

คู่มือการปฏิบัติงาน (Work Manual)

กระบวนการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์
ของมหาวิทยาลัยบูรพา

โดย
นางพิมกานต์ดา แนนชัย
นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ

งานประชาสัมพันธ์
กองกลาง มหาวิทยาลัยบูรพา
เดือนมกราคม ๒๕๖๖

คำนำ

คู่มือ “กระบวนการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยบูรพา” ฉบับนี้ ผู้จัดทำได้เขียนคู่มือนี้ จากประสบการณ์ตรงที่ได้ทำหน้าที่เขียนข่าวและจัดทำข่าวฯ โดยผู้จัดทำ ได้ถ่ายทอดองค์ความรู้ที่ครอบคลุมทั้งกระบวนการ โดยเริ่มจากการกำหนดประเด็นข่าว พร้อมศึกษา และหารายละเอียดข้อมูลข่าวให้เกิดความเข้าใจอย่างถ่องแท้จนสามารถคิดรูปแบบในการเขียน และนำเสนอข่าวได้ เช่น ข่าวที่ได้รับแจ้งจากหน่วยงาน รวมถึงการสร้าง Content ข่าวที่น่าสนใจ และเป็นจุดขายของมหาวิทยาลัย และข่าวที่กำลังเป็นกระแสสังคม (Content Hot Issue) จากนั้นดำเนินการศึกษาข้อมูลของกิจกรรม/โครงการต่าง ๆ ที่จะจัดทำข่าวและถ่ายภาพกิจกรรม นำมาประกอบการจัดทำข่าว ซึ่งขั้นตอนนี้นับว่าเป็นขั้นตอนที่สำคัญ จากนั้นผู้จัดทำได้เขียนข่าว ให้ครบถ้วนตามหลักเกณฑ์และรูปแบบที่ถูกต้อง รวมถึงออกแบบและสร้างสรรค์เรื่องราว (Content) ข่าว BUU NEWS โดยจัดทำเป็นผังโครงร่างเรื่องราว (Storyboard) นำเสนอผู้บังคับบัญชา เพื่อขอความเห็นชอบก่อนเผยแพร่ เช่น ใบบอกข่าว (BUU NEWS)/ Facebook / Instagram (IG) e-mail Staff-Student/ Website/ Tiktok ภายหลังจากเสร็จสิ้นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสาร กิจกรรมเรียบร้อยแล้ว ผู้จัดทำได้นำภาพข่าวกิจกรรมจัดเก็บ ในหน้าเว็บไซต์ www.buu.ac.th เพื่อเป็นฐานข้อมูลกิจกรรม จากนั้นผู้จัดทำดำเนินการติดตาม และตรวจสอบผล ตอบรับ (Feedback) พร้อมทั้งรายงานและวิเคราะห์ประเมินผลการตอบรับ (Feedback) ว่าผลการตอบรับ ออกมาดีหรือไม่ ดีอย่างไร ถ้าผลการตอบรับดี ให้ดำเนินการกระตุ้นข่าว (Boost Post) ให้เป็นข่าวดัง หรือทำให้เป็น Viral (ไวรัล) ที่กำลังเป็นกระแสหรือถูกพูดถึงในโลกออนไลน์กันอย่างแพร่หลาย แต่ผลการตอบรับไม่ดี ให้ ดำเนินการวางแผนตั้งรับในการแก้ปัญหาจัดการกระแสนั้น ทั้งนี้ให้ดำเนินการตามข้อบังคับมหาวิทยาลัย บูรพาว่าด้วยหลักเกณฑ์การให้ข่าวของมหาวิทยาลัยบูรพา และสุดท้ายนำเสนอรายงานผลต่อผู้บริหาร เป็นรายข่าวถือเป็นอันสิ้นสุดกระบวนการ

ทั้งนี้ผู้จัดทำขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.จิตติมา เจริญพานิช รองอธิการบดี ฝ่ายวิจัยและนวัตกรรม พร้อมด้วย ดร.พิมลพรรณ เลิศล้ำ ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายบริหารภาพลักษณ์องค์กร และนางสาววรรณณา แนบชัย ผู้อำนวยการกองกลาง เป็นอย่างสูงที่ให้คำปรึกษา พร้อมทั้งให้ ข้อเสนอแนะในการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงานฉบับนี้

ผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่าคู่มือฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ปฏิบัติงานที่ทำหน้าที่ ด้านการข่าวหรือประชาสัมพันธ์ข่าวสารขององค์กร ทำให้การเขียนข่าวเป็นไปตามหลักการที่ถูกต้อง และมีมาตรฐานเดียวกัน อีกทั้งเพื่อให้ส่วนงานมีคู่มือปฏิบัติงานที่ชัดเจน รวมถึงเพื่อเป็นการถ่ายทอด ความรู้ให้กับผู้ปฏิบัติงานใหม่ ซึ่งจะช่วยให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์บรรลุผล สำเร็จตามเป้าหมาย และเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับมหาวิทยาลัยบูรพาอีกทางหนึ่งด้วย

พิมกานต์ดา แนบชัย

ผู้จัดทำ

มกราคม ๒๕๖๖

สารบัญ

หน้า

คำนำ.....	ข
สารบัญ.....	ค
สารบัญภาพ.....	ง
สารบัญตาราง.....	จ
บทที่ ๑ บทนำ.....	๑
๑.๑ ขอบเขตของงานตามคู่มือ.....	๑
๑.๒ วัตถุประสงค์.....	๑
๑.๓ คำจำกัดความหรือนิยามศัพท์เฉพาะ.....	๒
๑.๔ Flowchart โครงสร้างผู้เกี่ยวข้อง หน้าที่และอำนาจ.....	๕
บทที่ ๒ บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ.....	๖
๒.๑ โครงสร้างหน่วยงานและภาระหน้าที่ของหน่วยงาน.....	๖
๒.๒ ลักษณะงานที่ปฏิบัติงาน (Job Description).....	๑๓
บทที่ ๓ กระบวนการปฏิบัติงาน.....	๑๕
๓.๑ ฟังก์ชันการปฏิบัติงาน (Work Flow).....	๑๖
๓.๒ ขั้นตอนการปฏิบัติงาน.....	๓๐
๓.๓ หลักการ หลักเกณฑ์และวิธีปฏิบัติงาน.....	๓๕
๓.๔ แนวทางในการปฏิบัติงาน.....	๔๘
๓.๕ มาตรฐานคุณภาพงาน	๕๐
๓.๖ ระบบติดตามและประเมินผล.....	๕๓
บทที่ ๔ ปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไขและการพัฒนางาน.....	๕๙
๔.๑ ปัญหา อุปสรรค และความเสี่ยง.....	๕๙
๔.๒ แนวทางการแก้ไขปัญหาและการพัฒนางาน.....	๖๓
บรรณานุกรม.....	๖๔
ภาคผนวก ก ตัวอย่างแบบฟอร์ม.....	๖๗
ภาคผนวก ข กฎ ระเบียบ ที่เกี่ยวข้อง.....	๗๒
ประวัติผู้เขียน.....	๗๖

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ ๑	Flowchart โครงสร้างผู้เกี่ยวข้อง หน้าที่และอำนาจ	๕
ภาพที่ ๒	โครงสร้างองค์กรของกองกลาง	๘
ภาพที่ ๓	โครงสร้างการบริหารงานของกองกลาง	๙
ภาพที่ ๔	ลักษณะงานที่ปฏิบัติงาน (Job Description)	๑๓
ภาพที่ ๕	สรุป Flowchart กระบวนการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์	๑๔
ภาพที่ ๖	สัญลักษณ์ของ Work Flow	๑๕
ภาพที่ ๗	ตัวอย่าง Storyboard BUU NEWS	๑๗
ภาพที่ ๘	ตัวอย่างข่าวในแม่แบบหวักระดาศ/ ท้ายกระดาศใน BUU NEWS	๑๘
ภาพที่ ๙	ตัวอย่างข่าวเชิญชวนใน email	๒๑
ภาพที่ ๑๐	ตัวอย่างข่าวขอความร่วมมือใน email	๒๒
ภาพที่ ๑๑	ตัวอย่างข่าวประชาสัมพันธ์ทั่วไป ใน email	๒๒
ภาพที่ ๑๒	ตัวอย่างการนำภาพข่าวจัดเก็บในหน้าเว็บไซต์ มหาวิทยาลัยบูรพา www.buu.ac.th	๒๓
ภาพที่ ๑๓	ผังกระบวนการปฏิบัติงาน (Work Flow)	๒๖
ภาพที่ ๑๔	รูปแบบการเขียนข่าวแบบพีรามิดหัวกลับ (Inverted pyramid)	๓๘
ภาพที่ ๑๕	รูปแบบการเขียนข่าวแบบพีรามิดหัวตั้ง (Upright pyramid)	๓๙
ภาพที่ ๑๖	รูปแบบการเขียนข่าวแบบผสม (Combination)	๔๐
ภาพที่ ๑๗	รูปแบบการเขียนข่าวแบบปิ่นโต	๔๑
ภาพที่ ๑๘	การพาดหัวข้อข่าว (แบบย่อ)	๔๓
ภาพที่ ๑๙	การออกแบบ Storyboard (แบบย่อ)	๔๔
ภาพที่ ๒๐	BUU NEWS (แบบย่อ)	๔๕
ภาพที่ ๒๑	มหาวิทยาลัยบูรพาใช้รูปแบบการเขียนข่าวแบบพีรามิดหัวกลับ	๔๘
ภาพที่ ๒๒	การติดตามและตรวจสอบผลการตอบรับของข่าวของ Facebook ในรูปแบบวิดีโอ	๕๓
ภาพที่ ๒๓	การติดตามและตรวจสอบผลการตอบรับของข่าวของ Facebook ในรูปแบบภาพนิ่ง	๕๔
ภาพที่ ๒๔	ตัวอย่างการติดตามและตรวจสอบผลการตอบรับของข่าวในเว็บไซต์	๕๕
ภาพที่ ๒๕	ตัวอย่างการติดตามและตรวจสอบผลการตอบรับของข่าวใน Instagram (IG)	๕๖
ภาพที่ ๒๖	ตัวอย่างการติดตามและตรวจสอบผลการตอบรับของข่าวใน Tiktok	๕๗
ภาพที่ ๒๗	ตัวอย่างการติดตามและตรวจสอบผลการตอบรับของข่าวใน e-mail มหาวิทยาลัย	๕๘
ภาพที่ ๒๘	แบบฟอร์มการเขียนข่าวที่กำหนด	๖๗
ภาพที่ ๒๙	แบบฟอร์มการเขียนข่าวที่กำหนดและรหัสสีในโปรแกรมการออกแบบ	๖๘
ภาพที่ ๓๐	ตัวอย่าง Storyboard BUU NEWS (แบบเต็ม)	๖๙
ภาพที่ ๓๑	ตัวอย่าง การพาดหัวข้อข่าว (แบบเต็ม)	๗๐
ภาพที่ ๓๒	ตัวอย่าง BUU NEWS (แบบเต็ม)	๗๑

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ ๑	ตารางผู้ปฏิบัติงานในสังกัดงานประชาสัมพันธ์	๑๒
ตารางที่ ๒	แสดงผังกระบวนการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยบูรพา	๒๗
ตารางที่ ๓	ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	๓๐
ตารางที่ ๔	ปัญหา อุปสรรคและความเสี่ยง พร้อมแนวทางการแก้ไขปัญหา	๕๙
ตารางที่ ๕	ตารางเกณฑ์ระดับความเสี่ยงและแนวทางการดำเนินการตามระดับความเสี่ยง	๖๒

บทที่ ๑

บทนำ

ขอบเขตของงานตามคู่มือ

คู่มือ “กระบวนการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยบูรพา” ฉบับนี้ ผู้จัดทำได้เขียนจากประสบการณ์ของตนเองที่ได้ทำหน้าที่เขียนข่าวและจัดทำข่าว โดยผู้จัดทำได้ถ่ายทอดองค์ความรู้ที่ครอบคลุมทั้งกระบวนการ เริ่มจากการกำหนดประเด็นข่าว พร้อมศึกษาและหารายละเอียดข้อมูลข่าวให้เกิดความเข้าใจอย่างถ่องแท้จนสามารถคิดรูปแบบในการเขียนและนำเสนอข่าวได้ รวมถึงการสร้าง Content ข่าวที่น่าสนใจและเป็นจุดขายของมหาวิทยาลัย และข่าวที่กำลังเป็นกระแสสังคม (Content Hot Issue) จากนั้นดำเนินการศึกษาข้อมูลของกิจกรรม/โครงการต่าง ๆ ที่จะจัดทำข่าว และถ่ายภาพกิจกรรมนำมาประกอบการจัดทำข่าว ซึ่งขั้นตอนนี้นับว่าเป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญที่สุด จากนั้นผู้จัดทำได้เขียนข่าวให้ครบถ้วนตามหลักเกณฑ์ และรูปแบบที่ถูกต้อง รวมถึงออกแบบและสร้างสรรค์เรื่องราว (Content) โดยจัดทำเป็นผังโครงร่างเรื่องราว (Storyboard) นำเสนอผู้บังคับบัญชาเพื่อขอความเห็นชอบก่อนเผยแพร่ในช่องทางที่เหมาะสม เช่น โบชอกข่าว (BUU NEWS)/ Facebook/ Instagram (IG)/ e-mail Staff-Student/ Website/ Tiktok ภายหลังจากเสร็จสิ้นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารกิจกรรมเรียบร้อยแล้ว ผู้จัดทำจะนำภาพข่าวกิจกรรมจัดเก็บไว้ในหน้าเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย www.buu.ac.th เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลกิจกรรมของมหาวิทยาลัยต่อไป นอกจากนี้ผู้จัดทำจะดำเนินการติดตามและตรวจสอบผลตอบรับ (Feedback) ของข่าวนั้น ๆ พร้อมทั้งรายงานและวิเคราะห์ประเมินผลการตอบรับ (Feedback) ว่าผลการตอบรับ ออกมาดี หรือไม่ดีอย่างไร ถ้าผลการตอบรับดี ให้ดำเนินการกระตุ้นข่าว (Boost Post) ให้เป็นข่าวดัง หรือทำให้เป็น Viral (ไวรัล) เป็นกระแสหรือถูกพูดถึงในโลกออนไลน์อย่างแพร่หลาย แต่หากผลการตอบรับไม่ดี ให้ดำเนินการวางแผนตั้งรับในการแก้ปัญหาจัดการกระแสนั้น ทั้งนี้ให้ดำเนินการตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยบูรพาว่าด้วยหลักเกณฑ์การให้ข่าวของมหาวิทยาลัยบูรพา และสุดท้ายจะนำเสนอรายงานผลตอบรับ (Feedback) ต่อข่าวให้กับผู้บริหารถือเป็นอันสิ้นสุดกระบวนการ แนวปฏิบัตินี้จะเป็นการสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับผู้ปฏิบัติงานด้านการข่าวหรือประชาสัมพันธ์ข่าวสารขององค์กร ทำให้การเขียนข่าวเป็นไปตามหลักการที่ถูกต้องและมีมาตรฐานเดียวกัน อีกทั้งเพื่อให้ส่วนงานมีคู่มือปฏิบัติงานที่ชัดเจนที่สามารถใช้ตามได้ต่อไป เป็นการถ่ายทอดความรู้ให้กับผู้ปฏิบัติงานใหม่ โดยคำนึงถึงความรัดกุม กระชับของข่าวสารที่เผยแพร่ออกไปสู่ภายในและภายนอกองค์กร

วัตถุประสงค์

เพื่อให้ นักประชาสัมพันธ์ หรือผู้ที่ทำหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์ได้มีแนวทางเขียนข่าวให้เป็นไปตามหลักการที่ถูกต้องและมีมาตรฐานเดียวกัน และเป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับมหาวิทยาลัยบูรพา

คำจำกัดความ หรือนิยามศัพท์เฉพาะ

๑. การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การสื่อสารและเผยแพร่ข่าวสาร ในการจัดกิจกรรมของหน่วยงาน/คณะ และมหาวิทยาลัย ให้กับผู้ปฏิบัติงานมหาวิทยาลัยบูรพา รวมถึงนิสิตและประชาชนภายนอก ให้ได้รับทราบถึงข้อเท็จจริง รายละเอียดต่าง ๆ เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้ สร้างความเข้าใจ อันจะก่อให้เกิดความร่วมมือการให้การสนับสนุนต่าง ๆ ระหว่างมหาวิทยาลัยกับหน่วยงานภายนอก องค์กร สถาบัน และสาธารณชนทั่วไป อีกทั้งยังนำมาซึ่งความนิยมเลื่อมใส และศรัทธาต่อมหาวิทยาลัย ตลอดจนแก้ไขความเข้าใจผิด สร้างความสำเร็จในการดำเนินงานของหน่วยงาน รวมทั้งมีส่วนช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กรอีกด้วย

๒. การเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การนำเสนอและถ่ายทอดเรื่องราวข้อเท็จจริงของกิจกรรมที่เกิดขึ้นอย่างมีแผนในการลำดับประเด็นสำคัญของกิจกรรมนั้น ๆ เพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ให้กับผู้ปฏิบัติงานมหาวิทยาลัยบูรพา และบุคคลทั่วไป ได้รับทราบโดยทั่วกัน ซึ่งการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์นี้ สามารถพิจารณาได้จาก “วัตถุประสงค์ของการเขียน” เพื่อเป็นการเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจต่อสถาบัน ให้เกิดแก่กลุ่มบุคคลที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย อันจะทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีนำไปสู่ความร่วมมือและการสนับสนุนภารกิจของมหาวิทยาลัยต่อไป

๓. ข่าว หมายถึง การรายงานข้อเท็จจริงหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น โดยส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ความรู้สึกลับทัศนคติที่ดีต่อองค์กร และนำไปสู่ความร่วมมือของคนภายในและภายนอกองค์กร รวมถึงเป็นเครื่องมือในการแก้ไขความเข้าใจผิด และข่าวลือต่าง ๆ

๔. มหาวิทยาลัย หมายถึง มหาวิทยาลัยบูรพาเป็นสถาบันอุดมศึกษาที่มีพันธกิจในด้านการเรียนการสอนทั้งระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก รวมถึงการบริการวิชาการ และการวิจัย

๕. โครงการ หมายถึง การดำเนินกิจกรรมที่วางแผนไว้ ซึ่งจะประกอบด้วย แผนงาน โดยระบุรายละเอียดต่าง ๆ อย่างชัดเจน เช่น วัตถุประสงค์ ขอบเขตการดำเนินงานกรอบระยะเวลา ต้องมีการเริ่มต้นและจุดจบ งบประมาณที่ใช้ และผลลัพธ์ที่วัดหรือประเมินผลได้

๖. การเผยแพร่ข่าวสาร หมายถึง การเผยแพร่ข่าวสารไปยังช่องทางการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย

๗. ส่วนงาน หมายถึง ส่วนงานภายในมหาวิทยาลัย ตามมาตรา ๙ แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. ๒๕๕๐ และประกาศ (เพิ่มเติม) ตามประกาศมหาวิทยาลัยบูรพาเรื่องการแบ่งหน่วยงานภายในส่วนงาน ในข้อ ๔ (๒) ประกาศ ณ วันที่ ๕ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๕

๘. ผู้บังคับบัญชา หมายถึง ผู้มีอำนาจปกครองควบคุมดูแลและสั่งการให้เป็นไปตามอำนาจหน้าที่ เช่น รองอธิการบดี หัวหน้าส่วนงาน ผู้ช่วยอธิการบดี ผู้อำนวยการหรือเทียบเท่า และหัวหน้างาน

๙. Content หมายถึง ข้อมูลเนื้อหาที่บอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับแบรนด์ ธุรกิจ รายละเอียดสินค้า บริการ ประสบการณ์ หรือการอธิบายเรื่องราวต่าง ๆ ผ่านตัวอักษร รูปภาพ อินโฟกราฟิก เสียง หรือวิดีโอ ซึ่งในปัจจุบันการสร้าง Content เป็นสิ่งสำคัญเนื่องจากผู้คนส่วนใหญ่จะอยู่ในโลกออนไลน์และให้ความสนใจที่จะดูสื่อออนไลน์ผ่านการสร้าง Content เป็นจำนวนมาก

๑๐. Storyboard หมายถึง ผังโครงร่างเรื่องราวหรือเค้าโครงภาพที่ระบุลำดับฉากในภาพยนตร์ ซึ่งแจกแจงเป็นแต่ละเฟรมหรือแผ่นภาพ โดยแต่ละแผ่นภาพประกอบด้วยตัวขึ้นภาพทิศทางกล้อง บทสนทนาหรือรายละเอียดที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ

๑๑. ช่องทางการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ช่องทางการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ของงานประชาสัมพันธ์ กองกลาง ดังนี้

๑๑.๑ โบบอกข่าว (BUU News) หมายถึง เอกสารประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและกิจกรรมของมหาวิทยาลัยบูรพา โดยเผยแพร่เป็นรายวันหรือตามโอกาส/กิจกรรม

๑๑.๒ Facebook หมายถึง สื่อออนไลน์บนอินเทอร์เน็ต ทำให้ผู้ใช้งานสามารถติดต่อสื่อสารและร่วมทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งหรือหลาย ๆ กิจกรรมกับผู้ใช้ Facebook คนอื่น ๆ โดยมหาวิทยาลัยบูรพา ได้สร้างผู้ใช้งานในเพจ Facebook ใช้ชื่อว่า มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University และ BUU The One Family เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร/กิจกรรม ให้กับ ผู้ปฏิบัติงานมหาวิทยาลัยบูรพา นิสิตของมหาวิทยาลัยบูรพา และบุคคลทั่วไปได้รับทราบข่าวสารมีส่วนร่วม รวมถึงมีส่วนสนับสนุนกิจกรรมหรือข่าวสารนั้น ๆ

๑๑.๓ e-mail Staff/Student หมายถึง การสื่อสารหรือการส่งข้อความ ข่าวสารหรือกิจกรรมของมหาวิทยาลัยบูรพา ไปทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) โดยออกจากคอมพิวเตอร์เครื่องหนึ่ง ผ่านไปเข้าเครื่องปลายทาง (terminal) หรือเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์ อีกเครื่องหนึ่งโดยส่งผ่านทางระบบเครือข่าย (network) ผู้ส่งจะต้องมีเลขที่อยู่ (e-mail address) ของผู้รับและผู้รับสามารถเปิดคอมพิวเตอร์เรียกข่าวสารนั้นออกมาดูเมื่อใดก็ได้ ในที่นี้ หมายถึง Corporate Communication (corpcomm@go.buu.ac.th) เป็น e-mail address ของมหาวิทยาลัยบูรพา ที่ส่งไปยังผู้ปฏิบัติงานและนิสิตของมหาวิทยาลัยบูรพา

๑๑.๔ Instagram (IG) หมายถึง โปรแกรมในรูปแบบ Application ที่จัดทำขึ้นเพื่อเป็นสังคมของคนในโลกออนไลน์ที่ทำให้สามารถรู้จักตัวตนของกันและกันผ่านรูปภาพ และข้อความสั้น ๆ สามารถเรียนรู้กันได้มากขึ้นจากการกดติดตาม (follow) โดยมหาวิทยาลัยบูรพาได้สร้างผู้ใช้งานใน Instagram (IG) ใช้ชื่อว่า theonebuu ขึ้น เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ข่าวสารกิจกรรม ให้กับ ผู้ปฏิบัติงานมหาวิทยาลัยบูรพา นิสิตของมหาวิทยาลัยบูรพา และบุคคลทั่วไป ซึ่งในที่นี้ผู้ติดตามของมหาวิทยาลัยบูรพาประกอบด้วย ผู้ปฏิบัติงานมหาวิทยาลัยบูรพา นิสิตของมหาวิทยาลัยบูรพา และบุคคลทั่วไป

๑๑.๕ Website หมายถึง หน้าเว็บเพจหลายหน้า ซึ่งเชื่อมโยงกันผ่านทางไฮเปอร์ลิงก์ ส่วนใหญ่จัดทำขึ้นเพื่อนำเสนอข้อมูลผ่านคอมพิวเตอร์ โดยถูกจัดเก็บไว้ในเว็ลด์ไวด์เว็บหน้าแรกของเว็บไซต์ที่เก็บไว้ที่ชื่อหลักจะเรียกว่า โฮมเพจ เว็บไซต์โดยทั่วไปจะให้บริการต่อผู้ใช้ทั่วไป โดยมหาวิทยาลัยบูรพาได้สร้าง website ใช้ชื่อว่า www.buu.ac.th เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร/กิจกรรม ให้กับผู้ปฏิบัติงานมหาวิทยาลัยบูรพา นิสิตของมหาวิทยาลัยบูรพา และบุคคลทั่วไป ให้ได้รับทราบข่าวสารมีส่วนร่วม รวมถึงมีส่วนสนับสนุนกิจกรรมหรือข่าวสารนั้น ๆ

๑๑.๖ Tiktok หมายถึง แพลตฟอร์ม Social Media ที่มีจุดเด่นคือการสร้างและแชร์วิดีโอสั้น ๆ โดยใช้เป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารหรือกิจกรรมของมหาวิทยาลัยบูรพา โดยเป็นช่องทางที่สามารถระบุกลุ่มเป้าหมายได้หลายกลุ่ม โดยใช้ชื่อว่า Tiktok: buraphauniversity

๑๒. สื่อมวลชน หมายถึง บุคคลที่ปฏิบัติงานอยู่ในกองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ/ นิตยสาร นักจัดรายการวิทยุกระจายเสียง นักจัดรายการโทรทัศน์ ผู้ดูแลระบบ (Admin) สื่อออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ต เป็นต้น ที่ทำหน้าที่กระจายข้อมูลข่าวสารจากบุคคลหนึ่งหรือจากองค์กรหนึ่งไปสู่สาธารณะชนจำนวนมากในเวลาอันรวดเร็ว โดยเผยแพร่หรือสื่อสารออกไปทั้งในระดับท้องถิ่น ตำบล อำเภอ จังหวัด และภูมิภาค

๑๓. ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยบูรพา หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นภายในจิตใจและความคิดของผู้บริหาร คณาจารย์ บุคลากร นิสิต และบุคคลภายนอก ทั้งในเชิงบวกและเชิงลบที่มีต่อมหาวิทยาลัยบูรพาโดยสามารถแบ่งออกเป็น ๔ ด้าน คือ

- ภาพลักษณ์ด้านวิชาการ ประกอบด้วย กิจกรรมทางวิชาการที่มหาวิทยาลัยใช้ความสามารถในการจัดการศึกษาที่โดดเด่น แตกต่างจากสถาบันการศึกษาอื่น มีการให้บริการทางวิชาการที่เป็นเลิศสร้างความประทับใจและความพึงพอใจแก่ประชาชนผู้รับบริการ

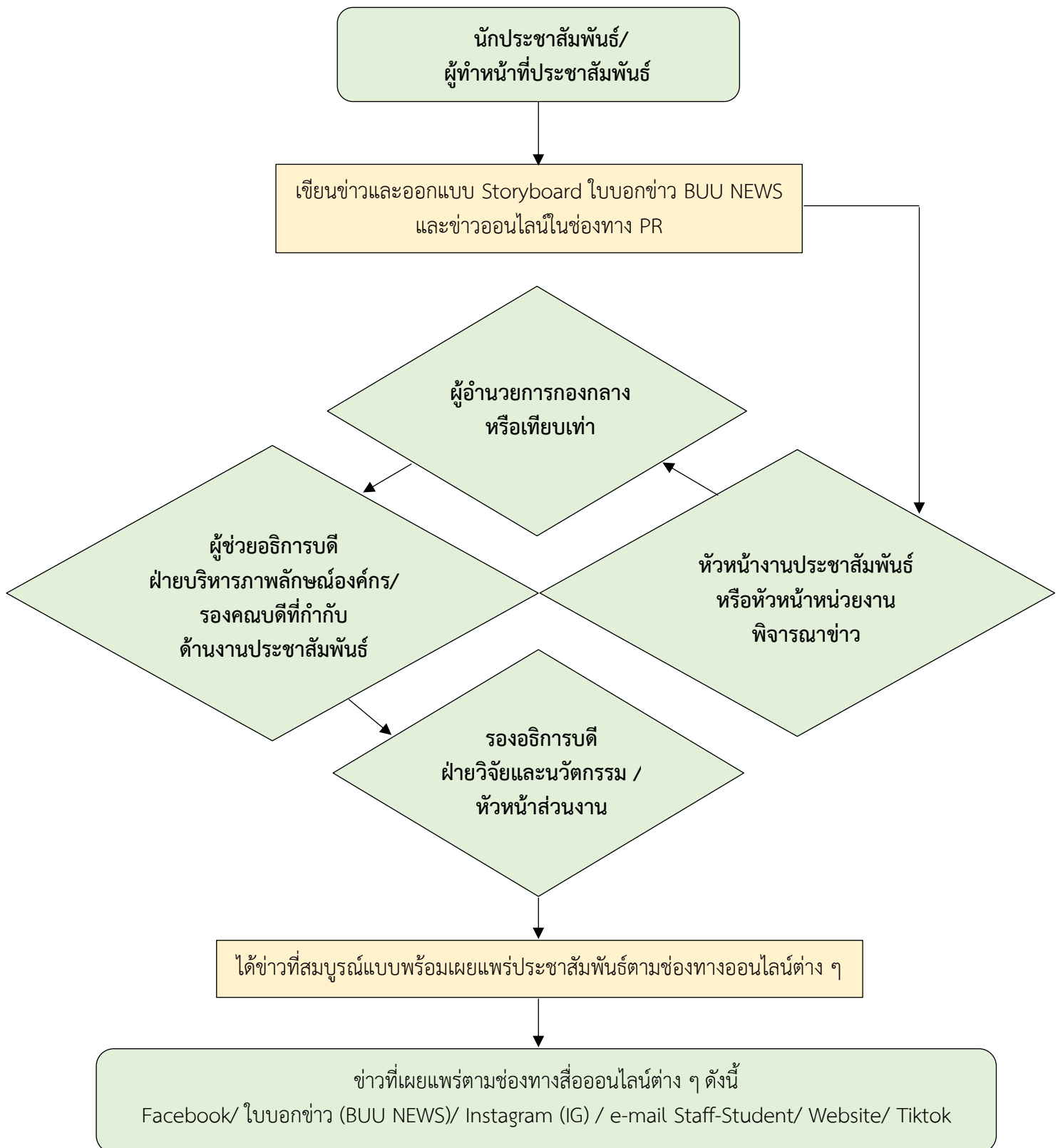
- ภาพลักษณ์ด้านการบริหารจัดการ ประกอบด้วย ภาพหรือกิจกรรมที่มหาวิทยาลัยใช้ความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการกิจกรรมหรือภารกิจขององค์กรให้สอดคล้องกับนโยบาย และสามารถสร้างความประทับใจและความพึงพอใจแก่ประชาชนผู้รับบริการ

- ภาพลักษณ์ด้านกิจการนิสิต ประกอบด้วย ภาพหรือกิจกรรมที่มหาวิทยาลัยใช้ความรู้ความสามารถในการบริหารกิจกรรมต่าง ๆ ของนิสิตให้มีความโดดเด่นเป็นที่เชื่อถือและยอมรับของนิสิตผู้รับบริการ

- ภาพลักษณ์ด้านการมีส่วนร่วมในชุมชน ประกอบด้วย ความสามารถในการติดต่อประสานงานระหว่างมหาวิทยาลัยกับชุมชนใกล้เคียง มีการจัดกิจกรรมสื่อสารให้เกิดความเข้าใจที่ดีระหว่างชุมชนเพื่อความร่วมมือที่ดีต่อชุมชน มีการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม มีการถ่ายทอดองค์ความรู้สู่ชุมชน

๑๔. Feedback (ผลตอบรับ) หมายถึง การตอบกลับจากฝ่ายที่ได้รับข้อมูลข่าวสาร โดยให้อีกฝ่ายหนึ่งได้ทราบถึงการยอมรับหรือการมีส่วนร่วมในกิจกรรมนั้น ๆ

Flowchart โครงสร้างผู้เกี่ยวข้อง หน้าที่และอำนาจ



ภาพที่ ๑: โครงสร้างผู้เกี่ยวข้อง หน้าที่และอำนาจ

บทที่ ๒ บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ

โครงสร้างหน่วยงานและภาระหน้าที่ของหน่วยงาน

มหาวิทยาลัยบูรพาเปลี่ยนฐานะจากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ บางแสน เมื่อวันที่ ๓๐ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๓๓ ตามประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ ๑๐๗ ตอนที่ ๑๓๑ ประกาศวันที่ ๒๙ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๓๓ โดยทำหน้าที่ในการผลิตบัณฑิต วิจัย ทำนุบำรุง ศิลปวัฒนธรรม และด้านบริการวิชาการแก่สังคม

กองกลางเป็นหน่วยงานระดับกอง สังกัดสำนักงานอธิการบดี จัดตั้งตามพระราชบัญญัติ มหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. ๒๕๓๓ และคณะกรรมการข้าราชการพลเรือนในมหาวิทยาลัย (ก.ม.) ได้อนุมัติแบ่งส่วนราชการออกเป็น ๗ หน่วยงาน ดังนี้

๑. งานสารบรรณ
๒. งานการประชุมและพิธีการ
๓. งานประชาสัมพันธ์
๔. งานการเจ้าหน้าที่
๕. งานคลังและพัสดุ
๖. งานอาคารสถานที่
๗. งานสภาอาจารย์

ต่อมาในปี พ.ศ. ๒๕๓๘ กองกลางได้เสนอขออนุมัติจัดตั้งหน่วยงานเป็นการภายในเพิ่มขึ้น อีก ๓ หน่วยงาน คือ

๑. งานเลขานุการผู้บริหาร
๒. งานประสานงานมหาวิทยาลัย
๓. งานบริหารและบริการศูนย์กีฬา

ในปี พ.ศ. ๒๕๓๙ ได้เปลี่ยนชื่องานเลขานุการผู้บริหารเป็นงานช่วยอำนวยการผู้บริหาร เพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางการตั้งหน่วยงานของทบวงมหาวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยบูรพาได้มีการพัฒนามหาวิทยาลัยในทุกด้านอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด ในปีพ.ศ. ๒๕๔๕ ได้มีการปรับปรุงโครงสร้างหน่วยงานกองกลางของสำนักงานอธิการบดี โดยสภามหาวิทยาลัยเห็นชอบให้มีการปรับหน่วยงานภายในกองกลาง เป็นหน่วยงานระดับกอง จำนวน ๓ กอง คือ กองการเจ้าหน้าที่ กองคลังและทรัพย์สิน และกองอาคารสถานที่ ตามมติที่ประชุม สภามหาวิทยาลัยในการประชุม ครั้งที่ ๑/๒๕๔๕ เมื่อวันที่ ๑๑ มกราคม พ.ศ. ๒๕๔๕

จากการปรับปรุงโครงสร้างหน่วยงานระดับกองภายในสำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัย จึงได้จัดโครงสร้างภายในของกองกลางใหม่โดยสภามหาวิทยาลัย ในการประชุม ครั้งที่ ๓/๒๕๔๕ เมื่อวันที่ ๘ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๔๕ ได้ให้ความเห็นชอบการจัดโครงสร้างภายในกองกลาง ซึ่งประกอบด้วยหน่วยงาน จำนวน ๖ หน่วยงาน ได้แก่ งานสารบรรณ งานการประชุมและพิธีการ งานประชาสัมพันธ์ งานสภาอาจารย์ งานช่วยอำนวยการผู้บริหาร และงานเอกชนสัมพันธ์

ต่อมามหาวิทยาลัยบูรพาได้มีการปรับเปลี่ยนเป็นมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ ตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. ๒๕๕๐ ซึ่งประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม ๑๒๕ ตอนที่ ๕ ก เมื่อวันที่ ๙ มกราคม ๒๕๕๑ และมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ ๑๐ มกราคม พ.ศ. ๒๕๕๑ จากมาตรา ๙ แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. ๒๕๕๐ มหาวิทยาลัยมีการแบ่งส่วนงาน ออกเป็น ๔ ส่วนงาน ดังนี้ ๑. สำนักงานสภามหาวิทยาลัย ๒. สำนักงานอธิการบดี ๓. ส่วนงานวิชาการ และ ๔. ส่วนงานอื่นๆ ซึ่งสำนักงานอธิการบดีเป็นส่วนงานหนึ่งของมหาวิทยาลัย โดยมีกองกลางเป็นหน่วยงานภายในหน่วยงานหนึ่งของสำนักงานอธิการบดี สำหรับงานสภาอาจารย์ ให้ปรับเปลี่ยนเป็น งานสภาพนักงาน เนื่องจากพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. ๒๕๕๐ มาตรา ๓๘ ได้บัญญัติ ให้มีสภาพนักงาน จึงทำให้สภาอาจารย์ยุติบทบาทลงและเป็นงานสภาพนักงานตามพระราชบัญญัติ ดังกล่าว และต่อมามีประกาศ (เพิ่มเติม) ตามประกาศมหาวิทยาลัยบูรพาเรื่อง การแบ่งหน่วยงานภายใน ส่วนงาน ในข้อที่ ๔ (๒) ประกาศ ณ วันที่ ๕ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๕

หน่วยงานในสังกัดกองกลาง สำนักงานอธิการบดี

๑. งานสารบรรณ
๒. งานการประชุมและพิธีการ
๓. งานประชาสัมพันธ์
๔. งานสภาพนักงาน
๕. งานช่วยอำนวยความสะดวกผู้บริหาร

พันธกิจ

๑. ดำเนินงานด้านการบริหารงานสารบรรณของมหาวิทยาลัย
๒. ดำเนินการเกี่ยวกับการประชุมคณะกรรมการบริหารมหาวิทยาลัยบูรพา คณะกรรมการส่งเสริมกิจการมหาวิทยาลัย คณะกรรมการประสานงานสำนักงานอธิการบดี คณะกรรมการประสานงานกองกลางและการประชุมอื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย
๓. ดำเนินการเกี่ยวกับการให้บริการข่าวสารที่รวดเร็ว ถูกต้อง สร้างภาพลักษณ์ที่ดี แก่มหาวิทยาลัย
๔. ดำเนินการและประสานงานเกี่ยวกับการบริหารงานของสภาพนักงาน
๕. ดำเนินการเกี่ยวกับการอำนวยความสะดวกและเลขานุการของผู้บริหารมหาวิทยาลัย
๖. ดำเนินการและประสานงานเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมงานพิธีของมหาวิทยาลัย
๗. ประสานงานเกี่ยวกับการเผยแพร่การดำเนินงานของศิษย์เก่ามหาวิทยาลัย

วิสัยทัศน์

“การปฏิบัติงานและการบริการอย่างมีอาชีพ”

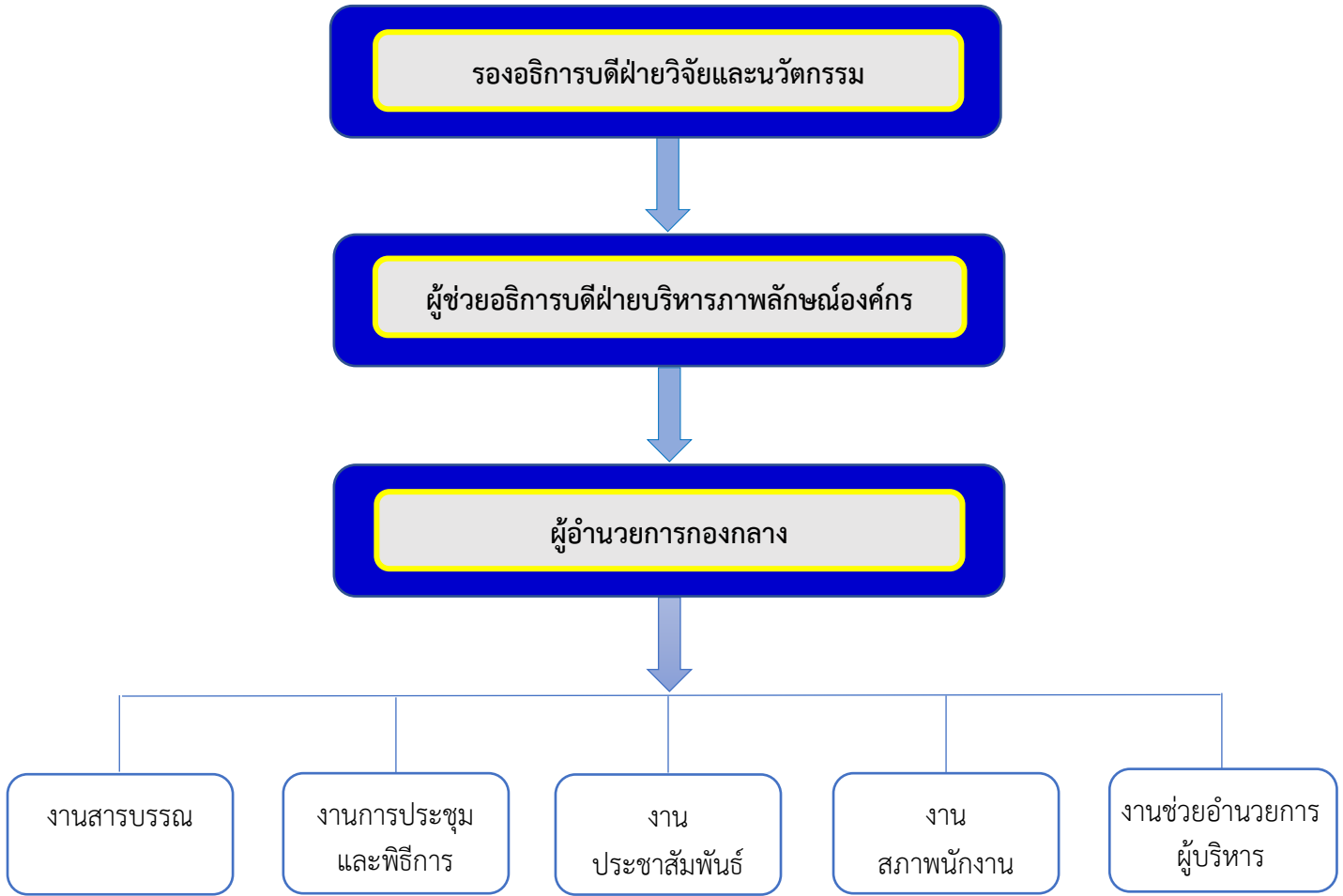
สมรรถนะหลัก

“การปฏิบัติงานเพื่อสนับสนุนยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยบูรพา”

ค่านิยม

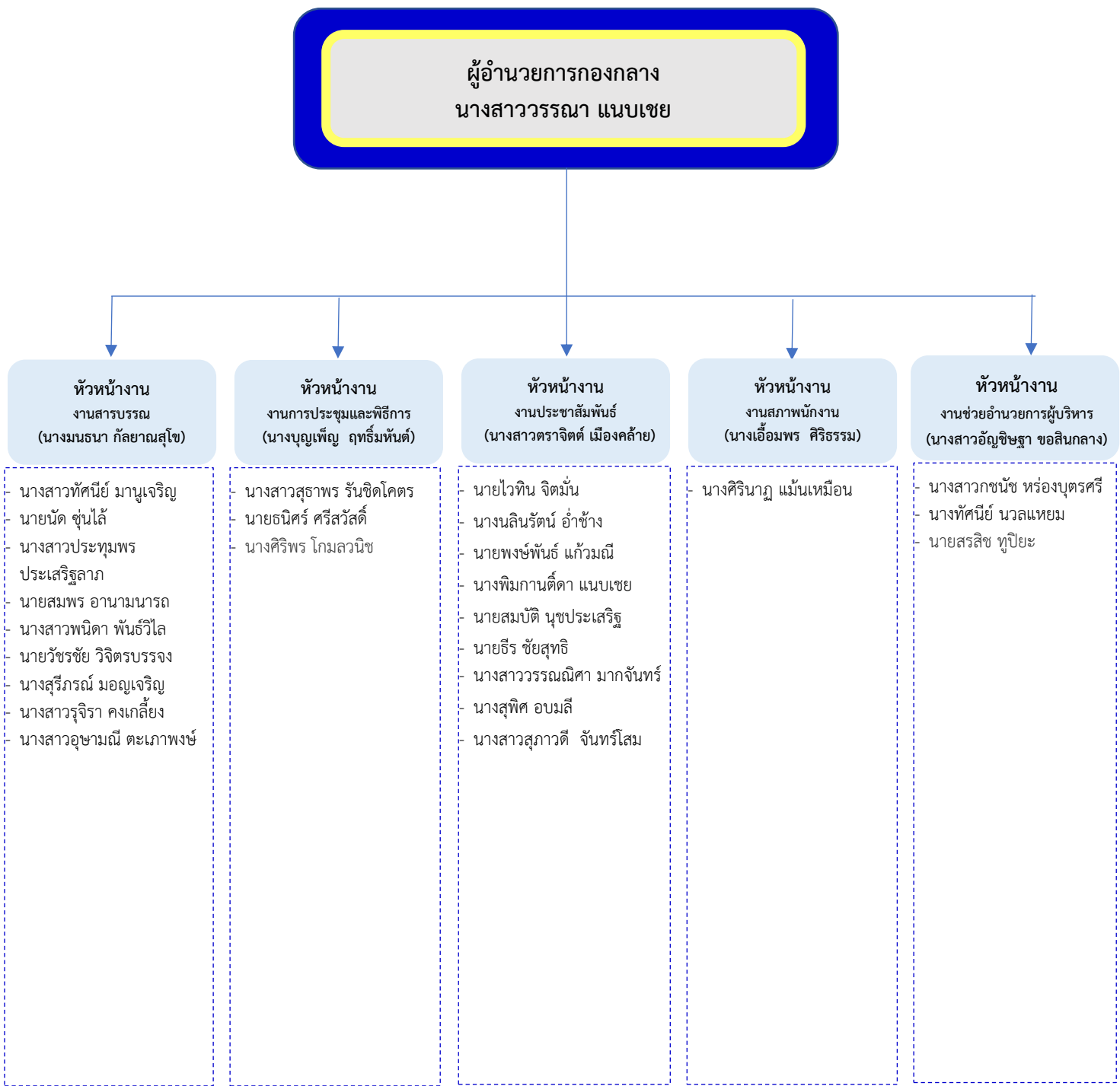
- S (Smile) ยิ้มแย้ม
- E (Excellence service) การบริหารที่เป็นเลิศ
- R (Rule) ทำตามกติกา
- V (Vision Focus) มุ่งสู่วิสัยทัศน์
- I (Integrity) มีคุณธรรม ยึดหลักคุณธรรม
- C (Collaborative) ประสานงานกับทุกคนได้
- E (Effectiveness) ประสิทธิภาพ

โครงสร้างองค์กรของกองกลาง



ภาพที่ ๒: โครงสร้างองค์กรของกองกลาง

โครงสร้างการบริหารงานของกองกลาง



ภาพที่ ๓: โครงสร้างการบริหารงานของกองกลาง

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา ผู้เขียนขอยกตัวอย่างจากผลงานการวิจัยปี ๒๕๖๔ ของนางนลินรัตน์ อ่ำช้าง เรื่อง การรับรู้ข่าวสารประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์กับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพาในมุมมองของนิสิต โดยผู้เขียนจะขอนำผลสรุปเฉพาะเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในมุมมองของนิสิต ดังนี้ ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยได้แบ่งเป็น ๔ ด้าน คือ

๑. ด้านวิชาการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับดี ซึ่งมีผลงานเชิงประจักษ์ เช่น

- การเป็นมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงโดดเด่นด้านวิชาการ
- การเป็นมหาวิทยาลัยที่มีคุณภาพด้านการจัดการเรียนการสอน
- การเป็นมหาวิทยาลัยที่มีความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาต่างประเทศที่มีชื่อเสียง
- การเป็นมหาวิทยาลัยที่นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ ให้นิสิตได้ใช้ในการเรียน

การสอน

๒. ด้านการบริหารจัดการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับดี ซึ่งมีผลงานเชิงประจักษ์ เช่น

- ด้านการบริหารจัดการในเรื่องนิสิตที่สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยบูรพา

ได้เป็นอย่างดี และเป็นที่ยอมรับของตลาดแรงงานและสังคม

- มหาวิทยาลัยบูรพามีความพร้อมด้านสื่อการเรียนการสอน วัสดุอุปกรณ์

และเทคโนโลยีสารสนเทศ

- การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัยที่มีความชัดเจน
- การเป็นมหาวิทยาลัยที่มีระบบการบริหารจัดการที่ดี

๓. ด้านกิจการนิสิต โดยภาพรวมอยู่ในระดับดี ซึ่งมีผลงานเชิงประจักษ์ เช่น

- มหาวิทยาลัยมีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมของนิสิตผ่านสื่อสมัยใหม่
- มหาวิทยาลัยมีการส่งเสริมและสนับสนุนให้นิสิตเข้าร่วมกิจกรรมที่เป็นการเสริมสร้าง

ความรู้ความสามารถทางวิชาการ

- มหาวิทยาลัยมีกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านกิจการนิสิตผ่านเว็บไซต์ และสื่อสังคม

ออนไลน์

- มหาวิทยาลัยมีโครงการหรือกิจกรรมที่ส่งเสริมพฤติกรรมด้านคุณธรรม จริยธรรม

ให้กับนิสิต

- มหาวิทยาลัยมีการจัดการสวัสดิการของนิสิตเป็นอย่างดี

๔. ด้านการมีส่วนร่วมในชุมชน โดยภาพรวมอยู่ในระดับดี ซึ่งมีผลงานเชิงประจักษ์ เช่น

- มหาวิทยาลัยมีการจัดกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์
- มหาวิทยาลัยมีความสัมพันธ์อันดีกับชุมชนบริเวณโดยรอบมหาวิทยาลัย
- มหาวิทยาลัยมีการปลูกฝังให้นิสิตเป็นผู้มีจิตสาธารณะในการพัฒนาสังคม
- มหาวิทยาลัยมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนให้มีความเข้มแข็งสามารถพึ่งพาตนเองได้

ดังนั้นจากผลการวิจัยข้างต้น ผู้เขียนสามารถนำผลการวิจัยครั้งนี้มาประยุกต์ใช้ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารของมหาวิทยาลัยบูรพา โดยการหยิบยกประเด็นเรื่องราวหรือเนื้อหา Content หรือกิจกรรมข่าวสาร ที่น่าสนใจอันจะส่งผลต่อการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของมหาวิทยาลัยบูรพาในปัจจุบันและอนาคตอันใกล้อีกด้วย

งานประชาสัมพันธ์

งานประชาสัมพันธ์ กองกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยบูรพา มีหน้าที่รับผิดชอบในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย โดยการเผยแพร่ข่าวสารและเกียรติคุณของมหาวิทยาลัย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจอันดี ระหว่างมหาวิทยาลัยกับบุคลากรทุกฝ่าย ได้แก่ นิสิต คณาจารย์ ข้าราชการ พนักงาน เจ้าหน้าที่ ศิษย์เก่า ผู้มีอุปการะคุณ ผู้เกี่ยวข้อง และประชาชนทั่วไป มีหน้าที่ในการรายงานถึงแนวโน้มของประชาคมติ ให้ฝ่ายบริหารทราบในเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดผลกระทบต่อชื่อเสียงของสถาบัน โดยใช้เทคนิคการประชาสัมพันธ์ เข้าแก้ไขปัญหาหรือวิกฤติต่าง ๆ ที่อาจมีผลเสียหายต่อชื่อเสียงของสถาบัน

ในปัจจุบันเป็นยุคของการแข่งขันการดำเนินงานกิจการของสถาบันหรือองค์กรในยุคนี้ จึงต้องอาศัยแนวคิดในทางธุรกิจเข้ามาปรับใช้การวิเคราะห์สถานะแล้วกำหนดเป้าหมายขององค์กร โดยนำเอาปัจจัยทั้งภายในและภายนอก ตลอดจนโอกาส ปัญหา อุปสรรค และจุดเด่น จุดด้อย รวมทั้งวิเคราะห์ความต้องการที่แท้จริงของตลาดมาเป็นองค์ประกอบในการกำหนดเป้าหมาย และพัฒนากลยุทธ์เพื่อการบรรลุเป้าหมายขององค์กรที่ได้กำหนดไว้อย่างชัดเจน

ดังนั้นความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ขององค์กรยุคใหม่จำเป็นต้องมีการวางแผน การสื่อสารให้ตอบสนองวัตถุประสงค์ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ท่ามกลางกระแสของข้อมูลข่าวสาร ตามกระแสสังคมต่าง ๆ ที่มีการแข่งขันรุนแรงและแนวคิดทางการตลาดดังกล่าว รวมทั้งสนับสนุนให้มีบุคลากรและงบประมาณอย่างเพียงพอเพื่อให้สอดคล้องกับภาระหน้าที่ การประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยในปัจจุบัน จึงต้องปรับเปลี่ยนแนวทางการดำเนินงานทั้งรูปแบบ วิธีการ ตลอดจนการปรับแบบองค์กร โดยการนำวิธีการสื่อสารการตลาดมาประยุกต์ให้เหมาะสมกับการพัฒนา มหาวิทยาลัยในปัจจุบันและอนาคต

ขอบข่ายและภาระหน้าที่ของงานประชาสัมพันธ์

๑. หน้าที่ในการรายงานถึงแนวโน้มของประชาคมติให้ฝ่ายบริหารทราบ รวมทั้งเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อชื่อเสียงของสถาบัน

๒. หน้าที่ในการให้คำแนะนำ ปรีกษาแก่ฝ่ายบริหารในด้านนโยบาย และการดำเนินงานของสถาบัน การสร้างความนิยมและการยอมรับจากประชาชน อันจะมีผลต่อการได้รับความร่วมมือสนับสนุนจากกลุ่มประชาชนด้วย

๓. หน้าที่ในการใช้เทคนิคการประชาสัมพันธ์เข้าแก้ไขปัญหา หรือวิกฤติต่าง ๆ ที่อาจมีผลเสียหายต่อชื่อเสียงขององค์กร รวมทั้งการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อดำรงไว้ซึ่งความนิยมจากประชาชน

๔. หน้าที่ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ ภายในองค์กร ผ่านทางสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ใบบอกข่าว (BUU NEWS) เสียงตามสาย วิทยุทัศน์ วารสาร มหาวิทยาลัยบูรพา ป้ายประชาสัมพันธ์ เว็บไซต์ สื่อโซเชียลมีเดียในรูปแบบต่าง ๆ รวมถึง การสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน โดยการจัดกิจกรรมสังสรรค์ต่าง ๆ เป็นต้น

๕. เป็นตัวแทนสถาบัน เพื่อสร้างความประทับใจหรือความรู้สึกที่ดีงามต่อประชาชน

ลักษณะโดยรวมของบุคลากรงานประชาสัมพันธ์

ปัจจุบันงานประชาสัมพันธ์ กองกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยบูรพา มีผู้ปฏิบัติงาน จำนวนทั้งสิ้น ๑๐ คน โดยแบ่งตำแหน่งงานตามตารางผู้ปฏิบัติงานในสังกัดงานประชาสัมพันธ์ ดังนี้

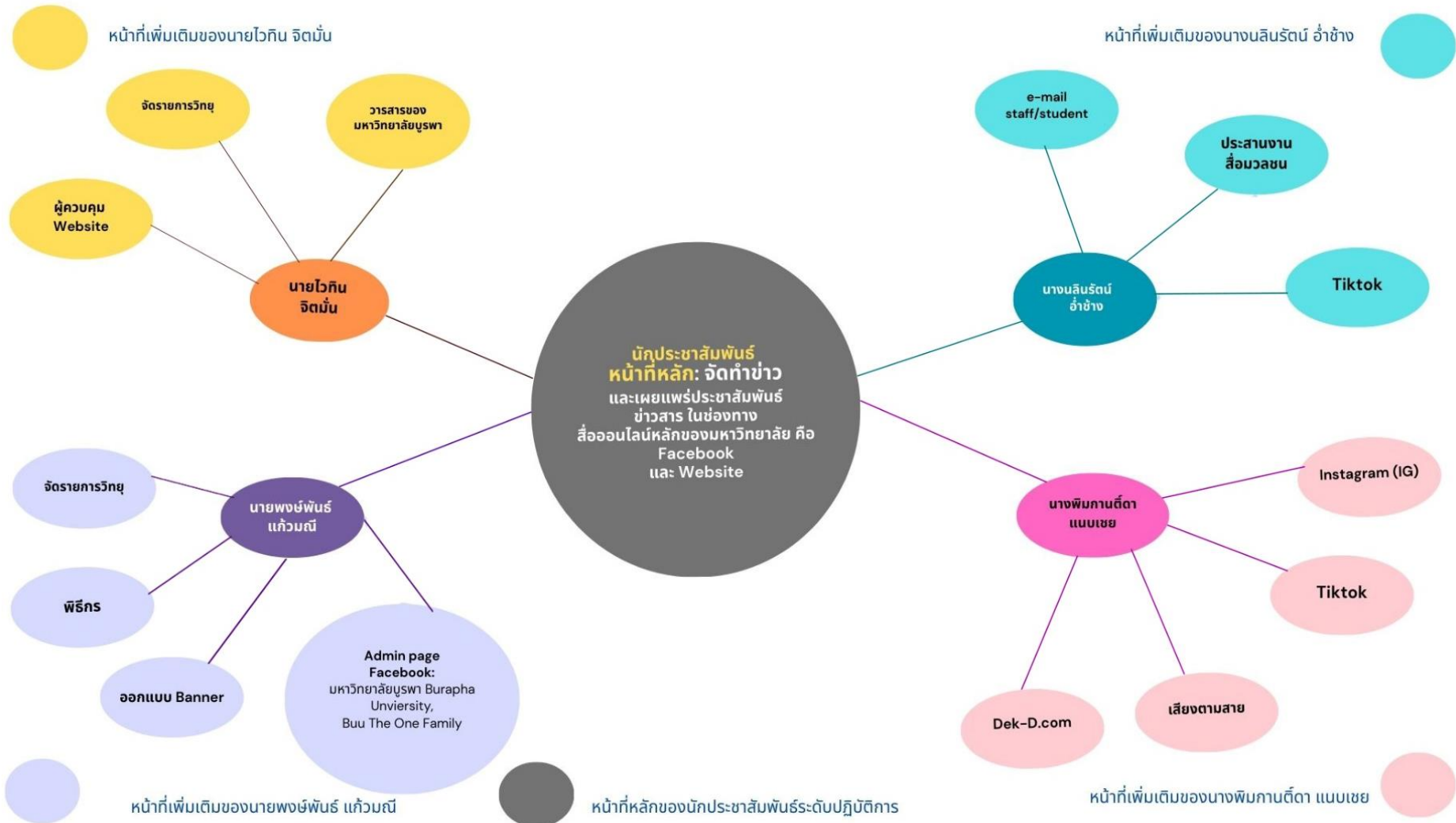
ตารางผู้ปฏิบัติงานในสังกัดงานประชาสัมพันธ์

ตำแหน่งผู้ปฏิบัติงาน ในงานประชาสัมพันธ์	พนักงานมหาวิทยาลัย	พนักงานมหาวิทยาลัย ซึ่งจ้างด้วยเงินรายได้ ส่วนงาน	ลูกจ้างประจำ
๑. นักวิชาการช่างศิลป์ปฏิบัติการ	๑		
๒. นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ		๔	
๓. เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไปปฏิบัติการ	๑	๑	
๔. นักวิชาการโสตทัศนศึกษาปฏิบัติการ		๑	
๕. พนักงานรับโทรศัพท์			๑
๖. พนักงานพิมพ์			๑
รวม	๑๐ อัตรา		

ตารางที่ ๑: ตารางผู้ปฏิบัติงานในสังกัดงานประชาสัมพันธ์

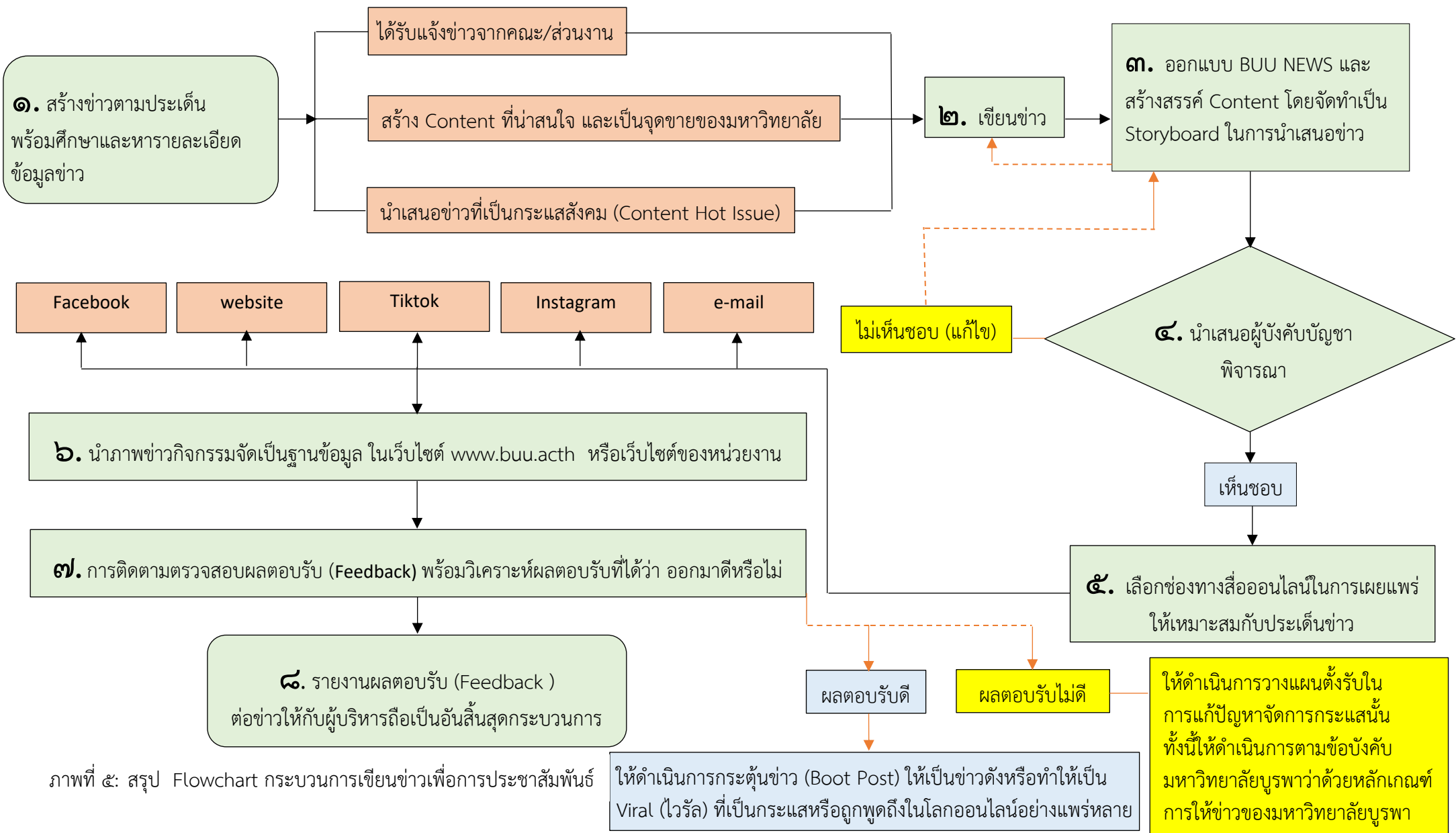
ลักษณะงานที่ปฏิบัติงาน (Job Description)

ลักษณะงานที่ปฏิบัติงาน (Job Description)
ของนักประชาสัมพันธ์ระดับปฏิบัติการ



ภาพที่ ๔: ลักษณะงานที่ปฏิบัติงาน (Job Description) โปรแกรมที่ใช้ออกแบบ: Canva.com

สรุป Flowchart กระบวนการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์





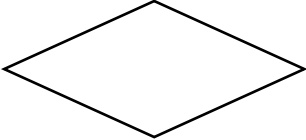


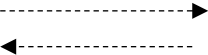
ภาพที่ ๕: สรุป Flowchart กระบวนการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์

บทที่ ๓

กระบวนการปฏิบัติงาน

ผังกระบวนการปฏิบัติงาน (Work Flow)

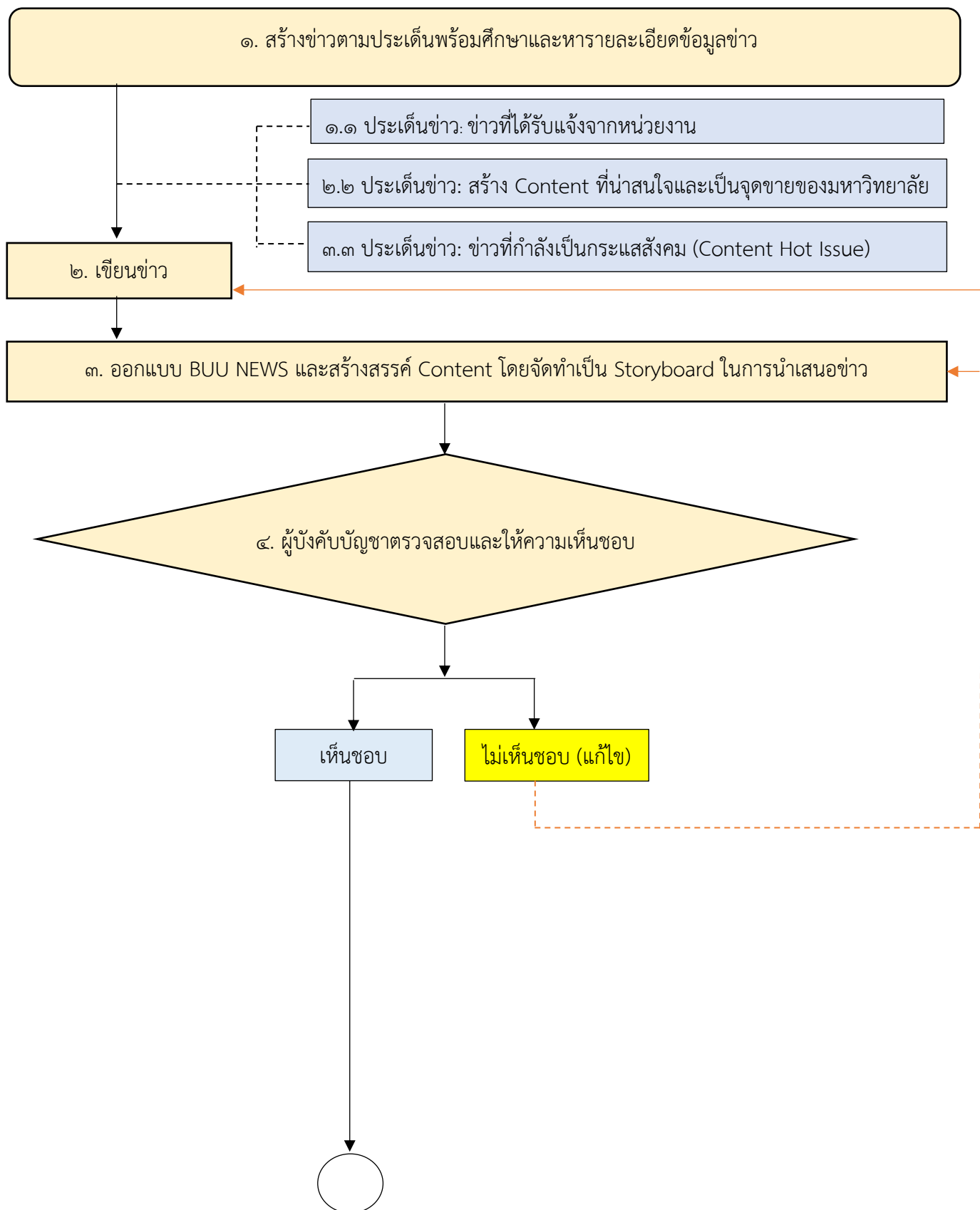
สัญลักษณ์ต่าง ๆ และความหมายของ Work Flow ตามที่แสดงในภาพที่ ๓

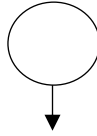
สัญลักษณ์	ความหมาย
	จุดเริ่มต้นและสิ้นสุดของกระบวนการ
	กิจกรรมและการปฏิบัติงาน
	การตัดสินใจ เช่น การตรวจสอบ การอนุญาต/อนุมัติ และการเห็นชอบ เป็นต้น
	แสดงทิศทางหรือการเคลื่อนไหวของงาน
	จุดเชื่อมต่อระหว่างขั้นตอน เช่น กรณี การเขียนกระบวนการ ไม่สามารถจบได้ ภายในหนึ่งหน้า
	การส่งกลับ/แก้ไข

ภาพที่ ๖: สัญลักษณ์ของ Work Flow

(ที่มา: กองบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคล มหาวิทยาลัยบูรพา, ๒๕๖๔)

กระบวนการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยบูรพา





ตัวอย่าง ข้อ ๓. ออกแบบและสร้างสรรค์เรื่องราว (Content) ข่าว BUU NEWS โดยจัดทำเป็น Storyboard นำเสนอผู้บังคับบัญชา เพื่อขอความเห็นชอบก่อนเผยแพร่ข่าวBUU NEWS

ตัวอย่าง StoryBoard BUU NEWS

1 ม.บูรพา.จับมือ..กรมราชทัณฑ์ “..คืนคนดีสู่สังคม..”
ในพิธีลงนามบันทึกความเข้าใจ (MOU)
ด้านการพัฒนาพฤตินิสัยผู้ต้องขัง
ระหว่างมหาวิทยาลัยบูรพา กับกรมราชทัณฑ์



ใบพิธีลงนามบันทึกความเข้าใจ (MOU) ด้านการพัฒนาพฤตินิสัยผู้ต้องขัง
ระหว่างมหาวิทยาลัยบูรพา กับกรมราชทัณฑ์

เขียนพาดหัวข่าวให้น่าสนใจ

ใส่สีพร้อมเลือกชนิดตัวอักษรและกรอบ
ของพาดหัวข่าวให้โดดเด่นน่าสนใจ



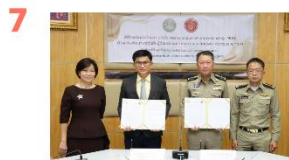
3 เลือกภาพที่สื่อประเด็นสำคัญของข่าว
เพื่อใช้เป็นภาพประกอบพาดหัวข่าว

4 นำภาพที่เลือกกับพาดหัวข่าวที่ทำไว้แล้วนำมารวมกันภาพ
พาดหัวข่าวที่สมบูรณ์น่าสนใจ



5 ใส่ภาพประธานเปิดงานเป็นภาพแรก
พร้อมเขียนชื่อตำแหน่งได้ภาพ

6 ใส่ภาพคนสำคัญที่เกี่ยวข้องเป็นภาพที่ 2
พร้อมเขียนชื่อตำแหน่งได้ภาพ



7 ใส่ภาพที่เป็นจุดประสงค์ของข่าว
เป็นภาพที่ 3 พร้อมเขียนกิจกรรมได้ภาพ

8 มหาวิทยาลัยบูรพา โดยคณะบริหารธุรกิจ จัดพิธีลงนามบันทึกความเข้าใจ
(MOU) ด้านการพัฒนาพฤตินิสัยผู้ต้องขัง ระหว่างมหาวิทยาลัยบูรพากับกรมราชทัณฑ์
เมื่อวันที่ ๑๙ กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๔ ณ ห้องประชุม ๕๑๓ ชั้น ๕ สำนักกึ่งงานบริการที่
(อาคาร กบป) มหาวิทยาลัยบูรพา ซึ่งการลงนามบันทึกความเข้าใจ (MOU) ในครั้งนี้
ทั้งสองฝ่ายได้มีวัตถุประสงค์ในการร่วมกันพัฒนากระบวนการด้านพฤตินิสัยผู้ต้องขัง
ให้มีประสิทธิภาพในการถ่ายทอดองค์ความรู้เสริมสร้างอาชีพ สร้างนวัตกรรมใหม่ๆ
ที่จะเป็นการพัฒนาด้านร่างกายและจิตใจผู้ต้องขังให้เป็นผู้มีคุณภาพที่ดี รวมถึงสร้าง
จิตสำนึกให้กับผู้ต้องขังให้มีพฤติกรรมที่ผิดซ้ำอีก ลดการเกิดอาชญากรรม สร้าง
ความเชื่อมโยงกับสังคม อีกทั้งยังได้มีคณะผู้บริหารและให้โอกาสกับผู้บัญชา
ซึ่งเป็นการสนับสนุนที่มีคุณค่า ผู้สั่งสม อีกทั้งยังเป็นการต่ออาชญากรรมผู้ต้องขังให้กับ
ผู้ต้องขังได้มีอนาคตที่ดีในการปรับตัวให้ทัน สันติ และประเทศชาติต่อไป

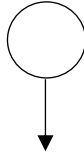
ใส่เนื้อหาข่าวแบบปริศนาคำกลับ โดยซ่อนแรก
คือความน่าขงข่าวที่จะนำเสนอสรุปประเด็นที่สำคัญของข่าว

9 ทั้งนี้การลงนามดังกล่าว รองศาสตราจารย์ ดร.วิชรินทร์
กาสลัก อธิการบดีมหาวิทยาลัยบูรพา เป็นประธานลงนาม
ฝ่ายมหาวิทยาลัยบูรพา นายอายุตม์ สินธพพันธุ์ อธิบดีกรม
ราชทัณฑ์ เป็นประธานลงนามฝ่ายกรมราชทัณฑ์ พร้อมด้วย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรณี พิมาพันธ์ศรี คณบดีคณะ
บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา และผู้บริหารหัวหน้าส่วน
งานมหาวิทยาลัยบูรพา และผู้บริหารกรมราชทัณฑ์ ให้เกียรติ
เข้าร่วมในพิธีลงนามครั้งนี้ด้วย

10 ใส่เนื้อหาข่าวแบบปริศนาคำกลับ โดยซ่อนแรก
คือความน่าขงข่าวที่จะนำเสนอสรุปประเด็นที่สำคัญของข่าว

ลำดับที่มาใช้ข่าวก่อนเนื้อหาสำคัญอันดับรอง (Second Interest) และรายละเอียดเสริม(Detail) เป็นประเด็นสุดท้าย คือ นำประเด็นที่มีความสำคัญมาเขียนเรื่องรองตามลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย เช่น โคร ๑๖1 เมื่อไหร่ ที่ไหนและอย่างไร

(ภาพ: นายไวฑูร จิตมั่น นักประชาสัมพันธ์ กองกลาง ม.บูรพา)
ใส่เครดิตภาพหรือข้อมูลที่นำมาจากที่อื่น(ถ้ามี)
ตรงส่วนท้ายของเนื้อหาข่าวทั้งหมด



ตัวอย่างข่าวในแม่แบบหัวกระดาษ/ ท้ายกระดาษในใบบอกข่าวที่สมบูรณ์
จาก Storyboard BUU NEWS ด้านบน

BUU NEWS
BURAPHA UNIVERSITY WISDOM OF THE EAST
ฉบับที่ ๑๕๓/๒๕๖๕ วันที่ ๑๙ กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๕ มหาวิทยาลัยบูรพา อนุปณฺญตฺวณฺออก W.E. (Wisdom of the East) BURAPHA 67 Anniversary of Burapha University

BUU ม.บูรพา..จับมือ..กรมราชทัณฑ์ “..กันคนดีสู่สังคม..”

ในพิธีลงนามบันทึกความเข้าใจ (MOU) ด้านการพัฒนาพฤตินิสัยผู้ต้องขัง ระหว่างมหาวิทยาลัยบูรพา กับกรมราชทัณฑ์

รองศาสตราจารย์ ดร. วัชรินทร์ กาสลัก อธิการบดีมหาวิทยาลัยบูรพา พิธีลงนามบันทึกความเข้าใจ (MOU) ด้านการพัฒนาพฤตินิสัยผู้ต้องขัง นายอายุวัฒน์ สีนะพันธ์ อธิบดีกรมราชทัณฑ์

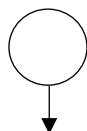
มหาวิทยาลัยบูรพา โดยคณะบริหารธุรกิจ จัดพิธีลงนามบันทึกความเข้าใจ (MOU) ด้านการพัฒนาพฤตินิสัยผู้ต้องขัง ระหว่างมหาวิทยาลัยบูรพากับกรมราชทัณฑ์ เมื่อวันที่ ๑๙ กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๕ ณ ห้องประชุม ๙๐๓ ชั้น ๙ สำนักงานอธิการบดี (อาคาร ภาปร) มหาวิทยาลัยบูรพา ซึ่งการลงนามบันทึกความเข้าใจ (MOU) ในครั้งนี้ ทั้งสองหน่วยงานได้มีพันธะสัญญาในการร่วมกันพัฒนาระบบการด้านพฤตินิสัยผู้ต้องขังให้มีประสิทธิภาพในการถ่ายทอดองค์ความรู้เสริมสร้างวิชาชีพ สร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ที่จะเป็นการพัฒนาด้านร่างกายและจิตใจผู้ต้องขังให้เป็นผู้มีสุขภาพที่ดี รวมถึงสร้างจิตสำนึกให้เป็นผู้ต้องขังไม่มีพฤติกรรมทำผิดซ้ำอีก ลดการเกิดอาชญากรรม สร้างความปลอดภัยให้แก่สังคม อีกทั้งเพื่อให้สังคมได้ยอมรับและให้ออกาสกับผู้ที่พ้นโทษ ถือเป็น การคืนคนดีที่มีคุณค่าสู่สังคม อีกทั้งเพื่อเป็นการต่อยอดอาชีพที่ยั่งยืนให้กับผู้ต้องขังได้มีอนาคตที่ดีในการรับใช้ท้องถิ่น สังคม และประเทศชาติต่อไป

ทั้งนี้การลงนามดังกล่าว รองศาสตราจารย์ ดร. วัชรินทร์ กาสลัก อธิการบดีมหาวิทยาลัยบูรพา เป็นประธานลงนามฝ่ายมหาวิทยาลัยบูรพา นายอายุวัฒน์ สีนะพันธ์ อธิบดีกรมราชทัณฑ์ เป็นประธานลงนามฝ่ายกรมราชทัณฑ์ พร้อมด้วยผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรณี พิมาพันธุ์ศรี คณบดีคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา และผู้บริหาร หัวหน้าส่วนงาน มหาวิทยาลัยบูรพา และผู้บริหารกรมราชทัณฑ์ ให้เกียรติเข้าร่วมในพิธีลงนามครั้งนี้ด้วย (ภาพ: นายไวยิน จิตมัน นักประชาสัมพันธ์ กองกลาง ม.บูรพา)

www.buu.ac.th มหาวิทยาลัยบูรพา @theonebuu BuraphaUniversity

ussabntr : ดร. พงษ์พรรณ เสงี่ยม ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายบริหารการพัฒนาระบบออก โทรฯ : ๐๖๖-๒๕๖๐-๒๒๐๐-๓ สาขา : ๖๖๖-๒๕๖๐-๒๒๐๐-๓ sorfice : นายสัมพันธ์ งามขย นักประชาสัมพันธ์ BUUCOMS

ภาพที่ ๑๘: ตัวอย่างข่าวในแม่แบบหัวกระดาษ/ ท้ายกระดาษใน BUU NEWS



๕. เมื่อได้รับความเห็นชอบแล้ว ให้นักประชาสัมพันธ์พิจารณาเลือกช่องทางการเผยแพร่ที่เหมาะสมกับข่าว ดังนี้

Facebook

กรณีเป็นการเผยแพร่ข่าวทั่วไป ให้ดำเนินเขียนข่าวตามหลักเกณฑ์การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ โดยผู้เขียนนิยมใช้การเขียนข่าวแบบปริศนาคำกลับโดยเนื้อหาข่าวที่กระชับอ่านได้ใจความ และเข้าใจง่าย จากนั้นคัดเลือกภาพประกอบที่คมชัดสื่อความหมายได้ชัดเจน

กรณีเป็นการเผยแพร่ข่าวที่เป็นคลิปวิดีโอ: ให้ทำการ Upload ข้อมูล ให้ถูกต้อง ครบถ้วน พร้อมสำเนาแหล่งที่มาของคลิปวิดีโอ ทั้งแบบยูทูป (YouTube) และ mp4

กรณีเป็นการเผยแพร่ข่าวแบบ Infographic/Banner/การใช้คำพูด: เป็นการสรุปเนื้อหา หรือประเด็นที่เข้าใจง่ายผ่านการออกแบบอาร์ตเวิร์ก ที่มีสีสันสวยงามอ่านแล้วสะดุดตา

กรณีเป็นการเผยแพร่ข่าวสด คือ Facebook Live: ให้ตรวจสอบ link สัญญาว่าปรากฏ ขึ้นอยู่บนเฟซบุ๊ก (Facebook) ชัดเจนหรือไม่ ตรวจสอบความคมชัดของภาพและเสียงที่ ออกไปว่าเสียงชัดเจนหรือไม่

กรณีเป็นการเผยแพร่ข่าวผ่านลิงค์ Link/URL: ส่วนใหญ่เป็นแหล่งข้อมูลที่ได้จากแหล่งข่าว ต่าง ๆ ให้แอดมินเพจต้องทำการคัดลอก Link/URL ให้ถูกต้อง รวมถึงที่มาของเนื้อหาที่ การเผยแพร่ เพื่อให้เครดิตแก่แหล่งข่าวนั้น ๆ ด้วย

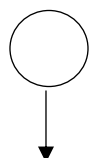
Website

การนำเสนอข่าวผ่านช่องทางเว็บไซต์ ต้องเป็นข่าวใหม่ สด ทันต่อเหตุการณ์เหมาะสม กับสถานการณ์ปัจจุบัน เป็นข่าวที่สั้นกระชับ ให้ได้ใจความ ภาพประกอบข่าว ไม่จำเป็นต้องเยอะมาก เนื่องจากจุดเด่นของเว็บไซต์อยู่ที่การนำเสนอข่าวเด่น ประเด็นร้อนที่ผู้สนใจ ทั้งข่าวทั่วไป ข่าวการศึกษา ข่าวกิจกรรม ข่าวอบรม/สัมมนา เป็นต้น

กรณีข่าวที่มีการอ้างอิง ให้เชื่อมโยง (link) กับฐานข้อมูลอื่น หรือเชื่อมโยงกับเว็บไซต์ข่าว ต่าง ๆ เพื่อให้สามารถตรวจสอบความถูกต้องของข่าวในหลากหลายที่มาได้ เพื่อให้มี ความน่าเชื่อถือ แม่นยำ

กรณีข่าวที่เป็นกระแสสังคม (Content hot Issue) ให้ความสำคัญของการนำข่าวมาพาดหัว ให้เป็นจุดเด่น ดึงดูด และน่าสนใจ เนื่องจากทำให้ผู้สนใจเข้าดูและอ่านข่าวในเว็บไซต์ มากยิ่งขึ้น





Instagram (IG)

สำหรับข่าวที่เผยแพร่ใน Instagram (IG) เป็นได้ ทั้งประเด็นข่าวทั่วไป/ข่าวที่เป็นการสร้าง Content หรือจุดขายของมหาวิทยาลัย/ข่าวที่กำลังเป็นกระแสสังคม (Content Hot Issue) แต่ Instagram (IG) มีข้อจำกัดคือ ข่าวจะต้องมีความยาวไม่เกิน ๒,๒๐๐ ตัวอักษรต่อหนึ่งข่าว ส่วนภาพประกอบจำกัดจำนวนภาพ ไม่เกิน ๑๐ ภาพ ต่อข่าว หรือจะนำเสนอในรูปแบบคลิป หรือวิดีโอสั้น ๆ ได้ ซึ่ง Instagram (IG) เป็นแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมสูง

Tiktok

ข่าวที่เผยแพร่ผ่าน Tiktok คือ ข่าวสั้น เข้าใจง่าย สื่อสารตรงประเด็น โดยใช้ได้ทั้งภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว(วิดีโอ/คลิปสั้น)ใช้เสียงเพลงประกอบข่าว หรือเป็นบทพูด บทสัมภาษณ์ ที่ประกอบข่าว (ศึกษาเกร็ดความรู้แนะนำเกี่ยวกับลิขสิทธิ์เพลงได้ที่หน้า ๓๓)

สำหรับเทคนิคการสร้างสรรค Content ใน Tiktok ให้คนชอบ กดไลค์ หรือกดติดตาม มีดังนี้

๑. สร้างสรรควิดีโอที่คนอยากจะมีส่วนร่วมหรือรู้สึกร่วมด้วย คือการออกแบบ Content ที่มีความสนุก ตลก ไม่เหมือนใคร สบายๆ หรือกินใจ ทำให้คนดูวิดีโอจนจบ

๒. เลือกใช้เพลงที่กำลังเป็นที่นิยม เพื่อเพิ่มโอกาสให้คลิปวิดีโอของเรา ถูกแนะนำไปยังผู้ใช้อื่น ๆ เราจะต้องเลือกใช้เพลงที่ ณ เวลานั้นกำลังเป็นที่นิยม (ศึกษาเกร็ดความรู้แนะนำเกี่ยวกับลิขสิทธิ์เพลงได้ที่หน้า ๓๓)

๓. โต้ตอบกับ Influencer คนอื่น ๆ การโต้ตอบกับ Influencer หรือผู้โด่งดังบน Tiktok คนอื่น ๆ เป็นอีกวิธีที่ยอดเยี่ยมในการได้รับ จำนวนการรับที่มากขึ้น และช่วยให้คุณกลายเป็นที่รู้จักใน Tiktok ได้

๔. แสดงทักษะของคุณออกมาโดยไม่ต้องคิดออกแบบมากมาย คุณสามารถแสดงทักษะใด ๆ ที่คุณมี เพราะผู้คนชื่นชอบที่จะรับชมอะไร ก็ตามที่มองว่า “เจ๋ง เก่ง แปลก น่าตื่นเต้น น่าสนุก บันเทิง หรือประทับใจ”

๕. ใช้ #แฮชแท็ก ที่กำลังเป็นที่นิยม เมื่อคุณจะเขียนคำบรรยายวิดีโอ หรือหัวข้อวิดีโอ อย่าลืมที่จะใส่ แฮชแท็ก ที่กำลังเป็นที่นิยมลงไปด้วย เพราะแฮชแท็กจะช่วยเพิ่มโอกาสให้คนพบเห็น และยังช่วยเพิ่มโอกาส ให้วิดีโอเป็นที่รู้จักมากขึ้นได้



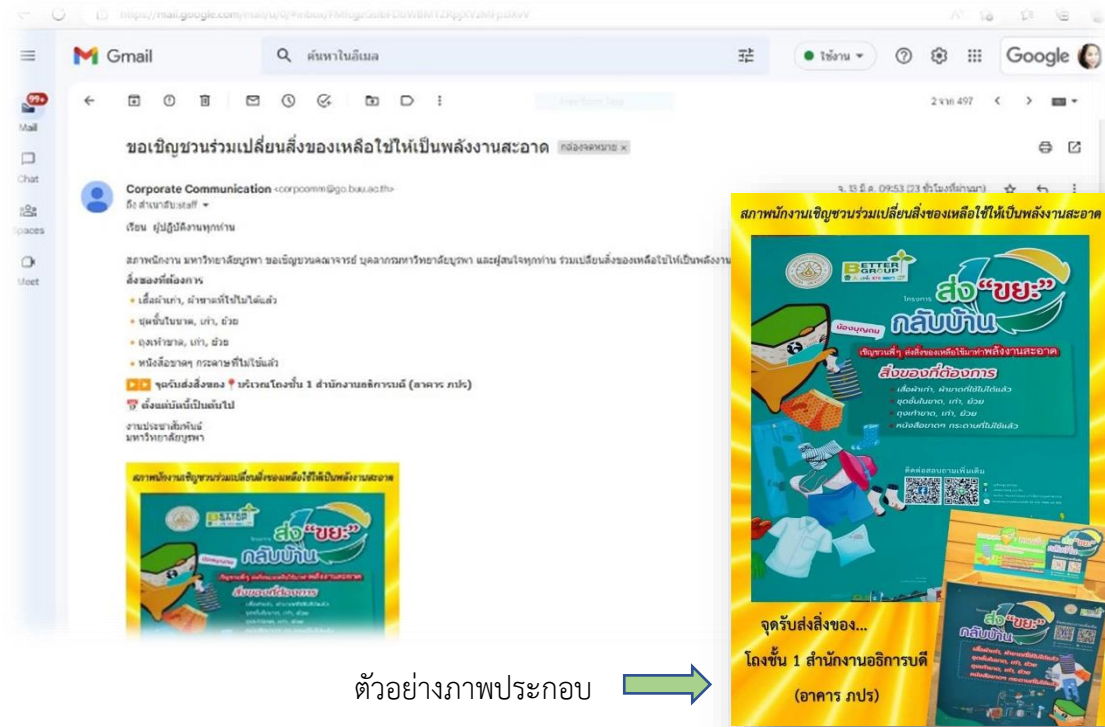
e-mail
staff/student

เป็นการส่งข่าวสารประชาสัมพันธ์ถึงผู้ปฏิบัติงานมหาวิทยาลัยบูรพา /นิสิต มหาวิทยาลัยบูรพา โดยลักษณะของข่าวเป็นข่าวสั้น กระชับ เข้าใจง่าย ส่วนใหญ่เป็นข่าวเชิญชวนขอความร่วมมือ และข่าวประชาสัมพันธ์ทั่วไป จากนั้นมีภาพประกอบในการนำเสนอข่าวและใส่ที่มาของข่าว หรือต้นเรื่อง เพื่อให้ผู้ได้รับข่าวสารสามารถมีส่วนร่วมกับข่าวนั้น ๆ

ข้อดีของการส่งข่าวผ่าน e-mail มีดังนี้

- รวดเร็ว เชื่อถือได้
- ประหยัดค่าใช้จ่ายในการส่ง และลดการใช้กระดาษ
- ลดเวลาในการส่งเอกสารลง เพราะผู้ส่งไม่ต้องเสียเวลาไปส่งเอง
- ผู้ส่งสามารถส่งเอกสารได้ตลอดไม่จำกัดเวลา หรือระยะทางในการส่ง ในขณะที่ผู้อ่านก็สามารถเปิดอ่านเอกสารได้ตลอดเวลาเช่นเดียวกัน
- สามารถส่งต่อกันได้สะดวก และผู้ส่งสามารถส่งให้ผู้รับได้พร้อม ๆ กันหลายคนในเวลาเดียวกัน
- ผู้ส่งสามารถตรวจสอบการได้รับเอกสารและการเปิดอ่านเอกสารของผู้รับได้

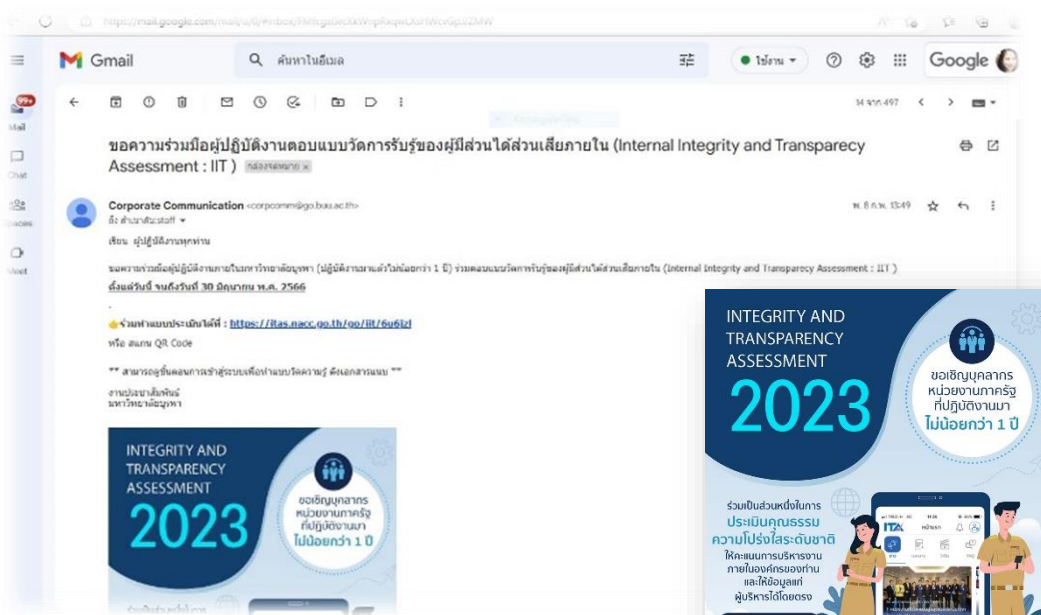
ตัวอย่างข่าวเชิญชวน



ตัวอย่างภาพประกอบ

ภาพที่ ๙: ตัวอย่างข่าวเชิญชวนใน email

ตัวอย่างข่าวขอความร่วมมือ

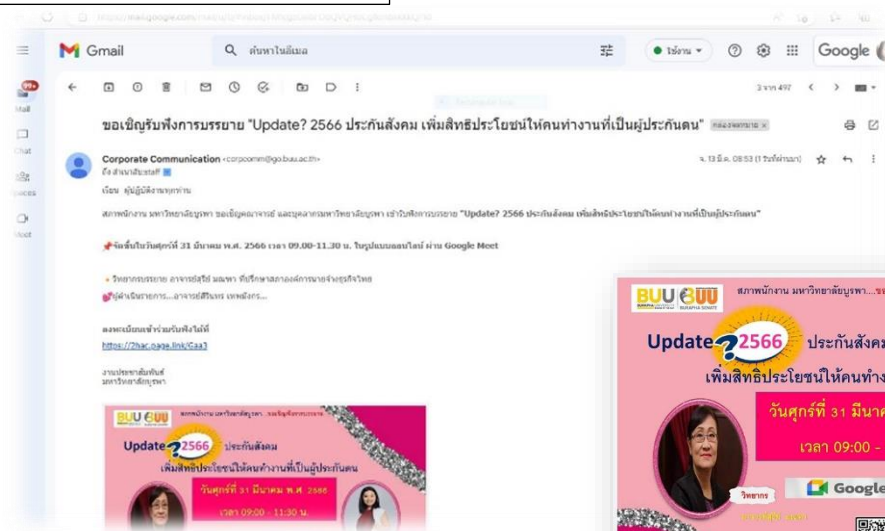


ตัวอย่างภาพประกอบ



ภาพที่ ๑๐: ตัวอย่างข่าวขอความร่วมมือใน email

ตัวอย่างข่าวประชาสัมพันธ์ทั่วไป

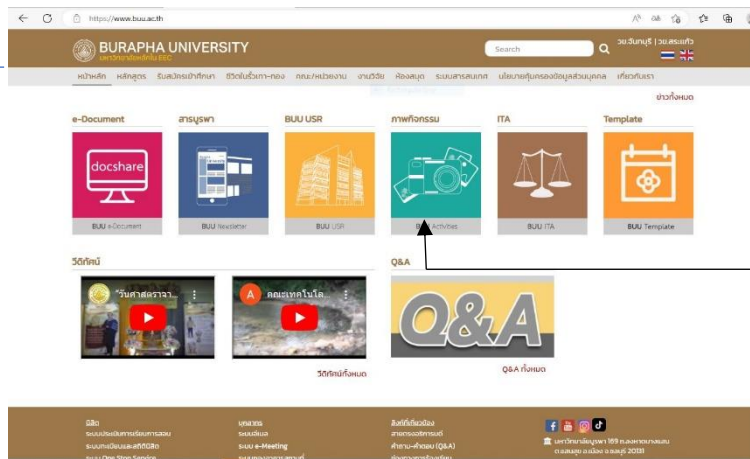


ตัวอย่างภาพประกอบ

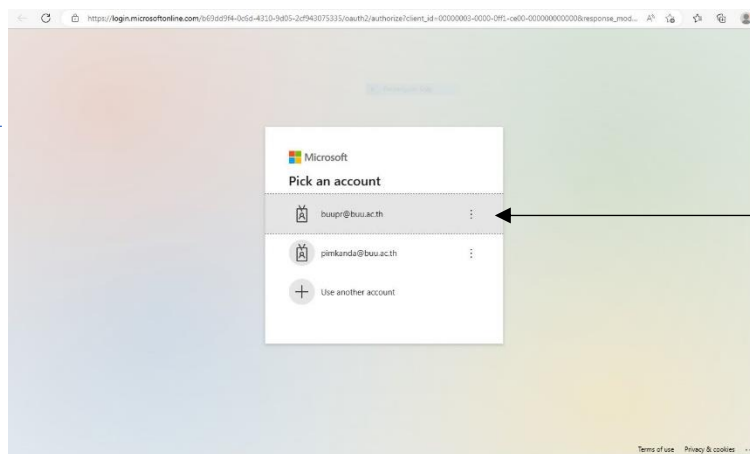


ภาพที่ ๑๑: ตัวอย่างข่าวประชาสัมพันธ์ทั่วไป ใน email

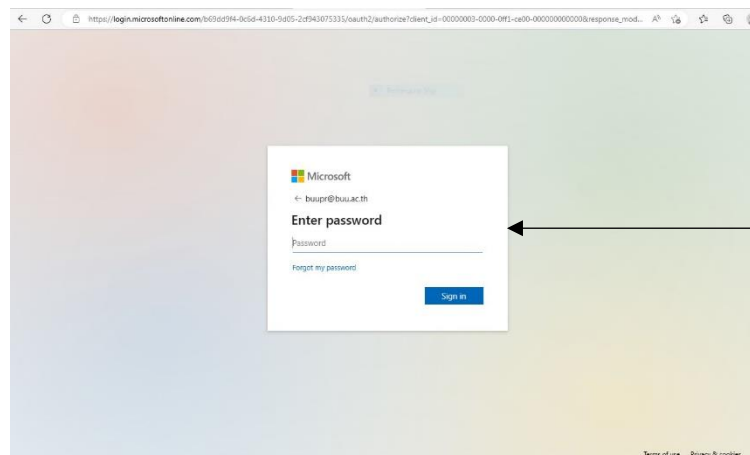
๖. นำภาพข่าวกิจกรรม/โครงการ จัดเก็บในหน้าเว็บไซต์ มหาวิทยาลัยบูรพา (www.buu.ac.th) เพื่อเป็นฐานข้อมูล ภาพข่าวกิจกรรมที่ผ่านมา โดยมีตัวอย่างขั้นตอนดังนี้



๑. เข้าหน้าเว็บไซต์ มหาวิทยาลัยบูรพา www.buu.ac.th ไปที่ภาพกิจกรรม

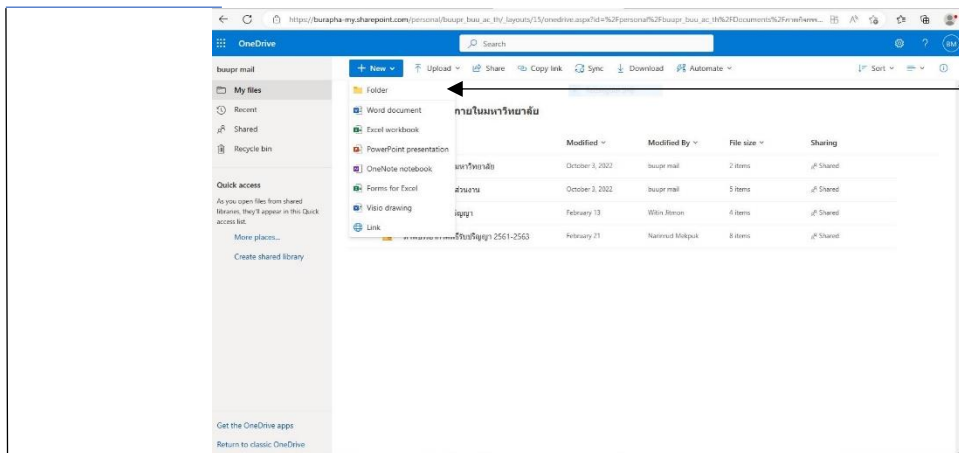
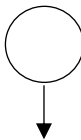


๒. เข้า USER buupr@buu.ac.th

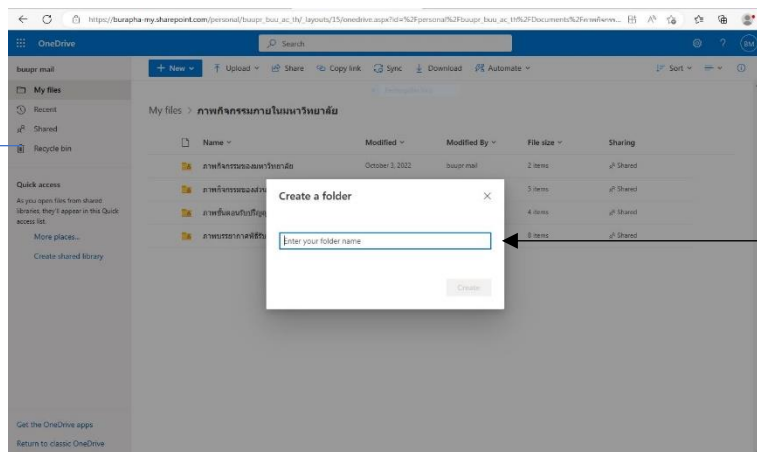


๓. ใส่รหัส

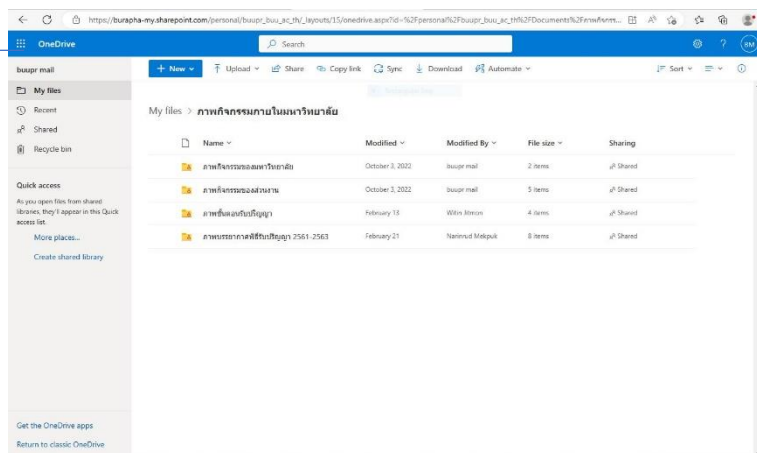




๔. เข้าไปที่ภาพกิจกรรมมหาวิทยาลัย จากนั้นสร้าง folder หรือกล่องภาพ

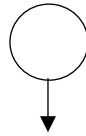


๕. ตั้งชื่อหมวดภาพกิจกรรมใน folder

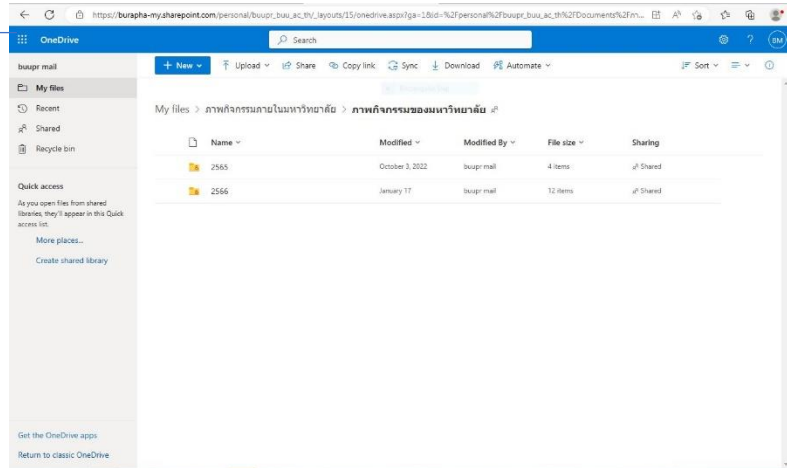


๖. เลือกหมวดภาพกิจกรรมใน folder ที่จะนำภาพกิจกรรมใส่ใน folder

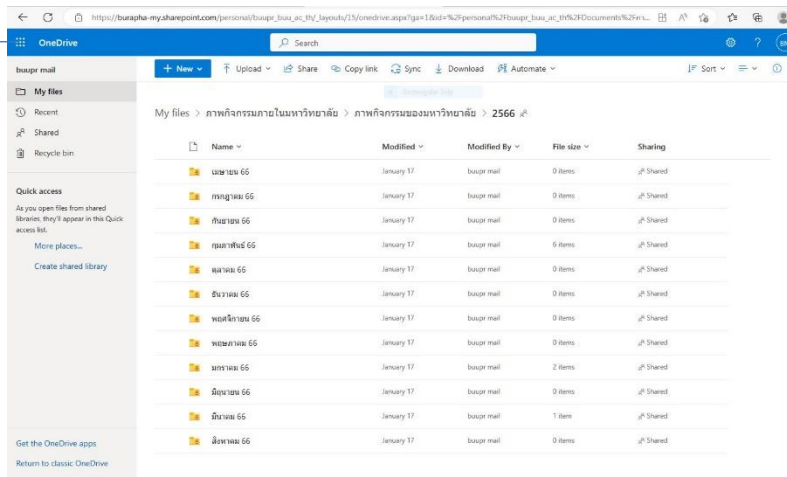




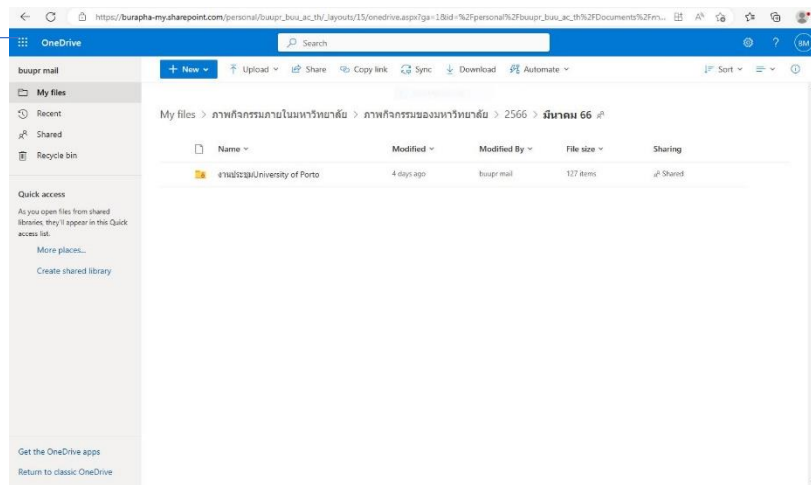
๒๕



๗. เลือกปี พ.ศ. ที่จะนำภาพกิจกรรมใส่ใน folder

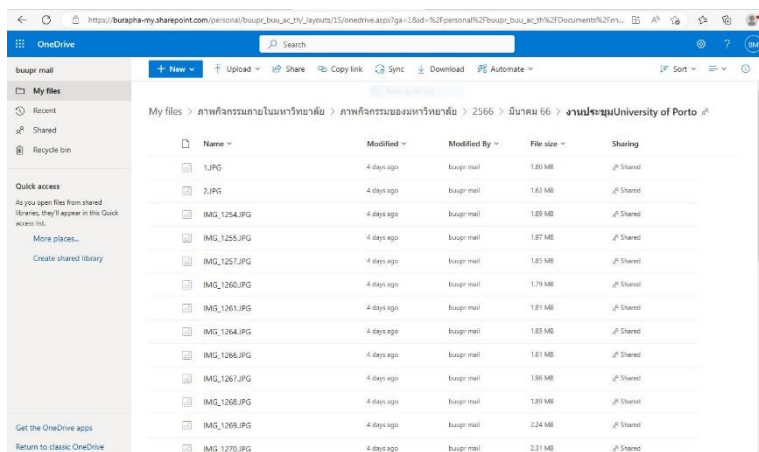


๘. เลือกเดือนที่จะนำภาพกิจกรรมใส่ใน folder



๙. ตั้งชื่องานหรือกิจกรรมใน folder ที่จะนำภาพกิจกรรมใส่ไปใน folder ของกิจกรรมหรืองานนั้น ๆ

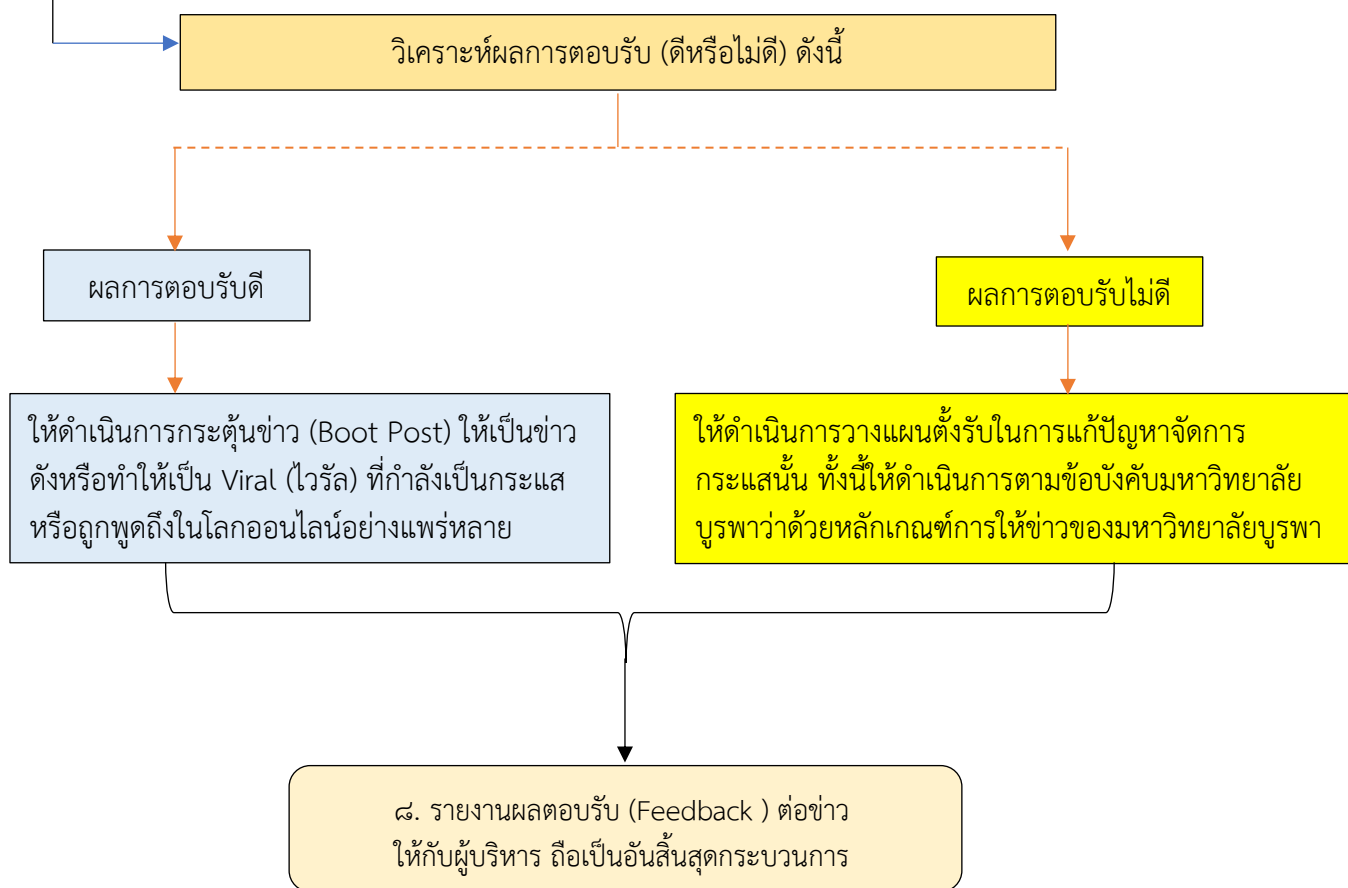




๑๐. นำภาพกิจกรรมทั้งหมดใส่ไปใน folder ของกิจกรรมหรืองานนั้น ๆ เพื่อเก็บไว้เป็นฐานข้อมูลภาพ

ภาพที่ ๑๒: ตัวอย่างการนำภาพข่าวจัดเก็บในหน้าเว็บไซต์ มหาวิทยาลัยบูรพา (www.buu.ac.th)

๗. ติดตามและตรวจสอบผลตอบรับ (Feedback) พร้อมทั้งทำการสรุปวิเคราะห์ประเมินผลงานฯ จากการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารของมหาวิทยาลัยที่ผ่านมา (ตามหน้า ๕๕)



ภาพที่ ๑๓: ผังกระบวนการปฏิบัติงาน (Work Flow)

ผังกระบวนการ/งาน (Work Flow)

ชื่อผังกระบวนการ.....กระบวนการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยบูรพา.....

ข้อกำหนดสำคัญของกระบวนการ การเขียนข่าวให้ครบถ้วนสมบูรณ์ตามองค์ประกอบการเขียนข่าวโดยคำนึงถึงภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของมหาวิทยาลัย

เป็นสำคัญ ตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยบูรพา ว่าด้วยหลักเกณฑ์การให้ข่าวของมหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. ๒๕๖๕

ตัวชี้วัดสำคัญของกระบวนการ.....การเขียนข่าวให้ครบถ้วนสมบูรณ์ตามองค์ประกอบการเขียนข่าว.....

ตารางที่...๒..... แสดงผังกระบวนการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยบูรพา.....

ที่	ผังกระบวนการ	ระยะเวลา	รายละเอียดงาน	มาตรฐานคุณภาพงาน	เอกสารที่เกี่ยวข้อง	ผู้รับผิดชอบ
๑.	<p>สร้างข่าวจากประเด็นข่าว พร้อมศึกษาและหาข้อมูล รายละเอียดข่าว/กิจกรรม</p>	แจ้งให้ทราบ ล่วงหน้า อย่างน้อย ๑ วัน	สร้างข่าวจากประเด็นข่าวดังนี้ ๑. ข่าวจากหน่วยงาน สร้างContentข่าว ๒. เป็นจุดขายของมหาวิทยาลัย ๓. ข่าวที่เป็นกระแสในปัจจุบันพร้อมศึกษา และหาข้อมูลรายละเอียดข่าว/กิจกรรม	มีหนังสือหรือบันทึก ข้อความ/โครงการ/ กิจกรรม ชื่อผู้ ประสานงานที่ถูกต้อง และสามารถติดต่อได้	หนังสือ หรือบันทึก ข้อความ/โครงการ/ กิจกรรม	ผู้บังคับบัญชา /เครือข่าย ประชาสัมพันธ์ และส่วนงาน ต่าง ๆ
๒.	<p>เขียนข่าว</p>	ภายใน ๔๕ นาที	เขียนข่าวให้ครบถ้วนตามหลักเกณฑ์ การเขียนข่าว และคำนึงถึงข้อบังคับ มหาวิทยาลัยบูรพาว่าด้วยหลักเกณฑ์ การให้ข่าวของมหาวิทยาลัยบูรพาด้วย	มีเนื้อหาข่าวที่สมบูรณ์ แบบตามองค์ประกอบ	เนื้อหาข่าวในกระดาษ ขนาด A๔	นักประชาสัมพันธ์
๓.	<p>ออกแบบ Storyboard เพื่อจัดทำ BUU NEWS และสร้างสรรค์ Content ในการนำเสนอข่าว</p>	อย่างน้อย ๑ ชั่วโมง	ออกแบบ Story Board เพื่อจัดทำ BUU NEWS และสร้างสรรค์ Content ในการนำเสนอข่าว	โปรแกรมออกแบบ อาทิ Photoshop, Canva, Illustrator เป็นต้น	รูปภาพ และข้อมูล ใส่ประกอบการ ออกแบบ	นักประชาสัมพันธ์

ที่	ผังกระบวนการ	ระยะเวลา	รายละเอียดงาน	มาตรฐานคุณภาพงาน	เอกสารที่เกี่ยวข้อง	ผู้รับผิดชอบ
๔.	<pre> graph TD A{นำเสนอผู้บังคับบัญชา พิจารณา} --> B[เห็นชอบ] A --> C[ไม่เห็นชอบ (แก้ไข)] C --> A </pre>	๓๐ นาที	ผู้บังคับบัญชาพิจารณาให้ความเห็นชอบ	มีเนื้อหาข่าวครบถ้วน ตามองค์ประกอบและ หลักเกณฑ์การเขียนข่าว โดยใช้ถ้อยคำที่ถูกต้อง ไม่มีคำผิดและภาพ ประกอบข่าวมีความ สมบูรณ์สวยงามชัด	ใบบอกข่าว (BUU News)	ผู้บังคับบัญชา
๕.	<pre> graph TD A[ได้รับการเห็นชอบแล้วดำเนินการเผยแพร่ข่าว ในช่องทางการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ต่าง ๆ] </pre>	๓๐ นาที	ดำเนินการเผยแพร่ข่าวในช่องทางการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ต่าง ๆ	มีการเผยแพร่ข่าวสาร หลายช่องทางเช่นเพจ facebook Instagram(IG) /website /Tiktok/ e-mail Staff-Student	เพจ facebook Instagram(IG)/ website/Tiktok e-mail Staff/Student	นักประชาสัมพันธ์
๖.	<pre> graph TD A[นำภาพข่าวกิจกรรมจัดเก็บในหน้าเว็บไซต์ www.buu.ac.th เพื่อเป็นฐานข้อมูลกิจกรรม] </pre>	๓๐ นาที	นำภาพกิจกรรมของข่าวสาร/กิจกรรมลง ไปในหน้าเว็บไซต์ www.buu.ac.th เพื่อเก็บไว้เป็นฐาน ข้อมูลภาพกิจกรรมต่อไป	มีฐานข้อมูลภาพ กิจกรรมใน www.buu.ac.th	ภาพกิจกรรม	นักประชาสัมพันธ์

ที่	ผังกระบวนการ	ระยะเวลา	รายละเอียดงาน	มาตรฐานคุณภาพงาน	เอกสารที่เกี่ยวข้อง	ผู้รับผิดชอบ
๗.	<p>ติดตามและตรวจสอบผลตอบรับ (Feedback) พร้อมทั้งทำการสรุปวิเคราะห์ประเมินผลงานข่าว ฯ</p> <pre> graph TD A[ติดตามและตรวจสอบผลตอบรับ (Feedback) พร้อมทั้งทำการสรุปวิเคราะห์ประเมินผลงานข่าว ฯ] --> B[ผลตอบรับดี] A --> C[ผลตอบรับไม่ดี] B --> D[ให้กระตุ้นดำเนินการข่าว(Boot Post) ให้เป็นข่าวดังหรือทำให้เป็น Viral (ไวรัล) ที่กำลังเป็นกระแสหรือถูกพูดถึงในโลกออนไลน์อย่างแพร่หลาย] C --> E[ให้ดำเนินการวางแผนตั้งรับในการแก้ปัญหาจัดการกระแสนั้น ทั้งนี้ให้ดำเนินการตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยบูรพาว่าด้วยหลักเกณฑ์การให้ข่าวของมหาวิทยาลัยบูรพา] </pre>	๓๐ นาที	<p>ทำการติดตามและตรวจสอบผลตอบรับการเผยแพร่ข่าว พร้อมทั้งทำการสรุปวิเคราะห์ประเมินผลงานข่าวฯ จากนั้นวิเคราะห์ว่าผลการตอบรับ ออกมาดีหรือไม่ดี ดังนี้ ผลการตอบรับดี ให้กระตุ้นข่าว (Boot Post) ให้เป็นข่าวดังหรือทำให้เป็น Viral (ไวรัล) ที่กำลังเป็นกระแสหรือถูกพูดถึงในโลกออนไลน์กันอย่างแพร่หลาย ผลการตอบรับไม่ดี ให้ดำเนินการวางแผนตั้งรับในการแก้ปัญหาจัดการกระแสนั้น ทั้งนี้ให้ดำเนินการตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยบูรพาว่าด้วยหลักเกณฑ์การให้ข่าวของมหาวิทยาลัยบูรพา</p>	<p>มีข่าวที่เผยแพร่ไปได้รับความสนใจและมีผลสรุปวิเคราะห์ประเมินผลงานข่าวฯ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงแก้ไขครั้งต่อไป</p>	<p>สถิติการเข้าถึงข่าว รวมถึงการกดถูกใจ และการแสดงความคิดเห็น และผลสรุปประเมินผลงานข่าวฯ</p>	<p>นักประชาสัมพันธ์</p>
๘.	<p>รายงานผลตอบรับ (Feedback) ต่อข่าวให้กับผู้บริหาร ถือเป็นอันสิ้นสุดกระบวนการ</p>		<p>รายงานผลตอบรับ (Feedback) ต่อข่าว ให้กับผู้บริหาร ถือเป็นอันสิ้นสุดกระบวนการ</p>	<p>มีการรายงานผลตอบรับข่าวที่เผยแพร่ออกไปเป็นต่อข่าว</p>	<p>มีรายงานผลตอบรับ โดยแทรกในการประเมินผลการปฏิบัติการประจำปี</p>	<p>ผู้บริหารมหาวิทยาลัยบูรพา และนักประชาสัมพันธ์</p>

ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

จากผังกระบวนการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของกองกลาง มหาวิทยาลัยบูรพา สามารถแสดงเป็นขั้นตอนการปฏิบัติงานตาม ตารางที่ ๓: ขั้นตอนการปฏิบัติงาน ดังนี้

ตารางที่ ๓: ขั้นตอนการปฏิบัติงาน

รายละเอียดงาน	ขั้นตอนการปฏิบัติงาน
<p>๑. สร้างข่าวจากประเด็นข่าวดังนี้</p> <p>๑.๑ ข่าวจากหน่วยงาน</p> <p>๑.๒ สร้าง Content ข่าวเป็นจุดขายของมหาวิทยาลัย</p> <p>๑.๓ ข่าวที่เป็นกระแสในปัจจุบัน พร้อมศึกษาและหารายละเอียดข้อมูลข่าว</p>	<p>นักประชาสัมพันธ์สร้างข่าวจากประเด็นข่าวดังนี้</p> <p>๑. สอบถามและค้นหาข่าวจากหน่วยงาน</p> <p>๒. หาหรือสร้าง Content ข่าว ที่น่าสนใจและเป็นจุดขายของมหาวิทยาลัย</p> <p>๓. ศึกษาและหาข้อมูลประเด็นข่าวที่เป็นกระแสในปัจจุบัน</p>
<p>๒. เขียนข่าวให้ครบถ้วนตามหลักเกณฑ์การเขียนข่าวและคำนึงถึงข้อบังคับมหาวิทยาลัยบูรพาว่าด้วยหลักเกณฑ์การให้ข่าวของมหาวิทยาลัยบูรพา ด้วย</p>	<p>นักประชาสัมพันธ์เขียนข่าวให้ครบถ้วนตามหลักเกณฑ์การเขียนข่าวและคำนึงถึงข้อบังคับมหาวิทยาลัยบูรพาว่าด้วยหลักเกณฑ์การให้ข่าวของมหาวิทยาลัยบูรพาด้วย ตามขั้นตอนดังนี้</p> <p>๑. ร่างรายละเอียดที่ต้องการเขียนโดยเรียงลำดับข้อมูลตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นว่าครบถ้วนตรงตามที่ต้องการหรือไม่ก่อนจะลงมือเขียน</p> <p>๒. เขียนข่าวลงในแม่แบบใบบอกข่าว(BUU NEWS Template) โดยต้องคำนึงถึงองค์ประกอบการเขียนข่าว คือ 5W+1H ได้แก่ ใคร (Who)ทำอะไร (What) ที่ไหน (Where) เมื่อไหร่ (When) ทำไม (Why) และอย่างไร (How) โดยเริ่มดังนี้</p> <p>๒.๑ กำหนดพาดหัวข้อข่าว (Headline) โดยเริ่มจากการทำความเข้าใจกิจกรรม และนำหัวใจหลักของเรื่องราวในกิจกรรมหรือสิ่งที่ทำให้เกิดผลกระทบต่อจิตใจของผู้อ่านจากร່องราวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นมา กำหนดพาดหัวข้อข่าว</p> <p>๒.๒ เริ่มต้นการเขียนเนื้อข่าวในส่วน (Lead) เพื่อเป็นการขยายข่าวต่อจากการพาดหัวข่าว โดยนำประเด็นสำคัญขึ้นก่อนแล้วจึงเรียง ลำดับเหตุการณ์ไปหาประเด็นที่สำคัญน้อยลงมาและควรเรียงลำดับข้อมูลที่ว่าจะเริ่มด้วยอะไร หรือจบอย่างไร โดยคำนึงถึง 5W+1H ได้แก่ ใคร (Who) ทำอะไร (What) ที่ไหน (Where) เมื่อไหร่ (When) ทำไม(Why) และอย่างไร (How) ด้วย</p> <p>๒.๓ เขียนข่าวให้ครอบคลุมรายละเอียด (Body) จะเป็นการเขียนรายละเอียดของเนื้อหาข่าวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในกิจกรรม/โครงการนั้น ๆ ให้ผู้อ่านได้รับทราบเกิดความเข้าใจ โดยผู้เขียนจะลำดับความสำคัญของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยใช้คำเชื่อมโยงประโยคมาเสริมเติมประโยค</p>

รายละเอียดงาน	ขั้นตอนการปฏิบัติงาน
	<p>ให้สมบูรณ์ ซึ่งเนื้อหาในข่าวไม่จำเป็นต้องเขียนยาว แต่ควรเขียนสั้น ๆ กระชับได้ใจความสมบูรณ์และชัดเจน</p> <p>๒.๔ ในช่วงทำข่าวนั้นเป็นการสรุปประเด็นด้วยประโยคที่ทำให้ผู้อ่านรู้สึกมั่นใจกับความคืบหน้าหรือความมั่นคงของกิจกรรมฯที่กำลังเกิดขึ้นหรือสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้ ซึ่งประโยคเหล่านี้ จะทำให้อ่านได้ติดตามหรือติดต่อในการเข้าร่วมกิจกรรมโครงการนั้น ๆ ในคราวต่อไปได้อีก</p>
<p>๓. ออกแบบ Storyboard เพื่อจัดทำ BUU NEWS และสร้างสรรค์ Content ในการนำเสนอข่าว</p>	<p>นักประชาสัมพันธ์ ออกแบบ Storyboard เพื่อจัดทำ BUU NEWS และสร้างสรรค์ Content ในการนำเสนอข่าว โดยโปรแกรมออกแบบ อาทิ Photoshop, Canva, Illustrator เป็นต้น</p>
<p>๔. นำเสนอผู้บังคับบัญชาพิจารณาเห็นชอบ</p>	<p>นักประชาสัมพันธ์ ได้นำเสนอข่าวเพื่อให้พิจารณาให้ความเห็นชอบข่าว</p>
<p>๕. ได้รับความเห็นชอบแล้ว เลือกช่องทางในการเผยแพร่ การประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมกับข่าว</p>	<p>นักประชาสัมพันธ์ เลือกช่องทางในการเผยแพร่การประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมกับข่าว ดังนี้</p> <p>๑. Facebook</p> <p>กรณีเป็นการเผยแพร่ข่าวทั่วไป ให้ดำเนินการเขียนข่าวตามหลักเกณฑ์การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์โดยผู้เขียนนิยมใช้การเขียนข่าวแบบพีรามิดหัวกลับโดยเนื้อหาข่าวที่กระชับอ่านได้ใจความและเข้าใจง่าย จากนั้นคัดเลือกภาพประกอบที่คมชัดสื่อความหมายได้ชัดเจน</p> <p>กรณีเป็นการเผยแพร่ข่าวที่เป็นคลิปวิดีโอ: ให้ทำการ Upload ข้อมูลให้ถูกต้อง ครบถ้วน พร้อมสำเนาแหล่งที่มาของคลิปวิดีโอ ทั้งแบบยูทูป (YouTube) และmp4</p> <p>กรณีเป็นการเผยแพร่ข่าวแบบ Infographic/Banner/การใช้คำพูด: เป็นการสรุปเนื้อหาหรือประเด็นข่าวที่สร้างผลกระทบอย่างไร และต้องเข้าใจง่ายผ่านการออกแบบอาร์ตเวิร์ก ที่มีสีสันสวยงามอ่านแล้วสะดุดตา</p> <p>กรณีเป็นการเผยแพร่ข่าวสด คือ Facebook Live: ให้ตรวจสอบ link สัญญาณว่าปรากฏขึ้นอยู่บนเฟซบุ๊ก (Facebook) ชัดเจนหรือไม่ตรวจสอบความคมชัดของภาพและเสียงที่ออกไปว่า เสียงชัดเจนหรือไม่</p> <p>กรณีเป็นการเผยแพร่ข่าวผ่านลิงค์ Link/URL: ส่วนใหญ่เป็นแหล่งข้อมูลที่ได้จากแหล่งข่าวต่าง ๆ ให้แอดมินเพจต้องทำการคัดลอก Link/URL ให้ถูกต้อง รวมถึงที่มาของเนื้อหาที่เผยแพร่ เพื่อให้เครดิตแก่แหล่งข่าวนั้น ๆ ด้วย</p> <p>กรณีข่าวที่เป็นกระแสสังคม ให้ดำเนินการติด #แฮชแท็ก ด้วยจะช่วยให้เพิ่มโอกาสให้คนพบเห็นและยังช่วยเพิ่มโอกาสให้ข่าวหรือวิดีโอเป็นที่รู้จักมากขึ้น</p>

รายละเอียดงาน	ขั้นตอนการปฏิบัติงาน
	<p>๒. Website</p> <p>การนำเสนอข่าวผ่านช่องทางเว็บไซต์ ต้องเป็นข่าวใหม่ ทันท่วงทีต่อเหตุการณ์ เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบันเป็นข่าวที่สั้นกระชับให้ได้ใจความ ภาพประกอบข่าวไม่จำเป็นต้องเยอะมาก เนื่องจากจุดเด่นของเว็บไซต์อยู่ที่ การนำเสนอข่าวเด่นประเด็นร้อนที่ผู้สนใจทั้งข่าวทั่วไปข่าวการศึกษา ข่าวกิจกรรม ข่าวอบรม/สัมมนา เป็นต้น</p> <ul style="list-style-type: none"> - กรณีข่าวที่มีการอ้างอิง ให้เชื่อมโยง (link) กับฐานข้อมูลอื่นหรือเชื่อมโยงกับเว็บไซต์ข่าวต่าง ๆ เพื่อให้สามารถตรวจสอบความถูกต้องของข่าวในหลากหลายที่มาได้ เพื่อให้มีความน่าเชื่อถือ แม่นยำ - กรณีข่าวที่เป็นกระแสสังคม (Content hot Issue) ให้ความสำคัญของการนำข่าวมาพาดหัว ให้เป็นจุดเด่น ดึงดูด และน่าสนใจเนื่องจากจะทำให้ผู้สนใจเข้าดูและอ่านข่าวในเว็บไซต์มากยิ่งขึ้น <p>๓. Instagram (IG)</p> <p>สำหรับข่าวที่เผยแพร่ใน Instagram (IG) เป็นได้ทั้งประเด็นข่าวทั่วไป ข่าวที่เป็นการสร้าง Content หรือจุดขายของมหาวิทยาลัย ข่าวที่กำลังเป็นกระแสสังคม (Content Hot Issue) แต่ Instagram (IG) มีข้อจำกัดคือ ข่าวจะต้องมีความยาวไม่เกิน ๒,๒๐๐ ตัวอักษรต่อหนึ่งข่าว ส่วนภาพประกอบจำกัดจำนวนภาพไม่เกิน ๑๐ ภาพต่อข่าว หรือจะนำเสนอในรูปแบบคลิปหรือวิดีโอสั้น ๆ ซึ่ง Instagram (IG) เป็นแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมสูง</p> <p>๔. Tiktok</p> <p>ข่าวที่เผยแพร่ผ่าน Tiktok คือ ข่าวสั้น เข้าใจง่ายสื่อสารตรงประเด็น โดยใช้ได้ทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว (วิดีโอ/คลิปสั้น) ใช้เสียงเพลงประกอบข่าวที่กำลังเป็นที่นิยมในขณะนั้น หรือจะเป็นบทพูด/สัมภาษณ์ที่ประกอบข่าวได้เช่นกัน ในกรณีที่นำเพลงมาประกอบข่าว ควรพิจารณาว่าในการนำเพลงมาใช้ เนื่องจากแต่ละเพลงอาจจะมีลิขสิทธิ์ที่อนุญาตให้ใช้และไม่อนุญาตให้ใช้</p> <p>สำหรับเทคนิคการสร้างสรรค์ Content ในTiktok ให้ผู้สนใจกดไลก์หรือกดติดตาม มีดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> ๔.๑ สร้างสรรค์วิดีโอที่ผู้สนใจอยากมีส่วนร่วมด้วย เป็นการออกแบบ Content ที่มีความสนุก ตลก ไม่เหมือนใคร สบายๆ ทำให้ผู้สนใจชมวิดีโอจนจบ ๔.๒ เลือกใช้เพลงที่กำลังเป็นที่นิยม เพื่อเพิ่มโอกาสให้คลิปวิดีโอถูกแนะนำไปยังผู้ใช้คนอื่น ๆ ควรเลือกใช้เพลงที่กำลังเป็นที่นิยมในช่วงเวลานำเสนอ Tiktok โดยต้องศึกษาข้อมูลการใช้เพลงที่ไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ จาก https://www.tumwai.com/tips/2327.html ดังนี้

รายละเอียดงาน	ขั้นตอนการปฏิบัติงาน
	<p>- การใช้เสียงเพลงบน Tiktok (Song usage On Tiktok) เหตุผลที่ TikTok ได้รับความนิยม ส่วนหนึ่งมาจากเครื่องมือที่ช่วยเพิ่มความสะดวกในการผลิตคอนเทนต์ ซึ่งหนึ่งในระบบที่เป็นหัวใจสำคัญก็คือระบบเพลงในคลัง (Library) ที่สามารถอัปโหลดคลิปและใส่เพลงเพื่อความบันเทิงโดยไม่ต้องใช้โปรแกรมตัดต่อ</p> <p>- เสียงเพลงใน TikTok ถือว่าละเมิดหรือไม่ ? โดยทั่วไปเพลงในคลังของ TikTok จะเป็นเพลงที่ TikTok ได้ทำข้อตกลงจ่ายค่าลิขสิทธิ์กับค่ายเพลงรวมถึงศิลปินต่าง ๆ เรียบร้อยแล้วสามารถที่จะนำเพลงดังกล่าวมาใส่ได้ ตามที่แพลตฟอร์มอนุญาตและต้องปฏิบัติตามข้อตกลงของ TikTok เพื่อเลี่ยงการถูกลงโทษจากแพลตฟอร์ม</p> <p>การใช้เพลงต่าง ๆ ที่มีอยู่ในคลังสามารถทำได้ โดยตรวจสอบรายชื่อเพลงต่าง ๆ ที่ได้รับอนุญาต สามารถเข้าไปในลิงก์เว็บไซต์ของ TikTok เพื่อเช็ครายชื่อเพลงได้ได้รับการอนุญาตแล้วที่ปรากฏนี้ https://ads.tiktok.com/business/creativecenter/music/pc/en หรือตรวจสอบบนแอปพลิเคชันมือถือได้แค่เข้าไปในฟังก์ชัน Sound ก่อนที่จะอัปโหลดเนื้อหาและเลือกเพลง</p> <p>- การใช้เสียงเพลงเพื่อการโฆษณาบน TikTok TikTok มีระบบ Ads ที่สามารถบูทโปรโมทโพสต์ได้ และต้องระวังเรื่องเสียงดนตรีที่ใช้ประกอบคลิปวิดีโอ การนำเพลงมาทำ Content ต้องเป็นเพลงที่อนุญาตให้ใช้เพื่อการโฆษณาและต้องเป็นเพลงที่จัดอยู่ในประเภท Commercial Use และบัญชีที่จะใช้ได้จะต้องเป็นบัญชี TikTok for Business</p> <p>๔.๓ โต้ตอบกับ Influencer คนอื่น ๆ การโต้ตอบกับ Influencer หรือผู้โด่งดังบน Tiktok คนอื่น ๆ เป็นอีกวิธีที่ยอดเยี่ยมในการได้รับจำนวนการรับที่มากขึ้น และช่วยให้กลายเป็นที่รู้จักใน Tiktok ได้</p> <p>๔.๔ แสดงทักษะ โดยไม่ต้องคิดออกแบบมากมายใด ๆ ที่มีเพราะผู้ชมชื่นชอบที่จะรับชมอะไรก็ตามที่มองว่า “เจ๋ง เก่ง แปลก น่าตื่นเต้น น่าสนุก หรือบันเทิง”</p> <p>๔.๕ ใช้ #แฮชแท็ก ที่กำลังเป็นที่นิยม เมื่อจะเขียนคำบรรยายวิดีโอหรือหัวข้อวิดีโอที่กำลังเป็นที่นิยมเข้าไป เพราะแฮชแท็ก จะช่วยเพิ่มโอกาสในการพบเห็น และเพิ่มโอกาสให้วิดีโอเป็นที่รู้จักมากขึ้นได้</p> <p>๕. e-mail staff/student เป็นการส่งข่าวสารประชาสัมพันธ์ถึงผู้ปฏิบัติงานมหาวิทยาลัยบูรพา และนิสิตมหาวิทยาลัยบูรพา โดยลักษณะของข่าวเป็นข่าวสั้น กระชับ เข้าใจง่าย ส่วนใหญ่เป็นข่าวเชิญชวน ข่าวขอความร่วมมือ และข่าว</p>

รายละเอียดงาน	ขั้นตอนการปฏิบัติงาน
	<p>ประชาสัมพันธ์ทั่วไป โดยมีภาพประกอบในการนำเสนอข่าว และใส่ที่มาของข่าวหรือต้นเรื่องเพื่อให้ผู้ได้รับข่าวสารสามารถมีส่วนร่วมกับข่าวนั้น ๆ ได้</p> <p><u>ข้อดีของการส่งข่าวผ่าน e-mail มีดังนี้</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - รวดเร็ว เชื่อถือได้ - ประหยัดค่าใช้จ่ายในการส่ง และลดการใช้กระดาษ - ลดเวลาในการส่งเอกสารลง เพราะผู้ส่งไม่ต้องเสียเวลาไปส่งเอง - ผู้ส่งสามารถส่งเอกสารได้ตลอดไม่จำกัดเวลาหรือระยะทางในการส่ง ในขณะที่ผู้อ่านก็สามารถเปิดอ่านเอกสารได้ตลอดเวลาเช่นเดียวกัน - สามารถส่งต่อกันได้สะดวก และผู้ส่งสามารถส่งให้ผู้รับได้พร้อม ๆ กันหลายคนในเวลาเดียวกัน - ผู้ส่งสามารถตรวจสอบการได้รับเอกสารและการเปิดอ่านเอกสารของผู้รับได้
<p>๖. นำภาพกิจกรรมของข่าวสาร/กิจกรรมลงไปในหน้าเว็บไซต์ www.buu.ac.th เพื่อเก็บไว้ เป็นฐานข้อมูลภาพกิจกรรมต่อไป</p>	<p>นักประชาสัมพันธ์นำภาพกิจกรรมของข่าวสาร/กิจกรรม ลงไปในหน้าเว็บไซต์ www.buu.ac.th เพื่อเก็บไว้เป็นฐานข้อมูลภาพกิจกรรมต่อไป โดยตั้งเป็นกล่องข่าว (Folder file) แต่ละเดือน และสร้างกล่องข่าวแต่ละวันเดือนปีที่จัดงานเพื่อให้ง่ายต่อการเข้าไปค้นหาภาพข่าวกิจกรรมย้อนหลังด้วย</p>
<p>๗. ทำการติดตามและตรวจสอบผลตอบรับการเผยแพร่ข่าว พร้อมทั้งทำการสรุปวิเคราะห์ประเมินผลงานข่าวฯ</p>	<p>นักประชาสัมพันธ์ติดตามข่าวที่เผยแพร่โดยตรวจสอบผลตอบรับ (Feed Back) จากนั้นนำผลการตอบรับดังกล่าวมาทำการสรุปวิเคราะห์ประเมินผลงานข่าวฯ ว่าผลการตอบรับ ออกมาดี หรือไม่ ดี ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผลการตอบรับดี ให้ดำเนินการกระตุ้นข่าว (Boot Post) ให้เป็นข่าวดังหรือทำให้เป็น Viral (ไวรัล) ที่กำลังเป็นกระแสหรือถูกพูดถึงในโลกออนไลน์อย่างแพร่หลาย - ผลการตอบรับไม่ดี ให้ดำเนินการวางแผนตั้งรับในการแก้ปัญหาจัดการกระแสนั้น ทั้งนี้ให้ดำเนินการตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยบูรพาว่าด้วยหลักเกณฑ์การให้ข่าวของมหาวิทยาลัยบูรพา
<p>๘. รายงานผลตอบรับ (Feedback) ต่อข่าวให้กับผู้บริหาร ถือเป็นอันสิ้นสุดกระบวนการ</p>	<p>นักประชาสัมพันธ์ ทำการรายงานผลตอบรับ (Feedback) ต่อข่าว ให้กับผู้บริหาร ถือเป็นอันสิ้นสุดกระบวนการ</p>

หลักการ หลักเกณฑ์และวิธีปฏิบัติงาน

ในการดำเนินการจัดทำกระบวนการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยบูรพา นั้น ผู้ที่ได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติหน้าที่ดำเนินการทำกระบวนการเขียนข่าว ควรมีความรู้ความเข้าใจถึงขั้นตอนและกระบวนการเขียนข่าว โดยศึกษาจากหลักเกณฑ์ขั้นตอน และวิธีการเขียน เพื่อให้งานมีประสิทธิภาพในการเขียนข่าวที่ดียิ่งขึ้น ทั้งนี้มีนักวิชาการได้แสดงทัศนคติเกี่ยวกับความหมายของข่าวประชาสัมพันธ์และการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ ดังนี้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณัฐพัชร์ ไพศาลธนภักดิ์ (๒๕๕๙, น.๕๐) ได้กล่าวว่าข่าว คือเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่เกิดขึ้น มีความสำคัญเป็นที่สนใจของประชาชน มีผลกระทบต่อประชาชน และได้รับการนำเสนอผ่านสื่อ ซึ่งการเสนอข่าวนั้นเป็นการตอบสนองความสนใจใคร่รู้ อันเป็นความต้องการธรรมชาติของมนุษย์

วรรณภา สุวรรณพงษ์ (๒๕๖๓, น.๓) ได้กล่าวว่า การเขียนข่าวเป็นกระบวนการ ใช้ความคิดของผู้สื่อข่าวที่สามารถนำไปสู่การปฏิบัติงานข่าว ในขั้นตอนการเขียนบอกเล่าข้อเท็จจริง (Fact) เพื่อให้เกิดประโยชน์ในการรับใช้ หรือสะท้อนสังคม ซึ่งแตกต่างไปจากการเขียนของนักเขียนทั่ว ๆ ไป เพราะการเขียนข่าว ของผู้สื่อข่าวมีความสำคัญต่อการแสวงหาความจริง (Truth) ของสังคมที่ต้องอาศัยรูปแบบ โครงสร้างของการเขียนข่าวช่วยนำเสนอข้อเท็จจริงอย่างมีระบบ ส่วนการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ พิจารณาได้จาก “วัตถุประสงค์ของการเขียน” กล่าวคือ เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจต่อสถาบัน ให้เกิดแก่บุคคลที่เป็นเป้าหมาย อันจะทำให้เกิดภาพลักษณ์ นำไปสู่ความร่วมมือและความศรัทธาต่อองค์กร และสินค้า หรือบริการขององค์กรในที่สุด

อลงกรณ์ รัตตะเวทิน (๒๕๖๔, น.๓๙) ได้กล่าวว่า ข่าวประชาสัมพันธ์ เป็นข่าวสารที่นักประชาสัมพันธ์ขององค์กรหรือสถาบัน จัดทำขึ้นเพื่อส่งให้สื่อมวลชนนำไปเผยแพร่สู่ประชาชน กลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กร ให้ความเชื่อถือศรัทธาและให้ความสนับสนุนองค์กร ซึ่งมีความสำคัญในฐานะเป็นช่องทางการสื่อสารองค์กรผ่านสื่อมวลชนไปยังประชาชน ให้เกิดการรับทราบข่าวสารกิจกรรมความเคลื่อนไหวขององค์กร ให้ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ สร้างการมีส่วนร่วมระหว่างองค์กรกับประชาชน ส่วนการพาดหัวข่าวนั้นถือเป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่ง เป็นจุดเด่นหรือสาระสำคัญของเนื้อข่าวทั้งหมด ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของข่าวก่อนขยายไปสู่รายละเอียดในส่วนต่าง ๆ ของการเขียนข่าวต่อไป

กล่าวโดยสรุป กระบวนการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยบูรพา เป็นกระบวนการรายงานข้อเท็จจริงในเหตุการณ์ของกิจกรรมหรือโครงการฯ อย่างมีระบบ โดยผ่านกระบวนการกลั่นกรองการใช้ภาษาในการสื่อสาร หรือบอกเล่าข้อเท็จจริง ด้วยวิธีการใช้เทคนิคการเขียนเพื่อดึงความสนใจของข่าวจากการพาดหัวข่าวให้น่าสนใจยิ่งขึ้น เพื่อส่งไปยังผู้รับข่าวสาร หรือประชาชนทั่วไป ได้รับทราบ อีกทั้งยังมีการนำเสนอข่าวผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรอันจะนำไปสู่ความร่วมมือและศรัทธาต่อองค์กร

โครงสร้างการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์

การเขียนข่าวมีหลักเกณฑ์สำคัญ หรือที่เรียกว่าหลัก 5W + 1H โดยมีรายละเอียดดังนี้ (ณัฐพัชร์ ไพศาลธนภักดิ์ (๒๕๕๙, น.๕๐ - ๕๗)

๑. Who ใคร คือ บุคคลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับข่าว ชื่อ-สกุล ตำแหน่ง อาชีพ กลุ่มบุคคล องค์กรภาครัฐ ภาคเอกชนฯ ฯลฯ
๒. What การกระทำ กิจกรรม เหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ฯลฯ
๓. When เวลา วัน เดือน ปี ฯลฯ
๔. Where บริเวณ สถานที่ ตำบล อำเภอ จังหวัด ประเทศ ฯลฯ
๕. Why สาเหตุ เหตุผล วัตถุประสงค์ เป้าหมาย ฯลฯ
๖. How วิธีการ ขั้นตอน กระบวนการ ความยาก ความง่าย ฯลฯ

หลักการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์

การเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ มีวัตถุประสงค์ดังนี้

๑. เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องในเรื่องราวที่เผยแพร่
๒. เพื่อสร้างความรู้สึกที่ดีต่อองค์กรหรือหน่วยงาน
๓. เพื่อป้องกันการเข้าใจผิดต่อนโยบาย หรือโครงการที่กำลังดำเนินการอยู่

ทั้งนี้หลักการสำคัญว่า ข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ ต้องเป็นข่าวเชิงบวก สร้างสรรค์ อยู่บนพื้นฐานของความจริงที่เกิดจากการกระทำที่ดีต่อองค์กรหรือหน่วยงานฯ

ส่วนประกอบของข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์

ข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย ๓ ส่วนสำคัญ ดังนี้

๑. พาดหัวข่าว (Headline) คือ การนำประเด็นสำคัญของข่าวมาพาดหัว หนังสือพิมพ์ เพื่อให้ผู้อ่านทราบว่ามีเรื่องอะไรขึ้นบ้าง โดยใช้ตัวอักษรใหญ่กว่าขนาดตัวอักษรปกติ ใช้เพียงข้อความสั้นๆ แต่สามารถเสนอสาระสำคัญให้แก่ผู้อ่านได้พิจารณาเลือกอ่านรายละเอียดข่าวที่ตนสนใจได้ ทั้งยังสามารถบอกภาพลักษณ์ของหนังสือพิมพ์ฉบับนั้น ๆ ด้วย การพาดหัวข่าวจะต้องใช้ทักษะการเลือกถ้อยคำภาษาอย่างมาก เพราะต้องดึงดูดความสนใจและกระทบต่อความรู้สึกของผู้อ่านไปพร้อมกับการใช้ถ้อยคำที่สั้นที่สุดให้สามารถอธิบายเนื้อความข่าวให้ได้มากที่สุด โดยอาจใช้คำที่รุนแรง คำแสลง ภาษาเฉพาะกลุ่ม ใช้สำนวน หรือเครื่องหมายวรรคตอนต่าง ๆ

- พาดหัวรอง (Secondary interest) เป็นการขยายพาดหัวข่าวให้ชัดเจนยิ่งขึ้น อาจจะมีหรือไม่มีก็ได้ขึ้นอยู่กับประเด็นข่าวและพื้นที่ในการพาดหัวข่าว (ใช้กรณีข่าวที่มีความยาว)

๒. ความนำข่าว (Leads) หรือวรรคนำ คือสาระสำคัญของเนื้อหาข่าวที่เขียนโดยย่อ เพื่อสร้างความเข้าใจทั่ว ๆ ไปแก่ผู้อ่าน ความนำจะเป็นข้อความที่เป็นเนื้อหาข่าวโดยย่อทั้งหมด ซึ่งทำให้ผู้อ่านจับใจความได้ทันที องค์ประกอบของข่าวในที่นี้ คือ ให้รู้ว่า ใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อใด และอย่างไร ภาษาที่ใช้ในการเขียนความนำข่าวต้องเขียนด้วยข้อความที่กระชับรัดกุม เลือกสรรคำ โดยเฉพาะคำกริยา วิเศษณ์ที่ทำให้เห็นภาพ แผงอารมณ์ความรู้สึก ใช้คำสั้นๆ

- ส่วนเชื่อม (Neck or Bride) เป็นส่วนเชื่อมต่อระหว่างความนำกับเนื้อหาข่าว มักปรากฏในข่าวที่เป็นการรายงานครั้งที่ ๒ หรือ ๓ ฯลฯ หรือมีการเกี่ยวพันกับเหตุการณ์ที่เคยรายงานไปแล้วก็จะถูกนำเสนอเพื่อให้ภูมิหลังของอุบัติการณ์ใหม่เป็นการปูพื้นฐานความรู้ให้ผู้อ่านทราบและทำความเข้าใจถึงที่มาของข่าวใหม่เป็นต้น (ใช้กรณีข่าวที่มีความยาว)

๓. เนื้อเรื่องหรือเนื้อข่าว (Detail) คือ ส่วนที่อธิบายข้อเท็จจริงหรือขยายรายละเอียดของเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่จะทำให้ผู้อ่านได้ทราบ และเข้าใจลำดับความสำคัญของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งหมดและส่วนประกอบอื่น ๆ ข้างต้นเพื่อให้ผู้อ่านทราบเรื่องราว และเข้าใจลำดับความสำคัญของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างชัดเจน หรือกล่าวได้ว่า เป็นส่วนขยายวรรคนำและวรรคเชื่อมให้สมบูรณ์ที่สุด เนื้อข่าวอาจมีขนาดสั้น หรือมีความยาวมากเป็นหลายวรรคตอน ข่าวสั้นที่มีความยาวเพียงวรรคเดียวนั้น ความนำกับเนื้อหาจะเป็นอันเดียวกัน และอยู่ภายในวรรคเดียวกัน การเสนอข่าวมักจะเสนอตามลำดับความสำคัญของเรื่องราว จากสำคัญที่สุดไปถึงสำคัญน้อยที่สุดหรืออาจเสนอข่าวตามลำดับเวลาหรือเหตุการณ์ก็ได้

โดยข่าวแบ่งออกเป็นข่าวสั้น และข่าวยาว ดังนี้

๓.๑ ข่าวสั้น คือข่าวที่มีเนื้อหาสาระไม่มาก สามารถเขียนให้จบได้ในย่อหน้าเดียว และมีพื้นที่ในการนำเสนอไม่มากนัก ข่าวสั้นนี้จะปรากฏในหน้าหนังสือพิมพ์ตามชนิดของเนื้อหาข่าว เช่น ข่าวสั้นประกอบในหน้าการศึกษา หรือข่าวสั้นในหน้าต่อข่าวที่มีความสำคัญไม่เพียงพอที่จะนำเสนอต่อในหน้าหนึ่งเป็นต้น โดยโครงสร้างของข่าวสั้นมี ๒ ส่วนประกอบด้วย

๓.๑.๑. พาดหัวข่าว (Headline)

๓.๑.๒. เนื้อข่าว (Body or Detail)

๓.๒ ข่าวยาว คือข่าวที่มีสาระค่อนข้างมาก อาจมีเนื้อหาหลายประเด็น เวลานำเสนอจะแบ่งเป็นหลายย่อหน้า แต่ที่เรียกว่าข่าวยาว ไม่ได้หมายความว่า ข่าวนั้น ๆ จะต้องมีความยาวมากมายเพียงแต่เป็นข่าวที่มีเนื้อหาสาระที่ต้องนำเสนอเป็นขั้นตอนเพื่อสะดวกในการอ่าน และทำความเข้าใจเนื้อหาสาระเท่านั้นก็ถือว่าเป็นข่าวยาวแล้ว โดยโครงสร้างของข่าวยาวประกอบด้วย

๓.๒.๑. พาดหัวข่าว (Headline)

๓.๒.๒. พาดหัวรอง (Secondary interest)

๓.๒.๓. ความนำข่าว (Lead)

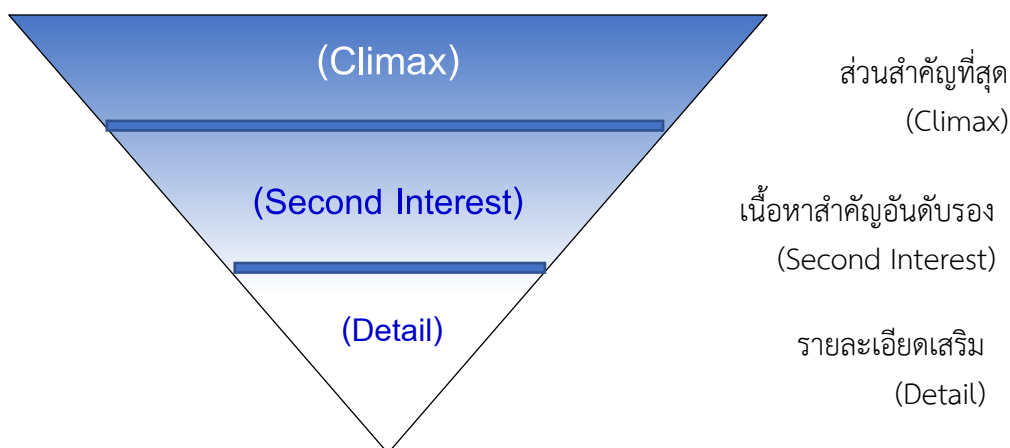
๓.๒.๔. ส่วนเชื่อม (Neck of Bride)

๓.๒.๕. เนื้อข่าว (Body or Detail)

โครงสร้างพื้นฐานของรูปแบบการเขียนข่าว

รูปแบบการเขียนข่าวโดยทั่วไปการเขียนข่าวจะมีเพียง ๓ ส่วนเท่านั้น ได้แก่ พาดหัวข่าว หรือโปรยหัวข่าว (headline) วรรคนำเป็นการสรุปเรื่องราว (lead) เนื้อข่าวเป็นรายละเอียดของเหตุการณ์และเรื่องราว (detail) นอกจากนี้รูปแบบการเขียนข่าวทั่ว ๆ ไป ไม่ว่าจะข่าวหนังสือพิมพ์ หรือข่าววิทยุโทรทัศน์ มี ๓ รูปแบบ ได้แก่ พีรามิดหัวกลับ พีรามิดหัวตั้ง และสี่เหลี่ยมผืนผ้าทรงยี่นแบบผสม ซึ่งใช้ในรูปแบบของข่าวที่แตกต่างกันดังนี้ เพื่อเสนอ เนื้อหาข่าวภายในโครงสร้างพื้นฐานมี ๔ รูปแบบ ดังนี้

๑. **แบบพีรามิดหัวกลับ (Inverted pyramid)** เป็นการเขียนเนื้อหาข่าวที่จะประกอบด้วยความนำข่าวที่เป็นฐานของพีรามิดหรือจุดสำคัญ (Climax) โดยกลับหัวขึ้นไป ในเนื้อหาส่วนบนสุดและรายละเอียดตัวข่าวอื่น ๆ จะเขียนต่อไปตามลำดับความสำคัญอย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันการเขียนรูปแบบพีรามิดหัวกลับได้รับความนิยมมากที่สุด การเรียบเรียงเนื้อหาข่าวแบบพีรามิดหัวกลับนั้น มีลักษณะการจัดลำดับความสำคัญของเนื้อหา ดังนี้



ภาพที่ ๑๔: รูปแบบการเขียนข่าวแบบพีรามิดหัวกลับ (Inverted pyramid)

การเขียนรูปแบบพีรามิดหัวกลับ (Inverted pyramid) เริ่มจากการเขียน Climax ส่วนแรกคือ ความนำของข่าวที่จะนำเสนอสรุปประเด็นที่สำคัญที่สุดของข่าวให้ผู้อ่านได้รับทราบ การพาดหัวรอง Second Interest เป็นการขยายพาดหัวข่าวให้ชัดเจนยิ่งขึ้น ความนำเป็นส่วนที่ต่อจากหัวข่าวจะช่วย สรุปประเด็นสำคัญ Neck เป็นส่วนเชื่อมระหว่างความนำกับเนื้อหาข่าว Detail เป็นการให้รายละเอียดขยายเพิ่มเติมจากสิ่งที่สรุปนำ การเขียนข่าวตามรูปแบบพีรามิดหัวกลับเป็นรูปแบบการเขียนข่าวที่นำเอาประเด็นข้อเท็จจริงที่มีความสำคัญที่สุดของข่าวขึ้นมาเขียนก่อน จากนั้นจึงนำประเด็นที่มีความสำคัญรองมาเขียนเรียงเรียงตามลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย เช่น ใคร อะไร เมื่อไหร่ ที่ไหน และอย่างไร เป็นความนำของข่าวไปก่อนแล้วจึงค่อยขยายรายละเอียดของข้อเท็จจริงเหล่านั้นตามลำดับความสำคัญของเนื้อหาข่าวต่อไป

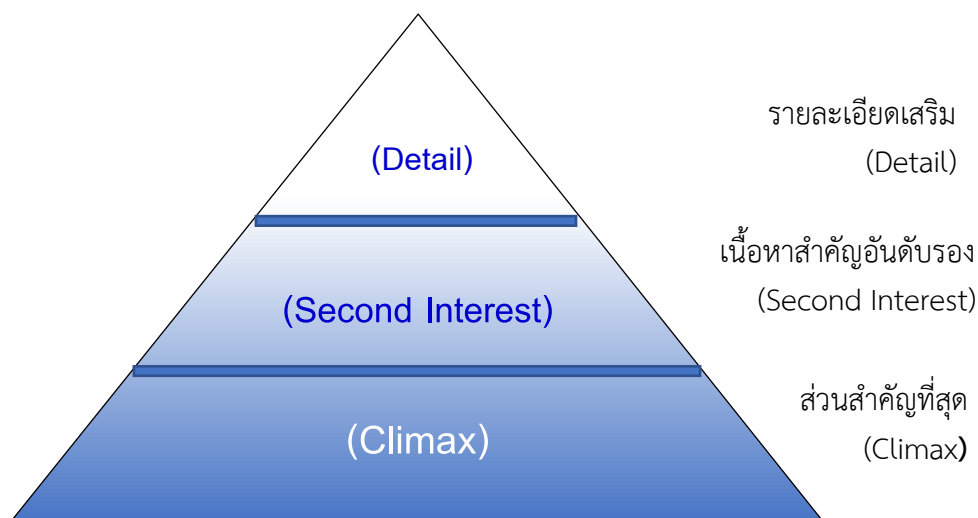
ข้อดีของการเสนอข่าวในรูปแบบพีรามิดหัวกลับ

๑. สะดวกในการอ่าน ปัจจุบันมีข่าวสารจำนวนมากรอให้ผู้อ่านติดตาม ดังนั้นการเขียนโดยมีวรรคนำสรุปเรื่องและตามด้วยรายละเอียดที่สำคัญมากไปหาสำคัญน้อย จึงช่วยประหยัดเวลาในกรณีที่ต้องการ ทราบเรื่องเพียงคร่าว ๆ ซึ่งอ่านได้จากย่อหน้าแรก ๆ เป็นหลัก
๒. สนองความกระหายใคร่รู้ของมนุษย์ ผู้อ่านสามารถรู้เรื่องตอนสำคัญหรือประเด็นสำคัญที่สุดของข่าวได้ในทันที โดยไม่ต้องรออ่านจนกระทั่งจบย่อหน้าสุดท้ายของข่าวเสมอไป

๓. สะดวกแก่การทำงานของบรรณาธิการข่าว ด้วยเหตุที่บรรณาธิการสามารถเข้าใจความสำคัญ และความน่าสนใจของข่าวได้จากย่อหน้าแรกๆ สามารถตัดสินใจเลือก และนำไปพิจารณาเรียบเรียงพาดหัวข่าวได้ทันที

๔. สะดวกในการเข้าหน้า (Make-up) เนื่องจากเนื้อที่ของหน้าสื่อประชาสัมพันธ์มีจำกัด ทำให้ไม่อาจลงข่าวบางชิ้นได้ครบทุกย่อหน้า บรรณาธิการฝ่ายศิลป์ (Sub-editor) สามารถพิจารณาตัดเนื้อหาข่าวในย่อหน้าท้ายๆ ออกได้ โดยไม่ทำให้สูญเสียใจความสำคัญ รวมทั้งไม่ต้องเสียเวลาเรียบเรียงใหม่อีกด้วย

๒. **แบบพีรามิดหัวตั้ง (Upright pyramid)** เริ่มจากการเขียนข้อเท็จจริงเรียงลำดับข้อมูลที่มีความสำคัญน้อยไว้ในวรรคแรก หรือที่ยอดพีรามิด จากนั้นจะค่อยๆ เขียนข้อเท็จจริงที่มีความสำคัญเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ในวรรคต่อ ๆ ไปจนถึงวรรคสุดท้ายหรือฐานพีรามิด ซึ่งจะเป็นช่วงของการเสนอข้อเท็จจริงที่มีความสำคัญที่สุดหรืออาจนับ ได้ว่าเป็นช่วง “ไขประเด็นข่าว” ไปหามากที่สุด (climax) ก็ว่าได้ รูปแบบการเขียนข่าวแบบพีรามิดหัวตั้งนี้ เคยใช้กันมาในการเขียนข่าวแบบเก่า ๆ อย่างไรก็ตามการเขียนข่าวแบบนี้ยังใช้อยู่ในปัจจุบันกับเหตุการณ์พิเศษที่มีรายละเอียดมากเกินไปจนจะสรุปข้อเท็จจริงสำคัญทั้งหมดไว้ในย่อหน้าแรก หรือมีฉนวนนั้น ใช้กับเหตุการณ์ที่มีเงื่อนงำสูงเชิงสืบสวน สอบสวน เพื่อสร้างความสนใจให้แก่ผู้อ่านก่อนที่จะคลี่คลายคำตอบให้ทราบในตอนจบของเรื่องในปัจจุบันหนังสือพิมพ์มักนำรูปแบบการเขียนข่าวพีรามิดหัวตั้งมานำเสนอข่าวสั้น

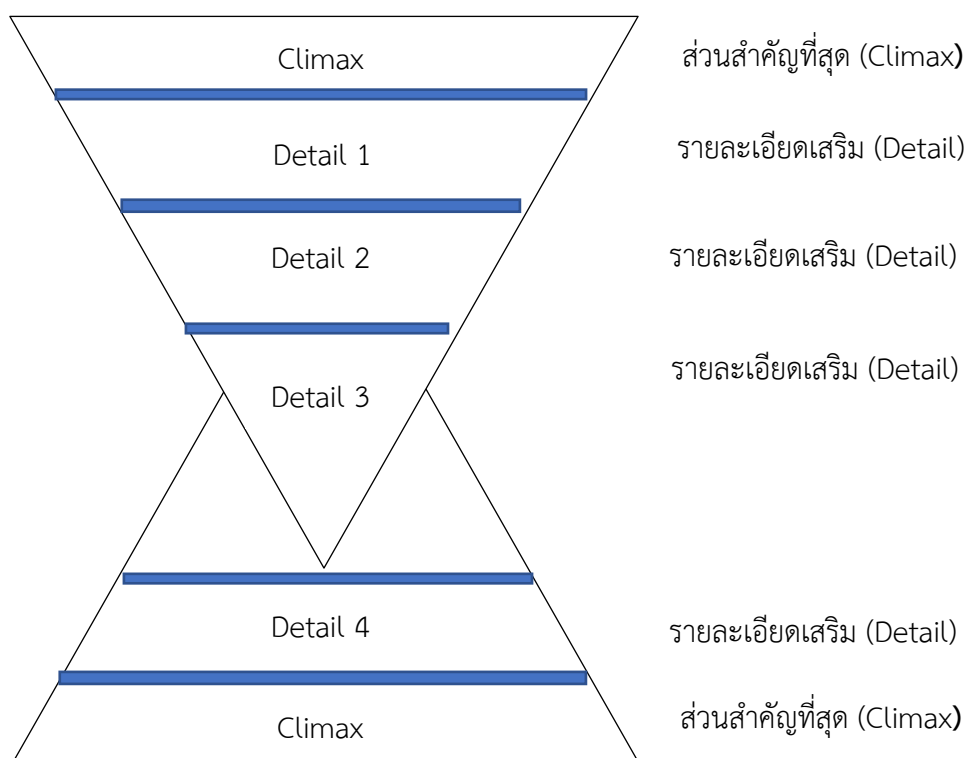


ภาพที่ ๑๕: รูปแบบการเขียนข่าวแบบพีรามิดหัวตั้ง (Upright pyramid)

การเขียนข่าวแบบพีรามิดหัวตั้ง (Upright pyramid) เป็นเขียน Lead ส่วนแรกคือความนำข่าวที่ยังไม่กระจ่างชัดมาก Detail ส่วนที่ ๒ เป็นรายละเอียดในการดำเนินเรื่อง เพื่อนำไปสู่ Climax เป็นส่วนสำคัญที่สุดซึ่งจะเป็นการคลายปมให้ผู้อ่านทราบตอนจบ การเขียนข่าวแบบนี้ไม่เป็นที่นิยมสำหรับการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ แต่จะเหมาะสำหรับการเขียนเรื่องสั้นหรือนวนิยายมากกว่า เพราะการเขียนแบบนี้จะมีลักษณะคล้ายเรื่องเล่าโดยเริ่มจากความนำที่ยังไม่กระจ่างชัด

ส่วนที่เป็นประเด็นสุดยอดของเรื่องกล่าวไว้ตอนสุดท้าย ทำให้ผู้อ่านต้องติดตามอ่านตั้งแต่ต้นจนจบ จึงจะทราบวาทสรุปของข่าวหมายถึงอะไร

๓. แบบผสม (Combination) เป็นการเขียน Climax ส่วนแรกสรุปเหตุการณ์ ที่เป็นประเด็นสำคัญแรกของข่าว Detail ส่วนที่ ๒ เป็นการขยายรายละเอียดเพิ่มเติมเนื้อหาจาก พรรคนำของเหตุการณ์แรก พร้อม Detail ส่วนที่ ๓ ต่อมากลับเกิดเหตุการณ์ขึ้นที่ต่อเนื่องจาก เหตุการณ์แรกพร้อม Detail รายละเอียดที่จะนำไปสู่ประเด็นสำคัญที่ ๒ Detail รายละเอียดเนื้อหา ที่จะนำไปสู่ประเด็นสำคัญที่ ๒ Climax ส่วนที่ ๔ เป็นประเด็นสำคัญที่สอง ที่มีความสัมพันธ์ต่อเนื่อง กับเหตุการณ์สำคัญแรก ซึ่งการเขียนในรูปแบบนี้มีกนิยมนิยมเขียน เมื่อข่าวขึ้นนั้น ๆ มีประเด็นสำคัญ มากกว่าหนึ่ง เป็นการผสมผสานระหว่างรูปแบบแบบพีรามิดหัวกลับ (Inverted pyramid) แบบพีรามิดหัวตั้ง (Upright pyramid) กล่าวโดยสรุปคือ มีการสรุปประเด็นสำคัญไว้ในส่วนแรก และตามด้วยรายละเอียดในเนื้อหาที่ขยายตามประเด็นในความนำ จากนั้นก็ให้รายละเอียดเหตุการณ์ เพิ่มเติมเพื่อนำผู้อ่านไปสู่ประเด็นสำคัญ หรือ Climax ที่สองของข่าวซึ่งมีความสำคัญกลับประเด็นแรก



ภาพที่ ๑๖: รูปแบบการเขียนข่าวแบบผสม (Combination)

๔. แบบปิ่นโต เป็นการเขียนแบบ Climax ส่วนแรกสรุปเหตุการณ์ที่เป็นประเด็นสำคัญของข่าว Detail ชั้นที่ ๑ เป็นการแยกประเด็นแรกและรายละเอียด Detail ชั้นที่ ๒ เป็นการแยกประเด็นที่สอง Detail ที่ ๓ เป็นการแยกประเด็นที่ ๓ Detail ที่ ๔ เป็นการแยกประเด็นที่สี่ ซึ่งในข่าวรูปแบบนี้เป็นการเขียนข่าวที่เป็นเอกลักษณ์ซึ่งผู้เขียนต้องยึดหลักปฏิบัติตามกฎเกณฑ์และรูปแบบที่กำหนดไว้ เนื่องจากการนำเสนอข่าวสารไปยังผู้อ่านมีกรอบเวลาที่จำกัด เป็นปัจจัยที่อาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพข่าว นอกจากนี้เรื่องของปริมาณเนื้อที่ในการพิมพ์มีจำกัดเช่นกัน ตลอดจนต้องเขียนข่าวให้มีความน่าสนใจดึงดูดผู้อ่านจากที่กล่าวมานั้น ผู้สื่อข่าวจำเป็นต้องเรียนรู้วิธีการเขียนข่าวที่ถูกต้องตามหลักการเพื่อให้ได้ข่าวที่มีรูปแบบการเขียนที่เหมาะสมและตอบสนองความต้องการของผู้อ่าน

Climax
Detail 1
Detail 2
Detail 3
Detail 4

ภาพที่ ๑๗: รูปแบบการเขียนข่าวแบบปิ่นโต

ในการเขียนเนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์ให้ยึดรูปแบบการเขียนข่าว แบบพีรามิดหัวกลับ (Inverted Pyramid) เป็นหลัก อาจประกอบด้วย ๒ – ๕ ย่อหน้าตามความเหมาะสม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับรายละเอียดของเรื่อง อย่างไรก็ตาม หากเรื่องราวไม่มีเนื้อหามากนัก ไม่จำเป็นต้องพยายามเรียบเรียงให้ยาวเกินความจำเป็น

ในกรณีที่เนื้อหามี ๒ ย่อหน้าขึ้นไป อาจพิจารณาจัดลำดับเรื่องราว โดยอาศัยแนวทางดังนี้

- ย่อหน้าแรกและย่อหน้าที่สอง เป็นส่วนขยายรายละเอียดเกี่ยวกับประเด็นที่ระบุไว้ในวรรคนำ เช่น รายละเอียดของโครงการ จุดมุ่งหมายของการออกสินค้าหรือบริการ เป็นต้น
- ย่อหน้าที่สาม อาจเหมาะสำหรับการอ้างคำพูดหรือคำให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารที่เกี่ยวข้องมาบรรจุในเครื่องหมายคำพูดเพื่อช่วยให้เกิดความน่าเชื่อถือ
- ย่อหน้าที่สี่ หรือย่อหน้าที่ห้า ๆ ในกรณีที่เป็นการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ให้ระบุข้อมูลเฉพาะที่เป็นข้อเท็จจริงเกี่ยวกับวิธีการจัดจำหน่าย กำหนดการวางตลาด ราคา ฯลฯ โดยไม่สอดแทรก ความคิดเห็นเชิงโฆษณา

หากเป็นกรณีนำเสนอข้อมูลโครงการใด ๆ ที่ประสงค์จะให้ผู้อ่านติดต่อกลับไปยังหน่วยงาน ให้ระบุข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ของหน่วยงาน หมายเลขโทรศัพท์และอื่น ๆ ที่จำเป็นไว้ด้วย

ซึ่งในการดำเนินการจัดทำกระบวนการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ มหาวิทยาลัยบูรพา ผู้จัดทำข่าวต้องคำนึงถึงหลักเกณฑ์ที่มหาวิทยาลัยบูรพากำหนด เกี่ยวกับการเขียนข่าวตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยบูรพา ว่าด้วยหลักเกณฑ์การให้ข่าวของมหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. ๒๕๖๔ คือ

“การเขียนข่าว บริการข่าวสาร หรือการเผยแพร่เนื้อหาที่เกี่ยวกับมหาวิทยาลัย ผู้สื่อสารสามารถกระทำได้ โดยผู้เขียนที่มีหน้าที่รับผิดชอบ หรือการให้ข่าวและบริการข่าวสารของมหาวิทยาลัยจะต้องอยู่ภายในขอบเขตของกฎหมายหรือระเบียบที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้เนื้อหานั้นต้องไม่ทำให้เกิดความเสียหายแก่มหาวิทยาลัย บุคคลใด หรือหน่วยงานใด

การดำเนินการตามวรรคหนึ่งให้หัวหน้าส่วนงานยื่นเรื่องพร้อมบท (Script) และเนื้อหาที่จะนำเสนอต่องานประชาสัมพันธ์ สำนักงานอธิการบดีโดยตรง เพื่อพิจารณาและเสนอความเห็นต่อผู้บังคับบัญชาตามลำดับชั้นจนถึงอธิการบดีหรือผู้ที่อธิการบดีมอบหมาย ให้ความเห็นชอบก่อนดำเนินการ ทั้งนี้ให้คำนึงถึงภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของมหาวิทยาลัย เป็นสำคัญและไม่ว่ากรณีใด ๆ เมื่อให้ข่าวหรือบริการข่าวสารแล้ว ให้รายงานอธิการบดี หรือผู้ที่อธิการบดีมอบหมายทราบทันที เว้นแต่อธิการบดีจะสั่งเป็นอย่างอื่น”

สำหรับขั้นตอนการจัดทำกระบวนการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ของ มหาวิทยาลัยบูรพา มีขั้นตอนและวิธีการ ดังนี้

๑. นักประชาสัมพันธ์สร้างข่าวจากประเด็นข่าว ดังนี้

๑.๑ สอบถามและค้นหาข่าวจากหน่วยงาน

๑.๒ หา หรือสร้าง Content ข่าว ที่น่าสนใจและเป็นจุดขายของมหาวิทยาลัย

๑.๓ ศึกษาและหาข้อมูลประเด็นข่าวที่เป็นกระแสในปัจจุบัน

๒. นักประชาสัมพันธ์เขียนข่าวให้ครบถ้วนตามหลักเกณฑ์การเขียนข่าว

และคำนึงถึงข้อบังคับมหาวิทยาลัยบูรพาว่าด้วยหลักเกณฑ์การให้ข่าวของมหาวิทยาลัยบูรพาด้วยตามขั้นตอนดังนี้

๒.๑ ร่างรายละเอียดที่ต้องการเขียนโดยเรียงลำดับข้อมูลตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ว่าครบถ้วนตรงตามที่ต้องการหรือไม่ ก่อนจะลงมือเขียน

๒.๒ เขียนข่าวลงในแม่แบบใบบอกข่าว(BUU NEWS Template)

โดยต้องคำนึงถึงองค์ประกอบการเขียนข่าว คือ 5W+1H ได้แก่ ใคร (Who) ทำอะไร (What) ที่ไหน (Where) เมื่อไหร่ (When) ทำไม (Why) และอย่างไร (How) โดยเริ่ม ดังนี้

๒.๒.๑ กำหนดพาดหัวข้อความ (Headline) โดยเริ่มจากการทำความเข้าใจกิจกรรม และนำหัวใจหลักของเรื่องราวในกิจกรรม หรือสิ่งที่ทำให้เกิดผลกระทบต่อจิตใจของผู้อ่าน จากเรื่องราวหรือเหตุการณ์ ที่เกิดขึ้นมากำหนดพาดหัวข้อความ

ตัวอย่าง



การพาดหัวข้อความ
(Headline)

ภาพที่ ๑๘: การพาดหัวข้อความ (แบบย่อ)

๒.๒.๒ เริ่มต้นการเขียนเนื้อข่าวในส่วนความนำข่าว (Lead) เพื่อเป็นการขยายข่าวต่อจากการพาดหัวข่าว โดยนำประเด็นสำคัญขึ้นก่อนแล้วจึงเรียงลำดับเหตุการณ์ไปหาประเด็นที่สำคัญน้อยลงมา และควรเรียงลำดับข้อมูลที่จะเริ่มด้วยอะไร หรือจบอย่างไร โดยคำนึงถึง 5W+1H ได้แก่ ใคร (Who) ทำอะไร (What) ที่ไหน (Where) เมื่อไหร่ (When) ทำไม (Why) และอย่างไร (How) ด้วย

๒.๒.๓ เขียนข่าวให้ครอบคลุมรายละเอียด (Body) เป็นการเขียนรายละเอียดของเนื้อหาข่าวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในกิจกรรม/โครงการนั้น ๆ ให้ผู้อ่านได้รับทราบเกิดความเข้าใจโดยผู้เขียนจะลำดับความสำคัญของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น โดยใช้คำเชื่อมโยงประโยคมาเสริมเติมประโยคให้สมบูรณ์ ซึ่งเนื้อหาในข่าวไม่จำเป็นต้องเขียนยาว แต่ควรเขียนสั้น ๆ กระชับ ได้ใจความสมบูรณ์และชัดเจน

๒.๒.๔ ในช่วงท้ายข่าวนั้นเป็นการสรุปประเด็นด้วยประโยคที่ทำให้ผู้อ่านรู้สึกมั่นใจกับความคืบหน้าหรือความมั่นคงของกิจกรรมฯ ที่กำลังเกิดขึ้น หรือสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้ ซึ่งประโยคเหล่านี้จะทำให้ผู้อ่านได้ติดตาม หรือติดต่อในการเข้าร่วมกิจกรรม โครงการนั้น ๆ ในคราวต่อไปได้อีก

๓. นักประชาสัมพันธ์ ออกแบบ Storyboard เพื่อจัดทำ BUU NEWS และสร้างสรรค์ Content ในการนำเสนอข่าว โดยโปรแกรมออกแบบ อาทิ Photoshop, Canva, Illustrator เป็นต้น

ตัวอย่างการออกแบบ Storyboard เพื่อจัดทำข่าว BUU NEWS นำเสนอผู้บังคับบัญชา เพื่อขอความเห็นชอบก่อนเผยแพร่ข่าวBUU NEWS

ตัวอย่าง StoryBoard BUU NEWS

1 ม.บูรพา.จับมือ.กรมราชทัณฑ์ “..คืนคนดีสู่สังคม..”
ในพิธีลงนามบันทึกความเข้าใจ (MOU)
ด้านการพัฒนาพฤตินิสัยผู้ต้องขัง
ระหว่างมหาวิทยาลัยบูรพา กับกรมราชทัณฑ์



ในพิธีลงนามบันทึกความเข้าใจ (MOU) ด้านการพัฒนาพฤตินิสัยผู้ต้องขัง ระหว่างมหาวิทยาลัยบูรพา กับกรมราชทัณฑ์

เขียนพาดหัวข่าวให้น่าสนใจ

ใส่สีพร้อมเลือกชนิดตัวอักษรและกรอบของพาดหัวข่าวให้โดดเด่นน่าสนใจ



เลือกภาพที่สื่อประเด็นสำคัญของข่าวเพื่อใช้เป็นภาพประกอบพาดหัวข่าว



นำภาพที่เลือกกับพาดหัวข่าวที่ทำไว้แล้วนำมาวางกันภาพพาดหัวข่าวที่สมารถน่าสนใจ



ใส่ภาพประธานเปิดงานเป็นภาพแรกพร้อมเขียนชื่อตำแหน่งได้ภาพ



ใส่ภาพคนสำคัญที่เกี่ยวข้องเป็นภาพที่ 2 พร้อมเขียนชื่อตำแหน่งได้ภาพ



ใส่ภาพที่เป็นจุดประสงค์ของข่าว

8 มหาวิทยาลัยบูรพา โดยคณะบริหารธุรกิจ จัดพิธีลงนามบันทึกความเข้าใจ (MOU) ด้านการพัฒนาพฤตินิสัยผู้ต้องขัง ระหว่างมหาวิทยาลัยบูรพา กับกรมราชทัณฑ์ เมื่อวันที่ ๑๙ กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๕ ณ ห้องประชุม ๑๐๓ ชั้น ๙ สำนักงานอธิการบดี (อาคาร ภปร) มหาวิทยาลัยบูรพา ซึ่งการลงนามบันทึกความเข้าใจ (MOU) ในครั้งนี้ทั้งสองหน่วยงานได้มีพิธีและสัญญาในการร่วมกันพัฒนากระบวนการด้านพฤตินิสัยผู้ต้องขังให้มีประสิทธิภาพในการถ่ายทอดความรู้เสริมสร้างวิชาชีพ สร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ที่จะเป็นการพัฒนาคนร่างกายและจิตใจผู้ต้องขังให้เป็นผู้มีสุขภาพที่ดี รวมถึงสร้างจิตสำนึกให้กับผู้ต้องขังให้มีพฤติกรรมที่ดีกว่าเดิม ลดการเกิดอาชญากรรม สร้างความปลอดภัยให้แก่สังคม อีกทั้งเพื่อส่งเสริมสังคมไทยและได้เอื้อกลับสู่บทบาทความเป็นการศึกษาที่มีคุณภาพสูงส่ง อีกทั้งเพื่อส่งเสริมการก่ออาชีพซึ่งยั่งยืนให้กับผู้ต้องขังได้มีอนาคตที่ดีในการใช้ชีวิตทั้งใน สังคม และประเทศชาติต่อไป

ใส่เนื้อหาข่าวแบบปริซึมหกเหลี่ยม โดยก่อนแรก

9 ทั้งนี้การลงนามดังกล่าว รองศาสตราจารย์ ดร.วัชรินทร์ กาสลัก อธิการบดีมหาวิทยาลัยบูรพา เป็นประธานลงนามฝ่ายมหาวิทยาลัยบูรพา นายอายุตม์ สินธพพันธุ์ อธิบดีกรมราชทัณฑ์ เป็นประธานลงนามฝ่ายกรมราชทัณฑ์ พร้อมด้วยผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรณี พิมาพันธุ์ศรี คณบดีคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา และผู้บริหารหัวหน้าส่วนงานมหาวิทยาลัยบูรพา และผู้บริหารกรมราชทัณฑ์ ให้เกียรติเข้าร่วมในพิธีลงนามครั้งนี้ด้วย

10 (ภาพ: นายไฉน จิตมัน นักประชาสัมพันธ์ กองกลาง ม.บูรพา)
ใส่เรขาคณิตภาพหรือข้อมูลที่น่ามาจากที่อื่น(ถ้ามี) ตรงส่วนท้ายของเนื้อหาข่าวทั้งหมด

ลำดับถัดมาใส่ข่าวท่อนเนื้อหาสำคัญอันดับรอง (Second Interest) และรายละเอียดเสริม(Detail) เป็นประเด็นสุดท้ายคือ นำประเด็นที่มีความสำคัญออกมาเขียนเรียงตามลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย เช่น ใคร อะไร เมื่อไหร่ ที่ไหนและอย่างไร

ภาพที่ ๑๙: การออกแบบ Storyboard

ตัวอย่างข่าวในแม่แบบหัวกระดาษ/ ท้ายกระดาษในใบบอกข่าวที่สมบูรณ์
จาก Storyboard BUU NEWS ด้านบน



พาดหัวข้อข่าว
(Headline)

ใช้อักษร Th SarabunPSK
ขนาด ๑๖

ความนำข่าว (Lead)

รายละเอียดของเนื้อหาข่าว
(Body) และช่วงทิ้งท้าย

ภาพที่ ๒๐: BUU NEWS (แบบย่อ)

๔. นักประชาสัมพันธ์ ได้นำเสนอข่าวให้ผู้บังคับบัญชาเพื่อโปรดพิจารณา

ให้ความเห็นชอบข่าว

๕. ข่าวได้รับความเห็นชอบแล้ว ให้นักประชาสัมพันธ์พิจารณาเลือกช่องทางการเผยแพร่ให้เหมาะสมกับข่าว ดังนี้

๕.๑ Facebook

กรณีเป็นการเผยแพร่ข่าวทั่วไป ให้ดำเนินการเขียนข่าวตามหลักเกณฑ์การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์โดยผู้เขียนนิยมใช้การเขียนข่าวแบบปริมาตรหัวกลับโดยเนื้อหาข่าวที่กระชับอ่านได้ใจความและเข้าใจง่าย จากนั้นคัดเลือกภาพประกอบที่คมชัดสื่อความหมายได้ชัดเจน

กรณีเป็นการเผยแพร่ข่าวที่เป็นคลิปวิดีโอ: ให้ทำการ Upload ข้อมูลให้ถูกต้อง ครบถ้วน พร้อมสำเนาแหล่งที่มาของคลิปวิดีโอ ทั้งแบบยูทูป (YouTube) และ mp4

กรณีเป็นการเผยแพร่ข่าวแบบ Infographic/Banner/การใช้คำพูด: เป็นการสรุปเนื้อหาหรือประเด็นข่าวที่สร้างผลกระทบอย่างไร และต้องเข้าใจง่ายผ่านการออกแบบอาร์ตเวิร์ก ที่มีสีสันสวยงามอ่านแล้วสะดุดตา

กรณีเป็นการเผยแพร่ข่าวสด คือ Facebook Live: ให้ตรวจสอบ link สัญญาว่าปรากฏขึ้นอยู่บนเฟซบุ๊ก (Facebook) ชัดเจนหรือไม่ตรวจสอบความคมชัดของภาพและเสียงที่ออกไปว่า เสียงชัดเจนหรือไม่

กรณีเป็นการเผยแพร่ข่าวผ่านลิงค์ Link/URL: ส่วนใหญ่เป็นแหล่งข้อมูลที่ได้จากแหล่งข่าวต่าง ๆ ให้แอดมินเพจต้องทำการคัดลอก Link/URL ให้ถูกต้องรวมถึงที่มาของเนื้อหาที่เผยแพร่ เพื่อให้เครดิตแก่แหล่งข่าวนั้น ๆ ด้วย

กรณีข่าวที่เป็นกระแสสังคม ให้ดำเนินการติด #แฮชแท็ก ด้วยจะช่วยเพิ่มโอกาสให้คนพบเห็นและยังช่วยเพิ่มโอกาสให้ข่าวหรือวิดีโอเป็นที่รู้จักมากขึ้น

๕.๒ Website

การนำเสนอข่าวผ่านช่องทางเว็บไซต์ ต้องเป็นข่าวใหม่ ทันต่อเหตุการณ์ เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบันเป็นข่าวที่สั้นกระชับให้ได้ใจความ ภาพประกอบข่าวไม่จำเป็นต้องเยอะมาก เนื่องจากจุดเด่นของเว็บไซต์อยู่ที่การนำเสนอข่าวเด่นประเด็นร้อนที่ผู้สนใจทั้งข่าวทั่วไป ข่าวการศึกษา ข่าวกิจกรรม ข่าวอบรม/สัมมนา เป็นต้น

- กรณีข่าวที่มีการอ้างอิง ให้เชื่อมโยง (link) กับฐานข้อมูลอื่น หรือเชื่อมโยงกับเว็บไซต์ข่าวต่าง ๆ เพื่อให้สามารถตรวจสอบความถูกต้องของข่าวในหลากหลายที่มาได้เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ แม่นยำ

- กรณีข่าวที่เป็นกระแสสังคม (Content hot Issue) ให้ความสำคัญของการนำข่าวมาพาดหัว ให้เป็นจุดเด่น ดึงดูด และน่าสนใจ เนื่องจากจะทำให้ผู้สนใจเข้าดูและอ่านข่าวในเว็บไซต์มากยิ่งขึ้น

๕.๓ Instagram (IG)

สำหรับข่าวที่เผยแพร่ใน Instagram (IG) เป็นได้ทั้งประเด็นข่าวทั่วไป ข่าวที่เป็นการสร้าง Content หรือจุดขายของมหาวิทยาลัย ข่าวที่กำลังเป็นกระแสสังคม (Content Hot Issue) แต่ Instagram (IG) มีข้อจำกัด คือ ข่าวจะต้องมีความยาวไม่เกิน ๒,๒๐๐ ตัวอักษรต่อหนึ่งข่าว ส่วนภาพประกอบจำกัดจำนวนภาพไม่เกิน ๑๐ ภาพต่อข่าว หรือจะนำเสนอในรูปแบบคลิปหรือวิดีโอสั้น ๆ ซึ่ง Instagram (IG) เป็นแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมสูง

๕.๔ Tiktok

ข่าวที่เผยแพร่ผ่าน Tiktok คือ ข่าวสั้น เข้าใจง่ายสื่อสารตรงประเด็น โดยใช้ได้ทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว (วิดีโอ/คลิปสั้น) ใช้เสียงเพลงประกอบข่าวที่กำลังเป็นที่นิยมในขณะนั้น หรือจะเป็นบทพูด/สัมภาษณ์ ที่ประกอบข่าวได้เช่นกันในกรณีที่น่าเพลงมาประกอบข่าวควรพึงระวังในการนำเพลงมาใช้ เนื่องจากแต่ละเพลงอาจจะมีลิขสิทธิ์ที่อนุญาตให้ใช้และไม่อนุญาตให้ใช้

สำหรับเทคนิคการสร้างสรรค์ Content ในTiktok ให้ผู้สนใจคลิกดู
หรือกดติดตาม มีดังนี้

๕.๔.๑ สร้างสรรค์วิดีโอที่ผู้สนใจอยากมีส่วนร่วมด้วย เป็นการออกแบบ
Content ที่มีความสนุก ตลก ไม่เหมือนใคร สบายๆ ทำให้มีผู้ชมวิดีโอจนจบ

๕.๔.๒ เลือกใช้เพลงที่กำลังเป็นที่นิยม เพื่อเพิ่มโอกาสให้คลิปวิดีโอ
ถูกแนะนำไปยังผู้ใช้อื่น ๆ ควรเลือกใช้เพลงที่กำลังเป็นที่นิยมในช่วงเวลาที่นำเสนอ Tiktok
(ศึกษาเกร็ดความรู้แนะนำเกี่ยวกับลิขสิทธิ์เพลงได้ที่หน้า ๓๓)

๕.๔.๓ ได้ต่อกับ Influencer คนอื่น ๆ การได้ต่อกับ Influencer
หรือผู้โด่งดังบน Tiktok คนอื่น ๆ เป็นอีกวิธีที่ยอดเยี่ยมในการได้รับจำนวนการรับที่มากขึ้น
และช่วยให้กลายเป็นที่รู้จักใน Tiktok ได้

๕.๔.๔ แสดงทักษะ โดยไม่ต้องคิดออกแบบมากมายใด ๆ ที่มีเพราะ
ผู้ชมชื่นชอบที่จะรับชมอะไรก็ตามที่มองว่า “เจ๋ง เก่ง แปลก น่าตื่นเต้น น่าสนุก หรือบันเทิง”

๕.๔.๕ ใช้ #แฮชแท็ก ที่กำลังเป็นที่นิยม เมื่อจะเขียนคำบรรยายวิดีโอ
หรือหัวข้อวิดีโอที่กำลังเป็นที่นิยมเข้าไป เพราะแฮชแท็กจะช่วยเพิ่มโอกาสในการพบเห็น และเพิ่ม
โอกาสให้วิดีโอเป็นที่รู้จักมากขึ้นได้

๕.๕ e-mail staff/student

เป็นการส่งข่าวสารประชาสัมพันธ์ถึงผู้ปฏิบัติงานมหาวิทยาลัยบูรพา
และนิสิตมหาวิทยาลัยบูรพา โดยลักษณะของข่าวเป็นข่าวสั้น กระชับ เข้าใจง่าย ส่วนใหญ่เป็นข่าว
เชิงชุมชน ข่าวขอความร่วมมือ และข่าวประชาสัมพันธ์ทั่วไป จากนั้นมีภาพประกอบในการนำเสนอ
ข่าวและใส่ที่มาข่าวหรือต้นเรื่อง เพื่อให้ผู้ได้รับข่าวสารสามารถมีส่วนร่วมกับข่าวนั้น ๆ ได้

ข้อดีของการส่งข่าวผ่าน e-mail มีดังนี้

- รวดเร็ว เชื่อถือได้
 - ประหยัดค่าใช้จ่ายในการส่ง และลดการใช้กระดาษ
 - ลดเวลาในการส่งเอกสารลง เพราะผู้ส่งไม่ต้องเสียเวลาไปส่งเอง
 - ผู้ส่งสามารถส่งเอกสารได้ตลอดไม่จำกัดเวลา หรือระยะทางในการส่ง
- ในขณะที่ผู้อ่านก็สามารถเปิดอ่านเอกสารได้ตลอดเวลาเช่นเดียวกัน
- สามารถส่งต่อกันได้สะดวก และผู้ส่งสามารถส่งให้ผู้รับได้พร้อม ๆ กัน
- หลายคนในเวลาเดียวกัน
- ผู้ส่งสามารถตรวจสอบการได้รับเอกสารและการเปิดอ่านเอกสาร
- ของผู้รับได้

๖. นักประชาสัมพันธ์นำภาพกิจกรรมของข่าวสาร/กิจกรรม ลงไปในหน้าเว็บไซต์
www.buu.ac.th เพื่อเก็บไว้เป็นฐานข้อมูลภาพกิจกรรมต่อไป โดยตั้งเป็นกล่องข่าว (Folder file)
แต่ละเดือน และสร้างกล่องข่าวแต่ละวันเดือนปีที่จัดงานเพื่อทำให้ง่ายต่อการเข้าไปค้นหาภาพข่าว
กิจกรรมย้อนหลังด้วย

๗. นักประชาสัมพันธ์ติดตามข่าวที่เผยแพร่โดยตรวจสอบผลตอบรับ (Feed Back) จากนั้นนำผลการตอบรับดังกล่าวมาทำการสรุปวิเคราะห์ประเมินผลงานข่าว ๓ ว่าผลการตอบรับ ออกมาดี หรือไม่ดี ดังนี้

- ผลการตอบรับดี ให้กระตุ้นข่าว (Boost Post) ให้เป็นข่าวดัง หรือทำให้เป็น Viral (ไวรัล) ที่กำลังเป็นกระแสหรือถูกพูดถึงในโลกออนไลน์อย่างแพร่หลาย

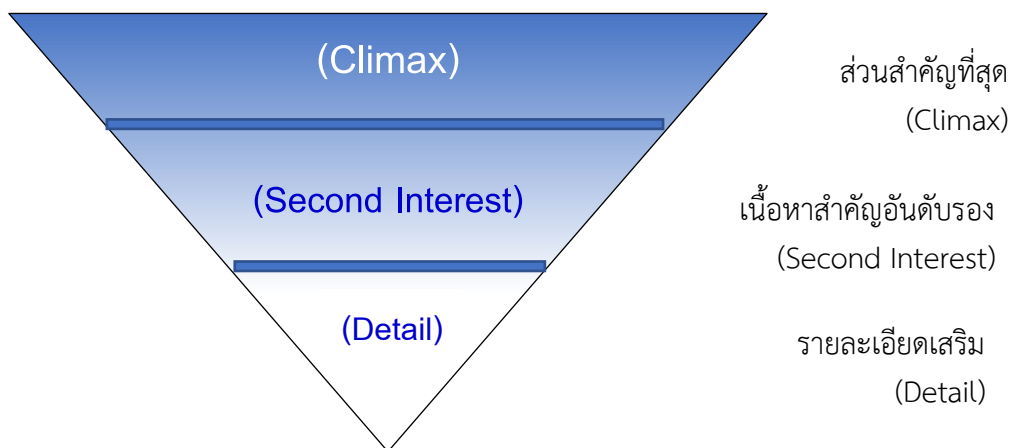
- ผลการตอบรับไม่ดี ให้ดำเนินการวางแผนตั้งรับในการแก้ปัญหาจัดการ กระแสนั้น ทั้งนี้ให้ดำเนินการตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยบูรพาว่าด้วยหลักเกณฑ์การให้ข่าว ของมหาวิทยาลัยบูรพา

๘. นักประชาสัมพันธ์ ทำการรายงานผลตอบรับ (Feedback) ต่อข่าว ให้กับผู้บริหาร ถือเป็นอันสิ้นสุดกระบวนการ

แนวทางในการปฏิบัติงาน

ในการจัดทำคู่มือกระบวนการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยบูรพา ฉบับนี้ ผู้เขียนได้จัดทำแนวทางการปฏิบัติงานเพื่อให้กระบวนการมีคุณภาพและมีมาตรฐาน ในการจัดทำคู่มือปฏิบัติงานเป็นสำคัญ โดยกำหนดแนวทาง ดังนี้

เริ่มต้นจากให้นักประชาสัมพันธ์หรือเจ้าหน้าที่ที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ คำนึงถึง สิ่งสำคัญในการเขียนข่าวก่อน คือ ควรเสนอแต่ข้อเท็จจริง เพียงตรงโดยให้เกิดความชัดเจน กระชับ รัดกุม รวมถึงปราศจาก ข้อคิดเห็นจากผู้เขียน และผู้เขียนต้องเชี่ยวชาญ ละเอียดถี่ถ้วน เข้าใจ ประเด็นข่าวทะลุปรุโปร่ง จึงจะสามารถเขียนข่าวออกมาได้ดี แต่ให้คำนึงถึงสิ่งสำคัญในการเขียนข่าว โดยผู้เขียนได้นำการเขียนข่าวแบบพีรามิดหัวกลับมาเขียนข่าวของมหาวิทยาลัย



ภาพที่ ๒๑: การเขียนข่าวแบบพีรามิดหัวกลับ

ซึ่งการเขียนข่าวแบบปิรามิดหัวกลับ (Inverted pyramid) เป็นการเขียนเนื้อหาข่าว เริ่มจากการเขียน Climax ส่วนแรกคือ ความน่าข่าของข่าวที่จะนำเสนอสรุปประเด็นที่สำคัญที่สุดของข่าว ให้ผู้อ่านได้รับทราบ การพาดหัวรอง Second Interest เป็นการขยายพาดหัวข่าวให้ชัดเจนยิ่งขึ้น ความน่าเป็นส่วนที่ต่อจากหัวข่าวจะช่วย สรุปประเด็นสำคัญ Neck เป็นส่วนเชื่อมระหว่างความน่า กับเนื้อหาข่าว Detail เป็นการให้รายละเอียดขยายเพิ่มเติมจากสิ่งที่สรุปนำ การเขียนข่าวตามรูปแบบ ปิรามิดหัวกลับเป็นรูปแบบการเขียนข่าวที่นำเอาประเด็นข้อเท็จจริงที่มีความสำคัญที่สุดของข่าวขึ้นมา เขียนก่อน จากนั้นจึงนำประเด็นที่มีความสำคัญรองมาเขียนเรียงเรียงตามลำดับความสำคัญจากมาก ไปหาน้อย เช่น ใคร อะไร เมื่อไหร่ ที่ไหน และอย่างไร เป็นความน่าข่าของข่าวไปก่อนแล้วจึงค่อยขยาย รายละเอียดของข้อเท็จจริงเหล่านั้นตามลำดับความสำคัญของเนื้อหาข่าวต่อไป

สำหรับข้อดีของการเสนอข่าวในรูปแบบปิรามิดหัวกลับ ทำให้ผู้อ่านสามารถรู้เรื่อง ตอนสำคัญ หรือประเด็นสำคัญที่สุดของข่าวได้ในทันทีโดยไม่ต้องรออ่านจนกระทั่งจบย่อหน้าสุดท้าย ของข่าวเสมอไป เนื่องจากความน่าสนใจของข่าว ได้สรุปไว้ในย่อหน้าแล้ว

ข้อควรระวังในการเขียนข่าว (วรรณ สุวรรณพงษ์ (๒๕๖๓, น.๕)

สิ่งสำคัญในการเขียนข่าว มีดังนี้

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

ข้อควรระวังในการเขียนข่าว มีดังนี้

๑. Royal ราชวงศ์เป็นข่าวที่มีราชาศัพท์ต้องรอประกาศข่าวจากสำนักพระราชวัง
๒. Religion ศาสนา จะสร้างความขัดแย้งสูงมากเพราะทุกศาสนาสอนให้คน

เป็นคนดี ห้ามเปรียบเทียบโดยเด็ดขาด

๓. Race ผิวพรรณ ผิวดำ ผิวขาว พรรค/พวกกลุ่ม จะสื่อความหมายได้ฉนั้น

ถ้าเป็นหน่วยงานต้อง หลีกเลี่ยง

๔. Rumor ข่าวลือ ถือเป็นเรื่องที่น่าอันตรายมากสำหรับองค์กรทุกองค์กร ถ้าเราไม่ให้ความ

สำคัญในเรื่องของการจำกัดข้อความข่าว

ดังนั้นการเขียนข่าวที่ดีนั้น เราจะต้องทำความเข้าใจกับข่าวที่จะเขียนก่อน ศึกษา ข้อมูลเพิ่มเติม พร้อมทั้งจับประเด็นที่สำคัญให้ได้ จากนั้นนำมาเขียนให้เกิดความกระชับ กะทัดรัด เขียนให้ตรงจุด ตรงประเด็น การเขียนจะต้องสื่อให้รู้เรื่อง ถูกต้องชัดเจน ต้องคำนึงถึงผู้รับ เพราะผู้รับมีความแตกต่างกัน ต้องสื่อให้ถูกสถานที่ ถูกกลุ่มผู้ฟัง

สำหรับนักประชาสัมพันธ์แล้ว การเขียนข่าวคือ สิ่งสำคัญหรือหัวใจของงาน ประชาสัมพันธ์ที่จะต้องรายงานภารกิจ กิจกรรม โครงการ รวมถึงความก้าวหน้าของหน่วยงาน ให้กับสังคมหรือสาธารณะชนได้รับทราบ อันจะก่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจให้การสนับสนุนกิจกรรม นั้น ๆ ทั้งนี้การเขียนข่าวจึงเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ และต้องมีเทคนิคในการสร้างความเข้าใจ รวมถึงสร้างความสนใจให้แก่ผู้ได้รับข่าวสารทั่วไป

มาตรฐานคุณภาพงาน

มาตรฐานคุณภาพงาน ถือเป็นเครื่องมือสำคัญอย่างหนึ่งซึ่งช่วยควบคุมให้การดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ในการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ ซึ่งกระบวนการนี้มีมาตรฐานคุณภาพงานโดยรวมทั้งตามข้อกำหนดที่สำคัญ คือ เพื่อให้ผู้ทำหน้าที่เป็นประชาสัมพันธ์ข่าวสารได้มีการเขียนข่าวเป็นไปตามหลักการที่ถูกต้องและมีมาตรฐานเดียวกัน อีกทั้งให้ส่วนงานมีคู่มือปฏิบัติงานที่ชัดเจน และใช้เป็นการถ่ายทอดความรู้ให้กับผู้ปฏิบัติงานใหม่อีกด้วยโดยผู้เขียนได้รวบรวมมาตรฐานคุณภาพที่เรียงลำดับตามแต่ละขั้นตอนได้ ดังนี้ (ณัฐพัชร โพศาลธนภักดิ์, (๒๕๕๙, น.๕๐)

๑. เริ่มต้นจากพาดหัวข่าว (Headline) คือการนำประเด็นสำคัญของข่าวมาพาดหัวหนังสือพิมพ์ เพื่อให้ผู้อ่านทราบว่่าวันนี้เกิดอะไรขึ้นบ้าง โดยใช้ตัวอักษรใหญ่ว่าธรรมดา ใช้เพียงข้อความสั้น ๆ แต่สามารถเสนอสาระสำคัญให้แก่ผู้อ่านได้พิจารณาเลือกอ่านรายละเอียดข่าวที่ตนสนใจได้ ทั้งยังสามารถบอกภาพลักษณ์ของหนังสือพิมพ์ฉบับนั้น ๆ ด้วย การพาดหัวข่าวจะต้องใช้ทักษะการเลือกถ้อยคำภาษาอย่างมาก เพราะต้องดึงดูดความสนใจและกระทบต่อความรู้สึกของผู้อ่านไปพร้อมกับการใช้ถ้อยคำที่สั้นที่สุดให้สามารถอธิบายเนื้อความข่าวให้ได้มากที่สุด โดยอาจใช้คำที่รุนแรง คำแสลง ภาษาเฉพาะกลุ่ม ใช้สำนวน หรือเครื่องหมายวรรคตอนต่าง ๆ

- พาดหัวรอง (Secondary interest) เป็นการขยายพาดหัวข่าวให้ชัดเจนยิ่งขึ้น อาจจะมีหรือไม่มีก็ได้ขึ้นอยู่กับประเด็นข่าวและพื้นที่ในการพาดหัวข่าว (ใช้กรณีข่าวที่มีความยาว)

๒. ความนำข่าว (Leads) หรือวรรคนำ คือสาระสำคัญของเนื้อหาข่าวที่เขียนโดยย่อเพื่อสร้างความเข้าใจทั่ว ๆ ไปแก่ผู้อ่าน ความนำจะเป็นข้อความที่เป็นเนื้อหาข่าวโดยย่อทั้งหมด ซึ่งทำให้ผู้อ่านจับใจความได้ทันที องค์ประกอบของข่าวในที่นี้ คือ ให้รู้ว่า ใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อใด และอย่างไร ภาษาที่ใช้ในการเขียนความนำข่าวต้องเขียนด้วยข้อความที่กระชับรัดกุม เลือกสรรคำ โดยเฉพาะคำกริยา วิเศษณ์ที่ทำให้เห็นภาพ แฝงอารมณ์ความรู้สึก ใช้คำสั้น ๆ

- ส่วนเชื่อม (Neck or Bride) เป็นส่วนเชื่อมต่อระหว่างความนำกับเนื้อหาข่าวปรากฏในข่าวที่เป็นการรายงานครั้งที่ ๒ หรือ ๓ ฯลฯ หรือมีการเกี่ยวพันกับเหตุการณ์ที่เคยรายงานนำเสนอ เพื่อให้ภูมิหลังของอุบัติการณ์ใหม่เป็นการปูพื้นฐานความรู้ให้ผู้อ่านได้รับทราบและทำความเข้าใจถึงที่มาของข่าวใหม่เป็นต้น (ใช้กรณีข่าวที่มีความยาว)

๓. เนื้อเรื่องหรือเนื้อหาข่าว (Detail) คือ ส่วนที่อธิบายข้อเท็จจริงหรือขยายรายละเอียดของเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่จะทำให้ผู้อ่านได้ทราบ และเข้าใจลำดับความสำคัญของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งหมดและส่วนประกอบอื่น ๆ ข้างต้นเพื่อให้ผู้อ่านทราบเรื่องราว และเข้าใจลำดับความสำคัญของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างชัดเจน หรือกล่าวได้ว่า เป็นส่วนขยายวรรคนำ และวรรคเชื่อมให้สมบูรณ์ที่สุด เนื้อข่าวอาจมีขนาดสั้น หรือมีความยาวมากเป็นหลายวรรคตอน ข่าวสั้นที่มีความยาวเพียงวรรคเดียวนั้น ความนำกับเนื้อหาจะเป็นอันเดียวกัน และอยู่ภายในวรรคเดียวกันการเสนอข่าวมักจะเสนอตามลำดับความสำคัญของเรื่องราว จากสำคัญที่สุดไปถึงสำคัญน้อยที่สุดหรืออาจเสนอข่าวตามลำดับเวลาหรือเหตุการณ์ได้

ดังนั้นคุณค่าของข่าวเกิดจากหลายองค์ประกอบด้วยกัน มีดังนี้ (องค์ประกอบและคุณค่าของข่าว (กุมภาพันธ์, ๘, ๒๕๖๑)

คุณค่าของข่าว เกิดจากองค์ประกอบโดยรวมดังนี้

๑. ความน่าสนใจของข่าวยังมีมากเท่าใด คุณค่าข่าวยังมีสูงมากเท่านั้น
๒. ผู้อ่านหรือผู้รับข่าวสาร หมายความว่า ข่าวต้องเป็นที่น่าสนใจของประชาชน
ในวงกว้าง

๓. เหตุการณ์ หรือข้อเท็จจริง หมายความว่า ข่าวต้องมาจากเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริง แต่ไม่สามารถนำมาเสนอเป็นข่าวได้ทั้งหมด ต้องดูประเด็นที่น่าสนใจมานำเสนอเท่านั้น

ทั้งนี้องค์ประกอบทั้ง ๓ ประการนี้จะต้องมีความสัมพันธ์กันโดยเหตุการณ์หรือข้อเท็จจริงนั้นจะต้องเป็นสิ่งที่น่าสนใจต่อผู้อ่านหรือผู้รับข่าวสารมากที่สุดจึงนำมาซึ่งการรายงานข่าวได้

สำหรับเหตุการณ์หรือข้อเท็จจริงใดเป็นสิ่งที่น่าสนใจสำหรับผู้อ่านหรือผู้รับสารนั้นมีเหตุการณ์โดยสรุปที่มีความน่าสนใจของข่าว ๙ ประเภท คือ

๑. การต่อสู้ (Struggle)
๒. ชีวิตซึ่งราวกับนิยาย (Romance)
๓. ความลึกลับ (Mystery)
๔. การผจญภัย (Adventure)
๕. ความผิดปกติ (Unusualness)
๖. ความเป็นมนุษย์ (Human being)
๗. เรื่องเกี่ยวกับสัตว์ (Animals)
๘. เรื่องเกี่ยวกับเด็ก (Children)
๙. ความบันเทิง / งานอดิเรก (Amusement and Hobbies)

จากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นมากมายในแต่ละวัน และแต่ละเหตุการณ์มีความน่าสนใจที่แตกต่างกัน การที่สื่อมวลชนจะนำมาเสนอเป็นข่าวทุกข่าวนั้นไม่สามารถทำได้ เนื่องจากจำนวนพื้นที่บนหน้าหนังสือพิมพ์ที่มีจำกัด และสื่อมวลชนประเภทอื่น อย่าง วิทยู หนังสือพิมพ์มีเวลาจำกัดเช่นกัน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการคัดเลือกข่าวจากเหตุการณ์หรือข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น โดยคำนึงถึงองค์ประกอบของข่าวว่ามีเหตุการณ์หรือข้อเท็จจริงใดมีคุณค่าทางข่าวสูง จะได้พิจารณานำมารายงานเป็นข่าวต่อไป

ทั้งนี้คุณค่าของข่าวขึ้นอยู่กับองค์ประกอบที่สำคัญดังนี้

๑. ความสอดคล้อง (Timeliness) นับว่าเป็นหัวใจสำคัญของการนำเสนอข่าว เพราะผู้อ่านมักให้ความสนใจกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นสดๆ ร้อนๆ หรือเรื่องราวที่ทันสมัยดังกล่าวที่ว่า "ข่าวต้องสดเหมือนปลา"

๒. ความใกล้ชิด (Proximity/nearness) หมายถึงความสัมพันธ์ใกล้ชิดต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ

๓. ความเด่น (Prominence) หมายถึงบุคคลสำคัญที่เป็นที่รู้จักกันดี ซึ่งอาจรวมถึงสถานที่สำคัญ วัตถุอันล้ำค่า ฯลฯ

๔. ความแปลกประหลาด (Oddity / Unusualness) คือเหตุการณ์เกิดขึ้นอย่างผิดปกติหรือผิดวิสัยในสังคม เหตุการณ์นั้น ย่อมก่อให้เกิดความสนใจและมีคุณค่าทางข่าวสูง หนังสือพิมพ์ให้ความสำคัญแก่องค์ประกอบนี้มาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีสถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยในการเสนอข่าว เพราะถูกปิดกั้นเสรีภาพของหนังสือพิมพ์จึงมักใช้ความแปลกประหลาดมานำเสนอเป็นข่าว เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศที่ตึงเครียดให้ผ่อนคลายลงได้ชั่วระยะหนึ่ง

๕. ผลกระทบกระเทือน (Consequence) คือข่าวที่มีผลกระทบต่อประชาชนเป็นจำนวนมากมักได้รับการพิจารณา ที่จะเสนอเป็นข่าวมากกว่า ข่าวที่ว่านี้อาจเป็นผลกระทบกระเทือนทาง เศรษฐกิจ สังคม ฯลฯ

๖. ความขัดแย้ง (Conflict) เป็นเหตุการณ์ที่เกิดความขัดแย้งย่อมเป็นที่สนใจของคนทั่วไป อาจเป็นความขัดแย้งทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม

๗. ความมีเงื่อนงำ (Suspense/Mystery) คือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอาจมีเบื้องหลังลึกลับซับซ้อน หนังสือพิมพ์จึงมักให้ความสนใจขุดคุ้ยและนำมาตีแผ่เสนอเป็นข่าวติดต่อกันเป็นเวลาหลายวัน เพราะผู้อ่านให้ความสนใจ

๘. บุคคลสนใจ (Human Interest) เป็นข่าวที่ก่อให้เกิดความรู้สึกสะเทือนอารมณ์ ส่วนใหญ่มักเป็นข่าวอาชญากรรมที่ผู้อ่านสนใจอยากรู้สาเหตุที่แท้จริงเนื่องมาจากอะไร

๙. เพศ (Sex) เป็นธรรมชาติของมนุษย์มักให้ความสนใจเกี่ยวกับเพศ ทั้งเพศเดียวกันและต่างเพศ หรือความผิดปกติทางเพศ

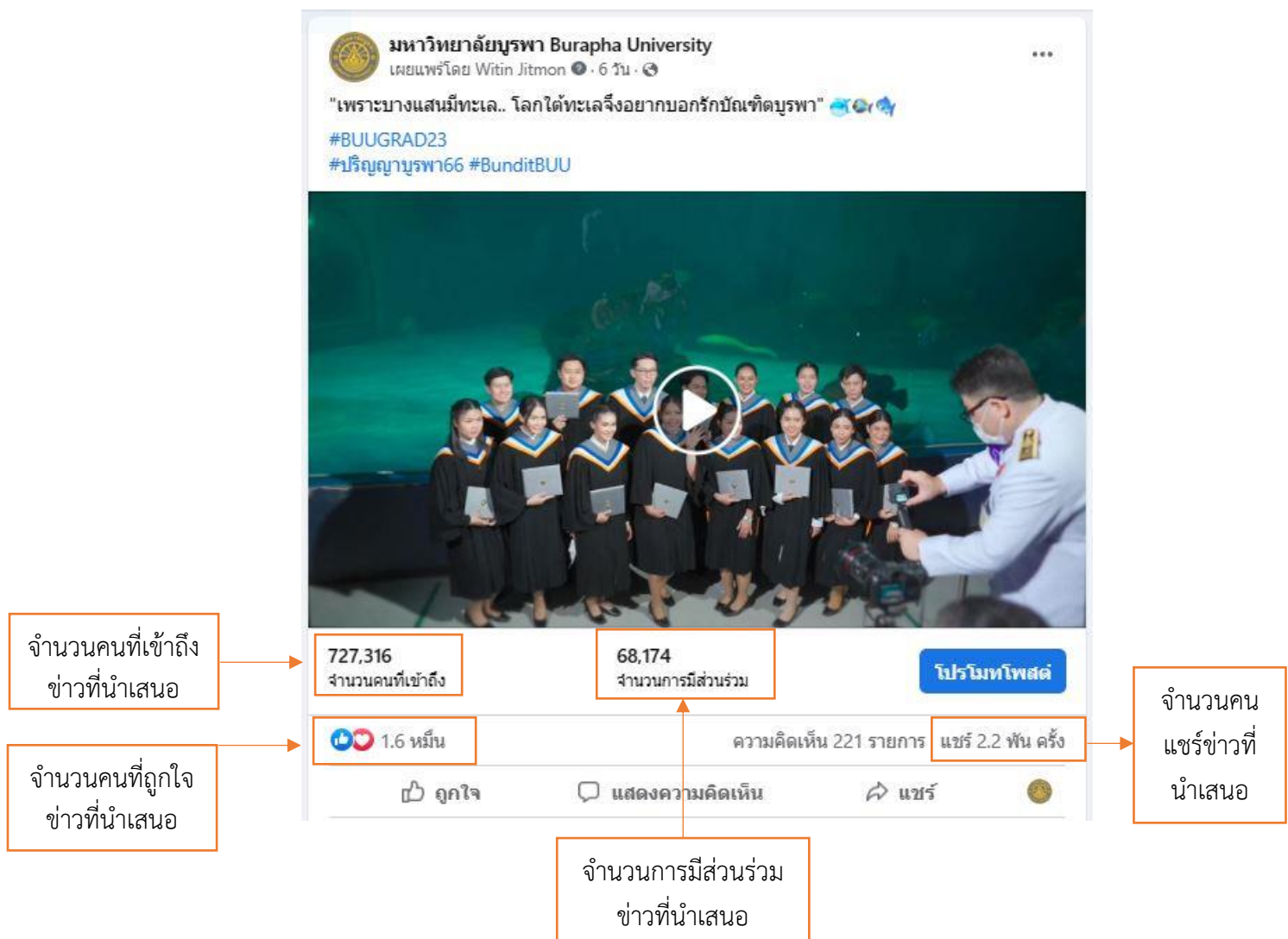
๑๐. ความขบขัน (Amusement) เป็นข่าวขบขันอาจจะเกิดจากการกระทำของตลกเองหรือ จากเหตุการณ์อื่น ๆ ที่ผู้อ่านเห็นแล้วเกิดอารมณ์ผ่อนคลาย

๑๑. ความเปลี่ยนแปลง (Change) คือสังคมมนุษย์ย่อมมีการเปลี่ยนแปลง อยู่เสมอ อาจเป็นความเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีหรือไม่ดีก็ได้ และมีผลกระทบต่อประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อม

๑๒. ความก้าวหน้า (Progress) คือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจากการค้นคว้าทดลองทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

ระบบติดตามและประเมินผล

เพื่อใช้เป็นตัวอย่างในการติดตามประเมินผลการดำเนินงาน ที่เกิดจากการเผยแพร่ข่าวของมหาวิทยาลัยบูรพา ในช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ได้แก่ เฟซ Facebook มหาวิทยาลัยบูรพา/ BUU The One Family / Instagram (IG) theonebuu และ เว็บไซต์ www.buu.ac.th สามารถติดตามและตรวจสอบผลตอบรับ (Feedback) พร้อมทั้งทำการสรุปวิเคราะห์ประเมินผลงานข่าวฯ ได้



ภาพที่ ๒๒: ตัวอย่างการติดตามและตรวจสอบผลการตอบรับของข่าวของ Facebook กรณีนำเสนอข่าวในรูปแบบวิดีโอ

มหาวิทยาลัยบูรพา Burapha University
 เผยแพร่โดย Chaiwat Konkitsuwan · 6 มีนาคม เวลา 17:46 น. · 🌐

"เพราะบางแสนมีทะเล.. โลกใต้ทะเลจึงอยากบอกรักบึงχειตบูรพา"
 📷 ภาพไฮไลต์ช่วงของการเดินแถวภายในโลกใต้ทะเล
 (สถาบันวิทยาศาสตร์ทางทะเล)
 พิธี... ดูเพิ่มเติม

จำนวนคนที่เข้าถึง
 ข่าวที่นำเสนอ

350,338
 จำนวนคนที่เข้าถึง

จำนวนคนที่ถูกใจ
 ข่าวที่นำเสนอ

95,987
 จำนวนการมีส่วนร่วม

จำนวนการมีส่วนร่วม
 ข่าวที่นำเสนอ

โปรโมทโพสต์

คุณ และ คนอื่นๆ อีก 4.2 พัน คน

ความคิดเห็น 118 รายการ

แชร์ 1.3 พัน ครั้ง

จำนวนคน
 แชร์ข่าวที่
 นำเสนอ

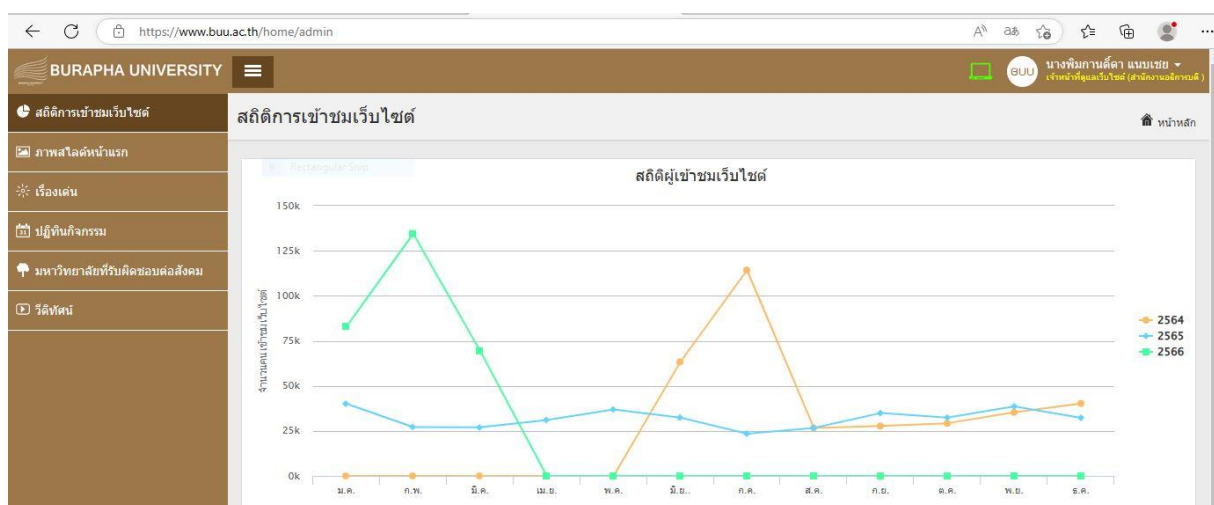
รักเลย

แสดงความคิดเห็น

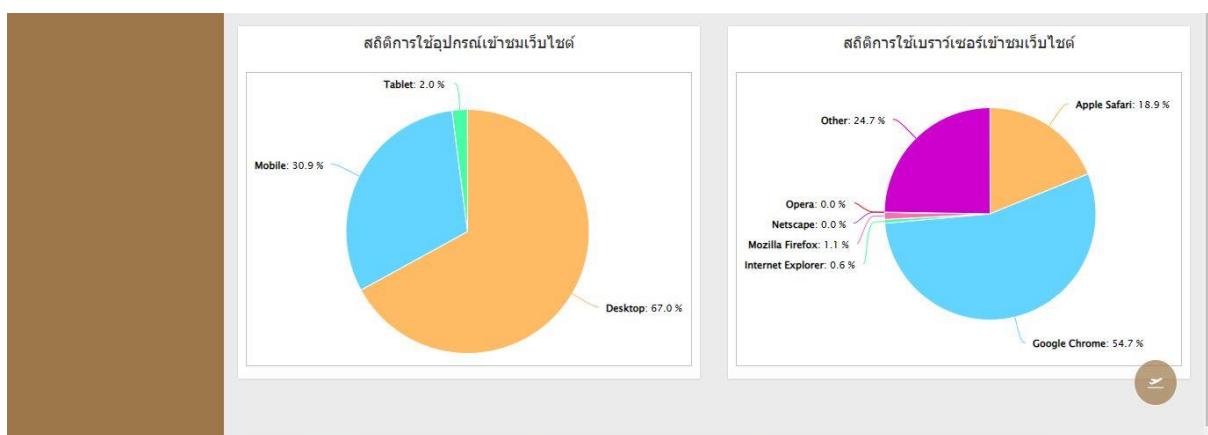
แชร์

ภาพที่ ๒๓: ตัวอย่างการติดตามและตรวจสอบผลการตอบรับของข่าวของ Facebook กรณีนำเสนอข่าวในรูปแบบภาพนิ่ง

Website



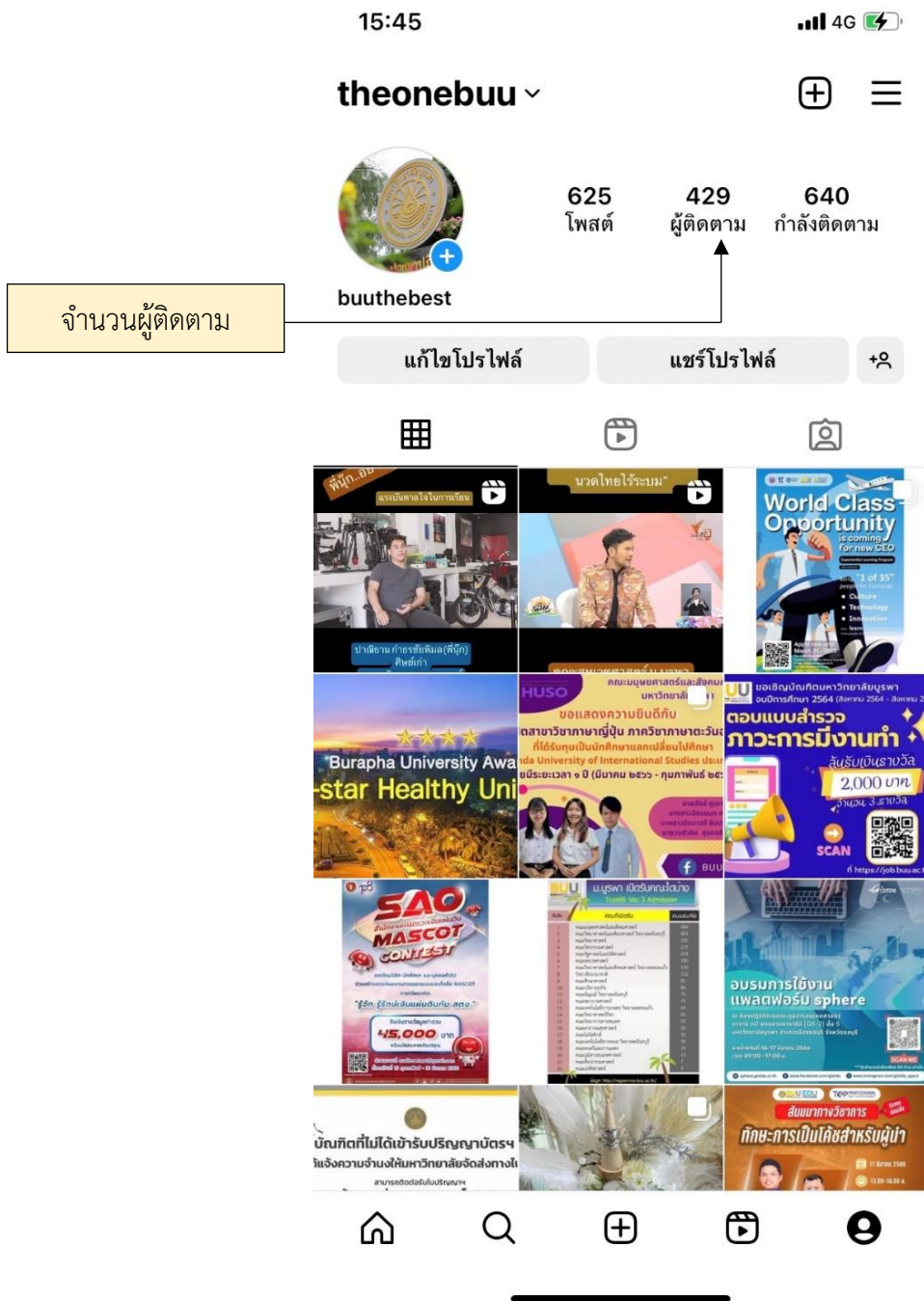
ภาพกราฟเส้นสถิติของผู้เข้าชมเว็บไซต์เป็นรายเดือน



ภาพกราฟวงกลมแบ่งเป็นเปอร์เซ็นต์รวมสถิติของผู้เข้าชมเว็บไซต์ผ่าน เครื่องมือ/อุปกรณ์หรือช่องทางในการเข้าชมเว็บไซต์

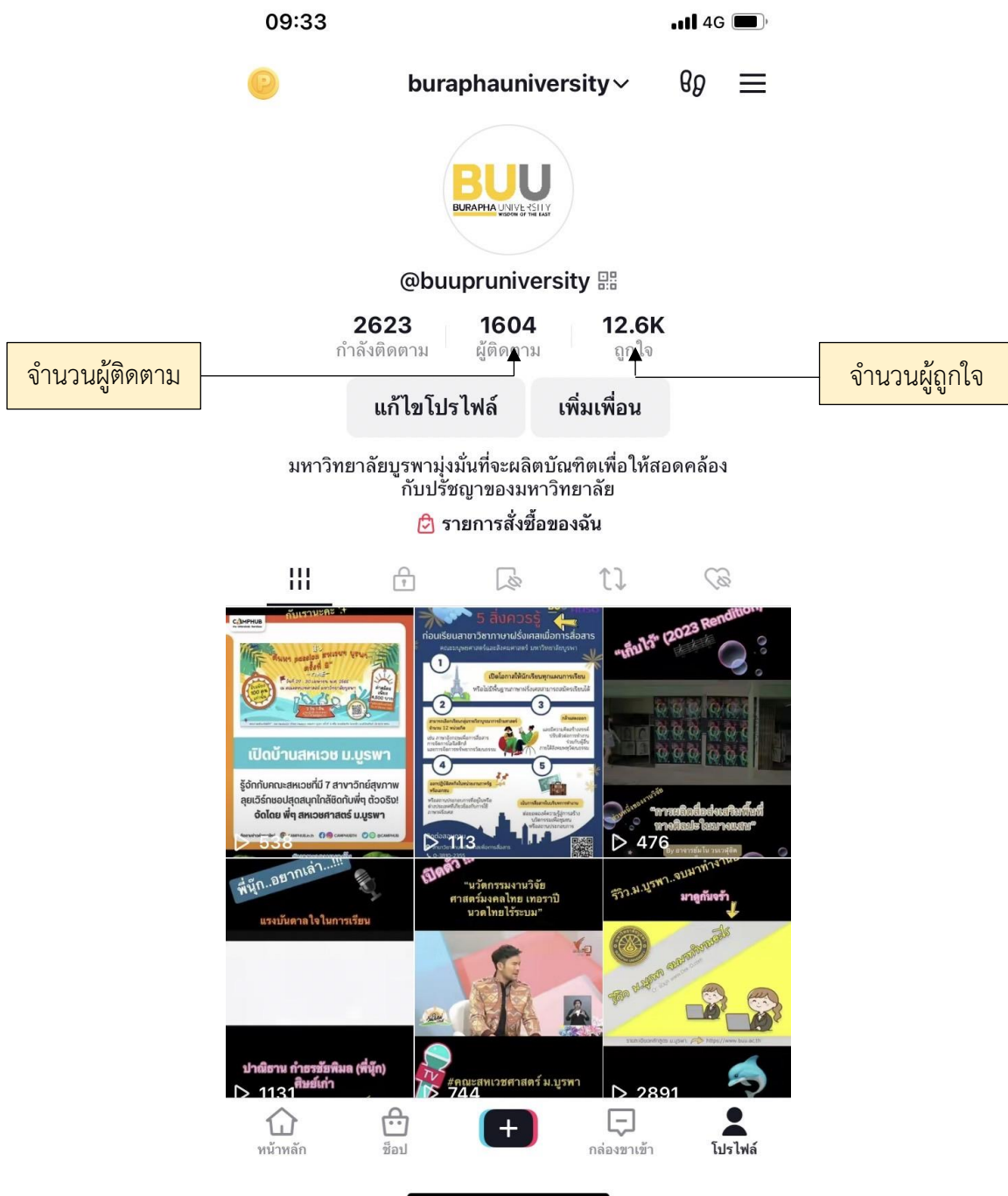
ภาพที่ ๒๔: ตัวอย่างการติดตามและตรวจสอบผลการตอบรับของข่าวในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยบูรพา

Instagram (IG)



ภาพที่ ๒๕: ตัวอย่างการติดตามและตรวจสอบผลการตอบรับของข่าวใน Instagram (IG) ของมหาวิทยาลัยบูรพา

Tiktok



ภาพที่ ๒๖: ตัวอย่างการติดตามและตรวจสอบผลการตอบรับของข่าวใน Tiktok ของมหาวิทยาลัยบูรพา

e-mail

การตอบกลับของอีเมล

ขอเชิญร่วมชมรมออนไลน์ หลักสูตร “สร้างสรรค์งานออกแบบกราฟิกง่าย ๆ ด้วย Canva” กลองจดหมาย x ↕ 🔒 📧

C Corporate Communication พ.ศ. 5 ม.ค. 10:35 ☆
เรียน ผู้ปฏิบัติงาน และนิสิตทุกท่าน ขอเชิญนิสิต อาจารย์ และบุคลากรมหาวิทยาลัยบูรพา เข้าร่วมชมรมออนไลน์ หลักสูตร “สร้างสรรค์งานออกแบบกราฟิกง่าย ๆ ด้วย Canva” ใหม่

W Worathum Pongseechompoo พ.ศ. 5 ม.ค. 16:33 ☆
ขออนุญาตทราบชื่อวิทยากรครับ

C Corporate Communication <corpcomm@go.buu.ac.th> ศ. 6 ม.ค. 09:11 ☆ ↩ ⋮
ถึง Worathum ▼
ทางสำนักคอมแจ้งมาว่า ตอนนี้งานจะเต็มแล้วค่ะ
ในวันที่ พ.ศ. 5 ม.ค. 2023 เวลา 16:33 Worathum Pongseechompoo <worathum@go.buu.ac.th> เขียนว่า:

↩ ตอบ ➡ ส่งต่อ

ขอเชิญนิสิตทำการประเมินการจัดการเรียนการสอน เทอมต้น 2565 กลองจดหมาย x ↕ 🔒 📧

C Corporate Communication อ. 4 ต.ค. 2022 11:35 ☆
เรียน นิสิตทุกท่าน มหาวิทยาลัยบูรพา ขอเชิญชวนนิสิตทำการประเมินการจัดการเรียนการสอน เทอมต้น 2565 ระหว่างวันที่ ๑ - ๓๑ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๕ 🌟 สามารถเข้าระบบประเมินประ

Alice Nutchayanit <64920013@go.buu.ac.th> อ. 18 ต.ค. 2022 16:17 ☆ ↩ ⋮
ถึง อ้น ▼
ประเมินแล้วค่ะ

↩ ตอบ ➡ ส่งต่อ

ภาพที่ ๒๗: ตัวอย่างการติดตามและตรวจสอบผลการตอบรับของข่าวใน e-mail ของมหาวิทยาลัยบูรพา

จากนั้นวิเคราะห์ว่าผลการตอบรับ ออกมาดี หรือไม่ดี ดังนี้ ผลการตอบรับดี ให้ดำเนินการกระตุ้นข่าว (Boot Post) ให้เป็นข่าวดังหรือทำให้เป็น Viral (ไวรัล)ที่กำลังเป็นกระแสหรือถูกพูดถึงในโลกออนไลน์อย่างแพร่หลาย ผลการตอบรับไม่ดี ให้ดำเนินการวางแผนตั้งรับในการแก้ปัญหาจัดการกระแสนั้น ทั้งนี้ให้ดำเนินการตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยบูรพาว่าด้วยหลักเกณฑ์การให้ข่าวของมหาวิทยาลัยบูรพา

บทที่ ๔


ปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไขและการพัฒนางาน

ตารางที่ ๔: ปัญหา อุปสรรคและความเสี่ยง พร้อมแนวทางการแก้ไขปัญหาและพัฒนางานในการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์

(การให้ข่าวของมหาวิทยาลัย ตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยบูรพาว่าด้วยหลักเกณฑ์การให้ข่าวของมหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. ๒๕๖๔)

พันธกิจหลัก การให้ข่าวของ มหาวิทยาลัย	ความเสี่ยง (เหตุการณ์ที่จะ เกิดขึ้น)	ปัจจัยเสี่ยง (สาเหตุ/ที่มาของ ความเสี่ยง)	ผลกระทบ/ ความสูญเสีย ที่อาจจะเกิดขึ้น	การประเมินความเสี่ยง				ระดับการยอมรับ		วิธีรับมือ/วิธีแก้ไข การจัดการความเสี่ยง และพัฒนางาน
				โอกาส	ผล กระทบ	ระดับความเสี่ยง		ยอมรับ ได้	ยอมรับ ไม่ได้	
						คะแนน	ระดับ			
๑. ข่าวเกี่ยวกับการประชุม หรือ ข่าวเกี่ยวกับกรณี อุกฉินเร่งด่วน	ผู้ปฏิบัติงานที่เป็น กลุ่มเป้าหมายไม่ทราบ การเผยแพร่ข่าว ประชาสัมพันธ์ กรณี ข่าวอุกฉินเร่งด่วน ในทันที	- การเผยแพร่ข่าวล่าช้า - ผู้ให้ข่าวไม่ได้รับ การประสานงานทันที จากหน่วยงานต้นเรื่อง - ผู้ให้ข่าวขาดการเสาะ แสวงหาข้อมูลทันทีใน กรณีที่เกิดเหตุอุกฉิน เร่งด่วนเพื่อแจ้งข่าวโดยเร็ว	- มหาวิทยาลัยไม่ได้รับ ความร่วมมือจากผู้ปฏิบัติ งานที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ในทันที - ผู้ปฏิบัติงานที่เป็นกลุ่ม เป้าหมาย ไม่ได้รับความ ช่วยเหลือทันทีจาก มหาวิทยาลัย	๒	๔	๘	สูง	-	✓	- ผู้ให้ข่าวต้องสร้างการ ทำงานเชิงรุก คอยเสาะ แสวงหาข้อมูลข่าวสารเพื่อ ตอบสนองกลุ่มเป้าหมาย ได้ทันทั่วทั้งที่ - แจ้งให้ผู้บังคับบัญชา ทราบทันทีเพื่อหาทาง แก้ไขต่อไป
๒. ข่าวเกี่ยวกับ นโยบายของ มหาวิทยาลัยบูรพา	ผู้ปฏิบัติงาน มหาวิทยาลัยมีความ เข้าใจนโยบายของ มหาวิทยาลัยไม่ถูกต้อง และคลาดเคลื่อนจาก การเผยแพร่ข่าว ประชาสัมพันธ์ออกไป	ผู้ให้ข่าววางแผนในการ สื่อสารประชาสัมพันธ์ หรือถ่ายทอดนโยบาย ของมหาวิทยาลัยผ่าน สื่อออนไลน์ ไม่ชัดเจน และไม่ตรงประเด็น	มหาวิทยาลัยอาจไม่ได้รับ ความร่วมมือหรือการมี ส่วนร่วมจากผู้ปฏิบัติงาน มหาวิทยาลัย เนื่องจาก ไม่เข้าใจนโยบายหรือ สิ่งที่ต้องปฏิบัติตาม กฎเกณฑ์	๒	๔	๘	สูง	-	✓	อธิการบดี หรือผู้ที่ อธิการบดีมอบหมายเป็น ผู้ให้ข่าว โดยจัดแถลง นโยบายในการประชุม หรือกิจกรรมของ มหาวิทยาลัย เพื่อให้เกิด ความเข้าใจ กระชับ และ ชัดเจนทันที

พันธกิจหลัก การให้ข่าวของ มหาวิทยาลัย	ความเสี่ยง (เหตุการณ์ ที่จะเกิดขึ้น)	ปัจจัยเสี่ยง (สาเหตุ/ที่มา ของความเสี่ยง)	ผลกระทบ/ความ สูญเสีย ที่อาจจะเกิดขึ้น	การประเมินความเสี่ยง				ระดับการยอมรับ		วิธีรับมือ/วิธีแก้ไข การจัดการความเสี่ยง และพัฒนางาน
				โอกาส	ผล กระทบ	ระดับความเสี่ยง		ยอมรับ ได้	ยอมรับ ไม่ได้	
						คะแนน	ระดับ			
๓. ข่าวที่เกี่ยวกับ การปฏิบัติงานประจำ หรือภารกิจที่ได้รับ มอบหมาย	การเผยแพร่ข่าว ประชาสัมพันธ์ของ คณะและหน่วยงาน ได้เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ ข่าวผ่านออนไลน์ ไม่หลากหลายช่องทาง สื่อออนไลน์	เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ของคณะ/หน่วยงานภายใน ไม่ได้สร้างช่องทางสื่อ การประชาสัมพันธ์ให้หลาก หลายมากกว่าช่องทางที่มี อยู่เดิม	ทำให้คณะและหน่วยงาน ยังไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ในสื่อออนไลน์ต่าง ๆ	๒	๓	๖	ปาน กลาง	✓	-	มหาวิทยาลัยจัดอบรม ผู้ปฏิบัติงานที่ทำหน้าที่ ประชาสัมพันธ์ และเป็น ผู้ให้ข่าวโดยอบรมเกี่ยวกับ ช่องทางการประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อออนไลน์ให้ครอบคลุม ทุกช่องทาง
๔. ข่าวในลักษณะ วิชาการ ซึ่งสมควร เผยแพร่แก่ผู้ปฏิบัติ งานในมหาวิทยาลัย นิสิต และประชาชน ทั่วไป	ข่าวเกี่ยวกับผลงาน หรือข่าวเกี่ยวกับ คณาจารย์และบุคลากร ได้รับรางวัล หรือมี ผลงานเชิงประจักษ์ต่อ สาธารณะชน ไม่ได้รับ การเผยแพร่หรือ ประชาสัมพันธ์ในวง กว้างเท่าที่ควร	คณะหรือหน่วยงานยัง ขาดการติดตาม หรือสร้าง แรงจูงใจในการนำเสนอ ผลงานของผู้ปฏิบัติงาน สายวิชาการและสาย สนับสนุนวิชาการ เพื่อนำ ผลงานดังกล่าวมาเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ให้ สาธารณชนได้รับทราบ อีกทั้งเป็นภาพลักษณ์ที่ดี ต่อคณะ/หน่วยงาน และมหาวิทยาลัยต่อไป	ทำให้ภาพลักษณ์ของ คณะ/หน่วยงาน และ มหาวิทยาลัย มีผลงาน ทางวิชาการของผู้ปฏิบัติ งานสายวิชาการและ สายสนับสนุนวิชาการ ออกสู่สาธารณชน น้อยเกินไป	๒	๓	๖	ปาน กลาง	✓	-	คณะ/หน่วยงาน ควรสร้าง ระบบติดตามผลงานของ บุคลากร โดยให้เป็นรางวัล แก่ผู้ปฏิบัติงานสายวิชา การและสายสนับสนุน วิชาการ ในการนำผลงาน มาเสนอให้กับคณะ/ หน่วยงาน เพื่อนำผลงาน มาเผยแพร่ข่าวสื่อออนไลน์ ไปสู่สาธารณชนในวงกว้าง ต่อไป

พันธกิจหลัก การให้ข่าวของ มหาวิทยาลัย	ความเสี่ยง (เหตุการณ์ที่จะ เกิดขึ้น)	ปัจจัยเสี่ยง (สาเหตุ/ที่มาของ ความเสี่ยง)	ผลกระทบ/ความ สูญเสีย ที่อาจจะเกิดขึ้น	การประเมินความเสี่ยง				ระดับการยอมรับ		วิธีรับมือ/วิธีแก้ไข การจัดการความเสี่ยง และพัฒนางาน
				โอกาส	ผล กระทบ	ระดับความเสี่ยง		ยอมรับ ได้	ยอมรับ ไม่ได้	
						คะแนน	ระดับ			
๕. ข่าวที่อาจกระทบ ต่อชื่อเสียง หรือที่ อาจก่อให้เกิด ความเสียหายต่อ มหาวิทยาลัย และส่วนงานของ มหาวิทยาลัย	มีการประท้วงหรือ เรียกร้องความเป็น ธรรม หรือไม่ยอมรับ และไว้วางใจมหาวิทยาลัย จากข่าวที่เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ออกไป หรือข่าวที่พบเห็นใน สื่อออนไลน์ โดยอาจ เกิดจากกลุ่มคนบาง จำพวกที่ไม่หวังดีกับ มหาวิทยาลัย เนื่องจาก เป็นข่าวที่ก่อให้เกิด ความเสียหายต่อ มหาวิทยาลัยและ ส่วนงาน	การแปลความของนโยบาย การบริหารจัดการของ มหาวิทยาลัยไปในทิศทาง ที่เสื่อมเสีย อันเกิดจาก ความเข้าใจที่ไม่ถ่องแท้ หรือกิจกรรมที่มีภาพ หรือ คลิปวิดีโอเสียงอันตราย หรือการกระทำความผิด ของผู้ปฏิบัติงานหรือนิสิต ของมหาวิทยาลัยบูรพา	ภาพลักษณ์ของข่าว ที่ก่อให้เกิดความเสียหาย ต่อมหาวิทยาลัยออกไป สู่สาธารณชน ก่อให้เกิด ภาพลักษณ์ที่ไม่ดี และทัศนคติที่ไม่ดีต่อ มหาวิทยาลัย ส่งผลให้ ไม่ได้รับการยอมรับ หรือ ความไม่ไว้วางใจ รวมถึง การไม่ได้รับความร่วมมือ ต่าง ๆ จากประชาชน ทั่วไป ผู้ปฏิบัติงานหรือ นิสิตของมหาวิทยาลัย บูรพา ในบางกลุ่ม	๔	๕	๒๐	สูง มาก	-		อธิการบดีหรือหัวหน้า ส่วนงานที่อธิการบดี มอบหมาย หรือเจ้าหน้าที่ ประชาสัมพันธ์ของส่วน งานจะเป็นผู้ให้ข่าวทันที โดยจัดให้มีการแถลงข่าว แบบเร่งด่วน จากนั้น เชิญสื่อมวลชนทุกแขนง มาร่วมรับฟังการแถลง ข่าว เพื่อให้ได้รับทราบ ข้อเท็จจริงกลับไป

ตารางที่ ๕: ตารางเกณฑ์ระดับความเสี่ยงและแนวทางการดำเนินการตามระดับความเสี่ยง

ค่าระดับความเสี่ยง	ระดับความเสี่ยง	มาตรการจัดการ
๑ - ๒ = ๑ - ๓ คะแนน	ต่ำ (Low) (น้อย / น้อยมาก)	ระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้โดยไม่ต้องมีมาตรการควบคุมความเสี่ยง ไม่ต้องการจัดการเพิ่มเติม
๓ = ๔ - ๗ คะแนน	ปานกลาง (Medium)	ระดับความเสี่ยงที่พอยอมรับได้ แต่ต้องมีการควบคุม เพื่อป้องกันไม่ให้ความเสี่ยงเคลื่อนย้ายไปยังระดับที่ยอมรับไม่ได้
๔ = ๘ - ๑๔ คะแนน	สูง (High)	ระดับความเสี่ยงที่ไม่สามารถยอมรับได้โดยมีการควบคุมและติดตามอย่างใกล้ชิด เพื่อให้ความเสี่ยงลดลงและป้องกันไม่ให้ความเสี่ยงเคลื่อนย้ายไปยังระดับสูงมาก
๕ = ๑๕ - ๒๕ คะแนน	สูงมาก (Extreme)	ระดับความเสี่ยงที่ไม่สามารถยอมรับได้จำเป็นต้องเร่งจัดการความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ทันที (ต้องทำแผนการบริหารความเสี่ยง)

แนวทางการแก้ไขปัญหาและการพัฒนางาน

ข้อปฏิบัติในการให้ข่าวของมหาวิทยาลัยบูรพา (เพิ่มเติมจกตารางความเสี่ยงด้านบ) ดังนี้
(การให้ข่าวของมหาวิทยาลัย ตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยบูรพาว่าด้วยหลักเกณฑ์การให้ข่าวของมหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. ๒๕๖๔)

๑. การให้ข่าวต้องระมัดระวังการให้ข่าวในเรื่องที่เกี่ยวกับคำสั่งให้ปฏิบัติหน้าที่อันเป็นระเบียบภายในและคำสั่งหรือระเบียบการใด ๆ ที่ถือเป็นความลับ และเพื่อให้เกิดความชัดเจนเป็นประโยชน์ในการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนทุกแขนง และไม่เกิดความคลาดเคลื่อนของข่าวจากความจริงควรจัดเตรียมเอกสารข่าวที่สามารถเปิดเผยได้ประกอบการให้ข่าวด้วย

๒. การให้ข่าวของมหาวิทยาลัยนั้น ควรปฏิบัติตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. ๒๕๕๐ และที่แก้ไขเพิ่มเติม

๓. การให้ข่าวของมหาวิทยาลัย ต้องจัดทำอย่างมีแบบแผนและสอดคล้องกับระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๓ และที่แก้ไขเพิ่มเติม โดยมีการมอบหมายให้เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์รับผิดชอบดำเนินงาน

๔. การเขียนข่าว บริการข่าวสาร หรือการเผยแพร่เนื้อหาที่เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยสู่สาธารณชนสามารถทำได้ โดยผู้เขียนที่มีหน้าที่รับผิดชอบ และการให้ข่าวและบริการข่าวสารของมหาวิทยาลัยจะต้องอยู่ภายในขอบเขตของกฎหมายหรือระเบียบที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้เนื้อหานั้นต้องไม่ทำให้เกิดความเสียหายแก่มหาวิทยาลัย บุคคลใด หรือหน่วยงานใด การดำเนินการตามวรรคหนึ่งให้หัวหน้าส่วนงานยื่นเรื่องพร้อมบท (Script) และเนื้อหาที่จะนำเสนอต่องานประชาสัมพันธ์ สำนักงานอธิการบดีโดยตรง เพื่อพิจารณาและเสนอความเห็นต่อผู้บังคับบัญชาตามลำดับชั้น จนถึงอธิการบดี หรือผู้ที่อธิการบดีมอบหมายให้ความเห็นชอบก่อนการดำเนินการ ทั้งนี้ให้คำนึงถึงภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของมหาวิทยาลัยเป็นสำคัญ และไม่ว่ากรณีใด ๆ เมื่อให้ข่าวหรือบริการข่าวสารแล้วให้รายงานอธิการบดีหรือผู้ที่อธิการบดีมอบหมายทราบทันที เว้นแต่อธิการบดีจะสั่งเป็นอย่างอื่น

๕. เมื่อมีข่าวอันอาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่มหาวิทยาลัยหรือทางราชการเกิดขึ้นให้หัวหน้าส่วนงานที่เกี่ยวข้องกับข่าวนั้น ๆ รีบดำเนินการสอบสวนข้อเท็จจริง แล้วให้รายงานผลให้อธิการบดีทราบโดยเร็ว

๖. ให้มีผู้มีหน้าที่รับผิดชอบการให้ข่าวของมหาวิทยาลัย พิจารณาให้ข่าวรอบคอบ โดยเลือกใช้สื่อมวลชนตามความเหมาะสม ทั้งนี้เพื่อธำรงไว้ซึ่งภาพลักษณ์ที่ดีและความน่าเชื่อถือทางสังคมของมหาวิทยาลัยเป็นสำคัญ และเพื่อมิให้เกิดความเข้าใจผิด ขัดแย้งกับหน่วยงานอื่นหรือทัศนคติไม่ดีต่อมหาวิทยาลัย กรณีที่มีข่าวของมหาวิทยาลัยขัดแย้งกัน หรือขัดแย้งกับหน่วยงานอื่นให้งานประชาสัมพันธ์ สำนักงานอธิการบดี พิจารณาประสานการปฏิบัติกับผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อยุติข้อขัดแย้งแล้ว ให้รายงานอธิการบดีทราบโดยเร็ว พร้อมชี้แจงให้ผู้ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัย นิสิต และประชาชนทั่วไปทราบ

๗. การให้ข่าวของมหาวิทยาลัย ให้กระทำที่มหาวิทยาลัย หรือสถานที่อื่นที่เหมาะสม ทั้งนี้โดยคำนึงถึงผลที่จะได้รับเป็นสำคัญ

๘. การให้ข่าวของมหาวิทยาลัย โดยคลาดเคลื่อนไปจากความจริง หรือไม่ถือปฏิบัติตามข้อบังคับนี้ ซึ่งก่อให้เกิดหรืออาจก่อให้เกิดความเสียหายหรือเสื่อมเสียแก่มหาวิทยาลัย เกิดความเข้าใจผิดหรือเกิดความแตกความสามัคคีในมหาวิทยาลัย ให้ถือว่าเป็นความผิดทางวินัย

บรรณานุกรม

- กนกนุช นวกุลจิตมัน, วพินชลี เปรมบุตร, กนกวรรณ ชูประเสริฐ, และ จิระประภา นิมานะ. (๒๕๖๒, สิงหาคม). *คู่มือการจัดทำเอกสารเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ กรมชลประทาน*. ส่วนพัฒนาทรัพยากรบุคคล กรมชลประทาน.
http://person.rid.go.th/kmpln2019/upload_folder/1567593562181_NEW_Work_Manual.pdf
- กนกวรรณ วรรณเกตุ. (๒๕๖๓, ๓ เมษายน). *สรุป!! ขั้นตอน แนวทางสร้างสรรค์วิดีโอให้เป็นที่นิยมในช่องทาง TIKTOK*. STEPS Academy.
<https://stepstraining.co/social/how-to-be-famous-video-creator-in-tiktok>
- กฤษณพงศ์ เลิศบำรุงชัย. (๒๕๖๕, ๑๐ กุมภาพันธ์). การเขียนสตอรี่บอร์ด (Storyboard). Touch Point. <https://touchpoint.in.th/storyboard-video-production/>
- กฤษดา พรหมณพิทักษ์, ยศระวี วายทองคำ, และ ศศิพรรณ บิลมาโนชญ์. (๒๕๖๓). การนำเสนอข่าวและจรรยาบรรณของนักสื่อสารมวลชนที่นำเสนอข่าวผ่านเว็บไซต์ข่าวออนไลน์. *วารสารรามคำแหง ฉบับบัณฑิตวิทยาลัย*, ๓(๒), ๑๐๙-๑๒๓.
- กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้วยการใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) (๒๕๖๒). สำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา.
<https://dl.parliament.go.th/backoffice/viewer2300/web/viewer.php>
- กองกายภาพและสิ่งแวดล้อม วิทยาเขตหาดใหญ่ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. (ม.ป.ป). *เกณฑ์การประเมินความเสี่ยง*. <https://pse.psu.ac.th/attachments/article/265/เกณฑ์การประเมินความเสี่ยง.pdf>
- กองบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคล มหาวิทยาลัยบูรพา. (๒๕๖๔, ๑๒ มกราคม). *Templet คู่มือการปฏิบัติงาน*
http://personnel.buu.ac.th/documentall.php?menu_id=27&doctp_id=
- การปฏิบัติงาน (SOP) กระบวนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผลงาน หรือกิจกรรมการดำเนินงานของบุคลากร สถาบันพัฒนาสุขภาพเขตเมือง (ม.ป.ป.).
https://mwi.anamai.moph.go.th/th/sop-flowchart-6-2563/download?id=80704&mid=36179&mkey=m_document&lang=th&did=25928
- กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (๒๕๖๓, ๑๒ ตุลาคม). *พระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. ๒๕๕๐*. <https://www.mhesi.go.th/index.php/all-legal/74-act/2173-afgd.html>

- กองกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยบูรพา. (๒๕๖๖, ๑๕ มิถุนายน). *ข้อบังคับมหาวิทยาลัยบูรพาว่าด้วยหลักเกณฑ์การให้ข่าวของมหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. ๒๕๖๔*. <https://rb.gy/v0caq>
- กองแผนงาน มหาวิทยาลัยบูรพา. (๒๕๖๖, ๔ เมษายน). *ประกาศมหาวิทยาลัยบูรพา ที่ สกม. ๐๐๐๒/๒๕๖๔ เรื่อง นโยบายการบริหารความเสี่ยงของมหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. ๒๕๖๔*. <https://rb.gy/4ipxj>
- คิง ก๊อปปีไรท์ติ้ง. (๒๕๖๔, ๑๑ มิถุนายน). *คอนเทนต์ (Content) คืออะไร? สำคัญอย่างไร สร้างคอนเทนต์แบบไหนให้ถูกใจผู้อ่าน*. <https://kingcopywriting.com/what-is-content/>
- ชนิตา รอดห้อย. (๒๕๖๓). ข่าวในยุคสื่อดิจิทัล. *วารสารปาริชาติ มหาวิทยาลัยทักษิณ*, ๓๓(๒), ๑๖ - ๓๓.
- ณัฐพัชร์ ไพศาลธนภักดิ์. (๒๕๕๙). *การพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์ฝึกอบรมเรื่องการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ตสำหรับบุคลากรสายสนับสนุน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา*. [วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา]. Burapha University Library. https://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/54921206.pdf
- ทรงยศ บัวเพื่อน. (๒๕๖๐). *บทบาทสื่อมวลชนในยุค คสช. กับการส่งเสริมประชาธิปไตยให้ประชาชนในภาคตะวันออก. ภาควิชานิเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา*. https://buuir.buu.ac.th/xmlui/bitstream/handle/1234567890/1982/2563_076.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- เทรนด์สุดร้อนแรงต่อเนื่องถึง ๒ ปี! เมื่อ Edutainment เข้ามายกระดับการเรียนรู้สู่การพัฒนาตนเองของคน Gen ใหม่กับ TikTokUni (๒๕๖๕, ๑๙ พฤษภาคม). ThaiPR.NET. <https://newsroom.tiktok.com/th-th/edutainment-tiktok-uni-2nd-anniversary-Thailand>
- นโยบายการบริหารความเสี่ยงของมหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. ๒๕๖๔, ประกาศมหาวิทยาลัยบูรพา ที่ สกม. ๐๐๒/๒๕๖๔
- นลินรัตน์ อ่ำช้าง. (๒๕๖๔). *การรับรู้ข่าวสารประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยบูรพาในมุมมองของนิสิต*. [วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา]. Burapha University Library. https://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/54921206.pdf
- นวรรตน์ ลีคนากุล. (๒๕๖๓). *ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการสื่อสารทางการตลาด ของธุรกิจผ่านแอปพลิเคชัน TikTok*. [การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. ThaiLIS Digital Collection. <file:///C:/Users/Dell/Downloads/9926navarat.pdf>

- นิตยา วิศิษฐ์รัตนกุล. (๒๕๖๐). *แนวทางการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรของสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี* [การค้นคว้าอิสระศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร]. DSpace at Silpakorn University.
<http://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/bitstream/123456789/1422/1/56257314.pdf>
- โพสต์รูป ลงรูปเวลาไหนดี ฉบับ Facebook, Instagram และ TikTok อัปเดต ๒๐๒๓ (๒๕๖๖, ๒๗ มกราคม). Anga. <https://anga.co.th/marketing/when-to-post-on-social-media-2023/>
- โพสต์เนื้อหา ใส่เพลงอย่างไรไม่ละเมิดลิขสิทธิ์บน TikTok เหล่าครีเอเตอร์ควรรู้อะไรบ้าง” อัปเดต ๒๐๒๓ (๒๕๖๖, ๒๘ เมษายน) (<https://www.tumwai.com/tips/2327.html>)
- มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม. (ม.ป.ป.). *การแบ่งประเภทข่าว*.
http://courseware.npru.ac.th/admin/files/20201016095313_b8bd6dd0b2a0651ce0f557994a557d1a.pdf
- วรรณภา สุวรรณพงษ์ (๒๕๖๓). *การเขียนข่าวและจัดทำข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร. กองกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร*.
<https://ga.kpru.ac.th/pdf/m012.pdf>
- เว็บคอนเทนต์. (๒๕๖๖, ๑๓ มกราคม). *เลือกโพสต์บนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียเวลาไหนดี? อัปเดตล่าสุดปี ๒๐๒๓*. Relevantaudience.
<https://www.relevantaudience.com/th/when-is-the-best-time-to-post-on-social-media-platforms/>
- สตอรี่บอร์ดคืออะไร และจะช่วยคุณสร้างวิดีโอให้ดีขึ้นได้อย่างไร (ม.ป.ป.). Dropbox.
<https://experience.dropbox.com/th-th/resources/what-is-a-storyboard>
- สมาคมนักข่าวหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย. (๒๕๖๖, ๑๙ มกราคม). *TikTok ๒๐๒๓ สำนักข่าวปรับตัวอย่างไรกับการเผยแพร่ข่าวในแพลตฟอร์มยอดนิยม*.
<https://tja.or.th/view/news/1444439>
- สมาคมผู้ดูแลเว็บไซต์และสื่อออนไลน์ไทย. (ม.ป.ป.). *เว็บไซต์ (Website) คืออะไร?*.
<https://www.webmaster.or.th/website>
- สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน). (๒๕๖๔, ๒๙ มิถุนายน). *TikTok เทรนด์แพลตฟอร์มที่มาแรงบนโลกออนไลน์*.
<https://www.okmd.or.th/okmd-kratooktomkit/4174/>
- หน่วยงานกรุงเทพมหานคร. (๒๕๖๕). *เกณฑ์การประเมินความเสี่ยง*.
https://webportal.bangkok.go.th/public/user_files_editor/98/O_ITA-2565/O36-2565.pdf
- อลงกรณ์ รัตตะเวทิน. (๒๕๖๔). *แนวทางการพัฒนาการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. วารสารนิเทศศาสตร์ปริทัศน์, ๒๕(๒), ๓๖-๕๑*.
- ออยUdy. (๒๕๖๑, ๘ กุมภาพันธ์). *องค์ประกอบและคุณค่าของข่าว*.
<https://judy-love-you.blogspot.com>

ภาคผนวก ก

ตัวอย่างแบบฟอร์มบันทึกข้อความ / ใบบอกข่าว BUU NEWS

แบบฟอร์มขอใช้บริการด้านการประชาสัมพันธ์

กองกลาง มหาวิทยาลัยบูรพา

หมายเลขโทรศัพท์ ๐๓๘-๑๐๒-๒๒๒ ภายใน ๒๑๒๐-๓

วันที่...../...../.....

เวลา.....น.

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ประชาสัมพันธ์ข่าว / สื่อประชาสัมพันธ์ / ผลิตภัณฑ์ปฏิบัติงาน

เรียน ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายบริหารภาพลักษณ์องค์กร

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว)..... ตำแหน่ง.....

สังกัด ภาควิชา/งาน.....เบอร์โทรติดต่อ..... e-mail

มีความประสงค์จะให้ดำเนินการประชาสัมพันธ์ : โครงการ ().....

ประเภทข่าว การศึกษา วิชาการ กิจกรรมของนิสิต บุคคลที่ได้รับรางวัล สรรหา/รับสมัครต่าง ๆ อื่น ๆ.....

จัดขึ้นในวันที่.....เวลา.....ณ.ห้อง.....อาคาร.....

กลุ่มเป้าหมาย... ผู้ปฏิบัติงานมหาวิทยาลัย นิสิต บุคคลภายนอก อื่น ๆ.....

ดังรายการต่อไปนี้ (ทั้งนี้ขอความกรุณาแนบสำเนาโครงการมาด้วย) (ท่านสามารถ / ได้มากกว่า ๑ ข้อ)

- ประชาสัมพันธ์ข่าว บนหน้า Website มหาวิทยาลัยบูรพา
- ประชาสัมพันธ์ข่าว บนจอ LED ของมหาวิทยาลัยบูรพา
- ประชาสัมพันธ์ข่าว Facebook มหาวิทยาลัยบูรพา/Buu the one family
- ประชาสัมพันธ์ข่าว Instagram (IG) มหาวิทยาลัยบูรพา
- ประชาสัมพันธ์ข่าว Tiktok มหาวิทยาลัยบูรพา
- ประชาสัมพันธ์ข่าว e-mail Staff / Student

ขอความอนุเคราะห์การปฏิบัติงานดังนี้

- บันทึกภาพนิ่ง บันทึกภาพวิดีโอ ตัดประกาศ

 อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

 ออกแบบและผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ (แผ่นป้าย) งาน.....ขนาด..... ออกแบบและผลิตสื่อวิดีโอ เรื่อง..... ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เช่น

- แผ่นพับ โปสเตอร์ ป้ายไว้นิล ปกวารสาร Banner หน้าเว็บไซต์

 อื่นๆโปรดระบุ.....จำนวน.....ชุด

โดยขอรับสื่อประชาสัมพันธ์ในวันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและพิจารณาดำเนินการตามข้างต้นต่อไป

ลงชื่อ.....

(.....)

ผู้แจ้ง / ผู้ขอรับบริการ/ผู้รับผิดชอบโครงการ

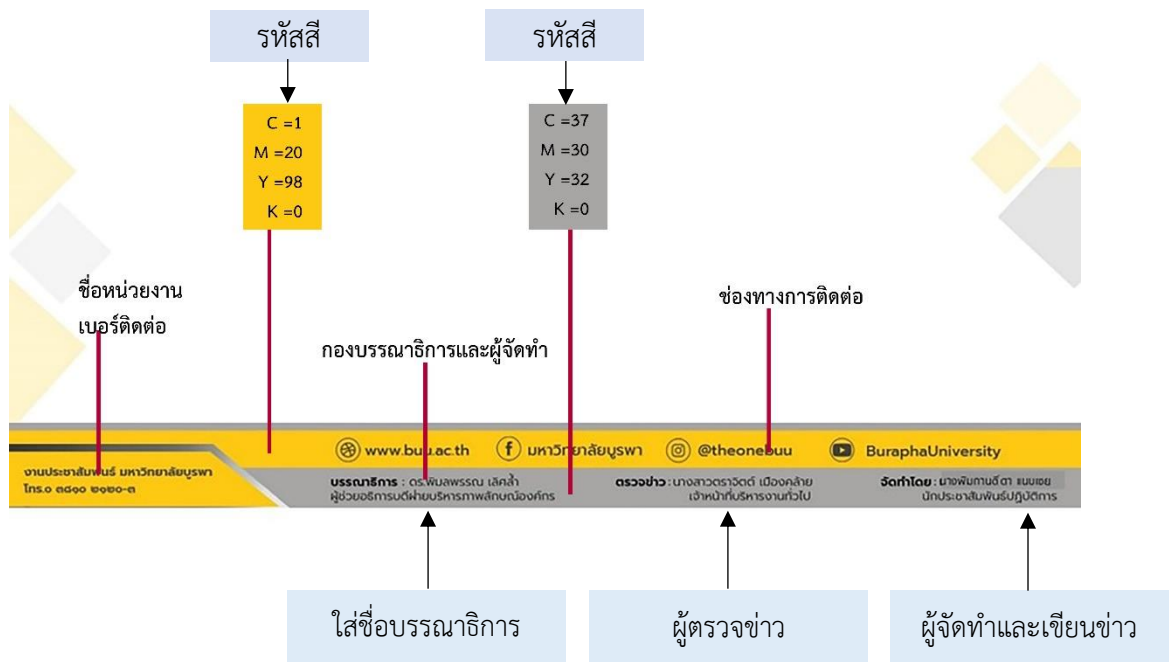
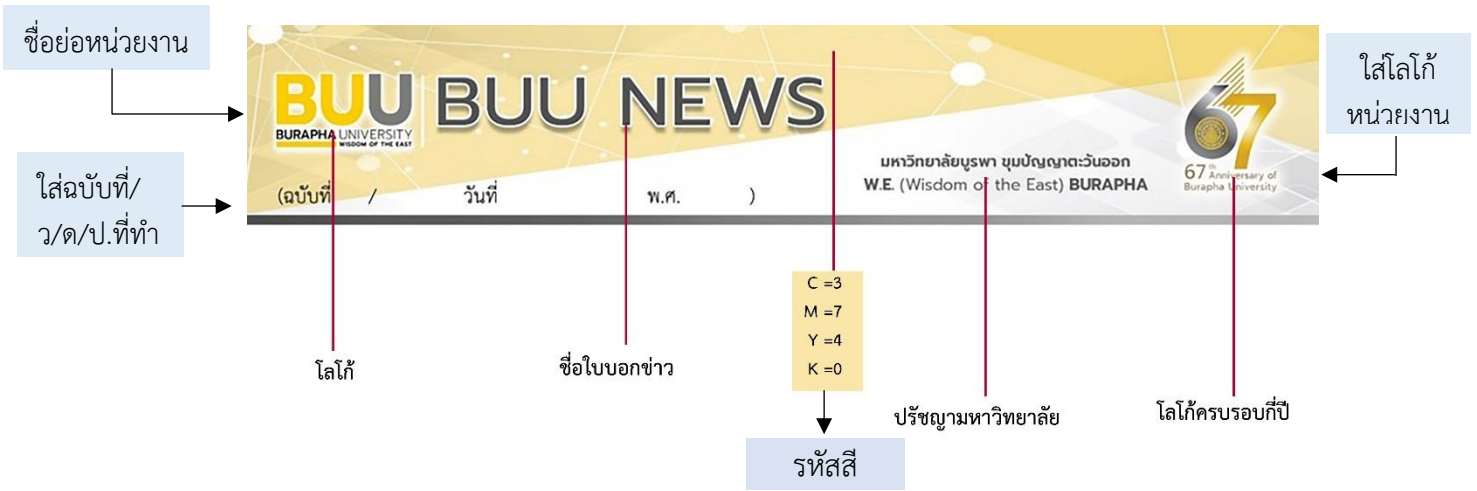
 อนุมัติ ไม่อนุมัติ

ลงชื่อ.....

(.....)

ภาพที่ ๒๘: แบบฟอร์มการเขียนข่าวที่กำหนด

แม่แบบหัวกระดาษ/ ท้ายกระดาษในใบบอกข่าว



ภาพที่ ๒๙: แบบฟอร์มการเขียนข่าวที่กำหนดและรหัสสี่ในโปรแกรมการออกแบบ

ตัวอย่าง StoryBoard BUU NEWS

1 ม.บูรพา..จับมือ..กรมราชทัณฑ์ “..คืนคนดีสู่สังคม..”
 ในพิธีลงนามบันทึกความเข้าใจ (MOU)
 ด้านการพัฒนาพฤตินิสัยผู้ต้องขัง
 ระหว่างมหาวิทยาลัยบูรพา กับกรมราชทัณฑ์



ใบพิธีลงนามบันทึกความเข้าใจ (MOU) ด้านการพัฒนาพฤตินิสัยผู้ต้องขัง
 ระหว่างมหาวิทยาลัยบูรพา กับกรมราชทัณฑ์

เขียนพาดหัวข่าวให้น่าสนใจ

ใส่สีพร้อมเลือกชนิดตัวอักษรและกรอบ
ของพาดหัวข่าวให้โดดเด่นน่าสนใจ



เลือกภาพที่สื่อประเด็นสำคัญของข่าว



นำภาพที่เลือกกับพาดหัวข่าวที่ทำไว้แล้วนำมารวมกันภาพ



ใส่ภาพประธานเปิดงานมาเป็นภาพแรก
พร้อมเขียนข้อความตำแหน่งได้ภาพ



ใส่ภาพคนสำคัญที่เกี่ยวข้องเป็นภาพที่ 2
พร้อมเขียนข้อความตำแหน่งได้ภาพ



9 ทั้งนี้ การลงนามดังกล่าว รองศาสตราจารย์ ดร.วิชรินทร์
 กาสลัก อธิการบดีมหาวิทยาลัยบูรพา เป็นประธานลงนาม
 ฝ่ายมหาวิทยาลัยบูรพา นายอายุตม์ สินธพพันธุ์ อธิบดีกรม
 ราชทัณฑ์ เป็นประธานลงนามฝ่ายกรมราชทัณฑ์ พร้อมด้วย
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรหมิ์ พิมานันธุ์ศรี คณบดีคณะ
 บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา และผู้บริหารหัวหน้าส่วน
 งานมหาวิทยาลัยบูรพา และผู้บริหารกรมราชทัณฑ์ ให้เกียรติ
 เข้าร่วมในพิธีลงนามครั้งนี้ด้วย

8 มหาวิทยาลัยบูรพา โดยคณะบริหารธุรกิจ จัดพิธีลงนามบันทึกความเข้าใจ
 (MOU) ด้านการพัฒนาพฤตินิสัยผู้ต้องขัง ระหว่างมหาวิทยาลัยบูรพากับกรมราชทัณฑ์
 เมื่อวันที่ ๑๙ กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๕ ณ ห้องประชุม ๕๐๓ ชั้น ๕ สำนักงานอธิการบดี
 (อาคาร ภปร) มหาวิทยาลัยบูรพา ซึ่งการลงนามบันทึกความเข้าใจ (MOU) ในครั้งนี้
 ที่สองหน่วยงานได้มีพันธะสัญญาในการร่วมกันพัฒนากระบวนการด้านพฤตินิสัยผู้ต้องขัง
 ให้มีประสิทธิภาพในการถ่ายทอดองค์ความรู้เสริมสร้างวิชาชีพ สร้างนวัตกรรมใหม่ๆ
 ที่จะเป็นการพัฒนาตัวร่างกายและจิตใจผู้ต้องขังให้เป็นผู้มีสุขภาวะที่ดี รวมถึงสร้าง
 จัดสำนึกให้กับผู้ต้องขังไม่มีพฤติกรรมซ้ำแล้วซ้ำอีก สอดคล้องยุทธศาสตร์ สร้าง
 ความปลอดภัยให้แก่สังคม อีกทั้งยังให้สังคมได้ยอมรับและให้ออกาสกับผู้ที่พ้นโทษ
 ถือเป็นการเห็นคุณค่าผู้ต้องขัง อีกทั้งยังเป็นการต่อยอดอาชีพที่ยั่งยืนให้กับ
 ผู้ต้องขังได้มีอนาคตที่ดีในการรับใช้ท้องถิ่น สังคม และประเทศชาติต่อไป

ลำดับถัดมาใส่ข่าวพาดหัวเนื้อหาสำคัญอันดับรอง (Second Interest) และรายละเอียดเสริม(Detail) เป็นประเด็นสุดท้าย
 คือ นำประเด็นที่มีความสำคัญรองมาเขียนเรียงตามลำดับความ
 สำคัญจากมากไปหาน้อย เช่น ใคร อะไร เมื่อไหร่ ที่ไหนและอย่างไร

(ภาพ: นายไวยิน จิตมัน นักประชาสัมพันธ์ กองกลาง ม.บูรพา)

ใส่เครดิตภาพหรือข้อมูลที่นำมาจากที่อื่น(ถ้ามี)
ตรงส่วนท้ายของเนื้อข่าวทั้งหมด

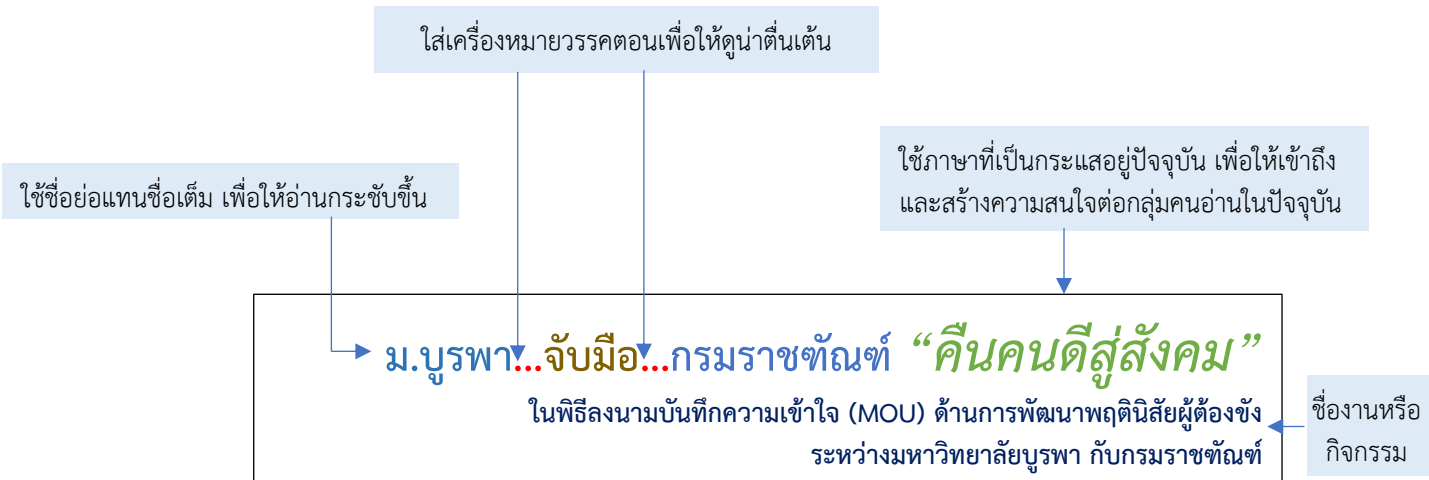
ภาพที่ ๓๐: ตัวอย่าง Storyboard BUU NEWS (แบบเต็ม)

บรรทัดแรก

ขนาดของหัวข้อของตัวอักษรในบรรทัดแรกจะต้องขนาดใหญ่ประมาณ ๑๘ หรือ ๒๐ สลับกับบางข้อความที่มีขนาดเล็กกว่านิดหน่อยเพื่อดึงดูดสายตาผู้อ่าน ส่วนบรรทัดรองลงมาที่เป็นชื่อกิจกรรมหรือชื่อโครงการฯ ขนาดตัวอักษรจะต้องปกติคือขนาด ๑๖ เพราะจะได้ไม่แข่งกับอักษรบรรทัดแรก และสีของบรรทัดแรกกับบรรทัดรอง ต้องเป็นสีที่ดูน่าตื่นตื้นตันตาตื่นใจให้กระทบต่อความรู้สึกของผู้อ่าน



การพาดหัวข่าว



ภาพที่ ๓๑: การพาดหัวข่าว (แบบเต็ม)

ตัวอย่างข่าวในแม่แบบหัวกระดาษ/ ท้ายกระดาษในใบบอกข่าวที่สมบูรณ์ จาก Story Board BUU NEWS ด้านบน

BUU NEWS BURAPHA UNIVERSITY WISDOM OF THE EAST

มหาวิทยาลัยบูรพา ขุขันธ์ภูมิจังหวัดอุดรธานี W.E. (Wisdom of the East) BURAPHA 67th Anniversary of Burapha University

ฉบับที่ ๑๕๓/๒๕๖๕ วันที่ ๓๙ กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๕

BUU ม.บูรพา..จับมือ..กรมราชทัณฑ์ “..คืนคนดีสู่สังคม..”

ในพิธีลงนามบันทึกความเข้าใจ (MOU) ด้านการพัฒนาพฤตินิสัยผู้ต้องขัง ระหว่างมหาวิทยาลัยบูรพา กับกรมราชทัณฑ์

รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิตร กาสลัก อธิการบดีมหาวิทยาลัยบูรพา พิธีลงนามบันทึกความเข้าใจ (MOU) ด้านการพัฒนาพฤตินิสัยผู้ต้องขัง นายายุตม์ สินธพพันธุ์ อธิบดีกรมราชทัณฑ์

มหาวิทยาลัยบูรพา โดยคณะบริหารธุรกิจ จัดพิธีลงนามบันทึกความเข้าใจ (MOU) ด้านการพัฒนาพฤตินิสัยผู้ต้องขัง ระหว่างมหาวิทยาลัยบูรพากับกรมราชทัณฑ์ เมื่อวันที่ ๓๙ กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๕ ณ ห้องประชุม ๔๐๓ ชั้น ๔ สำนักงานอธิการบดี (อาคาร ภปร) มหาวิทยาลัยบูรพา ซึ่งการลงนามบันทึกความเข้าใจ (MOU) ในครั้งนี้ ทั้งสองหน่วยงานได้มีพันธะสัญญาในการร่วมกันพัฒนากระบวนการด้านพฤตินิสัยผู้ต้องขังใหม่ประสิทธิภาพในการถ่ายทอดองค์ความรู้เสริมสร้างวิชาชีพ สร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ที่จะเป็นการพัฒนาตัวร่างกายและจิตใจผู้ต้องขังให้เป็นผู้มีคุณภาพที่ดี รวมถึงสร้างจิตสำนึกให้กับผู้ต้องขังไม่มีพฤติกรรมทำผิดซ้ำอีก ลดการเกิดอาชญากรรม สร้างความปลอดภัยให้แก่สังคม อีกทั้งเพื่อให้สังคมได้ยอมรับและให้โอกาสกับผู้พ้นโทษ ถือเป็นภารกิจที่มีคุณค่าสูงส่งอีกทั้งเพื่อเป็นการต่อยอดอาชีพที่ยั่งยืนให้กับผู้ต้องขังได้มีอนาคตที่ดีในการรับใช้ท้องถิ่น สังคม และประเทศชาติต่อไป

ทั้งนี้การลงนามดังกล่าว รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิตร กาสลัก อธิการบดีมหาวิทยาลัยบูรพา เป็นประธานลงนามฝ่ายมหาวิทยาลัยบูรพา นายายุตม์ สินธพพันธุ์ อธิบดีกรมราชทัณฑ์ เป็นประธานลงนามฝ่ายกรมราชทัณฑ์ พร้อมด้วยผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรณิ พิมานันต์ศรี คณบดีคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา และผู้บริหาร หัวหน้าส่วนงาน มหาวิทยาลัยบูรพา และผู้บริหารกรมราชทัณฑ์ ให้เกียรติเข้าร่วมในพิธีลงนามครั้งนี้ด้วย (ภาพ: นายไวฑูร จิตมั่น นักประชาสัมพันธ์ กองกลาง ม.บูรพา)

ใช้อักษร Th
ThaisarabanPSK
ขนาด ๑๖

Lead
Body และ
ช่วงทิ้งท้าย

ภาพที่ ๓๒: BUU NEWS (แบบเต็ม)

ภาคผนวก ข

ข้อบังคับมหาวิทยาลัยบูรพา ว่าด้วยหลักเกณฑ์การให้ข่าวของมหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. ๒๕๖๔



ข้อบังคับมหาวิทยาลัยบูรพา
ว่าด้วยหลักเกณฑ์การให้ข่าวของมหาวิทยาลัยบูรพา
พ.ศ. ๒๕๖๔

โดยที่เป็นการสมควรปรับปรุงข้อบังคับมหาวิทยาลัยบูรพา ว่าด้วยหลักเกณฑ์การให้ข่าวของมหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. ๒๕๕๘

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๒๑ (๒) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. ๒๕๕๐ ประกอบกับมติคณะกรรมการบริหารมหาวิทยาลัยบูรพา ในการประชุม ครั้งที่ ๓/๒๕๖๔ เมื่อวันที่ ๒ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๔ สภามหาวิทยาลัยบูรพา ในการประชุม ครั้งที่ ๒/๒๕๖๔ เมื่อวันที่ ๒๒ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๔ จึงออกข้อบังคับไว้ ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ ข้อบังคับนี้เรียกว่า “ข้อบังคับมหาวิทยาลัยบูรพา ว่าด้วยหลักเกณฑ์การให้ข่าวของมหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. ๒๕๖๔”

ข้อ ๒ ข้อบังคับนี้ให้มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศเป็นต้นไป

ข้อ ๓ ให้ยกเลิก ข้อบังคับมหาวิทยาลัยบูรพา ว่าด้วยหลักเกณฑ์การให้ข่าวของมหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. ๒๕๕๘

ข้อ ๔ ในข้อบังคับนี้

“มหาวิทยาลัย” หมายความว่า มหาวิทยาลัยบูรพา

“อธิการบดี” หมายความว่า อธิการบดีมหาวิทยาลัยบูรพา

“หัวหน้าส่วนงาน” หมายความว่า หัวหน้าส่วนงานตามมาตรา ๙ (๓) และ (๔) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. ๒๕๕๐

“เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์” หมายความว่า ผู้ได้รับมอบหมายจากอธิการบดีให้ดำเนินการในการให้ข่าว บริการข่าวสาร และวางแผนดำเนินการทางด้านการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างมหาวิทยาลัยกับผู้ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัย นิสิต ประชาชนทั่วไป และสื่อมวลชน รวมทั้งการเสนอแนะและให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการดำเนินงานทางด้านการประชาสัมพันธ์

“ผู้ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัย” หมายความว่า พนักงานมหาวิทยาลัย ข้าราชการและลูกจ้างของส่วนราชการซึ่งปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัย และให้หมายความรวมถึงพนักงานตามภารกิจ

“นิสิต” หมายความว่า นิสิตมหาวิทยาลัยบูรพา และหมายความรวมถึง นักเรียนโรงเรียนสาธิต “พิบูลบำเพ็ญ”

“ข่าวของมหาวิทยาลัย” หมายความว่า ข่าวหรือข้อเท็จจริงของมหาวิทยาลัย หรือเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัย

- ๒ -

“การให้ข่าวของมหาวิทยาลัย” หมายความว่า การแจกจ่าย เผยแพร่ แลกเปลี่ยน ข่าวของมหาวิทยาลัย และให้หมายความรวมถึงการให้สัมภาษณ์แก่สื่อมวลชน และการพูดออกอากาศทางวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และการนำข่าวของมหาวิทยาลัยเข้าสู่ระบบสารสนเทศหรือสื่อสังคมออนไลน์ทุกประเภท เพื่อให้ความรู้และสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ผู้ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัย นิสิต และประชาชนทั่วไป อันก่อให้เกิดผลดีต่อมหาวิทยาลัยและประเทศชาติ

“การบริการข่าวสาร” หมายความว่า การแจกจ่ายและเผยแพร่ข่าวสาร ข้อมูลหรือข้อเท็จจริงของมหาวิทยาลัย ทางวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ระบบสารสนเทศ หรือสื่อสังคมออนไลน์ทุกประเภท เพื่อให้เป็นความรู้และสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ผู้ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัย นิสิต และประชาชนทั่วไป อันก่อให้เกิดผลดีต่อมหาวิทยาลัยและประเทศชาติ

“สื่อมวลชน” หมายความว่า หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ สำนักข่าว สำนักข่าวสารหรือสื่ออื่น ๆ ที่ไปถึงมวลชน โดยให้หมายรวมถึงสื่อสังคมออนไลน์ทุกประเภทด้วย

“ผลงานทางวิชาการ” หมายความว่า เอกสารหรือหลักฐานใด ๆ ที่สร้างขึ้นจากการศึกษาค้นคว้า รวบรวม เรียบเรียง วิเคราะห์หรือสังเคราะห์ ซึ่งแสดงถึงความชำนาญการหรือความเชี่ยวชาญในการสอนหรือการนิเทศ การทำวิจัย การบริการวิชาการ หรือการบริหารสถานศึกษาของผู้จัดทำผลงาน และได้นำไปใช้ในการแก้ปัญหา พัฒนางานในหน้าที่ พัฒนาคุณภาพจัดการศึกษา และเป็นประโยชน์ต่อความก้าวหน้าทางวิชาการ

ข้อ ๕ การให้ข่าวของมหาวิทยาลัย ให้มีผู้รับผิดชอบ ดังนี้

(๑) ข่าวที่เกี่ยวกับการประชุม หรือข่าวที่เกี่ยวกับกรณีฉุกเฉินเร่งด่วน ให้ผู้ที่ได้รับมอบหมายจากอธิการบดีเป็นผู้ให้ข่าว

(๒) ข่าวที่เกี่ยวกับนโยบายของมหาวิทยาลัย ให้อธิการบดี หรือผู้ที่อธิการบดีมอบหมายเป็นผู้ให้ข่าว

(๓) ข่าวที่เกี่ยวกับการปฏิบัติงานประจำหรือภารกิจที่ได้รับมอบหมาย ให้อธิการบดีหรือหัวหน้าส่วนงานที่อธิการบดีมอบหมาย หรือเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของส่วนงานเป็นผู้ให้ข่าว

(๔) ข่าวในลักษณะวิชาการ ซึ่งสมควรเผยแพร่แก่ผู้ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัย นิสิต และประชาชนทั่วไป ให้เจ้าของผลงานวิชาการ หรือหัวหน้าส่วนงาน เป็นผู้ให้ข่าว

(๕) ข่าวที่อาจกระทบต่อชื่อเสียง หรือที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อมหาวิทยาลัยและส่วนงานของมหาวิทยาลัย ให้อธิการบดีหรือหัวหน้าส่วนงานที่อธิการบดีมอบหมาย หรือเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของส่วนงานเป็นผู้ให้ข่าว

ห้ามมิให้ผู้ใดที่มิใช่ผู้รับผิดชอบตามวรรคหนึ่งให้ข่าวของมหาวิทยาลัยโดยเด็ดขาด และให้พึงระมัดระวังการกระทำใด ๆ ในการเผยแพร่ข้อความ ภาพถ่าย หรือภาพเคลื่อนไหว ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของมหาวิทยาลัย

ข้อ ๖ การให้ข่าวต้องระมัดระวังการให้ข่าวในเรื่องที่เกี่ยวกับคำสั่งให้ปฏิบัติหน้าที่ อันเป็นระเบียบภายในและคำสั่งหรือระเบียบการใด ๆ ที่ถือเป็นความลับ และเพื่อให้เกิดความชัดเจน เป็นประโยชน์ในการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนทุกแขนง และไม่เกิดความคลาดเคลื่อนของข่าวจากความจริง ควรจัดเตรียมเอกสารข่าวที่สามารถเปิดเผยได้ประกอบการให้ข่าวด้วย

ข้อ ๗ การให้ข่าวของมหาวิทยาลัยนั้น ควรปฏิบัติตามพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. ๒๕๔๐ และที่แก้ไขเพิ่มเติม

- ๓ -

ข้อ ๘ การให้ข่าวของมหาวิทยาลัย ต้องจัดทำอย่างมีแบบแผนและสอดคล้องกับระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๕๓ และที่แก้ไขเพิ่มเติม โดยมีการมอบหมายให้เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์รับผิดชอบดำเนินงาน

ข้อ ๙ การเขียนข่าว บริการข่าวสาร หรือการเผยแพร่เนื้อหาที่เกี่ยวกับมหาวิทยาลัย ผู้สารณะสามารถกระทำได้ โดยผู้เขียนที่มีหน้าที่รับผิดชอบ และการให้ข่าวและบริการข่าวสารของมหาวิทยาลัยจะต้องอยู่ภายในขอบเขตของกฎหมายหรือระเบียบที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ เนื้อหาต้องไม่ทำให้เกิดความเสียหายแก่มหาวิทยาลัย บุคคลใด หรือหน่วยงานใด

การดำเนินการตามวรรคหนึ่งให้หัวหน้าส่วนงานยื่นเรื่องพร้อมบท (Script) และเนื้อหาที่จะนำเสนอต่องานประชาสัมพันธ์ สำนักงานอธิการบดีโดยตรง เพื่อพิจารณาและเสนอความเห็นต่อผู้บังคับบัญชาตามลำดับชั้นจนถึงอธิการบดีหรือผู้ที่อธิการบดีมอบหมายให้ความเห็นชอบก่อนดำเนินการ ทั้งนี้ให้คำนึงถึงภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของมหาวิทยาลัยเป็นสำคัญ และไม่ว่ากรณีใด ๆ เมื่อให้ข่าวหรือบริการข่าวสารแล้ว ให้รายงานอธิการบดีหรือผู้ที่อธิการบดีมอบหมายทราบทันที เว้นแต่อธิการบดีจะสั่งเป็นอย่างอื่น

ข้อ ๑๐ เมื่อมีข่าวอันอาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่มหาวิทยาลัยหรือทางราชการเกิดขึ้น ให้หัวหน้าส่วนงานที่เกี่ยวข้องกับข่าวนั้น ๆ รับผิดชอบสอบสวนข้อเท็จจริงทันที แล้วให้รายงานผลให้อธิการบดีทราบโดยเร็ว

ข้อ ๑๑ ให้ผู้มีหน้าที่รับผิดชอบการให้ข่าวของมหาวิทยาลัย พิจารณาให้ข่าวรอบคอบ โดยเลือกใช้สื่อมวลชนตามความเหมาะสม ทั้งนี้เพื่อธำรงไว้ซึ่งภาพลักษณ์ที่ดีและความน่าเชื่อถือทางสังคมของมหาวิทยาลัยเป็นสำคัญ และเพื่อมิให้เกิดความเข้าใจผิด ขัดแย้งกับหน่วยงานอื่น หรือทัศนคติที่ไม่ดีต่อมหาวิทยาลัย

ในกรณีที่มีข่าวของมหาวิทยาลัยขัดแย้งกัน หรือขัดแย้งกับหน่วยงานอื่น ให้งานประชาสัมพันธ์ สำนักงานอธิการบดี พิจารณาประสานการปฏิบัติกับผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อยุติข้อขัดแย้ง แล้วให้รายงานอธิการบดีทราบโดยเร็ว พร้อมชี้แจงให้ผู้ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัย นิสิต และประชาชนทั่วไปทราบ


ข้อ ๑๒ การให้ข่าวของมหาวิทยาลัย ให้กระทำที่มหาวิทยาลัย หรือสถานที่อื่นที่เหมาะสม ทั้งนี้ โดยคำนึงถึงผลที่จะได้รับเป็นสำคัญ

ข้อ ๑๓ การให้ข่าวของมหาวิทยาลัย โดยคลาดเคลื่อนไปจากความจริง หรือไม่ถือปฏิบัติตามข้อบังคับนี้ ซึ่งก่อให้เกิดหรืออาจก่อให้เกิดความเสียหายหรือเสื่อมเสียแก่มหาวิทยาลัย เกิดความเข้าใจผิด หรือเกิดความแตกความสามัคคีในมหาวิทยาลัย ให้ถือว่าเป็นความผิดทางวินัย

ข้อ ๑๔ ให้อธิการบดีรักษาการตามข้อบังคับนี้ และให้มีอำนาจออกคำสั่ง หลักเกณฑ์และแนวปฏิบัติต่าง ๆ เพิ่มเติม เพื่อดำเนินการให้เป็นไปตามข้อบังคับนี้

ในกรณีที่ความในข้อบังคับนี้มีได้ระบุไว้หรือมีปัญหาเกี่ยวกับการปฏิบัติตามข้อบังคับนี้ ให้อธิการบดีเป็นผู้มีอำนาจวินิจฉัยชี้ขาด และคำวินิจฉัยของอธิการบดีให้ถือเป็นที่สุด

ประกาศ ณ วันที่ ๒ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๔


(รองศาสตราจารย์สุมนต์ สกลไชย)
นายกสภามหาวิทยาลัยบูรพา

- ๔ -

หมายเหตุ :- เหตุผลในการประกาศใช้ข้อบังคับมหาวิทยาลัยบูรพา ว่าด้วยหลักเกณฑ์การให้ข่าวของมหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. ๒๕๖๔ คือ เพื่อให้การสื่อสารเป็นไปด้วยความเรียบร้อย บุคลากรและประชาชนทั่วไปได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์และถูกต้องตรงกัน ชำรงไว้ซึ่งภาพลักษณ์ที่ดีต่อมหาวิทยาลัย สร้างความเชื่อมั่นและเชื่อศรัทธาแก่ประชาชนในการให้ความร่วมมือกับมหาวิทยาลัย และเพื่อให้การบริหารงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อย จึงจำเป็นต้องออกข้อบังคับนี้