

การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่สนับสนุนความสำเร็จในการกิจหลักขององค์กร เนื่องจากเมื่อมีการสื่อสารประชาสัมพันธ์ทำให้เกิดความรู้ ความเข้าใจในการดำเนินงานร่วมกัน ส่งผลให้เกิดการยอมรับและให้ความสนับสนุนร่วมมือตามมาเป็นลำดับ ซึ่ง “ข่าวประชาสัมพันธ์” ถือเป็นกลไกหรือเครื่องมือในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ประเภทหนึ่ง ซึ่งมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างจากการเขียนโดยทั่วไป นอกเหนือจากการให้ข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจแล้ว ยังต้องตอบสนองจุดมุ่งหมายสูงสุด คือ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมาย เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง รวมทั้งแก้ไขความเข้าใจผิดที่เกิดขึ้นให้เกิดความกระจ่าง นอกจากนี้ ยังมุ่งหมายการสร้างภาพลักษณ์และความสัมพันธ์อันดีให้เกิดกับหน่วยงาน อันนำมาซึ่งการให้ความร่วมมือและสนับสนุนการดำเนินงานของภาครัฐ รวมถึงสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้ปรากฏต่อสาธารณชนด้วย

1. หลักการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์

โครงสร้างของข่าว มีส่วนประกอบสำคัญ 2 ส่วน คือ ความนำหรือโปรย (Lead of intro) และเนื้อข่าว (Body) และบางข่าวมีส่วนเชื่อม (Neck) ระหว่างส่วนที่เป็นความนำและเนื้อหา ซึ่งตามทฤษฎีจะมี 3 ส่วน คือ ความนำ เนื้อข่าว และส่วนเชื่อม ข่าวที่มีทั้ง 3 ส่วน ส่วนใหญ่จะเป็นข่าวยาว ๆ เช่น ข่าวการเมือง ข่าวโครงการ ข่าวต่อเนื่อง

1. รูปแบบโครงสร้างข่าว แบบปิรามิดหัวกลับ (Inverted Pyramid) โครงสร้างของข่าวที่สมบูรณ์ตามทฤษฎีจะมี 3 ส่วน คือ ความนำ เนื้อข่าว และส่วนเชื่อม แต่ในความเป็นจริงการเขียนข่าวในปัจจุบันเราเขียนข่าวที่มีเฉพาะส่วนเนื้อข่าว (Body) เพียงอย่างเดียว การเขียนแบบนี้เป็นการเขียนข่าวแบบปิรามิดหัวกลับ (Inverted Pyramid) เป็นรูปแบบการเขียนข่าวที่คลาสสิกที่ทั่วโลกนิยมเขียน

2. รูปแบบโครงสร้างข่าว แบบความนำผนวกกับเนื้อข่าวที่มีข้อเท็จจริงสำคัญเท่าเทียมกัน (Lead-Plus-Equal-Facts) ย่อหน้าแรก คือ ความนำ (Lead of intro) ซึ่งถ้าไม่จำเป็นไม่ต้องมีย่อหน้าแรก แต่จะมีรายละเอียดของข้อมูลข่าว ข้อมูลที่ 1 , 2 และ 3 ที่มีความสำคัญเท่ากัน หากเนื้อข่าวมีความยาวมากเกินไปต้องเขียนรายละเอียดของข้อมูลข่าว แต่ละข้อมูลย่อลงมาเพื่อให้พอดีกับเนื้อที่ ไม่สามารถตัดรายละเอียดของข้อมูลข่าวข้อมูลใดได้ เพราะมีความสำคัญเท่ากัน

เนื้อข่าว (Body) และการเขียน

- มีความกระจ่างชัด (Clear) กระชับรัด (Concise) และอ่านง่าย (Easy)
- มีความเที่ยงตรง เป็นภาววิสัย (Objectivity)
- เขียนถูกต้องตามหลักไวยากรณ์
- มีภูมิหลัง (Background) ของข่าว
- มีความถูกต้อง (Accuracy)
- มีการใช้คุณลักษณะ (Identification) สามารถใช้ได้ 2 คุณลักษณะ คือ

1. คุณลักษณะของแหล่งข่าวที่เป็นสถานที่ เป็นลักษณะการใช้แหล่งข่าวที่เป็นหน่วยงาน
2. คุณลักษณะของแหล่งข่าวที่เป็นบุคคล ส่วนใหญ่จะใช้บุคคลที่มีตำแหน่งสูงสุด สำคัญที่สุดใน

เหตุการณ์ที่เป็นข่าว

การยกอ้างคำพูด (Quotation) สามารถใช้ได้ 2 ลักษณะ คือ

1. การยกคำพูดโดยตรง (Direct Quote) สร้างความน่าเชื่อถือ สร้างสีสัน
2. การยกคำพูดโดยอ้อม (Indirect Quote) การใช้ตัวเชื่อม (Transition) ถ้อยคำ สำนวนที่เชื่อมต่อหรือโยงข้อมูลข่าวแต่ละเรื่องให้ต่อกัน เพื่อให้การอ่านข่าวทั้งข่าวนั้นลื่นไม่สะดุด

การเขียนพาดหัวข่าว

- พาดหัวข่าวเป็น Climax ที่สำคัญที่สุดของข่าว เป็นจุดเด่นหรือสาระสำคัญของเนื้อข่าว
- พาดหัวข่าวในการประชาสัมพันธ์จะใช้ภาษาไม่หวิอหาวและเร้าอารมณ์เท่ากับการพาดหัวข่าวของหนังสือพิมพ์ทั่ว ๆ ไป

วัตถุประสงค์ของการพาดหัวข่าว

- เพื่อดึงดูดความสนใจ
- ให้สาระสำคัญของข่าว

หลักการเขียนพาดหัวข่าว

- ต้องสรุปประเด็นสำคัญทั้งหมดของข่าว
- เขียนพาดหัวข่าวหลังอ่านสรุปประเด็นสำคัญของวรรค
- เขียนในลักษณะปัจจุบันหรืออนาคต
- กระชับ สั้น ได้ใจความ
- ภาษาต้องสั้น กระชับ ใช้คำแทนการบรรยาย
- ใช้คำย่อหรือศัพท์เฉพาะในการพาดหัวข่าวต้องเป็นคำที่ทุกคนที่เกี่ยวข้องรู้และยอมรับร่วมกัน
- ครอบคลุมสาระสำคัญที่ผู้อ่านอยากรู้
- ใส่ข้อเท็จจริงเท่านั้น
- อักษรทุกคำต้องมีความหมายชัดเจน
- ใช้ภาษาที่แสดงถึงรสนิยมที่ดี
- ภาษาสื่อให้เห็นภาพพจน์ อารมณ์และความรู้สึก

2. เทคนิคการจับประเด็นสำคัญเพื่อเขียนข่าวประชาสัมพันธ์

อะไรสมควรนำเสนอเป็นข่าว อะไรไม่ควร หลักการง่าย ๆ คือ “ไม่ได้ก็เสีย” กล่าวคือ ประเด็นที่น่ามาเป็นข่าวจะต้องเป็น “ประเด็นที่ประชาชนได้ประโยชน์” หรือ “ประเด็นที่ประชาชนเสียประโยชน์” ถ้าเป็นเรื่องที่ไม่มีผลกระทบ ประชาชนไม่มีส่วนได้ส่วนเสีย ประชาชนจะไม่สนใจประเด็นนั้น ๆ ลักษณะของข่าว

- ความมีชื่อเสียง (Prominence) ของทั้งคนและองค์กร
- เป็นเรื่องที่ทันต่อเวลา (Timeliness) ทันกระแส
- เป็นเรื่องที่อยู่ในความสนใจของผู้คน (Human-interest)
- เป็นเรื่องของความขัดแย้ง (Conflict)

- มีผลกระทบต่อผู้อ่าน (Consequence)
- ภัยพิบัติและความก้าวหน้า (Disaster and Progress) โดยเฉพาะวิทยาการ เทคโนโลยีสมัยใหม่และการศึกษา

3. รูปแบบข่าวประชาสัมพันธ์สำหรับการเผยแพร่สื่อมวลชน

มี 2 ลักษณะ คือ

- ภาพประกอบข่าว ต้องไม่เยอะ ขนาดภาพประกอบข่าวต้องไม่เล็กเกินไป
- ข่าว ต้องสั้น กระชับ สามารถบรรยายภาพประกอบข่าวได้

การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์

1. สรุปใจความสำคัญของข้อมูลที่จะนำมาเผยแพร่เป็นข่าว
2. ใช้หลักการตอบคำถาม - ใคร ทำอะไร ที่ไหน ทำอย่างไร กับใคร ตั้งแต่เมื่อไหร่
3. นำรายงานมาเรียบเรียงตามโครงสร้างเขียนข่าว
4. ใช้เทคนิคการพาดหัวข่าวดึงดูดให้ข่าวที่น่าสนใจ ด้วยถ้อยคำ

การเขียนภาพประกอบข่าว

- 5Ws 1H ให้ยึดหลักนำเสนอเกี่ยวกับ ใคร (Who) ทำอะไร (What) เมื่อไหร่ (When) ที่ไหน (Where) ทำไม (Why) อย่างไร (How)
- ข้อความกระชับ สั้น เพียง 1 ย่อหน้า ประมาณ 2-4 บรรทัด และควรมีพาดหัวข่าวอย่างสั้น (Brief Headline) เพื่อบอกให้ทราบได้ทันทีว่าเป็นเรื่องเกี่ยวกับอะไร การเขียนภาพประกอบข่าวคนจะสนใจภาพมากกว่าตัวอักษร ภาพต้องแสดงถึงกิจกรรมเพื่อดึงดูดให้น่าสนใจ

การเขียนเอกสารภาพข่าว

1. ใช้เอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ซึ่งมีหัวกระดาษ (Heading) ระบุว่าเป็นเอกสารข่าว มีชื่อหน่วยงาน สถานที่ตั้ง และสัญลักษณ์
2. ระบุชื่อผู้เขียนข่าวพร้อมสถานที่ และหมายเลขโทรศัพท์ที่ติดต่อได้
3. ระบุวัน เดือน ปี ที่ส่งข่าว
4. จัดวางภาพข่าวไว้ในตำแหน่งใต้หัวกระดาษประมาณ 3-5 บรรทัด ติดภาพข่าวหรือโหลดภาพลง
5. พิมพ์ด้วยคำบรรยายภาพ (Caption) โดยเริ่มต้นพาดหัวข่าว (Brief Headline) ไว้ด้านล่างภาพ กระยะให้สวยงาม
6. เว้นขอบกระดาษ (Margin) ให้พอเหมาะ