
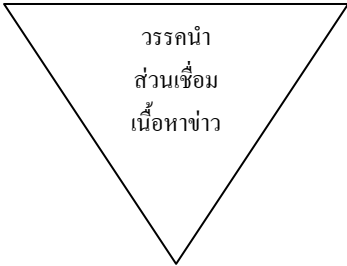


บันทึกการเล่าเรื่อง 
เรื่อง เทคนิคการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์
วันที่ 19 พฤศจิกายน 2555
ณ ห้องประชุมพีพัฒน์ ชั้น 3 สำนักงานอธิการบดี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ผู้เล่า	รายละเอียดของเรื่อง	สรุปความรู้ที่ได้
<p>ผศ.พัชรินทร์พร ภู่อภิสิตธิ์ (รวบรวมข้อมูลจากการ เสวนาโครงการการอบรม เพื่อ พัฒนาศักยภาพ ผู้ปฏิบัติงานวิจัยและงาน บริการวิชาการ โดย วิทยากรจากคณะ เทคโนโลยีสื่อสารมวลชน)</p>	<p>การเขียนและการจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ ข่าวประชาสัมพันธ์ หรือ ข่าวแจก (Press Release / News Release) ข่าวสารซึ่งองค์กรจัดทำขึ้น เพื่อจัดส่งแจกจ่ายสู่หนังสือพิมพ์ หรือสื่อมวลชนอื่นๆ โดยจัดพิมพ์ในรูปของเอกสารข่าว มีวัตถุประสงค์ เพื่อให้หนังสือพิมพ์หรือสื่อมวลชนอื่นๆ นำไปเผยแพร่สู่ประชาชน เพื่อให้ประชาชนได้ทราบและเข้าใจในหน่วยงาน ตลอดจนเพื่อให้เกิดการยอมรับและภาพลักษณ์ที่ดี</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. วัตถุประสงค์ของการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ <ol style="list-style-type: none"> 1.1 การเขียนเพื่อบอกกล่าวให้ทราบและเข้าใจ 1.2 การเขียนเพื่อให้ประชาชนเกิดการยอมรับ 1.3 การเขียนเพื่อป้องกันมิให้เกิดความเข้าใจผิด 1.4 การเขียนเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี 1.5 การเขียนเพื่อแก้ไขความเข้าใจผิด 1.6 การเขียนเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดี 1.7 การเขียนเพื่อสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาด 2. องค์ประกอบของข่าวประชาสัมพันธ์ การเขียนข่าวสารที่จะประชาสัมพันธ์ หรือสารที่จะสื่อออกไปยังสื่อมวลชน ควรมีสาระสำคัญหรือองค์ประกอบ ที่เรียกว่า “5 W 1 H” ดังต่อไปนี้ <ol style="list-style-type: none"> 2.1 ใคร (Who) ใครคือบุคคลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับข่าว 2.2 ทำอะไร (What) เกิดอะไรขึ้น การกระทำหรือเหตุการณ์ใดที่สำคัญ 2.3 ที่ไหน (Where) การกระทำหรือเหตุการณ์นั้นๆ เกิดขึ้นที่ไหน 2.4 เมื่อไร (When) การกระทำหรือเหตุการณ์นั้นๆ เกิดขึ้นวัน เวลาใด 2.5 ทำไมและอย่างไร (Why and How) ทำไมเหตุการณ์นั้นจึงเกิดและเกิดขึ้นได้อย่างไร 2.6 ข้อมูลประกอบอื่นๆ เช่น ความเป็นมา 3. ประเภทของข่าวประชาสัมพันธ์ <ol style="list-style-type: none"> 3.1 ข่าวแจ้งให้ทราบ (Announcement Release) เป็นการแจ้งถึงสิ่งที่เกิดขึ้น หรือที่จะมีขึ้น เช่น นโยบายใหม่ วัตถุประสงค์การดำเนินงาน แนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ ฯลฯ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. วัตถุประสงค์ของการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ <ul style="list-style-type: none"> - เพื่อบอกกล่าวให้ทราบและเข้าใจ - เพื่อให้ประชาชนเกิดการยอมรับ - เพื่อป้องกันมิให้เกิดความเข้าใจผิด - เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี - เพื่อแก้ไขความเข้าใจผิด - เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดี - เพื่อสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาด 2. องค์ประกอบของข่าวประชาสัมพันธ์ ควรมีสาระสำคัญหรือองค์ประกอบ ที่เรียกว่า “5 W 1 H” 3. ประเภทของข่าวประชาสัมพันธ์ มี 4 ประเภท <ul style="list-style-type: none"> - ข่าวแจ้งให้ทราบ (Announcement Release) - ข่าวประกอบกิจกรรมพิเศษทางการประชาสัมพันธ์ (Created News Release) - ข่าวเหตุการณ์เร่งด่วน (Spot News Release) - ข่าวตอบโต้เหตุการณ์ (Response News Release) 4. รูปแบบการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ มี 3 รูปแบบ <ul style="list-style-type: none"> - การเขียนเนื้อข่าวตาม

ผู้เล่า	รายละเอียดของเรื่อง	สรุปความรู้ที่ได้
	<p>3.2 ข่าวประกอบกิจกรรมพิเศษทางการประชาสัมพันธ์ (Created News Release) เป็นการสร้างความสนใจ และมุ่งให้เกิดความนิยมต่อองค์กร เช่น การจัดคอนเสิร์ต โครงการรณรงค์เพื่อสังคมต่างๆ</p> <p>3.3 ข่าวเหตุการณ์เร่งด่วน (Spot News Release) สำหรับเผยแพร่กรณีฉุกเฉิน หรือเหตุการณ์เร่งด่วนที่สำคัญที่ต้องการแจ้งให้ประชาชนทราบ เน้นที่ความฉับไว โดยอาจไม่มีรายละเอียด</p> <p>3.4 ข่าวตอบโต้เหตุการณ์ (Response News Release) เป็นการชี้แจงรายละเอียดด้วยเหตุผลที่น่าเชื่อถือ ในประเด็นที่ถูกวิพากษ์วิจารณ์ เช่น ข่าวลือต่างๆ ข่าวความขัดแย้งภายใน</p> <p>4. รูปแบบการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์</p> <p>4.1 การเขียนเนื้อหาข่าวตามโครงสร้างแบบพีรามิดหัวกลับ (Inverted pyramid) เป็น การนำเสนอข่าวโดยลำดับประเด็นสำคัญจากมากไปหาน้อยซึ่งสอดคล้องกับธรรมชาติของมนุษย์ในการอยากรู้อยากเห็นสิ่งสำคัญก่อน ส่วนรายละเอียดไว้ทีหลังประกอบด้วย ข่าวพาดหัว บรรณานำ ส่วนเชื่อม และส่วนของเนื้อเรื่อง เรียงตามลำดับความสำคัญ เป็นการเขียนข่าว โดยเริ่มด้วยความน่าที่เป็นประเด็นสำคัญของเรื่อง และส่วนเชื่อมที่โยง ความสัมพันธ์ระหว่างความน่ากับเนื้อหา ที่มีความสำคัญรองลงมา ส่วนเนื้อหาจะเป็น ส่วนประกอบที่ให้รายละเอียดของเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่เกิดขึ้นทั้งหมด</p> <div data-bbox="683 1171 1031 1435" style="text-align: center;">  <p>บรรณานำ ส่วนเชื่อม เนื้อหาข่าว</p> </div> <p>4.2 แบบพีระมิดหัวตั้ง (upright pyramid) จะเรียงลำดับข้อมูลที่มีความสำคัญน้อยไปหามากที่สุด (climax) เพื่อให้ผู้อ่านมีความอยากรู้เริ่มจากประเด็นที่ไม่มีความสำคัญมากนัก แล้วค่อยๆ เพิ่มประเด็นที่สำคัญขึ้นเรื่อยๆ จนกระทั่งถึงประเด็นสำคัญที่สุด มักจะใช้ในเรื่องที่มีเงื่อนงำ เชิงสืบสวน สอบสวน ปัจจุบันไม่นิยมใช้</p> <p>4.3 แบบสี่เหลี่ยมผืนผ้าทรงยื่นแบบผสม (combination) มักใช้เขียนข่าวที่ไม่ค่อยสำคัญ เป็นข่าวสั้นๆ เริ่มจากส่วนเชื่อม หรือจากเนื้อเรื่องข่าว หลังจากพาดหัวข่าวแล้ว ไม่มีความน่า ความสำคัญของข่าวเท่าเทียมกัน ตั้งแต่ต้นจนจบเนื้อเรื่องของข่าว มักจะเขียนแบบเสนอข้อเท็จจริง</p> <p>5. โครงสร้างของข่าวประชาสัมพันธ์</p> <p>5.1 พาดหัวข่าว (headline) เป็นการบอกประเด็นสำคัญของข่าว มักใช้ประโยคที่เป็นข้อความสั้นๆ เพื่อช่วยให้รู้ว่าเป็นข่าวอะไร และมี</p>	<p>โครงสร้างแบบพีรามิดหัวกลับ (Inverted pyramid)</p> <ul style="list-style-type: none"> - แบบพีระมิดหัวตั้ง (upright pyramid) - แบบสี่เหลี่ยมผืนผ้าทรงยื่นแบบผสม (combination) <p>5. โครงสร้างของข่าวประชาสัมพันธ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - พาดหัวข่าว - บรรณานำ - ส่วนเชื่อม - เนื้อข่าว - ทิ้งท้ายข่าว <p>6. สื่อที่ใช้ในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ขององค์กร</p> <ul style="list-style-type: none"> - สื่อสิ่งพิมพ์ - สื่อโทรทัศน์ - สื่อวิทยุกระจายเสียง - สื่อโซเชียลมีเดีย - ป้ายประกาศ / ป้ายนิเทศการ - สื่ออินเทอร์เน็ต

ผู้เล่า	รายละเอียดของเรื่อง	สรุปความรู้ที่ได้
	<p>ประเด็นที่น่าสนใจ วิธีการพาดหัวข่าวให้พิจารณาความสำคัญของข่าวนั้นๆ ว่าใคร ทำอะไร เมื่อไร ที่ไหน อย่างไร และทำไมจึงทำเช่นนั้น</p> <p>5.2 พรรคนำ เป็นประเด็นสำคัญของเรื่อง คือต้องตอบสนองความสนใจของผู้อ่านว่า Who What When Where Why เขียนด้วยประโยคสรุปเรื่องหรือสรุปประเด็นสำคัญและกระชับ เพื่อขยายพาดหัวข่าว มีความยาวประมาณ 3-6 ประโยค</p> <p>5.3 ส่วนเชื่อม เป็นตัวเชื่อมระหว่างพรรคนำกับเนื้อข่าว ส่วนใหญ่เป็นข้อความที่ขยายประเด็นของเรื่อง จะมีหรือไม่มีก็ได้ มักใช้กับข่าวใหญ่</p> <p>5.4 เนื้อข่าว เป็นการบอกเรื่องที่เหลือจากที่บอกไว้แล้วในพรรคนำ เป็นข้อเท็จจริงที่สนับสนุนหรือขยายความ หรือช่วยให้พรรคนำได้ใจความชัดเจนขึ้น เป็นเรื่องราวทั้งหมดของข่าวที่ตอบคำถาม 5 W และ 1 H มี 2-5 ย่อหน้าตามความเหมาะสม โดยย่อหน้าแรกๆ เป็นรายละเอียดตามพรรคนำ ย่อหน้าสอง อ้างคำพูดผู้ให้สัมภาษณ์ หรือผู้บริหาร เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ ย่อหน้าสุดท้าย เสริมข้อมูลเฉพาะที่จำเป็น</p> <p>5.5 ทิ้งท้ายข่าว เป็นการสรุปประเด็นเพื่อดึงดูดความสนใจ ตกท้ายจุดหมาย ส่วนใหญ่มี ความยาวประมาณ 4-6 ประโยค</p> <p>6. สื่อที่ใช้ในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ขององค์กร</p> <p>6.1 สื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร จุลสาร จดหมายข่าว รายงานประจำปี แผ่นพับ โปสเตอร์)</p> <p>6.1 สื่อโทรทัศน์ (โทรทัศน์ โทรทัศน์วงจรปิด)</p> <p>6.2 สื่อวิทยุกระจายเสียง (รายการวิทยุ สปอตวิทยุ เสียงตามสาย)</p> <p>6.3 สื่อโสตทัศน์ (วีดิทัศน์แนะนำองค์กร)</p> <p>6.4 ป้ายประกาศ / ป้ายนิทรรศการ</p> <p>6.5 สื่ออินเทอร์เน็ต (เว็บไซต์ อีเมล)</p>	

ภาพกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เรื่อง เทคนิคการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์



แผนภูมิก้างปลา

