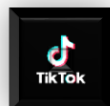




การผลิตคลิปวิดีโอสั้นเพื่อการประชาสัมพันธ์

อ.หนุ่ม ดร.สราวุฒิ ทองศรีคำ



ดร.สราวุฒ ทองศรีคำ (อ.หนุ่ม)

Contact Me



088-666-1532



Digital Media Psychologist



Sarawut.thong@gmail.com



การศึกษา

- ป.เอก นิเทศศาสตร์ ม.ธุรกิจบัณฑิตย์
- ป.เอก จิตวิทยาการศึกษา ม.บูรพา (doing PhD.)
- ป.โท ภาพยนตร์ ม.เกษมบัณฑิต
- ป.โท สารสนเทศ ม.ธรรมศาสตร์
- ป.ตรี นิเทศศาสตร์ ม.เกษมบัณฑิต



การทำงาน

- อาจารย์ประจำสาขาสื่อสารมวลชนทางกีฬา ม.บูรพา
- ผู้ดำเนินรายการวิทยุ ดิจิทัล 4.0 และสารสารพัน วิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย รายการรู้ทันเทคโนโลยี และ ชั่วโมงหนังสือ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย เพื่อการเรียนรู้และเตือนภัย ภาคกลาง
- อ.พิเศษ วิชา การสร้างสื่อดิจิทัล มหาวิทยาลัยและภาครัฐ



ผลงานวิชาการ

- ตำราเรียนป.โท มสธ. วิชานวัตกรรมสื่อ, สื่อโฆษณา และการผลิตรายการโทรทัศน์ขั้นสูง
- คู่มือตัดต่อวิดีโอด้วยแอปพลิเคชัน Ki-ne master
- งานวิจัย ประสบการณ์ความบันเทิงและการปรับตัวของธุรกิจภาพยนตร์ไทยในบริบทการสตรีมมิ่ง
- งานวิจัย Video Streaming: บริบทของภาพยนตร์ออนไลน์
- งานวิจัย การสื่อสารปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์



ใบรับรองคุณวุฒิ

- Ki-neMaster Certification of Professional Accomplishment in Instructorship

แอปพลิเคชันที่ใช้เรียน



CapCut - Video Editor

Video maker with music

Bytedance Pte. Ltd

#4 in Photo & Video

★★★★★ 4.7 • 18 Ratings

Free · Offers In-App Purchases

สิ่งที่ต้องเตรียม

งานที่ต้องทำ

VDO. รูปแบบ TikTok 1 นาที เกี่ยวกับองค์ความรู้ในงานของท่าน (KM.) **หรือ**

แคมเปญประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน

ดังนั้น ขอให้ผู้อบรมเตรียมภาพถ่ายหรือคลิปวิดีโอที่บอกเล่าเรื่องราวดังต่อไปนี้ ลงโทรศัพท์มือถือไว้ เพื่อมาประกอบการผลิตวิดีโอ

1. หน้าที กระบวนการทำงาน สิ่งที่ต้องการสื่อสารประชาสัมพันธ์ในงานของตนเอง
2. แคมเปญประชาสัมพันธ์ ของหน่วยงานท่าน

Agenda

- Platform
- Short VDO
- Talking Head Workshop
- Edit VDO with CapCut Workshop
- KM. VDO or PR.VDO

Platform

Facebook

- 
- สังคมออนไลน์****
 - สื่อ (รูปภาพ วิดีโอ ไลฟ์)
 - Metaverse
 - สังคมออนไลน์



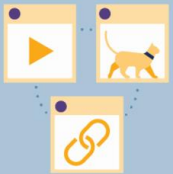
**Meta ไล่ปลดพนักงาน 10%
พร้อมจ่ายชดเชย 4 เดือน
เพื่อประคองบริษัท**

FACEBOOK ALGORITHM



Relationship

Who a user typically interacts with



Content Type

The type of media in the post
(e.g., video, link, image, etc.)



Popularity

How many likes/engagements
the post gets



Recency

Newer posts are shown first



- ความสัมพันธ์ระหว่าง Creator และ User
- ประเภทของ Content
- ความนิยม
- ความใหม่

IG

- 
- Celebrity***
 - ຮູບກາຟ
 - ສົ່ງ IGTV (ຮູບກາຟ ວິດີໂອ ໄລຟ)
 - Reels

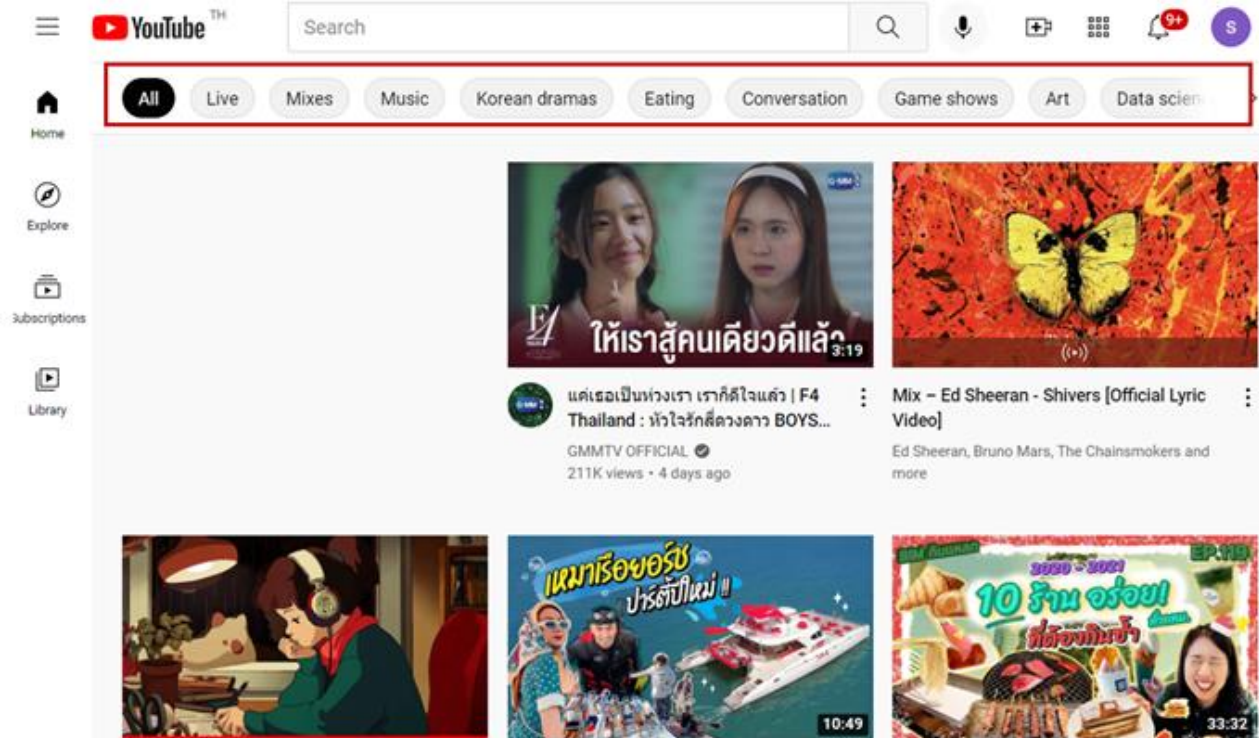
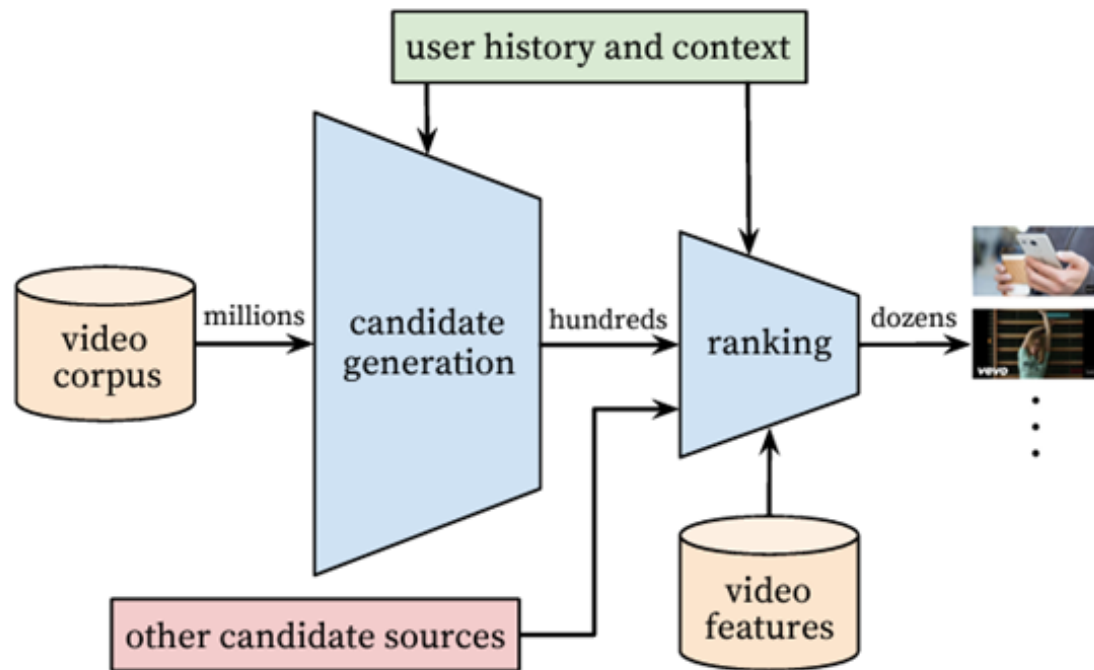


YouTube

- 
- Social Media VDO ***
 - Home VDO
 - Content VDO
 - Short



YOUTUBE ALGORITHM



TikTok

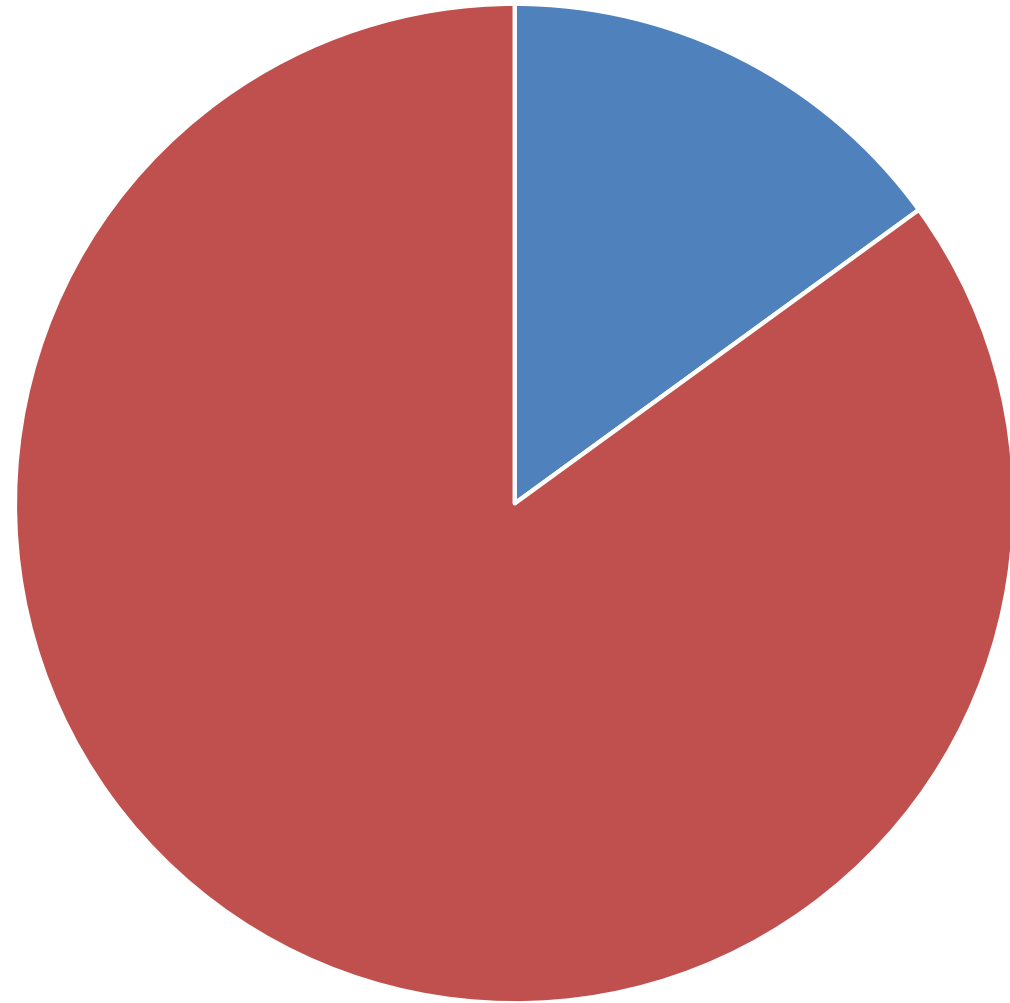
- Short VDO
- VDO Shopping



ดังนั้นจึงลงช่องทางติดต่ออื่นใน TikTok ไม่ได้เลย สื่อทำได้เพียงสร้าง Awareness

TIKTOK ALGORITHM

- ผู้ติดตาม 15 %
- AI แนะนำ 85%



นี่คือเหตุผลที่ทำไมเราเห็นคลิปคนที่ไม่ถูกใจเรา

■ ผู้ติดตาม ■ AI แนะนำ

TIKTOK ALGORITHM

1. ยิ่งคนดูคลิปจบ คลิปซ้ำ TikTok จะดันให้คลิปขึ้นหน้าฟีด และยิ่ง Viral มากขึ้น
2. ยิ่งคนดูกดหัวใจ แชร์ หรือบันทึกความชอบ ยิ่ง Viral (เพิ่มการมองเห็น)
3. ถ้า AI จับทางช่องได้ ว่าเป็นช่องประเภทไหน ก็จะสามารถส่งวิดีโอไปให้ผู้ใช้ที่ชอบดูช่องแนวนั้น ได้เห็น เท่ากับ ยิ่ง Viral เช่น คนชอบดูช่องรีวิว หรือช่องสุขภาพ
4. จัดอันดับด้วย #Hashtag

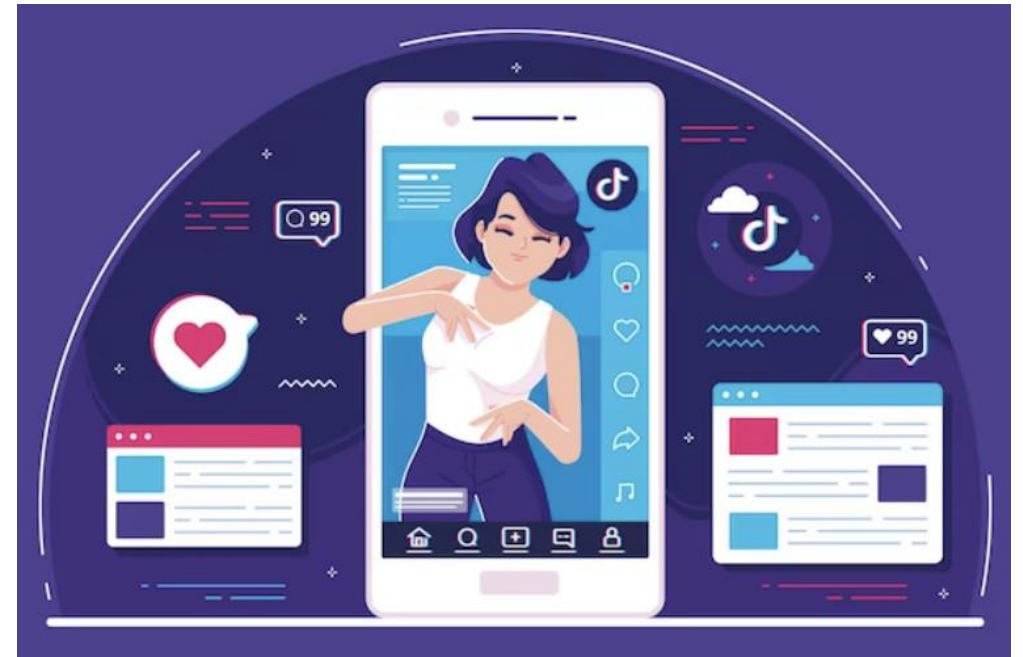
คำถาม คือ แล้วเราจะทำอะไร ให้คนดูคลิปจบ คลิปซ้ำ และ AI จับทาง
ได้ว่าช่องเราคือช่องเกี่ยวกับอะไร

ความแตกต่างของ Social Media อื่น และ TikTok

ห้องแห่งเสียงสะท้อน



ห้องแห่งกระแสความนิยม



Platform

- On-Air
- On-Line
- On-Site

Marketeer ที่มา : MI, ธันวาคม 2562

Social Media Platform

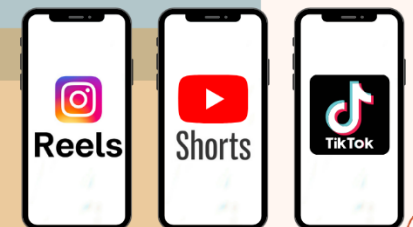
	User*	Major	Highlight Function	Best VDO Dimension	View Count
 Facebook	50	All	เป็นสื่อที่ แบบสุด	Vertical	3วินาที
 Youtube	40	All กลุ่มอายุ 35-55 ปี มีการเติบโตด้านการใช้งานสูง	ดู MV / ละคร	Horizontal	Non-disclosure
 IG	13	18-34 ปี กลุ่มอายุ 35-44 ปี มีการเติบโตด้านการใช้งานสูง	เล่าเรื่องโดย ภาพถ่าย	Vertical	3วินาที
 Twitter	11	16-24ปี กลุ่มอายุ 25-44 ปี มีการเติบโตด้านการใช้งานสูง แต่เป็นการใช้งานเพื่อ ติดตามข่าวเท่านั้น	อัปเดตข่าว ตามเชลป และคาราเกาหลี่	Horizontal	2วินาที
 LINE	47.8	All	Chat	Horizontal	LINE TV
 Tiktok	10	16-24 ปี เน้นคอนเทนต์ ไม่มีสาระ	คลิปสั้น 15 วินาที เน้นคลิปลิปซิงค์ และตลก	Vertical	2วินาที
 Podcast	N/A	Executive Self- Improvement เน้นคอนเทนต์ที่มีสาระสูง	Sound Only	None	None

รูปแบบการทำ Short VDO บนแพลตฟอร์มต่าง ๆ

เปรียบเทียบคอนเทนต์วิดีโอสั้น จาก Reels, TikTok และ Shorts

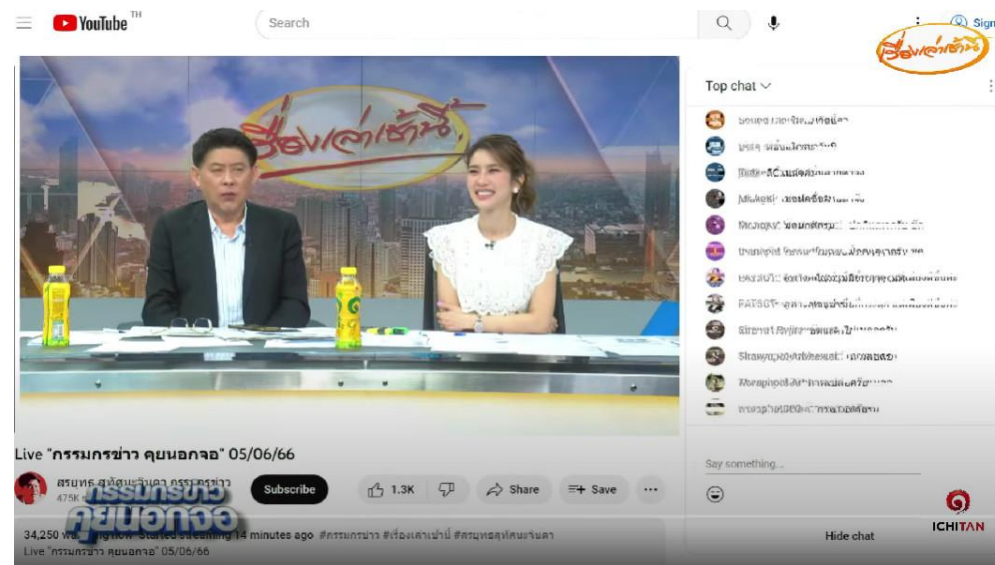
			
ความยาว	1-3 นาที	15-60 วินาที	15 วินาที
กลุ่มผู้ใช้งานส่วนใหญ่	19-29 ปี และเป็นเพศหญิง	19-29 ปี และเป็นเพศหญิง	19-29 ปี และเป็นเพศชาย
เครื่องมือ	AR Filter Green Screen Edit tools	Plenty of Filter Green Screen Edit tools	Basic Filter Green Screen Edit tools
ข้อโดดเด่น	Hashtag Challenge	share to IG Story	Music library
เหมาะกับ	คอนเทนต์ประเภทให้ความสนุกสนาน เป็นธุรกิจที่สนุกไปกับการทำเทรนด์ใหม่ๆ	ธุรกิจที่มีกลุ่มเป้าหมายอยู่บน Instagram อยู่แล้วและต้องการเพิ่มช่องทางให้มีความรู้มากยิ่งขึ้น พร้อมเสนอแบรนด์หรือนำเสนอสินค้าในรูปแบบใหม่ๆ	ธุรกิจที่มีกลุ่มลูกค้าหลักในวัยทำงานขึ้นไป เนื่องจากข้อแตกต่างที่ YouTube มีคือ สัดส่วนของผู้ใช้งานที่อยู่ในวัยผู้ใหญ่ และวัยสูงอายุที่มีจำนวนมากกว่า Instagram และ TikTok

คอนเทนต์จากวิดีโอสั้นๆ



Key Success: หลอมรวม Platform และหาจุดเด่นในการนำเสนอของแต่ละแพลตฟอร์ม

- On-Air
- On-Line
- On-Site



Short VDO
ทำไมต้อง TikTok



SPOTLIGHT ที่มา SPOTLIGHT รวบรวม

เปิดสถิติ TikTok ที่คู่แข่งต้องกลัว!



-  มีผู้ใช้งานรายเดือนทะลุ 1 พันล้านคนแล้ว
-  ผู้ใช้ ใช้เวลาบนแอปมากกว่า 850 นาทีต่อเดือน
-  เป็นแอปพลิเคชันที่ถูกดาวน์โหลดมากที่สุดในปี 2021 และถูกติดตั้งแล้ว 3 พันล้านครั้ง
-  อัตราการมีส่วนร่วมบนโซเชียลมีเดียสูงที่สุดต่อโพสต์
-  ByteDance เจ้าของ TikTok มีมูลค่ากว่า 180,000 ล้านดอลลาร์
 - ปี 2020 มีรายได้เพิ่มขึ้น 100%
 - ปี 2021 มีรายได้เพิ่มขึ้น 70% (ราว 58,000 ล้านดอลลาร์ หรือกว่า 2 ล้านล้านบาท)

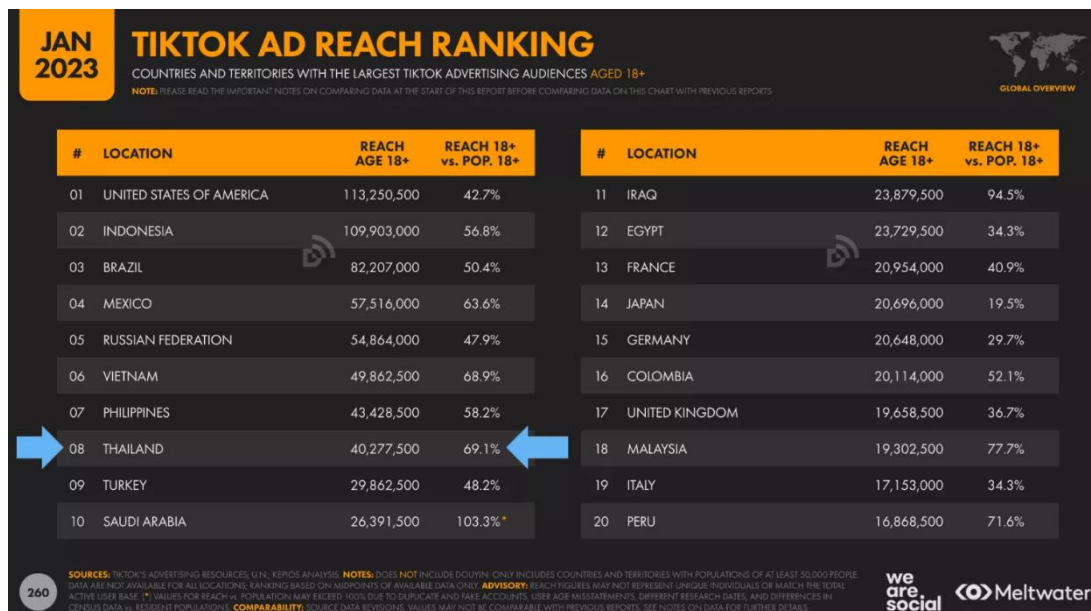
รายได้ 'เฟซบุ๊ก' ไตรมาส 2 ปีนี้ ลดลงครั้งแรกตั้งแต่ตั้งบริษัท

- รายได้ลดลง 1% 1,058,000 ล้านบาท
- กำไร 246,000 ล้านบาท ลดลง 36%
- ผู้ใช้งาน 1,970 ล้านคนต่อวัน

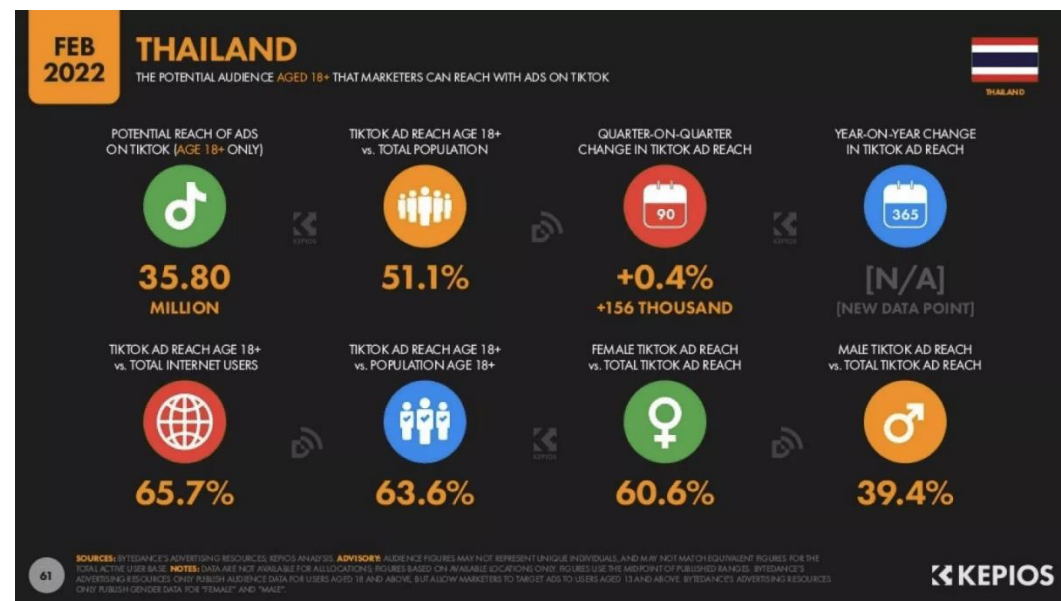


ทำไมต้อง TikTok

คนไทยใช้ TikTok มากเป็นอันดับ 8 ของโลก



คนไทยเล่น TikTok 35.8 ล้านคน





TikTok ในไทย ฮิตแค่ไหน



ยอดดาวน์โหลด
สูงขึ้น 44%



คนใช้เวลาบน TikTok
สูงขึ้น 71%



ใช้งานแต่ละครั้ง
เพิ่มขึ้น 47%



ผู้ใช้ 50%
อายุ 18-34 ปี

หมวดคอนเทนต์ยอดวิวสูงสุด 5 อันดับ



Entertainment
(รายการ/ทีวีโชว์/คอนเสิร์ต
/เบื้องหลังต่าง ๆ)



Daily life



Food&Drink



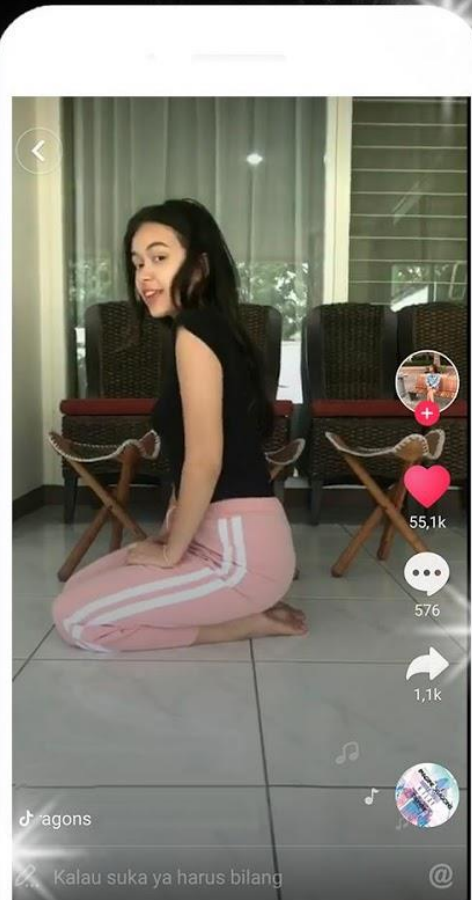
Games



Comedy

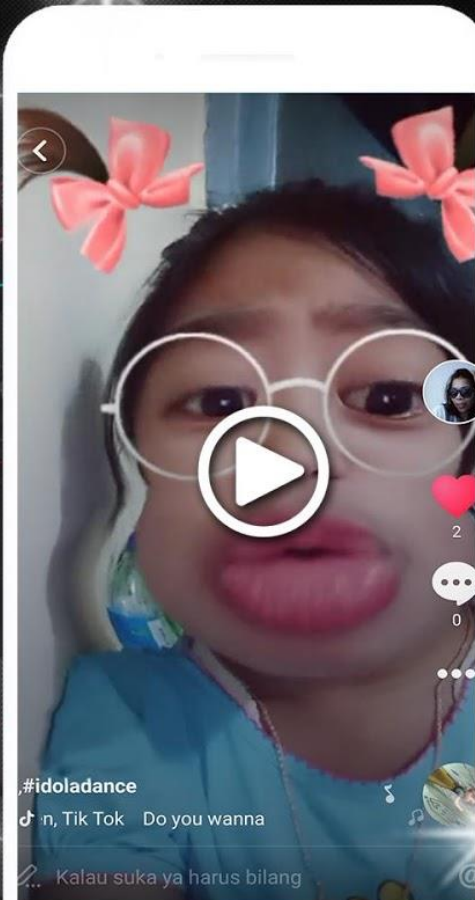
Tik Tok

Watch millions of musical clips



Shoot short clips

Powerful tools to get you started



Special Effect

Easy to create magical clips



ทำไมต้อง TikTok



Tik Tok
เป็นแอปฯ ที่มี
ยอดดาวน์โหลด
สูงสุด
ในปี 2021 และ
ไตรมาสแรกของ
ปี 2022

ใครใช้ TikTok บ้าง?



1 ใน 5
จากผู้ใช้อินเทอร์เน็ต
ทั่วโลก
ใช้ TikTok



ผู้ใช้ส่วนใหญ่
อายุ 18-24 ปี



ส่วนใหญ่
ใช้เวลากับแอปฯ
เฉลี่ย 52 นาที/วัน



ผู้ใช้ TikTok
Gen Z (95%) และ
Millennials (92%)
ทำอะไรบางอย่าง
ตามคลิปที่เห็นในแอปฯ



คนที่ซื้อของใน
TikTok ส่วนใหญ่มองว่า
ครีเอเตอร์ /
อินฟลูเอนเซอร์
ดูเป็นกันเองและจริงใจ



ผู้ใช้ TikTok
Gen Z 81%
2540 – 2555 (อายุ 10 - 25)
กล่าวว่า TikTok
เป็นแรงบันดาลใจให้
พวกเขาสร้างคอนเทนต์
หลังจากดูวิดีโอ
ของครีเอเตอร์



ผู้ใช้ TikTok
Gen Z
โตมากับ TikTok
แสดงว่าเกิดมากับการดู
วิดีโอแนวตึง
และวิดีโอสั้น

ชัชชาติ สิทธิพันธุ์
chatchart1
7105 followers
Follow

เพื่อนชัชชาติ
chadchartand
443.1K followers
Follow

ชัชชาติ สิทธิพันธุ์
chatchatsitt
405 followers
Follow

NEWS XTRA
อีกกรอบความคิด

TikTok

Tiktok ทำให้เด็กๆ รู้จัก “ชัชชาติ”

<https://www.facebook.com/watch/?v=1011092499519965>
https://youtu.be/urBAZIHj_mk

ถอดสูตรความสำเร็จ

“พรรคก้าวไกล” บน TikTok

DIGITAL *Life*
SPRING

ยอดวิวพุ่ง
ชนะเลือกตั้ง
ขาดลอย

เลือกตั้ง 66 “พรรคก้าวไกล”

มีผู้ติดตาม
2.8 ล้านคน
(จาก 4 แส่นคน)

คาดมีผู้ชมรวม
กว่า 4 พันล้านวิว

กวาดคะแนนเสียงเขตกทม.ไป
32 ที่นั่ง จาก 33 ที่นั่ง

มีวิดีโอบน TikTok กว่า 200 คลิป
ยอดเข้าชมรวมกว่า 300 ล้านวิว
(ภายใน 3 เดือน)



คนไทยใช้ TikTok กว่า 40 ล้านคน (เกินครึ่งของประชากรทั่วประเทศ)



เลือกตั้ง 66 TikTok มาแรง

dataxet:infoquest

ครองยอด Engagement สูงสุดบนโซเชียลมีเดีย

เปรียบเทียบจำนวนการกล่าวถึงและ
การมีส่วนร่วม (Buzz by Channel)
ระหว่างวันที่ 16 เม.ย. - 15 พ.ค. 66



186,393,775



54,729,106



45,026,759



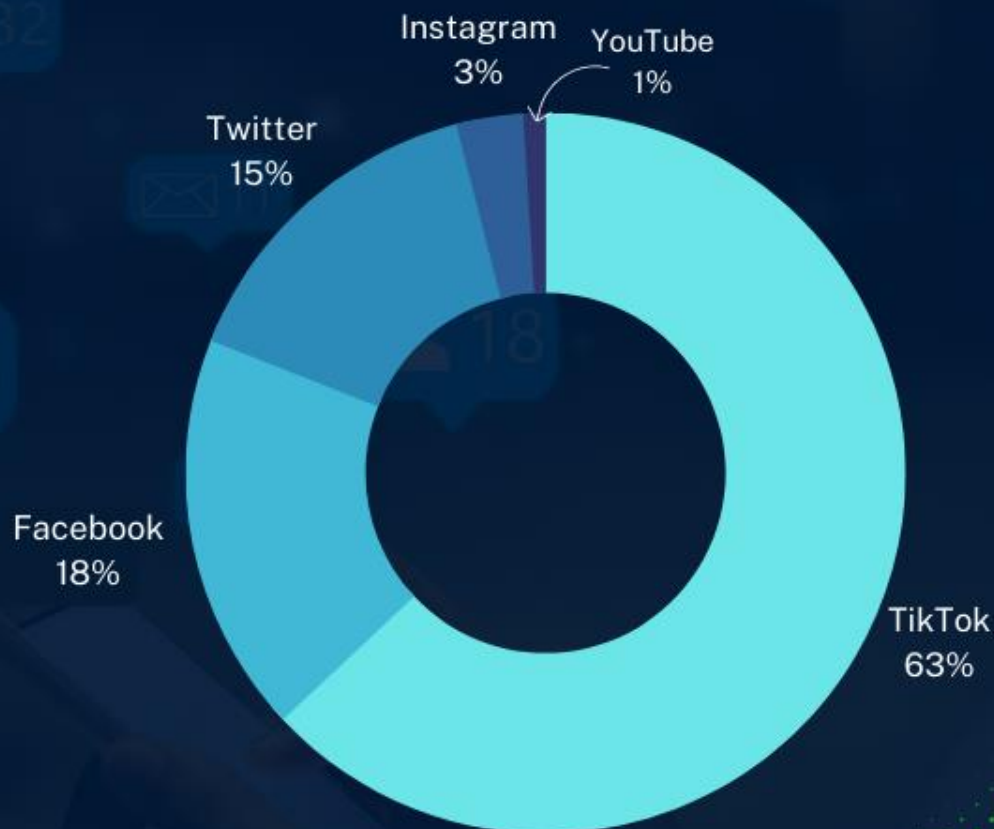
7,468,309



3,985,168

รวม
Buzz* **297,603,117**

*Buzz = Mentions + Engagement





เลือกตั้ง 66

dataxet:infoquest



17.4 M
Buzz

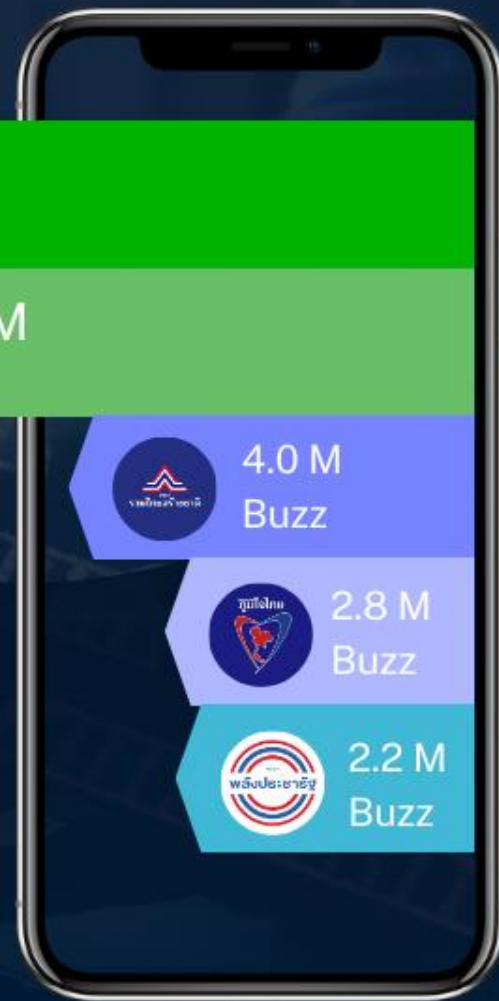


9.2 M
Buzz

TOP 5 พรรคการเมือง บนกระแสโซเชียล

เปรียบเทียบจำนวนการกล่าวถึง
และการมีส่วนร่วม (Buzz)*
ระหว่างวันที่ 16 เม.ย. - 15 พ.ค. 66

*Buzz = Mentions + Engagement



mfp.official
พรรคก้าวไกล

175 กำลังติดตาม 3M ผู้ติดตาม 43.7M ถูกใจ

ผลิตโดย พรรคก้าวไกล 167 ชิ้น 4 ขรมาถ์แห่งที่ 2 แว่งหัวหมาก 10240

election66.moveforwardparty...



อย่าไปกลัว จ้มมือกันไว้ให้แน่น...
ขอบคุณจาวล้าปาง เดินไปดว...
Replying to ...
ก้าวไกลพร้อมแล้ว คนไทยหร...



วันหยุดชวนมาเล่นที่ Sol Bar...
ขอบคุณจาวล้าปาง เดินไปดว...
ของดีสุราษฎร์ธานี กุ้ง ตัวโตๆ
ว่าด้วยเรื่อง #ส่วยสตึกเกอร์ ...

<https://www.tiktok.com/@mfp.official>

pheuthai.party
พรรคเพื่อไทย

2 กำลังติดตาม 304.6K ผู้ติดตาม 3.4M ถูกใจ

Official Account พรรคเพื่อไทย

ติดต่อฝ่ายประชาสัมพันธ์ โทร. 02-111-1111

candidate.ptp.or.th/search



หรือพรรคจะต้องออกจากรัฐสภา...
วันนี้เมื่อ 9 ปีที่แล้ว เกิดอะไรขึ้น...
วันนี้เมื่อ 9 ปีที่แล้ว เกิดอะไรขึ้น...
วันนี้เมื่อ 9 ปีที่แล้ว เกิดอะไรขึ้น...



วันนี้เมื่อ 9 ปีที่แล้ว เกิดอะไรขึ้น...
วันนี้เมื่อ 9 ปีที่แล้ว เกิดอะไรขึ้น...
วันนี้เมื่อ 9 ปีที่แล้ว เกิดอะไรขึ้น...
วันนี้เมื่อ 9 ปีที่แล้ว เกิดอะไรขึ้น...

<https://www.tiktok.com/@pheuthai.party>

unitedthaination
พรรคไทยสร้างชาติ

0 กำลังติดตาม 15.3K ผู้ติดตาม 115K ถูกใจ

ทำแล้ว ทำอยู่ ทำต่อ
#พรรคไทยสร้างชาติ
#สร้างสังคมเท่าเทียม



"เจ๋ง ดอกจิก" การันตีกระแสแสบ...
"ภูวดล วงษ์โสภณกุล" ผู้สมัคร...
"อัครดา บำรุงรักษ์" ผู้สมัคร ส...
"เอกนัฏ - อัครวิ - เกียรติยศ" ...



พล.อ.ประยุทธ์ พร้อมทีม รทส...
พล.อ.ประยุทธ์ นำทีม รทสข. ...
ปลัดธวัชชัย แก้วคงคา เบอร์ ...
"พิระพันธุ์" มั่นใจ "ปัดลุงผู้พล..."

<https://www.tiktok.com/@unitedthaination>

democrath
พรรคประชาธิปไตย

38 กำลังติดตาม 10.5K ผู้ติดตาม 129.6K ถูกใจ

ผลิตโดย พรรคประชาธิปไตย เลขที่ 67 ถนนเศรษฐศิริ แขวงพญา...



นพ.ธีระเกียรติ สุวรรณเพ็ญ ร่วม...
"...ถ้าสังคมนี้ ยังยึดติดอยู่กับ...
"เมทินี" ร่วมรายการ BIG D...
"สิ่งนี้พรรคประชาธิปไตยจะไม่..."



"เกียรติ สิริธอม" ร่วมโตเบ...
"นราพัฒน์" ร่วมประชุมขบวน...
"ปัญหาสำคัญในระบบการศึก...
"เวลานี้พรรคประชาธิปไตยยัน..."

<https://www.tiktok.com/@democrath>

การสื่อสารสไตล์ TikTok

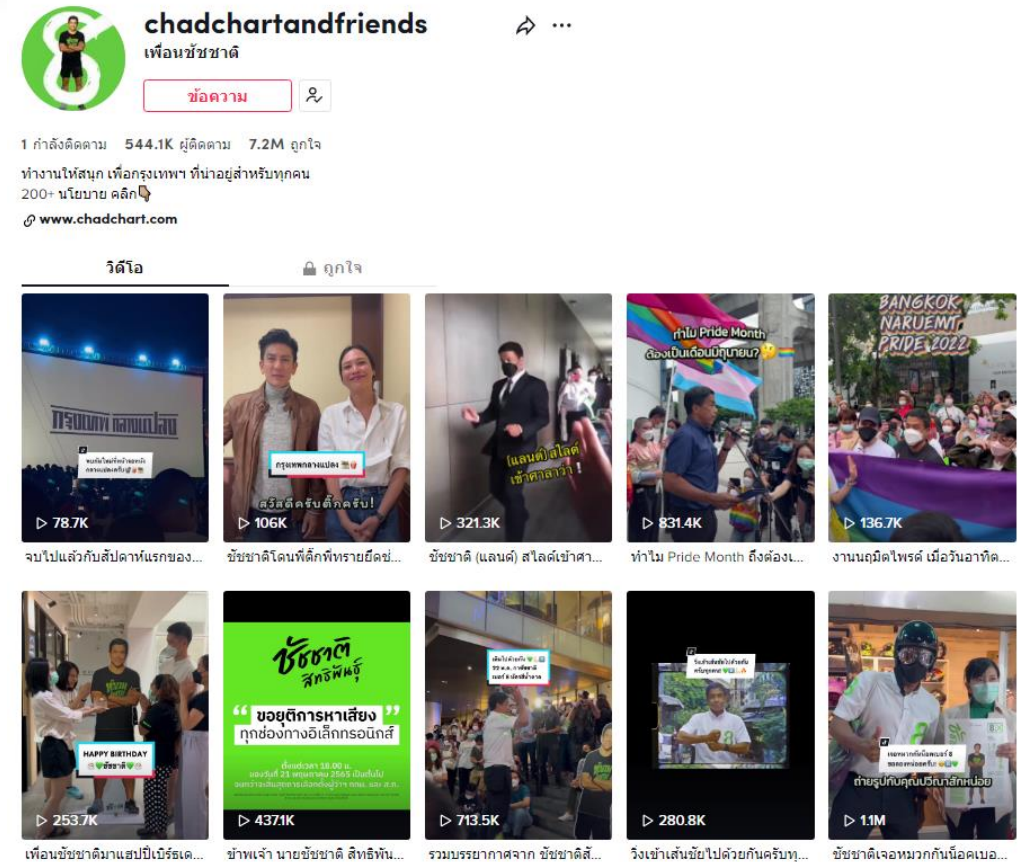
TikTok เป็นพื้นที่ทดลองที่ปลอดภัย
ในการสื่อสารสิ่งที่แตกต่าง
อย่างเป็นธรรมชาติ ไม่เป็นทางการ
แตกต่างจากช่องทางการสื่อสารหลัก

Authenticity is still important

สร้างวิดีโอสำหรับ TikTok โดยเฉพาะ

ไม่เน้น Production เนียบ ยิ่งง่าย ยิ่งบ้านๆ ยิ่งดูจริงใจ

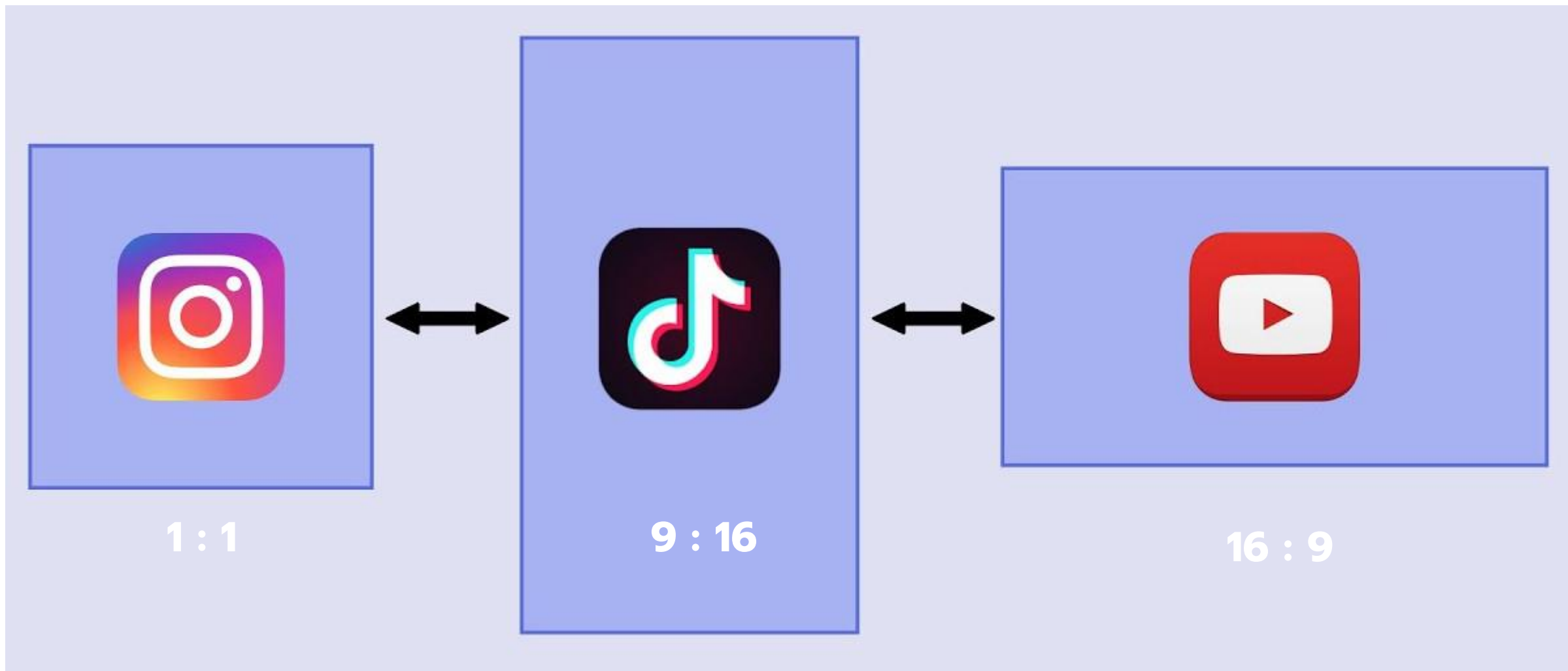
ยิ่งดิบ ยิ่งไม่ปรุงแต่ง ไม่เป็นทางการ
คนยิ่งชอบ



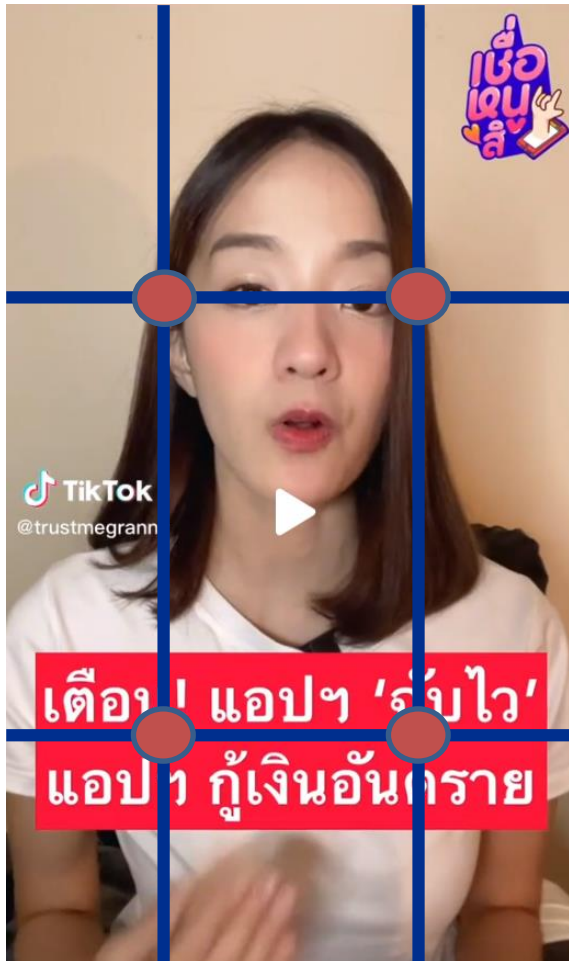
<https://www.tiktok.com/@chadchartandfriends?lang=th-TH>

การถ่ายทำ

Ratio อัตราส่วนภาพ



การจัดขนาดและมุมภาพ (Angle)



1. เน้นอยู่ตรงกลาง
2. ไม่อึดอัด
3. มีพื้นที่ให้ใส่ข้อความ
4. กฎ Rule of Thrids

เสียง / Microphone

ไมค์แบบหนีบปากเสื้อ และแบบไร้สาย

- Rode smartLav+ lavalier ไมค์หนีบปากเสื้อ
- BOYA BY-M1 ไมค์หนีบปากเสื้อ
- Boya wireless ไมค์ รุ่น BY-WM4-6-8

ไมค์บูม / ไมค์ Shot Gun

Internal Mics (ตัวเลือกสุดท้าย)

* เลือกบันทึกเสียงในที่เงียบที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้



**ทำ CONTENT PR. ใน TIKTOK อย่างไรได้บ้าง
โดยไม่ต้องเต้น ?**

เนื้อหาในการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐ

- Corporate Vision วิสัยทัศน์องค์กร
- Executive Vision วิสัยทัศน์ผู้บริหาร
- Corporate Mission แผนงาน ภารกิจขององค์กร
- Corporate Performance ผลงานขององค์กร
- Service Value การให้บริการขององค์กร
- Corporate social responsibility (CSR) การให้บริการต่อสังคม
- Internal Branding Communication การสื่อสารแบรนด์ภายในองค์กร

รูปแบบ Content ประชาสัมพันธ์ สไตล์ TikTok (ไม่ต้องเต้น)

- เล่าข่าว / เล่าดราม่า
- สก๊อป / สารคดี / Video Essay
- Vlog ไดอารี่ชีวิตประจำวัน / พากิน พาเที่ยว
- การศึกษา สอน-ให้ความรู้ /
- สาธิตวิธีการต่างๆ / รีวิว
- ละครสั้น / ตลก / คุณธรรม

การเล่าข่าว ใน TikTok

1. พาดหัว (Headline)

หยิบประเด็น-ปัญหาที่น่าสนใจที่สุดมาเปิดหัว

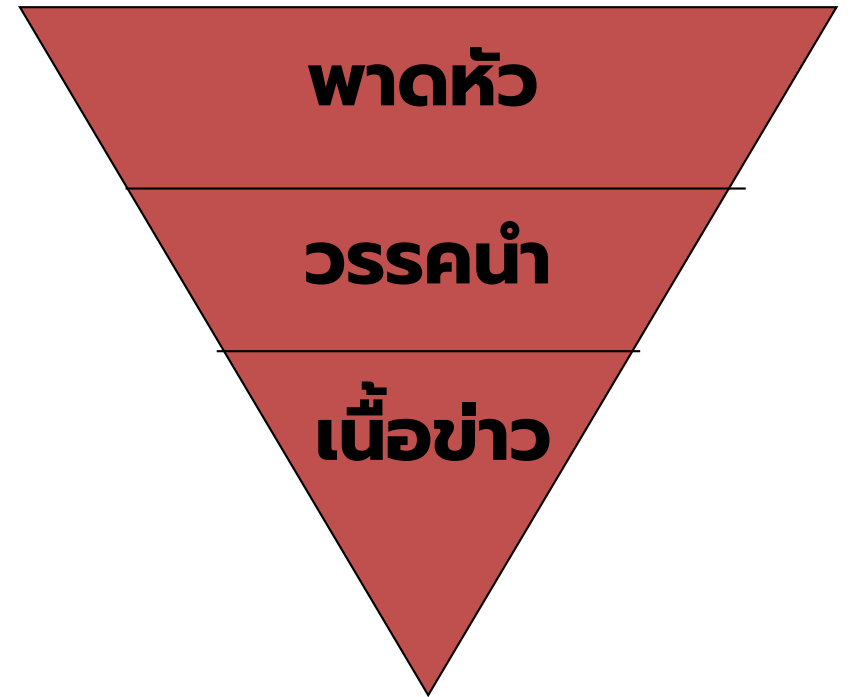
2. การเขียนวรรคนำ (Lead)

- สรุปใจความสำคัญของเรื่องให้ได้ในย่อหน้าเดียว
- เน้น **WHO WHAT WHY**
(เลือกที่สำคัญเพียง **2-3** อย่าง เช่น ใคร ทำอะไร ทำทำไม (เพื่ออะไร)

2. เนื้อหา (Body)

- ลำดับความสำคัญของเรื่องราวทั้งหมด
- จุดสำคัญ จะอยู่ส่วนบนสุด แล้วค่อยๆ ขยายความตามลำดับความสำคัญ
ให้รายละเอียด **5W + 1H**
- มักขึ้นต้นด้วย ที่มาของข่าวในอดีต / วัน-เวลา-สถานที่ / ชื่อ-นามสกุลของแหล่งข่าว
- ย่อหน้าสั้นๆ 3-4 บรรทัด / ไม่เกิน **2-3** ย่อหน้า
- เขียนประโยครูปแบบบอกเล่า
- อาจมีการสัมภาษณ์แหล่งข่าว

รูปแบบการเล่าข่าว



Hook (ทำให้คนสนใจดูตั้งแต่ 3 วินาที)

- **มี Celebrity**
- เปิดด้วยปัญหา
- เปิดด้วยการโยนคำถาม
- เปิดด้วยความสงสัย
- เปิดด้วยประโยชน์ที่จะได้รับ

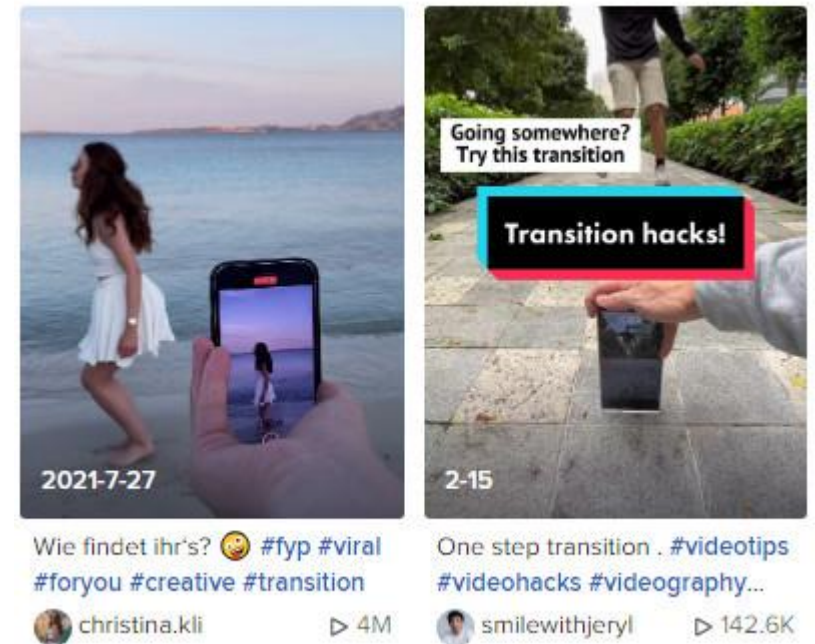
Hold (ทำให้คนดูจวบจน ดูซ้ำ)

- ตัดต่อฉับไว
- ภาพมีการเคลื่อนไหว
- มีข้อความอธิบายสั้นๆ เป็นหัวข้อ
- มีเพลงกระแส เพลงเพราะ ดึงอารมณ์
- ภาพมีการตัดจังหวะสายตาและอารมณ์
ด้วยการใช้เทคนิคการเคลื่อนกล้องและตัดต่อ เช่น

Zoom, Speed, Effect Transition

Patterns and Creative Transition

- Pan
- Tilt
- Zoom
- Dolly
- Truck
- Tracking Shot (Following shot)
- Arc Shot (180 Degree)
- Circle Shot (360 Degree)



- การเคลื่อนกล้อง ต้องมีจุดตั้งต้น – เคลื่อน – หยุด – โฟกัส ไม่ส่ายไปมา

Talking Head



หลักการพูดหน้ากล้อง

1. Eye Contact

- มองรูกล้อง อย่างมองหน้าตัวเองและคนอื่น
- ระลึกเสมอว่าเป็นการพูด 1 ต่อ 1
(Interpersonal Communication or Face-to-face Communication)

หลักการพูดหน้ากล้อง

2. Body Language (ภาษากาย ใบหน้า)

- เป็นกันเอง
- เป็นธรรมชาติ
- สอดคล้องกับเนื้อหา
- สร้างเสริมความเข้าใจ

หลักการพูดหน้ากล้อง

3. น้ำเสียง ภาษา

- เป็นตัวเอง พูดตามธรรมชาติตัวเอง
- สอดคล้องกับเนื้อหา
- สร้างปฏิสัมพันธ์กับคนดู
- พูด+กระทำ+แสดงอารมณ์ให้เห็นภาพ
- อย่าจำบททั้งก่อน จำแต่คำสำคัญ
- พูดให้ช้า ชัดเจน กระชับ
- สรุปประเด็นระหว่างที่พูด



navapun.tiktok

บอกข่าวจาวเหนือ

ข้อความ



0 กำลังติดตาม 54.8K ผู้ติดตาม 865.6K ถูกใจ

1 คลิปจบ ครบประเด็น

#เล่าข่าวท่าเมือง

#NBTNorthTV11 #PRD3

www.facebook.com/prd3cmi

วิดีโอ

ถูกใจ



#บอกข่าวจาวเหนือ



#บอกข่าวจาวเหนือ



#บอกข่าวจาวเหนือ



#บอกข่าวจาวเหนือ



#บอกข่าวจาวเหนือ



#บอกข่าวจาวเหนือ



#บอกข่าวจาวเหนือ ...



#บอกข่าวจาวเหนือ



#บอกข่าวจาวเหนือ



#บอกข่าวจาวเหนือ

<https://www.tiktok.com/@navapun.tikt>



yimpipat

Yim Pipat

ข้อความ



1896 กำลังติดตาม 174.7K ผู้ติดตาม 4.3M ถูกใจ

📞 พิพัฒน์ แจงชัดทุกประเด็น

NBT North I กรมประชาสัมพันธ์

ติดต่องานทาง IG

วิดีโอ

ถูกใจ



บัตรสวัสดิการแห่งรัฐ รอบใหม่...



บัตรสวัสดิการแห่งรัฐ รอบใหม่...



เปิดลงทะเบียนบัตรคนจน รอบ...



ดูยังใจ ATK จริง หรือ ปลอม...



สาเหตุที่ หน้า จ๊กมก ต้องทำ...



เทพนิมิต หุ่นสถิติ รุ่ง 100 เมตร...



เมาทเทนบี ผับ เดิมไปด้วยเชื้อ...



พบ ผิดลายรัง รายที่ 4 เป็น...



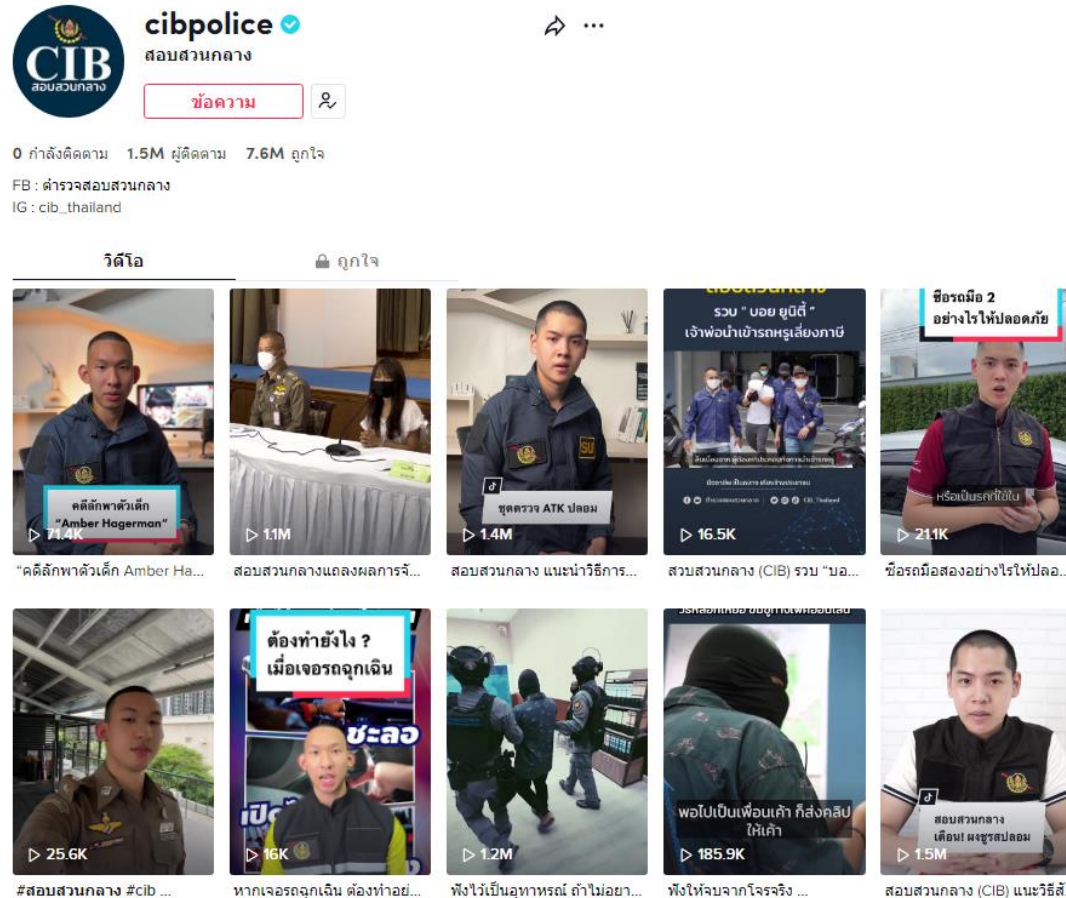
ย้ายด่วน นายอำเภอ สัตหีบ ป...



ตำแหน่งผู้เสียชีวิต ในผับ เม...

<https://www.tiktok.com/@yimpipat>

การเล่าข่าวประชาชนสัมพันธ์ภาครัฐ สไตล TikTok



<https://www.tiktok.com/@cibpolice>



thaidmh ✓

กรมสุขภาพจิต

ข้อความ



14 กำลังติดตาม 12.9K ผู้ติดตาม 87.3K ถูกใจ

กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข

วิดีโอ

ถูกใจ



วิธีการรักษาผู้ที่เป็นโรคซึมเศ...



#วันป้องกันการฆ่าตัวตายโล...



โรคซึมเศร้ากับการฆ่าตัวตาย...



#วันป้องกันการฆ่าตัวตายโล...



Copycat Suicide คืออะไร?#...



#tiktoklive #tiktoktalk ...



#กรมสุขภาพจิต ...



#กรมสุขภาพจิต ...



#กรมสุขภาพจิต ...



#กรมสุขภาพจิต #tiktokuni

<https://www.tiktok.com/@thaidmh>



tccthailand
สภาองค์กรของผู้บริโภค



ข้อความ



0 กำลังติดตาม 3518 ผู้ติดตาม 25.7K ถูกใจ

ลงชื่อค้านทร - ดีแทค ได้ที่ change.org/TrueDtac

วิดีโอ

ถูกใจ



เรื่องเรียนปัญหาผู้บริโภค ค...



มีสภาองค์กรของผู้บริโภค...



พจนานุกรมฉบับ Gen Z วั...



UCEP คืออะไร



พจนานุกรมฉบับ Gen Z เว...



เหลืออีกไม่ถึง 24 ชั่วโมง! ...



พรงนี้ กสทช. จะตัดสินคว...



#สภาองค์กรของผู้บริโภค



ไปกลับวันละเป็นร้อย!? คน...



ไม่ใช่แค่ปัญหาด้วยการเป...

<https://www.tiktok.com/@tccthailand>

2 รูปแบบการสร้าง VDO TikTok



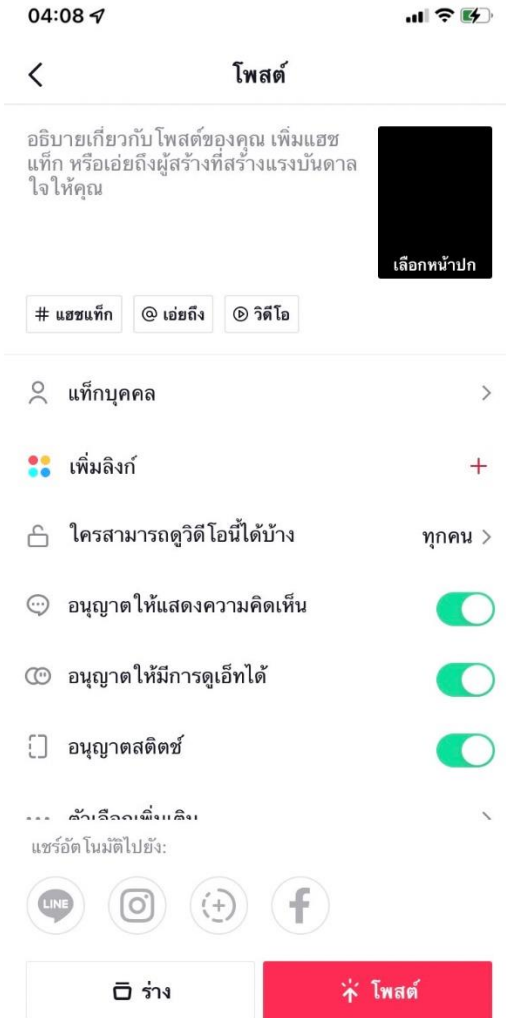
1. อัปเดตคลิป (Long Take หรือนำมาตัดต่อ) ผ่านแอป TikTok

- เลือกความยาว 15 วินาที 30 วินาที 3 นาที หรือ 10 นาที
- **ตัดต่อเอง** ระวังกดถอยหลังคลิปจะไม่เซฟ
- **ถ้าตั้งใจตัดต่ออยู่แล้ว** ให้ถ่ายจากกล้องแล้วมาตัดต่อกับแอปอีกที
- **แอปตัดต่อ** จะใส่เทคนิคพิเศษได้เยอะกว่า

2. อัปโหลดวิดีโอเองจากมือถือ

เป็นคลิปยาว หรือตัดต่อมาเรียบร้อยแล้ว

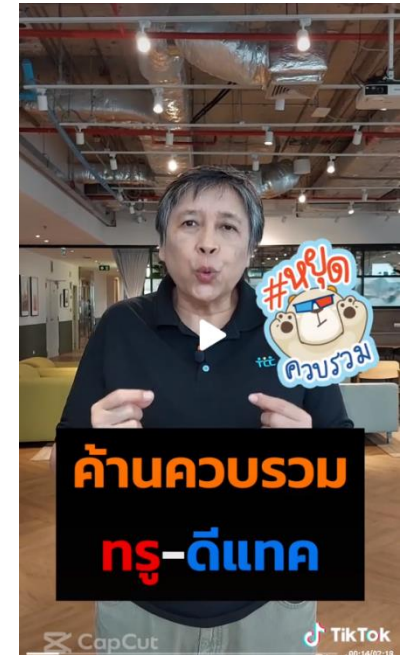
การโพสต์ VDO บน TikTok



- พิมพ์คำอธิบายคลิป
 - ใส่ #Hashtag
 - @tag เพื่อน
 - เลือกภาพหน้าปก และพิมพ์ชื่อคลิปที่หน้าปก
- (สำคัญมาก เพื่อเรียกคนมาดูย้อนหลัง ตอนนี้อย่างมาเพิ่มทีหลังไม่ได้)

Workshop 1 ทำคลิปเล่าข่าว

1. อัดคลิปเล่าข่าว ประชาสัมพันธ์แคมเปญของหน่วยงานโดยการพูดหน้ากล้อง
(ต้องเปลี่ยนมุมกล้องทุกประโยค)
2. ใส่ตัวหนังสือพาดหัวประกอบ (หรือข้อความแทรกระหว่างคลิป)
3. ทำหน้าปกคลิป
4. ลองใส่เสียงเพลงเบาๆ / ฟิลเตอร์ใบหน้า (ใส่หรือไม่ใส่ก็ได้)
5. ลองใส่ภาพหรือวิดีโอประกอบ
6. โพสต์ทาง TikTok และแชร์ส่งมาใน Line



ตัวอย่าง เทมเพลต การเล่าข่าว

Hook (พาดหัว)	เกิดปัญหาอะไรขึ้น
พาดหัวรอง (ขยายความ เร้าอารมณ์เพิ่มเติม)	ใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร อย่างไร
เนื้อหา	ลำดับการเล่าเป็น ข้อ ๆ 1 – 5 เล่าเรื่องของใคร เล่าเรื่องอะไร (อยากให้คนฟังรู้สึกอย่างไร.....)
สรุป	เกิดปัญหาอะไรอะไรขึ้น น่าสนใจอย่างไร
Call to Action	กด like กดแชร์ และกดติดตามช่อง เพื่อติดตามข่าวนี้ต่อไป

Thanks!

Do you have
any questions?

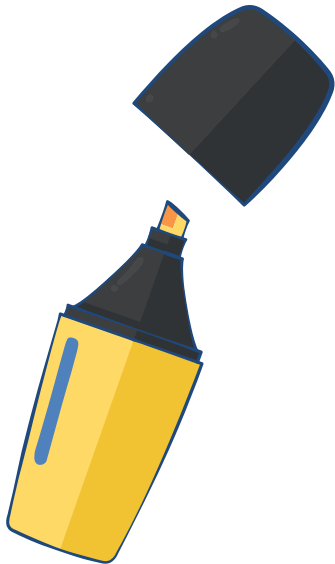


Digital Media Psychologist



sarawut.thong@gmail.com

088-666-1532



เทคนิคการตัดต่อ



CapCut - Video Editor

Video maker with music

Bytedance Pte. Ltd

#4 in Photo & Video

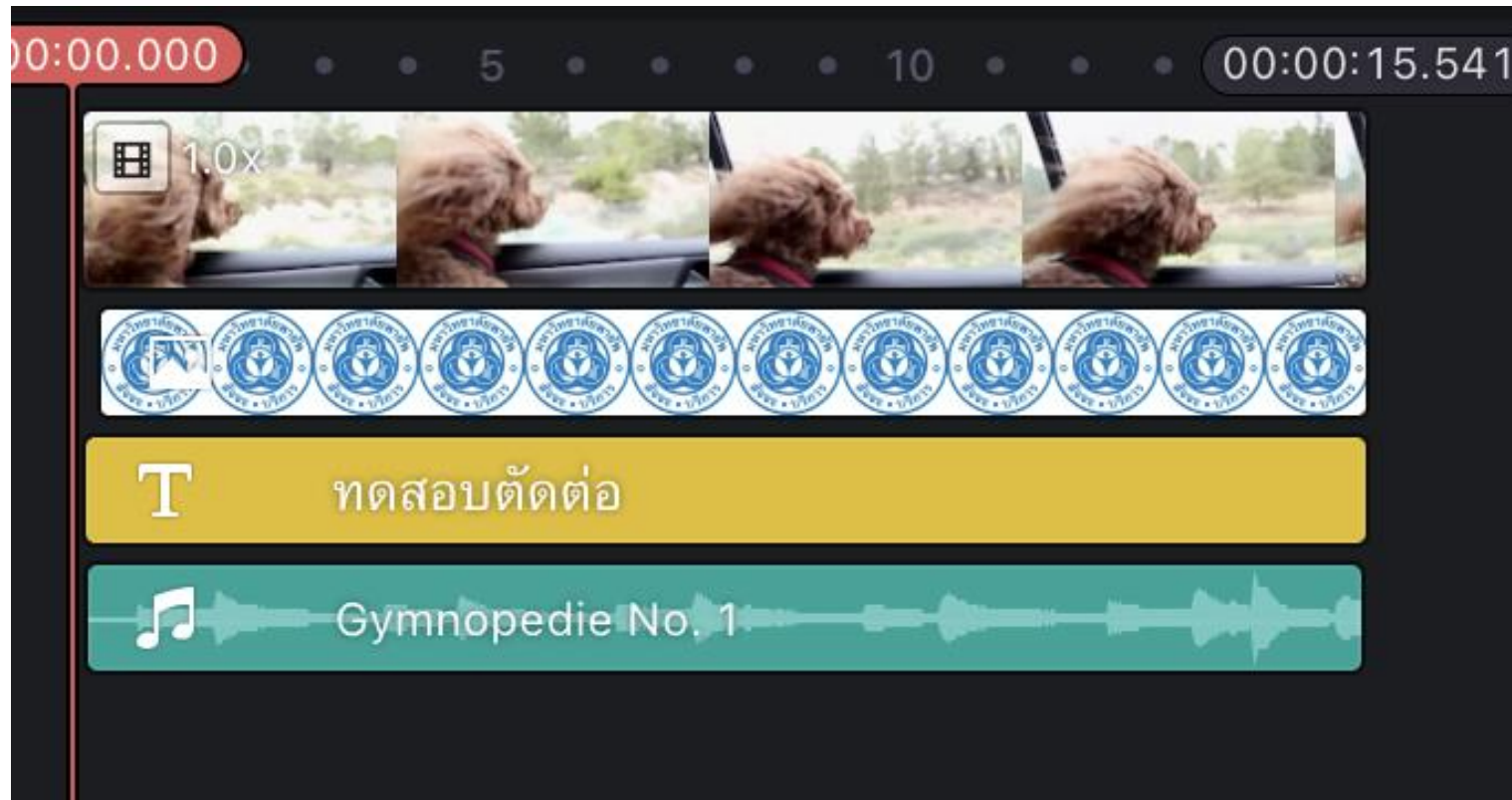
★★★★★ 4.7 • 18 Ratings

Free · Offers In-App Purchases

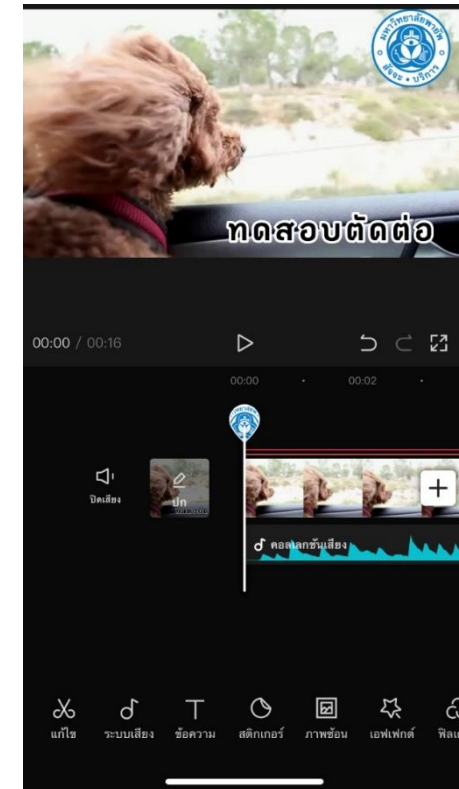
หัวใจการตัดต่อ

เข้าใจระบบ Timeline และ Layer ในการตัดต่อ

Kinemaster



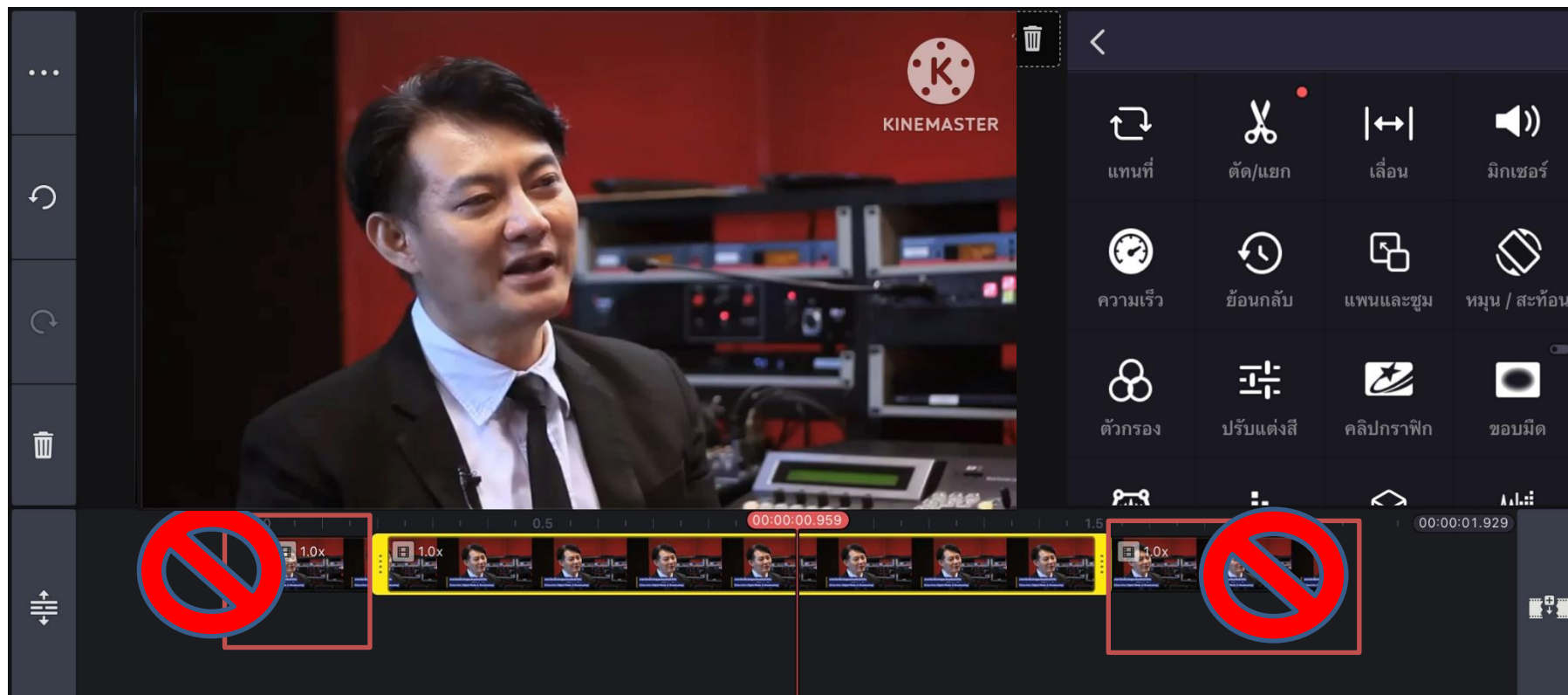
CapCut



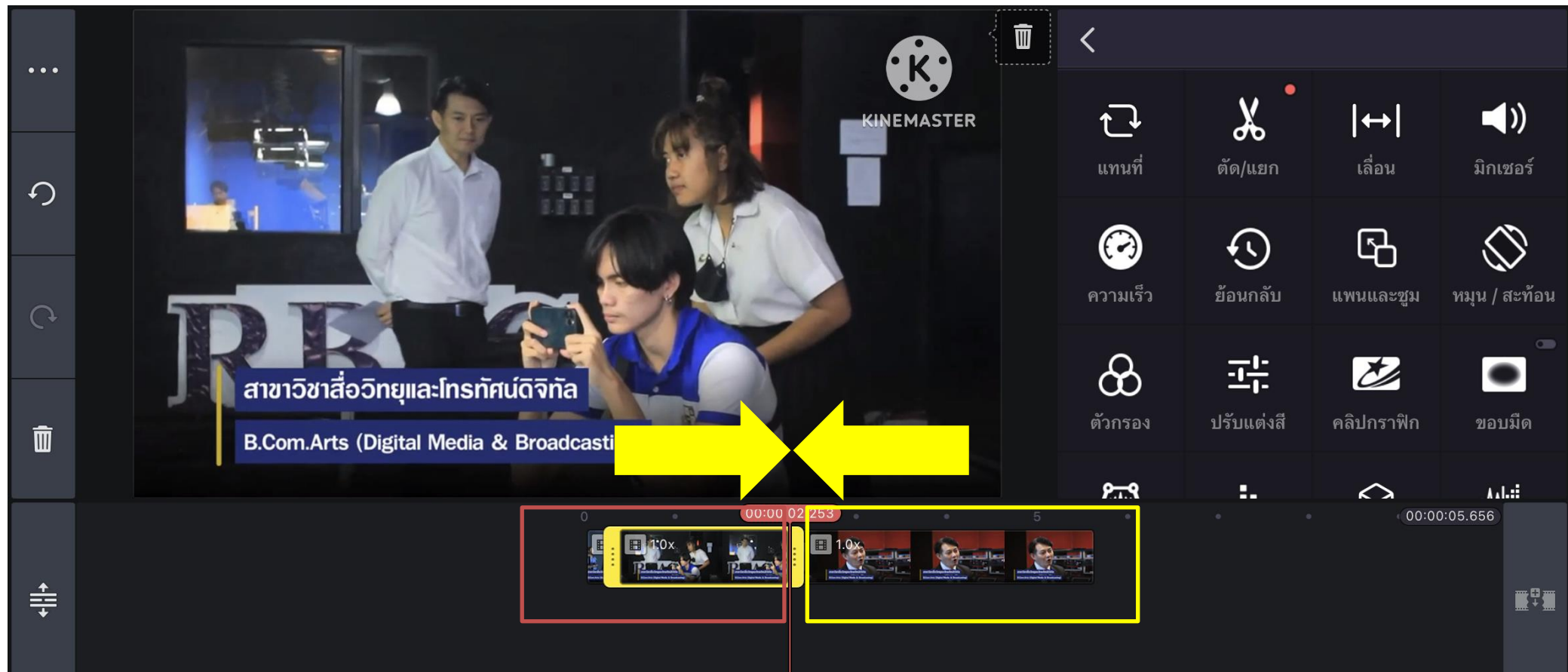
<https://www.youtube.com/watch?v=d4Jd64eSRVE>

ทำไมต้องตัดต่อ

1. CUT **ตัด** ส่วนที่ไม่ต้องการออก



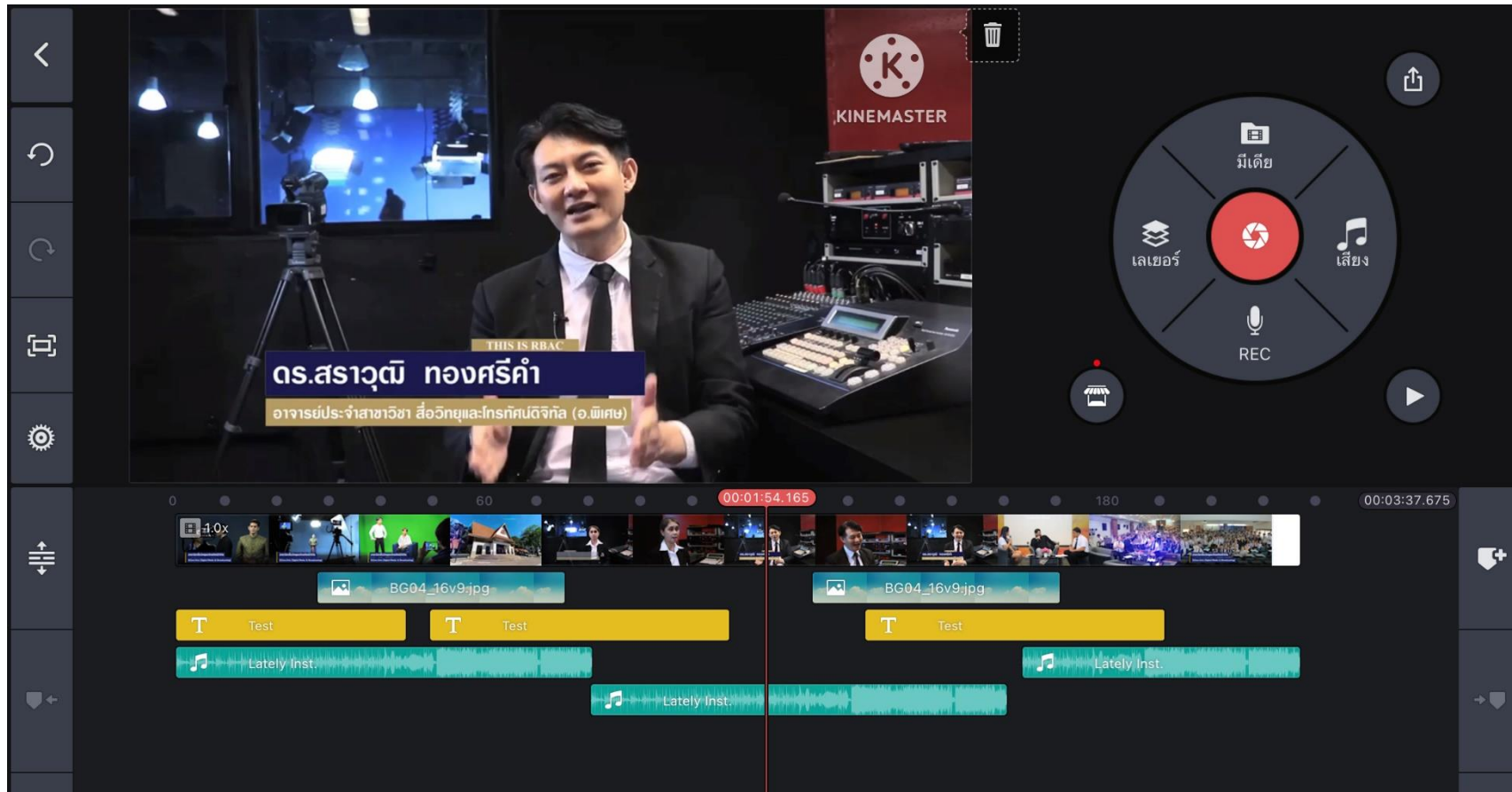
2. CONTINUE **ต่อ** เชื่อมต่อส่วนต่างๆ เข้าด้วยกัน



3. CONTROL TIME **ควบคุมเวลา**



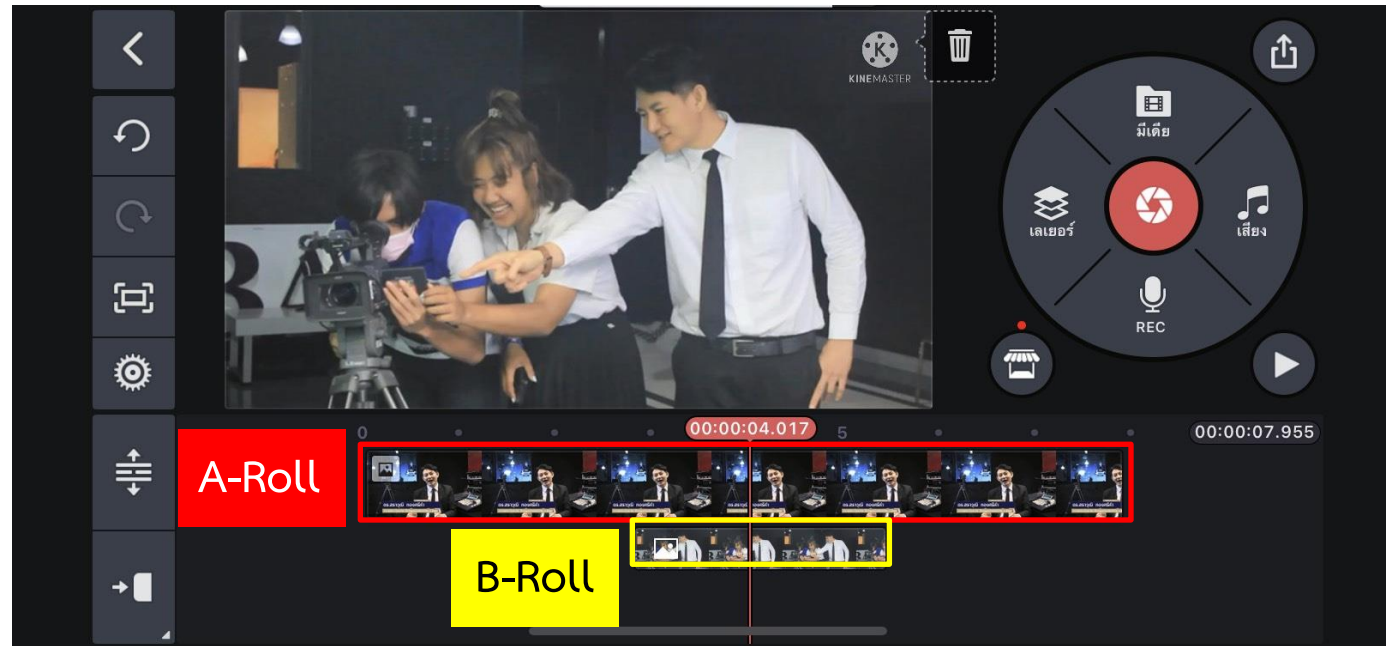
4. CONSTRUCT **ประกอบสร้างให้สมบูรณ์** ใส่ตัวอักษร เพลง ภาพประกอบ (logo) ภาพ insert



เทคนิค**ตัดต่อ**

เพิ่มความน่าสนใจ

1. Insert



A-Roll คือ ม้วนฟิล์มแถวแรกที่จะอธิบายถึงเรื่องราวหลักที่เราจะนำเสนอทั้งหมดส่วนใหญ่จะเป็นการถ่ายผู้พูดเป็นหลัก
B-Roll คือ ม้วนฟิล์มแถวถัดไปที่จะอธิบายเนื้อเรื่องในมุมแตกต่างออกไปโดยส่วนใหญ่จะถ่ายมาเป็นภาพที่ขยายความ

<https://www.youtube.com/watch?v=SOfyVbKIXcQ>

2. Music and Sound Effect

ดนตรีและเสียงประกอบ สร้างอารมณ์ร่วม



<https://youtu.be/hHopyGaJzMs>

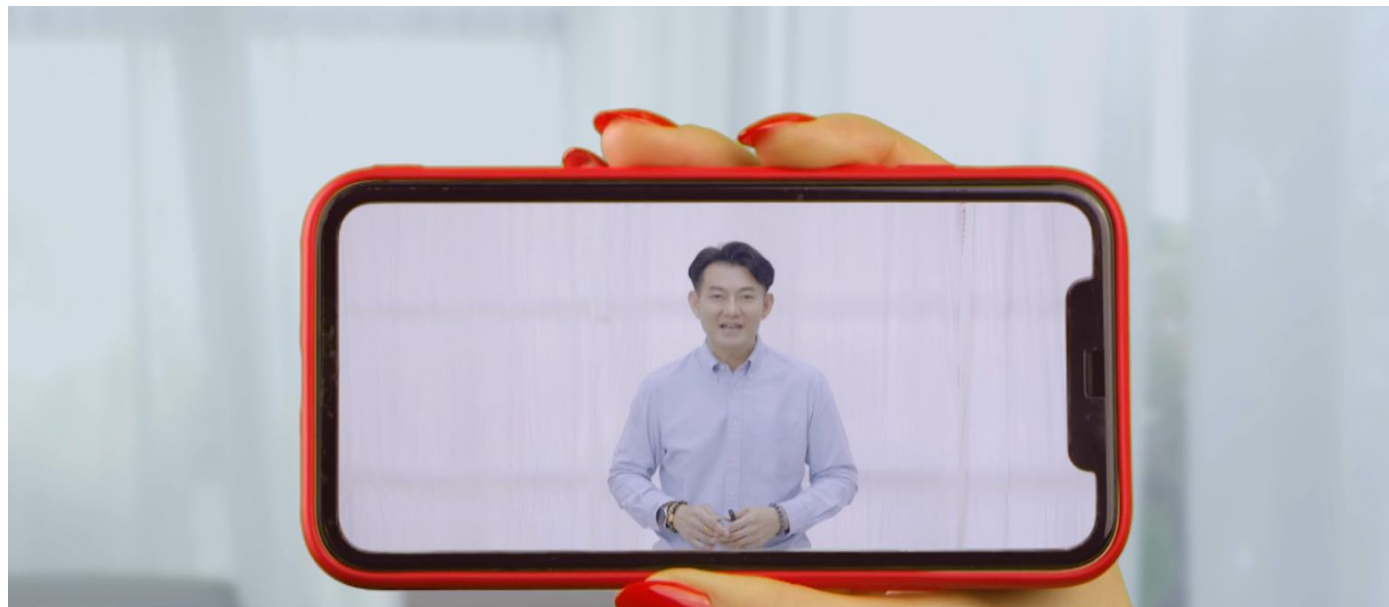
<https://youtu.be/DSI9CFAvivI>

3. การใส่ตัวอักษร และ กราฟิก

สร้างความทันสมัย อ่านง่าย



4. การทำแอปพลิเคชัน



**การเปิดร้านค้า การเป็นตัวแทนหรือนายหน้าสินค้า
รวมไปถึงเคล็ดลับในการสร้างวิดีโอสั้น**

Workshop การตัดต่อ



CapCut - Video Editor

Video maker with music

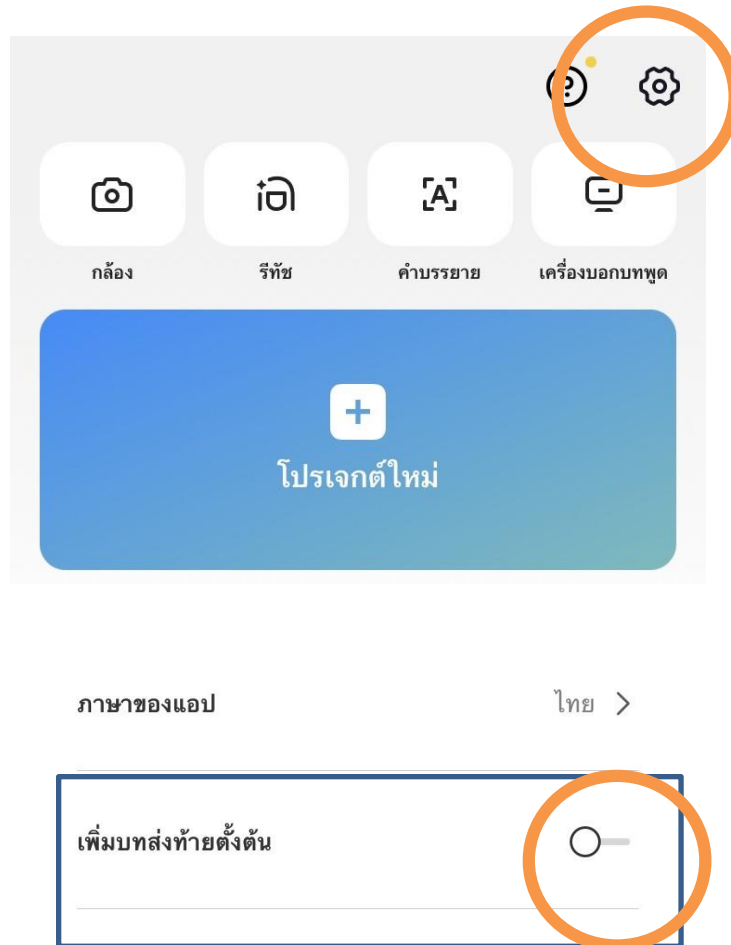
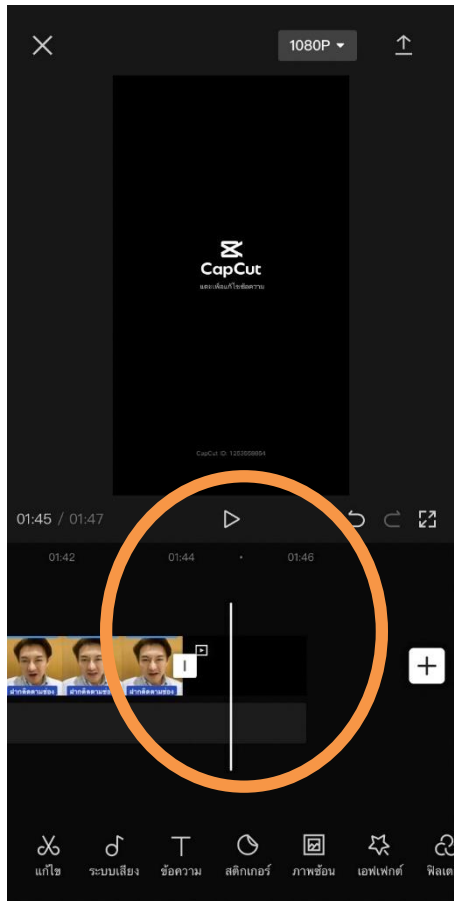
Bytedance Pte. Ltd

#4 in Photo & Video

★★★★★ 4.7 • 18 Ratings

Free · Offers In-App Purchases

วิธีเอาลายน้ำ CapCut ออก



1. ลบคลิปลายน้ำตอนท้ายออก
2. ตั้งค่า >> ปิด เพิ่มบทส่งท้ายตั้งต้น

Workshop

ทำ VDO Presentation ทำนละ 1 นาที ในหัวข้อ “My Work” or “My Campaign”

ให้ทำ *process* ดังนี้

1.เอาภาพมาเรียงเล่าเรื่องต่อกัน 2. เอาเพลงมาใส่เลเยอร์สอง

3.ใส่ตัวหนังสือบรรยายภาพ (ต้องใส่บรรยายทุกภาพ) 4. เทคนิคพิเศษ

Objective: เพื่อแนะนำตัวให้เพื่อนได้รู้จักงานหรือแคมเปญประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานเรา

Audience: เพื่อนร่วมชั้นเรียนในวันนี้

Key Message:

1. องค์กรความรู้ในงานของฉัน (KM.)

2. แคมเปญประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานฉัน

Technic and Style: ตัวหนังสือบรรยายภาพถ่ายหรือวิดีโอประกอบเสียงดนตรี

Mood and Tone: - ประทับใจ – สนุกสนาน

ส่งทางกรู๊ปไลน์

FAQ

1. ทำแนวนอนหรือแนวตั้งก็ได้
แต่ทำสัดส่วนไหน ก็ทำสัดส่วน
เดียวกันทั้งคลิป
2. ใส่เพลงได้อิสระ เพราะไม่ได้ทำเพื่อการค้า
และไม่ได้อัปโหลดขึ้น Facebook หรือ
YouTube

Thanks!

Do you have
any questions?



Digital Media Psychologist



sarawut.thong@gmail.com

088-666-1532

