



คู่มือการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์
เทคนิคการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบออนไลน์

จัดทำโดย
นายมานพ อ่อนแก้ว

นักวิชาการศึกษาคำนาถการ
ปฏิบัติหน้าที่หัวหน้างานสื่อสารองค์กร
กองกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

คำนำ

การประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับประชาชน สาธารณชน หรือกลุ่มชน หรืออาจกล่าวได้ว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามขององค์กรที่จะแสวงหาความสัมพันธ์และความร่วมมือจากประชาชน ตลอดจนดำรงไว้ซึ่งทัศนคติที่ดีของประชาชนต่อองค์กร เพื่อสร้างสรรค์ความรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อถือ ความศรัทธา ฯลฯ ให้เกิดขึ้นแก่ประชาชนหรือผู้ใช้บริการ เพื่อให้ประชาชนหรือผู้ใช้บริการ ยอมรับและสนับสนุน ให้ความร่วมมือในการดำเนินงานตามวิสัยทัศน์ พันธกิจ และนโยบายของมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

ข้าพเจ้า นายมานพ อ่อนแก้ว นักวิชาการศึกษาชำนาญการ หัวหน้างานสื่อสารองค์กร จึงได้จัดทำคู่มือการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เทคนิคการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบออนไลน์ ของงานสื่อสารองค์กรขึ้น เพื่อผู้ปฏิบัติงานในงานสื่อสารองค์กร ได้ใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน และเพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้มาใช้บริการ ได้รับทราบและเข้าใจขั้นตอนของการทำงานในฝ่ายประชาสัมพันธ์ได้อย่างถูกต้อง ข้าพเจ้าหวังเป็นอย่างยิ่งว่า ขั้นตอนรายละเอียดคู่มือปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เทคนิคการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบออนไลน์ฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์แก่ท่านผู้ใช้บริการได้บ้าง ไม่มากก็น้อย และหากมีข้อเสนอแนะใดๆเพิ่มเติม อันจะเป็นประโยชน์ต่องานสื่อสารองค์กร ทางผู้เขียนยินดีรับข้อเสนอแนะนั้นไว้เพื่อทบทวน ปรับปรุงในการทำงานต่อไป จักขอบพระคุณยิ่ง

นายมานพ อ่อนแก้ว
นักวิชาการศึกษาชำนาญการ
หัวหน้างานสื่อสารองค์กร

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
คำนำ	ก
ส่วนที่ ๑ ข้อมูลพื้นฐานสำนักงานอธิการบดี	
- ประวัติความเป็นมา	๑
- ภารกิจของหน่วยงาน	๓
- ปรัชญา ปณิธาน วิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์ และประเด็นยุทธศาสตร์	๔
- โครงสร้างหน่วยงานและโครงสร้างการบริหารของสำนักงานอธิการบดี	๖
ส่วนที่ ๒ เทคนิคการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบออนไลน์	๗
- ความหมายของข่าวประชาสัมพันธ์	๗
- การเขียนข่าว	๘
- ข้อควรระวังในการเขียนข่าว	๙
- ตัวอย่างประเภทของข่าวประชาสัมพันธ์	๑๐
- โครงสร้างของข่าว	๑๒
- องค์ประกอบของการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์	๑๔
- หลักการเขียนข่าวบนสื่อออนไลน์	๑๕
- การนำเสนอข่าวผ่านช่องทาง FACEBOOK	๑๖
ส่วนที่ ๓ กระบวนการผลิตข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบออนไลน์	๑๘
ภาคผนวก	๒๑

ส่วนที่ ๑

ข้อมูลพื้นฐานสำนักงานอธิการบดี

ประวัติความเป็นมา

สำนักงานอธิการบดี เป็นหน่วยงานกลางของมหาวิทยาลัย ทำหน้าที่บริหารงานทั่วไป และงานบริการที่สนับสนุนให้คณะ สำนัก สถาบัน และโครงการต่าง ๆ ดำเนินไปตามภารกิจให้ถูกต้อง สมบูรณ์รวดเร็ว และเกิดประสิทธิภาพสูงสุด เป็นหน่วยงานที่พัฒนามาจากสำนักงานอธิการ ซึ่งจัดตั้ง ขึ้นตามพระราชบัญญัติวิทยาลัยครู พุทธศักราช ๒๕๑๘ โดยมีหน้าที่รับผิดชอบการบริหารจัดการ การประสานงาน และการให้บริการเกี่ยวกับบุคลากร งบประมาณ พัสดุครุภัณฑ์ อาคารสถานที่ ฯลฯ ของวิทยาลัยครู และมีหัวหน้าสำนักงานอธิการเป็นผู้บริหารสูงสุด

ต่อมาวิทยาลัยครู ได้เปลี่ยนแปลงเป็นสถาบันราชภัฏ ตามพระราชบัญญัติสถาบัน ราชภัฏ พุทธศักราช ๒๕๓๘ และมีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างการบริหารงานใหม่ตามประกาศ กระทรวงศึกษาธิการ สถาบันราชภัฏสงขลา จึงกำหนดให้สำนักงานอธิการบดีเป็นหน่วยงานสนับสนุน กิจการสถาบัน รับผิดชอบงานด้านการบริหารทั่วไป งานบริการ งานนิติการ งานการเจ้าหน้าที่ งาน ชุรการ งานสารบรรณ งานการเงิน งานพัสดุ งานประชาสัมพันธ์ งานสวัสดิการ และงานอาคารสถานที่ โดยมีผู้อำนวยการสำนักงานอธิการบดี เป็นผู้บริหารงานจนถึงปัจจุบัน

ในปี พุทธศักราช ๒๕๔๗ ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ตราพระราชบัญญัติ มหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. ๒๕๔๗ ส่งผลให้การดำเนินงานของสถาบันราชภัฏสงขลาเปลี่ยนเป็น มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา และจากพระราชบัญญัติดังกล่าว สำนักงานอธิการบดีได้รับการแบ่งส่วน ราชการโดยประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง การแบ่งส่วนราชการในมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา พ.ศ. ๒๕๔๙ ประกาศ ณ วันที่ ๒๒ พฤษภาคม ๒๕๔๙ ให้แบ่งส่วนราชการ ดังนี้

๑. กองกลาง
๒. กองนโยบายและแผน
๓. กองพัฒนานักศึกษา

ต่อมามหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ได้มีประกาศมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา เรื่อง การแบ่งส่วนราชการเป็นงานในมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา พ.ศ. ๒๕๔๙ ประกาศ ณ วันที่ ๔ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๔๙

ให้แบ่งส่วนราชการในสำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ดังนี้

๑. กองกลาง ให้แบ่งส่วนราชการเป็นงานประกอบด้วย
 - ๑) งานธุรการและสารบรรณ
 - ๒) งานประชุมและพิธีการ
 - ๓) งานคลัง
 - ๔) งานพัสดุ
 - ๕) งานประชาสัมพันธ์
 - ๖) งานอาคารสถานที่และบริการ
 - ๗) งานสวัสดิการ
 - ๘) งานการเจ้าหน้าที่

๒. กองนโยบายและแผน ให้แบ่งส่วนราชการเป็นงานประกอบด้วย

- ๑) งานธุรการ
- ๒) งานวิเคราะห์ประสานการวางแผนและติดตามประเมินผล
- ๓) งานคลังข้อมูลสารสนเทศและวิจัยสถาบัน
- ๔) งานออกแบบและวางผัง
- ๕) งานวิเทศสัมพันธ์

๓. กองพัฒนานักศึกษา ให้แบ่งส่วนราชการเป็นงานประกอบด้วย

- ๑) งานธุรการ
- ๒) งานกิจกรรมนักศึกษา
- ๓) งานบริการและสวัสดิการ

วันที่ ๒๗ กรกฎาคม ๒๕๕๖ มหาวิทยาลัยได้จัดตั้ง “สำนักงานสภามหาวิทยาลัย” ตามประกาศของสภามหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ให้เป็นหน่วยงานภายใน มีฐานะเทียบเท่างานสำนักงานอธิการบดีจึงประกอบด้วย ๓ กอง ๑๗ งาน และเป็นหน่วยงานเทียบเท่าระดับคณะ/สถาบัน/สำนักของมหาวิทยาลัย มีภารกิจหลัก คือ การให้บริการ และสนับสนุนการบริหารงานของมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลาวันที่ ๒๐ พฤศจิกายน ๒๕๖๐ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลาได้มีประกาศเรื่อง การแบ่งส่วนราชการเป็นงาน ส่วนราชการ หรือหน่วยงานที่เรียกชื่ออย่างอื่นที่มีฐานะเทียบเท่างานในมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา พ.ศ. ๒๕๖๐ ทำให้สำนักงานอธิการบดี ประกอบด้วย ๓ กอง ๑๒ งาน ดังนี้

๑. กองกลาง แบ่งส่วนราชการเป็นงาน ดังนี้

๑) งานอำนวยการ (ประกอบด้วย หน่วยธุรการและสารบรรณ หน่วยประชุมและพิธีการ และหน่วยงานสภามหาวิทยาลัย)

๒) งานพัสดุ

๓) งานการเจ้าหน้าที่

๔) งานคลัง

๕) งานประชาสัมพันธ์

๖) งานบริการสถานที่และสิ่งแวดล้อม (พนักงานบริการ, ภูมิทัศน์, ยานพาหนะ และรักษาความปลอดภัย)

๗) งานบริหารทรัพย์สิน (ประกอบด้วย หน่วยสวัสดิการ หน่วยฝึกประสบการณ์วิชาชีพธุรกิจ (สงขลาพาเลซ) หน่วยสระว่ายน้ำ หน่วยหอพักรุกขวัลย์ หน่วยโรงน้ำ และหน่วยจัดเก็บรายได้อื่น ๆ

วันที่ ๘ กันยายน ๒๕๖๔ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลาได้มีประกาศ เรื่อง การแบ่งส่วนราชการเป็นงาน ส่วนราชการ หรือหน่วยงานที่เรียกชื่ออย่างอื่นที่มีฐานะเทียบเท่างานในมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา พ.ศ. ๒๕๖๔ ทำให้สำนักงานอธิการบดี ประกอบด้วย ๓ กอง ๑๒ งาน ดังนี้

๑. กองกลาง แบ่งส่วนราชการเป็นงาน ดังนี้
 - ๑) งานอำนวยการ (ประกอบด้วย หน่วยธุรการและสารบรรณ หน่วยเลขานุการ และพิธีการ และหน่วยสภามหาวิทยาลัย)
 - ๒) งานพัสดุ
 - ๓) งานการเจ้าหน้าที่ (ประกอบด้วย หน่วยบริหารงานบุคคล หน่วยนิติการ)
 - ๔) งานคลัง (ประกอบด้วย หน่วยการเงิน หน่วยบัญชี)
 - ๕) งานสื่อสารองค์กร (ประกอบด้วย หน่วยประชาสัมพันธ์ หน่วยสถานีวิทยุเพื่อการศึกษา)
 - ๖) งานบริการสถานที่และสิ่งแวดล้อม (ประกอบด้วย หน่วยอาคารสถานที่ หน่วยยานพาหนะ)
 - ๗) งานบริหารทรัพย์สิน (ประกอบด้วย หน่วยฝึกประสบการณ์วิชาชีพธุรกิจ ศูนย์กีฬาและสุขภาพ หน่วยบริหารรายได้)
๒. กองนโยบายและแผน แบ่งส่วนราชการเป็นงาน ดังนี้
 - ๑) งานแผนและงบประมาณ
 - ๒) งานคลังข้อมูลและอัตรากำลัง
 - ๓) งานออกแบบและวางผังอาคารสถานที่ (ประกอบด้วย หน่วยซ่อมบำรุงและอนุรักษ์พลังงาน และหน่วยออกแบบ)
๓. กองพัฒนานักศึกษา แบ่งส่วนราชการเป็นงาน ดังนี้
 - ๑) งานบริหารงานทั่วไป
 - ๒) งานบริหารและพัฒนานักศึกษา

ภารกิจของหน่วยงาน มีดังนี้

กองกลาง

- ๑) ดำเนินการเกี่ยวกับงานธุรการและสารบรรณกลางของมหาวิทยาลัย
- ๒) ดำเนินการเกี่ยวกับงานเลขานุการและพิธีการของมหาวิทยาลัย
- ๓) ดำเนินการเกี่ยวกับงานสภามหาวิทยาลัยและคณะกรรมการต่าง ๆ ที่สภามหาวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยแต่งตั้งตามที่ได้รับมอบหมาย
- ๔) ดำเนินการเกี่ยวกับงานการเงินและบัญชีกลางของมหาวิทยาลัย
- ๕) ดำเนินการเกี่ยวกับงานพัสดุกลางของมหาวิทยาลัย
- ๖) ดำเนินการเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ และสถานีวิทยุเพื่อการศึกษาของมหาวิทยาลัย
- ๗) ดำเนินการเกี่ยวกับงานบริการสถานที่และสิ่งแวดล้อม ยานพาหนะกลางของมหาวิทยาลัย
- ๘) ดำเนินการเกี่ยวกับงานบริหารทรัพย์สินเพื่อก่อให้เกิดรายได้ของมหาวิทยาลัย การฝึกประสบการณ์วิชาชีพธุรกิจ (สงขลาพาเลซ) ศูนย์กีฬาและสุขภาพของมหาวิทยาลัย
- ๙) ดำเนินการเกี่ยวกับงานบริหารงานบุคคล และงานนิติการของมหาวิทยาลัย
- ๑๐) ดำเนินการประกันคุณภาพการศึกษาภายในหน่วยงาน
- ๑๑) เป็นหน่วยงานบริหารงานทั่วไปของมหาวิทยาลัย ซึ่งมีได้เป็นอำนาจหน้าที่ของส่วน

ราชการใดโดยเฉพาะ

กองนโยบายและแผน

๑) ดำเนินการและประสานงานเกี่ยวกับนโยบายด้านการศึกษาระดับอุดมศึกษาในมหาวิทยาลัยให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล แผนพัฒนาการศึกษาแห่งชาติ และแผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และวางแผนพัฒนามหาวิทยาลัยร่วมกับคณะ/สำนัก และหน่วยงานต่างๆ ของมหาวิทยาลัย ให้เป็นไปตามนโยบายและเป้าหมายของประเทศ

๒) จัดทำระบบข้อมูลเกี่ยวกับนักศึกษา บุคลากร อาคารสถานที่ และงบประมาณ

๓) ดำเนินงานจัดทำแผนพัฒนามหาวิทยาลัยทั้งระยะสั้นและระยะยาว จัดทำแผนปฏิบัติการ ราชการและคำของบประมาณประจำปี และแผนต่าง ๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย

๔) ติดตามประเมินผลแผนงาน/โครงการต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย ประเมินความสำเร็จการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการประจำปีและรายงานให้ผู้บริหารทราบ

๕) ศึกษาวิเคราะห์ วิจัยการใช้พื้นที่ให้เกิดประโยชน์อย่างมีประสิทธิภาพและพลังงาน ดำเนินการออกแบบก่อสร้าง ต่อเติมและปรับปรุงอาคารสถานที่

๖) ศึกษา วิเคราะห์ จัดทำแนวทางหลักเกณฑ์ การจัดสรรงบประมาณ รวมทั้งพัฒนาระบบการงบประมาณแก่หน่วยงานในมหาวิทยาลัย

๗) ดำเนินการประกันคุณภาพภายในหน่วยงาน การวิเคราะห์และจัดทำข้อมูลต้นทุนต่อหน่วย การบริหารความเสี่ยง การควบคุมภายใน แผนบริหารในสถานการณ์ฉุกเฉิน และการจัดการความรู้ของสำนักงานอธิการบดี

กองพัฒนานักศึกษา มีดังนี้

๑) ดำเนินการเกี่ยวกับการพัฒนาและส่งเสริมกิจกรรมของนักศึกษา

๒) จัดบริการและสวัสดิการแก่นักศึกษาและศิษย์เก่า

๓) ดำเนินการเกี่ยวกับการแนะแนวการศึกษาและอาชีพ และการให้บริการวิชาการแก่นักศึกษา

๔) ดำเนินพิจารณาตราผูกข้อบังคับสำหรับนักศึกษา ร่วมเป็นกรรมการดำเนินการทางวินัยแก่นักศึกษา

๕) ดำเนินการเกี่ยวกับทุนการศึกษา

๖) ดำเนินการประกันคุณภาพในหน่วยงาน

๗) ปฏิบัติงานร่วมกัน หรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องหรือได้รับมอบหมาย

ปรัชญา ปณิธาน วิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์ และประเด็นยุทธศาสตร์

ปรัชญา : นโยบายชัดเจน ดีเด่นพัฒนานักศึกษา บริการด้วยใจ สนับสนุนมหาวิทยาลัยพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

ปณิธาน : มุ่งมั่นพัฒนาคุณภาพพระบงงานให้เป็นมาตรฐานระดับอุดมศึกษา

วิสัยทัศน์ : สำนักงานอธิการบดีเป็นศูนย์กลางในการสนับสนุนพันธกิจของมหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

พันธกิจ

๑. พัฒนาการบริหารและบริการให้เป็นศูนย์กลางในการสนับสนุนตามภารกิจหลักของมหาวิทยาลัย
๒. พัฒนาระบบบริหารงานบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ
๓. ส่งเสริม สนับสนุน ให้มีสภาพแวดล้อมที่ดี เอื้อต่อคุณภาพชีวิตของนักศึกษาและบุคลากร
๔. พัฒนานักศึกษาให้เป็นไปตามอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย และพัฒนาเครือข่ายศิษย์เก่า
๕. สนับสนุนและขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ มุ่งเน้นประสิทธิภาพการดำเนินงานประมาณ ระบบติดตามและประเมินผล

อัตลักษณ์ : จิตบริการ (Service Mind)

อักษรนำ

S = Smile

E = Excellence Services

มาใช้

R = Rule

V = Vision Focus

I = Integrity

จรรยาวิชาชีพ

C = Collaborative

หน่วยงานที่

E = Effectiveness

อย่างมี

เป้าหมาย :

๑. ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจต่อการให้บริการ
๒. บุคลากรได้รับการพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติงาน
๓. ระบบงานมีประสิทธิภาพและมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย
๔. นักศึกษาเป็นบัณฑิตที่มีคุณภาพตามอัตลักษณ์

วัตถุประสงค์

๑. เพื่อเป็นหน่วยงานกลางที่ให้บริการ สนับสนุน ส่งเสริมภารกิจของมหาวิทยาลัยให้มีประสิทธิภาพ
๒. เพื่อพัฒนาบุคลากรของมหาวิทยาลัยให้มีศักยภาพในการปฏิบัติงาน
๓. เพื่อพัฒนาระบบงานต่าง ๆ ให้มีความรวดเร็วตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการ และบุคลากร
๔. เพื่อพัฒนานักศึกษาให้เป็นบัณฑิตที่มีคุณภาพตามอัตลักษณ์

ประเด็นยุทธศาสตร์และเป้าประสงค์

ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ ๑ พัฒนาระบบการบริหารจัดการสำนักงานอธิการบดีให้มีประสิทธิภาพ

Objective ๑.๑ พัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง

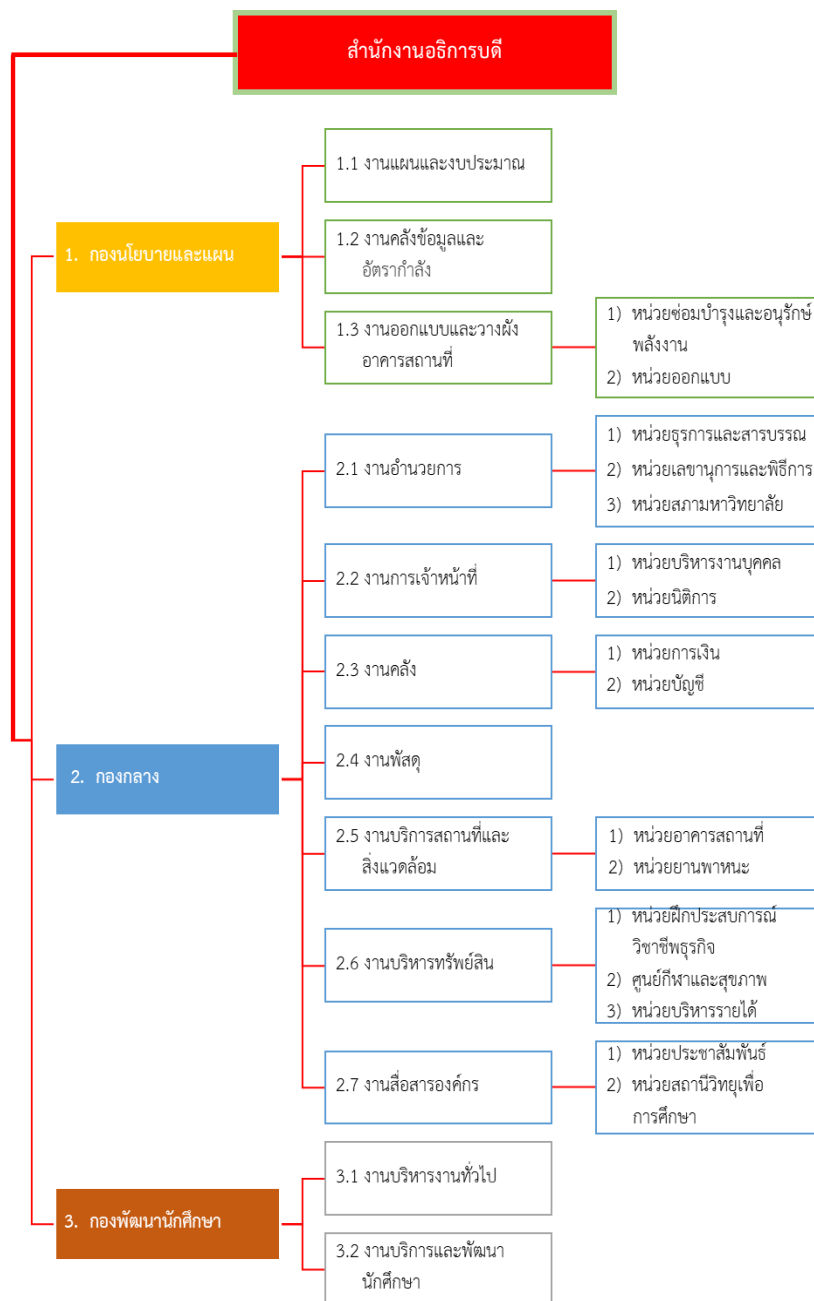
Objective ๑.๒ ปรับปรุงการให้บริการที่มีประสิทธิภาพสูงขึ้น

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๒ พัฒนานักศึกษาให้เป็นบัณฑิตที่มีคุณภาพตามอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย

Objective ๒.๑ พัฒนานักศึกษาให้มีคุณภาพตามอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัย

Objective ๒.๒ ศักยภาพของศิษย์เก่ากับการพัฒนามหาวิทยาลัย

โครงสร้างหน่วยงานและโครงสร้างการบริหารของสำนักงานอธิการบดี

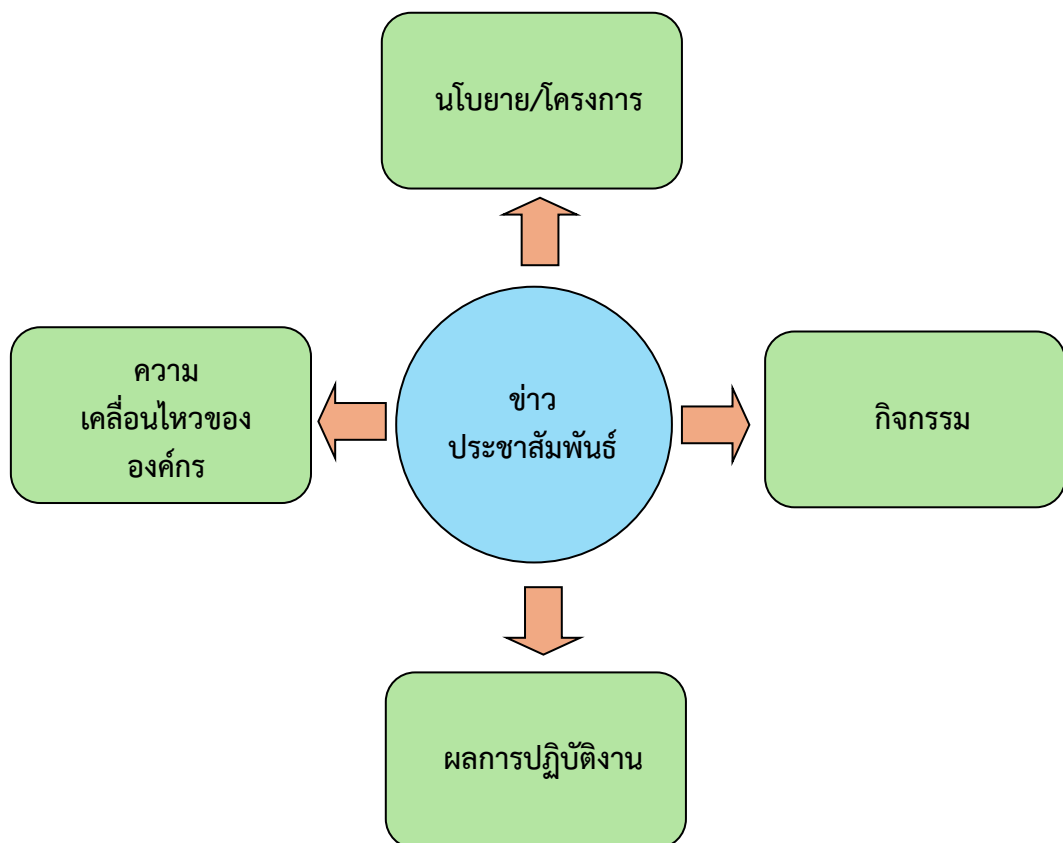


ส่วนที่ ๒ เทคนิคการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบออนไลน์

ความหมายของข่าวประชาสัมพันธ์

ข่าว คือ การรายงานข้อเท็จจริงหรือเหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้น ตลอดจนความคิดเห็นจากบุคคล ระดับต่างๆ ซึ่งมีความสำคัญ และเป็นที่น่าสนใจ อันมีผลกระทบต่อคนหมู่มากในชุมชนหรือสังคม

ข่าวประชาสัมพันธ์ คือ การรายงานข้อเท็จจริงหรือเหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้น ที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ ความรู้สึกทัศนคติที่ดีต่อองค์กร และนำไปสู่ความร่วมมือของคนภายในและภายนอกองค์กร และเป็นเครื่องมือ ในการแก้ไขความเข้าใจผิด และข่าวลือต่างๆ



“ข่าวประชาสัมพันธ์ / ข่าวแจก (Press Release)” ข่าวสารซึ่งองค์กร สถาบัน หรือหน่วยงานจัดทำขึ้น เพื่อจัดส่งแจกจ่ายไปสู่หนังสือพิมพ์ หรือ สื่อมวลชนอื่นๆ ให้ประชาชนได้ทราบ และเข้าใจในหน่วยงาน เพื่อให้เกิดการยอมรับและภาพลักษณ์ที่ดี ในทัศนคติของประชาชน

นโยบายและแผนงาน เช่น นโยบายใหม่ แผนงานด้านงบประมาณ แผนการพัฒนาบุคลากร แผนพัฒนาธุรกิจ แผนกลยุทธ์การตลาด แผนพัฒนาคุณภาพและมาตรฐาน

กิจกรรมการดำเนินงาน เช่น งานของหน่วยงานหรือฝ่ายต่าง ๆ ในมหาวิทยาลัย รวมทั้งโครงการต่าง ๆ ที่ทางมหาวิทยาลัยจะดำเนินการ ได้ดำเนินการ ทั้งที่ดำเนินการเองและหรือร่วมมือกับเครือข่าย

ผลการดำเนินงานในภารกิจ โครงการ หรือกิจกรรมต่าง ๆ ของหน่วยงาน ภายในองค์กร หรือเครือข่ายความร่วมมือ

ความเคลื่อนไหวปัจจุบันในด้านต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย เช่น การปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กร การแต่งตั้งผู้บริหาร การพัฒนาบุคลากร การจัดกิจกรรมในชุมชน การเข้าร่วมกิจกรรมตามประเพณี ฯลฯ

การเขียนข่าว (News Writing)

คือ กระบวนการใช้ความคิดของผู้สื่อข่าวที่สามารถนำไปสู่การปฏิบัติงานข่าวในขั้นตอนการเขียนบอกเล่าข้อเท็จจริง (fact) เพื่อให้เกิดประโยชน์ ในการรับใช้ หรือสะท้อนสังคม ซึ่งแตกต่างไปจากการเขียนของนักเขียนทั่วไป เพราะการเขียนข่าวของผู้สื่อข่าวมีความสำคัญต่อการแสวงหาความจริง (truth) ของสังคม ที่ต้องอาศัยรูปแบบ โครงสร้างของการเขียนข่าวมาช่วยนำเสนอข้อเท็จจริงอย่างมีระบบ

ส่วนการเขียนข่าว เพื่อการประชาสัมพันธ์ก็พิจารณาได้จาก “วัตถุประสงค์ของการเขียน” กล่าวคือ เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจต่อหน่วยงาน ให้เกิดแก่กลุ่มบุคคลที่เป็นเป้าหมาย อันจะก่อให้เกิดภาพลักษณ์นำไปสู่ความร่วมมือ และความศรัทธาต่อองค์กรในที่สุด

อะไรเป็นข่าวได้บ้าง ?

ทฤษฎีพื้นฐานของการสื่อข่าว อธิบายความไว้ว่า ข่าว (News) คือ เหตุการณ์ (event) ความคิด (ideas) ความคิดเห็น (opinion) อันเป็นข้อเท็จจริง (fact) ที่ได้รับการหยิบยกขึ้นมา รายงาน (reporting) ผ่านทาง ช่องทางสื่อ (media) ที่เป็นทางการ (formal) เรื่องราวที่ปกติเกิดขึ้นบ่อยไม่มีความน่าสนใจมากพอที่จะเป็นข่าว แต่ถ้าเป็นเรื่องที่นานๆ ทีกว่าจะเกิดขึ้นที ก็จะเป็นข่าวได้ง่าย อย่างไรก็ตาม เหตุผลเพียงเท่านี้ ก็ยังสรุปไม่ได้ 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 พอที่จะนำมาประยุกต์เป็นแนวทาง ในการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ได้ ยกเว้นลักษณะของข่าวโดยทั่วไปบางประการที่ไม่สามารถนำมาเป็นแนวทางได้ เช่น เรื่องความขัดแย้ง เรื่องความผิดปกติ เป็นต้น โดยที่คำนึงถึงวัตถุประสงค์ ของงานประชาสัมพันธ์

วัตถุประสงค์ของการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์

๑. เพื่อให้คนทั่วไปเกิดการยอมรับองค์กร
๒. เพื่อบอกเล่าเหตุการณ์ต่างๆ เพื่อให้ประชาชนรับทราบ
๓. เพื่อแก้ไขข่าวลือ ข่าวร้าย และป้องกันข่าวต่างๆ ที่ไม่ดีขององค์กร
๔. เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร
๕. เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับคนภายในและภายนอกองค์กร
๖. เพื่อสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร

สิ่งสำคัญในการเขียนข่าว

๑. เสนอข้อเท็จจริง ที่เที่ยงตรง
๒. ชัดเจน กระชับรัดกุม
๓. ปราศจากข้อคิดเห็น
๔. ผู้เขียนต้องเชี่ยวชาญ ละเอียดถี่ถ้วน เข้าใจ ประเด็นข่าวทะลุปรุโปร่ง

ข้อควรระวังในการเขียนข่าว

๑. ข่าวที่เกี่ยวกับราชวงศ์เป็นข่าวที่มีราชาศัพท์ ต้องรอประกาศข่าวจากสำนักพระราชวัง
๒. ข่าวที่เกี่ยวกับศาสนา จะสร้างความขัดแย้งสูงมากเพราะทุกศาสนาสอนให้คนเป็นคนดี ห้ามเปรียบเทียบ โดยเด็ดขาด
๓. ข่าวที่เกี่ยวกับผิวพรรณ เช่น ผิวดำ ผิวขาว พรรค/พวกกลุ่ม จะสื่อความหมายได้ ต้องหลีกเลี่ยง
๔. ข่าวลือ ถือเป็นเรื่องที่ไม่อันตรายมากสำหรับองค์กรทุกองค์กร

ตัวอย่างประเภทของข่าวประชาสัมพันธ์

ข่าวแจ้งให้ทราบ

งดให้บริการ

รถสกู๊ตเตอร์ไฟฟ้า
ที่ไม่มีหมวกกันน็อก

“โปรดสวมหมวกทุกครั้งที่ใช้บริการ”

WWW.SKRU.AC.TH SKRUCONNECT

SKRU SKRU
CONNECT
SICHULIA SAJANAK UNIVERSITY

GCOO

ข่าวกิจกรรม

สำนักศิลปะและวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
ขอเชิญชวนผู้บริหาร
คณาจารย์ เจ้าหน้าที่ และนักศึกษา
ร่วมเสวนาอาหารแห่ง
พระภิกษุสงฆ์ จำนวน ๕ รูป
เนื่องในโอกาสวันคล้ายวันพระราชสมภพ สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า
กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี

ในวันที่
๒
เมษายน
๒๕๖๗

ณ หอประชุมเฉลิมพระเกียรติ ๘๐ พรรษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
แต่งกายด้วยผ้าไทยหรือชุดสุภาพโทนสีม่วง

จุดไฟแห่งความคิด..สู่โลกที่ยั่งยืน

ธนาคารออมสิน ขอเชิญนิสิต นักศึกษาและบัณฑิตจบใหม่
ร่วมประกวดใน โครงการสร้างผู้ประกอบการ Micropreneur
(GSB Micropreneur Academy) เพื่อค้นหา

SMART START IDEA
by GSB Startup
ชิงทุนการศึกษามูลค่ารวมกว่า
1.25 ล้านบาท
เปิดรับสมัครตั้งแต่วันที่ 14 กุมภาพันธ์ ถึงวันที่ 30 เมษายน 2567

สำหรับ Prototype ที่พร้อมต่อยอดเป็นธุรกิจทุกประเภท
ภายใต้แนวคิดการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน
(Environment, Social, Governance : ESG)

- นวัตกรรมด้านอาหาร และเครื่องดื่ม (FoodTech) • นวัตกรรมเกษตร (AgriTech)
- นวัตกรรมด้านสุขภาพ (HealthTech) • นวัตกรรมด้านความเป็นอยู่ (LifeStyle)
- นวัตกรรมอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับ ESG

ติดตามความเคลื่อนไหวของกิจกรรมได้ที่ Facebook : GSB SMEs Startup
หรือสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ ฝ่ายพัฒนาธุรกิจลูกค้า SMEs Start up โทร.0 2299 8000 ต่อ 149909, 149910 (ในวันและเวลาดำเนินการ)
หรือ Inbox Facebook : GSB SMEs Startup

เงื่อนไขเพิ่มเติม
• นิสิต นักศึกษา ที่สามารถลงทะเบียนเข้าร่วมกิจกรรม Smart Start Idea by GSB Startup ได้ตั้งแต่วันที่ ๒๕ มีนาคม ๒๕๖๗ เป็นต้นไป
• นิสิต นักศึกษา ที่สามารถลงทะเบียนเข้าร่วมกิจกรรม Smart Start Idea by GSB Startup ได้ตั้งแต่วันที่ ๒๕ มีนาคม ๒๕๖๗ เป็นต้นไป
• สามารถลงทะเบียนเข้าร่วมกิจกรรม Smart Start Idea by GSB Startup ได้ตั้งแต่วันที่ ๒๕ มีนาคม ๒๕๖๗ เป็นต้นไป
• สามารถลงทะเบียนเข้าร่วมกิจกรรม Smart Start Idea by GSB Startup ได้ตั้งแต่วันที่ ๒๕ มีนาคม ๒๕๖๗ เป็นต้นไป

รายละเอียดเพิ่มเติม



โครงสร้างของข่าว (news story structure)

ในการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ซึ่งมักจะเป็น ข่าวประเด็นเดียว (single – element story) ประกอบด้วยส่วนประกอบพื้นฐาน ๔ ส่วน คือ

๑. พาดหัวข่าว (Headline) คือการนำประเด็นสำคัญของข่าวมาพาดหัวหนังสือพิมพ์ เพื่อให้ผู้อ่านทราบว่าวันนี้เกิดอะไรขึ้นบ้าง โดยใช้ตัวอักษรตัวใหญ่กว่าธรรมดา ใช้เพียงข้อความสั้นๆ แต่สามารถเสนอสาระสำคัญให้แก่ผู้อ่านได้พิจารณาเลือกอ่านรายละเอียดข่าวที่ตนสนใจได้ อีกทั้งยังสามารถบอกภาพลักษณ์ ของหน่วยงานที่นำเสนอข่าวนั้นๆ ด้วย การพาดหัวข่าวจะต้องใช้ทักษะการเลือกถ้อยคำ ภาษาอย่างมาก เพราะต้องดึงดูดความสนใจและกระทบต่อความรู้สึกของผู้อ่านไปพร้อมๆ กับการใช้ถ้อยคำที่สั้นที่สุดให้สามารถอธิบายเนื้อความข่าวได้มากที่สุด โดยอาจใช้คำที่รุนแรง คำแสลง ภาษาเฉพาะกลุ่ม ใช้สำนวน หรือเครื่องหมาย วรรคตอนต่างๆ เป็นต้น

๒. ความนำข่าว (Leads) หรือวรรคนำ คือสาระสำคัญของเนื้อหาข่าวที่เขียนโดยย่อเพื่อสร้างความเข้าใจทั่วไปแก่ผู้อ่าน แบ่งเป็น

ความนำข่าวแบบสรุป จะต้องตอบคำถาม ๕W ๑H ได้ การเขียนความนำข่าวที่มีเนื้อหาเดียว จะใช้วิธีการนี้ แต่ในกรณีข่าวนั้นๆ มีหลายเนื้อหา จะใช้วิธีสรุปเรื่องราวของทุกเนื้อหาแล้วนำมาเรียงร้อยเข้าด้วยกัน การเขียนความนำแบบสรุปจะใช้ภาษาที่กระชับรัดกุม ตรงไปตรงมา ใช้คำสั้นแต่มีเนื้อความมาก เข้าใจง่าย

ความนำข่าวแบบภาพพจน์ ซึ่งเขียนบรรยายหรือพรรณนาภาพเหตุการณ์ เรื่องราวที่เกิดขึ้นอย่างชัดเจน ทำให้ผู้อ่านเห็นภาพความเคลื่อนไหว สภาพการณ์ อารมณ์ความรู้สึกของบุคคลต่างๆ ในเหตุการณ์นั้นอย่างแจ่มแจ้ง โดยผู้เขียนจะเริ่มจากการเขียนความนำแบบสรุป แล้วเพิ่มคำกริยา คำช่วยกริยา คำขยายกริยา คำขยายวิเศษณ์ เพื่อเพิ่มเติมความเคลื่อนไหวและความรู้สึกเข้าไป ความนำแบบนี้มักใช้กับข่าวที่นำเสนอเหตุการณ์ที่มีความเคลื่อนไหว เช่น ข่าวอุบัติเหตุ ข่าวชุมนุมประท้วง เป็นต้น

ความนำข่าวแบบอัญพจน์ เป็นความนำที่ตัดตอนถ้อยคำของบุคคลสำคัญ ข้อความในประกาศ แถลงการณ์ ซึ่งเกี่ยวข้องกับสาระสำคัญของข่าวมาเขียนไว้ในเครื่องหมายอัญประกาศ เพื่อให้ผู้อ่านได้ทราบ ถ้อยคำของบุคคลสำคัญ หรือข้อความต่างๆ อย่างแท้จริง โดยไม่เกิดจากการสรุปหรือตีความของผู้เขียนข่าว

ความนำข่าวแบบกระแทกกระทั้น คือความนำเริ่มจากความนำแบบสรุป แล้วเพิ่มคำกริยา คำขยายที่แสดงความหนักแน่นรุนแรง ซึ่งยังแสดงอารมณ์ความรู้สึกอย่างชัดเจน

ความนำข่าวแบบให้ภูมิหลัง คือความนำข่าวที่ให้ข้อมูลเบื้องต้นของข่าวที่จะนำเสนอต่อไป เพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจเรื่องราวได้ชัดเจนกระจ่างขึ้น

ความนำข่าวแบบเปรียบเทียบหรือแบบขัดแย้ง คือความนำข่าวที่เขียนแสดงภาพเหตุการณ์ ที่เกิดขึ้นตั้งแต่ ๒ เหตุการณ์ ซึ่งมีลักษณะเหมือนกัน หรือขัดแย้งกัน และประเด็นดังกล่าวเป็นสาระสำคัญของเรื่องที่เป็นจุดดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน เช่น ข่าวสงคราม ข่าวอุบัติเหตุ เป็นต้น

ภาษาที่ใช้ในการเขียนความนำข่าวต้องเขียนด้วยข้อความที่กระชับรัดกุม เลือกสรรคำ โดยเฉพาะคำกริยา คำวิเศษณ์ ที่ทำให้เห็นภาพ แฝงอารมณ์ ความรู้สึก เลือกใช้คำสั้นๆ แต่ได้ใจความมาก คล้ายกับการพาดหัวข่าว

๓. ส่วนเชื่อมความนำข่าวกับเนื้อเรื่อง (Neck) เป็นข้อความสั้นๆ ที่เชื่อมระหว่างความนำข่าวกับเนื้อเรื่อง เพื่อให้การเขียนข่าวนั้นเชื่อมโยงอย่างต่อเนื่อง อาจจะมีหรือไม่มีก็ได้

๔. เนื้อเรื่องหรือเนื้อข่าว (Body) คือส่วนที่อธิบายหรือขยายรายละเอียดของส่วนประกอบอื่นๆ ข้างต้น เพื่อให้ผู้อ่านทราบเรื่องราวและเข้าใจลำดับความสำคัญของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างชัดเจน

๔.๑ การเขียนเนื้อเรื่องข่าวที่เสนอข้อเท็จจริง จะใช้ถ้อยคำกระชับรัดกุม ตรงไปตรงมา เสนอเฉพาะข้อเท็จจริงโดยใช้วิธีบรรยาย ระดับภาษาตั้งแต่กึ่งทางการถึงระดับทางการ

๔.๒ การเขียนเนื้อเรื่องข่าวที่แสดงความเคลื่อนไหว ผู้เขียนต้องสร้างภาพโดยใช้ถ้อยคำพรรณนาให้เห็นภาพเหตุการณ์อย่างชัดเจน เน้นที่คำกริยา เพิ่มคำที่แสดงอารมณ์ ความรู้สึก ความคิดเห็นของผู้เขียนเข้าไปในรายงานข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นด้วย ข้อควรระวังคือ ผู้เขียนไม่ควรสร้างภาพเกินความจริง

๔.๓ การเขียนเนื้อเรื่องข่าวที่เป็นคำพูด ข้อความส่วนหนึ่งจะเป็นถ้อยคำที่เป็นความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์หรือแหล่งข่าว ผู้เขียนจะใช้ถ้อยคำกระชับรัดกุม ภาษาง่ายๆ สื่อความหมายตรงไปตรงมา อาจจะมีถ้อยคำแสดงความรู้สึก อารมณ์ของผู้ให้สัมภาษณ์ปรากฏอยู่ด้วย

โครงสร้างพื้นฐานของข่าวข้างต้น เป็นส่วนประกอบพื้นฐานในการเขียนข่าว ที่แต่ละข่าวควรมีส่วนประกอบ พื้นฐาน ๔ ส่วน อย่างไรก็ตาม ในการนำเสนอข้อเท็จจริงของข่าว ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์อาจกำหนดแนวทางการเขียนข่าวขึ้นอยู่กับลักษณะประเด็นของข่าวนั้นๆ

ในการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์จะต้องบอกรายละเอียดเกี่ยวกับหน่วยงาน ผู้รับผิดชอบ งานประชาสัมพันธ์ขององค์กรไว้ในท้ายข่าวด้วยเสมอ เช่น อีเมล FACEBOOK หมายเลขโทรศัพท์ที่ติดต่อได้โดยสะดวก เพื่อที่ ผู้สื่อข่าวสามารถติดต่อขอทำความเข้าใจหรือสามารถขอข้อมูลเพิ่มเติมได้

องค์ประกอบการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์

ข่าวต้องมี ๕W ๑H ได้แก่ Who What Where When Why และ How เพื่ออธิบายว่าใครทำอะไร ที่ไหน เมื่อใด ทำไมจึงเกิดเหตุการณ์นั้นขึ้น และเหตุการณ์นั้นเกิดขึ้นอย่างไร

WHAT ปัญหาหรือสาเหตุที่เกิดขึ้น

- เกิดอะไรขึ้นบ้าง
- มีอะไรที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์นี้
- หลักฐานที่สำคัญที่สุด คืออะไร
- สาเหตุที่ทำให้เกิดเหตุการณ์นี้คืออะไร

WHERE สถานที่หรือตำแหน่งที่เกิดเหตุ

- เรื่องนี้เกิดขึ้นที่ไหน
- เหตุการณ์นี้น่าจะเกิดขึ้นที่ใดมากที่สุด
- เวลาที่เหตุการณ์นั้นเกิดขึ้น หรือจะเกิดขึ้น
- เหตุการณ์นี้น่าจะเกิดขึ้นเมื่อไหร่
- เวลาใดบ้างที่สถานการณ์เช่นนี้จะเกิดขึ้น

WHY สาเหตุหรือมูลเหตุที่ทำให้เกิดขึ้น

- ทำไมต้องเป็นคนนี้ เวลานี้ สถานที่นี้
- เพราะเหตุใดเหตุการณ์นี้จึงเกิดขึ้น
- ทำไมจึงเกิดเรื่องนี้ขึ้น

WHO บุคคลที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม

- ใครอยู่ในเหตุการณ์บ้าง
- ใครน่าจะเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์นี้
- ใครน่าจะทำให้สถานการณ์นี้เกิดขึ้นมากที่สุด
- เหตุการณ์นี้ใครได้ประโยชน์ เสียประโยชน์

HOW รายละเอียดของสิ่งที่เกิดขึ้นหรือกำลังเกิด

- เขาทำสิ่งนั้นได้อย่างไร
- ลำดับเหตุการณ์นี้ดูว่าเกิดขึ้นได้อย่างไร

เรื่องที่ไม่ควรโพสต์บนสื่อออนไลน์

๑. เรื่องผิดกฎหมาย
๒. วาทกรรมที่สร้างความเกลียดชัง
๓. ข้อมูลส่วนตัว หรือความลับ เช่น ที่อยู่ เลขที่บัตรประชาชน
๔. การขอ Like (ใคร Like ขอให้รวย, ขอให้สวย)
๕. เรื่องของบุคคลอื่น
๖. เรื่องที่อาจทำให้ออกจากงาน, การหางานใหม่
๗. การลบหลู่ความเชื่อส่วนบุคคล

การโพสต์บนสื่อออนไลน์ที่ทำให้คนเบื่

๑. โพสต์บ่อยเกินไป
๒. การตลาดแบบเครือข่าย ลูกโซ่
๓. โพสต์ข่าวที่ไม่เหมาะสม
๔. การแสดงความคิดเห็นที่หยาบคาย
๕. ไม่สนใจการโพสต์แสดงความคิดเห็น หรือ Complain
๖. ละทิ้งเพจให้ร้างจนนานเกินไป

ความรู้ของสาธารณชนที่ต้องคำนึงถึง

๑. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ (เพศ, อายุ, การศึกษา)
๒. ลักษณะเชิงจิตวิทยา (บุคลิกภาพ, ทัศนคติ, ความรู้)
๓. ลักษณะสภาวะทางอารมณ์ (เศร้า, รัก, โกรธ)

รู้วิธีการแตกประเด็นเพื่อสร้างข่าว

การทำ “ประเด็น” ให้เป็น “ข่าว” ต้องทำให้สื่อมวลชนซึ่งชมองค์กร ในทางที่ดี แต่ไม่ใช่เรื่องง่าย เพราะสื่อมวลชนต้องการแข่งขันเพื่อขายข่าวให้ได้มากที่สุด

- ไม่คิดเอง เออเอง
- พิจารณาว่าสังคม สื่อต้องการรู้เรื่องอะไร จึงจะมีคุณค่าต่อการเป็นข่าว

หลักการเขียนข่าวบนสื่อออนไลน์

ลักษณะการเขียนเพื่อสื่อออนไลน์ที่ดีการเขียนในที่นี้หมายถึงการเขียนสื่อออนไลน์เพื่อการสื่อสารเชิง การให้ข้อมูลไม่ว่าจะเป็น ข่าว หรือ บทความเชิงความรู้ ให้ข้อมูล ข้อเท็จจริง ทำให้สั้น ให้เข้าใจได้เร็ว ด้วยภาษากึ่งทางการ

มีลักษณะของกึ่งทางการ พูดและสนทนา รวมถึงบอกให้เข้าใจ และทำอย่างง่ายๆ หมายความว่า ในการให้ข้อมูลไม่ควรต้องคิดเหมือนว่า คนอ่านเข้ามาเพื่อต้องการถามข้อมูลจากเรา ต้องการให้เราสอนทำอะไรสักอย่าง ดังนั้นการจะทำให้เข้าใจได้ในเวลาสั้นๆ จะจำเป็นต้องใช้ภาษาที่ง่าย เหมือนเรากำลังพูด หรือ อธิบายสิ่งต่างๆ ให้ผู้อ่านได้ฟัง จะทำให้ไม่เกิดความเบื่อหน่ายในการอ่านและทำให้เข้าใจง่ายขึ้นด้วย นอกจากนี้ ในเว็บไซต์หรือบทความข่าวหน้านั้น ถ้าต้องการให้ผู้อ่านทำอะไร ไปที่ไหนต่อ ก็ต้องมีการบอกไว้ อย่างชัดเจนเพื่ออำนวยความสะดวกติดตามบทความข่าว

เรื่องต้องมีคุณค่า

ให้คิดอยู่เสมอว่า คนอยากรู้อะไรก็จะอ่านเกี่ยวกับเรื่องนั้น พยายามให้ข้อมูลที่สำคัญ และมีประโยชน์ ต่อการค้นหา จะทำให้บทความข่าวมีคุณค่า ยิ่งเข้ามาอ่านแล้วได้อะไรกลับไป ยิ่งทำให้คนอยากติดตาม และกลับเข้ามาอยู่เสมอ เข้ามาถึงหาเจอ ได้ข้อมูลและไปต่อได้ อยากได้ อยากรู้อะไรเข้ามาแล้วเจอเลยอย่างรวดเร็ว จากนั้น ก็มี function ที่จะบอกได้ว่า จะไปไหนต่อ จะทำอะไรต่อ หรือมีทางเลือกให้เขาว่าจะทำอะไรไปได้ หรืออีกนัยคือ ทำเรื่องให้สั้น กระชับ เพื่อเวลาเข้ามาอ่านแล้วเจอเลย แบ่งเรื่องเป็นส่วนๆ คนอ่านจะได้เลือกเรื่องที่จะอ่านได้โดยไม่ต้องดูทั้งหมด และมีการทำลิงก์ (Link) ไปยังข้อมูลอื่นเพื่อเป็นตัวเลือกให้ผู้อ่าน

ลักษณะการเขียนเพื่อบทความออนไลน์ที่ดีนี้ สามารถสร้างได้จากเทคนิคการเขียน และ การใช้เครื่องมือต่างๆ ง่ายๆ โดยเวลาจะเขียนต้องคำนึงถึง “เขียนอย่างไรให้อ่านง่าย” “เขียนอย่างไรให้หาเจอ” “เขียนอย่างไรให้น่าเชื่อถือ” และ “เขียนอย่างไรให้มีคุณค่า”

การนำเสนอข่าวผ่านช่องทาง FACEBOOK

สิ่งที่องค์กรควรพิจารณา

๑. ใครคือผู้รับผิดชอบ (Admin) ในการเผยแพร่
๒. อีเมลที่ใช้สมัครเป็นสมาชิก ไม่ควรใช้อีเมลส่วนตัว
๓. เนื้อหาที่นำเสนอ ควรมีเรื่องราวอื่นๆ ด้วย
๔. หากมีกิจกรรมของหน่วยงาน ควรนำมาเผยแพร่และใส่คำอธิบายให้เหมาะสม
๕. ไม่ควรนำภาพลิขสิทธิ์มาเผยแพร่ เพราะอาจสร้างปัญหาได้
๖. ควรรวมคำถามส่งต่อไปให้ผู้ที่เกี่ยวข้อง
๗. การกำหนดสิทธิ์การเข้าถึงเนื้อหาให้เหมาะสม
๘. การนำเสนอเนื้อหา ต้องไม่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา
๙. หมั่นตรวจสอบข้อมูล และมีการโต้ตอบกับกลุ่มเป้าหมาย
๑๐. มีข้อมูลลิงก์เข้า Website หลัก

ข้อดีของ Facebook ต่องานประชาสัมพันธ์

๑. เป็นช่องทางโปรโมทองค์กรบนเว็บไซต์
๒. ได้ยอดคนเข้าเว็บมากขึ้น
๓. เพิ่มประสิทธิภาพ SEO (Search Engine Optimization)
๔. สร้าง Community กับกลุ่มเป้าหมายโดยไม่เสียเงิน
๕. เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง
๖. สร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายให้มากขึ้น
๗. สร้างพื้นที่ให้กับบุคคลที่มีใจรักองค์กร

ข่าว Online ที่ดี

๑. สดใหม่ ทันเหตุการณ์
๒. อ่านง่าย สบายตา เนื้อหาไม่แน่นเกินไป มีภาพคั่นสายตา
๓. มีLink ไปยังข้อมูลที่เกี่ยวข้อง และข่าวเดิมที่เกี่ยวข้อง
๔. มีการตอบโต้ให้แสดงความคิดเห็น
๕. มีบริการ E-Mail, Chat, Video Clip

ผู้รับสารออนไลน์มีพฤติกรรมแตกต่างจากผู้รับสารสื่ออื่นๆ

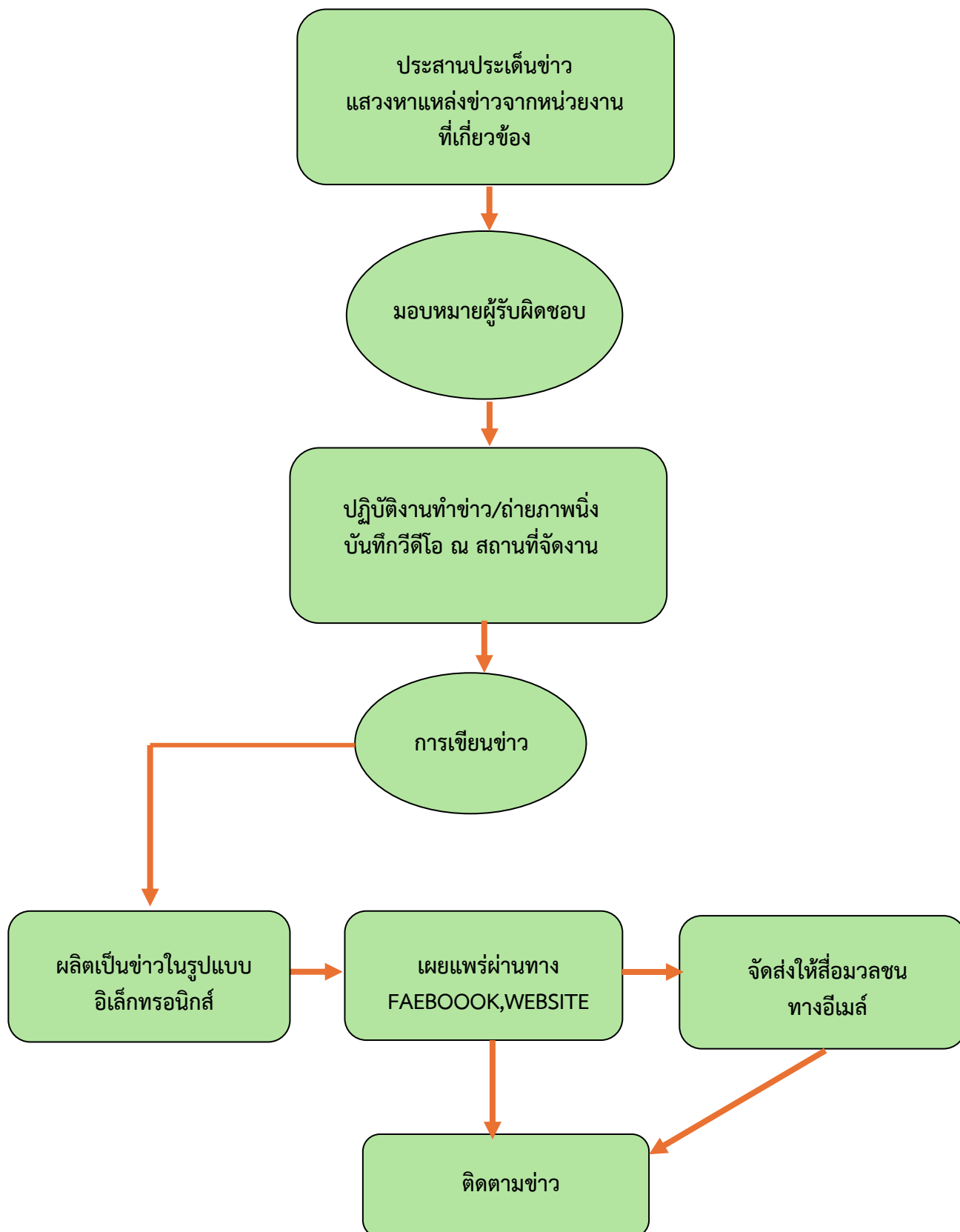
๑. มีความตื่นตัว
๒. ค้นหาหาข้อมูลได้ด้วยตัวเอง
๓. เข้าเว็บไซต์เพื่อหาข้อมูลบางอย่าง
๔. มีความต้องการอ่านในสิ่งที่ตนสนใจ

ดังนั้นการเขียนเพื่อสื่อออนไลน์ต้องทำให้รู้ว่า

๑. เกี่ยวกับอะไร
๒. จะทำอะไรต่อ
๓. น่าสนใจภายในเวลาไม่กี่วินาที

เมื่อเราได้เจออะไรบ่อยๆ เราก็จะคุ้นเคย พอเรารู้คุ้นเคยขึ้น ก็มีความเป็นไปได้มากขึ้นที่เราจะมีความชอบต่อไปเรื่อยๆ สิ่งนี้ก็คือปรากฏการณ์ความชอบที่ก่อตัวขึ้นจากความคุ้นเคยนั่นเอง การสื่อสารอย่างตรงไปตรงมาด้วยข้อความที่ทำให้มีความรู้สึกร่วม ผ่านโซเชียลมีเดีย ซึ่งไม่ได้แค่สื่อสารอย่างสม่ำเสมอเท่านั้นแต่ยังหลากหลายและมีหลายมิติ จึงเป็นที่มาของคอนเทนต์ขนาดใหญ่

กระบวนการผลิตข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบออนไลน์



คู่มือ : กระบวนการผลิตข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบออนไลน์
หน่วยงานที่รับผิดชอบ : งานสื่อสารองค์กร กองกลาง สำนักงานอธิการบดี

๑. ชื่อกระบวนการ : การผลิตข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบออนไลน์
๒. หน่วยงานเจ้าของกระบวนการ : งานสื่อสารองค์กร กองกลาง สำนักงานอธิการบดี
๓. ประเภทของงานบริการ : กระบวนการบริการที่เบ็ดเสร็จในหน่วยเดียว
๔. หมวดหมู่ในงานบริการ : ประชาสัมพันธ์
๕. กฎหมายที่ให้อำนาจการอนุญาต หรือที่เกี่ยวข้อง
 - ๑) พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของทางราชการ พ.ศ.๒๕๔๐
 - ๒) พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๖๐
 - ๓) ประกาศคณะกรรมการธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง แนวนโยบายและแนวปฏิบัติในการรักษาความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศของหน่วยงานของรัฐ พ.ศ.๒๕๕๓
 - ๔) พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ.๒๕๕๐
 - ๕) ประกาศกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เรื่อง หลักเกณฑ์การเก็บรักษาข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์ของผู้ให้บริการ พ.ศ.๒๕๕๐
 - ๖) ประกาศกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เรื่อง หลักเกณฑ์เกี่ยวกับคุณสมบัติของพนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ.๒๕๕๐
 - ๗) พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ (ฉบับที่ ๒) พ.ศ.๒๕๕๑
 - ๘) พระราชกฤษฎีกา กำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการในการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ พ.ศ.๒๕๔๙
 - ๙) ระเบียบว่าด้วยการรักษาความลับของทางราชการ พ.ศ.๒๕๔๔
๖. ระดับผลกระทบ : บริการทั่วไป
๗. พื้นที่ให้บริการ : จังหวัดสงขลา จังหวัดพัทลุง จังหวัดสตูล
๘. กฎหมายข้อบังคับ/ข้อตกลงที่กำหนดระยะเวลา ไม่มี
ระยะเวลาที่กำหนดตามกฎหมาย ไม่มี
๙. ข้อมูลสถิติ
 - จำนวนเฉลี่ยต่อเดือน ๔๘ ข่าว
 - จำนวนข่าวที่มากที่สุดต่อเดือน ๖๔ ข่าว
 - จำนวนข่าวที่น้อยที่สุดต่อเดือน ๓๒ ข่าว
๑๐. ชื่ออ้างอิงของคู่มือ การผลิตข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบออนไลน์
๑๑. ช่องทางการให้บริการ Fanpage มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา SKRUconnect และ WEBSITE www.skru.ac.th
 สถานที่ งานสื่อสารองค์กร กองกลาง สำนักงานอธิการบดี อาคารอำนวยการ ตึก ๔๘ ชั้น ๓
 เวลาเปิดให้บริการ วันจันทร์ ถึง ศุกร์ (ยกเว้นวันหยุดราชการ) ตั้งแต่เวลา ๐๘.๐๐ น. - ๑๖.๓๐ น. ติดต่อสอบถาม โทร ๐ ๗๔๒๖ ๐๒๐๐ หรือหมายเลขภายใน ๔๐๐๐

ขั้นตอน ระยะเวลา และหน่วยงานที่รับผิดชอบ

ที่	ประเภทขั้นตอน	รายละเอียดขั้นตอน	ระยะเวลา	ส่วนงาน/ หน่วยงานที่ รับผิดชอบ	หมายเหตุ
๑	ประสานประเด็น ข่าว	แสวงหาแหล่งข่าวจาก หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	๑ วัน	งานสื่อสาร องค์กร	
๒	ปฏิบัติงานทำข่าว	ถ่ายภาพนิ่ง/บันทึก วีดีโอ ณ สถานที่จัดงาน หรือโครงการ	ตาม ระยะเวลา ที่จัดงาน หรือ โครงการ	งานสื่อสาร องค์กร	
๓	เขียนข่าว	เขียนข่าวโดยยึดหลัก เทคนิคการเขียนข่าว เพื่อการประชาสัมพันธ์ ในรูปแบบออนไลน์	๑ ชั่วโมง	งานสื่อสาร องค์กร	
๔	ผลิตข่าว	ผลิตเป็นข่าวในรูปแบบ อิเล็กทรอนิกส์	๒ ชั่วโมง	งานสื่อสาร องค์กร	
		เผยแพร่ผ่านทาง FACEBOOK, WEBSITE	๓๐ นาที	งานสื่อสาร องค์กร	
		จัดส่งให้สื่อมวลชน ทางอีเมล	๑๕ นาที	งานสื่อสาร องค์กร	
๕	ติดตามข่าว	ติดตามผลตอบรับของ ข่าวที่นำเสนอ เพื่อ นำมาเป็นข้อมูลในการ นำเสนอข่าวในครั้ง ต่อไป	๓๐ นาที	งานสื่อสาร องค์กร	

ภาคผนวก

ตัวอย่างข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง FACEBOOK

SKRU CONNECT มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา SKRUconnect
1 วัน · 🌐

มรภ.สงขลา จัดอบรมจัดการน้ำ ของเสีย และขยะ ส่งเสริมบุคลากรต้นตัว มีส่วนร่วมใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและประหยัด ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในสำนักงาน พร้อมดำเนินกิจกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ขับเคลื่อนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน SDGs เพื่อการเข้าสู่มหาวิทยาลัยสีเขียว

ข่าว :: ลัดดา เอ็งเถี่ยว (ส่งข่าววันที่ 22 มี.ค. 2567)
ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ :: ปริญญาภรณ์ ชุมมณี
เผยแพร่โดย :: สงขลามีเดีย... ดูเพิ่มเติม

👍❤️ ลัดดา เอ็งเถี่ยว และคนอื่นๆ
แชร์ 4 ครั้ง

ตัวอย่างข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง WEBSITE

งานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
Section of Corporate Communication, Songkhla Rajabhat University

หน้าแรก เกี่ยวกับหน่วยงาน · เครือข่ายประชาสัมพันธ์ · ขั้นตอนการประชาสัมพันธ์ข่าว คู่มือปฏิบัติงาน หน่วยงานในมหาวิทยาลัย ติดต่อเรา ·

ข่าวประชาสัมพันธ์ทั่วไป
ประชาสัมพันธ์การรับสมัครนักศึกษาพร้อมที่พักพร้อมมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
ประชาสัมพันธ์การรับสมัครนักศึกษาพร้อมที่พักพร้อมมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

ดาวน์โหลดไฟล์ : 2024-03-13_1724.pdf
link :

ประกาศวันที่ 13 มีนาคม 2567
โดย : สรภัทร์ อุณัฐ

ส่งประชาสัมพันธ์
ข่าวบริการ
SKRU News Clipping
มรภ.สงขลา ในสื่อ
SKRU RADIO

งานสื่อสารองค์กร กองกลาง มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
160 หมู่ที่ 4
ถนนกาญจนาภิเษย ตำบลเขาปู่ปราง อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา
รหัสไปรษณีย์ 90000
☎ 0 7426 0200 - 4
🌐 http://pr.skru.ac.th

SKRUCONNECT | เจ้าหน้าที่
📧 📷 📺 📻
© Section of Corporate Communication, Songkhla Rajabhat University. ALL Rights Reserved.
มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน

ตัวอย่างข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง FACEBOOK ของสื่อมวลชนภายนอก

 Thundernews Thailand อยู่กับ ลัดดา เจ็งเกี้ยว
3 วัน · 🌐

มรท.สงขลา อบรมจัดการน้ำ ของเสีย และขยะ
ขับเคลื่อนการพัฒนาที่ยั่งยืน SDGs สุ่มหาวิทยาลัยลิเซียว

มรท.สงขลา จัดอบรมจัดการน้ำ ของเสีย และขยะ ส่งเสริมบุคลากรต้นตัวและมีส่วนร่วมใช้ทรัพยากร
อย่างคุ้มค่าและประหยัด ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในสำนักงาน พร้อมดำเนินกิจกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ขับ
เคลื่อนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน SDGs เพื่อการเข้าสู่มหาวิทยาลัยลิเซียว

เมื่อวันที่ 21 มีนาคม 2567 รศ.ดร.วิศนา ศิริโชติ อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา (มรท.สงขลา)
เป็นประธาน... ดูเพิ่มเติม

