



แนวทางการเรียนรู้การถ่ายวิดีโอขายออนไลน์ในยุคดิจิทัล

Guidelines for Learning to Shooting Video for Sale Online in the Digital Age

นรินทร์ นนทมาลย์¹

Narin Nonthamand¹

บทคัดย่อ

การถ่ายวิดีโอเพื่อบันทึกเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาที่สำคัญต่าง ๆ ถือเป็นเอกลักษณ์ของวิดีโอที่ถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกได้ดี แต่ก่อนที่จะเริ่มถ่ายวิดีโอเพื่อนำไปขายออนไลน์ ควรศึกษาความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับวิดีโอ เช่น ความละเอียดและรูปแบบของวิดีโอ เฟรมเรต มุมกล้อง ขนาดภาพ การเคลื่อนไหว กล้อง อุปกรณ์ที่ใช้ในการถ่ายทำ การจัดองค์ประกอบภาพ รวมไปถึงเทคนิควิธีการถ่ายทำ การจัดการไฟล์ การตัดต่อวิดีโอ การตัดต่อเสียง และการสร้างเอฟเฟกต์ต่าง ๆ ซึ่งในยุคดิจิทัลทุกคนสามารถศึกษาได้จากหลากหลายแหล่งเรียนรู้ออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ สื่อสังคม บทเรียนออนไลน์ ที่แต่ละมหาวิทยาลัยหรือหน่วยงานต่าง ๆ เปิดให้ศึกษา รวมไปถึงการเรียนแบบ MOOC แม้แต่ในการจัดการเรียนการสอนผู้สอนในชั้นเรียน ผู้สอนควรส่งเสริมให้ผู้เรียนได้เรียนรู้และทดลองปฏิบัติ ซึ่งจะทำให้ผู้เรียนได้เรียนรู้จากการปฏิบัติ ประเด็นการเรียนรู้อีกประเด็น คือ ขั้นตอนการส่งวิดีโอขึ้นระบบเพื่อขายในเว็บไซต์ต่าง ๆ รวมถึงข้อกำหนดและเงื่อนไขของวิดีโอที่จะส่งขาย ที่มีกฎระเบียบและวิธีการส่งขาย ซึ่งแต่ละเว็บไซต์จะมีข้อกำหนดที่แตกต่างกัน สำหรับคนที่ชอบถ่ายวิดีโออยู่แล้วก็ยังสามารถสร้างรายได้จากสิ่งที่ตนเองรัก และมีความสุขกับสิ่งที่ได้ลงมือทำและได้เรียนรู้ในสิ่งที่หลงใหลอย่างไม่มีที่สิ้นสุด

คำสำคัญ: ขายวิดีโอออนไลน์, ถ่ายวิดีโอ, การเรียนรู้, ยุคดิจิทัล

Abstract

Recording a video of important events to retain emotions and feelings is one of the best way to express ideas. Comparing to past practices, the person recording should first learn basic functions such as video resolution, video format, frame rate, composition, camera movement, equipment used for shooting, composition techniques for shooting, file management, video editing, audio editing and visual effects including the trend of videos in the online market. In the digital era, video makers can find various online sources such as websites, social media, online courses published by universities or education agencies,

Article Info: Received 5 January, 2020; Received in revised form 18 March, 2020; Accepted 20 March, 2020

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีทางการศึกษา วิทยาลัยการศึกษา มหาวิทยาลัยพะเยา อีเมล: narin.no@up.ac.th

Lecturer in Educational Technology, School of Education, University of Phayao E-mail: narin.no@up.ac.th

self-learning programs and MOOC which has become popular today. Even in the classroom, teachers should encourage students to learn and experiment independently, which will enable learners to gain knowledge from practice.

After learning about production, learners should also pick up more about uploading the video to the system for sale on different websites, including the terms and conditions of selling videos online. Different websites may have varying terms and conditions for buying and selling videos. Learners should also study the terms and conditions thoroughly to enhance their learning process in the digital age. Those who love making videos may be pleased to know they may earn an income doing what they love.

Keywords: sale video online, shooting video, learning, digital age

บทนำ

ในยุคดิจิทัล วิดีโอถือเป็นสื่อที่มีความนิยมในการใช้งาน และมีจำนวนผู้ใช้งานเป็นจำนวนมาก จากรายงานของ Hootsuite ที่ระบุว่าหนึ่งในสามเว็บไซต์ที่มีผู้คนเข้าใช้งานมากที่สุด คือ youtube.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่สามารถให้ผู้ใช้งานเข้ามาชมวิดีโอต่าง ๆ ตามความต้องการ รวมไปถึงการค้นหายอดนิยมของ Google ในปี 2018 ในอันดับที่สี่คือคำว่า วิดีโอ และเวลาที่ผู้คนใช้เวลาในการทำกิจกรรมออนไลน์มากที่สุด คือ การดูวิดีโอออนไลน์ นำเสนอเป็นร้อยละ 92 (Hootsuite Inc, 2019) อีกทั้งผลการสำรวจความคิดเห็นจากการใช้งานวิดีโอของผู้รับชมวิดีโอ ร้อยละ 68 กล่าวว่าผู้รับชมต้องการเรียนรู้เกี่ยวกับเนื้อหา การบริการผลิตภัณฑ์ หรือบริการโดยการศึกษาจากวิดีโอ (Wyzowl, 2019) รวมไปถึงในวงการศึกษาไม่ว่าจะเป็นบทเรียนออนไลน์ หรือการเรียนการสอนออนไลน์ในแต่ละสถาบันนิยมใช้วิดีโอเป็นสื่อการสอน รวมไปถึงในช่วงที่เกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดไวรัส เนื่องจากวิดีโอเป็นสื่อที่ทำให้ผู้เรียนย้อนกลับไปดูได้ตามความต้องการ ช่วยสร้างแรงจูงใจให้กับผู้เรียนได้เป็นอย่างดี ที่มีความหลากหลายในการนำเสนอเนื้อหาและแบ่งปันในยุคดิจิทัลได้สะดวก รวมทั้งผู้เรียนนิยมดูวิดีโอมากกว่าอ่านหนังสือ (Cooke, 2018; Shift Disruptive Elearning, 2019; The Online Course Coach, 2019) วิดีโอที่ผลิตขึ้นอาจส่งต่อให้ผู้เรียนในระบบวิดีโอที่พัฒนาขึ้น หรือนำเสนอผ่านเว็บไซต์หรือแพลตฟอร์มสำหรับแชร์วิดีโอ เช่น YouTube ซึ่งถือว่าเป็นหนึ่งในแพลตฟอร์มสื่อดิจิทัลที่ทรงพลังที่สุดในโลก ที่เผยแพร่ครั้งแรกในปี 2009 (Burgess

& Green, 2018) วิดีโอจึงเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมและเป็นสื่อที่ถูกนำไปใช้ในวงการต่าง ๆ การเลือกซื้อวิดีโอออนไลน์เพื่อนำไปประกอบการผลิต ถือเป็นทางเลือกอีกช่องทางสำหรับทีมผลิตรายการซึ่งช่วยประหยัดทั้งเวลาในการถ่ายทำและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ซึ่งในบางครั้งมีค่าใช้จ่ายในเรื่องนายแบบ นางแบบ เครื่องแต่งกาย อุปกรณ์ประกอบในการถ่ายทำฉากที่ใช้ในการถ่ายทำ สถานที่และเทคนิคที่ใช้ในการถ่ายทำ ในปัจจุบันมีเว็บไซต์ที่ให้บริการขายวิดีโออย่างมากมาย เช่น เว็บไซต์ 123RF, Adobe Stock, BigStock, DepositPhotos, Getty Images, iStock, Pixa, Shutterstock, Uscreen (123RF, 2019a; Adobe Stock, 2019; BigStock, 2019b; Cornelius, 2019; Depositphotos, 2019; GettyImages, 2019; Pixtastock, 2019; Shutterstock, 2014; Uscreen, 2019) ทุกวันนี้ทุกคนสามารถถ่ายวิดีโอได้สะดวกโดยใช้สมาร์ทโฟนหรือกล้องถ่ายภาพ ไม่ว่าจะเป็นกล้อง compact กล้อง Mirrorless กล้อง DSLR (Digital Single Lens Reflex camera) กล้อง action camera ที่สามารถบันทึกเหตุการณ์ต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันไว้ในรูปแบบวิดีโอได้เพียงแค่กดปุ่มบนหน้าจอมือถือ นอกจากการบันทึกวิดีโอเพื่อความทรงจำแล้วส่งต่อกับบุคคลอื่น หรือเผยแพร่ทางโซเชียลมีเดียแล้ว ยังสามารถนำวิดีโอที่ถ่ายเก็บไว้ส่งขายตามเว็บไซต์ตัวแทนขายวิดีโอ ซึ่งบางเว็บไซต์ยังเป็นตัวแทนขายทั้งวิดีโอและภาพ รายชื่อตัวแทนเว็บไซต์ขายวิดีโอนำเสนอในตาราง 1

ตาราง 1

รายชื่อตัวแทนเว็บไซต์ขายวิดีโอ ปีที่ก่อตั้ง และสำนักงานใหญ่

ชื่อ	เว็บไซต์	ก่อตั้งเมื่อ	สำนักงานใหญ่
123RF	www.123rf.com	2005	Malaysia
Adobe Stock	stock.adobe.com	2015	San Jose, California, United States
BigStock	www.bigstockphoto.com	2004 *2009 ดูแลโดย Shutterstock	New York, United States
DepositPhoto	depositphotos.com	2009	Fort Lauderdale, United States

ตาราง 1 (ต่อ)

รายชื่อตัวแทนเว็บไซต์ขายวิดีโอ ปีที่ก่อตั้ง และสำนักงานใหญ่

ชื่อ	เว็บไซต์	ก่อตั้งเมื่อ	สำนักงานใหญ่
Fotolia	www.fotolia.com/	2004 *2015 ดูแลโดย Adobe เปลี่ยนชื่อ เป็น Adobe Stock	New York, United States
Getty Images	www.gettyimages.com	1995	Seattle, Washington, United States
iStock	www.istockphoto.com	2000	Canada
Pixta	www.pixtastock.com	2005	Japan
Shutterstock	www.shutterstock.com	2003	New York, United States
Uscreeen	www.uscreeen.tv	2015	Washington DC, United States

หมายเหตุ: ข้อมูลจาก (123RF, 2019a; Adobe, 2014, 2015; Adobe Stock, 2019; BigStock, 2019b; Depositphotos, 2019; GettyImages, 2019; Pixtastock, 2019; Cornelius, 2019; Shutterstock, 2014; Uscreeen, 2019; Wikipedia, 2019, 2020a, 2020b, 2020c, 2020d, 2020e, 2020f)

ผู้สอนควรออกแบบกิจกรรมที่ส่งเสริมทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรม ทักษะสารสนเทศและเทคโนโลยี รวมทั้งทักษะชีวิตและอาชีพ โดยอาจใช้การขายวิดีโอออนไลน์มาบูรณาการกับรายวิชาต่าง ๆ จัดเป็นกิจกรรมให้ผู้เรียนได้ฝึกปฏิบัติ เช่น การให้ผู้เรียนเล่าเรื่องและอธิบายวิดีโอที่ถ่ายมาเป็นภาษาอังกฤษ หรือการฝึกความสามารถในการผลิตวิดีโอแล้วนำไปต่อยอดในการสร้างรายได้ด้วยตนเอง คือ YouTuber หรือ นักผลิต content ออนไลน์

ก่อนเริ่มทำการขายวิดีโอ ผู้ขายควรศึกษาและเรียนรู้เกี่ยวกับการผลิตวิดีโอเบื้องต้น ไม่ว่าจะเป็น ความละเอียดของวิดีโอ (video resolution) รูปแบบของวิดีโอ (video format) เฟรมเรต (frame rate) มุมกล้อง ขนาดภาพ การเคลื่อนไหวของกล้อง อุปกรณ์ที่ใช้ในการถ่ายทำ เช่น กล้อง เลนส์ ขาตั้งกล้อง รวมไปถึงเทคนิควิธีการถ่ายทำ การจัดการไฟล์วิดีโอ การตัดต่อวิดีโอ การตัดต่อเสียง และการสร้างเอฟเฟกต์ต่าง ๆ เพื่อการวางแผนในการถ่ายทำอย่างเป็น

ระบบ โดยเนื้อหาเหล่านี้สามารถศึกษาได้จากแหล่งเรียนรู้ออนไลน์ต่าง ๆ

การเรียนรู้แบบ MOOC (Massive Open Online Course) ที่มีบทเรียนมากมายเปิดโอกาสให้ผู้สนใจเข้ามาเรียน ทั้งเป็นการเรียนด้วยตนเองหรือมีการติดต่อสื่อสาร ปฏิสัมพันธ์กันออนไลน์ผ่านระบบการจัดการเรียนการสอน โดยมีทั้งเสียค่าใช้จ่ายและไม่เสียค่าใช้จ่าย เช่น Udemy มีจำนวน 1,970 บทเรียนที่เกี่ยวข้องกับการถ่ายภาพและมีบทเรียนเกี่ยวกับการผลิตวิดีโอ (Udemy, 2019) รวมถึง YouTube ที่มีจำนวนผู้ใช้งานและสร้างเนื้อหาแล้วอัปโหลดเพื่อที่แชร์จนถึงปัจจุบันมีจำนวน 50 ล้านคน รวมถึงผู้เข้าในงานจำนวน 500 ล้านคน (Omnicores Agency, 2019) และข้อมูลจาก Chi (2019) ที่กล่าวว่า YouTube มีผู้ใช้งานที่อัปโหลดวิดีโอใหม่ 65,000 ครั้งและการดูวิดีโอ 100 ล้านครั้งต่อวัน โดยดูวิดีโอมากกว่าหนึ่งพันล้านชั่วโมงในแต่ละวันโดยผู้ที่เข้ามาชมมากที่สุดมีอายุระหว่าง 18-34 ปี (YouTube, 2019) ซึ่งมีวิดีโอเกี่ยวกับกระบวนการผลิต และเทคนิควิธีการต่างๆ รวมไปถึงวิธีการขายวิดีโอออนไลน์ อีกหนึ่งเว็บไซต์ที่ให้บริการเหมือนกับ YouTube ก็คือ Vimeo และบทเรียนออนไลน์เหล่านี้จะนำเสนอสื่อการสอนในรูปแบบของวิดีโอเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นวิดีโอจึงมีความสำคัญและมีความต้องการในการผลิตไม่เพียงสองรองจากสื่อการสอนประเภทอื่น ๆ ยุคดิจิทัล

รวมถึงทรัพยากรการเรียนรู้แบบเปิด แหล่งการเรียนรู้แบบเปิด แหล่งทรัพยากรด้านการศึกษาแบบเปิด ทรัพยากรการศึกษาแบบเปิด ซึ่งมีความหมายเดียวกัน ส่วนในภาษาอังกฤษใช้คำว่า Open Educational Resources (OER) ก็มีเนื้อหาเกี่ยวกับวิดีโอและการถ่ายภาพ เช่น MERLOT ที่เป็นโปรแกรมในระบบมหาวิทยาลัยแห่งรัฐแคลิฟอร์เนียที่ร่วมมือกับสถาบันการศึกษาสังคมวิชาชีพและอุตสาหกรรมพัฒนาขึ้น มีทรัพยากรการเรียนรู้เรื่อง photography จำนวน 225 เนื้อหา (MERLOT, 2019) อีกทั้ง OER Commons ก็มีเนื้อหาเกี่ยวกับ photography จำนวน 198 เนื้อหา (OER Commons, 2019)

การเรียนรู้ทั้งหมดในยุคดิจิทัลทำให้รูปแบบการเรียนรู้แตกต่างไปจากเดิม เปลี่ยนจากการศึกษาหาข้อมูลจากหนังสือและการลงมือทำลองผิดลองถูกด้วยตนเอง หรือเรียนรู้จากคนที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน แต่ในยุคดิจิทัล การเรียนรู้สามารถเชื่อมโยงถึงกัน สามารถเข้าถึงข้อมูล เนื้อหาดิจิทัลได้ทุกคน แบ่งปันความรู้ ประสบการณ์ ข้อมูล เทคนิคต่าง ๆ ร่วมกัน แล้วร่วมกันเรียนรู้มีการติดต่อสื่อสาร ร่วมกันแก้ปัญหา ค่อยช่วยเหลือและให้คำปรึกษา ออกแบบการเรียนรู้ด้วยตนเอง มีเครื่องมือเทคโนโลยีที่สนับสนุนในการเรียนรู้ ตามองค์ประกอบ

ของการเรียนรู้ในยุคดิจิทัล ดังแสดงในตาราง 2 (ใจทิพย์ ณ สงขลา, 2561; Barger, 2018; Cassell, 2014; Chasse, 2017; de Wit & van Dompsele, 2017; Governor's Office of Student Achievement [GOSA], 2020; Pfeifer-Luckett, 2019; Pro Tips, 2019; Sarnok et al., 2019)

ตาราง 2

องค์ประกอบของการเรียนรู้ดิจิทัล

รายการ อ้างอิง	ระบบการจัดการเรียนรู้ สภาพแวดล้อมที่สนับสนุน การวิเคราะห์ข้อมูล ออกแบบการเรียนรู้ด้วยตนเอง การประเมินการเรียนรู้	เข้าถึงได้ทุกคน เครื่องมือเทคโนโลยี การสื่อสาร	เนื้อหาดิจิทัล	การแบ่งปันประสบการณ์ ชุมชนการเรียนรู้ ทำงานร่วมกัน
1	✓	✓	✓	✓
2	✓	✓	✓	✓
3	✓	✓	✓	✓
4	✓	✓	✓	✓
5	✓	✓	✓	✓
6	✓	✓	✓	✓
7	✓	✓	✓	✓
8	✓	✓	✓	✓
9	✓	✓	✓	✓
สรุป	ช่องทางในการเรียนรู้	การสื่อสาร	เนื้อหา	การแบ่งปัน ประสบการณ์

หมายเหตุ: หมายเลขในตารางรายการอ้างอิง 1 (Pro Tips, 2019), 2 (Pfeifer-Luckett, 2019), 3 (Sarnok et al., 2019), 4 (GOSA, 2020), 5 (Barger, 2018), 6 (de Wit & van Dompsele, 2017), 7 (Chasse, 2017), 8 (Cassell, 2014), 9 (ใจทิพย์ ณ สงขลา, 2561)

องค์ประกอบทั้ง 11 องค์ประกอบของการเรียนรู้ดิจิทัลสามารถสังเคราะห์องค์ประกอบได้ 4 องค์ประกอบหลักคือ (1) ช่องทางในการเรียนรู้ (2) การสื่อสาร (3) เนื้อหา (4) แบ่งปันประสบการณ์ แต่ละองค์ประกอบมีรายละเอียดดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 ช่องทางในการเรียนรู้ หมายถึง ระบบการจัดการเรียนรู้ สภาพแวดล้อมที่สนับสนุน การวิเคราะห์ข้อมูล การออกแบบการเรียนรู้ด้วยตนเอง การประเมิน การเรียนรู้ ซึ่งในปัจจุบัน social media ก็ยังเป็นช่องทางในการเรียนรู้ได้ดี เนื่องจากมี สภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการเรียนรู้ มีการ update ข้อมูลอย่างต่อเนื่อง สามารถแสดง ความคิดเห็น รวมไปถึงผู้ที่สนใจในกลุ่มสามารถเลือกเรียนรู้เนื้อหาได้ตามต้องการ ตัวอย่างเช่น กลุ่มใน Facebook ที่มีชื่อกลุ่มว่า Shutterstock Thai Contributors ที่มีจำนวนสมาชิกในกลุ่ม จำนวน 129,968 คน จัดตั้งเพื่อเป็นช่องทางในการพูดคุย แลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้ ข้อมูล สอบถามและตอบปัญหาอันเกิดจากการขายภาพ ขายวิดีโอ ช่วยให้การพัฒนาตัวเองเป็นไปได้ อย่างรวดเร็ว และจัดกิจกรรมเพื่อสร้างสัมพันธ์ที่ดี โดยเน้นเฉพาะกิจกรรมและสาระความรู้ที่ เกี่ยวข้องและสนับสนุนการขายภาพใน Shutterstock.com เป็นหลัก (Shutterstock Thai Contributors, 2020) รวมถึงการสร้างปฏิสัมพันธ์ซึ่ง Facebook สามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ ระหว่างผู้คนทุกคนสามารถแบ่งปันแลกเปลี่ยนแสดงความคิดเห็น พูดคุยและสร้างข้อมูลและ ความรู้ด้วยวิธีการทำงานร่วมกันและส่งผลต่อเรียนรู้มากกว่า social media อื่น (Al-Rahmi & Zeki, 2017; Devi et al., 2019; Greenhow & Lewin, 2016) สามารถสรุปการใช้งาน social media ดังตาราง 3 (Bail, 2017; Longo, 2014; Mäkelä, 2019; Sapountzi & Psannis, 2018)

ตาราง 3

Social media กับลักษณะการใช้งานและจำนวนผู้ใช้งาน

Social media	ปฏิสัมพันธ์										จำนวนผู้ใช้งาน	
	Text	Photo	Video	Articles	Groups	Pages	Live	Stories	Notes	Forums	(Mäkelä, 2019)	(Hoot-suite Inc, 2019)
Facebook	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		2 พันล้านคน	2,101 พันล้านคน
Instagram	✓	✓	✓					✓			800 ล้านคน	895 ล้านคน
YouTube	✓		✓				✓				1 พัน ล้านคน	

ตาราง 3 (ต่อ)

Social media กับลักษณะการใช้งานและจำนวนผู้ใช้งาน

Social media	ปฏิสัมพันธ์										จำนวนผู้ใช้งาน	
	Text	Photo	Video	Articles	Groups	Pages	Live	Stories	Notes	Forums	(Mäkelä, 2019)	(Hootsuite Inc, 2019)
Snapchat	✓	✓	✓					✓			300 ล้านคน	307 ล้านคน
Twitter	✓	✓	✓	✓				✓			317 ล้านคน	251 ล้านคน
LinkedIn	✓	✓	✓	✓							106 ล้านคน	604 ล้านคน
YouTube	✓	✓	✓	✓						✓	330 ล้านคน	

องค์ประกอบที่ 2 การสื่อสาร หมายถึง การสื่อสารที่เข้าถึงได้ทุกคนโดยใช้เครื่องมือเทคโนโลยี ซึ่งในการสื่อสารเน้นการสอบถามปัญหา อุปสรรค และการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ เช่น กลุ่มใน Facebook ที่มีชื่อกลุ่มว่า Shutterstock Thai Contributors มีการประชาสัมพันธ์เชิญชวนเข้าร่วมทริปถ่ายวิดีโอที่มีนายแบบและนางแบบที่มีใบ model release ให้ อีกทั้งยังมีทีมงานและอุปกรณ์ต่าง ๆ ให้บริการ และการจัดอบรม workshop การสร้างวิดีโอด้วยโปรแกรมต่าง ๆ เพื่อส่งขาย และยังแจ้งข่าวสารจากตัวแทนเว็บขายวิดีโอ หรือในช่วงใดของปีควรส่งวิดีโอเนื้อหาอะไร หรือวิดีโอเนื้อหาใดบ้างในแต่ละช่วงเป็นที่ต้องการของตลาดโลก รวมไปถึงคอยตักเตือนให้กลุ่มคนขายวิดีโอให้ปฏิบัติตามกฎระเบียบ เช่น (1) การคัดลอกผลงานซึ่งมักจะมีการตักเตือนให้ลบผลงานก่อนรายงานต่อตัวแทนการขายวิดีโอเพื่อตักเตือนและระงับบัญชีการขายวิดีโอ (2) การใช้ spam keyword ซึ่งการ spam keyword เป็นการใส่คำค้นที่ซ้ำกันให้กับวิดีโอ เพื่อให้ผู้ซื้อวิดีโอค้นหาวิดีโอเป็นอันดับต้น ๆ เช่น Fishing scene with a fisherman fishing for fish with a fishing pole in a fishing boat with a fish on a hook. (Shutterstock Contributor, 2020)

องค์ประกอบที่ 3 เนื้อหา แบ่งออกเป็นเนื้อหาเบื้องต้นเกี่ยวกับวิดีโอ คือ ความละเอียดของวิดีโอที่จะส่งขาย อุปกรณ์ที่จะใช้ในการถ่ายวิดีโอ เทคนิควิธีการถ่ายวิดีโอ ซึ่งความละเอียดของวิดีอนั้นผู้ขายวิดีโอควรศึกษาก่อน เนื่องจากความละเอียดของวิดีโอมีผลต่อราคาและ

อุปกรณ์ที่ใช้ ซึ่งความละเอียดของวิดีโอมีชื่อเรียกและขนาดที่แตกต่างกัน สรุปได้ดังตาราง 4 (Flexclip, 2019; McCabe, 2018; My Solutions.Tech, 2019; Rusen, 2019; UNEM-Filmproduktion, 2019)

ตาราง 4

ความละเอียดของวิดีโอ

ชื่อความละเอียดของวิดีโอ	ขนาดของวิดีโอ	ชื่อเรียกอื่น ๆ
8K	7680 x 4320 pixels	8K, 8K UHD
2K	2560 x 1440 pixels	4K, 4K UHD
4K	3840 x 2160 pixels	4K, 4K Ultra HD, 4K Ultra-High Definition
1080P	1920 x 1080 pixels	Full HD, FHD, HD, High Definition
720P	1280 x 720 pixels	HD, High Definition
480P	640 x 480 pixels	Standard Definition
	854 x 480 pixels	
360P	640 x 360 pixels	
240P	320 x 240 pixels	

ผู้ขายวิดีโอจำเป็นต้องเรียนรู้เรื่องขนาดของวิดีโอ เพื่อออกแบบการเลือกใช้อุปกรณ์ที่ใช้ในการถ่ายทำ ปัจจุบันกล้อง DSLR และสมาร์ทโฟนสามารถถ่ายวิดีโอได้ในความละเอียด 4K-8K รวมไปถึง (1) ความยาวของวิดีโอที่ส่งขาย (video clip length) ควรมียาวระหว่าง 5-60 วินาทีที่สามารถถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึก โดยในการถ่ายผู้ถ่ายวิดีโอควรถ่ายแยก shot และมีขนาดภาพที่แตกต่างกัน (2) อัตราเฟรมเรต (Frame Per Second หรือ FPS) 23.98, 24, 25, 29.97, 30, 47.95, 47.96, 48, 50, 59.94, 60 ขึ้นอยู่กับอุปกรณ์ที่ใช้ในการถ่ายทำ (3) อัตราส่วนของวิดีโอ (aspect ratio) ควรเลือกเป็น 16:9 (4) รูปแบบของไฟล์วิดีโอ (video file formats) ควรเป็น .mov หรือ .Mp4 ซึ่งวิดีโอที่ส่งขายไม่ควรมีเสียงใด ๆ เว้นแต่เพื่อช่วยส่งเสริมคลิป หรือหากพิจารณาได้ว่าเป็นเนื้อหาสำหรับใช้ประกอบวิดีโอข่าว ซึ่งผู้ขายจำเป็นต้องศึกษาเพื่อวางแผนในการถ่ายทำ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความละเอียดของวิดีโอที่ขาย หากวิดีโอมีความละเอียดมากและขายได้ ราคาที่ขายได้จะสูงขึ้น เช่น วิดีโอความละเอียด 4K จะขายได้ราคาดีกว่า 1080P ทั้งนี้ ความละเอียดของวิดีโอที่แต่ละเว็บไซต์รับซื้อมีความแตกต่างกัน

สรุปได้ดังตาราง 5

ตาราง 5

ความละเอียดของวิดีโอที่เว็บไซต์ที่ขายวิดีโอ

เว็บไซต์	ความละเอียดของไฟล์วิดีโอ					
	240P	360P	480P	720P	1080P	4K
123RF	✓		✓	✓	✓	✓
Adobe Stock					✓	✓
BigStock				✓	✓	✓
DepositPhotos	✓		✓	✓	✓	✓
Dreamstime			✓	✓	✓	
iStock			✓		✓	
Pixta	✓	✓		✓	✓	
Shutterstock			✓	✓	✓	✓

หมายเหตุ: ข้อมูลจาก 123RF, 2019b; BigStock, 2019a; Dreamstime, 2019; iStockphoto, 2019; Pixtastock, 2019; Shutterstock, 2019; Stock, 2019

ความละเอียดของวิดีโอที่เป็นที่นิยมและเปิดจำหน่ายให้กับผู้ที่เลือกใช้งาน คือ วิดีโอขนาด 1080P รองลงมาคือ 720P และ 4K ตามลำดับ ดังนั้น ผู้ขายวิดีโอควรออกแบบการใช้เครื่องมือในการถ่ายทำตั้งแต่การเลือกใช้อุปกรณ์ให้เหมาะสม ไฟล์วิดีโอที่มีความละเอียดสูงจะมีขนาดของไฟล์ใหญ่ขึ้นตามความละเอียด ดังนั้น ผู้ขายวิดีโอควรออกแบบวิธีการจัดเก็บไฟล์ให้เป็นระบบ ต่อจากนั้นควรศึกษาความรู้พื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการผลิตวิดีโอ รวมถึงการใช้งานอุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น (1) การใช้ขาตั้งกล้อง ซึ่งขาตั้งกล้องถ่ายภาพกับขาตั้งวิดีโอก็มีความแตกต่างกัน เป็นอุปกรณ์ที่ช่วยลดการสั่นไหว นอกจากตัวกล้องจะมีระบบกันสั่นแล้ว ตัวเลนส์ก็ยังมีระบบกันสั่นในเลนส์ เมื่อผู้ขายวิดีโอมีการใช้ขาตั้งกล้องเพื่อถ่ายวิดีโอแล้ว ควรปิดระบบกันสั่นในเลนส์เพื่อไม่ให้ระบบกันสั่นทำงาน (2) การใช้อุปกรณ์เสริม เช่น รางสไลด์ เครน กิมบอล เพื่อให้ได้มุมมองที่แตกต่างไปจากเดิม (3) การตั้งค่ากล้องเพื่อถ่ายวิดีโอ หากใช้กล้อง DSLR ควรมีการตั้งค่า IOS, speed shutter, F-stop ให้เหมาะสม (3) รวมไปถึงเทคนิคในการถ่ายทำต่าง ๆ เช่น การถ่าย time lapse, hyper lapse, slow motion, HDR video, องค์ประกอบของภาพ การเคลื่อนไหวของกล้อง หรือใช้การจัดองค์ประกอบภาพที่ใช้ในการ

ถ่ายภาพนิ่งเข้ามาใช้ เช่น กฎสามส่วน การใช้เส้นนำสายตา การใช้กรอบ การจัดความสมดุล ในภาพ การใช้พื้นหลัง การใช้ฉากหน้า ชัดลึกชัดตื้น การเน้นรูปแบบซ้ำซ้อน การเพิ่มพื้นที่ว่าง การเน้นสี (Excell, 2010; Norton, 2016; Peterson, 2015; Sheppard, 2012; Wright, 2016; Young, 2015) เป็นต้น

องค์ประกอบที่ 4 การแบ่งปันประสบการณ์ หมายถึง การแบ่งปันประสบการณ์ ในชุมชนการเรียนรู้ซึ่งเปรียบเสมือนการทำงานร่วมกัน โดยในการการแบ่งปันประสบการณ์ ส่วนใหญ่คนขายวิดีโอจะแบ่งปันวิดีโอที่ขายได้ หรือวิดีโอที่ขายได้วิดีโอแรก วิดีโอที่ขายได้ราคาดี โดยวิดีโอที่ขายได้นั้นอาจจะเป็นวิดีโอที่คนถ่ายวิดีโอมองว่าเป็นวิดีโอที่ธรรมดา แต่สำหรับคนซื้อแล้วอาจจะเป็นวิดีโอที่ต้องการใช้งาน หรือแม้แต่วิดีโอที่ถ่ายออกมาสวยงามแต่อธิบายวิดีโอกับคำสำคัญน้อยเกินไป และใช้คำศัพท์ที่ไม่เกี่ยวข้อง ก็ทำให้วิดีโอ นั้นพลาดการค้นหาจากผู้ซื้อ ดังนั้นนอกจากถ่ายวิดีโอให้ออกมาสวยงามแล้วสิ่งที่สำคัญที่ขาดไม่ได้คือการอธิบายวิดีโอกับการใส่คำสำคัญให้กับวิดีโอ ซึ่งวิดีโอที่ถ่ายมาสวยแต่ขาดการระบุรายละเอียดก็อาจจะขายไม่ได้ รวมถึงการแบ่งปันประสบการณ์การสร้างอุปกรณ์ในการถ่ายทำ

วิดีโอที่ถ่ายออกมาได้สวยงามและมีประสิทธิภาพ ควรตั้งค่าความละเอียดให้เท่ากับวิดีโอที่ต้องการใช้งานจริง เช่นต้องการใช้งานวิดีโอความละเอียด 1080P ก็ควรตั้งค่าตอนถ่ายทำให้ 1080P ไม่ควรใช้วิดีโอที่มีความละเอียดต่ำกว่าแล้วมาขาย ควรใช้ขาตั้งกล้องวิดีโอหากมีการเคลื่อนไหวกล้อง เช่น pan, tilt รวมถึงแสงที่เหมาะสม แต่สิ่งสำคัญที่สุดคือเนื้อหา อารมณ์ที่จะถ่ายทอดออกมาผ่านวิดีโอ ไม่เกิน 60 วินาที และควรถ่ายมาหลาย shot เปรียบเสมือนคนถ่ายวิดีโอต้องเข้าใจคนซื้อ หรือคนที่จะนำวิดีโอไปตัดต่อหรือนำไปต่อยอดไปผลิตวิดีโอในรูปแบบต่าง ๆ ต่อไป

เมื่อผู้ขายวิดีโอศึกษาและเรียนรู้เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับวิดีโอแล้วได้ลงมือถ่ายทำแล้ว ขั้นตอนต่อไปเป็นขั้นตอนในการส่งวิดีโอที่บันทึกมาส่งขายตามเว็บไซต์ตัวแทนขายวิดีโอต่าง ๆ โดยแต่ละเว็บไซต์จะมีขั้นตอนรายละเอียดแตกต่างกันไป สรุปได้ดังนี้

1. สมัครสมาชิกในเว็บไซต์ตัวแทนขายวิดีโอที่ต้องการจะขายวิดีโอ หากคนที่ขายภาพออนไลน์อยู่แล้วก็ไม่จำเป็นต้องสมัครเพิ่มอีกครั้งซึ่งควรตรวจสอบว่าเว็บไซต์ที่เป็นสมาชิกอยู่นั้น รับวิดีโอเพื่อขายหรือไม่

2. อัปโหลดไฟล์วิดีโอ ส่วนใหญ่แล้วตามเว็บไซต์ต่าง ๆ นิยมให้ผู้ขายวิดีโออัปโหลด

ไฟล์ด้วยวิธี FTP (file transfer protocol) เนื่องจากไฟล์วิดีโอมีขนาดใหญ่จึงจำเป็นต้องใช้วิธีนี้เพื่อป้องกันปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างการอัปโหลดผ่านทาง web browser

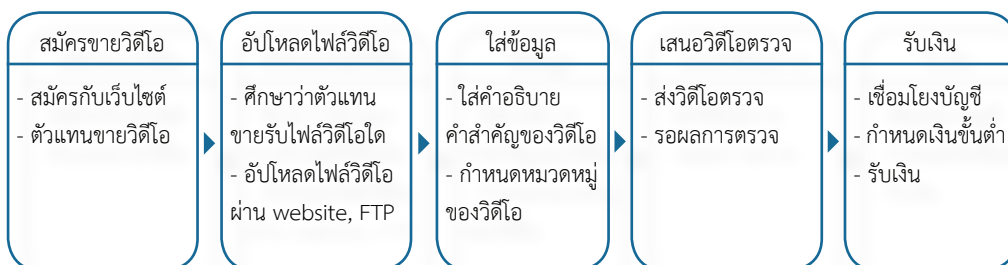
3. ใส่ข้อมูล metadata เช่น คำอธิบายวิดีโอ และ คำสำคัญ ซึ่งหากลูกค้าได้ค้นหาคำดังกล่าวที่ผู้ขายวิดีโอได้ระบุไว้ให้กับวิดีโอก็จะสามารถค้นหาวิดีโอที่นั้นพบแล้วเลือกหมวดหมู่ของวิดีโอว่าวิดีโอที่ส่งขายจัดอยู่ในหมวดหมู่ใด เช่น animals/wildlife arts, backgrounds/textures, buildings/landmarks, business/finance, education, food and drink, healthcare/ medicine, holidays, industrial, nature, objects, people, religion, science, signs/ symbols, sports, technology, transportationซึ่งจะเป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าที่หาซื้อไฟล์วิดีโอสามารถค้นหาไฟล์ของคุณพบได้

4. เสนอวิดีโอให้กับระบบเพื่อรอตรวจพิจารณา ในขั้นตอนนี้ทางเว็บไซต์ตัวแทนขายวิดีโอจะมีคนตรวจวิดีโอตามเกณฑ์ในแต่ละเว็บไซต์กำหนดว่าผ่านมาตรฐานหรือไม่ หากวิดีโอที่เสนอให้กับระบบเพื่อตรวจผ่าน วิดีโอจะแสดงใน portfolio ของผู้ขายวิดีโอ หากวิดีโอที่เสนอไม่ผ่านการตรวจสอบด้านคุณภาพของวิดีโอ คนตรวจจะบอกเหตุผลว่าวิดีโอไม่ผ่านเพราะเหตุผลใด หากผู้ขายวิดีโอสามารถแก้ไขสาเหตุตามที่คนตรวจวิดีโอแจ้งมาให้เรียบร้อยแล้วก็สามารถส่งวิดีโอเพื่อพิจารณาอีกครั้ง

5. รับเงินจากการขายวิดีโอ หากผู้ขายวิดีโอได้ขายภาพมาก่อนก็ใช้วิธีเดียวกัน แต่หากท่านโดยยังไม่เคยขายภาพมาก่อนก็ต้องทำการสมัครตัวแทนรับเงินจากเว็บไซต์ตัวแทนขายวิดีโอ เช่น PayPal, Skrill, Payoneer เป็นต้น แล้วทำการเชื่อมโยงบัญชีในเว็บไซต์ตัวแทนขายวิดีโอกับตัวแทนรับเงินแล้วทำมาเชื่อมโยงบัญชีธนาคารกับตัวแทนรับเงินจากเว็บไซต์ตัวแทนขายวิดีโอ โดยเงินที่ได้จากการขายวิดีโอจะเหมือนกับการขายภาพ คือค่าเงินที่ได้จะรับเป็นเงินสกุลดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งหากจะโอนเงินเข้าบัญชีในประเทศไทยนั้น ผู้ที่ขายภาพหรือขายวิดีโอควรจะพิจารณาอัตราแลกเปลี่ยน หรือมีตัวแทนรับเงินบางเว็บไซต์ที่ให้บัตรมาใช้ โดยจะเชื่อมโยงบัตรกับบัญชีตัวแทนรับเงินซึ่งสามารถใช้เงินสกุลดอลลาร์สหรัฐได้ สรุปขั้นตอนได้ดังภาพ 1

ภาพ 1

ขั้นตอนการส่งวิดีโอขาย



ขั้นก่อนในการส่งวิดีโอขายออนไลน์ในแต่ละเว็บไซต์ตัวแทนขายวิดีโอจะมีขั้นตอนที่ไปปฏิบัติตามข้อกำหนดของเว็บไซต์นั้น ๆ โดยจะมีรายละเอียดที่แตกต่างกันออกไป รวมไปถึงข้อควรปฏิบัติ ข้อควรที่หลีกเลี่ยงในการส่งวิดีโอขาย เทคนิคการสร้างรายได้จากการขายวิดีโอ วิดีโอลักษณะใดที่เป็นที่ต้องการของตลาด เพื่อเป็นแนวทางในการเริ่มต้นการขายวิดีโอออนไลน์อย่างถูกต้อง

บทสรุป

การขายวิดีโอออนไลน์สำหรับผู้ที่มีพื้นฐานทางด้านการถ่ายภาพ การถ่ายวิดีโออยู่แล้ว เพื่อเป็นการต่อยอดความรู้เพื่อสร้างรายได้ให้กับตนเอง อีกทั้งยังเป็นกิจกรรมที่ตนเองทำแล้วมีความสุขเมื่อทำสิ่งใดที่มีความสุขแล้วนั้น ย่อมทำสิ่งนั้นได้ดีและทำได้ตลอดไป ส่วนหากผู้ที่สนใจก็สามารถเริ่มต้นถ่ายวิดีโอขายออนไลน์ได้ในวันนี้ และในยุคดิจิทัลก็มีทรัพยากรการเรียนรู้แหล่งเรียนรู้ที่มากมายที่รอให้ผู้ขายวิดีโอเข้าไปศึกษาเรียนรู้ร่วมกัน มีการติดต่อสื่อสารผ่านเครื่องมือโดยใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ

อีกหนึ่งช่องทางการเรียนรู้ คนขายวิดีโอสามารถใช้ social media ที่มีสภาพแวดล้อมในการเรียนรู้ให้ออกแบบการเรียนรู้ด้วยตนเอง รวมถึงเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสาร และเรียนรู้เนื้อหาต่าง ๆ จากการแบ่งปันประสบการณ์ของกลุ่มคนขายวิดีโอ

สิ่งที่ได้จากการขายวิดีโอออนไลน์นอกเหนือจากเงินที่ได้จากการขายวิดีโอแล้ว ผู้ขายภาพก็จะได้ในเรื่องของภาษา คือ ภาษาที่ใช้ในการอธิบายวิดีโอ หรือคำสำคัญต่าง ๆ ล้วนแต่ใช้ภาษาอังกฤษ ซึ่งจะเป็นการพัฒนาภาษาอังกฤษไปพร้อมกับการขายวิดีโอ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของคำศัพท์ การแต่งประโยค ที่จำเป็นต้องระบุการเขียนประโยค การติดต่อสื่อสารกับเว็บไซต์

หรือคำสำคัญเพื่อที่จะให้ลูกค้าที่อยู่ทั่วโลกค้นหาวิดีโอของเราพบ ซึ่งเป็นสิ่งที่ท้าทายในการใส่คำสำคัญ ซึ่งเนื้อหาเหล่านี้ผู้เรียนจะได้เรียนรู้ในรายวิชาต่าง ๆ ในหลักสูตร แล้วบูรณาการความรู้จากหลายศาสตร์เข้าด้วยกันโดยออกแบบกิจกรรมให้ผู้เรียนได้ทดลองส่งวิดีโอขายออนไลน์ เพื่อเปิดโลกการเรียนรู้ให้กับผู้เรียนในระดับสากล รวมทั้งยังส่งเสริมให้ผู้เรียนได้ฝึกทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ในด้านของการสื่อสาร การทำงานร่วมกับผู้อื่น การวิเคราะห์ การแก้ปัญหา การสร้างสรรค์ การเข้าใจความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรม การใช้คอมพิวเตอร์ รวมถึงทักษะอาชีพและการเรียนรู้ ซึ่งทักษะเหล่านี้สามารถพัฒนาได้จากการส่งวิดีโอขายออนไลน์อีกทั้งยังได้เรียนรู้จากผลงานของผู้ขายวิดีโอด้วยกันทั่วโลกว่า ตลาดโลกมีความต้องการในการใช้วิดีโอไปในทิศทางใด หรือวิดีโอที่ได้รับความนิยมมีรูปแบบอย่างไร แล้วหากผู้ขายวิดีโอต้องการทำขายตนเองว่าวิดีโอดังกล่าวมีขั้นตอนการผลิตอย่างไร แล้วการเรียนรู้ก็จะเริ่มขึ้นกับการค้นหา การเรียนรู้ที่มีเนื้อหาอย่างไม่มีที่สิ้นสุดในยุคดิจิทัล

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

ใจทิพย์ ณ สงขลา. (2561). *การออกแบบการเรียนรู้แนวดิจิทัล: Digital learning design*. โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาษาอังกฤษ

123RF. (2019a). *123RF Contributor*. 123RF Contributor. <https://blog.123rf.com/category/community/123rf-contributor/>

123RF. (2019b). *HD stock footage and videos*. <https://www.123rf.com/stock-footage/>

Adobe. (2014). *Adobe to acquire fotolia: Adds stock content marketplace to creative cloud*. <https://www.adobe.com/content/dam/acom/en/investor-relations/pdfs/AdobetoAcquireFotolia.pdf>

Adobe. (2015). *Adobe stock launches worldwide*. https://news.adobe.com/sites/adobe.newshq.businesswire.com/files/press_release/additional/06162015_AdobeStockLaunchesWorldwide.pdf

- Adobe Stock. (2019). *Adobe stock contributors in Adobe stock*. Adobe Support Community. <https://forums.adobe.com/community/stock/contributor/content>
- Al-Rahmi, W. M., & Zeki, A. M. (2017). A model of using social media for collaborative learning to enhance learners' performance on learning. *Journal of King Saud University-Computer and Information Sciences*, 29(4), 526-535.
- Bail, C. A. (2017). Taming big data: Using app technology to study organizational behavior on social media. *Sociological Methods & Research*, 46(2), 189-217.
- Barger, A. (2018). *The next generation digital learning environment in action: A contextualized approach*. Educourse Review. <https://er.educause.edu/blogs/2018/12/the-next-generation-digital-learning-environment-in-action-a-contextualized-approach>
- BigStock. (2019a). *HD royalty-free stock footage*. Depositphotos. <https://depositphotos.com/stock-videos.html>
- BigStock. (2019b). *Introducing video*. <https://www.bigstockphoto.com/video/>
- Burgess, J., & Green, J. (2018). *YouTube: Online video and participatory culture*. John Wiley & Sons.
- Cassell, L. (2014, December 11). *8 Components of a digital age learning ecosystem*. Digital Human Library. <https://www.digitalhumanlibrary.org/8-components-of-a-digital-age-learning-ecosystem/>
- Chasse, R. (2017, November 6). *What is digital age learning?*. Global Focus: The EFMD Business Magazine. <https://globalfocusmagazine.com/digital-age-learning-2/>
- Chi, C. (2019). *51 YouTube stats every video marketer should know in 2019*. Hubspot. <https://blog.hubspot.com/marketing/youtube-stats>
- Cooke, G. (2018, October 23). *4 ways to use video in elearning (plus expert tips)*.

- Elearning Industry. <https://elearningindustry.com/use-video-in-elearning-expert-tips-ways>
- de Wit, M., & van Dompsele, H. (2017). *How to create a digital learning environment consisting of various components and acting as a whole?*. EUNIS. https://www.eunis.org/eunis2017/wp-content/uploads/sites/10/2017/06/EUNIS_2017_paper_16.pdf
- Depositphotos. (2019). *Sell photos online: Contribute program*. <https://depositphotos.com/seller-price.html>
- Devi, K., Gouthami, E., & Lakshmi, V. (2019). Role of social media in teaching-learning process. *Journal of Emerging Technologies and Innovative Research (JETIR)*, 6(2), 96-103.
- Dreamstime. (2019). *Stock footage & video*. <https://www.dreamstime.com/stock-video-footage>
- Excell, L. S. (2010). *Composition: From snapshots to great shots*. Peachpit.
- Flexclip. (2019). *1080P, 720P, 480P Or 4K? Which is the best video res to make a video?*. <https://www.flexclip.com/learn/480p-720p-1080p-4k-video-res.html>
- Gettyimages. (2019). *Contributor community*. <https://contributors.gettyimages.com/>
- Governor's Office of Student Achievement [GOSA]. (2020). *What is digital learning?*. <https://gosa.georgia.gov/what-digital-learning>
- Greenhow, C., & Lewin, C. (2016). Social media and education: Reconceptualizing the boundaries of formal and informal learning. *Learning, media and technology*, 41(1), 6-30.
- Hootsuite Inc. (2019, January 30). *The global state of digital in 2019, digital 2019 essential insights into how people around the world use the internet, mobile devices, social media, and e-commerce*. We Are Social. <https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates>
- iStockphoto. (2019). *Featured stock video categories*. <https://www.istockphoto>

com/th/footage

Longo, B. (2014). Using social media for collective knowledge-making: Technical communication between the global north and south. *Technical Communication Quarterly*, 23(1), 22-34.

Mäkelä, A. (2019). *Social media for change - The good lobby*. The Good Lobby. <http://www.thegoodlobby.eu/wp-content/uploads/2019/02/Social-Media-for-change.pdf>

McCabe, K. (2018, December 21). *The perfect YouTube video size for 2019: Dimensions, resolution, and aspect ratio*. Learning Hub. <https://learn.g2.com/youtube-video-size>

MERLOT. (2019). *Material search results: Photography*. <http://www.merlot.org/merlot/materials.htm?keywords=photography&sort.property=relevance>

My Solutions.Tech. (2019). *What is 1080P, 2K,4K and 8K?*. <https://mysolutions.tech/2018/10/download-4k-8k-youtube/>

Norton, B. (2016). *Conservation photography handbook: How to save the world one photo at a time*. Amherst Media.

OER Commons. (2019). *Search results: Photography*. https://www.oercommons.org/search?f.search=photography&f.general_subject=&f.sublevel=&f.alignment_standard=

Omnicores Agency. (2019). *YouTube by the numbers: Stats, demographics & fun facts*. <https://www.omnicoreagency.com/youtube-statistics/>

Peterson, B. (2015). *Learning to see creatively: Design, color, and composition in photography*. Amphoto Books.

Pfeifer-Luckett, R. (2019). *Designing a digital learning environment for the University of Wisconsin system*. Educourse Review. <https://er.educause.edu/articles/2019/7/designing-a-digital-learning-environment-for-the-university-of-wisconsin-system>

- Pixtastock. (2019). *Leading Asian marketplace for high quality royalty-free images and footages*. Flexible plans to suit every need and budget!. Pixa. https://www.pixtastock.com/how_to_buy_prepaid
- Pro Tips. (2019, July 15). *5 most important components of your digital age learning environment*. Schoology Exchange. <https://www.schoology.com/blog/5-most-important-components-your-digital-age-learning-environment>
- Rusen, C. A. (2019, March 7). *What do the 720p, 1080p, 1440p, 2K, 4K resolutions mean? What are the aspect ratio & orientation?*. Digital Citizen. <https://www.digitalcitizen.life/what-screen-resolution-or-aspect-ratio-what-do-720p-1080i-1080p-mean>
- Cornelius, S. (2019). *Best stock photo sites: Getty vs. iStock vs. Shutterstock vs. Bigstock vs Adobe Stock & More*. We Rock You Web. <https://www.werockyourweb.com/getty-vs-istock-vs-shutterstock-vs-fotolia/>
- Sapountzi, A., & Psannis, K. E. (2018). Social networking data analysis tools & challenges. *Future Generation Computer Systems*, 86, 893-913.
- Sarnok, K., Wannapiroon, P., & Nilsook, P. (2019). Digital learning ecosystem by using digital storytelling for teacher profession students. *International Journal of Information and Education Technology*, 9(1). 21-26.
- Sheppard, R. (2012). *Landscape photography: From snapshots to great shots*. Peachpit.
- Shift Disruptive Elearning. (2019, February 26). *9 ways to use video in your online training courses*. <https://www.shiftelearning.com/blog/9-ways-to-use-video-in-your-online-training-courses>
- Shutterstock. (2014). *Shutterstock contributor success guide*. https://www.shutterstock.com/features/contributorsuccess/en_shutterstock_contributor_success_guide.pdf

- Shutterstock. (2019). *Get stunning footage for every project*. <https://www.shutterstock.com/video/subscribe?res=hd>
- Shutterstock Contributor. (2020). *How is title spamming defined?*. <https://www.shutterstock.com/contributorsupport/articles/kbat02/000010523?l=th&fs=RelatedArticle>
- Shutterstock Thai Contributors. (2020). *Shutterstock Thai Contributors*. Facebook. <https://www.facebook.com/groups/1454798028109768/members/>
- Stock, A. (2019). *Royalty-free stock footage at your fingertips put your creativity in motion*. Adobe. <https://stock.adobe.com/uk/video>
- The Online Course Coach. (2019). *5 reasons why you must use video in your online course*. <https://onlinecoursecoach.com/5-reasons-must-use-video-online-course/>
- Udemy. (2019). *Photography*. <https://www.udemy.com/courses/photography/>
- UNEM-Filmproduktion. (2019). *4K resolution for corporate videos*. <https://www.unem.de/blog-en/4k-resolution-for-corporate-videos/>
- Uscreen. (2019). *Sell your video online*. <https://www.uscreen.tv/>
- Wikipedia. (2019, December 17). *Depositphotos*. <https://en.wikipedia.org/wiki/Depositphotos>
- Wikipedia. (2020a, January 28). *123RF*. <https://en.wikipedia.org/wiki/123rf>
- Wikipedia. (2020b, March 17). *Adobe Inc.* https://en.wikipedia.org/wiki/Adobe_Inc
- Wikipedia. (2020c, January 28). *Bigstock*. <https://en.wikipedia.org/wiki/Bigstock>
- Wikipedia. (2020d, March 12). *Getty images*. https://en.wikipedia.org/wiki/Getty_Images
- Wikipedia. (2020e, February 24). *istock*. <https://en.wikipedia.org/wiki/IStock>
- Wikipedia. (2020f, March 16). *Shutterstock*. <https://en.wikipedia.org/wiki/Shutterstock>
- Wright, T. (2016). *The photography handbook*. Routledge.

Wyzowl. (2019). *Video marketing statistics 2019*. <https://www.wyzowl.com/video-marketing-statistics-2019/>

Young, N. S. (2015). *Food photography: From snapshots to great shots*. Peachpit.

YouTube. (2019). *YouTube for press*. <https://www.youtube.com/yt/about/press/>