

หลักการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์

ข้อมูลโดย น.ส.วรินทร์ ภาคภูมิ, น.ส.จุฑารัตน์ จันตค, น.ส.ปรียากร สบาย
ประมวลและกลั่นกรองความรู้ โดย ดร.ชำนาญ บัวทวน
คณะกรรมการจัดการองค์ความรู้ กองกิจการนักศึกษา

การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) หมายถึง การบริหารจัดการด้านภาพลักษณ์และชื่อเสียงที่เกิดขึ้นจากความพยายามที่มีการวางแผน ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและการ จัดกิจกรรมอื่นๆ เพื่อสร้างความเข้าใจสร้างการยอมรับ ตลอดจนทัศนคติที่ดีให้กับองค์กรในกลุ่มสาธารณะชนที่เกี่ยวข้อง อันจะนำไปสู่ความร่วมมือและการสนับสนุนที่จะทำให้พันธกิจขององค์กรดำเนินไปด้วยดีบรรลุเป้าหมาย

ดังนั้น ข่าวสารนับเป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่ง ต่อการบริหารงาน ในองค์กรหรือหน่วยงานเพื่อที่จะประชาสัมพันธ์ สร้างความ รู้ความเข้าใจแก่ผู้ใช้บริการและหน่วยงานต่างๆ การมีข่าวสารที่ดี ที่เกิดประโยชน์ต่อสังคม การเลือกข่าวสารสำหรับเผยแพร่ จึงจะต้องกระทำด้วยความระมัดระวังให้องค์กรได้รับประโยชน์จากการเผยแพร่ข่าวสารทุกครั้ง ขณะเดียวกัน สิ่งที่ควบคู่กับข่าวสารก็คือ เครื่องมือสื่อสารที่เหมาะสม ซึ่งต้องมีการเลือกให้ถูกต้องเช่นกัน ข่าวสารที่มีคุณค่าต่อสังคม และใช้เทคนิคในการเขียนให้สอดคล้องกับแบบฉบับของสื่อแต่ละประเภท ย่อมจะได้รับการเผยแพร่อย่างต่อเนื่อง

การเขียนข่าว คือ การรายงานข้อเท็จจริงของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ตลอดจนความคิดเห็นของบุคคลสำคัญ ซึ่งเป็นเรื่องราวที่น่าสนใจและประชาชนให้ความสำคัญสนใจ รวมทั้งมีผลกระทบต่อผู้คนจำนวนมาก

อะไรเป็นข่าวได้บ้าง ? สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ (<http://202.47.224.92/AboutUs/km04.html>) กล่าวถึงทฤษฎีพื้นฐานของการสื่อข่าวว่า ข่าว (News) คือ เหตุการณ์ (event) ความคิด (ideas) ความคิดเห็น (opinion) อันเป็นข้อเท็จจริง (fact) ที่ได้รับการหยิบยกขึ้นมารายงาน (reporting) ผ่านทางช่องทางสื่อ (media) ที่เป็นทางการ (formal) โดยมีนักหนังสือพิมพ์ที่มีชื่อเสียงท่านหนึ่งชื่อ จอห์น บี โบการ์ท กล่าวว่า “เมื่อสุนัขกัดคนไม่ เป็นข่าว เพราะเป็นเหตุการณ์ปกติที่เกิดขึ้นบ่อยๆ แต่เมื่อคนกัดสุนัข นั่นคือข่าว ” แสดงให้เห็นว่าเรื่องราวที่ปกติไม่มีความน่าสนใจมากพอที่จะเป็นข่าว แต่ถ้าเป็นเรื่องที่นาน ๆกว่าจะอุบัติขึ้นทีก็จะ เป็นข่าวได้ง่าย อย่างไรก็ตาม เหตุผลเพียงเท่านั้น ก็ยังสรุปไม่ได้ เพราะเมื่อสุนัขกัดคนสำคัญ เช่น นายกรัฐมนตรี เหตุการณ์เช่นนี้กลับกลายเป็นข่าว ดังนั้น คำตอบของเรื่องราวที่เป็นข่าวจึงมีแนวทฤษฎีพื้นฐานไว้ว่า สิ่งที่จะเป็นข่าว (Element of news) ได้คือ สิ่งที่มีลักษณะ ดังนี้

- 1.ความทันด่วนของข่าว (timeliness)
2. ผลกระทบของข่าว (impact หรือ consequence) คือ มีนัย (significant) มีความสำคัญ (importance)
- 3.มีความเด่น (prominence)

4. ความใกล้ชิดของข่าวต่อผู้อ่านหรือผู้ชม (proximity) ทั้งทางกายและทางใจ
5. เรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่กำลังอยู่ในกระแสความสนใจของสาธารณชน หรือเรียกว่า

“ประเด็นสาธารณะ” (talk of town)

ลักษณะของสิ่งที่จะเป็นข่าวได้ตามทฤษฎีพื้นฐานของข่าวข้างต้น พอที่จะนำมาประยุกต์เป็นแนวทางในการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ได้ ยกเว้นลักษณะของข่าวโดยทั่วไปบางประการที่ไม่สามารถนำมาเป็นแนวทางได้ เช่น ความขัดแย้ง ความผิดปกติ เป็นต้น โดยที่คำนึงถึงวัตถุประสงค์ของงานประชาสัมพันธ์นั่นเอง

การเขียนข่าวที่ดี จะต้องทำความเข้าใจกับข่าวที่จะเขียนก่อนและจับประเด็นที่สำคัญ ๆ ให้ได้ สำหรับนักประชาสัมพันธ์ “ข่าว”(NEWS) คือ หัวใจของงานประชาสัมพันธ์ที่จะรายงานภารกิจความก้าวหน้าของหน่วยงานให้สาธารณชนทราบ การเขียนข่าวเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ และต้องมีเทคนิคในการสร้างความเข้าใจและความสนใจแก่ประชาชน ความสำเร็จ หรือความล้มเหลวของการประชาสัมพันธ์ ยังขึ้นอยู่กับความถี่ของผลงานข่าวที่นำเสนอในสื่อต่างๆ

“ข่าว” (NEWS) มีความหมายว่า มาจากทุกทิศ

N หมายถึง North (ทิศเหนือ)

E หมายถึง East (ทิศตะวันออก)

W หมายถึง West (ทิศตะวันตก)

S หมายถึง South (ทิศใต้)

ลักษณะของข่าวที่ดี

คือ ความกระชับ กะทัดรัด เขียนให้ตรงจุด ตรงประเด็น การเขียนจะต้องสื่อให้รู้เรื่อง ถูกต้องชัดเจน ต้องคำนึงถึงผู้รับ เพราะผู้รับมีความแตกต่างกัน ต้องสื่อให้ถูกสถานที่ ถูกกลุ่มผู้ฟัง

คุณสมบัติของข่าวที่ดี (Qualities of NEWS)

1. ความถูกต้อง ต้องเป็นรายงานที่ถูกต้อง ควรมีการตรวจซ้ำในเรื่อง ชื่อ, อายุ, วันที่, ตำแหน่ง ฯลฯ เกณฑ์ที่ถูกต้องเป็นอย่างใด...ตอบได้ยาก แต่หากจะว่ากันที่ “สามัญสำนึก” คือเป็นการถูกต้องเท่าที่อยู่ในวิสัยของคนเราที่จะทำให้ถูกต้องได้ (Should be as accurate as humanly possible)

2. ความสมดุล หมายถึง การเน้นหนักในข้อเท็จจริง และความสมบูรณ์ครบถ้วนของข้อเท็จจริงที่แสวงหามาได้มากน้อยตามความสำคัญของข้อเท็จจริงนั้นๆ คนเขียนข่าวทำหน้าที่แทนคนอ่าน คนดู คนฟัง จะต้องรักษาความสมดุลของข่าวไว้ให้ได้ โดยการรู้จักเลือกและจำกัดลำดับความสำคัญของข้อเท็จจริงให้ถูกต้อง

3. การไม่เอาตัวเองไปพัวพันกับรายงานข่าว หมายถึง การรายงานข่าวนั้น คนเขียนข่าวจะต้องเขียนโดยไม่เอาตัวเองเข้าไปเกี่ยวข้องกับแง่ของความรู้สึกชอบ ต้องไม่มีการระบายสีข่าวการต่อเติม ไม่ลำเอียงเขียนข่าวด้วยความบริสุทธิ์ใจของผู้เขียนข่าว

4. ความชัดเจนและกระชับ ลักษณะข่าวที่เขียนสำเร็จออกมาต้องมีเอกภาพ สั้น กระชับ กะทัดรัด ชัดเจนใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย(แต่ถูกต้อง) ไม่อ้อมค้อมวากวนคุณสมบัติเรื่องเป็นเวลา บังคับเรื่องเวลาเป็นเรื่องสำคัญมากเพราะข่าวนั้นไปถึงผู้อ่าน ผู้ชม ผู้ฟัง ได้เร็วเท่าไร ยิ่งดี

คุณสมบัติที่ดีของข่าว อาจกล่าวได้อีกมิติหนึ่งว่า ต้องมี ความถูกต้อง (Accuracy) ความสมดุล (Balance) ความตระหนักต่อข่าว (Objectivity, Fairness) ความชัดเจนและกะทัดรัด (Clear and concise) ความทันต่อเวลา (Timing, Current) ความมีรสนิยมดี (Good taste)

คุณลักษณะของข่าวที่สื่อมวลชนต้องการ

1. ข่าวนั้นมีผลกระทบต่อคนในวงกว้างซึ่งหมายถึงผู้อ่านผู้ฟัง ผู้ชม ผู้สนใจข่าวมากขึ้นด้วย อาทิ การเลือกประเด็นข่าวที่ส่งผลต่อการดำเนินชีวิตของคนส่วนใหญ่ ไม่ว่าจะเป็น การแก้ปัญหา และความคืบหน้าการแก้ไข ปัญหา

2. ข่าวนั้นมีความใกล้ชิดกับผู้อ่าน เป็นเรื่องที่คนส่วนมากหรือประชากรสนใจ
3. เป็นเรื่องราวที่สดใหม่ เป็นปัจจุบัน ทันเหตุการณ์ เหมาะกับสถานการณ์ช่วงนั้นๆ
4. มีความโดดเด่น อาจจะได้โดยตัวผู้ตกเป็นข่าวหรือลักษณะของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นองค์ประกอบของข่าว
5. ข่าวนั้นมีความแปลกใหม่ ทันสมัย ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนเป็นที่น่าสนใจ
6. เป็นเรื่องราวที่น่าติดตามด้วยเงื่อนปมของความขัดแย้ง

สรุป “ข่าว” คือ เรื่องใหม่ ที่มีค่า และมีความน่าสนใจ

แหล่งที่มาของข่าว ข่าวเกิดจากเหตุการณ์และกิจกรรมดังต่อไปนี้

1. เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ
2. กิจกรรมที่วางแผนไว้
3. ความพยายามของผู้สื่อข่าว

ข่าวประชาสัมพันธ์ เป็นข่าวเชิงบวกและสร้างสรรค์บนพื้นฐานของความจริงที่เกิดจากกิจกรรมของหน่วยงาน

องค์ประกอบของข่าว (News elements) ที่สำคัญ มีดังนี้

- ความรวดเร็ว (Immediacy, Timely)
- ความใกล้ชิด (Proximity of Nearness)
- ความเด่น ความสำคัญ (Prominence)

- ผลกระทบต่อเนื่อง (Consequence)
- ความมีเงื่อนงำ (Suspense)
- ความแปลก (Oddity)
- ความขัดแย้ง (Conflict)
- เรื่องเด่นทางเพศ (Sex)
- ความสะเทือนอารมณ์ (Emotion)
- ความก้าวหน้า (Progress)

“ข่าว” ไม่จำเป็นต้องมีองค์ประกอบครบทุกข้อ แต่ต้องมีความสดและข้ออื่น ๆ มาประกอบ “ข่าว” ยังมีประเด็นสำคัญ คือ การให้ผู้รับ ได้สิทธิในการรับรู้ (Right to know) อย่างเต็มที่ ฉะนั้น “ข่าว” จึงต้องไม่เป็นเรื่องส่วนตัว และให้สิทธิในการรับรู้ เป็นวงกว้าง

การสร้างข่าว (ซึ่งต่างไปจากเป็น “ข่าว”)

บางครั้งเหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นในหน่วยงานของเราสามารถนำมา “สร้างข่าว” ให้เป็น “ข่าว” เพื่อสื่อสารให้ผู้อื่นได้รับรู้ ในรูปแบบต่าง ๆ

- ทำหน้าที่บอกข่าว (to inform) เป็นรายงานข่าว
- ทำหน้าที่ให้ข้อคิดเห็น (to give opinion) เป็นการวิเคราะห์
- ทำหน้าที่ให้ความบันเทิง (to entertain) เป็นการเล่นประเด็น

ข่าวประชาสัมพันธ์

สื่อประชาสัมพันธ์ที่นิยมใช้มากที่สุดในการเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนหลักๆ เช่น หนังสือ- พิมพ์ นิตยสาร วิทยุและโทรทัศน์ คือ การจัดทำเอกสาร

“ข่าวแจก” หรือ “ข่าวประชาสัมพันธ์” (Press Release, News Release) หมายถึง ข่าวสารซึ่งองค์การ สถาบันหรือหน่วยงานจัดทำขึ้น โดยจัดพิมพ์ในรูปของเอกสารข่าว มีวัตถุประสงค์เพื่อให้หนังสือพิมพ์หรือสื่อมวลชนอื่น ๆ นำไปเผยแพร่ข่าวสารดังกล่าวสู่ประชาชน เพื่อให้ทราบและเข้าใจในหน่วยงาน เกิดการยอมรับและเกิดภาพลักษณ์ที่ดี (Favorable Image) ในใจของประชาชน

ข่าวประชาสัมพันธ์ มักมีความเกี่ยวข้องกับเรื่องราว ดังนี้

ความเกี่ยวข้องกับภารกิจ	ตัวอย่างประเด็นข่าวประชาสัมพันธ์
นโยบายและแผนงาน	นโยบายใหม่ แผนงานด้านงบประมาณ แผนการพัฒนาบุคลากร แผนพัฒนาธุรกิจ แผนกลยุทธ์การตลาดแผนพัฒนาคุณภาพและมาตรฐาน
กิจกรรมการดำเนินงาน	งานของฝ่ายต่าง ๆ ในองค์กร รวมทั้ง โครงการต่าง ๆ ที่องค์กรจะดำเนินการได้ดำเนินการ ทั้งที่ดำเนินการเองและหรือร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ
ผลการดำเนินงานในภารกิจ โครงการ กิจกรรม	โครงการ กิจกรรมต่าง ๆ ของฝ่ายงาน ภายในองค์กรหรือบริษัทในเครือ
ความเคลื่อนไหวปัจจุบันในด้านต่าง ๆ ขององค์กร เช่น - ด้านการบริหาร	การเพิ่มทุน การแถลงผลประกอบการ ในรอบไตรมาส รอบปี ข้อมูลรายงานตลาดหลักทรัพย์ และผู้ถือหุ้น
- ด้านเทคโนโลยีและการวิจัย - ด้านการตลาด - ด้านบริการสังคม	การปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กร การแต่งตั้งผู้บริหาร การขยายธุรกิจ และพันธมิตรทางธุรกิจใหม่ ๆ การให้ขวัญและกำลังใจแก่พนักงาน สวัสดิการของบุคลากร การบริหารตามหลักธรรมาภิบาล (Good Governance) ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีเพื่องานด้านต่าง ๆ ขององค์กร ผลการพัฒนาและวิจัยขององค์กร (Research & Development) ที่เกิดแก่นสินค้าและบริการการเผยแพร่ผลงานวิจัย ความร่วมมือด้านการพัฒนาและวิจัยเทคโนโลยีกับต่างประเทศ ความเคลื่อนไหวกิจกรรมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับ “วงจร” ของสินค้าและบริการ ข้อมูลการสำรวจ การวิจัยเกี่ยวกับ ความต้องการของลูกค้าและนโยบายการตอบสนองความต้องการเหล่านั้น ความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ การแต่งตั้งผู้แทนจำหน่าย การจัดอบรมสัมมนาแก่บุคคลทั่วไป การบริจาคเพื่อช่วยเหลือสังคม การร่วมจัดกิจกรรมกับชุมชน การเข้าร่วมกิจกรรมประเพณี ศิลปวัฒนธรรม วันสำคัญต่าง ๆ กับหน่วยงานของภาครัฐ และองค์กรภายนอก ฯลฯ

ประเภทของข่าวประชาสัมพันธ์

ข่าวประชาสัมพันธ์ที่นักประชาสัมพันธ์ต้องรับผิดชอบจัดทำเผยแพร่อาจจำแนกได้เป็น 4 ประเภทใหญ่ๆ ดังนี้

1. ข่าวแจ้งให้ทราบ หรือ Announcement Release เป็นการแจ้งให้ทราบรายละเอียดต่างๆ ของสิ่งที่เกิดขึ้นหรือที่จะมีขึ้น อาทิ แจ้งเกี่ยวกับนโยบายใหม่ วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน การเปิดสาขา แนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ ผลประกอบการล่าสุด ผลการวิจัยและพัฒนาใหม่ๆ

2. ข่าวประกอบกิจกรรมพิเศษทางการประชาสัมพันธ์ หรือ Created News Release บางครั้งหน่วยงานอาจต้องการข่าวได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนเป็นพิเศษ แทนที่จะเผยแพร่ในลักษณะแจ้งให้ทราบอย่างธรรมดา ก็สามารถทำได้โดยการจัดให้เป็นกิจกรรมพิเศษขึ้น เช่น โครงการรณรงค์เพื่อสังคมต่างๆ ฯลฯ ช่วยให้มีสีสันและดึงดูดความสนใจ ให้เกิดความนิยมต่อหน่วยงาน และมักจะได้รับการเผยแพร่ทางสื่อมวลชนในวงกว้างมากขึ้น

3. ข่าวเหตุการณ์เร่งด่วน หรือ Spot News Release สำหรับเผยแพร่กรณีเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉินหรือมีเหตุการณ์เร่งด่วนที่ควรแจ้งให้ประชาชนได้รับทราบอย่างรวดเร็วอาจไม่มีการเสนอรายละเอียดมากแต่เน้นที่ความฉับไว เช่น การเปลี่ยนแปลงกำหนดการบางอย่าง เป็นต้น

4. ข่าวตอบโต้เหตุการณ์ หรือ Response News Release ในกรณีที่เรื่องราวของหน่วยงานที่รับรู้ไปถึงสื่อมวลชนโดยมิได้ออกมาจากนักประชาสัมพันธ์ จนกลายเป็นประเด็นที่ถูกหยิบยกขึ้นมาวิพากษ์วิจารณ์หรือตั้งข้อสงสัยจากหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้อง เช่น ข่าวสื่อเกี่ยวกับการขาดทุนของกิจการ ข่าวความขัดแย้ง เป็นต้น เมื่อเกิดเหตุเช่นนี้ขึ้น สื่อมวลชนย่อมต้องการคำชี้แจงที่ชัดเจนจาก หน่วยงาน ดังนั้น นักประชาสัมพันธ์ จำเป็นต้องชี้แจงอย่างละเอียดด้วยเหตุผลน่าเชื่อถือ และจำเป็นอย่างยิ่งในการอ้างถึงแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือสูงสุด

การเขียนข่าวสารที่จะประชาสัมพันธ์ หรือสารที่จะสื่อออกไปยังสื่อมวลชน ควรมีสาระสำคัญหรือองค์ประกอบ ที่เรียกว่า "5 W 1 H" หรือ "6 H หรือ 6 W" ดังต่อไปนี้

1. ใคร (Who) ใครคือบุคคลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับข่าว
2. ทำอะไร (What) เกิดอะไรขึ้น การกระทำหรือเหตุการณ์ใดที่สำคัญ
3. ที่ไหน (Where) การกระทำหรือเหตุการณ์นั้นๆ เกิดขึ้นที่ไหน
4. เมื่อไร (When) การกระทำหรือเหตุการณ์นั้นๆ เกิดขึ้นวัน เวลาใด
5. ทำไม (Why) ทำไมเหตุการณ์นั้นจึงเกิด
6. อย่างไร (How) เกิดขึ้นได้อย่างไร

ขั้นตอนในการเขียนข่าว การเขียนข่าว ผู้เขียนควรปฏิบัติตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

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

โครงสร้างการเขียนข่าวมี 3 ส่วนดังนี้

1. **พาดหัวข่าว/หัวข้อ (Headline/Title)** เป็นการบอกประเด็นสำคัญของข่าว มักใช้ประโยคที่เป็นข้อความสั้นๆ เพื่อช่วยให้รู้ว่าเป็นข่าวอะไร และมีประเด็นใดน่าสนใจ วิธีการพาดหัวข่าวให้พิจารณาความสำคัญของข่าวนั้นๆ ต้องตอบสนองความสนใจของผู้อ่านว่า ว่า Who (ใคร) What (ทำอะไร) Where (ที่ไหน) When (เมื่อไร) How (อย่างไร) และ Why (ทำไม) จึงทำเช่นนั้น การนำประเด็นสำคัญของข่าวมาพาดหัว ข่าว เพื่อให้ผู้อ่านทราบว่ามีเรื่องอะไรขึ้นบ้าง โดยใช้ตัวอักษรตัวใหญ่กว่าธรรมดา ใช้เพียงข้อความสั้นๆ แต่สามารถเสนอสาระสำคัญให้แก่ผู้อ่านได้พิจารณาเลือกอ่าน รายละเอียด ข่าวที่ตนสนใจได้ ทั้งยังสามารถบอกภาพลักษณ์ของข่าวสารฉบับนั้นๆ ด้วย การพาดหัวข่าวจะต้องใช้ทักษะการเลือกถ้อยคำภาษาอย่างมาก เพราะต้องดึงดูดความสนใจและกระทบต่อความรู้สึกของผู้อ่านไปพร้อมๆ กับการใช้ถ้อยคำที่สั้นที่สุดให้สามารถอธิบายเนื้อข่าวได้มากที่สุด โดยอาจใช้คำที่รุนแรง คำแสดง ภาษาเฉพาะกลุ่ม ใช้สำนวน หรือเครื่องหมายวรรคตอนต่างๆ เช่น หรือ เป็นต้น

1.1 แบบ Who นำ เช่น “นายกรัฐมนตรีประชุมชี้แจงเจ้าหน้าที่ ศอ.บต. ” “แผ่นดินสยามเพศหญิงเสียชีวิตแล้ว” “กต. ยินกรานห้ามจอดใหม่ พรรคถูกยุบ” “ธนรัตน์ ฉลุยนั่งแท่นผอ. กองกิจฯ มข.” ฯลฯ

1.2 แบบ What นำ เช่น “เกิดเพลิงไหม้ที่ย่านชุมชนกลางตลาด ” “ ปรับกรม ปู 3 ” “ตื่น ทารกประหลาด 3 หัว 2 ขา” ซึ่งส่วนใหญ่ความสำคัญของข่าวอยู่ที่ การกระทำและผลกระทบ

1.3 แบบ When นำ เช่น “31 พ.ค. ชีชะตาบุบพรรค” ซึ่งข่าวนี้ความสำคัญอยู่ที่เงื่อนไขของเวลา

1.4 แบบ Where นำ เช่น “เชียงใหม่กลายเป็นเมืองในหมอกจากไฟป่า ” ซึ่งคุณค่าของข่าวอยู่ที่สถานที่

1.5 แบบ Why นำ เช่น “เรงหาสาเหตุห่มคลุมยิ่งกราด 3 ศพ กลางตลาดไท ” ความสำคัญของข่าวอยู่ที่การตั้งข้อสังเกต เพื่อเพิ่มความอยากรู้ อยากเห็น

1.6 แบบ How นำ เช่น “อยากได้มือถือรุ่นใหม่ วัยรุ่นหาเงินด้วยการขายตัว” ความสำคัญของข่าวอยู่ที่ความเป็นเหตุเป็นผล

2. **ความนำหรือวรรคนำ โปริย (Lead)** เป็นประเด็นสำคัญของเรื่อง ราวโดยผู้อ่านจะสามารถทราบในเวลารวดเร็วว่ามีอะไรเกิดขึ้น ที่ไหน เวลาเท่าไร อย่างไร และทำไมต้องเกิดขึ้น หรือตอบสนองความสนใจของผู้อ่านว่า Who (ใคร) What (ทำอะไร) When (เมื่อไร) Where (ที่ไหน) Why (ทำไม) เป็นส่วนประกอบที่มุ่งให้

ความสำคัญต่อ 5 W's กับ 1 H เขียนด้วยประโยคสรุปเรื่องหรือสรุปประเด็นสำคัญและกระชับ เพื่อขยายพาดหัวข่าว มีความยาวประมาณ 3-6 ประโยค

สาระสำคัญของเนื้อหาข่าวที่เขียนโดยย่อเพื่อสร้างความเข้าใจทั่วๆ ไปแก่ผู้อ่าน ภาษาที่ใช้ในการเขียนความนำข่าวต้องเขียนด้วยข้อความที่กระชับรัดกุม เลือกสรรคำ โดยเฉพาะคำกริยาวิเศษณ์ ที่ทำให้เห็นภาพ แฝงอารมณ์ ความรู้สึก ใช้คำสั้นๆ คล้ายกับพาดหัวข่าว เขียนด้วยประโยคสรุปเรื่องหรือสรุปประเด็นสำคัญและกระชับ เพื่อขยายพาดหัวข่าว มีความยาวประมาณ 3-6 ประโยค เช่น “*สดครีเย็นกรานพรรคถูกยุบจดชื่อเดิมไม่ได้ ทนายบอก แม้วพร้อมแก้ปัญหา หาก ทรท. ถูกยุบ ด้านประธาน คมช. ติวเข้มตำรวจ-ทหาร สั่งห้ามใช้อาวุธรับมือมือ*”

3. ความตามการหรือ ส่วนเชื่อมโยง (Neck) เป็นส่วนประกอบที่โยงความสัมพันธ์ระหว่างวรรคนำกับเนื้อหาความยาวขึ้นอยู่กับเนื้อหา หรือเป็นข้อ ความสั้นๆ ที่เป็นตัวเชื่อมระหว่างความนำ หรือวรรคนำข่าวกับเนื้อหาข่าว เพื่อให้การเขียนข่าวนั้นเชื่อมโยงอย่างต่อเนื่องส่วนใหญ่เป็นข้อความที่ขยายประเด็นของเรื่อง อาจจะมีหรือไม่มีก็ได้ มักใช้กับข่าวใหญ่ เช่น “*ทั้งนี้เป็นการประชุมลับ ห้ามไม่ให้ผู้ไม่เกี่ยวข้องเข้าไปในห้องประชุมศาลฎีกา*”

จะเห็นได้ว่า ส่วนเชื่อมนี้มีความสำคัญในการให้ความต่อเนื่องแก่ผู้อ่าน เพื่อไม่ให้เกิดความสับสนในการอ่านข่าวแต่ละข่าว

5. เนื้อเรื่อง หรือ เนื้อข่าว(Body) เป็นส่วนประกอบที่ให้รายละเอียดของเหตุการณ์ หรือเรื่องราวให้ผู้อ่านได้ทราบและเข้าใจลำดับความสำคัญของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งหมด เป็นการเขียนในส่วนที่จะให้ข้อมูลและความละเอียดมากกว่าในวรรคนำและส่วนเชื่อม

เป็นการบอกเรื่องที่เหลือจากที่บอกไว้แล้วในวรรคนำ เป็นข้อเท็จจริงที่สนับสนุนหรือขยายความ หรือช่วยให้วรรคนำได้ใจความชัดเจนขึ้น เป็นเรื่องราวทั้งหมดของข่าวที่ตอบคำถาม 5 W และ 1 H มี 2-5 ย่อหน้าตามความเหมาะสม โดยย่อหน้าแรกๆ เป็นรายละเอียดตามวรรคนำ ย่อหน้าสอง อ้างคำพูดผู้ให้สัมภาษณ์หรือผู้บริหาร เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ ย่อหน้าสุดท้าย เสริมข้อมูลเฉพาะที่จำเป็น เช่น “*รายงานข่าวแจ้งว่า.....*” นอกจากนี้ตัวอย่างการนำคำพูดมาใช้ในเนื้อหาข่าว เช่น “*ผู้ก่อความไม่สงบกำลังสูญเสียมวลชน เขาหมดโอกาสที่จะเดินไปสู่ความสำเร็จในการแบ่งแยกดินแดน* ” พันเอกอัคร ทิพโรจน์ โฆษกกองทัพบก กล่าว หรือ ประโยคอ้อม “*พันเอกอัคร ทิพโรจน์ กล่าวว่าผู้ก่อความไม่สงบกำลังสูญเสียมวลชน และหมดโอกาสที่จะเดินไปสู่ความสำเร็จในการแบ่งแยกดินแดน* ” หรือประโยคตรง พันเอกอัคร ทิพโรจน์ โฆษกกองทัพบก กล่าวว่า “*ผู้ก่อความไม่สงบกำลังสูญเสียมวลชน เขาหมดโอกาสที่จะเดินไปสู่ความสำเร็จในการแบ่งแยกดินแดน*”

5. ทิ้งท้ายข่าว เป็นการสรุปประเด็นเพื่อดึงดูดความสนใจ ตอกย้ำจุดหมาย ส่วนใหญ่มีความยาวประมาณ 4-6 ประโยค เช่น “*เชิญร่วมกิจกรรมวันงดสูบบุหรี่โลก ในวันที่ 31 พฤษภาคมนี้ และร่วมกันทำความดีถวายในหลวงด้วยการงดสูบบุหรี่*”

ตัวอย่างข่าวทั่วไป

ครูสาวโยธา ใจบุญเลี้ยงสุนัขจรจัดเกือบร้อยตัว

Headline

ครูสาวใจบุญ เมืองโยธธา เจียดเงินวันละไม่ต่ำกว่า 500 เป็นค่าอาหาร ค่ารักษา ทำมานานถึง 10 ปี แลบบางเดือนขาดสน ต้องไปขอแม่และน้องชายมาจุนเจือ ครูใจบุญเปิดใจ สมัยเรียนหนังสือ เห็นเด็กจับหมาจรจัดผูกคอแล้วโยงกับต้นไม้จนตายต่อหน้าต่อตา เลยสงสารกลายเป็นแรงบันดาลใจคิดช่วยเหลือ ด้านผอ.สพท. เข้าตรวจสอบ หลังมีผู้ร้องเรียน เสียงสุนัขเห่ารำคาญ แต่พอไปเห็นกลับซึ่งน้ำใจ อีกทั้งบ้านอยู่ห่างไกลชุมชน

L
e
a
d

เมื่อวันที่ 15 ม.ค. ที่ผ่านมา นายพลเดช ศรีบุญเรือง ผอ.สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา (สพท.) โยธธา เขต 1 เดินทางมาตรวจสอบข้อเท็จจริงที่บ้านพักของ น.ส.ศิวาพร ไชยกาล อายุ 50 ปี ครูโรงเรียนบ้านกุดจอกห้องพอก ต.น้ำคำใหญ่ อ.เมือง จ.โยธธา ภายหลังได้รับการร้องเรียนจากประชาชนว่า น.ส.ศิวาพร เลี้ยงสุนัขไว้เป็นจำนวนมากเกือบร้อยตัว ส่งเสียงเห่าดังรำคาญ จากการตรวจสอบพบบ้านพักอยู่ริมถนนกลางทุ่งนา ภายในบ้านมีสุนัขทั้งสิ้น 74 ตัว พร้อมนี้ นายพลเดช กล่าวว่า เเท่าที่ดูบ้านพักของน.ส.ศิวาพร ด้วยตนเอง กลับซึ่งน้ำใจ น.ส. ศิวาพร เพราะเป็นคนใจบุญที่เก็บเอาสุนัขจรจัดมาเลี้ยง และรักษาให้หายเจ็บป่วย

ที่สำคัญ น.ส.ศิวาพร ได้เสียสละเงินอย่างน้อยวันละ 500 บาท ซื้ออาหารมาเลี้ยงสุนัข ในบางวันยังจ่ายค่ารักษาสุนัขด้วย ขณะเดียวกันในด้านการทำางานนั้น ก็ไม่พบว่ามีข้อบกพร่องต่อการสอนหนังสือเด็กๆ แต่อย่างใด การเลี้ยงสุนัขจรจัดของ น.ส.ศิวาพร ถือว่าเป็นการช่วยสังคมอีกทางหนึ่ง และสถานที่เลี้ยงก็อยู่ไกลชุมชน คงไม่รบกวนเพื่อนบ้าน ขอให้กำลังใจ น.ส.ศิวาพร ซึ่งถือได้ว่าเป็นครูผู้เสียสละท่านหนึ่งที่ช่วยเหลือสัตว์โลกด้วยกัน

ข่าวจาก นสพ.ข่าวสด

จันทร์ 18 ม.ค.2553

B
O
D
Y

ตัวอย่างข่าวคำสั่ง

กองกิจฯ เร่งพัฒนาองค์ความรู้บุคลากร

ตามที่มหาวิทยาลัยขอนแก่น ได้นำนโยบายจากการประเมินของ กพร. ที่กำหนดการปฏิรูประบบราชการ มีการวางกรอบแนวทางการบริหารราชการแผ่นดิน โดยประกาศใช้ พรก.ว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546 มาตรา 11ว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี กำหนดไว้ว่า " ส่วนราชการ ต้องมีหน้าที่ในการพัฒนาความรู้ เพื่อให้มีลักษณะเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้อย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้งสร้างความมีส่วนร่วมในองค์กรให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน" กองกิจฯจึงแต่งตั้งคณะทำงาน เพื่อดำเนินการต่อไป

น.ส.ธนรัตน์ สอนสา ผอ.กองกิจการนักศึกษา เปิดเผยว่า มหาวิทยาลัยขอนแก่น ได้มีคำสั่งที่ 200/2556 แต่งตั้งคณะกรรมการจัดการองค์ความรู้กองกิจการนักศึกษา สำนักงานอธิการบดี ประจำปีการศึกษา 2555 โดยมี ดร.ชำนาญ บัวทวน เป็นประธาน รองประธานกรรมการ น.ส.เนตรนภา โสดาดี และนางเจษฎาพร ศรีรัตนประพันธ์ พร้อมด้วย นายอนุชิต ปัสสาสุ ,นางจุฑารัตน์ จันตก , นายมงคล พรหมอ่อน , น.ส.วรินทร์ ภาคภูมิ เป็นกรรมการ น.ส.พินิตนันท์ พิมายนอก เป็นกรรมการและเลขานุการ และน.ส.ปริยากร สบาย เป็นกรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

อนึ่ง คณะกรรมการชุดนี้ จะดำเนินงานสานต่อคณะกรรมการชุดเก่า ที่ได้มีการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามข้อตกลงการจัดการความรู้ ประจำปีการศึกษา 2555 ต่อไป

เนื้อหาการเขียนข่าว มี 2 แบบ

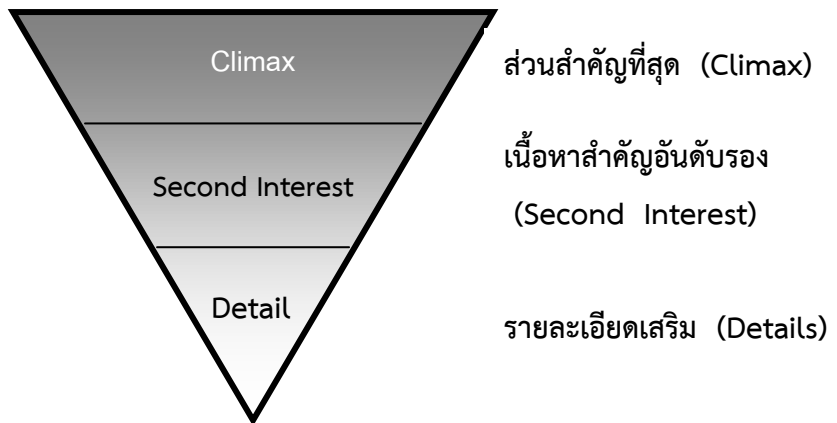
1. การเขียนข่าวที่เกิดขึ้นแล้ว เช่น การรายงานผลการวิจัยสำเร็จแล้ว งานที่ ไปปฏิบัติมาสำเร็จแล้ว เป็นส่วนหนึ่งของงานที่ประสบความสำเร็จ
2. การเขียนข่าวที่ยังไม่เกิดขึ้น เป็นข่าวล่วงหน้า บอกความเป็นอนาคตคาดว่าจะเกิด ข่าวประเภทนี้ถ้า มองให้ลึกซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นข่าวเชิงรุก หรือข่าว Pro Active ข่าวประเภทนี้เป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้ห้องค์กรของ สามารถเป็นที่ยอมรับนับถือได้เป็นอย่างดี

โครงสร้างพื้นฐานของข่าวทั่วไปของรูปแบบการเขียนข่าว

รูปแบบการเขียนข่าวโดยทั่วไปการเขียนข่าวจะมีเพียง 3 ส่วนเท่านั้น ได้แก่ พาดหัวข่าวหรือโปรยหัวข่าว (headline) บรรณานุกรม เป็นการสรุปเรื่องราว (lead) เนื้อข่าว เป็นรายละเอียดของเหตุการณ์และเรื่องราว (detail) นอกจากนี้รูปแบบการเขียนข่าวต่างๆ ไป ไม่ว่าจะข่าวหนังสือพิมพ์ หรือข่าววิทยุโทรทัศน์ มี 3 รูปแบบ ได้แก่ พีรามิด

หัวกลับ พีระมิดหัวตั้ง และสี่เหลี่ยมผืนผ้าทรงยื่นแบบผสม ซึ่งใช้ในรูปแบบของข่าวที่แตกต่างกันดังนี้ เพื่อเสนอเนื้อหาข่าวภายในโครงสร้างพื้นฐานนั้นๆ ทั่วๆ ไปมี 3 รูปแบบดังนี้

1.แบบปิรามิดหัวกลับ (inverted pyramid) เป็นการนำเสนอข่าวโดยลำดับประเด็นสำคัญ (climax) จากมากไปหาน้อย โดยกลับหัวขึ้นไปไว้ในเนื้อหาส่วนบนสุด และรายละเอียดตัวข่าวอื่นๆ จะเขียนต่อไปตามลำดับความสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับธรรมชาติของมนุษย์ในการอยากรู้อยากเห็นสิ่งสำคัญก่อน ส่วนรายละเอียดไว้ทีหลัง ประกอบด้วย ข่าวพาดหัว พรรคนำ ส่วนเชื่อม และส่วนของเนื้อเรื่อง เรียงตามลำดับความสำคัญ เป็นการเขียนข่าวโดยเริ่มด้วยความน่าที่เป็นประเด็นสำคัญของเรื่อง และส่วนเชื่อมที่โยงความสัมพันธ์ระหว่างความน่ากับเนื้อหาที่มีความสำคัญรองลงมา ส่วนเนื้อหาจะเป็นส่วนประกอบที่ให้รายละเอียดของเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่เกิดขึ้นทั้งหมด



รูปแบบโครงสร้างของข่าวในหน้ากระดาษ

.....พาดหัว.....
พรรคนำ
คำเชื่อม
เนื้อข่าวสำคัญ.....
เนื้อข่าว.....
เนื้อข่าวสำคัญน้อย

ข้อดีของการเสนอข่าวในรูปแบบปิรามิดหัวกลับ

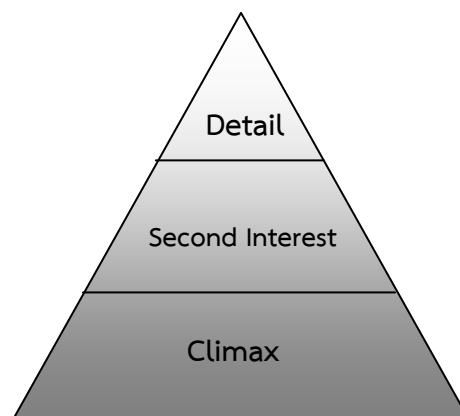
1. สะดวกในการอ่าน ปัจจุบันมีข่าวสารจำนวนมากที่รอให้ผู้อ่านติดตาม ดังนั้นการเขียนโดยมีพรรคนำสรุปเรื่องและตามด้วยรายละเอียดที่สำคัญมากไปหาสำคัญน้อย จึงช่วยประหยัดเวลาในกรณีที่ต้องการทราบเรื่องเพียงคร่าวๆ ก็อ่านได้จากย่อหน้าแรกๆเป็นหลัก

2. สนองความกระหายใคร่รู้ของมนุษย์ ผู้อ่านสามารถรู้เรื่องตอนสำคัญหรือประเด็นสำคัญที่สุดของข่าวได้ในทันที โดยไม่ต้องรออ่านจนกระทั่งจบย่อหน้าสุดท้ายของข่าวเสมอไป

3. สะดวกแก่การทำงานของบรรณาธิการข่าว ด้วยเหตุที่บรรณาธิการสามารถเข้าใจความสำคัญและความน่าสนใจของข่าวได้จากย่อหน้าแรกๆ ก็สามารถตัดสินใจเลือกและนำไปพิจารณาเรียบเรียงพาดหัวข่าวได้ทันที

4. สะดวกในการเข้าหน้า (Make-up) เนื่องจากเนื้อที่ของหน้าหนังสือพิมพ์มีจำกัด ทำให้ไม่อาจลงข่าวบางชิ้นได้ครบทุกย่อหน้า บรรณาธิการฝ่ายศิลป์ (Sub-editor) ก็สามารถพิจารณาตัดเนื้อหาข่าวในย่อหน้าท้ายๆ ออกได้ โดยไม่ทำให้สูญเสียใจความสำคัญ รวมทั้งไม่ต้องเสียเวลาเรียบเรียงใหม่อีกด้วย

2. แบบปิรามิดหัวตั้ง (Upright pyramid) จะเริ่มจากการเขียนข้อเท็จจริงเรียงลำดับข้อมูลที่มีความสำคัญน้อยไว้ในวรรคแรกหรือที่ยอดปิรามิด จากนั้นจะค่อยๆ เขียนข้อเท็จจริงที่มีความสำคัญเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ในวรรคต่อๆ ไปจนถึงวรรคสุดท้ายหรือฐานปิรามิด ซึ่งจะเป็นช่วงของการเสนอข้อเท็จจริงที่มีความสำคัญที่สุดหรืออาจนับได้ว่าเป็นช่วง“ไฮประเด็นข่าว” ไปหามากที่สุด (climax) ก็ว่าได้ รูปแบบการเขียนข่าวแบบปิรามิดหัวตั้งนี้ เคยใช้กันมาในการเขียนข่าวแบบเก่าๆ อย่างไรก็ตามการเขียนข่าวแบบนี้ยังใช้อยู่ในปัจจุบันกับเหตุการณ์พิเศษ ที่มีรายละเอียดมากเกินไปจนกว่าจะสรุปข้อเท็จจริงสำคัญทั้งหมดไว้ในย่อหน้าแรก หรือมีฉนวนที่เข้ากับเหตุการณ์ที่มีเงื่อนงำสูง เชิงสืบสวน สอบสวน เพื่อสร้างความสนใจให้แก่ผู้อ่านก่อนที่จะคลี่คลายคำตอบให้ทราบในตอนจบของเรื่องในปัจจุบันหนังสือพิมพ์มักนำรูปแบบการเขียนข่าวปิรามิดหัวตั้งมานำเสนอข่าวสั้น



3. การเขียนข่าวแบบลำดับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น (Chronological pyramid) หรือ แบบสี่เหลี่ยมผืนผ้าทรงยื่นแบบผสม (combination)

มีเค้าโครงการเขียนแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ส่วนแรกได้แก่ **ความนำ** ซึ่งอาจเป็นการสรุปแบบธรรมดาหรือสรุปเพียงส่วนเดียวอย่างไม่สมบูรณ์แต่เป็นการเปิดเผยลักษณะของข้อเท็จจริง โดยยังไม่เปิดเผยผลลัพธ์สุดท้ายของเรื่อง ส่วนที่สองคือ **ตัวข่าว** ซึ่งจะเป็นการเสนอเหตุการณ์หรือข้อเท็จจริง ตามลำดับ

เหตุการณ์ที่เกิดขึ้น และส่วนสุดท้ายของเนื้อหาอาจเป็นได้ทั้งตอนหรือ **ฉากสุดท้ายของเรื่อง** ซึ่งดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง หรือเป็นการเขียนข้อเท็จจริงบางอย่างที่ไม่เกี่ยวข้องกับเรื่องนั้นโดยตรง หรือเป็นการเขียนสรุป (conclusion) ซึ่งมักจะย้อนไปอิงกับข้อความเดิมในความนำ

ในการเขียนเนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์ให้ยึดรูปแบบการเขียนข่าว แบบปิรามิดหัวกลับ (Inverted Pyramid) เป็นหลัก อาจประกอบด้วย 2 – 5 ย่อหน้าตามความเหมาะสม ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับรายละเอียดของเรื่อง อย่างไรก็ตาม หากเรื่องราวไม่มีเนื้อหามากนักก็ไม่จำเป็นต้องพยายามเรียบเรียงให้ยาวเกินความจำเป็น

ในกรณีที่เนื้อหา 2 ย่อหน้าขึ้นไป อาจพิจารณาจัดลำดับเรื่องราว โดยอาศัยแนวทางดังนี้

- ย่อหน้าแรกและย่อหน้าที่สอง เป็นส่วนขยายรายละเอียดเกี่ยวกับประเด็นที่ระบุไว้ในวรรคหน้า เช่น รายละเอียดของโครงการ จุดมุ่งหมายของการออกสินค้าหรือบริการ เป็นต้น
- ย่อหน้าที่สาม อาจเหมาะสำหรับการอ้างคำพูดหรือคำให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารที่เกี่ยวข้องมาบรรจุในเครื่องหมายคำพูดเพื่อช่วยให้เกิดความน่าเชื่อถือ
- ย่อหน้าที่สี่ หรือย่อหน้าที่ห้า ในกรณีที่เป็นข่าวประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสินค้า หรือ บริการ ให้ระบุข้อมูลเฉพาะที่เป็นข้อเท็จจริงเกี่ยวกับวิธีการจัดจำหน่าย กำหนดการวางตลาด ราคา ฯลฯ โดยไม่สอดแทรกความคิดเห็นเชิงโฆษณา

หากเป็นกรณีนำเสนอข้อมูลโครงการใดๆ ที่ประสงค์จะให้ผู้อ่านติดต่อกลับไปยังหน่วยงานก็ให้ระบุข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ตั้งของหน่วยงาน หมายเลขโทรศัพท์ และอื่นๆ ที่จำเป็นไว้ด้วย

ขั้นตอนในการเขียนข่าว การเขียนข่าว ผู้เขียนควรปฏิบัติตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

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

ข้อควรคำนึงของการเขียนข่าว ได้แก่ 4R ดังต่อไปนี้

1. Royal ราชวงศ์ เป็นข่าวที่มีราชาศัพท์ ต้องรอประกาศข่าวจากสำนัก พระราชวัง
2. Religion ศาสนา จะสร้างความขัดแย้งสูงมากเพราะทุกศาสนาสอนให้คนเป็นคนดี ห้ามเปรียบเทียบโดยเด็ดขาด
3. Race ผิวพรรณ ผิวดำ ผิวขาว พรรค/พวกกลุ่ม จะสื่อความหมายได้ ฉะนั้น ถ้าเป็นหน่วยงานต้องหลีกเลี่ยง
4. Rumor ข่าวลือ ถือเป็นเรื่องที่อันตรายมากสำหรับองค์กรทุกองค์กร ถ้าเราไม่ให้ความสำคัญในเรื่องของ

การกำจัดข่าวลือ จะทำให้องค์กรนั้นแตกแยก

เทคนิคการเขียนข่าวให้ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ทางสื่อมวลชน

การเขียนข่าวเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ มีความยืดหยุ่น ไม่ยึดติดกับรูปแบบ เขียนอย่างสร้างสรรค์และมีประสิทธิภาพ ความสำเร็จของการประชาสัมพันธ์ส่วนหนึ่ง คือการได้รับการเผยแพร่ข่าวของหน่วยงานผ่านสื่อมวลชน ปัจจุบันการส่งข่าวเพื่อเผยแพร่ทำได้ยากขึ้น เนื่องจากองค์กรและสถาบันต่างๆ ล้วนส่งข่าวไปยังสื่อมวลชนแทบทั้งสิ้น ดังนั้นการเขียนข่าวให้ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ทางสื่อมวลชนต้องคำนึงถึงเทคนิคดังต่อไปนี้

1. ศึกษารายละเอียดของสื่อให้เข้าใจ เช่น ชื่อของบรรณาธิการ เนื้อหาของสื่อ เพื่อที่จะดำเนินการส่งข่าวได้อย่างน่าสนใจ และได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่
2. รายละเอียด เนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์ ต้องเลือกประเด็นและมีเนื้อหาน่าสนใจรวมทั้งต้องมีความครบถ้วนในตัวเอง และต้องไม่ผิดพลาดทั้งในด้านเนื้อหา วัน เวลา สถานที่ และชื่อบุคคล เพราะหากมีความผิดพลาด สื่อมวลชนจะจำความผิดพลาดนั้นไปตลอด
3. ข่าวมีคุณภาพ ครบถ้วนสมบูรณ์ ถูกต้อง
4. ความรวดเร็วของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น หากรายงานทันทีเมื่อมีเหตุการณ์ คุณค่าของข่าวจะมากขึ้น เพราะการรายงานข่าวสดๆ ร้อนๆ ผู้อ่านมักชื่นชอบและให้ความสนใจ
5. ต้องคำนึงเสมอว่า การส่งข่าวต้องถูกคน ถูกหน้า ถูกฉบับ ถูกเวลา เพราะโอกาสได้รับการตีพิมพ์จะมีสูง นักประชาสัมพันธ์ควรทราบกำหนดของการปิดต้นฉบับของแต่ละสื่อ เพื่อกำหนดเวลาในการส่งข่าวได้อย่างถูกต้อง
6. ต้องกระตุ้นความสนใจของผู้สื่อข่าวหรือบรรณาธิการ โดยการพาดหัวข่าวให้น่าสนใจ โดยทั่วไปสื่อมวลชนมีความต้องการข่าวจากหน่วยงานต่างๆ ดังนั้นการเขียนข่าวต้องสร้างความน่าสนใจเพื่อดึงดูดใจบรรณาธิการให้ได้ เช่น “ม.อ.จัดพิธีพระราชทานปริญญาบัตร ” เปลี่ยนเป็น “**ม.อ.ถวายปริญญาในหลวง** ” “คลินิกวัยรุ่นโรงพยาบาล ม.อ. สรุปปัญหาวัยรุ่น ” เปลี่ยนเป็น “**คลินิกวัยรุ่น ม.อ.สะท้อนปัญหาวัยโจ๋** ” นอกจากนี้สิ่งที่ทำให้ข่าวน่าสนใจเพิ่มขึ้น ได้แก่ ความใกล้ชิดของข่าวกับผู้อ่านทั้งกายและใจ ความสำคัญหรือความเด่นของบุคคลในข่าว ขนาดของเหตุการณ์ ซึ่งเหตุการณ์ใหญ่ ย่อมได้รับความสนใจมากกว่า ข่าวที่มีผลกระทบต่อคนจำนวนมาก ย่อมมีความสำคัญมากกว่า ข่าวมีเงื่อนไข มักได้รับความสนใจ หรือข่าวแปลก พิสดาร จะได้รับความสนใจมาก เป็นต้น
7. ข่าวที่ส่งไปเป็นประโยชน์แก่ผู้อ่านและมีข้อมูลเพียงพอ
8. ไม่เขียนยกย่องจนออกนอกหน้า เพราะหากหนังสือพิมพ์เขียนข่าวยกย่องมากเกินไป อาจถูกเพ่งเล็งว่าได้รับผลประโยชน์
9. ต้องมีกระดาษหัวข่าว ซึ่งมีที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ติดต่อ รวมทั้งผู้ให้ข่าว ที่พร้อมจะให้สื่อมวลชนติดตามหรือสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ตลอดเวลา
10. เลือกสื่อให้ตรงกับเนื้อหาข่าว ต้องพิจารณาว่า เขียนไปลงหนังสือพิมพ์อะไร การเขียนข่าวของ

หนังสือพิมพ์นั้นเป็นอย่างไร ควรรู้นโยบายและการทำงานของหนังสือพิมพ์ ว่านำเสนอข่าวแนวไหน ทำข่าวประเภทใด ทำให้ข่าวที่เขียนส่งไปมีโอกาสดีพิมพ์เผยแพร่มากขึ้น เช่น ข่าวเรื่องสิ่งแวดล้อมต้องเชิญมาทำข่าวหรือส่งให้สื่อหรือนักข่าวในสายนี้เพื่อจะได้สื่อตรงกลุ่มเป้าหมาย

11. เนื้อข่าวไม่จำเป็นต้องเขียนยาวมาก ควรพิมพ์จบในกระดาษ เอ 4 หน้าเดียว

เทคนิคและขั้นตอนในการถามคำถามเพื่อจะได้ข้อมูลที่ เป็นประโยชน์มาเขียนข่าว

ความสำเร็จของการได้ข้อมูลขึ้นอยู่กับความสามารถในการถามคำถาม และทำให้ผู้ที่ถูกถามพึงพอใจ โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ถามอย่างมีจุดมุ่งหมาย และวางแผนที่จะถามคำถามในสิ่งที่คนทั่วไปอยากรู้
2. ศึกษาคนที่เราจะไปถาม
3. เริ่มจากคำถามกว้างๆ ไปเจาะประเด็นคำถามที่แคบเข้าหรือประเด็นที่อยากรู้
4. อาศัยคำตอบก่อนหน้านี้ของผู้ให้สัมภาษณ์ มาเป็นพื้นฐานในการถามคำถามต่อไป
5. คำถามควรกระชับ ไม่ควรถามคำถามที่ยาวเกินไป
6. ขออนุญาตก่อนถาม โดยหลักจิตวิทยา ถ้าขออนุญาตถามคำถาม คนทั่วไปจะตอบรับที่จะตอบ
7. หลังจากถามคำถามแล้วให้หยุดฟัง
8. 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 ให้พยายามทำความเข้าใจเรื่องที่ให้ผู้สัมภาษณ์ พูดอย่างเป็นธรรมชาติ ถ้าไม่ได้ยินหรือได้ยินไม่ชัดเจน ให้ขอคำถามอีกครั้ง และถ้าผู้สัมภาษณ์อ้างถึงข้อมูลที่ไม่ต้อง ให้กล่าวแก้ไข อย่าปล่อยให้ผ่านไป

ข้อควรระวังและหลีกเลี่ยงในการเขียนข่าว มี 3 ข้อ ดังนี้

1. ข้อมูลที่ถูกต้อง เรียกว่า Accuracy สามารถอ้างอิงได้ตลอดเวลา เช่น ชื่อ นามสกุล ยศ ตำแหน่ง ตัวเลข ข้อมูลสถิติ ต้องชัดเจน
2. คำย่อ ต้องเป็นคำย่อที่ทุกคนรู้จักจะได้สื่อความหมายได้ถูกต้อง
3. ศัพท์เฉพาะ ควรหลีกเลี่ยงการใช้ศัพท์เทคนิคที่เข้าใจยาก

คุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ที่ดี

ผู้ที่จะประสบความสำเร็จการเป็นนักประชาสัมพันธ์ที่ดีนั้น พึงต้องมีความอยากรู้อยากเห็น มีความรับผิดชอบ มีความกล้า มีกิริยาท่าทางที่น่าประทับใจ มีความสนใจผู้อื่น มีความสามารถในการโน้มน้าวใจ มีความซื่อสัตย์ มีไหวพริบและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีศรัทธาและความสุขุมรอบคอบ และมีความรอบรู้และประการณ์

บรรณานุกรม

กลุ่มประชาสัมพันธ์สภาการศึกษา. (2548). กลยุทธ์การเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ยุคใหม่.

พิมพ์ครั้งที่ 1.กรุงเทพมหานคร: บริษัทร่ำไทยเพรส จำกัด

ชมรมนักข่าวสายเทคโนโลยีสารสนเทศ. ลำดับขั้นตอนและเทคนิควิธีการเขียนข่าว คู่มือบรรณาธิการ.

[อินเทอร์เน็ต] [อ้างเมื่อ 12 มกราคม 2556] จาก <http://202.47.224.92/AboutUs/km0435.html>

ชวรัตน์ เชิดชัย. (2527) ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ : บพิธการพิมพ์.

เดลินิวส์. (2540). เอกสารประกอบการสัมมนาผู้สื่อข่าวเดลินิวส์ โรงแรมเซ็นทรัลพลาซ่า ค่ำมาตย์ พัทยา ชลบุรี (อัสสัมชัญ)

นิธิ เอียวศรีวงศ์ และคณะ. (2543). เขี้ยวข่าวภาคประชาชน .เชียงใหม่ : ปีเอสการพิมพ์.

เทคนิคการเขียนข่าว [อินเทอร์เน็ต] [อ้างเมื่อ 12 มกราคม 2556] จาก : www.oknation.net

บุปผา บุญสมสุข. (2547). การพัฒนาการคิดวิเคราะห์ การเขียนข่าว และการตรงต่อเวลาในการทำงาน หนังสือพิมพ์รายสัปดาห์ สำหรับนักศึกษาวิชา JRN 431 การตกแต่งต้นฉบับและการจัดหน้าหนังสือพิมพ์ สาขาวิชาวารสารศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต. งานวิจัย มหาวิทยาลัยรังสิต.

วารสารณ ชวพงษ์ . การเขียนข่าว ส่งข่าว และเผยแพร่ภาพข่าวสู่สื่อมวลชน [อินเทอร์เน็ต] [อ้างเมื่อวันที่ 26 ธันวาคม 2555]. จาก km.opsmoac.go.th/ewt_dl_link.php?nid=321&filename=index

วิจิตร ภักนิกร. การเขียนข่าวหนังสือพิมพ์และข่าววิทยุ [อินเทอร์เน็ต] [อ้างเมื่อ 26 ธันวาคม 2555] จาก

<http://www.xn-->

b3ct2b9a1h.com/%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%84%E0%B8%99%E0%B8%B4%E0%B8%84%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%80%E0%B8%82%E0%B8%B5%E0%B8%A2%E0%B8%99%E0%B8%82%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%A7/

วีรนิจ ทรรทรานนท์. (2548). รู้ลึกเรื่องกล้องดิจิทัล รู้จริงเรื่องการถ่ายภาพ. กรุงเทพมหานคร:

บริษัทซัคเซส มีเดีย จำกัด

สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ. วิธีการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ [อินเทอร์เน็ต] [อ้างเมื่อ 12 มกราคม 2556] จาก

<http://202.47.224.92/AboutUs/km04.html>

อวยพร พานิช และคณะ. (2543). ภาษาและหลักการเขียนเพื่อการสื่อสาร, กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาคผนวก

ลำดับขั้นตอนและเทคนิควิธีการเขียนข่าว

การคิดเป็นกระบวนการที่ต้องเกิดขึ้นก่อนการเขียน แนวทางปฏิบัติต่างๆ ซึ่งได้รับการยอมรับจากนักเขียนทั่วไปในการฝึกเขียนคือ ประการแรกต้องรู้ชัดว่าเราต้องจะบอกอะไร ประการต่อมาคือลงมือบอกโดยเขียนตามที่คิด

ส่วนมากเชื่อกันว่า หากสามารถคิดออก ก็สามารถเขียนได้ เพราะที่แท้การเขียนคือการนำเสนอสิ่งที่คิดนั่นเอง ปัญหาสำหรับผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ใหม่ก็คือ การลงมือเขียน โดยไม่มีแผนอยู่ในใจ ทำให้ข่าวที่เขียนขาดการเรียบเรียงอย่างเป็นระบบ ขาดจุดเน้นที่สำคัญในประเด็นที่นำเสนอ

วิธีการเขียนข่าวที่จะอธิบายต่อไปนี้เป็นวิธีการที่ใช้เป็นเชิงวิชาการ ลักษณะกลางๆ ของการเขียนข่าวโดยทั่วๆ ไป อย่างไรก็ตาม สำนักพิมพ์ของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับจะมีวิธีการเขียนที่จำเพาะเจาะจงเป็นเอกลักษณ์ของสำนักพิมพ์ เรียกว่า “คู่มือบรรณาธิการ” (Style Book Manual) ทำให้ข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่ส่งไปยังกองบรรณาธิการข่าวที่หนังสือพิมพ์จะได้รับการบรรณาธิการ (Edit) แตกต่างกันไปอีกด้วย

ขั้นตอนที่ 1 : เขียนโปรยข่าว

สำหรับมือใหม่ แนะนำให้เริ่มต้นเขียนข่าวจากโปรยข่าว แล้วค่อยกลับมาเขียนพาดหัวข่าว การเริ่มต้นเขียนข่าวจากโปรยข่าวจะช่วยให้เราสรุป เลือกประเด็นสำคัญในเนื้อหาไปพร้อมๆ กัน ทำให้เขียนเนื้อหาข่าวได้เป็นลำดับง่ายขึ้น

การเขียนข่าวเริ่มต้นจากการกำหนดความคิดหลัก (theme) หรือใจความสำคัญ (central idea) และการกำหนดเค้าโครงเนื้อหาข่าว เพื่อที่จะอธิบายความคิดหลักนั้น ผู้เขียนจะเริ่มต้นการเขียนข่าว โดยการกำหนดความคิดหลักขึ้นในใจ ซึ่งอยู่ในลักษณะการกำหนดส่วนที่เรียกว่า “ความนำ” (lead of the piece) หรือโปรยข่าว

มีผู้คนมากมายเข้าใจผิดว่าการเขียนความนำ เป็นการเกริ่นนำ ทำให้เยิ่นเย้อ ไม่เข้าสู่เนื้อหาใจความสำคัญหรือประเด็นหลักของเรื่อง แต่มีเขียนอารมณ์บท ชักแม่น้ำทั้งห้า เช่น หากต้องการนำเสนอประเด็นนักศึกษาโดดเรียนติดเล่นเกมออนไลน์ที่ร้านอินเทอร์เน็ตข้างมหาวิทยาลัย ไม่ควรเสียเวลาเกริ่นนำ ในลักษณะนี้

นักศึกษาจำนวนมากปัจจุบันมาจากต่างจังหวัดจึงอยู่หอพักรอบๆ มหาวิทยาลัย ทำให้ผู้ปกครองมีความเป็นห่วง เพราะย่านหอพักรอบๆ มหาวิทยาลัยเต็มไปด้วยแหล่งบันเทิง อบายมุข ไม่ว่าจะเป็นผับ ดิสโก้เทค ร้านอินเทอร์เน็ต โต๊ะสนุกเกอร์ ซึ่งลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา ที่น่าจะต้องสนใจเรียนมากกว่ามาใช้เวลากับสิ่งยั่วยุเหล่านี้

แต่ควรเข้าสู่เนื้อหาประเด็นหลัก เช่น

อธิการบดีจันทร์เกษมนำทีมฝ่ายกิจการนักศึกษาเข้าเยี่ยมร้านอินเทอร์เน็ตข้างมหาวิทยาลัย หวังสร้างความร่วมมือกับร้านเกมส์ ช่วยจัดระบบผู้เล่นนักศึกษา กำหนดเวลาเล่น ไม่เกิน 2 ชั่วโมง และไม่เกิน 5 หุ่

▶ การเขียนโปรยข่าว จะต้องสรุปใจความสำคัญของประเด็นหลักที่อยู่ในเนื้อหาข่าว และมีการเรียงลำดับความสำคัญตามที่เขียนในเนื้อหาข่าวเอาไว้ด้วย

▶ การเขียนโปรยข่าว จึงต้องกระชับ สั้น ได้ใจความ ชวนให้ติดตามอ่านในเนื้อหาข่าว ด้วยเหตุนี้ โปรยข่าว จะมีความยาวประมาณ 3 -5 บรรทัด ทั้งนี้ ยึดหยุ่น ขึ้นอยู่กับประเด็นสำคัญของข่าวด้วยว่ามีมากน้อย

▶ การเขียนโปรยข่าว อาจใช้คำย่อ ฉายานาม หรือคำที่เป็นที่รู้จัก หรือรับรู้ เข้าใจอย่างกว้างขวางของผู้อ่านได้ เช่น บริษัท บางจาก ปีโตรเลียม จำกัด (มหาชน) อาจเขียนว่า บางจาก

▶ วิธีการเขียนโปรยข่าว คือ ให้เขียนสิ่งที่ต้องการนำเสนอออกมาให้ได้ครบถ้วน หลังจากนั้น มาอ่านทวนซ้ำเพื่อดูว่ากระชับหรือไม่ ลองตัดข้อความ หรือคำที่เยิ่นเย้อออกไป หากความหมายที่ต้องการสื่อ ยังคงมีอยู่ ไม่เปลี่ยนแปลง แสดงว่าสามารถตัดค่านั้นๆ ออกไปได้ วิธีนี้จะช่วยให้โปรยข่าวมีความกระชับยิ่งขึ้น

▶ การวางโปรยข่าวไม่นิยมเขียนเว้นย่อหน้า จะชิดคอลัมน์เพื่อให้รู้ว่านี่คือโปรยข่าว ซึ่งโดดเด่น

ขั้นตอนที่ 2 : เขียนส่วนเชื่อม

เป็นส่วนที่จะบอกที่มาที่ไปของข่าว หรือ Background ของข่าว ส่วนเชื่อม อาจจะมีหรือไม่นั้น ขึ้นอยู่กับว่าข่าวนั้น มีอะไรที่จะบอกกับผู้อ่านหรือไม่ว่า มีความเป็นมา หรือบริบทของข่าวหรือไม่ เช่น ข่าวการสัมมนา อาจมีส่วนเชื่อมในลักษณะนี้

ในการสัมมนาเชิงปฏิบัติการ เรื่อง “การเขียนข่าว - สารคดีเชิงข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์สำหรับพนักงานบางจาก” จัดโดย สถาบันนิศรา มูลนิธิพัฒนาสื่อมวลชนแห่งประเทศไทย สนับสนุนโดย บริษัท บางจาก ปีโตรเลียม จำกัด (มหาชน) เมื่อวันที่ 12 มีนาคม 2551 ณ โรงแรมสวิส 2551 ณ โรงแรมสวิสโฮเต็ล เลอ คองคอร์ด ถนนรัชดาภิเษก มีผู้เข้าร่วมสัมมนา 23 คนนั้น ได้มีการเชิญนายสมหมาย ปาริจฉัตต์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท มติชน จำกัด (มหาชน) ในเรื่อง “บทบาทหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์มืออาชีพ”

ส่วนข่าวที่มีลักษณะติดตามประเด็นข่าว (Follow up Story) ก็อาจมีส่วนเชื่อมได้เช่นกัน เช่น

กรณีกระทรวงพาณิชย์โดยนายมีชัยวฤณ แสงสุวรรณ รองนายกรัฐมนตรี และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ ได้ร่วมมือกับร้านค้า และศูนย์การค้าหลายแห่งจัดจำหน่ายเนื้อหมูลดลงที่ราคา กิโลกรัมละ 98 บาท และได้รับการร้องเรียนของกลุ่มผู้ประกอบการค้าสุกรบางรายว่าไม่สามารถจำหน่ายในราคาดังกล่าวได้ เพราะมีราคาหน้าฟาร์มเท่าเดิม เนื่องจากผู้เลี้ยงแจ้งว่าต้นทุนอาหารสัตว์เพิ่มขึ้นนั้น

จะเห็นได้ว่าการเขียนส่วนเชื่อม มีเป้าหมายเพื่อให้ผู้อ่านข่าวได้มีข้อมูลเพื่อเสริมความเข้าใจในข่าวนั้นๆ ได้ดียิ่งขึ้น ทั้งนี้ การเขียนส่วนเชื่อม จะเขียนโดยมีการเว้นวรรคย่อหน้าเอาไว้ให้ผู้อ่านทราบ

ขั้นตอนที่ 3 : เขียนเนื้อหาข่าว

การเขียนเนื้อหาข่าว จะมีความยาวทั้งหมดกี่บรรทัดขึ้นอยู่กับเนื้อหาเป็นสำคัญว่ามีรายละเอียดมากน้อยหรือไม่อย่างไร เนื้อข่าวที่มีรายละเอียดมากๆ จะมีหลายย่อหน้า ทั้งนี้ แต่ละย่อหน้า จะมีความยาวจำนวนบรรทัด

ประมาณ 3 -5 บรรทัดเพื่อให้ผู้อ่านสามารถเข้าใจเนื้อหาในแต่ละย่อหน้าได้อย่างสมบูรณ์ จึงไม่ควรมีจำนวน บรรทัดยาวๆ การเขียนเนื้อหาก็จะมีการเว้นวรรคเมื่อขึ้นย่อหน้าใหม่

การเขียนเนื้อข่าวจะใช้ภาษาระดับทางการ จะยกเว้นให้ใช้ภาษาพูด ได้ในกรณีเป็นการอ้างอิงคำพูด แหล่งข่าวโดยตรง (Direct Quotation) เท่านั้น

การขึ้นย่อหน้าใหม่ ในเนื้อข่าว มี 2 แนวทาง แบ่งตามลักษณะของเนื้อหาว่าเป็นไปในทิศทางใด

1. เพื่อนำเสนอเนื้อหา ในทางเสริม เพิ่มเติม อธิบาย ยกตัวอย่าง มีคำที่ใช้ในการเริ่มต้นขึ้นย่อหน้าใหม่ ได้แก่ ดังนั้น, นอกจากนั้น, ทั้งนี้, โดย

2. เพื่อนำเสนอเนื้อหา ในทางตรงข้าม แย้ง ต่างแง่มุม มีคำที่ใช้ในการเริ่มต้นขึ้นย่อหน้าใหม่ ได้แก่ อย่างไรก็ตาม, กระนั้น, ในขณะที่, ส่วนทางด้าน

การให้ข้อมูลจำเพาะของแหล่งข่าว หรือผู้บริหาร (Identification : ID) หมายถึง การบอกชื่อ นามสกุล ตำแหน่ง ยศ หรือฉายานาม เช่น นายประสงค์ เลิศรัตนวิสุทธิ์ ประธานกรรมการบริหาร สถาบันอิศรา กล่าว บรรยายเรื่อง “เขียนข่าวประชาสัมพันธ์อย่างไรไม่ให้ลงตะกร้า ” ว่า หรือ กรณีแหล่งข่าว มีหลายตำแหน่ง (ไม่ได้จำเพาะเจาะจงว่าข้อมูลที่ให้ข่าวเกี่ยวกับตำแหน่งใดโดยตรง) อาจเขียนดังนี้

นายประสงค์ เลิศรัตนวิสุทธิ์ ประธานกรรมการบริหาร สถาบันอิศรา และรองบรรณาธิการอำนวยการ หนังสือพิมพ์ มติชน กล่าวว่า

บางกรณีแหล่งข่าวมีหลายตำแหน่งหน้าที่ แต่ให้สัมภาษณ์ในฐานะที่เจาะจง อาจเขียนดังนี้

นายประสงค์ เลิศรัตนวิสุทธิ์ รองบรรณาธิการอำนวยการหนังสือพิมพ์ มติชน ในฐานะประธาน กรรมการบริหาร สถาบันอิศรา กล่าวในพิธีเปิดการอบรมเชิงปฏิบัติการว่า

* ฉายานาม อาจมีการนำมาใช้ในการเขียนข่าว แต่ส่วนมาก มักจะอยู่ในโปรยข่าว หรือพาดหัวข่าว ที่ อนุโลมให้ใช้ภาษาหนังสือพิมพ์ได้

** การกล่าวถึงชื่อแหล่งข่าว ในการกล่าวถึงครั้งแรกในเนื้อข่าวให้ใช้ชื่อ นามสกุล และข้อมูล ID แบบเต็ม แต่การกล่าวถึงครั้งต่อไป ให้กล่าวถึงเฉพาะชื่อ หรือตำแหน่งอย่างใดอย่างหนึ่งเท่านั้น เช่น นายสมหมาย กล่าว ว่า

การใช้คำแสดงกริยาของแหล่งข่าว ข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ นิยมใช้คำว่า “กล่าวว่า” เช่น นายชวรงค์ ลิ้มปัทมปาณี ผู้อำนวยการบริหาร สถาบันอิศรา กล่าวว่า

บางกรณีการเขียนข่าวเพื่อชี้แจงความเข้าใจ อาจใช้คำกริยา ว่า นายชวรงค์ กล่าวชี้แจงว่า

การอ้างอิงข้อมูลคำให้สัมภาษณ์ของแหล่งข่าวประเภทบุคคล เพื่อการข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ มีความ น่าสนใจ สามารถใช้ 2 รูปแบบ กล่าวคือ

1. การอ้างอิงคำให้สัมภาษณ์โดยตรง (Direct Quotation) เป็นการยกคำพูดมาอ้างตรงๆ เหมือนกับว่าแหล่งข่าวพูดให้ฟัง จึงต้องใช้สรรพนามบุรุษที่ 1 แทนแหล่งข่าว ไม่ใช่พรั้าเพรื่อ ใช้ในกรณีดังนี้

1. เพื่อยืนยันคำพูดของแหล่งข่าว

2. เพื่อให้ข้อมูลข่าวนั้นๆ มีความน่าเชื่อถือว่ามีที่มาชัดเจน

3. เพื่อให้ผู้อ่านรู้สึกร่วมในข่าวนั้นๆ เหมือนกับมีชีวิต จึงต้องใช้เฉพาะที่จำเป็นเท่านั้น ซึ่งอาจให้มีประมาณ 1 – 3 ย่อหน้าในแต่ละชั้นข่าว เช่น นายสมหมาย กล่าวว่า “ผมคิดว่านักประชาสัมพันธ์มืออาชีพต้องมีความจริงใจในการประสานร่วมมือกับสื่อมวลชน ให้การเผยแพร่ข่าวสารขององค์กรไปถึงประชาชน”

2. การอ้างอิงคำให้สัมภาษณ์โดยอ้อม (Indirect Quotation) เป็นการนำคำพูดของแหล่งข่าวมาเรียบเรียงให้กระชับ สื่อความหมายได้ตรงกับที่แหล่งข่าวให้สัมภาษณ์ ส่วนใหญ่ในข่าวแต่ละชั้นจะใช้อ้างอิงโดยอ้อม ใช้สรรพนามบุรุษที่ 3 ในการกล่าวถึงแหล่งข่าว เช่น นายสมหมาย กล่าวว่า นักประชาสัมพันธ์มืออาชีพต้องมีความจริงใจในการประสานร่วมมือกับสื่อมวลชนให้การเผยแพร่ข่าวสารขององค์กรไปถึงประชาชน

หากเป็นแหล่งข่าวเอกสาร ก็สามารถระบุได้ว่ามาจากที่ใด เช่น จากรายงานดัชนีผู้บริโภค ประจำเดือนมีนาคม 2551 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า

การใช้คำย่อในเนื้อข่าว การกล่าวถึงชื่อองค์กรในเนื้อข่าว ในการกล่าวถึงครั้งแรกในเนื้อข่าวเขียนคำเต็ม และวงเล็บคำย่อกำกับไว้ แต่การกล่าวถึงครั้งต่อไป ให้กล่าวคำย่อได้ ทั้งนี้ ไม่นับรวมการกล่าวคำย่อในโปรยข่าวหรือพาดหัวข่าวเช่น สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.)

การให้ข้อมูลเสริมในเนื้อข่าว อาจสามารถเขียนไว้ในตอนท้ายข่าว เพื่อไม่ให้เนื้อข่าวมีความเยิ่นเย้อ เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร ผู้บริหาร ผลิตภัณฑ์ ซึ่งกองบรรณาธิการสามารถนำไปทำเป็น ข้อมูลประกอบข่าว (Side Bar) ได้

การให้ข้อมูลเพื่อการติดต่อเพิ่มเติม ควรให้ชื่อบุคคล สถานที่ หรือวิธีการติดต่อ ที่ติดต่อสะดวก เอาไว้ท้ายข่าวด้วย กรณีสื่อมวลชนมีความสนใจเพิ่มเติม หรือไม่ชัดเจนในเนื้อข่าว

ขั้นตอนที่ 4 : เขียนพาดหัวข่าว

เป็นการสรุปใจความสำคัญของเนื้อข่าวให้กระชับที่สุด และที่สำคัญต้องสามารถสื่อความหมายได้ วิธีการอย่างง่ายที่สุดในการเขียนพาดหัวข่าวคือ สรุปมาจากโปรยข่าวอีกต่อหนึ่ง เพาะโปรยข่าวเป็นการคัดเลือกเนื้อหาข่าวที่มีความสำคัญจากเนื้อข่าวอยู่แล้ว

รูปแบบการเขียนที่นำมาใช้ได้ คือ **การเขียนในลักษณะสรุป (Summary Leads)** ที่มีการระบุ ว่า ใคร (Who) ทำอะไร (What) เมื่อไหร่ (When) ที่ไหน (Where) ทำไม (Why) อย่างไร (How) โดยอาจเลือกว่าเนื้อข่าวเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบใดมีความสำคัญและมีความโดดเด่นมากที่สุด ก็นำองค์ประกอบนั้นมาขึ้นเป็นพาดหัวข่าว เช่น พาดหัวข่าว ที่เนื้อข่าวนี้องค์กรเป็นจุดเด่น

บางจากฯ ดึงมืออาชีพข่าวสถาบันอิศราเวิร์คชอปพนักงาน หวังเสริมศักยภาพสื่อสารองค์กร

▶ วิธีการเขียนพาดหัวข่าว ก็เหมือนกับโปรยข่าวที่ให้เขียนสิ่งที่ต้องการนำเสนอออกมาให้ครบถ้วน หลังจากนั้น มาอ่านทวนซ้ำเพื่อดูว่ากระชับหรือไม่ ลองตัดข้อความ หรือคำที่เยิ่นเย้อออกไป หากความหมายที่ต้องการสื่อ ยังคงอยู่ ไม่เปลี่ยนแปลง แสดงว่าตัดคำนั้นๆ ออกไปได้ จะช่วยให้พาดหัวข่าวมีความกระชับยิ่งขึ้น

ขั้นตอนที่ 5 : อ่านซ้ำ เพื่อขัดเกลาภาษา

เมื่อเขียนครบทุกส่วนแล้ว ได้แก่ พาดหัวข่าว โปรมข่าว ส่วนเชื่อม และเนื้อข่าว ให้นำต้นฉบับไปอ่านทวนซ้ำว่ามีส่วนใดที่ขัดเกลาภาษาให้เข้าใจดียิ่งขึ้น การใช้ภาษาเป็นศิลปะทางการสื่อสาร สามารถปรับเปลี่ยนได้ ไม่มีจุดจบสิ้น บางกรณีอาจให้ผู้อื่นช่วยอ่านงานเขียนของเรา เพื่อให้ช่วยดูจุดบกพร่อง ผู้อื่นจะพบจุดบกพร่องของเราได้ง่ายกว่าที่เราอ่านเองเพียงคนเดียว

ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ที่ได้ผ่านความพยายามในการกำหนดความคิดหลัก จะซาบซึ้งดีว่าความคิดหลักนี้มีความสำคัญต่อการเขียนข่าวอย่างไร อย่างไรก็ตาม ทราบกันดีว่าความยากคือ การกำหนดความคิดหลัก เหมือนผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ถูกบังคับให้ตัดสินใจว่า จากข้อเท็จจริงทั้งหมดที่มีนั้น อะไรมีความสำคัญที่สุด

จรรยาบรรณและข้อควรปฏิบัติของผู้สื่อข่าว

- » ผู้สื่อข่าวควรซื่อสัตย์ ยุติธรรม และกล้าหาญในการรวบรวม รายงาน และตีความข่าวสาร
- » ตรวจสอบความถูกต้องของข่าวสารจากทุก ๆ แหล่ง และพึงระมัดระวังในการหลีกเลี่ยงความผิดพลาดที่ไม่เจตนา การจงใจบิดเบือนข่าวเป็นสิ่งที่ไม่ควรให้เกิดขึ้นโดยเด็ดขาด
- » จงแสวงหาผู้ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องราวในข่าวอย่างขยันขันแข็ง เพื่อเปิดโอกาสให้พวกเขาในการตอบโต้ข้อกล่าวหาในกรณีกระทำความผิดใด ๆ ก็ตาม
- » จงระบุแหล่งข่าวทุกครั้งที่ทำได้ สังคมมีสิทธิที่จะรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้
- » จงตั้งคำถามต่อเจตนาของแหล่งข่าวเสมอ ๆ ก่อนที่จะรับปากเรื่องการปกปิดสถานะแหล่งข่าว จงชี้แจงให้ชัดเจนถึงเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องกับสัญญาที่สร้างขึ้นเพื่อแลกกับการได้มาซึ่งข่าวสาร แล้วจงรักษาสัญญาอย่างเคร่งครัด
- » จงทำทุกอย่างเพื่อให้แน่ใจว่า หัวข้อข่าว ส่วนลือข่าวและท่อนโปรยข่าว รูปภาพ วิดีโอ เทปเสียง แผนภาพ เสียงบทสัมภาษณ์ และข้อความที่ยกมาไม่มีการบิดเบือน สิ่งเหล่านี้ต้องไม่ถูกตัดต่อจนเสียรูปความหมายเดิม หรือยกบางส่วนขึ้นมานำเสนอโดยปราศจากองค์ประกอบที่สำคัญทั้งหมด
- » จงอย่าบิดเบือนเนื้อหาของรูปภาพ หรือภาพวิดีโอ การตกแต่งภาพเพื่อให้มีความชัดเจนเป็นสิ่งที่ทำได้เสมอ จงระบุเสมอเมื่อใช้ภาพตัดต่อหรือมีการเพิ่มเติมสิ่งใด ๆ ไปในภาพเดิม
- » จงหลีกเลี่ยงการสร้างข่าวหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจผิด หากการจำลองข่าวจำเป็นต้องเกิดขึ้นเพื่อเล่าเรื่องราว จงบอกผู้ชมให้ชัดเจน
- » จงหลีกเลี่ยงการปกปิดฐานะหรือการใช้วิธีปลอมตัวเพื่อไปรวบรวมข่าว ยกเว้นเสียแต่ว่า การเก็บข้อมูลแบบเดิมนั้นจะไม่ได้ข้อมูลที่สำคัญต่อการรับรู้ของสาธารณชน หากมีการใช้วิธีการดังกล่าว ควรมีการอธิบายไว้ในเรื่องราวที่เสนอด้วย
- » อย่าละเมิดลิขสิทธิ์ของผู้อื่นโดยเด็ดขาด
- » จงตรวจสอบค่านิยมทางวัฒนธรรมของตนและหลีกเลี่ยงที่จะยัดเยียดค่านิยมเหล่านั้นให้ผู้อื่น
- » หลีกเลี่ยงการเหมารวมบนพื้นฐานของเชื้อชาติ เพศ วัย ศาสนา เผ่าเชื้อ รสนิยมทางเพศ ความพิการ รูปร่างหน้าตา หรือสถานภาพทางสังคม
- » จงสนับสนุนการแลกเปลี่ยนทัศนคติอย่างเปิดเผย แม้ว่าบางความคิดเห็นนั้นจะน่าขยะแขยงยากที่จะรับฟัง
- » จงเป็นกระบอกเสียงให้ผู้ที่ไม่มีโอกาสแสดงเสียง แหล่งข่าวสารที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการสามารถที่จะเป็นเสียงที่เป็นสัจจและเป็นธรรมได้พอ ๆ กัน ทั้งคู่
- » จงแยกแยะระหว่างการเลือกข้างสนับสนุนกับการเสนอข่าว หากมีการวิเคราะห์หรือการใส่ความเห็นเข้าไปก็ควรระบุให้ชัดเจน และโดยไม่บิดเบือนข้อเท็จจริงหรือสภาวะแวดล้อมของข่าวสาร
- » จงแยกแยะระหว่างข่าวกับการโฆษณา และหลีกเลี่ยงการย่ำข่าวโดยไม่แยกแยะเส้นแบ่งระหว่างสิ่งทั้งสอง

» จงตระหนักถึงหน้าที่พิเศษของท่านในอันที่จะประกันว่า งานของส่วนรวมหรือราชการควรถูกนำมาเปิดเผยให้โปร่งใส และข้อมูลบันทึกของราชการเปิดกว้างสำหรับการสืบสวนค้นคว้า