

คำนำ

เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นคู่มือในการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาราชบุรี เขต 1 ผู้เขียนได้นำความรู้และประสบการณ์ในการทำงานวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์ที่ได้ปฏิบัติงานมาหลายปี มาเรียบเรียงเป็นองค์ความรู้ เพื่อเป็นแนวคิด แนวทางในการปฏิบัติงาน อันประกอบไปด้วย ขอบข่าย ภาระงาน หน้าที่รับผิดชอบ ตลอดจนวิธีการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ รวมไปถึงความรู้ด้านการผลิตสื่อ การเขียนข่าว และอื่น ๆ ที่มีความจำเป็นในการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์หรือสื่อสารองค์กรได้อย่างดี และมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ผู้เขียนและเรียบเรียงได้นำเอกสารฉบับนี้จัดทำเป็นหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ และนำไปไว้บนเว็บไซต์ของงานประชาสัมพันธ์ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาราชบุรี เขต 1 เพื่อเป็นประโยชน์และเอกสารอ้างอิงต่อไป.

กลุ่มอำนวยการ

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาราชบุรี เขต 1



สารบัญ

	หน้า
คำนำ	ก
สารบัญ	ข
การประชาสัมพันธ์	
-งานประชาสัมพันธ์ และ ขอบข่ายของงาน	1
- วิธีการสร้างเครือข่ายประชาสัมพันธ์	2
- งานด้านเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและผลงาน	3
- งานบริการข้อมูลข่าวสาร	4
ภาคผนวก	
- การถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์	9
- การเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์	
- เทคนิคการเขียนเนื้อหาข่าว	16
- ข้อควรระวังในการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์	17
- ข่าวแจก	18
- การทำหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ บนเว็บ ISSUU.COM	19
คณะผู้จัดทำ	21



การประชาสัมพันธ์และขอขยาย

งานประชาสัมพันธ์เป็นลักษณะที่มีหลักปฏิบัติงานแบบเฉพาะทางในเชิงสร้างสรรค์ การคิดริเริ่มสร้างสรรค์จึงเป็นคุณลักษณะจำเป็นของผู้ที่จะเข้ามาทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ สำหรับผู้ที่ทำงานด้านประชาสัมพันธ์ ต้องคัดเลือกคนที่มีคุณสมบัติควรมีคือ

- 1.มีความสามารถในการสื่อสารไม่ว่าจะเป็นการพูดหรือการเขียน เนื่องจากงานด้านประชาสัมพันธ์ต้องเกี่ยวข้องกับการสื่อสาร เช่น การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ การเป็นพิธีกร การประสานงาน เป็นต้น
- 2.มีมนุษยสัมพันธ์ เพราะเป็นงานที่ต้องพบปะผู้คน อีกทั้งต้องทำงานร่วมกับคนจำนวนมาก การมีมนุษยสัมพันธ์ การศึกษาพฤติกรรมมนุษย์จึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการทำงานด้านนี้
- 3.มีการเรียนรู้อยู่เสมอ นักประชาสัมพันธ์ต้องเป็นนักเรียนรู้ตลอดเวลา งานด้านประชาสัมพันธ์มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของเครื่องมือต่างๆ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ต่างๆ ที่สามารถนำมาใช้ เป็นต้น

ฉะนั้นการประชาสัมพันธ์องค์กรจึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญอันดับต้นๆ ในการทำงานขององค์กรแต่ละองค์กร เราจะสังเกตว่า บางหน่วยงานทำงานหนักมีผลงานมากมายแต่ไม่มีการประชาสัมพันธ์ ผู้คนมักจะไม่ทราบว่าหน่วยงานนั้นได้ทำอะไรไปบ้าง แต่ตรงกันข้ามอีกหน่วยงานหนึ่งทำงานน้อยกว่ามีผลงานน้อยกว่า แต่หน่วยงานนั้นมีการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวสารออกไปยังสื่อต่างๆ หน่วยงานนั้นจะเป็นที่รู้จักของประชาชนและเกิดการยอมรับในที่สุด

ขอขยายงานประชาสัมพันธ์สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาราชบุรี เขต ๑

งานประชาสัมพันธ์ในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาราชบุรี เขต 1 มีภาระ 3 ด้าน ดังนี้

- 1.งานสร้างเครือข่ายประชาสัมพันธ์ เป็นกลยุทธ์ในการสร้างความร่วมมืออย่างเป็นระบบอันเกิดจากการรวมตัวของบุคคลในองค์กร หรือสถาบันทางสังคมต่างๆ เพื่อการประสานเชื่อมโยงนำไปสู่การเพิ่มพลังและปัจจัยให้ผลการดำเนินงานบรรลุผลสำเร็จในเป้าหมายสูงสุดร่วมกัน งานประชาสัมพันธ์ สำนักงานเขตพื้นที่ฯ มีเครือข่ายด้านการประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อหลายช่องทาง คือ ด้านสังคมออนไลน์ (FACEBOOK เครือข่าย ปชส.สพป.รบ.1 , Line กลุ่มเครือข่ายประชาสัมพันธ์ สพป.รบ.1,กลุ่มนักข่าวและสื่อมวลชนในท้องถิ่นจังหวัดราชบุรี



วิธีการสร้างเครือข่ายประชาสัมพันธ

ด้านสังคมออนไลน์ (FACEBOOK,LINE) มีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

1. ตั้งกลุ่มเครือข่ายโดยประชาสัมพันธสำนักงานเขตพื้นที่ ฯ
2. แจกคุณครูที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธสถานศึกษาเป็นตัวแทนเข้าร่วมกลุ่มในสังคมออนไลน์ และเปิดให้คุณครูและผู้บริหารที่สนใจเข้าร่วมในกลุ่มฯ
3. อบรมให้ความรู้เรื่องการเขียนข่าว การส่งข่าว การส่งภาพข่าว และวิธีการส่งข้อมูลข่าวผ่านกลุ่มเครือข่ายเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการประชาสัมพันธ
4. รวบรวมข้อมูลข่าว เพื่อนำมาผลิตสื่อประชาสัมพันธ ผ่านช่องทางของสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษา เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธต่อไป

ด้านเครือข่ายสื่อมวลชนท้องถิ่น รวบรวมรายชื่อ เบอร์โทรศัพท์ติดต่อของ ทำทะเบียนเป็นแฟ้ม รายชื่อสื่อมวลชน ที่ติดต่อได้ ข้อมูล หาได้จากศูนย์ข่าว ณ ห้องแถลงข่าวประชาสัมพันธจังหวัดราชบุรี เพื่อ ประโยชน์ในการประสานเรื่องข่าวกับสื่อมวลชนท้องถิ่น

แผนภูมิการสร้างเครือข่ายประชาสัมพันธสังคมออนไลน์ สพป.รบ.1



2.งานด้านเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและผลงาน

งานด้านเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและผลงาน เป็นงานนำข้อมูลข่าวมาผลิตเป็นสื่อเพื่อใช้สื่อสารกิจกรรมที่เป็นนโยบายขององค์กร ให้ภายในและภายนอกองค์กร ได้รับรู้รับทราบความเคลื่อนไหวต่างๆ เพื่อก่อให้เกิดความภาคภูมิใจ กันและแก้ความเข้าใจผิดที่จะเป็นภาพลบต่อองค์กร อันจะนำไปสู่ความเข้าใจอันดี ในความรู้มีพร้อมใจของผู้ที่เกี่ยวข้อง ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จะเป็นพลังในการขับเคลื่อนการดำเนินการ ทางด้านการศึกษาให้บรรลุเป้าหมาย

วิธีดำเนินการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและผลงาน ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาราชบุรี เขต 1 มี 4 ขั้นตอนดังนี้

1.นำนโยบายของกระทรวงศึกษาธิการ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ทั้งนโยบายระยะยาว นโยบายเร่งด่วน นำมาประมวลกับข้อมูลกิจกรรมของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา และสถานศึกษาในสังกัดที่ได้ดำเนินการตั้งแต่ก่อนดำเนินการ ขณะดำเนินการ และผลสำเร็จของการดำเนินการ มาเรียบเรียง จัดเตรียมเป็นข้อมูล (ข้อมูลที่เป็น TEXT และข้อมูลภาพ Clip Video (ข้อมูลจากการดำเนินการของเขตพื้นที่การศึกษาและจากการรายงานของเครือข่ายที่สร้างไว้)

2.วางแผนการผลิตและตัดสินใจ ประมวลการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายว่าจะใช้สื่อช่องทางใดของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาที่สร้างไว้เพื่อนำเสนอและเผยแพร่เพื่อให้ตรงถึงกลุ่มเป้าหมาย อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ นโยบาย เป้าหมาย

3.ผลิตสื่อในการเผยแพร่ สำนักงานมีสื่อในการใช้เผยแพร่คือ ในสังคมออนไลน์ FACEBOOK ,LINE ,วารสารออนไลน์ ,เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ ,สถานีข่าวแบบ Live สด ข่าวการศึกษาออนไลน์,คลิปข่าวฯลฯ

4.เผยแพร่และประเมินผล

แผนผังการดำเนินการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและผลงาน



3.งานบริการข้อมูลข่าวสาร

ศูนย์ข้อมูลข่าวสาร สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1 เป็นพื้นที่ของหน่วยงานที่จัดรวบรวมข้อมูลข่าวสารไว้ให้ประชาชนเพื่อสามารถค้นหาข้อมูลข่าวสารของราชการเองได้ในเบื้องต้น ตั้งขึ้นตาม พ.ร.บ.ข้อมูลข่าวสาร ของราชการ พ.ศ. 2540 มีสถานที่ตั้งอยู่ที่บริเวณชั้น 4 อาคารเฉลิมพระเกียรติ ถ. ไกรเพชร อ.เมือง จ.จันทบุรี แสดงขอบเขตมีป้ายและพื้นที่ แฟ้มเอกสาร ผู้รับผิดชอบ สำหรับให้บริการประชาชนได้ตรวจสอบและเข้าถึง อย่างชัดเจน

วิธิดำเนินการจัดตั้งศูนย์ข้อมูล ข่าวสารฯและงานบริการข้อมูลข่าวสาร สรุปได้ดังนี้

1. สถานที่ตั้ง

- ประชาชนสามารถเข้าถึงได้สะดวก เป็นสัดส่วน
- มีป้ายชื่อศูนย์ฯ/ป้ายบอกทางเห็นชัดเจน

2. วัสดุอุปกรณ์ ครุภัณฑ์ และสิ่งอำนวยความสะดวก

- โต๊ะ/เก้าอี้สำหรับเจ้าหน้าที่และประชาชน
- ตู้/ชั้น ใส่แฟ้มเอกสาร เครื่องคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์/โทรสาร
- แบบฟอร์ม เครื่องเขียน
- แผนภาพขั้นตอนการให้บริการ แผ่นพับ ฯลฯ

3. การมอบหมายหน่วยงาน/เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบ

- ผ่านการอบรม/มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายว่าด้วยข้อมูลข่าวสารฯ
- มีจิตบริการ (Service mind)
- จัดท าดัชนี/จัดท าแฟ้มข้อมูลได้
- สามารถปฏิบัติหน้าที่ประจำศูนย์ได้อย่างต่อเนื่อง



4. การจัดทำดัชนี

-ดัชนีรวม

-ดัชนี/สารบัญประจำ

5. การกำหนดระเบียบ/หลักเกณฑ์การให้บริการ มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างหน่วยงาน/
การศึกษาดูงาน

-กำหนดช่องทางการประชาสัมพันธ์ศูนย์ฯ (บอร์ด ฯลฯ)

-กำหนดช่องทางรับฟังความคิดเห็นของประชาชน (ณ ศูนย์ข้อมูลฯ และเว็บไซต์)

-การสำรวจความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของศูนย์ฯ

-จัดทำรายงานเสนอผู้บังคับบัญชา

คู่มือการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ในขอบข่ายและหน้าที่มีวิธีการปฏิบัติและการดำเนินการอันเป็น
แนวทางในการดำเนินการครบทั้ง 3 งานที่ผู้สนใจสามารถนำไปอ้างอิงและใช้เป็นคู่มือปฏิบัติงานได้ ส่วนที่
เป็นความรู้ในเรื่องของการผลิตที่เป็นองค์ประกอบเพิ่มเติมในองค์ความรู้ที่คนทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ เช่น
การเขียนข่าว การผลิตสื่อในรูปแบบต่างๆ และสื่อที่สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาราชบุรี เขต 1
เป็นช่องทางสื่อสาร ได้ใช้พื้นที่ในภาคผนวกเผยแพร่เอกสารความรู้ที่กล่าวมาแล้วนั้น อันเนื่องมาจากการใช้
ประสบการณ์เฉพาะทางในด้านประชาสัมพันธ์ และได้มีโอกาสไปเป็นวิทยากรให้ความรู้กับนัก
ประชาสัมพันธ์และครูในหลายเขตพื้นที่การศึกษา เรียบเรียงเป็นเอกสารไว้เป็นองค์ความรู้ในการศึกษา
เพิ่มเติม...



ภาคผนวก



การถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์

ภาพถ่ายเป็นข้อมูลข่าวชนิดหนึ่งที่นักประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องใช้เพื่อนำมาประกอบการนำเสนอข่าว ทักษะด้านการถ่ายภาพเพื่องานประชาสัมพันธ์จึงเป็นองค์ความรู้ที่พัฒนาทักษะบุคลากรในเขตพื้นที่ให้สามารถถ่ายภาพเพื่องานประชาสัมพันธ์ได้ ภาพถ่ายเป็นองค์ประกอบที่ช่วยให้การนำเสนอข่าวสารมีความน่าสนใจ

ปัญหาที่พบบ่อยๆในผู้ที่เพิ่งจะเริ่มถ่ายภาพ การควบคุมกล้องเป็นปัญหาอันดับต้นๆ ทำให้ถ่ายที่ได้อาจไม่ชัด เบลอซะส่วนใหญ่ นำไปใช้การไม่ได้ ปัญหารองลงมาก็ไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากันคือ การจัดวางองค์ประกอบไม่ดีพอ และมุมมองการเล่าเรื่องด้วยภาพ ถ่ายทอดออกมาให้น่าดูน่าติดตามส่งเสริมเนื้อหาข่าว

จึงขอหยิบยกหลักสำคัญ 3 ประการ ที่สามารถนำไปพัฒนาตัวท่านเอง เพื่อให้เป็นช่างภาพ(จำเป็น)ที่ดี ได้ภาพถ่ายประชาสัมพันธ์ที่ได้ไม่ได้คุณภาพพอ

1. การปฏิบัติงานอย่างมืออาชีพ
2. ปัญหาที่พบบ่อยและการแก้ไขปัญหา
3. การถ่ายภาพเพื่อถ่ายทอดเรื่องราว

1. การปฏิบัติงานอย่างมืออาชีพ

ในงานๆหนึ่งใช้ว่าจะมีแต่นักข่าว ช่างภาพมืออาชีพเพียงกลุ่มเดียว บ่อยครั้งที่ “ท่าน” ได้รับมอบหมายให้ไปงานในฐานะตัวแทนของหน่วยงานเพียงคนเดียว หรือบางคนบังเอิญไปเป็นแขกเสียด้วยซ้ำ แต่ด้วยปัญหาติดขัดบางประการ นักประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาอาจติดงานใดงานหนึ่งอยู่มาไม่ได้ ท่านในฐานะเครือข่ายที่ต้องรับบทบาททำหน้าที่แทน ที่จะทำให้ท่านเป็นช่างภาพมืออาชีพภายใน 5 นาที(ถ้าอ่านจบแล้วทำตามได้ทุกข้อนะครับ)

กฎ 10 ข้อ

กฎนี้ช่างภาพที่ดีทุกคนควรปฏิบัติตาม

ข้อ 1. การตรวจเช็คงาน ตรวจสอบ วัน เวลา สถานที่จัดงานอย่างละเอียดหลังจากไปรับหนังสือคำสั่ง, หนังสือเชิญ, คำพูดชักชวนทันที เพื่อตรวจเช็คคิวงาน



- ข้อ2. ยืนยันวัน เวลา สถานที่จัดงานจากต้นเรื่องอีกครั้ง ก่อนวันงาน 3 วัน
- ข้อ3. หากสถานที่จัดงานนั้นท่านไม่เคยไป ให้ไปถึงที่หมายก่อนเวลาอย่างน้อย 1 ชั่วโมง
- ข้อ4. ต้องตรวจเช็คความพร้อมอุปกรณ์ ก่อนออกไปยังที่หมายเสมอ
- ข้อ5. ประการแรกไปถึงที่หมายคือ ไปหาผู้ประสานงานทันทีเพื่อเช็คกำหนดการ
- ข้อ6. อยู่ใกล้ๆทางเข้างาน ผู้ประสานงานหรือพิธีกร อยู่เสมอ
- ข้อ7. อย่าปรี๊ดเข้าหาของกินในงานก่อนแขกคนอื่น และยืนปักหลักตรงโต๊ะอาหารเด็ดขาด
- ข้อ8. ประทานเปิดงานเสร็จอย่าเพิ่งกลับ หากไม่มีงานต่อควรอยู่เก็บภาพงานเล็ก
- ข้อ9. ให้เกียรติผู้ที่เข้าไปถ่ายภาพ หรือผู้ใหญ่บริเวณนั้นเสมอ ด้วยการคำนับก่อนเข้าไปถ่ายภาพ
- ข้อ10. หากไม่ลำบาก ควรส่งภาพให้เจ้าของงานด้วย แล้วสิ่งดีๆจะตามมาอีกเพียบ

2. ปัญหาที่พบบ่อยและการแก้ไขปัญหา

ข้อมูลที่น่าเสนอเป็นหลักการเท่าที่จำเป็น และใช้งานได้จริง ในลักษณะการถามตอบ(Q&A) การใช้คำบางคำ อาจไม่เป็นทางการนัก เนื่องจากผู้เขียนมุ่งหวังให้ท่านอ่านคู่มือนี้อย่างเพื่อนที่เข้าใจกันซึ่งค่อนข้างง่ายที่สุด มิใช่อ่านไป เวียนหัวไปกับศัพท์ทางการที่เข้าใจยาก ยิ่งอ่าน ยิ่งไม่รู้เรื่อง

ทั้งนี้บางข้อมูลอาจไม่ใช่บทชี้แนะที่ต้องนำไปใช้ตายตัวเสมอไป ผู้อบรมควรนำหลักการไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมตามสถานการณ์ เพื่อให้ได้ภาพถ่ายที่มีคุณภาพ นำไปใช้ในงานประชาสัมพันธ์ได้หลากหลายรูปแบบ

A : ไปถึงงานแล้วไม่เจอใคร มีแต่ต้นกับขยะ ?

Q : เพราะท่านไม่ตรวจสอบและยืนยัน วันเวลา สถานที่จัดงานให้ชัดเจนก่อน อย่างรับเรื่องมาแล้ววางไว้จนถึงวันงานที่ท่านคิดว่ามันคือวันงาน มิฉะนั้นอาจงานเข้า!!! เพราะถ้างานเลื่อนออกไปท่านยังสามารถมาใหม่หรือรอได้ แต่ถ้างานเลื่อนเข้ามา คงเป็นไปไม่ได้ที่จะให้จัดพิธีเปิดอีกรอบเพื่อให้ท่านถ่ายรูป

A : ไปถึงที่หมายแล้วทำอะไรก่อนดี ?

Q : รีบเข้าไปหาผู้ประสานงาน หรือพิธีกรเพื่อเช็คกำหนดการ พร้อมทั้งสอบถามสถานการณ์ด้วยว่ามีปัญหาอะไรบ้าง



A : ถ่ายแล้วไม่ได้มุมเลย มุมไม่สวย

Q : ข้อดีของการไปถึงงานก่อนเวลาอีกอย่างคือท่านจะมีเวลาสำรวจสถานที่ ว่ากว้างแคบขนาดไหน แสงพอหรือไม่ พืชกรีนอยู่ตรงไหน ประชานเดินมาทางไหน เปิดงานตรงไหน ฯลฯ ท่านจะได้กะถูกว่า ควรยืนอยู่ที่ใดบ้าง และหาที่นั่งได้เหมาะสม ลุกนั่งเข้าออกไปถ่ายรูปได้ง่าย หรือบางที่ลุกนั่งลำบาก ท่านก็จะได้เลือกมุมที่นั่งที่สามารถเก็บภาพได้ดีที่สุดก่อนใคร ไม่มีหัวใครบัง เห็นหน้าประธานหรือคนที่ท่านต้องการถ่ายได้ชัดเจน

A : เวลาถ่ายภาพคนมองเยอะจัง?

Q : อย่าเพิ่งดีใจว่าคนอื่นคิดว่าเราเทห์ ดูด้วยนะครับว่าแคะมองแล้วยิ้ม หรือมองไปหน้าบึ้งไป เพราะถ้าท่านถ่ายภาพดี ๆ มักไม่มีใครมองเท่าไร ให้สังเกตตัวเองดังนี้

- แต่งตัวไม่เรียบร้อย
- ยืนบังข้างภาพคนอื่น
- ยืนปักหลักตำแหน่งเดิมนานเกินไป
- ยกกล้องไปบังหน้าคนนั่งข้างๆ หรือค้ำหัวใครอยู่
- เดินคุ่มๆ เข้าไปไม่สนโลก ในเวลาที่กำลังพูดเรื่องสำคัญอยู่
- เข้าไปถ่ายภาพด้วยที่ทำขาดความนอบน้อม ไม่ให้เกียรติผู้พูด หรือผู้ร่วมงานคนอื่น
- ถ่ายภาพไปคุยกับข้างภาพข้างๆ ไป หรือคุยโทรศัพท์ไป
- ถ่ายภาพด้วยท่าทางเหนือชั้น
- ยืนบัง หรือเดินลัดโปรเจ็คเตอร์ฯลฯ

A : มันเป็นอย่างนี้หรือถ่ายด้วยท่าทางเหนือชั้น?

Q : เช่น ถ่ายด้วยมือเดียว โกงตูดยึดแขน กดชัตเตอร์รัวหมุนรอบตัว 360 องศา ฯลฯ พุดง่าย ๆ คือถ่ายด้วยท่าทางกวนโอ๊ย หรือเวอร์เกินไปนั่นเอง ซึ่งท่านอาจไม่รู้ตัว หรือไม่รู้จักจริงๆ ไม่เป็นไรครับ หลังจากอ่านบทความนี้แล้วท่านน่าจะมีท่าทางที่สง่างามขึ้น



A : ถ่ายแล้วมีดจิง เบลออีกต่างหาก?

Q : แสงไม่พอครับ เปิดแฟลชด้วย บางคนบอกภาพไม่สวย แต่มันชัดและสว่างพอที่จะนำไปใช้งาน จำเอาไว้ว่า ชัดแต่แสงไม่ค่อยสวย ดีกว่าแสงสวยแต่เบลอนะครับ เพราะถ้าภาพเบลอ ยังไงแสงสวยก็ใช้ไม่ได้อยู่ดี

A : ก็ยังคิดว่าเบลอหน่อยๆอยู่ดี?

Q : งั้นตัวช่วยสุดท้ายครับ ให้ใช้ค่า ISO สูงสุดเท่าที่กล้องมีครับ กล้องใหม่ๆบางตัวได้ถึง6400 แต่ต้องแลกมาด้วยnoiseที่มากเป็นเงาตามตัว แนะนำให้ใช้เท่าที่จำเป็น ที่ต้องการให้ได้ภาพแน่นอนชนิดพลาดไม่ได้เท่านั้น ถ้ายังเบลออีกซื้อกล้องซื้อเลนส์ดีๆแพงๆใช้ครับ

A : มีคนยื่นบังทุกช็อตเลย ทำไงดี?

Q : ใจเย็นๆครับ ให้ใช้หลักอหิงสา ถ่ายรูปข้างๆเค้ากันพลาด 1 ช็อต พอเค้าถ่ายเสร็จเราก็อยถ่ายมุม นั้น หรืออีกวิธี คุกเข่าลงแล้วไปซ่อนอยู่ด้านหลังเขา กล้องก็จะไม่บังกัน แค่มุมของเราจะต่ำกว่านิดเดียวเท่านั้นเอง แต่ถ้าโดนบังชนิดสกัดดาวรุ่งสุดฤทธิ์คงต้องสกิตบอกอย่างมีมารยาทตอนงานเลิกจะดีกว่าครับ ทั้งนี้ทั้งนั้น ไม่แนะนำให้สร้างศัตรู พยายามผูกมิตรเข้าไว้ คราวหลังพอรู้จักกันแล้วเค้าจะค่อยๆ เขยิบให้เราเอง

A : มุมนี้ดีจิง บังมั่งดีกว่า ?

Q :เห็นคนอื่นทำไม่ดีเป็นตัวอย่างก็อย่าไปทำตามสิท่าน แต่ถ้าจำเป็นหรือบังคนอื่นโดยไม่รู้ตัว ให้รีบถ่ายแล้วหลบจากออกมาให้คนอื่นได้ถ่ายบ้างครับ ใจเขาใจเรา อยากได้ภาพดีๆ คนอื่นเค้าก็อยากได้เหมือนกัน คนทำงานแบบเดียวกัน เห็นอกเห็นใจกันเข้าไว้ครับ

A : ถ่ายๆไปแบตเตอรี่หมด กล้องตก การ์ดแข็ง ?

Q : จำที่ผมแนะนำให้ท่านผูกมิตรช่างภาพคนอื่นได้หรือไม่ นั่นละครับตัวช่วย ถ้าพลาดจะได้ขอภาพมาใช้งานได้แน่นอนว่าถ้าเค้าพลาดเราก็คงช่วยเหลือบ้างเช่นเดียวกัน เพราะไม่รู้ว่าเราจะห่วยออกงานไหน พลาดขึ้นมาจะได้มีตัวช่วยบ้างให้อุ่นใจ



A : เรียกถ่ายรูปหมู่แล้วมั่วไปหมด?

Q : ต้องหัดสั่งการครับ เราเป็นช่างภาพ จะได้สิทธิ์ในการสั่งการโดยอัตโนมัติและไม่มีใครว่า บางงานถ้าไม่สั่งการจัดขบวนแถวจะโดนว่าซะอีก แต่อย่าสั่งแบบคนบ้าอำนาจ ให้บอกด้วยน้ำเสียงเป็นมิตร บางครั้งอารมณ์ขันก็ช่วยให้งานราบรื่นนะครับ

A : ถ่ายตอนตัดริบบิ้นไม่ทัน ?

Q : ควรบอกให้ท่านค้างท่าก่อนตัดไว้ครับ ถ้าเวลานั้นไม่มีใครพูด ท่านต้องกล้าพูดถ่วงเวลา ไปก่อน “ค้างไว้ก่อนนะครับท่าน อีกนิดหนึ่งครับท่าน อีกกล้องหนึ่งครับ” ก็ว่ากันไป เพราะยังมีอีกหลายคนที่ได้ท่านช่วยชีวิตไว้ ไม่งั้นพวกกล้องเล็กๆ จะถ่ายไม่ทัน ทั้งนี้ไม่ควรให้ค้างนานเกินไป อย่าให้เกิน 30 วินาที ไม่งั้นท่านจะโดนตำหนิ นะครับ และเป็นมารยาทท่านเองควรเป็นคนกล่าว “ขอบคุณครับท่าน” อย่าปล่อยให้ผู้ใหญ่ท่านโดนสั่งแต่ไม่ขอบคุณซักคำ ให้จากภูเหล็กข้อ 9 เรื่องการให้เกียรติผู้ถูกถ่ายเอาไว้ให้ชื่นใจครับ

A : ใช้ความละเอียดภาพเท่าไรดี?

Q : ตั้งให้สูงสุดเท่าที่กล้องท่านสามารถถ่ายได้ครับ บางครั้งเราต้องนำภาพไปใช้ทำสื่ออื่นด้วยเช่น หนังสือ หรือตัดเอาที่ใหญ่ๆ ไฟล์ภาพที่ความละเอียดสูงกว่ามักนำไปใช้งานได้กว้างและหลากหลายกว่าครับ

3. การถ่ายภาพเพื่อถ่ายทอดเรื่องราว

ตามปกติแล้วการไปเก็บข่าวทั้งเขียนหรือบันทึกภาพก็ตีพิมพ์อยู่บนพื้นฐาน ใคร? ทำอะไร? ที่ไหน? อย่างไร? ในที่นี้เป็นการสรุปองค์ความรู้ในรูปแบบปฏิบัติการ ผู้เขียนจึงเรียบเรียงกระบวนการทำงานในแบบของตัวเอง เพื่อความคล่องตัวเป็นขั้นเป็นตอน ตั้งแต่ก้าวแรกที่เดินเข้างาน โดยยังยืนอยู่บนพื้นฐาน ใคร? ทำอะไร? ที่ไหน? อย่างไร? ดังต่อไปนี้

1. บรรยากาศ ตอบโจทย์ ที่ไหน?

ก้าวแรกที่เข้างานท่านก็จะพบประเด็นนี้ก่อน เช่น บ้ายงาน บรรยากาศทางเข้า การลงทะเบียน การบรรเลงดนตรีหรือการแสดงก่อนงานเริ่ม การพบปะพูดคุยของคนที่อยู่ภายในงาน เป็นต้น ประเด็นนี้ยังครอบคลุมถึงข้อ 3,4,5 ด้วย..ภาพบรรยากาศทางเข้างาน ภาพบรรยากาศบริเวณงาน

2. คนสำคัญ / ภาพสำคัญ ตอบโจทย์ใคร? ทำอะไร?

เข้ามาในงานได้ระยะเวลาหนึ่งก็จะถึงเวลาเปิดงาน ช่วงนี้คือช่วงเวลาของคนสำคัญ(เจ้าของงาน,ประธานเปิดงาน,วิทยากร) และภาพสำคัญ(ตัดริบบิ้น ตีฆ้อง เปิดป้าย ถ่ายรูปหมู่ ฯลฯ) ประเด็นนี้แหละครับที่มักเอาไปใช้ประชาสัมพันธ์ส่งข่าวมากที่สุด ท่านจะพลาดช่วงอื่นได้แต่ช่วงนี้พลาดไม่ได้ บางครั้งคนสำคัญเหล่านี้ก็เชื่อมโยงไปถึงโจทย์ทำอะไร? ด้วย

ภาพคนสำคัญ(ประธานเปิดงาน) และผู้ร่วมเป็นเกียรติ

3. ผู้ร่วมงาน ตอบโจทย์ใคร? ทำอะไร? อย่างไร?

ผู้ร่วมงานครั้งนั้นเช่นผู้เข้าฟังการบรรยาย ผู้ร่วมอบรมปฏิบัติการ บุคลากรจากหน่วยงานท่านเองหรือแม้แต่ตัวท่านเอง(เป็นเครดิตของท่านเอง หลักฐานว่าผมก็มานะครับหัวหน้า)

ภาพผู้มาร่วมงาน

4. กิจกรรม ตอบโจทย์ใคร? ทำอะไร? อย่างไร?

ง่าย ๆ ครับถ้าท่านไปงานประชุมสัมมนาที่ถ่ายวิทยากรบรรยาย คนฟังบรรยาย ถ้าอบรมทำขนม ท่านก็ถ่ายตอนสอนทำขนม ไปงานแฟชั่นก็ถ่ายเสื้อผ้า นางแบบ ฯลฯ ตามเนื้อหาที่ท่านไปครับ ข้อนี้ช่วยฝึกฝนฝีมือการถ่ายภาพที่ไม่ใช่ภาพหน้าตรงกระดานเรียงหนึ่งถือป้ายผ้า ซึ่งมันแข็งมาก จืดชืด แต่ก็ยังชอบเอาลงข่าวกันเนาะ(ก็มันมีรูปเจ้านายนี่หว่าไอ้ห้อง.....อันนี้ไม่เถียงครับ)

แต่ขอบอกไว้อย่างหนึ่งว่าหนังสือพิมพ์บางหัวมักโยนภาพแบบนี้ลงถึงนะครับเพราะไม่ตรงประเด็น เช่นงานสัมมนา เรียงแถวหน้ากระดานถือป้ายผ้า งานอบรมช่างยนต์ เรียงแถวถือป้ายผ้า งานไหว้ครูผู้บริหารนั่งเรียงแถวนักเรียนนั่งพับเพียบฉากหลังเป็นป้ายงาน ที่นี้มันก็จะเกิดคำถามขึ้นว่าจะอะไรกันนักกันหนากับเรียงแถวถ่ายกับป้ายผ้า,ป้ายงาน ทำไมงานอบรมทำขนมท่านไม่ส่งรูปทุกคนคาดผ้ากัน เบื่อนมีตราโลโก้หน่วยงานที่จัดอบรมกำลังทำขนมกันอย่างมีความสุขบ้าง ภาพเหล่านี้สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้องค์กร,บุคลากรมากกว่านะครับ บอกอ้อม ๆ ว่าผู้บริหารหน่วยงานท่านไม่เอาหน้าจะจ๊ะ นี่...เราลงพื้นที่ทำให้ชาวบ้านจริง ๆ ดูลิขัยกันใหญ่เลย

ลองส่งภาพแบบนี้ไปให้สื่อที่ท่านส่งข่าวให้เค้าได้เลือกดูครับ งานของท่านอาจไม่ลงถึงขยะอีกต่อไป อาจจะนะครับเพราะขึ้นอยู่กับว่าภาพนั้นจะ ได้คุณภาพตามมาตรฐานและสื่อสารได้ชัดเจนรึเปล่า



อย่าเพิ่งท้อครับ ถ่ายบ่อยๆ พยายามถ่ายไป ปรับปรุงไป พัฒนามุมมองไป เดียวก็สวย เคยเห็นเยอะเยอะ
ครับคนที่ถ่ายกล้องบ้องแป้งสวยกว่าคนถือกล้องตัวเป็นหมื่น

5. สีสัน ตอบโจทย์ใคร? ทำอะไร? อย่างไร

ข้อนี้คล้ายกันมากกับข้อ 4 ครับ เหตุผลก็เหตุผลเดียวกันเลย แต่ข้อนี้ผมแยกมาเพื่อเน้นความมี
สีสันจริงๆ เพราะประโยชน์ของภาพพวกนี้ส่วนมากจะได้เอาไปใช้ในสื่ออื่น หรือเป็นสต็อกภาพเพื่อใช้งาน
ที่เกี่ยวข้อง เช่น ทำแผ่นพับ หนังสือแนะนำหน่วยงาน ป้ายเชิญชวน แบนเนอร์เว็บไซต์ เป็นต้น

หัวข้อนี้แนะนำให้คนที่ได้ทำสื่อเองควรปฏิบัติครับ มันจะทำให้งานทำาง่ายขึ้นเยอะ ไม่ต้องวิ่งไปถ่ายใหม่
จัดเซตใหม่ให้วุ่นวาย งานบางงานยากจะจัดขึ้นมาได้ บางอย่างเราจะไม่มีโอกาสได้พบได้เจอ
เลยถ้าไม่มาในงานนี้....

การจะเป็นนักถ่ายภาพเป็นง่าย แต่การจะเป็นนักถ่ายภาพที่ดีเป็นยาก..ข้อมูลนี้จะช่วยให้ท่านอ่าน
พัฒนาทักษะการถ่ายภาพเพื่องานประชาสัมพันธ์ หรือแม้แต่ในชีวิตประจำวันได้บ้าง

การเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์

การเขียนข่าว ก็คือ การรายงานข้อเท็จจริงของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ตลอดจนความคิดเห็น ของ
บุคคลสำคัญซึ่งเป็นเรื่องราวที่น่าสนใจและประชาชนให้ความสำคัญสนใจ รวมทั้งมี ผลกระทบต่อผู้คน
จำนวนมาก สำหรับนักประชาสัมพันธ์ ข่าวก็คือหัวใจของงานประชาสัมพันธ์ที่จะรายงานภารกิจ
ความก้าวหน้าของหน่วยงานให้สาธารณชนทราบ การเขียนข่าวเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ และต้องมีเทคนิค
ในการสร้างความเข้าใจ และความสนใจแก่ประชาชนความสำเร็จ หรือความล้มเหลวของการ
ประชาสัมพันธ์ ยังขึ้นอยู่กับความถี่ของผลงานข่าว ที่นำเสนอในสื่อต่างๆ

แหล่งที่มาของข่าวในงานประชาสัมพันธ์

1. นโยบายของผู้บริหารกระทรวงและรัฐบาล
2. กิจกรรมขององค์กร/หน่วยงานต่างๆ
3. การปฏิบัติราชการของรัฐมนตรีและผู้บริหารกระทรวง
4. กิจกรรมพิเศษ หรือการจัดงานในโอกาสและวันสำคัญต่างๆ



องค์ประกอบของข่าว

การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ หรือสารที่จะสื่อออกไปยังสื่อมวลชน ควรมีสาระสำคัญหรือองค์ประกอบ ที่เรียกว่า “5 W 1 H” ดังต่อไปนี้

1. ใคร (Who) ใครคือบุคคลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับข่าว
2. ทำอะไร (What) เกิดอะไรขึ้น การกระทำหรือเหตุการณ์ใดที่สำคัญ
3. ที่ไหน (Where) การกระทำหรือเหตุการณ์นั้นๆ เกิดขึ้นที่ไหน
4. เมื่อไร (When) การกระทำหรือเหตุการณ์นั้นๆ เกิดขึ้นวัน เวลาใด
5. ทำไมและอย่างไร (Why and How) ทำไมเหตุการณ์นั้นจึงเกิด และเกิดขึ้นได้อย่างไร
6. ข้อมูลประกอบอื่นๆ เช่น ความเป็นมา

ขั้นตอนในการเขียนข่าว

1. หาข้อมูล โดยการค้นคว้า รวบรวมข้อมูล และสัมภาษณ์
2. วางแผนการเขียน ศึกษากลุ่มเป้าหมายและนโยบายของสื่อที่จะส่งเผยแพร่
3. ร่างเนื้อหา รูปแบบ ภาษา ทบทวน
4. ประเมินผล โดยการอ่านทบทวนด้วยตนเอง หรือผู้ที่เกี่ยวข้องช่วยอ่าน

เทคนิคและวิธีการเขียนเนื้อหาข่าว

1. การเขียนเนื้อหาข่าวตามโครงสร้างแบบปิรามิดหัวกลับ (Inverted pyramid) เป็น การนำเสนอข่าวโดยลำดับประเด็นสำคัญจากมากไปหาน้อยซึ่งสอดคล้องกับธรรมชาติของมนุษย์ในการอยากรู้อยากเห็นสิ่งสำคัญก่อน ส่วนรายละเอียดไว้ที่หลังประกอบ ด้วย ข่าวพาดหัว พรรคนำ ส่วนเชื่อมโยง และส่วนของเนื้อเรื่อง เรียงตามลำดับความสำคัญ เป็นการเขียนข่าว โดยเริ่มด้วยความน่าที่ประเด็นสำคัญของเรื่อง และส่วนเชื่อมโยงที่โยง ความสัมพันธ์ระหว่างความน่ากับเนื้อหา ที่มีความสำคัญรองลงมา ส่วนเนื้อหาจะเป็น ส่วนประกอบที่ให้รายละเอียดของเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่เกิดขึ้นทั้งหมด

2. การเขียนเนื้อหาข่าวตามโครงสร้างแบบปิรามิดหัวตั้ง (Upright pyramid) การเขียนเนื้อหาข่าวแบบนี้ จะให้รายละเอียดของข้อมูลข่าวในลักษณะที่ค่อยๆ เพิ่มความสำคัญขึ้นเรื่อยๆ

โดยประเด็นสำคัญที่สุดของเรื่อง จะเปิดเผยให้รู้ในตอนสุดท้ายของเรื่อง คล้ายๆกับการเขียนเรื่องสั้นมักใช้กับเรื่องราวที่ไม่จริงจิงมากนัก เพราะหากนำประเด็นสำคัญไว้ในความนำ หรือ วรรคนำ ผู้ฟังอาจไม่ติดตาม รับฟังจนจบ

3. การเขียนเนื้อหาข่าวตามโครงสร้างแบบผสม การเขียนเนื้อหาข่าวในลักษณะนี้ อาจมีประเด็นสำคัญหรือ จุดที่มีความตื่นเต้นเร้าใจมากกว่า 1 ประเด็น มักนิยมใช้ในกรณีที่เหตุการณ์นั้นดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง หรือเหตุการณ์ยังไม่สิ้นสุด

ข้อควรระวังในการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์

1. ชื่อและนามสกุลต้องสะกดให้ถูกต้อง เพราะว่าถ้าผิดพลาดอาจกลายเป็นคนละบุคคล หรือเกิดความเสียหายได้
2. ยศ ตำแหน่ง ต้องระบุให้ตรงกับความเป็นจริงขณะนั้น เช่น อดีตรัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ
3. คำนำหน้าชื่อ และบรรดาศักดิ์ต้องระบุเรียงลำดับให้ถูกต้อง
4. การใช้อักษรย่อ หรือตัวย่อต่างๆ ควรตรวจสอบให้ดี
5. ไม่สอดแทรกความคิดเห็นส่วนตัวเข้าไป
6. การเขียนตัวเลขถ้ามีจำนวนมากอาจใช้ตัวอักษรแทน ถ้าไม่ใช่ตัวเลขที่แน่นอน ควรใช้คำว่าประมาณ
7. หลีกเลี่ยงการใช้ศัพท์เทคนิคที่เข้าใจยาก

ข่าวแจก หรืออาจเรียกว่าข่าวสำหรับสื่อมวลชน ข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ และใช้คำย่อว่าข่าว พี.อาร์. (P.R.) ตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า **press release** หรือ **news release** เป็นข่าวสารที่หน่วยงาน องค์กร และสถาบันส่งให้สื่อมวลชนเพื่อใช้เผยแพร่ไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมาย โดยส่วนมากจะเป็นข่าวสารที่แจกจ่ายให้สื่อมวลชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อรายงานให้ประชาชนได้ทราบถึงกิจกรรม และความเป็นไปของหน่วยงานทุกระยะ รวมทั้งสร้างความสัมพันธ์ต่อเนื่องกับสื่อมวลชนด้วย ข่าวแจกนี้สามารถส่งไปได้ทั้งทางหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และยังสามารถส่งผ่านทางอีเมล (e - mail) หรือเผยแพร่บนเว็บไซต์ (web site) ของหน่วยงาน องค์กร



ข่าวจะมีลักษณะพื้นฐาน 4 ประการ คือ

1. มีความน่าสนใจ คือเรื่องหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นนั้นอยู่ในความสนใจ หรือกำลังเป็นที่สนใจของผู้อ่านส่วนใหญ่ ความน่าสนใจของข่าวจะเกิดขึ้นจากองค์ประกอบหลายประการ เช่นความใหม่ ความสำคัญ ความแปลกประหลาด ความมีเงื่อนงำ และขัดแย้ง เป็นต้น
2. มีความใหม่ คือต้องเป็นเรื่องใหม่ เหตุการณ์ใหม่ หรือเป็นเหตุการณ์เดียวกันแต่มีแง่มุมหรือประเด็นใหม่ มีความคืบหน้าใหม่ ๆ โดยปกติความใหม่มักจะมาพร้อมกับความรวดเร็วในการนำเสนอข่าว
3. มีความสำคัญ คือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นมีผลกระทบทั้งโดยตรงและโดยอ้อมต่อชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน และผลกระทบดังกล่าวจะมีผลในวงกว้าง เช่น การรับเด็กเข้าเรียน การระงับภัยที่อาจเกิดขึ้นกับนักเรียน แผ่นดินไหว และการปฏิรูปการศึกษา เป็นต้น
4. ข้อเท็จจริง คือเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่นำมารายงานนั้นเกิดขึ้นจริง ๆ ไม่ใช่จินตนาการหรือแต่งขึ้น

ลักษณะของข่าวแจก

ข่าวแจกเป็นข่าวซึ่งหน่วยงาน องค์กร และสถาบันส่งหรือแจกแก่สื่อมวลชน เพื่อให้สื่อมวลชนเผยแพร่ไปสู่ประชาชน ข่าวแจกจึงมักจะเป็นข่าวเรื่องราว นโยบายของหน่วยงาน ผลงาน และกิจกรรมต่าง ๆ ดังนั้น ข่าวแจกจะมีลักษณะดังนี้

1. เป็นข่าวเพื่อบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ให้ทราบ ข่าวแจกเป็นข่าวที่มุ่งเน้นบอกกล่าวชี้แจงให้ประชาชนทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินการ และผลงานหรือกิจกรรมต่าง ๆ ตลอดจนข่าวคราวความเคลื่อนไหวของหน่วยงาน องค์กร และสถาบันให้ประชาชนที่เกี่ยวข้องได้ทราบ และรู้เห็นถึงความ เป็นไป ซึ่งนับเป็นการปูพื้นฐานให้ประชาชนเกิดความเข้าใจในตัวหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน และเกิดความรู้สึกที่เป็นไปในทางที่ดีต่อหน่วยงานนั้น
2. เป็นข่าวที่มุ่งให้เกิดความนิยมและศรัทธาต่อหน่วยงาน องค์กร ความสำเร็จของหน่วยงาน องค์กร ส่วนหนึ่งจะขึ้นอยู่กับ การยอมรับ และให้การร่วมมือสนับสนุนด้วยความนิยมศรัทธาจากประชาชน การที่ประชาชนได้รับทราบข่าวสารต่าง ๆ จากหน่วยงาน องค์กร ทำให้เกิดสัมพันธภาพที่ดี ไม่ทำให้เกิดช่องว่างระหว่างหน่วยงานกับประชาชน หน่วยงาน องค์กร จึงจำเป็นต้องให้ข่าวสาร เพื่อสร้างสัมพันธภาพที่ดีบนพื้นฐานของความจริง เพื่อให้ประชาชนเกิดความนิยมศรัทธา



3. เป็นข่าวเพื่อป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด ความเข้าใจผิดในวงการค้าต่าง ๆ ย่อมเกิดขึ้นได้ทั้งโดยความตั้งใจให้เกิด เช่น การใส่ร้ายป้ายสี หรืออาจจะเกิดด้วยความบังเอิญ เช่น เกิดจากข่าวลือ เมื่อการเข้าใจผิดเกิดขึ้น ก็จำเป็นต้องมีการแถลงแจ้งข่าวเพื่อแก้ไขการเข้าใจผิดนั้น เพื่อไม่ให้แพร่กระจายลุกลามต่อไป และทำนองเดียวกันก่อนที่จะเกิดการเข้าใจผิดก็ควรป้องกันรักษาชื่อเสียงของหน่วยงาน องค์กร และสถาบันก่อน

การเปรียบเทียบข่าวแจกกับข่าวทั่วไป

1. มีจุดมุ่งหมายของการเผยแพร่ข่าวที่แตกต่างกันข่าวประชาสัมพันธ์ หรือข่าวแจกมีจุดมุ่งหมายเพื่อเผยแพร่ข่าวสารของหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน แต่ข่าวโดยทั่วไปมีจุดมุ่งหมายในการนำเสนอข้อเท็จจริงตามเหตุการณ์แก่คนทั่วไป

2. ทิศทางของผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นแตกต่างกัน ข่าวแจกหวังผลดีต่อบุคคล หน่วยงาน องค์กร และสถาบันที่เป็นข่าว แต่ข่าวทั่วไปอาจก่อให้เกิดผลดีหรือผลเสียแก่บุคคล หน่วยงาน องค์กร และสถาบันที่เป็นข่าวก็ได้ เช่น ข่าวเครื่องบินตก จะเป็นข่าวทั่วไป ซึ่งก่อให้เกิดผลเสียต่อบริษัทการบินที่ตกเป็นข่าว แต่ถ้าเป็นข่าวแจกในกรณีเดียวกันนี้ หากนักประชาสัมพันธ์ของบริษัทต้องการจะเขียนข่าวแจกเรื่องนี้จะต้องเขียนในเชิงที่บริษัทการบินนั้นยินดีรับผิดชอบต่อผู้เสียหายอย่างเต็มที่ ไม่ว่าจะเป็นความผิดของทางบริษัทหรือไม่ก็ตาม โดยชี้แจงว่ามีการรับผิดชอบต่ออย่างไรบ้าง เป็นต้น

3. ลักษณะของแหล่งข่าวหรือการได้ข่าวแตกต่างกัน ข่าวแจกเป็นข่าวที่นักประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน องค์กร และสถาบันจัดส่งไปให้สื่อมวลชน แต่ข่าวทั่วไปนักข่าวต้องหาข่าวเอง และเขียนข่าวเอง ดังนั้นหากหน่วยงาน องค์กร และสถาบันมีนักประชาสัมพันธ์ที่เก่งและสามารถทำตัวเป็นแหล่งข่าวที่ดีของนักข่าวแล้วก็จะเอื้อต่อการส่งข่าวแจกเพื่อเผยแพร่ในสื่อมวลชนด้วย

4. กลุ่มเป้าหมายแตกต่างกัน ข่าวแจกมุ่งเผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมายอย่างเฉพาะเจาะจงของหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน แต่กลุ่มเป้าหมายของข่าวทั่วไป คือ ผู้อ่านที่เป็นประชาชนทั่วไป แม้จะมีการเจาะจงกลุ่มเป้าหมาย แต่ก็ไม่รังเกียจที่ผู้ที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายจะรับสารนั้น ๆ ด้วย อย่างไรก็ตามนักประชาสัมพันธ์จะต้องเลือกสื่อมวลชนที่มีกลุ่มเป้าหมายเดียวกับหน่วยงาน องค์กร และสถาบันในการส่งข่าว เพื่อข่าวแจกหรือข่าวประชาสัมพันธ์จะได้ไปถึงกลุ่มเป้าหมาย

5. ขอบเขตของข่าวเนื้อหาข่าวแจกจะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงาน องค์กร และสถาบันที่ส่งข่าวไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง แต่เนื้อหาของข่าวทั่วไปมีความหลากหลายและกว้างขวางกว่ามาก โดยไม่ได้จำกัดอยู่แต่เฉพาะเรื่องที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงาน องค์กร และสถาบันเท่านั้น

6. ความรวดเร็วหรือความทันเหตุการณ์ ข่าวแจกส่วนใหญ่สามารถรอเวลาในการเผยแพร่ได้ระยะหนึ่ง แต่ข่าวทั่วไปต้องรีบนำเสนออย่างรวดเร็วในทันที เพื่อชิงความสดใหม่ของข่าว

คุณสมบัติของข่าวแจกที่ดี

ข่าวแจกที่ดีจะมีคุณสมบัติเช่นเดียวกับข่าวทั่วไป ซึ่งเงื่อนไขในการกำหนดคุณค่าของข่าว (news worthiness) ที่ดีจะประกอบด้วยคุณสมบัติ ดังนี้ (พนม วรรณศิริ, 2544, หน้า 23 - 27)

1. ความถูกต้อง (Accuracy) ความถูกต้อง คือ ควรเขียนข่าวให้ถูกต้องตามข้อมูลที่มีปรากฏอยู่จริง โดยมีความถูกต้องด้านเนื้อหาเป็นประการแรก นอกจากนี้ยังจะต้องมีความถูกต้องด้านการสะกดคำ รวมทั้งความถูกต้องในเรื่องชื่อ นามสกุล ยศ ตำแหน่ง อาชีพ ของบุคคลที่เป็นข่าวด้วย

2. ความสมดุลย์ (Balance) ความสมดุลย์ หมายถึง การเน้นหนักทั้งในข้อเท็จจริงและความสมบูรณ์ครบถ้วนของข้อเท็จจริงที่ได้มามากน้อยตามความสำคัญ

3. ความชัดเจนและกะทัดรัด (Clear and Concise) ความชัดเจนและกะทัดรัด หมายถึง การเขียนข่าวต้องมีความเป็นเอกภาพ กะทัดรัด ชัดเจน ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ตรงไปตรงมาไม่อ้อมค้อม วกวน

4. คุณสมบัติเกี่ยวกับเวลา (Timeliness) คุณสมบัติเกี่ยวกับเวลา คือ มีความสด ความรวดเร็วทันเหตุการณ์ ภาษาหนังสือพิมพ์จึงใช้ วันนี้ เป็นเครื่องบอกเวลาในข่าว ถ้าข่าวช้าก็จะไม่กินเมื่อคืนนี้ หรือเมื่อวานนี้

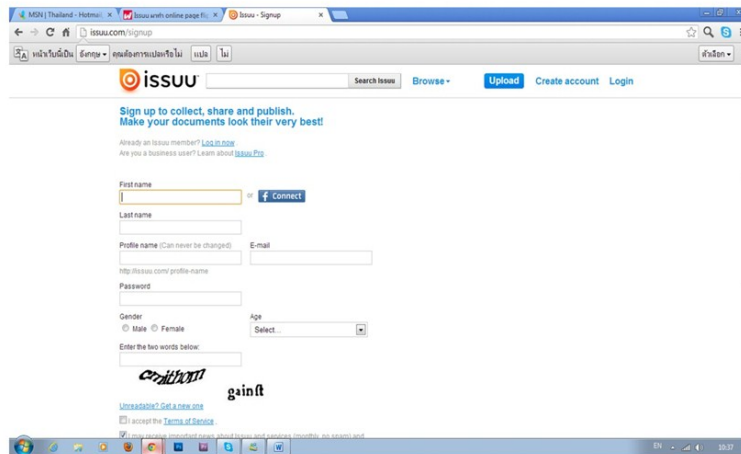
การทำหนังสืออิเล็กทรอนิกส์บนเว็บไซต์ issuu.com

1 เตรียมทำต้นฉบับไฟล์เป็นหน้า ๆ ขนาดเท่า ๆ กันไว้โดยเตรียมเป็นหน้าเดียวหรือจะเป็นไฟล์ word หรือ(Ms.Publisher) อะไรก็ได้นะที่สามารถแปลงเป็น PDF ได้

2 รวมไฟล์ทั้งหมดเป็น PDF



3 สมัครสมาชิกเว็บ www.issuu.com



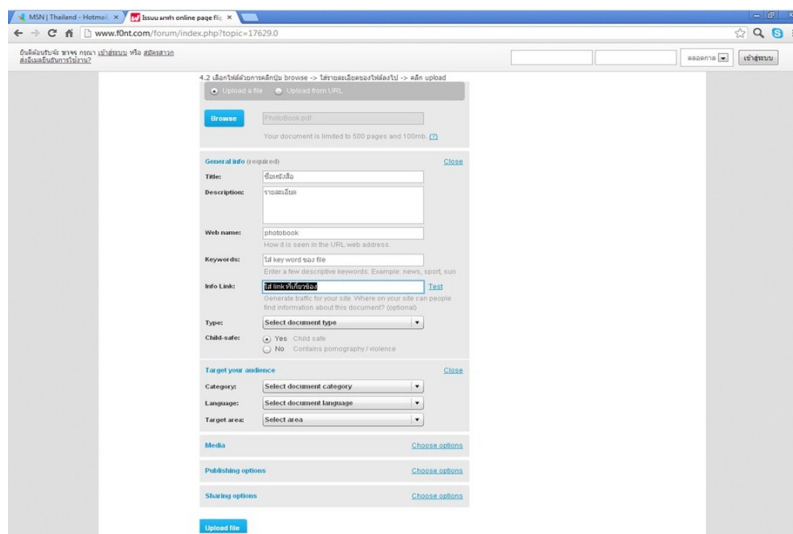
เหมือนการสมัครสมาชิกเว็บทั่วไป

4 Upload ไฟล์ PDF ขึ้นเว็บ Issuu

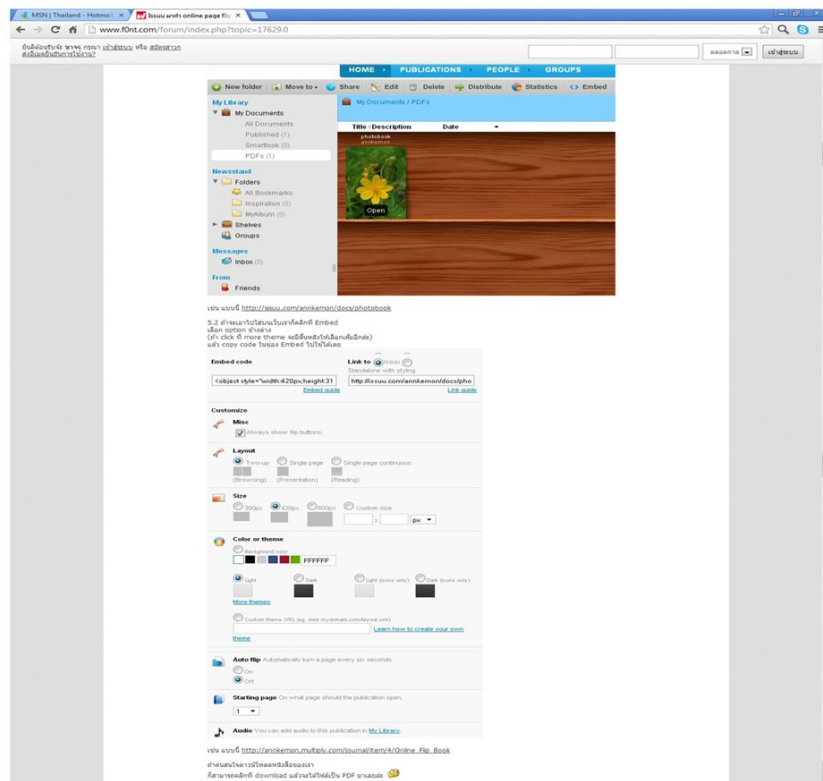
4.1 คลิกที่ Upload document

4.2 เลือกไฟล์ด้วยการคลิกปุ่ม **browse** -> ใส่อายละเอียตของไฟล์ลงไป -> คลิก up-

load



ถ้า upload เรียบร้อย flip book ของเราก็จะไปอยู่บนชั้น (My Library)



5 เอา link ไปเผยแพร่ต่อได้เลย

5.1 คลิกที่หนังสือของเราจะมีคำว่า **Open** พอดคลิกที่ **Open** แล้วจะขึ้นอีกหน้าจอเปิดหนังสือเราขึ้นมา เช่น แบบนี้ <http://issuu.com/annkemon/docs/photobook>

5.2 ถ้าจะเอาไปใส่บนเว็บเราก็คลิกที่ **Embed**

เลือก **option** ข้างล่าง (ถ้า **click** ที่ **more theme** จะมีพื้นหลังให้เลือกเพิ่มอีกละ)

แล้ว **copy code** ในช่อง **Embed** ไปใช้ได้เลย

คณะผู้จัดทำ

ที่ปรึกษา

1. นายบรรยงค์ เจริญศรี ผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาราชบุรี เขต 1
2. นายทรงสิทธิ์ ศิลปะธารากุล รองผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาราชบุรี เขต 1
3. นางสุนันท์ อยู่พงษ์พิทักษ์ ผู้อำนวยการกลุ่มอำนวยการ

ผู้จัดทำ

นายไพรัช นวลขำ นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษ

ปก

นางสาวอารีย์ อินทรวงศ์ นักวิชาการคอมพิวเตอร์ชำนาญการ
ปฏิบัติหน้าที่ผู้อำนวยการกลุ่มการศึกษาทางไกลเทคโนโลยีสารสนเทศ
และการสื่อสาร

