

คู่มือการปฏิบัติงาน

“การประชาสัมพันธ์
เผยแพร่แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้ว”

สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสระแก้ว

คู่มือการปฏิบัติงาน
“การประชาสัมพันธ์เผยแพร่แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้ว”

วัตถุประสงค์

เพื่อให้การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้ว เป็นไปตามกระบวนการให้บริการสนับสนุนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของจังหวัด

ขอบเขต

คู่มือการประชาสัมพันธ์เผยแพร่แหล่งท่องเที่ยว เริ่มตั้งแต่ความหมายของการประชาสัมพันธ์ หลักการประชาสัมพันธ์ การผลิตข่าว เทคนิคการเขียนข่าวเพื่อประชาสัมพันธ์ เทคนิคการประชาสัมพันธ์ด้านต่างๆ โดยจัดทำขึ้นเพื่อแนะนำวิธีการประชาสัมพันธ์อย่างถูกต้อง กระชับ เข้าใจง่าย เพื่อให้ผู้ที่ศึกษาสามารถนำไปใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อประโยชน์สูงสุดขององค์กรต่อไป

อนึ่ง คู่มือการปฏิบัติงาน ฉบับนี้ มีขอบเขตของเนื้อหาที่กล่าวถึงพื้นฐานในการปฏิบัติด้านการประชาสัมพันธ์ในทางทฤษฎีในวงกว้าง ดังนั้นผู้ที่ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์จึงจำเป็นจะต้องอาศัยการฝึกฝนตนเองให้เกิดความชำนาญและเป็นมืออาชีพมากขึ้นเพื่อให้ผลงานเป็นที่ยอมรับและน่าเชื่อถือ และสามารถนำไปปรับใช้ในงานประชาสัมพันธ์ด้านอื่นๆได้

คำจำกัดความ

สำนักงาน	หมายถึง	สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสระแก้ว
ผู้บริหาร	หมายถึง	ประชาสัมพันธ์จังหวัดสระแก้ว
ฝ่ายข่าว	หมายถึง	ผู้ที่ทำหน้าที่สื่อข่าว วิเคราะห์ข่าว และรายงานข่าว
เจ้าหน้าที่ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	หมายถึง	ผู้ที่ทำหน้าที่ดูแลระบบสารสนเทศของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสระแก้ว
การผลิต	หมายถึง	การดำเนินการสังเคราะห์ข้อมูลข่าวสารที่ได้รวบรวมมา ด้วยวิธีการ วิเคราะห์ แปล Rewriter Editor พร้อมทั้งนำเสนอรูปแบบต่างๆ ทั้งที่เป็นภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว หรือข้อความ
การเผยแพร่	หมายถึง	การนำผลผลิตในรูปแบบ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว หรือข้อความ นำเสนอขึ้นบนเว็บไซต์ของสำนักงาน prd.go.th.sakeao

การประชาสัมพันธ์ มี ๓ ประการ คือ

๑. ป้องกันชื่อเสียงมิให้เสื่อมเสีย ทั้งนี้หน่วยงานต่าง ๆ จะต้องประชาสัมพันธ์เชิงรุก โดยเผยแพร่ผลงาน ชี้แจงเหตุผลในการดำเนินการต่าง ๆ ทั้งก่อน ระหว่างหรือภายหลังดำเนิน การโครงการต่าง ๆ

๒. ก่อให้เกิดความเข้าใจอันดี ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์จะต้องคำนึงถึง การเกิด ความเข้าใจอันดี ระหว่างกันและกัน

๓. แก้ไขความผิดพลาดหรือกฎระเบียบต่างๆ ปัญหาความไม่เข้าใจกันอย่างหนึ่งคือ ระบบราชการมักจะอ้างกฎ ระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ จึงทำให้การปฏิบัติงานขาดความรวดเร็ว ไม่ทันการ จึงเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้เกิดความเข้าใจผิดเสมอ ฉะนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องแก้ไข กฎระเบียบต่าง ๆ

กระบวนการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย ๔ ขั้นตอนคือ

๑. การศึกษาสำรวจวิจัย เป็นขั้นตอนแรกของการประชาสัมพันธ์กล่าวคือการจะดำเนินการต่างๆ จะต้องศึกษา สำรวจ วิจัย ปัญหา ทัศนคติของเจ้าหน้าที่ ประชาชน ชุมชน หน่วยงานต่างๆ ว่ามีแนวคิดเกี่ยวกับงาน คน หน่วยงานต่างๆ ของเราในทางบวก ทางลบอย่างไร ทั้งนี้เพื่อเป็นข้อมูล ในการดำเนินการขั้นต่อไป

๒. การวางแผน เมื่อทราบปัญหา ทัศนคติต่างๆ แล้ว จะต้องมีการวางแผนว่าจะดำเนินการ รณรงค์อย่างไร เช่น วัน เวลา สถานที่ดำเนินการ กิจกรรมการใช้วัสดุ อุปกรณ์ กำลังคน งบประมาณ ฯลฯ เพื่อให้งานออกมามีประสิทธิภาพเป็นไปตามวัตถุประสงค์

๓. การดำเนินการ เป็นขั้นตอนในการใช้สื่อ ช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสม เกิดประโยชน์สูงสุด เช่น การนำชมสถานที่ จัดหน่วยประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ เผยแพร่ข่าว กิจกรรม ผ่านสื่อมวลชนต่างๆ ฯลฯ

๔. การประเมินผล สามารถประเมินผลการดำเนินงานได้ตลอดเวลาทั้งก่อนดำเนินการ ในระหว่างดำเนินงาน หรือสิ้นสุดโครงการแล้ว ทั้งนี้เพื่อให้กิจกรรมนั้นประสบผลสำเร็จ ตามวัตถุประสงค์ดีที่สุด

ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้นจะต้องยึดหลัก S M C R กล่าวคือ

๑. Source หรือตัวเรา จะต้อง

๑.๑ มีความรู้ คือจะต้องรู้เรื่อง -การประชาสัมพันธ์และมีทักษะ ประสบการณ์การสื่อสาร ถ่ายทอดพอสมควร -บทบาท หน้าที่ ภารกิจหน่วยงานของเรา -หน้าที่หลัก หน้าที่รอง ของเรา -งานที่เราจะไปดำเนินการ และสภาพชุมชน แวดล้อมต่างๆ

๑.๒ มีความเข้าใจ คือจะต้องเข้าใจ -จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส อุปสรรค ในการดำเนินงาน -เจ้าหน้าที่ทุกคนในหน่วยงานมีความเข้าใจ สามารถอธิบาย ชี้แจง โต้ตอบได้
และมีเป้าหมายการทำงานอันเดียวกัน -ขีดจำกัดในการดำเนินงาน เช่น กำลังคน งบประมาณ กฎระเบียบ ฯลฯ

๒. Message หรือ เนื้อหา จะต้อง

-ศึกษา ค้นคว้า เนื้อหาสาระให้แม่นยำ สามารถอ้างอิงได้

-สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้

-สามารถเชื่อมโยงการดำเนินงานกับหน่วยงานอื่น

๓. Channel หรือ ช่องทางการสื่อสาร มีมากมาย เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ การแข่งขัน การประกวด การพาชมสถานที่ การจัดหน่วยชุมชนสัมพันธ์ ฯลฯ ซึ่งการจะใช้ ช่องทางใดในการสื่อสารนั้น ควรคำนึงถึง

๓.๑ ความเหมาะสมกับสภาพพื้นที่ ชุมชน ผู้คน

๓.๒ การรับรู้ ความเข้าใจของผู้คน

๓.๓ ประสิทธิภาพ ประสิทธิผล การเกิดประโยชน์สูงสุดและประหยัด

๔. Receiver หรือผู้รับสาร มีความสำคัญที่สุดเนื่องจากเป็นจุดสุดท้ายในการสื่อสาร ซึ่งสามารถประเมินผลได้ว่า การประชาสัมพันธ์นั้นประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์หรือไม่

แหล่งที่มาของข่าว ข่าวเกิดจากเหตุการณ์และกิจกรรมดังต่อไปนี้

๑. เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ
๒. กิจกรรมที่วางแผนไว้
๓. ความพยายามของผู้สื่อข่าว ข่าวประชาสัมพันธ์ เป็นข่าวเชิงบวกและสร้างสรรค์บนพื้นฐานของความจริงที่เกิดจากกิจกรรมของหน่วยงาน

องค์ประกอบของข่าว

การเขียนข่าวสารที่จะประชาสัมพันธ์ หรือสารที่จะสื่อออกไปยังสื่อมวลชน ควรมีสาระสำคัญหรือองค์ประกอบที่เรียกว่า "๕ W ๑ H " ดังต่อไปนี้

๑. ใคร (Who) ใครคือบุคคลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับข่าว
๒. ทำอะไร (What) เกิดอะไรขึ้น การกระทำหรือเหตุการณ์ใดที่สำคัญ
๓. ที่ไหน (Where) การกระทำหรือเหตุการณ์นั้นๆ เกิดขึ้นที่ไหน
๔. เมื่อไร (When) การกระทำหรือเหตุการณ์นั้นๆ เกิดขึ้นวัน เวลาใด
๕. ทำไมและอย่างไร (Why and How) ทำไมเหตุการณ์นั้นจึงเกิด และเกิดขึ้นได้อย่างไร
๖. ข้อมูลประกอบอื่นๆ เช่น ความเป็นมา

ขั้นตอนในการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์

การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ ผู้เขียนควรปฏิบัติตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

๑. หาข้อมูล โดยการค้นคว้า รวบรวมข้อมูล และสัมภาษณ์
๒. วางแผนการเขียน ศึกษากลุ่มเป้าหมายและนโยบายของสื่อที่จะส่งเผยแพร่
๓. ร่างเนื้อหา รูปแบบ ภาษา ทบทวน
๔. ประเมินผล โดยการอ่านทบทวนด้วยตนเอง หรือผู้ที่เกี่ยวข้องช่วยอ่าน องค์ประกอบการเขียนข่าว การเขียนข่าวหนังสือพิมพ์ ต้องบอกสิ่งสำคัญที่สุดก่อน แล้วจึงบอกสิ่งสำคัญรองลงมา

การเขียนข่าวมีองค์ประกอบสำคัญเรียงลำดับ ดังต่อไปนี้

๑. พาดหัวข่าว (headline) เป็นการบอกประเด็นสำคัญของข่าว มักใช้ประโยคที่เป็นข้อความสั้นๆ เพื่อช่วยให้รู้ว่าเป็นข่าวอะไร และมีประเด็นใดน่าสนใจ วิธีการพาดหัวข่าวให้พิจารณาความสำคัญของข่าวนั้นๆ ว่าใคร ทำอะไร เมื่อไร ที่ไหน อย่างไร และทำไมจึงทำเช่นนั้น ตัวอย่างการเขียนพาดหัวข่าว ๑.๑ แบบ Who นำ เช่น "นายกรัฐมนตรีประชุมชี้แจงเจ้าหน้าที่ ศอ.บต." "แฝดสยามเพศหญิงเสียชีวิตแล้ว" "กกต.ยืนกรานห้ามจดใหม่

พรรคถูกยุบ” ๑.๒ แบบ What นำ เช่น "เกิดเพลิงไหม้ที่ย่านชุมชนกลางตลาด” ซึ่งส่วนใหญ่ความสำคัญของข่าวอยู่ที่ การกระทำและผลกระทบ ๑.๓ แบบ When นำ เช่น "๓๑ พ.ค.ชี้ชะตายุบพรรค” ซึ่งข่าวนี้ความสำคัญอยู่ที่เงื่อนไขของเวลา ๑.๔ แบบ Where นำ เช่น "เชียงใหม่กลายเป็นเมืองในหมอกจากไฟป่า” ซึ่งคุณค่าของข่าวอยู่ที่สถานที่ ๑.๕ แบบ Why นำ เช่น "เร่งหาสาเหตุหนุ่มคลั่งยิงกราด ๓ ศพ กลางตลาดไท” ความสำคัญของข่าวอยู่ที่การตั้งข้อสังเกต เพื่อเพิ่มความอยากรู้ อยากเห็น ๑.๖ แบบ How นำ เช่น "อยากได้มือถือรุ่นใหม่ วัยรุ่นหาเงินด้วยการขายตัว” ความสำคัญของข่าวอยู่ที่ความเป็นเหตุเป็นผล

๒. วรรคนำ เป็นประเด็นสำคัญของเรื่อง คือต้องตอบสนองความสนใจของผู้อ่านว่า Who What When Where Why เขียนด้วยประโยคสรุปเรื่องหรือสรุปประเด็นสำคัญและกระชับ เพื่อขยายพาดหัวข่าว มีความยาวประมาณ ๓-๖ ประโยค เช่น "สดศรียืนกรานพรรคถูกยุบจดชื่อเดิมไม่ได้ ทนายบอก แม้วพร้อมแก้ปัญหา หาก ทรท.ถูกยุบ ด้านประธาน คมช.ติวเข้มตำรวจ-ทหาร สั่งห้ามใช้อาวุธรับมือม๊อบ”

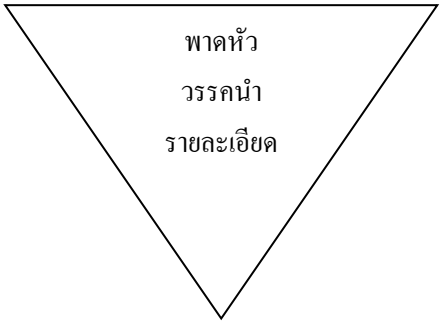
๓. ส่วนเชื่อม เป็นตัวเชื่อมระหว่างวรรคนำกับเนื้อข่าว ส่วนใหญ่เป็นข้อความที่ขยายประเด็นของเรื่อง จะมีหรือไม่มีก็ได้ มักใช้กับข่าวใหญ่ เช่น "ทั้งนี้เป็นการประชุมลับ ห้ามไม่ให้ผู้ไม่เกี่ยวข้องเข้าไปในห้องประชุมศาลฎีกา”

๔. เนื้อข่าว เป็นการบอกเรื่องที่เหลือจากที่บอกไว้แล้วในวรรคนำ เป็นข้อเท็จจริงที่สนับสนุนหรือขยายความหรือช่วยให้วรรคนำได้ใจความชัดเจนขึ้น เป็นเรื่องราวทั้งหมดของข่าวที่ตอบคำถาม ๕ W และ ๑ H มี ๒-๕ ย่อหน้าตามความเหมาะสม โดยย่อหน้าแรกๆ เป็นรายละเอียดตามวรรคนำ ย่อหน้าสอง อ้างคำพูดผู้ให้สัมภาษณ์หรือผู้บริหาร เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ ย่อหน้าสุดท้าย เสริมข้อมูลเฉพาะที่จำเป็น เช่น "รายงานข่าวแจ้งว่า.....” นอกจากนี้ตัวอย่างการนำคำพูดมาใช้ในเนื้อข่าว เช่น "ผู้ก่อความไม่สงบกำลังสูญเสียมวลชน เขาหมดโอกาสที่จะเดินไปสู่ ความสำเร็จในการแบ่งแยกดินแดน” พันเอกอัคร ทิพโรจน์ โฆษกกองทัพบก กล่าว หรือประโยคอ้อม "พันเอกอัคร ทิพโรจน์ กล่าวว่าผู้ก่อความไม่สงบกำลังสูญเสียมวลชน และหมดโอกาสที่จะเดินไปสู่ความสำเร็จในการแบ่งแยกดินแดน” หรือประโยคตรง พันเอกอัคร ทิพโรจน์ โฆษกกองทัพบก กล่าวว่า "ผู้ก่อความไม่สงบกำลังสูญเสียมวลชน เขาหมดโอกาสที่จะเดินไปสู่ความสำเร็จในการแบ่งแยกดินแดน”

๕. ทิ้งท้ายข่าว เป็นการสรุปประเด็นเพื่อดึงดูดความสนใจ ตอกย้ำจุดหมาย ส่วนใหญ่มี ความยาวประมาณ ๔-๖ ประโยค เช่น "เชิญร่วมกิจกรรมวันงดสูบบุหรี่โลก ในวันที่ ๓๑ พฤษภาคมนี้ และร่วมกันทำความดีถวายในหลวงด้วยการงดสูบบุหรี่”

เทคนิคและวิธีการเขียนเนื้อหาข่าว เพื่อการประชาสัมพันธ์

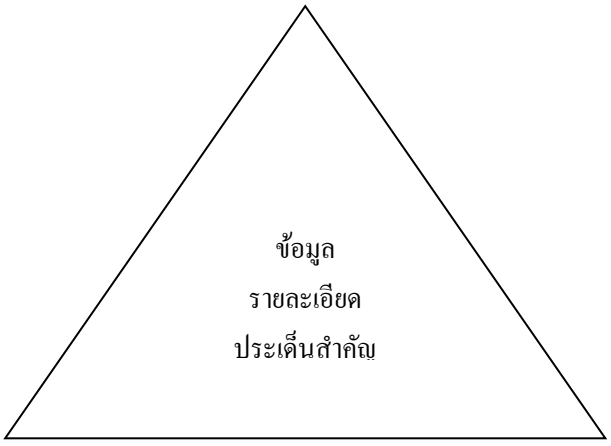
๑. การเขียนเนื้อข่าวตามโครงสร้างแบบปีรามิดหัวกลับ (Inverted pyramid) เป็น การนำเสนอข่าวโดยลำดับประเด็นสำคัญจากมากไปหาน้อยซึ่งสอดคล้องกับธรรมชาติของมนุษย์ในการอยากรู้อยากเห็นสิ่งสำคัญก่อน ส่วนรายละเอียดไว้ทีหลังประกอบ ด้วย ข่าวพาดหัว วรรคนำ ส่วนเชื่อม และส่วนของเนื้อเรื่อง เรียงตามลำดับความสำคัญ เป็นการเขียนข่าว โดยเริ่มด้วยความนำที่เป็นประเด็นสำคัญของเรื่อง และส่วนเชื่อมที่โยงความสัมพันธ์ระหว่างความนำกับเนื้อหา ที่มีความสำคัญรองลงมา ส่วนเนื้อหาจะเป็น ส่วนประกอบที่ให้รายละเอียดของเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่เกิดขึ้นทั้งหมด



รูปแบบโครงสร้างของข่าวในหน้ากระดาษ

พาดหัว.....
วรรคนำ .....
คำเชื่อม .....
เนื้อข่าวสำคัญ .....
เนื้อข่าว .....
เนื้อข่าวสำคัญน้อย .....

๒. การเขียนเนื้อหาข่าวตามโครงสร้างแบบปีรามิดหัวตั้ง (Upright pyramid) การเขียนเนื้อหาข่าวแบบนี้ จะให้รายละเอียดของข้อมูลข่าวในลักษณะที่ค่อยๆ เพิ่มความสำคัญขึ้นเรื่อยๆ โดยประเด็นสำคัญที่สุดของเรื่อง จะเปิดเผยให้รู้ในตอนสุดท้ายของเรื่อง คล้ายๆกับการเขียนเรื่องสั้นหรือนวนิยาย มักใช้กับเรื่องราวที่ไม่จริงจังมากนัก เพราะหากนำประเด็นสำคัญไว้ในความนำ หรือ วรรคนำ ผู้ฟังอาจไม่ติดตาม รับฟังจนจบ



๔. **การเขียนเนื้อข่าวตามโครงสร้างแบบผสม** การเขียนเนื้อข่าวในลักษณะนี้ อาจมีประเด็นสำคัญหรือ จุดที่มีความตื่นเต้นเร้าใจมากกว่า ๑ ประเด็น มักนิยมใช้ในกรณีที่เหตุการณ์นั้นดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง หรือเหตุการณ์ยังไม่สิ้นสุด การเขียนข่าวจึงอาจเริ่มต้นสรุปประเด็นเท่าที่ทราบก่อนหน้านั้น มาเขียนเป็นความนำข่าว ขณะที่ เนื้อข่าวก็จะเป็นการอธิบายรายละเอียดขยายความนำ จนกระทั่งถึงจุดใดจุดหนึ่ง ซึ่งเป็นการหักเหหรือเปลี่ยนแปลงให้เกิดประเด็นสำคัญต่อเนื่องไปจนจบ

ข้อควรระวังในการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์

๑. ชื่อและนามสกุลต้องสะกดให้ถูกต้อง เพราะว่าถ้าผิดพลาดอาจกลาย เป็นคนละบุคคล หรือเกิดความเสียหายได้
๒. ยศ ตำแหน่ง ต้องระบุให้ตรงกับความเป็นจริงขณะนั้น เช่น อดีตรัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ
๓. คำนำหน้าชื่อ และบรรดาศักดิ์ต้องระบุเรียงลำดับให้ถูกต้อง
๔. การใช้อักษรย่อ หรือตัวย่อต่างๆ ควรตรวจสอบให้ดี
๕. ไม่สอดแทรกความคิดเห็นส่วนตัวเข้าไป
๖. การเขียนตัวเลขถ้ามีจำนวนมากอาจใช้ตัวอักษรแทน ถ้าไม่ใช่ตัวเลขที่แน่นอน ควรใช้คำว่าประมาณ
๗. หลีกเลี่ยงการใช้ศัพท์เทคนิคที่เข้าใจยาก

การพิจารณาคัดเลือกข่าวเพื่อนำเสนอ

ข่าวที่งานประชาสัมพันธ์คิดว่าสำคัญและเด่น และนำมาเสนอ แต่สื่ออาจจะเห็นว่าไม่สำคัญและไม่น่าสนใจ หรือข่าวที่งานประชาสัมพันธ์เห็นว่า เป็นข่าวที่สังคมควรรู้ แต่อาจเป็นข่าวที่เขาไม่อยากรู้ ดังนั้นประเด็นของข่าวจึงควรอยู่ในกระแสสังคมและมีผลกับคนส่วนใหญ่

เทคนิคการเขียนข่าวให้ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ทางสื่อมวลชน

การเขียนข่าวเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ มีความยืดหยุ่น ไม่ยึดติดกับรูปแบบ เขียนอย่างสร้างสรรค์และมีประสิทธิภาพ ความสำเร็จของการประชาสัมพันธ์ส่วนหนึ่ง คือการได้รับการเผยแพร่ข่าวของหน่วยงานผ่านสื่อมวลชน ปัจจุบันการส่งข่าวเพื่อเผยแพร่ทำได้ยากขึ้น เนื่องจากองค์กรและสถาบันต่างๆ ล้วนส่งข่าวไปยังสื่อมวลชนแทบทั้งสิ้น ดังนั้นการเขียนข่าวให้ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ทางสื่อมวลชนต้องคำนึงถึงเทคนิคดังต่อไปนี้

๑. ศึกษารายละเอียดของสื่อให้เข้าใจ เช่น ชื่อของบรรณาธิการ เนื้อหาของสื่อ เพื่อที่จะดำเนินการส่งข่าวได้อย่างน่าสนใจ และได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่

๒. รายละเอียด เนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์ ต้องเลือกประเด็นและมีเนื้อหาน่าสนใจรวมทั้งต้องมีความครบถ้วนในตัวเอง และต้องไม่ผิดพลาดทั้งในด้านเนื้อหา วัน เวลา สถานที่ และชื่อบุคคล เพราะหากมีความผิดพลาด สื่อมวลชนจะจำความผิดพลาดนั้นไปตลอด

๓. ข่าวมีคุณภาพ ครบถ้วนสมบูรณ์ ถูกต้อง

๔. ความรวดเร็วของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น หากรายงานทันทีเมื่อมีเหตุการณ์ คุณค่าของข่าวจะมากขึ้น เพราะการรายงานข่าวสดๆ ร้อนๆ ผู้อ่านมักชื่นชอบและให้ความสนใจ

๕. ต้องคำนึงเสมอว่า การส่งข่าวต้องถูกคน ถูกหน้า ถูกฉบับ ถูกเวลา เพราะโอกาสได้รับการตีพิมพ์จะมีสูง นักประชาสัมพันธ์ควรทราบกำหนดของการปิดต้นฉบับของแต่ละสื่อ เพื่อกำหนดเวลาในการส่งข่าวได้อย่างถูกต้อง

๖.ต้องกระตุ้นความสนใจของผู้สื่อข่าวหรือบรรณาธิการ โดยการพาดหัวข่าวให้น่าสนใจ โดยทั่วไปสื่อมวลชนมีความต้องการข่าวจากหน่วยงานต่างๆ ดังนั้นการเขียนข่าวต้องสร้างความน่าสนใจเพื่อดึงดูดใจบรรณาธิการให้ได้ เช่น “ม.อ.จัดพิธีพระราชทานปริญญาบัตร” เปลี่ยนเป็น “ม.อ.ถวายปริญญาในหลวง” “คลินิก

วัยรุ่นโรงพยาบาล ม.อ. สรุปปัญหาวัยรุ่น” เปลี่ยนเป็น “คลินิกวัยรุ่น ม.อ.สะท้อนปัญหาวัยโจ๋” นอกจากนี้สิ่งที่ทำให้ข่าวน่าสนใจเพิ่มขึ้น ได้แก่ ความใกล้ชิดของข่าวกับผู้บริโภคทั้งกายและใจ ความสำคัญหรือความเด่นของบุคคลในข่าว ขนาดของเหตุการณ์ ซึ่งเหตุการณ์ใหญ่ ย่อมได้รับ

ความสนใจมากกว่า ข่าวที่มีผลกระทบต่อคนจำนวนมาก ย่อมมีความสำคัญมากกว่า ข่าวมีเงื่อนงำ มักได้รับความสนใจ หรือข่าวแปลก พิสดาร จะได้รับความสนใจมาก เป็นต้น

๗. ข่าวที่ส่งไปเป็นประโยชน์แก่ผู้อ่านและมีข้อมูลเพียงพอ

๘. ไม่เขียนยกย่องจนออกนอกหน้า เพราะหากหนังสือพิมพ์เขียนข่าวยกย่องมากเกินไป อาจถูกเพ่งเล็งว่าได้รับผลประโยชน์

๙. ต้องมีกระดาษหัวข่าว ซึ่งมีที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ติดต่อ รวมทั้งผู้ให้ข่าว ที่พร้อมจะให้สื่อมวลชนติดตามหรือสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ตลอดเวลา

๑๐. เลือกสื่อให้ตรงกับเนื้อหาข่าว ต้องพิจารณาดูว่า เขียนไปลงหนังสือพิมพ์อะไร การเขียนข่าวของหนังสือพิมพ์นั้นเป็นอย่างไร ควรรู้นโยบายและการทำงานของหนังสือพิมพ์ ว่านำเสนอข่าวแนวไหน ทำข่าวประเภทใด ทำให้ข่าวที่เขียนส่งไปมีโอกาสตีพิมพ์เผยแพร่มากขึ้น เช่น ข่าวเรื่องสิ่งแวดล้อมต้องเชิญมาทำข่าวหรือส่งให้สื่อหรือนักข่าวในสายนี้เพื่อจะได้สื่อตรงกลุ่มเป้าหมาย

๑๑. เนื้อข่าวไม่จำเป็นต้องเขียนยาวมาก ควรพิมพ์จบในกระดาษ เอ ๔ หน้าเดียว

เทคนิคและขั้นตอนในการถามคำถามเพื่อจะได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์มาเขียนข่าว

ความสำเร็จของการได้ข้อมูลขึ้นอยู่กับความสามารถในการถามคำถาม และทำให้ผู้ที่ถูกถามพึงพอใจ โดยมีขั้นตอนดังนี้

๑. ถามอย่างมีจุดมุ่งหมาย และวางแผนที่จะถามคำถามในสิ่งที่คนทั่วไปอยากรู้

๒. ศึกษาคนที่เราจะไปถาม

๓. เริ่มจากคำถามกว้างๆ ไปเจาะประเด็นคำถามที่แคบเข้าหรือประเด็นที่อยากรู้

๔ .อาศัยคำตอบก่อนหน้านี้ของผู้ให้สัมภาษณ์ มาเป็นพื้นฐานในการถามคำถามต่อไป

๕. คำถามควรกระชับ ไม่ควรถามคำถามที่ยาวเกินไป

๖. ขออนุญาตก่อนถาม โดยหลักจิตวิทยา ถ้าขออนุญาตถามคำถาม คนทั่วไปจะตอบรับที่จะตอบ

๗. หลังจากถามคำถามแล้วให้หยุดฟัง

๘. จดบันทึก หรืออัดเทปคำให้สัมภาษณ์ไว้ เพื่อนำข้อมูลมาเขียนข่าว

คำถามทั่วไปที่สามารถนำมาใช้สัมภาษณ์

คำถามพื้นฐานที่สามารถนำมาใช้ได้ทั่วไป ไม่ว่าจะทำข่าวหนังสือพิมพ์ วิทยุ หรือโทรทัศน์ ได้แก่ รายละเอียดของโครงการเป็นอย่างไร วัตถุประสงค์ของโครงการเป็นอย่างไร เป้าหมาย ความคาดหวังหรือประโยชน์ของโครงการหรือกิจกรรมคืออะไร ความคืบหน้าในการดำเนินการไปถึงขั้นไหน ปัญหาและอุปสรรคในการทำงานมีอะไรบ้าง และจะแก้ไขอย่างไร นอกจากนี้ข้อควรระวัง คือ หลีกเลี่ยงคำถามที่นำไปสู่ความขัดแย้งหรือความไม่พอใจของผู้ถูกสัมภาษณ์ เช่น คำถามว่า มีความขัดแย้งในการทำงานใช่หรือไม่ เรื่องนี้มีการเมืองเข้ามาแทรก หรือมีข้อผิดพลาดเกิดขึ้นหรือไม่ ยกเว้นว่าได้สร้างความสัมพันธ์กับผู้ถูกสัมภาษณ์เป็นอย่างดีแล้ว และมีความเชี่ยวชาญในการทำข่าวเจาะลึก

กรณีเป็นผู้ให้สัมภาษณ์ ซึ่งนักประชาสัมพันธ์มีโอกาสที่จะเป็นผู้ถูกสัมภาษณ์ เช่น การให้สัมภาษณ์ทางโทรทัศน์ การพูดเข้าสายในรายการวิทยุ หรือการให้สัมภาษณ์หนังสือพิมพ์ ซึ่งนักประชาสัมพันธ์ควรคิดว่า การให้สัมภาษณ์เป็นโอกาสที่ได้ประชาสัมพันธ์กิจกรรมและเป็นการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง เป็นโอกาสได้ชี้แจงหรืออธิบายเหตุผลในสิ่งที่ถูกวิพากษ์วิจารณ์ รวมทั้งได้ชมเชยเพื่อเสริมสร้างขวัญกำลังใจแก่เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน นอกจากนี้เมื่อได้ฟังคำถาม ไม่ควรรีบตอบ แต่พยายามทำความเข้าใจคำถามก่อน อย่าท่องจำคำตอบ ให้พยายามทำความเข้าใจเรื่องที่จะให้สัมภาษณ์ พูดอย่างเป็นธรรมชาติ ถ้าไม่ได้ยินหรือได้ยินไม่ชัดเจน ให้ขอคำถามอีกครั้ง และถ้าผู้สัมภาษณ์อ้างถึงข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง ให้กล่าวแก้ไข อย่าปล่อยให้ผ่านเลยไป

ภาพข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์

ภาพถ่ายช่วยให้ข่าวมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น เพราะช่วยให้ผู้อ่านเข้าใจเนื้อหา รายละเอียดของเรื่อง รวมทั้งนิยมชมชอบต่อบุคคลและหน่วยงานได้ดียิ่งขึ้น ภาพถ่ายจึงเป็นสื่อที่มีบทบาทสำคัญในการประชาสัมพันธ์

ประเภทของภาพข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์

ประเภทของภาพข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ แบ่งเป็น ๔ ประเภท ได้แก่ ๑) ภาพบุคคล เน้นบุคคลสำคัญในเหตุการณ์ ๒) ภาพกิจกรรม เน้นกิจกรรมที่น่าสนใจ ๓) ภาพสถานที่ เน้นสถานที่สำคัญในข่าว ๔) ภาพเหตุการณ์ เน้นเหตุการณ์ตามธรรมชาติ

เทคนิคในการถ่ายภาพให้ได้ลงข่าว

เทคนิคในการถ่ายภาพให้ได้ลงข่าวมีข้อควรพิจารณาดังนี้

๑. มีความสอดคล้องกับเนื้อหาข่าว ข่าวและภาพควรจะกลมกลืนกัน มีเนื้อหา มีชีวิตชีวา มีความชัดเจน สามารถบอกเรื่องราวให้ผู้ดูรู้เรื่องและเข้าใจได้ชัดเจน และควรมีคำอธิบายภาพ ซึ่งมีรายละเอียดว่าใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร ทำไม อย่างไร โดยพิมพ์ด้วยกระดาษต่างหากไว้ใต้ภาพ ไม่ควรเขียนข้างหลังภาพ

๒. การถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์ ต้องเลือกบุคคลที่น่าสนใจ จะตามใจผู้ที่ต้องการเป็นข่าวไม่ได้ ต้องมีศิลปะและใช้วิจารณญาณในการถ่ายภาพและคัดเลือกภาพให้เหมาะสม หากภาพถ่ายไม่น่าสนใจ ไม่มีความแปลกใหม่ อาจไม่ได้รับการตีพิมพ์

๓. ภาพถ่ายประกอบข่าวของบุคคลผู้เป็นแหล่งข่าวในภาพ ไม่ควรนั่งตัวตรง (แข็งเหมือนภาพจากบัตรประชาชน) ควรอยู่ในอิริยาบถต่างๆ เช่น กอดอก กำลังจับปากกา กำลังพูดอธิบาย ซึ่งทำให้ภาพข่าวน่าสนใจขึ้น

วิธีการถ่ายภาพ

ภาพถ่ายที่จะนำไปประกอบข่าวนั้น ปัจจุบันมีความสะดวก รวดเร็วและง่ายขึ้น เพราะเทคโนโลยีของกล้องถ่ายภาพระบบดิจิตอล ที่ใช้ระบบอัตโนมัติในการทำงาน ซึ่งมีข้อแนะนำในการถ่ายภาพดังต่อไปนี้

๑. วางนิ้วไว้บนปุ่มชัตเตอร์แล้วกดลงไปเบาๆ ประมาณครึ่งทาง อย่าเพิ่งกดลงไปจนสุด กล้องจะเริ่มโฟกัสภาพและคำนวณแสง จากนั้นค่อยกดปุ่มชัตเตอร์ลงไปอีกครึ่งหนึ่งจนสุดอย่างแผ่วเบา กล้องก็จะบันทึกภาพทันที ภาพที่ได้จะไม่สั่นและได้จังหวะที่ต้องการ

๒. การถ่ายภาพย้อนแสง สามารถเปิดแฟลชช่วย เพื่อไม่ให้ภาพที่ออกมามืด

๓. การถ่ายภาพบุคคลครึ่งตัว ผู้ถ่ายภาพควรย่อตัวเล็กน้อย เนื่องจากหากถ่ายจากส่วนสูงปกติแล้ว ภาพที่อยู่ในมุมที่กดลง จะทำให้ศีรษะดูใหญ่ และช่วงตัวดูสั้น เป็นสาเหตุให้ได้ภาพที่ลำตัวและขาสั้นแต่ศีรษะโตเมื่อถ่ายภาพบุคคลเต็มตัว

๔. การถ่ายภาพบุคคล ต้องคำนึงถึงองค์ประกอบ ด้านแสง ฉากหน้า ฉากหลัง โดยเฉพาะฉากหลังที่ดีต้องไม่รกรุงรัง และรบกวนสายตาในการมอง เช่น มีใบไม้หรือเสาโผล่ขึ้นมาจากศรีษะ ต้องหลีกเลี่ยงฉากดังกล่าว หรือถ่ายให้ฉากหลังเบลอ ด้วยการปรับรูรับแสงให้กว้าง ความเร็วชัตเตอร์สูง

เคล็ดลับในการถ่ายภาพหมู่เพื่อนำไปเป็นภาพประกอบข่าว

ภาพข่าวประชาสัมพันธ์นั้นต้องใช้ภาพหมู่เพื่อประกอบในการเผยแพร่ข่าวค่อนข้างมาก ซึ่งมี**ข้อแนะนำในการถ่ายภาพหมู่ดังนี้**

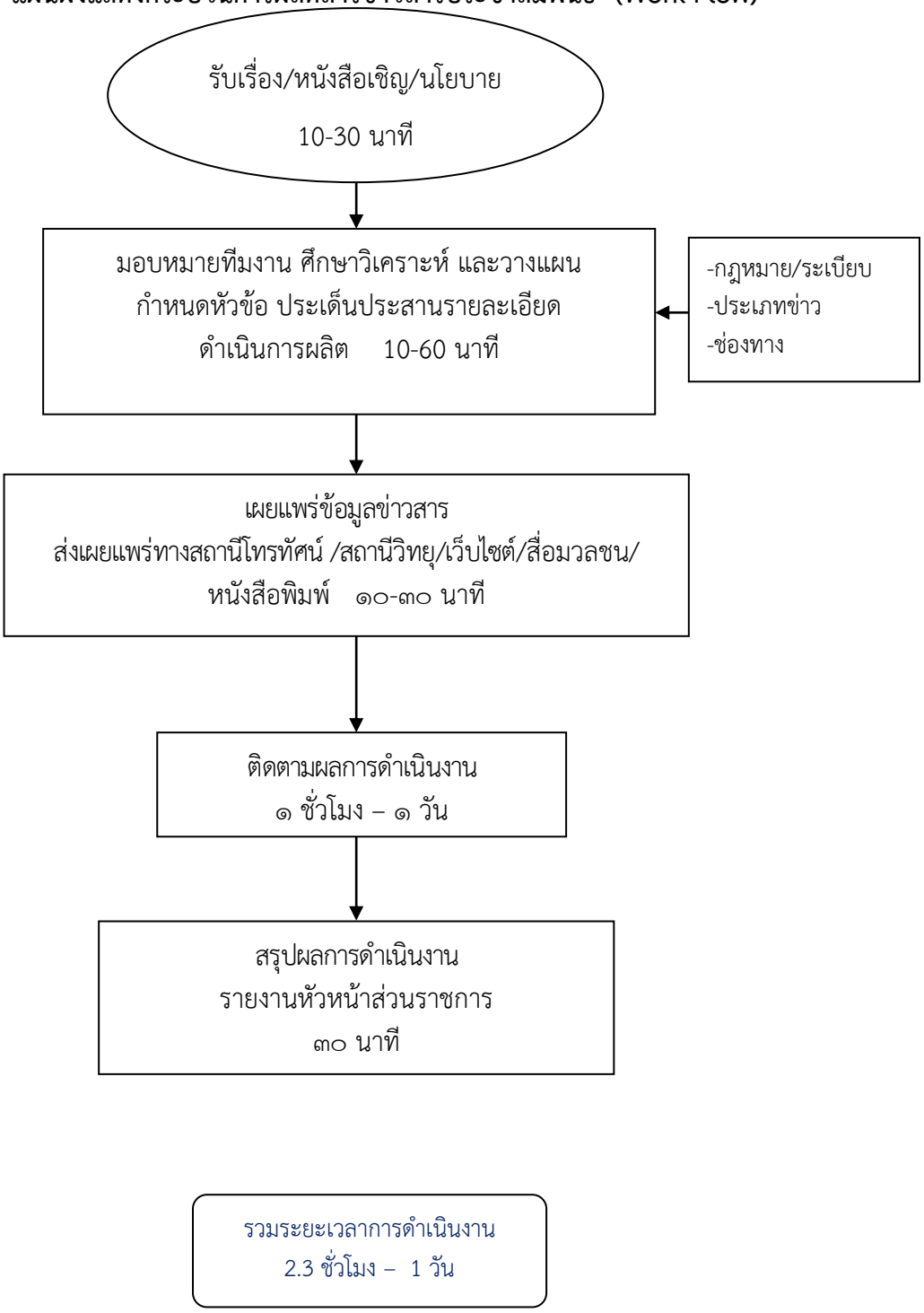
๑. พยายามให้น้ำหนักของภาพดูสมดุล ไม่หนักไปทางซ้ายหรือขวา ซึ่งเป็นหน้าที่ของช่างภาพเนื่องจากเป็นผู้ที่เห็นองค์ประกอบทั้งหมด ผู้ที่ถูกถ่ายจะไม่ทราบว่าภาพดูสมดุลดีหรือไม่

๒. การถ่ายภาพหมู่บ่อยครั้งต้องถ่ายในที่มีแสงน้อย ต้องใช้แฟลชช่วย ควรให้ภาพที่ออกมาเห็นชัดเจนทุกคน

๓. หากไม่ต้องการให้ผู้ถูกถ่ายภาพหมู่บางคนหลับตา อาจใช้วิธี บอกให้ทุกคนหลับตาก่อน แล้วจึงนับ ๑-๒-๓ ให้เปิดตาได้ แล้วจึงทำการกดชัตเตอร์ถ่ายภาพ จะได้ภาพที่ไม่มีใครหลับตา

๔. การถ่ายภาพหมู่ไม่จำเป็นต้องถ่ายภาพเมื่อเสร็จสิ้นกิจกรรม อาจถ่ายตอนเริ่มต้นกิจกรรมหรือระหว่างการทำกิจกรรม เพราะหากรอเสร็จสิ้นกิจกรรม สมาชิกอาจอยู่ไม่ครบหรือสื่อมวลชนบางท่านไม่สามารถรอจนจบกิจกรรม อาจกลับไปก่อนได้

แผนผังแสดงกระบวนการผลิตสารข่าวสารประชาสัมพันธ์ (Work Flow)



ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

1. ขั้นเตรียมการ

- แต่งตั้งคณะทำงาน (กิจกรรมที่สำคัญ มีเวลาทำงานมาก)
- รวบรวม ศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. ขั้นการจัดทำแผน

- ประชุมพิจารณายกร่างแผน
- ประชุมพิจารณาร่างแผน
- ปรับปรุงแก้ไข
- จัดทำแผนฉบับสมบูรณ์
- เสนอผู้มีอำนาจเห็นขอบอนุมัติ

3. ขั้นการถ่านทอดแผนสู่การปฏิบัติ

- จัดประชุมชี้แจง
- ทำบันทึกแจ้งเวียน

4. ขั้นการดำเนินงานตามแผน

- จัดทำแผนปฏิบัติ
- ดำเนินการประชาสัมพันธ์ตามแผนปฏิบัติ
- รายงานผลการดำเนินงาน

5. ขั้นการติดตามประเมินผล

- ออกแบบสอบถามและสำรวจผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- เก็บข้อมูล
- วิเคราะห์ข้อมูล
- จัดทำรายงาน
- เสนอรายงาน

****