชการ

3) ประชาชนได้รับความเดือดร้อนแสนสาหัส
ประชาชนได้รับความเดือดร้อนเป็นอย่างยิ่ง

ภาษาพูด
ภาษาราชการ



คำเชื่อมคำซ้ำ...ระวังพุ่มเพื่อย

การเชื่อมคำ หรือเชื่อมประโยค ด้วยคำบุพบท หรือคำสันธาน หรือคำสรรพนาม ซึ่งมีความหมายอย่างเดียวกัน ไม่นิยมใช้ซ้ำกัน เพราะจะทำให้ไม่น่าฟังหรืออาจทำให้เข้าใจสับสนได้ จึงนิยมเปลี่ยนใช้คำให้แตกต่างกัน ตัวอย่างเช่น

ที่ / ซึ่ง / อัน	มีความหมายอย่างเดียวกัน	ใช้แทนกันได้
และ / รวมทั้ง / ตลอดจน	มีความหมายอย่างเดียวกัน	ใช้แทนกันได้
และ / กับ	มีความหมายอย่างเดียวกัน	ใช้แทนกันได้



วรรคตอนบ้าง..นำอ่านขึ้นเยอะ

หลักการเว้นวรรค ตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีกำหนดวรรคไว้ ๒ ชนิด คือ **วรรค ๑ ตัวอักษร** และ **วรรค ๒ ตัวอักษร** แต่ในการพิมพ์ด้วยคอมพิวเตอร์ การวรรค ๑ เคาะ จะเล็กลงไปแทบสังเกตไม่เห็น ฉะนั้นวรรคเล็กอาจใช้ ๒ เคาะ ส่วนวรรคใหญ่ควรใช้ ๓ - ๔ เคาะก็ได้ ส่วนวรรคเคาะเดียวควรใช้ระหว่างเครื่องหมาย เช่น ไหมยมก ยัดถังกค์ ไปยาลใหญ่ เป็นต้น

วรรคเล็ก ใช้วรรคระหว่างคำใช้ก่อนและหลังคำบางคำ เช่น คือ ได้แก่ อาทิ และวรรคก่อนหลังเครื่องหมายต่างๆ เช่น ฯลฯ “.....” หากไม่วรรคจะทำให้เครื่องหมายเหล่านั้นมองไม่เห็นชัดเจน

วรรคใหญ่ ใช้วรรคระหว่างข้อความที่ยังไม่จบแต่ยาวมากหรือประโยคที่จบสมบูรณ์แล้ว ผู้พิมพ์และผู้ตรวจร่างควรพิถีพิถันในการจัดวรรคตอนให้ถูกต้องเพราะภาษาไทยไม่มีการวรรคระหว่างคำเหมือนภาษาอังกฤษ

ถ้าใช้วรรคตอนไม่ถูกต้องก็อาจทำให้เข้าใจความหมายคลาดเคลื่อนไปได้

ความนิยมในวรรคตอน มักจะเป็นประโยค ดังนี้

ด้วยปรากฏว่า.....

คณะรัฐมนตรีได้พิจารณาแล้วเห็นว่า.....

คณะรัฐมนตรีจึงมีมติ.....

จึงเรียนมาเพื่อ.....

ลักษณะ..ของสื่อที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์

2

สื่อบุคคล



Personal Media

สื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ สื่อบุคคลอื่น สื่อบุคคลจัดได้ว่าเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพสูงในการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการโน้มน้าวจิตใจ เนื่องจากติดต่อกับผู้รับสารโดยตรง ส่วนใหญ่อาศัยการพูดในลักษณะต่างๆ เช่น การสนทนาพบปะพูดคุย การประชุม การสอน การให้สัมภาษณ์ การโต้ว่าที่ การอภิปราย การปาฐกถา และการพูดในโอกาสพิเศษต่างๆ แต่สื่อบุคคลก็มีข้อจำกัดคือ ในกรณีที่เนื้อหาเป็นเรื่องซับซ้อน การใช้คำพูดอย่างเดียวอาจไม่สามารถสร้างความเข้าใจได้ทันที และเป็นสื่อที่ไม่ถาวร ยากแก่การตรวจสอบและอ้างอิง นอกจากนี้จะมีผู้บันทึกคำพูดนั้นๆ ไว้เป็นลายลักษณ์อักษรหรือบันทึกเสียงเอาไว้



การสื่อสารระหว่างบุคคล มีผลต่อการทำให้ผู้รับสารยอมรับที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และยอมรับที่จะให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ มากที่สุด

ในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใดๆ เกิดการยอมรับในสารที่เสนอออกไปหรือจะสื่อสารให้ มีประสิทธิภาพมากที่สุดเพื่อให้มีการยอมรับสารนั้น ควรที่จะใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนี้จะมีประโยชน์มากในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมในการรับสาร นอกจากนี้ยังเป็นวิธีช่วยให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างชัดและตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจขึ้น

ปัจจัยที่ทำให้การติดต่อสื่อสารผ่านสื่อบุคคลเกิดประสิทธิภาพ มี 4 ประการ คือ

1. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล สามารถจัดการเลือกรับสารของผู้ฟังได้ เนื่องจากการหลีกเลี่ยงการสนทนาหรือรับฟังเป็นไปได้อย่างกว่าการรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ซึ่งผู้รับสารหลีกเลี่ยงไม่รับฟังเนื้อหาที่ขัดแย้งกับทัศนคติและความเชื่อของตน หรือเรื่องที่ตนไม่สนใจได้ง่าย
2. การติดต่อสื่อสารแบบเผชิญหน้า เปิดโอกาสให้ผู้ส่งสารสามารถปรับปรุง หรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาที่ใช้สนทนากันได้ในเวลาอันรวดเร็ว ถ้าหากเนื้อหาที่สนทนานั้นได้รับการต่อต้านจากคู่สนทนา
3. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลนั้น จะมีลักษณะง่ายๆ เป็นกันเอง จึงง่ายต่อการชักจูงใจให้คล้อยตาม
4. ผู้รับสารส่วนใหญ่มักจะเชื่อถือในข้อตัดสินใจ และความคิดเห็นของผู้ที่เขารู้จักและนับถือมากกว่าบุคคลที่เขาไม่รู้จักมาก่อนแล้วมาติดต่อสื่อสาร

กล่าวโดยสรุป คือ ช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคล นับเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ได้รับ ความสนใจในฐานะผู้ถ่ายทอดข่าวสาร เป็นแหล่งข้อมูลที่มีเสถียรภาพและความน่าไว้วางใจสูง แต่มักไม่ได้รับความน่าเชื่อถือในแง่เนื้อหาของสาร

ลักษณะ..ของสื่อที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์

3

สื่อโสตทัศน



Audio-visual Media



เป็นสื่อที่ผู้รับสามารถรับได้ทั้งภาพและเสียง
โดยปกติสื่อโสตทัศนแบ่งได้เป็น 2 ส่วน คือ
ส่วนที่เป็นสื่อวัสดุ และส่วนที่เป็นสื่ออุปกรณ์

โดยสื่อวัสดุอาจจะสามารถใช้ได้ด้วยตัวเองโดยตรง เช่น ภาพวาด แบบจำลอง หรือของตัวอย่าง หรืออาจต้องนำไปใช้ร่วมกับสื่ออุปกรณ์ เช่น เทปบันทึกเสียง เทปวีดิทัศน์ ฟิล์มภาพยนตร์ แผ่นดิสเก็ต แผ่นซีดีรอม เป็นต้น



ตัวอย่างจำลอง ภาพกราฟิกแผนที่



ตัวอย่างจำลอง ภาพกราฟิกงานก่อสร้างทางจักรยาน

ส่วนที่เป็นสื่ออุปกรณ์ได้แก่ เครื่องเล่นเทปบันทึกเสียง เครื่องเล่นวีดิทัศน์ เครื่องฉายภาพยนตร์ เครื่องขยายเสียง และเครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นต้น



แนวทางหลวงชยันนาทใช้เครื่องขยายเสียง ในการประชาสัมพันธ์ต่อประชาชน

โดยภาพรวมแล้ว สื่อโสตทัศนมีข้อดีคือ มีความน่าสนใจ เป็นสื่อที่คงทนถาวร นำมาใช้ได้บ่อยครั้ง สามารถคัดลอกเพื่อนำไปใช้ที่อื่นได้ง่าย แต่มีข้อจำกัดคือ ต้องใช้อุปกรณ์ซึ่งบางประเภทมีราคาแพง และต้องมีความรู้ในการใช้ อีกทั้งจำเป็นต้องใช้ไฟฟ้าหรือแบตเตอรี่เป็นแหล่งพลังงาน

ลักษณะ..ของสื่อที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์

4

สื่อกิจกรรมต่างๆ

ปัจจุบันสื่อนี้มีความหมายกว้างขวางไปถึงกิจกรรมที่สามารถสื่อความรู้สึกนึกคิด ความรู้ อารมณ์ และเรื่องราว ข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้ สื่อประเภทกิจกรรมมีได้มากมายหลายรูปแบบ เช่น การจัดประชุม สัมมนา ฝึกอบรม การแถลงข่าว การสาธิต การจัดริ้วขบวน การจัดนิทรรศการ การจัดแข่งขันกีฬา การจัดแสดง การจัดกิจกรรมทางการศึกษา การจัดกิจกรรมเสริมอาชีพ การจัดกิจกรรมการกุศล เป็นต้น

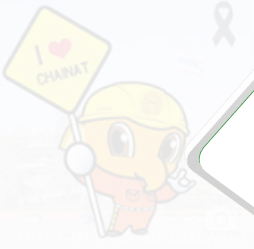
สื่อกิจกรรมนี้สามารถปรับปรุงดัดแปลง แก้ไขให้ยืดหยุ่น เหมาะสมกับโอกาสและสถานการณ์ได้ง่าย แต่มีข้อจำกัดคือ ผู้รับมีจำนวนจำกัดเฉพาะกลุ่มที่ร่วมกิจกรรมนั้นๆ เท่านั้น



ตัวอย่างเช่น การประชุมหารือชี้แจงเกี่ยวกับร้านค้าที่รูกำลังทางเท้าที่แขวงทางหลวงชัยนาทจัดขึ้น เพื่อให้ประชาชนหรือผู้ประกอบการเกิดความเข้าใจและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน



การประชุมประชาสัมพันธ์โครงการต่างๆ ของกรมทางหลวง เพื่อให้ประชาชนได้รับข้อมูล และสร้างความเข้าใจในโครงการให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน



Social Media

กับการประชาสัมพันธ์องค์กร

แขวงทางหลวง
ชัยนาท
@chainat.highways

หน้าหลัก

เกี่ยวกับ

โพสต์

โน้ต

รูปภาพ

วิดีโอ

ถูกใจ

คำวิจารณ์

โปรโมท

chainat.highways/116

056-411649 www.doh.go.th:88/dohchainat chainat.highways@gmail.com

ถูกใจแล้ว กำลังติดตาม แชร์

ส่งข้อความ

เขียนข้อความ

แชร์รูปภาพหรือวิดีโอ โฆษณาธุรกิจของคุณ รับสายโทรเข้า รับข้อความ

สร้างงานกิจกรรม สร้างข้อเสนอ เขียนโน้ต

หน่วยงานราชการ

5.0 ★★★★★

เคล็ดลับสำหรับเพจ

ดูทั้งหมด

ลองโพสต์วิดีโอสั้นๆ
วิดีโอจะช่วยให้ผู้คนมีส่วนร่วมในฟีดข่าว
และบนเพจของคุณ

ดูเคล็ดลับสำหรับเพจทั้งหมด (1)

อัตราการตอบกลับ 75%, เวลาในการตอบกลับ 2 ชั่วโมง



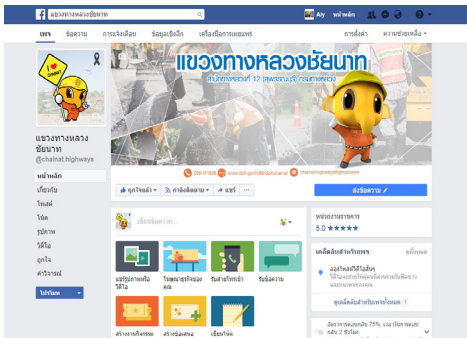
Facebook คืออะไร ?



Facebook คือเว็บไซต์ที่ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ผ่าน Internet หรือเรียกได้ว่าเป็น Social Network ซึ่งถูกก่อตั้งโดย มาร์ก ซักเคอร์เบิร์ก เฟซบุ๊กอนุญาตให้ใครก็ได้เข้าสมัครลงทะเบียน ผู้เป็นสมาชิกของเฟซบุ๊กนั้น สามารถสร้างพื้นที่ส่วนตัวสำหรับแนะนำตัวเอง ติดต่อสื่อสารกับเพื่อน ทั้งแบบข้อความ ภาพ เสียง และ วิดีโอ โดยผู้ใช้สามารถเลือกที่จะเป็นหรือไม่เป็นเพื่อนกับใครก็ได้ในเฟซบุ๊ก

นอกจากนี้ผู้ใช้งานสามารถใช้เฟซบุ๊ก เพื่อร่วมทำกิจกรรมกับผู้อื่นได้ เช่น การเขียนข้อความ เล่าเรื่อง ความรู้สึก แสดงความคิดเห็นเรื่องที่สนใจ โปสเตอร์รูปภาพ โพสต์คลิปวิดีโอ แชนพุดคุย เล่นเกมที่สามารถชวนผู้ใช้งานท่านอื่น มาเล่นกับเราได้ รวมไปถึงทำกิจกรรมอื่นๆ ผ่านแอปพลิเคชันเสริม (Applications) ที่มีอยู่อย่างมากมาย ซึ่งแอปพลิเคชันดังกล่าวได้ถูกพัฒนาเข้ามาเพิ่มเติมอยู่เรื่อยๆ แอปพลิเคชันยังแบ่งออกเป็นหลายหมวดหมู่ เช่น เพื่อความบันเทิง เกมปลูกผักยอดนิยม เป็นต้น หรือจะเป็นเชิงธุรกิจ การขายของออนไลน์ แอปพลิเคชันของ Facebook ก็มีให้ใช้งาน เช่นเดียวกัน ด้วยเหตุนี้ Facebook จึงได้รับความนิยมไปทั่วโลก

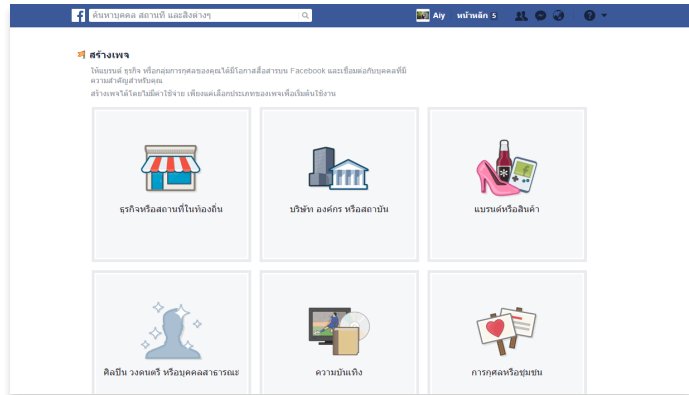
Fanpage คืออะไร ?



เพจมีไว้สำหรับแบรนด์ ธุรกิจ องค์กร และบุคคลสาธารณะ เพื่อสร้างตัวตนบน Facebook ในขณะที่โปรไฟล์จะเป็นของแต่ละบุคคล ทุกคนที่มีบัญชีผู้ใช้สามารถสร้างเพจหรือช่วยจัดการได้หากมีบทบาทบนเพจเสมือนเป็นผู้ดูแลหรือผู้แก้ไข ผู้ที่ถูกใจเพจและเพื่อนๆ ของพวกเขาจะได้รับอัปเดตในฟีดข่าว

วิธีการสร้างเพจ

1. ไปที่ facebook.com/pages/create
2. คลิกเพื่อเลือกหมวดหมู่ของเพจ
3. เลือกหมวดหมู่ที่เฉพาะเจาะจงมากขึ้นจากเมนู dropdown แล้วกรอกข้อมูลที่จำเป็น
4. คลิก “เริ่มต้นใช้งาน” และทำตามขั้นตอนบนหน้าจอ



ชื่อผู้ใช้ และการตรวจสอบยืนยัน



ฉันจะเปลี่ยนชื่อเพจของฉันได้อย่างไร ?

คุณต้องเป็นผู้ดูแลจึงจะขอเปลี่ยนชื่อเพจของคุณได้

วิธีส่งคำขอเพื่อเปลี่ยนชื่อเพจ

1. คลิก "เกี่ยวกับ" ทางด้านซ้ายของเพจ
2. คลิก "แก้ไขข้อมูลเพจ"
3. ป้อนชื่อเพจใหม่แล้วคลิก "บันทึกการเปลี่ยนแปลง"
4. ตรวจสอบคำขอของคุณแล้วคลิก "ขอเปลี่ยน"

หาก你不เห็นตัวเลือกให้แก้ไขชื่อเพจของคุณ แสดงว่า:

- คุณไม่มีบทบาทในเพจที่อนุญาตให้คุณเปลี่ยนชื่อเพจของคุณได้ เรียนรู้วิธีดูบทบาทในเพจของคุณ
- คุณหรือผู้ดูแลคนอื่นได้เปลี่ยนชื่อเพจของคุณเมื่อไม่นานมานี้
- ปัจจุบันตัวเลือกนี้ไม่พร้อมใช้งานในตำแหน่งที่ตั้งของคุณ



ชื่อเพจใดบ้างที่ได้รับอนุญาตบน Facebook

ชื่อหน้าจะต้องสะท้อนหน้านั้นอย่างชัดเจน อย่าลืมว่ามีเพียงตัวแทนที่ได้รับอนุญาตเท่านั้นที่สามารถจัดการหน้าสำหรับแบรนด์ สถานที่ องค์กร หรือบุคคลสาธารณะได้

ชื่อเพจต้องไม่รวมถึง

- คำหรือวลีที่อาจไม่เหมาะสมหรือเป็นการละเมิดสิทธิของบุคคลอื่น
- การใช้ตัวพิมพ์ใหญ่ที่ไม่เหมาะสม ชื่อหน้าต้องใช้ตัวพิมพ์ใหญ่ตามแบบที่ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ และห้ามใช้ตัวพิมพ์ใหญ่ทั้งหมด ยกเว้นกรณีเป็นตัวย่อ
- สัญลักษณ์ (เช่น ®) หรือเครื่องหมายวรรคตอนที่ไม่จำเป็น
- คำอธิบายที่ยืดยาวเกินไป เช่น สโลแกน ผู้ที่จัดการหน้าสามารถใส่ข้อมูลนี้ในส่วน เกี่ยวกับ ของหน้าได้
- คำที่แปลงมาจากคำว่า "Facebook" ในทุกรูปแบบ
- คำที่ชักนำไปในทางที่ผิด หากเพจของคุณไม่ใช่เพจที่เป็นทางการของแบรนด์ สถานที่ องค์กร หรือบุคคลสาธารณะ ชื่อเพจของคุณต้องไม่ชี้นำผู้อื่นให้คิดว่าเพจของคุณเป็นเพจที่เป็นทางการ หรือเป็นเพจที่จัดการโดยตัวแทนที่ได้รับอนุญาต

ชื่อเพจต้องมีข้อมูลอื่นนอกเหนือจาก

- คำทั่วไป (เช่น พิซซ่า) เพจต้องจัดการโดยตัวแทนอย่างเป็นทางการของหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับเพจนั้น
- ตำแหน่งที่ตั้งทางภูมิศาสตร์แบบไม่เฉพาะเจาะจง (เช่น นิวยอร์ก อย่างไรก็ตาม คุณสามารถสร้างชื่อเพจสำหรับองค์กรที่เป็นตัวแทนของตำแหน่งที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ได้ เช่น "เมืองนิวยอร์ก สำนักงานนายกเทศมนตรี" และ "พระราชินีอลิซาเบธที่สองแห่งสหราชอาณาจักร" เป็นชื่อหน้าที่ยอมรับได้



ฉันจะสร้างชื่อผู้ใช้ให้เพจของฉันได้อย่างไร ?

คุณจะต้องเป็นผู้ดูแลจึงจะสามารถสร้างชื่อผู้ใช้ให้เพจได้ ชื่อผู้ใช้ของเพจของคุณจะปรากฏอยู่ด้านล่างชื่อเพจของคุณ ในผลการค้นหา และใน URL ของเพจของคุณ เพื่อช่วยให้ผู้คนหาและจำเพจของคุณได้ ตัวอย่างชื่อผู้ใช้อาจเป็น @Chainat.highways หากชื่อเพจของคุณคือ Chainat.highways



ในการสร้างชื่อผู้ใช้สำหรับเพจของคุณ:

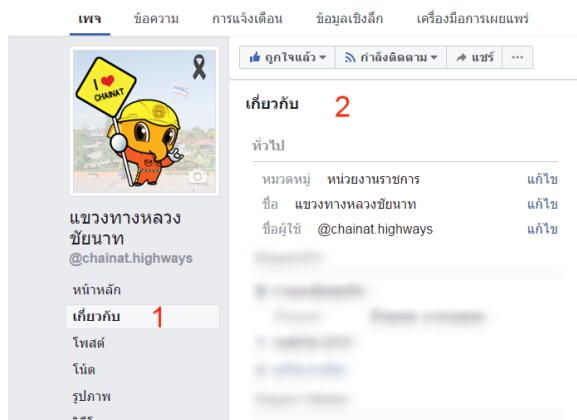
1. คลิก “สร้างเพจ @ชื่อผู้ใช้” ทางด้านซ้ายของเพจของคุณ
2. ป้อนชื่อผู้ใช้
3. หากชื่อผู้ใช้ที่ต้องการสามารถใช้งานได้ ให้คลิก “สร้างชื่อผู้ใช้”

หากชื่อผู้ใช้ที่ต้องการมีผู้อื่นใช้ไปแล้วหรือไม่ได้รับการอนุมัติ คุณต้องเลือกชื่ออื่น ตรวจสอบให้แน่ใจว่าชื่อผู้ใช้ที่คุณต้องการสร้างเป็นไปตามคำแนะนำสำหรับชื่อผู้ใช้ที่กำหนดเอง

อย่าลืมว่าเพจใหม่ๆ อาจยังไม่สามารถสร้างชื่อผู้ใช้ได้ในทันที และชื่อผู้ใช้ของเพจของคุณอาจถูกลบออกเนื่องจากไม่ได้ใช้งาน



ฉันจะเปลี่ยนชื่อผู้ใช้ในเพจของฉันได้อย่างไร ?



คุณจะต้องเป็นผู้ดูแลในการเปลี่ยนชื่อผู้ใช้สำหรับเพจของคุณ

หากคุณเป็นผู้ดูแล:

1. คลิก “เกี่ยวกับ” ทางด้านซ้ายของเพจ
2. คลิก "ข้อมูลเพจ"
3. คลิก “แก้ไข” ที่อยู่ติดกับส่วน “ชื่อผู้ใช้”
4. ป้อนชื่อผู้ใช้ใหม่
5. หากชื่อผู้ใช้สามารถใช้งานได้และเป็นไปตามแนวทางปฏิบัติสำหรับชื่อผู้ใช้แบบกำหนดเอง ให้คลิก “สร้างชื่อผู้ใช้”



แนวทางปฏิบัติในการการสร้างชื่อผู้ใช้แบบกำหนดเองสำหรับเพจหรือโปรไฟล์ของฉันมีอะไรบ้าง?

สิ่งที่ควรคำนึงถึงเมื่อคุณสร้างชื่อผู้ใช้ที่กำหนดเอง

คุณสามารถใช้ได้เพียงชื่อผู้ใช้เดียวสำหรับเพจหรือโปรไฟล์ของคุณ และคุณไม่สามารถอ้างสิทธิ์ชื่อผู้ใช้ที่มีผู้อื่นใช้งานอยู่แล้วได้

1. ชื่อผู้ใช้ต้องประกอบด้วยตัวอักษรและตัวเลข (A-Z, 0-9) หรือเครื่องหมายจุด (".") เท่านั้น
2. เครื่องหมายจุด (".") และการใช้ตัวพิมพ์ใหญ่ไม่ถือเป็นส่วนหนึ่งของชื่อผู้ใช้ ตัวอย่างเช่น johnsmith55, John.Smith55 และ john.smith.55 ถือเป็นชื่อผู้ใช้เดียวกันทั้งหมด
3. ชื่อผู้ใช้ต้องมีความยาวอย่างน้อย 5 ตัวอักษรและต้องไม่มีคำทั่วไปหรือส่วนขยาย (เช่น .com หรือ .net)
4. คุณต้องเป็นผู้ดูแล เพื่อสร้างหรือเปลี่ยนชื่อผู้ใช้สำหรับเพจ
5. ชื่อผู้ใช้ของคุณต้องเป็นไปตามข้อตกลงเรื่องสิทธิและความรับผิดชอบของ Facebook

อย่าลืมว่าเพจใหม่ๆ อาจยังไม่สามารถสร้างชื่อผู้ใช้ได้ในทันที และชื่อผู้ใช้ของเพจของคุณอาจถูกลบออกเนื่องจากไม่ได้ใช้งาน

บทบาทของเพจ



บทบาทและหน้าที่แต่ละประเภทในเพจคืออะไร ?

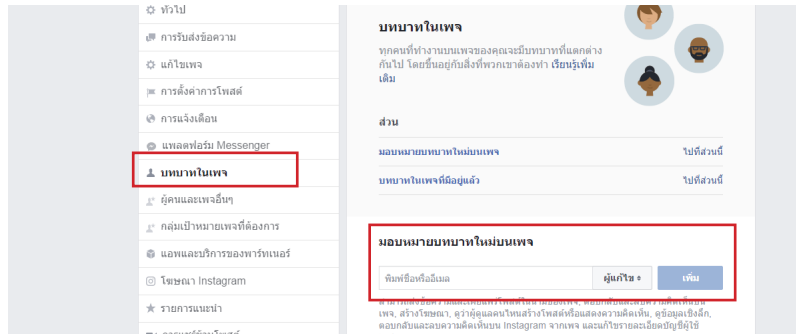
บทบาทของบุคคลที่จัดการเพจมี 6 ประเภท เมื่อสร้างเพจ คุณจะกลายเป็นผู้ดูแลของเพจนั้นโดยอัตโนมัติ ซึ่งหมายความว่ามีเพียงคุณเท่านั้นที่สามารถเปลี่ยนแปลงลักษณะและโพสต์แทนเพจนั้นได้ เฉพาะผู้ดูแลเท่านั้นที่สามารถกำหนดบทบาทและเปลี่ยนบทบาทของผู้อื่นได้ **อย่าลืม** ว่าผู้ใช้หลายคนสามารถมีบทบาทต่างๆ ในเพจได้ แต่ผู้ใช้แต่ละคนต้องมีบัญชีผู้ใช้ Facebook ส่วนตัวของตัวเอง

	ผู้ดูแล	ผู้แก้ไข	ผู้ควบคุม	ผู้ลงโฆษณา	นักวิเคราะห์	ผู้สนับสนุนการถ่ายทอดสด
จัดการบทบาทและการตั้งค่าของเพจ	✓					
แก้ไขเพจและเพิ่มแอป	✓	✓				
สร้างและลบโพสต์ในนามของเพจ	✓	✓				
สามารถเริ่มถ่ายทอดสดของเพจผ่านทางอุปกรณ์มือถือ	✓	✓				✓
ส่งข้อความในนามของเพจ	✓	✓	✓			
ตอบกลับและลบความคิดเห็นและโพสต์ในเพจ	✓	✓	✓			
ลบและแบนบุคคลออกจากเพจ	✓	✓	✓			
สร้างโฆษณา	✓	✓	✓	✓		
ดูข้อมูลเชิงลึก	✓	✓	✓	✓	✓	
ดูว่าใครเผยแพร่ในฐานเพจ	✓	✓	✓	✓	✓	

ตารางด้านล่างอธิบายบทบาททั้ง 6 ในเพจ (แนวนอน) และสิ่งที่สามารถทำได้ (แนวตั้ง)



ฉันจะจัดการบทบาทสำหรับเพจของฉันได้อย่างไร ?



การมอบบทบาทให้บุคคลในเพจ

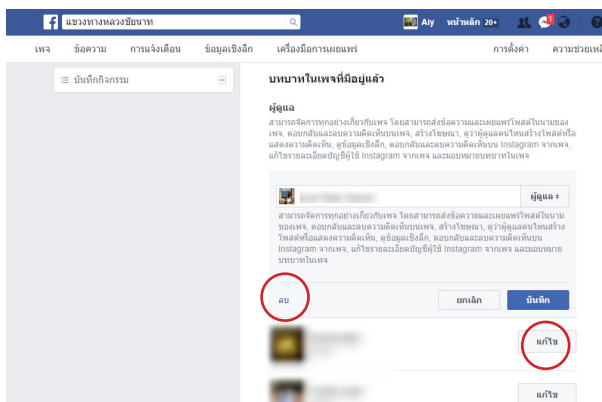
1. คลิก “การตั้งค่า” ที่ด้านบนของเพจของคุณ
2. คลิก “บทบาทในเพจ” ในคอลัมน์ด้านซ้าย
3. พิมพ์ชื่อหรืออีเมลลงในกล่อง:
 - หากบุคคลนั้นเป็นเพื่อนใน Facebook ของคุณ ให้เริ่มพิมพ์ชื่อและเลือกเขาจากรายการที่ปรากฏ
 - หากบุคคลนั้นไม่ได้เป็นเพื่อนบน Facebook ของคุณ ให้พิมพ์อีเมลที่เชื่อมโยงกับบัญชีผู้ใช้ Facebook ของบุคคลนั้น
4. คลิก “ผู้แก้ไข” เพื่อเลือกบทบาทจากเมนูเลื่อนลง
5. คลิก “บันทึก” แล้วป้อนรหัสผ่านของคุณเพื่อยืนยัน

การลบบุคคลหนึ่งที่มีบทบาทออก

1. คลิก “การตั้งค่า” ที่ด้านบนของเพจของคุณ
2. คลิก “บทบาทในเพจ” ในคอลัมน์ด้านซ้าย
3. คลิก “แก้ไข” ถัดจากบุคคลที่ต้องการลบ แล้วเลือก "ลบ"
4. คลิก “บันทึก” คุณอาจต้องป้อนรหัสผ่านของคุณ

ในการลบตัวคุณเองออก ให้ทำตามคำแนะนำด้านบนแล้วคลิก “x” ถัดจากชื่อของคุณ

คุณสามารถลบตัวคุณเองออกจากเพจได้ทุกเมื่อ แต่หากคุณเป็นผู้ดูแลคนเดียวของเพจ คุณจะต้องเพิ่มผู้ดูแลอื่นก่อน



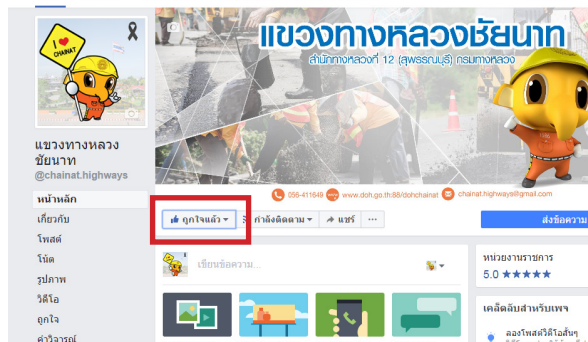
การเปลี่ยนบทบาทของบุคคลหนึ่ง

1. คลิก “การตั้งค่า” ที่ด้านบนของเพจของคุณ
 2. คลิก “บทบาทในหน้า” ในคอลัมน์ด้านซ้าย
 3. คลิก “ตัวแก้ไข” ถัดจากชื่อของผู้ที่คุณต้องการเปลี่ยนแปลงบทบาทของผู้ดูแล และเลือกบทบาทใหม่จากเมนูร็อบตาวอร์น
 4. คลิก “บันทึก” แล้วป้อนรหัสผ่านของคุณเพื่อยืนยัน
- หมายเหตุ: หากคุณเป็นผู้ดูแลรายใหม่ โปรดทราบว่าคุณอาจต้องรอ 7 วันก่อนที่จะสามารถลบหรือลดบทบาทของผู้ดูแลรายอื่นได้

ถูกใจและโต้ตอบกับเพจ



ฉันจะถูกใจหรือติดตามเพจได้อย่างไร ?



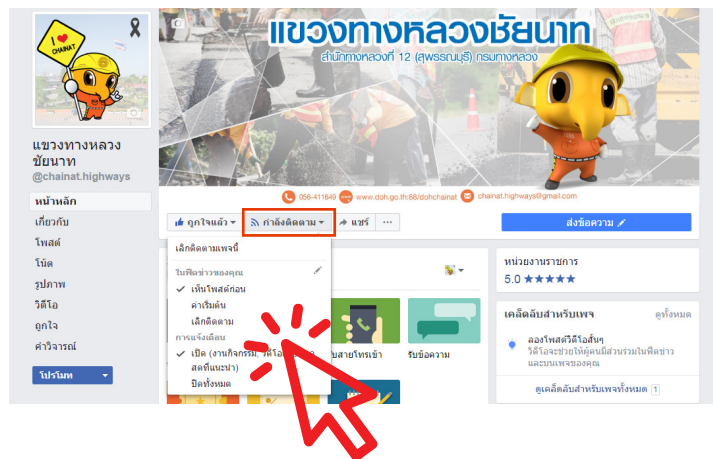
หากต้องการถูกใจเพจ :

1. ไปที่เพจนั้น
2. คลิก “ถูกใจ” ด้านล่างรูปภาพหน้าปกของเพจ

เมื่อคุณกดถูกใจเพจ คุณจะติดตามเพจนั้นโดยอัตโนมัติ ซึ่งหมายความว่า คุณจะเห็นการอัปเดตจากเพจดังกล่าวในฟีดข่าว เพจที่คุณสนใจจะขึ้นแสดงไว้ในส่วน “เกี่ยวกับ” บนโปรไฟล์ของคุณ โพสต์ที่คุณถูกใจบนเพจอาจจะปรากฏบนฟีดข่าว คุณอาจแสดงขึ้นในเพจที่คุณถูกใจหรือในโฆษณาเกี่ยวกับเพจนั้น



ทำไมฉันถึงไม่เห็นโพสต์ของเพจที่หน้าฟีด ?



หากต้องการถูกใจเพจ :

1. ไปที่เพจนั้น
2. ดรอปดาวน์ที่ “กำลังติดตาม” ด้านล่างรูปภาพหน้าปกของเพจ
3. กดเลือก "เห็นโพสต์ก่อน"

เมื่อเลือกตัวเลือกนี้ ทุกครั้งที่เข้าเฟซบุ๊ค คุณจะเห็นโพสต์ต่างๆ ของเพจที่คุณกดเห็นโพสต์ก่อนไว้เสมอ

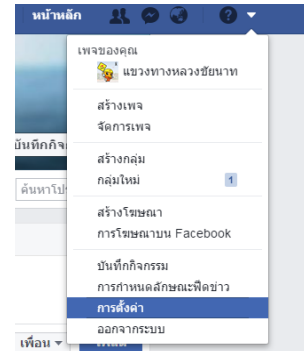
รูปและวิดีโอ



วิธีตั้งค่าอัปโหลดวิดีโอให้ชัด ระดับ HD

สำหรับคอมพิวเตอร์

1. ครอบดำไว้ แล้วเลือก "การตั้งค่า"



2. เลือก "วิดีโอ"

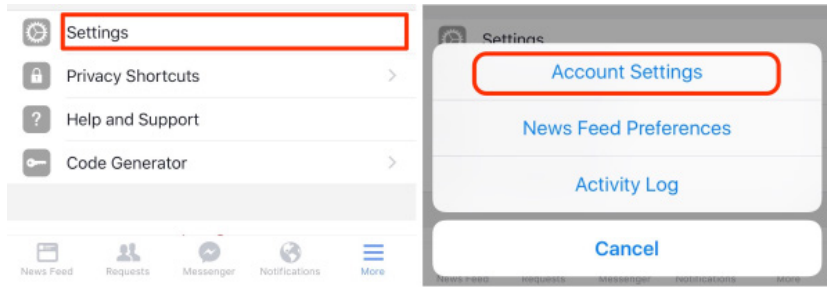
3. เลือก "HD"

การอัปโหลด วิดีโอแบบ HD ขึ้นอยู่กับสัญญาณอินเทอร์เน็ตในขณะอัปโหลดด้วย

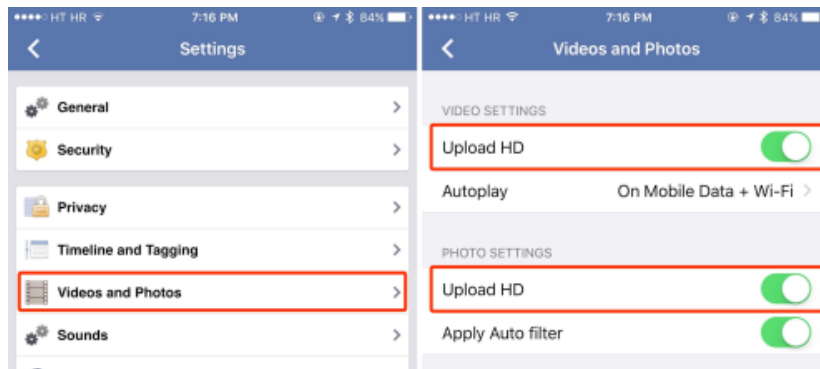


วิธีตั้งค่าอัปโหลดวิดีโอให้ชัด ระดับ HD

สำหรับ IOS



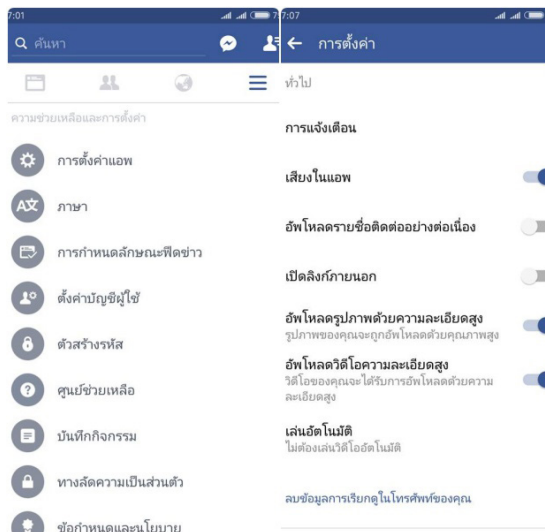
1. ให้เปิดแอป facebook แล้วเข้าไปที่ Settings >> เลือก Account Settings



2. แล้วเลือก Video and Photo >> แล้วเลื่อนสวิตซ์ที่ Upload HD ให้เป็นสีเขียว ในส่วน Video Settings

เพียงเท่านี้คุณก็สามารถอัปโหลดวิดีโอคมชัดแบบ HD บนมือถือ iPhone ของคุณขึ้น facebook ได้แล้ว แต่เวลาการอัปโหลดจะนานขึ้น และใช้ data มากขึ้น แต่เพื่อแลกกับการแชร์วิดีโอแบบชัดๆระดับ HD ก็คุ้มอยู่

สำหรับ Android



โดยเข้าไปที่แท็บ การตั้งค่า > การตั้งค่าแอป > อัปโหลดวิดีโอความละเอียดสูง

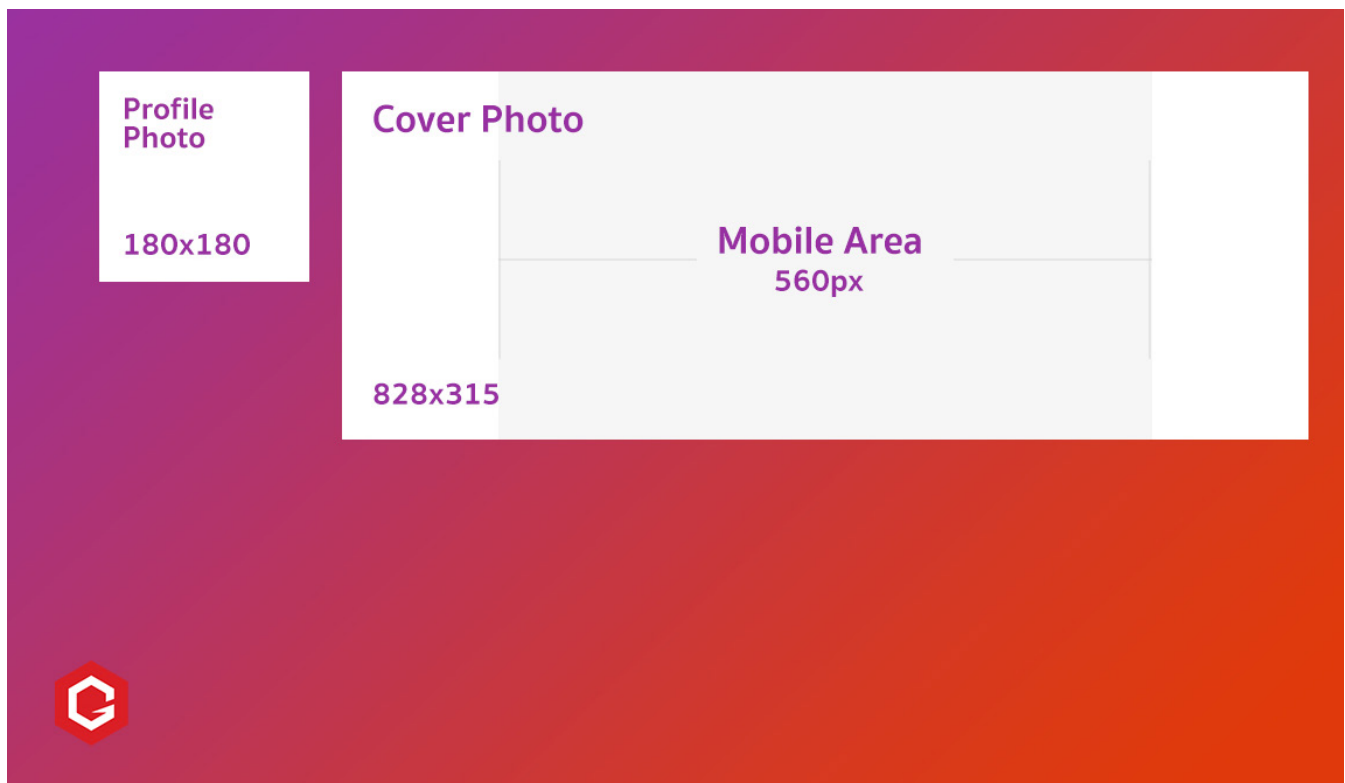
แต่อย่างไรก็ตามการอัปวิดีโอแบบ HD จะต้องใช้ปริมาณเน็ตในการรับส่งจำนวนมาก ดังนั้นหากต้องการอัปโหลดวิดีโอ HD แบบประหยัด 3G 4G นั้น สามารถอัปโหลดผ่านทาง WiFi



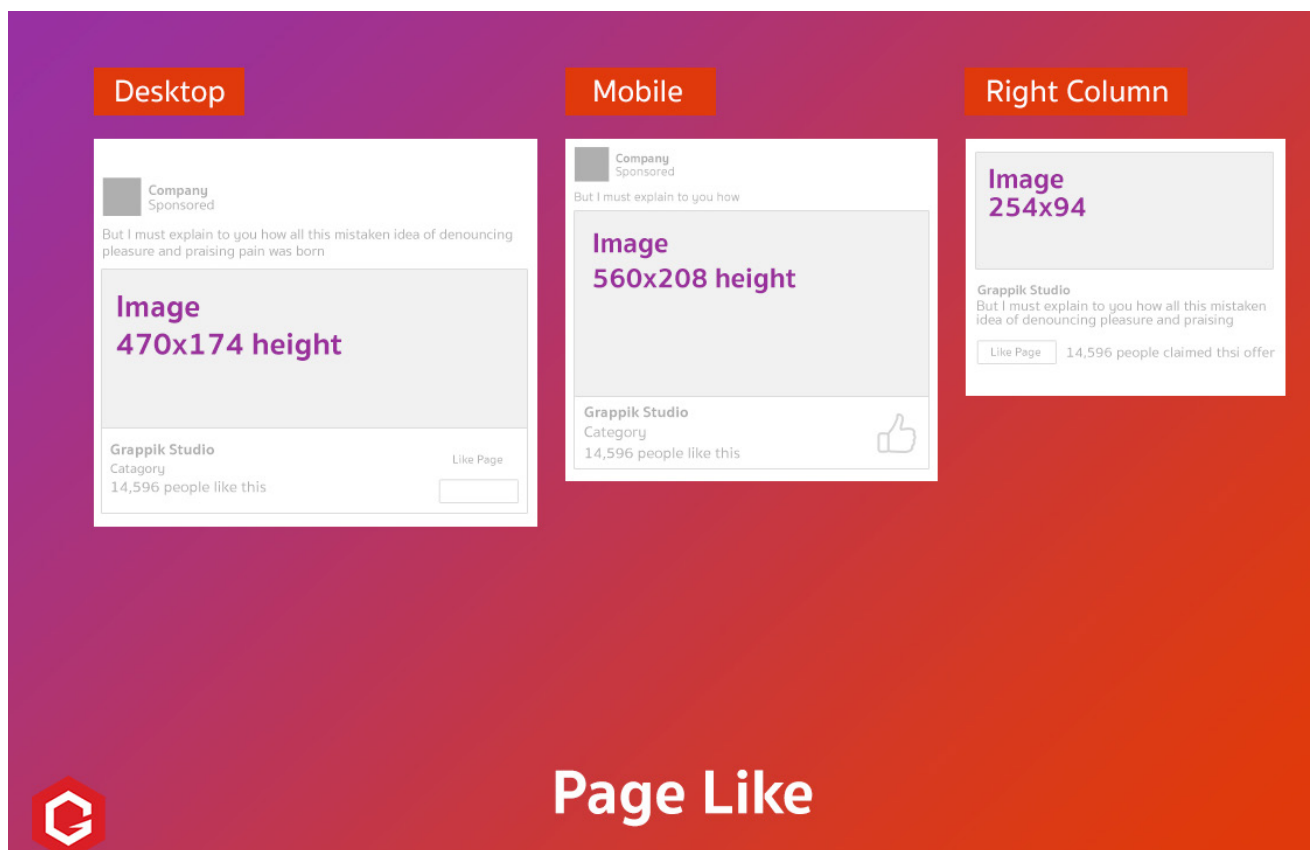
รวมขนาดภาพที่ใช้งาน

Facebook Page

หน้าเพจเฟซบุ๊กของร้านก็ไม่ต่างอะไรกับหน้าร้านของช้อปต่างๆ ยิ่งสวยคนก็ยิ่งอยากเข้า ยิ่งอยากซื้อ สิ่งหนึ่งที่ขาดไม่ได้จากหน้าเพจเลยก็คือ “รูปภาพ” ซึ่งนอกจากจะต้องคมชัดและมีสีสันสวยงามแล้ว ยังควรมีขนาดที่ถูกต้องด้วย เพราะถ้าเราโพสต์รูปที่เล็กหรือใหญ่เกินไป บางครั้งก็จะทำให้ภาพโดนยัดหรือลดขนาดจนเบลอล่ะได้ หัวข้อนี้ขอรวบรวมขนาดภาพที่ใช้งานบน FACEBOOK PAGE มาไว้ให้ดูและลองนำไปใช้กัน



- ภาพ Profile ขนาด 180×180 px
- ภาพ Cover ขนาด 828×315 px
- ในการแสดงบนมือถือจะเหลือแค่ 560px สำหรับ Cover (ทำองรับเอาไว้ให้ดีกว่าเพราะคนใช้งานจากมือถือเยอะสุดๆ)



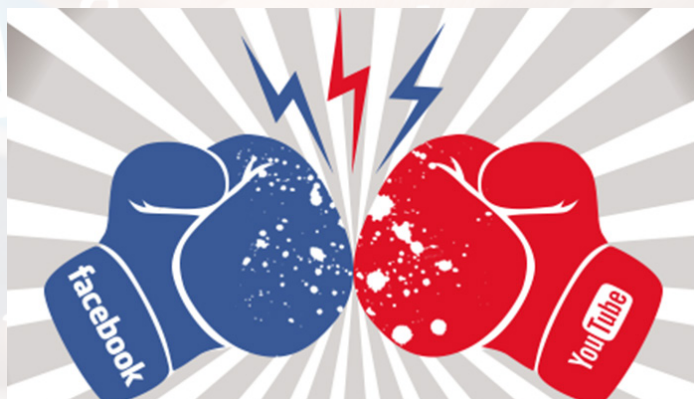
- หน้าจอปกติ ขนาด 470x470 px / คำอธิบาย 500 ตัวอักษร
- หน้าจอมือถือ ขนาด 626x840 px / คำอธิบาย 110 ตัวอักษร
- Right Column ขนาด 254x133 px / คำอธิบาย 90 ตัวอักษร

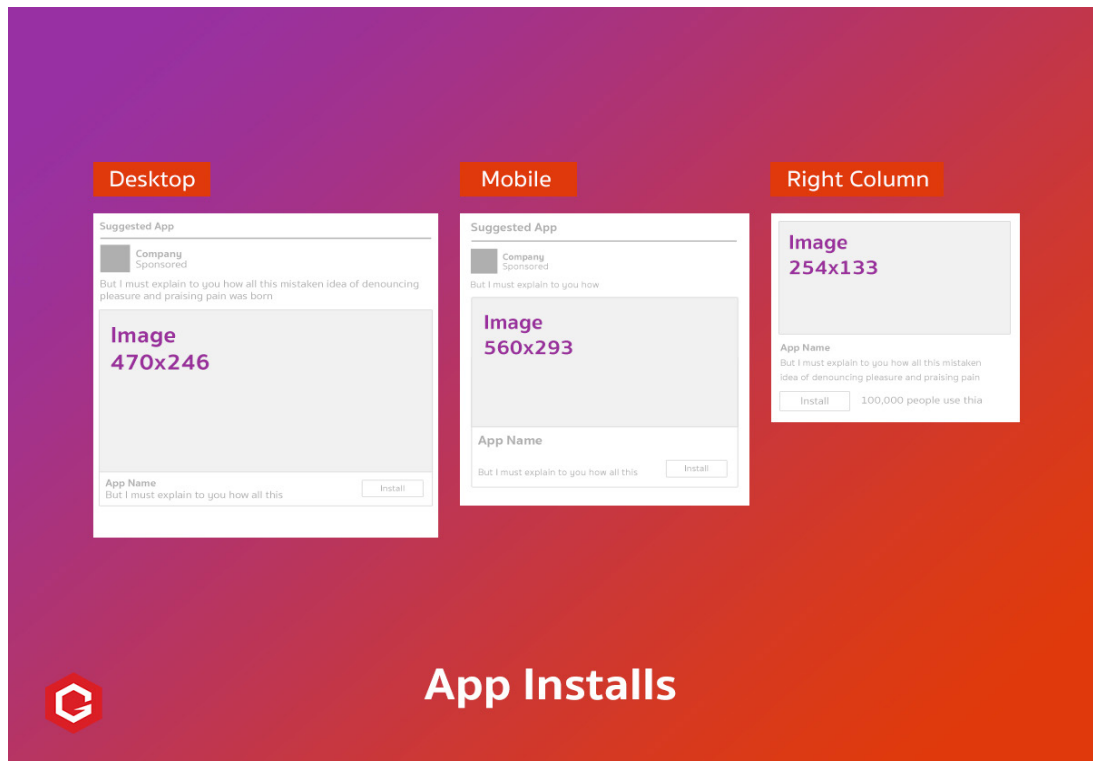
รู้หรือไม่? การนับ View 1 ครั้งของ Facebook Video จะต้องดูเกิน 3 วินาที แต่ YouTube ต้อง 30 วินาทีขึ้นไป



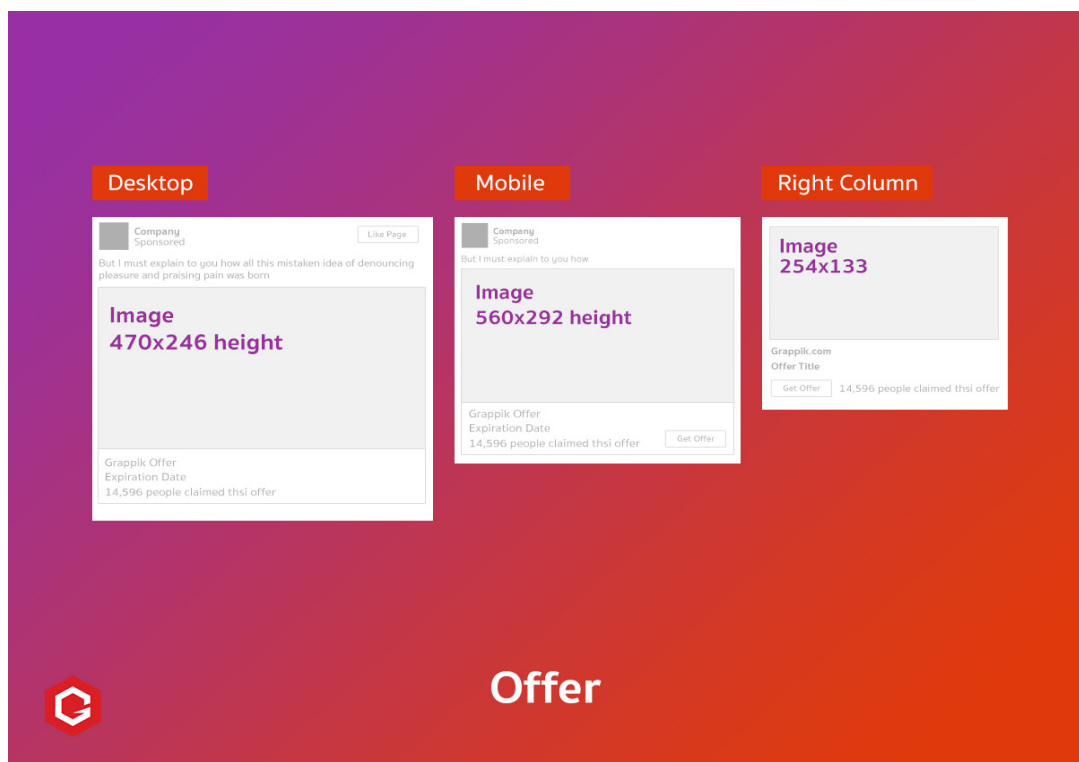
Facebook เราน่าจะได้เห็นการเล่นวิดีโออัตโนมัติมาแล้ว การนับของมันจะนับก็ต่อเมื่อมีคนดูอย่างน้อย 3 วินาที (ในที่นี้มาของข่าวไม่ได้บอกกว่านั้นทั้งแบบมีเสียงหรือไม่มีเสียง แต่เข้าใจว่าจุดนี้ พี่มาร์คน่าจะสั่งให้นับหมด)

YouTube ผู้มี Google เป็นนายหัว การจะนับ 1 View จะนับต่อเมื่อวิดีโอถูกชมไปมากกว่า 30 วินาที แต่ถ้าเป็นผู้ลงโฆษณาจะมีการให้ค่าเวลาเฉลี่ยในการชมว่าทั้งหมดแล้วมีการชมต่อครั้งนานกี่นาที กี่วินาที

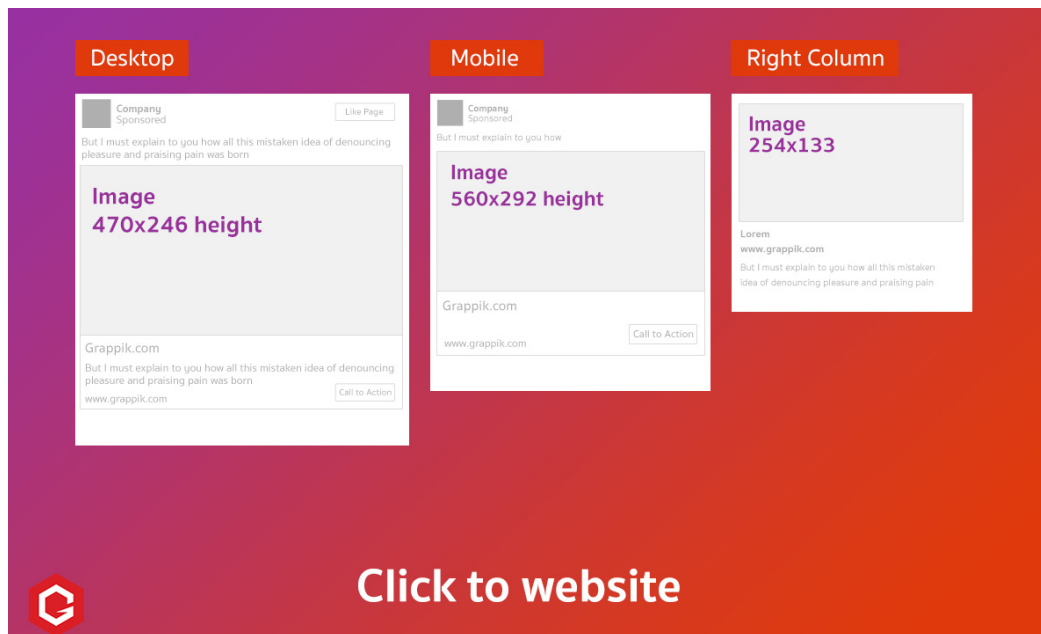




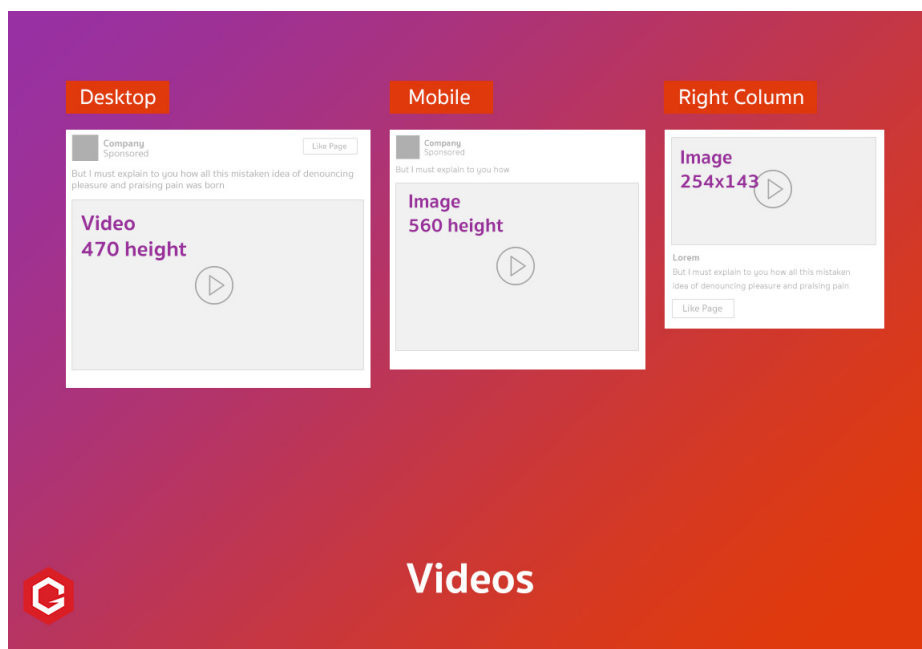
- หน้าจอปกติ ขนาด 470x246 px / ใส่ชื่อได้ 25 ตัวอักษร / คำอธิบาย 90 ตัวอักษร
- หน้าจอมือถือ ขนาด 560x293 px / ใส่ชื่อได้ 1 บรรทัดหรือ 30 ตัวอักษร / คำอธิบาย 90 ตัวอักษร
- Right Column ขนาด 254x133 px / ใส่ชื่อได้ 25 ตัวอักษร / คำอธิบาย 90 ตัวอักษร



- หน้าจอปกติ ขนาด 470x246 px / หัวเรื่อง 25 ตัวอักษร / คำอธิบาย 90 ตัวอักษร
- หน้าจอมือถือ ขนาด 560x292 px / หัวเรื่อง 25 ตัวอักษร / คำอธิบาย 90 ตัวอักษร
- Right Column ขนาด 254x133 px / หัวเรื่อง 25 ตัวอักษร / คำอธิบาย 90 ตัวอักษร



- หน้าจอปกติ ขนาด 470x246 px / หัวเรื่อง 1-2 บรรทัด / คำอธิบายลิงก์ 2-3 บรรทัด / คำอธิบาย 500 ตัวอักษร
- หน้าจอมือถือ ขนาด 560x292 px / หัวเรื่อง 1-2 บรรทัด / คำอธิบายลิงก์ 1 บรรทัด / คำอธิบาย 120 ตัวอักษร
- Right Column ขนาด 254x133 px / หัวเรื่อง 25 ตัวอักษร / คำอธิบาย 90 ตัวอักษร



Video : H264 ,square pixels, fixed frame rate, progressive scan ขนาดไฟล์ไม่เกิน 4gb

- หน้าจอปกติ ขนาด 470 px wide / คำอธิบาย 500 ตัวอักษร
- หน้าจอมือถือ ขนาด 560 px wide / คำอธิบาย 110 ตัวอักษร
- Right Column ขนาด 254x143 px - คำอธิบาย 90 ตัวอักษร

Video : H264 ,square pixels, fixed frame rate, progressive scan ขนาดไฟล์ไม่เกิน 4gb

- หน้าจอปกติ ขนาด 470 px wide / คำอธิบาย 500 ตัวอักษร
- หน้าจอมือถือ ขนาด 560 px wide / คำอธิบาย 110 ตัวอักษร
- Right Column ขนาด 254x143 px / คำอธิบาย 90 ตัวอักษร

ข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ : <https://grappik.com>



อัปเดต Facebook ให้ชัดเจน:

ภาพไม่แตก

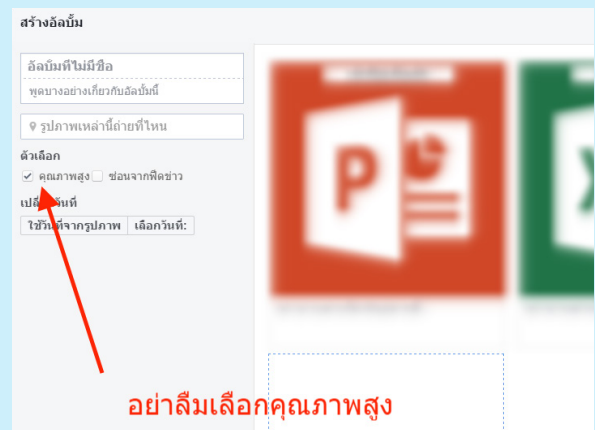
" ปัญหาอัปเดต Facebook แล้ว ภาพแตก ภาพไม่ชัด จากหน้าสวยกลายเป็นหน้ากลางๆ "

โดยปกติแล้วเมื่ออัปเดต ทาง Facebook จะทำการลดขนาดของภาพเราลง เนื่องจาก Facebook เองน่าจะต้องการรักษา Server ไม่ให้เปลืองเนื้อที่กับรูปมากเกินไป หัวข้อนี้จะเสนอวิธีแก้...จะอัปเดตยังไงให้สวยที่สุดเท่าที่เราจะทำได้กัน

การอัปเดตให้ถูกวิธี

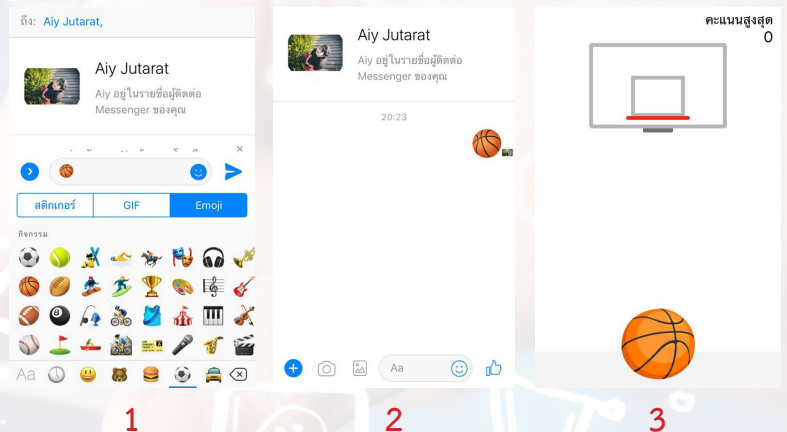
วิธีนี้เหมาะสำหรับอัปเดตผ่านคอมพิวเตอร์ โดยปกติแล้วเวลาอัปเดต Facebook บางคนใช้แอมมือถือ ซึ่งส่งผลให้ภาพนั้นความละเอียดหายไปเยอะ และถ้าอัปเดตเป็นอัลบั้มอย่าลืมกดคำว่า **คุณภาพสูง**

ถ้าใครทำรูปหรือชอบถ่ายรูปด้วยกล้องและอยากได้ภาพที่คมชัดขึ้นไปอีก ให้ลดขนาดของภาพเหลือ 2048 px เพราะ Facebook จะให้เราใช้ขนาดภาพสูงสุดได้ที่ 2048 px ซึ่งถ้าเป็นแนวนอนค่า 2048 px ก็จะเป็นด้านแนวนอน แต่ถ้าเป็นแนวตั้งก็ค่าสูงสุดแนวตั้งก็จะเป็น 2048 px



รู้หรือไม่ บนแอป Facebook Messenger มีเกมซ่อนอยู่

1. กด Emoji รูปลูกบาสส่งไปยังคู่สนทนา หรือจะส่งให้ตัวเองก็ได้
2. แล้วกดไปที่ Emoji รูปลูกบาสที่ขึ้นอยู่ในช่องแชท
3. เพียงเท่านี้คุณก็ได้เล่นเกมบาสกันแล้ว





เชื่อว่าหลายท่านต่างต้องการเอาชนะ News Feed Algorithm ของ Facebook เป็นสิ่งที่นักการตลาดและเจ้าของเพจต่างอยากจะทำได้ เพื่อให้ Facebook ของเราถูกพบเห็นในจำนวนมากๆ ซึ่งจะเพิ่มจำนวน Reach และจำนวนการ Click โดยไม่ต้องจ่ายเงินสำหรับการโปรโมทเพจ ซึ่งจะสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างคุณกับสมาชิก อาจจะทำเพื่อการค้าขาย หรือการสร้างปฏิสัมพันธ์ในการสร้างแบรนด์ แต่การเอาชนะ (แบบไม่จ่ายเงิน) มันอาจจะเป็นเรื่องยาก เนื่องจาก Facebook ได้ปรับเปลี่ยนการใช้

แต่ล่าสุดก็มีคนเอาชนะ News Feed Algorithm ของ Facebook ได้บางส่วนแล้ว นั่นคือ **Kevan Lee นักการตลาดดิจิทัล** ได้ทำการทดลองวิธีการโพสต์บน Facebook ว่าการโพสต์แบบไหนที่เพิ่ม Reach และจำนวน Click ได้มากที่สุด โดยทำการทดลองเป็นระยะเวลา 90 วัน ผ่านทางเพจ Buffer ซึ่งเป็นการทดลองที่เจ้าของเพจ หรือนักการตลาดไม่ควรพลาดเป็นอันขาด อีกทั้งยังได้ผลการทดลองที่เป็นประโยชน์อย่างมากอีกด้วย **ซึ่งผลการทดลองนี้สามารถนำไปใช้ได้(จริง) เป็นเทคนิคสำคัญสำหรับผู้สนใจ Facebook** ดังนั้นเรามาดูกันสิว่าการเอาชนะที่วานี้ (แบบไม่จ่ายเงิน) จะมีการทดลองแบบไหนบ้างที่ได้ผลดีที่สุด...ที่คุณควรนำไปใช้



1. โพสต์ Facebook ในช่วงที่ไม่ใช่ Peak Time

เชื่อว่าแอดมินเพจหลายท่านมักจะคิดว่า 'ช่วงเวลาที่ดีที่สุดสำหรับการโพสต์คอนเทนต์จะต้องเป็นช่วงเวลา **ที่คนออนไลน์มากที่สุด**' เพราะอาจมีโอกาที่จะทำให้คนเห็นคอนเทนต์มากขึ้น แต่กลับตรงกันข้าม จริงๆแล้ว **การโพสต์ในลักษณะนี้ ยิ่งทำให้คอนเทนต์ของเราตกหล่นและมีคนเห็นน้อย** เนื่องจากคุณจะต้องไม่ลืมว่า ยังมีคนออนไลน์มากเท่าไร ก็ยังมีการแข่งขันสูง การแข่งขันที่ว่านี้ก็คือ จำนวนการโพสต์คอนเทนต์ของสมาชิกคนอื่นๆ

จากการทดลองของเควิน จึงสามารถหาข้อสรุปของช่วงเวลาที่เหมาะสมแก่การโพสต์ได้ว่า ช่วงเวลาที่เหมาะสมแก่การโพสต์คือเวลาที่คนออนไลน์น้อยที่สุด นั่นคือก่อนและหลังเวลาเลิกงาน โดยเควินทำการทดสอบการโพสต์ในช่วงเวลา 7.00 และ 23.00 น. มันเป็นเวลาที่มีคนออนไลน์น้อยที่สุด ซึ่งได้ผลการทดลองที่น่าประทับใจ โดยพบว่า Reach เพิ่มขึ้นร้อยละ 6 และการ Click ก็เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 เพิ่มขึ้นจากเดิมในช่วงเวลาที่คนออนไลน์มากถึง 25 %



2. โพสต์ดีกว่าเดิม

ความเหมาะสมสำหรับการโพสต์ในแต่ละวัน เราควรจะโพสต์วันละครั้ง หรือโพสต์ถี่ๆ อันไหนน่าจะทำให้คนคลิกมากขึ้น ?

เควิน ได้ทำการทดลองการโพสต์ โดยแบ่งการทดลองจำนวน 2 ครั้ง โดยครั้งแรกลองโพสต์คอนเทนต์ 6 ครั้ง/วัน และครั้งที่สองวันละคอนเทนต์ เพื่อหาผลการทดลองว่า การโพสต์แบบไหนมีคนเห็นและคลิกเพิ่มมากขึ้น โดย 6 ครั้ง/วัน แบ่งตารางการโพสต์ได้ดังนี้

05:00 / 08:00 / 11:00 / 11:50 / 13:07 /16:00

ผลการทดลอง : พบว่าการโพสต์ถี่ๆ แบบ 6 ครั้งต่อวัน ทำให้จำนวนคลิกลดลงเล็กน้อย และการเข้าถึงลดลงเกือบร้อยละ 20



3. โพสต์วันละครั้ง

ในการทดลองโพสต์วันละครั้ง เควินลองโพสต์ครั้งเดียวต่อวัน โดยเขาเลือกโพสต์ที่ตอน 9.00 น. แต่กลับกลายเป็นว่าผลลัพธ์ของการทดลองนั้นแย่กว่าการโพสต์ถี่ โดยการเข้าถึงลดลงถึงร้อยละ 25 ดังนั้นการโพสต์ในแต่ละวันควรแบ่งประเภทเป็นคอนเทนต์สั้นและยาว คละเคล้ากันไปวันละ 5 -10 ครั้ง/วัน



4. ถามคำถาม

หนึ่งในประเภทของการโพสต์ที่ผู้คนนิยมมากที่สุดคือ **การตั้งคำถาม** เพราะจะทำให้คนเข้ามาคอมเมนต์ สร้าง Engagement นั้นเอง ซึ่งพอมมีคนเข้ามาโต้ตอบกับโพสต์ก็มักจะทำให้คอนเทนต์ถูกพบเห็นมากขึ้นด้วย โดยเควินได้ทำการทดลองด้วยการโพสต์แบบตั้งคำถาม หัวข้อต่อสัปดาห์



ผลการทดลอง : กลับพบว่าการตั้งคำถามไม่ได้ช่วยสร้าง Engagement อีกทั้งจำนวนคลิกตกถึงร้อยละ 50 และจำนวนการเข้าถึงก็ลดลงเกือบร้อยละ 40 โดยเควินได้เสริมอีกว่าจากการทดลองทั้งหมด **เทคนิคการโพสต์แบบตั้งคำถาม สร้างผลลัพธ์ที่แย่ที่สุดจากการทดลองทั้งหมด**




5. โพสต์อัปเดตในหลายๆ รูปแบบ

ในเทคนิคนี้ Kevan ได้ทดสอบวิธีการโพสต์คอนเทนต์หลายๆแบบ ตั้งแต่ โพสต์แบบไม่มีข้อความเลย (ลิงค์อย่างเดียว) ,การใช้ข้อความหลายๆ บรรทัด, โพสต์คอนเทนต์สั้นๆ, และการระบุตัวคนโพสต์ สามารถสรุปผลการทดลองในลักษณะที่แตกต่างกันได้ดังนี้

- การโพสต์แบบไม่มีข้อความเลย (ลิงค์อย่างเดียว) – คลิกน้อยลงเล็กน้อย
- ใช้ข้อความหลายๆ บรรทัด – คลิกมากขึ้นเล็กน้อย
- ใช้ลายเซ็นระบุตัวคนโพสต์ – คลิกมากขึ้นเล็กน้อย คลิกเพิ่มขึ้น 3-4
- ใช้ข้อความสั้นๆ – คลิกมากขึ้น **การใช้ข้อความสั้นๆ เพียงแค่ 40 ตัวอักษรหรือน้อยกว่า กลับกลายเป็นว่าได้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุดจากหลายๆแบบ โดยการคลิกเพิ่มขึ้นถึง 10 คลิก**

- ใช้ข้อความยาวๆ – คลิกมากขึ้นเล็กน้อย



ตัวอย่างการโพสต์แบบไม่มีข้อความเลย
คลิกลิงค์อย่างเดียว

ตัวอย่างการโพสต์ใช้ข้อความสั้นๆ
ประกอบด้วยลิงค์
ให้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุด





6. โพสต์ Link แทน

โดยทั่วไป คนส่วนใหญ่มักจะโพสต์รูปภาพบน Facebook เป็นหลัก แต่จริงๆแล้ว Facebook จัดเรียงให้ความสำคัญกับคอนเทนต์ประเภท Link มากกว่ารูป เควินจึงทำการทดลองว่าการโพสต์แบบไหนดีกว่ากัน



จากการทดลองของ เควิน กลับได้ผลการทดลองที่น่าแปลกใจ พบว่า เมื่อเขาใช้ Link Post เป็นหลัก นั้นกลับได้จำนวนคลิก และ Reach มากขึ้นกว่าเดิมอย่างเห็นได้ชัดถึงร้อยละ 20 %



7. โพสต์รูปภาพ Preview ที่ไม่ใช่ตัว Default

เมื่อคุณนำลิงค์มาโพสต์บน Facebook ปกติแล้วภาพที่จะปรากฏมักจะเป็นภาพ Preview ที่ Facebook เลือกมาจากเว็บไซต์ ซึ่งบางครั้งภาพที่ปรากฏนั้นไม่ได้สื่อสารอะไร เพียงแค่สวยงาม

ดังนั้นเควินจึงลองเปลี่ยนภาพ Preview เป็นภาพที่เขาทำขึ้นใหม่ โดยลักษณะของภาพจะเป็นเหมือนภาพตัวอย่าง ที่บ่งบอกว่าคอนเทนต์นี้จะมีเนื้อหาอะไร ผลการทดลองพบว่า ภาพที่เควินทำขึ้นใหม่กลับมีจำนวนการคลิกเพิ่มขึ้นสูงถึงร้อยละ 85 และค่าเฉลี่ยการเข้าถึงเพิ่มขึ้นเกือบหนึ่งในสามของภาพ Preview

ซึ่งการใช้ภาพตัวอย่างที่ทำขึ้นใหม่กลับมีผลกระทบในเชิงบวกต่อผู้พบเห็นสูงขึ้นเลยทีเดียว

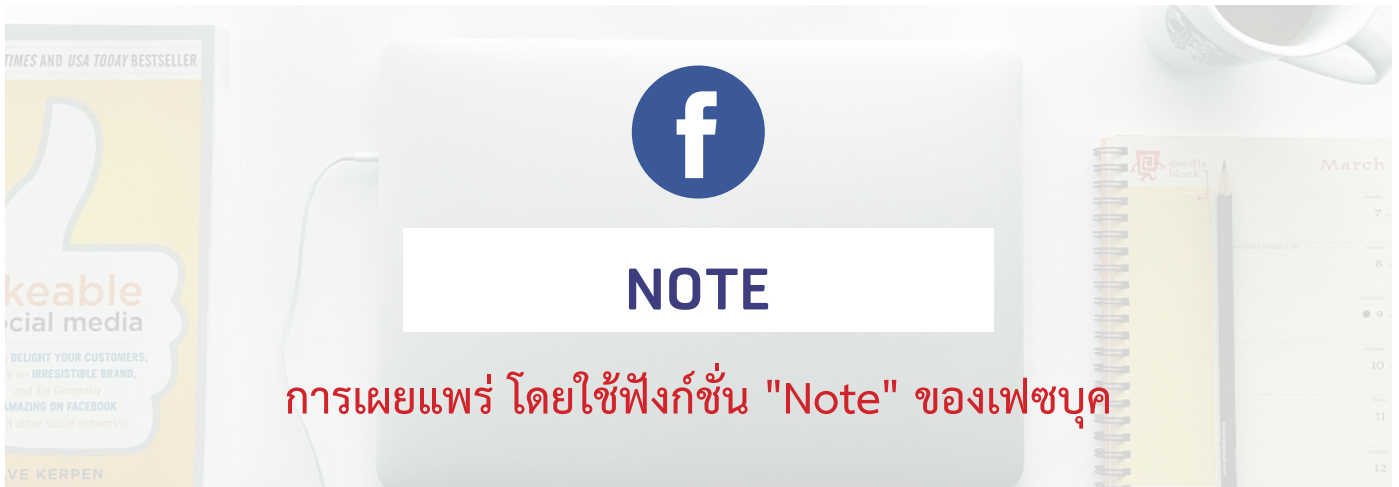
สรุปผลการทดลองทั้งหมด

หลังจากการทดลองวิธีการโพสต์ต่างๆ ไปแล้วนั้น บ้างก็มีการเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ดีขึ้นและแย่ง ดังนั้น Kevan จึงสรุป 3 เทคนิคของการโพสต์ Facebook ที่ดีที่สุดจากการทดลองทั้งหมด ที่คุณควรนำไปใช้ มีดังต่อไปนี้

- โพสต์แบบลิงค์
- โพสต์ตอนช่วงเย็น
- สร้างภาพตัวอย่างให้กับโพสต์ของคุณ

แต่ทั้งนี้ทั้งนั้น ก็ต้องลองมาปรับใช้กันก่อน เพราะแต่ละเพจก็มีกลุ่มเป้าหมายที่ต่างกันออกไป

อ่านบทความของ Kevan Lee เพิ่มเติมได้ที่ <http://tnw.to/q3MSX>



การเผยแพร่ โดยใช้ฟังก์ชัน "Note" ของเฟซบุ๊ก

Note คือ การเขียนบทความส่วนตัว คล้ายกับการเขียนข้อความบนบล็อกของเว็บไซต์ อาจจะเป็นเรื่องราวที่คุณต้องการให้คนอื่นทราบ เรื่องราวประทับใจ ซึ่งฟังก์ชัน Note ของเฟซบุ๊กมีมานานหลายปีแล้ว แต่ไม่ค่อยได้รับความนิยมเท่าที่ควร เนื่องจากรูปร่างหน้าตาดูไม่ค่อยน่าใช้เท่าไรนัก

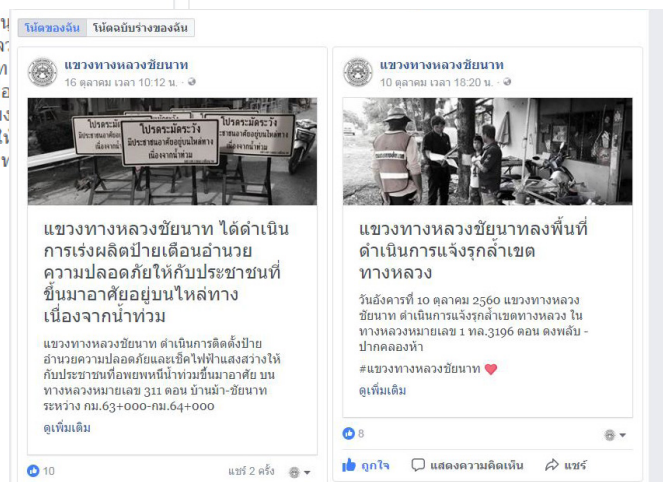
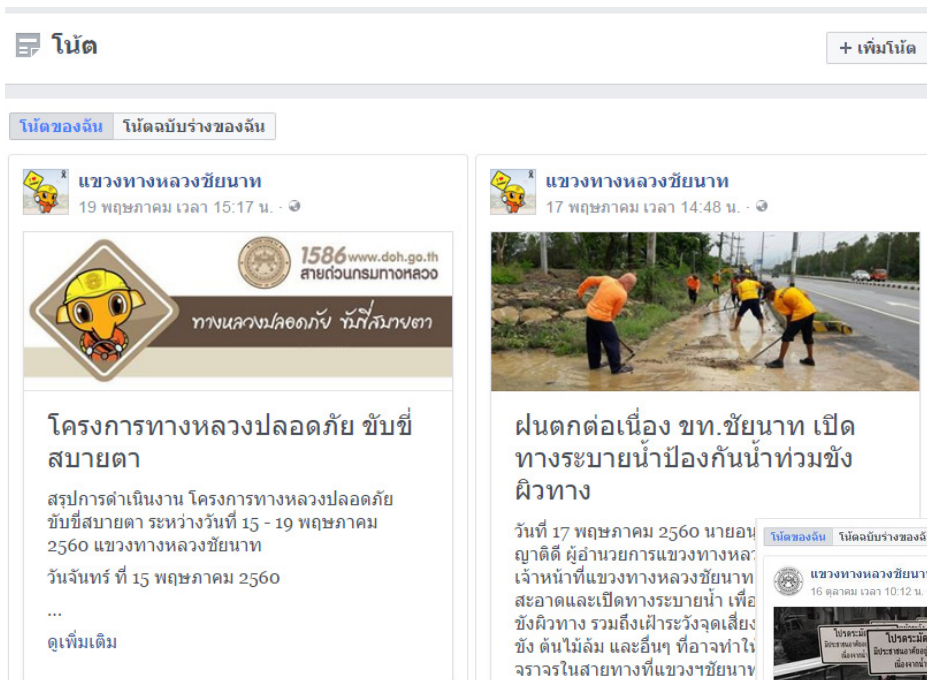
แต่ในปัจจุบันเฟซบุ๊ก ได้ปรับปรุงโฉมของ Note ใหม่หมดจด และทำออกมาได้ดีทีเดียว ไม่ว่าจะเป็นรูปลักษณะที่ดูคล้ายกับเว็บบล็อก แลมนัดแน่นด้วยฟังก์ชันสำหรับช่วยเขียนบทความมาให้ด้วย ทางเข้าใครหาเมนู Note ไม่เจอพิมพ์ไปเลย www.facebook.com/pg/ชื่อแฟนเพจ/notes ถ้าเป็น User ที่ไม่ใช่แฟนเพจพิมพ์ www.facebook.com/notes

จุดเด่น

- จัดรูปแบบบทความได้สวยงาม
- ใช้งาน จัดหน้าได้รวดเร็ว
- ไม่มีปัญหาเกี่ยวกับภาษาไทย
- เปิดบนมือถือก็ง่าย
- แทรกโค้ด วิดีโอต่างๆได้

ข้อเสีย

- ฟอนต์ไทยยังไม่ค่อยสวย
- แก้ไขในมือถือไม่ได้



ตัวอย่าง การใช้ Note ในแฟนเพจ
โน้ตทั้งหมดจะอยู่ใน "โน้ตของฉัน"



วิธีการสร้างบันทึก (Note)

หากต้องการสร้างบันทึกใหม่

1. การเข้าถึงส่วนบันทึกใน โพรไฟล์ หรือ เพจ
2. คลิก **เขียนโน้ต**
3. จัดรูปแบบบันทึกของคุณและ เลือกการตั้งค่าความเป็นส่วนตัวของคุณ คลิก **เผยแพร่**
4. ถ้าต้องการเก็บไว้เป็น **ฉบับร่าง** ไม่เผยแพร่ในที่นี้ คลิก **บันทึก**



การเผยแพร่ โดยใช้ "Note" ของเฟซบุค

กรมทางหลวงชัยนาท - 23 พฤษภาคม 2017

หน้าตาของโน้ต ที่ตรงนี้สามารถใส่รายละเอียดได้หลายแบบ
เสร็จแล้วกดเผยแพร่ด้านล่าง

ลบ

สาธารณะ บันทึก เผยแพร่

4

3



วิธีการสร้างบันทึก (Note)

หากต้องการแก้ไขบันทึกที่คุณเขียน

1. การเข้าถึงส่วนบันทึกใน โพรไฟล์ หรือ เพจ
2. คลิก **ดูเพิ่มเติม** ได้บันทึกที่คุณต้องการแก้ไข
3. คลิก **แก้ไขบันทึก** ตรงมุมขวาบน
4. เมื่อคุณแก้ไขบันทึกเสร็จแล้ว คลิก **เผยแพร่การอัปเดต** ตรงมุมขวาล่างของโพสต์



- พบปัญหาในการเดินทาง ดันไม้ล้มขวางผิวจราจร หรือปัญหาอื่นๆในสายทางพื้นที่จังหวัดชัยนาท โทร.056411-649 หรือสายด่วนกรมทางหลวง 1586

#เดินทางอุ่นใจปลอดภัยไปกับกรมทางหลวง #สายด่วนทางหลวง1586 #กรมทางหลวง #แขวงทางหลวงชัยนาท

Tag: [Anuson Sriwongyatde Wanpen Khonlam](#) [ปัญญา อรรถเจตน์ Wichitra](#) [Ngoenkong Naranat Bru](#) [เขตสืบสอง สุพรรณบุรี](#) [กรมทางหลวง](#) [แขวงทางหลวงชัยนาท](#) [กรมทางหลวง](#)

4

สามารถ **เผยแพร่อัปเดต**

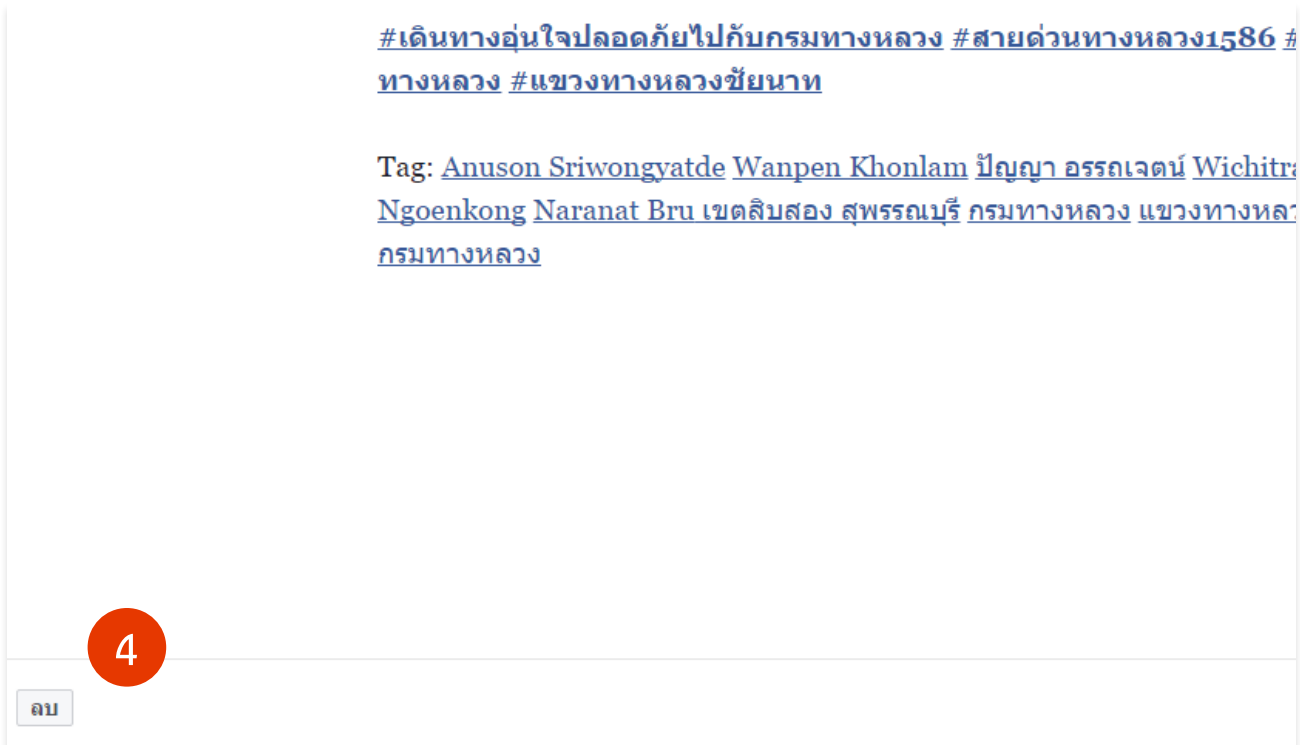


วิธีการสร้างบันทึก (Note)

หากต้องการ**ลบบันทึก**ที่คุณเขียน

1. การเข้าถึงส่วนบันทึกใน โปรไฟล์ หรือ เพจ
2. คลิก **ดูเพิ่มเติม** ใต้บันทึกที่คุณต้องการแก้ไข
3. คลิก **แก้ไขบันทึก** ตรงมุมขวาบน
4. เลื่อนไปที่ด้านล่างซ้ายของโพสต์ คลิก **ลบ** แล้วยืนยันว่าคุณต้องการลบบันทึก

หมายเหตุ เมื่อคุณลบบันทึกไปแล้ว คุณจะไม่สามารถยกเลิกได้





วิธีการจัดรูปแบบของบันทึก (Note)

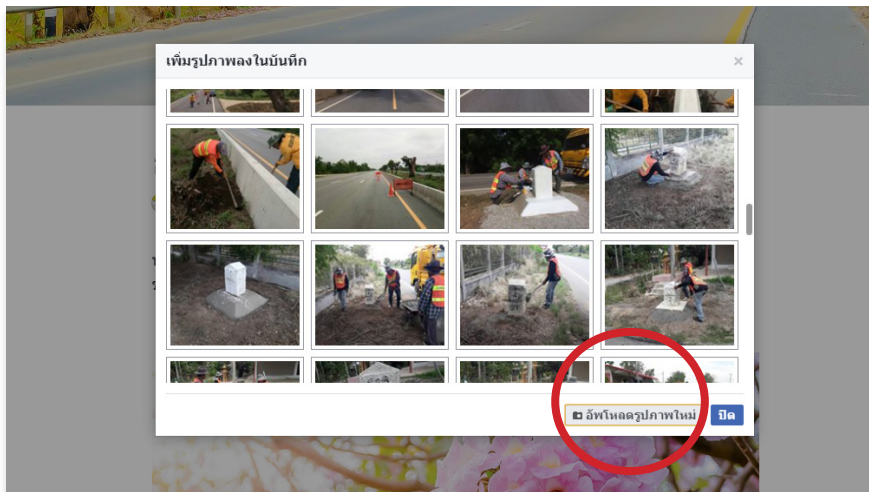
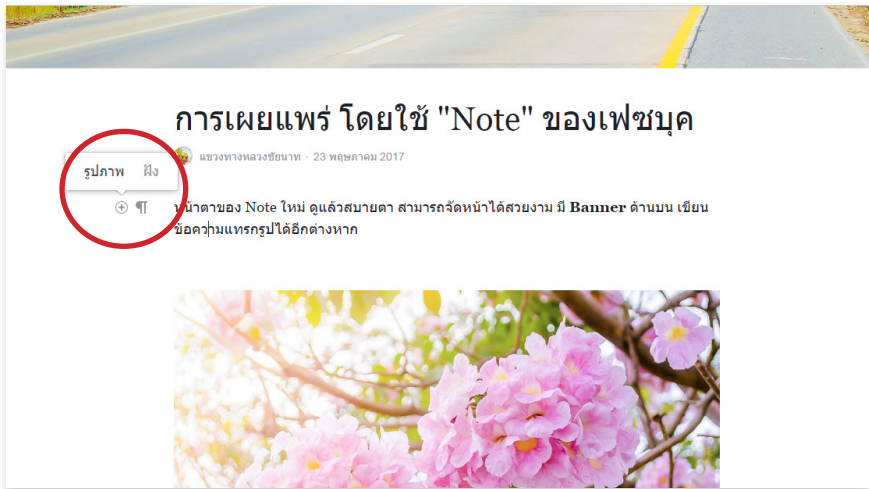
การจัดรูปแบบข้อความของบันทึก แบ่งหลักๆ ได้ 2 ส่วน คือ

1. ส่วนรูปภาพและวิดีโอ (สื่อ)
2. ส่วนข้อความ

1. ส่วนรูปภาพและวิดีโอ (สื่อ)

วิธีเพิ่มรูปภาพในบันทึกของคุณ:

1. เปิดตัวแก้ไขบันทึก
2. คลิกตำแหน่งที่คุณต้องการเพิ่มรูปภาพ
3. วางตัวชี้เหนือ ⊕ ที่ด้านซ้าย
4. คลิก “รูปภาพ”
5. เลือกรูปภาพจากรายการ หรือคลิก “อัปโหลดรูปภาพใหม่” เพื่อเพิ่มรูปภาพใหม่
6. หากต้องการลบรูปภาพออกจากบันทึกของคุณ ให้เลื่อนเมาส์ไปที่รูปภาพ แล้วคลิก “ลบ”

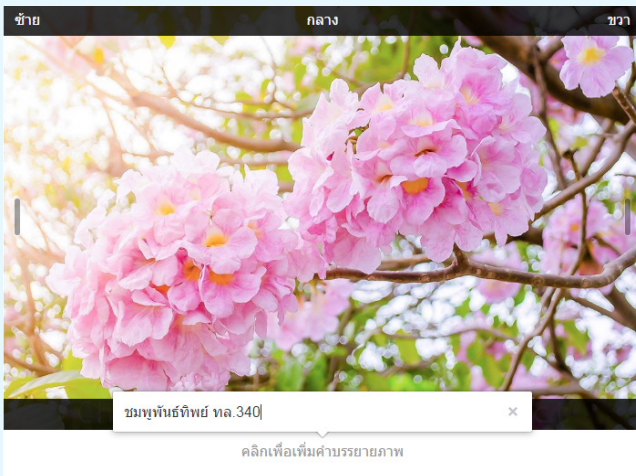




วิธีการจัดรูปแบบของบันทึก (Note)

หากต้องการเปลี่ยนตำแหน่งของรูปภาพในบันทึกของคุณ:

1. เปิดตัวแก้ไขบันทึก
2. วางตัวชี้เหนือรูปภาพนั้น
3. คลิก “ซ้าย” “กลาง” “ขวา” หรือ “ลบออก”



หากต้องการใส่คำบรรยายของรูปภาพ

1. เปิดตัวแก้ไขบันทึก
2. วางตัวชี้เหนือรูปภาพนั้น
3. คลิก “คลิกเพื่อเพิ่มคำบรรยาย”
4. พิมพ์ข้อความที่ต้องการ
5. กดปุ่ม Enter

การเผยแพร่ โดยใช้ "Note" ของเฟซบุค

แขวงทางหลวงชัยนาท - 23 พฤษภาคม 2017

หน้าของ Note ใหม่ ดูแล้วสบายตา สามารถจัดหน้าได้สวยงาม มี Banner ด้านบน เขียนข้อความแทรกได้ อีกต่างหาก



**นอกจากนั้น
แล้วยังทำ
Header
ข้อความ**

หรือทำ
Quote ได้

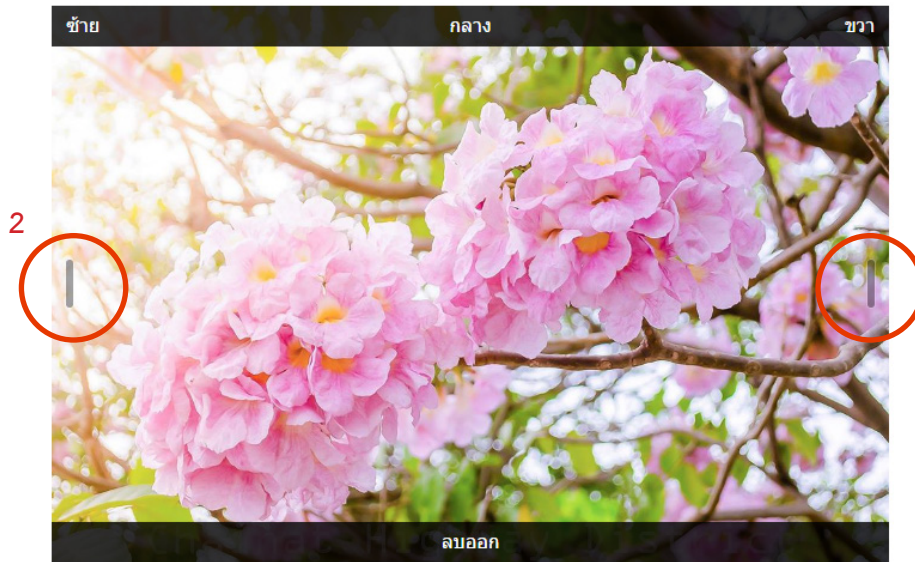
ตัวอย่างการจัดภาพแบบ
ให้รูปอยู่ซ้าย ข้อความก็จะอยู่ด้านขวา
เช่นกัน หากเราเลือกจัดรูปด้านขวา
ข้อความก็จะอยู่ซ้ายให้โดยอัตโนมัติ



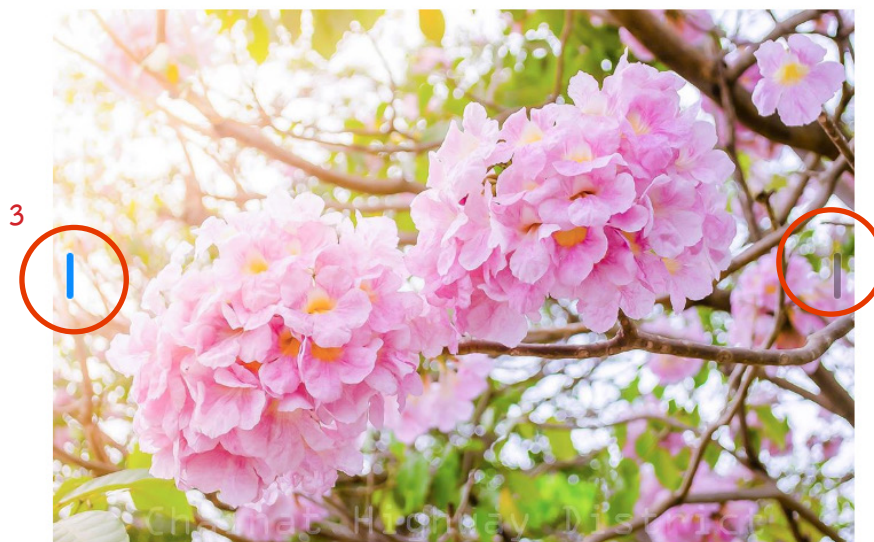
วิธีการจัดรูปแบบของบันทึก (Note)

หากต้องการแก้ไขขนาดของรูปภาพในบันทึกของคุณ:

1. เปิดตัวแก้ไขบันทึก
2. วางตัวชี้ที่รูปภาพเพื่อให้ | ปรากฏที่ด้านซ้ายและขวา
3. วางตัวชี้ใกล้กับ | เพื่อเปลี่ยนเป็น |
4. คลิกและลากเพื่อปรับขนาดภาพ



ชมพู่พันธุ์ทิพย์ ทล.340



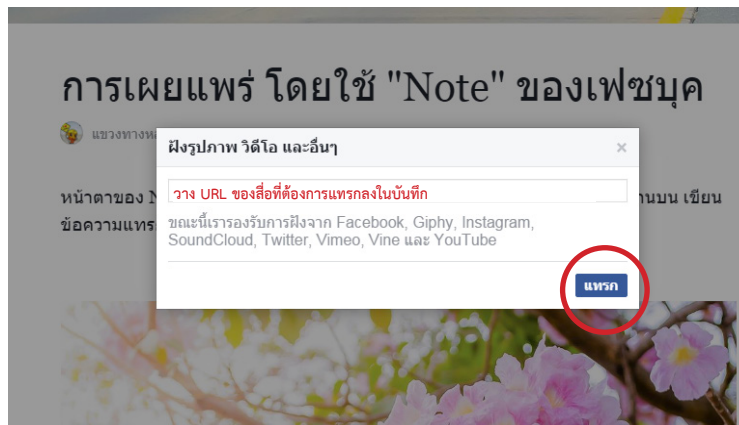
ชมพู่พันธุ์ทิพย์ ทล.340



วิธีการจัดรูปแบบของบันทึก (Note)

หากต้องการใส่วิดีโอลงในบันทึก (ฝังลิงค์วิดีโอ)

1. เปิดตัวแก้ไขบันทึก
2. คลิกตำแหน่งที่คุณต้องการเพิ่มรูปภาพ
3. วางตัวชี้เหนือ ⊕ ที่ด้านซ้าย
4. คลิก “ฝัง”
5. ใส่ Url ของวิดีโอ แล้วคลิก “แทรก” เพื่อเพิ่มวิดีโอ
6. หากต้องการลบรูปภาพออกจากบันทึกของคุณ ให้เลื่อนเมาส์ไปที่รูปภาพ แล้วคลิก “ลบ”



ลิงค์วิดีโอจากเว็บใดบ้าง ที่สามารถฝังลงในบันทึกได้?

Facebook, Giphy, Instagram,
SoundCloud, Twitter, Vimeo, Vine และ YouTube

ภาพตัวอย่างการฝังคลิปวิดีโอ ลงในบันทึก
โดยใช้ Url จาก Youtube




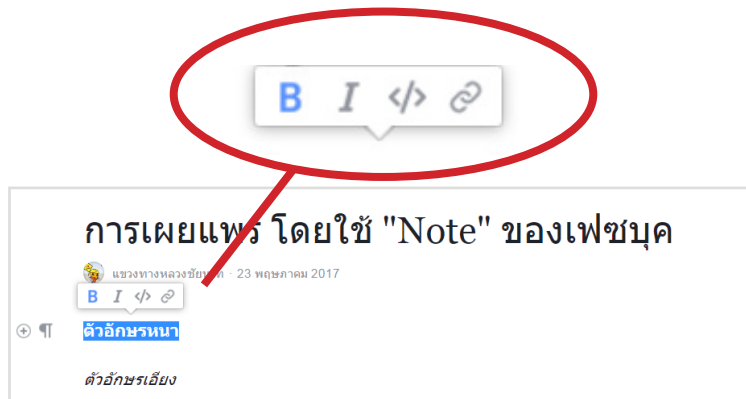


วิธีการจัดรูปแบบของบันทึก (Note)

2. ส่วนของข้อความ

หากต้องการจัดรูปแบบที่ปรากฏของข้อความในบันทึกของคุณ

1. ให้ไฮไลต์ข้อความ
2. เลือก **B** ตัวหนา
3. **I** ตัวเอียง
4. โค้ด `</>` (จัดรูปแบบข้อความให้มีลักษณะคล้ายกับโค้ดคอมพิวเตอร์)
5. ลิงค์ 



หากต้องการจัดรูปแบบโครงสร้างของบันทึกของคุณ

1. คลิกที่บรรทัดของข้อความที่คุณต้องการแก้ไข
2. วางตัวชี้เหนือที่ด้านซ้าย
3. เลือกรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งดังต่อไปนี้
 - 3.1 เปลี่ยนข้อความเป็นแบบ หัวข้อความใหญ่ (H1)
 - 3.2 เปลี่ยนข้อความเป็นแบบ หัวข้อความกลาง (H2)



ตัวอย่าง หัวข้อความใหญ่ และกลาง



วิธีการจัดรูปแบบของบันทึก (Note)

3.3 สร้างรายการหัวข้อย่อย

สร้างรายการหัวข้อย่อย

- หัวข้อที่หนึ่ง
- หัวข้อที่สอง
- หัวข้อที่สาม

ตัวอย่างการสร้างรายการหัวข้อย่อย

3.4 สร้างรายการลำดับเลข

การสร้างรายการลำดับเลข

1. บรรทัดที่หนึ่ง
2. บรรทัดที่สอง
3. บรรทัดที่สาม

ตัวอย่างการสร้างรายการลำดับเลข

3.5 เปลี่ยนข้อความเป็นคำพูดอ้างอิง (Quote)

เปลี่ยนข้อความเป็นคำพูดอ้างอิง

ตัวอย่างการสร้าง Quote



วิธีการจัดรูปแบบของบันทึก (Note)

3.6 การใส่ Link ลงในข้อความ

การใส่ลิงค์ลงในข้อความ เป็นเครื่องมือที่คล้ายกับการแท็กและมีประโยชน์มาก ตัวอย่างเช่น เราเขียนบันทึกเพื่อเผยแพร่ เกี่ยวกับกิจกรรมโครงการทางหลวงปลอดภัย ขับขี่สบายตา และภายในเนื้อหามีการเอ่ยถึงบุคคลที่สาม และหมวดทางหลวงที่เกี่ยวข้องกับงาน แทนที่เราจะแท็กกับบุคคลที่สาม เราก็ใช้วิธีการใส่ลิงค์ลงไปในเรื่องของบุคคลนั้นๆ ไปเลย

ฝนตกต่อเนื่อง ขท.ชยันต เปิดทางระบายน้ำป้องกันน้ำท่วมขังผิวทาง

แขวงทางหลวงชยันต - 17 พฤษภาคม 2017 อ่านแล้ว 8 ครั้ง

วันที่ 17 พฤษภาคม 2560 นายอนุสรณ์ ศรีวงษ์ญาติ ผู้อำนวยการแขวงทางหลวงชยันต กำชับเจ้าหน้าที่แขวงทางหลวงชยันต ลงพื้นที่ทำความสะอาดและเปิดทางระบายน้ำที่ท่วมขังผิวทาง รวมถึงเฝ้าระวังจุดเสี่ยงที่อาจมีน้ำท่วมขัง ต้นไม้ล้ม และอื่นๆ ที่อาจทำให้กระทบต่อการจราจรในสายทางที่แขวงฯชยันตรับผิดชอบ



ผ.ขท.ชยันต ลงพื้นที่ ทล.3213

โดยหมวดทางหลวงชยันต ได้ดำเนินการทำความสะอาดและเปิดทางระบายน้ำ บริเวณทางหลวงหมายเลข 1 (ตอนดอนรังนก-ทางน้ำหนองแขม) ระหว่าง กม.287+000 - กม.288+400



เจ้าหน้าที่ทำความสะอาดและเปิดทางระบายน้ำ ทล.1



ประสานงานร่วมกับ ทด.หนองมะโมง (ทล.3213)

และร่วมประสานกับเทศบาลตำบลหนองมะโมง ในด้านการแก้ไขเปิดทางน้ำที่ท่วมขังผิวทาง บริเวณทางหลวงหมายเลข 3213 (ตอนวัดสิงห์-บ้านโคก) กม.18+400 - กม.18+750

ในตัวอย่าง มีชื่อของ นายอนุสรณ์ ศรีวงษ์ญาติ ผอ.ขท.ชยันต ซึ่งนายมีเฟซบุ๊คส่วนตัวเช่นเดียวกัน แอดมินจึงใส่ link เฟซบุ๊คส่วนตัวของนาย ลงไปในบทความของเพจ ผู้อ่านจึงก็สามารถกดไปที่เฟซบุ๊คของนายได้ทันที

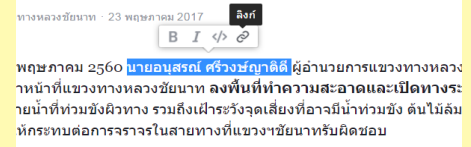
และย่อหน้าต่อไปของบทความ (ในรูปประกอบ) แอดมินเพจได้ใส่ลิงค์ของหมวดทางหลวงชยันต และเทศบาลตำบลหนองมะโมงไปด้วย เมื่อเผยแพร่บทความไป บทความนี้จะไปแสดงที่หน้าเฟซของคนที่เราแท็กไปแบบอัตโนมัติทันที

วิธีนี้จะช่วยเพิ่มการเข้าถึงโพสต์มากขึ้น และยังช่วยให้ผู้สนใจสามารถติดต่อผู้เกี่ยวข้องได้โดยตรง

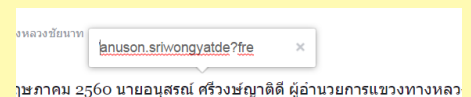
วิธีการใส่ลิงค์

- 1. คลุมคำข้อความที่เราต้องการใส่

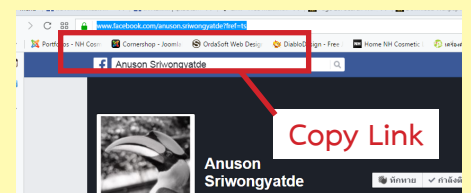
ป้องกันน้ำท่วมขังผิวทาง



- 2. คลิก "ลิงก์" แล้วใส่ลิงค์ลงไป แล้ว Enter



หาลิงก์จากไหน?



เข้าไปที่โปรไฟล์คน หรือเพจที่เราจะแท็ก แล้ว copy Url มาได้เลย

Hashtag

ปัจจุบันใครที่เล่นโซเชียลเน็ตเวิร์ค คงจะไม่มีใครที่ไม่เคยเห็นสัญลักษณ์สี่เหลี่ยมเหมือนตารางโอเอ็กซ์ (OX) ที่เราเคยเล่นกันในสมัยเด็กๆ นั่นก็คือเจ้าสัญลักษณ์ที่เรียกว่า “Hashtag (แฮชแท็ก)” หรือที่แปลภาษาไทย เปิดจาก ดิกชันนารี ก็แปลว่า “ดัชนีถ้อยคำ”

หน้าตาของมันก็คือ เครื่องหมาย # หรือหลายคนผ่านตากันมาอย่างแน่นอน เพราะว่าในโซเชียลฯ ก็ล้วนแต่เห็นเจ้าสัญลักษณ์นี้ปรากฏอยู่ในหลายๆ โปส หลายๆ ข้อความทั้งสิ้น

หัวข้อนี้เราจะมาบอกทำความเข้าใจกับ Hashtag ว่ามันคืออะไร ใช้ยังไง และมีส่วนสำคัญกับชีวิตของการเล่นโซเชียลเน็ตเวิร์คได้อย่างไรบ้าง ?



Hashtag คืออะไรในโซเชียลเน็ตเวิร์ค ?

หากพูดถึงเจ้าตัว แฮชแท็ก นั้นก็เปรียบเสมือน ช่อง (Channel) ของ คลื่นวิทยุสื่อสาร ที่เอาไว้ใช้พูดคุยกัน ขอให้นึกถึงวิทยุสื่อสาร ที่พวกตำรวจ รปภ. เขานิยมใช้สื่อสารกันนี้แหละ หรือเรามักจะแซวๆ กันว่า

“ว.1 เรียก ว.2 ทราบแล้วเปลี่ยน” อะไรทำนองนี้

และถ้าหากคุณเลือกใช้ Hashtag แล้ว แต่ดันใช้ชื่อไม่เหมือนกัน มันก็ไม่มีทางหากันเจอ และก็สื่อสารกันไม่ได้ หรือแม้แต่จะกล่าวเอ่ยถึงงาน งานเดียวกัน และอยู่สถานที่เดียวกัน ก็ไร้ประโยชน์ ถ้าคุณใช้ แฮชแท็ก กันคนละชื่อ

สมมุติว่าคุณอยู่ที่งานกีฬาของกรมทางหลวง หากคนนึงใช้แท็กโปสลงเพชบุคว่า #dohsportday และเพื่อนอีกคนหนึ่งใช้ว่า #sportdaydoh บางคนก็มาว่า #thedayofdoh แบบนี้ก็จะได้ว่าเป็นคนละคลื่น คนละช่องกันแล้ว ซึ่งไม่มีประโยชน์เลย เหมือนมาคนละงาน และยากที่จะหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องย้อนหลังได้

ดังนั้นควรจะมีการตกลงกันดีๆ ก่อน ซึ่งปัจจุบันนี้ ผู้จัดการหลายรายจะมีแปะ Hashtag เอาไว้ที่หน้างานเลย ยกตัวอย่างเช่น กรมทางหลวง ก็จะทำหนังสือมาเลยว่าให้ใช้ #เดินทางอุ่นใจปลอดภัยไปกับกรมทางหลวง #สายด่วนทางหลวง1586 #กรมทางหลวง เท่านั้น ในการโพสกิจกรรมลงเพชบุคเพื่อให้ง่ายต่อการเข้าถึง การหาข้อมูลย้อนหลัง และให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ดังภาพตัวอย่าง





Hashtag ใช้อย่างไร ?

Hashtag (แฮชแท็ก) นั้นเปรียบเสมือนเป็นคำค้นหาหลัก หรือ ที่เรียกกันว่า **คีย์เวิร์ด (Keyword)** ใช้เพื่อค้นหา กลุ่มคน กลุ่มเพื่อน ที่อาจจะไม่ได้รู้จักกันมาก่อน แต่ต่างมีความสนใจเหมือนกัน ในเรื่องเดียวกัน ด้านเดียวกัน มีความรู้สึกเหมือนกัน อารมณ์เดียวกัน ตกอยู่ในสถานการณ์เดียวกัน อยู่ในสถานที่เดียวกัน อยู่ในหน่วยงานเดียวกัน เคยใช้บริการที่เดียวกันมาก่อน และอื่นๆ อีกมากมาย

โดยจะสังเกตได้ว่าที่กล่าวมาทั้งหมดเลยคือจะลงท้ายด้วยคำว่า “...เดียวกัน” ด้วยเหตุนี้เอง **การใช้ แฮชแท็กเดียวกัน (ชื่อเหมือนกัน) อาจทำให้เราได้เพื่อนใหม่ ผู้ติดตามใหม่ๆ ที่สนใจเรื่องเดียวกับเรา โดยไม่รู้ตัวก็เป็นได้** การใช้ แฮชแท็ก ควรจะมีความสั้น กระชับ อ่านแล้วได้ใจความ โดยสรุปการใช้สั้นๆ **3 ข้อ** ตามรายละเอียดข้างล่าง ดังต่อไปนี้

1. อย่าใช้ Hashtag สั้นเปลือง หรือ พร่ำเพรื่อ จนเกินไป

บางคนใช้กันทุกวลี ทุกคำพูดที่พิมพ์ เว้นวรรคก็คั่นด้วยแฮชแท็ก สักทีหนึ่ง ซึ่งเกินความจำเป็นจนเกินไป เพราะคนอื่นจะเห็นว่ามันเป็นสแปมได้ ขอให้ใช้อย่างประหยัดและคุ้มค่ายกตัวอย่างประโยค

“#เฮ้ๆ #วันนี้ #กรมทางหลวง #มีงาน #กีฬา #กรมทาง #ดีใจ #จัง #ฮู้ว์ “

“เฮ้ๆ วันนี้ #กรมทางหลวง มีงาน #กีฬากรมทาง ดีใจจังฮู้ว์“

จะสังเกตเห็นว่าใช้แฮชแท็กแค่ 2 ตัว อันดับแรกคือเพื่อบอกให้รู้ว่าหน่วยงานไหน ไม่ใช่พูดขึ้นมาลอยๆ อันดับที่สองเพื่อให้รู้ว่ามิกิจกรรมอะไร เท่านั้นพอ

“#เฮ้ๆ #วันนี้ #วิชา #Database #อาจารย์ #แคนเชิลคลาส #ไปไหนต่อดี #ออิ #ไม่มีที่ไป #ชิล“

“เฮ้ๆ วันนี้ วิชา Database อาจารย์ แคนเชิลคลาส ไปไหนต่อดี ออิ ไม่มีที่ไป ชิล #ABAC #BIS3635 #ABACBangna“

ใช้แฮชแท็กแค่ 2 ตัวอันดับแรก คือ เพื่อบอกให้รู้ว่าเป็นมหาลัยอะไร อันดับที่สองเพื่อให้รู้ว่าวิชาอะไร โดยใช้รหัสวิชา เพื่อให้เพื่อนร่วมห้อง ร่วมวิชาเดียวกับเรา แม้จะไม่ได้รู้จักกัน ก็อาจจะทราบว่าเป็นวันนี้ไม่มีเรียน อาจารย์ไม่มาสอน เพื่อจะได้ไม่ต้องเสียเวลาเดินทางออกมามหาวิทยาลัย เพราะไม่มีเรียน

ส่วนสาเหตุที่ทำไม่ได้ใส่เครื่องหมายแฮชแท็กที่คำว่า “#Database” ก็เพราะว่า คนที่ใช้คำนี้มีทั่วโลก มันไม่มีประโยชน์เลย คนที่เขาสนใจศึกษาเรื่อง ฐานข้อมูล (Database) จะต้องมารู้เรื่องราวของคุณว่าคลาสของคุณไม่มีเรียนวันนี้ เพราะอาจารย์ไม่มาสอน

2. สามารถตั้ง Hashtag ใหม่เองได้ตามต้องการ

ในบางเหตุการณ์ บางครั้งคุณสามารถสร้าง แฮชแท็ก ขึ้นมาเองได้เลย ไม่ต้องไปสมัคร ลงทะเบียน ไม่ต้องไปขออนุญาตใคร นี่จะเปิดแท็กอะไร ก็สามารถพิมพ์ได้ อย่างเช่น หากคุณต้องการที่จะรวบรวมหรือกรู๊ปเรื่องราวที่เป็นเรื่องเดียวกันเอาไว้ เพื่อง่ายต่อการค้นหา ก็สามารถทำได้ในหลายกรณีเช่น

2.1 การเล่าเรื่องราวยาวๆ

หากคุณต้องการที่จะเล่าเรื่องราวยาวๆ ให้ฟังบนเฟซบุค โทศครั้งเดียวอาจจะไม่พอ หรืออาจจะมีเหตุการณ์อื่นๆ ในเรื่องเดียวกันตามมา ด้วยเหตุนี้เอง จึงจำเป็นจะต้องใช้ Hashtag ในการช่วยรวมเรื่องเอาไว้ เวลาอ่านย้อนหลัง จะได้ค้นหาได้ง่ายๆ

อย่างเช่น หากคุณต้องการเล่า เหตุการณ์แชร์ประสบการณ์ร้องเรียนเกี่ยวกับผู้จำหน่ายสินค้ายี่ห้อหนึ่ง เนื่องจากซื้อสินค้ามาแล้วไม่ได้รับความเป็นธรรม อาทิ “ได้รับสินค้าที่ชำรุดเสียหาย แต่โดนผู้ขายปิดความรับผิดชอบ” และอยากจะเล่าเรื่องราวแบ่งเป็นตอนยาวๆ part 1 /2 /3 เราก็อาจจะคิด แฮชแท็กขึ้นมาใหม่สักตัวเช่น [#xxxcomplain](#)

โดยเวลาที่เรเล่าอะไรที่เกี่ยวกับเรื่องนี้ ก็อาจจะลงท้ายด้วย แฮชแท็ก ตัวนี้ไปตลอด ไม่ว่าจะร้องเรียนในใคร สินค้าไหนยี่ห้ออะไร ก็จะใช้ตัวนี้ไปเลย เวลาคนเข้าชมสนใจ เขาจะสามารถกดที่ตัว แฮชแท็ก ได้เลย และก็จะได้เห็นทุกเรื่องที่เราร้องเรียน หรืออาจจะเป็นเรื่องราว ที่เกิดขึ้นผ่านมาแล้วในอดีต ย้อนรำลึกเรื่องราวสมัยเด็ก [#whenxxxwasyoung](#)

หรือถ้าหากต้องการ เล่าเรื่องราว หรือ โฟสรูปลูกถ่าย ชีวิตการทำงาน ก็สามารถใส่ Hashtag อย่างเช่น [#XXXLife](#) [#XXXmemomy](#) [#dohchainat](#) เป็นต้น

2.2 การใช้ Hashtag สำหรับงานอีเว้นท์ และ กิจกรรมต่างๆ

หากคุณมีงานอีเว้นท์ เช่นงานแต่งงาน งานเกี่ยวกับองค์กร งานกีฬาหน่วยงาน ก็ควรที่จะใส่แฮชแท็กที่คุณอยากต้องการให้คนที่มาร่วมงาน อย่างเช่นคำว่า [#xxxwedding](#) [#chainatcleaningday](#) [#dohsportday](#)

และหากเราเป็นผู้จัดงาน (เจ้าของงาน) เราก็อาจจะใส่ แฮชแท็ก ที่ต้องการให้ผู้มาเข้าร่วมงานใช้ โดยอาจจะติดอยู่ในป้ายโปสเตอร์ ป้ายแบคดรอป (Backdrop) ก่อนเข้างาน หรืออาจจะใส่ไว้ในหนังสือเชิญการ์ดเชิญ เมื่อผู้ที่มาร่วมงานเห็น เขาจะได้ใช้แท็กตัวนี้ ร่วมกัน เพื่อใครที่ไม่ได้ร่วมงาน แล้วอยากกลับมาอ่านเหตุการณ์ ดูรูปย้อนหลัง ก็สามารถค้นหาได้จากตรงจุดนี้

3. ใช้ Hashtag ตามตามกระแส โอกาสคนเห็นข้อความ หรือ รูปภาพ มากขึ้น

หากบัญชี โซเชียลเน็ตเวิร์ค ของคุณมีจำนวนผู้ติดตาม (Follower) น้อยมาก ชนิดที่แบบ หลักลีบ หรือ หลักร้อย ดังนั้นการที่คุณจะโพสต์ข้อความหรืออัปโหลดรูปภาพที่สวยงามที่อุตสาหกรรมถ่ายมาเป็นอย่างดี คนที่จะสามารถเห็นได้ ก็คงจะมีแต่แค่ ผู้ติดตาม หลักลีบ หลักร้อย ที่คุณมีอยู่ในมือแค่นั้น

ดังนั้นเคล็ดลับอีกหนึ่งวิธี ที่เราจะสามารถเพิ่มโอกาส การเห็น (Impression) หรือ การเข้าถึง (Reach) ข้อความ หรือ รูปภาพ ของเรา จากคนอื่น ๆ ได้ก็คือ การใช้ “แฮชแท็กตามกระแส” นั่นเอง

หมายความว่า เราจะต้องค้นหาให้เจอว่า สิ่งที่เราพูดถึง สิ่งที่เราบ่น รูปภาพที่เราอัปโหลด เกี่ยวกับเรื่อง ไດอยู่ และแฮชแท็กที่เกี่ยวข้องกับข้อความหรือรูปภาพของคุณ คำไหน ที่เป็นที่นิยม

FACEBOOK Hashtag (การใช้แฮชแท็กใน เฟสบุ๊ก)

ในที่นี้ขอยกตัวอย่าง เฟสบุ๊ก ก็เพิ่งมาใช้เจ้าตัวแฮชแท็ก กันไม่นาน ประมาณช่วง เดือนมิถุนายน ค.ศ. 2013 (พ.ศ. 2556) ที่ผ่านมานี้เอง ซึ่งผู้ใช้บริการจะสามารถใส่แฮชแท็ก ตามด้วยคีย์เวิร์ด หรือคำค้นที่ต้องการใส่เข้าไปได้ ซึ่งหากข้อความนั้นถูกตั้งไว้ว่าเปิดให้ใครดูก็ได้ (Public) ก็จะถูกรวมตัวเองไว้ที่หน้านี้ ซึ่งใครที่ใช้คำนี้ ก็จะสามารถ เข้าไปกรู๊ป หรือ รวมอยู่ได้จากทั่วโลก เช่น <https://www.facebook.com/hashtag/xxxxx> โดย xxxxx แสดงถึงคำแฮชแท็ก ที่ใส่เข้าไป ยกตัวอย่างด้านล่าง



ตัวอย่างการใช้ Hashtag ที่ไม่ค่อยจะถูกตั้งเท่าไรนัก

การใช้แบบนี้คำที่มีประโยชน์คือ #Breakfast แต่คำว่า #จัดแต่เช้า #ไหว้มัยกระเพาะอาหาร ซึ่งหากเรานำ ไปค้นหาจริงๆ บนเฟสบุ๊ก ก็จะพบว่า มีผลลัพธ์การค้นหาจริงๆ แค่นี้ก็เดียนั่นคือคำว่า Breakfast นั่นเอง (<https://www.facebook.com/hashtag/Breakfast>)

ในส่วนของคำว่า #จัดแต่เช้า และ คำว่า #ไหว้มัยกระเพาะอาหาร จากที่ค้นดูจะไม่พบผลลัพธ์ใดๆ ที่เกี่ยวข้องตรงๆ เลย จะมีแต่ก็เป็น ข้อความที่เกี่ยวข้อง ในทางอ้อม เป็นต้น

<https://www.facebook.com/hashtag/จัดแต่เช้า>
<https://www.facebook.com/hashtag/ไหว้มัยกระเพาะอาหาร>



ข้อดี / ข้อเสีย ของการใช้ Hashtag

ข้อดีของการใช้ Hashtag

- คนอื่นที่เขามีความสนใจในเรื่องเดียวกัน จะได้มีโอกาสเข้าถึงเราได้มากขึ้น
- มีโอกาสที่จำนวน ผู้ติดตาม (Follower) เพิ่มมากขึ้น มากกว่าการที่ไม่ใช้แท็กอะไรเลย เพราะลำพังเพียงแค่การโพสต์ข้อความให้กับเฉพาะผู้ติดตาม อาจจะเห็นกันแคในวงจำกัดวงแคบ การใช้แฮชแท็กช่วย ถือเป็นเปิดโอกาสให้กว้างมากยิ่งขึ้น
- สามารถช่วย สร้างโอกาสในการประชาสัมพันธ์ ทำการตลาด หรือขายสินค้า ขึ้นนั้นได้ง่ายขึ้น เช่น การขายกระเป่าแบรนด์เนม อย่าลืมใส่แฮชแท็กยี่ห้อ หรือ รุ่นลงไปด้วย จะมีโอกาสขายได้ง่ายๆ การโพสต์ภาพประชาสัมพันธ์ของตนเอง เช่น รูปถนนสวย ก็ใส่แท็กตามกระแสลงไป จังหวัด สถานที่นั้นๆ เพื่อคนที่จะมาในทีเดียวกันมีโอกาสเห็นโพสต์ของเรา

ข้อเสียการใช้ Hashtag

- จะดูเยอะ และ รก จนเกินไป บางทีคำที่ไม่เกี่ยวข้อง ตาลาย แถมกดเข้าไปดู ก็ไม่มีข้อมูลอะไรน่าสนใจ
- สิ้นเปลืองจำนวนตัวอักษรโดยใช่เหตุ อย่างน้อย 1 ตัวอักษรต่อ 1 แฮชแท็ก ต้องใช้ให้คุ้มค่ามากที่สุด

สุดท้ายนี้อยากจะบอกว่า การใช้เจ้าเครื่องหมายสี่เหลี่ยมๆ แฮชแท็ก ตัวนี้ ไม่มีคำว่าถูกหรือผิด ไม่มีการโดนแบนใดๆ จากทางผู้ให้บริการโซเชียลฯ ทั้งหลาย เพียงแต่มั่นอยู่ที่ว่า เวลาเรานำไปใช้แล้ว มันเกิดประโยชน์กับเรามากน้อยเพียงใด

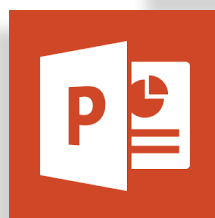
บางทีการใช้แฮชแท็กที่ถูกที่ถูกเวลา เข้ากับสถานการณ์ และข้อความหรือเนื้อหาเป็นที่น่าสนใจของคนหมู่มาก ก็สามารถนำพาให้เราดังเป็นพลุแตก ประสบความสำเร็จในการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลเข้าถึงทุกคน ถือว่าเป็นการเพิ่มภาพลักษณ์ขององค์กรได้ดียิ่งขึ้นแน่นอน

ข้อมูลอ้างอิงจาก : www.facebook.com/help/587836257914341
en.wikipedia.org/wiki/Hashtag



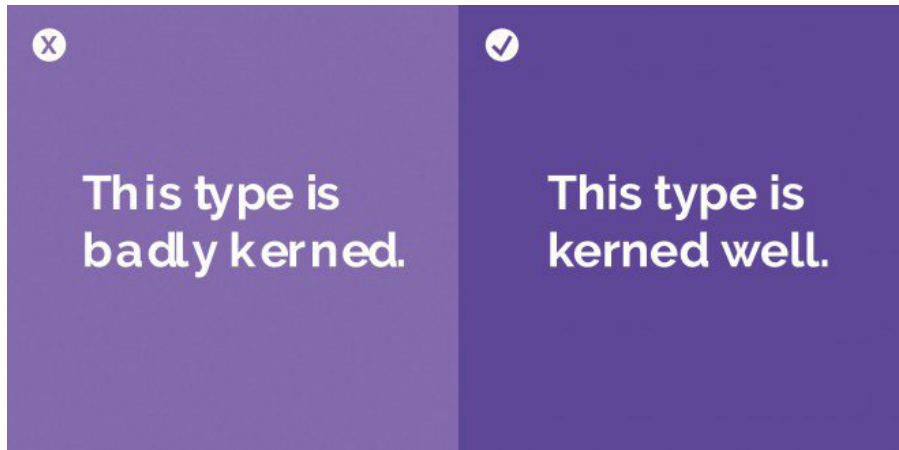
#เรารักกรมทางหลวง
#kmdoh60

โปรแกรมที่ใช้ในการผลิต และเทคโนโลยีการออกแบบ



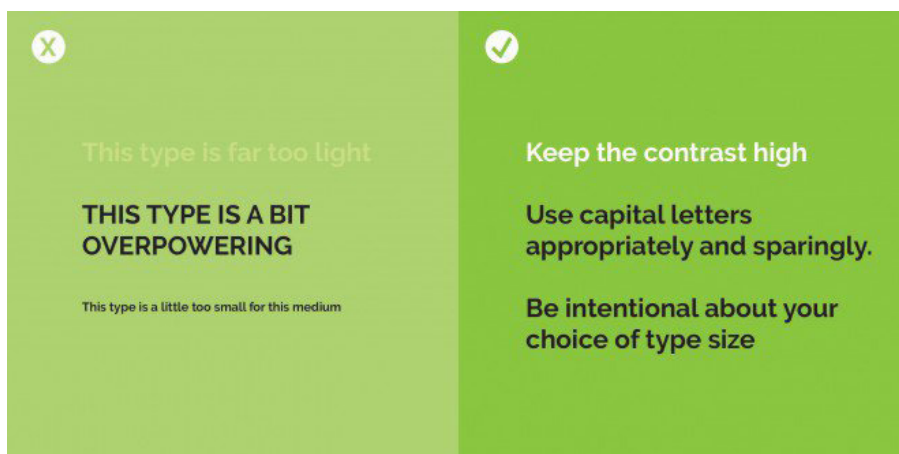
10 กฎการดีไซน์ ที่นักออกแบบไม่ควรฝ่าฝืน

1. อย่าปรับช่องไฟเพี้ยน



การจัดช่องไฟที่ไม่ดี จะทำให้งานของเราดูร้อปลงไปเยอะเลยทีเดียว ยิ่งงานไหนที่มีข้อมูล (Text) ค่อนข้างเยอะ การเว้นช่องไฟให้เหมาะสมถือเป็นเรื่องสำคัญมาก เพราะจะทำให้งานของเราดูสวยงามและอ่านได้ง่ายมากขึ้น ซึ่งการอ่านที่สบายตาและดูไม่รกไม่ขีดจนเกินไปคือเหตุผลของการเว้นช่องไฟให้เหมาะสมนั่นเอง

2. ความคมชัด ความชัดเจน สำคัญเสมอ



การจัดความคมชัดของงาน ขนาด หรือ การปรับความโปร่งใส (Transparency) การมองเห็นของมนุษย์นั้น อาจจะไม่เท่ากัน เพราะฉะนั้นการออกแบบจะต้องคำนึงถึงการมองเห็นของทุกคนบนโลก ตัวหนังสือกราฟิกไม่ควรเล็กไปหรือใหญ่ การโปร่งใสควรจะปรับขนาดไหนถึงจะพอมองเห็นไม่ควรให้คนที่มาอ่านต้องเพ่งตา เพราะอาจจะทำให้คนที่มาดูนั้นเลิกดูงานของเราเลยก็ได้

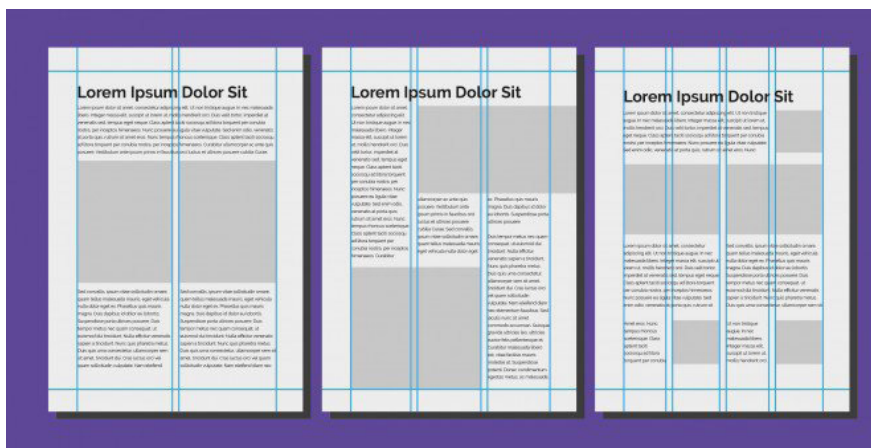
10 กฎการดีไซน์ ที่นักออกแบบไม่ควรฝ่าฝืน

3. ต้องจัด layout ให้เหมาะสมมีลำดับชั้น



การลำดับ Text ให้อ่านง่ายและมีลำดับชั้นจะทำให้งานของเรามีประสิทธิภาพมากขึ้น การจัดลำดับชั้นให้เหมาะสมจะสามารถสร้างจุดสนใจของงานได้ดีกว่า เราสามารถจัดลำดับชั้นความน่าสนใจของงานด้วยการใช้สี หรือขนาด ก็ได้ ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของงานนั้นๆ สิ่งไหนที่สำคัญเราควรเน้นให้เด่นหรือใหญ่ สิ่งไหนสำคัญรองลงมาลองปรับให้เล็กลงตามลำดับชั้น

4. ใช้ Grid เสมอ



การใช้ Grid ถือเป็นขั้นตอนแรกๆ ของการทำงานออกแบบเลยก็ว่าได้ ก่อนที่จะเริ่มทำงานขึ้นได้ชิ้นหนึ่ง เราควรจะทำ Grid ให้เรียบร้อยเสียก่อน เพื่อให้การวางข้อมูลการจัดหน้ากระดาษมีระเบียบมากขึ้น การใช้ Grid จะทำให้งานธรรมดาๆ ของคุณดูมีประสิทธิภาพ สะอาดและดูเป็นระเบียบ

10 กฎการดีไซน์ ที่นักออกแบบไม่ควรฝ่าฝืน

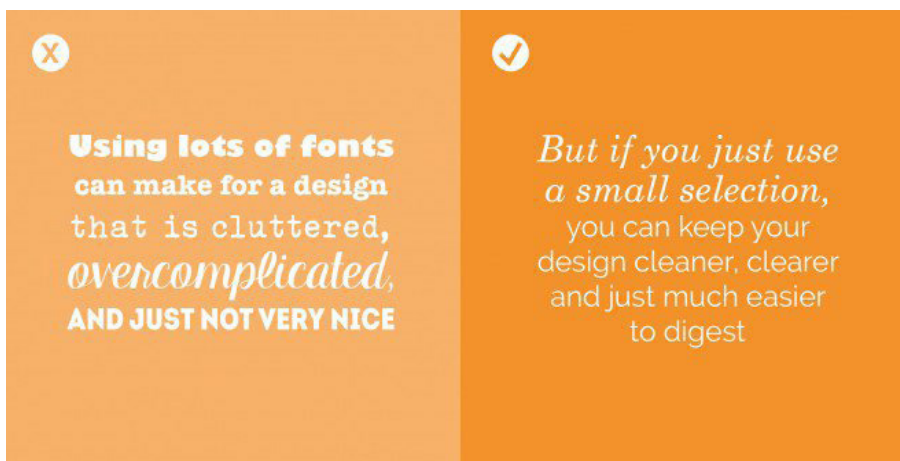
5. อย่าฝ่าฝืนโจทย์หรือบริบท



การออกแบบจะเริ่มต้นด้วยการรับบริบทจากลูกค้าหรือผู้ว่าจ้าง หรือแม้กระทั่งงานที่ทำเป็นงานส่วนตัว ล้วนมีจุดประสงค์ว่าต้องการสื่อสารไปยังผู้อื่น เราออกแบบไว้เพื่อสื่อสารให้คนทั่วไปได้รับรู้และเข้าใจ การที่เราได้บริบทนั้น เราควรจะทำตามอย่างเคร่งครัด ไม่ควรคิดเองทำเองเพราะอาจจะหลุดเป้าหมายที่วางเอาไว้ได้

ตัวอย่าง โปสเตอร์สำหรับเด็ก ถ้าเราทำตามโจทย์ที่ได้มาอาจจะเป็นอย่างฝั่งขวา แต่ถ้าเราฝ่าฝืนไม่อ่านบริบทให้รอบคอบ ก็อาจจะออกมาเป็นแบบฝั่งซ้ายซึ่งไม่ตรงโจทย์และสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายผิดพลาดไปได้

6. อย่าใช้ Font หลายตัว



การเลือกใช้ฟอนต์ในงานออกแบบเราควรระมัดระวังอย่างยิ่ง เพราะ ฟอนต์นั้นคือสิ่งสำคัญที่สุด เพราะเป็นตัวบอกข้อมูลและดึงความสนใจของคนได้ การออกแบบงานอะไรสักหนึ่งชิ้นควรเลือกใช้ฟอนต์แค่ 2 - 3 ตระกูลเท่านั้น ไม่ควรใช้ฟอนต์ที่หลากหลายเกินไป และควรเลือกฟอนต์ที่มีรูปลักษณ์ใกล้เคียงกัน ส่งเสริมซึ่งกันและกัน ที่สำคัญที่อ่านง่ายไม่ลายตา

10 กฎการดีไซน์ ที่นักออกแบบไม่ควรฝ่าฝืน

7. เลือกใช้ Font ในส่วนของข้อมูลให้อ่านง่าย



ในส่วนของ Text Body หรือข้อมูล เราควรเลือกฟอนต์ที่สามารถอ่านได้ง่าย เพราะทักษะการอ่านและการมองเห็นของแต่ละคนไม่เท่ากัน เราควรเลือกฟอนต์ที่ได้มาตรฐานมากที่สุดมาใช้งาน

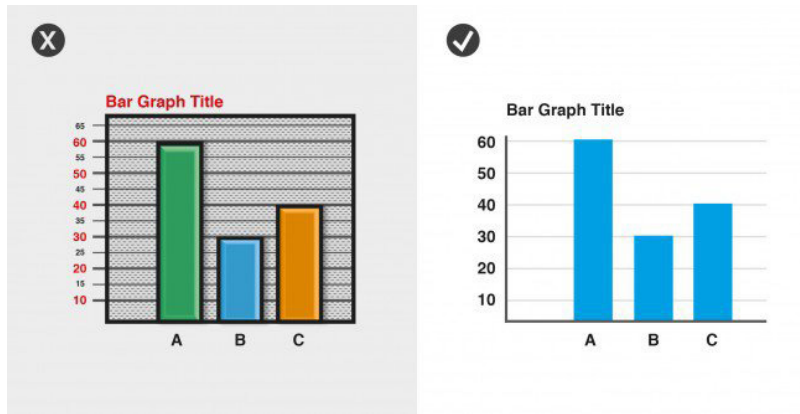
8. สร้างเทรนด์หรือสไตล์ของตัวเอง



ในบางครั้งการออกแบบงานต่างๆ ก็จะมีแนวโน้มของเทรนด์เข้ามาเกี่ยวข้องตลอด แต่เทรนด์มาแล้วก็ไป หรือมาแล้วก็คงอยู่ บางทีเราก็ไม่สามารถคาดการณ์ได้ สิ่งสำคัญที่สุดคือ เราต้องสร้างสไตล์ของเราขึ้นมาให้เป็นเอกลักษณ์ อย่าไปยึดติดกับเทรนด์มาก หรือใช้เทรนด์ในบางช่วงมาผสมกับงานสไตล์ของเราก็สามารถทำให้งานของเรานั้นมีเอกลักษณ์และสามารถตามเทรนด์ได้อีกด้วย

10 กฎการดีไซน์ ที่นักออกแบบไม่ควรฝ่าฝืน

9. อย่าใส่ Effect มากเกินไป



งานออกแบบของแต่ละคนอาจมีการใช้ Effect หรือเทคนิคที่ไม่เหมือนกัน นั่นคือเรื่องที่ดี แต่เรื่องที่ดีและควรระวังมากกว่านั้น คือการสื่อสารที่เข้าใจได้ง่ายและสวยงาม จนบางครั้งเราอาจจะต้องตัด Effect หรือ เทคนิคต่างๆ ออกไปบ้างเพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพและเข้าใจได้ง่ายมากที่สุด ออกแบบงานให้เป็นกลาง เพื่อกลุ่มเป้าหมายเราทุกคนเข้าใจมากที่สุดนั้นก็เพียงพอแล้ว

10. อย่ายืดวัตถุจนเสียสเกล



นี่คือกฎพื้นฐานเลยก็ว่าได้ เรื่องของการยืดขยายวัตถุต่างๆ ในงานออกแบบ ถ้าเรายืดขยายแบบไม่อิงสเกลเดิมจะทำให้งานออกแบบเสียรูปทรงและความสมดุลไปเลยก็ได้ ใส่ใจกับเรื่องรูปร่างและความสมดุล อย่าบิด อย่ายืดจนงานพัง เพราะฉะนั้นระวังให้ดีนักออกแบบหลายคนตกม้าตายเรื่องนี้มาเยอะแล้ว

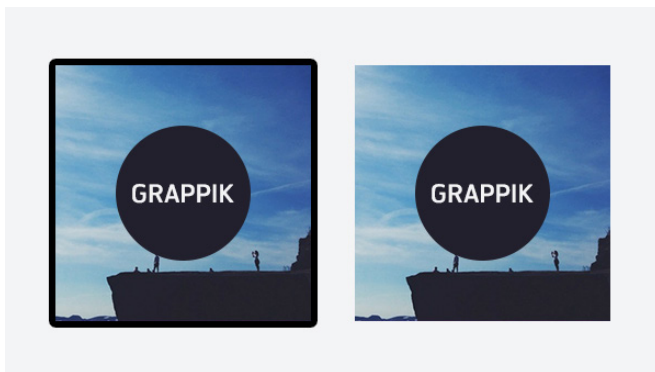
White Space

พื้นที่ว่าง สำคัญที่สุด



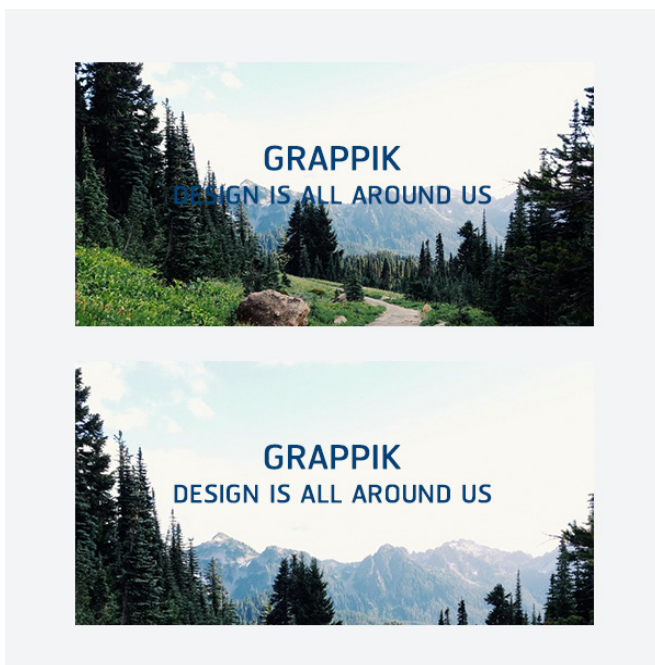
1. ใช้พื้นที่ว่าง

อย่ากลัวที่จะลองใช้พื้นที่ white space ในงานออกแบบของคุณ ลองดูตัวอย่างที่เรานำมาให้ดู จะเห็นพื้นที่ว่างเปล่าทั้งด้านบนและด้านล่างของตัวหนังสือ Grappik นี่เป็นวิธีแรกที่ใช้งาน white space ได้อย่างง่ายดายที่สุด



2. ลบเส้นขอบทิ้ง

อีกหนึ่งวิธีที่จะสร้าง white space ขึ้นมาคือการลบองค์ประกอบที่ไม่จำเป็นของงานออกแบบทิ้งซะ อย่างเส้นขอบจะเป็นเหมือนตัวปิดกั้นไม่ให้เกิด white space หรือถ้าต้องการใช้ก็เลือกเส้นขอบที่บางและสีที่อ่อน



3. เลือกภาพพื้นหลังที่มีพื้นที่

ลองขยายภาพพื้นหลังของคุณสักนิดถ้าเกิดมันมี white space ที่น้อยเกินไป เพราะมันจะทำให้ทุกอย่างดูแน่นไปหมด แกรมตัวอักษรที่วางไว้ก็อาจจะอ่านยากขึ้นอีกด้วย

White Space

พื้นที่ว่าง สำคัญที่สุด



4. ใช้สีเป็นพื้นหลัง

ใช้สีเป็นพื้นหลังเป็นวิธีที่แสนง่ายในการสร้าง white space ให้กับงานของเรา มันลงตัวมากหากคุณ จะใช้งานกับองค์ประกอบอะไรสักอย่าง เช่น ข้อความ หรือ icon



5. ใช้ระยะห่างของตัวอักษร

ระยะห่างตัวอักษรเป็นวิธีที่ดีในการจัดข้อความ ในรูปทรงต่างๆ ซึ่งมันก็ช่วยในการสร้างพื้นที่ white space ได้เหมือนกัน



6. ใช้รูปทรงพื้นที่ว่าง

ถ้าการวางตัวอักษรในบางพื้นที่ทำให้อ่านได้ ยากหรือสังเกตเห็นได้ยากก็ลองสร้างรูปทรงดูนอกจาก จะสร้าง white space ได้แล้วยังทำให้ตัวอักษรของเรา อ่านได้ง่ายขึ้นและก็ควรจัดภาพพื้นหลังให้อยู่ในตำแหน่ง ที่มี white space สักนิด



7. ลองใช้องค์ประกอบน้อยๆ

white space สร้างได้โดยการลบองค์ประกอบ ต่างๆ ให้ลดน้อยลง ลบความยุ่งเหยิงในงานของเราทิ้ง ไปให้หมด นั่นคือวิธีที่ง่ายที่สุดในการสร้าง white space

ว่ากันด้วยเรื่อง **ระบบสี**

RGB VS **CMYK**

RGB © CMYK

รูปแบบการใช้งาน

RGB VS **CMYK**

RED
GREEN
BLUE

CYAN
MAGENTA
YELLOW
BLACK




RGB vs CMYK

IDXW.NET
Design Creative Advertising those is a matter.

RGB © CMYK

การผสมสี

RGB VS **CMYK**




เป็นการผสมสีแบบบวก
(Additive Color)
ที่เกิดจากแสงที่มีความยาวคลื่นต่างกันมารวมกันได้แก่ แสง เขียว น้ำเงิน ผสมกันจนเกิดเป็นสีที่แสดงผลในจอมอนิเตอร์ LCD / CRT / LED / etc.

เป็นการผสมสีแบบลบ
(Subtractive Color)
ที่เกิดจากการดูดกลืนแสงสะท้อนจากวัตถุ คือ เมื่อสีขาวตกกระทบบวัตถุสีต่างๆ คลื่นแสงบางส่วนจะถูกกลืนไว้ แล้วสะท้อนออกมาเพียงบางสี

RGB vs CMYK

IDXW.NET
Design Creative Advertising those is a matter.

ว่ากันด้วยเรื่อง **ระบบสี**
RGB VS **CMYK**

RGB vs CMYK

วิธีไล่ระดับสี / จำนวนสี

RGB	VS	CMYK
ใช้ความสว่างของหน้าจอมอนิเตอร์ ในการแสดงระดับความเข้ม-อ่อนของสี Liquid Crystal Diode (LCD) Cathode Ray Tube (CTR)		ใช้จุดของเม็ดสีในเครื่องพิมพ์ ในการไล่ระดับสีความเข้ม-อ่อน ใช้หน่วยวัดเป็นเปอร์เซ็นต์
ไล่ระดับความสว่างจาก 0-255		เปอร์เซ็นต์ยิ่งน้อยสีนั้นยิ่งอ่อน
0 = ดำ 255 = ขาว		100% = ดำ 0% = ขาว
		
จำนวนสี 16,777,216 สี		จำนวนสี 1,000,000 สี

RGB vs CMYK IDWX.NET
 Design Creative Advertising those is a matter.

RGB vs CMYK

เทียบความต่าง

RGB VS **CMYK**



RGB vs CMYK IDWX.NET
 Design Creative Advertising those is a matter.

ว่ากันด้วยเรื่อง **ระบบสี**
RGB VS **CMYK**

RGB vs CMYK

จุดแข็ง

RGB VS **CMYK**

- ดูสวยงามบนหน้าจอดิจิทัล
- สามารถตั้งค่าสีให้ตรงกับ Printer ที่บ้านและที่ทำงาน ได้ไม่ยุ่งยาก
- จัดการและใช้งานได้ง่ายบน หน้าจอกับโปรแกรมต่างๆเช่น Photoshop ฯลฯ
- แปลงเป็นสีสกรู CMYK ได้
- เซฟไฟล์เพื่อนำไปใช้งานบน เว็บไซต์ต่างๆได้ง่าย

- สะดวกต่อการตั้งค่าใช้งาน กับระบบการพิมพ์ออฟเซต ที่เป็นมาตรฐานปัจจุบัน
- มีความคมชัดเวลาพิมพ์ลง กระดาษด้วยสีพื้นที่ติดกัน เช่น น้ำเงิน-ขาว
- ให้โทนสีที่ดูอบอุ่นน่าสนใจ เมื่อพิมพ์ลงบนกระดาษสีครีม

RGB vs CMYK | IDXW.NET | Design Creative Advertising those is a matter.

RGB vs CMYK

จุดอ่อน

RGB VS **CMYK**

- แปลงไฟล์จาก RGB ---> CMYK มักทำให้สีเพี้ยน ไม่ค่อยแม่นยำ



- สีทึบและตุ่น เมื่อพิมพ์ลงบน กระดาษบางชนิดและการแสดงสีบนจอมอนิเตอร์
- ค่าหมึกแพง

RGB vs CMYK | IDXW.NET | Design Creative Advertising those is a matter.

ว่ากันด้วยเรื่อง ระบบสี
RGB VS **CMYK**

RGB vs CMYK

เหมาะใช้กับอะไร

RGB	VS	CMYK
<p>Digital</p> <ul style="list-style-type: none"> COMPUTER MONITORS EMAIL INTERNET / WEBSITE CD / DVD FILES TELEVISION SMARTPHONE รวมถึงสื่อดิจิทัลรูปแบบต่างๆ 		<p>Print</p> <ul style="list-style-type: none"> POSTER BILLBOARDS MAGAZINE GLOSSIES BUSINESS CARDS BROCHURES AND LEFLETS รวมถึงสื่อสิ่งพิมพ์ชนิดต่างๆ 

RGB vs CMYK | IDXW.NET | Design Creative Advertising those is a matter.

RGB vs CMYK

พื้นฐาน

RGB	VS	CMYK
<p>ทำงาน DIGITAL ต้องใช้ RGB</p>		<p>ถ้าจะไป PRINT ต้องอันนี้ CMYK</p>

RGB vs CMYK | IDXW.NET | Design Creative Advertising those is a matter.



เรื่องที่เกี่ยวข้องจะเป็นพื้นฐานสุดๆ ของการทำงานดิจิทัล
 นั่นคือเรื่องของการเซฟไฟล์เป็นนามสกุลต่างๆ
 เช่น .JPG .GIF .PNG
 ซึ่งไฟล์สามประเภทนี้มีความเหมือนและความต่างกันยังไง
 และเมื่อไหร่ที่ควรใช้อะไรให้ได้ประสิทธิภาพของคุณลักษณะไฟล์นั้นมากที่สุด
 (ขอบคุณบทความดี ๆ จาก IDXW.NET)





เปรียบเทียบความแตกต่าง
เมื่อไรที่ควรใช้ไฟล์ภาพประเภท

.JPG

ใช้งานได้ดีที่สุดกับ

- ภาพนิ่ง
- ภาพถ่าย
- ภาพที่มีสีเยอะ
- ภาพที่มีการไล่สีน้ำหนัก

WHEN TO USE JPG / GIF / PNG

IDXW.NET
Design Creative Advertising those is a matter.

เปรียบเทียบความแตกต่าง
เมื่อไรที่ควรใช้ไฟล์ภาพประเภท

.GIF

ไฟล์นามสกุล .GIF ผู้คิดค้นต้องการให้ออกเสียงว่า "จีฟ"
แต่คนส่วนใหญ่ออกเสียงว่า "ก๊ฟ"

Graphics Interchange Format

ถูกสร้างในปี **1987** โดย CompuServe เพื่อให้ส่งภาพได้เร็วในการเชื่อมต่อที่ช้า

ขนาดไฟล์ที่ได้จะเล็กมาก

- สามารถแสดงผลภาพคุณภาพต่ำก่อนในขณะโหลดภาพคุณภาพสูงได้
- ทำภาพลักษณะโปร่งใสได้แบบ Single-Bit Transparency ทำให้พิกเซลของส่วนที่โปร่งใสไม่เนียนเพราะแสดงได้สีเดียว
- แสดงสีได้สูงสุด **256 สีเท่านั้น**
คำนวณจากสองสีที่ใกล้เคียงกันรวมกันเป็นสีเดียวใน 1 พิกเซล
- จุดเด่นสุดของ GIF คือทำ **Animated** ได้

WHEN TO USE JPG / GIF / PNG

IDXW.NET
Design Creative Advertising those is a matter.



เทียบความแตกต่าง
เมื่อไหร่ที่ควรใช้ไฟล์ภาพประเภท

.GIF

ใช้งานได้ดีที่สุดกับ

- กราฟฟิกสีน้อย
- ไอคอน
- อนิเมชันบนเว็บไซต์
- ลายเส้นสีเดียว

WHEN TO USE JPG / GIF / PNG

IDXW.NET
Design Creative Advertising those is a matter.

เทียบความแตกต่าง
เมื่อไหร่ที่ควรใช้ไฟล์ภาพประเภท

.PNG

ไฟล์นามสกุล .PNG บางครั้งชาวโลก ออกเสียงว่า "พิง"

Portable Network Graphics

ถูกสร้างในยุค **1990s** จากความพยายามในการนำเอาคุณสมบัติที่ดีของ Gif และ Jpeg มารวมเข้าด้วยกัน

<p>PNG-8</p> <p>มีความคล้ายคลึงกับ GIF</p> <p>แสดงผลได้เพียง 256 สี 1-bit Transparency</p> <p>ไฟล์แบบเดียวกัน จะมีขนาดเล็กกว่า GIF</p>	<p>PNG-24</p> <p>มีความคล้ายคลึงกับ JPEG</p> <p>24-bit Color ทำให้ แสดงผลได้ 16 ล้านสี</p> <p>Lossless Compression (การบีบอัดข้อมูลแบบไม่สูญเสีย) ทำให้ขนาดไฟล์ที่ใหญ่กว่า JPEG</p>
---	--

Alpha-Channels สมบูรณ์แบบ
PNG สามารถนำน้ำหนักกับแสงไปยังโปร่งแสงทำให้เกิดความจางหายไปได้ และวางบนพื้นหลังสีไหนที่เนียนตาแต่อาจแสดงผลไม่ได้ใน Web Browser รุ่นเก่าๆ

WHEN TO USE JPG / GIF / PNG

IDXW.NET
Design Creative Advertising those is a matter.



เทียบความแตกต่าง เมื่อไหร่ที่ควรใช้ไฟล์ภาพประเภท **.PNG**

ใช้งานได้ดีที่สุดกับ

ภาพที่ใช้งานบนเว็บไซต์ที่ต้องการความโปร่งใสเพื่อวางบนภาพอื่น เช่น LOGO

ภาพที่จำเป็นต้องใช้ในการตกแต่งหรือต้องจัดการในโปรแกรมอื่นๆ เช่น Photoshop Powerpoint ฯลฯ

ภาพที่มีความซับซ้อนมากๆ เช่น ภาพถ่ายคุณภาพสูงๆ ถ้าเรื่องขนาดไฟล์ไม่ใช่ปัญหา

WHEN TO USE JPG / GIF / PNG

IDXW.NET Design Creative Advertising those is a matter.

สรุปควรใช้ไฟล์แบบไหนกับอะไร?

- .JPG**
 - ภาพนิ่ง
 - ภาพถ่าย
 - ภาพหลากหลายสี
 - ภาพไลน์น้ำหนักสีที่มีความคอนทราสต์ของส่วนมืดและสว่างมากๆ
- .GIF**
 - ไฟล์ภาพเคลื่อนไหว (สีน้อยๆ)
 - ภาพกราฟฟิคและไอคอน 2-3 สี
- .PNG**
 - ภาพบนเว็บไซต์ (PNG-8)
 - ไฟล์ที่มีความโปร่งแสงและใส่น้ำหนัก
 - ภาพที่ต้องใช้งานตกแต่ง (PNG-24)
 - เช่นโปรแกรม Photoshop , Powerpoint ฯลฯ
 - นำไปจัดองค์ประกอบหรือวางบนภาพต่างๆ
 - ภาพถ่ายคุณภาพสูง
 - ถ้าหากขนาดไฟล์ไม่ใช่ปัญหาเมื่อนำไปใช้บนเว็บไซต์

WHEN TO USE JPG / GIF / PNG

IDXW.NET Design Creative Advertising those is a matter.

โปรแกรมที่ใช้ในการผลิต และหลักการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

ปัจจุบันนี้มีโปรแกรมสำเร็จรูปที่นำมาใช้ในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์มากมายที่ได้รับความนิยมนำมาใช้ในการออกแบบหรือจัดหน้าสื่อสิ่งพิมพ์ ทำการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ให้ความน่าสนใจมากขึ้น มีทั้งโปรแกรมฟรีที่สามารถหาโหลดได้ทั่วไป หรือโปรแกรมที่ต้องซื้อหรือเช่าเป็นรายปี การเลือกใช้ตัวโปรแกรมให้ตรงตามวัตถุประสงค์ เป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้เกิดผลงานที่มีคุณภาพ และช่วยย่นระยะเวลาในการทำงาน เนื่องจากโปรแกรมแต่ละตัวมีเครื่องมือเฉพาะตัวให้เลือกใช้ไม่เหมือนกัน

ในหัวข้อนี้จึงเป็นการแนะนำการเลือกโปรแกรมต่าง ๆ ที่เหมาะสมในการใช้งาน โดยจะเน้นในส่วนของตระกูล Microsoft Office และ Adobe เท่านั้น เพราะเป็นโปรแกรมที่มีความสามารถครบถ้วน และมีอยู่ประจำในคอมพิวเตอร์ทุกเครื่อง เรียกได้ง่ายๆ ว่าเป็นโปรแกรมสามัญประจำบ้านก็ว่าได้

โปรแกรมตระกูล Microsoft Office



เป็นชุดโปรแกรมสำนักงาน พัฒนาโดยไมโครซอฟท์ซึ่งสามารถใช้งานได้ในระบบปฏิบัติการไมโครซอฟท์ วินโดวส์ และแอปเปิล แมคอินทอช ไมโครซอฟท์ออฟฟิศยังมีการส่งเสริมให้ใช้บริการผ่านระบบเครื่องแม่ข่าย (Server) และ บริการผ่านหน้าเว็บ (Web Based) ปัจจุบันได้เปิดตัว Microsoft Office 2016 อย่างเป็นทางการ ซึ่งแนวทางของไมโครซอฟท์ในช่วงหลังคือพัฒนากระบวนการทำงานให้ก้าวหน้าขึ้น เราจึงเริ่มเห็นแอปตัวใหม่ๆ อย่าง Delve หรือ Sway ถูกเพิ่มเข้ามาในชุด Office นอกเหนือไปจากแอปหลักที่คนทั่วไปคุ้นเคยอย่าง Word, Excel, PowerPoint, Outlook โปรแกรมในชุด Microsoft Office ประกอบไปด้วย



ไมโครซอฟต์เวิร์ด (Microsoft Word)

เป็นโปรแกรมที่ช่วยในการจัดการสิ่งพิมพ์หน่วยงานต่าง ๆ นิยมในการประมวลผลคำ มีความสามารถในการจัดรูปแบบตัวอักษร ย่อหน้า ใส่รูปภาพ จดหมายเวียน

- เหมาะสำหรับใช้ การพิมพ์งานเอกสาร รายงานการประชุม หนังสือราชการต่างๆ



ไมโครซอฟท์ พาวเวอร์พอยต์ (Microsoft PowerPoint)

เป็นโปรแกรมนำเสนอผลงาน สามารถนำเสนอผลงานในแบบต่างๆ รวมถึงมีแม่แบบที่ช่วยให้ใช้งานอย่างง่ายดาย และมีเอฟเฟ็คแบบต่างๆ ช่วยตกแต่งให้งานนำเสนอมีความสวยงาม

- เหมาะสำหรับใช้นำเสนอผลงาน Presentation



ไมโครซอฟท์ เอ็กเซล (Microsoft Excel)

เป็นโปรแกรมที่ใช้ในการจัดทำตารางงาน มีความสามารถในการคำนวณสูตรต่างๆ พร้อมทั้งฟังก์ชันที่ช่วยในการคำนวณทางคณิตศาสตร์

- เหมาะสำหรับใช้ในงานที่เกี่ยวข้องกับตัวเลข การคำนวณ งานบัญชี



ไมโครซอฟท์ แอคเซส (Microsoft Access)

เป็นโปรแกรมในการจัดการระบบฐานข้อมูล (Database Management System) ที่สามารถจัดเก็บข้อมูลจำนวนมากๆ เข้ามาและยังสามารถพัฒนาแบบฟอร์ม (Form) และสร้างรายงาน (Report) ได้อีกด้วย โดยสามารถใช้พัฒนาระบบงานง่ายๆ จนถึงซับซ้อน ได้ และยังสามารถใช้งานพร้อมกันหลายๆ คน ได้

- เหมาะสำหรับใช้การออกแบบฟอร์มเก็บข้อมูล ออกแบบฟอร์มแบบสอบถาม



ไมโครซอฟท์ พับลิชเชอร์ (Microsoft Publisher)

เป็นโปรแกรมคล้ายไมโครซอฟท์ เวิร์ด แต่จะเน้นไปทางด้านกราฟิกศิลป์บนสิ่งพิมพ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวันมากกว่า เช่น นามบัตร

- เหมาะสำหรับใช้ทำนามบัตร การ์ด แผ่นพับ ใบปลิว



ไมโครซอฟท์ วันโน้ต (Microsoft OneNote)

เป็นโปรแกรมสมุดบันทึกแบบดิจิทัล คล้าย Notepad สามารถเชื่อมต่อข้อมูลไปยัง Smartphone ได้

- เหมาะสำหรับใช้จดบันทึกข้อมูลประจำวัน โน้ตต่างๆ

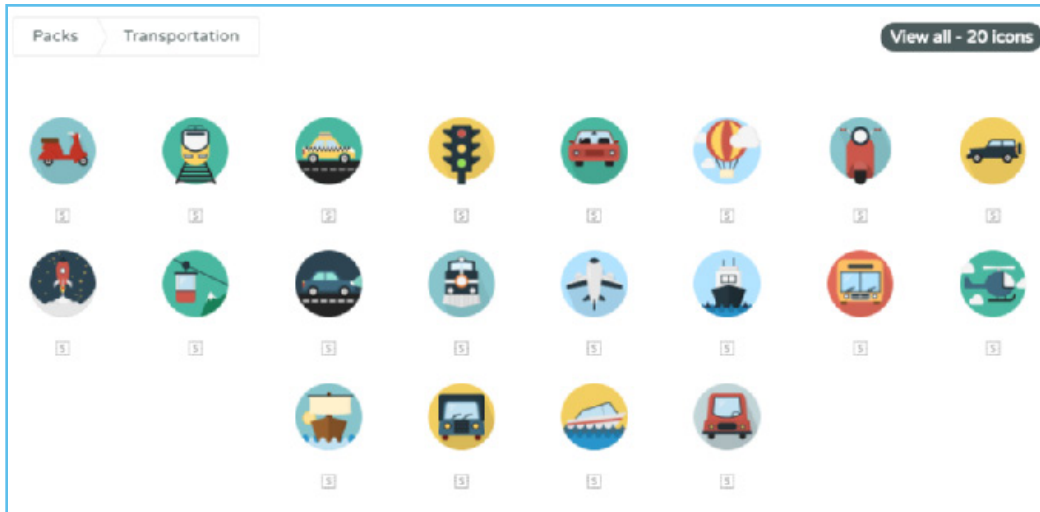


Office



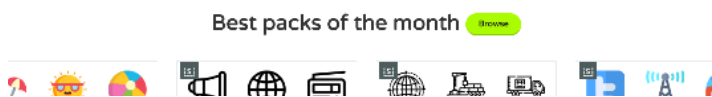
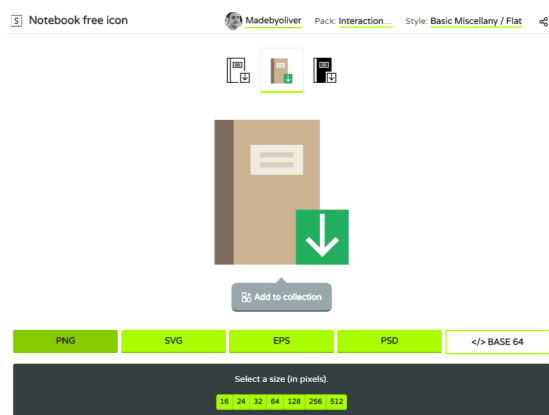
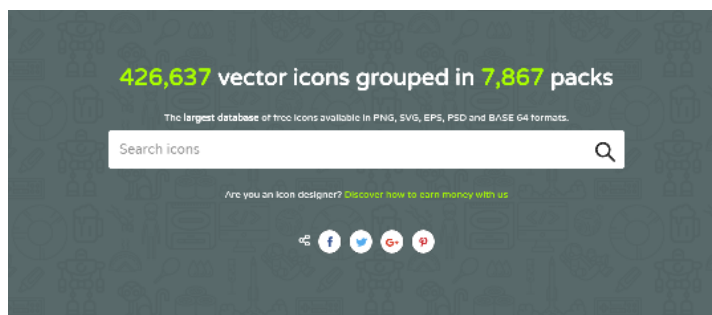
5 | เทคนิค PowerPoint เรียบหรู...ดูมีระดับ

1. “Flat Design” เรียบง่าย สดใส และชัดเจน



“Flat Design” คือ การออกแบบทุกอย่างให้ดูแบนราบ ลดการใช้เงาและลูกศรประกอบทุกอย่างที่มีมิติ ไม่ว่าจะเป็นการให้แสงและเงา การใส่พื้นผิวให้กับวัตถุ การไล่สี รวมไปถึงสิ่งอื่น ๆ ที่จะทำให้อัตลักษณ์นั้นลอยออกมา เพราะต้องการเน้นไปที่ "Content" มากกว่าสิ่งอื่นใด ดังนั้นหน้าตาของ Flat Design จึงเป็นอะไรที่เรียบง่าย แต่มีจุดเด่นที่สีสดใสและดูดีมากยิ่งขึ้น จากเดิมอาจใช้แค่ 2-3 สี แต่ Flat Design จะใช้ 6-8 สี เลยทีเดียว เพราะเมื่อทุกอย่างในงานดีไซน์เทชั่นของเราต้องดูเรียบ จึงต้องใช้สีเข้ามาช่วยเพื่อให้ผู้ชมจดจำได้มากขึ้น

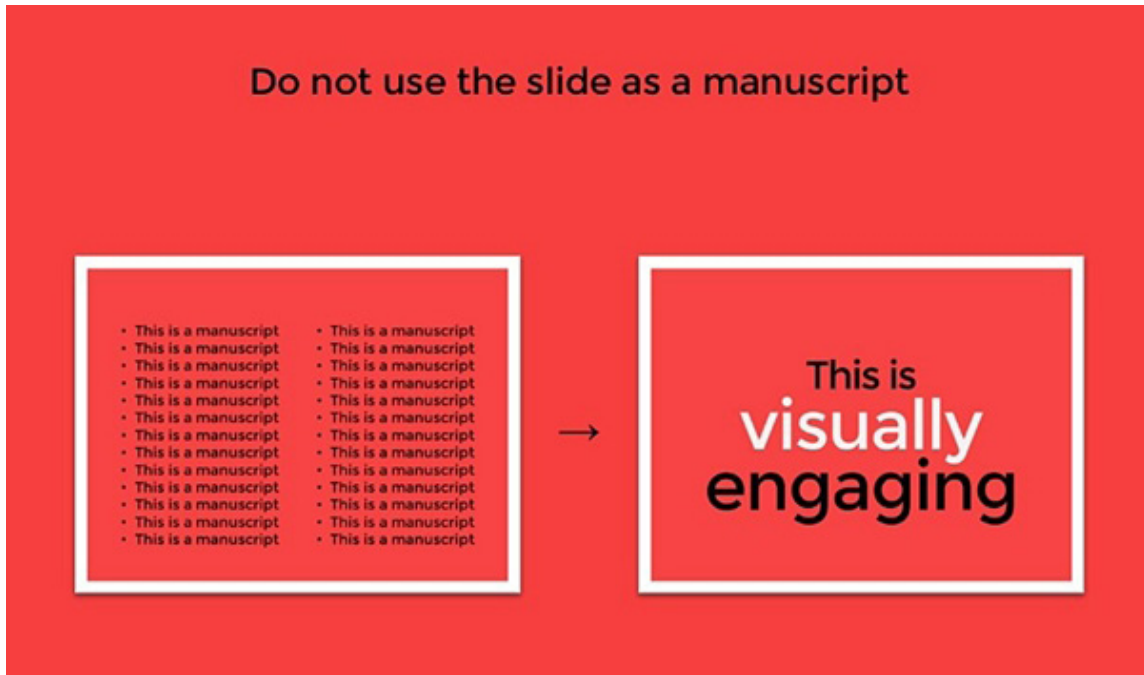
ปัจจุบันมี Flat Icon ให้เลือกใช้มากมาย สามารถดาวน์โหลดได้ ซึ่งเว็บไซต์ที่แนะนำสำหรับการดาวน์โหลด Icon แบบ Flat นั้น คือ www.flaticon.com , www.freepik.com/free-vectors/icons , icons8.com/color-icons/ ทั้งสามเว็บนี้มี Flaticon ให้เลือกเยอะมาก ที่สำคัญคือ ดีและฟรี



ตัวอย่างหน้าเว็บของ www.flaticon.com พิมพ์คำศัพท์ Icon ที่เราต้องการลงในช่องค้นหาแล้วเลือกได้เลย เว็บนี้มีให้เลือกหลายนามสกุล ไม่ว่าจะเป็น .png .eps .psd เลือกใช้ได้ตามสะดวก

Don't Overdesign : หลักการเรียบง่าย สดใสชัดเจน

- 1). ภาพนิ่งของเราควรจะเรียบง่าย และชัดเจน
- 2). กำจัดข้อมูลที่ไม่น่าจำเป็นออกไป เพื่อความไม่ยุ่งเหยิง อย่าใช้บูลเล็ต และข้อความตัวอักษรที่เยอะเต็มหน้าสไลด์



- 3). หลีกเลี่ยงการใช้เอฟเฟคมากเกินไป เพราะจุดมุ่งหมายของเราอยู่ที่การสื่อสาร ไม่ได้เพื่อที่จะได้รางวัลออสการ์ เรื่องเทคนิคพิเศษแต่อย่างใด
- 4). ใช้ภาพเคลื่อนไหวเท่าที่จำเป็น ยกตัวอย่างเช่น ข้อความบินได้ หรือข้อความกระพิบสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชมได้จริง แต่ควรใช้กับเฉพาะข้อความที่เป็นหัวข้อ (Topic) เท่านั้น
- 5). เสียงเอฟเฟคที่มาพร้อมกับภาพเคลื่อนไหว หลีกเลี่ยงได้จะดีที่สุด



ยิ่งคุณใส่เอฟเฟค เสียง หรือวีดีโอมากเกินไป จะทำให้ PowerPoint ของคุณ มีไฟล์ที่ใหญ่มาก และควรนำไฟล์ต้นฉบับของวีดีโอตัดไปด้วย ไม่งั้นเปิดงานไม่ขึ้นนะจ๊ะ

2. “Mix and Match” ตัวอักษร

Use good *Fonts* Mix & Match Fonts

ตัวอักษร (Fonts) ถือเป็นจุดดึงดูดใจแรก ๆ ในงานพรีเซนเทชัน การเลือกใช้ตัวอักษรที่ไม่ซ้ำซากจำเจเป็นอีกหนึ่งเคล็ดลับในงาน PowerPoint ที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการนำเสนอของเราให้ดูดีเป็นที่จดจำมากขึ้น ด้วยการผสมและจับคู่ตัวอักษร 2-3 แบบในงานพรีเซนเทชัน และนิยมใช้ตัวอักษรเป็นตัวพิมพ์ใหญ่ จะทำให้งานเราดูแตกต่างจากคนอื่นอีกด้วย

Use Good Fonts

- 1). ใช้ตัวอักษรขนาดใหญ่ที่ง่ายต่อการอ่าน (อย่างน้อย 24-point)
- 2). อย่าใช้ตัวอักษรที่เป็นตัวหนาทั้งหมด ควรใช้เน้นเฉพาะคำสำคัญ หรือ วันที่ ฯลฯ และควรเลือกใช้ ตัวเอียง หรือ ตัวขีดเส้นใต้ เพื่อเน้น เป็นต้น

Tip: “Using light text on a dark background will make it easier to read.”

- 3). เลือกตัวอักษรสีเข้ม บนพื้นหลังสีสว่าง ยกตัวอย่างเช่น พื้นหลังสีขาว และสีเหลือง ควรเลือกใช้ตัวอักษรสีดำ หรือสีน้ำเงินเข้ม ถ้าพื้นสีเข้มก็ควรเลือกใช้ตัวอักษรสีอ่อน แต่สำหรับเทรนของ Flat Design จะนิยมใช้เป็นตัวอักษรสีขาว บนพื้นหลังสีเข้ม หรือพื้นหลังที่เป็นรูปภาพ นั่นเอง
- 4). อย่าลืมกฎ “7x7” คือ อย่าให้เกิน 7 คำต่อ 1 บรรทัด และอย่าให้เกิน 7 บรรทัด ต่อหนึ่งสไลด์
- 5). หลีกเลี่ยงความจำเจจากการใช้ตัวอักษรแบบเดิม ๆ ไม่ว่าจะเป็น Angsana, Cordia และ Times New Roman ลองหาฟอนต์ใหม่ ๆ ให้เข้ากับงาน โดยสามารถเลือกดาวน์โหลดได้ฟรีจาก www.f0nt.com และฟอนต์ภาษาอังกฤษสวย ๆ จาก www.fontsquirrel.com ดีและฟรีอีกเช่นเดียวกัน

3. เลือกสีดี...มีชัยไปกว่าครึ่ง



สีสามารถกระตุ้นอารมณ์และความรู้สึก ดังนั้นการเลือกสีที่เหมาะสมจะสามารถโน้มน้าวและสร้างแรงจูงใจ เทคนิคง่าย ๆ ที่คุณไม่จำเป็นต้องเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านทฤษฎีสี เพียงแค่จำไว้ว่า

สีสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ สีโทนเย็น (Cool colors) เช่น สีฟ้า และสีเขียว และสีโทนอบอุ่น (Warm colors) เช่น สีส้ม และสีแดง โดยสีโทนเย็น จะเหมาะสำหรับทำเป็นพื้นหลัง (Background) และสีโทนอบอุ่น ไว้สำหรับเป็นสีของข้อความ (Text) สีตัวอย่างพื้นหลังที่เราอยากแนะนำให้ลองไปปรับใช้กับงานฟรีเซนเทชั่นของคุณ หรือจะเข้าไปครีเอทสีสวย ๆ ได้ที่เว็บไซต์ color.adobe.com



4. ภาพหนึ่งภาพ...แทนคำพูดนับพัน



ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมาเทรนการใช้ภาพถ่ายเป็นพื้นหลังแบบ Full screen พร้อมกับข้อความสั้น ๆ เพียงไม่กี่คำได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เพราะภาพหนึ่งภาพแทนคำพูดดี ๆ ได้นับร้อยนับพันคำ สามารถดึงดูดใจและสร้างแรงบันดาลใจไปยังผู้ชมให้ได้รับรู้ถึงเป้าหมายและประเด็นที่คุณต้องการนำเสนอ แต่การเลือกภาพมาใช้ปัจจุบันต้องระมัดระวังเป็นอย่างมาก เพราะมีกฎหมายลิขสิทธิ์เกี่ยวกับภาพถ่ายกล่าวไว้อย่างชัดเจน แต่ก็ยังมีอีกหลายเว็บไซต์ที่คุณสามารถดาวน์โหลดรูปภาพและภาพถ่ายมาใช้ได้ฟรี ไม่มีลิขสิทธิ์และค่าใช้จ่ายแต่อย่างใด ตัวอย่างเช่น

เว็บไซต์ดาวน์โหลดภาพฟรี!!!	
- freeimages.com	- CJO Photo
- morgueFile	- Free Images Collection
- ImageAfter	- Canva.com
- RGBStock	- Pixabay
- Picdrome	

ตัวอย่างการทำ Powerpoint ขององค์กร โดยใช้ Infographic + Flaticon



บอกอัตรากำลังของแขวงฯ ชัยนาท โดยใช้ Flaticon (รูปคน) Infographic (จำนวน)



ผังโครงสร้างของหน่วยงาน โดยเลือกใช้ Flaticon ที่สื่อถึงแต่ละหน้าที่



Flaticon (ไลน์ + โทรศัพท์) แทนการใช้หัวข้อ

วิธีแก้ปัญหา Font ผิดเพี้ยน และเปิดงานนำเสนอไม่ได้



“ สาเหตุที่เปิดไฟล์ของเราในเครื่องๆ ของคนอื่นไม่ได้
เพราะไฟล์ของเราสร้างจากโปรแกรมรุ่นที่สูงกว่าโปรแกรมของหน่วยงานอื่น...
ฟอนต์ตัวอักษรในแต่ละเครื่องมีไม่เท่ากัน ”

1. **เปิดไฟล์นำเสนอไม่ได้** : โปรแกรมนำเสนอ MS PowerPoint มีหลายรุ่น ซึ่งเครื่องคอมพิวเตอร์แต่ละเครื่อง จะถูกติดตั้งโปรแกรมในรุ่นที่มีการตกลงในหน่วยว่าต้องการใช้งานและติดตั้งรุ่นใด โดยเราก็ไม่ทราบว่าหน่วยงานนั้นใช้รุ่นใด ปัจจุบันมีรุ่นที่นิยมใช้งานกันคือ 2003 , 2007 , และ 2010 ดังนั้น **ในขณะที่บันทึกไฟล์ให้เลือกประเภทไฟล์ในรุ่นต่ำๆ ไว้** ก็คือ 97/2003 และอีกชนิดหนึ่งก็คือ ควรใช้ลูกเล่นที่พื้นๆ ก็จะดีมาก เพราะใช้ลูกเล่นมากไปในโปรแกรมรุ่นเก่าจะไม่สนับสนุน

2. **ฟอนต์ตัวอักษร** ในแต่ละเครื่องมีไม่เท่ากัน ซึ่งปกติฟอนต์ตัวอักษรจะมีเฉพาะที่เราเริ่มต้นติดตั้งโปรแกรม Microsoft Windows โดยจะมีเฉพาะฟอนต์มาตรฐาน ส่วนฟอนต์ที่มีความสวยงามหลากหลายนั้น จะเพิ่มเติมในภายหลัง ดังนั้น การสร้างไฟล์นำเสนอควรที่จะเลือกฟอนต์ที่เป็นมาตรฐานไว้

ตัวอย่างเช่น หากต้องการใช้ฟอนต์ **Supermarket** ก็มี 2 วิธี คือ

2.1) **นำฟอนต์ของเราติดตัวไปด้วย** แล้วไปติดตั้งในเครื่องที่เราจะไปใช้งาน (อันนี้เจ้าของเครื่องอาจจะไม่ยินดีก็ได้นะ) สำหรับวิธีการติดตั้ง Font เพิ่มเติม เท่าที่เคยพบมาก็มีอยู่หลายวิธี ขอยกตัวอย่างแบบง่าย ๆ ดังนี้

- สำหรับ Font ของ Windows ทั่ว ๆ ไป ทำการ Copy ไฟล์ของ Font ไปเก็บไว้ใน C:\WINDOWS\FONTS
- ใช้วิธีการ Install New Font ลงใน Windows จากเมนู Control Panel

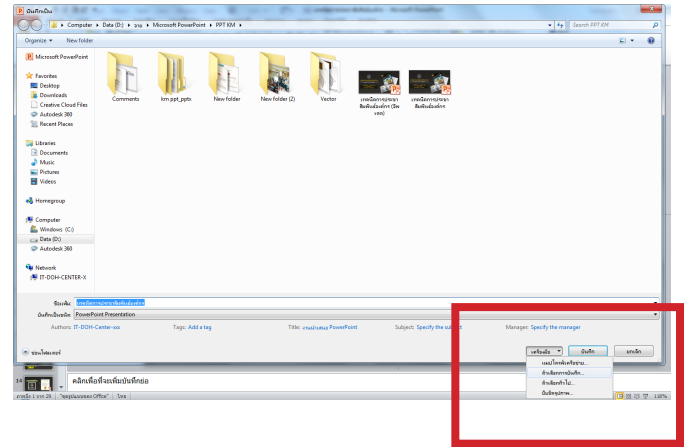
2.2) **ใช้การฝังฟอนต์ในไฟล์** ซึ่งวิธีนี้นิยมใช้กันมากกว่าแต่ไฟล์นำเสนออาจมีขนาดใหญ่ขึ้น มีขั้นตอนดังนี้

MS PowerPoint 2003

- คลิกเมนูแฟ้ม -> บันทึกเป็น แล้วจะปรากฏไดอะล็อกบันทึกเป็น
- คลิกเมนูเครื่องมือ -> ตัวเลือกรับบันทึก... จะปรากฏไดอะล็อกตัวเลือกการบันทึก
- คลิกตัวเลือก “ฝังแบบอักษร True Type” และ “อักขระฝังตัวทั้งหมด”
- คลิกตกลง และ บันทึกตามปกติ

MS PowerPoint 2007 - 2010 - 2013

- เลือก File -> Save as แล้วเลือกรูปแบบของไฟล์ที่ต้องการบันทึก
- ที่หน้าต่างของการบันทึก กดที่ Tool ที่มุมซ้ายล่าง
- เลือก Save Option
- เลือก **Embed fonts in the file** โดยที่ตัวเลือก



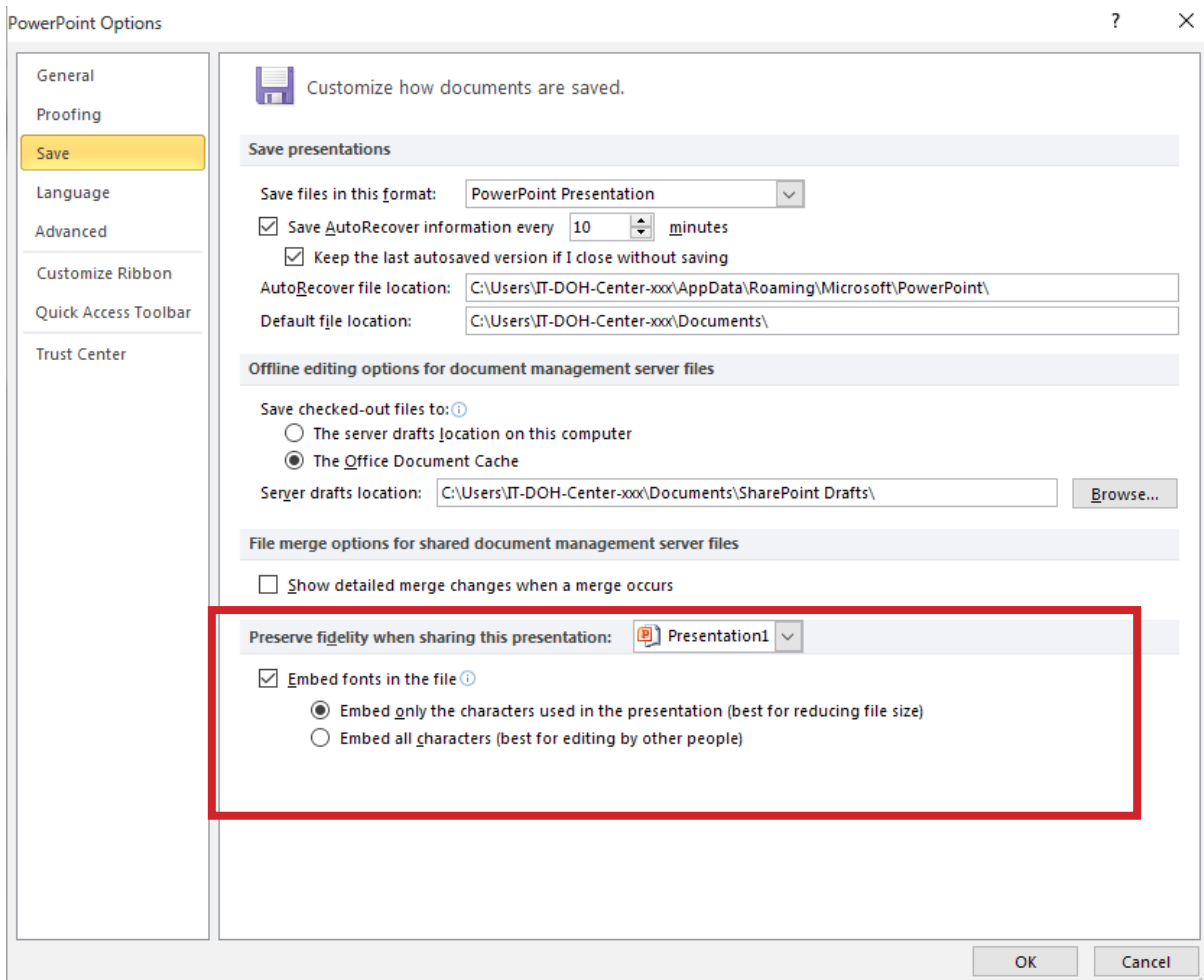
(1) Embed only the characters used in the document (best for reducing file size)

: สำหรับฝังรูปแบบอักษร (Font) ที่ใช้ในการนำเสนอหรือในขณะที่ปริ้นท์เท่านั้น (ดีที่สุดสำหรับการลดขนาดไฟล์) แต่จะไม่ฝังลงไปในส่วนของการแก้ไขงานนำเสนอ

(2) Embed all characters (best for editing by other people)

: ฝังอักขระทั้งหมดลงในไฟล์ PowerPoint ทั้งในส่วนของการนำเสนอและการแก้ไขงานนำเสนอ (**แนะนำ**)

- กด OK





TRIPS/TRICKS/FIXES

รวมเด็ด เคล็ดลับ...ฉบับมือใหม่

โปรแกรมตระกูล Adobe (Adobe System)



เป็นชุดโปรแกรมสำหรับผู้สนใจเกี่ยวกับงาน Graphic อาจจะเคยสงสัยเกี่ยวกับโปรแกรมสร้างงาน Graphic ประเภทต่างๆ โดยเฉพาะกับโปรแกรมตระกูล Adobe ที่ถูกพัฒนาขึ้นมาเป็นสลับๆ โปรแกรม จนสับสนไปหมดว่าโปรแกรมตัวไหนควรใช้กับงานประเภทอะไร หัวข้อนี้ได้คัดโปรแกรม Adobe ที่คนทำกราฟิกใช้งานกันบ่อยๆ มาให้ดูกันว่ามียอะไรบ้าง และแต่ละโปรแกรมนั้นเหมาะกับงานประเภทไหน ทำอะไรได้บ้าง

โปรแกรมโฟโต้ชอป (Adobe Photoshop)



เป็นโปรแกรมสำหรับจัดการกับภาพ หรืองานกราฟิกที่ต้องการความละเอียดสูง มีความสามารถในการแต่งภาพ ปรับแสงสี ตัดต่อ รีทัช ซ้อนภาพ รองรับไฟล์รูปได้หลากหลาย เช่น JPEG, TIFF, DNG, Targa, BMP, PICT นอกจากนี้ยังสามารถตกแต่งสีให้กับรูปภาพที่คมชัดขึ้น ไปจนถึง Digital Painting หรืองาน 3D

- เหมาะสำหรับงานตัดต่อภาพ รีทัชภาพ ออกแบบป้าย

โปรแกรมอิลลาสเตรเตอร์ (Adobe Illustrator)



เป็นโปรแกรมที่ใช้สร้างงาน Vector งานวาดภาพลายเส้น สร้างโลโก้ บรรจุภัณฑ์ หรือตัวการ์ตูน Character ต่างๆ ที่สร้างขึ้นจากการวาดล้วนใช้โปรแกรมนี้ทั้งนั้น โดยข้อดีของโปรแกรมคือ เป็นภาพ Vector ที่ต่อให้ขยายเท่าไรภาพก็ไม่แตก

- เหมาะสำหรับงานวาดภาพ การ์ตูน ออกแบบกราฟฟิคที่มีรายละเอียดสูง

โปรแกรมอินดีไซน์ (Adobe Indesign)



เป็นโปรแกรมสร้างงานด้านสื่อสิ่งพิมพ์ เพราะเป็นโปรแกรมที่ให้ความละเอียดสูง เป็นโปรแกรมที่ใช้สำหรับการจัดทำหนังสือ นิตยสาร หรือหนังสือพิมพ์ต่างๆ สามารถจัดวางเลย์เอาต์ จัดรูปเล่มเข้าหน้า ใส่ข้อความ รูปภาพ และอื่นๆ ที่เกี่ยวกับงานหนังสือ

-เหมาะสำหรับงานหนังสือ แผ่นพับ วารสาร งานพิมพ์ทุกชนิด

โปรแกรมไลท์รูม (Adobe Lightroom)



เป็นโปรแกรมแต่งภาพถ่ายให้มีความละเอียดมากยิ่งขึ้น ชาวญี่ปุ่นรักการถ่ายภาพ โปรแกรมนี้มีระบบการจัดการที่รับกับงานภาพถ่าย สามารถปรับแต่งแสงสีภาพได้ที่ละมากๆ ในเวลาไม่นาน หากไม่รีทัช ไม่ตัดต่อ แนะนำให้ใช้โปรแกรมนี้

- เหมาะสำหรับปรับแต่งสีของภาพถ่าย

Ps

Basic : Photoshop CS6

Basic 1 : ทำความรู้จักกับ Photoshop Cs6

โปรแกรม Adobe Photoshop CS6 ได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบ นอกจากจะมีสีสันสวยงามขึ้นแล้ว ยังจัดการกับพาเนลหรือเครื่องมือที่จัดวางไม่เป็นระเบียบ ออกไปจากหน้าต่างการทำงานค่อนข้างมาก เช่น เพิ่มปุ่มคำสั่งและจัดเรียงปุ่มคำสั่งบางปุ่มใหม่ จึงมีความจำเป็นต้องรู้จักกับส่วนประกอบที่สำคัญเพื่อให้สามารถค้นหาและเรียกใช้เครื่องมือได้อย่างรวดเร็ว

สำหรับหน้าต่างโปรแกรม Adobe Photoshop CS6 ประกอบไปด้วยพาเนลและกล่องเครื่องมือที่วางอยู่บนพื้นที่ว่างซึ่งเปรียบเสมือนกับโต๊ะทำงาน ดังนั้นจึงสามารถเคลื่อนย้ายตำแหน่งพาเนลและเครื่องมือไปยังจุดที่ต้องการได้ ส่วนประกอบสำคัญของหน้าต่างโปรแกรม มีรายละเอียดดังนี้



1. แถบเมนูคำสั่ง (Menu Bar)

เป็นจุดรวบรวมชุดคำสั่งที่ใช้สำหรับเรียกคำสั่งต่าง ๆ เพื่อใช้จัดการไฟล์ภาพหรือตกแต่งภาพ

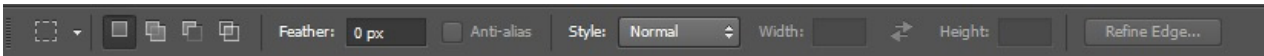
Ps File Edit Image Layer Type Select Filter 3D View Window Help

รูปแบบการทำงานของแถบเมนูคำสั่ง

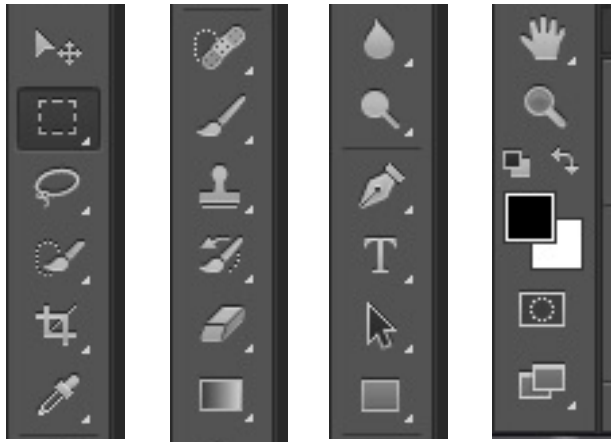
- File** : สำหรับจัดการกับไฟล์ภาพในลักษณะต่าง ๆ เช่น สร้างไฟล์งานใหม่ เปิดไฟล์ภาพ บันทึกไฟล์งาน นำเข้าหรือส่งออกไฟล์เพื่อทำงานในลักษณะอื่น ๆ
- Edit** : สำหรับแก้ไขภาพ เช่น ตัด คัดลอก วาง รวมถึงปรับแต่งค่าเบื้องต้นของโปรแกรม
- Image** : สำหรับจัดการภาพ เช่น แก้ไขความสว่างหรือสีของภาพให้สมดุลยิ่งขึ้น รวมถึงใช้สำหรับย่อขยายขนาดภาพ และกำหนดขนาดพื้นที่การทำงานของภาพ
- Layer** : สำหรับจัดการเกี่ยวกับเลเยอร์ เช่น การสร้างเลเยอร์ใหม่ การรวมเลเยอร์ การแปลง เลเยอร์ การจัดการกับเลเยอร์ของไฟล์ลักษณะต่าง ๆ รวมถึงการจัดการรายละเอียดของภาพในเลเยอร์นั้น ๆ
- Type** : สำหรับจัดการและปรับแต่งเกี่ยวกับข้อความ เช่น ปรับแต่งสีข้อความ ปรับแต่งขอบข้อความ หรือการเปลี่ยนข้อความให้เป็นภาพ
- Select** : สำหรับปรับแต่งการเลือกพื้นที่ บันทึกและเรียกพื้นที่ที่เลือกมาใช้งาน รวมถึงคำสั่งสำหรับการเลือกพื้นที่เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ดียิ่งขึ้น
- Filter** : สำหรับปรับแต่งภาพให้มีรูปแบบที่น่าสนใจยิ่งขึ้น บิด ดัดปรับรูปทรงรูปแบบต่าง ๆ ให้กับภาพ
- View** : สำหรับเลือกรูปแบบการแสดงผล เช่น ย่อขยายภาพ แสดงไม้บรรทัด เส้นกริด หรือเส้นไกด์
- Window** : สำหรับเลือกเปิดปิดพาเนล รวมถึงกำหนดรูปแบบการแสดงผลหน้าต่างในแบบต่าง ๆ
- Help** : ใช้สำหรับแสดงความช่วยเหลือเกี่ยวกับการใช้เครื่องมือหรือคำสั่งในรูปแบบต่าง ๆ

Ps Basic : Photoshop CS6

2. แถบตัวเลือก (Options Bar)
 เป็นส่วนที่ใช้ในการปรับแต่งค่าการทำงานของเครื่องมือต่าง ๆ การกำหนดค่าในแถบตัวเลือกจะเปลี่ยนไปตามเครื่องมือที่ใช้งานอยู่



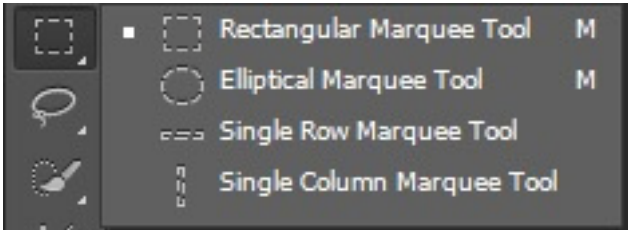
3. กล่องเครื่องมือ (Toolbox)
 เป็นส่วนที่ใช้เก็บเครื่องมือพื้นฐานในการทำงาน ในโปรแกรม สามารถเรียกใช้ชุดเครื่องมือย่อยโดยการคลิกปุ่มสามเหลี่ยมที่มุมด้านล่าง



เครื่องมือพื้นฐานของโปรแกรม Adobe Photoshop CS6



Move Tool : ใช้เคลื่อนย้ายภาพบริเวณที่เลือกพื้นที่หรือไม่ได้เลือกพื้นที่ไปยังตำแหน่งใหม่

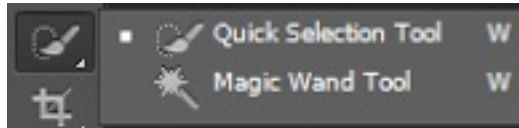


1. Rectangular Marquee Tool
เลือกพื้นที่แบบรูปทรงสี่เหลี่ยม
2. Elliptical Marquee Tool
เลือกพื้นที่แบบรูปทรงวงกลม/วงรี
3. Single Row Marquee Tool
เลือกพื้นที่แบบเส้นตรงแนวนอน
4. Single Column Marquee Tool
เลือกพื้นที่แบบเส้นตรงแนวตั้ง

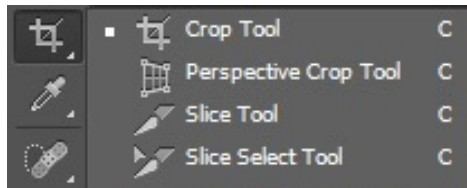
เครื่องมือพื้นฐานของโปรแกรม Adobe Photoshop CS6



1. Lasso Tool : เลือกพื้นที่แบบอิสระ
2. Polygonal Lasso Tool : เลือกพื้นที่แบบมุมเหลี่ยม
3. Magnetic Lasso Tool : เลือกพื้นที่แบบขีดเส้นขอบภาพ



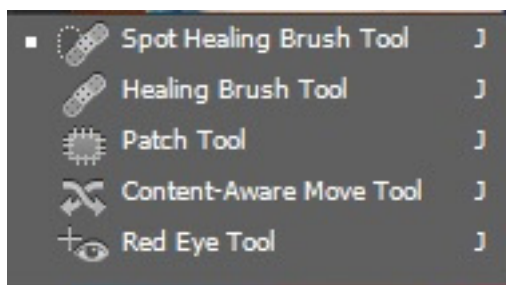
1. Quick Selection Tool : เลือกพื้นที่ตามพื้นที่ที่ลากเมาส์ผ่าน
2. Magic Wand Tool : เลือกพื้นที่โดยยึดตามสีที่มีค่าใกล้เคียงกัน



1. Crop Tool : ใช้ตัดภาพโดยเลือกเฉพาะบริเวณที่ต้องการใช้งาน
2. Perspective Crop Tool
ใช้ตัดภาพที่มีมุมบิดเบี้ยวให้เป็นมุมที่ถูกต้อง
3. Slice Tool
ใช้ตัดภาพออกเป็นชิ้นเล็กๆ เพื่อนำไปใช้ออกแบบเว็บเพจ
4. Slice Select Tool
ใช้ปรับแต่งขนาดภาพที่ตัดออกเป็นชิ้นเล็กๆ จากเครื่องมือ Slice Tool



1. Eyedropper Tool : ใช้เลือกสีจากภาพไปใช้งาน
2. Color Sampler Tool : ใช้ดูสีไว้สำหรับเปรียบเทียบค่า
3. Ruler Tool : ใช้วัดระยะห่างและกำหนดตำแหน่ง
4. Note Tool : ใช้เพิ่มคำอธิบายให้กับภาพ



1. Spot Healing Brush Tool : ใช้แก้ไขจุดบกพร่องขนาดเล็กบนภาพ
2. Healing Brush Tool : ใช้แก้ไขจุดบกพร่องขนาดใหญ่บนภาพ
3. Patch Tool : ใช้แก้ไขพื้นผิวของภาพขนาดใหญ่
โดยการนำพื้นผิวอื่นมาปะทะ
4. Content-Aware Move Tool : ใช้ย้ายวัตถุในภาพไปยังตำแหน่งใหม่
โดยเครื่องมือจะเติมสีพื้นหลังให้ด้วย
5. Red Eye Tool : ใช้แก้ไขภาพถ่ายตาแดง

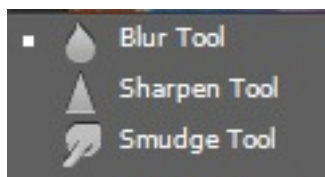
เครื่องมือพื้นฐานของโปรแกรม Adobe Photoshop CS6



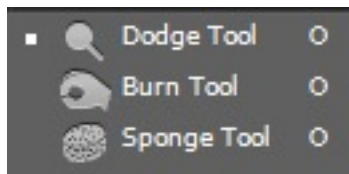
1. Clone Stamp Tool
ใช้คัดลอกวัตถุจากจุดหนึ่งไปแปะทับอีกจุดหนึ่ง
2. Pattern Stamp Tool
ใช้ตกแต่งภาพพื้นผิวที่คลิกแทนที่ลงไปบนภาพ



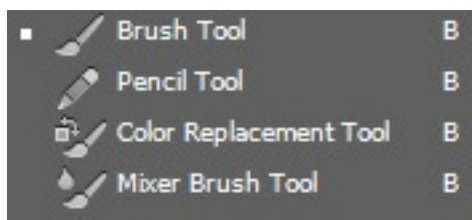
1. Eraser Tool
ใช้ลบพื้นที่ที่ไม่ต้องการและแทนที่ด้วยสีพื้นหลัง
2. Background Eraser Tool
ใช้ลบภาพพื้นหลังออกด้วยการคลิกเลือกสีที่จะลบและจะได้พื้นหลังแบบโปร่งใส
3. Magic Eraser Tool
ใช้ลบสีพื้นหลังภาพอย่างรวดเร็วและจะได้พื้นหลังแบบโปร่งใส



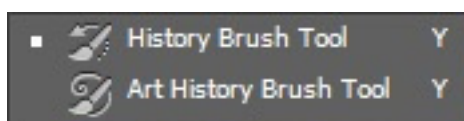
1. Blur Tool : ใช้ระบายภาพให้เบลอในจุดที่ลากเมาส์
2. Sharpen Tool : ใช้ปรับเพิ่มความคมชัดให้ภาพ
3. Smudge Tool : ใช้เกลี่ยสีให้กลมกลืนในจุดที่ลากเมาส์



1. Dodge Tool : ใช้เพิ่มความสว่างให้จุดที่ลากเมาส์ผ่าน
2. Burn Tool : ใช้เพิ่มความมืดให้จุดที่ลากเมาส์ผ่าน
3. Sponge Tool : ใช้ลดและเพิ่มความอิ่มตัวของสีโดยการลากเมาส์ผ่าน

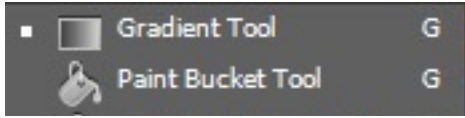


1. Brush Tool : ใช้สร้างเส้นหรือลวดลายให้กับเส้น
2. Pencil Tool : ใช้สร้างเส้นหรือลวดลาย แต่จะได้เส้นที่หยابกว่า
3. Color Replacement Tool : ใช้เปลี่ยนสีภาพเป็นสีใหม่
4. Mixer Brush To : ใช้เกลี่ยสีของภาพให้กลายเป็นภาพวาด

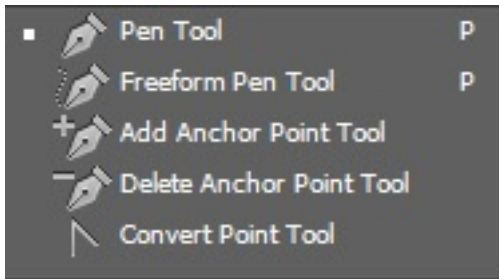


1. History Brush Tool
ใช้ย้อนกลับการทำงานคำสั่งที่ผิดพลาดเมื่อลากเมาส์ไปบนภาพ
2. Art History Brush Tool
ใช้เปลี่ยนเป็นภาพวาดแบบง่าย ๆ เมื่อลากเมาส์ไปบนภาพ

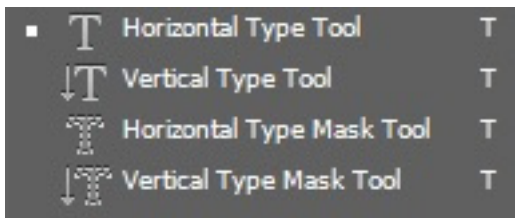
เครื่องมือพื้นฐานของโปรแกรม Adobe Photoshop CS6



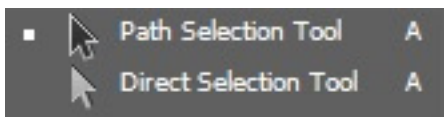
1. Gradient Tool : ใช้ลากเมาส์ไปบนภาพเพื่อไล่เฉดสี
2. Paint Bucket Tool : ใช้เพื่อเติมสีหรือลวดลายลงไปบนภาพ



1. Pen Tool
ใช้สร้างเส้นพารอบภาพโดยการลากเมาส์กำหนดทิศทาง
2. Freeform Pen Tool
ใช้สร้างเส้นพารอบแบบอิสระเพื่อปรับแต่งในภายหลัง
3. Add Anchor Point Tool
ใช้เพิ่มจุดแองเคอร์เพื่อปรับแต่งรูปทรงเส้นพาร
4. Delete Anchor Point Tool
ใช้ลบจุดแองเคอร์ที่มากเกินไป
5. Convert Point Tool ใช้ปรับแต่งมุมของเส้นพาร

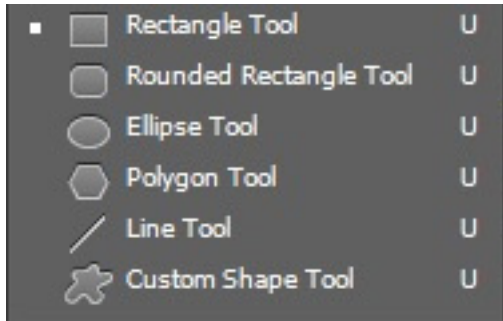


1. Horizontal Type Tool
ใช้สร้างข้อความแบบเวกเตอร์ในแนวนอน
2. Vertical Type Tool
ใช้สร้างข้อความแบบเวกเตอร์ในแนวตั้ง
3. Horizontal Type Mask Tool
ใช้สร้างข้อความแบบบราสเตอร์ในแนวนอน
4. Vertical Type Mask Tool
ใช้สร้างข้อความแบบบราสเตอร์ในแนวตั้ง

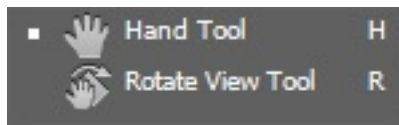


1. Path Selection Tool
ใช้ย้ายตำแหน่งหรือปรับขนาดเส้นพาร
2. Direct Selection Tool
ใช้คลิกไปบนจุดแองเคอร์เพื่อปรับแต่งรูปทรงเส้นพาร

เครื่องมือพื้นฐานของโปรแกรม Adobe Photoshop CS6



1. Rectangle Tool : ใช้สร้างรูปทรงสี่เหลี่ยม
2. Rounded Rectangle Tool : ใช้สร้างรูปทรงสี่เหลี่ยมมุมโค้งมน
3. Ellipse Tool : ใช้สร้างรูปทรงวงกลม/วงรี
4. Polygon Tool : ใช้สร้างรูปทรงหลายเหลี่ยม/รูปดาว
5. Line Tool : ใช้สร้างรูปทรงเส้นตรง
6. Custom Shape Tool : ใช้สร้างรูปทรงสำเร็จรูป



1. Hand Tool : ใช้เลื่อนดูส่วนต่าง ๆ ของภาพ
2. Rotate View Tool : ใช้หมุนภาพไปในทิศทางต่าง ๆ



Zoom Tool : ใช้ขยายดูส่วนที่ต้องการของภาพ

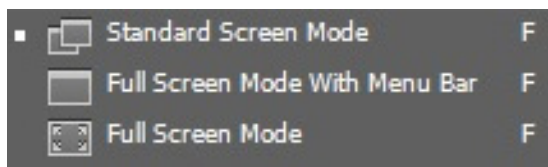


Foreground/Background : ใช้กำหนดสีพื้นหน้าและสีพื้นหลัง

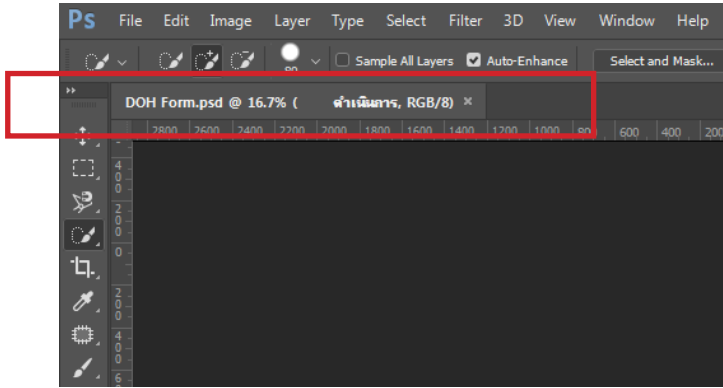


Edit in Standard Mode / Edit in Quick Mask Mode

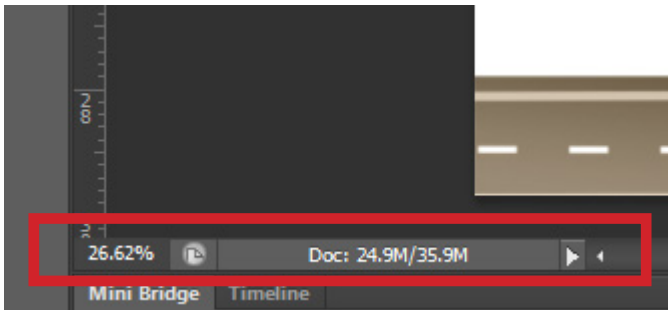
ใช้แสดงหรือแก้ไขภาพในโหมดปกติและแสดงการทำงานคล้ายการสร้างหน้ากาก เพื่อปิดบังพื้นที่ส่วนที่ไม่ต้องการเลือกเอาไว้ โดยสามารถคลิกเมาส์สลับโหมดไปมาได้



1. Standard Screen Mode
ใช้แสดงหน้าจอแบบมาตรฐานปกติ
2. Full Screen Mode with Menu Bar
ใช้แสดงแบบเต็มหน้าจอโดยไม่มีแถบชื่อเรื่องของโปรแกรม
3. Full Screen Mode
ใช้แสดงแบบเต็มหน้าจอโดยไม่มีแถบชื่อเรื่องและแถบเมนูคำสั่ง

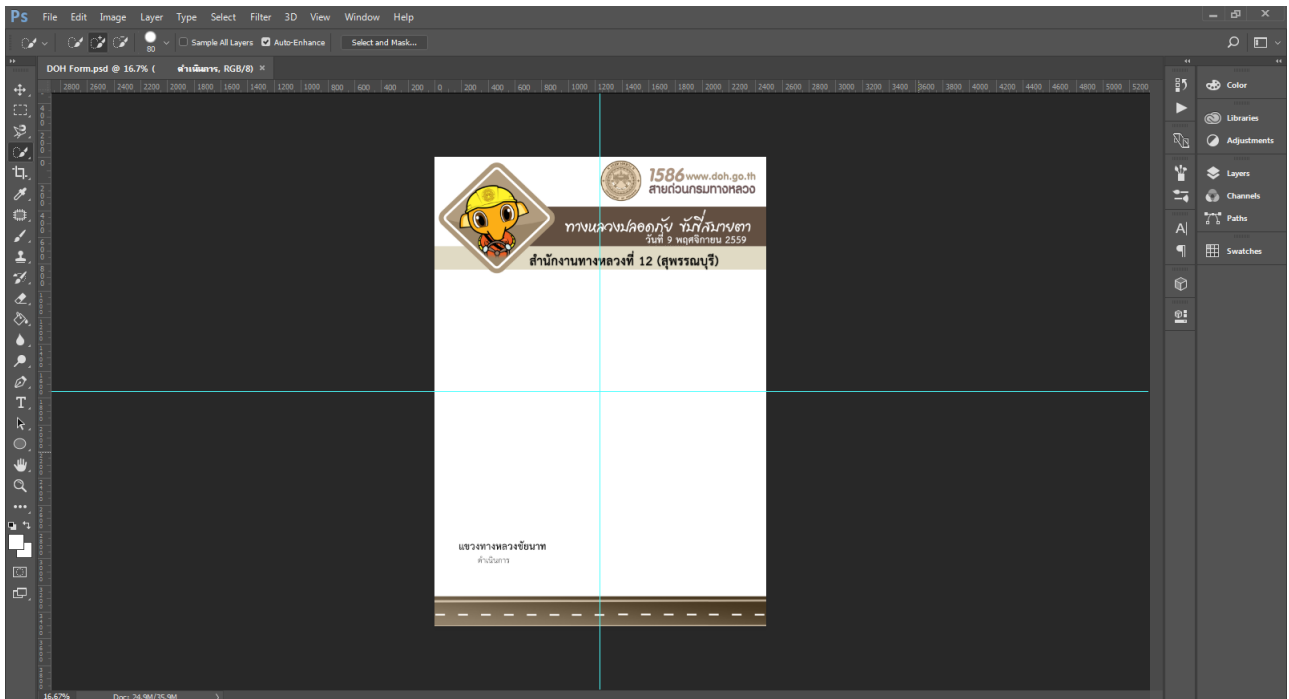


4. แถบชื่อเรื่อง (Title Bar)
 เป็นส่วนที่แสดงชื่อไฟล์ภาพที่เปิดใช้งานอยู่
 สำหรับโปรแกรม Adobe Photoshop CS6
 แถบชื่อเรื่องจะเรียงกันเป็นแท็บ (Tab)



5. แถบสถานะ (Status Bar)
 เป็นส่วนที่แสดงคุณสมบัติเกี่ยวกับภาพ
 เช่น เปอร์เซ็นต์ในการย่อขยายไฟล์ภาพ
 ขนาดไฟล์ภาพ เป็นต้น

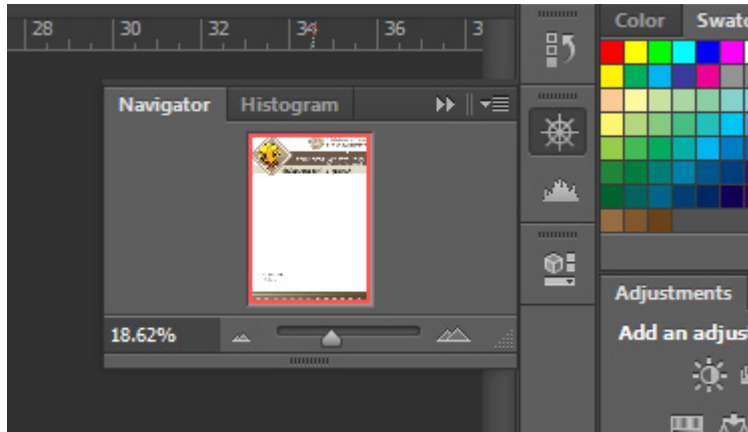
6. พื้นที่ใช้งาน (Working Area)
 เป็นส่วนที่ใช้ในการสร้างงานกราฟิก
 โดยการเปิดไฟล์ภาพเพื่อแก้ไขบนพื้นที่ใช้งานหรือวาดภาพใหม่ลงไปบนพื้นที่ใช้งาน



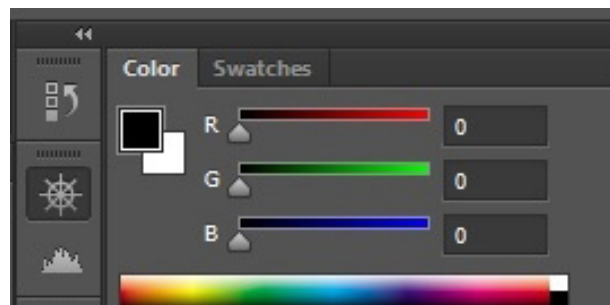
7. พาเนล (Panel)

ใช้สำหรับจัดการกับภาพ โดยแยกออกเป็นหมวดหมู่ เช่น พาเนลสำหรับเลือกสี พาเนลสำหรับปรับแต่งความสว่าง เป็นต้น พาเนลแต่ละแบบมีหน้าที่และการใช้งานแตกต่างกันออกไป โดยสามารถเลือกเปิดหรือปิดพาเนลได้จากเมนูคำสั่ง Window ตัวอย่างพาเนลที่นิยมใช้ มีดังนี้

7.1 **Navigator** ใช้ปรับมุมมองของภาพ โดยคลิกเลือกบริเวณ Zoom Slider เพื่อย่อขยายมุมมองภาพ



7.2 **Color** ใช้กำหนดสีพื้นหน้า (Foreground) และสีพื้นหลัง (Background) โดยการเลื่อนแถบสีเพื่อปรับแต่งตามต้องการ



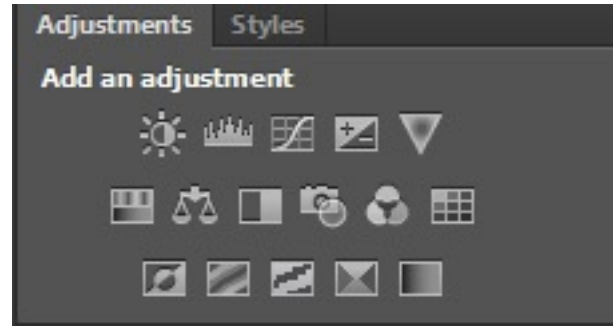
7.3 **Swatches** ใช้กำหนดสีแบบสำเร็จรูปที่โปรแกรมกำหนดไว้ หรือสร้างสีขึ้นมาใหม่เองได้ โดยการคลิกเลือกสีที่ต้องการเพื่อความสะดวกในการใช้งาน



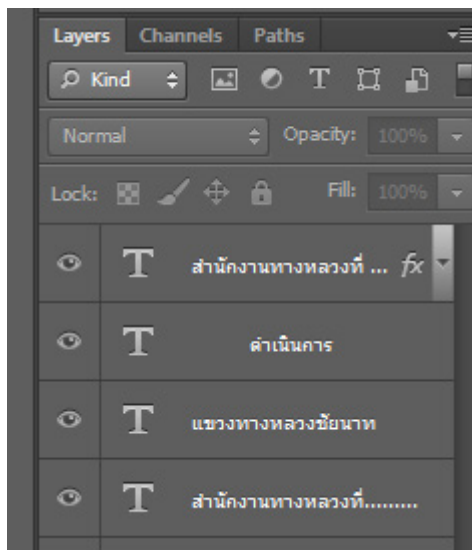
7.4 **Styles** ใช้สำหรับกำหนดการแต่งรูปแบบต่าง ๆ ที่โปรแกรมกำหนดขึ้นมา เช่น การตกแต่งสีให้กับรูปแบบข้อความ



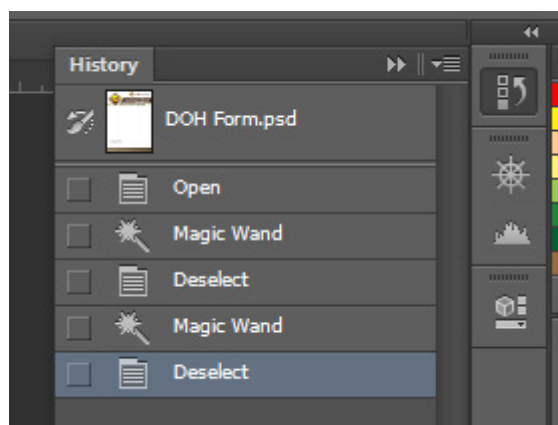
7.5 **Adjustments** ใช้ปรับแต่งสีให้กับภาพ เพื่อแก้ไขข้อบกพร่องหรือสีที่ผิดเพี้ยน



7.6 **Layers** ใช้ควบคุมการใช้งานเลเยอร์ต่าง ๆ ที่เกิดจากการสร้างชิ้นงาน



7.7 **History** ทำหน้าที่ในการเก็บรายละเอียดขั้นตอนการทำงานทั้งหมดที่ผ่านมา เพื่ออำนวยความสะดวกเมื่อต้องการย้อนกลับไปใช้คำสั่งเก่าหรือย้อนดูการทำงานที่ผ่านมาดั่งแสดง

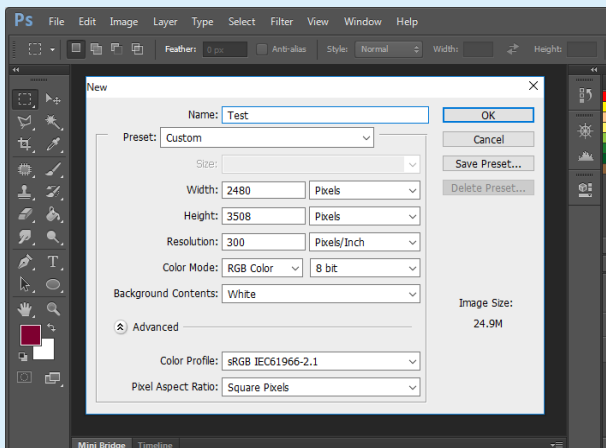


Ps Basic : Photoshop CS6

Basic 2 : การจัดการไฟล์รูปภาพ

สิ่งที่สำคัญก่อนเริ่มการสร้างและตกแต่งภาพกราฟิกด้วยโปรแกรม Adobe Photoshop คือ การเรียนรู้เกี่ยวกับวิธีการทำงานกับไฟล์ภาพเบื้องต้น เพื่อใช้ในการจัดการกับภาพ เนื่องจากคำสั่งเหล่านี้มีความจำเป็นเพื่อช่วยให้การควบคุมการทำงานและการตกแต่งภาพกราฟิกนั้น มีความสะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้นในการใช้งาน

การสร้างไฟล์งานใหม่สิ่งที่ต้องให้ความสำคัญ คือ การกำหนดขนาดของไฟล์งานให้สอดคล้องและเหมาะสมกับชิ้นงาน เพราะงานแต่ละประเภทอาจใช้ขนาดและความละเอียดที่แตกต่างกัน การสร้างไฟล์งานจะกระทำเมื่อต้องการออกแบบชิ้นงานใหม่ สำหรับหน้าตาการสร้างไฟล์งานใหม่



Name: Test

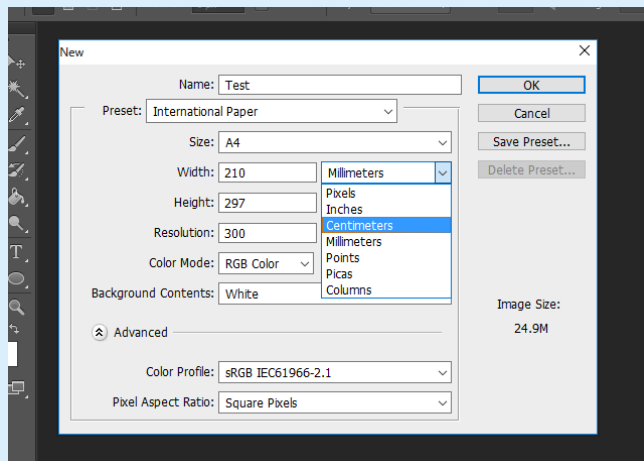
Name : ใช้สำหรับตั้งชื่อให้กับไฟล์งาน (สามารถตั้งชื่อได้ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)

Size: 800 x 600

Size: A4

Size : ใช้เลือกขนาดไฟล์งานที่โปรแกรมได้จัดเตรียมไว้ให้ หรือสามารถกำหนดขนาดไฟล์งานได้เองตามต้องการ

Width: 800 Pixels
Height: 600 Pixels



Width - Height : ใช้กำหนดขนาดความกว้าง Width: และความสูง Height: ของไฟล์งาน โดยหน่วยวัดจะเป็นไปตามที่กำหนดไว้ เช่น Pixels ซึ่งเป็นหน่วยวัดพื้นฐานของคอมพิวเตอร์ และสามารถกำหนดเป็นหน่วยอื่นได้ Inches, Centimeters, Millimeters, Points, Picas, Columns

Ps Basic : Photoshop CS6

Resolution: 72 Pixels/Inch

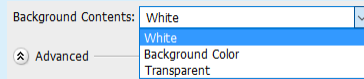
Resolution : ใช้ระบุความละเอียดของไฟล์งาน (dpi)

- งานกราฟิกสำหรับเว็บจะกำหนดความละเอียดอยู่ที่ 72 Pixels/Inch
- สำหรับงานด้านสิ่งพิมพ์จะกำหนดความละเอียดไม่ต่ำกว่า 150 Pixels/Inch

Color Mode: RGB Color 8 bit

Color Mode : ใช้กำหนดโหมดสีของไฟล์งาน โดยจำนวนบิตด้านหลังจะแสดงจำนวนของสีที่ใช้ (ยิ่งมีค่าสีมากไฟล์งานก็จะมีขนาดใหญ่ตามไปด้วย)

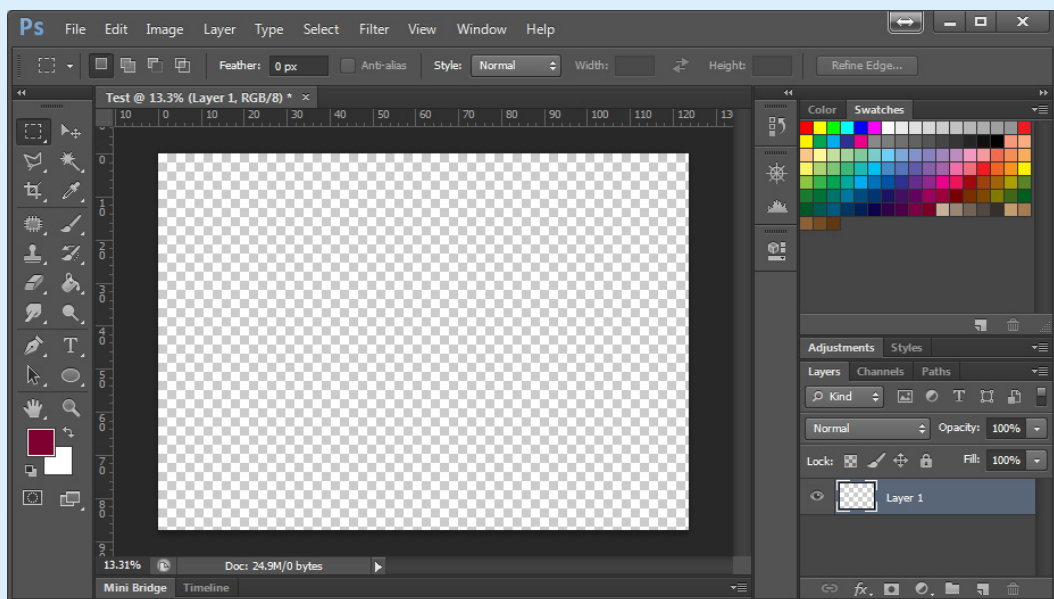
- โหมดสี RGB จะใช้กับงานกราฟิก สำหรับเว็บและภาพเคลื่อนไหว
- โหมดสี CMYK จะใช้สำหรับงานสิ่งพิมพ์



Background Contents : ใช้กำหนดพื้นหลังให้กับไฟล์งาน

โดยกำหนดได้ 3 รูปแบบคือ

1. พื้นหลังสีขาว (White)
2. พื้นสีที่กำหนดจากสีพื้นหลัง (Background Color)
3. พื้นหลังแบบโปร่งใส (Transparent)



ตัวอย่างการสร้างไฟล์งาน พื้นหลังแบบโปร่งใส (Transparent)

Ps Basic : Photoshop CS6

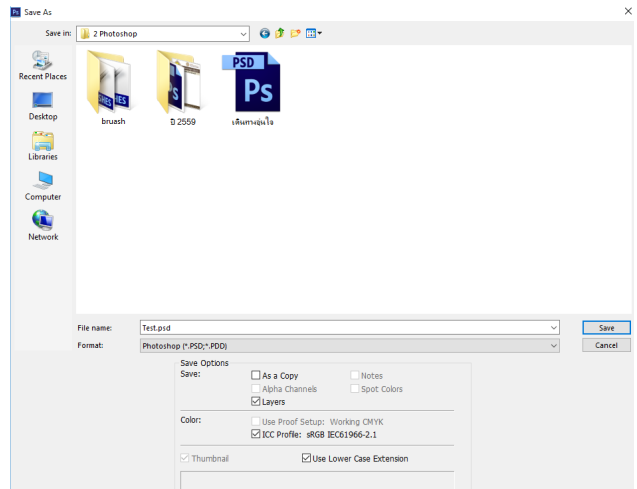
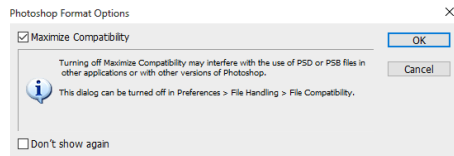
Basic 3 : การบันทึกงานแต่ละประเภท (Saving)

การบันทึกงาน (Save As) แบ่งได้หลายแบบ เช่น บันทึกเป็นไฟล์งาน Photoshop (PSD),TIFF, PNG, JPEG เพื่อให้เหมาะสมกับงานแต่ละประเภทจะนำไปใช้ต่อไป

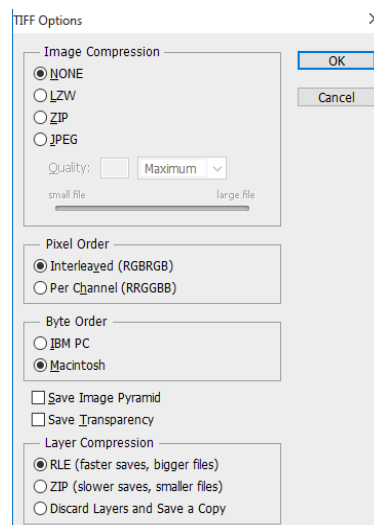
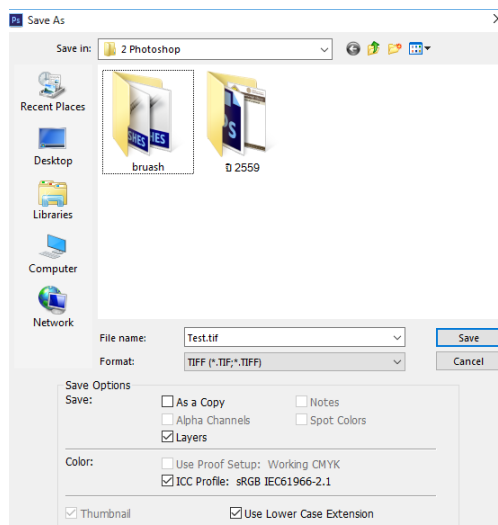


บันทึกงานเป็นไฟล์ PSD

การทำงานในโปรแกรม Photoshop จะมีการปรับแต่งหลายแบบ เมื่อทำการบันทึก ต้องให้แน่ใจว่าได้เลือกสิ่งที่ได้ปรับแต่งไว้ในงานประเภทต่างๆ อย่างครบถ้วน เช่น Layer, Alpha channel และอื่นๆ



แต่อย่าลืมดูให้แน่ใจว่าช่อง **As a copy** จะต้องไม่ถูกเลือก อีกอย่างเพื่อประหยัดเนื้อที่ของฮาร์ดดิสก์ ไม่ต้องทำเครื่องหมายเลือกที่ช่อง **Maximize compatibility** ถ้าแน่ใจว่าไม่ได้นำไปใช้กับ Photoshop ตระกูลอื่น เช่น Photoshop Lightroom เป็นต้น



บันทึกงานเป็นไฟล์ TIFF (สำหรับงานพิมพ์)

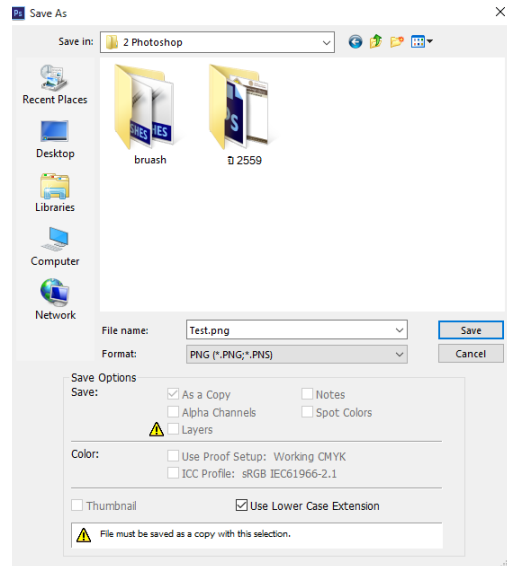
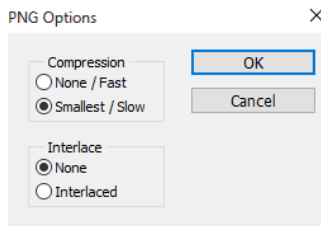
ก่อนบันทึกงาน ให้ทำการรวมเลเยอร์ให้เป็น **Flat Layer** ก่อน เพื่อลดขนาดไฟล์ เพราะไฟล์ประเภทนี้จะมีขนาดค่อนข้างใหญ่ แต่อย่าลืมขณะบันทึกต้องแน่ใจว่าได้เลือกที่ช่อง **Layer** ไว้ด้วย กรณีนี้จะสามารถเปิดไฟล์เพื่อมาแก้ไขในโปรแกรม **Photoshop** ได้อีก แต่ถ้าแน่ใจว่าไม่ต้องการกลับมาแก้ไขอีก ให้บันทึกโดยไม่ต้องเลือกช่อง **Layer** และให้กำหนดค่าใน **TIFF Option** แทนเพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการ

Ps Basic : Photoshop CS6



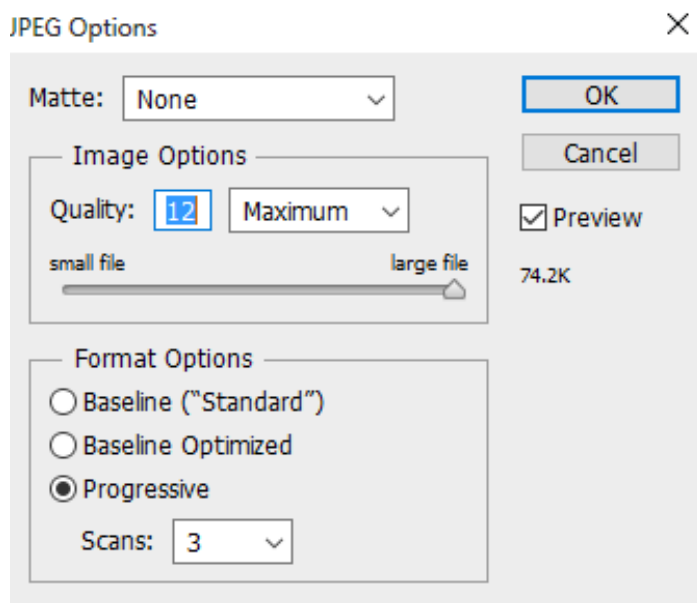
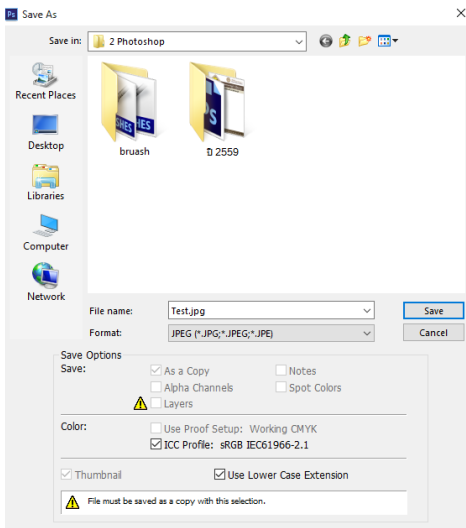
บันทึกงานเป็นไฟล์ PNG

การบันทึกงานประเภทนี้จะมขนาดไฟล์ที่ค่อนข้างเล็ก แต่ไม่สามารถเรียกกลับมาแก้ไขใน Photoshop ได้อีก เหมาะกับงานประเภทที่ใช้แสดงผลบนเว็บไซต์ และต้องการภาพพื้นหลังโปร่งแสง



บันทึกงานเป็นไฟล์ JPEG

ไฟล์ประเภทนี้จะให้ภาพที่ค่อนข้างสวยงาม แต่จะมีขนาดของไฟล์ใหญ่พอสมควร ก่อนบันทึกสามารถลองปรับค่าคุณภาพของภาพตามประเภทของงานที่จะนำไปใช้ สามารถปรับได้ตั้งแต่ 0 - 12 เรียงจากความละเอียดของภาพจากน้อยไปหามาก

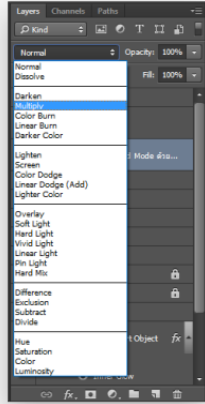


เทคนิค การเรียกคืนชิ้นงานเดิม ถ้าบังเอิญเผลอทำการบันทึกงานโดยไม่ตั้งใจ เช่น บางครั้งเราทำงานชิ้นนั้นแล้ว อยากรองทำอะไรบางอย่างกับงานชิ้นนั้น ซึ่งไม่ได้เป็นสิ่งที่เราต้องการจริงๆ แต่ดันไปบันทึกทับงานเดิม แล้วจะอย่างไร ?

--- โปรแกรม Photoshop มีจุดเด่นที่ให้เราเรียกงานก่อนหน้านั้นกลับคืนมาได้ โดยการใช History panel โดยเลือกขั้นตอน Open ชิ้นงานของเรา ทุกสิ่งก็จะกลับมาที่ขั้นเริ่มต้นที่เราเปิดภาพหรือชิ้นงานนั้นขึ้นมา แต่ครั้งนี้เราจะต้องการทำการบันทึกใหม่ เพราะไม้นั้นชิ้นงานของเราก็จะเป็นชิ้นงานที่แก้ไขโดยไม่ได้ตั้งใจเหมือนเดิม (เทคนิคนี้ใช้ได้กับงานที่ยังไม่ได้ปิด และยังคงอยู่บนหน้าโปรแกรมจอ)

เปลี่ยน Blend Mode ด้วยคีย์บอร์ด กด **Shift** พร้อม **-** หรือ **+**

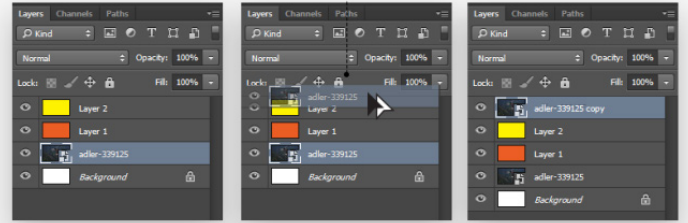
• เลเยอร์นั้นจะเปลี่ยนโหมดไปเรื่อยๆจนกว่าเราเลิกกด



Duplicate Layer ด้วยการลากเมาส์

เรารู้กันดีว่าการใช้ **⌘+ Move Tools** จับวัตถุลากพร้อมกด **Alt** เป็นการคัดลอกวัตถุได้ และเราทำแบบนี้กับ Layer ก็ได้นะ

ด้วยการจับที่ Layer พร้อมกด **Alt** แล้วลากไปยังตำแหน่งที่ต้องการ



TRIPS/TRICKS/FIXES

เทคนิคเล็กน้อย ที่บางคนอาจไม่รู้

ปรับขนาด Brush ด้วยคีย์บอร์ด

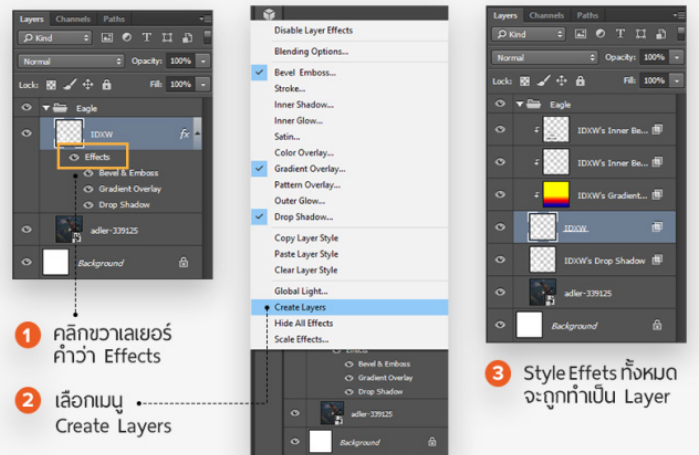
ขณะที่อยู่ในเครื่องมือ **Brush** สามารถย่อ/ขยาย
ขนาดของ Brush แบบเร็วๆได้ 2 วิธี



- คลิกขวาเปิดหน้าต่างแล้วเลือกขนาด หรือ
- กดเครื่องหมาย **[** เพื่อย่อ -
- กดเครื่องหมาย **]** เพื่อขยาย +

เปลี่ยน Effect Style ให้กลายเป็น Layer

การเปลี่ยนจากสไตล์ที่ยึดกับเลเยอร์ให้เป็นอิสระออกมามีประโยชน์คือ
เราสามารถจัดการได้มากขึ้นเช่นการ mask , Opacity , ปรับเปลี่ยนรูปร่าง



- 1 คลิกขวาเลเยอร์
คำว่า Effects
- 2 เลือกเมนู
Create Layers

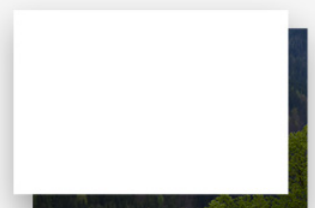
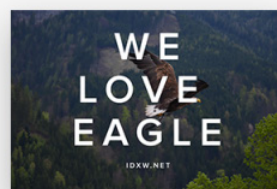
3 Style Effects ทั้งหมด
จะถูกทำเป็น Layer

เปลี่ยน Opacity ด้วยการ กดปุ่มตัวเลขบนคีย์บอร์ด

เลเยอร์นั้นจะเปลี่ยนความโปร่งใสไปตามค่าตัวเลขที่กด

- | | |
|-----------------|---|
| 0 = 100% | แต่ถ้ากดติดๆกันเร็วๆ
ก็จะได้ค่าเป็นเลขสองหลักได้ |
| 1 = 10% | |
| 2 = 20% | 00 = 0% |
| 3 = 30% | 83 = 83% |
| 4 = 40% | 25 = 25% |
| 5 = 50% | |
| 6 = 60% | |
| 7 = 70% | |
| 8 = 80% | |
| 9 = 90% | |

ลดขนาดไฟล์ .psd ด้วยการใส่สีขาวไว้เลเยอร์บนสุด



PSD
Ps
loveEagle.psd
152 MB

PSD
Ps
loveEagle.psd
103 MB

สร้าง Selection ด้วยการคลิกเลเยอร์

กดปุ่ม **Ctrl** ที่คีย์บอร์ดค้างไว้ แล้วไปคลิกที่เลเยอร์ที่ต้องการจะสร้าง Selection รูปทรงนั้น

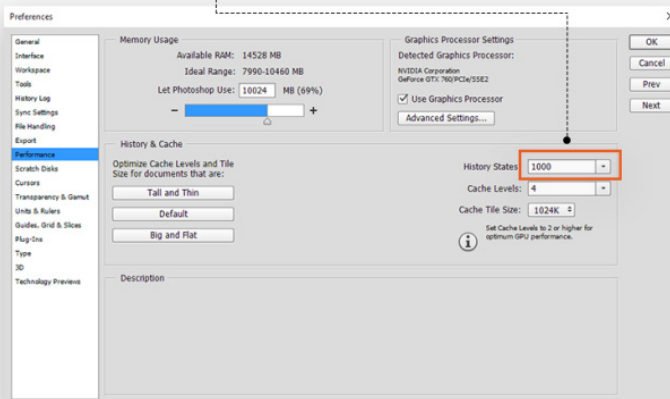


จะมี Icon นี้ที่คลิกเลย

Undo ย้อนหลังเป็นพันครั้ง

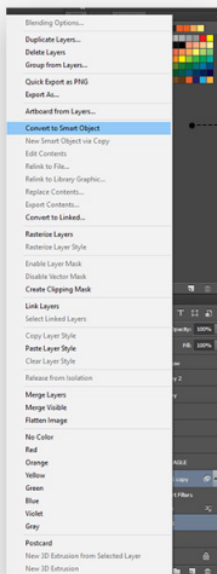
ไปที่ Edit > Preferences > Performance

ปรับตรง History States เท่าไรก็ได้ตามใจชอบสูงสุดคือ 1000 ครั้ง



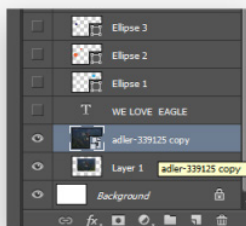
Smart Object ภาพชัดตลอดเวลา

คลิกขวาเลเยอร์แล้วเลือกไปที่ Convert to Smart Object



ปล.สามารถเลือกทีละหลายเลเยอร์ได้

เราจะได้เลเยอร์ที่สามารถย่อขยายได้ โดยไม่สูญเสียความละเอียดเหมือนปกติ แต่ข้อควรระวังคือไฟล์จะมีขนาดใหญ่ หากไม่มีการแก้ไขแล้วก็ควรเปลี่ยนกลับมาเป็น Raster

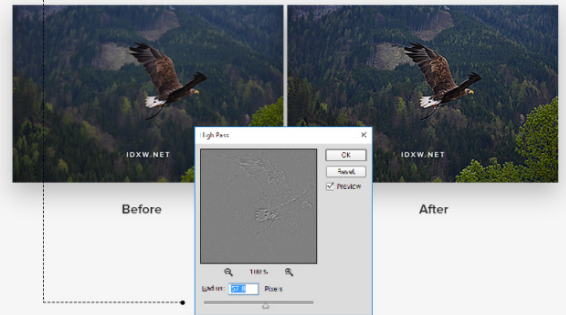


TRIPS/TRICKS/FIXES

เทคนิคเล็กน้อย ที่บางคนอาจไม่รู้

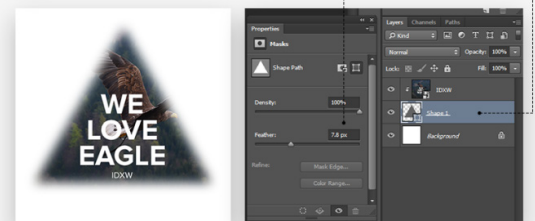
ทำภาพให้คมด้วย Filter High-Pass

- 1 Duplicate Layer ภาพที่จะทำให้คม
- 2 เปลี่ยน Blend Mode ให้เป็น Linear Light
- 3 ไปที่ Filter > Other > High Pass ปรับแต่งความคมได้ตามใจชอบเป็นอันจบเรื่อง



ใช้ Shape เป็น Mask สามารถปรับความฟุ้งได้

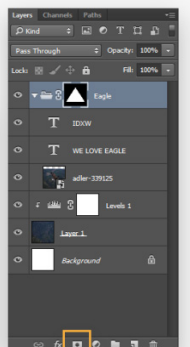
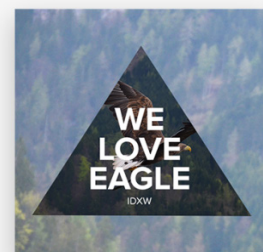
- 1 จับไปที่ Layer ของ Shape ที่ใช้เป็น Mask
- 2 เปิดหน้าต่าง Properties ปรับค่า Feather ตามความต้องการ



ปล. ข้อดีคือความยืดหยุ่นในการเปลี่ยนรูปทรงและความฟุ้งของ Mask ได้ง่ายมาก

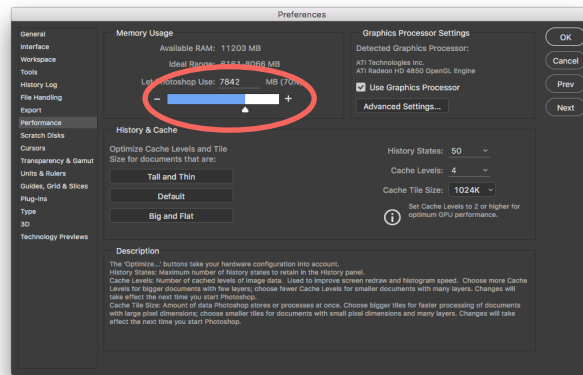
สร้าง Mask ที่ Folder ก็ได้

เพราะนอกจากจะใส่ Effect ได้แล้ว เรายังสามารถทำ Mask ทั้ง Folder ได้เช่นกัน ด้วยวิธีง่ายๆก็คือสร้าง Selection จับที่ Folder แล้วกดปุ่มคำสั่ง Mask Layer ปกติเลย



ปรับแต่ง ให้ทำงานลื่นปรืดๆ

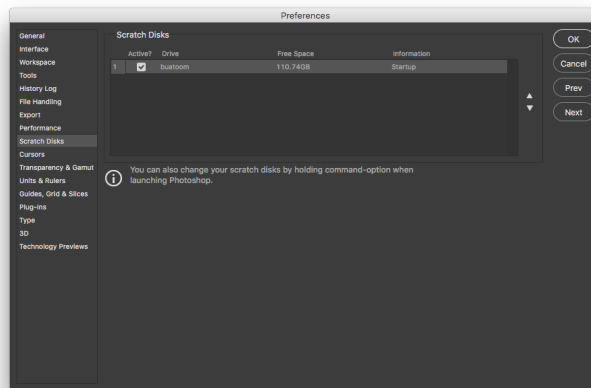
ทุกคนคงเคย หงุดหงิดกับความน่ารำคาญขณะทำงานบนโฟโต้ช็อป ทั้ง **กระตุก ช้า** หรือกระทั่งปิดตัวเองลงอย่างกะทันหัน แต่ไม่รู้จะแก้อย่างไร วันนี้เราจะมาดูวิธีการปรับค่าเบื้องต้นเพื่อให้ Ps ทำงานได้ดีขึ้น สมูทมากขึ้น และใช้ประสิทธิภาพเครื่องอย่างเต็มที่ ด้วยวิธีการปรับแต่งเพียงไม่กี่ขั้นตอนเท่านั้น



1. Adjust memory usage : ปรับแต่งการใช้หน่วยความจำของ Ps

เราสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของ Ps ได้ด้วยการเพิ่มการใช้แรมของระบบ โดยค่าตั้งต้นของโปรแกรมจะตั้งค่าไว้ที่ **70%** ในกรณีที่เราใช้โปรแกรมเพียงโปรแกรมเดียวทำงานแต่มีแรมน้อย ลองเปลี่ยนการอนุญาตการใช้แรมจาก **70%** เป็น **100%** ได้

โดยปรับการใช้หน่วยความจำผ่าน Performance preferences dialog box (Edit > Preferences > Performance (Windows), Photoshop > Preferences > Performance (Mac.)) ตั้งค่าเสร็จแล้วต้อง Restart Ps ด้วย

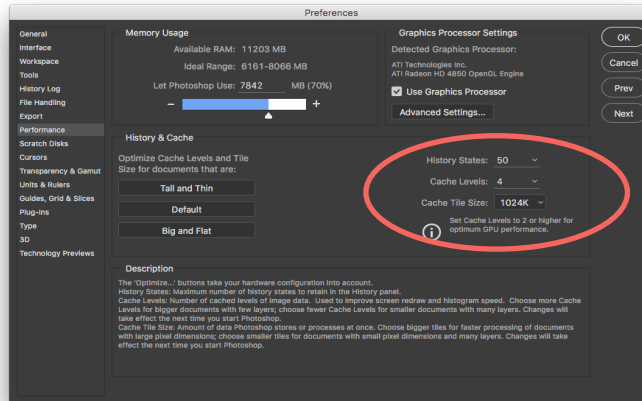


2. Manage scratch disks : จัดการฮาร์ดดิสก์ เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

Ps จะมีการเขียนไฟล์ชั่วคราวลง HardDisk ในกรณีไฟล์งานมีขนาดใหญ่เกินกว่าจะเขียนลงบนแรม หรือกรณีแรมเต็ม การเลือกใช้ scratch disks จึงมีผลต่อประสิทธิภาพของการทำงานอยู่พอสมควร ในกรณีมีฮาร์ดดิสก์มากกว่าหนึ่งลูก ให้เลือกใช้ ลูกที่ไม่ได้ใช้เป็น OS ไว้ หรือในกรณีมีฮาร์ดดิสก์ที่เป็น SSD ก็จะทำให้ประสิทธิภาพการทำงานดีขึ้นไปอีก

โดยสามารถเลือกลำดับการเรียกใช้งานได้ผ่าน Scratch Disks preferences dialog box (Edit > Preferences > Scratch Disks (Windows), Photoshop > Preferences > Scratch Disks (Mac.)) ตั้งค่าเสร็จแล้วต้อง Restart Ps ด้วย

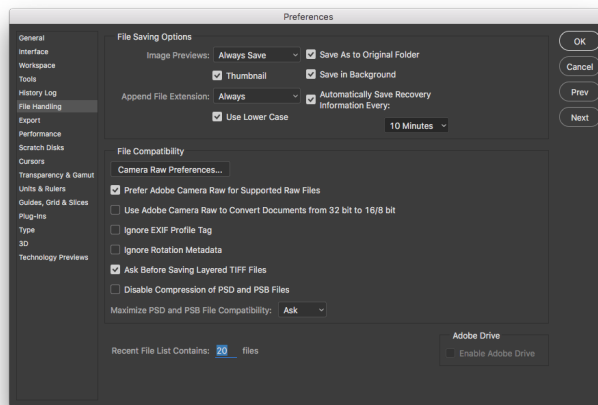
ปรับแต่ง ให้ทำงานลื่นปรืดๆ



3. Limit history states : ตั้งค่า จำนวน history

Ps สามารถตั้งค่าการจำขั้นตอนการทำงาน เพื่อกลับไปแก้ไขได้ ตั้งแต่ 20-1,000 ครั้ง ค่า default ของโปรแกรม จะเป็น 50 ครั้ง ยิ่งตั้งค่าเยอะครั้ง Ps ยิ่งต้องใช้หน่วยความจำมากขึ้น

สามารถปรับแต่งได้ที่ Performance preferences dialog box (Edit > Preferences > Performance (Windows), Photoshop > Preferences > Performance (Mac).)



4. recovery and background save : ตั้งค่าการบันทึกไฟล์อัตโนมัติ

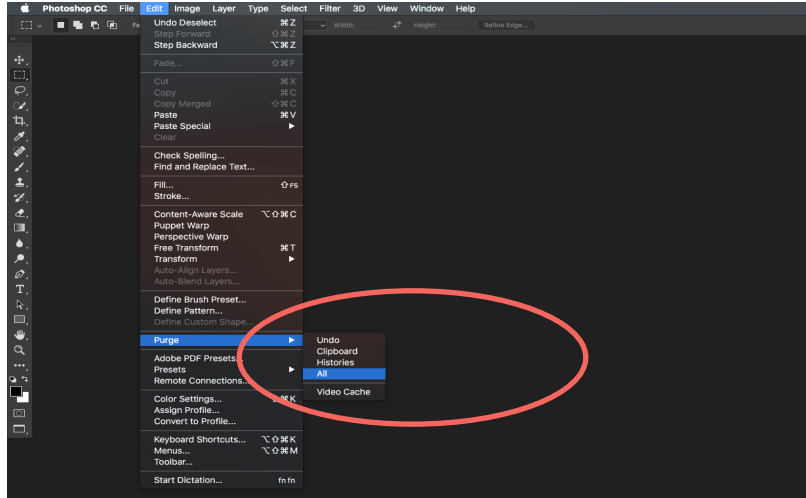
Ps จะตั้งค่า default ในการ Auto save เอาไว้เพื่อกรณีที่ โปรแกรมปิดฉับพลัน เมื่อเปิดโปรแกรมอีกครั้ง จะสามารถ Recover งานกลับมาได้ แต่แน่นอน ยิ่ง save บ่อยก็ยิ่งทำให้เครื่องช้า

ลองปรับเพื่อความเหมาะสมได้ที่ File Handling preferences dialog box (Edit > Preferences > File Handling (Windows), Photoshop > Preferences > File Handling (Mac).)

5. หมั่นปิดไฟล์ที่ไม่จำเป็นทิ้ง

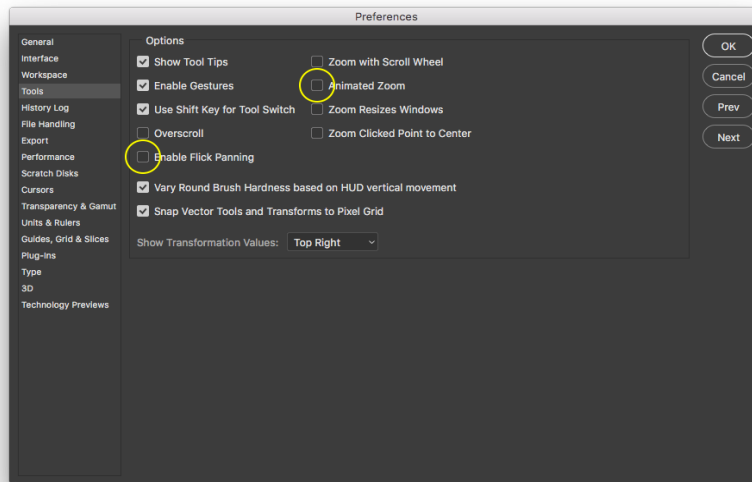
บ่อยครั้งที่เราต้องเปิดไฟล์มากมายเพื่อการทำงาน โยนย้ายข้ามกันไปมา และในที่สุดก็เปิดทิ้งไว้ไม่ได้ปิด ไฟล์เหล่านี้ล้วนใช้หน่วยความจำทั้งสิ้น ลองฝึกนิสัยปิดไฟล์ที่ไม่จำเป็น ก็จะทำให้ประสิทธิภาพการทำงานของ โปรแกรมสูงขึ้นได้

ปรับแต่ง ให้ทำงานลื่นปรืดๆ



6. Purge Memory : เคลียร์หน่วยความจำ ด้วย Purge Command

เราสามารถล้างข้อมูลทั้งหมดของ History, Clipboard เพื่อเพิ่มหน่วยความจำได้ ด้วยคำสั่ง purge (Edit > Purge > All) แต่ทุกอย่างหายเกลี้ยงนะ



7. ปิด Animation ต่างๆ ที่ไม่จำเป็น

ลองปิด อนิเมท ในการซูมหรือแพนดู จะสังเกตได้ว่าอาการกระตุกในการทำงานจะลดลง (Edit > Preferences > Tools (Windows), Photoshop > Preferences > Tools (Mac).)

- Animated Zoom (มีอนิเมชันระหว่างการซูม)
- Enable Flick Panning (มีอนิเมชันระหว่างการแพน)

8. ปิด Rulers เมื่อไม่ต้องใช้งาน

อาการกระตุกเกิดจาก การเปิด Rulers ขณะทำงานนั่นเอง

สามารถปิด Rulers ได้ที่ (View>Rulers) หรือ Ctrl + R จะสังเกตเห็นความแตกต่างได้ในทันที

Ai

Basic : Illustrator cs6



Adobe Illustrator เป็นโปรแกรมที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในการออกแบบกราฟิก โดยที่โปรแกรมนี้มักจะนำไปใช้สำหรับการวาดภาพ หรือการออกแบบสัญลักษณ์

เนื่องจากเป็นโปรแกรมที่ทำงานด้วยระบบ **Vector** ซึ่งเป็นการสร้างภาพกราฟิกจากการคำนวณของโปรแกรม โดยไม่จำเป็นต้องกำหนดความละเอียดของภาพทำให้รูปภาพที่วาดจากโปรแกรมนี้มีความคมชัดสวยงาม และยังสามารถปรับเปลี่ยนขนาดได้หลายครั้ง โดยที่คุณภาพของภาพยังคงเดิม

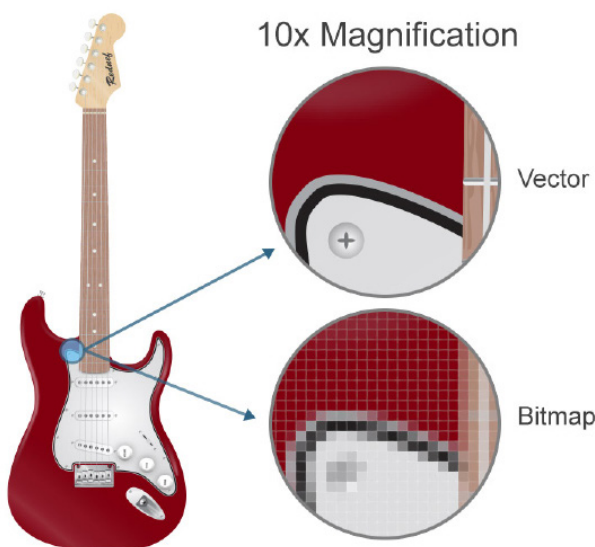
จุดเด่นของโปรแกรม **Illustrator** ภาพที่ได้จากการวาดภาพ จะมีลักษณะเป็นภาพกราฟิกประเภทเวกเตอร์ ซึ่งจะมีความคมชัดอย่างมาก เนื่องจากลายเส้นของภาพประเภทเวกเตอร์จะไม่แตกเหมือนกับภาพบิตแมพ

โดยไฟล์ภาพที่ได้จากโปรแกรม **Illustrator** จะมีความคมชัด ไฟล์ที่ได้จะมีนามสกุลเป็น **.ai, .pdf, .eps** สามารถนำไปใช้กับโปรแกรมที่มีความสามารถในการออกแบบกราฟิกอื่นๆ ได้ไม่ว่าจะเป็นโปรแกรม **Photoshop, Flash, InDesign** ฯลฯ

ภาพบนคอมพิวเตอร์นั้น มีวิธีการประมวลผล 2 แบบแตกต่างกัน ดังนี้

- **การประมวลผลแบบเวกเตอร์ (vector)** เป็นการประมวลผลแบบอาศัยการคำนวณทางคณิตศาสตร์ โดยมีสีและตำแหน่งของสีที่แน่นอน ฉะนั้นไม่ว่าเราจะเคลื่อนย้าย ย่อ หรือ ขยาย ภาพก็จะไม่เสียรูปทรงทางเรขาคณิต โปรแกรม **illustrator** เป็นโปรแกรมที่ประมวลผลภาพแบบเวกเตอร์

- **การประมวลผลแบบบิตแมพ (Bitmap)** เป็นการประมวลผลแบบอาศัยค่าสีในแต่ละพิกเซล โดยแต่ละพิกเซลจะมีการเก็บค่าสีที่เจาะจงในแต่ละตำแหน่ง ซึ่งเหมาะกับภาพที่มีลักษณะแบบภาพถ่าย โปรแกรมที่ประมวลผลภาพแบบบิตแมพ ได้แก่ **Photoshop, Paint** เป็นต้น

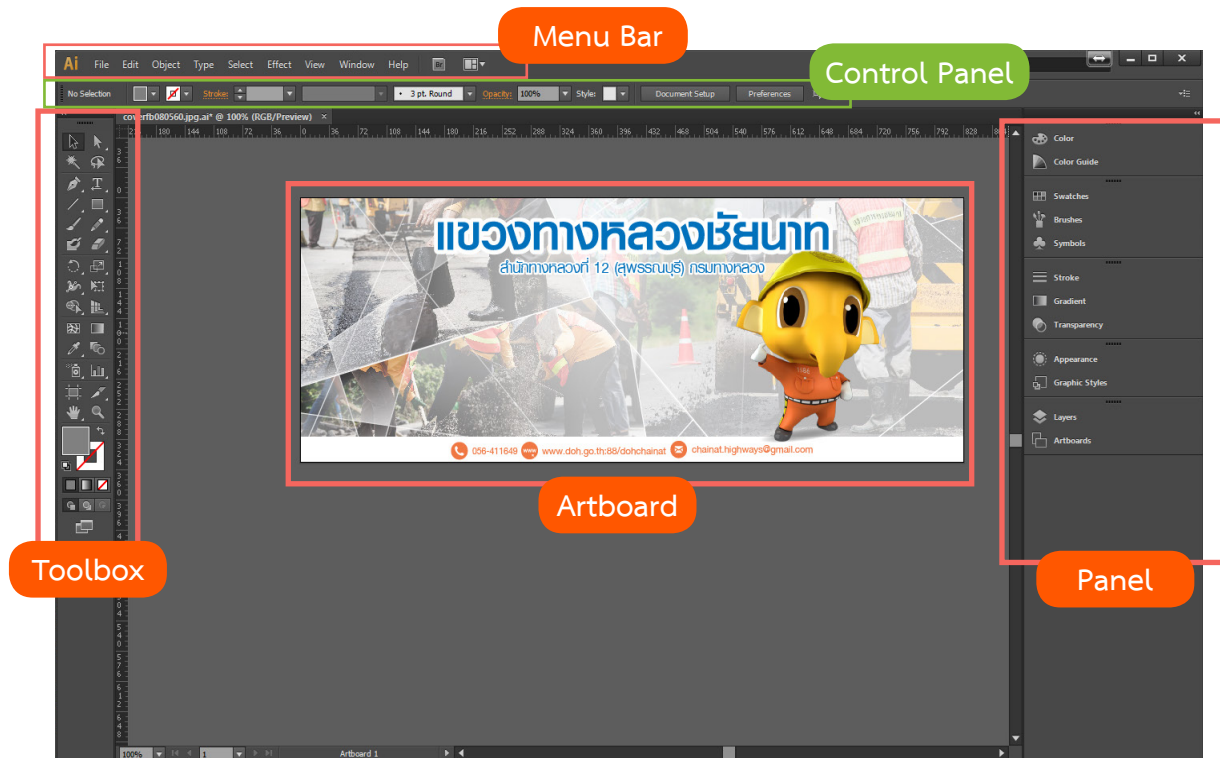


Bitmap	Vector
1. ลักษณะภาพประกอบขึ้นด้วยจุดต่างๆ มากมาย	1. ใช้สมการทางคณิตศาสตร์เป็นตัวสร้างภาพ โดยรวมเอา Object (เช่น วงกลม เส้นตรง) ต่างชนิดมาผสมกัน
2. ภาพมีจำนวนพิกเซลคงที่ จึงต้องการค่าความละเอียดมากขึ้นเมื่อขยายภาพ โดยจะคำนวณค่าสีทีละ pixels ทำให้ภาพแตกเมื่อขยายภาพให้ใหญ่	2. สามารถย่อและขยายขนาดได้มากกว่า โดยสัดส่วนและลักษณะของภาพยังเหมือนเดิม ความละเอียดของภาพไม่เปลี่ยนแปลงให้ใหญ่
3. เหมาะสำหรับงานกราฟิก ในแบบที่ต้องการให้แสงเงาในรายละเอียด	3. เหมาะสำหรับงานแบบวาง Layout งานพิมพ์ตัวอักษร Line Art หรือ Illustration
4. แสดงภาพบนจอทันที เมื่อรับคำสั่งย้ายข้อมูลจากหน่วยความจำที่เก็บภาพ ไปยังหน่วยความจำของจอภาพ	4. คอมพิวเตอร์จะใช้เวลาในการแสดงภาพมากกว่า เนื่องจากต้องทำตามคำสั่งที่มีจำนวนมากกว่า

Ai

Basic : Illustrator cs6

ส่วนประกอบโปรแกรม Illustrator CS6



เมนูบาร์ / Menu Bar : ประกอบด้วยชุดคำสั่งที่จัดไว้เป็นหมวดหมู่ดังนี้

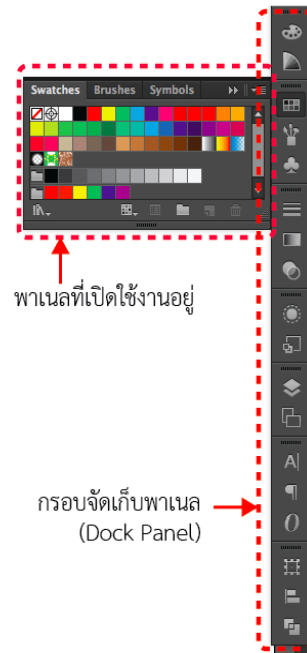


- File :** ใช้สำหรับจัดการไฟล์ สร้างไฟล์, เปิดไฟล์, Save, Import, Export
- Edit :** ใช้สำหรับแก้ไขงาน Cut, Copy, Paste, Undo, กำหนดค่าสี, กำหนดคุณสมบัติเส้นไกด์ เส้นกริด
- Object :** ใช้หมุนวัตถุ, เรียงลำดับชั้นวัตถุ, แปลงคุณสมบัติวัตถุ
- Type :** ใช้สำหรับจัดการกับตัวอักษร เปลี่ยนรูปแบบ, กำหนดขนาดตัวอักษร, กำหนดระยะห่าง ฯลฯ
- Select :** เป็นชุดคำสั่งสำหรับเลือกชิ้นส่วนต่างๆ ของวัตถุ
- Effect :** เป็นชุดคำสั่งสำหรับใส่ลูกเล่นพิเศษให้กับวัตถุ เช่น เพิ่มเงา, บิดงอรูปทรง, เบลอ, เป็นต้น
- View :** เป็นชุดคำสั่งสำหรับเลือกรูปแบบการแสดงผล เช่น การแสดงแถบไม้บรรทัด, เส้นไกด์, เส้นกริด, การซูมภาพ
- Window :** เป็นชุดคำสั่งสำหรับเลือกใช้งาน Panel และเลือกรูปแบบพื้นที่การทำงาน Workspace
- Help :** เป็นชุดคำสั่งที่รวบรวมวิธีการใช้งานและคำแนะนำเพื่อช่วยเหลือผู้ใช้โปรแกรม

Ai Basic : Illustrator cs6

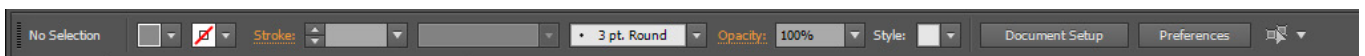
พาเนลควบคุมการทำงาน (Panel)

เป็นหน้าต่างย่อยที่รวบรวมคุณสมบัติการทำงาน
ของเครื่องมือต่างๆ ให้เราเลือกปรับแต่งการใช้งาน
ได้ง่ายๆ ไม่ต้องเปิดหาแถบคำสั่ง ซึ่งพาเนลจะถูกจัด
เก็บไว้ในกรอบจัดเก็บพาเนลด้านขวาของหน้าจอ



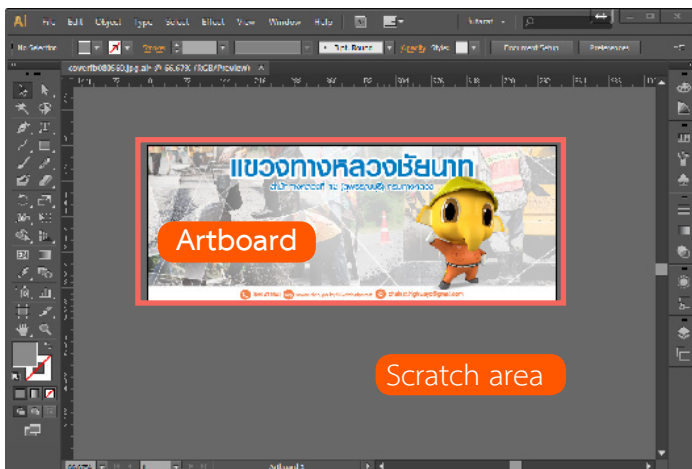
คอนโทรลพาเนล (Control Panel)

เป็นแถบตัวเลือกสำหรับกำหนดค่าต่างๆ ของวัตถุ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้ให้สามารถ
กำหนดค่าสี ขนาด ตำแหน่ง และคุณสมบัติต่างๆ ของวัตถุที่เลือกได้ง่ายขึ้น



พื้นที่การทำงาน (Artboard)

เป็นบริเวณที่เราใช้วางวัตถุเพื่อสร้างชิ้นงาน
ส่วนพื้นที่นอกเหนือจากนั้น (Scratch area)
เป็นบริเวณที่เราวางวัตถุแต่ไม่ต้องการให้
แสดงในชิ้นงานใช้เพื่อพักวัตถุ หรือเผื่อไว้ใช้
ในภายหลัง







Ai Basic : Illustrator cs6

กล่องเครื่องมือ / Toolbox




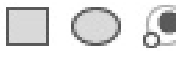


เป็นชุดเครื่องมือที่ใช้ในการสร้างส่วนประกอบต่างๆ ของชิ้นงานลงบน Artboards
 ซึ่งในชุดเครื่องมือจะแบ่งกลุ่มเครื่องมือตามลักษณะการใช้งาน ดังนี้

- | | | | |
|--|---|---|--|
|  | กลุ่มคำสั่งเกี่ยวกับการเลือกวัตถุ |  | กลุ่มคำสั่งเกี่ยวกับการสร้างวัตถุแบบพิเศษ |
|  | กลุ่มคำสั่งเกี่ยวกับการวาดภาพและใส่ตัวอักษร |  | กลุ่มคำสั่งเกี่ยวกับการมองชิ้นงานในรูปแบบต่างๆ |
|  | กลุ่มคำสั่งพิเศษเกี่ยวกับการปรับแต่งวัตถุ |  | กลุ่มคำสั่งในการเลือกสีในชิ้นงานและเส้นขอบชิ้นงาน |
|  | กลุ่มคำสั่งเกี่ยวกับการระบายสีและการตกแต่งภาพ |  | กลุ่มคำสั่งเพิ่มเติมเกี่ยวกับการวาด |
| | |  | กลุ่มคำสั่งเกี่ยวกับการแสดงผลหน้าจอของ illustrator |

Selection Tool เครื่องมือกลุ่มนี้ว่าด้วย การเลือกวัตถุ ประกอบไปด้วย

-  Selection Tool (ลูกศรสีดำ) ใช้เลือกวัตถุทั้งชิ้น
-  Direct-Selection Tool (ลูกศรสีขาว) ใช้เลือก points หรือ path ของวัตถุ (กดคีย์ Alt)
-  Magic wand (ไม้เท้าวิเศษ) ใช้เลือกวัตถุที่มีสีเดียวกัน ใช้งานเหมือนใน Photoshop (กดคีย์ Alt + Shift)
-  Lasso Tool ใช้เลือกโดยการคลิกเมาส์ Drag .ใช้งานเหมือนใน Photoshop (กดคีย์ Alt + Shift)

Create Tool เครื่องมือกลุ่มนี้ว่าด้วย การสร้าง Objects (เส้น รูปทรงต่างๆ ตัวหนังสือ) ประกอบไปด้วย

-  **Pen Tool** ใช้สร้างเส้น parth อย่างแม่นยำ โดยการใช้แขน มีผลทำให้ object มีจุดน้อยมาก ส่วนเครื่องมือย่อยจะเอาไว้ใช้ปรับแต่ง curved ในส่วนการเพิ่มจุด ลบจุด หักแขนของแกนเส้นสัมผัส (กดคีย์ Alt)
-  **Type tool** ใช้พิมพ์ตัวหนังสือ ข้อความต่างๆ ส่วนเครื่องมือย่อย ใช้พิมพ์ตัวหนังสือให้อยู่ในกรอบ ทำตัวอักษรวิ่งตาม paths หรือพิมพ์ตัวอักษรให้รูปแบบต่างๆ
-  **Line segment tool** ใช้ลากเส้น เช่น ทำขดกันหอย ทำ grid ของตาราง grid แบบใยแมงมุม เส้นโค้ง/ตรง
-  **Basic shape tool** ใช้วาดรูปทรงพื้นฐานเรขาคณิตและวงกลม รูปดาว แต่ที่เด่นที่สุดคือ flare tool ใช้สร้างเอฟเฟค lens-flare (กดคีย์ Alt หรือ Shift และ Alt+Shift)
-  **Paintbrush tool** แปรงที่เอาไว้สร้างเส้น parth โดยการ drag เมาส์ลากอย่างอิสระ (กดคีย์ Alt)
-  **Pencil tool** จะคล้าย paintbrush tool แต่จะมีเครื่องมือย่อยให้เรียกใช้ในการแก้ไขเส้น ซึ่งจะช่วยในการปรับแต่งแก้ไข และทำให้งานดูดี+เร็วขึ้น (กดคีย์ Alt)

Ai

Basic : Illustrator cs6

กล่องเครื่องมือ / Toolbox

Transform tool เครื่องมือกลุ่มนี้ว่าด้วย การปรับแต่งรูปทรงของวัตถุ (หมุน เอียง บิด กลับด้าน) (กดคีย์ Alt)



Rotate Tool ใช้ในการหมุนวัตถุ



Twirl Tool ใช้ในการบิดวัตถุตามจุดที่กำหนด



Reflect Tool ใช้ในการกลับด้านวัตถุ



Pucker Tool ใช้ในการดึงจุดจุดให้เข้าสู่จุดศูนย์กลาง



Spiral Tool ใช้ในการบิดวัตถุ



Bloat Tool ใช้ในการทำให้วัตถุแบบออก



Scale Tool ใช้ในการปรับย่อ-ขยายวัตถุ



Scalloped Tool ใช้ดึงวัตถุเข้าสู่ศูนย์กลาง พร้อมสร้างรอยหยัก



Shear Tool ใช้ในการเอียงวัตถุ



Crystalize Tool ขยายวัตถุออกจากศูนย์กลาง+รอยหยัก



Reshape Tool ใช้ในการเพิ่มจุด และดึงยึดวัตถุ



Wrinkle Tool ใช้ในการสร้างคลื่นให้วัตถุ



The warp Tool ใช้ในการโน้มวัตถุให้บิดเบี้ยว



Free transform Tool ปรับแต่งรูปทรงโดยอิสระ

Special tool เครื่องมือที่จัดการเกี่ยวกับ Symbol และ Graph



Symbol Tool ใช้จัดการเกี่ยวกับ symbol ซึ่งมีเครื่องมือย่อยมากมาย เพราะเครื่องมือแต่ละชิ้นมีไอคอนที่ง่ายต่อการเข้าใจอยู่แล้ว ขอให้ทดลองนำไปใช้เอง เพื่อทำความเข้าใจว่า tool แต่ละชิ้นใช้ทำอะไรได้บ้าง (กดคีย์ Alt)



Graph Tool ใช้สร้าง graph ในรูปแบบต่างๆ (กดคีย์ Alt หรือ Shift และ Alt+Shift)










Adobe
Illustrator







Ai Basic : Illustrator cs6

กล่องเครื่องมือ / Toolbox

Paint color tool กลุ่มเครื่องมือที่ใช้จัดการเรื่องสี

-  Mesh Tool เครื่องมือที่เจ๋งสุดขีด (แต่ควบคุมยาก) โดยการสร้าง point และมีแกนในการควบคุม (กดคีย์ Alt+Shift)
-  Gradient Tool เครื่องมือไล่ระดับสี ซึ่งมีการไล่ระดับอยู่ด้วยกัน 2 แบบ คือ Linear และ Radial ใช้การลากจากจุดเริ่มต้นและสิ้นสุดที่จุดปล่อยเมาส์ ในการควบคุมการไล่ระดับของสี (กดคีย์ Shift)
-  Eyedropper Tool หลอดดูดสี ใช้ copy สีของวัตถุ (กดคีย์ Alt และ Alt+Shift)
-  Paint bucket Tool ส่วนใหญ่จะใช้ควบคู่กับ eyedropper tool โดยใช้เทสีลงบนวัตถุ (กดคีย์ Alt)
-  Measure Tool เครื่องมือวัดขนาด (กดคีย์ Shift)
-  Blend tool เครื่องมือไล่ระดับการเปลี่ยนรูปร่างและสี สามารถควบคุมการไล่ระดับได้ 3 ชนิด
-  Auto Trace tool ใช้ในการ trace จากภาพต้นฉบับที่เป็น bitmap ไปเป็น Vector

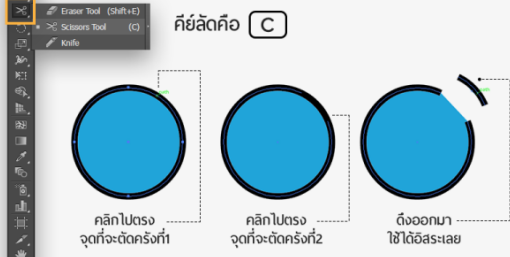
View Tool กลุ่มเครื่องมือเน้นที่มุมมองเป็นหลัก

-  Slice Tool ใช้เกี่ยวกับการตัดแบ่งภาพออกเป็นส่วนๆ ใช้ในงานเว็บ
-  Scissors Tool ใช้คลิกบริเวณ outline ของวัตถุเพื่อกำหนดจุดตัด 2 จุดเพื่อแยกวัตถุออกจากกัน (กดคีย์ Alt)
-  Knife Tool ใช้ลากผ่านวัตถุเพื่อแยกวัตถุออกจากกันเป็น 2 ส่วน โดยจะทำการ close paths โดยอัตโนมัติ (กดคีย์ Alt)
-  Hand Tool ใช้เลื่อนดูบริเวณพื้นที่การทำงานบนหน้าจอ (กดคีย์ Spacebar)
-  Page Tool ใช้กำหนด Print Size
-  Zoom Tool ใช้ย่อและขยายพื้นที่การทำงาน (กดคีย์ Ctrl+Spacebar และ Ctrl+Alt+Spacebar)

THE SCISSORS TOOL

เครื่องมือกรรไกร ใช้ตัดจุด/เส้นออกเป็นอิสระ

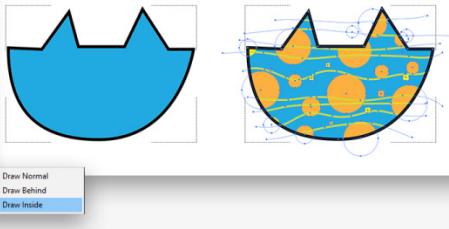
เพียงคลิกกรรไกรบนเส้นพาร์ท จุดนั้นจะถูกตัดออกจากวัตถุทันที และหากคลิกในจุดที่สอง เส้นที่อยู่ระหว่างสองจุดจะถูกตัดออกทันที



DRAW INSIDE

วาดรูปในวัตถุอย่างกับ ทำ Mask แบบอัตโนมัติ

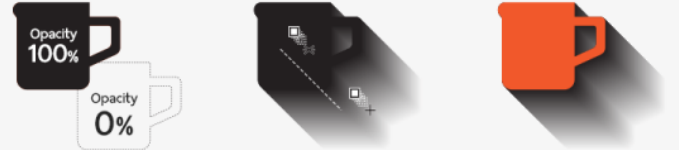
- เลือกจับวัตถุเป้าหมายที่ต้องการ
- ไปที่เครื่องมือเลือกแล้วคลิกที่ไอคอนด้านล่างให้เป็น Draw Inside
- อยากวาดอะไรที่วาดเลย...พอใจแล้วก็เปลี่ยนกลับเป็น Normal



LONG SHADOW

ทำ Long Shadow แบบง่ายๆ

- วาดวัตถุมาหนึ่งชิ้น
- ถือแป้นขึ้นมาอีกอันแล้วเปลี่ยนเป็นสีดำ
- ลากเฉียงลง 45 องศา พร้อมกด **Alt** เพื่อถือแป้นอีกอัน
- วัตถุที่ถือปามาให้อยู่ด้านหลัง Arrange > Send to Back และปรับค่า Opacity เป็น 0
- ใช้เครื่องมือ **blend** คลิกจากอันแรกไปอีกอันแบบ Specified Steps
- Arrange วัตถุที่เป็นเงาให้ลงไปอยู่หลังสุด Arrange > Send to Back



* ก่อน Blend วัตถุที่มีความซับซ้อน อย่าลืมทำ Make Compound Shape ก่อน

Ai

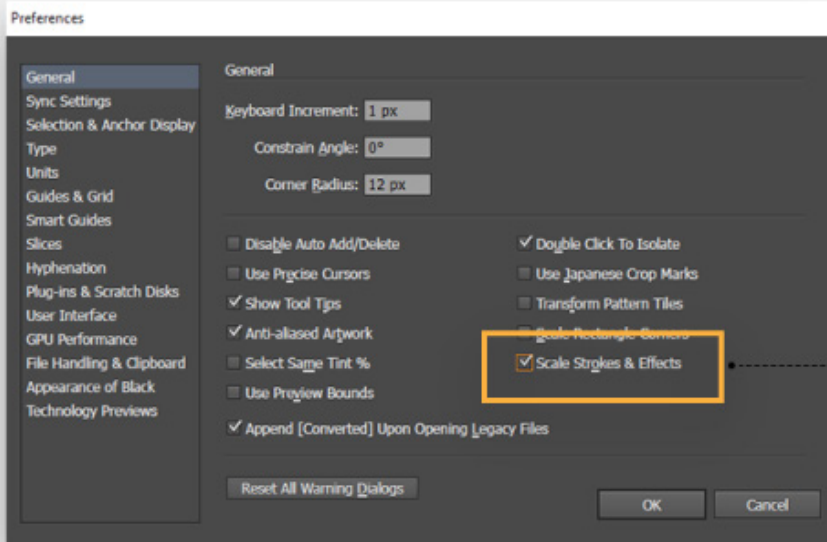
TRIPS/TRICKS/FIXES

เทคนิคเล็กน้อย ที่มักถูกมองข้าม

SCALE STROKES AND EFFECTS

ย่อขยายวัตถุโดยที่ Stroke กับ Effects เปลี่ยนหรือไม่เปลี่ยนไปตามขนาดของวัตถุ

ไปที่ Edit > Preferences > General





TRIPS/TRICKS/FIXES

เทคนิคเล็กน้อย ที่มักถูกมองข้าม

SHAPE BUILDER TOOL

แยกหรือรวม วัตถุอย่างรวดเร็ว

คีย์ลัดคือ **Shift + M**

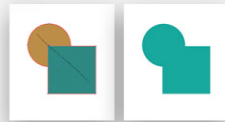
แยกวัตถุ

- 1 เลือกจับวัตถุเป้าหมาย
- 2 **คลิก**บริเวณที่ซ้อนทับกัน



รวมวัตถุ

- 1 เลือกจับวัตถุเป้าหมาย
- 2 **ลากผ่าน**บริเวณที่ซ้อนทับกัน

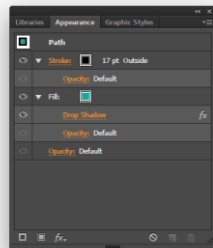


THE APPEARANCES PANEL

หน้าต่าง Appearances ที่เดียวจัดการหลายอย่าง

เป็นเครื่องมือที่จะช่วยกำหนดค่าต่างๆ เช่น Fill, Stroke, Effect Opacity ที่เราใส่ไว้ให้กับมันในทีเดียวโดยไม่ต้องไปปรับในแต่ละส่วน

ไปที่ Window > Appearance



BLOB BRUSH

วาดเส้นบรัชที่ต่อเนื่อง และ Create Outline กันที

ช่วยประหยัดเวลาและลดขั้นตอนการครีเอตพาร์ทแล้วต้องมารวมเส้นทีหลัง

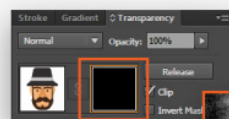
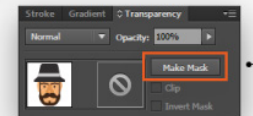
คีย์ลัดคือ **Shift + B**



OPACITY MASKS

ใช้ภาพขาวดำทำ Texture Mask

- 1 เลือกวัตถุที่ต้องการmask
- 2 กดปุ่ม **Make Mask** ใน Panel Transparency
- 3 กดเลือกด้านขวาเพื่อใช้เป็นทิววาทวัตถุที่ใช้เป็น Mask
- 4 วางรูปภาพหรือกราฟฟิคที่เป็นสีขาวดำโดยสีขาวจะเป็นส่วนที่มองเห็นและสีดำจะเป็นส่วนที่ถูกบังให้มองไม่เห็น

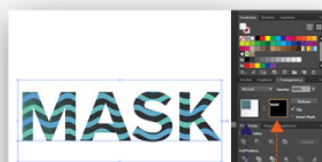
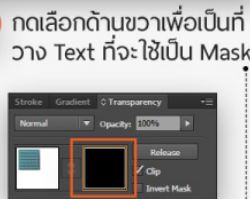
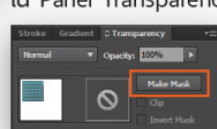
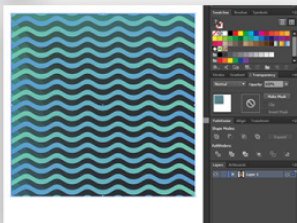


ภาพจะออกจากการทำงานของ Mask ที่แค่กดด้านซ้าย

TEXT MASKS

ใช้ Text Mask ภาพก็ได้นะ ①

- 1 เลือกวัตถุที่ต้องการmask
- 2 กดปุ่ม **Make Mask** ใน Panel Transparency
- 3 กดเลือกด้านขวาเพื่อเป็นทิววาท Text ที่จะใช้เป็น Mask
- 4 วางหรือพิมพ์ Text ลงไป โดยที่กำหนดให้ตัวอักษรเป็นสีขาวเท่านั้น



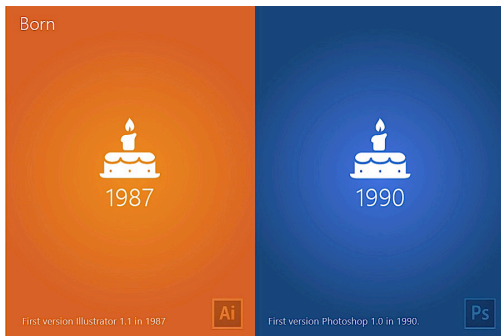
ภาพจะออกจากการทำงานของ Mask ที่แค่กดด้านซ้าย

TEXT MASKS

ใช้ Text Mask ภาพก็ได้นะ ②

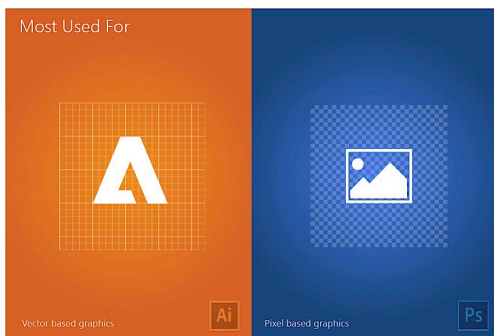
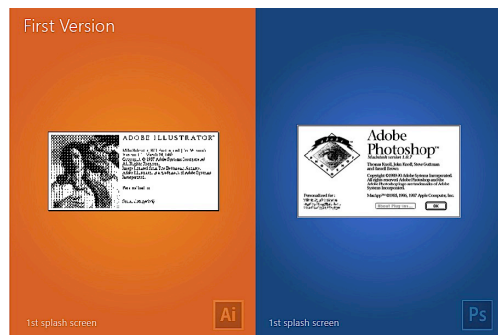
- 1 เลือกวัตถุที่ต้องการทำ Clipping mask
- 2 พิมพ์ตัวอักษร ไม่ต้อง Create Outline **T**
- 3 จับวัตถุทั้งสองอัน กด **Ctrl + 7**





Illustrator เกิดเมื่อปี 1987 : Photoshop เกิดเมื่อปี 1990
 แนนอน Illustrator คือพี่ชายของเจ้า Photoshop

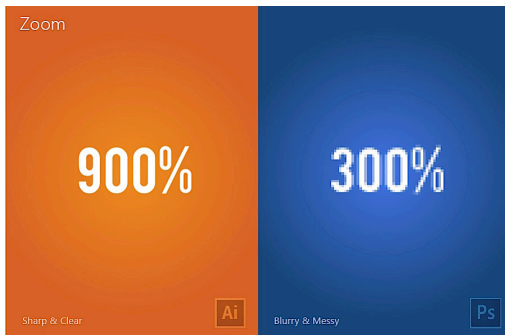
หน้าตาของโปรแกรมในยุคแรกเริ่ม



สองพี่น้องมีการถูกใช้งานที่ต่างกัน
 Illustrator เกิดมาเพื่อทำ Graphic จำพวก Vector
 Photoshop เกิดมาเพื่อทำ Graphic จำพวก Pixel

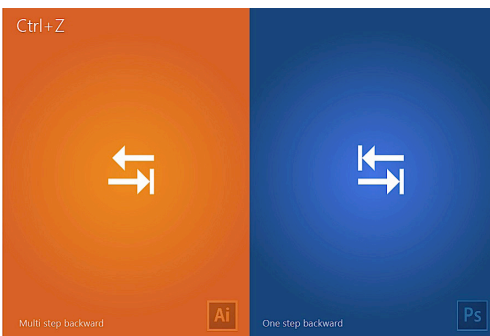
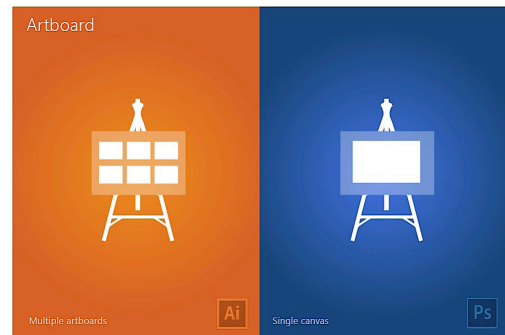
ความเร็วในการ Save





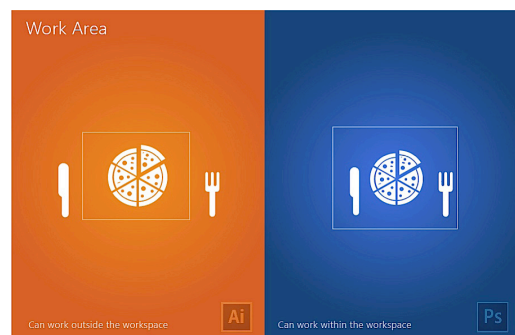
Illustrator ซูมไม่แตก เพราะเป็น Vector ส่วน **Photoshop** แตกกระจุย เพราะเป็น Pixel

Artboard **Illustrator** ทำงานได้หลายชิ้น ส่วน Artboard **Photoshop** ได้อันเดียวเท่านั้น



Illustrator กดย้อนกลับได้เรื่อยๆ ส่วน **Photoshop** กดได้แค่ครั้งเดียว (เฉพาะการกด Ctrl + Z)

Illustrator สามารถลาก กราฟิกไปทำตรงไหนก็ได้



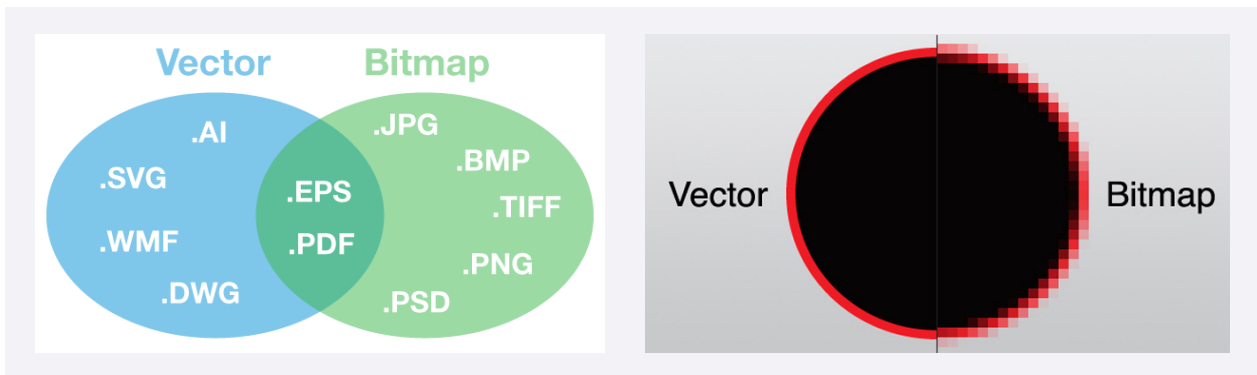
มารู้จักภาพแบบ Raster กับ Vector

1. การประมวลผลแบบ Raster

การประมวลผลแบบ Raster หรือแบบ บิตแมป (Bitmap) หรือเรียกว่าเป็นภาพแบบ Resolution Dependent โดยหลักการทำงาน คือ จะเป็นการประมวลแบบอาศัยการอ่านค่าสีในแต่ละพิกเซล ซึ่งมีชื่อเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า Bitmap ซึ่งจะเก็บค่าของข้อมูลเป็นค่า 0 และ 1 และในแต่ละพิกเซลจะมีการเก็บค่าสีที่เจาะจงในแต่ละตำแหน่ง ลักษณะสำคัญของภาพประเภทนี้ คือ จะประกอบขึ้นด้วยจุดสีต่างๆที่มีจำนวนคงที่ตายตัว ตามการสร้างภาพที่มีความละเอียดแตกต่างกันไป

ภาพแบบ Bitmap นี้ มีข้อดี คือ เหมาะสำหรับภาพที่ต้องการระบายสี สร้างสี หรือกำหนดสีที่ต้องละเอียดและสวยงามได้ง่าย ข้อจำกัดคือ เมื่อมีพิกเซลจำนวนคงที่ นำภาพมาขยายให้ใหญ่ขึ้น ความละเอียดก็จะลดลง มองเห็นภาพเป็นแบบจุด และถ้าเพิ่มความละเอียดให้แก่ภาพ จะทำให้ไฟล์มีขนาดใหญ่ และเปลืองเนื้อที่หน่วยความจำมาก

ไฟล์ของรูปภาพที่เกิดจากการประมวลผลแบบ Raster คือ ไฟล์พวกที่มี นามสกุล เป็น .BMP .PCX .TIF .JPG .GIF .MSP .PNG .PCT โดยโปรแกรมที่ใช้จัดการกับภาพประเภทนี้ คือ โปรแกรมประเภทจัดการภาพ ตกแต่งภาพ ซึ่งปัจจุบันนี้มีโปรแกรมมากมายให้เราได้ใช้กัน เช่น Photoscape, Paintbrush, Photoshop, Photostyler และอีกมากมาย



2. การประมวลผลแบบ Vector

ภาพแบบเวกเตอร์ หรือ Object-Oriented Graphics หรือ เรียกว่า เป็นรูปภาพ Resolution-Independent เป็นภาพที่มีลักษณะของการสร้างจากคอมพิวเตอร์ที่มีการสร้างให้แต่ละส่วนของภาพเป็นอิสระต่อกัน โดยแยกชิ้นส่วนของภาพทั้งหมดออกเป็นเส้นตรง รูปทรง หรือ ส่วนโค้ง โดยอ้างอิงตามความสัมพันธ์ทางคณิตศาสตร์ หรืออาศัยการคำนวณทางคณิตศาสตร์ โดยมีสีและตำแหน่งของสีที่แน่นอน ฉะนั้นไม่ว่าจะมีการเคลื่อนย้าย หรือย่อขยายขนาดของภาพ ก็จะไม่เสียรูปทรง และความละเอียดของภาพจะไม่ลดลง จึงทำให้ภาพยังคงชัดเจนเหมือนเดิม แม้ขนาดของภาพจะมีขนาดใหญ่ขึ้นหรือเล็กลงก็ตาม แต่มีข้อเสียที่ไม่สามารถใช้เอฟเฟคในการปรับแต่งภาพได้เหมือนกับภาพแบบ Raster

การประมวลผลภาพแบบ Vector ได้แก่ภาพที่มี นามสกุล .AI, .DRW, .CDR, .EPS, .PS ซึ่งโปรแกรมที่ใช้ในการวาดภาพก็มีมากมายหลายโปรแกรม เช่น Illustrator, CorelDraw และ ภาพ .WMF ซึ่งเป็นภาพคลิปปาร์ตในโปรแกรม Microsoft Word และภาพ .DWG ในโปรแกรมการออกแบบ AutoCAD เป็นต้น



การนำ Vector มาประยุกต์ใช้ในงานประชาสัมพันธ์

ทำ Graphic ใน Illus --> ใช้ประกอบ PowerPoint Presentation ของหน่วยงาน

The image displays several vector graphics. On the left is an 'EPS' file icon. Next to it is a 'POLYGONAL INFOGRAPHICS' template featuring 9 numbered stages (01-09) arranged in a circular pattern. To the right are four 'Service Process' (การบริการ) infographics, each labeled 'ส่วนที่ 4' (Part 4) and containing 4 numbered stages (01-04) with various icons representing different service steps.

This section shows more vector graphics. It includes an 'EPS' file icon, a 'CRYSTAL BANNER' template with a blue gradient and a 3D effect, and a completed banner for a road safety campaign. The banner features a yellow background with various safety icons (warning sign, helmet, broom, traffic cone) and Thai text: 'ศูนย์อำนวยความสะดวกและปลอดภัย' (Service and Safety Center), 'ช่วงวันหยุดยาวต่อเนื่อง' (Continuous long holiday period), 'วันที่ 16 - 20 กรกฎาคม 2559' (July 16-20, 2016), and 'แขวงทางหลวงชัยนาท สำนักงานทางหลวงที่ 12 (สุพรรณบุรี)' (Chaiyachan Highway District, Highway Office 12 (Suphanburi)). Contact information is provided at the bottom: 'Contact : 056-411-649 www.doh.go.th:88/dohchainat www.facebook.com/chainat.highways/'.

ปกรายงานเทศกาล
ปก Facebook



จะหา **Vector** ได้จากที่ไหน ?



1. Freepik

Freepik เป็นเว็บไซต์ที่รวบรวมรูปภาพ เวกเตอร์ ไฟล์ photoshop และ icon ฟรี มีการอัปเดตไฟล์เพิ่มหลายร้อยไฟล์ในทุกๆวัน และทุกๆไฟล์ออกแบบโดย freepik เองด้วย ดาร์วินโหลดที่ <http://www.freepik.com>



2. Vecteezy

เว็บไซต์ Vecteezy เป็นหนึ่งในเว็บไซต์ที่นิยมที่สุดในการหาเวกเตอร์ฟรี โดยคุณภาพของไฟล์ก็มีความแตกต่างกันไป คุณต้องใช้เวลาซักนิดในการค้นหาไฟล์ แต่ก็ยังเป็นอีกเว็บไซต์หนึ่งที่คุณมาแล้วคุ้มค่า เพราะคุณสามารถหาไฟล์ที่มีคุณภาพได้จากที่นี้อย่างแน่นอน ดาร์วินโหลดที่ <https://www.vecteezy.com>

เทคนิคการถ่ายภาพ เพื่อการประชาสัมพันธ์

5



สำคัญแค่ไหน...ก็แค่ถ่ายภาพ



การถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์ เป็นการสื่อสารเนื้อหาเกี่ยวกับองค์กรต่อบุคคลภายนอกและภายในองค์กร เน้นการสร้างภาพลักษณ์ด้านบวกต่อองค์กรให้มากที่สุด

ตามปกติวิธีการถ่ายภาพที่คนส่วนใหญ่รู้จักไม่ใช่ของยาก เนื่องจากเทคโนโลยีทางการถ่ายภาพในปัจจุบันมีการพัฒนาและเอื้ออำนวยในการถ่ายภาพเป็นอย่างมาก เรียกได้ว่า ถ่ายภาพเพื่อให้ได้ภาพออกมา เป็นสิ่งที่ทำได้ง่าย **แต่อาจจะมีข้อแตกต่างกันระหว่างถ่ายภาพได้กับถ่ายภาพเป็น** รวมถึงลักษณะของเนื้อหาภาพถ่ายและความสวยงามด้านศิลปะ

การถ่ายภาพวัตถุ สถานที่ กิจกรรม หรือการถ่ายภาพบุคคลเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ จึงจำเป็นที่จะต้องมีความรู้เพื่อจะให้ได้ภาพถ่ายที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

ภาพถ่ายที่ใช้ประโยชน์ได้ในที่นี้หมายถึง ภาพที่สามารถสื่อสารโดยสื่อความหมายหรือถ่ายทอดเรื่องราวได้ หรือพูดง่ายๆ ก็คือ " **ถ่ายยังไง?...ที่จะให้ภาพเล่าเรื่อง** "



ภาพถ่าย : การปฏิบัติงานของแขวงทางหลวงชัยนาท สำหรับใช้ในการประชาสัมพันธ์

ประเภท...ของภาพประชาสัมพันธ์



การถ่ายภาพอาคารสถานที่



การถ่ายภาพบุคคล



การถ่ายภาพกิจกรรมขององค์กร



การถ่ายภาพอาคารสถานที่

อาคารและสถานที่ขององค์กรมีความสำคัญมากต่อการสร้างภาพลักษณ์ เนื่องจากเป็นรูปธรรมที่คนภายนอกมองเห็นเป็นครั้งแรก

ภาพถ่ายที่ต้องการประชาสัมพันธ์ให้รู้จักสำนักงาน หรือต้องการแนะนำสถานที่สำคัญให้เป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวางมากขึ้น การถ่ายภาพประเภทนี้ควรคัดเลือกอุปกรณ์ทางการถ่ายภาพมาใช้ให้เหมาะสม

การถ่ายภาพสถาปัตยกรรมหรือสิ่งก่อสร้างบางอย่างต้องอาศัยกล้องถ่ายภาพบางประเภท การเลือกมุมกล้อง รวมถึงการเลือกเวลาที่จะใช้ถ่ายล้วนเป็นสิ่งจำเป็น เช่น ตอนเช้าแสงแดดส่องจากทางทิศตะวันออก ตอนบ่ายส่องทางทิศตะวันตก และการเลือกวันฟ้าเปิด หรือวันที่ท้องฟ้าแจ่มใส โดยอาจต้องพิจารณาและรอให้มีเมฆสวยงามเกิดขึ้นก่อน สิ่งเหล่านี้ล้วนช่วยให้เราถ่ายภาพได้ดีทั้งสิ้น



ภาพถ่ายบริเวณด้านหน้าสำนักงานแขวงทางหลวงชัยนาท
รอวันฟ้าเปิดเพื่อให้ได้ท้องฟ้าสดใส และรอจิ้งหะหมัดเพื่อให้ธงชาติโบกสะบัดก่อนกดชัตเตอร์



การถ่ายภาพบุคคล

ภาพถ่ายประเภทนี้มักใช้ในกรณีที่จะแนะนำตัวบุคคล ต้องคำนึงเสมอว่า ต้องถ่ายให้เห็นบุคคลิกภาพของบุคคลนั้นให้ดีที่สุด เริ่มตั้งแต่การแต่งกาย การจัดลักษณะท่าทาง มุมกล้อง การถ่ายภาพบุคคลเป็นสะท้อนถึงบุคลิกลักษณะของบุคคล และหากบุคคลนั้นเป็นผู้บริหารองค์กรด้วย **ผู้บริหารจึงเปรียบเสมือนตัวแทนของสมาชิกทั้งหมด**

ดังนั้นฝ่ายประชาสัมพันธ์จึงควรดูแลให้ผู้บริหารมีการแสดงออกในทางสร้างสรรค์ เพราะการถ่ายภาพเป็นสิ่งที่ยาวนานในสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโซเชียล หรือแม้แต่ในหน้าหนังสือพิมพ์ เช่น การประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรให้สมาชิกรู้สึกไว้วางใจที่มีผู้บริหารเป็นกันเอง ภาพผู้บริหารควรแต่งตัวลักษณะสบายๆ และมีการจัดทำทางให้เป็นธรรมชาติ แต่หากจะสื่อสารผู้บริหารต่อคนภายนอกว่า องค์กรนี้มีความทันสมัย มีมาตรฐาน ช่างภาพควรสื่ออารมณ์ผู้บริหารด้วยเครื่องแต่งกาย และจัดวางท่าทางที่สง่างาม เป็นต้น



ถ่ายให้เห็นบุคลิกภาพของบุคคลนั้นให้ดีที่สุด ควบคู่ไปกับโจทย์ของงานนั้นๆ



การถ่ายภาพกิจกรรมขององค์กร

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ การสร้างกิจกรรมขององค์กรขึ้นมาเพื่อเผยแพร่ให้ประชาชนทั่วไป หรือกลุ่มเป้าหมายได้รู้จักและจดจำองค์กรนั้นๆ โดยช่างภาพประชาสัมพันธ์ต้องบันทึกกิจกรรมต่างๆ ไว้ เช่น กิจกรรมพิธีการต่างๆ ภาพการช่วยเหลือประชาชน , กิจกรรมอื่นๆ ที่เกิดขึ้นเฉพาะโอกาส เป็นต้น

ภาพข่าวกิจกรรม หมายถึง ข่าวประชาสัมพันธ์ที่มีจุดมุ่งหมายให้ทราบ ว่า "ทำอะไร" "เมื่อใด" "ที่ไหน" และ "อย่างไร" เป็นส่วนสำคัญ จุดเด่นของภาพนั้นจึงมุ่งที่ตัวกิจกรรมหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น เมื่อผู้อ่านได้เห็นภาพ และอ่านคำบรรยายแล้วจะเข้าใจกิจกรรมที่ต้องการประชาสัมพันธ์ได้อย่างชัดเจนขึ้น ภาพข่าวกิจกรรมนี้ **จะไม่เน้นภาพบุคคล** คืออาจไม่เห็นบุคคลใดบุคคลหนึ่งเลยก็ได้ แต่จะเน้นที่กิจกรรมที่กำลังเกิดอะไร หรือกำลังทำอะไร อย่างเป็นสำคัญแทน

การถ่ายภาพประเภทนี้ มีวัตถุประสงค์คือเพื่อเผยแพร่ อันเป็นการนำภาพถ่ายไปใช้ประโยชน์ การถ่ายภาพจึงต้องเริ่มต้นให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ เมื่อนำภาพไปใช้งานจึงจะสามารถใช้ได้ดีและเกิดผลตามต้องการ



การถ่ายภาพกิจกรรม สิ่งสำคัญต้องสื่อให้ได้
"ทำอะไร" "ที่ไหน" อย่างไร
ไม่ต้องเน้นคน
ขอให้คำนึงว่าเป็นกิจกรรมขององค์กร
**" การถ่ายมาแต่ใบหน้าคน
ไม่ใช่เรื่องที่ดีเท่าไร "**

เคยสงสัยไหม?
ถ่ายดีแล้วเอามาใช้
ทำไมรูปไม่ชัด

พร้อมแล้ว..จงเปิดใจ
หน้าต่อไป **มีคำตอบ**



รูปแบบไฟล์ภาพของกล้องทุกรุ่นสนับสนุนรูปแบบของ JPEG เมื่อเลือกไฟล์ภาพแบบนี้จะต้องเลือกอีกสองอย่างคือ **ระดับความละเอียดของภาพ** และ **ระดับคุณภาพของภาพ** โดยระดับความละเอียดของภาพนั้น กล้องแต่ละรุ่นสามารถเลือกระดับความละเอียดสูงสุดตามคุณสมบัติของกล้องนั้นๆ ว่าสูงสุดกี่ล้านพิกเซล แต่ตัวเลือกในกล้องบางรุ่นอาจไม่ได้บอกมาเป็นจำนวนล้านพิกเซล (px) แต่จะบอกเป็นขนาด กว้าง x ยาว ของภาพ เช่น 1280x960 พิกเซล เป็นต้น

โดยทั่วไปภาพที่มีจำนวนพิกเซลมาก จะสามารถนำไปขยายภาพใหญ่ได้ดีกว่าภาพที่มีจำนวนพิกเซลน้อย โดยให้ความละเอียดและความคมชัดที่ดีกว่า ภาพแตกเป็นสี่เหลี่ยมได้ยากกว่า แต่จำนวน Pixels ที่มากกว่าต้องใช้เนื้อที่ของหน่วยความจำในการเก็บข้อมูลมากกว่า ยิ่งกล้องมีความละเอียดมากเท่าไร ยิ่งอัดขยายภาพได้ใหญ่ขึ้นเท่านั้น และด้วยขนาดที่ใหญ่ขึ้น ก็ทำให้เราต้องหาพื้นที่ขนาดใหญ่ขึ้นเท่านั้นเพื่อการจัดเก็บรูปภาพของเรา

ดังนั้นเราจึงจำเป็นต้องเลือกความละเอียดของภาพ โดยพิจารณาจากการนำภาพไปใช้งาน ดังนี้

1. ถ้าต้องการถ่ายภาพเพื่อส่ง **E-Mail** หรือใช้ทำ **Presentation** ในคอมพิวเตอร์ ความละเอียด

1 ล้านพิกเซลถือว่าเพียงพอแล้ว

ตารางแสดงตัวอย่างค่าของความละเอียดของรูปเทียบกับหน้าจอขนาดต่างๆ
ของโปรแกรม Microsoft PowerPoint

ค่าตนิยม	พิกเซลเต็มหน้าจอ (ในแนวนอนแนวตั้ง)	พิกเซลแบบจอกว้าง (ลอกแนวนอนแนวตั้ง)	จุดต่อนิ้ว (แนวนอน และแนวตั้ง)
50	500 × 375	667 × 375	50 dpi
96 (ค่าเริ่มต้น)	960 × 720	1280 × 720	96 dpi
100	1000 × 750	1333 × 750	100 dpi
150	1500 × 1125	2000 × 1125	150 dpi
200	2000 × 1500	2667 × 1500	200 dpi
250	2500 × 1875	3333 × 1875	250 dpi
300	3000 × 2250	4000 × 2250	300 dpi

ขนาดจอโปรเจคเตอร์, จอคอมพิวเตอร์
ส่วนมากจะมีขนาดไม่เกินนี้
จึงไม่จำเป็นต้องใช้รูปที่มีขนาดใหญ่



2. ต้องการไปใช้งานพิมพ์ งานอัดขยายภาพด้วยเครื่อง Printer คุณภาพสูง (Photo Quality) ควรดูว่าจะขยายภาพขนาดเท่าไร จากนั้นเอาขนาดภาพคูณด้วย 300 จะได้ขนาดความละเอียดภาพที่ควรจะต้องตั้ง เช่น ขยายภาพขนาด 4x6 ควรตั้งที่ความละเอียด 4x300, 6x300= 1200x1800 Pixels = 2.16 ล้านพิกเซล

ถ้าอัตราขยายภาพสูงมากๆ แต่กล้องไม่สามารถตั้งความละเอียดตามที่ต้องการได้ ก็ควรตั้งความละเอียดไว้ที่สูงสุดเท่าที่กล้องจะสามารถทำได้ ซึ่งภาพที่ได้อาจจะแตกและมีคุณภาพไม่ดีนัก (เมื่อมองในระยะใกล้มากๆ)

ค่าความละเอียดของกล้องดิจิทัลที่เหมาะสมกับภาพถ่ายและการอัดขยายภาพสีขนาดต่างๆ		
จำนวนพิกเซล	ความละเอียด	ขนาดภาพ
3 เมกะพิกเซล	2048 x 1536	4" x 6"
4 เมกะพิกเซล	2272 x 1704	6" x 8"
5 เมกะพิกเซล	2560 x 1920	8" x 10"
6 เมกะพิกเซล	2816 x 2112	10" x 12"
7 เมกะพิกเซล	3072 x 2304	12" x 15"
8 เมกะพิกเซล	3264 x 2448	16" x 20"

สรุปการตั้งค่าความละเอียดให้เหมาะสม

ให้ตั้งค่าความละเอียดให้สอดคล้องกับรูปแบบที่จะนำภาพไปใช้งาน

นำไปแสดงไว้บนหน้าจอแสดงผล: 150 dpi นำไปใช้ทำการพิมพ์: 300 dpi

เอกสาร	การนำไปใช้งาน	Color Mode	ความละเอียด (DPI)
ภาพถ่ายสี	ทำสำเนา (ทำการพิมพ์)	Color	300 dpi
	นำไปใช้ทำโปสเตอร์	Color	300 dpi
	บันทึกจัดเก็บในคอมพิวเตอร์	Color	75 - 300 dpi
	นำไปใช้บนหน้า Website หรือแนบเข้าไปกับ E-mail	Color	75 - 150 dpi
ภาพถ่ายขาวดำ	บันทึกจัดเก็บในคอมพิวเตอร์	Grayscale	75 - 300 dpi
	นำไปใช้บนหน้า Website หรือแนบเข้าไปกับ E-mail	Grayscale	75 - 300 dpi
ภาพหรือเอกสารที่มีข้อความ เป็นส่วนใหญ่	การทำสำเนา (Pdf)	Color, Grayscale Black and White	300 dpi
	แนบเข้าไปกับ E-mail	Color, Grayscale Black and White	300 dpi



กล้องดิจิทัลโดยทั่วไปจะเก็บภาพในรูปแบบ Photoshop, TIFF File, JPEG File หรือ RAW File คุณภาพของภาพที่ได้จากไฟล์แบบต่างๆ จะมีคุณภาพแตกต่างกันออกไป เรียกคุณภาพที่เกิดจากรูปแบบการเก็บข้อมูลนี้ว่า **Image Quality** สามารถเข้าไปตั้งค่า Image Quality ได้โดยการเข้าไปที่ Menu (หรือ Setting) แล้วเข้าไปที่ Image Quality ซึ่ง

Image Quality มักจะแบ่งออกเป็นระดับคือ

1. **High** จะเก็บภาพแบบ **TIFF (.tiff)** File 16 bit/color ซึ่งจะไม่มีการบีบอัดข้อมูล ทำให้ได้คุณภาพสูงสุดจากกล้องตัวนั้น แต่จะใช้เนื้อที่การเก็บภาพมาก ไฟล์มีขนาดใหญ่ ประมวลผลช้า เปลืองพลังงาน และทำให้ใช้ระบบการถ่ายภาพบางอย่างไม่ได้ หรือได้น้อยลง เช่น ระบบถ่ายภาพต่อเนื่อง เป็นต้น **เหมาะสำหรับการเก็บภาพที่ต้องการคุณภาพสูงสุด**

2. **Fine, Normal, Basic** จะเก็บภาพในรูปแบบของ **JPEG (.jpg)** File 8 bit/color ซึ่งมีการบีบอัดข้อมูล ทำให้เกิดการสูญเสียคุณภาพของภาพไป โดยที่ Fine จะบีบอัดข้อมูลน้อยที่สุดไฟล์มีขนาดใหญ่กว่า และ Basic บีบอัดข้อมูลมากที่สุด และไฟล์มีขนาดเล็กที่สุด โดยทั่วไปหากใช้ภาพเพื่องานอัดขยาย แนะนำให้ตั้ง **Fine** แต่ถ้าต้องการเก็บภาพลงซีดี หรือใช้กับคอมพิวเตอร์ แนะนำให้ใช้ **Normal** และถ้าต้องการใช้ส่ง E-Mail แนะนำให้ใช้ **Basic** ทั้งนี้ขึ้นกับขนาดของการ์ดเก็บข้อมูล และจำนวนภาพที่ต้องการบันทึก

3. **RAW** เป็นไฟล์เฉพาะซึ่งต้องอาศัยโปรแกรมเฉพาะของกล้องในการเปิด ไม่สามารถใช้โปรแกรมทั่วไปในการเปิดได้ RAW File เป็นข้อมูลดิจิทัลที่มาจาก Image Sensor ไม่ผ่านการปรับแต่งใดๆ จาก Processor ของตัวกล้อง ทำให้ได้คุณภาพที่แท้จริงจากกล้องตัวนั้นๆ โดยเฉพาะการไล่ระดับโทนสี เมื่อเปิดด้วย Software เฉพาะ **จะสามารถปรับแต่งสี ความคมชัดและคุณภาพอื่นๆ ได้** จากนั้นถึงจะเปลี่ยน RAW File ไปเป็น TIFF File และ JPEG File เพื่อการนำไปใช้งานอื่นๆ ต่อไป

ตัวอย่างสกุลไฟล์ RAW ของค่ายกล้องต่างๆจะไม่เหมือนกัน

Nikon ใช้ .NEF

Canon ใช้ .CR2

Sony ใช้ .ARW

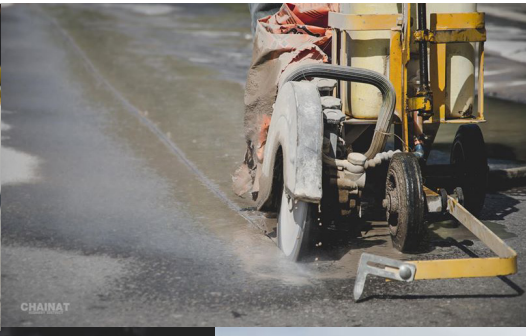
Olympus ใช้ .ORF

Pentax ใช้ .PEF

Fujifilm ใช้ .RAF

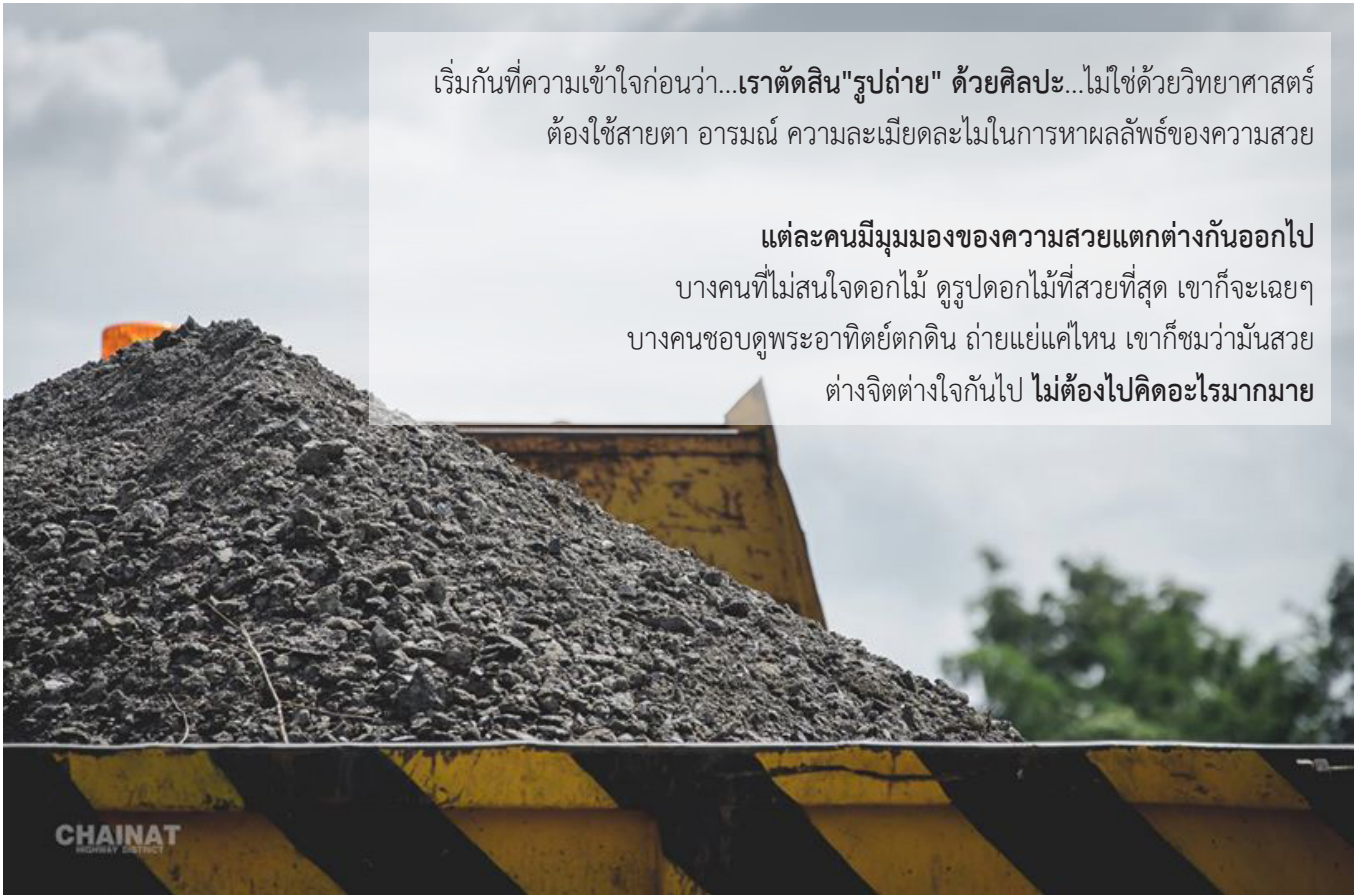
Panasonic ใช้ .RW2





ถ่ายภาพ..ใครๆ ก็...**ทำได้**





เริ่มกันที่ความเข้าใจก่อนว่า...เราตัดสิน"รูปถ่าย" ด้วยศิลปะ...ไม่ใช่ด้วยวิทยาศาสตร์
ต้องใช้สายตา อารมณ์ ความละเอียดละไมในการหาผลลัพธ์ของความสวย

แต่ละคนมีมุมมองของความสวยแตกต่างกันออกไป
บางคนที่ไม่สนใจดอกไม้ ดูรูปดอกไม้ที่สวยที่สุด เขาก็จะเฉยๆ
บางคนชอบดูพระอาทิตย์ตกดิน ถ่ายแย้แค่นั้น เขาก็ชมว่ามันสวย
ต่างจิตต่างใจกันไป ไม่ต้องไปคิดอะไรมากมาย

ถ่ายภาพ..ใครๆ ก็...ทำได้

จริงอยู่ที่ว่าการถ่ายภาพใครๆ ก็ถ่ายได้
หยิบกล้อง ส่อง กด.. แค่นั้น ภาพออกมาก็จะแค่นั้นจริงๆ ไม่มีอะไรสะดุดตา
เพราะฉะนั้นก่อนถ่ายควรจัดวางองค์ประกอบของภาพก่อน (เส้น สี แสง เงา ฯลฯ)
ถึงตรงนี้อ่านแล้วง งงๆ อย่าเอะอะ !!!

ใจเย็นก่อน จริงๆ แล้วสำหรับมือใหม่ ใช้เทคนิคง่ายๆ 3 ข้อ ก็เพียงพอ

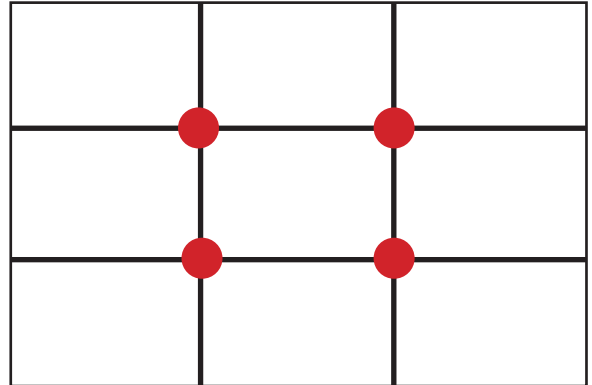
จุดตัดเก้าช่อง , กฎสามส่วน, เส้นนำสายตา

ทั้งสามข้อเป็นเทคนิคพื้นฐาน ที่คนถ่ายภาพต้องใช้ ไม่มีใครปฏิเสธ
เรียกได้ว่า **จำให้ขึ้นใจ..สบายแน่นอน**

จุดตัด 9 ช่อง

จุดตัด 9 ช่อง ถือได้ว่าหลักสากลในการถ่ายภาพเลยก็ว่าได้ ซึ่งใครที่อยากเป็นนักถ่ายภาพจะต้องรู้ไว้

หลักการของจุดตัด 9 ช่อง ก็คือให้เราลากเส้น 4 เส้น เพื่อแบ่งภาพออกเป็น 9 ช่อง ซึ่งจะทำให้เกิดจุดตัดขึ้น 4 จุด แล้วให้วางจุดสนใจเอาไว้ที่จุดตัดจุดใดจุดหนึ่งใน 4 จุด ซึ่งการวางแบบหรือวัตถุไว้บนจุดตัดจุดใดจุดหนึ่งจาก 4 จุด จะทำให้ภาพของเราดูน่าสนใจมากขึ้น กว่าที่วางไว้ตรงกลางภาพหรือในตำแหน่งอื่นๆ



พยายามถ่ายรูปให้จุดเด่นของเราอยู่ที่จุดตัด 4 จุด ไม่ต้องลงจุดเป๊ะๆ แต่เอาใกล้เคียงก็พอได้ แล้วแต่ความเหมาะสมของรูป



เราต้องการถ่ายคนและเครื่องจักรให้เด่น
จึงวางจุดเด่นทั้งสองไว้ที่จุดตัดบนและล่างขวา
ถ้าวางไว้กลางๆ รูปก็จะดูธรรมดา ไม่น่าสนใจ



เราต้องการเน้นคนทำงานทั้งสองคน
จึงวางแบบไว้ที่จุดตัดซ้ายและขวา
แค่เราวางจุดเด่นในรูปของเรา
เราไว้ที่จุดตัด 4 จุดของช่องทั้ง 9 ช่อง
เราก็จะถ่ายรูปได้เข้ากับ
คำเรา "จุดตัดเก้าช่อง" นั่นเอง

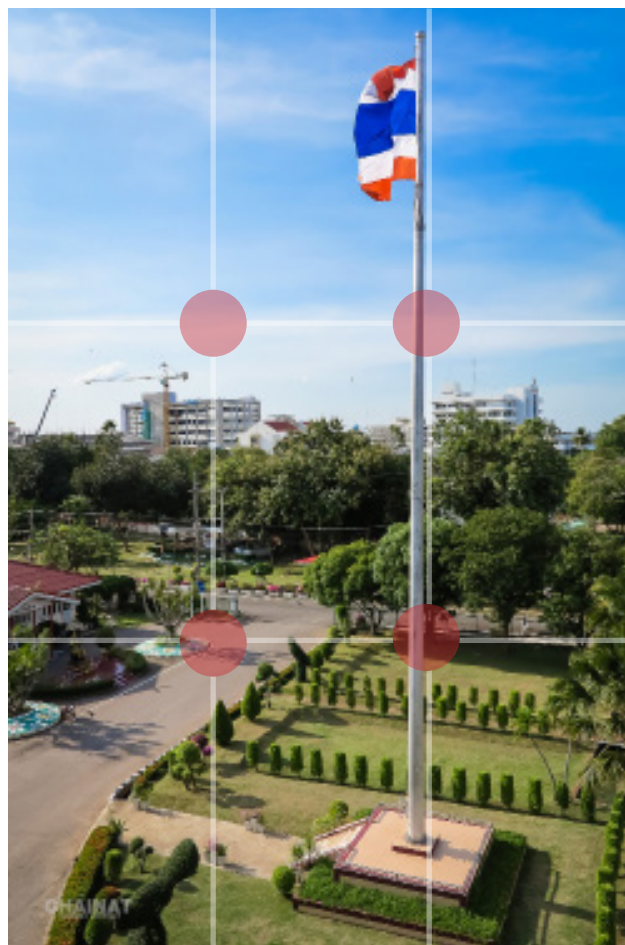
จุดตัด 9 ช่อง

การถ่ายภาพแนวตั้งก็สามารถใช้
หลักการจุดตัด 9 ช่องได้เช่นกัน



แต่บางครั้งการจะใช้หลักการจุดตัด
9 ช่องนั้น เราควรดูจากความเหมาะสมของภาพ
ด้วย อย่างในตัวอย่าง ภาพมีลักษณะเป็นแกนสมมา
ตร เสารองอยู่กึ่งกลาง ด้านข้างเป็นสวนหย่อม

หากถ่ายเสารองไปไว้ตามจุดตัด ภาพก็
จะไม่สวย ไม่สมดุล ดังนั้นควรคำนึงถึงความ
เหมาะสมในภาพแต่ละภาพเป็นหลักด้วย



ภาพเสารองเหมือนกัน ที่เดียวกัน
แต่คนละมุม เราจึงต้องเลือกว่า
มุมไหนเราจะสื่ออะไร



กฎ 3 ส่วน

ส่วนที่ 1
ส่วนที่ 2
ส่วนที่ 3

ที่มาที่ไปของกฎนี้ ก็มาจากช่องที่เราแบ่งเอาไว้ในจุดตัด 9 ช่อง นึกภาพง่าย ๆ ก็เหมือนเอากระดาษมาพับให้ได้สามส่วนนั่นเอง

ประโยชน์ของกฎ 3 ส่วน ก็คือ สังเกตภาพถ่ายสวย ๆ เขาไม่วางแบบ อยู่ตรงกลางภาพกันเลยจะวางริม ๆ ภาพกัน และการถ่ายภาพวิว นั้น จะไม่วางเส้นขอบฟ้าไว้กลางภาพ ให้แบ่งเป็นฟ้า 2 ส่วน หรือ 1 ส่วน เอาเป็นเป็นว่าจะเสนอฟ้าก็ให้ ฟ้าเยอะ ๆ จะเสนอพื้นดินพื้นน้ำก็ให้เยอะกว่าท้องฟ้า



กฎสามส่วนนี้ใช้ในการถ่ายรูปที่มีท้องฟ้า, พื้นดิน, หรือน้ำ รูปถ่ายจะออกมาสวย เมื่อเราเลือกอัตราส่วนของสิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็น 2:1



เอาแค่ใกล้เคียงก็ได้ ไม่ต้องถึงกับตรงเป๊ะ ขึ้นอยู่กับความลงตัวของคุณ

การถ่าย 1:1 ก็คือแบ่งครึ่งๆ กลางรูปภาพ

ฟ้า 1 ส่วน
ดิน/น้ำ 1 ส่วน

การถ่าย 2:1 ก็หมายถึง ให้ฟ้าเป็น 2 ส่วน พื้นดิน 1 ส่วน จากทั้งหมด 3 ส่วน ที่เราได้แบ่งเอาไว้

ฟ้า 2 ส่วน
ดิน / น้ำ 1 ส่วน



และที่สำคัญคือ **เส้นท้องฟ้าจะต้องตรงขนานกับพื้น** (เว้นแต่จะเจตนาเอียง สำหรับมุมมองแปลกๆ)

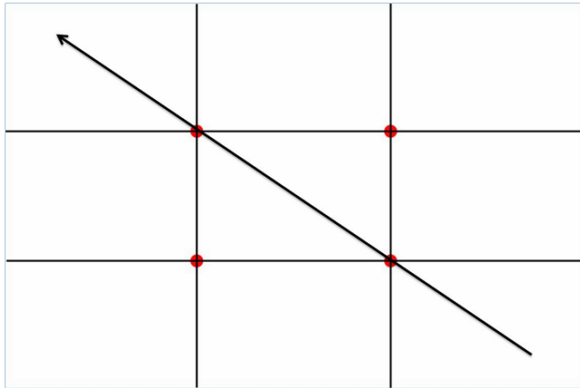


จากภาพตัวอย่าง ให้ท้องฟ้า 2 ส่วน น้ำ 1 ส่วน
จะทำให้เราได้เห็นท้องฟ้าที่กว้างใหญ่ รูปดูมีน้ำหนักดี



ภาพนี้ ให้ท้องฟ้า 2 ส่วน ดิน 1 ส่วน ทำให้ได้ภาพมุมมองกว้าง
แถมด้วยจุดเด่นที่ตัวคน อยู่ตรง จุดตัด 9 ช่องพอดี
มีครบ จบในรูปเดียว ถือว่าผ่าน

เส้นนำ สายตา



เส้นนำสายตา คือ การที่เราพยายามหาวัตถุอะไรก็ได้มาดึงจุดสนใจให้รูปของเรา เส้นนี้จะช่วยให้รูปดูมีมิติ หลายคนดูรูปแล้วรู้สึกว่ารูปร่างแบนๆ ไม่มีความลึก เพราะขาดสิ่งที่เรียกว่า **เส้นนำสายตา**

หลายครั้งที่เส้นนำสายตา ไม่จำเป็นต้องเป็น "เส้น" จะเป็นอะไรก็ได้ที่พา + ดึงดูดสายตาของคนดูรูป ให้มองตามไป อาจจะเป็นของที่วางเรียงกันเป็นเส้น (เสาไฟฟ้า สายไฟฟ้า ลำแสงดวงอาทิตย์ ถนน)

ในภาพตัวอย่างข้างล่าง เส้นถนน พุ่งเข้าไปในภาพ รูปจะมีมิติและมีความลึก นำสายตาให้พุ่งเข้าไปหา



อีกภาพตัวอย่าง : เส้นถนนพุ่งเข้าไปในภาพ ทำให้รูปเกิดมิติและมีความลึก นำสายตาไปจนสุดถนน และเมื่อรวม "ทุกกฎ" เข้าด้วยกัน ก็จะได้รูปที่ดูสวย สบายตา...

- กฎจุดตัดเก้่าช่อง : วางจุดลับสายตา (สุดถนน) ไว้ใกล้จุดตัดล่างขวา
- กฎสามส่วน : ท้องฟ้า 2 ส่วน ถนนพื้นดิน 1 ส่วน
- มีเส้นนำสายตา พุ่งเข้าหาจุดตัด



- กฎจุดตัดเก้่าช่อง : วางคนงานกรมทางไว้ที่จุดตัดซ้ายบนและซ้ายล่าง
- กฎสามส่วน : ท้องฟ้า 2 ส่วน ถนนพื้นดิน 1 ส่วน
- มีแนวอิฐฐาเกาะกลาง และแนวพุ่มเฟื่องฟ้าเป็นเส้นนำสายตา



บรรณานุกรม

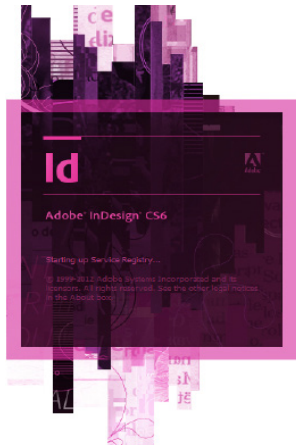
- ณัฐา ฉางชูโต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ภายใต้กระแส Social Network.
ค้นเมื่อ 22 กุมภาพันธ์ 2560. จาก www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/april_june_11/pdf/aw23.pdf
- จินตวีร์ เกษมสุขข. มหาวิทยาลัยศรีปทุม. หลักการและกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์.
ค้นเมื่อ 22 กุมภาพันธ์ 2560. จาก www.stou.ac.th/offices/Oce/kmoce1/pr249561.pdf
- ธีรวันท์ โอภาสบุตร. เอกสารประกอบการบรรยายเรื่อง การประชาสัมพันธ์ของรัฐและธุรกิจ.
ค้นเมื่อ 22 กุมภาพันธ์ 2560. จาก <http://olearning.siam.edu/-4-4/2011-11-29-04-12-01/763-100-101->
- กระจอกข่าว. การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์. ค้นเมื่อ 24 กุมภาพันธ์ 2560.
จาก <http://oknation.nationtv.tv/blog/print.php?id=292121>
- แนวปฏิบัติเกี่ยวกับการพิมพ์หนังสือราชการ ตามระเบียบงานสารบรรณ. การพิมพ์หนังสือราชการด้วยโปรแกรมการพิมพ์ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์. ค้นเมื่อ 5 มีนาคม 2560. จาก <http://www.kruupdate.com/news/newid-3126.html>
- ลักษณะและองค์ประกอบของสิ่งพิมพ์. เอกสารประกอบการเรียน เทคโนโลยีทางการพิมพ์.
ค้นเมื่อ 5 มีนาคม 2560. จาก http://kanlayanee.ac.th/wbiprinting/WBI/wbi_7/Lesson/compos.htm
- Thanop Somprasong. Hashtag. ค้นเมื่อ 18 พฤษภาคม 2560. จาก <https://www.thanop.com/hashtag/#more-349>
- วิกิพีเดียสารานุกรมเสรี. Hashtag. ค้นเมื่อ 18 พฤษภาคม 2560. จาก <https://en.wikipedia.org/wiki/Hashtag>
- Worrapob. Facebook Page. ค้นเมื่อ 18 พฤษภาคม 2560. จาก <https://grappik.com/category/design-illustration/>
- Facebook ©2017. ศูนย์ช่วยเหลือ. ค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2560. จาก <https://www.facebook.com/help>
- SIT Library's Blog. King Mongkut's University of Technology Thonburi. งานนำเสนอ PowerPoint.
ค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2560. จาก <https://sitlib.files.wordpress.com/2012/05/ki-day-9-e0b8a0e0b8b2e0b89ee0b897e0b8b5e0b988e0b894e0b8b5.pdf>
- ดร.ชำนาญ บัวทวน. มหาวิทยาลัยขอนแก่น. เทคนิคการถ่ายภาพ. ค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2560. จาก <https://sac.kku.ac.th/kmsac/photo/p2.pdf>
- Canon Thailand. ค่าความละเอียด. ค้นเมื่อ 18 มิถุนายน 2560. จาก <http://support-th.canon-asia.com/contents/TH/TH/8200172400.html>
- Damon Nofar. Presentation designer. 8 Tips for an Awesome Powerpoint Presentation.
ค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2560. จาก <https://www.slideshare.net/damonnofar/8-tips-for-slideshare>

บรรณานุกรม

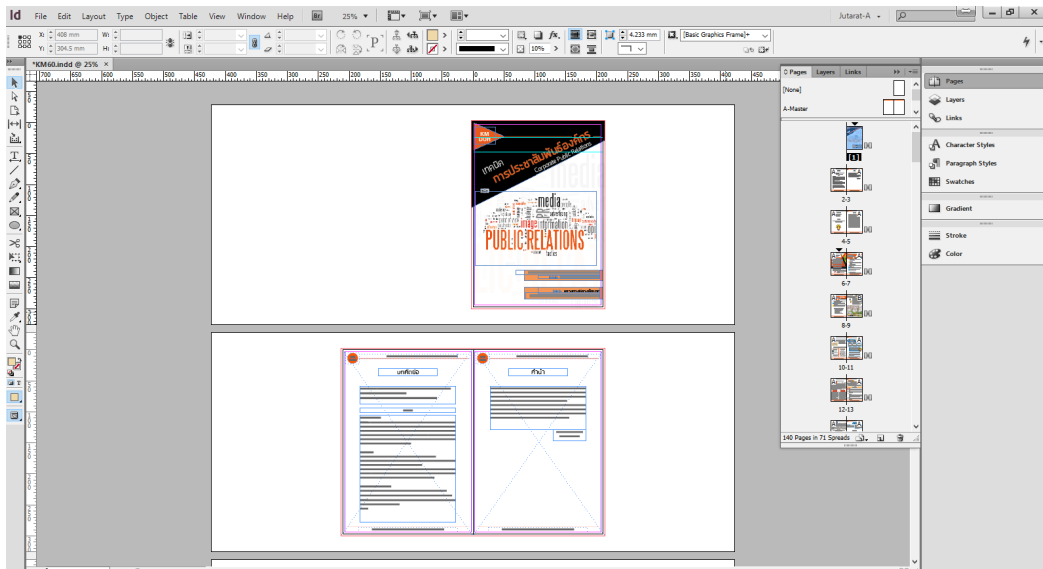
- ดร. สมพร พูลพงษ์. การป้องกันปัญหาไฟล์นำเสนอ MS PowerPoint เปิดไม่ได้และอักษรไม่ตรงกับต้นฉบับ. ค้นเมื่อ 23 มิถุนายน 2560. จาก <https://www.gotoknow.org/posts/447909>
- PLAYMAK3R. ILLUSTRATOR VS PHOTOSHOP แตกต่างเหมือนกัน !!. ค้นเมื่อ 23 มิถุนายน 2560. จาก <https://grappik.com/illustrator-vs-photoshop-ต่างแตกเหมือนกัน/>
- IDXW. Illustrator Tips. Photoshop Tips. ระบบสี RGB vs CMYK. ค้นเมื่อ 23 มิถุนายน 2560. จาก <https://idxw.net/2015/11/24/illustrator-tips-เทคนิคเล็กน้อย-ที่มีกฎมองข้าม>, <https://idxw.net/2015/11/09/photoshop-tips-เทคนิคเล็กน้อยที่บาง/>, <https://idxw.net/2016/02/05/ว่าด้วยเรื่องระบบสี-rgb-vs-cmyk/>
- นคเรศ ชัยแก้ว. สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ. หนังสือเรียนรายวิชา คอมพิวเตอร์กราฟิกเบื้องต้น. ค้นเมื่อ 23 มิถุนายน 2560. จาก <http://www.ict.up.ac.th/itichai/cidtec/assets/uploaded/documents/57dadbe443421aafc69049adda94fa7d.pdf>
- Vallop Tocharoenvasin. โปรแกรมแต่งภาพ Photoshop CS6 อัศจรรย์การแต่งภาพ. ค้นเมื่อ 24 มิถุนายน 2560. จาก <http://giveuwblog.blogspot.com>
- Vallop Tocharoenvasin. Photoshop-CS6-basic-เทคนิคขั้นพื้นฐาน ตอนที่1. ค้นเมื่อ 24 มิถุนายน 2560. จาก <http://giveuwblog.blogspot.com>
- นฤเบศ ก้านดอกไม้. โรงเรียนวัดท่าซุด. บทเรียนออนไลน์ กราฟิกคอมพิวเตอร์เบื้องต้น. ค้นเมื่อ 24 มิถุนายน 2560. จาก <https://sites.google.com/site/computeronlineinth/neuxha-bth-reiyn/-photoshop-cs5/--photoshop-cs3>
- Buatom GUI designer, Instructor at CraftFig. ปรับแต่ง Ps ให้ทำงานลื่นปรืดๆ. ค้นเมื่อ 26 มิถุนายน 2560. จาก <https://craftfig.co/activities/customadobe-ps>
- Brotherpong. vdoschool.com. ทำความรู้จักโปรแกรม Illustrator และส่วนประกอบต่างๆ. ค้นเมื่อ 26 มิถุนายน 2560. จาก <http://www.vdoschool.com/vdo/index.php/2015-06-22-08-04-22/176--illustrator-.html>
- Computer Center. Thaksin University. Illustrator Cs6 Introduction. ค้นเมื่อ 26 มิถุนายน 2560. จาก http://tsl.tsu.ac.th/7medesigns/PDF/IllustratorCS6_PDFOnWeb/Illustrator_CS6_Unit1_Intro.pdf
- Iamthaigraphic. มารู้จักภาพแบบ Raster กับ Vector. ค้นเมื่อ 26 มิถุนายน 2560. จาก <http://iamthaigraphic.blogspot.com/2012/07/raster-vector.html>
- PresentationX. Infographic.in.th. 5 Website แจกฟรี รูป และ Vector สำหรับทำ Presentation. ค้นเมื่อ 26 มิถุนายน 2560. จาก <http://infographic.in.th/5+Website+แจกฟรี+รูป+และ+Vector+สำหรับทำ+Presentation>
- เอกพนินธุ์ นาคนคร. สถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. จัดหน้า แสดงงาน รวมเล่ม Documentation Adobe Indesign. ค้นเมื่อ 26 มิถุนายน 2560. จาก <https://dreamaction.co/digital-tools-programs-in-architecture-workflow/>

คุณสามารถ...
ถ้าคุณคิดว่าคุณ... **ทำได้**

Id Basic : Indesign Cs6



โปรแกรม **Adobe Indesign** เป็นโปรแกรมสำหรับงานด้านสิ่งพิมพ์ งานออกแบบเอกสาร หรือเรียกกันง่าย ๆ ว่า **โปรแกรมจัดหน้ากระดาษ**นั่นเอง ระบบการทำงานของโปรแกรม **Indesign** ไม่สามารถใช้ Indesign เดี่ยวๆ ได้ จำเป็นต้องมีความรู้พื้นฐานของ Photoshop และ Illustrator ด้วย เนื่องจากต้องมีการเตรียมรูปภาพจาก Photoshop เตรียมคัลเลอร์ รวมถึง Logo ต่างๆ มาจาก Illustrator ส่วนข้อความสามารถเตรียมมาจากโปรแกรมประเภท Microsoft Word หรือพิมพ์ใน **Adobe Indesign** เลยก็ได้



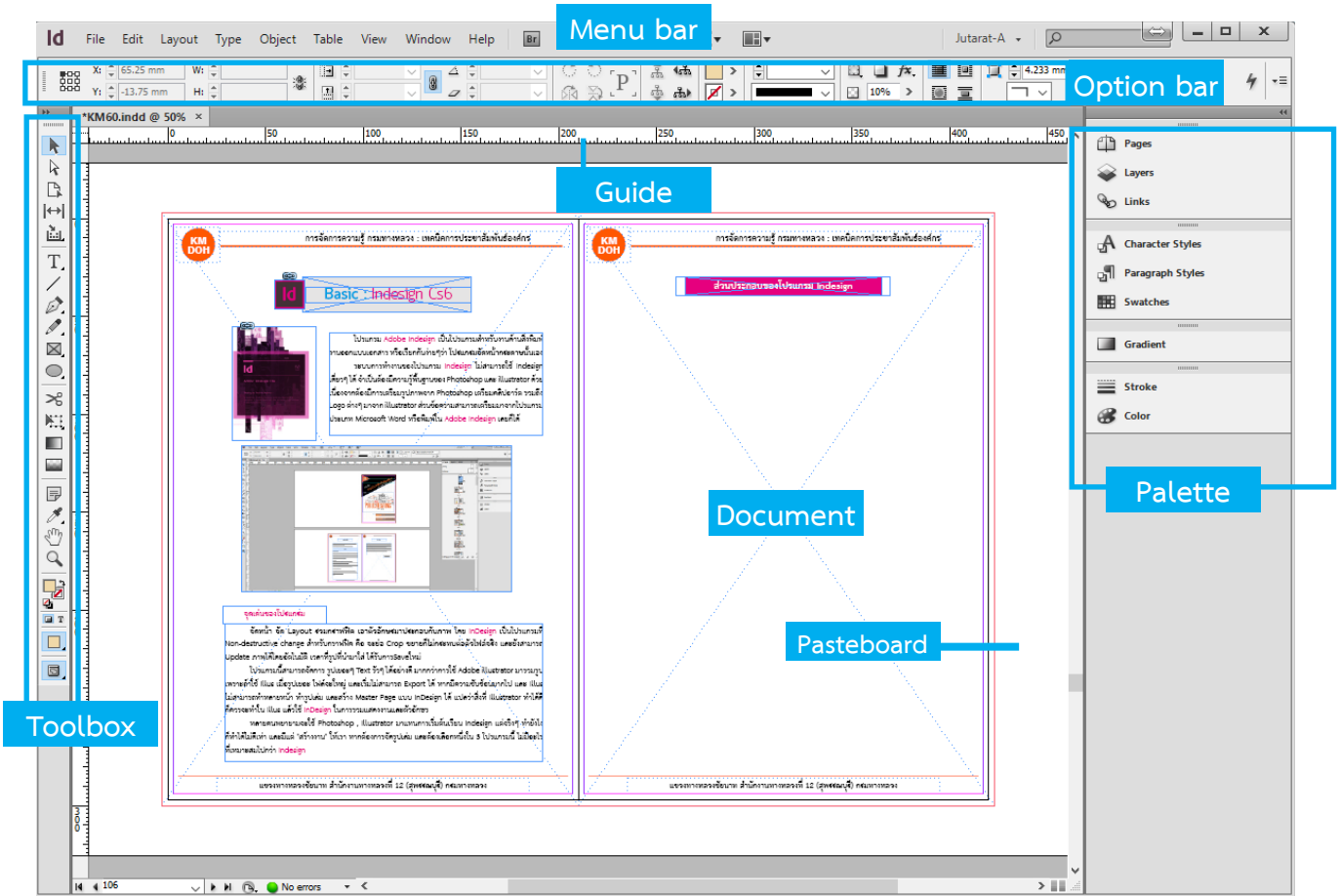
จุดเด่นของโปรแกรม

จัดหน้า จัด Layout รวมกราฟฟิค เอาตัวอักษรมาประกอบกับภาพ โดย **InDesign** เป็นโปรแกรมที่ Non-destructive change สำหรับกราฟฟิค คือ **จะย่อ Crop ขยายก็ไม่กระทบต่อตัวไฟล์จริง** และยังสามาร Update ภาพได้โดยอัตโนมัติ เวลาที่รูปที่นำมาใส่ ได้รับการ Save ใหม่

โปรแกรมนี้สามารถจัดการ รูปเยาะๆ Text รั้วๆ ได้อย่างดี มากกว่าการใช้ Adobe Illustrator มารวมรูป เพราะถ้าใช้ Illus เมื่อรูปเยาะ ไฟล์จะใหญ่ และเริ่มไม่สามารถ Export ได้ หากมีความซับซ้อนมากไป และ Illus ไม่สามารถทำหลายหน้า ทำรูปเล่ม และสร้าง Master Page แบบ InDesign ได้ แปลว่าสิ่งที่ Illustrator ทำได้ดี ก็ควรจะทำใน Illus แล้วใช้ **InDesign** ในการรวมแต่งงานและตัวอักษร

หลายคนพยายามจะใช้ Photoshop , Illustrator มาแทนการเริ่มต้นเรียน Indesign แต่จริงๆ ทำยังไง ก็ทำได้ไม่ดีเท่า และมีแต่ "สร้างงาน" ให้เรา หากต้องการจัดรูปเล่ม และต้องเลือกหนึ่งใน 3 โปรแกรมนี้ ไม่มีอะไรที่เหมาะสมไปกว่า **Indesign**

ส่วนประกอบของโปรแกรม Indesign



1. **Menu Bar** บรรจุคำสั่งใช้งานต่างๆ การทำงานจะคล้ายๆ กับโปรแกรมอื่นๆ เช่น Photoshop, Illustrator
2. **Option Bar** บรรจุตัวเลือกกำหนดคุณสมบัติหรือตัวปรับแต่งการทำงานให้กับวัตถุ (ตัวอักษรหรือภาพ) ที่เรากำลังเลือกทำงาน
3. **Tool Bar** เครื่องมือชนิดต่างๆ ที่ใช้ในการทำงาน
4. **Document** พื้นที่เอกสารสำหรับการทำงาน คล้ายกับกระดาษเปล่าๆ ที่คอยให้เราเติมตัวอักษรหรือภาพลงไป
5. **Pasteboard** พื้นที่ว่างๆ รอบเอกสาร คล้ายกับโต๊ะทำงาน ที่เราสามารถวางสิ่งของอื่นๆ ได้
6. **Guide** ไม่บรรทัดสำหรับการวัดระยะหรือสร้างเส้น Guide
7. **Palette** หน้าต่างย่อยสำหรับช่วยเสริมการทำงาน เมื่อคลิกลงไปแต่ละปุ่ม จะเป็นการเรียกใช้งาน Palette แต่ละชนิด

Id Basic : Indesign Cs6

กล่องเครื่องมือ / Toolbox



	Selection : เครื่องมือสำหรับคลิกเลือกวัตถุ
	Direct Selection : เครื่องมือสำหรับคลิกเลือกทำงานกับจุดบนเส้น Path
	Pen : เครื่องมือสำหรับวาดเส้น Path (ทั้งเส้นตรงและโค้ง)
	Add Anchor : เครื่องมือสำหรับคลิกเพิ่มจุดควบคุมเส้น
	Type : เครื่องมือสำหรับสร้างตัวอักษรลงในพื้นที่ทำงาน
	Pencil : เครื่องมือสำหรับวาดเส้นอิสระ
	Erase : เครื่องมือสำหรับลบเส้น Path
	Rectangle Frame : เครื่องมือสำหรับสร้างเฟรม (กรอบบรรจุภาพหรือตัวอักษร) แบบสี่เหลี่ยม
	Polygon Frame : เครื่องมือสำหรับสร้างเฟรม (กรอบบรรจุภาพหรือตัวอักษร) แบบหลายเหลี่ยม

	Polygon : เครื่องมือสำหรับวาดภาพหลายเหลี่ยม
	Rotate : เครื่องมือสำหรับหมุนวัตถุ
	Shear : เครื่องมือสำหรับเฉียงวัตถุ
	Eyedropper : เครื่องมือสำหรับดูดค่าสี
	Zoom : เครื่องมือสำหรับย่อขยายมุมมองพื้นที่การทำงาน
	Scissors : เครื่องมือสำหรับตัดเส้น Path
	Note : เครื่องมือสำหรับบันทึกการทำงาน

	Position : เครื่องมือสำหรับลากย้ายตำแหน่งวัตถุหรือตัด (Crop)
	Delete Anchor : เครื่องมือสำหรับคลิกลบจุดควบคุมเส้น
	Convert Direction : เครื่องมือสำหรับแก้ไขค่าความโค้งของเส้น Path ที่จุด Anchor point
	Type on Path : เครื่องมือสำหรับสร้างตัวอักษรบนเส้น Path
	Smooth : เครื่องมือสำหรับวาดเส้นเพื่อแก้ไขความโค้งของเส้น
	Line : เครื่องมือสำหรับวาดเส้น Path แบบเส้นตรง
	Ellipse Frame : เครื่องมือสำหรับสร้างเฟรม (กรอบบรรจุภาพหรือตัวอักษร) แบบวงรี
	Ellipse : เครื่องมือสำหรับวาดภาพวงรี
	Rectangle : เครื่องมือสำหรับวาดภาพสี่เหลี่ยม

	Scale : เครื่องมือสำหรับย่อขยายวัตถุ
	Transform : เครื่องมือสำหรับย้ายตำแหน่ง หมุน และย่อขยายวัตถุ
	Measure : เครื่องมือวัดระยะ
	Gradient : เครื่องมือสำหรับใส่น้ำหนักของสี
	Gradient Feather : เครื่องมือสำหรับใส่น้ำหนักสีแบบค่าโปร่งใส
	Hand : เครื่องมือสำหรับลากย้ายตำแหน่งมุมมองพื้นที่ทำงาน
	Button : เครื่องมือสำหรับสร้างปุ่มกดแบบ Rollover สำหรับงานสร้างเว็บเพจ



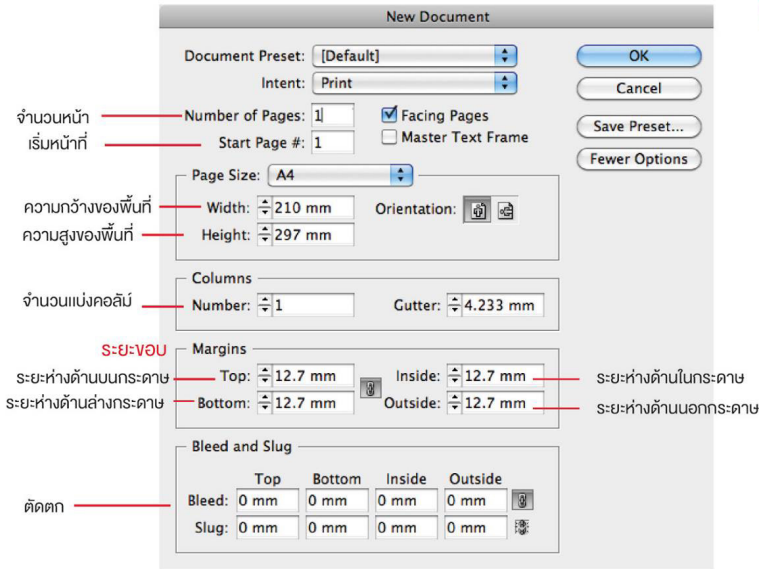


Basic : Indesign Cs6

ขั้นตอนการใช้ InDesign เพื่อทำหนังสือ

การตั้งค่าหน้ากระดาษ

1 เมื่อเราเข้าไปโปรแกรม ให้เรากด New Document จะปรากฏหน้าต่าง ตั้งค่าหน้ากระดาษดังรูป

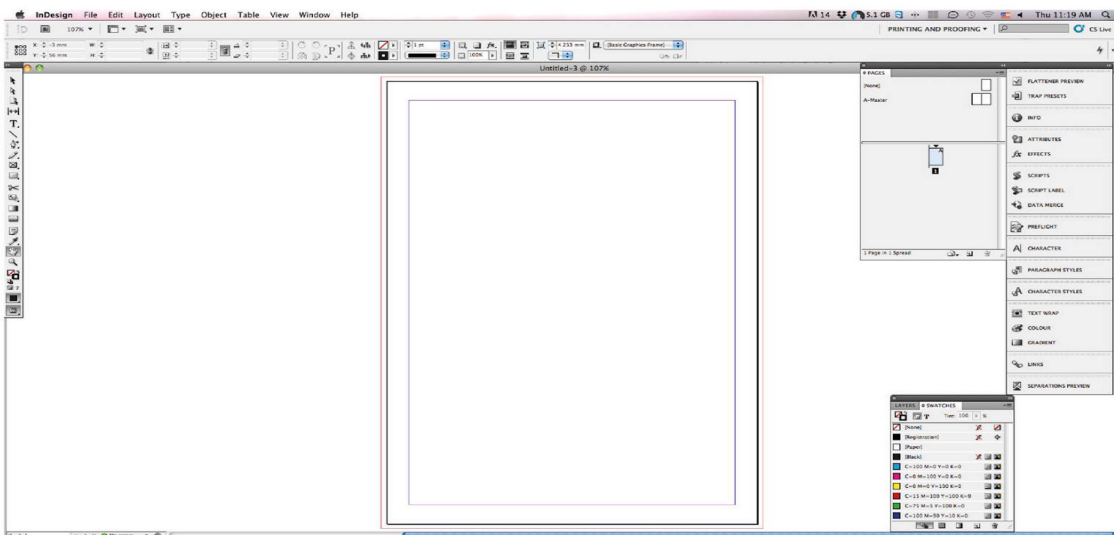


2 ให้เราตั้งค่าหน้ากระดาษตามภาพโดยให้ ตัดตก หรือ Bleed ทุกอันให้เป็น 3 mm เพื่อว่ากันเวลาตัด

	Top	Bottom	Inside	Outside
Bleed:	3 mm	3 mm	3 mm	3 mm
Slug:	0 mm	0 mm	0 mm	0 mm

จากนั้นกด ปุ่ม OK

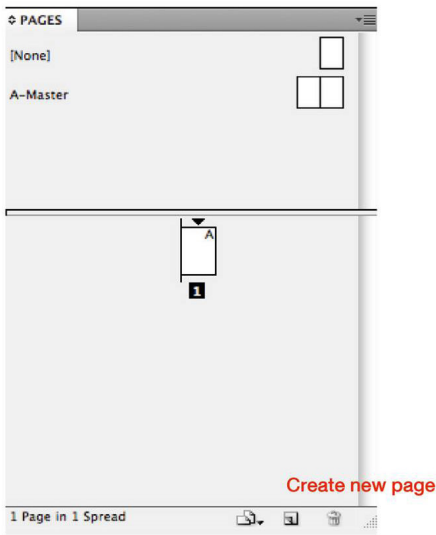
3 เมื่อกดปุ่ม OK จะได้นักกระดาษที่มีขนาดตามตั้งค่าและจะมีระยะขอบกระดาษตามที่เรากำหนดไว้ กรอบสี่ด้านคือที่เราจะตัดกระดาษ ขอบสีแดงคือระยะเพื่อให้ตัดกระดาษหรือตัดตก ต่อไปเราจะทำการเพิ่มหน้ากระดาษ เพื่อทำแต่ละหน้าของหนังสือ



Id Basic : Indesign Cs6

4 การจัดการกับหน้าแต่ละหน้า (PAGE)

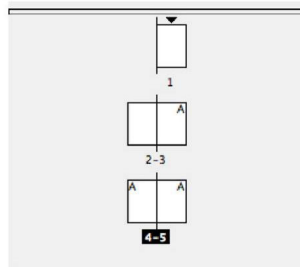
ในการจะจัดการกับจำนวนหน้าของหนังสือหรือที่เราจะทำเราสามารถเลือกได้ที่ page โดยเมนูจะอยู่ด้านขวาหรือ สามารถเข้าได้ที่ Window - แล้วเลือก Pages จะปรากฏเป็นดังภาพ



และหากเราต้องการเพิ่มหน้าเราสามารถเพิ่มหน้าได้โดยการกด Create new page หรือ ลากหน้ากระดาษจาก A - Master ได้เลย

Master คืออะไร

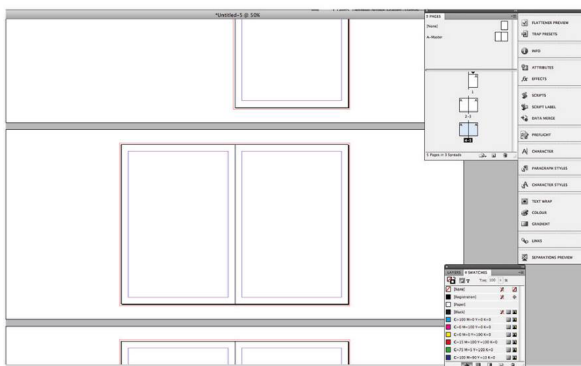
จะสังเกตว่า page ที่เราสร้างขึ้นมามีตัว A อยู่ซึ่งหมายถึง page นั้นมีการใช้ A - Master ซึ่ง เราสามารถเข้าไปตั้งค่า ใน A - master เมื่อตั้งค่าอะไรก็ตามในนั้น ทุกหน้าที่ใช้ของมาสเตอร์นั้นจะเปลี่ยนตามไปหมด และหากไม่ยอกให้หน้าไหนใช้ Master เราสามารถลาก None ลงไปใส่แทนได้




หน้า 1-2 มีเลือกใช้ None

หน้า 3-5 มีการเลือกใช้ A - Master

เมื่อเราดูในหน้าหลักจะเห็นว่าหน้าเพิ่มมา ด้านซ้ายและขวาเหมือนกับหนังสือ และต่อไปเราจะทำการใส่ข้อความและตัวหนังสือใน page



5 การใส่ข้อความตัวหนังสือลง Pages

เมื่อเราต้องการใส่ข้อความตัวหนังสือให้เราคลิกเลือกเครื่องมือ Type Tool หรือคัตตัว T  เมื่อต้องการจะพิมพ์ข้อความเราต้องสร้างกรอบขึ้นมาเพื่อเป็นขอบเขตของตัวข้อความหนังสือดังภาพ



6 การทำงานร่วมกับหน้า Master

**** ในการทำหนังสือที่มีจำนวนหลายๆหน้าเรามักจะสร้าง Text ในหน้า Master เพื่อให้สามารถใส่ข้อความได้ทุกๆหน้าโดยไม่ต้องสร้างกรอบ text ใหม่ ****

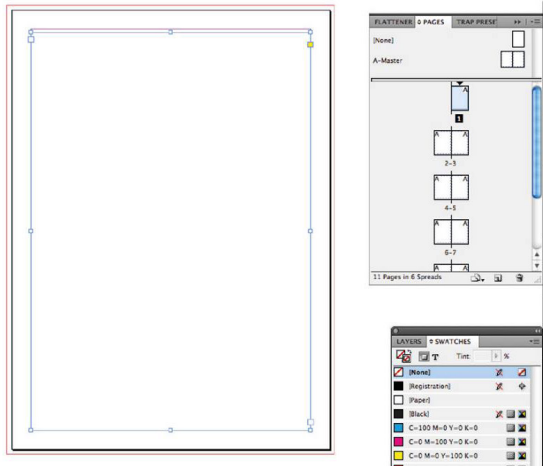
ให้เราสร้างกรอบข้อความ text ในหน้า Master แรก หลังจากนั้นให้สังเกตมุมล่างขวาจะมีสี่เหลี่ยมอยู่ให้กดเลือก จะเป็นไอคอนรูปสี่เหลี่ยมที่เมาส์ ให้อวดเป็นกรอบที่หน้า Master ด้านขวา เพื่อเป็นการลิงก์จากหน้าซ้าย



Id Basic : Indesign Cs6

7

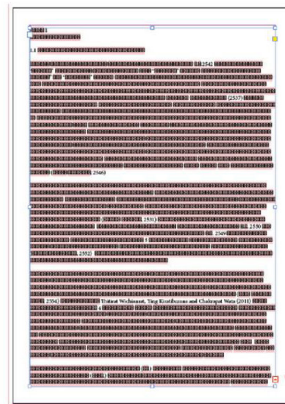
จากนั้นให้ออกจากหน้า Master แล้วเลือกที่หน้าสรรมดาสร้างกรอบ Text อีกครั้ง



8

การนำไฟล์หนังสือมาใส่ใน page

ในการทำหนังสือจะมีไฟล์ตัวหนังสือซึ่งพิมพ์ใส่ไว้ในไฟล์.world มาใส่ใน InDesign ซึ่งทำได้โดยกด เลือก File แล้วกด Place จากนั้นเลือกไฟล์เอกสารที่ต้องการมาใส่จะได้ดังภาพ



และจะสังเกตได้ว่าเมื่อนำไฟล์มาใส่ตัวหนังสือจะอยู่แค่หน้าที่เราสร้างไว้เพียงหน้าแรก โดยสังเกตว่าจะมีกรอบสีแดงอยู่เล็กๆที่ขอบวงล่าง

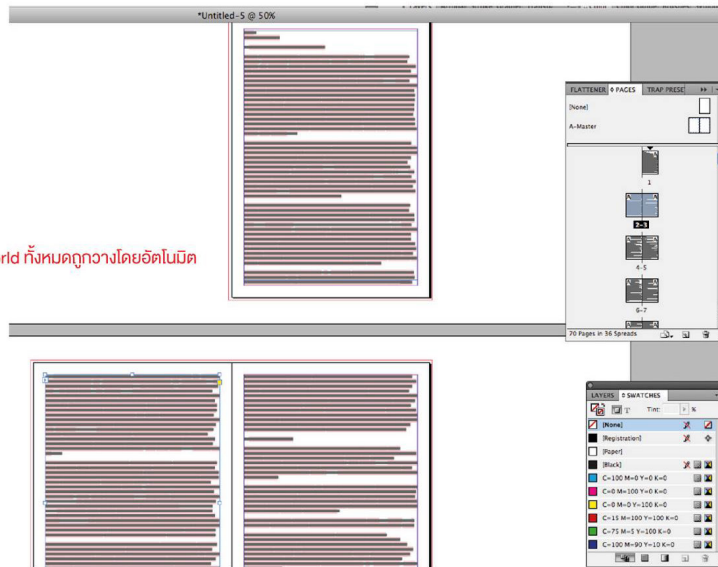
กรอบสีแดงบอกว่ามีตัวอักษรต่อไปอีก

เมื่อเรา place ไฟล์เอกสารมา

9

จะสังเกตได้ว่า ขอบวงล่างมีกรอบแดงๆ อยู่ นั้นหมายถึงว่ายังมีตัวหนังสืออยู่อีก แต่แสดงไม่พอกับกรอบที่เราสร้าง เมื่อเรากดคลิกที่กรอบ จะปรากฏเป็น รูปตัวอักษรจางๆ หมายถึงถึงมีตัวอักษร ให้เรานำไปวางที่หน้า 2 เมื่อเราวางที่หน้า 2 โปรแกรมจะรันอัตโนมัติ โดยวางตัวหนังสือทั้งหมดที่หน้าอื่นๆด้วย เพราะเราได้ทำการสร้างกรอบไว้ในหน้า Master ทำให้ตัวหนังสือจะถูกแสดงผลทั้งหมดโดยอัตโนมัติ ดังภาพ

ข้อความจาก world ทั้งหมดถูกวางโดยอัตโนมัติ



เราจะได้หน้าหนังสือหลายๆหน้าเรียงต่อกัน

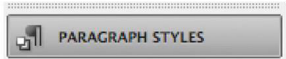
Id Basic : Indesign Cs6

การจัดการกับตัวอักษร

10 เมื่อเราวางข้อความจะพบว่าบางที ฟอนต์เป็นภาษาแปลกๆ ให้เราเปลี่ยนเป็นฟอนต์ภาษาไทย โดยกด ctrl + A เพื่อเลือกทั้งหมด จากนั้นให้เปลี่ยนภาษาไทย (ในที่นี้ใช้ DB Helvethica X ขนาดตัวอักษร 16) และให้เพิ่มขนาดของหัวข้อหรือหัวเรื่องให้เหมาะสม

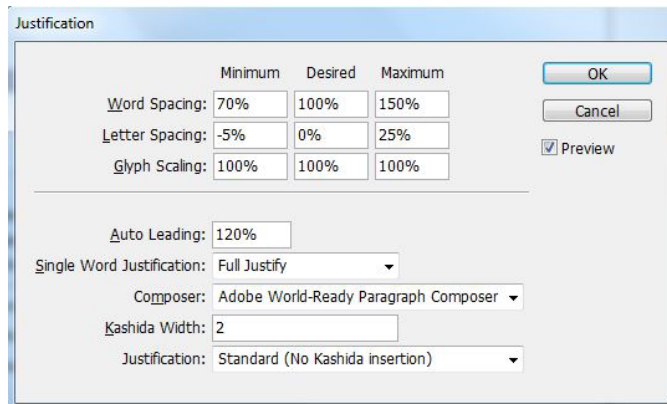
11 การค่า Justification ใน paragraph style

- เป็นการตั้งค่ามาตรฐานของ InDesign เพื่อให้ตัวหนังสือมีการจัดวางที่สวยงามไม่ห่างหรือชิดจนเกินไป โดยเข้าที่ Paragraph Style



- แล้วเลือกเมนูด้านบน จากนั้นให้กดเลือก **Style Options...**

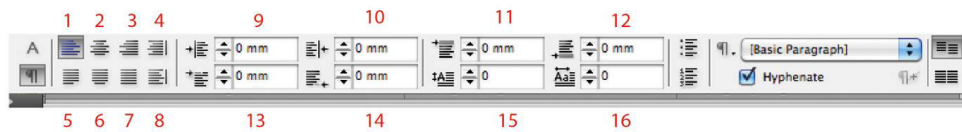
- กดเลือก Justification แล้วตั้งค่าดังกล่าว



- จากนั้นกดตกลง

12 รูปแบบการวางของ paragraph

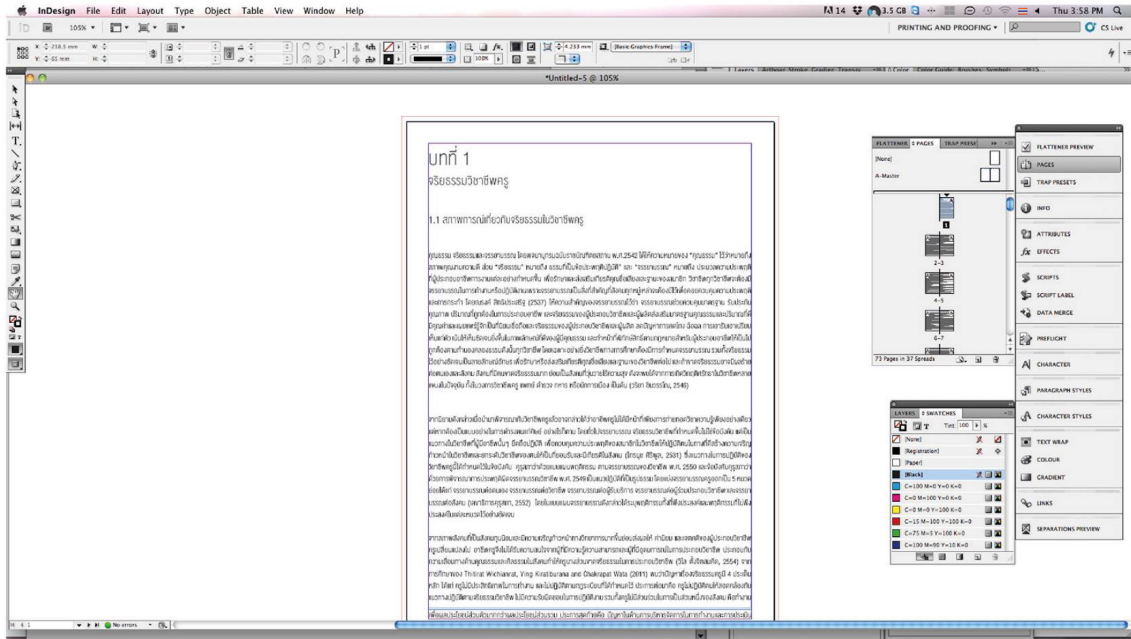
การจัดวางพารากราฟ สามารถกำหนดได้ว่าต้องการให้ชิดขวา ชิดซ้ายหรือ อยู่ตรงกลาง โดยกำหนดที่ เมื่กดด้านบน นอกจากนี้ยังสามารถกำหนดความห่างของ ตัวหนังสือ หรือชิดกันได้ด้วย โดยเมนูดูจากภาพ



- | | |
|-----------------------------|--|
| 1. จัดชิดขอบซ้าย | 9. ห่างจากขอบซ้าย |
| 2. จัดอยู่กึ่งกลาง | 10. ห่างจากขอบขวา |
| 3. จัดชิดขอบขวา | 11. เพิ่มระยะห่างบรรทัดแรกกับพารากราฟต่อไป |
| 4. ชิดขวาและห่างจากขอบ | 12. เพิ่มระยะห่างบรรทัดสุดท้ายกับพารากราฟต่อไป |
| 5. ชิดซ้ายและพอดีกรอบ | 13. เพิ่มระยะห่างย่อหน้าแรกไปทางขวา |
| 6. จัดกึ่งกลางและพอดีกรอบ | 14. เพิ่มระยะห่างย่อหน้าสุดท้ายไปทางซ้าย |
| 7. จัดให้พอดีกรอบ | 15. เพิ่มขนาดตัวอักษรแรกย่อหน้า |
| 8. จัดชิดซ้ายและห่างจากกรอบ | 16. เพิ่มระยะของตัวอักษร |

Id Basic : Indesign Cs6

13 เมื่อตั้งค่าตามที่กำหนดจะได้รูปแบบตามภาพ



14 การใส่รูปภาพ

ในการทำหนังสือมักจะมีภาพแทรกอยู่ตามหน้าหนังสือ ซึ่งเราสามารถใส่หน้าหนังสือได้โดยการเลือก File แล้วเลือก Place จากนั้นเลือกภาพที่ต้องการ



เมื่อวางภาพจะได้ภาพมีกรอบสี่ฟ้าซึ่งเมื่อ ดับเบิลคลิกจะพบว่ามีการรอบสี่น้ำตาลขึ้นภายใน ซึ่งกรอบสี่น้ำตาลคือการย้ายภาพโดยส่วนที่อยู่ในกรอบฟ้า ถ้าเลยจะถูกตัดออกไป แต่ถ้าเป็นสี่ฟ้าจะย้ายได้ทั้งหมดดังภาพ



กรอบฟ้าจะย้ายได้ทั้งภาพ



กรอบน้ำตาลเมื่อกดดับเบิลคลิก



เมื่อย้ายเลื่อน ถ้าเลยกรอบฟ้าจะไม่เห็นแค่ส่วนที่อยู่ในกรอบ

Id Basic : Indesign Cs6

15 การใส่รูปภาพใน paragraph

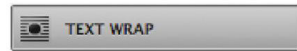
เมื่อนำภาพมาวางบนงานของเราจะพบว่า ภาพที่วางนั้นมีการทับกับตัวหนังสือใน paragraph



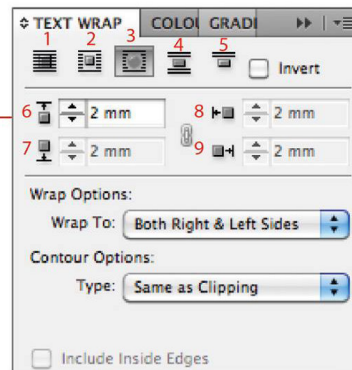
เมื่อวางภาพจะพบว่าภาพทับตัวอักษร

1. ไม่มีการจัดของ Text
2. Text จะอยู่รอบรูป
3. Text จะจัดโดยเว้นรอบๆรูป
4. เว้นบรรทัด Text ตามรูป
5. เว้นคอลัมน์ Text ตามรูป
6. เพิ่มระยะห่างด้านบน
7. เพิ่มระยะห่างด้านล่าง
8. เพิ่มระยะห่างด้านซ้าย
9. เพิ่มระยะห่างด้านขวา

เราสามารถทำให้ text ไม่ทับรูปภาพได้ โดยเลือกที่ Text Warp โดยสามารถเลือกได้ที่ Window แล้วเลือก Text Warp หรือเลือกที่รูป



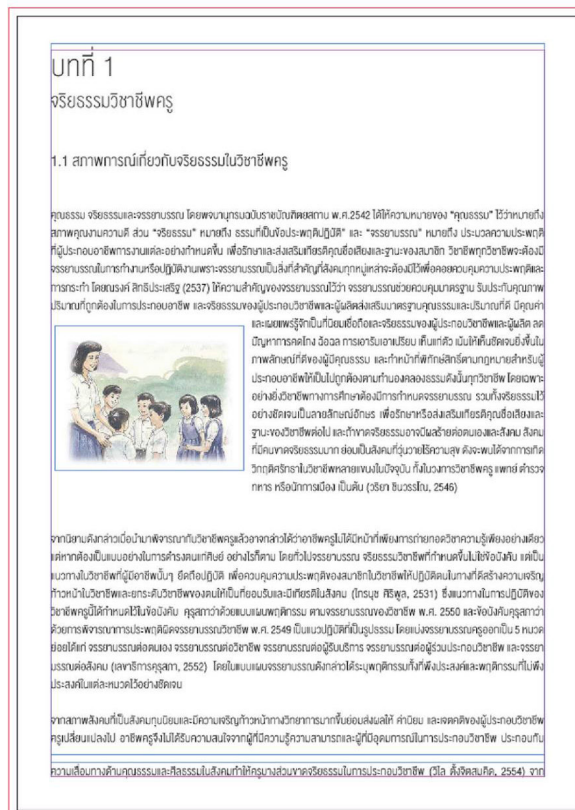
จะได้เมนูดังภาพ



- 16 ให้เราเลือกไอคอนที่ 3 และปรับค่าที่หมายเลข 6 กับ 7 เป็น 2 mm เพื่อให้ Text เว้นรูปภาพ และห่างออกห่างๆทุกด้าน 2 mm

17

เราจะได้ภาพที่มี Text ไม่ถูกทับ และมีการจัดเรียงที่สวยงาม เราสามารถประยุกต์ใช้ในแบบอื่นๆตามแบบความต้องการ เมื่อเสร็จก็จะได้เป็นหน้าหนังสือ ตามรูปดังภาพ

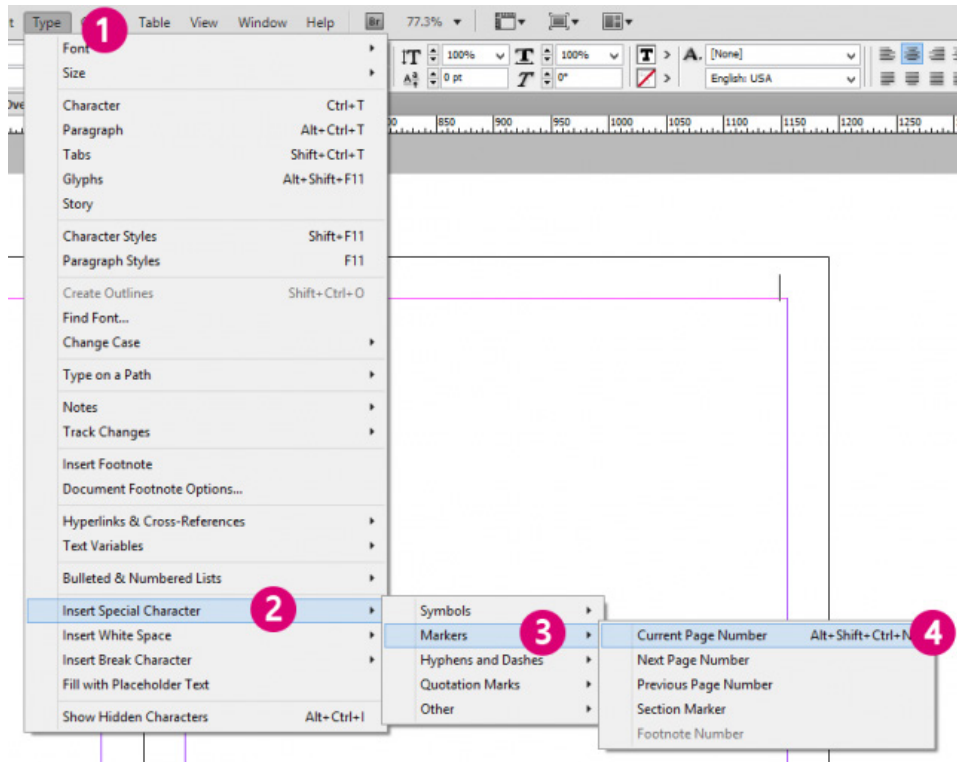


ขอขอบคุณข้อมูลตัวอย่างจาก โรงพิมพ์ ภาพพิมพ์

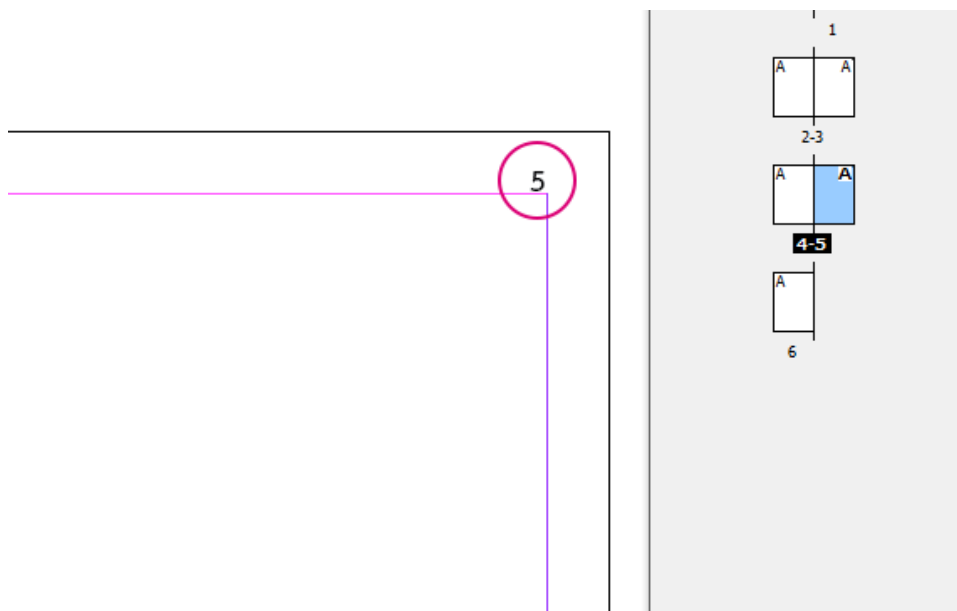
Id Basic : Indesign Cs6

ขั้นตอนการใส่เลขหน้า

1. คลิกเลือกเครื่องมือ Type Tool คลิกแต่รีกเมาส์กรอบข้อความ
2. เลือกรูปแบบตัวอักษร ขนาด ตำแหน่งจัดวาง เป็นต้น
3. ไปยังเมนู Type > Insert Special Character > Markers > Current Page Number ดังภาพ

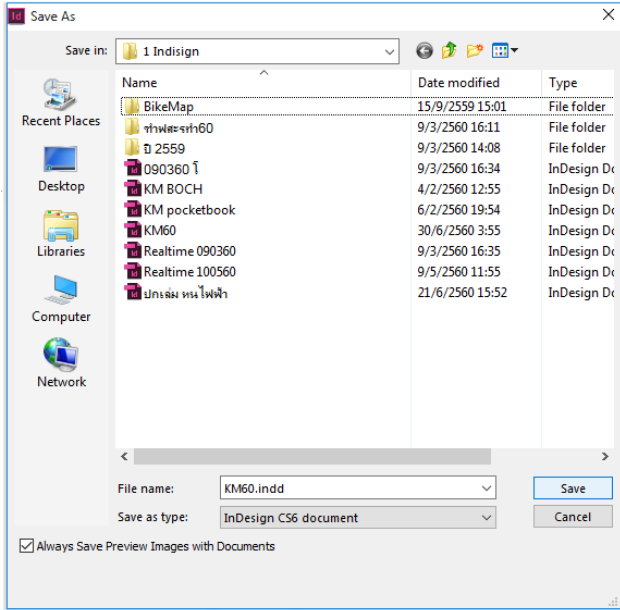


4. จะปรากฏเลขหน้า หน้าปัจจุบันของเอกสารในกรอบข้อความ ดังภาพ



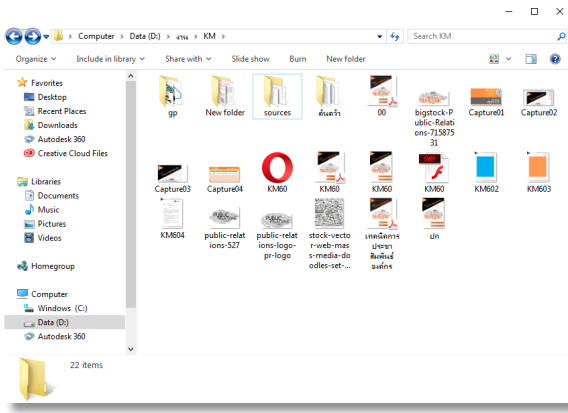
Id Basic : Indesign Cs6

การ Save ไฟล์งาน

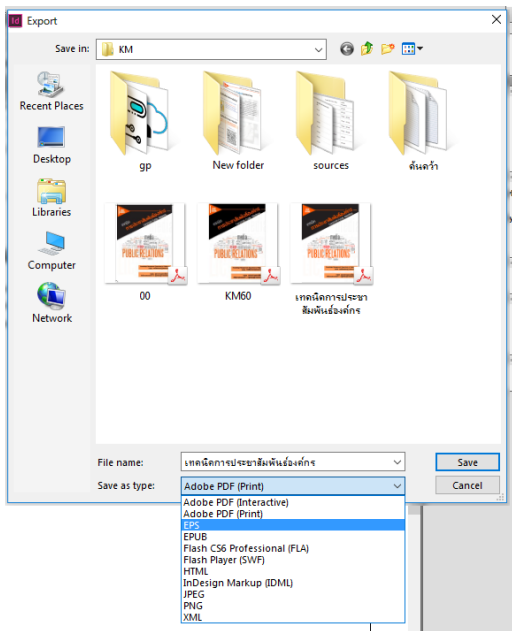


ไปที่ File ----> Save As ----> Save

*** งานกับรูปที่ใช้ประกอบเนื้อหา ต้องอยู่โฟลเดอร์เดียวกัน หรือจะสร้างโฟลเดอร์เฉพาะก็ได้ หากเผลอลบโฟลเดอร์ รูปในไฟล์ indesign จะหายไปด้วย



การ Export ไฟล์งาน



ไปที่ File ----> Export ----> เลือกที่เก็บ
----> เลือกประเภทไฟล์ ----> Save

*** ถ้าต้องการทำเป็น E-book ต้องเลือกเป็น SWF

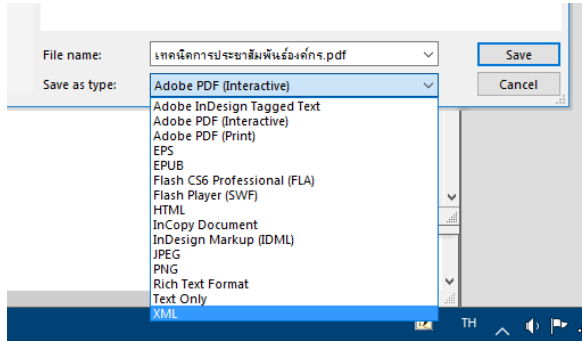




Basic : Indesign Cs6



การ Export ไฟล์งานประเภท PDF

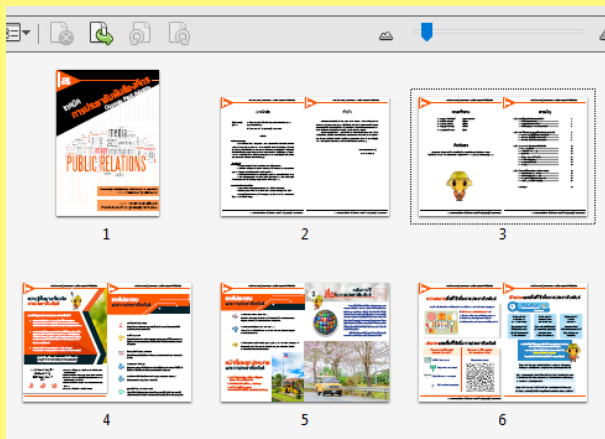


1. ไปที่ File ----> Export ----> เลือกที่เก็บ
-----> เลือกประเภทไฟล์ PDF -----> Save

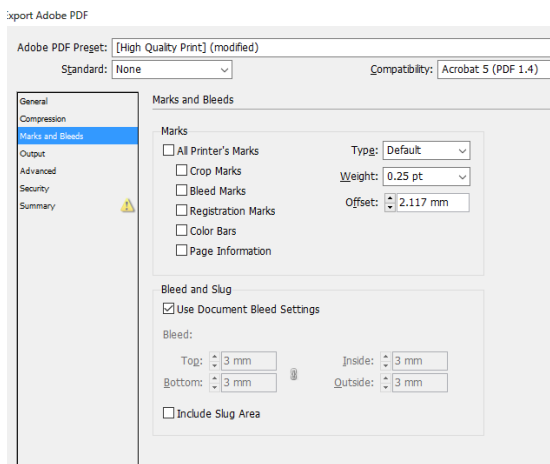
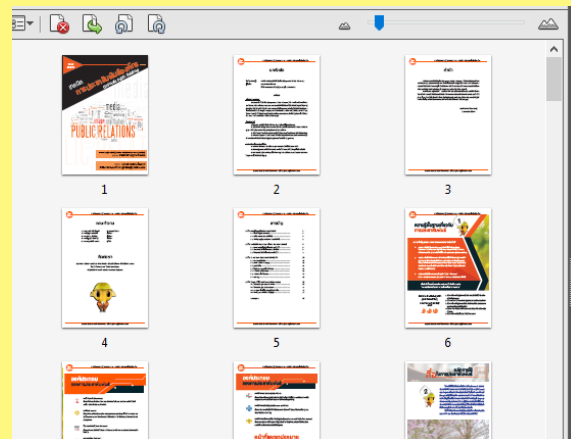
*** การ Save แบบ PDF โปรแกรม indesign จะมี 2 ประเภท คือ

- 1. Adobe PDF (Interactive) / หน้าคู่
- 2. Adobe PDF (Print) / หน้าเดี่ยว

Adobe PDF (Interactive) / หน้าคู่



Adobe PDF (Print) / หน้าเดี่ยว



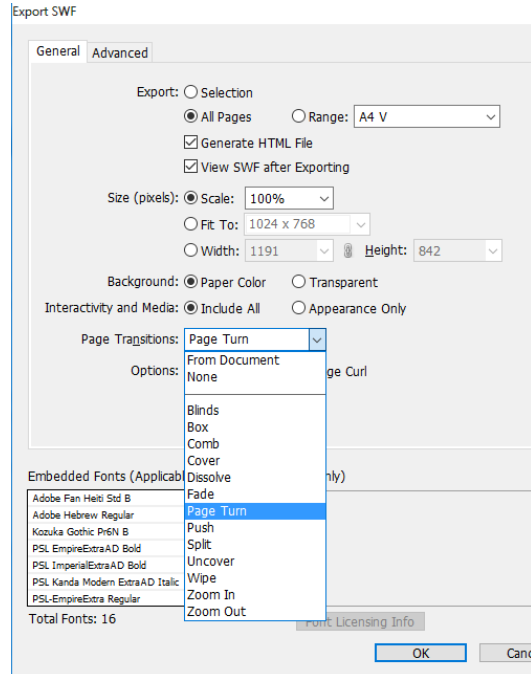
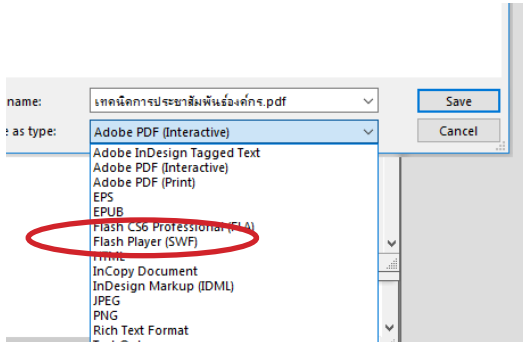
2. ด้านบนช่อง Adobe PDF Preset เลือก High Quality Print
 3. หัวข้อ Marks and Bleeds ดึงถูกในช่อง
Use Document Bleed Settings
 4. กด Export



Basic : Indesign Cs6



การ Export ไฟล์งานประเภท E-Book

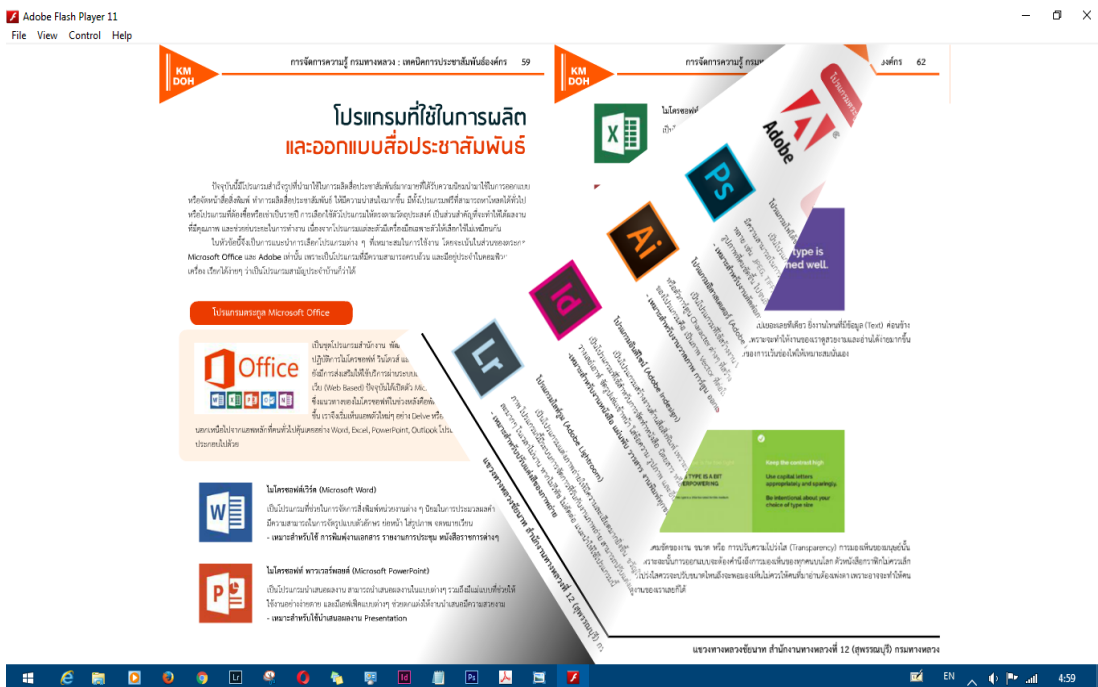


1. ไปที่ File ----> Export -----> เลือกที่เก็บ

- เลือกประเภทไฟล์ Flash Player (SWF)
- กด Save

2. Setting Export

- Size คือ การกำหนดขนาดรูปเล่มที่จะโชว์บนจอ
- ถ้าอยากได้แบบเมาส์คลิกเปิดทีละหน้าให้เลือก Page Turn
- กด Ok จะได้ไฟล์ SWF
- ดับเบิ้ลคลิกเพื่อเปิดงานดู



Id

ตัวอย่างงานที่ใช้ Adobe Indesign

จัดทำภาพรายงานกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กร ผ่านสื่อโซเชียล (Line, Facebook)



Id Adobe InDesign CS6

Presentation ขององค์กร ในรูปแบบวารสาร, หนังสือ

แขวงทางหลวง สำนักงานทางหลวงที่ 12 (สุพรรณบุรี)

ชยันต

Chainat Presentation

ฉบับปฐมฤกษ์ ภาวชนวชน ๒๕๖๑ ปีระ ๒๕๖๑

เอกสารประกอบการดำเนินงาน (ฉบับ 2) สหภาพของสมาชิก ๒ (สุพรรณบุรี) | สหภาพของสมาชิก ๒ (สุพรรณบุรี) | สหภาพของสมาชิก ๒ (สุพรรณบุรี)

Content

ส่วนที่ 3 : การวางแผนและกรบริหารงานด้านต่างๆ

การวางแผน / การบริหารงาน บัญชีรายปี
 - แผนรายปี (Case study ๑ ภาค)
 - ปัญหา การดำเนินงานที่ประสบความล้มเหลว
 - ปัญหา การดำเนินงานที่ประสบความล้มเหลว

การวางแผน / การบริหารงาน ภูมิทัศน์ (ส.ส.ส.ส.)
 - ตัวอย่าง การจัดทำแผนภูมิทัศน์ที่สอดคล้อง
 - ตัวอย่าง แผนภูมิทัศน์ที่สอดคล้อง
 - สรุป แลเคล็ดลับ ที่ใช้ในงานประเภทนี้ ปี 2568

การวางแผน / การบริหารงาน งบการเงินรายปี
 - การจัดทำ งบประมาณรายปีของหน่วยงาน
 - ตัวอย่าง

การวางแผน / การบริหารงาน งบประมาณ
 - การจัดทำ งบประมาณรายปี
 - การดำเนินงานที่สอดคล้อง
 - การดำเนินงานที่สอดคล้อง

340

ทำความรู้จักกับแขวงทางหลวงชยันต

กรมทางหลวงชยันตเป็นหน่วยงานราชการที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการดูแลรักษาและปรับปรุงสภาพของถนนสายหลักและสายรองในจังหวัดสุพรรณบุรี

1. หมวดช่างก่อสร้าง (ช่าง) ๒๕ คน
 2. หมวดช่างไฟฟ้า (ช่าง) ๑๕ คน
 3. หมวดช่างโยธา (ช่าง) ๑๕ คน
 4. หมวดช่างโยธา (ช่าง) ๑๕ คน

145-841 (สุพรรณ) ทางหลวงหมายเลข 340 นครสวรรค์-สุพรรณบุรี 3-กม 50 ต.ราชวรา อ.เมืองสุพรรณบุรี ทางหลวงหมายเลข ๓๑๖ สุพรรณบุรี-อ.เมืองสุพรรณบุรี ๑๖-๖๖๖ กม. (ระยะทาง ๑๖๖ กม.)

๑๕๖-๘๔๑ (สุพรรณ) ทางหลวงหมายเลข ๓๔๐ นครสวรรค์-สุพรรณบุรี ๓-๕๖๖ กม. (ระยะทาง ๕๖๖ กม.)

๑๕๖-๘๔๑ (สุพรรณ) ทางหลวงหมายเลข ๓๔๐ นครสวรรค์-สุพรรณบุรี ๓-๕๖๖ กม. (ระยะทาง ๕๖๖ กม.)

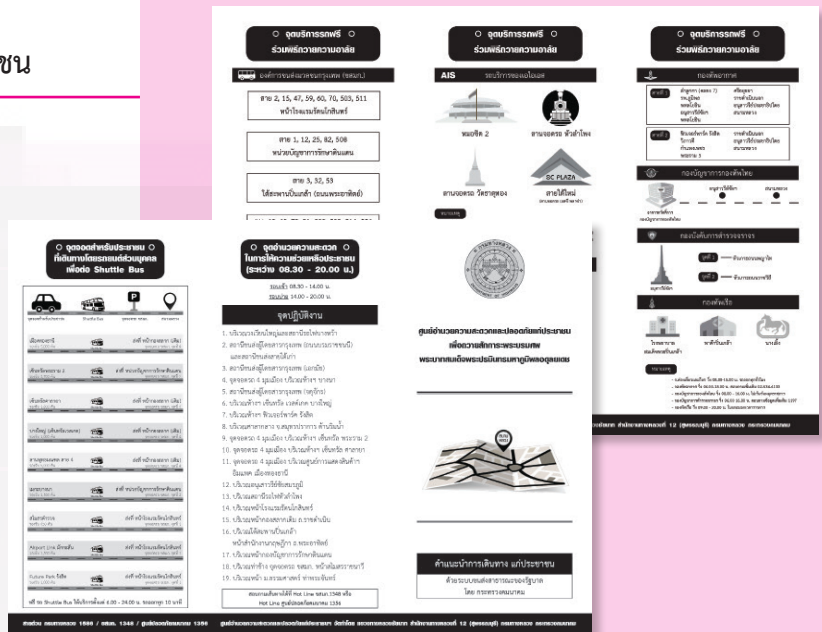
๑๕๖-๘๔๑ (สุพรรณ) ทางหลวงหมายเลข ๓๔๐ นครสวรรค์-สุพรรณบุรี ๓-๕๖๖ กม. (ระยะทาง ๕๖๖ กม.)

๑๕๖-๘๔๑ (สุพรรณ) ทางหลวงหมายเลข ๓๔๐ นครสวรรค์-สุพรรณบุรี ๓-๕๖๖ กม. (ระยะทาง ๕๖๖ กม.)

Id

ตัวอย่างงานที่ใช้ Adobe Indesign

แผ่นพับ สำหรับบริการประชาชน



สื่อประชาสัมพันธ์จากองค์กร ในกิจกรรมพิเศษต่างๆ ในพื้นที่

