

# คู่มือ...การปฏิบัติงานกลุ่มอำนาจการ



งานผลิตข่าว  
และเผยแพร่  
ข้อมูล  
ข่าวสาร

นางสาวเรวดี รุสรอด  
นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษ



## คำนำ

การเสริมสร้างภาพลักษณ์และการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารขององค์กร เป็นกลยุทธ์สำคัญ ในการประชาสัมพันธ์ การดำเนินงานของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 14 ไปสู่สาธารณชน ให้มีความรู้ ความเข้าใจที่ ถูกต้องเกี่ยวกับการดำเนินงานของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 14 อันจะนำมาซึ่ง การมีส่วนร่วม ของทุกภาคส่วน นอกจากนี้ ยังเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ตลอดจนเป็น ช่องทางในการ สื่อสารระหว่างบุคลากรในองค์กร

คู่มือการปฏิบัติงาน “การผลิตและการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร” ประกอบด้วยเนื้อหาที่เกี่ยวกับขอบเขตของ กระบวนการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ตั้งแต่การวางแผน การดำเนินการผลิต การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และ การติดตาม ประเมิน และสรุปผล รวมไปถึงการกำหนดรูปแบบขั้นตอนเป็นการดำเนินการเป็น Work Flow งานประชาสัมพันธ์ หวังเป็นอย่างยิ่งว่า คู่มือฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ สามารถ เพิ่มคุณภาพและประสิทธิภาพของงานได้เป็นอย่างดี

งานประชาสัมพันธ์  
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 14

# สารบัญ

	หน้า
คำนำ	
สารบัญ	
ความเป็นมาและความสำคัญของการประชาสัมพันธ์	1
วัตถุประสงค์	1
ขอบเขตการดำเนินงาน	1
คำจำกัดความและความหมายของการประชาสัมพันธ์	2
ขั้นตอนกระบวนการผลิตข่าวและการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์	6
Work Flow ขั้นตอนกระบวนการผลิตข่าวและการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์	9

# คู่มือการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์

“งานผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร”

นางสาวเรวดี จุลรอด

นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษ

กลุ่มอำนวยการ สพม.14

## ความเป็นมาและความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์

ในปัจจุบันเทคโนโลยีทางการสื่อสารและสื่อสังคมออนไลน์ มีบทบาทสำคัญต่อการสื่อสาร รวมถึงการประชาสัมพันธ์องค์กร เป็นการสื่อสารสองทาง (Two way Communication) ที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ เป็นกลยุทธ์สำคัญในการประชาสัมพันธ์ การดำเนินงานของหน่วยงาน การถ่ายทอดนโยบายไปสู่การปฏิบัติเกิดประโยชน์ต่อการบริหารจัดการ การสร้างการรับรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง ทั้งต่อบุคคลภายในองค์กรและสาธารณชน อันจะนำมาซึ่งภาพลักษณ์ที่ดี การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐและเอกชน รวมถึงประชาชนทั่วไป อีกทั้งสอดคล้องกับการดำเนินการที่เป็นไปตามมาตรฐานป้องกันการทุจริต โดยการเปิดเผยข้อมูลที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ รับฟังความคิดเห็น และข้อร้องเรียน ผ่านช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ นำไปสู่การปฏิบัติราชการที่สุจริต เป็นประโยชน์ต่อสังคม

## วัตถุประสงค์

- เพื่อใช้เป็นคู่มือแนวทางในการดำเนินการผลิตและเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ ของเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานด้านการประชาสัมพันธ์
- เพื่อเป็นมาตรฐานการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์

## ขอบเขตการดำเนินงาน

ขอบเขตของการจัดทำคู่มือการผลิตและการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเป็นการรวบรวมความรู้ ขั้นตอนปฏิบัติงานด้านการผลิตและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 14 โดยมีกระบวนการขั้นตอนตั้งแต่ การวางแผนการผลิตข่าว ดำเนินการผลิตข่าว การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และการติดตาม ประเมิน สรุปผล

## คู่มือการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ “งานผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร”

### คำจำกัดความและความหมายของการประชาสัมพันธ์

**ภาพลักษณ์ (Image)** ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพขององค์กร สถาบัน หรือหน่วยงานในความรู้สึกของประชาชนที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นผลมาจากพฤติกรรมต่าง ๆ ของหน่วยงานที่ประชาชนได้รับรู้นั้นๆ โดยการเกิดภาพลักษณ์ต้องใช้ระยะเวลาที่ยาวนาน ในการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์ควรศึกษาถึงลักษณะของภาพลักษณ์ การเกิดภาพลักษณ์ และประเภทของภาพลักษณ์ ให้เข้าใจอย่างถ่องแท้ สามารถกำหนดรายละเอียดต่าง ๆ ในแผนประชาสัมพันธ์ได้อย่าง ถูกต้อง

**การวางแผนประชาสัมพันธ์ (The public relations plan)** การวางแผนประชาสัมพันธ์ หมายถึง การกำหนดวิธีขององค์กร สถาบัน หน่วยงาน อย่างมีเหตุผล เพื่อให้เป็นแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ การวางแผนนี้เป็นขั้นตอนที่กระทำต่อจากการวิเคราะห์วิจัย ดังนั้น นักประชาสัมพันธ์ควรทราบถึงสาเหตุของปัญหาที่หน่วยงาน ต้องเผชิญอยู่ และทำที่ ทิศนคติต่างๆ ของ ประชาชน กลุ่มเป้าหมาย แล้วจึงนำข้อมูลที่ได้ ไปกำหนดรายละเอียดกิจกรรมต่างๆ ในแผนการประชาสัมพันธ์ ให้สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง และที่สำคัญต้องมีกิจกรรมที่เป็นกลยุทธ์ขับเคลื่อนตามยุทธศาสตร์ในเรื่องการ เสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรนั้นๆ ด้วย การวางแผนการประชาสัมพันธ์จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญมากในการทำงานด้าน การสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้สำเร็จตามเป้าหมาย

**การประชาสัมพันธ์ (Public Relation)** การประชาสัมพันธ์ หรือ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้น ส่วนหนึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อชักจูงประชามติ (Public opinion) ด้วยวิธีการติดต่อสื่อสาร (Communication) เพื่อให้กลุ่มประชาชนเป้าหมาย (Target publics) เกิดมีความรู้ความเข้าใจและมีความรู้สึกที่ดีต่อหน่วยงาน องค์กร หรือสถาบัน การประชาสัมพันธ์ จึงมิใช่เป็นเพียงแค่ งานเผยแพร่ (Publicity) แต่งานประชาสัมพันธ์เป็นงาน ทั้งศาสตร์และศิลป์ ในเชิงสร้างสรรค์ ที่ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน เป็นงานส่งเสริมความเข้าใจอันดีและสร้างสัมพันธ์ภาพระหว่างหน่วยงาน องค์กร หรือสถาบัน กับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง โดยยึดถือหลักความจริงและประโยชน์ร่วมกันทั้งสองฝ่าย

**การประชาสัมพันธ์** เป็นงานในระดับนโยบายที่องค์กร สถาบันทุกประเภท ต่างนำงานด้านการประชาสัมพันธ์ ไปใช้กับองค์กรหรือสถาบันของตนอย่างกว้างขวางแพร่หลาย โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์ อันดีระหว่างหน่วยงานของตนกับประชาชน เพื่อป้องกันการเข้าใจผิด ตลอดจนการลดสาเหตุแห่งความขัดแย้งต่าง ๆ รวมทั้งการใช้การประชาสัมพันธ์ เพื่อสนับสนุนนโยบายและการดำเนินงานขององค์กร สถาบัน เสริมสร้างและรักษา ชื่อเสียง ความนิยมความเชื่อถือศรัทธา และความร่วมมือ สนับสนุนจากประชาชนที่พึงมีต่อหน่วยงานของตน

**การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์** เป็นการเขียนที่แตกต่างจากเขียนประเภทอื่นๆ เนื่องจากมีวัตถุประสงค์ ที่แตกต่างจากการเขียนทั่วไป การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์นั้นมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ประชาชนเป้าหมายเกิดความรู้ วัตถุประสงค์พื้นฐานมี 7 ประการ คือ

## คู่มือการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ “งานผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร”

- 1) การเขียนเพื่อบอกกล่าวให้เข้าใจเพื่อให้ได้รับรู้ว่าจะทำอะไร ทำอย่างไร เมื่อใด เพื่ออะไร เพราะอะไร ที่ไหน เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบ
- 2) การเขียนเพื่อให้ประชาชนยอมรับ เป็นการเขียนโน้มน้าวใจ ชักจูงให้ประชาชนคล้อยตาม โดยยก ส่วนดีให้เห็นชัดเจน และใช้ภาษาให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
- 3) การเขียนเพื่อมิให้เกิดความเข้าใจผิด
- 4) การเขียนเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี
- 5) การแก้ไขเพื่อมิให้เกิดความเข้าใจผิด
- 6) การเขียนเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดี
- 7) การเขียนเพื่อสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาด

### รูปแบบของการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกองค์กร

มีการเขียนในลักษณะต่างๆ เช่น การเขียนข่าวแจก การเขียนสุนทรพจน์ในโอกาสต่าง ๆ การเขียน บทความ การเขียนบรรยายสรุป การเขียนทางวิชาการ การเขียนบทความ การเขียนคำบรรยายประกอบ ภาพนิ่ง การเขียนบทภาพยนตร์และบทวิทยุโทรทัศน์

#### ข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์

ข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ หรือเรียกว่า ข่าวแจก เป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดข้อมูลต่าง ๆ ของ หน่วยงานเผยแพร่ไปยังกลุ่มประชาชนกลุ่มเป้าหมาย โดยผ่านสื่อหรือช่องทางต่าง ๆ ตามความเหมาะสม จึงอาจเป็นทั้งข่าวที่เผยแพร่ทาง หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์และสื่อแขนงอื่นๆ ได้ทั้งสิ้น

#### บทความเพื่อการประชาสัมพันธ์

การเขียนบทความมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่ออธิบาย มีลักษณะเป็นการให้ข้อมูล ให้ภูมิหลัง และข้อเท็จจริงอย่างละเอียด เพื่ออธิบายให้ ผู้อ่าน เข้าใจง่ายในเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่ซับซ้อน
2. เพื่อรายงานหรือกระตุ้นความสนใจ มีลักษณะคล้ายๆ กับการเขียนเพื่ออธิบายหรือวิเคราะห์ ซึ่งพิจารณาเห็นว่าเป็นเรื่องที่ผู้อ่านควรรู้ เป็นการรายงาน บอกเล่าเรื่องราวที่เกิดขึ้น
3. เพื่อให้ความรู้ การแสดงความคิดเห็นของบทความนี้ คือ การให้ความรู้ทั้งทางตรงและทางอ้อม
4. เพื่อเสนอแนวทางแก้ไข เป็นบทความที่ผู้เขียนมุ่งอธิบายถึงข้อเท็จจริงและที่มาของปัญหา ตลอดจนผลกระทบที่เกิดขึ้นพร้อมทั้งเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหา ซึ่งอาจมีมากกว่าหนึ่งแนวทางก็ได้
5. เพื่อโน้มน้าวใจ เป็นบทความที่ผู้เขียนต้องการโน้มน้าวให้เกิดการคล้อยตามความคิดเห็น ในเรื่องที่กำลังนำเสนอ ส่วนมากมักเป็นประเด็นเพื่อประโยชน์สาธารณะ หรือโครงการรณรงค์ต่างๆ
6. เพื่อวิเคราะห์หรือวิจารณ์ การวิเคราะห์เป็นการนำเสนอข้อเท็จจริงหรือประเด็นปัญหา ตามหลัก วิชาการ ชี้ให้เห็นข้อดีและข้อเสีย และผลกระทบ โดยอ้างเหตุผลที่น่าเชื่อถือประกอบการวิเคราะห์

## คู่มือการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ “งานผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร”

อย่างรอบด้าน ส่วนการวิจารณ์จะเน้นในความคิดเห็นของผู้เขียนเป็นหลัก ซึ่งมาจากความรู้และประสบการณ์ที่มีโดยมองปัญหารอบด้านในทุกมิติเพื่อให้ได้ความคิดเห็นที่เที่ยงตรง

7. เพื่อความเพลิดเพลิน เป็นการนำเสนอเรื่องราวที่ผ่อนคลาย เพื่อสร้างอารมณ์ขันด้วยลีลาภาษาที่ไม่เป็นทางการ

### การเขียนสุนทรพจน์

สุนทรพจน์ หมายถึง คำพูดที่ประธาน หรือบุคคลสำคัญกล่าวในโอกาสพิเศษ ที่มีจุดมุ่งหมาย และวัตถุประสงค์โดยเฉพาะ โดยใช้ภาษาและถ้อยคำที่งดงาม รัดกุม สละสลวย และเหมาะสมกับโอกาส

### การเขียนประกาศหรือแถลงการณ์

ข้อเขียนชนิดหนึ่งที่อาจเผยแพร่เป็นเอกสารเฉพาะ เช่น แผ่นปลิว (Leaflet) หรือนิยามเผยแพร่ทางสื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์ มุ่งการสร้างความรู้ความเข้าใจอย่างจริงจัง

### การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ เป็นเครื่องมือและสื่อกลางในการสื่อสารจากองค์กรสู่กลุ่มเป้าหมาย การสร้างความสัมพันธ์อันใกล้ชิดให้เกิดขึ้นระหว่างองค์กรกับกลุ่มเป้าหมาย ในปัจจุบัน สื่อในการประชาสัมพันธ์ มีมากมายและหลากหลาย อันเป็นผลเนื่องมาจากการพัฒนาด้านเทคโนโลยีของโลก ปัจจุบัน อย่างไรก็ตามได้มี การแบ่งสื่อประชาสัมพันธ์โดยพิจารณาตามลักษณะของสื่อ ได้เป็น 5 ประเภทคือ

1. **สื่อบุคคล** หมายถึง ตัวบุคคลที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ สู่บุคคลอื่น สื่อบุคคลจัด ได้ว่าเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพสูงในการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการโน้มน้าวจิตใจเนื่องจากติดต่อกับ ผู้รับสารโดยตรง ส่วนใหญ่อาศัยการพูดในลักษณะต่างๆเช่น การสนทนาพบปะพูดคุย การประชุม การสอน การให้สัมภาษณ์ การโต้ว่าที่ การอภิปราย การปาฐกถา และการพูดในโอกาสพิเศษต่างๆ แต่สื่อบุคคลก็มีข้อจำกัดคือ ในกรณีที่เนื้อหาเป็นเรื่องซับซ้อน การใช้คำพูดอย่างเดียวอาจไม่สามารถสร้างความเข้าใจได้ทันที และเป็นสื่อที่ไม่ถาวร ยากแก่การตรวจสอบและอ้างอิงนอกจากจะมีผู้บันทึกคำพูดนั้น ๆ ไว้เป็นลายลักษณ์อักษร หรือบันทึกเสียงเอาไว้ 7

2. **สื่อมวลชน** จากข้อจำกัดของสื่อบุคคลที่ไม่สามารถใช้เป็นสื่อกลางถ่ายทอดข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์สู่คนจำนวนมากพร้อมกันในเวลาเดียวกันอย่างรวดเร็ว มนุษย์จึงได้พัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสาร และ เกิดเป็นสื่อมวลชน เพื่อมารับใช้ภารกิจดังกล่าว สื่อมวลชนอาจแบ่งประเภทตามคุณลักษณะของสื่อได้เป็น 5 ประเภท คือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และภาพยนตร์ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2532) ทั้งนี้ สื่อหนังสือพิมพ์และนิตยสารมีความคงทนถาวรสามารถนำข่าวสารมาอ่านใหม่ได้ซ้ำแล้วซ้ำอีก แต่มีข้อจำกัด สำหรับบุคคลที่ตาบอดหรืออ่านหนังสือไม่ออก ส่วนสื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่ส่งไปได้ไกล เพราะใช้คลื่นวิทยุไม่มี ข้อจำกัดด้านการขนส่งเหมือนหนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร และสามารถรับฟังในขณะที่ทำงานอย่างอื่นไปด้วยได้ แต่มี ข้อจำกัดคือ ผู้ฟัง



## คู่มือการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ “งานผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร”

ไม่สามารถย้อนกลับมาฟังได้ใหม่อีก ดังนั้น หากมิได้ตั้งใจฟังในบางครั้งก็ทำให้ได้ข่าวสารที่ไม่สมบูรณ์ สื่อวิทยุโทรทัศน์ และภาพยนตร์จัดเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารมากที่สุดเนื่องจากสามารถเห็นภาพเคลื่อนไหว และได้ยินเสียง ทำให้การรับรู้เป็นไปอย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพยิ่ง แต่มีข้อจำกัด คือ ต้องใช้ไฟฟ้าหรือแบตเตอรี่ ทำให้ไม่สามารถเข้าถึงพื้นที่ห่างไกลที่ยังไม่มีไฟฟ้าใช้

**3. สื่อสิ่งพิมพ์** เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ที่หน่วยงานเป็นผู้ผลิตและเผยแพร่ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย ด้วยวัตถุประสงค์ในการผลิตและรูปแบบแตกต่างกันออกไป เช่น แผ่นปลิว แผ่นพับ โปสเตอร์ จดหมายข่าว วารสาร เอกสารเผยแพร่ หนังสือในโอกาสพิเศษ รายงานประจำปี เป็นต้น ปัจจุบันความนิยมในการใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ เพื่อการประชาสัมพันธ์นี้มีอยู่มาก และมีรูปแบบที่หลากหลายออกไปอีกมากมาย เช่น ในรูปปฏิทิน รูปลอก สมุดบันทึก ซึ่งล้วนแต่เป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีอายุการใช้งานนาน แต่มีข้อจำกัดในเรื่องการนำเสนอ เนื้อหาซึ่งต้องให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น แผ่นพับที่เขียนด้วยภาษาวิชาการ ถ้าส่งไปให้ประชาชนในชนบท อาจจะไม่สามารถเข้าใจเนื้อหาที่ต้องการประชาสัมพันธ์ได้เลย

**4. สื่อโสตทัศน์** เป็นสื่อที่ผู้รับสามารถรับได้ทั้งภาพ และเสียง โดยปกติสื่อโสตทัศน์ แบ่งได้เป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่เป็นสื่ออุปกรณ์ โดยสื่อวัสดุอาจจะสามารถใช้ได้ด้วยตัวเองโดยตรง เช่น ภาพวาด แบบจำลอง หรือ ของตัวอย่าง หรืออาจต้องนำไปใช้ร่วมกับสื่ออุปกรณ์ ได้แก่ เครื่องเล่นวีดิทัศน์ เครื่องฉายภาพยนตร์ และเครื่อง คอมพิวเตอร์ เป็นต้น ในปัจจุบันนี้ คอมพิวเตอร์ได้เข้ามามีอิทธิพลอย่างมากในการติดต่อสื่อสารและในงาน ประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อผสม (Multi-media) ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง เพราะเป็นสื่อที่สามารถดึงดูดความสนใจได้เป็นอย่างดี เนื่องจากให้ทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียง ที่สมจริงเป็น ธรรมชาติ และผู้รับยังสามารถมีส่วนร่วมและตอบสนองต่อสื่อดังกล่าวได้ ส่วนข้อจำกัดคือมีความยุ่งยากในการ จัดเตรียมอุปกรณ์ ผู้รับต้องมีความรู้ในการใช้คอมพิวเตอร์พอสมควรและต้องใช้ไฟฟ้าหรือแบตเตอรี่เป็นแหล่ง พลังงาน นอกจากนี้ ในยุคที่โลกไร้พรมแดน การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (Internet) ยิ่งทวีความสำคัญขึ้นเรื่อยๆ และจะกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของพลโลกในอนาคตอันใกล้นี้ โดยอินเทอร์เน็ตมีข้อดี คือ สามารถเข้าถึงประชาชนทั่วทุกมุมโลกได้อย่างรวดเร็ว และเป็นการสื่อสารสองทางที่ ผู้รับสามารถโต้ตอบเพื่อซักถามข้อมูลเพิ่มเติมหรือข้อมูลที่ไม่เข้าใจได้โดยตรงผ่านทางระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)

**5. สื่อกิจกรรม** ปัจจุบันสื่อนี้มีความหมายขยายขอบเขตกว้างขวางไปถึงกิจกรรมที่สามารถ สื่อความรู้สึนึกคิด ความรู้อารมณ์ และเรื่องราวข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้ สื่อประเภทกิจกรรมมีได้มากมายหลายรูปแบบ เช่น การจัดประชุม สัมมนา ฝึกอบรม การแถลงข่าว การสาธิต การจัดริ้วขบวน การจัด นิทรรศการ การจัดแข่งขันกีฬา การจัดแสดง การจัดกิจกรรมทางการศึกษา การจัดกิจกรรมเสริมอาชีพ การจัดกิจกรรมการกุศล เป็นต้น สื่อกิจกรรมนี้สามารถปรับปรุงดัดแปลงแก้ไขให้ยืดหยุ่น เหมาะสมกับโอกาส และสถานการณ์ได้ง่าย แต่มีข้อจำกัดคือ ผู้รับมีจำนวนจำกัดเฉพาะกลุ่มที่ร่วมกิจกรรมนั้นๆ เท่านั้น



## คู่มือการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ “งานผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร”

**6. สื่อสมัยใหม่ (Modern Media)** สื่อสมัยใหม่ เป็นสื่อนิยมที่ใช้กันในยุคสังคมข่าวสาร หรือยุคสารสนเทศ (Information Age) ที่กระแสโลกาภิวัตน์ (Globalization) ประเภทของสื่อสมัยใหม่ที่ใช้ในการ ประชาสัมพันธ์ 1. ดาวเทียม (Satellite) หรือ สถานีทวนสัญญาณไมโครเวฟที่ลอยอยู่เหนือพื้นโลก ใช้ในการ สื่อสารระหว่างประเทศ 2. อินเทอร์เน็ต (Internet) ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวันของ คนเราเป็นอย่างมากตลอดจนในสังคมและในหน้าที่การทำงาน อาชีพต่าง ๆ แม้แต่การ ประชาสัมพันธ์ก็ ำ อินเทอร์เน็ตมาใช้ในการติดต่อสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ที่จัดทำขึ้นบน อินเทอร์เน็ต ซึ่งถือว่าเป็นสื่อสมัยใหม่ ที่นำมาใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดเช่นเดียวกับสื่ออื่นๆ อินเทอร์เน็ตที่ใช้ทำการประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่ผ่าน ทาง E-mail หรือระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และระบบข้อมูลจาก World Wide Web (WWW) โดยการจัดทำเป็น Website ของแต่ละแห่งให้ผู้เปิดดูเข้าไปดูและติดตามข้อมูลต่าง ๆ ได้

### ขั้นตอนกระบวนการผลิตข่าวและการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์

#### 1 วางแผนการผลิตข่าว

- ศึกษาข้อมูล นโยบายสำคัญของ รัฐบาล กระทรวงศึกษาธิการ สพฐ. และหน่วยงาน จากเอกสาร สื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ และจากแผนงาน โครงการ/กิจกรรม ของหน่วยงาน
- สืบเสาะ หาข้อมูล ผลงาน ผลสำเร็จ ของนักเรียน ครู บุคลากรและหน่วยงาน
- กำหนดรูปแบบวิธีการผลิตข่าว เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ จดหมายข่าว หนังสือพิมพ์ เว็บไซต์ สื่อออนไลน์ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ
- หาข้อมูล ประสานแหล่งข้อมูล หน่วยงาน/ กลุ่มงาน/เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบ หรือจากการเข้าร่วม ประชุม
- หาข้อมูล ประสานแหล่งข้อมูล หน่วยงาน/ กลุ่มงาน/เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบ หรือจากการเข้าร่วม ประชุม
- พิจารณาวาระงานของผู้บริหารแต่ละวัน และกิจกรรมที่สำคัญ เพื่อเตรียมการดำเนินการผลิตข่าว

#### 2 ดำเนินการผลิตข่าว

- 2.1 การผลิตข่าวนโยบาย กิจกรรม /โครงการ/ กิจกรรมวันสำคัญต่างๆ
- บันทึกภาพนิ่ง วิดีโอ หรือประสานนักข่าวในท้องถิ่นร่วมทำข่าว
  - ประสานขอข้อมูล เอกสาร ประเด็นสำคัญ เป้าหมายวัตถุประสงค์ของกิจกรรม หรือสัมภาษณ์ ผู้ที่เกี่ยวข้อง หรือหาข้อมูลเพิ่มเติมจากสื่ออื่นๆ
  - วิเคราะห์ประเด็นข่าว เรียบเรียง ข้อมูล เขียนข่าว
  - คัดเลือก ภาพที่เหมาะสมสวยงาม สื่อถึงประเด็นข่าวที่น่าเสนอ
  - ตกแต่งภาพ เช่น ปรับแสง รีไซท์ขนาดภาพ ตามความเหมาะสมของสื่อแต่ละประเภท ที่จะ นำเสนอ ซึ่งมีความแตกต่างกัน

## คู่มือการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ “งานผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร”

- ผลิตสื่อในการนำเสนอข่าว เช่น จดหมายข่าว /จดหมายข่าวอิเล็กทรอนิกส์ (E-book) / ภาพอินโฟกราฟฟิก/ โปสเตอร์ /ไวเนล /ตัดต่อวิดีโอ/ ทำ VTR ฯลฯ

### 2.2 การผลิตข่าว ผลงาน ผลสำเร็จของการดำเนินงาน ของบุคลากรและหน่วยงาน

- สืบเสาะหาข้อมูล ผลงาน ผลสำเร็จของการดำเนินงาน ของบุคลากร และหน่วยงาน จากผลการประกาศรางวัลที่ได้รับ จากเจ้าหน้าที่ /บุคคลที่เกี่ยวข้อง หรือจากแหล่งข้อมูลสื่อต่างๆ
- ประสานขอข้อมูลเชิงลึกจากเจ้าของผลงาน เครือข่ายประชาสัมพันธ์ หรือผู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรง เพื่อนำข้อมูลมาเรียบเรียงเขียนข่าว
- นำข้อมูลมาเรียบเรียง เขียนข่าว เพื่อผลิตข่าว
- ผลิตข่าวในรูปแบบต่างๆเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เช่น จดหมายข่าว ภาพอินโฟกราฟฟิก โปสเตอร์ ไวนิล ตัดต่อวิดีโอ จัดทำ VTR ผลการดำเนินงานของหน่วยงาน

## 3. การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร

3.1 จัดทำทะเบียนเบอร์โทรศัพท์ ที่อยู่ ช่องทางการติดต่อ นักข่าวส่วนกลางและท้องถิ่น เพื่อเป็นช่องทางในการส่งข่าวเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ทางสื่อหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เว็บไซต์ ข่าวออนไลน์ เพจ Facebook ของสำนักข่าวต่างๆ

3.2 ส่งข้อมูลเนื้อหาข่าว ภาพข่าว ภาพวิดีโอ ที่ตกแต่ง ปรับขนาดที่เหมาะสมแล้ว ให้นักข่าว ทางช่องทางติดต่อที่จัดทำทะเบียนไว้ ให้นักข่าวส่วนกลางและส่วนภูมิภาค เช่น ทางอีเมล แอปพลิเคชันไลน์ หรือทางสื่อออนไลน์อื่นๆ เพื่อนำข้อมูลข่าวสารไปเผยแพร่ทางสื่อต่างๆ เช่น

- หนังสือพิมพ์
- วิทยุ
- โทรทัศน์
- เว็บไซต์สำนักข่าวออนไลน์
- เพจ Facebook ของสำนักข่าวต่างๆ

3.3 ดำเนินการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ผ่านช่องทางต่างๆ ดังนี้

- เว็บไซต์ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน
- เว็บไซต์ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 14
- เพจ Facebook สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 14
- กลุ่ม Facebook เครือข่ายประชาสัมพันธ์ สพม.14
- Application Line กลุ่มต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร
- Youtube

คู่มือการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์  
“งานผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร”

---

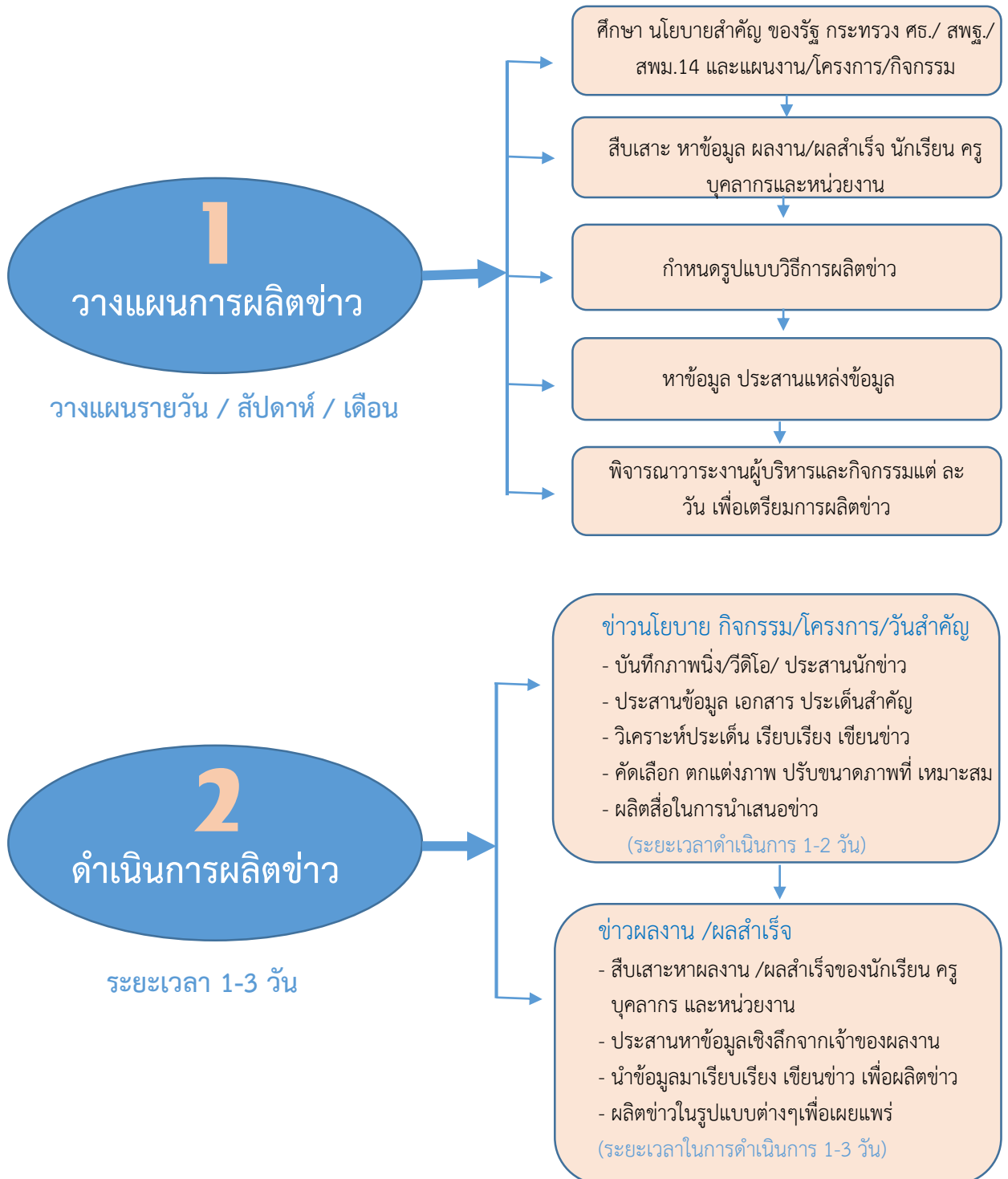
- จอทีวี LED ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 14
- ป้ายประชาสัมพันธ์ต่างๆ
- เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้บุคลากรในสำนักงานและโรงเรียนในสังกัด ผ่านทางระบบ My office สพม.14
- เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ไปยัง สพป./ สพม.ทุกเขต ทางระบบ smart obec

#### 4. ติดตาม ประเมิน และสรุปผล

- 4.1 ติดตาม ตรวจสอบ เก็บข้อมูลข่าวที่ได้รับการเผยแพร่ จากหนังสือพิมพ์ เว็บไซต์ข่าวออนไลน์ Facebook สำนักพิมพ์ต่างๆ ในแต่ละวัน
- 4.2 ติดตาม ตรวจสอบเก็บข้อมูล ข่าวที่เผยแพร่ผ่านทางเว็บไซต์ สพฐ.และ สพม.14 ในแต่ละวัน
- 4.3 ติดตาม การเข้าถึงข่าวที่เผยแพร่ผ่านทางเพจ Facebook สพม.14 / Facebook กลุ่ม เครือข่ายประชาสัมพันธ์ สพม.14 / Application line กลุ่มภายในและภายนอกองค์กร
- 4.4 สรุปบันทึกข้อมูล จำนวน/ ประเภท สื่อที่ทำการผลิตในแต่ละวัน
- 4.5 สรุปบันทึกข้อมูล ช่องทาง/ จำนวนข่าว ที่ได้รับการเผยแพร่ในแต่ละวัน
- 4.6 สรุปประมวลผล จัดทำรายงานผล การผลิตข่าวและการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ ในรอบ 1 ปี

## Work Flow

ขั้นตอนกระบวนการการผลิตและการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร  
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 14



คู่มือการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์  
“งานผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร”

**3**  
การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร

ระยะเวลา 1- 7 วัน

ทำข้อมูลทะเบียนผู้สื่อข่าวส่วนกลาง และท้องถิ่น

ส่งข้อมูลเนื้อหาข่าว ภาพนิ่ง วิดีโอให้นักข่าว  
ส่วนกลางและท้องถิ่น เพื่อเผยแพร่ทางสื่อต่างๆ

ดำเนินการเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ เช่น  
เว็บไซต์ สพฐ. /สพม. /Facebook / Line  
/youtube /จอทีวี LED / my office /smart  
obec /ป้ายประชาสัมพันธ์ ฯลฯ

**4**  
ติดตาม ประเมิน สรุปผล

(สรุปรายวัน /เดือน / ปี )

ตรวจเช็ค เก็บข้อมูลข่าวที่ได้รับการเผยแพร่ทาง  
สื่อต่างๆในแต่ละวัน

ติดตาม การเข้าถึงข่าวที่เผยแพร่ทาง  
facebook / line

สรุปบันทึกข้อมูล จำนวน/ประเภทสื่อที่ทำการผลิต  
ในแต่ละวัน

สรุปบันทึกข้อมูล ช่องทาง/จำนวนข่าวที่ได้รับการ  
เผยแพร่ในแต่ละวัน

สรุปประมวลผล จัดทำรายงาน การผลิตข่าวและ  
การเผยแพร่ข่าวสารในรอบ 1 ปี



ขอบคุณ!