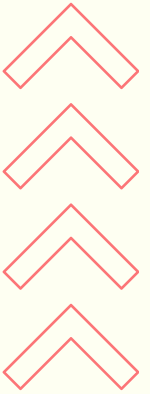
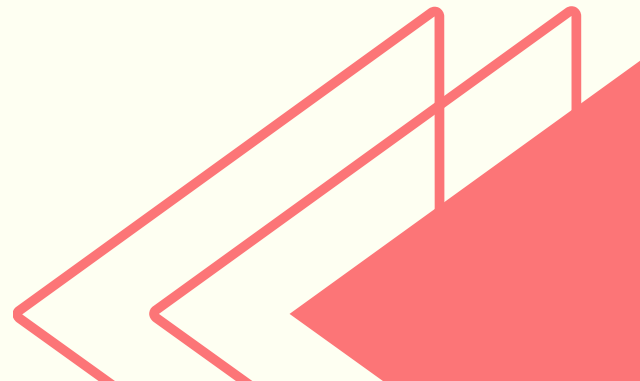
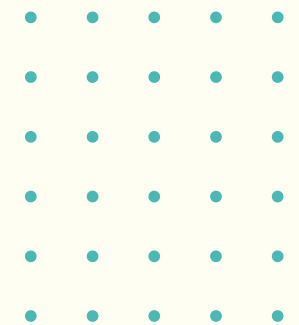




ความสำคัญของภาพถ่าย ในข่าวประชาสัมพันธ์

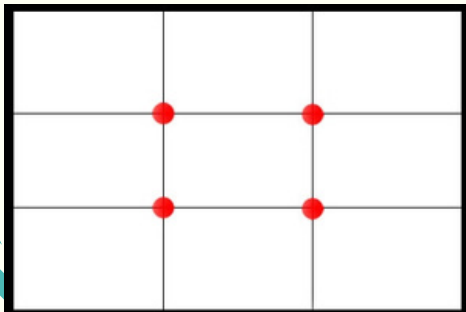


- ภาพช่วยดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน
- เพิ่มความน่าเชื่อถือให้ข่าว
- เสริมสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร



เทคนิคการจัดองค์ประกอบภาพ (Composition Techniques)

- กฎสามส่วน (Rule of Thirds)
- เส้นนำสายตา (Leading Lines)
- การใช้เฟรมธรรมชาติ (Natural Frames)
- การเล่นกับมุมมอง (Perspective Play)



มุมมองและระยะภาพ (Perspective and Framing)

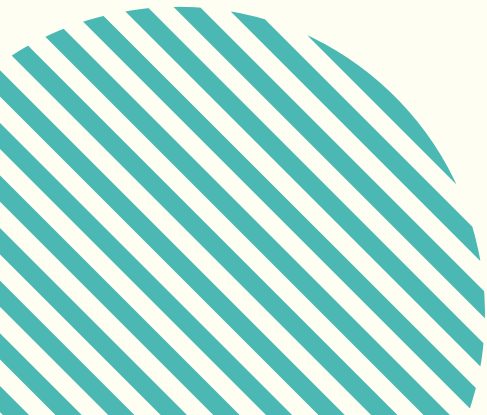
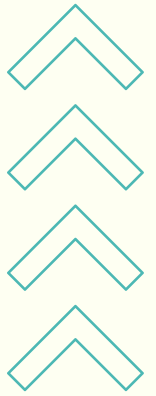
- มุมสูง (High Angle)
- มุมต่ำ (Low Angle)
- การโฟกัสและระยะชัดลึก



ที่มาของภาพ intrendmall.com

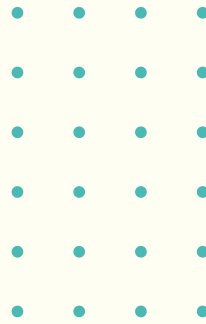
การถ่ายภาพบุคคล (Portrait Photography)

- เลือกพื้นหลังที่เหมาะสม
- ใช้แสงเพื่อบันทึกภาพ
- ถ่ายทอดอารมณ์ผ่านภาพ



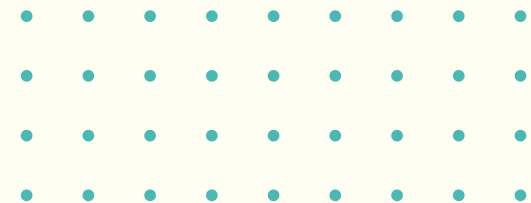
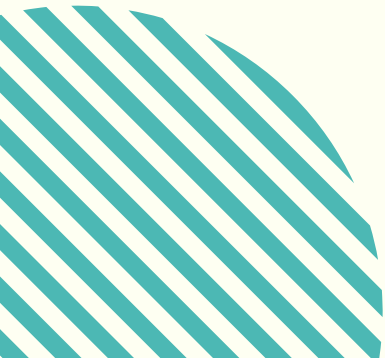
การถ่ายภาพกิจกรรม (Event Photography)

- จับภาพช่วงเวลาสำคัญ
- ใช้โหมดถ่ายต่อเนื่อง
- เล่าเรื่องผ่านภาพ



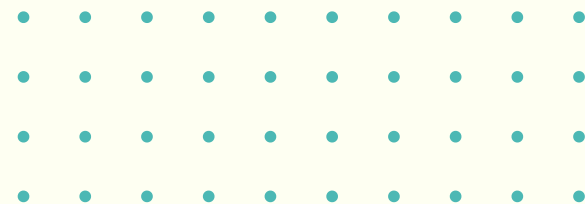
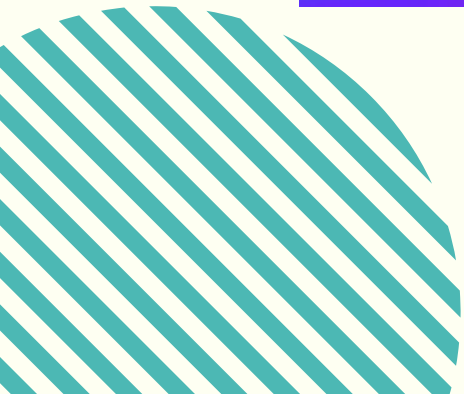
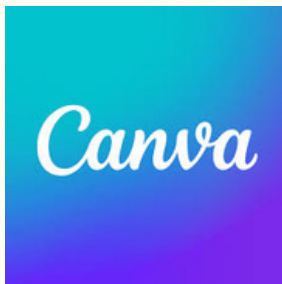
ประเภทของภาพที่เหมาะสมกับข่าวประชาสัมพันธ์

- ภาพบุคคล (Portraits) - สื่อสารบุคลิกภาพขององค์กร
- ภาพกิจกรรม (Event Photography) - แสดงความเคลื่อนไหว
- ภาพสินค้าและบริการ (Product & Service Photography)
 - เน้นรายละเอียด
- ภาพเบื้องหลัง (Behind-the-Scenes) - สร้างความน่าสนใจ



เครื่องมือและแอปพลิเคชันที่ช่วยปรับแต่งภาพ

- Adobe Lightroom, Photoshop – ปรับแต่งสีและแสง
- Canva, Snapseed – ใช้งานง่ายสำหรับผู้เริ่มต้น
- VSCO, Instagram Tools – ฟิลเตอร์และการแต่งภาพบนมือถือ



บทสรุป

- การใช้ภาพถ่ายช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของข่าวประชาสัมพันธ์
- เทคนิคที่ดีช่วยให้ภาพสื่อสารได้ชัดเจนและดึงดูดความสนใจ
- ควรเลือกใช้เทคนิคที่เหมาะสมตามบริบทของข่าว

รวบรวมข้อมูลโดย : นายสิทธิพล ธิติโชติรส นักประชาสัมพันธ์ ศูนย์อนามัยที่ 5 ราชบุรี