

การอบรมหลักสูตร “นักประชาสัมพันธ์ดิจิทัล Smart PR” รุ่นที่ ๑๑
โดย สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์
อบรมระหว่างวันที่ ๑๔ - ๑๗ มกราคม ๒๕๖๒

การอบรมหลักสูตร “นักประชาสัมพันธ์ดิจิทัล Smart PR” รุ่นที่ ๑๑ จัดอบรมขึ้น เนื่องจากโลกปัจจุบันเป็นโลกยุคดิจิทัล การสื่อสารมีความสะดวกรวดเร็ว ทุกคนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ทุกเรื่อง รวมถึงสามารถรับส่งข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งหากการส่งต่อข้อมูล ขาดการกลั่นกรอง ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชนก็สามารถถูกบิดเบือนไปในทางที่ไม่ถูกต้อง ทำให้เกิดความเข้าใจผิด เสียหายและส่งผลกระทบต่อ การผลิตสื่อที่เท่าทัน เข้ากับยุคสมัย สามารถสร้างความรู้ความเข้าใจต่อประชาชนในวงกว้างได้นับเป็นสิ่งจำเป็น สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ จึงจัดอบรมหลักสูตร “นักประชาสัมพันธ์ดิจิทัล Smart PR” ขึ้น เพื่อให้ความรู้เรื่องสื่อ การรู้เท่าทันสื่อ การสร้างสรรค์ประเด็น สอนการผลิตสื่อดิจิทัลเบื้องต้นผ่าน Smart Phone เพื่อให้หน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจและเอกชน สามารถผลิตและเผยแพร่สื่อดิจิทัลอย่างง่ายได้ด้วยโทรศัพท์มือถือ โดยแนะนำแนวทางการผลิตให้มีความน่าสนใจ สามารถสื่อสารและอธิบายข้อมูลข่าวสาร นโยบายสำคัญของ รัฐบาลให้ประชาชนรับรู้ เข้าใจ และเกิดความเชื่อมั่นว่าได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย ทั้งนี้ เพื่อเป็นเครือข่ายในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต่อไป

หลักสูตร “นักประชาสัมพันธ์ดิจิทัล Smart PR” รุ่นที่ ๑๑ จัดอบรมจำนวน ๔ วัน ระหว่างวันที่ ๑๔ - ๑๗ มกราคม ๒๕๖๒ ณ สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ มีผู้เข้ารับการอบรม รวมทั้งสิ้น ๗๙ คน เป็นบุคลากรของกรมประชาสัมพันธ์ จำนวน ๑๕ คน หน่วยงานภาครัฐและเอกชน จำนวน ๖๔ คน



สรุปเนื้อหาสำคัญในการอบรม

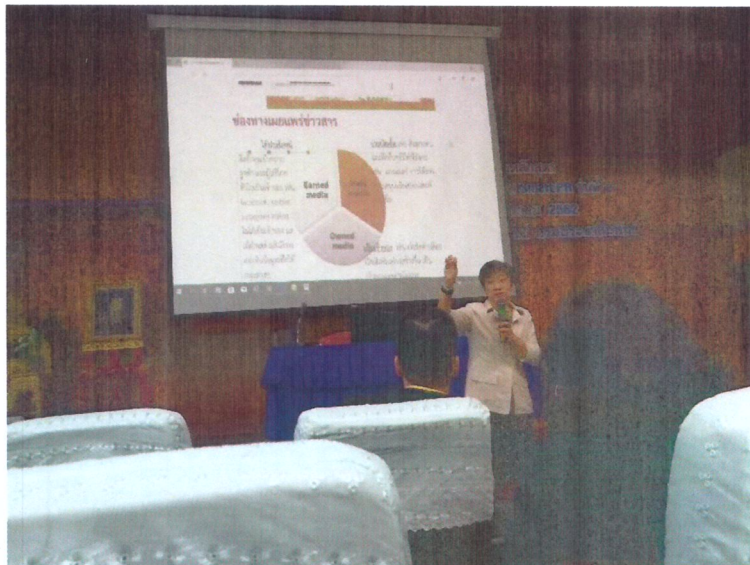
การอบรมในหลักสูตรจะเน้นสอนให้ผู้เข้ารับการอบรมสามารถผลิตสื่อด้วยโทรศัพท์ โดยเน้นปฏิบัติเป็นหลัก อย่างไรก็ตาม ก่อนการสอนเรื่องการผลิตสื่อด้วยโทรศัพท์มือถือ ได้มีการให้ความรู้เรื่องการประชาสัมพันธ์ การรู้เท่าทันสื่อ การคัดเลือกประเด็นนำเสนอ การเขียนหรือผลิตเนื้อหาข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนการนำเสนอที่น่าสนใจและประสบความสำเร็จ ซึ่งจะนำเสนอเป็นหัวข้อใหญ่ ๒ ด้าน คือ

๑. ความรู้ด้านการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ การสร้างสรรค์ประเด็น เนื้อหา และแนวทางการนำเสนอให้ประสบความสำเร็จ

๒. การใช้ Smart Phone ผลิตสื่อ

๑.ความรู้ด้านการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ การสร้างสรรค์ประเด็น เนื้อหา และแนวทางการนำเสนอให้ประสบความสำเร็จ

ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต้องทราบว่าจุดมุ่งหมายในการประชาสัมพันธ์คืออะไร และพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายหรือผู้บริโภคในปัจจุบันเป็นอย่างไร ดังสามารถสรุปได้เป็นหัวข้อ ดังนี้



๑. จุดมุ่งหมายในการประชาสัมพันธ์

๑. เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ
๒. เพื่อสร้างทัศนคติที่ดี และการยอมรับ
๓. เพื่อสร้างความร่วมมือและสนับสนุน

๒. พฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัล

ปัจจุบันพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไป ผู้บริโภคจะเสิร์ฟข้อมูลข่าวสารตลอดเวลา ไม่อดทนรอ ชอบ social ชอบโซเชียลและแชร์ ดังนั้น Content (เนื้อหา) ต้องปรับให้เหมาะสม เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ

เมื่อทราบว่าจุดมุ่งหมายในการประชาสัมพันธ์และพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงเช่นนี้แล้ว แนวทางในการเริ่มต้นเขียนงานประชาสัมพันธ์ จึงมีวิธีการ ดังนี้

๑. ศึกษากลุ่มเป้าหมาย
๒. ศึกษาแนวทางการเขียนและฝึกทักษะ
๓. รู้จักคุณสมบัติของสื่อ และเลือกสื่อที่จะใช้งานให้เหมาะสม
๔. กำหนดประเด็น
๕. กำหนดแนวทางการเขียน
๖. แสวงหาความร่วมมือเพื่อเผยแพร่และสนับสนุน

ด้วยเหตุนี้ ในการประชาสัมพันธ์จึงต้องศึกษาวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย ข้อมูล วิธีการสื่อสาร และมีการติดตามผล ดังแนวทางการวิเคราะห์ ต่อไปนี้

๑. วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย มีแนวทางในการวิเคราะห์ ดังนี้

- ๑) ใครคือกลุ่มเป้าหมายของสำนักงานและมีกี่กลุ่ม
- ๒) ลักษณะของกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม
- ๓) พฤติกรรมการรับข่าวสาร
- ๔) ข้อจำกัดของแต่ละกลุ่มเป้าหมายและสภาพแวดล้อม
- ๕) การรับรู้เดิมและทัศนคติของกลุ่มเป้าหมาย

๒. วิเคราะห์ข้อมูล มีแนวทางดังนี้

- ๑) ข้อมูลที่มีอยู่เพียงพอหรือไม่ มากไปหรือน้อยไปไหม
- ๒) ข้อมูลเหมาะสมกับเนื้อหาหรือไม่
- ๓) ข้อมูลที่มีอยู่ เมื่อนำมาเขียนจะเหมาะสมกับผู้อ่านหรือไม่ ง่ายเกินไป ยากเกินไปหรือไม่

๓. วิธีการสื่อสาร ให้คำนึงถึงสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้

๑) รูปแบบการเขียน ต้องพิจารณาว่าจะใช้การสื่อสารแบบใดจึงจะเหมาะสมตรงตามกลุ่มเป้าหมายและวัตถุประสงค์ เช่น จะสื่อสารเป็นข่าว บทความ สารคดี สกู๊ป บทสัมภาษณ์ ฯลฯ

๒) เลือกแหล่งข้อมูล เช่น เป็นบุคคลหรือเอกสารอ้างอิง

๓) เลือกช่องทางการเผยแพร่ (สื่อมวลชน สื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อออนไลน์ (เว็บไซต์ facebook line ฯลฯ)

๔. ติดตามผล เมื่อเผยแพร่แล้ว ติดตามผลการเผยแพร่ว่าได้ผลตามวัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมายตามแผนที่วางไว้หรือไม่ ผลตอบรับเป็นอย่างไร เป็นต้น

วิธีการสื่อสารให้ประสบผลสำเร็จ

การสื่อสารให้ประสบผลสำเร็จ มีเคล็ดลับตามหลักสำคัญที่เรียกว่า “A to F” ซึ่งหมายถึง

- A - Accuracy ถูกต้อง
- B - Brief สั้นกระชับ ตรงประเด็น
- C - Clarity ชัดเจน
- D - Direct to the target ตรงกลุ่มเป้าหมาย
- E - Easy เข้าใจง่าย
- F - Feedback ใส่ใจผลตอบกลับ

เมื่อทราบเคล็ดลับการสื่อสารให้ประสบความสำเร็จแล้ว แต่การผลิตเนื้อหาที่จะนำเสนอ เช่น การเขียนข่าว บทความ สคริปต์ ฯลฯ เพื่อการประชาสัมพันธ์อย่างไรให้น่าสนใจ เป็นสิ่งที่ต้องเรียนรู้ จึงได้สรุปสิ่งที่ต้องเรียนรู้ในการเขียน เทคนิคการเขียน/พูดให้เข้าใจง่าย ตลอดจนธรรมชาติของประเด็นที่จะทำให้อ่าน/ผู้ชม สนใจดังต่อไปนี้

สิ่งที่ต้องคำนึงในการเขียน มีดังนี้

๑. ต้องมีความเข้าใจเนื้อหา กลุ่มเป้าหมาย และสื่อที่ใช้
๒. เขียนให้ครบถ้วนตามหลัก “๕ W และ ๑ H” คือ Who What Where When Why How
๓. ควรเขียนให้สั้น กระชับ ชัดเจน แต่สื่อสารเข้าใจง่าย
๔. ควรเสนอเนื้อหาที่ละประเด็น
๕. ควรลำดับความคิดไปตามเหตุและผล หรือหัวเรื่องใหญ่ ย่อย
๖. เนื้อหาถูกต้อง ครบถ้วน สมบูรณ์
๗. ใช้ภาษาที่ถูกต้อง เหมาะสม กระชับ ไม่เยิ่นเย้อ
๘. ตรวจสอบก่อนเผยแพร่ทุกครั้ง

เทคนิคการเขียน/พูดให้เข้าใจง่าย

๑. การเขียนหรือพูดให้เข้าใจง่ายต้องคิดในฐานะผู้อ่าน/ผู้ฟังว่าเขาต้องการรู้อะไร
๒. ควรมีการเปรียบเทียบหรือยกตัวอย่างให้เห็นชัด มีการจัดกลุ่มให้เห็นภาพ
๓. การเขียนที่ดีควรมีเอกภาพ สारตถภาพ และสัมพันธ์ภาพ

“เอกภาพ” คือ มีประเด็นที่ต้องการสื่ออย่างชัดเจน หากต้องการเขียนเกี่ยวกับประเด็นใด ให้เขียนให้เกี่ยวข้องกับประเด็นนั้น ๆ ไม่นอกเรื่อง นอกประเด็น ซึ่งอาจทำให้อ่านสับสน การยกตัวอย่างใด ๆ ก็ต้องเกี่ยวข้องกับประเด็นที่ต้องการนำเสนอ ไม่ยกตัวอย่างที่ไม่เกี่ยวข้อง

“สารตถภาพ” คือ มีสาระ มีประโยชน์ มีใจความสำคัญ มีการอ้างอิง หรือให้ข้อสนับสนุนได้อย่างถูกต้องเหมาะสม

“สัมพันธ์ภาพ” คือ ความเชื่อมโยงของเนื้อหาทั้งหมด แต่ละย่อหน้า ซึ่งจะทำให้อ่านเข้าใจ และควรมีแง่มุมที่คงที่ และมีความน่าสนใจให้ติดตาม

ประเด็นที่สังคมนิยม

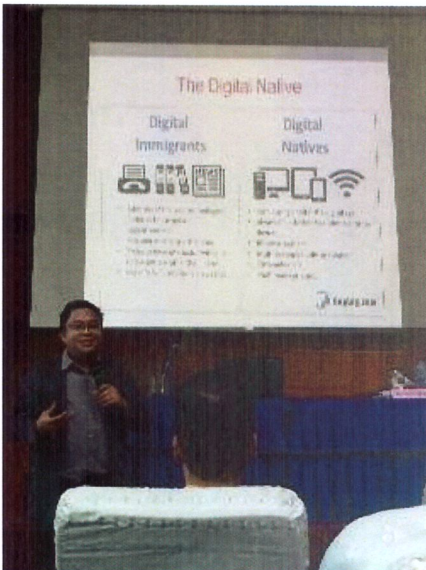
ในการนำเสนอเนื้อหาเพื่อประชาสัมพันธ์ การเลือกประเด็นเป็นสิ่งสำคัญ เพราะผู้สื่อสารต้องทราบว่าประเด็นใดเป็นประเด็นที่ต้องการสื่อ รวมถึงต้องทราบว่าประเด็นใดที่ผู้รับสื่อ/ กลุ่มเป้าหมายต้องการทราบ หรือจะอย่างไรให้ผู้รับสารหรือกลุ่มเป้าหมายต้องการทราบ เพราะการเลือกประเด็นที่ดี และสามารถนำเสนอได้อย่างน่าสนใจเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้การสื่อสารประสบความสำเร็จ ดังนั้นจึงควรเรียนรู้ว่าเรื่องลักษณะใดเป็นเรื่องที่ผู้คนสนใจ ดังได้รวบรวมไว้ ดังนี้

๑. เป็นเรื่องที่มีผลกระทบต่อกลุ่มเป้าหมาย
๒. เป็นเรื่องที่มีประโยชน์
๓. แปลกใหม่
๔. เป็นประเด็นที่อยู่ในกระแสหรือความสนใจ
๕. มีความขัดแย้ง
๖. สะเทือนอารมณ์
๗. ทันสมัย ทันเหตุการณ์

เมื่อทราบเทคนิคในการเลือกประเด็นที่น่าสนใจแล้ว การจะเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สื่อที่ผลิตสู่สาธารณะให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย/ผู้บริโภคในยุคดิจิทัลนี้ มีแนวทางดังต่อไปนี้

แนวทางการนำเสนอเนื้อหาในยุคดิจิทัล

๑. นำเสนอให้ตรงประเด็น เพราะพฤติกรรมผู้รับสื่อปัจจุบัน ใจร้อน ไม่รอคอยฟังหรืออ่านสิ่งใดนาน ๆ
๒. เนื้อหาไม่ยาวมากเกินไป
๓. มีวิธีการนำเสนอที่แปลกใหม่ รูปแบบที่แตกต่าง หรือนำหลาย ๆ รูปแบบผสมผสาน นำเสนอต่อเนื่อง
๔. ควรพิจารณาว่าขณะนั้น สังคมมีความสนใจเรื่องใด หรือที่เรียกว่ากระแสสังคม ถ้าสามารถนำเสนอให้เกี่ยวข้องกับเรื่องนั้น ๆ ได้ ก็จะได้รับ ความสนใจง่ายขึ้นหรือมากขึ้น
๕. ใช้ภาษาเข้าใจง่ายเหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย



การรู้เท่าทันสื่อ

ปัจจุบันข้อมูลข่าวสารมีเป็นจำนวนมาก สามารถเข้าถึงและส่งต่อได้อย่างรวดเร็ว บางเรื่องจริง บางเรื่องไม่จริง แต่พฤติกรรมผู้บริโภคปัจจุบัน หลายคนส่งเผยแพร่ข้อมูลต่อทันที โดยไม่พิจารณาให้ถี่ถ้วน ทำให้เกิดผลกระทบในภายหลัง บางเรื่องมีผลกระทบในระดับประเทศ บางข่าวส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่น หรือทำให้สังคมมีประเด็นขัดแย้ง ด้วยเหตุนี้ การรู้เท่าทันสื่อจึงเป็นสิ่งที่ต้องเรียนรู้ สิ่งที่ควรพิจารณา ได้แก่

๑. แหล่งที่มาของสื่อ ต้องพิจารณาว่าแหล่งที่มาของสื่อ น่าเชื่อถือหรือไม่ มากน้อยเพียงใด อ้างอิงได้หรือไม่

๒. จุดประสงค์ในการนำเสนอของสื่อ เช่น บางครั้งบางสื่อต้องการสร้างกระแส ก็จะสัมภาษณ์คู่กรณีที่ขัดแย้ง เพื่อให้ตอบโต้กันกลายเป็นข่าว บางสื่อเป็นสื่อที่เข้าข้างหรือมีความฝักใฝ่ด้านใดด้านหนึ่ง การนำเสนอก็จะมีนำเสนอแบบเข้าข้างด้านใดด้านหนึ่ง ฯลฯ ต้องพิจารณาว่าจุดประสงค์ของสื่อในการนำเสนอคืออะไร และหวังผลให้ผู้ชม / ผู้ฟัง เชื่อหรือทำสิ่งใด

๓. แยกแยะข้อเท็จจริงกับความคิดเห็น ความรู้สึกของผู้นำเสนอ

๔. อ่านเนื้อหาข่าวให้ครบถ้วน ไม่อ่านแต่พาดหัวข่าว บางครั้งการพาดหัวใช้ภาษารุนแรง หรือเกินจริง เพื่อให้เกิดความสนใจ แต่เมื่ออ่านเนื้อหาจริง ๆ แล้ว ไม่มีอะไร แต่คนอ่านที่ไม่ได้อ่านทั้งหมดก็ตัดสินใจหรือเชื่อไปเสียแล้ว

๕. ควรติดตามข้อมูลเรื่องเดียวกันในหลาย ๆ สื่อ เพื่อเป็นการตรวจสอบข้อมูลว่าถูกต้อง ตรงกันหรือไม่

๖. สอบถามหน่วยงานต้นสังกัดที่เป็นข่าวโดยตรง

๗. หาข้อมูลเพิ่มเติมตามแหล่งข้อมูลและบุคคลที่น่าเชื่อถือ

๘. หากเป็นภาพ ให้พิจารณาว่าภาพเกินจริงหรือไม่ ตัดต่อหรือไม่

๒. การใช้ Smart Phone ผลิตสื่อ

การผลิตสื่อโดยใช้ Smart Phone นอกจากมีความรู้เกี่ยวกับแอปพลิเคชันที่ใช้ในการผลิตแล้ว ภาพประกอบ หรือคลิปวิดีโอที่จะนำมาใช้ในการผลิตสื่อเป็นสิ่งสำคัญ เพราะจะเป็นปัจจัยที่ทำให้สื่อที่ผลิตสวยงาม หรือน่าสนใจหรือไม่ ดังนั้นจึงต้องเรียนรู้เคล็ดลับในการถ่ายภาพ และลักษณะของภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์ ดังนี้

สรุปเคล็ดลับการถ่ายภาพนิ่งด้วย Smart Phone

๑. เลือกแสงที่สว่างที่สุด
๒. กำหนดคุณภาพของไฟล์ไว้สูงที่สุด
๓. มือต้องนิ่ง
๔. เปิดโหมด HDR ในกรณีแสงมากหรือน้อยเกินไป
๕. เช็กเลนส์กล้องมือถือเสมอ
๖. คำนึงถึงองค์ประกอบภาพ (สามารถเปิดโหมดจุดตัด ๙ ช่องที่มือถือเสมอ)

- ๗. เรียนรู้ Mode การถ่ายภาพของมือถือตัวเอง
- ๘. ควรเรียนรู้ App แต่งภาพที่หลากหลาย



ลักษณะภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่ดี

๑. ให้ภาพเล่าเรื่อง ภาพเดียว เรื่องเดียว
๒. ตอนถ่ายภาพให้คิดเสมอว่า ถ่ายภาพเพื่อให้คนดู รู้สึกอย่างไร
๓. ภาพหมู่ ควรได้สัดส่วนเสมอกัน
๔. อย่าให้ภาพรกและมีส่วนเกิน เช่น มีธง ต้นไม้บนหัว
๕. ให้เลือกโฟกัสที่ต้องการเน้น
๖. ก่อนกดชัตเตอร์ ให้ดูโฟกัส แสง องค์ประกอบของภาพ
๗. หลีกเลี่ยงภาพที่ติดพระบรมฉายาลักษณ์ (ในบางกรณี)

สำหรับการผลิตสื่อวีดิทัศน์/คลิปวิดีโอ มีโครงสร้างรูปแบบในการเล่าเรื่อง วิธีการเขียนเล่าเรื่อง รวมถึงกลยุทธ์คิดและสร้างเรื่องเล่าประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจ ดังนี้

โครงสร้างรูปแบบการเล่าเรื่องในสื่อวีดิทัศน์/คลิปวิดีโอ ประกอบด้วย

๑. เปิดเรื่อง ในการเปิดเรื่องต้องพยายามดึงดูดคนดูให้สนใจ
๒. Jingle ดนตรีประกอบสั้น ๆ เช่น ประกอบชื่อยุทธการ ประกอบช่วง สร้างการจดจำ เป็นสีสรรที่ทำให้วีดิทัศน์น่าสนใจหรือไม่น่าสนใจได้

๓. เล่าเรื่อง ให้ข้อมูล “๕ W และ ๑ H” (ใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไหร่ ทำไม อย่างไร)

๔. ปิดท้าย ในการปิดท้ายวิดีโอทัศน์ ควรย้ำวัตถุประสงค์

วิธีการเขียนเรื่องเล่าเรื่อง

การเขียนเรื่องเล่าที่ดี มีหลักที่สำคัญคือ “๕ W และ ๑ H”

๕ W คือ Who ใครบ้างที่อยู่ในเรื่อง
 What อะไรคือสิ่งสำคัญหรือสิ่งที่น่าสนใจ
 Where เรื่องราวเกิดที่ไหน
 When เรื่องนั้นเกิดขึ้นเมื่อไหร่
 Why ทำไมจึงเกิดเหตุการณ์นั้นขึ้น

และ ๑ H คือ How เรื่องนั้นเกิดขึ้นอย่างไร

กลยุทธ์คิดและสร้างเรื่องเล่าประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจ

๑. มีความแปลกใหม่ ไม่เคยได้ยินมาก่อน
๒. มีผลกระทบต่อคนหมู่มาก
๓. มีความโดดเด่น ทั้งในเรื่องของบุคคล กิจกรรม สถานที่
๔. ตอบข้อสงสัยได้
๕. สร้างความหวัง
๖. ให้ความรู้
๗. ทันเหตุการณ์ เรื่องที่อยู่ในความสนใจ
๘. สร้างผลทางอารมณ์ ต่อจิตใจ เช่น ดูแล้วรู้สึกดี ชาบซึ้ง เปลี่ยนทัศนคติ อยากให้ความร่วมมือ เป็นต้น

ขั้นตอนการผลิตสื่อวีดิทัศน์ /คลิปวิดีโอ

เมื่อได้ทราบองค์ประกอบและหลักการในการเขียนเนื้อหาในการผลิตสื่อวีดิทัศน์ /คลิปวิดีโอแล้ว ต่อไปนี้คือ ขั้นตอนการผลิต ซึ่งมี ๓ ขั้นตอนใหญ่ๆ คือ ขั้นตอนการเตรียมงาน ขั้นตอนการถ่ายทำ และขั้นตอนหลังการถ่ายทำ รายละเอียด ดังต่อไปนี้

๑. ขั้นตอนการเตรียมงาน

๑.๑ วางแผน โดยยึดหลัก “๕ W และ ๑ H”

What กำหนดเรื่อง ประเด็นว่าจะทำเรื่องใด
 Who พิจารณากลุ่มเป้าหมายเป็นใคร
 Why วัตถุประสงค์ในการจัดทำ
 Where จะถ่ายทำที่ไหน มีฉากในการนำเสนออย่างไร

When ถ่ายทำเมื่อใด

How จะถ่ายทำ/จัดทำอย่างไร

๑.๒ ค้นคว้าหาข้อมูลและรวบรวมข้อมูล

๒. ขั้นตอนการถ่ายทำ

เป็นขั้นตอนการจัดทำ / ถ่ายทำตามบทที่กำหนดไว้ ต้องใช้เทคนิคต่างๆ ผสมผสาน เช่น การถ่ายภาพ การบันทึกเสียง บรรยาย สัมภาษณ์ ฯลฯ

๓. ขั้นตอนหลังการถ่ายทำ

เป็นขั้นตอนการตัดต่อ ลำดับภาพ และใส่ Sound / Effect / Graphic / Title

การฝึกปฏิบัติตัดต่อวิดีโอด้วยแอปพลิเคชัน KineMaster

การอบรมหลักสูตร “นักประชาสัมพันธ์ดิจิทัล Smart PR” รุ่นที่ ๑๑ นี้ ได้เรียนการตัดต่อวิดีโออย่างง่ายด้วยแอปพลิเคชัน KineMaster และให้ฝึกปฏิบัติ

KineMaster หรือ KineMaster Pro Video Editor เป็นแอปพลิเคชันตัดต่อวิดีโอสำหรับสมาร์ทโฟนที่รองรับทั้งระบบ iOS และ Android ไม่รองรับสมาร์ทโฟนรุ่นเก่า

ตัวอย่าง คือ คลิปวิดีโอที่ตัดต่อตามแนวคิด “Smart PR ด้านการศึกษาที่สอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล” ที่แนบมาพร้อมนี้

ภาพบรรยากาศการฝึกอบรมการใช้ Smart Phone ผลิตสื่อ









ขอขอบคุณภาพถ่ายบางส่วนจากสถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์