



คู่มือการปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์



นางสาวมณฑา มะลิตอง
กลุ่มอำนวยการ
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา

คำนำ

คู่มือการปฏิบัติงาน

โดยองค์รวมการศึกษาของประเทศไทย ตามนโยบายของรัฐบาล นโยบายของกระทรวงศึกษา จนมาถึงนโยบายของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา รวมไปถึงสิ่งเหล่านี้ส่งผลถึงประชาชน ผู้ปกครองและนักเรียน ทำให้ระบบการบริหารงาน ขบวนการเรียนรู้ มีความเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ความเปลี่ยนแปลงของการศึกษาทางด้านคุณภาพ ยังเชื่อมโยงไปกับระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย ซึ่งควบคุมยาก จำเป็นต้องใช้ความร่วมมือจากทุกฝ่าย ทั้งจากภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชนท้องถิ่น ผู้ปกครอง ผู้บริหารโรงเรียน และครู

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา และสถานศึกษา มีภารกิจหน้าที่ในการดำเนินงานตามนโยบาย เพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่วางไว้ในการทำงาน “งานประชาสัมพันธ์” จึงเป็นขบวนการที่สำคัญ ในการรายงาน ชี้แจง สร้างความตระหนัก ปลุกจิตสำนึก โน้มน้าวปรับเปลี่ยนความคิดไปในทิศทางเดียวกัน

สิ่งเหล่านี้ ไม่ใช่เป็นหน้าที่ของใคร คนใดคนหนึ่ง แต่เป็นภาระหน้าที่ของทุกคนในหน่วยงาน ฉะนั้นทุกคนจึงจำเป็นต้องมีความรู้ และความเข้าใจในเรื่องการประชาสัมพันธ์ ยุทธวิธีแห่งความสำเร็จ หนทางของความล้มเหลว ประชาสัมพันธ์มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างไร ความเชื่อถือศรัทธาเหตุแห่งการสนับสนุน ส่งเสริม ช่วยเหลือ สิ่งเหล่านี้เป็นทั้งศาสตร์และศิลป์

คู่มือการปฏิบัติงาน งานประชาสัมพันธ์ เล่มนี้ ผู้เรียบเรียงได้รวบรวมความรู้ และประสบการณ์ และศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม จากเอกสาร ของผู้เชี่ยวชาญจำนวนหลายท่าน เพื่อให้ผู้อ่านนำไป ใช้ประโยชน์อย่างคุ้มค่า ในการดำรงชีวิตและเป็นแนวทางในการการปฏิบัติหน้าที่ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

มณฑา มะลิทอง
พฤษภาคม ๒๕๖๐

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	
บทที่ ๑ ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์	๑-๑๓
- ความหมายของการประชาสัมพันธ์	
- วัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์สู่ความสำเร็จ	
- องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์	
- จรรยาบรรณของนักประชาสัมพันธ์	
- กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์	
- กิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์	
- นักประชาสัมพันธ์มืออาชีพ	
บทที่ ๒ หลักการเขียนข่าว	๑๔-๑๘
- ความหมายของข่าว	
- องค์ประกอบของข่าว	
- คุณสมบัติของข่าว	
- โครงสร้างของข่าวและการใช้ภาษา	
- รูปแบบการเขียนข่าว	
- หลักการเขียนความนำข่าวทางสถานวิทยุที่ดี	
- วิธีการเขียนเนื้อหาข่าว	
บทที่ ๓ การเขียนบทสารคดีโทรทัศน์	๑๙-๒๗
บทที่ ๔ หลักการถ่ายรูป	๒๘-๓๗
บทที่ ๕ สื่อประชาสัมพันธ์	๓๘-๔๙
- ความสำคัญของสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์	
- ลักษณะของสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภท	
บทที่ ๖ การปฏิบัติงาน	๕๐-๕๓

บทที่ ๑

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์

๑.๑ ความหมายของการประชาสัมพันธ์

นักวิชาการและนักวิชาชีพ ด้านการประชาสัมพันธ์ได้ให้ความหมายของคำว่า การประชาสัมพันธ์ ดังนี้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๒๕ ได้ให้ความหมาย "การประชาสัมพันธ์" ว่าเป็นการติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันดีถูกต้องต่อกัน

วิรัช ลภีรัตนกุล คำว่า "การประชาสัมพันธ์" หากวิเคราะห์ตามรูปศัพท์แล้ว เป็นคำที่แปลมาจากภาษาอังกฤษว่า "Public Relations"

Public แปลว่า ประชา ได้แก่ ประชาชน สาธารณชน กลุ่มชน

Relations แปลว่า สัมพันธ์ ได้แก่ ความสัมพันธ์หรือความเกี่ยวข้องด้วยหรือการผูกพัน

ดังนั้น คำว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับประชาชน สาธารณชนหรือกลุ่มชน

หนังสือศัพทานุกรมสื่อสารมวลชนได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า กิจกรรมที่ปฏิบัติอย่างต่อเนื่องตามแผนที่ได้วางไว้ เพื่อเสริมสร้างความเชื่อถือ ศรัทธาในบุคคลและสถาบัน การประชาสัมพันธ์อาจแบ่งออกเป็นหลายประเภท เช่น การประชาสัมพันธ์โรงเรียน การประชาสัมพันธ์สำหรับโรงพยาบาล การประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล ซึ่งการประชาสัมพันธ์ประกอบด้วย กระบวนการ ๔ ประการ คือ การค้นคว้าหาข้อมูล การวางแผน การสื่อสารและการติดตามผลประเมินผล

ความหมายของนักวิชาชีพ

ไอวีแอล ลี (Ivy Ledbetter Lee) นักวิชาชีพทางการประชาสัมพันธ์ ซึ่งถือเป็นบิดาของการประชาสัมพันธ์สมัยใหม่ ได้ให้ความหมายของ การประชาสัมพันธ์ ว่าการดำเนินงานอะไรก็ตาม ได้มีการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนเผยแพร่ออกไปให้ประชาชนได้เข้าใจถึงการดำเนินงานให้ประชาชนมีส่วนร่วมด้วย ประชาชนจะให้การสนับสนุนผลงานนั้น

ความหมายของนักวิชาการ

เอ็ดเวิร์ด แอล เบอร์เนย์ (Edward L. Bernays) นักประชาสัมพันธ์ที่นำผลงานประชาสัมพันธ์เข้าสู่สถาบันการศึกษาในสหรัฐอเมริกาเมื่อปี ค.ศ.๑๙๒๓ แสดงความคิดเห็นว่า การประชาสัมพันธ์ มีความหมาย ๓ ประการ อ้างใน วิรัช ลภีรัตนกุล

๑. เผยแพร่ชี้แจงให้ประชาชนทราบ

๒. ชักชวนให้ประชาชนมีส่วนร่วมด้วย และเห็นด้วยกับวัตถุประสงค์และวิธีการดำเนินงานของสถาบัน

๓. ประสานความคิดเห็นของกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องให้เข้ากับจุดมุ่งหมายและวิธีการดำเนินงานของสถาบัน

อาจารย์สะอาด ตันสุภผล อ่างโนวิรัช ลภรัตน์กุล ให้คำจำกัดความว่า การประชาสัมพันธ์ คือ วิธีการของสถาบันอันมีแผนการและการกระทำที่ต่อเนื่องกัน ในอันที่จะสร้างหรือพึงให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชนเพื่อให้สถาบัน อันจะเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้น ๆ ดำเนินงานไปได้ผลดี สมความมุ่งหมาย โดยมีประชาคมติเป็นแนวบรรทัดฐานสำคัญด้วย จากคำจำกัดความดังกล่าว อธิบายได้ ดังนี้

สถาบัน (Institution on organization) คือ กิจการที่บุคคลหรือคณะบุคคลได้จัดทำขึ้น โดยประสงค์ที่จะดำเนินการใด ๆ ในสังคมให้ลุ่ล่งไปตามความปรารถนาของบุคคลหรือคณะบุคคลนั้น กิจการต่าง ๆ เช่น กิจการด้านการปกครอง สถาบันก็อาจมีรูปเป็นรัฐบาล กระทรวง ทบวง กรม และหน่วยราชการต่าง ๆ ถ้าเป็นกิจการด้านสังคมสงเคราะห์ ได้แก่ องค์กรสาธารณกุศลต่าง ๆ เช่น มูลนิธิ หรือสภาสงเคราะห์ ฯลฯ นอกจากนี้ยังมีกิจการด้านธุรกิจ เช่น บริษัท ห้างร้าน ธนาคาร รวมทั้งสถาบันการศึกษาด้วย เช่น มหาวิทยาลัย วิทยาลัย โรงเรียน หน่วยงาน และองค์กรสถาบันเหล่านี้ จะต้องดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายของสถาบันดังกล่าวข้างต้นจะต้องดำเนินงานถูกต้องตามกฎหมายมีระเบียบกฎเกณฑ์ข้อบังคับและเป็นสถาบันที่เกี่ยวข้องกับประชาชน

กลุ่มประชาชน (The Public) หมายถึง กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับสถาบัน กลุ่มประชาชนอาจแบ่งตามลักษณะต่าง ๆ เช่น ความสนใจ ระดับการศึกษา ความรู้ เพศ วัย ฐานะ และ รายได้ ฯลฯ กลุ่มของประชาชนจะเป็นกลุ่มใดนั้นขึ้นอยู่กับลักษณะและประเภทของสถาบันนั้น ๆ กลุ่มของประชาชน แบ่งเป็น ๒ ประเภทใหญ่ ๆ คือ

กลุ่มประชาชนภายนอก (External Public) ได้แก่ กลุ่มประชาชนภายนอกองค์กรหรือสถาบัน และสถาบันที่เกี่ยวข้อง เช่น ลูกค้า ประชาชน ผู้บริโภค ลูกหนี้ เจ้าหนี้ ฯลฯ

กลุ่มประชาชนภายใน (Internal Public) ได้แก่ กลุ่มประชาชนภายในองค์กร หรือสถาบัน เช่น เจ้าหน้าที่ขององค์กร กลุ่มพนักงาน

กลุ่มประชาชนดังกล่าวข้างต้น มีความสำคัญต่อสถาบันมาก เพราะมีอิทธิพลที่จะทำให้สถาบันเจริญก้าวหน้า ถ้ามีความร่วมมือและสนับสนุน ตรงกันข้าม ถ้าไม่ให้ความร่วมมือสถาบันก็ไม่ก้าวหน้าไปได้ ดังนั้นสถาบันจะต้องยึดหยุ่น เปลี่ยนแปลงให้เข้ากับกลุ่มประชาชนและสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เพื่อความเจริญรุ่งเรืองของกิจการ

ความสัมพันธ์อันดี (Good Relationship) ได้แก่ ความเกี่ยวข้องสัมพันธ์ระหว่างองค์กร สถาบันกับกลุ่มประชาชนของตน กิจการใด ๆ ของสถาบันที่ได้จัดทำขึ้น นับตั้งแต่เริ่มจัดตั้งสถาบัน จนกระทั่งได้ดำเนินงานใด ๆ ของสถาบันไป ควรจะให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนกล่าวคือ ทำให้กลุ่มประชาชนมีความนิยม เกิดความพึงพอใจความเข้าใจในนโยบาย และการดำเนินงานของสถาบัน รวมทั้งเต็มใจที่จะให้ความสนับสนุนร่วมมือด้วย การที่จะให้ดำเนินงานได้ผลดีเช่นนั้น องค์กรสถาบัน จำต้องศึกษาถึงสภาพของกลุ่มประชาชนตลอดจนความรู้สึกนึกคิดต่าง ๆ ที่ประชาชนมีต่อสถาบันและกิจการของสถาบัน สรุปแล้วก็คือ ทำให้เกิดความเข้าใจอันดี (Good Understanding) ซึ่งกันและกันนั่นเอง เมื่อเกิดความเข้าใจอันดี หรือความสัมพันธ์อันดีแล้ว โอกาสที่จะได้รับความร่วมมือสนับสนุนจากประชาชนก็จะเกิดขึ้น

ประชามติ (Public Opinion) คือความคิดเห็นของกลุ่มประชาชน ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่มีความสำคัญร่วมมือ ความรู้สึกนึกคิดของแต่ละบุคคลย่อมมีความเห็นต่อสิ่งเดียวกันหรือสถาบันแตกต่างกันหรือเหมือนกัน ดังนั้นสถาบันควรศึกษาความคิดเห็นของประชาชน สนใจหรือเห็นด้วยให้ความสนับสนุนหรือไม่สนับสนุน โดยการคัดค้านหรือมีปฏิริยาโต้ตอบ เมื่อสถาบันได้ศึกษาสภาพความคิดเห็นของประชาชนแล้ว ก็จะได้หาทางแก้ไขความขัดแย้ง หรือความเข้าใจผิดของประชาชนบางคนในกลุ่มให้หมดไป

๑.๒ วัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์สู่ความสำเร็จ

วัตถุประสงค์ทั่วไปของการประชาสัมพันธ์

๑. เพื่อสร้างความนิยมให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชน
๒. เพื่อปกป้อง และรักษาชื่อเสียงสถาบันมิให้เสื่อมเสีย
๓. เพื่อสร้างความสัมพันธ์ภายใน

วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ หน่วยงาน สถาบัน องค์กรต่างๆ

๑. เพื่ออธิบายถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน และประเภทของการดำเนินธุรกิจของหน่วยงานนั้นๆ ให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง
๒. เพื่ออธิบายให้ฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการ (management) ได้ทราบถึง ทศนคติ มติ หรือความรู้สึก นึกคิดของประชาชนที่มีต่อหน่วยงาน
๓. เพื่อคาดการณ์ล่วงหน้าและค้นหาจุดบกพร่องต่างๆ เพื่อป้องกันปัญหายุ่งยากที่เกิดขึ้นภายในหน่วยงาน
๔. เพื่อให้ประชาชนยอมรับ ซึ่งถ้าเป็นหน่วยงานธุรกิจภาคเอกชน เช่น บริษัทห้างร้าน เพื่อให้ลูกค้ายอมรับในบริษัทตน รวมทั้งยอมรับในผลิตภัณฑ์และบริการที่บริษัทจำหน่ายอยู่ ทั้งมีส่วนเพิ่มปริมาณการขายทางอ้อม
๕. เพื่อทำหน้าที่ขจัดปัญหาต่างๆ ภายในหน่วยงาน
๖. เพื่อแนะนำฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการให้สามารถดำเนินการได้อย่างถูกต้องเพื่อความเจริญก้าวหน้าและชื่อเสียงที่ดีของหน่วยงาน

วัตถุประสงค์และความมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์ในเชิงปฏิบัติ

๑. เพื่อดึงดูดความสนใจ
๒. เพื่อสร้างความเชื่อถือ
๓. เพื่อสร้างสรรค์ความเข้าใจ

ซึ่งทั้งสามประการนี้จะทำให้องค์กรสถาบันสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ นั่นคือประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความสนใจ เชื่อถือ และความเข้าใจให้แก่ประชาชนพร้อมทั้งโน้มน้าวชักจูงให้ประชาชนเห็นด้วยกับการกระทำขององค์กรสถาบัน

๑.๓ องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์ คุณสมบัติ/หน้าที่

หน่วยงาน องค์การสถาบัน

องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์ในอันดับแรกและสำคัญมากคือ ต้องมีหน่วยงาน องค์การ สถาบัน ซึ่งถ้าเปรียบเทียบกับประกอบของการสื่อสารก็คือ ผู้ส่งสาร (Sender) ภายในหน่วยงาน องค์การ สถาบัน มีปัจจัยที่สำคัญที่จะทำหน้าที่เป็นผู้เผยแพร่หรือเป็นผู้ส่งสาร คือนักประชาสัมพันธ์

ความหมายของคำว่า “นักประชาสัมพันธ์”

วิรัช ลภีรัตนกุล ได้ให้ความหมายของคำว่า นักประชาสัมพันธ์ “นักประชาสัมพันธ์ คือ บุคคล ผู้ดำเนินงานเพื่อสร้างสรรค์และธำรงไว้ ซึ่งความสัมพันธ์อันดีระหว่าง หน่วยงาน องค์การ สถาบันกับกลุ่มประชาชน”

คุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์

เอ็ดเวิร์ด แอล เบอร์เนย์ (Edward L. Bernays) อ่างในวิรัช ลภีรัตนกุล อธิบายถึงคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์

๑. ต้องเป็นผู้ที่มีนิสัยรักหรือชอบในอาชีพนี้
๒. ต้องเป็นคนที่มีความตั้งใจในการทำงานด้านนี้อย่างแน่วแน่
๓. ต้องเป็นผู้ที่มีความสุขุมรอบคอบ
๔. มีความอยากรู้อยากเห็นและกระตือรือร้นเสมอ
๕. มีความสามารถในการวิเคราะห์ปัญหาต่างๆ ได้เป็นอย่างดี

งานของนักประชาสัมพันธ์

สมาคมการประชาสัมพันธ์แห่งสหรัฐอเมริกา (PRSA) ได้จำแนกประเภทงานของนักประชาสัมพันธ์หรือผู้ที่ทำงานด้านนี้ไว้ดังนี้ คือ

๑. **งานด้านการเขียน (Writing)** นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีความรู้ความสามารถในด้านการเขียนเป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเขียนทางด้านการประชาสัมพันธ์ หรือการเขียนเพื่อประชาสัมพันธ์
๒. **งานบรรณาธิการ (Editing)** นักประชาสัมพันธ์ อาจต้องรับหน้าที่ในการผลิตสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ สำหรับเผยแพร่ประชาชนทั้งกลุ่มประชาชนภายในและภายนอกหน่วยงาน
๓. **งานการกำหนดตำแหน่งหน้าที่ (Placement)** นักประชาสัมพันธ์ จะต้องติดต่อกับสื่อมวลชนต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสารต่างๆ ฯลฯ นักประชาสัมพันธ์จะต้องทราบถึงตำแหน่งหน้าที่ต่างๆ ในการส่งข่าวหรือติดต่อกับสื่อมวลชนเหล่านี้

๔. งานด้านการส่งเสริม (Promotion) นักประชาสัมพันธ์จะต้องจัดงานต่างๆ เป็น งานเหตุการณ์พิเศษ (special events) งานนิทรรศการ งานฉลองครบรอบปี งานแสดงพิเศษต่างๆ งานเลี้ยงและแถลงข่าวแก่สื่อมวลชน งานเปิดสำนักงานหรือเปิดบริษัทใหม่

๕. งานด้านการพูด (Speaking) นักประชาสัมพันธ์จะต้องพร้อมเสมอที่จะพูดแถลงชี้แจงกับประชาชน เพื่อเป็นการติดต่อสื่อสารสร้างความเข้าใจ

๖. งานด้านการผลิต (Production) นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับการผลิตสื่อหรือเครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์บางประเภท เช่น การถ่ายภาพ โปสเตอร์ และจุลสาร

๗. งานด้านการวางโครงการ (Programming) นักประชาสัมพันธ์จะต้องรู้จักการวางโครงการประชาสัมพันธ์ตามที่ประสงค์ เพื่อให้สอดคล้องกับจุดหมายขององค์การ

๘. งานด้านการโฆษณาสถาบัน (institutional Advertising) นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับการใช้การโฆษณา เพื่อการประชาสัมพันธ์ (Public Relations Advertising) หรืออีกในหนึ่งก็คือ การโฆษณาเพื่อหวังผลทางด้านการประชาสัมพันธ์ ในด้านชื่อเสียง ศรัทธา และภาพลักษณ์ (Image) ของหน่วยงาน

หน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์

๑. ทำหน้าที่เป็นผู้รับฟังความคิดเห็น (Listener) นักประชาสัมพันธ์จะต้องการสำรวจวิจัยหรือรับฟังความรู้สึกนึกคิดและความต้องการของประชาชน เพื่อจะได้สามารถดำเนินการประชาสัมพันธ์ได้อย่างถูกต้อง และสอดคล้องกับประชาชาติ

๒. ทำหน้าที่เป็นผู้ให้คำแนะนำปรึกษา (Counselor) นักประชาสัมพันธ์จะต้องทำหน้าที่ให้คำปรึกษา แนะนำในด้านกิจการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ต่อฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการ (Management) ของหน่วยงาน เพื่อให้องค์การสถาบันกำหนดนโยบาย ให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน

๓. ทำหน้าที่เป็นผู้ติดต่อสื่อสาร (Communicator) นักประชาสัมพันธ์จะต้องทำหน้าที่เป็น “สื่อกลาง” หรือผู้ติดต่อสื่อสาร เพื่อเชื่อมโยงความเข้าใจ ให้แก่กลุ่มประชาชนทั้งภายในสถาบันและนอกองค์การสถาบัน

๔. ทำหน้าที่เป็นผู้ประเมินผล (Evaluator) นักประชาสัมพันธ์ต้องติดตาม ประเมินผลทุกครั้งที่ได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์ไปแล้วว่าได้ผลตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่

๑.๔ จรรยาบรรณของนักประชาสัมพันธ์

จรรยาบรรณ หรือจรรยาบรรณ กำหนดมาตรฐานวิชาชีพ การประชาสัมพันธ์ของสมาคมการประชาสัมพันธ์แห่งสหรัฐอเมริกา (CODE OF PROFESSIONAL STANDARDS FOR THE PRACTICE OF PUBLIC RELATIONS SOCIETY OF AMERICA) กล่าวไว้ดังนี้

๑. สมาชิกมีหน้าที่ประพฤติปฏิบัติตนในทางที่ซอธรรมต่อลูกค้าของตน หรือต่อนายจ้าง ไม่ว่าจะในอดีตหรือปัจจุบันต้องให้ความเป็นธรรมต่อเพื่อนสมาชิกด้วยกันและต่อประชาชนด้วย

๒. สมาชิกจะต้องดำเนินชีวิตในการประกอบวิชาชีพนี้ เพื่อประโยชน์สุขของประชาชนโดยส่วนรวม

๓. สมาชิกมีหน้าที่ยึดมั่นในมาตรฐานแห่งวิชาชีพนี้ ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปในการปฏิบัติงานอย่างถูกต้องแม่นยำ การยึดมั่นในสัจจะและการมีรสนิยมที่ดี

๔. สมาชิกจะต้องไม่ทำตนเป็นผู้ฝึกฝัฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ที่มีผลประโยชน์แข่งขันหรือขัดกันอยู่ โดยมิได้รับคำยินยอมจากคู่กรณีที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้สมาชิกยังมีบังคับตนเองเข้าไป อยู่ในฐานะหาประโยชน์ใส่ตน หรือใช้ตำแหน่ง หน้าที่ กระทำการอันเป็นการขัดกับภาระหน้าที่แล ความรับผิดชอบที่ตนมีอยู่กับลูกค้า นายจ้าง เพื่อนสมาชิก หรือประชาชนโดยมิได้ชี้แจงข้อเท็จจริงทั้งหลายอันเกี่ยวกับผลประโยชน์ของตนให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทราบ

๕. สมาชิกจะต้องประพฤติและปฏิบัติแต่สิ่งที่จะสร้างหรือธำรงไว้ซึ่งความมั่นใจให้แก่ลูกค้าหรือนายจ้างของตน ทั้งในอดีตและปัจจุบัน และจะต้องไม่รับรางวัลสินจ้างหรือรับจ้างทำงานซึ่งอาจมีผลทำให้ต้องเปิดเผยหรือความลับดังกล่าวมาเปิดเผยจนเป็นเหตุให้เกิดความเสียหายหรือเกิดอคติแก่ลูกค้าหรือนายจ้างของตน

๖. สมาชิกจะต้องไม่ปฏิบัติตนไปในทางที่ทุจริตต่อบุรณภาพ และช่องทางแห่งการติดต่อสื่อสารไปยังประชาชน

๗. สมาชิกจะต้องไม่จงใจที่จะเผยแพร่ข่าวสารที่ผิดพลาดหรือชี้แนะให้เกิดความเข้าใจผิดขึ้น และสมาชิกจะต้องระมัดระวังด้วยการหลีกเลี่ยงมิให้มีการเผยแพร่ข่าวสารที่ผิดพลาดจากความเป็นจริงหรือข่าวสารที่ชวนให้เกิดการเข้าใจผิดกันขึ้น

๘. สมาชิกจะต้องพร้อมที่จะระบุให้ประชาชนทราบว่าแหล่งที่มาของข่าวสารที่ตนเป็นผู้รับผิดชอบนั้นมาจากแหล่งใด ซึ่งหมายรวมถึงชื่อของผู้เป็นลูกค้าหรือนายจ้างที่เป็นผู้รับผิดชอบในการจัดหาข่าวสารนั้นๆ ให้ด้วย

๙. สมาชิกจะไม่ใช้บุคคลหรือองค์การที่ตนฝึกฝัมาปฏิบัติงานเป็นตัวแทน ในกิจการใดกิจการหนึ่งที่ตนได้ตั้งวัตถุประสงค์ไว้เป็นการแน่นอนแล้ว หรือปฏิบัติคล้ายกับว่าจะดำเนินการโดยอิสระไม่ฝักใฝ่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง แต่โดยแท้จริงแล้วกลับแสวงหาผลประโยชน์ส่วนตัวหรือประโยชน์อันไม่เปิดเผยของตนหรือลูกค้าหรือนายจ้างของตน

๑๐. สมาชิกจะไม่กระทำการใดๆ อันเป็นการจงใจที่จะทำให้ชื่อเสียงหรือการปฏิบัติงานของสมาชิกผู้อื่นเกิดความเสื่อมเสียหมอง แต่ถ้าหากปรากฏว่าสมาชิกมีหลักฐานว่าสมาชิกผู้อื่นเป็นผู้กระทำผิดกฎหมาย หรือปฏิบัติขัดต่อจรรยาบรรณหรือมีการกระทำอันไม่ชอบธรรม ซึ่งหมายรวมถึงการประพฤติละเมิดจรรยาบรรณนี้ สมาชิกมีหน้าที่จะต้องแจ้งให้เจ้าหน้าที่ของสมาคมทราบเพื่อให้ดำเนินการอันควรแก่กรณี

๑.๕ กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

ข้อมูลพร้อม กิจกรรมดี มีการประเมินผล

การรวบรวมข้อมูล (Fact – Finding)

การรวบรวมข้อมูลในการประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์จะต้องตั้งคำถาม ๔ ข้อดังนี้

(๑) หน่วยงาน องค์กร สถาบัน ประสบปัญหาอะไร

นักประชาสัมพันธ์จะต้องศึกษาข้อมูล ทั้งจากภายในและภายนอก หน่วยงาน องค์กรและสถาบันควรอาศัยหลักดังนี้

๑. นักประชาสัมพันธ์เฝ้าดูความเป็นไปในหน่วยงานด้านความสัมพันธ์และในสภาวะแวดล้อม ด้านสังคม การเมือง เศรษฐกิจ ในการเฝ้าดูควรจะทำให้ลักษณะ “ Radar Scanning ” คือคอยเฝ้าระวัง เหตุอยู่ตลอดเวลาทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทั้งในการเตรียมตัวแก้ปัญหา และเมื่อเวลาเกิดปัญหาขึ้นจะได้ สามารถแก้ปัญหาได้อย่างทันท่วงที

๒. นักประชาสัมพันธ์จะต้องสามารถตัดสินใจได้ว่า จะหาข้อมูลด้วยวิธีไหน จึงจะเหมาะสมกับ เนื้อหาในเรื่องอะไร ประเด็นปัญหาว่าอะไร

๓. รวบรวมข้อมูล

๔. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับหน่วยงาน เพื่อให้สามารถนำผลที่ได้ไปใช้กับหน่วยงานได้โดยตรง

๕. นำข้อมูลนั้นไปไว้ในมือของผู้ที่จะใช้โดยตรง

๖. ข้อมูลที่จะเก็บไว้ใช้ควรเก็บอย่างมีระบบ เพื่อให้สามารถนำกลับมาใช้ได้อีกเมื่อต้องการ

๗. มีระบบในการนำข้อมูลกลับมาใช้

๘. นำข้อมูลที่ได้มาเปรียบเทียบกับข้อมูลอื่น ถ้าสามารถทำได้

๙. นำข้อมูลที่ได้ไปเปรียบเทียบกับข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น

นอกจากข้อมูลที่ทำกรหาแล้วนักประชาสัมพันธ์ยังควรจัดทำแฟ้มข้อมูลซึ่งส่วนใหญ่ ประกอบด้วย

๑. ตัวเลขต่าง ๆ เกี่ยวกับหน่วยงานสถิติทุกชนิดที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงาน

๒. กฎระเบียบต่าง ๆ เกี่ยวกับหน่วยงาน

๓. สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ รวมทั้งสุนทรพจน์ที่หน่วยงานเผยแพร่ออกไป

๔. ภาพถ่ายขนาดต่าง ๆ ทั้งภาพสีและขาวดำ ภาพที่มีไว้ได้แก่ภาพเกี่ยวกับอาคารของหน่วยงาน อุปกรณ์ที่ผลิต หรือผลงาน กิจกรรมที่ผ่านมา

๕. ประวัติและภาพผู้บริหารคนสำคัญ

๖. เอกสาร หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ฯลฯ ที่หน่วยงานได้จัดทำขึ้น

๗. รายงานการเคลื่อนไหว ที่เกี่ยวข้องกัองค์กรจากสื่อมวลชนต่าง ๆ

๘. หนังสืออ้างอิงที่จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงาน

๙. รายชื่อคนที่สนใจในหน่วยงานของเรา

๑๐. รายชื่อองค์กรที่น่าสนใจ

๑๑. รายชื่อหน่วยงานราชการต่าง ๆ และข้าราชการที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับหน่วยงาน

๑๒. รายชื่อบุคคลในวงการสื่อสารมวลชน ทั้งที่เป็นบรรณาธิการ นักข่าวและนักวิจารณ์ทั่วไป

๑๓. ข่าวสารเกี่ยวกับบุคคลและสถาบันที่มีความเห็นเป็นปฏิบัติหน่วยงาน

(๒) จำนวนและแหล่งที่มา ของทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กร มีอะไรบ้าง และทรัพยากรอะไรเอื้อต่อการทำงานอะไร

(๓) กำหนดเวลา นักประชาสัมพันธ์ต้องคำนึงถึงปัจจัยด้านเวลา ว่าเรามีเวลามากน้อยแค่ไหน เรายังมีความสำคัญมากในการวางแผน เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของหน่วยงานในระยะสั้นและระยะยาว

(๔) จัดระบบ ปัญหาทั้งในหน่วยงานและปัญหาภายนอกที่อาจมีต่อหน่วยงานอย่างไร ทั้งนี้เพื่อนำมาเป็นองค์ประกอบในการวางแผนเป็นข้อมูลในการตัดสินใจ เพื่อดำเนินงาน และใช้เทคนิคทางด้านประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพที่สุด นำมาใช้ในการวางแผน และดำเนินงาน

กิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์

วัตถุประสงค์ของการจัดทำกิจกรรมพิเศษ

๑. เพื่อกระตุ้นและเรียกร้องความสนใจจากประชาชน
 ๒. เพื่อให้ประชาชนได้รับความรู้ ความเข้าใจในสิ่งต่าง ๆ ที่เราต้องการให้ทราบ
 ๓. เพื่อเพิ่มพูนและ ส่งเสริมบทบาทของหน่วยงาน องค์กร สถาบัน
 ๔. เพื่อสร้างความสัมพันธ์ส่วนบุคคล
 ๕. เพื่อเผยแพร่เกียรติคุณ และให้เป็นที่ยอมรับของประชาชน
 ๖. เพื่อตอบสนองความพอใจ และความต้องการของประชาชนที่อยากจะมีส่วนร่วมด้วย
- ในกิจกรรมต่าง ๆ ที่หน่วยงาน องค์กร สถาบันจัดขึ้น
๗. เพื่อสร้างชื่อเสียง และความนิยมในหมู่ประชาชน
 ๘. เพื่อเผยแพร่ บอกกล่าวถึงความเจริญ และการพัฒนาของหน่วยงาน องค์กร สถาบัน
- ให้สาธารณชนได้ทราบ

การจัดเตรียมงานกิจกรรมพิเศษ

๑. การตั้งชื่องาน (Naming the event)
๒. การเลือกวันจัดงาน (Choosing the Date)
๓. แขกที่รับเชิญ (The Guests)
๔. การจัดการรับส่งและสถานที่จอดรถ (Transportation and Parking)
๕. การต้อนรับ (Reception)
๖. การเตรียมพาเที่ยวภายในบริเวณงาน (Tour Preparation)
๗. เครื่องดื่มและของที่ระลึก(Refreshments and Souvenirs)
๘. การเตรียมการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้า (Pre-Event publicity)
๙. ความร่วมมือจากชุมชน (Co-operation of the Community)

การประเมินผล

๑. การตอบรับเชิงดู
๒. บรรยากาศในงาน
๓. ผู้รับเชิงดูเข้าร่วมกิจกรรม
๔. ความพึงพอใจของผู้มาร่วมงาน
๕. สอบถามข้อเสนอแนะจากผู้ร่วมงาน
๖. รวบรวมปัญหา และอุปสรรค
๗. สรุป เป็นแนวทางการจัดงานครั้งต่อไป

๑.๖ นักประชาสัมพันธ์มืออาชีพ

๑) นักประชาสัมพันธ์กับกลไกสร้างคุณภาพงาน

ในสภาวะปัจจุบันหน่วยงานทุกหน่วยงานต่างตระหนักถึง “คุณภาพ” เป็นสิ่งสำคัญ ทั้งคุณภาพในผลผลิต คุณภาพในสินค้า คุณภาพทางการบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในภาคธุรกิจเอกชน พยายามบริหารธุรกิจเพื่อบรรลุผลชัยชนะ ซึ่งหมายถึงการครองส่วนแบ่งการตลาด หรือเป็นเจ้าของ ผู้บริโภค หรือผู้ ใช้บริการให้มากที่สุด ยิ่งนับวันจะรุนแรงยิ่งขึ้น ที่สำคัญที่จะทำให้หน่วยงานหรือธุรกิจ ประสบผลสำเร็จต้องมีปัจจัยดังนี้

๑. มีเทคนิคและวิธีการทำงานที่ล้ำยุค
๒. มีบุคลากรที่มีคุณภาพ
๓. มีจิตสำนึกการเป็นเจ้าของกิจการร่วมกัน
๔. มีบริการที่เยี่ยมยอด

ปัจจัยดังกล่าวข้างต้นมีความสำคัญมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการมีบุคลากรที่มีคุณภาพนั้นสามารถ จะทำให้มีปัจจัยอื่น ๆ ตามมาได้ ดังนั้นแนวคิดการพัฒนาคนในหน่วยงานให้มีคุณภาพหรือมืออาชีพจึง เกิดขึ้น ทั้งนี้หน่วยงานต่างตระหนักและเห็นความสำคัญ ที่จะปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ ในการดำเนินงาน ที่มุ่งเน้นให้กิจการก้าวล้ำสู่แนวหน้า และสามารถธำรงรักษาความสำเร็จได้อย่างยาวนาน ประกอบกับ แนวความคิดใหม่ ๆ ในการทำงานร่วมกัน และคุณภาพที่ดีเยี่ยมของบุคลากรสามารถสร้างสรรค์ ความสำเร็จให้เกิดขึ้นได้ การพัฒนาบุคลากรทุกระดับสู่บุคลากรที่ดีกว่า หรือ มืออาชีพ และกระทำ อย่างต่อเนื่องเป็นระบบ จะทำให้องค์การก้าวไกลอยู่เหนือคู่แข่ง และนำไปสู่ ความเป็นเลิศได้เพราะ “คนคือทรัพยากรที่มีคุณค่ายิ่งของการพัฒนา”

“**นักประชาสัมพันธ์มืออาชีพ**” ซึ่งหมายถึงบุคลากรที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์โดยมีคุณลักษณะ พิเศษ ดังนี้

๑. มีความรู้ความสามารถในปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดีเยี่ยม
๒. มีความสามารถทำงานร่วมกับบุคคลอื่นในทีมงาน หรือกลุ่มเป้าหมายอย่างดีเลิศ
๓. มีการบริหารหรือการจัดการงานอย่างเป็นระบบ
๔. มีคุณธรรมประจำใจในการปฏิบัติงาน

๕. เป็นคนเก่ง กล่าวคือ เก่งคน เก่งงาน เก่งคิด เก่งเรียน และการเป็นคนดี คุณลักษณะดังกล่าวข้างต้นจะให้นักประชาสัมพันธ์ เป็นนักประชาสัมพันธ์ที่ดีกว่า หรือเป็นนักประชาสัมพันธ์มืออาชีพได้แล้ว ยังส่งผลติดตามมาอีก ๕ ด้านคือ

๑. ผู้ทำหน้าที่นักประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์สามารถพัฒนาตนเองเป็น “มืออาชีพ”

จากการปรับปรุงตนเอง ใช้เทคนิควิธีการคิด การทำงานอย่างมีระบบแบบแผน มุ่งมั่นทำงานให้สำเร็จ ก็จะทำให้เกิดคุณค่าในตัวนักประชาสัมพันธ์ เป็นที่ต้องการของหน่วยงาน มีผู้ให้ความร่วมมือให้ความสำคัญ แต่หากนักประชาสัมพันธ์ขาดความรู้ ขาดความตั้งใจทำงาน ไม่ยอมทำงานด้วยตนเอง คุณค่าในตัวนักประชาสัมพันธ์จะด้อย และไม่ได้รับการยอมรับ ในกลุ่มผู้ร่วมงาน หรือภายในหน่วยงาน ดังนั้น การเป็นนักประชาสัมพันธ์ที่ดีกว่าจะเกิดประโยชน์ต่อตัวนักประชาสัมพันธ์เอง

๒. การทำงานในหน้าที่ การที่นักประชาสัมพันธ์ เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถระดับมืออาชีพ จะทำให้ผลงาน ในหน้าที่รับผิดชอบของนักประชาสัมพันธ์นั้นดีตามมาด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานด้านประชาสัมพันธ์ย่อมเป็นที่คาดหวังของฝ่ายบริหารในอันที่จะเป็นเครื่องมือทางการบริหาร หากงานด้านการประชาสัมพันธ์ออกมาดี ย่อมส่งผลต่อทุก ๆ ด้านในหน่วยงาน

๓. ผู้บริหาร ในเมื่อนักประชาสัมพันธ์ทำงานในหน้าที่ด้วยความเรียบร้อย บรรลุเป้าหมาย การบริหารงานในองค์กรก็ราบรื่นไม่ติดขัด หรือสะดุดหยุดลง เพราะการประชาสัมพันธ์ที่ดำเนินงานโดยผู้ที่ไม่เข้าใจงานอย่างแท้จริง ก็จะทำให้ลดตัวแปรไปด้านหนึ่งผู้บริหารหมดความกังวลใจ และสามารถทุ่มเวลาในการทำงานบริหารในทางด้านอื่น ๆ ได้

๔. หน่วยงาน การมีพนักงานหรือบุคลากรที่มีคุณภาพถึงขั้นมืออาชีพนั้น นับว่าเป็นสิ่งที่หน่วยงานต้องการ ทั้งในด้านผลงาน และเป็นภาพลักษณ์ของหน่วยงาน ในการทำศึกสงครามมักกล่าวกันว่า “การมีทหารฝีมือดีหนึ่งคน ย่อมดีกว่าทหารเลวหลายสิบคน”

๕. ด้านวิชาชีพ การที่มีนักประชาสัมพันธ์ที่มีคุณภาพระดับ “มืออาชีพ” ย่อมส่งผลต่อผู้ปฏิบัติงานในวิชาชีพนี้โดยรวม ทำให้วิชาชีพด้านนี้ได้รับการยอมรับและมีความสำคัญมากขึ้น

๒) คุณสมบัติพื้นฐานของนักประชาสัมพันธ์

นักประชาสัมพันธ์ จะต้องพร้อมยอมรับกับสิ่งที่เกิดขึ้น จะเห็นอยู่เสมอในพิธีการต่างๆหากเกิดความผิดพลาดผู้รับผิดชอบคือนักประชาสัมพันธ์ แต่ถ้านงานสำเร็จทุกฝ่ายมีความพอใจ ผู้ปฏิบัติงานอื่นจะได้รับการชื่นชม ฉะนั้นผู้ที่ทำหน้าที่ เป็นนักประชาสัมพันธ์ จะต้องคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้

๑. เป็นงานที่ต้องเริ่มจากความรัก
๒. เป็นงานที่ต้องอาศัยความร่วมมือ
๓. เป็นงานที่ทำอย่างต่อเนื่องไม่มีวันจบสิ้น
๔. เป็นงานที่ต้องได้รับการยอมรับจากทุกฝ่าย
๕. เป็นงานที่ใช้การสื่อสารสองทาง
๖. เป็นงานที่ต้องทำความเข้าใจกับกลุ่มเป้าหมายและสิ่งแวดล้อม
๗. เป็นงานที่เป็นเครื่องมือทางการบริหารและการจัดการขององค์กร
๘. เป็นงานที่ต้องทำทั้งเชิงรุก เชิงรับ
๙. เป็นงานที่สร้างภาพลักษณ์

๑๐. เป็นงานที่ต้องใช้เวลากว่าจะเกิดผล

จากลักษณะงานดังกล่าว ผู้ที่ทำหน้าที่ นักประชาสัมพันธ์ จะต้องมีความสมบัติพื้นฐานดังนี้

๑. มีใจรักงานประชาสัมพันธ์ การทำอะไรก็ตามถ้าเริ่มจากใจรักก็จะมีแรงจูงใจภายใน เพื่อผลักดันความสำเร็จต่าง ๆ ในงานได้งานด้านการประชาสัมพันธ์จะเกี่ยวข้องกับหลาย ๆ ด้าน ดังนั้น ผู้ที่สนใจงานด้านนี้จะต้องสำรวจตัวเองว่ารักงานเหล่านี้หรือไม่ หรือ ลองทดสอบ

ตอบคำถามเหล่านี้ดูว่า ท่านเหมาะสมเพียงใด

- ๑.๑ ชอบติดต่อพบปะกับบุคคลอื่น
- ๑.๒ ชอบการอธิบาย การพูดเพื่อสร้างความเข้าใจกับบุคคลอื่น
- ๑.๓ ชอบคิดหลาย ๆ ด้านหลาย ๆ ทางไม่ยอมแพ้ในการคิด
- ๑.๔ ชอบทำงานงานหนักอย่างต่อเนื่อง
- ๑.๕ ชอบงานขอความร่วมมือกับบุคคลอื่น
- ๑.๖ ชอบหรือเต็มใจรับคำติชม หรือวิพากษ์วิจารณ์
- ๑.๗ ชอบบริการบุคคลอื่น
- ๑.๘ ชอบแสดงความคิดเห็น และรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น
- ๑.๙ ชอบทำงานเพื่อคนอื่นมิใช่ตัวเอง

๑.๑๐ ชอบวิเคราะห์หาเหตุผลในการแก้ปัญหาหากตอบว่าใช่เกินกว่า ๗ ข้อ แสดงว่าความรักความชอบ ในงานด้านนี้พอเป็นพื้นฐานในการก้าวสู่วิชาชีพนี้ได้

๒. มีความรอบรู้ และลุ่มลึก หากมีแต่ใจรัก คือ แรงผลักดันเต็มเปี่ยมแต่ปราศจากความรู้ในงานด้านนี้อาจจะกล่าวได้ว่า “ไปไม่ถึงดวงดาว” หรือ “หาความสำเร็จได้ยาก” เพราะความรู้ เป็นสิ่งที่นักประชาสัมพันธ์จะต้องดักตวงมาเป็นข้อมูลให้มากที่สุด เพราะกลุ่มเป้าหมายต่างคาดหวังว่านักประชาสัมพันธ์น่าจะรู้ดีในเรื่องต่าง ๆ การรอบรู้นั้น หมายความว่า นักประชาสัมพันธ์จะต้องเปิดหูเปิดตาเปิดประสาทสัมผัสต่าง ๆ ดูดซับข้อมูล ความรอบรู้จะต้องเป็นความรู้ที่เกี่ยวเนื่องในงานที่ทำ เช่น เป็นนักประชาสัมพันธ์ของธนาคาร จะต้องมีความรอบรู้ในเรื่องธุรกิจการเงิน หุ่น การลงทุน ความเปลี่ยนแปลงของตลาดการเงิน

ในปัจจุบันข่าวสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งนักประชาสัมพันธ์จะต้องแสวงหาข้อมูลเหล่านี้ ไว้ อาจกล่าวได้ว่า “การรอบรู้” ของนักประชาสัมพันธ์นั้นคือ “รู้บางเรื่องในทุก ๆ สิ่ง” คือ รู้ไม่ลึก นอกจากรอบรู้แล้ว “ลุ่มลึก” ยังเป็นสิ่งที่นักประชาสัมพันธ์จะต้องรู้ลึกอย่างละเอียดมาก กล่าวคือนักประชาสัมพันธ์จะต้อง “รู้ทุก ๆ สิ่งในบางเรื่อง” เรื่องที่น้ำจะรู้ลึกคืองานที่รับผิดชอบ ภาระหน้าที่ของตัวเอง และความเป็นไป ความเคลื่อนไหวของหน่วยงานของตัวเอง นักประชาสัมพันธ์จะต้องลุ่มลึกในเรื่องการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ เพื่อนำการสื่อสารมาเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์

มาถึงตรงนี้สำรวจตัวเองหรือยังว่า "รอบรู้ และลุ่มลึกขนาดไหน" หากยังไม่มากพอ ในส่วนนี้พอที่จะเติมให้เพิ่มขึ้นได้ด้วยการศึกษาค้นคว้าฝึกอบรมหรือแสวงหาความรู้ด้วยวิธีการอื่น ๆ ที่ทำให้ส่วนนี้มีความสมบูรณ์ที่สุด และอย่าถือค้ำกล่าวที่ว่า “ความรู้สามารถเรียนทันกันหมด เพียงแต่ขอเวลาเท่านั้น” หากยึดถือวิธีการนี้ท่านก็จะไปไม่ทัน หรือคนอื่นเขาแซงหน้าท่านไปหมดแล้ว เริ่มตั้งแต่บัดนี้ ในการเติม “ความรู้รอบรู้และลุ่มลึก” ให้กับตัวท่านเอง

๓. มีความสามารถในการถ่ายทอด นักประชาสัมพันธ์มืออาชีพจะต้องมีความสามารถสูง ในด้านนี้ ทั้งถ่ายทอดด้วยการพูด การเขียน ผ่านสื่ออื่น ๆ รวมทั้งภาษาท่าทางต่าง ๆ ในการสื่อความหมายให้ บุคคลอื่นได้เข้าใจ เมื่อมีใจรัก มีความรอบรู้และลุ่มลึกแล้ว จะไม่มีประโยชน์ใด ๆ ถ้าหากนักประชาสัมพันธ์ไม่สามารถถ่ายทอดในสิ่งที่ตัวเองรู้ ตัวเองคิด หรือสิ่งที่คนอื่นรู้และคนอื่นคิดได้ แทบทุกคนต่างคาดหวังในตัวนักประชาสัมพันธ์ว่า เป็นนักถ่ายทอด การเป็นนักถ่ายทอดที่ดีนั้นจะต้องมีพื้นฐานจากการมีความรู้ การจัดลำดับความคิด การเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย เข้าใจสิ่งแวดล้อมรู้วิธีการใช้สื่อต่าง ๆ ที่จะก่อให้เกิดการสื่อความหมายที่ดี

๔. มีความคิดสร้างสรรค์ ในการทำงานแทบจะทุกหน้าที่ถ้าขึ้นชื่อว่าเป็น “พนักงานระดับมืออาชีพ” แน่แน่นอนที่สุดผู้ที่เป็มืออาชีพนั้น จะต้องเป็นบุคคลที่คิดพัฒนาวิธีการทำงาน ระบบงาน เนื่องงานที่รับผิดชอบอยู่ตลอดเวลา ในงานประชาสัมพันธ์ยังมีความสำคัญกว่า ในการมีความคิดสร้างสรรค์เพราะพฤติกรรมบริโภคข่าวสารของคนเรานั้นมีปัจจัยหลาย ๆ ด้านมาเป็นอุปสรรคทำให้ข่าวสารทางด้านประชาสัมพันธ์อาจจะไม่บรรลุผล นักประชาสัมพันธ์จะต้องพัฒนาความคิดใหม่ ๆ นำกลยุทธ์ ยุทธวิธี แปลก ๆ ใหม่มาปรับเปลี่ยนในการประชาสัมพันธ์ ซึ่งอาจจะเปรียบได้เหมือนพ่อครัวที่ต้องคิดสูตรทำอาหารใหม่ๆ เพื่อมิให้ผู้บริโภคอาหารจำเจและปฏิเสธ การประชาสัมพันธ์ ก็เช่นเดียวกัน ความคิดสร้างสรรค์ จะทำให้งานประชาสัมพันธ์พัฒนาสำเร็จ ทำให้นักประชาสัมพันธ์ไม่จำเจ กับกรอบเดิม ๆ วิธีเดิม ๆ รวมทั้งการติดยึดกับบางอย่างจนหนีออกนอกกรอบไม่ได้ การตีตันทางความคิดจะเกิดขึ้นได้ หากไม่มีการพัฒนาการใช้สมองส่วนหน้าในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ การใช้ความคิดบ่อย ๆ จะทำให้สมองมีความคิดที่สร้างสรรค์

๕. มีภาวะผู้นำ ในการทำงานด้านประชาสัมพันธ์ จะต้องทำหน้าที่ในการนำความคิด หรือ ขยายความคิดข่าวสารของหน่วยงานต่อกลุ่มเป้าหมาย ไม่ว่าจะเป็นการประชาสัมพันธ์ภายในหน่วยงาน หรือการประชาสัมพันธ์ภายนอก นักประชาสัมพันธ์ที่มีภาวะผู้นำ (Leadership) จะสามารถสร้างความน่าเชื่อถือไว้วางใจจากกลุ่มเป้าหมายมาก ซึ่งมีผลต่อการสื่อสาร เพื่อการประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้การมีภาวะผู้นำ จะเป็นแบบอย่างที่ดีของหน่วยงาน เมื่อใครมาพบเห็นอาจจะกล่าวหรือเข้าใจได้ว่า “นี่ขนาดนักประชาสัมพันธ์ยังมีภาวะความเป็นผู้นำขนาดนี้แล้ว ถ้าเป็นผู้บริหารของหน่วยงาน หรือ บุคลากรอื่น ๆ ก็คงมีความเป็นผู้นำด้วยเช่นเดียวกัน” นี่คือนิสัยสะท้อนต่อภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่ส่งผ่าน โดยนักประชาสัมพันธ์ได้ตลอดเวลา

๖. มีบุคลิกภาพดี การประชาสัมพันธ์จะต้องสร้างสิ่งต่าง ๆ ให้เกิดขึ้นโดยคำนึงถึงความเข้าใจอันดีระหว่างกัน ผู้ที่ทำหน้าที่ที่เรียกกันว่า “นักประชาสัมพันธ์” หรือเป็น “ทูต” ความสัมพันธ์จะต้องสามารถสร้างความประทับใจให้แก่ผู้ติดต่อสัมพันธ์ด้วย ดังนั้น นักประชาสัมพันธ์จะต้องเป็นบุคคลที่มีบุคลิกภาพดีทั้งทางกายภาพทางจิตภาพและทางสังคม

๗. มีคุณธรรมและจริยธรรม การทำงานด้านประชาสัมพันธ์ สิ่งสำคัญที่ยึดถือคือ "ความ โปร่งใส" กล่าวคือ ให้ข้อมูล ข้อเท็จจริง ไม่ใส่สีตีหมกลิ่นต่าง ๆ ให้บิดเบือน การทำงานที่ปราศ จากความคิด อคติ กับฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง หรือ โอนเออนไปในทางที่จะเป็นเครื่องมือของกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งของหน่วยงาน ย่อมนำไปสู่การนำวิชาชีพด้านนี้ไปใช้ในแนวทางที่ไม่ถูกต้อง นักประชาสัมพันธ์จะต้องยึดถือ ประโยชน์ที่เกิดขึ้นกับหน่วยงานเป็นสำคัญ และพึงหลีกเลี่ยงในการทำประชาสัมพันธ์เพื่อใครคนใดคนหนึ่ง หรือ

ประชาสัมพันธ์ตัวเอง หากนักประชาสัมพันธ์ทำงานดีย่อมเป็นที่ประจักษ์ และประชาสัมพันธ์ตัวเองอย่างหลีกเลียงไปไม่ได้อยู่แล้ว ดังนั้น การมีคุณธรรม และ จริยธรรมในวิชาชีพนี้จะช่วยให้การประชาสัมพันธ์ เป็นเครื่องมือนำไปสู่การทำงานการบริหารงานที่ถูกต้องได้ “ไม่มีงานประชาสัมพันธ์ชิ้นใด ที่สำเร็จได้ โดยไม่มีความสัมพันธ์กับคนอื่น”

บทที่ ๒

หลักการเขียนข่าว

๒.๑ ความหมายของข่าว

คือ การรายงานข้อเท็จจริงของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ตลอดจนความคิดเห็นของบุคคลสำคัญ ซึ่งเป็นเรื่องราวที่น่าสนใจ ซึ่งประชาชนให้ความสำคัญและสนใจ รวมทั้งมีผลกระทบต่อผู้คนจำนวนมาก

๒.๒ องค์ประกอบของข่าว

องค์ประกอบของข่าว ต้องตอบคำถามพื้นฐาน ๖ ข้อให้ได้

๑. ใคร (Who) เป็นคำถามเกี่ยวกับบุคคล เช่น ใครทำอะไร ใครคือบุคคลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับข่าว
๒. ทำอะไร (What) เกิดอะไรขึ้น การกระทำหรือเหตุการณ์ใดของข่าวที่เป็นเรื่องราวและเหตุการณ์ที่สำคัญ
๓. ที่ไหน (Where) การกระทำหรือเหตุการณ์นั้นๆเกิดขึ้นที่ไหน
๔. เมื่อไร (When) การกระทำหรือเหตุการณ์นั้นๆเกิดขึ้นวันเวลาใด
๕. ทำไม (Why) ทำไมถึงต้องทำ
๖. อย่างไร (How) เรื่องราวหรือเหตุการณ์เกิดขึ้นได้อย่างไร

๒.๓ คุณสมบัติของข่าว

ในการพิจารณาคัดเลือกข่าว นอกจากจะต้องพิจารณาเรื่ององค์ประกอบของข่าวแล้ว ยังต้องพิจารณาด้านคุณภาพ คือ ถูกต้องครบถ้วน มีความสมดุลและเป็นธรรม มีความเที่ยงตรง (Objectivity) เข้าใจง่าย กะทัดรัด และชัดเจน ใหม่ สด ทันต่อเหตุการณ์ ข่าวต้องมี ๕W ๑H ได้แก่ Who What Where When Why และ How เพื่ออธิบายว่าใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อใด ทำไมจึงเกิดเหตุการณ์นั้นขึ้น และเหตุการณ์นั้นเกิดขึ้นอย่างไร

๒.๔ ประเภทของข่าว

การแบ่งประเภทของข่าวสามารถพิจารณาได้หลายแง่มุมด้วยกัน ได้แก่

๑. ประเภทของข่าวซึ่งพิจารณาในแง่ระดับข่าว ซึ่งแบ่งเป็น “ข่าวหนัก” ซึ่งเน้นเนื้อหาสาระ ความรู้มากกว่าความบันเทิง และ “ข่าวเบา” ซึ่งเน้นความบันเทิง หรือผลต่ออารมณ์ความรู้สึกของผู้อ่านเป็นหลัก
๒. ประเภทของข่าวซึ่งพิจารณาในแง่ระดับความรู้สึกตอบสนองของผู้อ่านได้แก่ ข่าวที่ผู้อ่านรู้สึกตอบสนองได้ทันที แต่เป็นการตอบสนองในระยะสั้นๆ ได้แก่ ข่าวนันทนาการ อาชญากรรม อุบัติเหตุ และข่าวที่ผู้อ่านรู้สึกตอบสนองช้า เพราะต้องใช้ความคิดพิจารณา ได้แก่ ข่าวการเมือง เศรษฐกิจ การศึกษา

๓. ประเภทของข่าวซึ่งพิจารณาจากวิธีการนำเสนอข่าว ซึ่งแบ่งเป็น ข่าวที่เสนอโดยเน้นเหตุการณ์ คือ เสนอเฉพาะข้อเท็จจริง และข่าวที่เสนอโดยเน้นที่กระบวนการเกี่ยวเนื่องของข่าว คือเน้นการอธิบาย ตีความ ใช้ลีลาการเขียนแบบสารคดี เพื่อให้รายละเอียดที่เร้าใจ ดึงดูดความสนใจผู้อ่าน

๒.๕ โครงสร้างของข่าวและการใช้ภาษา

ข่าวประกอบด้วยส่วนสำคัญ ๔ ส่วน มีลักษณะการใช้ภาษาดังนี้คือ

๑. พาดหัวข่าว (Headline) คือการนำประเด็นสำคัญของข่าวมาพาดหัวหนังสือพิมพ์ เพื่อให้ผู้อ่านทราบว่าเป็นเรื่องอะไรขึ้นบ้าง โดยใช้ตัวอักษรตัวใหญ่กว่าธรรมดา ใช้เพื่อข้อความสั้นๆ แต่สามารถเสนอสาระสำคัญให้แก่ผู้อ่านได้พิจารณาเลือกอ่านรายละเอียดข่าวที่ตนสนใจได้ ทั้งยังสามารถบอกภาพลักษณ์ของหนังสือพิมพ์ฉบับนั้นๆ ด้วย การพาดหัวข่าวจะต้องใช้ทักษะ การเลือกถ้อยคำภาษาอย่างมาก เพราะต้องดึงดูดความสนใจและกระทบต่อความรู้สึกของผู้อ่านไปพร้อมๆ กับการใช้ถ้อยคำที่สั้นที่สุดให้สามารถอธิบายเนื้อความข่าวได้มากที่สุด โดยอาจใช้คำที่รุนแรง คำแสดง ภาษาเฉพาะกลุ่ม ใช้สำนวน หรือเครื่องหมายวรรคตอนต่างๆ เช่น “ปรับกรม.และ” “แห่งองพระรุ่นสร้างเขต” เป็นต้น

๒. ความนำข่าว (Leads) หรือวรรคหน้า คือสาระสำคัญของเนื้อหาข่าวที่เขียนโดยย่อเพื่อสร้างความเข้าใจทั่วไป แก่ผู้อ่าน ภาษาที่ใช้ในการเขียนความนำข่าวต้องเขียนด้วยข้อความที่กระชับรัดกุม เลือกสรรคำ โดยเฉพาะคำกริยา วิเศษณ์ ที่ทำให้เห็นภาพ แผงอารมณ์ ความรู้สึก ใช้คำสั้นๆ คล้ายกับพาดหัวข่าว

๓. ส่วนเชื่อมความนำข่าวกับเนื้อเรื่อง (Neck) เป็นข้อความสั้นๆ ที่เชื่อมระหว่างความนำข่าว กับเนื้อเรื่อง เพื่อให้การเขียนข่าวนั้นเชื่อมโยงอย่างต่อเนื่อง อาจจะมีหรือไม่มีก็ได้

๔. เนื้อเรื่องหรือเนื้อข่าว (Body) คือส่วนที่อธิบายหรือขยายรายละเอียดของส่วนประกอบอื่น ๆ ข้างต้น เพื่อให้ผู้อ่านทราบเรื่องราวและเข้าใจลำดับความสำคัญของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างชัดเจน

๒.๖ รูปแบบการเขียนข่าว

การเขียนข่าวโดยทั่วไป ไม่ว่าจะข่าวหนังสือพิมพ์ ข่าว ข่าววิทยุโทรทัศน์ มี ๓ รูปแบบดังนี้

๑. แบบพีรามิดหัวกลับ (inverted Pyramid) ประกอบด้วย วรรคหน้า ส่วนเชื่อม และส่วนของเนื้อเรื่อง เรียงตามลำดับความสำคัญ เป็นการเขียนข่าว โดยเริ่มด้วยความนำที่เป็นประเด็นสำคัญของเรื่อง และส่วนเชื่อมที่โยงความสัมพันธ์ระหว่างความนำกับเนื้อหา ที่มีความสำคัญรองลงมา

๒. แบบพีระมิดหัวตั้ง (Upright Pyramid) ไม่ค่อยนิยมใช้ในปัจจุบัน ผู้เขียนข่าวจะเรียงลำดับข้อมูลที่มีความสำคัญจากน้อยไปหามากที่สุด (climax) เพื่อให้ผู้อ่านกระหายใคร่รู้ ซึ่งไม่ใช่ประเด็นที่มีความสำคัญมากนัก แล้วค่อยๆ เพิ่มประเด็นที่สำคัญเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จนกระทั่งถึงประเด็นสำคัญที่สุด ความนำ เนื้อเรื่องข่าว climax

๓. แบบสี่เหลี่ยมผืนผ้าทรงยี่น แบบผสม (Combination) มักใช้เขียนข่าวที่ไม่ค่อยสำคัญ ข่าวสั้นๆ เริ่มจากส่วนเชื่อม หรือจากเนื้อเรื่องข่าว หลังจากพาดหัวข่าวแล้ว ไม่มีความนำ ความสำคัญของข่าวมีความเท่าเทียมกันตั้งแต่ต้นจนจบ พาดหัวข่าว ส่วนเชื่อม เนื้อเรื่องข่าวมักจะเขียนแบบเสนอข้อเท็จจริง เนื้อเรื่องข่าว หรือแบบเป็นคำพูด

การเขียนข่าวไม่ว่าจะเป็นรูปแบบใดก็ตาม จะต้องคำนึงถึงโครงสร้างของการเขียนข่าว ซึ่งประกอบด้วย ๓ ส่วนสำคัญ คือ **ความนำ** หรือ **วรรคนำ(Lead)** ส่วน**เชื่อม** หรือ **ความเชื่อม (Neck,Bridge)** และ**เนื้อข่าว** หรือ **เนื้อเรื่อง**

การเขียนความนำโดยทั่วไปแบ่งเป็น ๖ ประเภท ซึ่งสามารถนำเหตุการณ์ทั้ง ๖ ประเภทนี้เป็นประเด็นจั่วหัวหรือความนำได้ เช่น

๑. ความนำ “ใคร” (Who Lead) คือความนำซึ่งบุคคลหรือนิติบุคคลมีคุณค่าในข่าว ในด้านความมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป หรืออาจมีอาชีพ เพศ อายุ และคุณลักษณะอื่นๆ ที่มีความเด่น ดัง ตัวอย่าง “ผู้ว่าฯสุพรรณบุรี เด็กชั้นป.๑บนดอย อ่านออก เขียนได้ทุกคน ถึงแม้จะอยู่ในพื้นที่ห่างไกล”

๒. ความนำ “อะไร” (What Lead) คือความนำของข่าวที่บอกถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น หรือกำลังจะเกิดมีความสำคัญขึ้น และน่าสนใจว่าข้อมูลที่ว่าใครเกี่ยวข้องอยู่ในเหตุการณ์นั้นๆ ดังตัวอย่าง “สอนแบบแจกลูกสะกดคำสุดเจ๋ง เด็กสุพรรณบุรี เขต ๓ รวมถึงเด็กชนเผ่าอ่านออก เขียนได้ทุกคน”

๓. ความนำ “ที่ไหน” (Where Lead) คือ ความนำสถานที่ ที่เกิดเหตุการณ์นั้นๆมีคุณค่าข่าวสูง เป็นที่น่าสนใจของผู้ฟัง ตัวอย่าง “สพป.สุพรรณบุรีเขต ๓ วุ่นคนนับพันรุมแย่งพระไพศาลี รุ่งสร้างสำนักงาน”

๔. ความนำ “เมื่อไร” (When Lead) เป็นความนำซึ่งมีข้อมูลเกี่ยวกับเวลาที่เกิดขึ้นของเหตุการณ์มีความสำคัญมากกว่าข้อมูลอื่น ตัวอย่างเช่น “อัครราชทูตไทยวันนี้พระอาทิตย์ทรงกรด ขณะทำพิธีเปิดสำนักงานเขตหลังใหม่ที่สุพรรณบุรี”

๕. ความนำ “ทำไม” (Why Lead) เป็นความนำซึ่งข้อมูลที่เป็นเหตุจูงใจ หรือสาเหตุของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นมีคุณค่าข่าวสูง และเป็นข้อมูลที่ดึงดูดความสนใจของผู้อ่านได้ดีกว่าข้อมูลอื่นๆ ดังตัวอย่าง “ผู้ปกครองเมืองหนองปลื้ม นโยบายผอ.สพป.สุพรรณบุรี เขต ๓ คืนครูสู้อ่านเรียน ทำให้เด็กอ่านออก เขียนได้”

๖. ความนำ “อย่างไร” (How Lead) เป็นความนำซึ่งมีข้อมูลรายละเอียดของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นไม่ว่าจะเป็นเรื่องของความขัดแย้ง ผลกระทบต่อประชาชน ความแปลกประหลาด ภัยพิบัติและความก้าวหน้า ซึ่งมีคุณค่าของข่าวสูง สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ฟัง ที่ต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มมากขึ้น ดังตัวอย่าง “ผุดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาแห่งแรก ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำท่าจีน หลังจาก สพป.สุพรรณบุรี เขต ๓ ได้รับงบประมาณการก่อสร้างสำนักงานเขตหลังใหม่เป็นตึก ๔ ชั้นแทนอาคารเดิมที่เก่าทรุดโทรม” จากประเภทของความนำโดยทั่ว ๆ ไปแล้ว ยังมีความนำแบบพิเศษเป็นความนำทางเลือก หรือ ความนำเบา ซึ่งมีมากมายหลายประเภท ดังนี้

๑. ความนำแบบพรรณนาหรือสร้างภาพพจน์ (Narrative or Picture or Colorful Lead) การนำประเภทนี้ใช้กับเหตุการณ์ประเภทที่มีสีสันหรืออารมณ์เข้ามาเกี่ยวข้อง โดยอาจจะบรรยายหรือพรรณนาให้ผู้อ่านได้รับรู้เหตุการณ์เสมือนว่าได้เข้าร่วมในเหตุการณ์นั้นด้วย การเขียนประเภทนี้ผู้เขียนต้องมีความสามารถทางภาษาในระดับสูง จึงจะสามารถเลือกใช้คำที่จะทำให้ผู้ฟังได้เห็นภาพได้ เช่น “ครุน้ำตาไหล เห็นภาพสะท้อนใจลูกศิษย์วิ่งไปอุ้มลูกสุนัขที่กำลังดิ้นทุรนทุรายกลางถนนหลังถูกรถชน”

๒. ความนำแบบอ้างคำพูดหรืออัญพจน์ (Quote or Quotation Lead) ความนำประเภทนี้เป็นความนำที่อ้างคำพูดของบุคคลในข่าวมาขึ้นต้น โดยข้อความนั้นต้องเป็นข้อความที่สำคัญ อาจจะเป็นประโยคยาวหรือข้อความสั้นๆก็ได้ แต่ต้องไม่ยาวจนเกินไปเช่น “สมศักดิ์ศรีครู ให้แต่งเครื่องแบบวันจันทร์ เลขาธิการกพฐ.สั่งกลางที่ประชุมผอ.เขตทั่วประเทศ”

๓. ความนำแบบเผด็จร่อน (Punch Lead) เป็นความนำที่ใช้กับเรื่องหนัก จริงจัง ความนำประเภทนี้จะใช้คำที่มีความหมายหนักแน่น ที่ตรงกับลีลาและน้ำหนักของเรื่องเช่น “เอาจริง สั่งฟันวินัยทันทีครูละทิ้งเวร ปล่อยให้เยาวชนมั่วสุมหลังเลิกเรียน”

๔. ความนำแบบเปรียบเทียบ (Contrast Lead) ความนำประเภทนี้เหมาะที่จะใช้กับข่าวที่มีองค์ประกอบด้านความขัดแย้งมาขึ้นต้น ส่วนใหญ่จะเป็นข่าวการเมือง ที่เกี่ยวเนื่องกับปัญหานโยบายหรือสังคม มากกว่า ๒ ฝ่ายขึ้นไป และเป็นเรื่องที่ยังไม่มีข้อยุติแน่นอนเช่น “ปมขัดแย้งสร้างเขื่อนบานปลายหลังชาวบ้านท้ายเขื่อนตั้งมือบดดาน”

๕. ความนำแบบคำถาม (Question Lead) ความนำแบบนี้ เริ่มด้วยคำถามตามด้วยคำตอบ หรือแนวทางที่จะหาคำตอบให้แก่คำถามดังกล่าว เหมาะที่จะใช้กับรายงานข่าวเบาๆ สนุกสนาน หรือขบขันเช่น “ผอ.สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา น้ำตาไหลเพราะอะไร กับงานเปิดกีฬาภายในสหวิทยาเขตสามชุก”

๖. ความนำแบบให้ภูมิหลัง (Background Lead) เป็นความนำที่ใช้กับรายงานเหตุการณ์ที่มีความต่อเนื่องมาจากอดีต แล้วเริ่มคลี่คลาย หรือมีความคืบหน้าสมควรแก่การรายงานข่าวให้ผู้ฟังได้ทราบ และเพื่อให้ผู้ฟังเข้าใจที่มาหรือความเดิมของเรื่องจึงต้องเติม “ภูมิหลัง” ไว้ในความนำด้วยเช่น “ฝีมือชั้นเทพ หลังจากดร.ไพศาล ปันแดน เข้ามารับตำแหน่งผู้อำนวยการแค่เพียง ๔ เดือนเศษ สภาพอาคาร บ้านพักที่ถูกทิ้งร้างมานาน ถูกพัฒนาปรับปรุงใหม่ กลายเป็นบ้านครุฑหรือนำพักนอน”

๗. ความนำแบบหลักการ (“None of the Above” Lead) หมายถึงความนำแปลกใหม่ที่ไม่มีหลักการ ที่กล่าวมาข้างต้น การเขียนความนำประเภทนี้ ไม่มีข้อจำกัดตายตัว สามารถพลิกแพลงได้ตามเหตุการณ์ ที่ต้องการนำเสนอ เพื่อดึงดูดความสนใจ และเปลี่ยนแปลงบรรยากาศให้เหมาะสมกับลีลาของเรื่องสำหรับข่าววิทยุ ผู้ฟังจะได้รับความสะดวกสบาย ความที่ง ใจ พร้อม ๆ กับข่าวสารที่เราต้องการนำเสนอด้วย

๒.๗ หลักการเขียนความนำข่าวทางสถานีวิทยุที่ดีซึ่งมีองค์ประกอบดังนี้

๑. **ต้องกระชับ (Be Concise)** ซึ่งจะช่วยให้ผู้ฟังเข้าใจง่ายขึ้น โดยมีความยาวไม่เกิน ๒-๓ บรรทัดพิมพ์ ถ้าเกินกว่าถือว่ายาวไป ควรตรวจสอบใหม่และตัดคำหรือข้อความที่ซ้ำซาก และรายละเอียดบางอย่างไว้ในย่อหน้าต่อไป ความนำควรรายงานเฉพาะจุดเด่น หรือ (Highlight) ของเรื่อง เฉพาะที่สำคัญ เพื่อแสดงความคิดของตัวเองให้กระชับที่สุด

๒. **มีความชัดเจน เฉพาะเจาะจง (Be Specific)** ที่มีรายละเอียดที่น่าสนใจและเฉพาะเจาะจง ชัดเจน ทำให้ผู้ฟังจากสถานีวิทยุนึกถึงภาพเหตุการณ์ หรือสามารถจินตนาการถึงภาพเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นได้

๓. **ใช้คำที่มีความหมายหนักแน่น (Strong Words)** ซึ่งการใช้คำเพียงคำเดียว สามารถเปลี่ยนแปลงความนำธรรมดาให้เป็นความนำที่น่าสนใจ หรือเร้าความสนใจของผู้ฟัง และอาจสร้างความตื่นเต้นมีสีสันหรือภาพพจน์ให้เกิดขึ้นได้

๔. **เน้นถึงความสำคัญของข่าว** เช่น การระบุรายละเอียดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง กับผลกระทบที่เกิดขึ้นจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น จากการเกิดภัยพิบัติต่าง ๆ ตามข้อเท็จจริง

๕. **ควรเน้นเรื่องที่ไม่ปกติ (Unusual)** หรือสิ่งที่คาดไม่ถึง ไม่คาดฝัน ที่มีความสำคัญหรือมีแนวโน้มว่า จะมีความสำคัญต่อไปในอนาคต และสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ฟังได้

๖. **ความนำควรมีเรื่องใกล้ตัวกับผู้ฟัง** ซึ่งควรระบุท้องที่หรือถิ่นที่อยู่ที่มีความเกี่ยวข้องกับเรื่องหรือเกี่ยวข้องกับผู้ฟัง รวมทั้งระบุบุคคล สถานที่ และเหตุการณ์ที่ผู้ฟังคุ้นเคย

๗. **ความนำที่ดีที่สุดต้องเข้าใจง่ายและตรงประเด็น (To the Point)** เพื่อให้ผู้ฟังจับใจความได้เร็ว ไม่ต้องรอฟังเนื้อหาข่าวโดยละเอียด

๒.๘ วิธีการเขียนเนื้อหาข่าว

การเขียนส่วนเชื่อม ส่วนใหญ่จะใช้ชื่อบุคคลที่ให้ข่าว ชื่อสถานที่ แหล่งข่าว วัน เวลา ที่เกิดเหตุการณ์เป็นข่าว หรืออาจเท่าความโดยย่อจากเรื่องราวที่เคยเป็นข่าวมาก่อนหน้านี้ และในบทนี้จะกล่าวถึงรูปแบบและวิธีการเขียนเนื้อหาข่าว เนื้อหาข่าว (Body or Details) คือส่วนที่เขียนขึ้นเพื่ออธิบายข้อเท็จจริงในความนำอย่างละเอียด

บทที่ ๓

การเขียนบทสารคดีโทรทัศน์

ใช้ได้กับการเขียนบทวีทีอาร์ เพื่อนำเสนอ บรรยายสรุปผลงาน

งานประชาสัมพันธ์ มีความจำเป็นจะต้องเรียนรู้เรื่องหลักการเขียนบท การเรียบเรียงถ้อยคำ ในการจัดทำสารคดี เพื่อเป็นแนวทางในการเขียนบทวีทีอาร์ของสำนักงาน และสถานศึกษา หรือนำเสนอผลงานของผู้บริหาร เพื่อนำเสนอต่อผู้บังคับบัญชา หรือนำเสนอให้สาธารณชนทั่วไปได้รับทราบ นายชินนทร์ ชมะโชติ กรรมการผู้จัดการบริษัท พาโนรามา เวิลด์ไวด์ ผู้ผลิตรายการสารคดีชั้นนำของประเทศไทย ผู้บุกเบิกสารคดีโทรทัศน์ในบริษัทแปซิฟิก อินเตอร์คอมมิวนิเคชั่น จำกัด ได้กล่าวถึงเรื่องสารคดีไว้อย่างน่าสนใจ น่าศึกษา ดังต่อไปนี้

สารคดีโทรทัศน์คืออะไร

การนำเรื่องราวต่างๆที่เป็นเรื่องจริง เคยเกิดขึ้นจริง มีอยู่จริงมาถ่ายทอดด้วยภาพและเสียงอย่างสร้างสรรค์ จนสามารถเกิดผลกระทบต่อความรู้สึกนึกคิด และอารมณ์ของผู้ดูได้

หลักสำคัญของงานสารคดี ต้องถ่ายทอดความเป็นจริงอย่างสร้างสรรค์ ต้องให้มีผลต่อความรู้สึกนึกคิด และอารมณ์ของผู้ดู

สารคดีคุณภาพ ไม่ใช่งานเขียนบทประกอบภาพ ไม่ใช่งานใส่ภาพประกอบเพลง แต่คือ งานที่ บท ภาพ เพลง ถูกวางแผนจัดการมาเรียงร้อยกันอย่างสอดคล้องและสร้างสรรค์

ถ่ายทอดอย่างสร้างสรรค์ มีลูกเล่น มีจังหวะ มีอารมณ์ มีผลต่อความรู้สึก นึกคิด และอารมณ์ร่วมของผู้ดู คนดูจบแล้ว

มีความรู้สึกร่วมและสามารถนำไปคิดต่อได้ ทั้งคล้อยตาม หรือขัดแย้ง เห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วย

ประเภทของสารคดี สารคดีสาระความรู้ สารคดีเชิงข่าว สารคดีเชิงสถานการณ์ สารคดีเชิงประวัติและอัตชีวประวัติ สารคดีเพื่อการประชาสัมพันธ์ สารคดีเพื่อการศึกษา

รูปแบบของสารคดี บรรยาย เล่าเรื่อง สัมภาษณ์ ละคร แอนิเมชันผสม

ก่อนทำสารคดีต้องตั้งคำถาม ทำเพื่ออะไร เพื่อกำหนดวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดแนวความคิดสารคดีทำไปทำไม เพื่อกำหนดกลุ่มเป้าหมาย กำหนดรูปแบบนำเสนอแล้วจะได้อะไร เพื่อกำหนดผลที่คาดว่าจะได้รับ กำหนดเทคนิค และกลวิธีในการนำเสนอ

ขั้นตอนการผลิตสารคดี Pre-production หาข้อมูล สำรองสถานที่ เขียนบท วางแผนการถ่ายทำ Production บันทึกเสียง Post-Production ลำดับภาพ Graphic ดนตรีประกอบ บรรยาย Mix เสียง

คุณภาพการทำสารคดี เรื่องที่จะทำ เทคนิคการนำเสนอ การเขียนบท การถ่ายทำ การบันทึกเสียง การลำดับภาพ การทำ Graphic การทำดนตรีประกอบ การลงเสียงบรรยาย การ Mix เสียง

สารคดีโทรทัศน์ สารคดีโทรทัศน์ไม่เหมือนการอ่านหนังสือ เมื่อผ่านไปแล้ว ผ่านเลย ไม่สามารถย้อนกลับไปได้ ในช่วงที่ไม่เข้าใจได้บทที่ซับซ้อน ยอกย้อน ซอนเงื่อน จะทำให้คนดูเข้าใจยาก ดูแล้วไม่สนุก คนดูสามารถใช้ความคิดกลับไปได้เพียงประโยคที่ผ่านมาก่อนหน้าเล็กน้อยเท่านั้น

สารคดีที่ดีและงดงาม บทความและภาพลัดกันทำหน้าที่สื่อสารกับคนดูอย่างสอดคล้อง กลมกลืน

การเขียนสารคดีที่ดีจะต้อง ต้องมีนิสัยรักการอ่าน และอ่านให้หลากหลาย รักที่จะเรียนรู้ศาสตร์และศิลป์ต่างๆ อยู่เสมอหมั่นทบทวนข้อผิดพลาดในการคิดเรื่อง จับประเด็น แก่ไข ผิกฝนการใช้ภาษา ถ้อยคำให้ถูกอักขระ ถูกความหมาย และสละสลวยยิ่งขึ้น
ให้ค่านึงถึงเรื่องจินตนาการ ให้มากกว่าเรื่องความรู้

เรื่องที่จะทำ เรื่องที่น่าสนใจ อยู่ในความสนใจของสังคม ไม่เคยมีใครทำมาก่อน ไม่มีที่อื่น เรื่องเก่าประเด็นใหม่

เทคนิคการนำเสนอ น่าสนใจ มีลูกล่อ ลูกชน ใช้ประโยชน์จากภาพ และเสียง นำติดตาม มีจังหวะ รั้าใจ โยนคำถาม ทอดอารมณ์

การเขียนบท เมื่อเขียนบทให้นักถึงการใช้ประโยชน์จากภาพ เมื่อเขียนบทให้นักถึงการใช้ประโยชน์จากเสียง

ขั้นตอนการเขียนบท หาข้อมูล เอกสาร บุคคล ภาพและวัสดุ การหาข้อมูล ต้องหาให้ได้มากที่สุด อย่าพอใจกับหนังสือเล่มเดียว หรือข้อมูลจากคนเดียว กำหนดแก่นของเรื่อง จับประเด็น เรียงประเด็น เนื้อหา วางโครงเรื่อง เขียนบท

หลักการเขียนบท หาข้อมูลแล้ว ตั้งข้อสงสัย ตั้งคำถามให้กว้าง ให้ลึก และถูกต้องที่สุด

ประเด็น คือ เนื้อหาที่เป็นสาระสำคัญตามแก่น (Theme) ของเรื่องเป็นองค์ประกอบทำให้เรื่องราวสมบูรณ์ขึ้น จับประเด็นต้องเกี่ยวข้องกับแนวคิด และแก่นของเรื่องอะไรเป็นประเด็นหลัก อะไรเป็นประเด็นรอง

โครงเรื่อง คือ เส้นทางเดินของเนื้อเรื่อง ไปตามแก่นของเรื่อง (Theme) ตั้งแต่ต้นจนจบ

การวางโครงเรื่อง “ไม่ให้หลุดไปจากกรอบความคิด ที่ต้องการนำเสนอ การวางแผนการผลิต เป็นไปอย่างถูกต้อง และรอบครอบความเข้าใจตรงกับทีมงานเพื่อง่ายในการเขียนบท และ ถ่ายทำ การวางโครงเรื่องต้องมีแก่นเรื่อง ที่ชัดเจน สามารถเดินเรื่องทั้งหมดอยู่บนแก่นเรื่องนั้น ร้อยเรียงประเด็นเข้าด้วยกัน คำนึงถึงความเกี่ยวข้อง การเชื่อมโยง

การเขียนบทสารคดีโทรทัศน์ งานเขียนที่เล่าเรื่องคู่กับภาพ ทำหน้าที่บอกเล่าเรื่องราว ใส่เกร็ดแทรกข้อมูล สร้างสีสัน บทไม่บรรยายภาพ ต้องคิดเสมอว่าภาพเล่าเรื่องอะไรได้บ้าง ต้องคิดเสมอว่า ภาพเล่าเรื่องได้ชัดเจนหรือไม่ อ่านทบทวนเป็นระยะ เพื่อความต่อเนื่อง

ใช้ภาษาง่ายๆ ตรงไปตรงมา ไม่ซับซ้อน

ตัวอย่างเรื่อง

“จัดซื้อเมล็ดพลาสติกชีวภาพมาทดลองขึ้นรูป เป็นผลิตภัณฑ์ก่อน กับเครื่องจักรที่มีอยู่ในประเทศก่อน เพราะประเทศไทยยังไม่สามารถผลิตเมล็ดพลาสติกชีวภาพได้เอง”

สมควรเขียนว่า

“ระยะแรกที่ประเทศไทยยังไม่สามารถผลิตเม็ดพลาสติกชีวภาพได้เอง ก็ได้ซื้อเม็ดพลาสติกชีวภาพมาทดลองขึ้นรูปเป็นผลิตภัณฑ์ก่อน”

หลีกเลี่ยงใช้คำพรรณนาโวหาร ให้ภาพทำหน้าที่แทน

ตัวอย่างเรื่อง

“อาทิตย์กำลังอ่อนแสง จมดวงลับหายไปตรงจุดที่ขอบฟ้า และขอบน้ำมาบรรจบกัน พอความมืดเข้ามาเยือน นกกาบินกลับรังนอน หากแต่ชาวเลแห่งบ้านหัวแหลม กำลังสาละวนกันอยู่กับประเพณีอันสำคัญของพวกเขา บางกลุ่มนั่งอธิษฐาน ขอให้สิ่งที่ไม่ดี พ้นไปจากตัวและชุมชน”

สมควรเขียนว่า

“ใกล้ค่ำแล้ว ชาวเลแห่งบ้านหัวแหลม ยังสาละวนอยู่กับสิ่งหนึ่งที่เขาเชื่อว่า จะนำพาเอาเคราะห์กรรมทั้งปวงไปให้ไกลจากชีวิต บางคนพร่ำอธิษฐานให้สิ่งเลวร้ายออกไปจากชีวิตและชุมชนของพวกเขา”

แต่คำพรรณนาโวหาร สร้างอารมณ์ได้ดีกับภาพที่ไร้ชีวิต อดีตที่ตายแล้ว

ตัวอย่างเรื่อง

“ไม่มีใครรู้ว่า ด้วยเหตุผลใด ที่ชาวขอมโบราณ จึงสามารถไปเคลื่อนย้าย ก้อนหินหนักหลายตัน จากภูเขาที่อยู่ห่างเป็นร้อยกิโลเมตร มาสร้างเป็นปราสาทเขาพระวิหารได้อย่างงดงาม จนเป็นสิ่งมหัศจรรย์ของโลกเช่นนี้ได้”

สมควรเขียนว่า

“แล้วด้วยพลังอำนาจใดเล่า ที่สามารถขับเคลื่อนก้อนศิลามหาศาล จากเทือกเขาอันไกลโพ้น มาสรรสร้างเป็นงานประติมากรรมบรรเจิดวิจิตร ประดุจปราสาทเทพดาบนโลกมนุษย์เช่นนี้ได้”

ไม่ควรอธิบายภาพ

ตัวอย่างเรื่อง

“ไม่นานนัก จึงได้ยินเสียงคลิกดังขึ้นหลังใบหู ผมปวยแรกถูกหยิบผ่านตาไปยังพานใส่ใบบัว เหลือบมองขึ้นไป จึงได้เห็นสีหน้าของแม่ กำลังใช้กรรไกรขลิบผมอยู่ ดวงตาของท่านดูปลาบปล้ำเป็นอย่างยิ่งจากนั้นญาติผู้ใหญ่ รวมถึงผู้ที่เคารพนับถือ จึงช่วยกันขลิบผมออกทีละปวย จนเกือบหมดศีรษะ”

สมควรเขียนว่า

“ไม่นานนัก สัญลักษณ์ของการก้าวเข้าสู่เพศบรรพชิตก็เริ่มต้นขึ้น ไม่มีอะไรที่ทำให้แม่ของผมปลาบปล้ำใจได้เท่านี้อีกแล้วซึ่งก็คงเป็นความรู้สึกที่ไม่แตกต่างกันมากนัก กับญาติผู้ใหญ่ของผมในขณะนี้”

ขยายความผิดที่ ไม่น่าสนใจ เรียงประโยคผิด ไม่น่าสนใจ

ตัวอย่างเรื่อง

“พลาสติก ถูกค้นพบโดยนักวิทยาศาสตร์ชาวอังกฤษที่ชื่อ Alexander Parkes เมื่อปี ค.ศ. ๑๘๖๒ ซึ่งมีน้ำหนักเบา ราคาถูก ทนความชื้น ไม่เป็นสนิม และขึ้นรูปง่าย”

สมควรเขียนว่า

“พ.ศ. ๒๔๐๕ Alexander Parkes นักวิทยาศาสตร์ชาวอังกฤษ ได้ค้นพบสารชนิดใหม่ มีน้ำหนักเบา ทนความชื้น ไม่เป็นสนิม ขึ้นรูปง่าย และราคาถูก มีชื่อว่า พลาสติก”

ข้อความไม่เป็นเหตุเป็นผลกัน และสื่อความหมายผิด

ตัวอย่างเรื่อง

“งานสังคโลกเป็นงานที่ละเอียดอ่อน ช่างปั้นและช่างเขียนลายเล่าว่า ถึงจะปั้นและเขียนลายกันตลอดทั้งวันคืน แต่ก็ยังเพลิดเพลิดไม่เคยหยุด กว่าจะรู้สึกก็สายเสียแล้ว”

สมควรเขียนว่า

“สังคโลกเป็นงานที่อยู่ในสายเลือดของคนที่นี่ ช่างปั้นและช่างเขียนลายเล่าว่า ถึงจะปั้นและเขียนลายกันตลอดทั้งวันคืนก็ยังเพลิดเพลิดไม่หยุด กว่าจะรู้สึกตัวก็เข้าเสียแล้ว”

ข้อความไม่เป็นเหตุเป็นผลกันเท่าที่ควร และดูตรงเกินไป

ตัวอย่างเรื่อง

“จากภาพยนตร์เรื่องตำนานสมเด็จพระนเรศวร ที่กำลังฉายอยู่ในขณะนี้ ทำให้เด็กไทยจำนวนไม่น้อย หันมาสนใจประวัติศาสตร์ไทยมากขึ้น ด้วยเหตุนี้ ผมจึงหา มาที่วัดสุวรรณดาราม จ.พระนครศรีอยุธยา เพราะที่นี่มีจิตรกรรมฝาผนัง เรื่องราวของสมเด็จพระนเรศวร ที่มีความน่าสนใจทีเดียวครับ”

สมควรเขียนว่า

“ภาพยนตร์เรื่องตำนานสมเด็จพระนเรศวร เริ่มทำให้ผมอยากรู้เรื่องราวของพระองค์มากขึ้น ก็พยายามมองหาว่าที่ไหน มีประวัติศาสตร์ของสมเด็จพระนเรศวรอยู่บ้าง ก็มาเจอที่นี่แหละครับ ภาพจิตรกรรมฝาผนังในวัดสุวรรณดาราม จ.พระนครศรีอยุธยา บอกเล่าเรื่องราวของสมเด็จพระนเรศวรได้อย่างน่าสนใจ”

ระวางเรื่องความหมายของคำ

ตัวอย่างเรื่อง

“ท่วงทีผีแปรงปาดป้ายอย่างอิสระ สร้างลวดลายอันวิจิตรแบบเฉพาะตัวของคนเมืองเก่า ล้วนบ่งบอกถึงวิถีชีวิตของคนที่นี่ ตามคำสอนของพ่อขุนรามคำแหงที่ว่า ในน้ำมีปลา ในนามีข้าว”

สมควรเขียนว่า

“ท่วงทีผีแปรงปาดป้ายอย่างอิสระ สร้างลวดลายอันวิจิตรแบบเฉพาะตัวของคนเมืองเก่า ล้วนบ่งบอกถึงวิถีชีวิตของคนที่นี่ ตามคำกล่าวของพ่อขุนรามคำแหงที่ว่า ในน้ำมีปลา ในนามีข้าว”

หลีกเลี่ยงคำว่า “ที่ ซึ่ง อัน ได้แก่ เช่น เป็นต้น” บรรดานักเขียนถือว่าเป็นคำสิ้นคิด

ตัวอย่างเรื่อง

“ในปีที่ผ่านมา การส่งออกผักผลไม้ของไทย เพิ่มจำนวนมากขึ้น ที่ซึ่งจะทำให้มูลค่าการส่งออกเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย พืชผักอนามัยยุคใหม่ อันได้แก่ ผักปลอดสารพิษทั้งหลาย กำลังเป็นที่นิยมในตลาดต่างประเทศอย่างมาก รวมถึงผลไม้สุก เช่น มะม่วง ทุเรียน มังคุด เป็นต้น ก็ได้รับความนิยมอย่างมาก เช่นกัน”

สมควรเขียนว่า

“ในปีที่ผ่านมา การส่งออกผักผลไม้ของไทย เพิ่มจำนวนมากขึ้น ทำให้มูลค่า การส่งออกเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย มะม่วง ทูเรียน มังคุด และผักปลอดสารพิษ กำลังเป็นที่นิยมในตลาดต่างประเทศอย่างมาก”

การใช้ “การ ในการ ความ”ทำให้ประโยคดูเป็นทางการและเยิ่นเย้อ

ตัวอย่างเรื่อง

“คนไทย มีความคุ้นเคยกับการใช้ประโยชน์ของต้นลานมาแต่โบราณ ในการนำยอดใบลานอ่อน ใช้จารหนังสือ อักษรต่างๆ ทั้งยังเป็นวัสดุสำคัญ ในการทำผลิตภัณฑ์ หัตถกรรม เครื่องจักสานของไทย”

สมควรเขียนว่า

“คนไทย คุ้นเคยและใช้ประโยชน์จากต้นลานมาแต่โบราณ ยอดใบลานอ่อนใช้จารหนังสือ อักษรต่างๆ และเป็นวัสดุสำคัญทำผลิตภัณฑ์ หัตถกรรม เครื่องจักสานของไทย”

ตัวอย่างเรื่อง

“ในกรณีที่มีบาดแผลในร่างกาย ซึ่งก่อให้เกิดการสูญเสียเลือด เกล็ดเลือดจะไปรวมตัว และจับตัวกับเม็ดเลือดแดง เพื่อสร้างเส้นใยเป็นก้อนแข็ง ช่วยอุดเส้นเลือดที่เป็นบาดแผล”

สมควรเขียนว่า

“ถ้าร่างกายมีบาดแผลและสูญเสียเลือด เกล็ดเลือดจะเข้าไปจับตัวกับเม็ดเลือดแดง สร้างเส้นใยเป็นก้อนแข็ง ช่วยอุดเส้นเลือดที่เป็นบาดแผล”

หลีกเลี่ยง การใช้คำเชื่อมฟุ่มเฟือย ทำให้ประโยคดูเยิ่นเย้อ

ตัวอย่างเรื่อง

“จุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ คือหลังคาที่เรียกว่า วิหารชด ซึ่งจะมีลักษณะซ้อนเกยกันตามลักษณะของการก่อสร้าง หอคำหลวงในอดีต เป็นสิ่งปลูกสร้างที่บ่งบอกถึงความเป็นที่ประทับของกษัตริย์ ผู้ปกครองเมือง ที่ชาวบ้านทั่วไปจะไม่สามารถปลูกสร้างบ้านเรือนเช่นนี้ได้ครับ”

สมควรเขียนว่า

“จุดเด่น คือหลังคาซ้อนเกยกัน ที่เรียกว่า วิหารชด เป็นลักษณะการก่อสร้าง หอคำหลวงที่ประทับของกษัตริย์ในอดีต โดยเฉพาะชาวบ้านทั่วไปไม่สามารถปลูกสร้างบ้านเรือนแบบนี้ได้ครับ”

บทเยิ่นเย้อ ขยายความในประโยค จนความเป็นเหตุเป็นผลหายไป และใช้ภาษาเป็นทางการมาก

ตัวอย่างเรื่อง

“ปัจจุบันประเทศไทยมีพิพิธภัณฑสถานอยู่ถึงเกือบ ๙๐๐ แห่ง ซึ่งมีจำนวนมากเป็นอันดับ ๒ รองจากประเทศสหรัฐอเมริกา พิพิธภัณฑสถานมากมายที่อยู่ในประเทศไทยนั้น มีทั้งที่อยู่ในความรับผิดชอบกำกับ และดูแลโดยรัฐบาล หรืออาจเป็นพิพิธภัณฑสถานของรัฐวิสาหกิจ และของเอกชน สำหรับพิพิธภัณฑสถานของรัฐ จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติ โดยจะมีคำว่า”แห่งชาติ”กำกับ อาทิพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติอุททอง พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเจ้าสามพระยาซึ่งมีอยู่ด้วยกันทั้งหมด ๔๔ แห่งทั่วประเทศ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติทุกแห่ง กรมศิลปากรเป็นหน่วยงานหลัก ในการรับผิดชอบดูแลรักษา โดยแบ่งออกเป็น ๒ ลักษณะ คือพิพิธภัณฑ

สถานแห่งชาติส่วนกลาง ที่ตั้งอยู่ภายในกรุงเทพมหานคร และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติส่วนภูมิภาค ซึ่งตั้งอยู่ตามจังหวัดต่างๆทั่วประเทศ”

สมควรเขียนว่า

“ปัจจุบันประเทศไทยมีพิพิธภัณฑสถานทั้งของรัฐและเอกชนอยู่ถึงเกือบ ๙๐๐ แห่ง มากเป็นอันดับ ๒ รองจากประเทศสหรัฐอเมริกา พิพิธภัณฑสถานที่อยู่ในความดูแลของรัฐ จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติ โดยจะมีคำว่า”แห่งชาติ”กำกับอยู่ด้วย มีทั้งหมด ๔๔ แห่งทั่วประเทศพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติทุกแห่ง ไม่ว่าจะเป็นส่วนกลาง หรือส่วนภูมิภาคในจังหวัดต่างๆ อยู่ในความดูแลและรับผิดชอบของกรมศิลปากร”

อย่าใช้คำ ที่ดูเป็นทางการเกินไป

ตัวอย่างเรื่อง

“ส.ค.ส. เป็นงานศิลปะที่งดงามและมากด้วยคุณค่า โดยเฉพาะ ส.ค.ส.ที่เราทำขึ้นเองนั้น ยังเป็นการแสดงออกถึงความตั้งใจ และไม่ตรีจิตที่ดีต่อผู้รับด้วย”

สมควรเขียนว่า

“ส.ค.ส. ก็เหมือนงานศิลปะที่งดงามและมากด้วยคุณค่า เช่นเดียวกับงานศิลปะอื่นๆ ยิ่งถ้าเราทำด้วยแล้ว จะแสดงถึงความตั้งใจ และไม่ตรีจิตที่ดีให้ผู้รับด้วยครับ”

ไม่ควรใช้คำประเภท ถูก(กระทำ) และขยายความในประโยค

ตัวอย่างเรื่อง

“คงเป็นเรื่องน่าอัศจรรย์ใจของชาวโลก ที่ได้นั่งรถหน้าตาประหลาด แต่ช่างสนุกสนานเช่นนี้ แล้วคิดขึ้นได้ว่า มันถูกสร้างขึ้นด้วยฝีมือคนไทย”

สมควรเขียนว่า

“คงเป็นเรื่องน่าอัศจรรย์ใจของชาวโลก ในขณะที่กำลังสนุกสนานอยู่บนรถหน้าตาประหลาด แล้วคิดขึ้นได้ว่า นี่คือผลงานสร้างสรรค์ของคนไทย”

บทความจะเรียงลำดับตามตรรกะ(Logic)

ตัวอย่างเรื่อง

“ใครจะคาดคิดว่า ป่าชายเลนอันอุดมสมบูรณ์แห่งนี้ เคยถูกทำลายจนแทบไม่เหลือซาก ในยุคที่ธุรกิจการเผาถ่านเจริญรุ่งเรือง ป่าชายเลน ไม่เพียงถูกทำลายด้วยธุรกิจเผาถ่าน หากยังถูกทำลายด้วยการประมงที่โหดร้าย ความโลภของมนุษย์ สร้างสรรค์อุปกรณ์จับปลาอย่างอวนรุน อวนลาก และระเบิดปลา สัตว์น้ำถูกจับในปริมาณมาก อย่างไม่คำนึงถึงอนาคต ลมหายใจของท้องทะเลหายไฉ่แว่วลงไปทุกขณะ นายบัวนุ้ย หมาดทิ้ง อดีตหัวหน้าคนงานเผาถ่าน ทว่าเมื่อได้รับตำแหน่งผู้ใหญ่บ้าน ทำให้เขาหันมาตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนบ้านทุ่งทอง”

สมควรเขียนว่า

“คงไม่มีใครคิดว่า ป่าชายเลนที่อุดมสมบูรณ์แห่งนี้ เคยผ่านการทำลายจนแทบไม่เหลือซาก ในยุคที่ธุรกิจการเผาถ่านเจริญรุ่งเรือง มิหนำซ้ำ สัตว์น้ำ กุ้ง หอย ปู ปลา ยังถูกจับในปริมาณมากด้วยเครื่องมือประมงแบบ ทำลายล้าง อย่างไม่คำนึงถึงอนาคต ลมหายใจของท้องทะเล หายไฉ่แว่วลงไปทุกขณะ นายบัวนุ้ย หมาดทิ้ง อดีตหัวหน้าคนงานเผาถ่านเริ่มมองเห็นหายนะ หลังจากที่ได้รับตำแหน่ง

ผู้ใหญ่บ้าน เขาตระหนักถึงปัญหา ที่จะเกิดขึ้นในชุมชนบ้านทุ่งทอง และมองหาหนทางฟื้นฟูแก้ไขอย่างจริงจัง”

บทพิธีกร ไม่ควรบอกว่า กำลังทำอะไร กำลังคิดอะไร

ตัวอย่างเรื่อง

“อะอ้า...อย่าคิดว่าเนสหนีเที่ยวนะครับ ไม่ใช่... ที่มาคลานอยู่ริมหาดอยู่ที่นี่ ก็เพราะมาตามดูความมหัศจรรย์ของกระดองเต่าทะเลครับ มันน่าทึ่งไหมล่ะครับเนี่ย ที่เต่ามีบรรพบุรุษเป็นสัตว์เลื้อยคลานพวกแรก ในบรรดาสัตว์มีกระดูกสันหลังครึ่งบกครึ่งน้ำ ที่มีอายุราวคร่าวเดียวกับไดโนเสาร์ ที่อยู่ในโลกนี้มากกว่า ๒๐๐ ล้านปีมาแล้ว มันก็ยังคงรูปร่างหน้าตาแบบต้นตระกูลเต่า แทบไม่มีอะไรเปลี่ยนแปลงมาจนถึงวันนี้”

สมควรเขียนว่า

“มันน่าทึ่งไหมล่ะครับเนี่ย ที่เต่ามีบรรพบุรุษเป็นสัตว์เลื้อยคลานพวกแรก ในบรรดาสัตว์มีกระดูกสันหลังครึ่งบกครึ่งน้ำ ที่มีอายุราวคร่าวเดียวกับไดโนเสาร์ ที่อยู่ในโลกนี้มากกว่า ๒๐๐ ล้านปีมาแล้ว แล้วมันก็ยังคงรูปร่างหน้าตาแบบต้นตระกูลเต่า แทบไม่มีอะไรเปลี่ยนแปลง มาจนถึงบัดนี้”

หลีกเลี่ยงการใช้คำเชื่อมประเภท “นอกจาก.....แล้ว....ยังมี(เป็น)....อีกด้วย ” บรรดานักเขียนถือว่าเป็นประโยคสิ้นคิด

ตัวอย่างเรื่อง

“ป่าชายเลน นอกจากจะเป็นแหล่งหากิน หลบภัย และเลี้ยงตัวในวัยอ่อนของสัตว์น้ำนานาชนิดแล้ว ยังเป็นแหล่งอาหารที่ยิ่งใหญ่ของมนุษย์อีกด้วย”

สมควรเขียนว่า

“ป่าชายเลน เป็นแหล่งหากิน หลบภัย และเลี้ยงตัวในวัยอ่อนของสัตว์น้ำนานาชนิด ที่จะกลายเป็นแหล่งอาหารที่ยิ่งใหญ่และให้ประโยชน์กับตัวมนุษย์เองในที่สุด”

ตัวอย่างเรื่อง

“เครื่องหอมไทย มีความผูกพันกับคนไทยมาช้านาน เพราะนอกจากให้กลิ่นหอมชื่นใจแล้วยังเป็นสมุนไพร ที่สามารถนำมารักษาผิวหนังได้อีกด้วย”

สมควรเขียนว่า

“เครื่องหอมไทย มีความผูกพันกับคนไทยมาช้านาน เพราะความหอมชื่นใจและเป็นสมุนไพร ที่สามารถนำมารักษาผิวหนังได้”

ไม่ควรใส่ตัวเลขที่มีรายละเอียดมากเกินไป

ตัวอย่างเรื่อง

“มีแผ่นพันธุ์ของนกหากินในบริเวณทุ่งน้ำจืดสามร้อยยอด อยู่เป็นจำนวนมากถึง ๓๑๖ ชนิด และในจำนวนนี้มีอยู่ ๑๕๗ ชนิดหรือราวๆครึ่งเป็นนกอาศัยในพื้นที่ชุ่มน้ำโดยเฉพาะ และพบว่าเป็นนกเฉพาะถิ่นทุ่งสามร้อยยอด ๑๑๖ ชนิดเป็นอย่างต่ำ”

สมควรเขียนว่า

“ทั่วทุ่งน้ำจืดสามร้อยยอด มีนกอาศัยอยู่กว่า ๓๐๐ ชนิด ในจำนวนนี้กว่าครึ่งหนึ่งเป็นนกอาศัยในพื้นที่ชุ่มน้ำโดยเฉพาะ และส่วนใหญ่ยังเป็นนกเฉพาะถิ่นทุ่งสามร้อยยอด”

ตัวอย่างเรื่อง

“ในกรุงเทพมหานครมีรถยนต์มากถึง ๒,๘๕๐,๒๑๖ คัน ในจำนวนนี้เป็นรถยนต์ไฮบริดถึง ๑,๖๘๐,๔๒๘ คัน”

สมควรเขียนว่า

“ในกรุงเทพมหานครมีรถยนต์มากถึงกว่า ๒ ล้านคัน ในจำนวนนี้มากกว่าครึ่งหนึ่งเป็นรถยนต์ไฮบริด”

การใช้คำที่เป็นลูกเล่น โดยไม่จำเป็นต้องอธิบายภาพตรงๆ**ตัวอย่างเรื่อง**

“เมื่อพวกเราเดินทางเข้าไปถึงกระโจมของชาวคาคัค เธอเดินออกมาต้อนรับเรา เธอยิ้มแย้มหมาดหัวใหญ่สีดำเท่าพวกเราด้วยเสียงอันดังน่ากลัว”

สมควรเขียนว่า

“ถึงแม้พวกเราจะเป็นอาคันตุกะแปลกหน้า เธอก็ยังเดินออกมาต้อนรับเรา ด้วยความยิ้มแย้มยกเว้นเจ้าหัวใหญ่เสียงน่าเกรงขามตัวนี้”

ใช้คำถาม คำชวนคิด คำกระตุ้นอารมณ์ เพื่อชวนให้คนติดตามเรื่อง อย่างน่าสนใจ**ตัวอย่างเรื่อง**

“ไม่ว่าเรา จะดำเนินไปทางไหน ก็จะมองเห็นแต่สีขาของสาหร่ายเห็ดหูหนู เต็มไปหมด แนวปะการังที่สมบูรณ์ที่สุดของประเทศ ถูกสาหร่ายเห็ดหูหนู ปกคลุมอย่างสิ้นเชิง ความเสียหายในครั้งนี้เกิดจากการปล่อยน้ำเสียลงทะเล จนสาหร่ายเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว”

สมควรเขียนว่า

“ทุกหนทุกแห่ง ที่เราผ่านไป ทุกทิศทุกทางที่เรามองเห็น เต็มไปด้วยสีขาของสาหร่าย มรณะพวกมันเข้าครอบงำพื้นที่แนวปะการังอย่างสิ้นเชิง เกิดอะไรขึ้นกับแนวปะการัง ที่เคยสมบูรณ์ที่สุดของประเทศ สาหร่ายพวกนี้มาจากไหนเป็นไปได้หรือไม่ว่านี่คือการทำลายล้างที่เกิดจากน้ำมือของมนุษย์”

การขึ้นต้น ไม่สับสน**ตัวอย่างเรื่อง**

“ปริศนาได้เริ่มต้นขึ้น จากม้วนด้ายม้วนนี้ คำตอบของปริศนา อยู่ที่แม่หญิงชาวไทลื้อ กลุ่มหนึ่งในบ้านธาตุภูซาง ต.ฮวก จ.พะเยา ยามว่างจากงานในท้องถิ่น หญิงไทลื้อบ้านธาตุภูซาง จะออกมาหามุมสงบในบริเวณบ้าน ทำงานฝีมือขึ้นงาม ตามแต่ใครจะคิดค้น ประดิษฐ์ประดอย”

สมควรเขียนว่า

“หลายสิบปีก่อน อาจไม่มีใครคาดคิดว่า ชื่อเสียงของหมู่บ้านธาตุภูซาง จะเริ่มต้นขึ้นจากม้วนด้ายเล็กๆ และความเชี่ยวชาญในงานถักทอของแม่หญิงชาวไทลื้อกลุ่มนี้ ยามว่างจากงานในท้องถิ่น พวกเขาจะออกมาหามุมสงบในบริเวณบ้านทำงานฝีมือขึ้นงาม ตามแต่ใครจะคิดค้น ประดิษฐ์ประดอย”

เลิกใช้บทนามธรรม หันมาใช้บทเล่นกับภาพ

ตัวอย่างเรื่องที่ ๑

“ความสำเร็จของแหล่งท่องเที่ยวไทย ที่สร้างชื่อเสียงไปทั่วโลกส่งผลให้ นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาปีละนับ ๑๐ ล้านคน รายได้เข้าประเทศหลายแสนล้านบาทในแต่ละปี สร้างอาชีพและรายได้ให้คนไทยหลายล้านชีวิต เป็นอุตสาหกรรมหลักของประเทศที่กำลังเติบโต ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเพิ่มขึ้นเป็น ๒๐ ล้านคน มีมูลค่าการท่องเที่ยวไม่น้อยกว่า ๗ แสนล้านบาท และก้าวขึ้นเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่สำคัญของภูมิภาค”

สมควรเขียนว่า

“กว่า ๒ ปีแล้ว ที่กล้าหาญมาเปิดบ้านเป็น Home Stay เพื่อบริการนักท่องเที่ยว เมืองในขุนเขา และความหลากหลายทางวัฒนธรรม ทำให้ขุนยวม ได้เปรียบกว่าแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ แต่แน่นอน ความสวยงามตามธรรมชาติ และวัฒนธรรม ไม่ใช่สิ่งเดียว ที่จะมัดใจนักท่องเที่ยวเอาไว้ได้”

ตัวอย่างเรื่องที่ ๒

“ขณะที่หลายประเทศต่างเร่งพัฒนาบริการ และจัดมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทุกด้าน ประเทศไทยก็จำเป็นต้องเพิ่มศักยภาพ ในการจัดการท่องเที่ยว ภายใต้”ยุทธศาสตร์ การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน” โดยมีสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งจัดตั้งขึ้นในปี ๒๕๔๕ เป็นหน่วยงานหลักในการเร่งดำเนินภารกิจ พัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว”

สมควรเขียนว่า

“กล้าหาญดีว่า บริการที่ดีและเป็นมาตรฐาน เป็นสิ่งสำคัญที่สุด ที่จะทำให้นักท่องเที่ยวหวนกลับมาใช้บริการอีกอย่างต่อเนื่อง และนั่นเป็นสิ่งที่เจ้าของกิจการ Home Stay ทุกแห่งต้องการมิใช่หรือไม่นานมานี้ เจ้าหน้าที่จากสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวได้เข้าอธิบาย และทำความเข้าใจถึงคำว่า มาตรฐานและบริการที่ดี ให้พวกเขาฟังและก็ได้ผล หลังจากที่เธอปรับบริการเข้าสู่มาตรฐาน นักท่องเที่ยวก็เข้าพักที่ขุนยวม Home Stay ของเธอมากขึ้น”

การเขียนบทสารคดีควรหลีกเลี่ยงการใช้คำศัพท์เฉพาะถิ่น หรือคำศัพท์ต่างประเทศที่ไม่จำเป็น คำนึงถึงความต่อเนื่องของอารมณ์คนดู ภาพไม่จำเป็นต้องตรงกับบทเสมอไป บทที่ดี ต้องมีเอกภาพ ไม่หลุดออกจากแก่นของเรื่องที่ต้องการจะเล่า ไม่ควรใช้คำศัพท์ทางวิชาการที่ยากต่อการทำความเข้าใจ การเรียงประโยค จะต้องไม่สับสน เข้าใจยาก ไม่ควรมีประโยคซ้อนประโยคขยายความมากเกินไป ในหนึ่งย่อหน้า ควรมีประเด็นเดียว

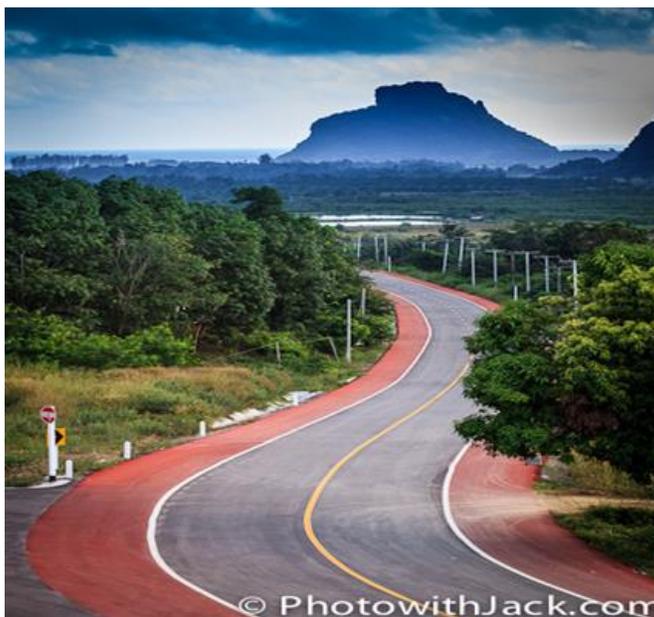
บทที่ ๔

หลักการถ่ายรูป

ในการที่จะถ่ายรูปวิวทิวทัศน์ให้ได้สวยงามประทับใจนั้น เราต้องฝึกคิดนอกกรอบและมองภาพ
เบื้องหน้าให้แตกต่างจากคนอื่น การจัดองค์ประกอบภาพนั้นมีส่วนสำคัญมากในการที่จะทำให้เราถ่ายรูป
วิวทิวทัศน์ซึ่งบางครั้งดูธรรมดาให้เกิดความสวยงามแตกต่างจากคนอื่นได้ ลองนำเทคนิคดังต่อไปนี้มาใช้

เส้นนำสายตา

สำหรับภาพวิวทิวทัศน์นั้น สายตาของผู้ชมภาพจะกวาดไปรอบๆภาพ เพื่อมองหาจุดสนใจในภาพ
หากเรามีเส้นนำสายตาก็จะช่วยให้สายตาของผู้ชมภาพนั้นพุ่งไปหาจุดสนใจที่เราต้องการนำเสนอได้ง่าย
ขึ้น โดยเส้นนำสายตานั้น อาจจะเป็นถนน เส้นขอบฟ้า หรือแนวภูเขา หรือเส้นอะไรก็ได้ที่นำสายตาผู้ชม
ได้



ความเรียบง่าย

บางครั้งภาพวิวทิวทัศน์ที่น่าประทับใจนั้น คือ ภาพที่เรียบง่าย มีจุดสนใจให้โดดเด่นขึ้นมาเพียงจุดเดียว ซึ่งวิธีการก็เช่น จัดองค์ประกอบภาพให้เรียบง่าย หรือ การใช้รับแสงกว้างๆ เพื่อเบลอลากหลังออกไป



จัดภาพเป็นชั้นๆ (Layers)

ภาพวิวทิวทัศน์นั้นเป็นที่รู้กันว่ามักจะประกอบด้วยชั้นต่างๆ เช่น ชั้นฉากหน้า ฉากกลาง และฉากหลังเป็นต้น ส่วนใหญ่ภาพที่มีองค์ประกอบแบบนี้ก็จะเตะตาผู้ชม



ลวดลาย (Patterns)

อีกวิธีหนึ่งที่จะให้ภาพเราน่าสนใจ คือ การจัดภาพให้มีลวดลายซ้ำๆกันในภาพ ไม่ว่าจะเป็นลวดลายของพื้นผิว ลวดลายของสี หรือวัตถุที่วางซ้ำๆกันในภาพ



ฉากหน้า

ฉากหน้าที่น่าสนใจนั้น สามารถทำให้ภาพวิจิตรวิเศษของเราดูน่าสนใจขึ้นอย่างมาก โดยสายตาของผู้ชมนั้นจะสะดุดตาที่ฉากหน้าก่อน แล้วสายตาจึงกวาดไปมองหาจุดสนใจจุดอื่นในภาพต่อไป จากนั้นจึงเกิดความประทับใจกับทั้งภาพ ซึ่งการหาฉากหน้าในภาพนั้นส่วนใหญ่ช่างภาพวิจิตรวิเศษมือใหม่มักจะมองข้าม โดยมักจะจัดองค์ประกอบไปที่จุดที่ตนสนใจในฉากหลัง เช่น ดวงอาทิตย์ที่กำลังตก หรือ ทิวเขาที่สวยงามด้านหลัง คราวหน้าเวลาออกไปถ่ายรูป ลองเดินสำรวจหาฉากหน้าเพื่อมาเสริมความน่าสนใจให้แก่ฉากหลังที่เราต้องการเน้นด้วย



การแพนกล้อง

“การถ่ายรูปวัตถุเคลื่อนไหว” เราได้เรียนรู้เกี่ยวกับการถ่ายรูปเพื่อหยุดการเคลื่อนไหวของวัตถุไปแล้ว มาคราวนี้เรามาเรียนรู้ที่จะถ่ายภาพนิ่ง แต่ให้ความรู้สึกถึงการเคลื่อนไหวของวัตถุ โดยวิธีการที่จะได้ภาพแบบนี้ทำได้โดย “การแพนกล้อง” นั่นเอง

การแพนกล้อง ก็คือการที่เราถ่ายภาพวัตถุที่เคลื่อนไหวแล้วเราทำการหันกล้องตามวัตถุนั้นไปด้วย ซึ่งภาพที่ได้จะเป็นภาพที่วัตถุที่เคลื่อนไหวที่เราแพนกล้องตามนั้นมีความคมชัด ส่วนฉากหลังในภาพจะเบลอเป็นเส้น ตามทิศทางการแพนกล้องของเรานั้นเอง



ซึ่งการที่เราจะสามารถถ่ายภาพแบบนี้ได้ เราจะต้องใช้ความเร็วชัตเตอร์ที่ไม่สูงมากนัก ตัวอย่างเช่น หากเราถ่ายภาพคนวิ่งแข่ง เราอาจจะเริ่มที่ ๑/๓๐ วินาที แล้วลองถ่ายภาพโดยวิธีแพนกล้อง หากภาพที่ได้ฉากหลังไม่เบลอแสดงว่าความเร็วสูงเกินไป ก็ลองลดความเร็วดู แต่หากเบลอทั้งวัตถุและฉากแสดงว่าความเร็วชัตเตอร์ต่ำเกินไป ก็ลองเพิ่มความเร็วชัตเตอร์ดูครับ ความเร็วชัตเตอร์ที่เหมาะสมนั้นขึ้นอยู่กับความเร็วของวัตถุที่เคลื่อนที่ ต้องลองผิดลองถูกดูครับ โหมดกล้องที่เหมาะสมกับการแพนกล้องก็หนีไม่พ้น โหมด Tv (Time Value) สำหรับกล้องแคนนอน หรือ โหมด S (Shutter Priority) ในกล้องนิคอนนั่นเอง



ส่วนวิธีการแพนกล้องก็ไม่ยากเย็นอะไรครับ เพียงแค่เราแคกดชัตเตอร์เมื่อวัตถุจะเริ่มผ่านเราไป จากนั้นก็หมุนกล้องตามทิศทางที่เคลื่อนที่ของวัตถุนั้น เทคนิคเล็กน้อยคือ เมื่อชัตเตอร์ปิดแล้วให้เรา ยังคงหมุนกล้องตามวัตถุไปอีกนิดหนึ่ง เพื่อให้ภาพของการเคลื่อนไหวที่ราบรื่นนั่นเอง

ระยะโฟกัสการถ่ายภาพ

เนื่องจากมีผู้สงสัยว่า “ระยะโฟกัสที่ ๑/๓ ระหว่างกล้องและฉากหลัง” คืออะไร เพื่อขยายความขอทำความเข้าใจดังนี้



จากภาพเราจะเห็นว่าส่วนประกอบหลักๆของภาพวิมิตัวด้วยกัน ๓ ส่วนคือ ฉากหน้า, ฉากกลาง และฉากหลัง ซึ่งภาพวิมิตัวที่สมบูรณ์ควรมีทั้ง ๓ ส่วนนี้ (แต่ไม่ได้หมายความว่าเมื่อครบแล้วจะสวยเสมอไป ต้องรู้จักเลือกด้วย) และภาพวิมิตัวที่สมบูรณ์ก็ควรมีความคมชัดทั้ง ๓ องค์ประกอบ อย่างในภาพตัวอย่างนี้ จะเห็นว่าภาพคมชัดตั้งแต่ต้นหญ้าหน้ากล้อง ไปจนถึงก้อนเมฆที่ฉากหลัง ซึ่งการที่จะได้มาเพื่อความคมชัดแบบนี้ ผมเลือกจุดโฟกัสอยู่ในเส้นระนาบที่ระยะ ๑/๓ ดังในภาพ เพราะเป็นระยะที่จะทำให้ภาพมีความชัดลึกทั้งภาพ จากทำการลือคโฟกัสและจัดองค์ประกอบภาพต่อไป

การถ่ายรูปรูปร่างเคลื่อนไหว

การถ่ายรูปรูปร่างเคลื่อนไหวนั้นไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะการถ่ายภาพกีฬาแต่อย่างเดียว หากแต่ในชีวิตประจำวันของเรานั้น สิ่งต่างๆเคลื่อนไหว ไม่ว่าจะเป็นเด็กๆที่เล่นอยู่ในสวนสาธารณะ, คลื่นที่เคลื่อนที่เข้ากระทบฝั่ง, สัตว์ต่างๆ ตั้งแต่สัตว์เลี้ยงของคุณไปจนถึงสิ่งมีชีวิตในป่าใหญ่ การรู้จักพลิกแพลงในการถ่ายรูปรูปร่างลักษณะนี้ ไม่ว่าจะเป็น การหยุดการเคลื่อนไหว, การเบลอลฉากหลังเพื่อแสดงถึงความเร็วของวัตถุที่เราถ่ายรูป หรือแม้กระทั่งการเบลอตัววัตถุนั้นเอง เทคนิคต่างๆเหล่านี้จะทำให้ภาพถ่ายของคุณมีความหลากหลาย และทำให้ภาพของคุณเป็นยิ่งกว่า “ภาพนิ่ง” ธรรมดาๆทั่วไป การหยุดการเคลื่อนไหว (Freezing the Action) หลักการต่างๆไปที่เรามักจะใช้ในการถ่ายรูปรูปร่างเคลื่อนไหวนั้นคือ

การหยุดการเคลื่อนไหวนั้น เพื่อให้เราได้ภาพที่คมชัดนั่นเอง โดยการที่เราจะทำแบบนี้ได้ เราต้องการ “ความเร็วชัตเตอร์สูงๆ”



ความเร็วชัตเตอร์ที่เพียงพอในการหยุดการเคลื่อนไหวของวัตถุกัน สำหรับในสถานการณ์ต่างๆไปนั้น เช่น คุณถ่ายรูปเด็กๆกำลังวิ่งเล่นอยู่ในสวน หากเด็กวิ่งตรงเข้าหากล้อง ความเร็วชัตเตอร์ที่เหมาะสมเพื่อหยุดการเคลื่อนไหวนั้นไม่ควรต่ำกว่า ๑/๕๐๐ วินาที แต่หากเด็กนั้นวิ่งผ่านหน้ากล้อง ความเร็วชัตเตอร์ที่เหมาะสมเพื่อหยุดการเคลื่อนไหวนั้นไม่ควรต่ำกว่า ๑/๑๐๐๐ วินาที และหากเราต้องการถ่ายรูปให้ตัวเด็กนั้นเต็มเฟรม ความเร็วชัตเตอร์ที่เหมาะสมเพื่อหยุดการเคลื่อนไหวนั้นไม่ควรต่ำกว่า ๑/๒๐๐๐ วินาที วิธีการถ่ายทำก็ทำได้โดยให้คุณแพนกล้องตามวัตถุที่กำลังเคลื่อนไหวนั้นแล้วจับจังหวะถ่ายรูปเพื่อหยุดการเคลื่อนไหวที่คุณต้องการ หรือ จะใช้วิธีถ่ายรัวต่อเนื่องแล้วมาเลือกรูปเอาทีหลังก็ได้



วิธีการที่ง่ายที่สุดในการถ่ายรูปลักษณะนี้คือการใช้โหมด Tv (Time Value) ในกล้องแคนนอน หรือโหมด S (Shutter Priority) ในกล้องนิคอน แล้วทำการตั้งค่าความเร็วชัตเตอร์ให้ได้ตามสถานการณ์ หากกล้องฟ้องว่าตั้งค่าไม่ได้ ให้ลองเพิ่มค่า ISO จนได้ความเร็วชัตเตอร์ที่ต้องการ จากนั้นลองถ่ายภาพดู และปรับแต่งความเร็วชัตเตอร์ตามสถานการณ์ครับ ส่วนโหมดการโฟกัสภาพนั้นควรใช้ Ai Servo เพื่อกล้องจะล็อคโฟกัสไว้ที่วัตถุที่เคลื่อนไหวและติดตามไปเรื่อยจนกว่าเราจะกดชัตเตอร์นั่นเอง



สรุป

- ถ่ายรูปวัตถุเคลื่อนไหว พุ่งเข้าหากล้อง ความเร็วชัตเตอร์ไม่น้อยกว่า ๑/๕๐๐ วินาที
- ถ่ายรูปวัตถุเคลื่อนไหว วิ่งผ่านหน้ากล้อง ความเร็วชัตเตอร์ไม่น้อยกว่า ๑/๑๐๐๐ วินาที
- ต้องการหยุดการเคลื่อนไหวอย่างสิ้นเชิง ความเร็วชัตเตอร์ไม่น้อยกว่า ๑/๒๐๐๐ วินาที
- โหมดกล้อง Tv หรือ S
- โหมดการโฟกัส Ai Servo

พื้นฐานการถ่ายรูปด้วยแฟลช

การถ่ายรูปโดยไม่ใช้แฟลชนั้นจะให้ภาพที่มีแสงเงาชวนมองและได้อารมณ์มากกว่า แต่ในหลายๆสถานการณ์เราก็จำเป็นต้องใช้แฟลช เช่น ในกรณีที่เรากำลังถ่ายภาพในสภาพแสงน้อยๆ แล้วเราไม่มีเลนส์ที่มีรูรับแสงกว้างๆ หรือ เราเร่ง ISO จนสุดแล้ว ความเร็วชัตเตอร์ก็ยังไม่ได้ หรือ ภาพที่เราจะถ่ายในสภาพแสงน้อยนั้น ตัวแบบมีการเคลื่อนไหวแทบจะตลอดเวลา หรือบางครั้งเราต้องการลบเงาในภาพ ฯลฯ



การใช้แฟลชบนหัวกล้อง

แฟลชบนหัวกล้องนั้น ความหมายก็ตรงตัว คือแฟลชที่ติดตั้งอยู่บนหัวกล้อง โดยอาจจะเป็นแฟลชป๊อปอัพ หรือ แฟลชนอก (External Flash) ที่เรานำมาเสียบเข้าไว้กับ Hot Shoe โดยแฟลชแบบนี้ หากเราใช้ไม่เป็น ภาพที่ได้ก็จะเป็นภาพที่มีเงาแข็งๆเกิดขึ้น ดูหน้ามันบ้าง ไรบ้าง จนทำให้ช่างภาพมือใหม่หลายๆคน พาลโทษไปเลยว่า การใช้แฟลชถ่ายภาพนั้นไม่ดี จริงๆแล้วไม่ใช่อะไรหรอกครับ เพราะเค้าใช้ไม่เป็นนั่นเอง

กรณีที่ ๑ แสงแข็ง มีเงาแข็งๆในภาพ

อาการแบบนี้เกิดจากการส่องแฟลชบนหัวกล้องเข้าหาตัวแบบตรงๆ ภาพที่ได้จะดูแข็งๆ หน้ามันๆ และขอให้สังเกตเงาที่เกิดบนฉากหลัง และเงาบริเวณใต้คางที่เป็นสีดำเข้ม ดูหน้านางแบบแล้วเหมือนตบใจอะไรซักอย่างมา สำหรับคนที่ยังไม่เข้าใจว่า “แสงแข็ง” คืออะไร ขออธิบายอย่างง่ายๆว่ามันคือแสงที่มาจากแหล่งกำเนิดที่เล็ก ไม่ว่าคุณจะใช้แฟลชนอกตัวที่อป ถ้าส่องเข้าหาแบบตรงๆ มันก็เป็นแสงแข็งอยู่ดี เพราะลองเทียบขนาดหัวแฟลชกับตัวคนละกัน ว่าอันไหนใหญ่กว่ากัน ภาพที่ได้ก็แบบนี้แหละแข็งๆ แบบๆ



วิธีการแก้ไข

กรณีนี้หากเราถ่ายภาพในห้องที่มีเพดานสูงไม่เกิน ๓ เมตร และเป็นสีขาวยิ่งง่ายเลยครับ เพียงแค่คุณปรับหัวแฟลชจากยิงตรงเข้าหาแบบ ก็ให้แขวนขึ้น ๔๕-๖๐ องศา เพื่อให้แสงแฟลชส่องขึ้นไปสะท้อนที่เพดานก่อนแล้วค่อยตกมากระทบตัวแบบ

สังเกตจากภาพที่ได้ หนึ่งคือเงาบนฉากหลังจะมองไม่เห็นอีกต่อไป และสองให้สังเกตเงาที่ได้คางนางแบบ จะเห็นว่าเงาจางลง และภาพดูมีมิติมากขึ้น แบบนี้เค้าเรียกว่า “แสงนุ่ม” สาเหตุที่แสงนุ่มลงได้ เพราะตอนนี้แหล่งกำเนิดแสงของเราไม่ใช่หัวแฟลชเล็กๆอีกต่อไป หากแต่เป็นเพดานห้องสีขาวขนาดใหญ่ เมื่อแหล่งกำเนิดแสงมีขนาดใหญ่ขึ้น แสงก็นุ่มลงทันตาเห็น นี่คือประโยชน์ของแฟลชที่ปรับให้หัวกระดกขึ้นได้ สำหรับคนที่กำลังคิดจะซื้อหาแฟลชนอกมาใช้งาน ก็คงพอจะทราบแล้วว่าควรซื้อแฟลชแบบไหน เพราะหากคุณคิดอยากจะทำระยะไปแล้วไปซื้อแฟลชแบบหัวปรับไม่ได้ ก็ไม่ต่างอะไรมากกับการใช้แฟลชป๊อปอัพ เพราะถ่ายยังไงแสงก็แข็งอยู่ดี



ส่วนใหญ่กรณีคนที่ไม่มีแฟลชนอกอยู่แล้ว อาจจะอยากให้แสงนุ่มลงอีกโดยการไปหาซื้อตัวกระจายแสงแฟลช ไม่ว่าจะเป็นประเภทถ้วยมาม่า, หรือพลาสติกมาครอบหัวแฟลช หรือบางคนก็เอากระดาษทิชชูมาบังแฟลช ตอนแรกๆก็ติด แต่เดี๋ยวนี้ไม่ใช่แล้วเพราะ หนึ่งมันทำให้แฟลชทำงานหนักขึ้น และสองผลที่ได้ไม่ค่อยมีความแตกต่างเท่าไรหรอกครับ

กรณีที่ ๒ ฉากหลังมืด



ภาพนี้ถ่ายในห้องที่เปิดไฟสว่าง แต่สังเกตว่าพื้นที่ห้องด้านหลังของนางแบบดูไม่ค่อยสว่าง เพราะภาพนี้ถ่ายโดยตั้งความเร็วชัตเตอร์ไว้ที่ ๑/๒๐๐ วินาที ที่ f/๔.๐ ที่ ISO ๑๖๐๐ ซึ่งสภาพแสงจริงๆ ควรจะเป็น ๑/๑๕ วินาที f/๔.๐ ที่ ISO ๑๖๐๐ ภาพนี้ยังแฟลชตรงเข้าหานางแบบ ผลที่ได้ก็แบบนี้แสงก็แข็ง แฉมใช้ความเร็วชัตเตอร์สูง ฉากหลังก็เลยไม่สว่างเหมือนจริง

วิธีการแก้ไข

อาการนี้ หนึ่งแสงแข็งก็แก้ได้เหมือนในกรณีแรก ส่วนเรื่องฉากหลังไม่สว่างเพราะว่าเมื่อเราตั้งความเร็ว ชัตเตอร์เร็วกว่าแสงที่มีอยู่ในบริเวณที่เราถ่ายรูป กล้องยังไม่ทันได้แสงพอ ชัตเตอร์ก็ปิดซะแล้ว มันก็เลยสว่างไม่พอ ส่วนตัวแบบที่สว่างพอดี ก็เพราะแสงแฟลชครับ วิธีการแก้ไขก็คือให้ใช้ความเร็วชัตเตอร์ให้เพียงพอที่จะเก็บแสงฉากหลังได้อย่างเหมาะสม ไม่มากและไม่น้อยเกินไป

บทที่ ๕

สื่อประชาสัมพันธ์

ความสำคัญของสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์มีความสำคัญ คือ

๑. เพื่อการถ่ายทอดหรือบอกข่าวสารให้แก่ประชาชนได้รับทราบ
๒. เพื่อให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง
๓. เพื่อเป็นการสร้างความนิยมและภาพพจน์ที่ดีขององค์กร

ลักษณะของสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภท

๑. สื่อสิ่งพิมพ์ (Print Media)

สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ (The Printed Words)

๑.๑ สื่อเพื่อการสัมพันธ์ภายในหน่วยงาน (House or Home Journal) เป็นหนังสือวารสารสิ่งพิมพ์ที่ใช้สื่อสัมพันธ์ในหน่วยงานให้รู้หรือเข้าใจและแจ่มแจ้งกันเฉพาะภายในหน่วยงาน

๑.๒ สื่อสัมพันธ์ภายนอกหน่วยงาน (External Publication) เป็นวารสารสิ่งพิมพ์ที่ใช้เพื่อสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานกับบุคคลภายนอกหน่วยงาน จัดทำรูปเล่ม ประณีต ใช้ถ้อยคำ สำนวน ภาษา เป็นทางการ การระมัดระวังมากกว่าหนังสือสัมพันธ์ภายใน

๑.๓ สื่อสัมพันธ์แบบผสม (Combination) เป็นการจัดทำสิ่งพิมพ์ สื่อสัมพันธ์ในลักษณะผสมใช้อ่านได้ทั้งคนภายในและภายนอกหน่วยงานในเล่มเดียวกัน การเตรียมสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ (Preparation for Publication) ก่อนจะทำสิ่งพิมพ์ควรมีการวางแผนให้เรียบร้อย การวางแผนที่ดีต้องคำนึงถึงสิ่ง ๓ ประการด้วยกัน คือ วัตถุประสงค์ (Purpose) ผู้อ่าน (Reader) และรูปแบบ (Format)

๑.๑ หนังสือพิมพ์ (Newspaper)

หนังสือพิมพ์ เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการเผยแพร่และการประชาสัมพันธ์ เพราะหนังสือพิมพ์เป็นสื่อมวลชนที่สามารถเข้าถึงประชาชนจำนวนมาก และมีระยะเวลากำหนดออกที่แน่นอนเป็นประจำสม่ำเสมอ หนังสือพิมพ์ผิดกับสื่อชนิดอื่น ๆ ตรงที่ว่าหนังสือพิมพ์นั้นอาจจะเป็นเครื่องเร่งเร้าก่อให้เกิดประชามติขึ้นในหมู่ประชาชนได้ และขณะเดียวกันก็จะสื่อประชามติของประชาชนสะท้อนออกมาให้เห็นอีกด้วย เราจึงสามารถกล่าวได้อย่างเต็มปากว่า หนังสือพิมพ์เป็นเครื่องมืออันสำคัญยิ่งในวงการประชาสัมพันธ์หนังสือพิมพ์ สามารถเสนอข่าวสารเรื่องราวต่าง ๆ หลายด้านปะปนผสมผสานกันไป ในฉบับเดียวกัน มีทั้งข่าวสาร เรื่องราว ที่ประชาชนเฉพาะกลุ่มและประชาชนทั่วไปสนใจ เช่น ข่าวการเมือง อาชญากรรม เศรษฐกิจ สังคม กีฬา บันเทิง เป็นต้น หนังสือพิมพ์เป็นสื่อในการติดต่อ ๒ ทาง (Two-Way Communication) เพราะเป็นสื่อในการถ่ายทอดความคิดเห็น นโยบาย การดำเนินงานของกิจการ แล้วยังเป็นสื่อแสดงความรู้สึกนึกคิดของประชาชนที่มีต่อองค์กรด้วย เช่น การวิจารณ์การปฏิบัติงานหรือนโยบายของรัฐบาล เพื่อองค์การที่ถูกวิจารณ์จะได้ปรับปรุงนโยบายให้ดีขึ้น

หรือรัฐบาลใช้หนังสือพิมพ์ เป็นสื่อชี้แจงให้ประชาชนเข้าใจ เพื่อขอความร่วมมือในการปฏิบัติให้สำเร็จ ล่วงตามเป้าหมาย นอกจากนี้ หนังสือพิมพ์ยังเป็นสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ระหว่างประเทศ โดยใช้ เป็นสื่อแถลงนโยบาย ข้อคิดเห็นทางการเมือง เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีต่อกัน ใช้ในการเผยแพร่ วัฒนธรรมให้เป็นที่รู้จักของประเทศต่าง ๆ หรือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศ

ข้อดีของหนังสือพิมพ์

๑. หนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่เสนอข่าวที่น่าสนใจสม่ำเสมอและรวดเร็ว จึงเป็นสื่อที่มวลชนยอมรับข่าว ในการเผยแพร่
๒. มีความคงทนถาวรกว่าสื่อมวลชนประเภทอื่น เพราะเมื่อผู้อ่านไม่เข้าใจตอนใดก็ย้อนกลับมา อ่านใหม่ได้
๓. เสนอเรื่องราวข่าวสารหลายประเภท มีทั้งเรื่องราวข่าวสารที่ประชาชนเฉพาะกลุ่ม และ ประชาชนทั่วไปสนใจ จึงสามารถเข้าถึงประชาชนได้หลายกลุ่มหลายอาชีพ
๔. เสนอข่าวหรือเรื่องราวต่าง ๆ ครั้งละมาก ๆ ได้ รวมทั้งเสนอข่าวประจำวันเป็นประจำ ทำให้ประชาชนสามารถติดตามข่าวสารเรื่องราวต่าง ๆ ได้ อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง
๕. มีภาพถ่ายประกอบช่วยดึงดูดความสนใจและเข้าใจข่าวสารได้ยิ่งขึ้น
๖. ราคาถูก หาซื้อได้ง่าย และมีหลายภาษา

ข้อจำกัดของหนังสือพิมพ์

๑. ไม่สามารถเข้าถึงผู้อ่านที่อ่านหนังสือไม่ออก หรือผู้สูงอายุที่สายตาไม่ดี
๒. หนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่ไม่มีสีสันสวยงาม ไม่มีสิ่งใดสะดุดตาผู้อ่านนอกจากพาดหัวข่าวซึ่งควร เป็นข้อความที่กะทัดรัด อ่านเข้าใจง่าย และสัมพันธ์กับเนื้อเรื่องของข่าว
๓. มีอายุสั้น ผู้อ่าน อ่านครั้งเดียวแล้วจะทิ้งไป ประชาชนไม่นิยมเก็บหนังสือพิมพ์ไว้เป็นเวลานาน
๔. มีช่วงอายุที่สั้น เมื่อคนอ่านเพียงครั้งเดียวแล้วก็จะผ่านไป เพราะข่าวต่าง ๆ มีผ่านเข้ามาทุกวัน
๕. ผู้อ่านหนังสือพิมพ์จะอ่านเพียงบางเรื่องหรือบางคอลัมน์ที่เขาเกี่ยวข้องหรือสนใจเท่านั้น
๖. ไม่มีสีสันหรือภาพสีที่สวยงามสะดุดตาชวนอ่าน นักประชาสัมพันธ์ ควรรู้จักผูกพันกับ หนังสือพิมพ์ และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับหนังสือพิมพ์ ถือเป็นส่วนหนึ่งของงานประชาสัมพันธ์

มีข้อเสนอแนะในการปฏิบัติดังนี้

๑. ต้องศึกษารวบรวมข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับวงการหนังสือพิมพ์ เช่น นโยบาย จุดมุ่งหมาย ความต้องการของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับซึ่งแตกต่างกันไป และต้องศึกษาบุคคลในวงการหนังสือพิมพ์เพื่อ ทำความรู้จักสร้างความสนิทสนมคุ้นเคย
๒. ต้องให้ข่าวหนังสือพิมพ์ เช่น ข่าวเกี่ยวกับนโยบาย ความมุ่งหมาย โครงการ ผลงาน และ เหตุการณ์ เพื่อให้หนังสือพิมพ์นำไปลงเผยแพร่ ทำให้ผู้อ่านเกิดความสนใจ ความรู้ ความเข้าใจ และนิยม เลื่อมใสในสถาบัน
๓. ต้องอำนวยความสะดวกแก่นักข่าว หรือนักเขียนที่มาติดต่อ
๔. ต้องผูกสัมพันธ์ และสังสรรค์กับบรรดานักข่าว และนักเขียนให้ใกล้ชิดสนิทสนม

๕. ต้องคอยตัดข่าว บทความ และสารคดีที่หนังสือพิมพ์ต่าง ๆ ลง เพื่อติดตามวัดผลงาน
๖. แพร่ข่าวให้หนังสือพิมพ์ ตรวจสอบกระแสข่าว ตรวจสอบข่าวและความคิดเห็นที่เป็นความเข้าใจผิด

๑.๒ วารสาร (Journal)

จัดทำเพื่อผู้อ่านเฉพาะกลุ่ม อาจเป็นภายในหรือภายนอกองค์กรก็ได้ จัดทำเป็นรูปเล่ม มีระยะเวลาออกที่แน่นอน และมีความต่อเนื่อง

ข้อดีของวารสาร

๑. รูปเล่มแข็งแรงและสวยงาม
๒. สามารถเข้าถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมายได้ตามความประสงค์เจาะจงหรือต้องการ
๓. มีผลทางด้านช่วยย้าเตือนความทรงจำและประทับใจ เพราะออกติดต่อกันต่อเนื่องโดยสม่ำเสมอ
๔. มีเนื้อที่เพียงพอที่จะสื่อสารหรือชี้แจงรายละเอียดต่าง ๆ ได้อย่างสมบูรณ์
๕. มีความยืดหยุ่นสูง เพราะอาจเปลี่ยนแปลงเนื้อหา รูปเล่มให้เป็นไปตามความต้องการและงบประมาณของ องค์กรสถาบันได้ง่าย

ข้อจำกัดของวารสาร

๑. คุณภาพของวารสารมักไม่ค่อยดีและขาดคุณภาพ เพราะจัดทำกันเองในองค์กรเป็นส่วนใหญ่
๒. งบประมาณเป็นอุปสรรคสำคัญในการจัดทำ
๓. ยូบเล็กได้ง่าย หากผู้บริหารไม่เห็นด้วย หรือเมื่อไม่ได้รับงบประมาณ
๔. ผู้จัดทำไม่มีเวลาเพียงพอ เพราะต้องมิงานภาระอื่น ๆ ภายในองค์กรอีกมากมาย
๕. หากวารสารที่ออกนั้นมีวัตถุประสงค์ที่ไม่แน่ชัดหรือขาดความรู้ที่น่าสนใจและสารประโยชน์ที่แท้จริงแล้ว วารสารนั้นก็อาจจะไม่ได้รับความสนใจจากประชาชน

๑.๓ นิตยสาร (Magazines)

นิตยสาร เป็นเครื่องมือหรือสื่อในการประชาสัมพันธ์ประเภทสิ่งพิมพ์ที่สำคัญอย่างหนึ่ง นิตยสารมีรูปเล่มที่กะทัดรัดสวยงาม และมีระบบการพิมพ์ที่ประณีต มีสีสวยงามช่วยดึงดูดความสนใจของผู้อ่านได้เป็นอย่างดี

ข้อดีของนิตยสาร

๑. การจัดทำนิตยสารมักทำในรูปของธุรกิจโดยทีมงานขององค์กร
๒. มีการวางแผนงานจัดทำอย่างเป็นระบบ ทำให้มีรูปเล่มที่สวยงามและเนื้อหาแปลกใหม่ ไม่ซ้ำหรือน่าเบื่อ
๓. สามารถนำเสนอรายละเอียดเรื่องราวได้มาก และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเฉพาะได้
๔. จำนวนการผลิตไม่มาก มีการบอกเงื่อนไขการรับเป็นสมาชิก ทำให้ไม่สูญเสียเปล่า
๕. ระยะเวลาในการอ่านนิตยสารนานกว่าหนังสือพิมพ์

ข้อจำกัดของนิตยสาร

๑. ราคาต่อหน่วยของนิตยสารแพงกว่าหนังสือพิมพ์
๒. การจัดจำหน่ายและเผยแพร่อยู่ในวงจำกัดเฉพาะกลุ่ม
๓. ขาดความรวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ เพราะอาจออกเป็นรายเดือนหรือรายปักษ์
๔. มีราคาแพง ประชาชนบางกลุ่มอาจไม่สามารถซื้อหรือจ่ายได้
๕. มีจำนวนจำหน่ายและเผยแพร่ค่อนข้างน้อย

๑.๔ หนังสือรายงานประจำปี

มักจัดทำเป็นรูปเล่ม และมีขนาดต่าง ๆ ตามความเหมาะสม มีเรื่องราวสำคัญและความสนใจขององค์กร เรียกว่า Annual Report

๑.๕ หนังสือรายงานประจำงวด (Imperium Report)

ทำเป็นรูปเล่มคล้ายกับหนังสือรายงานประจำปี โดยออกเป็นงวด ๆ เช่น ๓ เดือน หรือ ๖ เดือน ต่อครั้ง เพื่อรายงานผลการดำเนินงานขององค์กรประจำงวด หรือรายงานผลโครงการที่ได้ดำเนินการไปแล้ว

๑.๖ จดหมาย (News Letter)

มีลักษณะเป็นแผ่นปลิวชนิดหนึ่ง เพื่อส่งให้กับกลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมาย หรือคาดคะเนว่าจะเป็นลูกค้าได้ในอนาคต มีหัวจดหมายที่สวยงามเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของตนหรือองค์กร

๑.๗ ป้ายประกาศและโปสเตอร์

เป็นสื่อที่ใช้เพื่อดึงดูดความสนใจของประชาชนที่มีความเด่นและสะดุดตา จัดทำด้วยสีอันสวยงาม มีภาพและตัวอักษรชัดเจน อ่านง่าย แม้อยู่ไกล

๑.๘ แผ่นพับ (Folder)

เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่จัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่ข่าวเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการขององค์กร

๑.๙ เอกสารแจก

มักทำเป็นเอกสารที่รวมเป็นเล่ม เพื่อเผยแพร่หรือแจกให้อ่าน

๑.๑๐ จุลสาร (Booklet and Bulletin)

เป็นเอกสารเชิงความรู้ทางวิชาการ มีลักษณะ คล้ายแผ่นพับแต่เย็บเป็นเล่ม

๒.๓ การบรรยาย เป็นการสื่อความ เพื่อให้ความรู้ความเข้าใจต่อเนื่องในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยผู้ฟังเป็นผู้รับสารและผู้บรรยายเป็นผู้ให้สาร

๒.๔ การประชุม เป็นการร่วมกันปรึกษาหารือกันในกลุ่มหรือทีมงานอย่างมีระบบและระเบียบวิธีทางการประชุม เช่นการยกมือก่อนพูดแสดงความคิดเห็น มีการจัดบันทึกรายงานการประชุม และมีประธานการประชุม

๒.๕ การฝึกอบรม เป็นการให้ความรู้ความเข้าใจแก่บุคคล เพื่อให้มีความรู้เพิ่มขึ้น และมีความสามารถขึ้นในเรื่องที่ได้รับการฝึกและอบรมมา

๒.๖ การสัมมนา เป็นกระบวนการสื่อสารสองทาง ทั้งให้และรับความรู้ซึ่งกันและกันระหว่างวิทยากรและผู้เข้าร่วมสัมมนา

๒.๗ การพูดในที่ชุมชน เป็นการพูดในที่สาธารณะหรือชุมชนในวาระหรือโอกาสต่าง ๆ เพื่อเป็นการสร้างความเข้าใจ ความรู้ ยกย่อง และยินดี ตลอดจนความเห็นอกเห็นใจในเรื่องราวต่าง ๆ

ข้อดีของสื่อบุคคล

๑. เป็นสื่อที่ทุกคนมีอยู่แล้ว ไม่ต้องสิ้นเปลืองในการซื้อสื่อแบบสื่ออื่น ๆ
๒. ทำให้ผู้พูดและฟังเห็นหน้าตา บุคลิก ลีลา ท่าทาง น้ำเสียงประกอบการพูดซึ่งมีอิทธิพลในการชักจูงและเร้าความสนใจได้มากกว่า
๓. เป็นการสื่อสารสองทาง ทั้งผู้พูดและผู้ฟังสามารถโต้ตอบกันได้ทันที
๔. ผู้พูดสามารถปรับเนื้อหาให้เหมาะกับผู้ฟังได้ทันที
๕. เหมาะกับการเผยแพร่เรื่องราวที่ไม่ลับซับซ้อนหรือติดต่อสัมพันธ์กันเป็นการส่วนตัว

ข้อจำกัดของสื่อบุคคล

๑. ไม่มีความคงทนถาวร พูดแล้วก็ผ่านเลยไป
๒. ไม่สามารถครอบคลุมผู้ฟังจำนวนมาก ๆ ได้
๓. หากผู้พูดขาดความสามารถในการพูดจูงใจ ก็จะทำให้การพูดล้มเหลวได้
๔. เนื้อหาสาระที่นำมาพูดหากลับซับซ้อนเกินไป ทำให้ผู้ฟังไม่เข้าใจ ต้องมีอุปกรณ์ประกอบการพูด เช่น ภาพถ่าย ภาพสไลด์ ภาพยนตร์
๕. เป็นสื่อที่ไม่มีหลักฐานอ้างอิงที่ชัดเจน

๓. สื่อโสตทัศน (Audio Visual Media)

เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีการใช้ทั้งภาพและเสียง มีลักษณะ คือ

๓.๑ ภาพยนตร์ (Films) หรือวีดีโอ (Video)

ภาพยนตร์มีทั้งภาพและเสียงประกอบอื่น ๆ เช่น ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหวเป็นชุด ภาพโป๊วแสง ทั้งนี้เป็นเทคนิคต่าง ๆ ที่จะให้นักประชาสัมพันธ์เลือกใช้ให้เหมาะกับงานแต่ละแบบ ภาพยนตร์เป็นสื่อที่ใช้ประชาสัมพันธ์ทางตา นับว่าเป็นสื่อที่ให้ความประทับใจและทำให้ผู้คนจดจำเรื่องราวเนื้อหาได้นาน เพราะผู้ชมจะได้ดูและได้ฟังคำบรรยายไปพร้อม ๆ กัน

ข้อดีของภาพยนตร์

๑. มีทั้งแสง สี เสียง และภาพเคลื่อนไหวประกอบดนตรี ทำให้ประทับใจและจดจำ
๒. สามารถเร้าความสนใจของผู้ชมได้ตลอดเวลาที่ภาพยนตร์ฉายอยู่
๓. สามารถสอดแทรกความคิดเห็น และเป็นสื่อในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติพฤติกรรมได้ง่าย
๔. สามารถเสนอภาพในอดีตที่เราไม่สามารถย้อนกลับไปชมได้อีก
๕. ใช้เทคนิคสร้างเหตุการณ์ประกอบฉากการถ่ายทำได้อย่างสมจริงสมจังที่สุด

ข้อจำกัดของภาพยนตร์

๑. ค่าใช้จ่ายและระยะเวลาในการถ่ายทำภาพยนตร์สูงมาก
๒. ไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มชนเป้าหมายจำนวนมาก ๆ ได้ ชมได้ในจำนวนจำกัด เพราะผู้ชมอยู่ในห้องฉายภาพยนตร์เท่านั้น
๓. มีข้อจำกัดเกี่ยวกับเครื่องอุปกรณ์และห้องฉายภาพยนตร์

๓.๒ วิทยุ (Radio)

เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งข่าวสารได้รวดเร็ว และเผยแพร่ข่าวไปได้ไกลมาก เป็นที่นิยมทั่วไปทั้งในและต่างประเทศ ประชาชนมีใช้มากแม้ในชนบทที่อยู่ห่างไกลและยังไม่มีไฟฟ้าใช้ มีหลากหลายรายการทั้งข่าวสาร บันเทิง รายการเพลง รายการละคร

ข้อดีของวิทยุ

๑. มีราคาถูก มีความรวดเร็ว แม้จะอยู่ห่างไกลจากสถานีก็ตาม
๒. เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ผู้ที่อ่านหนังสือไม่ออกก็สามารถรับฟังได้ ครอบคลุมบริเวณพื้นที่กว้างขวางมาก
๓. ให้ความรู้สึกเป็นกันเองกับผู้ฟัง สร้างความใกล้ชิด ซ้ำยังพกติดตัวได้ตลอดเวลา
๔. ให้ความรู้สึกเร้าอารมณ์ และเป็นสื่อที่จูงใจได้ง่าย เพราะเน้นจังหวะ ลีลาที่ใสอารมณ์ทำให้ผู้ฟังจินตนาการ และมีความรู้สึกร่วมด้วย
๕. สามารถฟังไปด้วยและทำงานอื่นไปด้วยได้

ข้อจำกัดของวิทยุ

๑. ไม่สามารถเสนอรายละเอียดได้มาก เพราะต้องพูดให้สั้น กระชับ เข้าใจง่าย
๒. ไม่มีความคงทนถาวร ถ้าผู้ฟังพลาดรายการไปก็ไม่สามารถจะรับฟังได้อีก
๓. ถ้ามีข้อผิดพลาดจะแก้ไขได้ยาก
๔. ต้องฟังอย่างมีสมาธิจึงจะได้ใจความทั้งหมด
๕. เป็นการสื่อสารทางเดียว ไม่สามารถไต่ถามเรื่องราวที่ไม่เข้าใจได้

การเขียนบทโทรทัศน์

โทรทัศน์เป็นสื่อที่เกี่ยวข้องกับภาพ หรือประเภททัศนวัสดุ (Television is a Visual medium) บทโทรทัศน์เปรียบเสมือนคัมภีร์ (Bible) ที่ผู้ร่วมรายการ ทั้งฝ่ายผลิตฝ่ายแสดงฝ่ายจัดการต่างๆ ต้องเข้าใจตรงกัน ดังนั้นผู้เขียนบทต้องมีความสามารถในการสร้างจินตนาการจากคำพูดให้ออกมาเป็นภาพ สื่อสารให้ทุกคนที่ร่วมรายการได้เข้าใจอย่างถูกต้อง ผู้เขียนบทต้องมีคุณลักษณะของศิลปินที่รวมเอาทั้งคำบรรยายและภาพใส่ไว้ในบท แต่ควรระลึกเสมอว่าบทโทรทัศน์อาจเป็นจินตนาการที่ได้จากคำพูดเพียงเล็กน้อยแล้วนำมาขัดเกลาสร้างสรรค์ ให้มีความเหมาะสมแก่ทั้งภาพ เสียงดนตรีประกอบ ดังนั้นผู้เขียนบทโทรทัศน์จึงเป็นทั้งผู้เขียนบทและผู้กำกับรายการในบางโอกาส

การเขียนบทโทรทัศน์มุ่งเพื่อการฟัง (A Script Must Be Written to Be Heard)

ดังได้กล่าวมาแล้วว่าโทรทัศน์เป็นสื่อประเภททัศนวัสดุที่นำมาใช้เพื่อการดูเมื่อรายการสำเร็จ และนำเสนอบทโทรทัศน์ที่นำมาใช้ในการผลิตรายการจำเป็นต้องสอดคล้องกันนั่นคือผู้ชมได้ยินได้ฟังเพราะผู้ชมไม่มีโอกาสที่จะได้อ่านบท แต่จะได้ยินได้ฟังจากผู้แสดงที่ปรากฏบนจอภาพนั้นบทที่อ่านได้อย่างสละสลวยอาจไม่เหมาะสมกับการพูดการแสดง ดังนั้นการเขียนบทควรใช้ประโยคสั้นๆ ไม่ยุ่งยากซับซ้อน เป็นประโยคที่ตรงจุดตรงประเด็นใช้ภาษาพูดแทนภาษาเขียน ควรให้ผู้แสดงได้ทดลองอ่านบท หรือเรียกว่าพูดบทดั่ง ๆ แล้วลองฟังดูว่ากระหึ่มหรือไม่นั้นหมายความว่า เหมาะสำหรับการฟังหรือไม่เพียงใด การใช้ข้อมูลตัวเลขรายชื่อหรือหลาย ๆ ประเด็นความคิดลงในประโยคคำพูดนั้นอาจไม่เหมาะในการเขียนบทโทรทัศน์ควรแก้ไขปรับปรุง

บทโทรทัศน์สามารถแบ่งเป็น ๒ รูปแบบดังนี้

๑. แบบไม่เข้าตารางหรือแบบเรียงลำดับ เป็นแบบที่ไม่แบ่งคอลัมน์ภาพ และคอลัมน์ เสียง หากแต่เขียนเรียงลำดับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นมีการระบุฉากลักษณะภาพลักษณะเสียงและเวลาตามลำดับ
๒. แบบเข้าตาราง เป็นการวางรูปแบบบทโทรทัศน์ให้ส่วนของภาพอยู่ซีกซ้ายเรียกว่าคอลัมน์ภาพ และส่วนของเสียงอยู่ซีกขวาเรียกว่าคอลัมน์เสียงคอลัมน์ภาพใช้สำหรับเขียนลักษณะภาพตัวหนังสืออธิบายข้อแนะนำมุมการถ่ายภาพหรืออาจวาดเป็นภาพร่าง (Storyboard) ลงไปในคอลัมน์ภาพก็ได้สิ่งที่สำคัญก็คือคำศัพท์เกี่ยวกับภาพที่นำมาใช้นั้นต้องเป็นที่เข้าใจของผู้ร่วมงานการผลิตทั้งหมด และควรเหลือเนื้อที่สำหรับผู้กำกับรายการได้เขียนเพิ่มเติมสิ่งที่จำเป็นด้วย ส่วนคอลัมน์เสียงใช้สำหรับเขียนคำบรรยาย เพลงเสียงประกอบเสียงพิเศษอื่นๆ นอกจากนั้นใช้เขียนคำอธิบายสิ่งต่าง ๆ ให้กับผู้แสดง และผู้บรรยายด้วย เช่น การใช้อารมณ์ชนิดต่างๆ การเคลื่อนไหวการควบคุมเสียงเปล่งเสียงหรือการทอดเสียงเป็นต้น อย่างไรก็ตามรูปแบบนี้อาจขยายคอลัมน์ภาพและคอลัมน์เสียงให้สามารถกำหนดรายละเอียดมากกว่าเดิมได้ ทั้งนี้ทั้งนั้น สุดแต่แต่ละหน่วยงานการผลิต หรือสถานีโดยยึดถือความเข้าใจของทุกคนที่ร่วมผลิต และความสะดวกสบายเป็นหลัก

บทแบบสมบุรณ์

เป็นบทแสดงรายละเอียดของภาพที่จำเป็นและทางด้านเสียงจะบอกคำพูดทุกคำที่ผู้พูดจะพูด ในรายการตั้งแต่ต้นจนจบพร้อมกับบอกรายละเอียดด้านภาพและเสียงโดยสมบุรณ์บางครั้ง จึงเรียกรายการที่ใช้บทประเภทนี้ว่า Fully Scripted Show รายการที่ใช้บทประเภทนี้ได้แก่รายการละคร รายการตลก รายการข่าวและรายการโฆษณาสินค้าที่สำคัญในรายการเพื่อการศึกษาบทประเภทนี้จะนำมาใช้เมื่อมั่นใจว่าผู้แสดงรู้จักการพูดบทแทนการอ่านบทในขณะที่แสดง มิฉะนั้นจะทำให้รายการน่าเบื่อ ได้ประโยชน์ของการเขียนบทประเภทนี้

ก็คือสามารถมองภาพของรายการได้อย่างทะลุปรุโปร่งเพราะมีการกำหนดมุกกล้องขนาดของภาพ ลักษณะของเลนส์ที่ใช้การเคลื่อนไหวกล้องอย่างชัดเจนแต่ก็มีข้อเสียคือเป็นการกำหนดตายตัวโดยมิเปิดโอกาสให้ผู้กำกับได้ใช้ความสามารถในการคิดสร้างสรรค์กำหนดมุกภาพหรือการดำเนินเรื่องอย่างอิสระและเมื่อใดก็ตามที่ผู้แสดงลืมบท ผู้คุมกล้องลืมมุกกล้องตามที่กำหนดไว้จะทำให้กระทบกระเทือน และหยุดถ่ายทำซ้ำแล้วซ้ำอีกทำให้เกิดความสับสนเบื่อหน่าย

บทแบบกึ่งสมบุรณ์ หรือแบบย่อ

เป็นบทที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับแบบสมบุรณ์ส่วนมากไม่กำหนดรายละเอียดของมุกกล้อง แต่วางไว้เพื่อให้ผู้กำกับรายการได้กำหนดเอง แต่บางรายการอาจกำหนดคำสั่งลงบนด้านภาพบ้าง ทางด้านคำพูด คำบรรยายบ้าง บทสนทนาก็ไม่ได้ระบุหมดทุกตัวอักษรหรือทุกคำเพียงแต่ให้ประโยค เริ่มต้นประเด็นที่จะพูด และประโยคสุดท้ายเพื่อเป็นสัญญาณชี้แนะเท่านั้นจึงเรียกรายการที่ใช้บทประเภทนี้ว่า "Semi - Scripted Show" รายการที่ใช้บทประเภทนี้ได้แก่ รายการเพื่อการศึกษา รายการบันเทิง รายการสัมภาษณ์ รายการนิตยสาร และรายการประเภทต่าง ๆ ที่ผู้พูดผู้สนทนา หรือผู้บรรยายพูดเอง เป็นส่วนใหญ่ไม่มีระบุในบท

บทแบบกำหนดการแสดง และช่วงเวลา

เป็นบทที่เขียนบอกเฉพาะคำสั่งของส่วนต่าง ๆ ที่สำคัญในรายการฉากที่สำคัญลำดับรายการและ กำหนดเวลาของรายการแต่ละตอน เรียกรายการที่ใช้บทประเภทนี้ว่า The Show Format รายการที่ใช้ บทประเภทนี้ได้แก่ รายการประจำของสถานี อาทิ รายการสนทนารายการข่าวสั้น ๆ รายการบันเทิง รายการอภิปราย รายการนิตยสารและ Variety Show

บทแบบเรียงลำดับเรื่องที่เสนอ

เป็นบทที่เขียนเพื่อแสดงรายการที่จะนำเสนอทางหน้าจอกล้องตามลำดับก่อนหลังโดยระบุสิ่งที่จะต้องบรรยายโดยคร่าวๆไม่มีคำสั่งหรือรายละเอียดเกี่ยวกับภาพ และเสียงโดยเฉพาะใช้ เพื่อบันทึก รายการสดปกติ บริษัทโฆษณาจะเขียนและเตรียมบทประเภทนี้ให้กับผู้ผลิตรายการว่าต้องการให้มีภาพ สินค้าอะไรบ้างที่ออกอากาศและมีคำพูดโฆษณาอย่างไรบ้างพอสังเขป ผู้กำกับรายการจำเป็นต้องนำบท ประเภทนี้มาตบแต่ง ปรับเปลี่ยนเป็นบทบอกการแสดงและช่วงเวลาก่อน เพื่อให้ผู้ร่วมผลิตรายการ ทั้งหมดได้เข้าใจว่าเขาควรจะทำงานตามขั้นตอนอย่างไรบทประเภทนี้ไม่นิยมนำไปใช้เพื่อผลิตรายการ เพราะอาจทำให้ผลงานที่ออกมาไม่น่าพอใจ เนื่องจากไม่มีรายละเอียดมากพอในการผลิตรายการ

บทแบบเปิด

เป็นบทที่มีการเรียงลำดับประเด็นที่พูดหรือสัมภาษณ์ เช่น ประเด็นที่พิธีกรจะถาม และประเด็นสำหรับวิทยากรหรือผู้ให้สัมภาษณ์ตอบเป็นต้น บทแบบนี้ไม่มีการกำหนดรายละเอียดใดเลยเกี่ยวกับภาพและเสียงมักใช้ในรายการที่มีความยาวกว่าการโฆษณาสด ๆ การนำบทประเภทนี้ไปใช้ในการผลิตรายการมักจะได้รายการที่ไม่มีคุณภาพ เป็นรายการที่ผลิตอย่างลวก ๆ สุกเอาเผากินจึงไม่ควรนำมาใช้ออกเสียจากจะปรับปรุงเปลี่ยนแปลงแก้ไขเพิ่มเติมให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้นเพราะหากเตรียมการผลิตไม่ดีบทแบบเปิดมีแนวโน้มที่จะเป็นบทวางคือไม่มีสาระอันใดเลยมีแต่ความวากวน สับสนวางเปล่า Empty Script บ่งบอกถึงความไม่เอาไหนของการผลิต

ขั้นกำหนดวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมาย

การเขียนบทก็เช่นเดียวกันกับการเขียนเพื่อการ สื่อสารจำเป็นต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์ของการเขียนเขียนไปเพื่ออะไรนั่นคือเราต้องการให้อะไรกับผู้ชม เช่น ความคิดความรู้ความบันเทิงเปลี่ยนแปลงคติ สร้างค่านิยมที่ดีปลูกฝังความสำนึกที่ติงาม หรือให้เกิดทักษะความชำนาญในด้านใดเสร็จแล้ว ต้องวิเคราะห์ผู้ชมกลุ่มเป้าหมายนั้น ก็คือเขียนเพื่อใครต้องการผู้ชมเพศใดมีช่วงอายุเท่าใด การศึกษาสภาพสังคมเศรษฐกิจและคุณลักษณะอื่น ๆ เช่นไร

ขั้นวิจัยเนื้อหาและกำหนดประเด็น

เมื่อกำหนดวัตถุประสงค์และวิเคราะห์ กลุ่มเป้าหมายแล้ว ผู้เขียนบทต้องศึกษาค้นคว้า วิจัยรวบรวมข้อมูลเนื้อหาสาระต่างๆ มาวิเคราะห์แยกย่อย หัวเรื่องประเด็น กำหนดขอบเขตเนื้อหาให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และกลุ่มเป้าหมาย อนึ่งข้อมูลที่วิจัยรวบรวมมานี้ จะใช้เป็นวัสดุเนื้อหาหรือวัสดุรายการได้ในตอนหลังอาทิ สถิติ แผนผัง แผนภูมิ คำพูดอุปมาอุปมัยคำพังเพย และแนวคิดต่าง ๆ

๓.๓ โทรทัศน์ (Television)

เป็นสื่อที่เจริญรุดหน้ามาก สามารถถ่ายทอดข่าวสารได้ทั้งโดยคำพูด ข้อเขียน และรูปภาพ เป็นทั้งภาพสี ขาวดำ และภาพนิ่ง ภาพยนตร์และอื่น ๆ ถ่ายทอดข่าวสารได้เร็วมาก และส่งภาพในระยะทางไกล ๆ ได้ด้วย รายการทางโทรทัศน์จะคล้ายกับวิทยุ มีความหลากหลาย โทรทัศน์จึงเป็นสื่อที่มีบทบาทและมีผู้นิยมมาก

ข้อดีของโทรทัศน์

๑. ดึงดูดความสนใจได้มาก เพราะสามารถทดแทนได้ทั้ง หนังสือพิมพ์ วิทยุ และภาพยนตร์
๒. ผู้ชมเก็บข่าวสารได้มากเพราะมีทั้งภาพและเสียง
๓. ถ่ายทอดข่าวสารได้รวดเร็ว ทำให้ข่าวเป็นที่น่าเชื่อถือ
๔. สามารถเสนอรายการบางรายการได้ดีกว่าวิทยุและหนังสือพิมพ์ เช่น รายการสารคดี การสาธิตทางวิชาการต่าง ๆ

ข้อจำกัดของโทรทัศน์

๑. ราคาแพงกว่าสื่อประเภทอื่น
๒. เมื่อพลาดรายการก็ไม่สามารถจะชมได้อีก นอกจากบันทึกเป็นวิดีโอเทป
๓. เป็นการสื่อสารทางเดียว

๓.๔ เครื่องฉายแผ่นใส เป็นสื่อที่ใช้ประกอบการบรรยายเพื่อให้เกิดความชัดเจนยิ่งขึ้น

๓.๕ เครื่องฉายสไลด์ เป็นสื่อที่ใช้ประกอบการบรรยาย เพื่อให้เกิดความชัดเจน เป็นภาพนิ่ง เลื่อนภาพทีละหนึ่งภาพ ปัจจุบันมีการปรับปรุงให้มีการฉายแบบ Multi ทำให้ฉายได้ทีละ ๓ เครื่อง

๓.๖ เครื่องรับ – ส่งแฟกซ์ เป็นเครื่องโทรศัพท์ที่สามารถส่งข่าวสารที่มีลักษณะคล้ายการถ่ายเอกสารต้นทางมายังเลขหมายโทรศัพท์ปลายทาง โดยมีสัญญาณในการรับข่าวสารหรือแฟกซ์

๔. สื่อกิจกรรม

สื่อกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดในลักษณะกิจกรรมตามวาระหรือโอกาสต่าง ๆ โดยมากจัดในรูปแบบของนิทรรศการ การออกร้าน งานฉลอง การประกวด การแข่งขัน ประงานสถาปนาองค์กร หรือ การเปิดให้เข้าชมกิจการในวันสำคัญ มีลักษณะเด่น ๓ ประการ คือ

๑. ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนจำนวนมากมาเข้าร่วมงาน
๒. ประชาสัมพันธ์กิจกรรมภายในงานและองค์กรให้เป็นที่รู้จักของประชาชน
๓. ประชาชนที่มาร่วมงานได้รับสารประโยชน์ ส่วนองค์กรได้สร้างภาพพจน์ที่ดีในสายตา

ประชาชนเพิ่มขึ้น

การเขียนบท (Writing a script) การเขียนบทเป็นกระบวนการต่อเนื่องจากขั้นการกำหนดแนวความคิด จนถึงการวิเคราะห์เนื้อหาและข้อมูลและได้รับประเด็นหลักและประเด็นย่อยของรายการ โดยอาจทำเป็นแผนผังของรายการก่อน เมื่อกำหนดแผนผังการเดินทางเรื่องแล้ว ผู้เขียนจึงจะนำไปเขียนบทละเอียดตามแผนผังรายการเป็นบทสมบูรณ์ ที่มีการกำหนดลำดับก่อนหลังของการเสนอภาพและเสียงด้วย ผู้ชมจะได้รับเนื้อหาสาระตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้โดยระบุลักษณะภาพและเสียงไว้เด่นชัด การวางโครงร่าง (outline) สำหรับการเขียนบทที่ดี จะต้องประกอบด้วย บทนำ (introduction) การดำเนินเรื่อง (development) การหักมุม (turn) และการสรุป (conclusion) บทนำ ต้องสั้น กระชับ เข้าใจง่าย เพื่อกระตุ้นความสนใจของผู้ชมให้เข้าสู่เนื้อเรื่องการดำเนินเรื่อง คือการนำแก่นของเรื่อง หรือความคิดรวบยอดของเรื่องมาคลี่คลายให้เห็นการพัฒนาอย่างเป็นขั้นตอนจุดหักมุม เป็นจุดที่เค้าโครงเรื่องที่ดำเนินการเกิดหักมุมอย่างไม่คาดคิด หรือเป็นการเสนอทัศนะจากมุมมองอื่นที่แตกต่างออกไป เพื่อช่วยเสริมจุด climax ให้เด่นชัด เป็นการพัฒนาแก่นของเรื่องสู่จุดสูงสุด การสรุป หรือการขมวดปมของเรื่องทั้งหมดลงอย่างย่อและมีศิลปะ ส่วนสรุปจะต้องสัมพันธ์กับเนื้อหาและบทนำ การสรุปที่ดี คือการทำให้ผู้ชมเกิดความประทับใจและการนำไปพิจารณาต่อ

การกำหนดฉาก วัสดุประกอบฉากและวัสดุประกอบรายการ เมื่อเขียนบทเรียบร้อยแล้ว ผู้ผลิตรายการจะต้องมากำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับฉากและวัสดุประกอบฉาก โดยเขียนรายละเอียดของฉากทุกชิ้นทุกชุดที่ต้องใช้ และวัสดุประกอบฉากทุกประเภทลงในแบบฟอร์มการกำหนดฉากและวัสดุประกอบฉากโดยแยกชิ้นหรือชุดละแผ่น เพื่อจะได้ส่งไปให้ฝ่ายฉากดำเนินออกแบบ สร้างโมเดลและจัดสร้างและจัดทำให้วัสดุรายการ (program materials) หมายถึง วัสดุเนื้อหาประเภทรูปภาพ แผนภูมิ ข้อมูลทางสถิติ ภาพยนตร์ ภาพแอนิเมชัน เป็นต้นที่จะนำมาใส่หรือประกอบไว้ในรายการ สำหรับวัสดุรายการที่มีอยู่แล้ว ก็ให้ใส่รายชื่อและแหล่งที่มาได้ ส่วนวัสดุรายการที่ต้องผลิตขึ้นใหม่ ก็ต้องใส่รายชื่อและกำหนดความต้องการให้ชัดเจน เช่นงานกราฟิกประเภทแผนภูมิ รูปภาพ การ์ตูน เป็นต้น

การกำหนดผู้แสดงที่ปรากฏตัวและไม่ปรากฏตัว เมื่อมีการศึกษาบทโทรทัศน์อย่างถี่ถ้วน ก็เป็นขั้นตอนการกำหนดตัวผู้แสดงทางโทรทัศน์ เช่น ผู้ดำเนินรายการ พิธีกร ผู้ประกาศ ผู้อภิปรายและผู้ร่วมรายการ เป็นต้น โดยเขียนไว้ในแบบฟอร์มผู้แสดง ผู้ผลิตควรกำหนดตัวผู้กำกับรายการไว้แล้วก่อนการกำหนดตัวแสดง และมีการประชุมลงมติกันก่อน เพราะผู้กำกับจะแนะนำได้ว่าผู้แสดงคนใดมีความสามารถมากน้อยเพียงไร

๕. สื่อโซเชียล

ปัจจุบันนี้โทรศัพท์มือถือ นับเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการดำรงชีวิตของครอบครัวและประชาชนชาวไทย สื่อโซเชียลผ่านโทรศัพท์มือถือจึงมีความสำคัญมากในการติดต่อสื่อสาร สื่อโซเชียลประเภทนี้มีความรวดเร็วและเข้าถึงผู้รับในทุกสถานที่ ทุกเวลา ทุกคนสามารถเป็นทั้งผู้ส่ง และผู้รับข่าวสารได้โดยตรง ประชาคมโลกให้ความนิยม สื่อโซเชียล เป็นสื่อไร้พรมแดนประชาชนทั่วโลกสามารถติดต่อซึ่งกันและกันได้อย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ สื่อโซเชียลจึงมีความสำคัญต่องานประชาสัมพันธ์อย่างยิ่ง

ข้อดี

๑. ประหยัด ไม่จำกัดสถานที่ สามารถประชาสัมพันธ์ได้ทุกสถานที่ ทุกเวลาอย่างรวดเร็ว
๒. สามารถสื่อสารได้ ๒ ทางเป็นทั้งผู้ส่ง และผู้รับข่าว
๓. สามารถวิพากษ์วิจารณ์ แสดงความคิดเห็น พุดจาตอบโต้ได้ทันที
๔. สามารถแสดงรูปภาพทั้งภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหวได้

ข้อเสีย

๑. เป็นข้อมูลสาธารณะ มีความยากในการตรวจสอบแหล่งข่าว
๒. ข้อมูล ข่าวสารนอกเหนือการควบคุม การกำกับติดตาม
๓. ไม่มีองค์กรรับผิดชอบในกรณีข่าวมีความผิดพลาด
๔. เป็นช่องทางการหาผลประโยชน์

บทที่ ๖ การปฏิบัติงาน

ปฏิบัติหน้าที่ประชาสัมพันธ์ตามคำสั่งของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต ๓

๑. ติดตามผู้บังคับบัญชาเพื่อถ่ายรูป ทำข่าว นำโครงการ กิจกรรม และผลงานของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต ๓ ผู้บริหารสถานศึกษา คุณครู นักเรียน ตลอดจนผู้สนับสนุนส่งเสริมการศึกษา โดยเฉพาะเผยแพร่นโยบาย แนวทางการพัฒนาการศึกษา คุณภาพของโรงเรียน นักเรียนเผยแพร่ ในหนังสือพิมพ์ E-NEW, E-NETWORK หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น สถานีวิทยุกระจายเสียง และหนังสือพิมพ์ส่วนกลางต่อไป

๒. รวบรวมรูปภาพ ตั้งประเด็น เขียนข่าว เขียนบทความ ส่งข่าวเสนอหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเป็นประจำทุกเดือน

๓. ประกาศเสียงตามสายเผยแพร่ข่าวสารให้บุคลากรภายในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต ๓ ได้รับทราบข่าวสารความเคลื่อนไหว

๔. จัดทำแผ่นพับ แนะนำสำนักงานฯ เผยแพร่โครงการและ กิจกรรมที่ดีเด่น ให้ผู้ที่เดินทางมาติดต่อราชการได้รับทราบ

๕. จัดทำสมุดบันทึก รวบรวมหมายเลขโทรศัพท์ที่สำคัญ ให้บุคลากรในสังกัด โรงเรียนในสังกัด ผู้อำนวยการโรงเรียนและคุณครูบางส่วน การดำเนินงานนับว่าเกิดประโยชน์ เป็นที่พึงพอใจ ซึ่งทางเจ้าหน้าที่สำรวจ และบุคลากรสำนักงานอื่น ๆ มาขอสมุดบันทึกจำนวนมาก

๖. เป็นพิธีกรในการประชุม อบรมตามโอกาส

๗. นำข่าวสาร สาระ ความรู้ ข่าวความเคลื่อนไหวของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต ๓ สถานศึกษา ผู้บริหารสถานศึกษา คุณครู นักเรียน ตลอดจนผู้สนับสนุนการศึกษา ไปจัดรายการสถานีวิทยุกระจายเสียง FM ๙๓.๒๕ MHz ในรายการ แสงเทียน ทุกวันเสาร์ตั้งแต่เวลา ๐๘.๐๐-๑๐.๐๐ น.

๘. ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายจากผู้บังคับบัญชา จัดภูมิทัศน์ บริเวณสถานที่

๙. ให้ความร่วมมือ สนับสนุนร่วมงานกับบุคลากรทุกท่านอย่างเต็มความสามารถ

ปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงาน

- ไม่มี -

นักประชาสัมพันธ์กับสื่อมวลชน

ในอดีตที่ผ่านมา นักประชาสัมพันธ์กับสื่อมวลชนมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์และมีความจำเป็นต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน นักประชาสัมพันธ์เองก็จำเป็นต้องอาศัยสื่อมวลชนเป็นสื่อหรือช่องทางในการเผยแพร่ข่าวสารองค์การของตนเองเพื่อหวังให้ประชาชนได้รู้และสร้างความเข้าใจ อันจะก่อให้เกิดภาพพจน์ที่ดีแก่องค์การ ซึ่งจะทำให้ห้องค์การนั้นตั้งอยู่ได้โดยได้รับความนิยชมชอบและความศรัทธาจากประชาชน

ในขณะเดียวกัน สื่อมวลชนก็ต้องอาศัยนักประชาสัมพันธ์เป็นแหล่งข่าวที่จะนำมาเผยแพร่เพื่อให้สาธารณชนรับรู้ มีความเข้าใจในเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน ปัญหาที่น่าจะเป็นอุปสรรคของบุคคลทั้ง ๒ ฝ่ายก็คือความไม่เข้าใจถึงความต้องการของกันและกัน นักประชาสัมพันธ์ต้องการให้ข่าวของตนได้รับการเสนอให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ ในขณะที่สื่อมวลชนอาจจะมีข้อจำกัดหลายประการ เช่น มีเนื้อที่จำกัดแต่มีข่าวที่จะต้องเผยแพร่เป็นจำนวนมาก ซึ่งในการเผยแพร่ข่าวนั้นสื่อมวลชนต้องการสิ่งที่มีคุณค่าของความเป็นข่าว (Newsworthy) ทั้งนี้ เพื่อเป็นการสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้อ่าน หรือผู้ฟัง แต่นักประชาสัมพันธ์อาจจะไม่เข้าใจข้อจำกัดต่าง ๆ เหล่านี้ของสื่อมวลชนจึงเขียนข่าวโดยไม่คำนึงถึงนโยบายหรือปราศจากซึ่งคุณค่าของข่าวตามที่สื่อมวลชนต้องการ จึงทำให้ข่าวที่ส่งไปตีพิมพ์นั้นไม่ได้รับการเผยแพร่ อันอาจจะมีสาเหตุเนื่องมาจากเนื้อหาของข่าวไม่สมบูรณ์ เขียนข่าวยาวเกินไป ไม่น่าสนใจ ส่งข่าวซ้ำ ส่งข่าวจำนวนมากเกินไป ขาดความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน ไม่มีความเที่ยงตรงในข่าว มุ่งแต่จะโฆษณาสถาบันเท่านั้น ดังนั้น สื่อมวลชนสัมพันธ์จึงเป็นสิ่งที่นักประชาสัมพันธ์ควรให้ความสำคัญ รู้จักระมัดระวังและพยายามเรียนรู้การเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ โดยผ่านสื่อมวลชน และใช้วิธีการเขียนข่าวแบบตรงไปตรงมาไม่ปิดบังหรือมีเงื่อนไข นอกจากนี้ นักประชาสัมพันธ์ควรจะต้องเข้าใจถึงจิตใจของสื่อมวลชนแต่ละฉบับ แต่ละประเภทว่ามีนโยบายอย่างไร ต้องการข่าวประเภทใดเพื่อข่าวขององค์การจะได้รับการเผยแพร่ตามเป้าหมายที่นักประชาสัมพันธ์ต้องการ

เนื่องจากงานสื่อมวลชนสัมพันธ์เป็นงานที่สำคัญของอาชีพนักประชาสัมพันธ์เพราะฉะนั้น นักประชาสัมพันธ์จึงควรได้รู้และเข้าใจถึงลักษณะการปฏิบัติงานของสื่อมวลชนโดยทั่วไป มีจุดมุ่งหมายดังนี้

๑. เพื่อหาข้อเท็จจริงในเรื่องราวที่เกิดขึ้น
๒. เสนอข่าวให้รวดเร็วที่สุดเพื่อให้ประชาชนได้รับรู้ข่าวสารโดยเร็ว

ดังนั้น นักประชาสัมพันธ์จะต้องเข้าใจว่า สิ่งสำคัญของการให้ข่าวแก่สื่อมวลชน คือ การให้ข้อเท็จจริงอย่างตรงไปตรงมา ยุติธรรม และเปิดเผย ส่วนข่าวสารที่นักประชาสัมพันธ์นำเสนอไปนั้น จะได้รับการเปิดเผยหรือไม่ขึ้นอยู่กับการตัดสินใจของสื่อมวลชน ประการหนึ่งของการสร้างความสัมพันธ์เพื่องานประชาสัมพันธ์ คือ ความสนิทสนมหรือความคุ้นเคยเป็นการส่วนตัวกับสื่อมวลชน ซึ่งสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้กับการดำเนินงาน องค์การหรือสถาบันบางแห่งยังคงใช้วิธีว่าจ้างนักข่าวหรือสื่อมวลชนที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก หรือมีความสนิทสนมคุ้นเคยมาเป็นนักประชาสัมพันธ์ขององค์การ เพื่อใช้ประโยชน์จากความสัมพันธ์ที่เคยมีในองค์การมาดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้บรรลุเป้าหมาย ซึ่งนักประชาสัมพันธ์ที่มีชื่อเสียงในต่างประเทศส่วนมากก็ล้วนแต่เคยเป็นอดีตนักข่าว หรือนักหนังสือพิมพ์มาก่อนทั้งสิ้น เช่น Ivy Lee เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม แนวโน้มของความร่วมมือในปัจจุบันเริ่มเปลี่ยนแปลงไป สื่อมวลชนและนักประชาสัมพันธ์ต่างมีความร่วมมือในเรื่องของการเผยแพร่ข่าวสารมากขึ้น สื่อมวลชนเองก็มีความยินดีและเต็มใจที่จะช่วยเผยแพร่ข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้แก่องค์กรต่าง ๆ จะเห็นได้ในแต่ละวัน สื่อมวลชนแต่ละประเภทหรือหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับได้นำเสนอข่าวประชาสัมพันธ์องค์การเป็นจำนวนมากหากข่าวนั้นเป็นข่าวที่มีคุณค่าของความเป็นข่าว เป็นที่น่าสนใจ และมีประโยชน์แก่สาธารณชนทั่วไป เขียนข่าวมีความถูกต้องตามหลักและวิธีการเขียนข่าว เน้นความจริงตรงไปตรงมา และนักประชาสัมพันธ์จะต้องคำนึงไว้เสมอว่า สื่อมวลชนนั้นต้องทำงานแข่งกับเวลา ดังนั้น ข่าวใดก็ตามที่มีคุณสมบัติครบถ้วน และมีคุณค่าของความเป็นข่าว สื่อมวลชนก็ย่อมคัดเลือกว่าข่าวนั้น

กระบวนการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์เผยแพร่ ผลงาน กิจกรรม ความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ให้กับประชาชนที่เกี่ยวข้อง ได้รับทราบ โดยยึดหลักการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ๔ ขั้นตอน The Four – step Process) ซึ่งจะหมุนเวียนต่อเนื่องกันอยู่ตลอดเวลา ดังนี้

๑. การสำรวจและกำหนดปัญหา (Defining the Problem / Fact Finding)

เป็นการประมวลข้อมูลเกี่ยวกับสถาบัน หน่วยงาน ทั้งในแง่ความรู้ ความคิดเห็น ทศนคติ และพฤติกรรม ที่เป็นผลมาจากนโยบายการดำเนินงานของสถาบัน ซึ่งอาจพบได้โดยการศึกษาข้อเท็จจริงจากการติดตามข่าวสารทางสื่อมวลชนและการวิจัยเกี่ยวกับความรู้สึกนึกคิดของกลุ่มประชาชนเป้าหมาย เพื่อดูว่า “อะไรกำลังเกิดขึ้นในขณะนี้”

๒. การวางแผนและกำหนดแผนงานการปฏิบัติ (Planning & Programming) เมื่อทราบปัญหาที่เกิดขึ้นในสถาบันแล้ว จึงนำมาตัดสินใจวางแผน โดยกำหนดกลุ่ม ประชาชนเป้าหมาย วัตถุประสงค์ การปฏิบัติการและกลยุทธ์การสื่อสารต่าง ๆ โดยพิจารณาว่า “เราควรจะทำอะไร และทำเพื่ออะไร?”

๓. การปฏิบัติการและการสื่อสาร (Taking Acting & Communicating) ขั้นตอนนี้เป็นการลงมือปฏิบัติและทำการวางแผนตามที่วางแผนและกำหนดไว้แล้วในขั้นตอนที่สอง เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ เพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างโรงเรียน ประชาชนและชุมชน เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันเช่น จัดกิจกรรมพิเศษ (Special Events) เผยแพร่ข่าวสาร (Publicity) เป็นขั้นตอนที่ต้องพิจารณาว่า “เราจะทำอย่างไร และจะพูดอย่างไร?” เพื่อให้เหมาะสม

๔. การประเมินผลการปฏิบัติงาน (Evaluating the Program) เป็นการตัดสินผลการปฏิบัติงานตามแผนที่วางไว้ รวมทั้งประเมินประสิทธิผลของการ เตรียมแผนงานและการสนับสนุนแผนงาน โดยการสำรวจผลและความคิดเห็นจากกลุ่มประชาชนจากวัฏจักร ๔ ขั้นตอนดังกล่าว จะเห็นได้อย่างชัดเจนถึงลักษณะสำคัญของการประชาสัมพันธ์คือ การสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) ซึ่งจะพบได้จากการให้ความสำคัญแก่ขั้นตอนการแสวงหาข้อมูลเพื่อระบุปัญหาและดำเนินการแก้ไข

วัตถุประสงค์การเผยแพร่ผลงานโรงเรียนทางสื่อมวลชน

๑. ช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างโรงเรียนกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง
๒. สำนักงานเขตพื้นที่ โรงเรียน นักเรียน ผู้ปกครอง ชุมชน มีความรู้สึกเป็นเจ้าของ
๓. เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ชื่อเสียง และศรัทธา ให้เกิดกับ โรงเรียน

๔. เพื่อให้บุคลากร นักเรียน ผู้ปกครอง ชุมชน และสังคมได้ทราบการดำเนินงาน และกิจกรรมของโรงเรียน

๕. ช่วยในการชักจูง โน้มน้าวใจ ให้เกิดการยอมรับ สนับสนุน กิจกรรมของโรงเรียน

๖. เพื่อให้ประชาชนเกิดความรู้สึกว่ามีส่วนเป็นเจ้าของ และให้ความร่วมมือช่วยเหลือ

๗. เป็นเครื่องมือในการแก้ปัญหาวิกฤติต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับโรงเรียน

การสร้างเครือข่ายภายนอกหน่วยงานการศึกษา

๑. เครือข่ายระหว่างสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต ๓ กับหน่วยงานราชการอื่น

งานประชาสัมพันธ์ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต ๓ ได้สร้างเครือข่ายด้วยการประชุม และการติดต่อประสานงาน เรื่องข้อมูลข่าวสารในด้านการประชาสัมพันธ์ เช่น งานประชาสัมพันธ์ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรีเขต ๓ กับสำนักงานแรงงานจังหวัดสุพรรณบุรี ,สาธารณสุขจังหวัด,โรงพยาบาล,เกษตรจังหวัด,วัฒนธรรมจังหวัด,ประชาสัมพันธ์จังหวัด,จังหวัดสุพรรณบุรี,มหาวิทยาลัยต่าง ๆ ที่ประกาศรับสมัครนักศึกษาในการศึกษาเรียนต่อ

๒. เครือข่ายระหว่างสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต ๓ กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

งานประชาสัมพันธ์ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต ๓ ได้ประสานงานสร้างเครือข่ายร่วมมือกับ องค์กรการบริหารส่วนตำบลทุ่งแฝกในการเสนอข่าว ครู นักเรียนที่โรงเรียนทุ่งแฝกพิทยาคม ทดลองโครงงานวิทยาศาสตร์ เรื่องหอยเชอรี่ องค์กรการบริหารส่วนตำบลหนองหญ้าไซ ในการเสนอข่าวหมอดินที่ทดลองการหมักพืชและหอยเชอรี่แก้ปัญหานาข้าว เทศบาลตำบลด่านช้าง ในการเสนอข่าวที่โรงเรียนบรรหารแจ่มใสวิทยา ๓ โรงเรียนอนุบาลด่านช้าง องค์กรบริหารส่วนจังหวัด ในการเสนอข่าวเด็กนักเรียนโรงเรียนธรรมโชติศึกษาลัยใช้วิชาการเรียนภาษาต่างประเทศ ไปหารายได้เสริมเป็นผู้แนะนำนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นทุนการศึกษาที่บึงฉวาก

๓. เครือข่ายระหว่างสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต ๓ กับผู้ปกครอง

งานประชาสัมพันธ์ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต ๓ ได้พยายามสร้างเครือข่ายด้วยการพบปะพูดคุยกับบรรดาผู้ปกครองเป็นกลุ่มๆ เพื่อขอทราบปัญหาอุปสรรค และความรู้สึก ความพึงพอใจต่อสถานศึกษาในพื้นที่เช่นผู้ปกครองนักเรียนโรงเรียนอนุบาลด่านช้าง ผู้ปกครองนักเรียนโรงเรียนบรรหารแจ่มใสวิทยา ๓ ผู้ปกครองนักเรียนโรงเรียนทุ่งแฝกพิทยาคม

๔. เครือข่ายระหว่างสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต ๓ กับสื่อมวลชนในท้องถิ่น

งานประชาสัมพันธ์ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต ๓ ได้สร้างเครือข่ายกับสื่อมวลชนในท้องถิ่น ด้วยการติดต่อพูดคุย ประสานงาน การส่งข่าวสารข้อมูล หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ผู้จัดการรายการสถานีวิทยุกระจายเสียงชุมชน ผู้สื่อข่าวจากหนังสือพิมพ์ส่วนกลาง ผู้สื่อข่าวพิเศษ สถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ



สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา

สุพรรณบุรี เขต 3

ตำบลเขาพระ อำเภอเดิมบางนางบวช

จังหวัดสุพรรณบุรี 72120