



รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

การจัดทำภาพประกอบคอนเทนต์ สื่อออนไลน์ และวีดิทัศน์ ลงสื่อออนไลน์ เพื่อการ
โฆษณาให้กับศิลปิน GMM GOLD บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)

Creating illustrations of online media content and video on online media. For
advertisement for artists GMM GOLD, GMM Grammy Plc.

โดย

นางสาว แพรวพลอย ปานดวง 5906400003

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานวิชา สหกิจศึกษา

ภาควิชาแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสยาม

ภาคการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2561

หัวข้อโครงการ

การจัดทำภาพประกอบคอนเทนต์ สื่อออนไลน์ และวีดิทัศน์ ลงสื่อออนไลน์ เพื่อการโฆษณาให้กับศิลปิน GMM GOLD บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)

Creating illustrations of online media content and video on online media. For advertisement for artists GMM GOLD, GMM Grammy Plc.

รายชื่อผู้จัดทำ

นางสาว แพรพลอย ปานดวง

ภาควิชา

แอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ ปัญจเวช บุญรอด

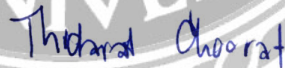
อนุมัติให้โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา ภาควิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ ประจำปีการศึกษาที่ 3 ปีการศึกษา 2561

คณะกรรมการการสอบโครงการ



.....อาจารย์ที่ปรึกษา

(อาจารย์ ปัญจเวช บุญรอด)



.....พนักงานที่ปรึกษา

(นางสาว ธิดารัตน์ ชูรัตน์)



.....กรรมการกลาง

(อาจารย์ ทศพร เทียนศรี)



.....ผู้ช่วยอธิการบดีและผู้อำนวยการสำนักสหกิจศึกษา

(ผศ.ดร.มารุจ ลิ้มปะวัฒนะ)

จดหมายนำส่งรายงาน

วันที่ 30 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2561

เรื่องขอส่งรายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

เรียนอาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษาภาควิชา แอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์

อาจารย์ ปัญจเวช บุญรอด

ผู้จัดทำ นางสาว แพรพลอย ปานดวง นักศึกษาภาควิชาแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสยาม ได้ไปปฏิบัติงาน สหกิจศึกษาระหว่างวันที่ 14 พฤษภาคม พ.ศ. 2561 ถึงวันที่ 30 สิงหาคม พ.ศ. 2561 ในตำแหน่ง ครีเอทีฟ (Creative) ณ บริษัท แกรมมี่ โกลด์ ในเครือบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ได้รับมอบหมายจาก พนักงานที่ปรึกษาให้ศึกษาและทำรายงานเรื่อง “การจัดทำคอนเทนต์ ภาพประกอบ สื่อออนไลน์ และวีดิทัศน์ให้กับศิลปิน แกรมมี่ โกลด์”

บัดนี้การปฏิบัติงานสหกิจศึกษาได้สิ้นสุดแล้ว ผู้จัดทำจึงขอส่งรายงานดังกล่าวมาพร้อมกันนี้จำนวน 1 เล่มเพื่อขอรับคำปรึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

นางสาว แพรพลอย ปานดวง

นักศึกษาสหกิจศึกษาภาควิชาแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์

กิตติกรรมประกาศ

การที่ผู้จัดทำได้มาปฏิบัติงานในโครงการสหกิจศึกษา ณ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม 2561 ถึงวันที่ 30 สิงหาคม 2561 ส่งผลให้ผู้จัดทำได้รับความรู้ และประสบการณ์ต่างๆ ที่มีค่ามากมายสำหรับรายงานสหกิจศึกษานับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดีจากความร่วมมือ และสนับสนุนจากหลายฝ่ายดังนี้

1. บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)
2. บริษัท แกรมมี่ โกลด์ จำกัด
3. นางสาว ธิดารัตน์ ชูรัตน์ (Online creative)
4. อาจารย์ปัญญาเวช บุญรอด (อาจารย์ที่ปรึกษา)

และบุคคลท่านอื่น ๆ ที่ไม่ได้กล่าวนามทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำช่วยเหลือในการจัดทำรายงาน

ผู้จัดทำขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลและเป็นที่ปรึกษาในการทำรายงานฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์ตลอดจนให้การดูแลและให้ความเข้าใจกับชีวิตของการทำงานจริง ขอขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ ปัญญาเวช บุญรอด ที่ชี้แนะการวางตัวและมารยาทในการปฏิบัติงานสหกิจให้เหมาะสมกับสถานที่ปฏิบัติสหกิจ ซึ่งผู้จัดทำขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ผู้จัดทำ

นางสาว แพรวพลอย ปานดวง

18 กันยายน 2561

หัวข้อโครงการ : การจัดทำภาพประกอบคอนเทนต์ สื่อออนไลน์ และวิดีโอ
 ทัศน์ ลงสื่อออนไลน์ เพื่อการโฆษณาให้กับศิลปิน GMM
 GOLD บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)

หน่วยกิตของโครงการ : 5 หน่วยกิต

รายชื่อผู้จัดทำ : นางสาว แพรวพลอย ปานดวง

อาจารย์ที่ปรึกษา : อาจารย์ ปิญจเวช บุญรอด

วุฒิการศึกษา : วิทยาศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชา : แอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์

คณะ : เทคโนโลยีสารสนเทศ

ภาคการศึกษา / ปีการศึกษา : 3/2561

บทคัดย่อ

รายงานสหกิจฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรในการปฏิบัติงาน รายงานสหกิจศึกษาประจำปีการศึกษา 2561 ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยสยาม โครงการการจัดทำคอนเทนต์ ภาพประกอบ สื่อออนไลน์ และวิดีโอให้กับศิลปิน แกรมมี่ โกลด์ เพื่อโปรโมทลงในสื่อออนไลน์ ของบริษัท แกรมมี่ โกลด์ ในเครือ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการทำงานต่างๆในการออกแบบ ปรับแต่งภาพ และตัดต่อวิดีโอ ลงสื่อออนไลน์ จากมืออาชีพ ผู้จัดทำได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติงานตำแหน่ง กริเอทีฟ โดยการออกแบบ ปรับแต่งภาพ และตัดต่อวิดีโอ ลงสื่อออนไลน์ ให้กับศิลปินแกรมมี่ โกลด์

ผลจากการศึกษาและปฏิบัติงานทำให้ผู้จัดทำมีประสบการณ์จากการทำงานจริงได้รับความรู้และเทคนิคใหม่ๆ ทั้งในด้านกระบวนการคิด การวิเคราะห์ รู้จักการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า รวมถึงการทำงานร่วมกับผู้อื่นและการจัดสรรเวลาเพื่อให้งานที่มอบหมายมีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งเป็นการเตรียมความพร้อมเพื่อก้าวเข้าสู่การทำงานอย่างมืออาชีพต่อไปในอนาคต

คำสำคัญ : เอดีเตอร์ / สื่อ / ปรับแต่ง / ตัดต่อ / ออนไลน์

ผู้อนุมัติ

Title : Creating Online Content and Video Illustration Content
for Online Advertisement Media of GMM GOLD,
GMM Grammy Plc Artists.
Credits : 5 credits
By : Miss Pareploy Pandoneg
Advisor : Mr. Panjavej Boon Rawd
Degree : Bachelor of Science
Major : Animation and Creative Media
Faculty : Department of Information Technology
Semester / Academic Year : 3/2018

Abstract

This cooperative report is a part of the curriculum in academic year 2018, undergraduate studies at Siam University. This report is about creating content, illustrations, online media and video for Grammy Gold artists in order to promote the online advertising of Grammy Gold Company, affiliated with GMM Grammy Public Company Limited. The purpose of this project was to study the working process of designing, editing images and videos from the professionals. The student was assigned to work as a creative designer which her duties were to design, edit images and video for the company's online advertising.

The researcher had gained work experiences, new knowledge, new techniques in analysis process and how to solve unavoidable issues. Included working as a team and time management, which will help the student be ready for real working situations.

Keywords: Editor / Media / Customization / Editing / Online



สารบัญ

	หน้า
จดหมายนำส่งรายงาน	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
Abstract	ง
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ	2
1.3 ขอบเขตของโครงการ	2
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ	2
บทที่ 2 การทบทวนเอกสาร/วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	
2.1 สื่อสังคมออนไลน์	3
2.2 การตลาดออนไลน์	5
2.3 การติดต่อวิถีทัศน์หรือภาพยนตร์	6
บทที่ 3 รายละเอียดการปฏิบัติงาน	
3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ	25
3.2 ลักษณะการประกอบการผลิตภัณฑ์การให้บริการหลักขององค์กร	27
3.3 รูปแบบการจัดองค์การและการบริหารงานขององค์กร	35
3.4 ตำแหน่งและลักษณะงานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย	39
3.5 ชื่อและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา	39
3.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน	40
3.7 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินการ	40
3.8 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้	41

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการปฏิบัติงานตามโครงการ	
4.1 สัปดาห์ที่ 1	44
4.2 สัปดาห์ที่ 2	46
4.3 สัปดาห์ที่ 3	47
4.4 สัปดาห์ที่ 4 ถึง 8	49
4.5 สัปดาห์ที่ 9	53
4.6 สัปดาห์ที่ 10	54
4.7 สัปดาห์ที่ 11 ถึง 12	55
4.8 สัปดาห์ที่ 13	57
4.9 สัปดาห์ที่ 14 ถึง 16	58
บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา	60
5.2 ข้อเสนอแนะการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา	60
บรรณานุกรม	61
ภาคผนวก	62
ประวัติผู้จัดทำ	64

สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพที่ 3.1 ภาพ แผนที่ / ที่ตั้ง บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)	25
ภาพที่ 3.2 ภาพ Logo ของ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)	26
ภาพที่ 3.3 ภาพ Logo ของ บริษัท แกรมมี่ โกลด์ จำกัด	26
ภาพที่ 3.4 ภาพ Logo ของ ช่องทีวี่ one 31	30
ภาพที่ 3.4 ภาพ Logo ของ ช่องทีวี่ GMM 25	31
ภาพที่ 3.5 ภาพ ช่องสถานีวิทยุของบริษัท	31
ภาพที่ 3.6 ภาพ Logo บริษัท จีดีเอช ห้าห้าเก้า จำกัด	32
ภาพที่ 3.7 โครงสร้างขององค์กร บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)	35
ภาพที่ 3.8 ภาพ คณะผู้บริหารของ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)	36
ภาพที่ 3.9 ภาพ คณะกรรมการ ของ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)	38
ภาพที่ 4.1 ภาพ ตัวอย่างภาพประกอบคอนเทนต์จากเพจ	42
ภาพที่ 4.2 ภาพ การตั้งค่าน้ำกระดาษ	43
ภาพที่ 4.3 ภาพ Thumbnail เพลง ชั่วฟ้าดินสลาย	44
ภาพที่ 4.4 ภาพ ตัดต่อ วิดีโอเพลง ชั่วฟ้าดินสลาย	45
ภาพที่ 4.5 ภาพ วิดีโอเพลง ชั่วฟ้าดินสลาย ใน Official Youtube	45
ภาพที่ 4.6 ร้าน HAF Wanghin	46
ภาพที่ 4.7 ภาพปกดาวนโหลดเพลง ไปสักกันสา	46

	หน้า
ภาพที่ 4.8 ภาพปกดาวน์โหลดเพลง ไปสักกันสา	47
ภาพที่ 4.9 ภาพปกดาวน์โหลดเพลง ไปสักกันสา	47
ภาพที่ 4.10 ภาพ Thumbnail เพลง เจ็บเมื่อไหร่ก็โทรมา	48
ภาพที่ 4.11 ภาพ ตัดต่อ วิดีโอเพลง ถ่านไฟเก่า	48
ภาพที่ 4.12 ภาพ วิดีโอเพลง อยากได้ยื่นว่ารักกัน ใน Official Youtube	48
ภาพที่ 4.13 ภาพ โลโก้ เพลง อยากได้ยื่นว่ารักกัน	49
ภาพที่ 4.14 ภาพประกอบ คอนเทนต์ รูปแบบที่ 1	49
ภาพที่ 4.15 ภาพประกอบ คอนเทนต์ รูปแบบที่ 1	50
ภาพที่ 4.16 ภาพ จากเพจ Facebook มิวส์ อรภัสชญาน์ แกรมมี โกล์ด	50
ภาพที่ 4.17 ภาพประกอบ คอนเทนต์ รูปแบบเกมส์	50
ภาพที่ 4.18 ภาพ จากเพจ Facebook มิวส์ อรภัสชญาน์ แกรมมี โกล์ด	51
ภาพที่ 4.19 ภาพ Thumbnail เพลง ไม่สมควรดีศรี	51
ภาพที่ 4.20 ภาพ Thumbnail เพลง ไม่สมควรดีศรี	52
ภาพที่ 4.21 ภาพ วิดีโอเพลง คิดถึงฉันไหม เวลาที่เธอ ใน Official Youtube	52
ภาพที่ 4.22 ภาพ จาก Official Youtube	52
ภาพที่ 4.23 ภาพ โลโก้ เพลง เลิกรา	53
ภาพที่ 4.24 ภาพ ตัดต่อ วิดีโอสั้น	53
ภาพที่ 4.25 ภาพ ตัดต่อ วิดีโอสั้น	54
ภาพที่ 4.26 ภาพประกอบ คอนเทนต์	54

	หน้า
ภาพที่ 4.27 ภาพประกอบ คอนเทนท์	55
ภาพที่ 4.28 ภาพปกดาวน์โหลด เพลง อย่าพึ่งบอกข่าวร้าย	55
ภาพที่ 4.29 ภาพปกดาวน์โหลด เพลง คำที่บ่กล้าไว้	56
ภาพที่ 4.30 ภาพปกดาวน์โหลด เพลง มักอายหลายเคื้อ	56
ภาพที่ 4.31 ภาพปกดาวน์โหลด เพลง ทำเป็นไม่ทัก	57
ภาพที่ 4.32 ภาพปกหน้าเพจ Facebook	57
ภาพที่ 4.33 ภาพปกหน้าเพจ Facebook	58
ภาพที่ 4.34 ภาพปรับแต่ง อัลบั้ม Facebook	58
ภาพที่ 4.35 ภาพปรับแต่ง อัลบั้ม Facebook	59
ภาพที่ 4.36 ภาพปรับแต่ง อัลบั้ม Facebook	59
ภาพที่ 4.37 ภาพปรับแต่ง อัลบั้ม Facebook	59

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันการสื่อสารมีการเจริญเติบโตอย่างมากพร้อมช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย โดยเฉพาะการสื่อสารบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet) ที่ทำให้การสื่อสารเป็นไปได้ง่าย ในยุคปัจจุบันจนทำให้เกิดการสร้างสังคมใหม่ที่สามารถติดต่อสื่อสารกันได้ทุกที่ทุกเวลา หรือที่รู้จักกันในชื่อ โซเชียลเน็ตเวิร์ค (Social Network) หรือเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social Network) ที่ผู้คนสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารหรือความสนใจ ตลอดจนการแสดงความคิดเห็นต่อเรื่องราวต่างๆ ร่วมกันได้อย่างเสรีทำให้เครือข่ายสังคมออนไลน์กลายเป็นแหล่งการแบ่งปันและแลกเปลี่ยนข้อมูลที่ใหญ่ที่สุดในโลก

แม้ปัจจุบันสื่อได้ปรับปรุงช่องทางการนำเสนอ ให้สอดคล้องกับการดำรงชีวิตของมนุษย์ที่เปลี่ยนไป รวมถึงการแข่งขันที่สูงขึ้น สื่อเพลงเป็นอีกสื่อหนึ่งที่ปรับปรุงการนำเสนอจะพบว่าในอดีตถ้าผู้ฟังต้องการฟังเพลงหรือชมมิวสิกวิดีโอเพลงต้องรับชมผ่านช่องทาง โทรทัศน์ หรือแผ่นซีดี หรือดีวีดีเพลงเท่านั้น แต่ในยุคปัจจุบันผู้ชมสามารถรับชมผ่านทางสื่อออนไลน์ต่างๆ และยังสามารถติดตามข่าวสาร และไลฟ์สไตล์ต่างๆ ของศิลปินได้ ผ่านช่องทาง Youtube , Facebook , Instagram เพื่อให้ตอบสนองกับการใช้งานของมนุษย์ในปัจจุบันรวมถึงการแข่งขันที่สูงขึ้นด้วย

จะพบว่าสื่อเพลงมีหลากหลายลักษณะ เช่น มิวสิกวิดีโอเพลง , ปกภาพดาวนโหลดเพลง , ปกโฆษณาเพลง , เพลงศิลปิน , คอนเทนต์เพลงศิลปิน เพื่อโปรโมทศิลปินให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น เป็นต้น และสื่อเพลงสามารถสร้างรายได้ให้กับค่ายเพลงได้ ด้วยการเก็บค่าลิขสิทธิ์เพลงหรือค่าตัวของศิลปินเวลาออกงาน หรือการร้องเพลงในแต่ละครั้งตามอัตรามาตรฐานของค่ายหรือตามความเหมาะสมของแต่ละงานที่ตกลงในสัญญา

1.2 วัตถุประสงค์

1.2.1 ศึกษาขั้นตอนการผลิตสื่อเพลง มิวสิควิดีโอเพลง ของ จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ โกลด์ ในเครือ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ปี พ.ศ.2562

1.2.2 ศึกษารูปแบบสื่อเพลง มิวสิควิดีโอ ของ จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ โกลด์ ในเครือ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ปี พ.ศ.2562

1.3 ขอบเขตรายงาน

การศึกษาขั้นตอนการผลิตและการศึกษารูปแบบของสื่อเพลง มิวสิควิดีโอเพลง ของ จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ โกลด์ ในเครือ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ปี พ.ศ.2562 โดยขอบเขตการศึกษาจะอยู่ในระหว่าง วันที่ 14 พฤษภาคม – 31 สิงหาคม 2561 ศึกษาเกี่ยวกับการคิดการโฆษณาโปรโมทให้กับศิลปิน เพลง และขั้นตอนการผลิตรูปแบบสื่อเพลง และ การรวบรวมเนื้อหาเพื่อการทำเล่มรายงานสหกิจศึกษา

1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ

1.4.1 ทราบถึงขั้นตอนการผลิตสื่อเพลง การโปรโมทเพลง ของ จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ โกลด์ ในเครือบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ปี พ.ศ.2562

1.4.2 ทราบถึงรูปแบบสื่อเพลง มิวสิควิดีโอเพลง ของ จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ โกลด์ ในเครือบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ปี พ.ศ.2562

บทที่ 2

การทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาการจัดทำคอนเทนต์ ภาพประกอบ สื่อออนไลน์ และวีดิทัศน์ เพื่อโปรโมท เพลง มิวสิควิดีโอ และศิลปินในสื่อออนไลน์ผ่าน Facebook fanpage , Channel Youtube และ Instagram มุ่งเน้นการนำเสนอในรูปแบบของข้อความบรรยาย รูปภาพ และวิดีโอ ให้มีความสร้างสรรค์เพื่อดึงดูดผู้ใช้งาน Facebook , Youtube และ Instagram ให้เกิดความสนใจที่นำไปสู่การกดติดตามผลงานต่างๆ ตามช่องทางของศิลปิน และรู้จักศิลปินมากขึ้นซึ่งทั้งหมดศึกษาเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องของมานำเสนอในหัวข้อต่างๆ ดังนี้

2.1 สื่อสังคมออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง สื่อดิจิทัลที่เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติการทางสังคม(SOCIAL TOOL) เพื่อใช้สื่อสารระหว่างกันเครือข่ายทางสังคม (SOCIAL NETWORK) ผ่านทางเว็บไซต์และโปรแกรมประยุกต์บนสื่อใดๆ ที่มีการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต โดยเน้นให้ผู้ใช้ทั้งที่เป็นผู้ส่งสารและผู้รับสารมีส่วนร่วม (COLLABORATIVE) อย่างสร้างสรรค์ ในการผลิตเนื้อหาขึ้นเอง (USER-GENERATECONTENT: UGC) ในรูปของข้อมูล ภาพ และเสียง

2.1.1 ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์

ประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ มีด้วยกันหลายชนิด ขึ้นอยู่กับลักษณะการนำมาใช้โดยแบ่งเป็นกลุ่ม ดังนี้

2.1.1.1 บล็อก (Blogging) บล็อกมาจาก Web+Log แล้วย่อเหลือ Blog คือประเภท ของระบบการจัดการเนื้อหา ที่อำนวยความสะดวกให้ ผู้เขียน บล็อกเผยแพร่และแบ่งปันบทความของตนเอง โดยบทความที่ โพสต์ลงบล็อก เป็นการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวของผู้เขียน บล็อก ซึ่งจุดเด่นของ บล็อก คือ การสื่อสารถึงกันอย่างเป็นกันเอง ระหว่างผู้เขียนและผู้อ่านบล็อก ผ่าน การแสดงความคิดเห็น (Comment) ซึ่ง Blogger

(<http://www.blogger.com>) และ WordPress (<http://wordpress.com>) เป็นสองเว็บไซต์ที่ผู้คนนิยม เข้าไปสร้างบล็อกของตนเอง

2.1.1.2 เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) เครือข่ายสังคมทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นเครือข่ายทางสังคมที่ใช้สำหรับเชื่อมต่อระหว่างบุคคล กลุ่มบุคคล เพื่อให้เกิดเป็นกลุ่มสังคม (Social Community) เพื่อร่วมกันแบ่งปันข้อมูลร่วมกันทั้งด้าน ธุรกิจ การเมือง การศึกษา เช่น Facebook (<https://www.facebook.com>) , Hi5, Ning, Linked in, MySpace, Youmeo, Friendste

2.1.1.3 ทวิตเตอร์ และ ไมโครบล็อก (Twitter and Microblogging) ไมโครบล็อกคือ รูปแบบหนึ่งของบล็อกที่มีการจำกัดขนาดของการโพสต์ในแต่ละครั้ง ซึ่ง ทวิตเตอร์เป็นไมโครบล็อกที่ จำกัดการโพสต์แต่ละครั้งพิมพ์ได้ไม่เกิน 140 ตัวอักษร ในปัจจุบัน ทวิตเตอร์ เป็นที่นิยมใช้งานของผู้คนเพราะใช้งานง่าย และใช้เวลา ไม่มากนัก รวมทั้งเป็นที่นิยมขององค์กรต่างๆ ที่ใช้ ทวิตเตอร์ ในการแจ้งกิจกรรมต่างๆ และความเคลื่อนไหวของธุรกิจ เพื่อไม่ให้ ขาดการติดต่อกับสังคม ซึ่งหากต้องการมีเลขที่บัญชี (Account) สำหรับ ทวิตเตอร์ สามารถเข้าไปสมัครได้ที่เว็บไซต์ของ Twitter (<http://twitter.com>)

2.1.1.5 วิดีโอ ออนไลน์ (Online Video) เป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการวิดีโอออนไลน์ โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ซึ่งปัจจุบันได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายและขยายตัวอย่างรวดเร็ว เนื่องจากเนื้อหาที่น่าสนใจในวิดีโอออนไลน์ไม่ถูกจำกัดโดยผังรายการที่แน่นอนและตายตัว ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถติดตามชมได้อย่างต่อเนื่อง เพราะไม่มีโฆษณาฉุด รวมทั้งผู้ใช้สามารถเลือกชมเนื้อหาได้ตามความต้องการและยังสามารถเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้จำนวนมากอีกด้วย เช่น Youtube (<http://www.youtube.com>), MSN, Yahoo

2.1.2 สื่อสังคมออนไลน์กับคนดัง

Hi5, Youtube, Facebook, Twitter และสื่อสังคมออนไลน์ อื่นๆ ในเริ่มแรกผู้คนใช้สื่อเหล่านี้เป็นงานอดิเรก เพื่อเล่นเกมส์ พุดคุย แลกเปลี่ยนความเห็น และกิจกรรมส่วนตัวอื่นๆ เพื่อ สื่อสารข้อมูลถึงกันและกัน ต่อมาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ก็กว้าง ขวางมากขึ้น

นอกจากการใช้ที่เป็นงานอดิเรกแล้ว ยังใช้เพื่อเข้าถึง กลุ่มคนในวงกว้าง เพื่อจุดประสงค์อื่นที่ไม่ใช่งานอดิเรก ในช่วงสองสามปีที่ผ่านมา กระแสการใช้สื่อสังคม ออนไลน์เพิ่มมากขึ้นหลังจากที่นาย บารัค โอบามา ได้ใช้สื่อสังคม ออนไลน์หลากหลายประเภท เช่น Twitter, Myspace, Youtube และ Facebook ในการหาเสียงเพื่อสมัครรับเลือกตั้งเป็นประธานาธิบดีของสหรัฐอเมริกา ซึ่งมีผลทำให้ข้อมูลที่ นาย บารัค โอบามา ต้องการสื่อสารสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้แทบทุกระดับ และมีส่วนสำคัญที่ช่วยให้ได้รับการเลือกตั้งเป็นประธานาธิบดีในเวลาต่อมา

(ที่มา <https://ratnadolsite.wordpress.com/บทที่-1-สังคมออนไลน์-social-network/>)

(วันที่ค้นข้อมูล 6 สิงหาคม 2561)

2.2 การตลาดออนไลน์ (Online Marketing)

การทำการตลาดในสื่อออนไลน์ เช่น [โฆษณา Facebook](#), [โฆษณา Google](#), [โฆษณา Youtube](#), [โฆษณา Instagram](#) มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้สินค้าของเราเป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น โดยใช้วิธีต่างๆ ในการ โฆษณาเว็บไซต์ หรือ โฆษณาขายสินค้าที่จะนำสินค้าของเราไปเผยแพร่ตามสื่อออนไลน์ เพื่อให้ผู้อื่นได้รับรู้และเกิดความสนใจ จนกระทั่งเข้ามาใช้บริการหรือซื้อสินค้าของเราในที่สุด โดยการตลาดออนไลน์ (Online Marketing) สามารถทำได้หลายช่องทาง ดังนี้

2.2.1 การตลาดบน (Search Engine Marketing)

Search Engine เป็นการทำให้สินค้าของเราติดอันดับการค้นหาในลำดับแรกๆ ซึ่งจะทำให้เราถูกค้นพบได้ง่ายและถูกคลิกได้บ่อยกว่าเว็บไซต์ที่อยู่ด้านล่างหรืออยู่ในหน้าถัดไป แบ่งออกเป็น SEO (การทำเว็บไซต์ของเราให้ติดอันดับของ Google) กับ PPC (การซื้อ Ads บน Google)

2.2.2 การตลาดที่ทำผ่านอีเมล (Email Marketing)

เพื่อส่งข่าวสาร โปรโมชันต่างๆ ถึงลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เป็นการตลาดที่ต้นทุนต่ำที่สุดเมื่อเทียบกับการตลาดในรูปแบบอื่นๆ อีกทั้งยังเป็นการทำการตลาดที่ตรงกลุ่ม และสามารถเข้าถึงผู้รับภายในเวลาอันรวดเร็ว

2.2.3 การตลาดผ่าน Social Network (Social Marketing)

การตลาดที่ทำผ่าน Social Network ต่างๆ เช่น Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest ฯลฯ ซึ่ง Social Marketing กำลังได้รับความนิยมอย่างมาก เพราะมีสถิติการใช้งานสูงกว่าแพลตฟอร์มประเภทอื่น

(ที่มา <https://www.nipa.co.th/blog-detail/การตลาดออนไลน์-online-marketing-คืออะไร->) (วันที่ค้นข้อมูล 6 สิงหาคม 2562)

2.3 การตัดต่อวิดีโอทัศน์หรือภาพยนตร์ (Editing videos or movies)

2.3.1 Post-Production

เป็นขั้นตอนหลังจากขั้นตอน การเขียนบท, Pre-production และ Production ตามลำดับ โดยขั้นตอน Post-Production เป็นขั้นตอนหลังการผลิตภาพยนตร์ ที่ได้ถ่ายทำมาแล้ว ขั้นตอนนี้จะเกี่ยวกับการตัดต่อภาพยนตร์ (editing) การใส่เอฟเฟ็คต่างๆ ที่ต้องการ รวมไปถึงการแปลงไฟล์ต่างๆ เพื่อนำลงสื่อที่เหมาะสม

1. การตัดต่อเสียง การใช้โปรแกรมที่ใช้ในงานด้านการตัดต่อเสียง เช่น โปรแกรม Adobe Audition เป็นต้น ในการตัดต่อเสียงที่จะใช้ในการตัดต่อวิดีโอ
2. การตัดต่อวิดีโอ การใช้โปรแกรมที่ใช้ในงานด้านการตัดต่อวิดีโอ เช่น Sony Vegas, Adobe Premier Pro, Edius เป็นต้น

2.3.2 การใส่วิดีโอเอฟเฟ็ค

การใช้โปรแกรมที่ใช้ในการสร้างเอฟเฟ็คในงานวิดีโอ เช่น Adobe After Effect เป็นต้น

2.3.3 ความหมายของการตัดต่อ

การตัดต่อ หมายถึง การเปลี่ยนภาพและเสียงจากหนึ่งช็อต (Shot) ไปยังช็อตต่อไปโดยให้ความต่อเนื่องและเรียงลำดับเรื่องราว ไม่มีการกระโดดหรืออริยาบถซ้ำซ้อนกัน โดยรักษากฎภาพของภาพและเสียงให้กลมกลืนกันโดยตลอด

การตัดต่อภาพยนตร์ คือ การลำดับภาพจากภาพยนตร์ที่ถ่ายทำไว้ โดยนำแต่ละฉากมาเรียงกันตามโครงเรื่อง จากนั้นใช้เทคนิคการตัดต่อให้ภาพและเสียงมีความสัมพันธ์ที่ต่อเนื่องกัน เพื่อให้ได้ภาพยนตร์ที่เต็มรูปแบบ ถือได้ว่าการตัดต่อภาพยนตร์เป็นขั้นตอนสำคัญอีกอย่างหนึ่งของการสร้าง ภาพยนตร์ก่อนการนำไปเผยแพร่

การตัดต่อหรือว่าการลำดับภาพเป็นขั้นตอนที่ 3 ในกระบวนการโปรดักชั่น คือ โปสต์โปรดักชั่น ซึ่งเป็นขั้นตอนสุดท้ายสำหรับการปรุงแต่งงานให้ชวนลิ้มรสต่อคนดู

2.3.4 ความสำคัญของการตัดต่อ

- 2.3.4.1 ช่วยเชื่อมต่อภาพ ในการถ่ายวิดีโอ นั้นไม่นิยมแช่กล้องจับภาพหรือฉากใดนิ่งนานๆ เพราะจะทำให้ผู้ชมเบื่อหน่าย ดังนั้นจึงมีการถ่ายเป็นช็อตสั้นๆ จับภาพในมุมต่างๆ กัน ถ้าเป็นการถ่ายทำด้วยกล้องเดียวก็จะต้องนำภาพทั้งหมดเหล่านั้นมาเรียงลำดับเข้าด้วยกันให้ถูกต้องตามเรื่องราวหรือตามบทวิดีโอ
- 2.3.4.2 ช่วยแก้ไขส่วนบกพร่อง ในการถ่ายวิดีโอ บางครั้งมีการระมัดระวังและพิจารณากันอย่างรอบคอบแล้วก็ตาม ยังมักจะพบข้อบกพร่องอยู่เสมอ การตัดต่อสามารถช่วยได้โดยการตัดภาพที่ไม่ต้องการออกไปหรือแทรกภาพที่ดีเข้าไปแทนที่ หรือต้องการแต่ภาพที่ไม่ต้องการเสียงที่มาอยู่กับภาพนั้นก็สามารถเอาออกไปได้
- 2.3.4.3 ช่วยกำจัดเวลา ในการถ่ายวิดีโอรายการต่างๆ โดยเฉพาะที่เป็นรายการสำหรับออกอากาศนั้น เวลาเป็นเรื่องสำคัญมากจำเป็นที่จะต้องถ่ายให้ได้เวลาตามที่กำหนด แม้ว่าจะถ่ายภาพที่ดีๆ สวยๆ และมีประโยชน์กับเรื่องที่จะเสนอมากเพียงไร ก็จำเป็นจะต้องเลือกภาพนั้นมาตัดต่อให้ได้ความยาวพอเหมาะกับเวลาที่กำหนดเท่านั้น ดังนั้นเจ้าหน้าที่ตัดต่อลำดับภาพก็ต้องใช้กระบวนการตัดต่อนี้ปรับแต่งตัดภาพส่วนเกินออกไป หรือแทรกบางภาพเพิ่มเข้ามาเพื่อให้ได้เวลาที่พอดี
- 2.3.4.4 ช่วยสร้างเรื่องราวอย่างต่อเนื่อง การลำดับภาพเป็นการนำภาพแต่ละฉากแต่ละตอนมาเชื่อมต่อเข้าด้วยกัน ถ้าเป็นการต่อเชื่อมภาพอย่างมีศิลปะด้วยความคิดสร้างสรรค์ ผู้ชมจะรู้สึกต่อเนื่องในเรื่องราวที่เชื่อมต่อกันอย่างเป็น

ลำดับนั้น ให้รายละเอียดมากพอเท่าที่ผู้ชมอยากจะรู้ ให้ความรู้สึกและอารมณ์ตามที่ควรจะเป็น ทั้งนี้หมายถึงว่าในขั้นตอนการถ่ายทำนั้นต้องได้ภาพที่ดี มีรายละเอียดเพียงพอ มีทั้งภาพขนาดใหญ่ ขนาดกลาง ภาพถ่ายใกล้ และภาพหลายๆ มุมของแต่ละฉากแต่ละตอน เจ้าหน้าที่ตัดต่อจึงจะสามารถเลือกภาพมาตัดต่อได้ตามต้องการ

2.3.5 ความสำคัญของการตัดต่อ

ในการตัดต่อมีวัตถุประสงค์อยู่ 5 ประการ ดังนี้ (สุชาติ พรหมปัญญา, 2544 : 26)

- 2.3.5.1 เพื่อคัดเลือก การถ่ายวิดีโอแม้มีอาชีพก็ต้องถ่ายทำกันหลายๆ รอบ ไม่ต้องพูดถึงวิดีโอที่เราถ่ายกันเองประเภทม้วนเดียวจบ จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องคัดเลือกเอาเฉพาะช่วงที่ดีที่สุด ส่วนที่เหลือตัดทิ้งไป
- 2.3.5.2 เพื่อลำดับภาพ เมื่อคัดเลือกตอนต่างๆ มาแล้วก็ต้องนำมาเรียงลำดับให้เป็นไปตามเนื้อเรื่องหรือสคริปต์ที่วางไว้
- 2.3.5.3 เพื่อปรับความยาว หลังจากที่น่าตอนต่างๆ มาเรียงกันแล้ว ความยาวทั้งหมดอาจจะสั้นหรือยาวเกินไป จึงต้องมีการตัดออกหรือหามาเพิ่ม และปรับตำแหน่งเข้าออกและความยาวของแต่ละตอนให้เหมาะสม
- 2.3.5.4 เพื่อปรับแต่งแก้ไข ตอนที่เรานำมาอาจมีข้อบกพร่องในเรื่องแสง สีและสิ่งแปลกปลอมต่างๆ เข้ามา การตัดต่อจะทำให้เราได้แก้ไข ลบออกหรือปรับแต่งให้แต่ละตอนมีความกลมกลืนกัน
- 2.3.5.5 เพื่อปรุงแต่ง เป็นการเพิ่มสีสันเช่นการใส่เสียงดนตรี เสียง Effect การใส่ Transition การซ้อนตัวหนังสือ จะทำให้วิดีโอมีความน่าดูยิ่งขึ้นอย่างไรก็ตาม การใช้เทคนิคพร่าเพื่อก็อาจทำให้ดูเลอะเทอะ และลดความน่าสนใจของเนื้อหาได้เช่นกัน วิดีโอจะสมบูรณ์ไปไม่ได้ ถ้าขาดการจัดการเรื่องเสียงที่ดี การแทรกคำบรรยาย การปรับความดังของช่วงต่างๆ การแพนซ้ายขวาของเสียง การเพิ่มเสียงดนตรีหรือเสียงเพลงประกอบ รวมทั้งการเพิ่มเสียงเทคนิคต่างๆ ลงไปในวิดีโอถือเป็นเสน่ห์ที่จะทำให้เกิดความประทับใจได้อย่างยิ่งทีเดียว (คลใจ อุดมสิน, มปป.: 28-29)

2.3.6 ระบบการตัดต่อ

แบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทดังนี้ คือ

2.3.6.1 ระบบลิเนียร์ (Linear)

2.3.6.2 ระบบนอนลิเนียร์ (Non-Linear)

2.3.6.3 ระบบไฮบริดจ์ (Hybrid)

2.3.6.1 ระบบลิเนียร์ (Linear)

เป็นวิธีลำดับภาพไปตามลำดับอย่างต่อเนื่องกันไม่สามารถกระโดดไปทำงานช่วงใดช่วงหนึ่งที่มีความพร้อมมากกว่าได้ เป็นระบบการตัดต่อม้วนเทปวิดีโอเป็นหลักอย่างน้อย 2 เครื่อง คือตัวเล่น 1 เครื่อง กับตัวบันทึกอีก 1 เครื่อง เรียกการตัดต่อแบบนี้ว่า A/X Roll กรณีต้องการทำเทคนิคการเปลี่ยนภาพจากภาพหนึ่งไปอีกภาพหนึ่ง (Transition) จำเป็นต้องใช้เครื่องเล่นเทปเพิ่มขึ้นอีก 1 เครื่อง รวมเป็น 2 เครื่อง เรียกว่า A/B Roll การทำงานระบบนอนลิเนียร์ จะต้องมีชุดควบคุมเครื่องเล่นเทป (Edit Controller) เครื่องสลับภาพ (Switcher) เครื่องใส่เอฟเฟกต์ (Effect Generator) รวมทั้งอุปกรณ์ซ้อนตัวหนังสือ (Character Generator) โดยที่อุปกรณ์ควบคุมทั้งหมด อาจจะรวมอยู่ในอุปกรณ์เพียงชิ้นเดียวหรือแยกกันทั้งหมดก็ได้ 4 กรณีที่มีการแก้ไขจำเป็นต้องทำใหม่ทั้งหมดตั้งแต่จุดที่แก้ไขไปจนถึงจุดสุดท้ายหากการแก้ไวนั้นทำให้ความยาวของงานเปลี่ยนแปลงไป ที่สำคัญการใช้เทปสำหรับตัดต่อสองหรือสามตัวเป็นการไม่ประหยัดเป็นอย่างยิ่ง เพราะนอกจากเทปเหล่านี้จะมีราคาสูงแล้ว ยังจำเป็นต้องเสียค่าใช้จ่ายในการซ่อมบำรุงทั้งทางอิเล็กทรอนิกส์และทางกลไก โดยเฉพาะอย่างยิ่งหัวเทปที่มีราคาแพง และจะต้องเปลี่ยนตามอายุใช้งานเป็นระยะๆ อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

2.3.6.2 ระบบนอนลิเนียร์ (Non-Linear)

เป็นวิธีลำดับภาพที่สามารถกระทำในช่วงใดๆ ก่อนก็ได้โดยไม่ต้องเรียงลำดับก่อนหลังของเนื้อหา การแก้ไขสามารถกระทำได้อย่างอิสระ ส่วนหลังของงานจะย้ายไปมาเพื่อปรับไปตามการแก้ไวนั้น ฟิล์มภาพยนตร์คือตัวอย่างของสื่อที่เป็นนอนลิเนียร์ กรณีของภาพวิดีโอจะต้องถูกแปลงให้อยู่ในรูปของแฟ้มข้อมูลดิจิทัลของคอมพิวเตอร์

เสียก่อน จึงจะทำงานแบบนอนลิเนียร์ได้ โปรแกรมลำดับภาพจะนำข้อมูลวิดีโอที่อยู่ในฮาร์ดดิสก์มาแสดงเป็นสื่อนอนลิเนียร์ที่มองเห็นได้ (Non-Linear Visual Media) บนเส้นเวลา (Timeline) เหมือนกับการทำงานกับฟิล์มภาพยนตร์ ดังนั้น โดยทั่วไปจึงอธิบายการลำดับภาพแบบนอนลิเนียร์นี้ว่า เป็นการลำดับภาพโดยใช้ฮาร์ดดิสก์เป็นหลัก

2.3.6.4 ระบบไฮบริดจ์ (Hybrid)

เป็นระบบลูกผสมที่สามารถตัดต่อวิดีโอได้ทั้งระบบลิเนียร์และระบบนอนลิเนียร์ในตัวเอง การทำงานสามารถควบคุมเทปได้อย่างน้อย 3 เครื่อง เพื่อตัดต่อแบบ A/B/C Roll ได้ สามารถบันทึกสัญญาณวิดีโอลงบนฮาร์ดดิสก์ เพื่อตัดต่อแบบ A/B Roll บนฮาร์ดดิสก์ได้ สามารถตัดต่อวิดีโอจากเทปร่วมกับวิดีโอที่บันทึกไว้แล้วบนฮาร์ดดิสก์ได้ สามารถสลับการทำงานจากเครื่องเล่นเทปไปฮาร์ดดิสก์หรือจากฮาร์ดดิสก์ไปยังเครื่องเล่นเทปทันที ระบบไฮบริดจ์นี้นำมาใช้เพื่อเชื่อมต่อช่วงคาบเกี่ยวของการเปลี่ยนจากระบบลิเนียร์ไปสู่ระบบนอนลิเนียร์ โดยเฉพาะผู้ปฏิบัติงานที่ยังปรับตัวกับระบบคอมพิวเตอร์ไม่ทัน ปัจจุบันโปรแกรมตัดต่อระบบนอนลิเนียร์พัฒนาให้ใช้งานได้ง่ายขึ้น นักตัดต่อส่วนใหญ่มีความคุ้นเคยกับคอมพิวเตอร์มากขึ้น จึงถือว่าได้ผ่านพ้นช่วงนั้นไปแล้ว ระบบไฮบริดจ์จึงเสื่อมความนิยมลงไป ผู้ใช้งานสามารถเริ่มต้นใหม่กับระบบนอนลิเนียร์ได้ทันที ตัวอย่างของระบบไฮบริดจ์ ได้แก่ Sony ES-7 และ FAST Video Machine เป็นต้น

2.3.7 ชนิดของวิดีโอ

วิดีโอที่ใช้งานอยู่ในปัจจุบันสามารถแบ่งได้เป็น 2 ชนิดคือ

- 2.3.7.1 วิดีโออะนาล็อก (Analog Video) เป็นวิดีโอที่ทำการบันทึกข้อมูลภาพและเสียงให้อยู่ในรูปของสัญญาณอนาล็อก (รูปของคลื่น) สำหรับวิดีโอประเภทนี้ เช่น VHS (Video Home System) ซึ่งเป็นม้วนเทปวิดีโอที่ใช้ดูกันตามบ้าน เมื่อทำการตัดต่อข้อมูลของวิดีโอชนิดนี้ อาจจะทำให้คุณภาพลดน้อยลง
- 2.3.7.2 วิดีโอดิจิทัล (Digital Video) เป็นวิดีโอที่ทำการบันทึกข้อมูลภาพและเสียงที่ได้มาจากกล้องดิจิทัล ให้อยู่ในรูปของสัญญาณดิจิทัล คือ 0 กับ 1 ส่วนการตัดต่อข้อมูลของภาพและเสียงที่ได้มาจากวิดีโอดิจิทัลนั้น จะแตกต่างจาก

วิดีโออนาล็อก เพราะข้อมูลที่ได้จะยังคงคุณภาพความคมชัดเหมือนกับข้อมูลต้นฉบับ การพัฒนาของวิดีโอดิจิทัลส่งผลให้วิดีโออนาล็อกหายไปจากวงการมัลติมีเดีย เนื่องจากสัญญาณดิจิทัลสามารถที่จะบันทึกข้อมูลลงบนฮาร์ดดิสก์ ซีดีรอม ดีวีดี หรืออุปกรณ์บันทึกข้อมูลอื่น ๆ และสามารถแสดงผลบนคอมพิวเตอร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในการผลิตมัลติมีเดียบนคอมพิวเตอร์สามารถเปลี่ยนรูปแบบของสัญญาณอนาล็อกเป็นสัญญาณดิจิทัลได้ เพียงแต่ผู้ผลิตมีทรัพยากรทางด้านฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ที่เหมาะสมเท่านั้น

2.3.8 ระบบวิดีโอในปัจจุบัน

ระบบวิดีโอในปัจจุบันมีความสัมพันธ์กับการนำเอาไฟล์วิดีโอไปเผยแพร่ในรูปแบบต่างๆ ซึ่งไฟล์วิดีโอนั้นๆ จะเปิดกับโทรทัศน์ หรือเครื่องเล่นอื่นได้หรือไม่ขึ้นอยู่กับข้อกำหนดค่าของระบบวิดีโอในขั้น ตอนการตัดต่อด้วย โดยต้องกำหนดค่าในตรงกับระบบวิดีโอทั่วไปในแต่ละประเทศเลือกใช้เท่านั้น ใน ปัจจุบันนิยมใช้ 4ระบบด้วยกันคือ

2.3.8.1 ระบบ PAL(Phase Alternate Line)

เป็นระบบพื้นฐานที่มีความคมชัดสูง แต่การเคลื่อนไหวของภาพจะไม่ราบรื่นเท่ากับระบบอื่น โดยมีอัตราการแสดงผลภาพ เท่ากับ 25 เฟรมต่อวินาที (fps) และใช้ขนาดของภาพที่ 720 x 576 Pixel ที่ค่า PAR (Pixel Aspect Ratio) 1 : 1.0667 นิยมใช้ในกลุ่มประเทศยุโรปแอฟริกาใต้และเอเชียบางประเทศซึ่งในประเทศไทยได้รับความนิยมเป็นหลัก

2.3.8.2 ระบบ NTSC (National Television System Committee)

เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบในการตั้งมาตรฐานที่เกี่ยวกับโทรทัศน์และวิดีโอในสหรัฐอเมริกา มาตรฐานนี้เป็นการเข้ารหัสข้อมูลแบบสัญญาณอิเล็กทรอนิกส์ กำหนดให้สร้างภาพด้วยเส้นในแนวนอน 525 เส้นต่อเฟรม ในอัตรา 30 เฟรมต่อวินาที มีสี 16 ล้านสีที่แตกต่างกันและอัตราเฟรม เป็น 60 Half-Frame (Interlace)ต่อวินาที แต่บนจอภาพคอมพิวเตอร์นั้นจะใช้วิธีการที่เรียกว่า “Progressive-Scan” ซึ่งมีความแตกต่างจาก

จอภาพโทรทัศน์ตรงที่สามารถสร้างภาพเป็นแบบเฟรมต่อเฟรม โดยไม่มี
การ Interlacing

ระบบ NTSC เป็นระบบที่มีความคมชัดสูงระบบ PAL ไม่ได้ แต่การเคลื่อนไหวของ
ภาพนั้นราบรื่นและสวยงามกว่าระบบระบบ PAL โดยมีอัตราการแสดงผลภาพ เท่ากับ
29.79 เฟรมต่อวินาทีนิยมใช้ในกลุ่มประเทศอเมริกาและญี่ปุ่น

2.3.8.3 ระบบ SECAM (Sequential Color and Memory)

เป็นมาตรฐานของการแพร่สัญญาณโทรทัศน์และวิดีโอที่ใช้กันในประเทศ ยุโรป
ตะวันออก ตะวันออกกลาง และประเทศในพื้นที่ใกล้เคียง ทำการแพร่สัญญาณแบบ
อนาล็อก ส่วนการสร้างภาพจะเป็น 819 เส้น ด้วยอัตราเฟรม 25 เฟรมต่อวินาที ซึ่งจะ
แตกต่างจากมาตรฐาน NTCS และ PAL ในเรื่องการผลิต วิธีการแพร่ภาพออกอากาศ
และจากสาเหตุที่ระบบนี้ไม่แตกต่างจากระบบ PAL มากนัก เครื่องรับโทรทัศน์ในยุโรป
จึงทำการพัฒนาให้สามารถใช้งานได้ทั้งระบบ PAL และ SECAM

2.3.8.4 ระบบ HDTV (High Definition Television)

เป็นเทคโนโลยีของการแพร่ภาพโทรทัศน์ที่ถูกพัฒนาขึ้นมาเพื่อแสดงภาพที่มีความ
ละเอียดสูง คือ 1280×720 ซึ่งเป็นความละเอียดสำหรับการแสดงภาพเช่นเดียวกับโรง
ภาพยนตร์ แต่ในขณะที่พัฒนานั้นได้มีการ ได้ถึงกันระหว่างกลุ่มอุตสาหกรรมโทรทัศน์
กับกลุ่มอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ ว่าจะใช้ความละเอียดจอภาพเป็น 1920×1080 พิกเซล
หลังจากนั้นสรุปได้ว่า ความละเอียดนี้ไม่เหมาะสม ดังนั้นมาตรฐาน HDTV จึงได้
กำหนดให้มีความละเอียดของจอภาพเป็น 1280×720

2.3.9. อุปกรณ์ที่ใช้ในการตัดต่อวิดีโอ

การตัดต่อวิดีโอจะต้องมีอุปกรณ์ต่างๆ ดังต่อไปนี้

2.3.9.1 กล้องวิดีโอ เป็นกล้องที่ใช้ในการถ่ายข้อมูลเข้าสู่คอมพิวเตอร์ เพื่อทำการตัดต่อ
โดยการตัดต่อจะเน้นการตัดต่อในระบบ Non-Linear หรือการตัดต่อด้วยคอมพิวเตอร์
เป็นหลัก ดังนั้นจึงต้องมีการถ่ายข้อมูลเข้าสู่คอมพิวเตอร์ก่อน

2.3.9.2 การ์ดตัดต่อ การถ่ายข้อมูลจากกล้องวิดีโอเข้าสู่คอมพิวเตอร์ จะต้องมีการ์ดตัดต่อ (Capture card) ทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการผ่านสัญญาณวิดีโอเข้าสู่คอมพิวเตอร์ และทำหน้าที่ในการบีบอัดข้อมูลวิดีโอให้มีขนาดเล็กลง

2.3.9.3 สายส่งสัญญาณ เป็นสายสำหรับส่งสัญญาณจากกล้องวิดีโอเข้าสู่เครื่องคอมพิวเตอร์ หากกล้องที่ใช้เป็นแบบ Analog ก็จะใช้สายประเภท S-Video หรือ Component แต่ถ้าเป็นกล้องประเภท Digital ก็จะใช้สายประเภท IEEE 1394 หรือสาย DV เช่น สาย Fire wire, I. Link, m LAM เป็นต้น

2.3.9.4 ซอฟต์แวร์ หรือโปรแกรมสำหรับการจับภาพวิดีโอ (Capture) ซึ่งคุณอาจจะใช้โปรแกรมที่ได้รับมาพร้อมกับการ์ดทำการ Capture ก็ได้ หรือจะใช้โปรแกรมอื่นๆ ก็ได้ เช่น WinDVR, PowerVCR, Pinnacle Studio, WinDVR, AVI_io_tral เป็นต้น ซึ่งบางโปรแกรมก็มีให้คุณสามารถดาวน์โหลดมาทดลองหรือใช้งานฟรีก็มี

2.3.9.5 เครื่องคอมพิวเตอร์ ควรเป็นเครื่องที่มาความเร็วของซีพียูสูง ไม่ควรต่ำกว่า Pentium III 500 MHz ควรเป็นเครื่องที่ใช้ฮาร์ดดิสก์ที่มีความเร็วสูง เช่น ความเร็ว 7200 rpm แบบ UDMA /66 หรือ UDMA/100 หากเป็นฮาร์ดดิสก์แบบ SCSI จะยิ่งดี และควรมีขนาดที่มากเพียงพอสำหรับเก็บข้อมูลวิดีโอได้

2.3.10 หลักพื้นฐานสำคัญในการตัดต่อวิดีโอ

การตัดต่อเป็นการสร้างเรื่องราวขึ้นมาให้สมบูรณ์ โดยให้ภาพและเสียงมีความต่อเนื่องกันโดยตลอด การจะทำเรื่องราวให้สมบูรณ์โดยการตัดต่อนั้นจะต้องคำนึงถึงหลักพื้นฐานสำคัญดังต่อไปนี้

2.3.10.1 ความต่อเนื่อง (Continuity)

การตัดต่อเทปวิดีโอต้องพยายามรักษาหรือสร้างความต่อเนื่องในสิ่งต่อไปนี้

2.3.10.1.1 รายละเอียดของสิ่งที่ต้องการจะกล่าวถึง ผู้ชมรายการมักจะต้องการจดจำภาพของบุคคลหรือสิ่งของจากข้อใดหนึ่งไปยังอีกข้อหนึ่งได้ ดังนั้นให้หลีกเลี่ยงการตัดต่อภาพจากภาพที่เปลี่ยนระยะทางหรือมุมกล้องที่ไกลมากมา

เป็นภาพที่ใกล้มาก หรือภาพถ่ายจากมุมด้านหน้าของคนที่ใกล้ตัวมาเป็น
ภาพถ่ายจากข้างหลังบุคคลเดียวกันที่ใกล้มาก แต่ถ้าจำเป็นต้องตัดต่อภาพแบบ
นี้ จะต้องเชื่อมโยงสัมพันธ์ของภาพให้ต่อเนื่อง โดยคำอธิบายว่าภาพนี้เป็น
บุคคลเดียวกันกับที่เห็นในช็อตก่อนหน้านี้

2.3.10.1.2 สถานที่ในฉาก เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องของภาพ จะต้องรักษาให้
ตำแหน่งของบุคคลหรือสิ่งของที่ปรากฏในภาพอยู่ในฉากเดียวกัน เช่น ฉากการ
สนทนาของ 2 คน ซึ่งถ่ายข้ามไหล่ของแต่ละคนเพื่อจับภาพของกลุ่มสนทนานั้น
ผู้ชมก็ต้องการที่จะเห็นว่าอีกคนนั้นก็ยังอยู่ในจอเหมือนกัน แต่จะเปลี่ยนไปถ่าย
ในมุมตรงข้าม และที่สำคัญเวลาถ่ายทำและต้องย้ายกล้องก็ต้องคำนึงถึงเส้น
แบ่งการสนทนา (Vector Line บางที่เรียกว่า Line of Conversation หรือ
Conversation Axis หรือ Principal Axis) คือ จะต้องตั้งกล้องถ่ายจากเส้นแบ่ง
ด้านเดียวกัน มิฉะนั้นการตัดต่อภาพจะกระโดด หรือจะเป็นภาพการสนทนาที่
หันหน้าไปทิศทางเดียวกัน

2.3.10.1.3 การเคลื่อนไหวของผู้แสดง การตัดต่อภาพให้ออกกับปฏิกิริยาของผู้
แสดงมีความต่อเนื่องอย่างเป็นธรรมชาติมากที่สุด ให้ตัดภาพระหว่างการ
เคลื่อนไหวของผู้แสดง ไม่ใช่ก่อนและหลังการเคลื่อนไหวนั้น

2.3.10.1.4 สี สีต้นของภาพมีความสำคัญในการลำดับภาพให้ต่อเนื่อง ถ้าฉาก
ต่อเนื่องที่เป็นฉากเดียวกันแต่ถ่ายทำหลายครั้ง ต่างเวลากัน เมื่อนำมาลำดับเป็น
เรื่องราวต่อเนื่องกันต้องระมัดระวังว่าอุณหภูมิสีของแสงแตกต่างกันหรือไม่ ซึ่ง
จะเป็นเหตุให้สะดุดความรู้สึกของผู้ชม

2.3.10.1.5 เสียง เสียงจะต้องมีความสัมพันธ์กับภาพ การตัดต่อบางรายการ
ต้องการใช้เสียงจริงที่ได้บันทึกไว้ระหว่างการทำในบางช่วง เช่น เสียงการ
สัมภาษณ์ ในการตัดต่อคำพูดที่ไม่ต้องการออก ต้องระวังให้คำพูดนั้นลงจังหวะ
ให้ดี ในช่วงคำถามหรือคำตอบ ส่วนบางตอนอาจต้องการให้ได้เสียงประกอบ
พิเศษเข้าไป เพื่อแสดงเหตุการณ์ในสภาพแวดล้อมนั้นอย่างต่อเนื่อง เช่น เสียง
แบกกราวน์ เสียงขูดขาน เสียงผู้คนให้ร้อง เป็นต้น

2.3.10.2 ความซับซ้อน (Complexity)

การตัดต่อภาพให้ได้เรื่องราวที่น่าสนใจ ชวนติดตามมองเห็นรายละเอียดที่ซับซ้อนของเหตุการณ์นั้น จะสื่อความหมายให้ผู้ชมเข้าใจและซาบซึ้งในเรื่องราวนั้นมากขึ้น ซึ่งการตัดต่อเทปวิดีโอให้เรื่องราวต่อเนื่องธรรมดา ผู้ชมก็สามารถจะดูรายการนั้นได้อย่างรู้เรื่องราวตั้งแต่ต้นจนจบว่าเหตุการณ์ดำเนินไปอย่างไร แต่จะเป็นรายการที่ขาดรสชาติบางอย่าง ผู้ชมไม่ได้เห็นว่ากล่าวจะถึงเหตุการณ์แต่ละตอนนั้น มีรายละเอียดที่สลับซับซ้อนอย่างไร การตัดต่อรายการแบบนี้ได้ จะต้องได้ภาพที่ถ่ายระยะใกล้แสดงรายละเอียดของส่วนประกอบในเหตุการณ์นั้นหลายๆ ภาพหลายๆ มุม ใช้จังหวะในการตัดต่อแทรกภาพเข้าไปอย่างเหมาะสมหรือใช้เสียงดนตรีที่เร้าเร้า หรือเสียงแบคกราวด์ที่สอดคล้องกับภาพ เพื่อให้เกิดความรู้สึกร่วมไปกับภาพนั้น

2.3.10.3 ความเป็นจริง (Context)

การตัดต่อทุกชนิดต้องเสนอเรื่องที่เป็นจริงแก่ผู้ชม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของข่าว ในการถ่ายทำเหตุการณ์ใดๆ ก็ตาม ภาพที่ถ่ายจากเหตุการณ์นั้นจะมีทั้งส่วนที่สื่อความหมายให้เห็นภาพรวมของเหตุการณ์ และก็อาจมีบางภาพที่อยู่ในเหตุการณ์จริงเช่นกัน แต่เป็นส่วนเล็กน้อยที่ได้มีความหมายว่าเหตุการณ์โดยรวมจะเป็นเช่นนั้น การตัดต่อเทปวิดีโออาจทำให้ความเป็นจริงบิดเบือนไปได้เช่น ตัดต่อข่าวการหาเสียงเลือกตั้งของนักการเมืองคนหนึ่ง มีภาพที่ช่างกล้องถ่ายมาเป็นภาพขนาดใหญ่ของคนที่มาฟังการปราศรัยแล้วนั่งหลับน้ำลายยืด 2-3 หยด แต่ความจริงแล้วภาพอื่นๆ ส่วนใหญ่เป็นภาพฝูงชนที่แสดงความกระตือรือร้นในการฟัง ให้ความสนใจกับคำปราศรัยนั้นมาก ถ้าเราตัดต่อเฉพาะคนที่นั่งหลับเข้าไป ก็เท่ากับว่าได้บิดเบือนความจริงไปจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่ควรกระทำสำหรับภาพจากแหล่งภาพสะสมนั้นส่วนใหญ่จะเป็นภาพเกี่ยวกับเหตุการณ์หรือเรื่องธรรมดาทั่วไป เช่น แมง ท้องฟ้า หาดทราย ฝนตก ไฟแลบ ขวดยาน ฝูงชน เป็นต้น ภาพเหล่านี้สามารถนำมาใช้ได้ดีกับการตัดต่อเรื่องราวที่สอดคล้องกัน แต่มีใช้น้ำไปสอดแทรกเพื่อบิดเบือนความจริง

2.3.10.4 ความมีคุณธรรม (Ethics)

เจ้าหน้าที่ติดต่อเทปวิดีโอจะต้องเป็นผู้ยึดหลักคุณธรรมไม่ใช้การติดต่อเป็นเครื่องมือสร้างเรื่องราวให้บิดเบือนไปจากเหตุการณ์ที่เป็นจริง นอกเสียจากจะเป็นรายการละคร หรือ นวนิยายที่แต่งขึ้นมาเท่านั้น ต้องไม่ใช้ความคิดเห็นส่วนตัวของตนเองเป็นเครื่องตัดสินใจที่สอดแทรกบางภาพที่มีได้มีความจริงปรากฏอยู่ ดังนั้นในการติดต่อเทปวิดีโอ ท่านต้องคำนึงถึงคุณธรรม ระวังไม่ให้เกิดการแต่งเติมหรือบิดเบือนอันอาจทำให้ผู้หนึ่ง ผู้ใดเกิดความเสียหายจากการติดต่อของท่าน

2.3.11 เทคนิคการติดต่อวิดีโอ

เทคนิคการเลือกใช้ภาพในการติดต่อเทปวิดีโอ สามารถนำมากล่าวไว้ได้ดังนี้

2.3.11.1 มุมกล้อง

มุมกล้องในระดับที่แตกต่างกันจะทำให้ความหมาย และความรู้สึกที่แสดงออกมานั้นแตกต่างกันออกไป

- ภาพมุมปกติ (Normal Angle Shot) เป็นมุมกล้องที่ใช้กันมากที่สุด ภาพจะอยู่ในระดับสายตา โดยยึดเอาสิ่งที่ถ่ายเป็นหลักไม่ใช่ระดับสายตาของผู้ถ่าย
- ภาพมุมสูง (High Angle Shot) ระดับของกล้องจะอยู่สูงกว่าวัตถุที่ถ่าย โดยถ่ายลงมาให้เห็นภาพแสดงถึงความด้อยค่าขาดพลังภาพมุมสูงเหนือศีรษะ และปลายเท้าเป็นภาพที่มีระยะใกล้เข้ามามากกว่า ELS
- Medium Close Up (MCU) ภาพจะเน้นสิ่งที่ถ่ายมากขึ้น
- Close up (CU) เป็นภาพที่ถ่ายใกล้มากๆ จนฉากหลังแทบจะไม่มี ความหมาย 8
- Extreme Close up (ECU) เป็นภาพที่ถ่ายใกล้มากๆ จนสิ่งที่ถ่ายเป็นจุดเด่นเต็มจอโทรทัศน์

2.3.11.2 การเคลื่อนกล้อง

- **Pan** คือ การเคลื่อนกล้องในแนว Horizontal คือ จากซ้ายไปขวาหรือจากขวาไปซ้าย ในแนวนอน
- **Till** เป็นการเคลื่อนกล้องในแนวตั้ง (Vertical) คือ ขาของกล้องอยู่กับที่แต่หัวกล้อง ยกขึ้นในแนวตั้ง (Till-Up) และกดลง (Till-down)
- **Dolly** คือ การเคลื่อนกล้องทั้งขากล้องและตัวกล้องเข้าไปใกล้หรือถอยหลังห่างจากผู้แสดง
- **Zoom** เป็นการเคลื่อนเข้า-ออกเฉพาะเลนส์

2.3.11.3 การประกอบภาพหรือการจัดองค์ประกอบภาพ

การประกอบภาพนั้นไม่ใช่เพียงแต่จับภาพออกมา แต่หมายถึงวิธีการควบคุมความต่อเนื่องทางความคิด ต้องให้ผู้ชมได้รู้ได้เห็นในสิ่งที่ตนเองต้องการจะบอก ซึ่งต้องไม่ทำให้ผู้ชมไขว้เขวสับสนหรือหันเหความสนใจไปยังจุดอื่นที่ผิดไปจากเป้าหมายที่วางไว้

2.3.11.4 การเชื่อมต่อภาพ (Transition)

เป็นวิธีการลำดับเวลาและเหตุการณ์ โดยการใช้เทคนิคพิเศษ ดังนี้

2.3.11.4.1 การตัดภาพ (Cut) หมายถึง การเปลี่ยนภาพอย่างแบบฉับพลัน โดยการเปลี่ยนจากภาพหนึ่งมาอีกภาพหนึ่ง โดยไม่มีอะไรมาคั่น ใช้ชื่อทที่มี ความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด และเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว การตัดต่อตลกตลก มักใช้การตัดภาพแบบนี้

2.3.11.4.2 การตัดแบบเร็ว (Quick cut) หมายถึง การตัดแบบเร็ว ๆ เพื่อดึงดูดความสนใจและให้กระชับ

2.3.11.4.3 ภาพจางซ้อน (Dissolve) หมายถึง การเชื่อมต่อภาพ โดยการใช้ชื่อทแรกค่อยๆ จางออกไป ในขณะที่ฉากหลังจะ ค่อยๆ จางซ้อนเข้ามา

จนกระทั่งช็อตแรกจางหายไปเหลือแต่ช็อตหลังเท่านั้น ใช้สำหรับค้น
เชื่อมโยงระหว่างฉากแรกกับฉากหลัง หรือระหว่างหลายฉาก ซึ่งเป็นเวลาที่
ล่องเลาะมาไม่นานนัก และในภาพของฉากแรกกับฉากหลังไม่มีอะไรให้
สังเกตเห็นได้ว่ามีความต่อเนื่องเชื่อมโยงกัน

2.3.11.4.4 การหยุดภาพ (Freeze) หมายถึง การหยุดภาพที่กำลังเคลื่อนไหวให้
นิ่งตรงจุดที่ต้องการ เพื่อเน้นความสนใจ เพื่อแสดงรายละเอียดบางส่วน
ของสิ่งที่ถูกถ่าย

2.3.11.4.5 ภาพจาง (Fade) ภาพจางมี 2 แบบ คือ

- Fade In คือ การต่อเชื่อมภาพเริ่มจากภาพมืดสนิทไม่มีภาพ แล้วค่อยๆ
ปรากฏเป็นภาพเลื่อนกลางจนเป็นภาพที่มองเห็นชัดเจนมักใช้ในตอนเริ่ม
เรื่อง หรือเริ่มต้นใหม่ เหมือนการเปิด ฉาก
- Fade Out เป็นการเริ่มต้นจากภาพที่ปรากฏชัดเจนอยู่แล้ว ค่อยๆ เลื่อนกลาง
และหายไปกลายเป็นภาพมืดสนิท มักใช้ตอนจบเรื่อง การใช้การจางภาพ
สามารถใช้ค้นเชื่อมโยงระหว่างฉากแรกกับฉากหลัง ซึ่งเป็นเวลาที่ล่อง มา
นาน หรือสถานที่นั้นอยู่ห่างกันไกลมาก

2.3.11.4.6 ภาพกวาด (Wipe) หมายถึง การใช้ภาพต่อเนื่องโดยให้ภาพใหม่เข้า
มากวาดภาพเก่าออกจากจอทีละน้อยจนภาพเก่าหมดจากจอ หรือภาพใหม่เข้า
มาแทนที่ เช่น กวาดจากซ้ายไปขวา หรือบนจอลงล่างจอ เป็นต้น

2.3.11.4.7 ภาพซ้อน (Superimpose) หมายถึง การซ้อนฉาก 2 ฉากเข้าไว้
ด้วยกัน เพื่อแสดงถึงเหตุการณ์ต่างสถานที่ในเวลาเดียวกัน แสดงภาพการคิด
คำนึงของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยการถ่ายภาพใบหน้าและภาพเหตุการณ์ไป
พร้อมๆ กัน นอกจากนี้ยังใช้ในการสร้างภาพพิเศษ เช่น ภาพผี

2.3.11.4.8 ภาพเลื่อนเข้าหากัน (Morphink) การเปลี่ยนจากภาพหนึ่งไปสู่อีกภาพหนึ่งอย่างต่อเนื่อง ด้วยการละลายเข้าหากันจนเป็นภาพใหม่ ตัวอย่างเช่น ภาพยนตร์เรื่องคนเหล็ก และเรื่อง โรโบคอป

2.3.11.4.9 ภาพกระโดด (Jump Cut) การเกิดภาพกระโดด การที่มีภาพหายไปจากกลาง Shot ที่ควรจะเชื่อมระหว่าง Shot แรก กับ Shot สุดท้าย ทำให้ภาพดูไม่ต่อเนื่อง / การตัดภาพที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันมาก บุคคลเดียวกัน ขนาดภาพเท่ากัน / การตัดภาพที่มีขนาดแตกต่างกัน เช่น จากภาพ VLS เป็น CU

2.3.12 เทคนิคในการเรียงลำดับภาพ

เทคนิคในการเรียงลำดับภาพนี้ประกอบด้วยสิ่งที่สำคัญ 2 ประการ คือ

2.3.12.1 ความยาวของภาพหรือช็อต การเปลี่ยนภาพแต่ละครั้งจะทำให้ผู้ชมถกกระตุกความรู้สึกขึ้นอีกครั้งหนึ่ง แล้วความรู้สึกนั้นจะค่อยๆ ลดลงจนกระทั่งมีการตัดภาพอีกครั้งหนึ่ง ถ้าความยาวของช็อตพอเหมาะกับอารมณ์ของผู้ชม ผู้ชมก็จะถูกกระตุ้นตามจังหวะ ถ้าช็อตยาวเกินไปอารมณ์ของผู้ชมจะราบเรียบไม่ตื่นเต้น แต่ถ้าช็อตสั้นเกินไปอารมณ์ของผู้ชมจะถูกกระตุ้นแต่เพียงบางเบาเพราะเกิดความเคยชิน

2.3.12.2 ความถี่ของการเปลี่ยนภาพ การเปลี่ยนภาพจากภาพที่หนึ่งไปสู่ภาพที่สอง หรือถ้าจะเรียกง่าย ๆ ว่าการตัดภาพนั้น ตามธรรมดารายการที่มีความยาว 30 นาทีจะมีความถี่ในการตัดภาพ ประมาณ 20 ครั้งแต่ความถี่นี้อาจจะเปลี่ยนแปลงได้ตามเนื้อเรื่องของเรื่องที่แสดง ถ้าเป็นเรื่องที่แสดงถึงการเคลื่อนไหวที่รวดเร็ว เช่น การวิ่ง การกระโดด อาจตัดภาพที่มีความถี่สูง ความจริงแล้วความยาวช็อตและความถี่ของการเปลี่ยนภาพนี้มีความสัมพันธ์กันอยู่แล้ว

(มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2537 : 77)

2.3.13 คุณสมบัติของไฟล์วิดีโอ

- **Frame Rate** คือ ความเร็วที่ใช้ในการแสดงภาพเคลื่อนไหวต่อ 1 วินาที โดยที่เราต้องใช้คือ 25 เฟรมต่อวินาที (หมายถึง การเคลื่อนไหว 25 รูปต่อวินาที ซึ่งทำให้เรามองเห็นเป็นภาพเคลื่อนไหว) โดยภาพยนตร์ส่วนใหญ่จะเริ่มตั้งแต่ 7 – 10 เฟรมต่อวินาที ซึ่งเป็นการเคลื่อนไหวของภาพยนตร์การ์ตูน
- **ขนาดของเฟรม** เป็นขนาดของความกว้างคูณความยาวของเฟรม เช่น Aspect Ratio เท่ากับ 4 : 3 ซึ่งหมายความว่า เป็นการแสดงผลที่เต็มจอ ซึ่งโดยส่วนใหญ่ใช้แสดงผลเกี่ยวกับงานนำเสนอจำพวกข่าว, หนังสืวีซีดี Aspect Ratio เท่ากับ 16 : 9 เป็นการแสดงผลที่ไม่เต็มจอ โดยส่วนใหญ่จะใช้ในการชมภาพยนตร์

2.3.14 การนำวิดีโอไปใช้งาน

วิดีโอสามารถนำไปใช้งานได้หลาย ๆ ลักษณะซึ่งสามารถแสดงดังต่อไปนี้

- **ด้านบันเทิง (Video Entertainment)** สามารถบันทึกมัลติมีเดียวิดีโอ รายการโทรทัศน์ที่ชื่นชอบ บันทึกการแสดงสด หรือในงานเลี้ยงสังสรรค์ต่าง ๆ เพื่อนำกลับมาชมได้อีกครั้ง
- **ด้านการนำเสนองาน (Video Presentation)** สำหรับแนะนำสินค้า กิจกรรมด้านต่าง ๆ
- **ด้านงานสะสมวิดีโอ (Video Album)** สามารถผลิต Video ที่ใช้เพื่อบันทึกภาพแห่งความทรงจำ รวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่กระทำร่วมกันขณะที่เรากำลังศึกษาอยู่
- **ด้านการศึกษา (Education Program)** ผลิตสื่อการเรียนการสอนของอาจารย์ในรูปแบบของวิดีโอเทป ซีดีรอม หรือภาพนิ่ง เพื่อใช้ประกอบการเรียนการสอนได้ทั้งในชั้นเรียน และทางออนไลน์

2.3.15 การบีบอัดวิดีโอ

เป็นการจัดเก็บข้อมูลภาพและเสียงของไฟล์ต้นฉบับให้มีขนาดลดน้อยลง แต่ยังคงมีปริมาณของข้อมูลเท่าเดิม แต่ก็เป็นที่ทราบกันดีแล้วว่า ไฟล์อาจจะมีคุณภาพลดน้อยลงไปตามขนาดที่บีบอัด

แต่เนื่องจากการบีบอัดข้อมูลมีประโยชน์เป็นอย่างมากจึงทำให้มีการพัฒนาต่อมาเรื่อย ๆ ซึ่งสามารถแสดงได้ดังต่อไปนี้

– **เจเพ็ก (JPEG)** : เป็นมาตรฐานการบีบอัดข้อมูล เนื่องจากมีความต้องการที่จะย่อภาพสีโดยให้คงรายละเอียดเดิมไว้ให้มากที่สุด ซึ่งคอมพิวเตอร์จะทำการสุ่มตัวอย่างของจุดภาพในส่วนต่าง ๆ ก่อนที่จะบีบอัดข้อมูล โดยตรวจสอบพื้นที่ว่าจะมีสีอะไรอยู่มากที่สุด จากนั้นจะยุบพื้นที่ที่เหลือเพียงสีที่ต้องการเพียงหนึ่งพิกเซล ซึ่ง JPEG จะถูกนำมาใช้กับภาพนิ่งที่อัตราส่วนการบีบประมาณ 25:1, 40:1 จนถึง 100:1

Motion – JPEG หรือ M – JPEG : เป็นมาตรฐานการบีบอัดข้อมูลที่สามารถบีบอัดและขยายสัญญาณได้ตั้งแต่ 12:1, 5:1 และ 2:1 ทำให้ภาพที่ได้ออกมามีคุณภาพและเป็นที่น่าพอใจ สำหรับกลุ่มผู้ผลิตงานที่ไม่ต้องการความละเอียดมากนัก จึงเป็นระบบที่นิยมใช้ในการตัดต่อ และการ์ดแคปเจอร์ (Capture Card) แบบต่าง แต่ในปัจจุบันเริ่มความนิยมเนื่องจากระบบดิจิทัลของกล้องดิจิทัลวิดีโอเข้ามาแทนที่

CODEC : เป็นเทคโนโลยีการบีบอัดและการคลายข้อมูล ซึ่งสามารถนำไปใช้กับซอฟต์แวร์และฮาร์ดแวร์ หรืออย่างใดอย่างหนึ่งก็ได้ โดยส่วนมาก CODEC จะนิยมใช้กันในบีบอัดแบบ MPEG, Indeo และ Cinepak

– **เอ็มเพ็ก (MPEG : Moving Picture Experts Group)** : เป็นมาตรฐานการบีบอัดสัญญาณภาพและเสียง โดยใช้ระบบ DCT ซึ่งเป็นระบบที่ใช้กับระบบวิดีโอคุณภาพสูงทั่วไป จะมีความคล้ายคลึงกับการบีบอัดข้อมูลแบบ JPEG แต่จะลดจำนวนข้อมูลที่ซ้ำกันของภาพต่อไปด้วย การบีบอัดข้อมูลแบบ MPEG นี้ เป็นแบบไม่สมมาตร เนื่องจากขั้นตอนในการเข้ารหัสสัญญาณวิดีโอานกว่าขั้นตอนการถอดรหัสข้อมูล โดย MPEG ได้ถูกพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่องดังนี้

– **MPEG-1** ใช้กับวิดีโอที่ดูตามบ้าน เป็นที่รู้จักกันในชื่อ VHS ซึ่งไฟล์ที่ได้จากการบีบอัดข้อมูลแบบนี้สามารถใช้เครื่องเล่น CD ทั่วไป อ่านหรือเขียนข้อมูลได้ แต่ยังให้ภาพที่ค่อนข้างหยาบ สัญญาณสีแต่ละจุดไม่สามารถกำหนดเป็นสีที่ถูกต้องได้ ถ้าเป็นระบบที่

ใช้อุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ช่วยในการถอดรหัสจะแสดงภาพที่ชัดเจนได้เต็มจอภาพ แต่ถ้าใช้ซอฟต์แวร์อย่างเดียวจะแสดงภาพที่ชัดเจนได้เพียงครึ่งจอภาพ

– **MPEG-2** เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ โดยเฉพาะการบีบอัดข้อมูลแบบนี้ก่อนที่คอมพิวเตอร์จะคำนวณผลเพื่อแทนค่าจุดสีต่าง ๆ ภาพจะถูกแบ่งออกเป็นส่วน ๆ และจะคำนวณทีละหลาย ๆ ภาพ เรียกว่า “GOP (Group of Picture) “ ซึ่งเป็นการมองภาพครั้งละ 8-24 ภาพ โดยจะดูจากภาพที่หนึ่งของ GOP เป็นหลัก จากนั้นจะทำการเข้ารหัสภาพ แล้วมองภาพถัดไปว่ามีความแตกต่างจากภาพแรกที่สุดใด จากนั้นจะทำการเปรียบเทียบ และเก็บเฉพาะที่แตกต่างของภาพไว้ในเฟรมนั้น ส่วนภาพต่อไปก็ทำการเปรียบเทียบกับภาพติดกัน แล้วเก็บส่วนต่างไว้เช่นกัน ทำให้สามารถลดจำนวนข้อมูลที่ต้องการเก็บ และเก็บบันทึกข้อมูลที่ต้องการถอดรหัสได้

– **MPEG-3** เพื่อใช้งานกับโทรทัศน์ที่มีความคมชัดสูง หรือเรียกว่า HDTV (High – Definition Television) เป็นโทรทัศน์ดิจิทัลชนิดใหม่ที่ใช้ในสหรัฐ แต่ไม่ได้นำมาใช้งานเนื่องจากไม่ประสบความสำเร็จ

– **MPEG-4** เป็นมาตรฐานที่ใกล้เคียงกับ Quick Time เพื่อใช้งานทางด้านมัลติมีเดียที่มีแบนด์วิดท์ (Bandwidth) ต่ำ ซึ่งสามารถรวมภาพ เสียง และส่วนประกอบอื่นที่คอมพิวเตอร์สร้างขึ้นได้ ที่สำคัญ MPEG-4 ได้ถูกออกแบบให้มีความสามารถในการโต้ตอบกับวัตถุต่าง ๆ ในภาพได้

– **MPEG-7** เป็นตัวเชื่อมรายละเอียดเนื้อหา มัลติมีเดียเข้าด้วยกัน (Multimedia Content Description Interface) โดยมีจุดหมายที่จะสร้างมาตรฐานการอธิบายข้อมูลข่าวสารของมัลติมีเดีย เพื่อใช้ในการสนับสนุนความหมายของข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ บนสื่อ

– **Microsoft Video** : ทำงานในขั้นตอนการบีบอัดข้อมูลที่อัตราส่วนการบีบอัดต่ำได้อย่างรวดเร็ว เหมาะสำหรับภาพที่มีความเคลื่อนไหวมาก ๆ แต่ความละเอียดต่ำ (240×180 พิกเซล)

– **Microsoft RLE** : ใช้อัตราส่วนในการบีบอัดต่ำ เหมาะสำหรับภาพเคลื่อนไหวต่าง ๆ ที่มีความชัดเจน แต่ไม่เหมาะกับงานวิดีโอ

- **DV Format** : มีการสร้างระบบการเข้ารหัสเพื่อบันทึกเป็นสัญญาณดิจิทัลโดยตรง เพื่อใช้กับกล้องถ่ายวิดีโอแบบดิจิทัล ซึ่งเรียกการเข้ารหัสแบบนี้ว่า “DV Format” โดยสัญญาณที่ถูกรับบันทึกจะผ่านการบีบอัดข้อมูลเรียบร้อยแล้ว สามารถส่งผ่านเข้าสู่คอมพิวเตอร์ได้โดยตรงไม่มีปัญหาการสูญเสียความคมชัดของภาพ แต่ข้อมูลภาพดิจิทัลวิดีโอค่อนข้างใหญ่การส่งผ่านข้อมูลจะใช้เวลานาน จึงมีการพัฒนามาตรฐาน IEEE หรือที่เรียกว่า “Fire Wire” มารองรับการส่งข้อมูลแบบ DV จนกระทั่งได้กลายเป็นมาตรฐานการเชื่อมต่อสำหรับกล้องดิจิทัลวิดีโอในที่สุด
- **DivX** : กลุ่มโปรแกรมเมอร์ได้ค้นได้ร่วมกันพัฒนาระบบซอฟต์แวร์ซึ่งสามารถลดข้อมูลเหลือเพียง 10-20 เปอร์เซ็นต์ของปริมาณข้อมูลเดิม และยังสามารถเปิดชมภาพยนตร์ด้วยโปรแกรมธรรมดาได้อีกด้วย
- **DVI** : เป็นเทคโนโลยี CODEC ที่ถูกพัฒนาซึ่งมีมาตรฐาน NTST ในการแสดงภาพที่มีอัตรา 30 เฟรมต่อวินาที สามารถบันทึกและแสดงภาพวิดีโอที่มีการเคลื่อนไหวที่สมจริงเหมือนในโทรทัศน์ แต่บางครั้งมักจะเกิดปัญหาเพราะเนื้อที่ของฮาร์ดดิสก์ไม่เพียงพอ เนื่องจากสามารถบันทึกข้อมูลได้ในปริมาณมาก ดังนั้น DVI จึงแก้ปัญหาโดยการบีบอัดข้อมูลและคลายข้อมูล DVI ด้วยอุปกรณ์ที่เป็นฮาร์ดแวร์ทั้งหมด
- **Cinepak** : เป็นเทคโนโลยีการบีบอัดและการคลายข้อมูล สามารถส่งข้อมูลวิดีโอขนาด 24 บิต บนพื้นที่ขนาด 1 ต่อ 4 ของจอภาพวินโดวส์ ซึ่งนิยมใช้ในรูปแบบของไฟล์วิดีโอที่เป็น *.avi โดยสามารถบีบอัดข้อมูลได้ดีแม้มีข้อเสียตรงที่ใช้เวลานานในการบีบอัดข้อมูล
- **Indeo** : มีพื้นฐานมาจาก DVI ที่เป็นฮาร์ดแวร์ล้วน ๆ ส่วนการเข้ารหัสและถอดรหัสของ Indeo จะเป็นซอฟต์แวร์ทั้งหมด โดยนิยมนำมาประยุกต์ใช้ในการประชุมด้วยภาพ

2.3.16 ขั้นตอนการตัดต่อ

2.3.16.1 การเรียงชิ้น (Assembly)

คือ การเรียงฟิล์มทั้งหมดเป็นลำดับก่อนหลังตามเนื้อเรื่องของบทภาพยนตร์ จะใช้ดินสอทำเครื่องหมายบนเส้นภาพและเรียงเส้นให้ตรงกันเพื่อรักษาความพร้อมของเส้นเสียง

และเส้นภาพไว้

2.3.16.2 การตัดต่อขั้นแรก (Rough cut)

เป็นการตัดต่ออย่างหยาบๆ โดยตัดหัวและท้ายของแต่ละช็อตออกเพื่อให้การแสดงต่อเนื่องกัน ตัดการแสดงที่ซ้อนกันอยู่ออก การตัดต่อขั้นนี้ผู้ตัดต่อสามารถเปลี่ยนแปลงโยกย้ายภาพและเสียงในแบบต่างๆ เพื่อให้ภาพยนตร์สามารถสร้างอารมณ์และถ่ายทอดเรื่องราวได้

2.3.16.3 การตัดต่อขั้นสุดท้าย (fine cut)

การตัดต่อขั้นสุดท้ายต้องทำอย่างละเอียด ต้องตัดต่อจนได้ภาพตรงตามที่ต้องการให้ภาพยนตร์ที่จะปรากฏบนจอควรจะเป็น ถือว่าการตัดต่อภาพเรียบร้อยแล้วพิมพ์ฟิล์มจากต้นฉบับทันทีที่เรียบร้อยแล้ว

(ที่มา <https://krupiyadanai.wordpress.com/computer4/เทคโนโลยีสื่อประสม/การตัดต่อ/>) (วันที่ค้นข้อมูล 6 สิงหาคม 2561)

บทที่ 3

รายละเอียดปฏิบัติงาน

3.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ

ชื่อบริษัท : บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ที่อยู่ : เลขที่ 50 ชั้น 33 อาคาร
จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ เฟลส ถนนสุขุมวิท แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110 ติดต่อ
สอบถามข้อมูล 0-2669-9000

Facebook : GMM Grammy Official / GMM Gold



ภาพที่ 3.1 แผนที่ / ที่ตั้ง บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)

GMM

GRAMMY

ภาพที่ 3.2 Logo ของ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)



GRAMMY
GOLD

ภาพที่ 3.3 Logo ของ บริษัท แกรมมี่โกลด์ จำกัด

3.2 ลักษณะการประกอบการผลิตภัณฑ์ การให้บริการหลักขององค์กร

บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด(มหาชน) เป็นบริษัทที่มีชื่อเสียงทางด้านธุรกิจบันเทิงและเป็นบริษัทเดียวที่ครบวงจรที่สุดของประเทศไทย ทางบริษัทครอบคลุมทั้งธุรกิจเพลง, วิทยุ, โทรทัศน์, ดาวเทียม, สื่อสิ่งพิมพ์, การจัดกิจกรรมพิเศษ หรือ อีเว้นท์ ธุรกิจบอร์ด์แคสตั้ง รวมถึงธุรกิจอื่นๆอีกมากมายที่เกี่ยวข้องโดยจำแนกเป็น 2 กลุ่มธุรกิจใหญ่ คือ

1.กลุ่มธุรกิจหลักประกอบด้วย

- ธุรกิจเพลง ธุรกิจสินค้าเพลงและช่องทางการจัดจำหน่ายธุรกิจดิจิทัลคอนเทนท์
- ธุรกิจดิจิทัลทีวีจำนวน 2 ช่องได้แก่ ช่อง ‘GMM 25’ ซึ่งเป็นช่องรายการทั่วไปความคมชัดปกติ (Standard Definition) และช่อง ‘One31’ ซึ่งเป็นช่องรายการทั่วไปความคมชัดสูง (High Definition)

2.กลุ่มธุรกิจอื่น ซึ่งเป็นธุรกิจที่สนับสนุนและต่อยอดจากกลุ่มธุรกิจหลัก เพื่อสร้างการเติบโต ให้กับกลุ่มบริษัทฯ ได้อย่างมั่นคงในระยะยาว ประกอบด้วย

- ธุรกิจวิทยุ
- ธุรกิจภาพยนตร์
- ธุรกิจโฮม ช้อปปิ้ง
- ธุรกิจโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม

ทั้งนี้รายละเอียดตามรายการธุรกิจเป็นดังนี้

1.กลุ่มธุรกิจหลัก

1.1 ธุรกิจเพลง

ดำเนินการภายใต้โมเดล “การให้บริการเพลงแบบครบวงจร” (Total Music Business) ตั้งแต่การ คัดเลือกศิลปิน การผลิตงานเพลง การทำการตลาด การบริหารคอนเทนต์เพลง และการจัดจำหน่ายสินค้า ทั้งงาน Physical และ Digital โดยมุ่งเน้นที่จะผลิตแนวเพลงที่หลากหลายตอบสนองความต้องการของ ผู้บริโภค ปัจจุบันกลุ่มบริษัทฯ มีศิลปิน นักร้อง และนักแสดง มากกว่า 300 คน และมีเพลงที่เก็บรวบรวม ไว้กว่า 40,000 เพลง ทั้งนี้ธุรกิจเพลงสามารถจำแนกออกเป็น 5 ธุรกิจย่อยได้แก่

ธุรกิจสินค้าเพลง (Physical Products) และช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution)

ในปี 2560 กลุ่มธุรกิจสินค้าเพลงยังคงมุ่งเน้นผลิตผลงานทั้งเพลงสตริงและเพลงลูกทุ่งให้กับศิลปินดังทุกคนอย่างต่อเนื่อง ซึ่งครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายของผู้บริโภคทุกประเภท รวมถึงมี การทำอัลบั้มรวมเพลงที่ได้รับความนิยมในแต่ละช่วงเวลาต่างๆ ของปีโดยบริษัทวางแนวทางการสร้างสรรค์นำเสนอเพลงให้เป็นสากลมากขึ้น เพื่อขยายฐานผู้ฟังกลุ่มใหม่ๆ อาทิ เพลงลูกทุ่งก็ได้รับการพัฒนาให้เป็นที่นิยมในระดับสากลเหมือนเพลง ป๊อป ในส่วนของ ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าเพลงนั้น บริษัทฯ ดำเนินการจัดจำหน่ายทั้งปลีกและส่ง โดยจะเน้นการกระจายสินค้าให้แก่ร้านค้าปลีกสมัยใหม่รายใหญ่ (Modern Trade) ร้านค้าส่ง และผู้ค้า ปลีกแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) ทั่วประเทศ พร้อมจัดตั้งหน่วยเคลื่อนที่ซึ่งกระจายอยู่ในงานแสดงสินค้า และแหล่งช้อปปิ้ง รวมถึงการขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์และคอลเซ็นเตอร์อีกด้วย

ธุรกิจดิจิทัลมิวสิก (Digital Music)

จากพัฒนาการของเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ประกอบกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ธุรกิจเพลงจึงได้พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายที่สามารถเข้าถึง

ผู้บริโภคและสร้างรายได้ให้กับกลุ่มบริษัทมากขึ้น โดยการนำคอนเทนต์เพลงมาปรับให้อยู่ในรูปแบบดิจิทัล เพื่อขยายธุรกิจสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็น YouTube, iTunes, JOOX, Line TV หรือ Spotify โดยผู้ให้บริการสามารถเลือกฟังเพลงออนไลน์แบบออฟไลน์ได้ ฟังจากเพลย์ลิสต์ หรือดาวน์โหลดเพลงเพื่อเปิดฟังแบบออฟไลน์ได้

ธุรกิจการจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์ (Copyright Management)

ดำเนินการบริหารจัดการและจัดเก็บค่าลิขสิทธิ์จากผู้ประกอบการที่มีความประสงค์จะนำผลงานเพลงของบริษัทฯ ไปใช้ในเชิงพาณิชย์ อาทิ สื่อวิทยุ ร้านอาหาร ร้านคาราโอเกะ เป็นต้น

ธุรกิจโชว์บิซ (Showbiz Business)

ดำเนินธุรกิจจัดงานแสดงคอนเสิร์ตและเทศกาลดนตรี โดยมีรายได้หลักมาจากการจำหน่ายบัตร การสนับสนุนของสปอนเซอร์และการจัดกิจกรรมต่างๆ โดยในปี 2561 กลุ่มบริษัทฯ ประสบความสำเร็จอย่างมากในการจัดงานคอนเสิร์ตดังที่เห็นได้จากปรากฏการณ์ขายบัตรคอนเสิร์ตหมด (“Sold Out”) ไม่ว่าจะเป็นคอนเสิร์ต Genie Fest 19 ปี กว่าจะร็อกเท่าวันนี้, PECK PALITCHOKE "FIRST DATE" Concert, MY NAME is NOOM KALA, Clash Awake Concert, OAT PRAMOTE SHOW The Uncensored และ แบบเบิร์ดเบิร์ดครั้งที่ 11 DREAM JOURNEY นอกจากนี้ยังมีการจัดเทศกาลดนตรี ได้แก่ นั่งเล่น มิวสิค เฟสติวัล 3, What The Fest Music Festival และส่งท้ายปลายปีกับ Big Mountain Music Festival 9 ซึ่งได้รับความสนใจจากผู้ชมทั่วประเทศ

ธุรกิจบริหารศิลปิน (Artist Management Business)

บริษัทฯ มีนโยบายฝึกทักษะและพัฒนาศิลปินเพื่อเพิ่มความสามารถทางการร้องเพลง และการแสดง เพื่อยกระดับไปสู่ความเป็นศิลปินมืออาชีพอย่างแท้จริง ทั้งนี้ บริษัทฯ ให้ความสำคัญในจัดหางานและเพิ่มช่องทางการหารายได้ให้แก่ศิลปิน ทั้งในรูปแบบงานจ้าง

คอนเสิร์ต ผับ บาร์ และงานฟรีเซนต์อร์สสินค้า ส่งผลให้ศิลปินแกรมมี่เป็นที่ชื่นชอบและได้รับความนิยมในทุกยุคทุกสมัย

1.2 ธุรกิจทีวีดิจิทัล

คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ได้จัดให้มีการประมูลคลื่นความถี่สำหรับการออกอากาศโทรทัศน์ระบบดิจิทัลในเชิงพาณิชย์จำนวน 24 ช่อง ระหว่าง วันที่ 26 - 27 ธันวาคม 2556 ที่ผ่านมา โดยแบ่งประเภทของช่องรายการออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ ช่องรายการสำหรับเด็กและครอบครัวจำนวน 3 ช่อง ช่องรายการข่าวจำนวน 7 ช่อง ช่องรายการทั่วไปความคมชัดปกติจำนวน 7 ช่องและช่องรายการทั่วไปความคมชัดสูงจำนวน 7 ช่อง บริษัทฯ ได้เข้าร่วมและเป็นผู้ชนะการประมูลคลื่นความถี่สำหรับการออกอากาศโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลในเชิงพาณิชย์จำนวน 2 ช่อง ประกอบด้วย

ช่อง one 31 (วัน 31)

ช่องทีวีดิจิทัลที่ออกอากาศด้วยระบบคุณภาพ คมชัดระดับ HD ซึ่งนับว่าเป็นช่องที่มีละคร ชิทคอม เกมโชว์ วาไรตี้ และสาระความรู้ที่หลากหลายเข้าถึงทุกกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งผู้ชมสามารถ ติดตามชมรายการคุณภาพของช่อง one31 ได้ที่หมายเลข 31 ทุกกล่องทุกงานทั่วประเทศ



ภาพที่ 3.4 Logo ของ ช่องทีวี one 31

ช่อง GMM 25 (จีเอ็มเอ็ม 25)

ช่องทีวีดิจิทัลที่ออกอากาศด้วยระบบคุณภาพ คมชัดปกติระดับ SD ซึ่งนับว่าเป็นช่องที่มีละครที่สร้างจากเรื่องจริง ซีรีส์ โดยเน้นกลุ่มวัยรุ่นและคนรุ่นใหม่ที่มีรสนิยม มีไลฟ์สไตล์แอ็คทีฟ เปิดกว้างรับแนวทางการสร้างสรรค์ใหม่ๆ ซึ่งผู้ชมสามารถ ติดตามชมรายการคุณภาพของช่อง จีเอ็มเอ็ม 25 ได้ที่หมายเลข 25 ทุกกล่องทุกงานทั่วประเทศ



ภาพที่ 3.4 Logo ของ ช่องทีวี GMM 25

2.กลุ่มธุรกิจอื่น

2.1 ธุรกิจสื่อวิทยุ

คือ การผลิตรายการวิทยุเพื่อออกอากาศผ่านสถานีวิทยุกระจายเสียง โดยการเข้าร่วมประมวลเวลาจัดรายการวิทยุในระบบเอฟเอ็มจากสถานีวิทยุต่าง ๆ เพื่อนำมาประกอบธุรกิจในเชิงพาณิชย์ โดยในปี 2560 กลุ่มบริษัทฯ มีรายการวิทยุทั้งสิ้น 3 สถานี ซึ่งแต่ละสถานีมีลักษณะเฉพาะและจุดเด่นที่ต่างกันไป เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง มีรายละเอียดดังนี้

สถานีวิทยุ	วันและเวลาออกอากาศ / รัศมีครอบคลุม	สัมปทาน
กรม "เพลงไทย ชัยภูมิ" EFM	ทุกวันเสาร์ 24 ชั่วโมง / กรุงเทพมหานคร (FM 104.5 MHz และออนไลน์) (www.efm.fm, แอปพลิเคชัน Atmos Online)	ละเมิดลิขสิทธิ์ ครอบคลุม
Green Wave "เพลงฮิตกับวัยรุ่น" GREENWAVE	ทุกวันเสาร์ 24 ชั่วโมง / กรุงเทพมหานคร (FM 106.5 MHz และออนไลน์) (www.greenwave.fm, แอปพลิเคชัน Atmos Online)	สำนักงาน กสทช.
Chill Online Chill Online	ทุกวันเสาร์ 24 ชั่วโมง / ออนไลน์ (www.chill.fm, แอปพลิเคชัน Atmos Online, แอปพลิเคชัน Chill Online)	-

ภาพที่ 3.5 สถานีวิทยุของบริษัท

ปัจจุบันมีสถานีวิทยุทั่วประเทศ แบ่งเป็นสถานีที่จัดรายการวิทยุภาค FM และภาค AM โดยมีหน่วยงานภาครัฐเป็นเจ้าของคลื่นความถี่ทั้งหมด และสำนักงาน กสทช. เป็นผู้จัดสรรและดูแล เพื่อให้ เกิดการแข่งขันโดยเสรีอย่างงเป็นธรรม รวมทั้งต้องจัดให้ภาคประชาชนมีส่วนร่วมในการดำเนินการ ดังนั้นผู้ประกอบการสถานีวิทยุภาคเอกชนต้องร่วมกับหน่วยงานภาครัฐที่เป็นเจ้าของคลื่นความถี่ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของการทำสัญญาสัมปทานการร่วมผลิต การแบ่งเวลาให้เช่า ฯลฯ โดยจะพิจารณาจาก อัตราผลตอบแทนที่จ่ายให้กับเจ้าของคลื่นความถี่ รูปแบบของรายการที่จะนำเสนอ และฐานะทางการเงินของผู้ประกอบการ ในเดือนธันวาคม 2559 คำสั่ง กสทช. มาตรา 44 กำหนดให้ กสทช. เรียกคืนคลื่น วิทยุจากหน่วยงานรัฐที่ถือครองปัจจุบันภายใน 5 ปี จากเดิม กสทช. มีมติเรียกคืนคลื่นวิทยุในเดือน เมษายน 2560 ซึ่งมาตรการขยายเวลาให้หน่วยงานเจ้าของคลื่นวิทยุถือครองคลื่นต่อไปอีก 5 ปี ถือว่าช่วย ส่งเสริมการดำเนินงาน วิทยุกระจายเสียง และช่วยให้ผู้ประกอบการวิทยุมีระยะเวลาเตรียมตัวมากขึ้น คาดว่าอนาคต กสทช. จะเตรียมแผนงานการบริหารจัดการคลื่นความถี่วิทยุ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และเป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมและผู้ฟัง

2.2 ธุรกิจภาพยนตร์

ดำเนินการภายใต้ บริษัท จีดีเอช ห้าห้าเก้า จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือ โดยมีภาพยนตร์ที่ออกฉายในปี 2561 ได้แก่ “น้อง.พี.ที่รัก” “โสมสเดย์” และภาพยนตร์สารคดี “2,515 เชื้อ บ้า กลัว ก้าว” ที่ถ่ายทอดเรื่องราวเบื้องหลัง โครงการวังการกุศล “ก้าวคนละก้าว” ทั้งนี้ บริษัทฯ มีเป้าหมายผลิตภาพยนตร์ที่มีคุณภาพออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยเฉลี่ยประมาณ 3-4 เรื่องต่อปี โดยผลิตภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาหลากหลายแตกต่างกันไปแต่ยังคงไว้ซึ่งแบบฉบับของตัวเอง ซึ่ง บริษัทฯ มีความพร้อมทั้งในด้านการผลิต และศักยภาพของบุคลากร ทีมงานที่มีความชำนาญ เพื่อนำเสนอภาพยนตร์ที่มีความแปลกใหม่ และสร้างความสุขให้กับผู้ชมภาพยนตร์ไทย



ภาพที่ 3.6 Logo บริษัท จีดีเอช ห้าห้าเก้า จำกัด

2.3 ธุรกิจโสม ซ้อปปี้ง

เป็นธุรกิจจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางการจัดจำหน่าย แบบตลอด 24 ชั่วโมง ผ่านช่องรายการที่ใช้ชื่อว่า ‘โสม ซ้อปปี้ง (O Shopping)’ ซึ่งลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าได้แม้อยู่ภายในบ้านของตนเอง บริหารงานโดย บริษัท จีเอ็มเอ็ม ซีเจ โสม ซ้อปปี้ง จำกัด เป็นการร่วมทุนระหว่าง บริษัทฯ และบริษัท ซีเจ โสม ซ้อปปี้ง จำกัด ซึ่งเป็นผู้ดำเนินกิจการโสม ซ้อปปี้งชั้นนำในประเทศเกาหลีใต้ โดยมีเป้าหมายคือการทำให้ โสม ซ้อปปี้ง ขึ้นเป็นผู้นำช่องโสม ซ้อปปี้ง อันดับหนึ่งของเมืองไทย โดยใช้กลยุทธ์การนำเสนอรายการช่องโสม ซ้อปปี้งในรูปแบบที่แตกต่าง ภายใต้แนวคิด Be better, Everyday life “ยิ่งรู้จักโสม ซ้อปปี้ง ยิ่งทำให้ทุกๆ วันของชีวิตดีขึ้น”

2.4 ธุรกิจโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม

เป็นธุรกิจที่ดำเนินงานโดยบริษัทย่อยของบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจ 2 ประเภท กล่าวคือ

2.4.1 ธุรกิจจัดจำหน่ายกล่องรับสัญญาณดาวเทียม

กล่องรับสัญญาณทีวีดิจิตอลภาคพื้นดิน กล่องรับสัญญาณอินเทอร์เน็ตทีวี สินค้าประเภทเครื่องเล่นเพลงพกพา (Music Box) และเครื่องเล่น MP3 คาราโอเกะ (Karaoke Microphone) เพื่อสนับสนุนธุรกิจหลักของบริษัทฯ ในปัจจุบันมีสินค้าดังนี้

กล่อง GMM Z STREAM เป็นกล่องรับสัญญาณอินเทอร์เน็ตทีวี ด้วยระบบปฏิบัติการ Android 7.1 ชัดที่สุดในระดับ Ultra HD 4K

กล่อง GMM Z HD WISE PLUS เป็นกล่องรับสัญญาณทีวีดาวเทียมรุ่นใหม่คมชัดระดับ Full HD มีระบบ PVR, Time Shift พร้อมฟังก์ชันรองรับการเล่นไฟล์ Media Player อย่างครบครัน

กล่อง GMM Z HD SMILE กล่องรับสัญญาณทีวีดาวเทียมโฉมใหม่ตัวเครื่องสีขาว มีระบบเรียงช่อง OTA เพิ่มช่องรายการให้อัดโนมดิ จัดกลุ่มช่องรายการหาช่องง่าย หน้าจอ LED ออกแบบปุ่มกดหน้าตัวเครื่องใหม่ใช้งานง่ายและสะดวกมากขึ้น

กล่อง GMM Z Music Box Chill Out เครื่องเล่นเพลงชนิดพกพารุ่นใหม่ รวม
บทเพลงเพราะฟังสบายในทุกบรรยากาศ ให้คุณรู้สึกผ่อนคลายจากสูดยอด
ศิลปินแกรมมี่ ลิขสิทธิ์แท้กว่า 1,000 เพลง มาไว้ในเครื่องเดียว

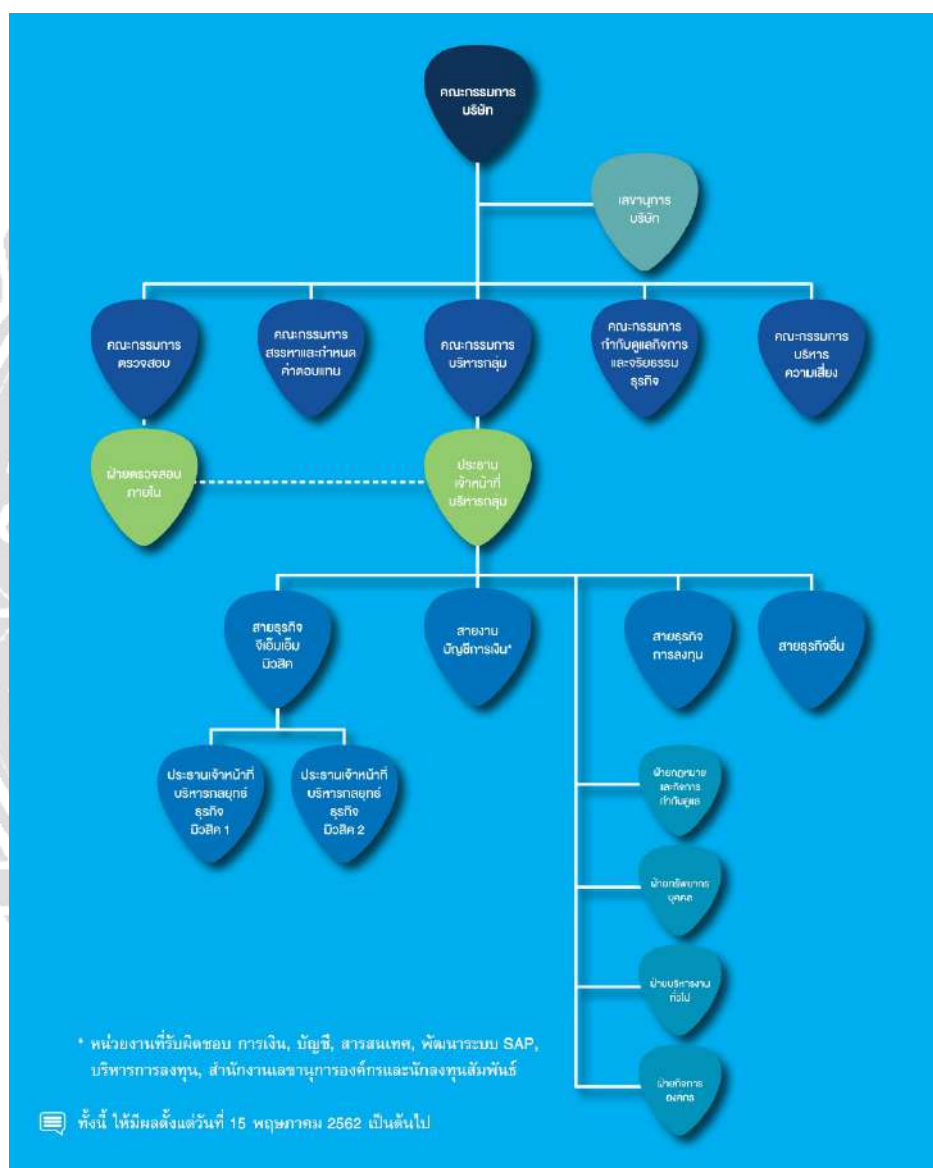
เครื่องเล่น MP3 KARAOKE GMM Z STAR ฟรีเพลงฮิต ลิขสิทธิ์แท้จาก
GMM GRAMMY เชื่อมต่อง่ายกับ Application karaoke ใช้ได้กับสมาร์ทโฟน
ทั้งระบบ Android และ iOS มาพร้อมพลังเสียงจากลำโพง 2 ทิศทาง สามารถใช้
แทนเครื่องเล่น MP3 พกพาสะดวก ใช้งานได้ทุกที่ทุกเวลา

2.4.2 ธุรกิจสื่อโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม

กลุ่มบริษัทฯ ดำเนินธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมสามารถรับชมได้ทุก
แพลตฟอร์มฟรีทุเออร์ออกอากาศผ่านดาวเทียมไทยคม รวม 2 ช่อง ได้แก่ “แฟน มิวสิค”
และ “มันนี่ แชนแนล” ซึ่งปัจจุบันได้ยุติการออกอากาศสถานีโทรทัศน์ มันนี่ แชนแนล
นับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2562 แล้ว

3.3 รูปแบบการจัดองค์กรและบริหารงานขององค์กร

โครงสร้างองค์กร



ภาพที่ 3.7 โครงสร้างขององค์กร บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)

คณะผู้บริหาร

	นางสาวนุชนา ดาวเรือง รองประธานกรรมการบริษัท (กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม), ประธานกรรมการบริหารความเสี่ยง, ประธานกรรมการกำกับดูแลกิจการแสดงจริยธรรมธุรกิจ, ประธานกรรมการบริหารกลุ่ม, ประธานเจ้าหน้าที่บริหารกลุ่ม
	นายภาวิต จิตรกร กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม, กรรมการบริหารกลุ่ม, กรรมการบริหารความเสี่ยง, กรรมการกำกับดูแลกิจการแสดงจริยธรรมธุรกิจ, ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร สายธุรกิจ จีเอ็มเอ็ม บีวีส
	นายไพฑูย์ ดำรงชัยธรรม กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม, กรรมการบริหารกลุ่ม, กรรมการบริหารความเสี่ยง, ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กลุ่มธุรกิจ-ธุรกิจบีวีส 1
	นายสมภพ ปุณปัญญะ กรรมการบริหารความเสี่ยง, กรรมการบริหารกลุ่ม, ประธานเจ้าหน้าที่บริหารกลุ่มธุรกิจ-ธุรกิจบีวีส 2
	นางกานต์สุตา แสนสุภา กรรมการบริหารความเสี่ยง, กรรมการบริหารกลุ่ม, ประธานเจ้าหน้าที่การเงิน

ภาพที่ 3.8 คณะผู้บริหารของ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)

กรรมการบริษัท

	นายไพฑูย์ ดำรงชัยธรรม ประธานกรรมการบริษัท, ประธานที่ปรึกษาบริษัท
	นางสาวนุชภา ดาวเรือง รองประธานกรรมการบริษัท (กรรมการผู้อำนวยการสำนักงาน), ประธานกรรมการบริหารความเสี่ยง, ประธานกรรมการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมธุรกิจ, ประธานกรรมการบริหารกลุ่ม, ประธานเจ้าหน้าที่บริหารกลุ่ม
	ดร. นริศ ชัยสูตร กรรมการอิสระ, ประธานกรรมการตรวจสอบ, ประธานกรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน
	นายสุวิทย์ มาไพทาลสิน กรรมการอิสระ, กรรมการตรวจสอบ, กรรมการสรรหาและกำหนดค่าตอบแทน, กรรมการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมธุรกิจ
	นายณิศร ช่างเขียนรงค์ กรรมการอิสระ, กรรมการตรวจสอบ
	นายวราธร วงศ์ว่องกiet กรรมการอิสระ, กรรมการตรวจสอบ, กรรมการกำกับดูแลกิจการและจริยธรรมธุรกิจ
	นางสายทิพย์ มนต์รักกุล ณ อยุธยา กรรมการผู้อำนวยการสำนักงาน



ภาพที่ 3.9 คณะกรรมการ ของ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน)

3.4 ตำแหน่งงานและลักษณะงานที่ได้รับมอบหมาย

3.4.1 ตำแหน่งที่นักศึกษาที่ได้รับมอบหมาย

นักศึกษาที่ปฏิบัติงาน

ชื่อ : นางสาว แพรพลอย ปานดวง

รหัสประจำตัวนักศึกษา : 5906400003

คณะ / ภาควิชา : คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ ภาควิชาแอนิเมชันและ

สื่อสร้างสรรค์

ตำแหน่งที่ได้รับมอบหมาย : Editor

3.4.2 ชื่อตำแหน่งของพนักงานที่ปรึกษา

ชื่อ : นางสาว ธิดารัตน์ ชูรัตน์ ตำแหน่ง Online Creative

3.4.3 ลักษณะงานที่ได้รับมอบหมาย

ฝ่าย Editor

- ตัดต่อวิดีโอเพลง ลงโซเชียล ได้แก่ Facebook , Youtube
- ปรับแต่งภาพเพื่อใช้ในการโฆษณา ลงโซเชียล ได้แก่ Facebook , Youtube
- ออกแบบ Logo เพลงให้กับศิลปิน
- ออกแบบกราฟฟิกภาพปก ดาวน์โหลดเพลง ทางออนไลน์ เช่น JOOX

3.5 ระยะเวลาในการฝึกงาน

ระยะเวลา 16 สัปดาห์ ระหว่างวันที่ 14 พฤษภาคม ถึง 31 สิงหาคม พ.ศ.2561 วันจันทร์ – วันศุกร์ ตั้งแต่ เวลา 10.00 น. – 19.00 น.

ระยะเวลา	รายละเอียดการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา
สัปดาห์ที่ 1	เข้าพบที่ปรึกษา พูดคุยทำความเข้าใจเกี่ยวกับลักษณะงาน และเริ่มปฏิบัติงาน ติดต่อวิดีโอเพลง โคฟเวอร์ เพลง และออกกองถ่ายทำนอกสถานที่ เพลง “ มกั๋ฮ่ายหลายเด้อ ”
สัปดาห์ที่ 2	จัดทำภาพปกเพลงคาว์โหลด เพลง “ ไปฮักกันสา ” โดย แสน นากา
สัปดาห์ที่ 3	ติดต่อวิดีโอเพลง โคฟเวอร์ เจ็บเมื่อไหร่ให้โทรมา , ถ่านไฟเก่า , อยากได้ ยินว่ารักกัน ให้กับ ศิลปิน ตั๊ก วชรกรณ์
สัปดาห์ที่ 4	จัดทำภาพโปรโมท ของ มิวส์ อรภัสฐาน์ ลงโซเชียล Facebook
สัปดาห์ที่ 5	จัดทำภาพโปรโมท ของ มิวส์ อรภัสฐาน์ ลงโซเชียล Facebook
สัปดาห์ที่ 6	ติดต่อวิดีโอเพลง โคฟเวอร์ เพลง ไม่สมศักดิ์ศรี , ฝนตกที่หน้าต่าง , คิดถึงฉันไหมเวลาที่เธอ และ จัดทำภาพโปรโมท ของ มิวส์ อรภัสฐาน์ ลงโซเชียล Facebook
สัปดาห์ที่ 7	จัดทำภาพโปรโมท ของ มิวส์ อรภัสฐาน์ ลงโซเชียล Facebook และ ออกแบบ โลโก้ เพลง ไม่สมศักดิ์ศรี , ฝนตกที่หน้าต่าง , คิดถึงฉันไหม เวลาที่เธอ , แมงปอปีกบาง , เลิกรา
สัปดาห์ที่ 8	ติดต่อวิดีโอเพลง โคฟเวอร์ เพลง , แมงปอปีกบาง , เลิกรา โดย ศิลปิน ตั๊ก วชรกรณ์ และจัดทำภาพโปรโมท ของ มิวส์ อรภัสฐาน์ ลงโซเชียล Facebook
สัปดาห์ที่ 9	ติดต่อวิดีโอต้น เพลง คิดถึงเธอ โดย ศิลปิน แสน นากา เพื่อโพสต์ลง ช่องทาง เพจ Facebook
สัปดาห์ที่ 10	จัดทำภาพโปรโมท ของ มิวส์ อรภัสฐาน์ ลงโซเชียล Facebook
สัปดาห์ที่ 11	จัดทำภาพปกคาว์โหลดเพลงทางออนไลน์
สัปดาห์ที่ 12	จัดทำภาพปกคาว์โหลดเพลงทางออนไลน์

สัปดาห์ที่ 13	ทำกราฟฟิคลง เพจ Facebook ให้กับ “ สาย ชูติมา ” และ “ มินตรา อินทรา ”
สัปดาห์ที่ 14	ปรับแต่งภาพ โปรโมท ลงเพจ Facebook
สัปดาห์ที่ 15	ปรับแต่งภาพ โปรโมท ลงเพจ Facebook
สัปดาห์ที่ 16	ปรับแต่งภาพ โปรโมท ลงเพจ Facebook

3.7 อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้

3.7.1 คอมพิวเตอร์

3.7.2 ที่เก็บข้อมูล (Thumb Drive, Flash Drive, Google Drive)

โปรแกรมที่ใช้

3.7.3 โปรแกรม Adobe Illustater CC

3.7.4 โปรแกรม Adobe Photoshop CC

3.7.5 โปรแกรม Adobe Premiere Pro CC

บทที่ 4

ผลการปฏิบัติงาน

4.1 การจัดทำ ภาพโปรโมท

4.1.1 เตรียมข้อมูล

การศึกษาตัวอย่างลักษณะงานที่หัวหน้างานต้องการ โดยศึกษาตัวอย่างจากหน้าเพจของศิลปินหลายๆท่าน หรือตาม เพจ เฟสบุ๊กต่างๆ เพื่อทำความเข้าใจกับลักษณะของงานนั้นเป็นอย่างไร



ภาพที่ 4.1 ตัวอย่างภาพประกอบคอนเทนต์จากเพจ

4.1.2 ได้รับมอบหมายงาน

พี่เลี้ยงที่ปรึกษามอบหมายงานให้กับ PR ซึ่ง PR มีหน้าที่คิดคอนเทนต์เพื่อใช้กับภาพ แล้วจึงส่งมอบงานส่งต่อมายังดิฉันเพื่อ จัดทำภาพประกอบ ปรับแต่งภาพ เพื่อให้เข้ากับ ธีม และคอนเทนต์ที่ใช้ โดยภาพที่นำมาปรับใช้ทางหัวหน้างานได้ส่งมอบให้นำมาใช้ และปรับแต่งได้ เมื่อปรับแต่งเรียบร้อยแล้วจึงส่งให้กับ PR เพื่อให้พี่เลี้ยงที่ปรึกษาตรวจสอบ ก่อนนำไปใช้จริง

4.1.3 ปรับแต่งภาพให้ตรงตาม ธีม ที่ได้รับ

ภาพโปรโมท ถูกแบ่งเป็น 4 แบบ

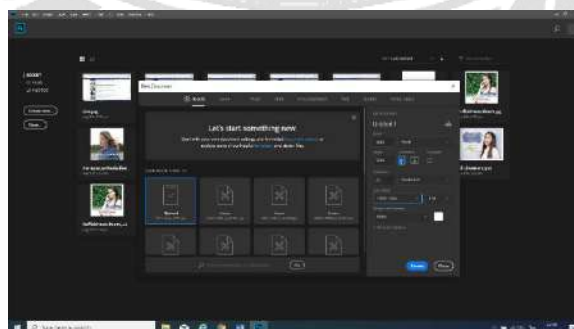
แบบที่ 1 การปรับแต่งภาพเป็นพื้นหลัง เพื่อใส่คอนเทนต์ลงไป ในภาพ และองค์ประกอบโดยรวมของภาพ จะเป็นโทนสีเทา เป็นตัวแทนของความเศร้า

แบบที่ 2 ภาพในลักษณะของการใส่คอนเทนต์บนพื้นหลังสีสดใส เกมส์ หรือเชิญชวนให้เข้ามาตอบคำถาม องค์ประกอบโดยรวมของภาพ จะเป็นสีสดใส เช่น สีส้มพุด หรือ สีพาสเทล

แบบที่ 3 การปรับแต่งภาพ เพียงอย่างเดียวให้สีสดขึ้น สว่างขึ้น เพื่อนำไปใช้โพสต์ลงเพจ Facebook

4.2 การตั้งค่าหน้ากระดาษ

ก่อนเริ่มงานทุกครั้งจะต้องตั้งค่าหน้ากระดาษ เป็นหน่วย Pixel และค่าสีต้องเป็น RGB เท่านั้น เพราะสี RGB เหมาะสำหรับงานสำหรับ เว็บไซต์ หรือสื่อออนไลน์



ภาพที่ 4.2 ภาพ การตั้งค่าหน้ากระดาษ

4.2 การจัดทำภาพปกดาวน์โหลดเพลง

การปรับแต่งภาพสำหรับการทำปกดาวน์โหลด โดย ปรับแสง ปรับสี จัดองค์ประกอบของภาพ ให้เหมาะสมกับฟอนต์ และ โลโก้ที่นำมาใช้ โดยภาพที่ทำการปรับแต่งจะมีทั้งหมด 6 ขนาด ได้แก่ 350 x 350 Pixel , 980 x 450 Pixel , 1182 x 472 Pixel , 1500 x 1500 Pixel , 3000 x 3000 Pixel , 4000 x 4000 Pixel จากนั้นส่งให้กับพี่เลี้ยงที่ปรึกษาก่อนนำมาใช้จริง

4.4 การตัดต่อวิดีโอเพลงที่ได้รับมอบหมาย

วิดีโอเพลงที่ได้รับจากพี่เลี้ยงที่ปรึกษานั้นเป็นวิดีโอเพลงโคฟเวอร์ของศิลปินที่มีการถ่ายทำเพียง Cut เดียว จึงต้องนำมาตัดต่อให้เกิด มุมมองหลายๆมุม เพื่อให้วิดีโอเพลงเกิดความไม่น่าเบื่อ จากนั้นส่งให้กับพี่เลี้ยงที่ปรึกษาก่อน อัปโหลด Youtube ช่อง ตั๊ก วชรกรณ์ Official

4.5 ออกแบบโลโก้

ออกแบบโลโก้ชื่อเพลงเพื่อนำมาใช้ใน มิวสิควิดีโอเพลง และ Thumbnail

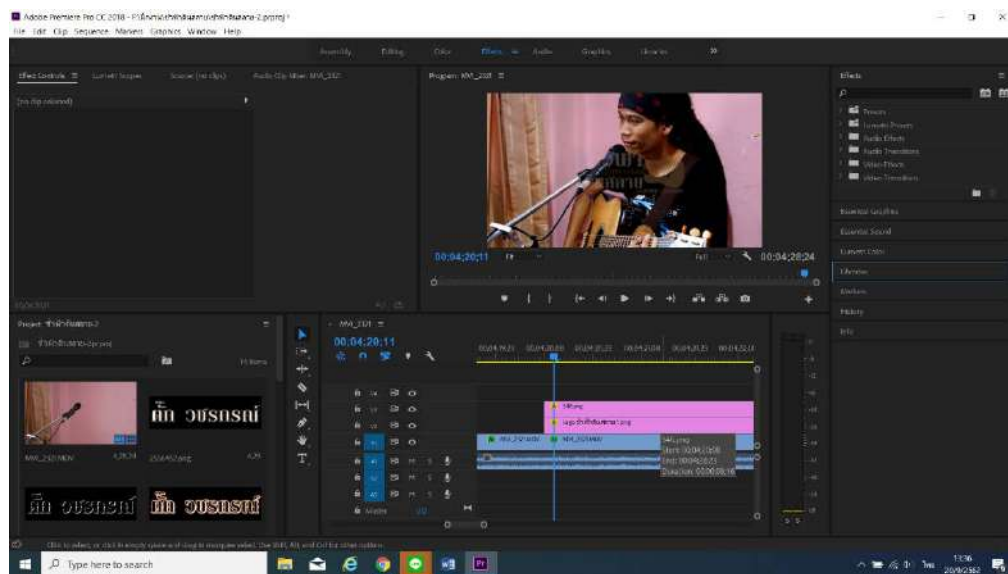
4.6 เริ่มปฏิบัติงาน

สัปดาห์ที่ 1 ตัดต่อวิดีโอเพลง โคฟเวอร์ เพลง “ ข้าวฟ้าดินสลาย ” และออกกองถ่ายทำนอกสถานที่ เพลง “ มักอ้ายหลายเต๋อ ”

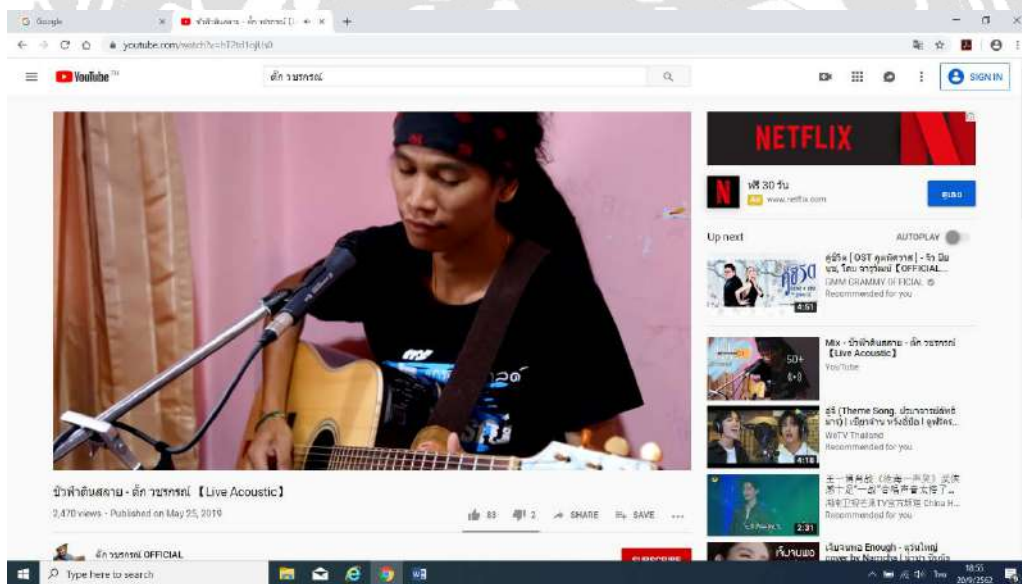
ผู้จัดทำได้รับมอบหมายงานการตัดต่อวิดีโอ , ออกแบบโลโก้เพลงโคฟเวอร์ เพลง ข้าวฟ้าดินสลาย โดย ศิลปิน ตั๊ก วชรกรณ์ ซึ่งวิดีโอเพลงมีเพียง คัท เดียวจึงต้องทำให้เกิดหลายๆมุมมองเพื่อไม่ให้เกิดความน่าเบื่อโดยใช้ โปรแกรม Adobe Premiere Pro CC



ภาพที่ 4.3 ภาพ Thumbnail เพลง ข้าวฟ้าดินสลาย



ภาพที่ 4.4 ภาพ ตัดต่อ วิดีโอเพลง ชั่วฟ้าดินสลาย



ภาพที่ 4.5 ภาพ วิดีโอเพลง ชั่วฟ้าดินสลาย ใน Official Youtube

ผู้จัดทำเดินทางถ่ายทำนอกสถานที่ เพลง มักอ้ายหลายเคื้อ เพื่อศึกษาการทำงานถ่ายทำนอกสถานที่ วิธีการถ่ายทำ มุมกล้อง และระยะเวลาโดยประมาณในการถ่ายทำโดยสถานที่ถ่ายทำคือ ร้าน HAF Wanghin



ภาพที่ 4.6 ร้าน HAF Wanghin

สัปดาห์ที่ 2 จัดทำภาพปกเพลงคาว์บอยเพลง “ไปฮักกันสา” โดย แสน นากา

ผู้จัดทำได้รับมอบหมายงานการทำภาพปกคาว์บอยเพลง โดยได้รับภาพมาจากพี่เลี้ยงที่ปรึกษาเพื่อนำมาใช้ปรับแต่ง และจัดองค์ประกอบให้เข้ากับ ฟอนต์ และ โลโก้ โดยใช้โปรแกรม Adobe Photoshop CC



ภาพที่ 4.7 ภาพปกคาว์บอยเพลง ไปฮักกันสา



ภาพที่ 4.8 ภาพปกดาวน์โหลดเพลง ไปฮักกันสา



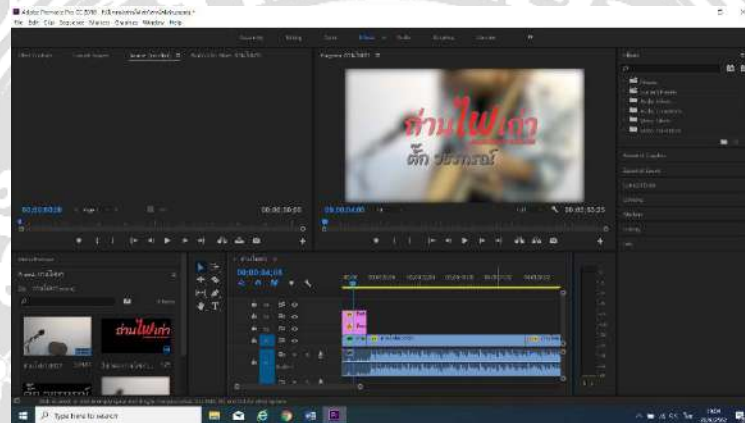
ภาพที่ 4.9 ภาพปกดาวน์โหลดเพลง ไปฮักกันสา

สัปดาห์ที่ 3 ตัดต่อวิดีโอเพลง โคฟเวอร์ เจ็บเมื่อไหร่ให้โทรมา , ถ่านไฟเก่า , อยากได้ยืนว่ารักกัน

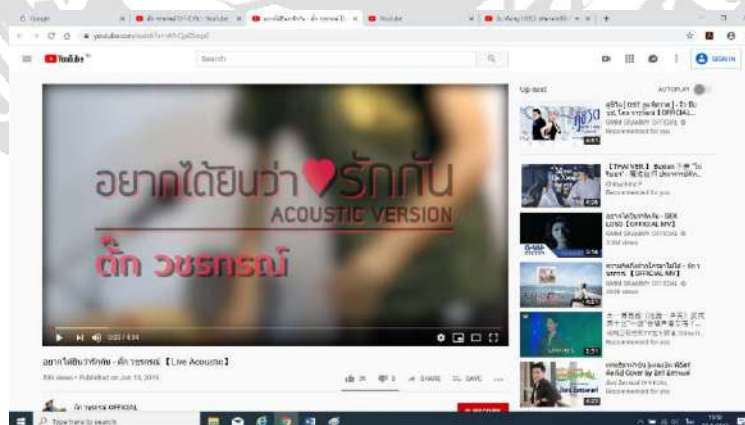
ผู้จัดทำได้รับมอบหมายงานการตัดต่อวิดีโอ , ออกแบบโลโก้เพลงโคฟเวอร์ เพลง เจ็บเมื่อไหร่ให้โทรมา , ถ่านไฟเก่า , อยากได้ยืนว่ารักกัน โดย ศิลปิน ตั๊ก วชรกรณ์ ซึ่ง วิดีโอเพลงมีเพียง กัท เดียวจึงต้องทำให้เกิดหลายๆมุมมองเพื่อไม่ให้เกิดความน่าเบื่อโดยใช้ โปรแกรม Adobe Premiere Pro CC และ การออกแบบโลโก้เพลง เพื่อนำมาใช้สำหรับ Thumbnail โดย โปรแกรม Adobe Illustater CC



ภาพที่ 4.10 ภาพ Thumbnail เพลง เจิบเมื่อไหร่ก็โทรมา



ภาพที่ 4.11 ภาพ ตัดต่อ วิดีโอเพลง ผ่านไฟเก่า



ภาพที่ 4.12 ภาพ วิดีโอเพลง อยากได้อินว่ารักกัน ใน Official Youtube

อยากได้ยืนว่า ♥ รักกัน

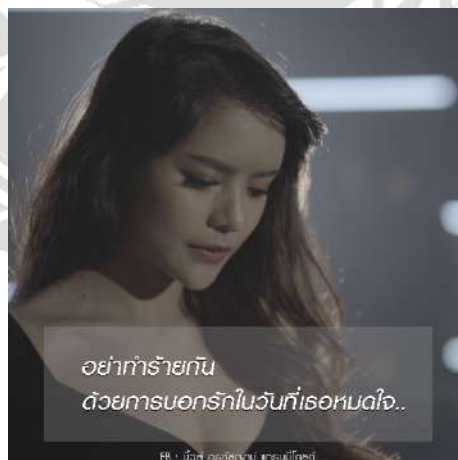
ACOUSTIC VERSION

ภาพที่ 4.13 ภาพ โลโก้ เพลง อยากได้ยืนว่ารักกัน

สัปดาห์ที่ 4 – 8 จัดทำภาพโปรโมท ของ มิวส์ อรรถสฤษฎานัน ลงโซเชียล Facebook , ตัดต่อวิดีโอ โคลเวอร์ เพลง และ ออกแบบโลโก้ เพลง

ผู้จัดทำได้รับมอบหมายงานการทำภาพประกอบคอนเทนต์ ให้กับศิลปิน มิวส์ อรรถสฤษฎานันได้รับมอบหมายให้ทำงานร่วมกับ PR โดยได้รับรูปภาพจากพี่เลี้ยงที่ปรึกษาเพื่อนำมาใช้ปรับแต่ง และจัดองค์ประกอบให้เข้ากับ ฟอนต์ หรือ คอนเทนต์ที่ต้องการ โดยใช้โปรแกรม Adobe Photoshop CC มีทั้งหมด 3 รูปแบบ

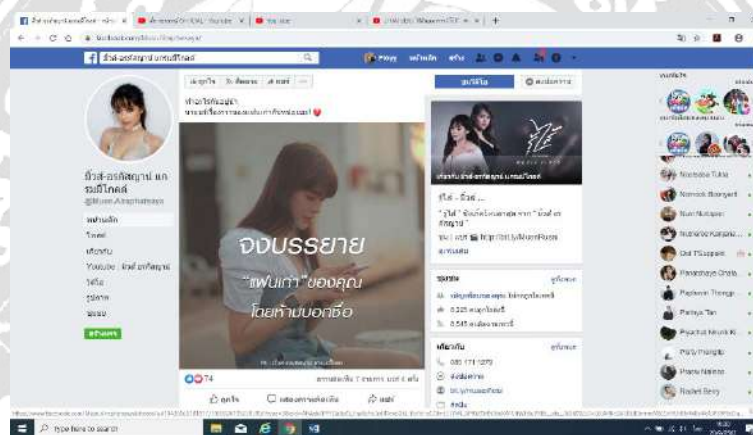
- 1.รูปแบบภาพประกอบคำบรรยาย
- 2.รูปแบบ เกมส์
- 3.รูปแบบในการโพสต์ทั่วไป



ภาพที่ 4.14 ภาพประกอบ คอนเทนต์ รูปแบบที่ 1



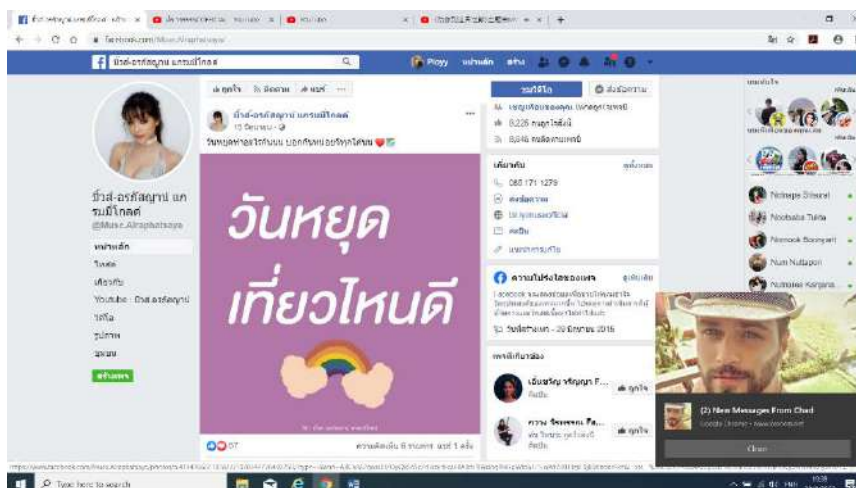
ภาพที่ 4.15 ภาพประกอบ คอนเทนต์ รูปแบบที่ 1



ภาพที่ 4.16 ภาพ จากเพจ Facebook มิวส์ อภิสถาน์ แกรมมี โกสต์



ภาพที่ 4.17 ภาพประกอบ คอนเทนต์ รูปแบบเกมส์



ภาพที่ 4.18 ภาพ จากเพจ Facebook มิวส์ อรภัสฐานัน แกรมมี โก้ด

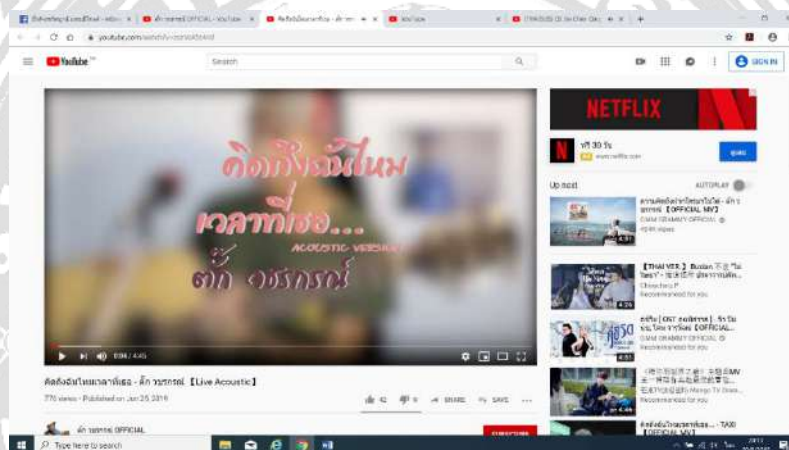
ผู้จัดทำได้รับมอบหมายงานการตัดต่อวิดีโอ , ออกแบบโลโก้เพลงโคฟเวอร์ เพลง ไม่สมศักดิ์ศรี , ฝนตกที่หน้าต่าง , คิดถึงฉันไหมเวลาที่เธอ , แมงปอปีกบาง , เลิกรา โดยศิลปิน ตึก วชรกรณ์ ซึ่งวิดีโอเพลงมีเพียง คัท เดียวจึงต้องทำให้เกิดหลายๆมุมมองเพื่อไม่ให้เกิดความน่าเบื่อโดยใช้ โปรแกรม Adobe Premiere Pro CC และ การออกแบบโลโก้เพลง เพื่อนำมาใช้สำหรับ Thumbnail โดย โปรแกรม Adobe Illustater CC



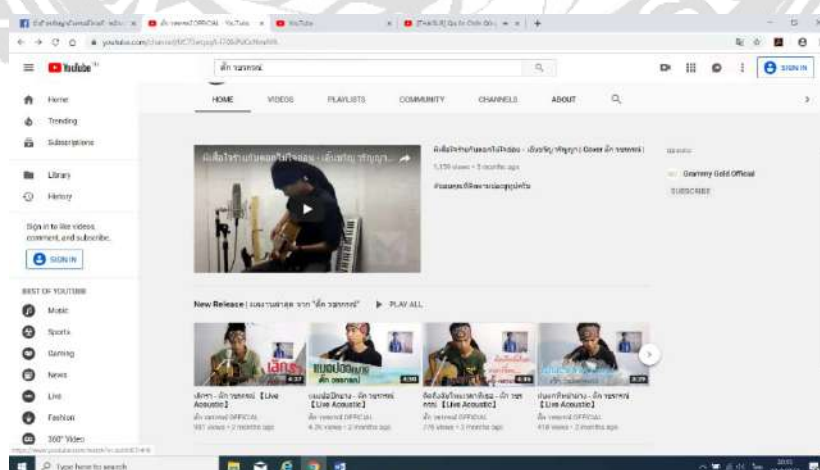
ภาพที่ 4.19 ภาพ Thumbnail เพลง ไม่สมศักดิ์ศรี



ภาพที่ 4.20 ภาพ Thumbnail เพลง ไม่สมศักดิ์ศรี



ภาพที่ 4.21 ภาพ วิดีโอเพลง คิดถึงฉันไหม เวลาที่เธอ ใน Official Youtube



ภาพที่ 4.22 ภาพ จาก Official Youtube

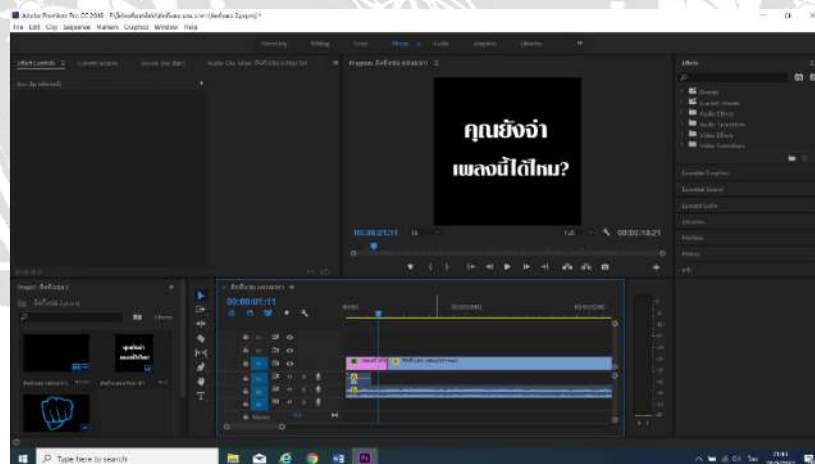
เล็กรา

ACOUTIC VERSION

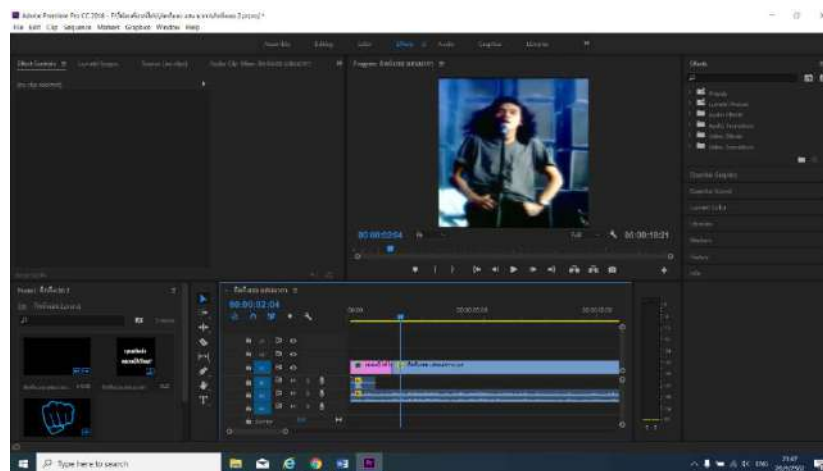
ภาพที่ 4.23 ภาพ โลโก้ เพลง เล็กรา

สไลด์ที่ 9 ตัดต่อวิดีโอสั้น เพื่อ โพสต์ ลง เฟซ Facebook

ผู้จัดทำได้รับมอบหมายงานการตัดต่อวิดีโอสั้น โดยใช้ โปรแกรม Adobe Premiere Pro CC



ภาพที่ 4.24 ภาพ ตัดต่อ วิดีโอสั้น



ภาพที่ 4.25 ภาพ ตัดต่อ วิดีโอสั้น

สัปดาห์ที่ 10 จัดทำภาพโปรโมท ของ มิวส์ อรภัสญาน์ ลงโซเชียล Facebook

ผู้จัดทำได้รับมอบหมายงานการทำภาพประกอบคอนเทนต์ให้กับศิลปิน มิวส์ อรภัสญาน์ได้รับมอบหมายให้ทำงานร่วมกับ PR โดยได้รับรูปภาพจากพี่เลี้ยงที่ปรึกษาเพื่อนำมาใช้ปรับแต่ง และจัดองค์ประกอบให้เข้ากับ ฟอนต์ หรือ คอนเทนต์ที่ต้องการ โดยใช้โปรแกรม Adobe Photoshop CC



ภาพที่ 4.26 ภาพประกอบ คอนเทนต์



ภาพที่ 4.27 ภาพประกอบ คอนเทนท์

สัปดาห์ที่ 11 – 12 จัดทำภาพปกคาว์โหลด เพลง อย่าเพิ่งบอกข่าวร้าย , คำที่บ่กล้าแล้ว , บอกฉันว่าเหงาแล้วเขาไม่ว่าหรอ , ทำเป็นไม่ทัก , ก็มาคิละ , มักอ้ายหลายเด้อ , ให้เคอี่มาส่งได้บ่ , เตอี่เตียงต่าง ทางออนไลน์

ผู้จัดทำได้รับมอบหมายงานการทำภาพปกคาว์โหลดเพลง โดยได้รับภาพมาจากที่เลี้ยง ที่ปรึกษาเพื่อนำมาใช้ปรับแต่ง และจัดองค์ประกอบให้เข้ากับ ฟอนต์ และโลโก้ โดยใช้ โปรแกรม Adobe Photoshop CC



ภาพที่ 4.28 ภาพปกคาว์โหลด เพลง อย่าเพิ่งบอกข่าวร้าย



ภาพที่ 4.29 ภาพปกดาวน์โหลด เพลง คำที่บ่กล้าเว้า



ภาพที่ 4.30 ภาพปกดาวน์โหลด เพลง มักอ้ายหลายเด้อ



ภาพที่ 4.31 ภาพปกคาว์นอน์โหลด เพลง ทำเป็นไม้ทัก

ลำดับที่ 13 ทำกราฟฟิคลง เพจ Facebook ให้กับ “ฮาย ชุตินา ” และ “มินตรา อินทรา ”

ผู้จัดทำได้รับมอบหมายงานการทำภาพปกหน้าลงใน เพจ Facebook โดยได้รับภาพมาจากพี่เลี้ยงที่ปรึกษาเพื่อนำมาใช้ปรับแต่ง และจัดองค์ประกอบให้เข้ากับ ฟอนต์ และโลโก้ โดยใช้ โปรแกรม Adobe Photoshop CC



ภาพที่ 4.32 ภาพปกหน้า เพจ Facebook



ภาพที่ 4.33 ภาพปกหน้า เพจ Facebook

ลำดับที่ 14 – 16 ปรับแต่งภาพ โปรโมท ลงเพจ Facebook

ผู้จัดทำได้รับมอบหมายงานการปรับแต่งภาพ ให้กับ แสน นากา โดยได้รับภาพมาจากพี่เลี้ยงที่ปรึกษาเพื่อนำมาใช้ปรับแต่ง แสง โดยมีขนาดภาพ 1500 x 1500 Pixel โดยใช้ โปรแกรม Adobe Photoshop CC



ภาพที่ 4.34 ภาพปรับแต่ง อัลบั้ม เพจ Facebook



ภาพที่ 4.35 ภาพปรับแต่ง อัฟลง เพจ Facebook



ภาพที่ 4.36 ภาพปรับแต่ง อัฟลง เพจ Facebook



ภาพที่ 4.37 ภาพปรับแต่ง อัฟลง เพจ Facebook

บทที่ 5

สรุปผลรายงานและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

จากที่ได้ปฏิบัติงานที่หน่วยงาน แกรมมี โกลด์ ภายใต้การบริหารของ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี จำกัด (มหาชน) 16 สัปดาห์ตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม 2561 ถึงวันที่ 31 สิงหาคม 2561 จากงานที่นักศึกษาสหกิจได้รับมอบหมายงาน เกี่ยวกับการจัดทำคอนเทนต์ ภาพประกอบ สื่อออนไลน์ และวิดีโอทัศน์ ยังต้องทำงานร่วมกับหลายฝ่ายเพื่อให้เรียนรู้ระบบการทำงานจริง การทำคอนเทนต์ ภาพประกอบ สื่อออนไลน์ และวิดีโอทัศน์ให้กับศิลปิน ใน 1 งาน ออกมาไม่่ง่าย ต้องผ่านกระบวนการหลายขั้นตอน และได้้นำความรู้ที่เรียนมาเข้ามาใช้ในการทำคอนเทนต์ ภาพประกอบ สื่อออนไลน์ และวิดีโอทัศน์ เพื่อให้ออกมาสมบูรณ์และนำไปใช้ในสื่อจริงได้ และได้รู้จักการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นระหว่างขั้นตอนการทำคอนเทนต์ ภาพประกอบ สื่อออนไลน์ และวิดีโอทัศน์อีกด้วย

5.2 ข้อเสนอแนะการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา

5.2.1 ที่พักของนักศึกษาและสถานที่ปฏิบัติงานมีความห่างไกลกันจึงทำให้บางครั้งเกิดการล่าช้าในการไปถึงสถานที่ปฏิบัติงาน จึงทำให้ต้องออกจากที่พักให้ไวขึ้นและเวลาให้ถูกเพื่อที่จะไปถึงให้ทันเวลา

5.2.2 การนำความคิดหรือไอเดียใหม่ๆมาใช้ จึงจะต้องหาข้อมูลมาเพื่อใช้ในการปฏิบัติงาน ดังนั้นควรพัฒนาความคิดหรือเลือกผลงานที่สามารถนำมาใช้ให้หลากหลาย และรวดเร็วตอบโจทย์กับงานที่จะได้รับ

บรรณานุกรม

Krupiyadanai. (2018). การตัดต่อวีดิทัศน์หรือภาพยนตร์. เข้าถึงได้จาก

<https://krupiyadanai.wordpress.com/computer4/เทคโนโลยีสื่อประสม/การตัดต่อ/Nipa>.

Nipa. (2019). การตลาดออนไลน์. เข้าถึงได้จาก

<https://www.nipa.co.th/blog-detail/การตลาดออนไลน์-online-marketing-คืออะไร->

RATNADOLSITE. (2016). สังคมออนไลน์. เข้าถึงได้จาก

<https://ratnadolsite.wordpress.com/บทที่-1-สังคมออนไลน์-social-network/>



ภาคผนวก







ประวัติผู้จัดทำ/คณะผู้จัดทำ

รหัสนักศึกษา : 5906400003

ชื่อ – นามสกุล : นางสาว แพรพลอย ปานดวง

คณะ : เทคโนโลยีสารสนเทศ

สาขา : แอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์

ที่อยู่ : บ้านเลขที่ 19 ซอย เจริญกรุง 79

แยก 20 ชุมชนโรงเจซอย 10

ถนน เจริญกรุง แขวง วัดพระยา

ไกร เขต.บางคอแหลม

กรุงเทพฯ 10120

ผลงาน : การจัดทำคอนเทนต์ ภาพประกอบ
สื่อออนไลน์ และวีดิทัศน์ ลง
สื่อออนไลน์ เพื่อการโฆษณา
ให้กับ ศิลปิน GMM GOLD
บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด
(มหาชน)

ประวัติการศึกษา

ประถมศึกษา : โรงเรียนพระแม่มาลี

มัธยมศึกษา : โรงเรียนพระแม่มาลี

สาขา ศิลป์-ภาษา

ปริญญาตรี : มหาวิทยาลัยสยาม

คณะ เทคโนโลยีสารสนเทศ

สาขา แอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์