

คู่มือการปฏิบัติงาน (Work Manual)

ด้านการเขียนข่าวและจัดทำภาพข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์



หน่วยประชาสัมพันธ์ งานบริหารงานทั่วไป
คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

การเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์

1. ความหมายของ "ข่าวประชาสัมพันธ์"

ข่าว คือ การรายงานข้อเท็จจริงหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ตลอดจนความคิดเห็นจากบุคคลระดับต่าง ๆ ซึ่งมีความสำคัญ และเป็นที่น่าสนใจ อันมีผลกระทบต่อคนหมู่มากในชุมชนหรือสังคม

ข่าวประชาสัมพันธ์ คือ การรายงานข้อเท็จจริงหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ความรู้สึกรู้สึกทัศนคติที่ดีต่อองค์กร และนำไปสู่ความร่วมมือของคนภายในและภายนอกองค์กร และเป็นเครื่องมือในการแก้ไขความเข้าใจผิด และข่าวลือต่าง ๆ

"ข่าวประชาสัมพันธ์ / ข่าวแจก (Press Release)" ข่าวสารซึ่งองค์กร สถาบัน หรือหน่วยงานจัดทำขึ้น เพื่อจัดส่งแจกจ่ายไปสู่หนังสือพิมพ์ หรือสื่อมวลชนอื่น ๆ ให้ประชาชนได้ทราบและเข้าใจในหน่วยงาน เพื่อให้เกิดการยอมรับและภาพลักษณ์ที่ดีในทัศนคติของประชาชน อาทิ

- **นโยบายและแผนงาน** นโยบายใหม่ แผนงานด้านงบประมาณ แผนการพัฒนาบุคลากร แผนพัฒนาธุรกิจ แผนกลยุทธ์การตลาด แผนพัฒนาคุณภาพและมาตรฐาน
- **กิจกรรมการดำเนินงาน** งานของฝ่ายต่าง ๆ ในองค์กร รวมทั้งโครงการต่าง ๆ ที่องค์กรจะดำเนินการได้ดำเนินการ ทั้งที่ดำเนินการเองและหรือร่วมมือกันพันธมิตรทางธุรกิจ
- **ผลการดำเนินงานในภารกิจ** โครงการ กิจกรรมต่าง ๆ ของหน่วยงานภายในองค์กร
- **ความเคลื่อนไหวปัจจุบันในด้านต่าง ๆ ขององค์กร** เช่น หลักสูตรของคณะ การปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กร การแต่งตั้งผู้บริหาร การอบรมพนักงานจัดกิจกรรมชุมชน การช่วยเหลือสังคม การเข้าร่วมกิจกรรมตามประเพณี

2. การเขียนข่าว (News Writing)

คือ กระบวนการใช้ความคิดของผู้สื่อข่าวที่สามารถนำไปสู่การปฏิบัติงานข่าว ในขั้นตอนการเขียนบอกเล่าข้อเท็จจริง (Fact) เพื่อให้เกิดประโยชน์ในการรับใช้ หรือสะท้อนสังคม ซึ่งแตกต่างไปจากการเขียนของนักเขียนทั่ว ๆ ไป เพราะการเขียนข่าวของผู้สื่อข่าวมีความสำคัญต่อการแสวงหาความจริง (Truth) ของสังคมที่ต้องอาศัยรูปแบบ โครงสร้างของการเขียนข่าวมาช่วยนำเสนอข้อเท็จจริงอย่างมีระบบ ส่วนการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ ก็พิจารณาได้จาก "วัตถุประสงค์ของการเขียน" กล่าวคือ เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจต่อสถาบัน ให้เกิดแก่กลุ่มบุคคลที่เป็นเป้าหมาย อันจะทำให้เกิดภาพลักษณ์ นำไปสู่ความร่วมมือและความศรัทธาต่อองค์กร สินค้าหรือการบริการขององค์กรในที่สุด

3. อะไรเป็นข่าวได้บ้าง ?

ทฤษฎีพื้นฐานของการสื่อข่าว อธิบายความไว้ว่า ข่าว (News) คือ เหตุการณ์ (Event) ความคิด (ideas) ความคิดเห็น (opinion) อันเป็นข้อเท็จจริง (fact) ที่ได้รับการหยิบยกขึ้นมารายงาน (reporting) ผ่านทางช่องทางสื่อ (media) ที่เป็นทางการ (formal)

นักหนังสือพิมพ์ที่มีชื่อเสียงท่านหนึ่งชื่อ จอห์น บี โบการ์ท กล่าวว่า "เมื่อสุนัขกัดคนไม่เป็นข่าว เพราะเป็นเหตุการณ์ปกติที่เกิดขึ้นบ่อย ๆ แต่เมื่อคนกัดสุนัข นั่นคือข่าว "คำกล่าวนี้นี้แสดงให้เห็นว่า เรื่องราวที่ปกติไม่มีความน่าสนใจมากพอที่จะเป็นข่าว แต่ถ้าเป็นเรื่องที่นานกว่าจะอุบัติขึ้นที่ก็จะเป็นข่าวได้ง่าย

อย่างไรก็ตาม เหตุผลเพียงเท่านี้ ก็ยังสรุปไม่ได้ เพราะเมื่อสุนัขกัดคนสำคัญ เช่น นายกรัฐมนตรี เหตุการณ์เช่นนี้กลับกลายเป็นข่าว ดังนั้น คำตอบของเรื่องราวที่เป็นข่าวจึงมีแนวทฤษฎีพื้นฐานไว้ว่า สิ่งที่จะเป็นข่าว (Element of news) ได้คือสิ่งที่มีลักษณะ ดังนี้

- ความทันด่วนของข่าว (timeliness)
- ผลกระทบของข่าว (impact หรือ consequence) คือ มีนัย (significant) มีความสำคัญ (importance)
- มีความเด่น (prominence)
- ความใกล้ชิดของข่าวต่อผู้อ่านหรือผู้ชม (proximity) ทั้งทางกายและทางใจ
- เรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่กำลังอยู่ในกระแสความสนใจของสาธารณชน หรือเรียกว่า "ประเด็นสาธารณะ" (talk of town)

ลักษณะของสิ่งที่จะเป็นข่าวได้ตามทฤษฎีพื้นฐานของข่าวข้างต้น พอที่จะนำมาประยุกต์เป็นแนวทางในการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ได้ ยกเว้นลักษณะของข่าวโดยทั่วไปบางประการที่ไม่สามารถนำมาเป็นแนวทางได้ เช่น เรื่องความขัดแย้ง เรื่องความผิดปกติ เป็นต้น โดยที่คำนึงถึงวัตถุประสงค์ของงานประชาสัมพันธ์นั่นเอง

4. วัตถุประสงค์ของการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์

1. เพื่อให้คนทั่วไปเกิดการยอมรับองค์กร
2. เพื่อบอกเล่าเหตุการณ์ต่าง ๆ เพื่อให้ประชาชนรับทราบ
3. เพื่อแก้ไขข้อสงสัย ข้อร้าย และป้องกันข่าวต่าง ๆ ที่ไม่ดีขององค์กร
4. เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร
5. เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับคนภายในและภายนอกองค์กร
6. เพื่อสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กร

5. สิ่งสำคัญในการเขียนข่าว

1. เสนอข้อเท็จจริง เพียงตรง
2. ชัดเจน กระชับรัดกุม
3. ปราศจากข้อคิดเห็น
4. ผู้เขียนต้องเชี่ยวชาญ ละเอียดถี่ถ้วน เข้าใจ ประเด็นข่าวทะลุปรุโปร่ง

6. ข้อควรระวังในการเขียนข่าว

1. Royal ราชวงศ์เป็นข่าวที่มีราชาศัพท์ ต้องรอประกาศข่าวจากสำนักพระราชวัง
2. Religion ศาสนา จะสร้างความขัดแย้งสูงมากเพราะทุกศาสนาสอนให้คนเป็นคนดี ห้ามเปรียบเทียบกับโดยเด็ดขาด

3. Race ผิวพรรณ ผิวดำ ผิวขาว พรรค/พวกกลุ่ม จะสื่อความหมายได้ฉะนั้น ถ้าเป็นหน่วยงานต้องหลีกเลี่ยง

4. Rumor ข่าวลือ ถือเป็นเรื่องที่ไม่อันตรายมากสำหรับองค์กรทุกองค์กร ถ้าเราไม่ให้ความสำคัญในเรื่องของการกำจัดข้อความข่าว

7. โครงสร้างการเขียนข่าว

โครงสร้างของข่าว (news story structure) ในการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ ซึ่งมักจะเป็นข่าวประเด็นเดียว (single - element story) ประกอบด้วยส่วนประกอบพื้นฐาน 4 ส่วน คือ

7.1 พาดหัวข่าว (headline) คือ การนำประเด็นสำคัญของข่าวมาพาดหัวหนังสือพิมพ์ เพื่อให้ผู้อ่านทราบว่าวันนี้เกิดอะไรขึ้นบ้าง โดยใช้ตัวอักษรตัวใหญ่กว่าธรรมดา ใช้เพียงข้อความสั้น ๆ แต่สามารถเสนอสาระสำคัญให้แก่ผู้อ่านได้พิจารณาเลือกอ่านรายละเอียดข่าวที่ตนสนใจได้ ทั้งยังสามารถบอกภาพลักษณ์ของหนังสือพิมพ์ฉบับนั้น ๆ ด้วย การพาดหัวข่าวจะต้องใช้ทักษะการเลือกถ้อยคำภาษาอย่างมาก เพราะต้องดึงดูดความสนใจและกระหน่ำต่อความรู้สึกของผู้อ่านไปพร้อม ๆ กับการใช้ถ้อยคำที่สั้นที่สุดให้สามารถอธิบายเนื้อความข่าวได้มากที่สุด โดยอาจใช้คำที่รุนแรง คำแสลง ภาษาเฉพาะกลุ่ม ใช้สำนวน หรือเครื่องหมายวรรคตอนต่าง ๆ เช่น "ปรับกรม.และ 'กร' ลุยสุวิจน์", "ต้นทารกประหลาด 3 หัว 2 ขา" เป็นต้น

7.2 ความนำข่าว (Leads) หรือวรรคนำ คือสาระสำคัญของเนื้อหาข่าวที่เขียนโดยย่อเพื่อสร้างความเข้าใจทั่ว ๆ ไปแก่ผู้อ่าน แบ่งเป็น

- "ความนำข่าวแบบสรุป" จะต้องตอบคำถาม 5W1H ได้ การเขียนความนำข่าวที่มีเนื้อหาเดียว จะใช้วิธีการนี้ แต่ในกรณีข่าวอื่น ๆ มีหลายเนื้อหา จะใช้วิธีสรุปเรื่องราวของทุกเนื้อหาแล้วนำมาเรียงร้อยเข้าด้วยกัน การเขียนความนำแบบสรุปจะใช้ภาษากระชับรัดกุม ตรงไปตรงมา ใช้คำสั้นแต่มีเนื้อความมาก เข้าใจง่าย
- "ความนำข่าวแบบภาพพจน์" ซึ่งเขียนบรรยายหรือพรรณนาภาพเหตุการณ์ เรื่องราวที่เกิดขึ้นอย่างชัดเจน ทำให้ผู้อ่านเห็นภาพความเคลื่อนไหว สภาพการณ์ อารมณ์ความรู้สึกของบุคคลต่าง ๆ ในเหตุการณ์นั้นอย่างแจ่มแจ้ง โดยผู้เขียนจะเริ่มจากการเขียนความนำแบบสรุป แล้วเพิ่มคำกริยา คำช่วยกริยา คำขยายกริยา คำขยายวิเศษณ์ เพื่อเพิ่มเติมความเคลื่อนไหวและความรู้สึกเข้าไป ความนำแบบนี้มักใช้กับข่าวที่นำเสนอเหตุการณ์ที่มีความเคลื่อนไหว เช่น ข่าวอุบัติเหตุ ข่าวชุมนุมประท้วง เป็นต้น
- "ความนำข่าวแบบอัญพจน์" เป็นความนำที่ตัดตอนถ้อยคำของบุคคลสำคัญ ข้อความในประกาศ แถลงการณ์ ซึ่งเกี่ยวข้องกับสาระสำคัญของข่าวมาเขียนไว้ในเครื่องหมายอัญประกาศ เพื่อให้ผู้อ่านได้ทราบถ้อยคำของบุคคลสำคัญ หรือข้อความต่าง ๆ อย่างแท้จริง โดยไม่เกิดจากการสรุปหรือตีความของผู้เขียนข่าว
- "ความนำข่าวแบบกระแทกกระทั้น" คือความนำที่เริ่มจากความนำแบบสรุป แล้วเพิ่มคำกริยา คำขยายที่แสดงความหนักแน่นรุนแรง ชิงชังแสดงอารมณ์ความรู้สึกอย่างชัดเจน
- "ความนำข่าวแบบให้ภูมิหลัง" คือความนำข่าวที่ให้ข้อมูลเบื้องต้นของข่าวที่จะนำเสนอต่อไป เพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจเรื่องราวได้ชัดเจนกระจ่างขึ้น

- "ความนำข่าวแบบเปรียบเทียบหรือแบบขัดแย้ง" คือความนำข่าวที่เขียนแสดงภาพเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นตั้งแต่ 2 เหตุการณ์ ซึ่งมีลักษณะเหมือนกัน หรือขัดแย้งกัน และประเด็นดังกล่าวเป็นสาระสำคัญของเรื่องที่เป็นจุดดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน เช่น ข่าวสงคราม ข่าวอุบัติเหตุ เป็นต้น

ภาษาที่ใช้ในการเขียนความนำข่าวต้องเขียนด้วยข้อความที่กระชับรัดกุม เลือกสรรคำ โดยเฉพาะคำกริยา วิเศษณ์ ที่ทำให้เห็นภาพ แฝงอารมณ์ ความรู้สึก เลือกใช้คำสั้น ๆ แต่กินความมาก คล้ายกับพาดหัวข่าว

7.3 ส่วนเชื่อมความนำข่าวกับเนื้อเรื่อง (Neck) เป็นข้อความสั้น ๆ ที่เชื่อมระหว่างความนำข่าวกับเนื้อเรื่อง เพื่อให้การเขียนข่าวนั้นเชื่อมโยงอย่างต่อเนื่อง อาจจะมีหรือไม่มีก็ได้

7.4 เนื้อเรื่องหรือเนื้อข่าว (Body) คือส่วนที่อธิบายหรือขยายรายละเอียดของส่วนประกอบอื่น ๆ ข้างต้น เพื่อให้ผู้อ่านทราบเรื่องราวและเข้าใจลำดับความสำคัญของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างชัดเจน

(1) การเขียนเนื้อเรื่องข่าวที่เสนอข้อเท็จจริง จะใช้ถ้อยคำกระชับรัดกุม ตรงไปตรงมา เสนอเฉพาะข้อเท็จจริงโดยใช้วิธีบรรยายโวหาร ระดับภาษาตั้งแต่กึ่งทางการถึงระดับทางการ

(2) การเขียนเนื้อเรื่องข่าวที่แสดงความเคลื่อนไหว ผู้เขียนต้องสร้างภาพโดยใช้ถ้อยคำพรรณนาให้เห็นภาพเหตุการณ์อย่างชัดเจน เน้นที่คำกริยา เพิ่มคำแสดงอารมณ์ ความรู้สึก ความคิดเห็นของผู้เขียนเข้าไปในรายงานข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นด้วย ข้อควรระวังคือ ผู้เขียนไม่ควรสร้างภาพเกินความจริง

(3) การเขียนเนื้อเรื่องข่าวที่เป็นคำพูด ข้อความส่วนหนึ่งจะเป็นถ้อยคำที่เป็นความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์หรือแหล่งข่าว ผู้เขียนจะใช้ถ้อยคำกระชับรัดกุม ภาษาง่าย ๆ สื่อความหมายตรงไปตรงมา อาจจะมีถ้อยคำแสดงความรู้สึก อารมณ์ของผู้ให้สัมภาษณ์ปรากฏอยู่ด้วย

โครงสร้างพื้นฐานของข่าวข้างต้น เป็นส่วนประกอบพื้นฐานในการเขียนข่าว ที่แต่ละข่าวควรมีส่วนประกอบพื้นฐาน 4 ส่วน อย่างไรก็ตาม ในการนำเสนอข้อเท็จจริงของข่าว ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์อาจกำหนดแนวทางการเขียนข่าวขึ้นอยู่กับลักษณะประเด็นของข่าวนั้น ๆ ในการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ จะต้องบอกรายละเอียดเกี่ยวกับหน่วยงาน ผู้รับผิดชอบ งานประชาสัมพันธ์ขององค์กรไว้ในท้ายข่าวด้วยเสมอ เช่น หมายเลขโทรศัพท์ที่ติดต่อได้โดยสะดวก เพื่อให้ผู้สื่อข่าวสามารถติดต่อขอทำความเข้าใจหรือขอข้อมูลเพิ่มเติมได้

8. องค์ประกอบการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์

ข่าวต้องมี 5W 1H ได้แก่ Who What Where When Why และ How เพื่ออธิบายว่าใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อใด ทำไมจึงเกิดเหตุการณ์นั้นขึ้น และเหตุการณ์นั้นเกิดขึ้นอย่างไร

8.1 WHAT ปัญหาหรือสาเหตุที่เกิดขึ้น

- เกิดอะไรขึ้นบ้าง
- มีอะไรที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์นี้
- หลักฐานที่สำคัญที่สุด คืออะไร
- สาเหตุที่ทำให้เกิดเหตุการณ์นี้คืออะไร

8.2 WHERE สถานที่หรือตำแหน่งที่เกิดเหตุ

- เรื่องนี้เกิดขึ้นที่ไหน
- เหตุการณ์นี้น่าจะเกิดขึ้นที่ใดมากที่สุด

8.3 WHEN เวลาที่เหตุการณ์นั้นเกิดขึ้น หรือจะเกิดขึ้น

- เหตุการณ์นี้น่าจะเกิดขึ้นเมื่อไหร่
- เวลาใดบ้างที่สถานการณ์เช่นนี้จะเกิดขึ้น

8.4 WHY สาเหตุหรือมูลเหตุที่ทำให้เกิดขึ้น

- ทำไมต้องเป็นคนนี้ เวลานี้ สถานที่นี้
- เพราะเหตุใดเหตุการณ์นี้จึงเกิดขึ้น
- ทำไมจึงเกิดเรื่องนี้ขึ้น

8.5 WHO บุคคลที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม

- ใครอยู่ในเหตุการณ์บ้าง
- ใครน่าจะเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์นี้
- ใครจะทำให้สถานการณ์นี้เกิดขึ้นมากที่สุด
- เหตุการณ์นี้ใครได้ประโยชน์ เสียประโยชน์

8.6 HOW รายละเอียดของสิ่งที่เกิดขึ้นหรือกำลังเกิด

- เขาทำสิ่งนั้นได้อย่างไร
- ลำดับเหตุการณ์นี้ดูว่าเกิดขึ้นได้อย่างไร

9. เรื่องที่ไม่ควรโพสต์บนสื่อออนไลน์

1. เรื่องผิดกฎหมาย
2. วาทกรรมที่สร้างความเกลียดชัง
3. ข้อมูลส่วนตัว หรือความลับ เช่น ที่อยู่ เลขที่บัตร ปชช.
4. การขอ Like (ใคร Like ขอให้รวย, ขอให้สวย)
5. เรื่องของบุคคลอื่น
6. เรื่องที่อาจทำให้ออกจากงาน, การหางานใหม่
7. การลบหลู่ความเชื่อส่วนบุคคล

10. การโพสต์บนสื่อออนไลน์ ที่ทำให้คนเบื่อ

1. โพสต์บ่อยเกินไป
2. การตลาดแบบเครือข่าย
3. โพสต์ข่าวที่ไม่เหมาะสม
4. การแสดงความคิดเห็นที่หยาบคาย
5. ไม่สนใจการโพสต์แสดงความคิดเห็น หรือ Complain
6. ละทิ้งเพจให้ร้างจนนานเกินไป

11. ความรู้ของสาธารณชนที่ต้องคำนึงถึง

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ (เพศ, อายุ, การศึกษา)
2. ลักษณะเชิงจิตวิทยา (บุคลิกภาพ, ทศนคติ, ความรู้)
3. ลักษณะสภาวะทางอารมณ์ (เศร้า, รัก, โกรธ)

12. รู้วิธีการแตกประเด็นเพื่อสร้างข่าว

การทำ "ประเด็น" ให้เป็น "ข่าว" ต้องทำให้สื่อมวลชนชื่นชมองค์กร กิจการ และสินค้าในทางที่ดีแต่ไม่ใช่เรื่องง่าย เพราะสื่อมวลชนต้องการแข่งขันเพื่อขายข่าวให้ได้มากที่สุด

- ไม่คิดเอง เออเอง
- พิจารณาว่าประชาชน สังคม สื่อต้องการรู้เรื่องอะไร จึงจะมีคุณค่าต่อการเป็นข่าว

13. ประเด็นที่ทำให้เป็นข่าว

1. การนำสิ่งใหม่ที่ไม่ใครเคยมีเอามาใช้
2. การนำนวัตกรรมใหม่มาใช้แทนของเดิม
3. การมีโปรโมชั่น
4. การมีกิจกรรมที่น่าสนใจ
5. การสร้างข่าวลือ
6. การสร้างความคาดหวัง
 - การคิดคาดการณ์ไว้ล่วงหน้า
 - เมื่อถึงเวลาจะเป็นจริงหรือไม่ก็ได้
 - มีผลต่อพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย

หลักการเขียนข่าวบนสื่อออนไลน์

ลักษณะการเขียนเพื่อสื่อออนไลน์ที่ดี หมายถึง การเขียนสื่อออนไลน์เพื่อการสื่อสารเชิงการให้ข้อมูล ไม่ว่าจะเป็น ข่าว หรือ บทความเชิงความรู้ ให้ข้อมูล ชัดแจ้งจริง

1. ทำให้สั้น ให้เข้าใจได้เร็ว ด้วยภาษากึ่งทางการ

มีลักษณะของกึ่งทางการ พูดและสนทนา รวมถึงบอกให้เขาเข้าใจ และ ทำอย่างง่าย ๆ หมายความว่า ในการให้ข้อมูลไม่ควรต้องคิดเหมือนว่า คนอ่านเข้ามาเพื่อต้องการถามข้อมูลจากเรา ต้องการให้เราสอนอะไรสักอย่าง ดังนั้น การจะทำให้เข้าใจได้ในเวลาสั้น ๆ จะเป็นต้องใช้ภาษาที่ง่าย เหมือนเรากำลังพูด หรือ อธิบายสิ่งต่าง ๆ ให้ผู้อ่านได้ฟัง จะทำให้ไม่เกิดความเบื่อหน่ายในการอ่าน และทำให้เข้าใจง่ายขึ้นด้วย นอกจากนี้ ในเว็บไซต์หรือบทความหน้านั้น ถ้าต้องการให้ผู้อ่านทำอะไร ไปที่ไหนต่อ ก็ต้องมีการบอกไว้อย่างชัดเจน เพื่อง่ายต่อการติดตามบทความ

2. เรื่องต้องมีคุณค่า

คิดเสมอว่า คนอยากรู้อะไรถ้าจะอ่านเกี่ยวกับเรื่องนั้น แล้วพยายามให้ข้อมูลที่สำคัญ และ มีประโยชน์ต่อการค้นหา จะทำให้บทความมีคุณค่า ยิ่งเข้ามาอ่านแล้วได้อะไรกลับไป ยิ่งทำให้คนอยากติดตามและกลับเข้ามาอยู่เสมอ

3. เข้ามาถึง หาเจอ ได้ข้อมูล และไปต่อได้

มีลักษณะ "Grab & Go" คือ อยากรู้ได้ อยากรู้อะไร เข้ามาแล้วเจอเลยอย่างรวดเร็ว จากนั้นก็มี function ที่จะบอกได้ว่า จะไปไหนต่อ จะทำอะไรต่อ หรือมีทางเลือกให้เขาว่าจะทำอะไรไปได้ หรือ ในอีกนัยคือ ทำเรื่องให้สั้น กระชับ เพื่อเข้ามาอ่านแล้วเจอเลย แบ่งเรื่องเป็นส่วนๆ คนอ่านจะได้เลือกเรื่องที่จะอ่าน ได้โดยไม่ต้องดูทั้งหมด และมีการทำลิงก์ link ไปยังข้อมูลอื่นเพื่อเป็นตัวเลือกให้ผู้อ่าน หรือ ใช้อุปกรณ์การเลือกที่จะสมัครสมาชิกกับเว็บไซต์ หรือ เก็บข้อมูลไว้อ่านต่อในภายหลังลักษณะการเขียนเพื่อบทความออนไลน์ที่ดีนี้ สามารถสร้างได้จากเทคนิคการเขียน และการใช้เครื่องมือต่าง ๆ ง่าย ๆ จำไว้ว่า เวลาจะเขียนต้องคำนึงถึง "เขียนอย่างไรให้อ่านง่าย " "เขียนอย่างไรให้หาเจอ" "เขียนอย่างไรให้น่าเชื่อถือ" และ "เขียนอย่างไรให้มีคุณค่า"

4. ข่าว Online ที่ดี

1. สดใหม่ ทันเหตุการณ์
2. อ่านง่าย สบายตา เนื้อหาไม่แน่นเกินไป มีภาพคั่นสายตา
3. มี Link ไปยังข้อมูลที่เกี่ยวข้อง และข่าวเดิมที่เกี่ยวข้อง
4. มีการตอบโต้ให้แสดงความคิดเห็น
5. มีบริการ E-Mail, Chat, RSS, Video Clip, Printable

5. ดังนั้นการเขียนเพื่อสื่อออนไลน์ต้องทำให้รู้ว่า

1. เกี่ยวกับอะไร
2. จะทำอะไรต่อ
3. น่าสนใจภายในเวลาไม่กี่วินาที

เมื่อเราได้เจออะไรบ่อย ๆ เราก็จะคุ้นเคย พอเรารู้คุ้นเคยขึ้น ก็มีความเป็นไปได้มากขึ้นที่เราจะมีความชอบต่อไปเรื่อย ๆ สิ่งนี้ก็คือปรากฏการณ์ความชอบที่ก่อตัวขึ้นจากความคุ้นเคย (Mere Exposure Effect) นั่นเอง การสื่อสารอย่างตรงไปตรงมาด้วยข้อความที่ทำให้มีความรู้สึกร่วม ผ่านโซเชียลมีเดีย ซึ่งไม่ได้แค่สื่อสารอย่างสม่ำเสมอเท่านั้นแต่ยังหลากหลายและมีหลายมิติ จึงเป็นที่มาของคอนเทนต์ขนาดใหญ่

จัดทำภาพข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์

1. ความหมายของภาพข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์

คือภาพถ่ายที่ช่วยให้ข่าวมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น เพราะช่วยให้ผู้อ่านเข้าใจเนื้อหา รายละเอียดของเรื่อง รวมทั้งนิยมชมชอบต่อบุคคลและหน่วยงานได้ดียิ่งขึ้นภาพถ่ายจึงเป็นสื่อที่มีบทบาทสำคัญในการประชาสัมพันธ์ การถ่ายภาพในงานประชาสัมพันธ์มีหลายรูปแบบหลายลักษณะ ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับว่าเราต้องการสื่อความหมายอะไร หรือประชาสัมพันธ์ไปเพื่ออะไร เพื่อสร้างภาพลักษณ์องค์กร เพื่อโฆษณาสินค้า ผลิตภัณฑ์หรือบอกเล่าเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดในองค์กร ให้คนภายนอกได้รู้ โดยมีหลักง่าย ๆ ดังนี้

1.1 ภาพข่าวกิจกรรมองค์กร

มักพบภาพลักษณะนี้ในคอลัมน์ข่าวหนังสือพิมพ์ หรือวารสารภายในองค์กร บุคคลในภาพส่วนใหญ่มักเป็นผู้บริหารระดับสูง ดังนั้น ขอแนะนำว่าการถ่ายภาพกิจกรรมขององค์กรช่างภาพควรรู้จักหน้าตาของผู้บริหารรวมทั้งบุคคลสำคัญขององค์กรเป็นอย่างดี และถ้าหากมีการเชิญสื่อมวลชนมาร่วมงานเราควรให้การต้อนรับในฐานะเจ้าบ้านที่ดีคอยให้ความช่วยเหลือ อำนวยความสะดวกให้กับสื่อมวลชน เช่น บอกชื่อ ตำแหน่งของผู้บริหาร แนะนำว่ามีใครที่มาร่วมงานบ้าง และบอกกำหนดการของงานว่าจะมีอะไรบ้างการให้การต้อนรับที่ดีโดย การผูกมิตร ทำความรู้จักและแนะนำตัว จะช่วยลดความขัดแย้งในระหว่างถ่ายภาพลงได้บ้าง

1.2 ภาพโฆษณา

เป็นภาพที่สื่อความหมายเพื่อต้องการสร้างแรงจูงใจ เช่น ภาพโฆษณาสินค้าหรือบริการต่าง ๆ การถ่ายภาพลักษณะนี้ต้องใช้ความพิถีพิถันกับรายละเอียดและองค์ประกอบต่าง ๆ ของภาพ เช่น สถานที่ การจัดแสงการจัดฉาก เพื่อให้ภาพถ่ายมีความสวยงามและสื่อความหมายชัดเจนและจูงใจ

1.3 ภาพงานพิธีการ

สิ่งสำคัญในการถ่ายภาพงานพิธีการคือ ช่างภาพต้องรู้กำหนดการ หรือลำดับขั้นตอนของงานอย่างดี ส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับพิธีการทางศาสนา หรือเกี่ยวข้องกับประเพณีวัฒนธรรมต่าง ๆ การถ่ายภาพก็จะดำเนินไปตามขั้นตอนของพิธี

1.4 การถ่ายภาพภาวะวิกฤติ

ภาวะวิกฤติเป็นภาวะที่สร้างความตึงเครียด เป็นภาวะที่ไม่พึงปรารถนาให้เกิดขึ้น ซึ่งเหตุการณ์อาจมีความรุนแรงมากหรือน้อยก็ตามอาจส่งผลต่อภาพลักษณ์หรือมีผลกระทบกับคนส่วนใหญ่ ในด้านการประชาสัมพันธ์การถ่ายภาพจะต้องใช้กลยุทธ์และวิธีการออกข่าวเชิงรุก และพยายามควบคุมข่าวให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน การถ่ายภาพควรบันทึกเรื่องราว เหตุการณ์หรือรายละเอียดต่าง ๆ ให้ได้มากที่สุด เมื่อถ่ายภาพมาแล้วจะต้องวางแผนการประชาสัมพันธ์โดยให้ผู้บังคับบัญชาตรวจสอบก่อนนำไปเผยแพร่

2. วัตถุประสงค์ในการใช้ภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์

1. เพื่อแนะนำ
2. เพื่อให้เกิดทัศนคติที่ดี
3. เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี
4. เพื่อให้เกิดความนิยม ความศรัทธา
5. เพื่อแก้ไขภาพพจน์ ปัญหาที่เกิดขึ้น

3. ข้อควรพิจารณาในการถ่ายภาพทำข่าว

ในการถ่ายภาพเพื่อนำไปใช้ประกอบการทำข่าว มีข้อควรพิจารณาดังนี้

1. มีความสอดคล้องกับเนื้อหาข่าว โดยข่าวและภาพควรจะกลมกลืนกัน มีเนื้อหา มีชีวิตชีวา มีความชัดเจน สามารถบอกเรื่องราวให้ผู้รู้เรื่องและเข้าใจได้ชัดเจน และควรมีคำอธิบายภาพ ซึ่งมีรายละเอียด ว่าใครทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร ทำอะไร อย่างไร โดยพิมพ์ด้วยกระดาษต่างหากไว้ใต้ภาพ ไม่ควรเขียนข้างหลังภาพ
2. การถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์ ต้องเลือกบุคคลที่น่าสนใจ จะตามใจผู้ที่ต้องการเป็นข่าวไม่ได้ ต้องมีศิลปะและใช้วิจารณญาณในการถ่ายภาพและคัดเลือกภาพให้เหมาะสม หากภาพถ่ายไม่น่าสนใจ ไม่มีความแปลกใหม่ อาจไม่ได้รับการตีพิมพ์
3. ภาพถ่ายประกอบข่าวของบุคคลผู้เป็นแหล่งข่าวในภาพ ไม่ควรนั่งตัวตรง (แข็งเหมือนภาพจากบัตรประชาชน) ควรอยู่ในอิริยาบถต่าง ๆ เช่น กอดอก กำลังจับปากกา กำลังพูดอธิบาย ซึ่งทำให้ภาพข่าว
4. ถ้าถ่ายภาพหมู่อย่าให้คนเสมอกันควรมีสองต่ำสลับกัน
5. ระวังส่วนเกินของภาพ เช่น ต้นไม้ขึ้นบนหัว
6. ควรนึกถึงความเป็นจริง เช่น อย่าให้ฟ้าเอียง น้ำตะแคง หรือถ้าวิ่งไปข้างหน้า ต้องเหลือภาพข้างหน้าไว้ให้มาก
7. ควรเลือกระยะชัด (Focus) เฉพาะจุดที่ต้องการเน้น
8. การจัดมุมกล้องของภาพควรให้กล้องต่ำกว่าตา
9. บรรยากาศของภาพควรกลมกลืนเป็นไปแบบเดียวกัน
10. การถ่ายภาพคน ควรให้ดวงตามีประกาย (แต่ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงเรื่องราวในภาพด้วย)
11. ควรให้ภาพเกิดพลังในตัวเอง เช่น การต่อสู้การแข่งขัน
12. ควรคำนึงถึงฉากหน้า ฉากหลัง เพื่อให้ภาพเด่นชัด มีความหมาย

4. แนวทางในการถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์

4.1 ภาพบุคคล WHO

- "ใคร" คือ คนสำคัญที่คุณต้องการเน้นให้เห็น ให้รู้จัก คนนั้นต้องเป็นจุดเด่นของภาพ
 - บุคลิกภาพต้องออกมาดีที่สุด โดยส่วนเสริมคือ เครื่องแต่งกาย ท่าทาง
 - การจัดท่า ไม่ควรจัดในท่ายืนเฉย
 - อาจมีบุคคลอื่นมาเสริมเพื่อขับเน้น แต่ต้องไม่มาบดบังความโดดเด่น
 - อาจมีอุปกรณ์ประกอบ ที่ทำให้บุคคลนั้นมีภาพลักษณ์ที่โดดเด่นยิ่งขึ้น
 - ต้องทำให้คนที่เห็นภาพ แม้ไม่เคยรู้จัก แต่ก็รู้สึกชื่นชม ศรัทธา
- *ระวังอย่าให้ภาพที่บุคลิกไม่ดี ออกมา เช่น ปรีดา หลับตา**

4.2 ภาพสถานที่ WHERE

- "ที่ไหน" เป็นสิ่งสำคัญ จุดเด่นอยู่ที่ตัวสถานที่อย่างชัดเจน
- โดยอาจเน้นภูมิทัศน์ ชื่อสถานที่
- ต้องเลือกมุมกล้องเพื่อให้สถานที่ออกมาดูสง่างาม ยิ่งใหญ่ โดยใช้มุมต่ำ
- แสงเป็นสิ่งสำคัญ แสงเช้า เทียง เย็น กลางคืน ล้วนให้ความหมายและความรู้สึกที่แตกต่าง
- ความเรียบร้อย ความสะอาด เป็นเรื่องสำคัญ

- อาจใช้ภาพต้นไม้ ดอกไม้ ประกอบ และปิดแผลในภาพ

4.3 ภาพกิจกรรม WHAT

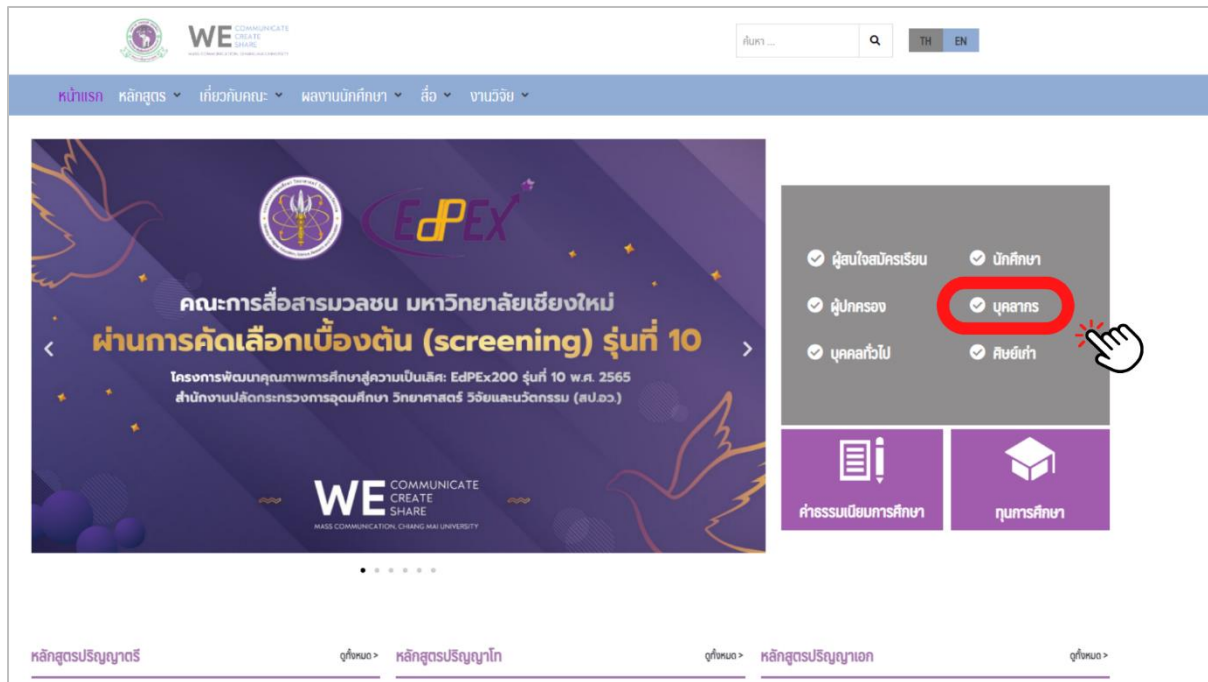
- "อะไรเกิดขึ้น" คือหัวใจสำคัญ เป็นการเล่าเรื่องราวเกิดอะไรขึ้นในภาพ
- เน้นภาพหลาย ๆ มุม หรือให้เห็นว่าเกิดอะไรขึ้น
- ท่าทางของบุคคลต่าง ๆ ต้องเสริมแต่ง ด้วยการโพสท่าช่วย
ประชาสัมพันธ์ = สร้างภาพลักษณ์ที่ดี

5. สิ่งที่ต้องคำนึงในการถ่ายภาพข่าว

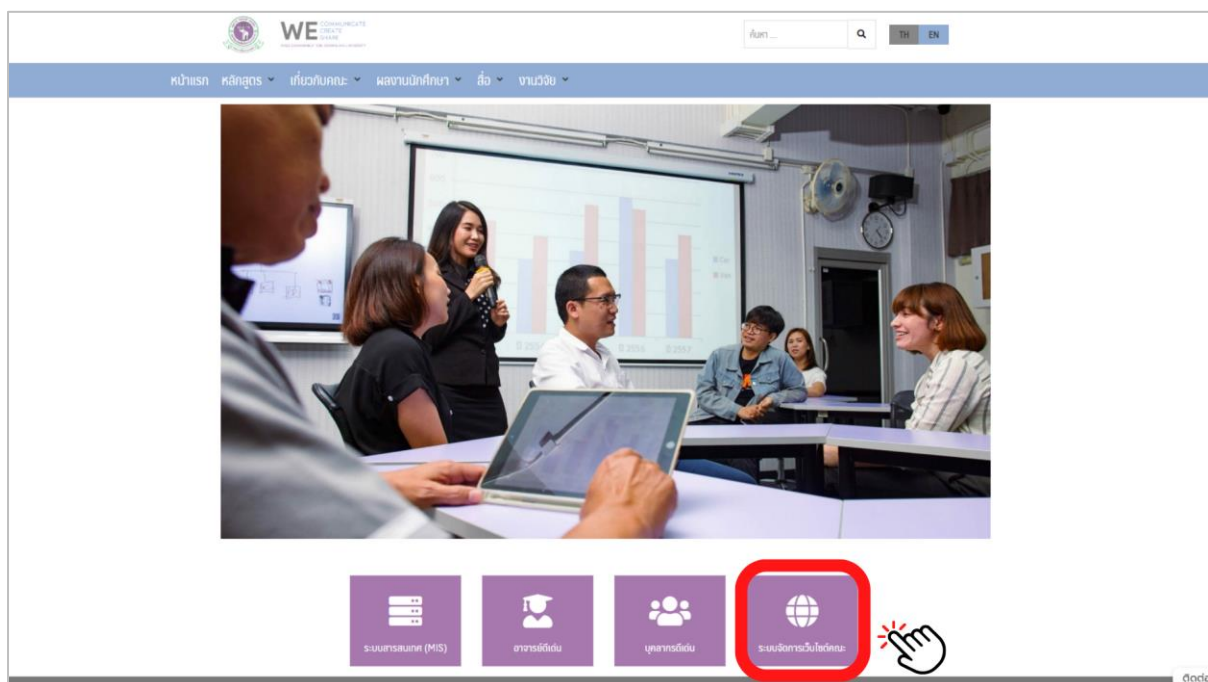
1. ให้ภาพเล่าเรื่อง ภาพเดียว เรื่องเดียว
2. ตอนถ่ายคิดเสมอ ไม่ว่าจะ ภาพเดียว หรือ กิจกรรมนำเสนอใคร ทำอะไร ให้คนดูรู้สึกอย่างไร
3. อย่าให้ภาพรก และมีส่วนเกิน เช่น ต้นไม้ ธง บนหัว
4. ควรเลือกโฟกัส ที่ต้องการเน้น
5. ก่อนกดชัตเตอร์ ดู
 - องค์ประกอบภาพ
 - โฟกัส 3.แสง
6. บุคคลที่เป็นประธานควรอยู่ตรงกลางภาพ
7. ควรจัดฉาก สถานที่ บุคคลให้เรียบร้อยก่อนถ่ายภาพ
8. อย่าให้มีวันที่ เวลา ปรากฏในภาพ
9. ควรหลีกเลี่ยงการถ่ายภาพย้อนแสง
10. หลีกเลี่ยงภาพที่ติดพระบรมฉายาลักษณ์

ขั้นตอนการประชาสัมพันธ์ข่าวบน Website คณะการสื่อสารมวลชน

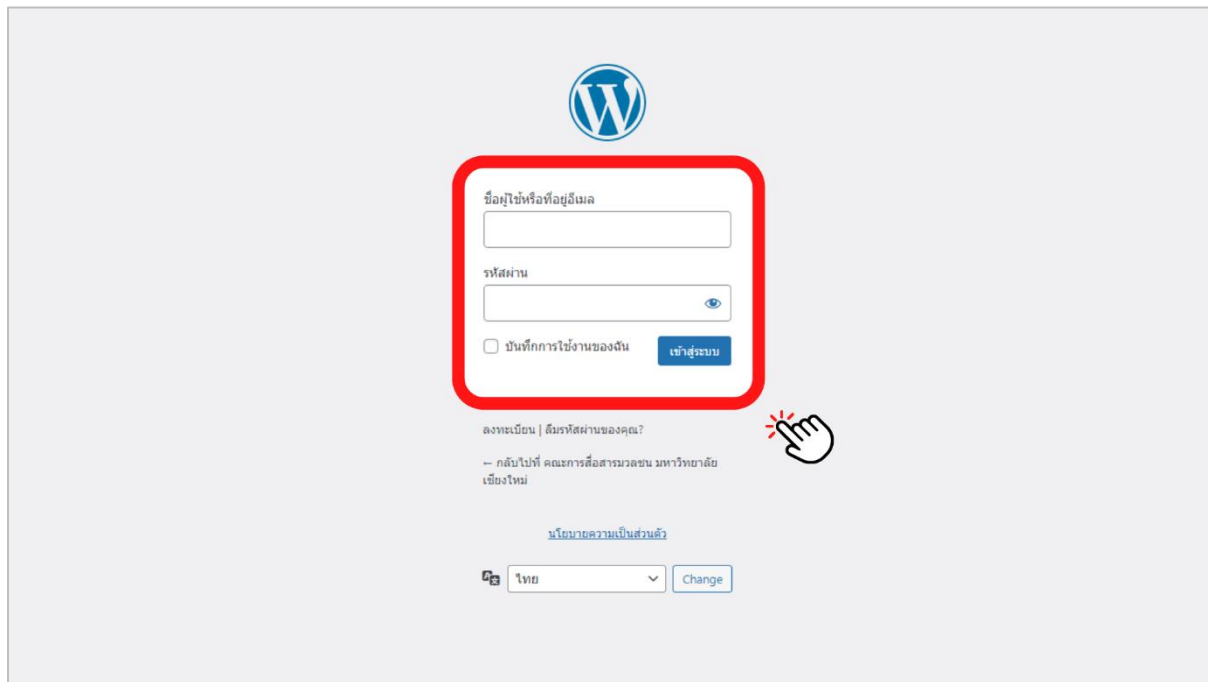
1. เข้าไปยังเว็บไซต์ <https://www.masscomm.cmu.ac.th/> แล้วเลือกคลิกข้อความ “บุคลากร” ดังภาพ



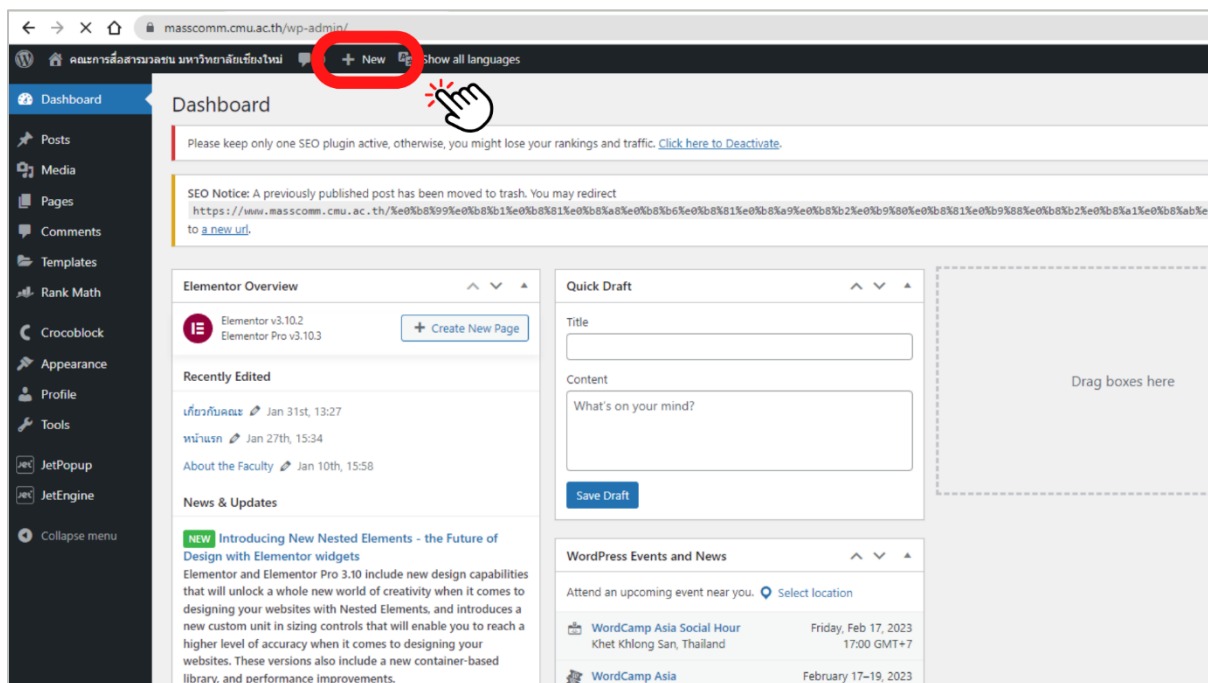
2. เลือกคลิกข้อความ “ระบบจัดการเว็บไซต์คณะ” ดังภาพ



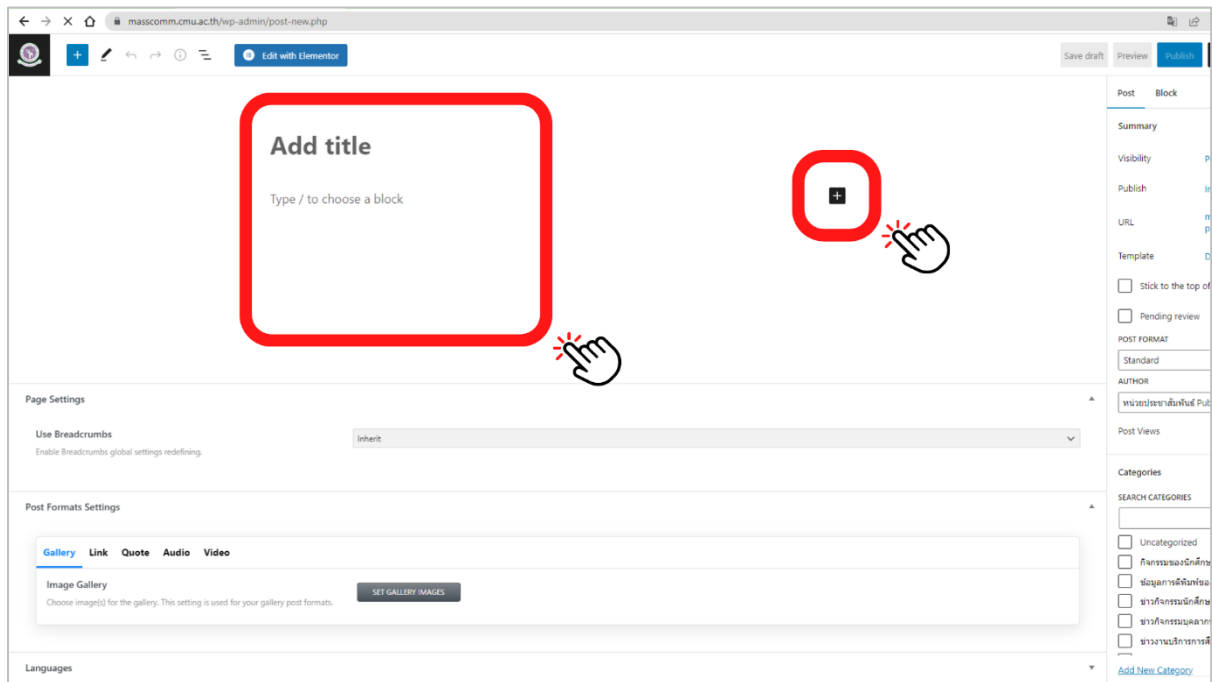
3. กรอก “ชื่อผู้ใช้หรือที่อยู่อีเมล” ตามด้วย “รหัสผ่าน” ของผู้ใช้งาน แล้วเลือกคลิก “เข้าสู่ระบบ” ตามลำดับ



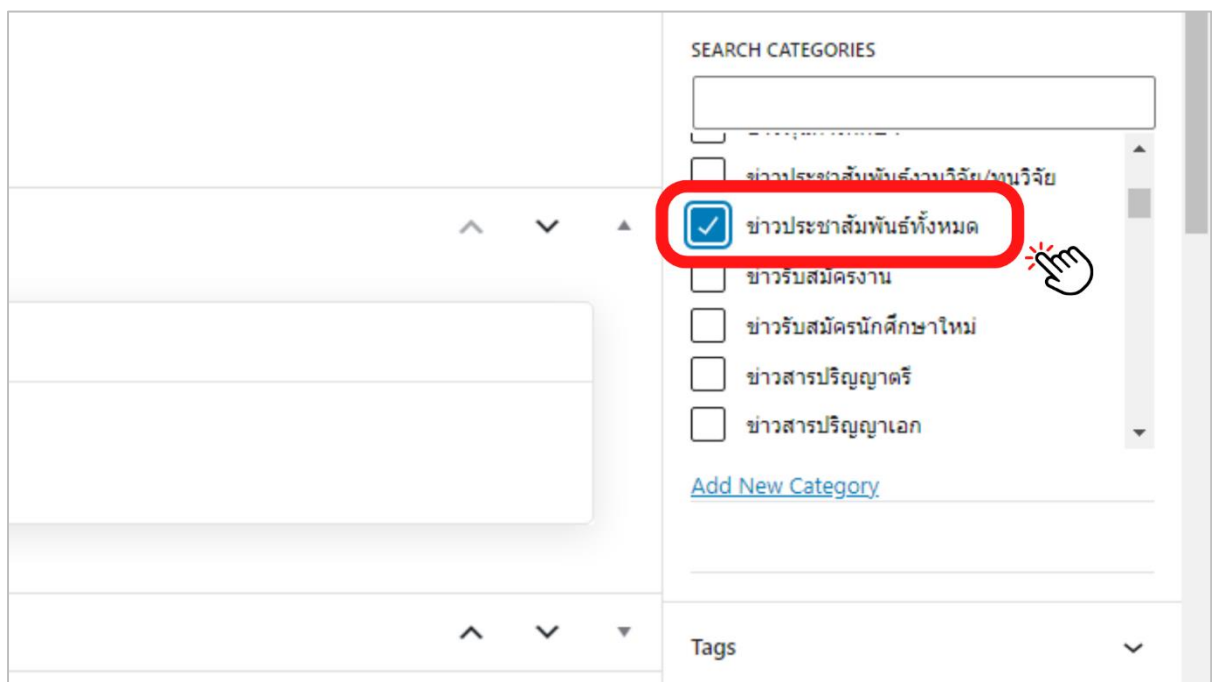
4. เลือกคลิกข้อความ “New” มุมซ้ายบน ดังภาพ



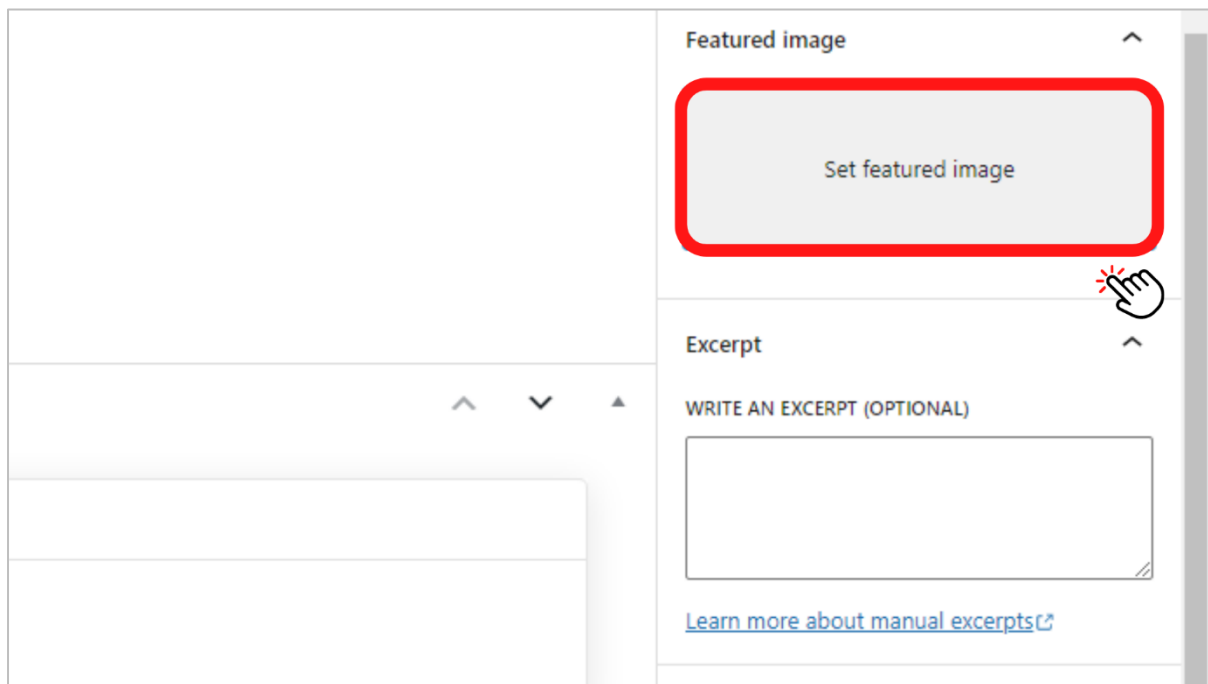
5. ดำเนินการเพิ่มข้อความข่าว headline, Leads, Body และรูปภาพ ตามลำดับ ดังภาพ



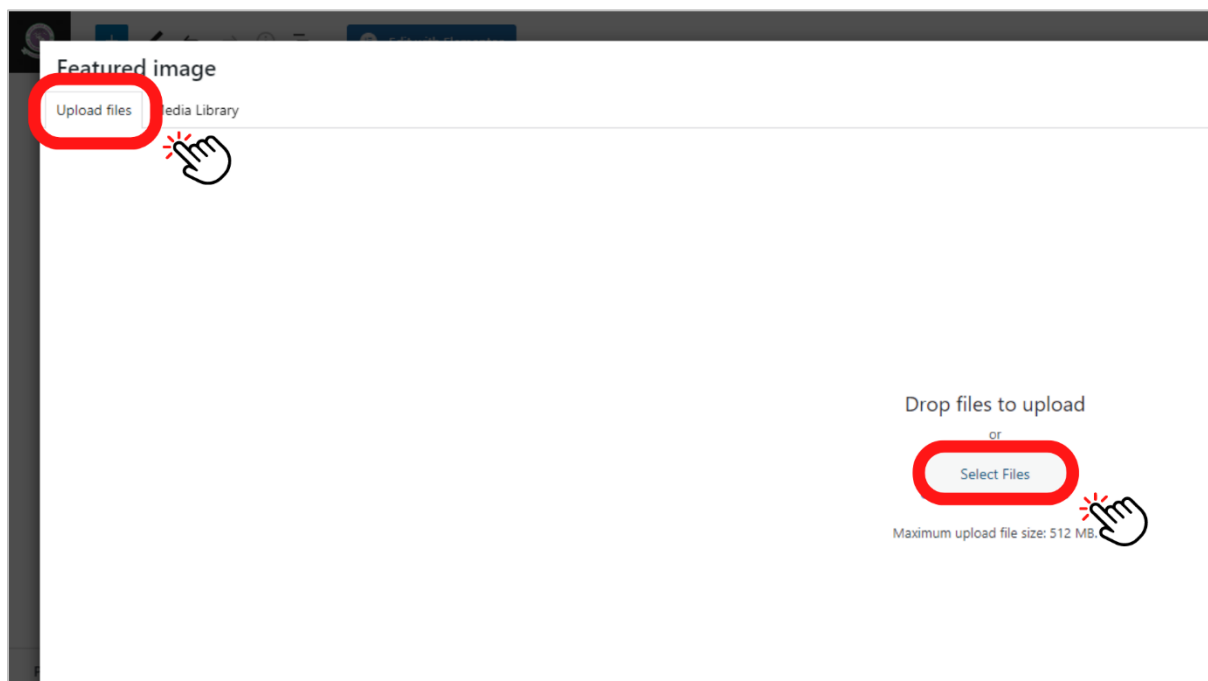
6. เมื่อเพิ่มข้อความแล้วเสร็จ ไปยัง SEARCH CATEGORIES (หมวดหมู่การค้นหา) แล้วเลือกคลิก “ข่าวประชาสัมพันธ์ทั้งหมด” หรือหมวดหมู่อื่น ๆ ตามหน่วยที่รับผิดชอบ ดังภาพ



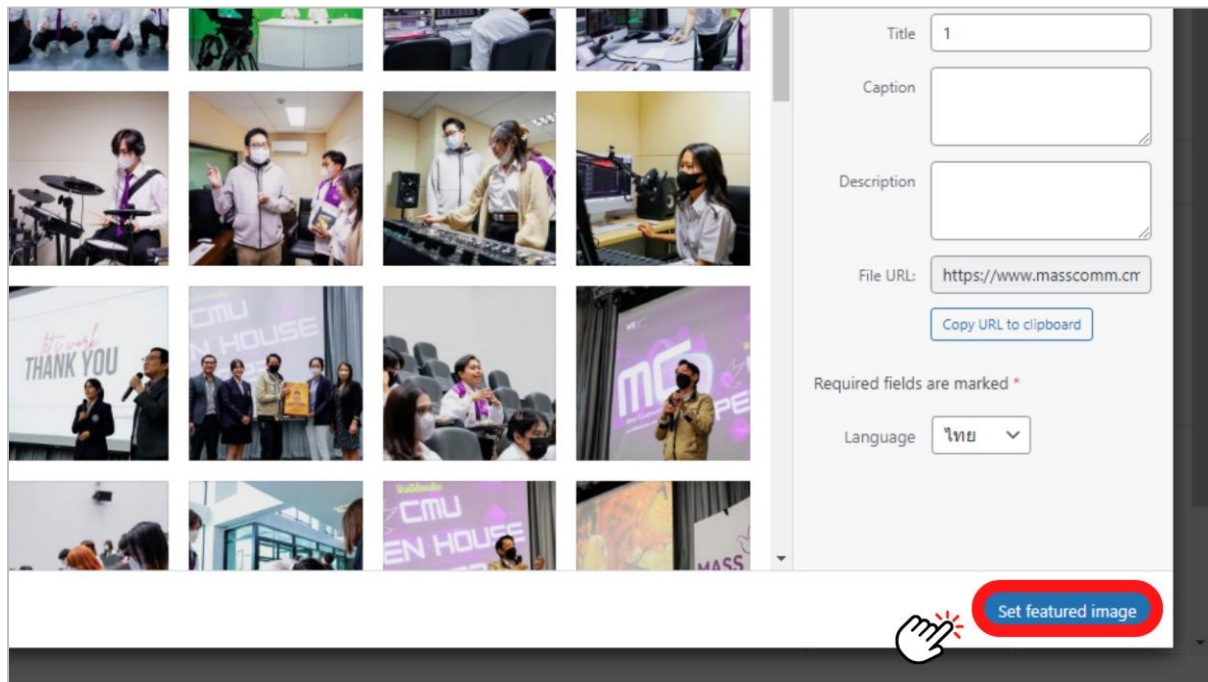
7. การเลือกรูปภาพ Cover ข่าวก่อนเลือกคลิก “Featured image” ตั้งภาพ



8. จากนั้น เลือกคลิก “Upload Files” แล้วเลือกคลิก “Select Files” จากไฟล์คอมพิวเตอร์ ตามลำดับ



9. เมื่อดำเนินการจากไฟล์รูปภาพจากคอมพิวเตอร์แล้วเสร็จ เลือกคลิก “Set featured image”



10. เมื่อดำเนินการหรือตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา/ข้อความ ที่จะทำการประชาสัมพันธ์แล้วเสร็จ เลือกคลิก “Publish”

