

การจัดการความรู้ (Knowledge Management)

องค์ความรู้ เรื่อง เทคนิคการเขียนข่าวและการนำเสนอผ่านเว็บไซต์

สำนักงานศึกษาธิการภาค ๑

บทนำ

กล่าวกันว่าในยุคแห่งสังคมออนไลน์ หรือยุคแห่งเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information and Communications Technology) หรือที่เรียกสั้นๆว่า ICT นั้นเป็นยุคที่สังคมมีการแข่งขันและปรับตัวกันค่อนข้างจะเป็นไปอย่างรวดเร็วและพลิกผันในหลากหลายสถานการณ์และหลายรูปแบบที่เกิดขึ้นซึ่งส่งผลต่อวิถีการดำรงชีวิตของคนในสังคมทุกกลุ่มที่จะได้รับผลกระทบ (Impact) จากอิทธิพลของกระแสแห่งเทคโนโลยีสารสนเทศเหล่านั้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้นการปรับตัวยอมรับและพัฒนาศักยภาพของบุคคล เพื่อให้ก้าวทันความเปลี่ยนแปลงย่อมเป็นหนทางที่ดีที่สุดที่พึงตระหนักและพึงกระทำ การปรับตัวและพัฒนาให้ก้าวทันความเปลี่ยนแปลงที่หลากหลายและรุนแรงเหล่านั้น อาจเปรียบได้ว่าการที่บุคคลใดมีข้อมูลข่าวสาร (Data and Information) อยู่กับตัวมากเท่าไรก็ย่อมสร้างโอกาสและความได้เปรียบเกิดขึ้นมากเท่านั้น เฉกเช่นเดียวกับคำกล่าวที่ว่า “ข้อมูลคือพลังอำนาจ (Data is Power)” อย่างไรก็ตามการสร้างพลังอำนาจจากฐานข้อมูลที่มีอยู่ให้เกิดศักยภาพสูงสุดได้นั้นต้องอาศัยกระบวนการส่งผ่านหรือถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารให้เกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพที่เรียกว่า “กระบวนการสื่อสาร (Communications Process)” ที่จะเป็นกระบวนการกระจายข่าวสารข้อมูลจากผู้ส่งไปยังผู้รับเป็นกลยุทธ์ที่เรียกกันว่า “การประชาสัมพันธ์ (Public Relations : PR)” และตัวเชื่อมสำคัญของกลยุทธ์ดังกล่าวย่อมหมายถึงตัวกลางหรือที่รู้จักกันดีคือคำว่า “สื่อประชาสัมพันธ์ (Public Relations Media)” นั่นเอง

“ข่าว” คือ เหตุการณ์หรือเรื่องราวที่เกิดขึ้น มีความสำคัญเป็นที่สนใจของประชาชน มีผลกระทบต่อประชาชน และได้รับการนำเสนอผ่าน “สื่อ” ซึ่งการเสนอข่าวนั้นเป็นการตอบสนองความสนใจใคร่รู้ อันเป็นความต้องการตามธรรมชาติของมนุษย์

การให้ความสำคัญกับการเขียนข่าวจึงเป็นเรื่องสำคัญและจำเป็น ที่จะทำให้ผู้ได้รับข้อมูลข่าวสารได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง รวดเร็ว และตรงตามความเป็นจริง

วัตถุประสงค์ของการเขียนข่าว

๑. เพื่อเป็นการแจ้งข่าวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นให้ประชาชนได้ทราบ
๒. เพื่อเป็นการอธิบายรายละเอียดของเหตุการณ์ ให้เกิดความเข้าใจตามข้อเท็จจริง
๓. เพื่อที่จะให้คำแนะนำและข้อปฏิบัติในแนวทางที่ถูกต้อง เพื่อให้เกิดความปลอดภัย
๔. เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องในเรื่องราวที่เผยแพร่
๕. เพื่อสร้างความรู้สึที่ดีต่อองค์กรหรือหน่วยงาน
๖. เพื่อป้องกันการเข้าใจผิดต่อนโยบาย หรือโครงการที่กำลังจะดำเนินการ

ความหมาย

การเขียนข่าว (News Writing) คือ กระบวนการใช้ความคิดของผู้สื่อข่าวที่สามารถนำไปสู่การปฏิบัติงานข่าวในขั้นตอนการเขียนบอกเล่าข้อเท็จจริง (fact) เพื่อให้เกิดประโยชน์ ในการรับใช้ หรือสะท้อนสังคม ซึ่งแตกต่างไปจากการเขียนของนักเขียนทั่วไป เพราะการเขียนข่าวของผู้สื่อข่าวมีความสำคัญต่อการแสวงหาความจริง (truth) ของสังคม ที่ต้องอาศัยรูปแบบ โครงสร้างของการเขียนข่าวมาช่วยนำเสนอข้อเท็จจริงอย่างมีระบบ ส่วนการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ ก็พิจารณาได้จาก “วัตถุประสงค์ของการเขียน” กล่าวคือ เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจต่อสถาบัน ให้เกิดแก่กลุ่มบุคคลที่เป็นเป้าหมาย อันจะก่อให้เกิดภาพลักษณ์ นำไปสู่ความร่วมมือ และความศรัทธาต่อองค์กร และสินค้า หรือการบริการขององค์กร ในที่สุด

หลักการเขียนข่าว

การเขียนข่าวสารที่จะประชาสัมพันธ์หรือสารที่จะสื่อออกไปยังสื่อมวลชนหรือประชาชน จะต้องมียุทธศาสตร์ที่จะตอบคำถามว่า ใคร? ทำอะไร? ทำเมื่อไหร่? ทำที่ไหน? ทำทำไม? และทำอย่างไร? หรือที่เรียกกันว่า ใช้หลัก ๕ W + ๑ H ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

๑. (Who) ใคร คือ บุคคลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับข่าว ชื่อ-สกุล ตำแหน่ง อาชีพ กลุ่มบุคคล องค์กร ภาครัฐ ภาคเอกชน ฯลฯ

๒. (What) การกระทำ กิจกรรม เหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ฯลฯ

๓. (When) เวลา วัน เดือน ปี ฯลฯ

๔. (Where) บริเวณ สถานที่ ตำบล อำเภอ จังหวัด ประเทศ ฯลฯ

๕. (Why) สาเหตุ เหตุผล วัตถุประสงค์ เป้าหมาย ฯลฯ

๖. (How) วิธีการ ขั้นตอน กระบวนการ ความยาก ความง่าย ฯลฯ

ซึ่งปกติแล้วข้อมูลที่ได้มา อาจจะไม่สามารถตอบคำถามได้ทั้งหมด แต่อย่างน้อยควรครอบคลุมข้อ ๑ , ๒ และ ๓ จึงจะพอเขียนเป็นข่าวได้ และเมื่อได้ข้อมูลแล้วพิจารณาความสำคัญเรียบเรียงให้ได้เนื้อหาที่สำคัญครบถ้วน

ทฤษฎีพื้นฐานของการสื่อข่าว อธิบายความไว้ว่า ข่าว (News) คือ เหตุการณ์ (event) ความคิด (ideas) ความคิดเห็น (opinion) อันเป็นข้อเท็จจริง (fact) ที่ได้รับการหยิบยกขึ้นมารายงาน (reporting) ผ่านทางช่องทางสื่อ (media) ที่เป็นทางการ (formal) สิ่งที่จะเป็นข่าว (Element of news) ได้คือสิ่งที่มีลักษณะดังนี้

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

ลักษณะของสิ่งที่จะเป็นข่าวได้ตามทฤษฎีพื้นฐานของข่าวข้างต้น พอที่จะนำมาประยุกต์เป็นแนวทางในการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ได้ ยกเว้นลักษณะของข่าวโดยทั่วไปบางประการที่ไม่สามารถนำมาเป็นแนวทางได้ เช่น ความขัดแย้ง ความผิดปกติ เป็นต้น โดยที่คำนึงถึงวัตถุประสงค์ของงานประชาสัมพันธ์นั่นเอง

ประเภทของข่าวประชาสัมพันธ์

ข่าวประชาสัมพันธ์ที่นักประชาสัมพันธ์ต้องรับผิดชอบจัดทำเผยแพร่อาจจำแนกได้เป็น ๔ ประเภทใหญ่ๆ ดังนี้

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

๒. ข่าวประกอบกิจกรรมพิเศษทางการประชาสัมพันธ์ หรือ Created News Release บางครั้งหน่วยงานอาจต้องการข่าวได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนเป็นพิเศษ แทนที่จะเผยแพร่ในลักษณะแจ้งให้ทราบอย่างธรรมดา ก็สามารถทำได้โดยการจัดให้เป็นกิจกรรมพิเศษขึ้น เช่น โครงการณรงค์เพื่อสังคมต่างๆ ฯลฯ ช่วยให้มีสีสันและดึงดูดความสนใจ ให้เกิดความนิยมต่อหน่วยงาน และมักจะได้รับการเผยแพร่ทางสื่อมวลชนในวงกว้างมากขึ้น

๓. ข่าวเหตุการณ์เร่งด่วน หรือ Spot News Release สำหรับเผยแพร่กรณีเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉิน หรือมีเหตุการณ์เร่งด่วนที่ควรแจ้งให้ประชาชนได้รับทราบอย่างรวดเร็วอาจไม่มีการเสนอรายละเอียดมากแต่เน้นที่ความฉับไว เช่น การเปลี่ยนแปลงกำหนดการบางอย่าง เป็นต้น

๔. ข่าวตอบโต้เหตุการณ์ หรือ Response News Release ในกรณีที่เรื่องราวของหน่วยงานที่รับรู้ไปถึงสื่อมวลชนโดยมิได้ออกมาจากนักประชาสัมพันธ์ จนกลายเป็นประเด็นที่ถูกหยิบยกขึ้นมาวิพากษ์วิจารณ์หรือตั้งข้อสงสัยจากหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้อง เช่น ข่าวลือเกี่ยวกับการขาดทุนของกิจการ ข่าวความขัดแย้ง เป็นต้น เมื่อเกิดเหตุเช่นนี้ขึ้น สื่อมวลชนย่อมต้องการคำชี้แจงที่ชัดเจนจาก หน่วยงาน ดังนั้น นักประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องชี้แจงอย่างละเอียดด้วยเหตุผลน่าเชื่อถือ และจำเป็นอย่างยิ่งในการอ้างถึงแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือสูงสุด

โครงสร้างการเขียนข่าว

โครงสร้างของข่าว (news story structure) ในการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ ซึ่งมักจะเป็นข่าวประเด็นเดียว (single – element story) ประกอบด้วยส่วนประกอบพื้นฐาน ๔ ส่วน คือ

๑. ส่วนพาดหัวข่าว (Headline) หมายถึง ประโยค วลี หรือข้อความสั้นๆ ที่เป็นสาระหรือใจความสำคัญของเนื้อหาข่าว พิมพ์ด้วยตัวอักษรขนาดใหญ่ และมักอยู่ด้านบนของเนื้อหาข่าว พาดหัวข่าวมีหน้าที่ให้สาระสำคัญของข่าว ดึงดูดความสนใจของผู้อ่านให้อ่านเนื้อหาข่าว และช่วยในการจัดหน้าหนังสือพิมพ์

๒. ส่วนความนำหรือวรรคนำ (Lead) คือ ข้อความส่วนสรุปใจความสำคัญของเนื้อหาข่าว อาจมีสาระสำคัญหลายประการ จะนำเสนอเรียงตามลำดับความสำคัญ นับเป็นเนื้อหาส่วนแรกของเนื้อหาข่าว ซึ่งผู้อ่านจะเห็นก่อนส่วนอื่น และเป็นส่วนที่มีสาระความหมาย ซึ่งสามารถกระตุ้นความรู้สึกอยากรู้ อยากรู้อีก ดึงดูดความสนใจ และสร้างอารมณ์คล้อยตามจนต้องอ่านเนื้อหาข่าวตั้งแต่ต้นจนจบ

๓. ส่วนเชื่อม (Neck หรือ bridge) คือ ข้อความส่วนเชื่อมต่อระหว่าง ส่วนความนำกับส่วนเนื้อหาข่าวที่เป็นรายละเอียด ส่วนเชื่อมนี้มักจะเสนอรายละเอียดของบุคคลสถานที่ เหตุการณ์ หรือเวลาที่ปรากฏในส่วน

ความนำ หรือให้ความเป็นมาของข่าวที่มีการนำเสนอต่อเนื่อง รวมทั้ง การให้ข้อมูลในลักษณะภูมิหลังของเนื้อหาข่าว ส่วนเชื่อมจึงมีความสำคัญเปรียบเสมือนสะพานในการเชื่อมโยงให้ผู้อ่านข่าวเข้าใจความหมายของข่าวที่ต้องการสื่อได้มาก

๔. เนื้อข่าว (Body) คือ ส่วนที่ให้รายละเอียดของเหตุการณ์หรือเรื่องราวแก่ผู้อ่าน ทำให้ผู้อ่านเข้าใจและติดตามเหตุการณ์ทั้งหมด โดยอาจเรียงเนื้อเรื่องแบบใดแบบหนึ่ง คือ แบบลำดับตามความสำคัญ (significant order) หรือแบบลำดับเวลาหรือเหตุการณ์ (chronological order)

โครงสร้างพื้นฐานของข่าวข้างต้น เป็นส่วนประกอบพื้นฐานในการเขียนข่าว ที่แต่ละข่าวควรมีส่วนประกอบพื้นฐาน ๔ ส่วน อย่างไรก็ตาม ในการนำเสนอข้อเท็จจริงของข่าว ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์อาจกำหนดแนวทางการเขียนข่าวขึ้นอยู่กับลักษณะประเด็นของข่าวนั้นๆ

ในการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์จะต้องบอกรายละเอียดเกี่ยวกับหน่วยงาน ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรไว้ในท้ายข่าวด้วยเสมอ เช่น หมายเลขโทรศัพท์ที่ติดต่อได้โดยสะดวก เพื่อให้ผู้อ่านสามารถติดต่อขอทำความเข้าใจหรือขอข้อมูลเพิ่มเติมได้

รูปแบบของการเขียนข่าว

การนำเสนอเนื้อเรื่อง หรือตัวข่าว (Body) คือการนำเสนอส่วนที่ให้รายละเอียดของเหตุการณ์ หรือเรื่องราวแก่ผู้อ่าน ทำให้ผู้อ่านเข้าใจและติดตามเหตุการณ์ทั้งหมด โดยผู้เขียนข่าวสามารถเลือกรูปแบบการเขียนข่าวที่มีอยู่หลายรูปแบบมาเป็นแนวทางได้ อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบัน การเขียนข่าวโดยรูปแบบปิรามิดหัวกลับได้รับความนิยมมากที่สุด

๑. การเขียนข่าวแบบปิรามิดหัวกลับ (Inverted - Pyramid Style) เป็นการเขียนโดย นำเอาเหตุการณ์ที่สำคัญที่สุดขึ้นมาก่อน แล้วจึงตามด้วยเรื่องราวที่มีความสำคัญรองลงไปตามลำดับ เป็นการกระตุ้นให้ผู้อ่านได้ทราบรายละเอียดของเหตุการณ์นั้น การเขียนข่าวแบบปิรามิดหัวกลับเป็นรูปแบบการเขียนข่าวที่เหมาะสมกับยุคสมัยที่เป็นยุคสังคมข่าวสาร มีข่าวข่าวสารมากมาย ในขณะที่ผู้อ่านมีเวลาน้อยมาก การบอกรายละเอียดสำคัญของข่าวไว้ตั้งแต่ต้นจึงเป็นรูปแบบการอ่านข่าวที่ผู้อ่านคุ้นเคย จึงทำให้เป็นรูปแบบการเขียนข่าวที่ได้รับความนิยมสูงสุดมาจนถึงปัจจุบันนี้

นอกจากนั้น การเขียนข่าวโดยทั่วไปยังมีรูปแบบอื่นๆ อีก เช่น แบบปิรามิดหัวตั้ง (Upright Pyramid Style) เป็นรูปแบบการเขียนข่าวที่ตรงกันข้ามกับแบบแรก คือ จะเริ่มจากการกล่าวถึงข้อเท็จจริงที่มีความสำคัญน้อย แล้วค่อยๆ นำเสนอข้อเท็จจริงที่มีความสำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ จนถึงย่อหน้าสุดท้ายที่มีความสำคัญที่สุด หรืออาจนับได้ว่าเป็นช่วง “ไช้ประเด็นข่าว” (climax) ก็ว่าได้

๒. การเขียนข่าวแบบนาฬิกาทราย (Hourglass Style) เป็นการเขียนเนื้อเรื่องโดยเปิดเรื่องด้วยใจความสำคัญของเรื่องในย่อหน้าแรกๆ แบบเดียวกันกับแบบปิรามิดหัวกลับ หลังจากนั้น จะเรียงลำดับข้อมูลที่มีความสำคัญลดลงไปลำดับ จนถึงย่อหน้าที่จะเริ่มเล่าตามลำดับเวลาของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น (Chronological Accounts) ลักษณะเด่นของรูปแบบการเขียนข่าวแบบนาฬิกาทราย คือ ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์สามารถเขียนบรรยายได้มาก โดยเฉพาะการเน้นย้ำข้อมูลที่มีความสำคัญ ทำให้ผู้อ่านสามารถเข้าใจข้อมูลได้มากกว่า รวมทั้งเป็นรูปแบบการเขียนที่ทำให้โครงสร้างของน้ำหนักของข้อมูลที่นำเสนอมีความสมดุลตลอดทั้งเรื่อง รูปแบบการเขียนข่าวแบบนาฬิกาทรายจึงเปรียบเสมือนทางเลือกของผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ที่เลือกรูปแบบการเขียนที่นิยมกันทั่วไปคือรูปแบบการเขียนแบบปิรามิดหัวกลับ

คุณสมบัติของข่าวที่ดี

คุณสมบัติของข่าวที่ดี ประกอบไปด้วยการได้รับข้อมูลถูกต้อง การระแหลังข่าวของข้อมูลได้ ความเที่ยงธรรม ความสมดุล ความเป็นกลาง และความสมบูรณ์

- ความเที่ยงตรงแม่นยำ เหนือสิ่งอื่นใด ผู้เขียนข่าวต้องได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง มิเช่นนั้น ผู้อ่านจะไม่เชื่อถือหน่วยงานหรือ องค์กร ซึ่งข้อผิดพลาดอาจส่งผลร้ายต่อแหล่งข่าว และผู้อ่านได้เช่นกัน อย่าเหมารวมเอาเองว่าสิ่งหนึ่งสิ่งใดถูกต้อง ให้หมั่นถาม และตรวจสอบอยู่เสมอ ความเที่ยงตรง หมายถึงการเอาใจใส่ ทุกๆ รายละเอียด เริ่มต้นที่เรื่องง่ายๆ เช่น การสะกดชื่อ ตำแหน่ง และชื่อสถานที่ หากเกิดข้อผิดพลาดจะเกิดความเสียหาย และบั่นทอนความน่าเชื่อถือ เพื่อป้องกันปัญหาเหล่านี้ ควรซักถามแหล่งข่าว ขอคณามบัตร คุรรายชื่อในสมุดโทรศัพท์

- ข่าวที่สมดุลและเป็นธรรม ข่าวมีมากกว่าหนึ่งด้าน หากข่าวเกี่ยวข้องกับผู้คนที่มีความหลากหลาย ต่อประเด็นหรือเหตุการณ์นั้น ๆ เรื่องของท่านจะมีความสมดุลยิ่งขึ้น หากได้รับความเห็นจากทั้งสองด้าน และจะเป็นธรรมหากไม่เข้าข้างใครเลย ต้องอ้างอิงมุมมองที่แตกต่างกัน ข่าวจะมีความน่าเชื่อถือ หากมีการอ้างอิง

- ความชัดเจน ต้องเขียนข่าวให้ชัดเจน เพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจง่าย การจะเขียนข่าวให้ชัดเจนนั้น ก่อนอื่นต้องคิดให้ชัดเจน ต้องเข้าใจเหตุการณ์ก่อนที่จะเขียน ไตร่ตรองข้อมูลก่อนที่จะลงมือเขียน เมื่อทราบหัวข้อ (พาดหัว) ดีแล้ว ก็สามารถเลือกแง่มุมหลักเพื่อทำเป็นความนำ (โปรย๓-๕บรรทัด) ได้ ถัดมาสามารถเรียบเรียง(เขียนข่าว)ข้อมูลที่เหลือให้เป็นระบบได้ ความชัดเจน หมายถึงการใช้ภาษาธรรมดาที่คนทั่วไปสามารถเข้าใจได้ หลีกเลี่ยงศัพท์ สำนวนที่ผู้เชี่ยวชาญ และพวกเจ้าพิธีรีตรองชอบใช้กัน ความชัดเจนยังหมายถึง “ความกระชับ” อย่าใช้คำมากเกินไปจนความจำเป็น จงเขียนให้ตรงประเด็น และหลีกเลี่ยงการกล่าวแบบกว้างๆ

ข้อควรระวังในการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์

๑. ชื่อและนามสกุลต้องสะกดให้ถูกต้อง เพราะว่าถ้าผิดพลาดอาจกลายเป็นคนละบุคคล หรือเกิดความเสียหายได้

๒. ยศตำแหน่งต้องระบุให้ตรงกับความเป็นจริงขณะนั้น

๓. คำนำหน้าชื่อและบรรดาศักดิ์ต้องระบุเรียงลำดับให้ถูกต้อง

๔. การใช้อักษรย่อหรือตัวย่อต่างๆ ควรตรวจสอบให้ดี

๕. ไม่สอดแทรกความคิดเห็นส่วนตัวเข้าไป

๖. การเขียนตัวเลขถ้ามีจำนวนมากอาจใช้ตัวอักษรแทน ถ้าไม่ใช่ตัวเลขที่แน่นอนควรใช้คำว่าประมาณ

๗. หลีกเลี่ยงการใช้ศัพท์เทคนิคที่เข้าใจยาก

สาเหตุที่ข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์หน่วยงานไม่ได้ความสนใจ

- เป็นเรื่องที่น่าสนใจเฉพาะในวงแคบ หรือน่าสนใจเฉพาะแก่บุคคลในองค์กร
- เป็นเรื่องของหลักการเหตุผล เน้นนโยบาย และโฆษณาเกินไป
- ข้อมูลไม่ครบถ้วน คลาดเคลื่อน ขาดความสมบูรณ์ของเนื้อหา
- ผู้นำเสนอข้อมูลไม่มีลักษณะในการสื่อสารที่ดีพอ ทำให้เรื่องที่น่าสนใจหมดความน่าสนใจ
- จัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ โดยไม่คำนึงถึงข่าวอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาเดียวกันซึ่งสำคัญมากกว่า

- นักประชาสัมพันธ์ขาดประสบการณ์ ไม่มีความสามารถของการเขียนข่าว

ในส่วนของโครงสร้างข่าว เมื่อมีเหตุการณ์เกิดขึ้น ต้อง ตอบคำถาม ๕ ข้อให้ได้ว่า ใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร อย่างไร และทำไม ซึ่งส่วนใหญ่มักจะพบปัญหาตรง คำถามทำไม อย่างไร แต่เวลาทำงานจริง ๆ เรื่องบางเรื่องไม่มีคำว่า “ใคร” แต่ไม่จำเป็นว่าต้องเริ่มต้นว่าใครทำอะไรที่ไหนอย่างไร ไม่จำเป็นต้องเรียงลำดับต้องตอบตัวเองให้ได้ว่าเน้นในจุดใด เพราะถ้าเรียงลำดับธรรมดา อาจไม่ได้ประเด็นสำคัญของเรื่อง นี่คือเทคนิคของข่าว ที่ส่วนใหญ่เป็นปัญหาหลักของหน่วยงานราชการมักชอบเขียนข่าวเหมือนเขียนโครงการเพราะคุ้นเคยกับการเขียนโครงการ แท้จริงเป้าหมายของข่าวต้องการความน่าสนใจตั้งแต่พาดหัวข่าว โดยพฤติกรรมของคนอ่าน จะอ่านแค่ ๒-๓ ย่อหน้าแรก ส่วนความแตกต่างระหว่างข่าวกับบทความคือ บทความจะถูกอ่านทั้งหมด เพราะได้ร้อยเรียงกันไปเรื่อย ๆ ทำให้ติดตามจนบรรทัดสุดท้าย แต่ข่าวไม่สามารถจะทิ้งกลางคันได้ และที่เน้นปริศนาหัวกลับเพราะอาจมีผลกับการเสนอข่าวขึ้นนั้น ๆ เช่น ข่าววิทยุที่มีรายงานข่าวเข้ามาข่าวยังไม่ทันจบก็ตัดเสียงสัญญาณทันทีเพราะว่าต้องเข้าโฆษณา และหากประเด็นสำคัญอยู่ในช่วงท้าย ยังอ่านข่าวไม่จบโดนตัดไปเสียก่อน เพราะฉะนั้นประเด็นสำคัญจึงควรอยู่ตอนต้น และที่มาที่ไปอยู่ตอนท้าย

อุปสรรคของการเขียนข่าว

การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพนั้น หมายถึงการติดต่อสื่อสารนั้น ผู้ส่งและผู้รับจะต้องมีความเข้าใจในข่าวสารที่ส่งผ่านช่องทางที่ตรงกันหรือเหมือนกัน แต่ในความเป็นจริงแล้วการติดต่อสื่อสารจะต้องมีปัญหาและอุปสรรค ซึ่งจะกีดขวางหรือสกัดกั้นการติดต่อสื่อสารให้ด้อยประสิทธิภาพลง

ในการศึกษาเรื่องการติดต่อสื่อสาร จึงจำเป็นที่จะต้องศึกษาถึงอุปสรรคต่างๆ เพื่อที่จะได้หาทางหลีกเลี่ยงหรือป้องกันแก้ไข เพื่อให้การสื่อสารนั้นเป็นไปอย่างราบรื่น มีประสิทธิภาพ และประสบความสำเร็จตามความมุ่งหมาย อุปสรรคของการติดต่อสื่อสารที่สำคัญมีดังนี้

๑. อุปสรรคด้านกลไก คือสิ่งที่เป็นอุปสรรคคอยรบกวนกลไกแห่งการติดต่อสื่อสาร หรืออาจเรียกว่าอุปสรรคแห่งช่องทางการติดต่อสื่อสาร เช่น วิทยุที่มีคลื่นแทรก โทรทัศน์มีภาพลំเลือนเสียงขาดหาย การสนทนาที่มีเสียงรบกวน หรือแม้แต่หนังสือที่ข้อความหายไปด้วยลูกกลิ้งหรือฉีกขาด เป็นต้น

๒. อุปสรรคทางด้านภาษา หมายถึงข้อจำกัดที่เกิดขึ้นจากการใช้ภาษาในข่าวสาร ทำให้เข้าใจข่าวสารนั้นๆ ได้อย่างยากลำบาก หรือเข้าใจความหมายผิดไป

๓. อุปสรรคด้านภูมิหลังที่แตกต่างของคู่สื่อสาร หากคู่สื่อสารมีความแตกต่างกันอย่างมากในด้านภูมิหลัง ย่อมติดต่อสื่อสารกันให้เข้าใจได้ยาก เพราะภูมิหลังที่แตกต่างกันจะเป็นตัวคอยสกัดกั้นทำให้เกิดอุปสรรคในการติดต่อสื่อสาร และสื่อสารกันไม่เข้าใจ

๔. อุปสรรคในความแตกต่างด้านการศึกษา ความแตกต่างทางด้านการศึกษา ก็เป็นสิ่งที่กีดกั้นการสื่อสารให้เป็นไปได้อย่างไม่ราบรื่น ผู้ส่งสารและผู้รับสารที่มีระดับภูมิความรู้แตกต่างกันมาก อาจจะสื่อสารกันให้เข้าใจได้ยากลำบากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาที่ใกล้เคียงกัน

๕. อุปสรรคในความสนใจข่าวสารที่แตกต่างกัน ในการสื่อสารนั้น หากผู้รับสารมีความสนใจในข่าวสารนั้นเป็นทุนอยู่เดิมแล้ว โอกาสที่จะเข้าใจในข่าวสารนั้นย่อมมีมากขึ้นเป็นธรรมดา เพราะมีความสนใจหรือตั้งใจจดจ่อ พร้อมทั้งรับอยู่แล้ว แต่หากผู้รับไม่สนใจในข่าวสารนั้น ก็อาจจะไม่เข้าใจหรือไม่รู้เรื่อง

๖. อุปสรรคในการขาดความเชื่อถือร่วมกันของคู่สื่อสาร การไม่นับถือหรือขาดความเชื่อถือในตัวผู้สื่อสาร อาจส่งผลกระทบต่อสารสื่อสารได้ เพราะอาจมีอคติต่างๆ และอาจเกี่ยวข้องกับการไม่เชื่อถือในข่าวสารนั้นๆ ด้วย

ลักษณะของสื่ออินเทอร์เน็ต

อินเทอร์เน็ตจัดเป็นประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีคุณลักษณะที่สำคัญดังต่อไปนี้

๑. อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่ไม่มีอุปสรรคด้านระยะทาง
๒. อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่สามารถกระจายข้อมูลข่าวสารในแนวราบไปยังกลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน
๓. อินเทอร์เน็ตนำเสนอโดยใครก็ได้ไม่จำเป็นต้องเป็นนักสื่อสารมวลชน
๔. อินเทอร์เน็ตให้ข้อมูลที่ไม่มีข้อจำกัดด้านพื้นที่และเวลา
๕. อินเทอร์เน็ตใช้ต้นทุนในการดำเนินงานต่ำกว่าสื่อต้นแบบดั้งเดิม
๖. อินเทอร์เน็ตสามารถบริการตอบสนองให้กลุ่มเป้าหมายได้เฉพาะเจาะจง การใช้งานทำได้มากกว่า
๗. อินเทอร์เน็ตนำเสนอข้อมูลผ่านระบบสื่อสารที่เป็นเครือข่ายที่เรียกว่า World Wide Web (WWW) มีลักษณะเชื่อมโยงแบบอิสระง่ายต่อการเข้าถึงแหล่งข้อมูล
๘. อินเทอร์เน็ตมีผลสะท้อนกลับที่รวดเร็วและทันทีทันใด
๙. มีแหล่งสนับสนุนเงินทุนเพื่อประชาสัมพันธ์อย่างหลากหลายแหล่ง
๑๐. เนื้อหาในอินเทอร์เน็ตสามารถปรับเปลี่ยนแก้ไขได้ตลอด ทำให้ข้อมูลมีความทันสมัย
๑๑. การนำเสนอเนื้อหาข้อมูลข่าวสารในอินเทอร์เน็ตขึ้นอยู่กับเหตุผลของบุคคล

ข้อดี-ข้อจำกัดของสื่ออินเทอร์เน็ต

สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่ทรงประสิทธิภาพและมีความยืดหยุ่นเหมาะสมกับสภาวะการณ์ในยุคปัจจุบัน รวมทั้งเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มคนได้มาก ดังนั้นองค์กรและหน่วยงานต่างๆจึงนิยมใช้สื่อประเภทนี้มากในงานประชาสัมพันธ์ อย่างไรก็ตามสื่อประเภทย่อมมีทั้งข้อดีและข้อจำกัดบางอย่างที่ต้องรู้ เพื่อเตรียมความพร้อมให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดต่อการนำมาปรับใช้ในหน่วยงาน

ข้อดีของสื่ออินเทอร์เน็ต

๑. เป็นสื่อที่นิยมใช้เพราะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีกว่าสื่อแบบดั้งเดิมอื่นๆ รวมทั้งสามารถส่งข้อมูล เช่น e-Mail ไปถึงกลุ่มเป้าหมายจำนวนมากได้
๒. เป็นสื่อต้นทุนราคาถูกเมื่อเทียบกับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ประเภทอื่นๆที่มีทั้งภาพและเสียงเหมือนกัน เช่น วิดีโอเทรทัศน์ ภาพยนตร์
๓. เป็นการสื่อสารแบบไร้พรมแดน (Global Network) สามารถเผยแพร่ข้อมูลได้ทั่วโลก
๔. องค์กรที่ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตมักมีภาพลักษณ์ในสายตาของกลุ่มเป้าหมายว่าเป็นองค์กรที่ทันสมัยและมีเทคโนโลยีขั้นสูง ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือ
๕. เว็บไซต์ส่วนใหญ่สามารถโต้ตอบกับผู้ที่เข้ามาใช้งานได้ รวมทั้งมีการแจ้งผลสถิติที่มีผู้เข้ามาใช้บริการข้อมูลด้วย
๖. ข้อมูลที่องค์กรนำมาลงในการประชาสัมพันธ์นั้นเป็นข้อมูลที่ใหม่เสมอ ส่วนข้อมูลเก่าสามารถเข้าไปดูได้ตลอดเวลาตามที่ต้องการ
๗. อินเทอร์เน็ตสามารถเก็บข้อมูลผู้ให้บริการได้ โดยให้ผู้บริการตอบแบบสอบถามเพื่อนำไปวิจัยและวางแผนเพื่อการประชาสัมพันธ์ต่อไปได้

๘. สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ (Interactive) และสามารถสำรวจทัศนคติ (Attitude) ของกลุ่มเป้าหมายได้ สามารถส่งความคิดเห็นผ่าน e-Mail ซึ่งเป็นลักษณะการสื่อสาร ๒ ทาง (Two-ways Communication) เพื่อองค์กรจะได้นำไปปรับปรุงแก้ไขต่อไป

ข้อจำกัดของสื่ออินเทอร์เน็ต

๑. คนไทยส่วนใหญ่ยังมีความรู้ทักษะด้านคอมพิวเตอร์ ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญในการสื่อสารประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่ออินเทอร์เน็ต
๒. ระดับรายได้ในเชิงเศรษฐกิจของคนแถบชนบทยังมีน้อย ส่งผลต่อการเข้าถึงสื่อข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ต
๓. นักประชาสัมพันธ์ควรมีความรู้และทักษะเรื่องระบบคอมพิวเตอร์ และเรื่องศิลปะเพื่อทำ Homepage และ Website ขององค์กรให้มีความน่าสนใจมากขึ้น อีกทั้งส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กรให้ดีขึ้น
๔. บางครั้งการใส่ข้อมูลมากเกินไปในเว็บไซต์ อาจทำให้ไม่น่าอ่านและไม่น่าสนใจเท่าที่ควร
๕. ควรมีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ด้านอื่นๆเสริมเข้าไปด้วยเพราะถ้าไม่มีการประชาสัมพันธ์จากสื่ออื่นๆเลย ก็จะทำให้ไม่มีใครทราบว่าในเว็บไซต์นั้นมีข่าวสารอะไรบ้าง และจะไม่มีใครคลิกเข้าไปอ่าน ทำให้เกิดความสูญเสียเปล่าในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์นั้น

ข้อควรตระหนักในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการประชาสัมพันธ์

ในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการประชาสัมพันธ์องค์กรนั้นต้องมีการพิจารณาประเด็นสำคัญต่างๆ ดังต่อไปนี้คือ

๑. ศึกษาวัตถุประสงค์ของงานให้เข้าใจชัดเจนว่ามีวัตถุประสงค์ที่จะจัดทำเพื่อเผยแพร่ข้อมูลองค์กรที่ทันสมัยและเจาะลึกทุกๆด้าน หรือเพื่อจูงใจ แก้ไขความเข้าใจผิดต่างๆขององค์กรที่เกิดขึ้นในขณะนั้น
๒. กำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนว่ากลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์นั้นเป็นกลุ่มใด
๓. กำหนดกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์บนอินเทอร์เน็ต เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ต้องใช้ผู้ที่มีความชำนาญในการจัดทำและออกแบบ Homepage และเว็บไซต์บนคอมพิวเตอร์ และควรมีการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ให้เกิดทักษะความรู้ในด้านนี้ให้มากเพื่อประสิทธิภาพในการสร้างสื่อประเภทนี้ให้เกิดขึ้นในองค์กรได้ทั้งในเชิงปริมาณและในเชิงคุณภาพในภายหลัง

หลักการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต

การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต ก็คือการการเขียนข่าวแจกประเภท Press Release หรือ News Release นั่นเอง ซึ่งส่วนใหญ่ก็ใช้หลักการเขียนข่าวแจกเพื่อประชาสัมพันธ์ มีข้อสังเกตที่น่าสนใจเกี่ยวกับหลักการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์บนสื่ออินเทอร์เน็ตดังนี้

๑. เขียนข่าวที่มีแง่มุมน่าสนใจและมีคุณค่าแห่งความเป็นข่าว (Newsworthy “Angles”) ได้แก่
 - ๑.๑ เขียนถึงข่าวที่เป็นเหตุการณ์สำคัญๆที่เกิดขึ้นในองค์กร หน่วยงาน สถานศึกษา
 - ๑.๒ เขียนข่าวที่กล่าวถึงความสำเร็จขององค์กร
 - ๑.๓ เขียนข่าวที่เกี่ยวกับเรื่องราวที่กำลังได้รับความสนใจหรือความนิยมในขณะนั้น
 - ๑.๔ เขียนข่าวที่กล่าวถึงข้อเสนอพิเศษ (Special Offer) สิทธิพิเศษ และวาระพิเศษขององค์กร หน่วยงาน สถานศึกษา

๑.๕ ในกรณีที่เป็นหน่วยงานภาครัฐ หรือสถานศึกษาควรเขียนข่าวประชาสัมพันธ์เพื่อแนะนำนวัตกรรมหรือสิ่งประดิษฐ์ใหม่ๆขององค์กรที่เกิดขึ้น

๑.๖ เขียนข่าวที่เกี่ยวกับโครงการ กิจกรรม ความเคลื่อนไหว (Movement) และความก้าวหน้า (Progress) ขององค์กร หน่วยงาน

๒. เขียนข่าวที่ให้รายละเอียดข้อมูลครบถ้วนว่าใคร ทำอะไร ที่ไหน อย่างไร ตามหลัก ๕W + ๑H เช่น

๒.๑ ในกรณีที่เป็นหน่วยงานองค์กรภาครัฐ อาจมีคำสั่ง ค ารับรองอ้างอิงจากผู้บริหาร ผู้บริโภค นักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญ เป็นต้น

๒.๒ ต้องปรากฏชื่อที่อยู่อินเทอร์เน็ตขององค์กร หน่วยงาน

๒.๓ ข้อมูล สถิติ ตัวเลข ข้อเท็จจริง ข่าวสารจากหน่วยงาน

๓. เขียนข่าวที่มีรูปแบบ (Format) ที่ทำให้ข้อมูลน่าเชื่อถือตามมาตรฐานและสากลนิยม เช่น

๓.๑ ด้านบนอาจใส่ข้อความ FOR IMMEDIATE RELEASE สำหรับการเผยแพร่ทันที

๓.๒ ใส่ชื่อองค์กร หน่วยงาน สถานศึกษา พร้อมทั้งอยู่

๓.๓ พิมพ์คำว่า CONTACT และใส่ชื่อผู้ติดต่อได้ พร้อมตำแหน่ง เบอร์โทรศัพท์ e-Mail

๓.๔ ใส่หัวข้อเรื่อง

๓.๕ เริ่มเนื้อเรื่องด้วย ชื่อเรื่อง วันเดือนปี จากนั้นตามด้วยเนื้อหาข่าวสาร (Body) ที่แสดงข้อมูลรายละเอียดเพื่อนำเสนอ

สรุป

ข่าวที่ดี คือ ข่าวที่มีความน่าสนใจและเป็นประโยชน์สำหรับผู้อ่าน มีเนื้อหาสั้น กระชับ ได้ใจความ และที่สำคัญผู้อ่านอ่านแล้วเข้าใจง่าย โดยพึงตระหนักเสมอว่าต้องเป็นข่าวที่ผู้อ่านอยากรู้ ไม่ใช่เป็นข่าวที่ผู้เขียนอยากบอก

สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ในสังคมโลกออนไลน์ที่ทรงประสิทธิภาพในปัจจุบันนั้น สื่อทางอินเทอร์เน็ต ประเภทการจัดทำเว็บไซต์ (Website) นับได้ว่าเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่อยู่ในความนิยมของทุกวงการหรือหน่วยงาน รวมทั้งสื่อส่วนบุคคลที่ได้สร้างขึ้นมาสื่อสารเนื้อหาสาระไปสู่สังคมวงกว้างในยุคแห่งสังคมแบบเปิดหรือ Open Society ในปัจจุบัน ดังนั้นประสิทธิภาพของสื่อดังกล่าวเพื่องานประชาสัมพันธ์จึงเป็นบทบาทสำคัญที่ผู้เกี่ยวข้องต้องสร้างและนำเสนอภายใต้กรอบแนวคิดและทฤษฎีของการผลิตสื่อและกระบวนการสื่อสารที่ต้องดำเนินไปอย่างคู่ขนานเป็นระบบ ทั้งนี้เพื่อก่อให้เกิดสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีพลังสร้างองค์กรให้ก้าวไปในกระแสสังคมได้อย่างมีคุณภาพและมีศักดิ์ศรี ภายใต้การนำเสนอเนื้อหาสาระหรือข้อมูลในรูปแบบสื่อยุคใหม่ที่เรียกว่า “สื่ออินเทอร์เน็ต” หรือการผลิตสื่อเว็บไซต์ นั่นเอง

สรุปเทคนิคการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ควรหาประเด็นที่น่าสนใจ ให้คิดในมุมมองของผู้อ่าน เมื่อหาประเด็นได้จึงจะรู้ว่าเขียนอะไร และใช้ภาษาที่เป็นกลาง ๆ เพื่อไม่ให้ส่งผลต่อภาพลักษณ์
