



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ... สำนักงานการประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ... สงต... โทร. ๐-๒๖๑๘-๒๓๒๓... ต่อ ๑๗๑๐, ๑๗๑๑...

ที่... นร.๐๒๐๙.๐๓/ ๑๓๕... วันที่... ๑๐... กรกฎาคม ๒๕๖๓...

เรื่อง... สรุปผลฝึกอบรมออนไลน์ของ ABU เรื่อง “การเล่าเรื่องผ่านอินสตาแกรม” (Storytelling on Instagram)...

เรียน ผอ.สปต.

ตามที่ นางสาวพรพิรุณ หุ่นรอด นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ สงต. ได้รับมอบหมายให้เป็นผู้แทน สปต. เข้าร่วมฝึกอบรมออนไลน์ของสหภาพวิทยุและโทรทัศน์แห่งเอเชีย - แปซิฟิก (Asia-Pacific Broadcasting Union: ABU) หัวข้อ “การเล่าเรื่องผ่านอินสตาแกรม” (Storytelling on Instagram) โดยมี Sanne Breimer เป็นวิทยากร เมื่อวันที่ ๓๐ มิถุนายน ๒๕๖๓ เวลา ๑๒.๐๐ - ๑๓.๐๐ น. (ตามเวลาในประเทศไทย) ผ่านช่องทางโปรแกรม Zoom นั้น

ในการนี้ สงต. ขอสรุปสาระสำคัญจากการเข้าร่วมการฝึกอบรมดังกล่าว ดังนี้

๑. การใช้สื่อโซเชียลมีเดียผ่านช่องทาง Application Instagram: IG กำลังเป็นนิยมสูงขึ้นทุกปี เนื่องจากใช้สะดวกง่ายดาย ไม่ซับซ้อน ซึ่งปัจจุบัน สำนักข่าวชั้นนำทั่วโลก เช่น BBC Aljazeera CGTN ได้สร้าง IG ขึ้นเพื่อเป็นช่องทางเลือกในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายทั่วโลก โดยมีผลสำรวจจาก BBC ยืนยันว่า IG อาจจะมาแทนช่องทาง twitter ในอนาคตอันใกล้ ขณะที่ IG ของสำนักข่าว Aljazeera ที่มีชื่อว่า AJ+ กำเนิดขึ้นเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของสำนักข่าว Aljazeera ในมุมมองที่แตกต่างออกไป หรือสำนักข่าวบางแห่งจะสร้าง IG ไว้เพื่อมุ่งเน้นที่จะเผยแพร่เรื่องราวเฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่เป็นประเด็นที่ทั่วโลกให้ความสนใจ เช่น account IG ชื่อว่า guardian นำเสนอเกี่ยวกับวิธีตรวจสอบข่าวลวง รวมทั้งการสร้างปฏิสัมพันธ์หรือการมีส่วนร่วม (engagement) ระหว่างผู้เผยแพร่และผู้รับสาร ซึ่งเป็นการสำรวจความนิยมของกลุ่มเป้าหมายทางหนึ่ง

๒. IG พัฒนามาจากช่องทางโซเชียลมีเดียที่ชื่อว่า snapchat ซึ่งเป็นที่นิยมในสหรัฐอเมริกามาก่อน แต่ปัจจุบัน IG มีลักษณะการใช้งานที่ดีกว่าและเป็นที่นิยมมากกว่า โดยการใช้ feature story ซึ่งเป็น function สำหรับการสร้างเนื้อหาเพื่อเผยแพร่ให้คนดูที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ในการนี้การเผยแพร่ผ่านช่องทาง IG มีวัตถุประสงค์เพื่อการบอกเล่าหรือการรณรงค์ทางสังคม โดยสามารถใช้ทั้งภาพเคลื่อนไหว ภาพนิ่ง และข้อความ นำมาร้อยเรียงเป็นเรื่องราว ด้วยการใช้เทคนิค retell story (การเล่าเรื่องเดิมให้แตกต่างจากการเล่าครั้งแรก) โดยมีเทคนิค คือ การดึงความรู้สึกตัวแสดงออกมาให้ชัดเจนขึ้น การใช้ Quiz เพื่อสอบถามความเห็นจากกลุ่มเป้าหมาย การใช้สไลด์ในรูปภาพเพื่อดึงดูดกลุ่มคนดู การใช้ Influencer (ผู้ทรงอิทธิพล) เพื่อดึงดูดให้คนเข้ามาดู รวมทั้งการใช้ Application สำหรับตกแต่งภาพ หรือตัดต่อคลิปเพื่อการเผยแพร่ทาง IG โดยเฉพาะตลอดจนการนำเอาเรื่องราวหรือภาพเก่า ๆ มาร้อยเรียงใหม่ให้ดูน่าสนใจยิ่งขึ้น เทคนิคที่ใช้สำหรับสร้างเรื่องราวต่าง ๆ ใน IG จะทำให้ผู้ที่รับสื่อทาง IG เกิดความรู้สึกสนใจที่จะเข้าไปค้นหาข้อมูลของเรื่องนั้น ๆ ให้มากขึ้น

๓. การสร้างเนื้อหาโดยใช้ Feature story ในเฟซบุ๊กไม่เป็นที่นิยมเท่ากับใน IG เพราะเฟซบุ๊กสร้างเนื้อหาโดยใช้ function อื่นอยู่แล้ว ขณะที่ IG จะใช้การสร้างไวรัลเป็นรูปภาพขนาดใหญ่ให้ดูผ่านสายตาสู่กลุ่มเป้าหมายเพื่อโฆษณาเนื้อหา

๔. วิธีการใช้โซเชียลมีเดียทาง IG ให้ประสบความสำเร็จ ประกอบด้วยวิธีการต่อไปนี้

๔.๑ กลยุทธ์ ๔ ข้อ ในการสร้างตัวตนให้แก่ผู้เผยแพร่ ได้แก่

สิ่งที่ทำให้...

- สิ่งที่ทำให้ตัวตนของผู้เผยแพร่แตกต่างจากคนอื่น
- สร้างคุณสมบัติที่สำคัญที่ชัดเจนของผู้เผยแพร่
- กลุ่มเป้าหมายรู้จักผู้เผยแพร่จากเรื่องอะไร ด้านใด
- ผู้เผยแพร่ต้องการที่จะแก้ปัญหาอะไรให้กลุ่มเป้าหมาย

๔.๒ ต้องรู้จักกลุ่มเป้าหมายของ IG ที่สร้างขึ้นอย่างชัดเจนว่าเป็นกลุ่มใดบ้าง และหากต้องการจะทราบว่ากลุ่มเป้าหมายเป็นใครให้ใช้วิธีการสร้างปฏิสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องระหว่างผู้เผยแพร่และกลุ่มเป้าหมาย โดยศึกษาว่ากลุ่มเป้าหมายต้องการอะไรจากการเข้ามามีปฏิสัมพันธ์ในพื้นที่ IG ของผู้เผยแพร่ และสร้างการมีส่วนร่วมกับกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด

๔.๓ วิธีการสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ติดตามเจ้าของ IG มีดังนี้

- การสร้างความสัมพันธ์ด้วยการพูดคุยกันแบบปกติในสังคม เพื่อสร้างความเป็นกันเองในระดับบุคคล ก่อให้เกิดความไว้วางใจในการที่จะพูดคุยด้วย

- การสร้าง storyboard ก่อนที่จะมีการเผยแพร่ลง IG ซึ่งเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงความเป็นมืออาชีพของผู้เผยแพร่

๔.๔ เคล็ดลับ ๑๐ ประการ ในการสร้างเนื้อหาเพื่อเล่าเรื่องผ่าน IG คือ

- เล่าเรื่องเหมือนเล่าให้เพื่อนฟัง
- เล่าสั้น ๆ และง่าย ๆ
- เรื่องแต่ละเรื่อง ควรมีข้อความหลักเพียง ๑ ข้อความ
- ไม่ต้องบรรยายในสิ่งที่สื่อด้วยภาพ ให้เล่าเฉพาะสิ่งที่ไม่ปรากฏในเรื่อง
- เพิ่มความน่าสนใจโดยการใช้ภาษากายและการเคลื่อนไหวร่างกายไปพร้อม ๆ กับการเล่าเรื่อง
- ใส่คำบรรยายในทุก ๆ สื่อที่เผยแพร่
- ใช้ข้อความและ Gifs หรือการใช้กราฟิกแบบเคลื่อนไหว ที่แสดงแทนอารมณ์

ผู้เผยแพร่ เช่น emoji ต่าง ๆ

- ใส่ hashtag ในทุกเรื่องราวที่เผยแพร่
- ใช้วิธีการถ่ายภาพ ๕ แบบ
- ใช้ Application สำหรับตกแต่งหรือตัดต่อในการสร้างเรื่องราว

๕. สิ่งสำคัญในการสร้างเรื่องราวใน IG คือ ต้องศึกษาแนวโน้ม ความนิยมของสังคมว่าเป็นไปในทิศทางใด เรื่องใดอยู่ในกระแสสังคม และกระแสนั้นอยู่ในความสนใจของสังคมยาวนานเพียงใด นอกจากนี้ให้พึงระลึกว่า จำนวนผู้ติดตามไม่สำคัญเท่ากับผู้ที่เข้ามามีส่วนร่วมใน IG ของผู้เผยแพร่ เพราะการมีส่วนร่วมระหว่างกันจะสร้างผลกระทบ (impact) ต่อสังคมหรือบุคคลได้มากกว่าการเข้ามาชมเพียงอย่างเดียว

๖. สามารถสร้างเนื้อหาใน IG ได้ทาง IG story, feature, feed post, และ IG TV ซึ่งหากต้องการให้มีผู้ติดตามหรือการมีส่วนร่วมเพิ่มมากขึ้นต้องหมั่นเผยแพร่ซ้ำอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างตัวตนให้เป็นที่รู้จัก อย่างไรก็ตาม IG ยังไม่สามารถสร้างมูลค่าทางการเงินได้มากเท่ากับ Youtube หรือเว็บไซต์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ ทั้งนี้ เห็นควรนำสรุปผลการอบรมดังกล่าวเผยแพร่ทางอินทราเน็ต เพื่อเป็นข้อมูลในการนำไปปรับใช้ในงานของ กปส. และควรนำความรู้ไปประยุกต์ใช้งานสื่อโซเชียลมีเดียของ กปส. ได้

ททพ/๑๔๗/๒๖๑๘

วิมล อัคร

(นางวันเพ็ญ อัคร)

ผอ.สปต.

๑๕ ก.ค. ๒๕๖๓

ศิริวรรณ

(นางศิริวรรณ ตำปรีดา)

ผอ.สงต.