แบบฟอร์ม Knowledge Capture

"กลวิธีการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์"

สรุปโดย นางสาวเบญจมกร มาน้อย **หน่วยงาน** ฝ่ายสื่อสารองค์กร สำนักบริหารกลาง

1. บริบท หรือความเป็นมา

การประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการและแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งการประชาสัมพันธ์จะเป็นการสื่อสารสองทางระหว่างองค์กรกับสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง โดยการเขียนเพื่อประชาสัมพันธ์นับเป็นอีกเครื่องมือหนึ่งที่ช่วยขับเคลื่อนการประชาสัมพันธ์ให้ลุล่วง ช่วยสร้างและรักษาความสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) กลุ่มต่างๆ ทั้งในแง่ของการเผยแพร่ข้อมูล การชักชวนให้มีส่วนร่วม เผยแพร่การดำเนินงานขององค์กร ตลอดจนช่วยประสานความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายให้เข้าใจถึงวิธีการดำเนินงานขององค์กร ประกอบกับในการเขียนเพื่อประชาสัมพันธ์จะต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์ในการเขียนให้สอดคล้องกันอีกด้วย

นอกจากนี้ นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีความสามารถ/ทักษะสำคัญของการเป็นนักวิชาชีพ จำนวน 5 ทักษะ ประกอบด้วย ความสามารถทางการวิจัย ความเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการวางแผน ความสามารถในการแก้ปัญหา ความสามารถด้านการบริหารจัดการและการตลาด และทักษะด้านการเขียน โดยทักษะด้านการเขียนรวมถึงความสามารถในการส่งผ่านข้อมูลข่าวสารและความคิดด้วยการเขียนอย่างกระชับและชัดเจน รวมทั้งทักษะด้านไวยกรณ์และการสะกดคำที่ถูกต้อง

1.1 องค์ประกอบสำคัญของการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์

1.1.1 <u>วัตถุประสงค์การเขียน</u> การกำหนดวัตถุประสงค์เพื่อการประชาสัมพันธ์จะทำให้สามารถกำหนดทิศทางและลีลาภาษาที่ใช้ในเบื้องต้นได้ชัดเจนขึ้น โดยวัตถุประสงค์จะต้องสอดคล้องหรือสนับสนุนกับวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ของงานนั้นๆ ได้แก่

- การเขียนเพื่อแจ้งให้ทราบ (To Inform) : เพื่อแจ้งข่าวสาร บริการ หรือกิจกรรม มุ่งเน้นการให้ข้อเท็จจริง (Fact) การใช้ภาษาหรือข้อความจะกระชับ เข้าใจง่าย และตรงประเด็น
- การเขียนเพื่อโน้มน้าวใจ (To Persuade) : วัตถุประสงค์ลักษณะนี้จะมุ่งที่การประชาสัมพันธ์ การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร และเป็นการสร้างความรู้สึกร่วมต่อองค์กร งานเขียนในวัตถุประสงค์นี้จะต้องอาศัยลีลาภาษาในการเขียน และต้องอาศัยการค้นหาหลักฐานทางเอกสารประกอบการเขียนร่วมด้วย

1.1.2 <u>กลุ่มเป้าหมาย</u> การระบุกลุ่มเป้าหมายจะต้องพิจารณาจากผู้มีส่วนได้ส่วนขององค์กรทั้งภายใน ภายนอก และกลุ่มสาธารณะ ประกอบกับคุณลักษณะอื่นๆ จะเป็นตัวกำหนดภาษา และเนื้อหาที่เหมาะสม เพื่อให้ตรงกับความสนใจของกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด โดยคุณลักษณะอื่นๆ ได้แก่ เพศ การศึกษา อายุ ความสนใจ รสนิยม และระดับทางสังคม/เศรษฐกิจ เป็นต้น

1.1.3 <u>ช่องทางหรือสื่อที่เลือกใช้</u> ได้แก่

- สื่อสิ่งพิมพ์ : สามารถจำแนกได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ (1) หนังสือพิมพ์ (2) นิตยสาร และ (3) สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทอื่นๆ ซึ่งสื่อสิ่งพิมพ์เหล่านี้จะเป็นเครื่องมือที่ทำการสื่อสารกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วน

เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร ถึงแม้ว่าพฤติกรรมการอ่านหนังสือกระดาษเริ่มลดน้อยลงแต่สื่อประเภทนี้ยังคงมีความสำคัญตามวัตถุประสงค์ของการใช้งาน

- สื่อเสียงและสื่อวีดิทัศน์ : สื่อชนิดนี้มีความโดดเด่นเรื่องการนำเสนอข้อมูลข่าวสารได้รวดเร็ว ประกอบกับมีการนำภาพและเสียงช่วยสร้างความน่าสนใจและความน่าเชื่อถือ ตลอดจนสร้างความประทับใจได้

- สื่อใหม่ : การสื่อสารผ่านสื่อใหม่มีความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันเป็นอย่างมาก กล่าวคือ ช่องทางการสื่อสารดั้งเดิมและสื่อใหม่ได้มีการหลอมรวมแพลตฟอร์มเข้าด้วยกัน อีกทั้งมีการนำเสนอคล้ายๆ สื่อเดิม แต่มีความรวดเร็วขึ้น อย่างไรก็ตามด้วยความรวดเร็วของสื่อใหม่อาจทำให้เกิดผลเสียในกรณีที่เกิดการสื่อสารผิดพลาด อาจลุกลามบานปลายและส่งผลลบต่อองค์กรได้ในเวลาอันรวดเร็ว

1.2 ขั้นตอนสำคัญของการเขียนเพื่อประชาสัมพันธ์

การเขียนหรือการสื่อสารผ่านตัวอักษรผ่านสื่อต่างๆ มีความสำคัญในการนำเสนอข้อมูลขององค์กร จึงต้องมีความระมัดระวังในการนำเสนอโดยเฉพาะการเผยแพร่ในฐานะของตัวแทนองค์กร ดังนั้นขั้นตอนสำคัญของการเขียนเพื่อประชาสัมพันธ์ มีดังนี้

1.2.1 <u>การตอบคำถามพื้นฐานที่สำคัญของการเขียน</u> ก่อนเริ่มต้นการเขียนจะต้องมีการกำหนดโครงร่างในการเขียน ร่วมกับการกำหนดรูปแบบของการเขียนว่าจะมีการนำเสนอสารในรูปแบบข่าว บทความ สารคดี หรืออื่นๆ เพื่อให้สามารถวางโครงเรื่องได้อย่างเหมาะสม โดยคำถามพื้นฐานที่สำคัญ ได้แก่

- ผลของการสื่อสารที่ต้องการคืออะไร
- ใครคือกลุ่มเป้าหมายในการสื่อสาร
- สิ่งใดคือสิ่งที่กลุ่มเป้าหมายต้องการ ให้ความสำคัญ หรือมีความสนใจ
- ข้อความที่ผู้เขียนต้องการสื่อสารคืออะไร
- ผู้เขียนควรสื่อสารผ่านช่องทางใดเพื่อให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด
- ใครคือผู้ที่จะสามารถให้ข้อมูลได้อย่างน่าเชื่อถือมากที่สุด

1.2.2 <u>การกำหนดแนวทางเขียน</u> ขั้นตอนการกำหนดแนวทางการเขียนประกอบด้วย 3 ส่วนที่สำคัญ ดังนี้

- การกำหนดโครงร่างการเขียน ได้แก่ ประเด็นหลัก/ประเด็นรองในการนำเสนอ หัวข้อย่อยที่ต้องการนำเสนอในแต่ละประเด็น และการกำหนดข้อมูลหรือตัวอย่างประกอบเพื่อสนับสนุนประเด็นการนำเสนอ

- การรวบรวมและประเมินข้อมูล ได้แก่ การรวบรวมข้อมูลในส่วนของข้อเท็จจริง ความคิดเห็น การตีความ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาประเมินและคัดเลือกเฉพาะข้อมูลที่ตรงกับเรื่อง/ประเด็น ต่อมานำข้อมูลมาสังเคราะห์ข้อเท็จจริงเพื่อให้เนื้อหาข่าวสารมีน้ำหนัก และเรียบเรียงข้อมูลข่าวสารสำหรับใช้ในการเขียน

- การกำหนดรูปแบบภาษาที่ใช้ในการเขียน ได้แก่ ประโยค ย่อหน้า การเลือกใช้คำ และการเลือกใช้ภาษาสำหรับใช้สร้างจินตนาการ

1.2.3 การลงมือเขียน โครงร่างทั่วไปของงานเขียนประกอบด้วยดังนี้

- คำนำ/บทนำ : เป็นการเกริ่นนำเรื่องว่าต้องการนำเสนออะไร ซึ่งการขึ้นต้นบทนำที่ดีจะทำให้ผู้อ่านอยากติดตามเรื่องราว

- เนื้อเรื่อง : การให้รายละเอียดจากสิ่งที่กล่าวในบทนำ ซึ่งผู้เขียนควรวางประเด็นที่ต้องการนำเสนอเป็นหัวข้อย่อยในแต่ละย่อหน้าแล้วค่อยๆ ขยายจากข้อความนั้นๆ

- สรุป : เป็นการสรุปให้ผู้อ่านเห็นถึงภาพรวมตลอดทั้งเรื่องที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องถ่ายทอดความคิดเห็นให้น่าสนใจ และต้องเลือกใช้ให้เหมาะสมกับรูปแบบงานเขียนที่จะนำเสนอ

1.2.4 การประเมินผล งานเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ต้องมีการประเมินผลเพื่อให้ทราบถึงข้อปรับปรุง โดยข้อมูลเหล่านี้อาจได้มาจากแบบสอบถาม (Questionnaire) หรือการสัมภาษณ์ (Interviewing) หรือการสอบถามความคิดเห็นจากบุคคลที่เกี่ยวข้องก็ได้

1.3 ข้อพึงระวังของการใช้ภาษาในเขียน

1.3.1 ตัวสะกด : การเขียนต้องสะกดคำให้ถูกต้องทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษ หรือภาษาอื่นๆ เพื่อเป็นการแสดงถึงความใส่ใจในการนำเสนอและตรวจสอบข้อมูล

1.3.2 การใช้คำศัพท์เฉพาะทางหรือเฉพาะกลุ่ม : หากจะต้องมีการนำเสนอสารต่อคนทั่วไป ผู้เขียนต้องลดระดับความเฉพาะทางของภาษาลดลง หรือต้องอธิบายศัพท์เฉพาะทางให้ชัดเจน หรือใส่วงเล็บความหมายลงไปด้วย เพื่อให้ผู้รับสารเกิดความเข้าใจที่ไม่ผิดพลาด

1.3.3 การใช้รูปประโยคที่ไม่เหมาะสม : รูปประโยค/โครงสร้างที่ไม่เหมาะสม จะทำให้ผู้รับสารเกิดความเข้าใจผิดได้ นอกจากนี้ การสลับคำที่ส่งผลให้ความหมายของคำและบริบทเปลี่ยนเป็นอีกสิ่งที่สำคัญ ที่จะสามารถทำให้เกิดความเข้าใจผิดได้

1.3.4 การเลือกใช้คำผิด : การใช้คำผิดทำให้ผู้รับสารเกิดความสับสนและส่งผลกระทบต่อองค์กร ดังนั้นผู้เขียนควรตรวจสอบความหมายของคำจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือเพื่อป้องกันความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้น

1.3.5 การใช้ประโยคหรือคำที่ซ้ำซ้อน : ข้อนี้จะทำให้ประโยคยาวเกินความจำเป็น ผู้เขียนควรเลือกใช้คำใดคำหนึ่งในการอธิบายความหมายที่ต้องการสื่อสารเพียงคำเดียว

1.3.6 การใช้ตัวเลขมากเกินไป : การเขียนข้อมูลที่มีตัวเลขความเขียนให้ผู้อ่านเข้าใจง่าย และควรเขียนในลักษณะของคำอ่าน เช่น 10 ล้านบาท แทน 10,000,000 บาท

1.3.7 การกล่าวเกินจริง : ผู้เขียนต้องระมัดระวังในการเลือกใช้คำไม่บรรยายเกินลักษณะความจริงเสมอไป โดยเฉพาะข่าวประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับการกล่าวอ้างสรรพคุณ

1.3.8 การใช้ภาษาที่แสดงถึงการมีอคติและการมองภาพแบบเหมารวม : ผู้เขียนจำเป็นต้องตระหนักถึงความขัดแย้งของสังคมและวัฒนธรรม ประกอบกับการเขียนที่เผยแพร่ออกไปจะสามารถทำให้เห็นถึงทัศนคติขององค์กร ตลอดจนมุมมองต่างๆ ดังนั้นในการนำเสนอจะต้องไม่ก่อให้เกิดอคติและการมองภาพแบบเหมารวมในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

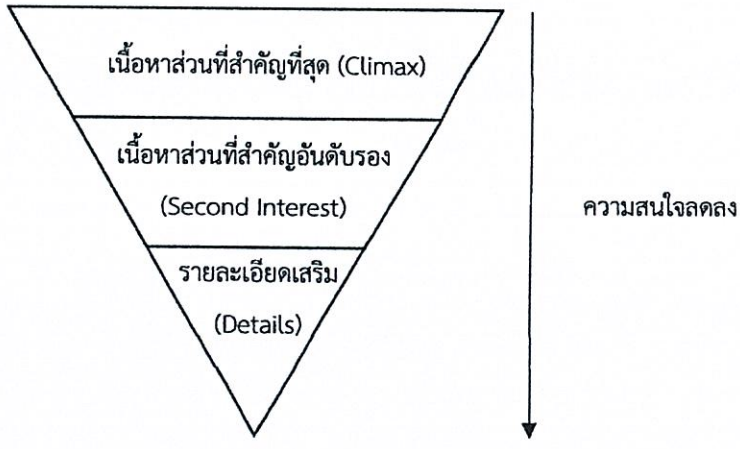
1.3.9 <u>การใช้ภาษาที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งระหว่างกลุ่มต่างๆ ในสังคม</u> : ก่อนนำเสนอสารควรตรวจสอบข้อมูลต่างๆ ให้ชัดเจน ถูกต้อง รอบด้าน ประกอบกับจะต้องตระหนักถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นที่มาจากงานเขียนที่นำเสนอ ซึ่งผู้เขียนจะต้องมีความพร้อมในการแก้ไขหากได้รับการทักท้วงจากสาธารณชน

2. วิธีการ / ขั้นตอน หรือกระบวนการที่ได้เรียนรู้

2.1 วิธีการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์

2.1.1 กำหนดรูปแบบการจัดเรียงเนื้อหาข่าว

โดยปกติการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์จะมีรูปแบบเนื้อหาแบบพีระมิดหัวกลับ เพื่อให้บรรณาธิการข่าวทำงานได้สะดวกขึ้น เนื่องจากเนื้อหาสำคัญและความน่าสนใจของข่าวจะปรากฏตั้งแต่ย่อหน้าแรก ดังภาพ



2.1.2 การเขียนพาดหัวข่าว

พาดหัวข่าวเป็นส่วนที่มีความสำคัญอย่างยิ่งถึงแม้จะเป็นข้อความสั้นๆ แต่จะช่วยให้บรรณาธิการข่าวทราบเลยว่าข่าวนี้มีประเด็นสำคัญหรือน่าสนใจหรือไม่ พาดหัวข่าวควรเป็นคำสั้น กระชับสมบูรณ์ด้วยความหมาย ไม่จำเป็นต้องหวือหวาเร้าใจ ดังนี้

โครงสร้าง
ประธาน + กริยา*หรือ*ประธาน + กริยา + กรรม

เช่น - คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาฯ เปิดรับนิสิตนักศึกษาหลักสูตรนานาชาติ ประจำปี 2564

- กระทรวงการคลังแถลงมาตรการเยียวยาจากคำสั่งปิดสถานที่เสี่ยงโรคติดเชื้อไวรัสโคโรน่า 2019

2.1.3 การเขียนวรรคนำหรือโปรย (Lead)

วรรคนำจะเป็นส่วนเสนอประเด็นสำคัญของเรื่องราวไว้อย่างกระชับ ซึ่งในการเขียนส่วนนี้จะต้องใส่ความรู้สึกของผู้อ่าน โดยพิจารณาว่าใจความทั้งหมดสิ่งไหนเป็นสิ่งที่น่าสนใจเป็นสิ่งสำคัญ โดยการเขียนวรรคนำจะมีหลักการเขียน 2 แบบ ดังนี้

1) วรรคนำแบบสรุปความ (Summary Lead)

ใคร (Who) / ทำอะไร (What) / ที่ไหน (Where) / เมื่อไหร่ (When) / เพราะเหตุใด (Whom) และอย่างไร (How)

เช่น กบข. เดินหน้าจัดสวัสดิการสมาชิกอย่างต่อเนื่อง ล่าสุดจับมือ 2 บริษัทประกันภัยทิพยประกันภัยและฟอลคอนประกันภัยเสนอโครงการ "ประกันสุขภาพส่วนเพิ่ม เพื่อสมาชิก กบข." ออกแบบกรมธรรม์ประกันภัยรูปแบบใหม่ทั้งสุขภาพและทันตกรรมสำหรับสมาชิก กบข. พร้อมเบี้ยประกันอัตราพิเศษและส่วนลดมากมาย หวังช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายส่วนเพิ่มจากการรักษาพยาบาลที่สวัสดิการภาครัฐไม่ครอบคลุม

2) วรรคนำแบบตรงไปตรงมา (Straight News Lead)

ใคร (Who) / ทำอะไร (What) / ที่ไหน (Where) / เมื่อไหร่ (When)

เช่น กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (ทส.) โดยนางภาวินี ณ สายบุรี ผู้ตรวจราชการกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รองโฆษกประจำกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ร่วมด้วยนายประสิทธิ์ เกิดโต รองผู้อำนวยการสายบริหาร โฆษกองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ จัดแถลงข่าวในประเด็น "13 มีนาคม วันช้างไทย"ณ ห้องแถลงข่าว 101 (ชั้น 1) กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

2.1.4 การเขียนส่วนเชื่อม (Neck)

ส่วนเชื่อมมักจะอยู่ย่อหน้าเดียวกับวรรคนำเพื่อให้รายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับภูมิหลังของหน่วยงาน บุคคล สถานที่ หรือเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับข่าว เพื่อช่วยให้ผู้อ่านได้เข้าใจเรื่องราวได้ชัดขึ้น โดยความยาวของส่วนเชื่อมอาจมีความยาว 1 ย่อหน้า หรือเป็นประโยคต่อท้ายเนื้อข่าวเลยก็ได้

2.1.5 เนื้อหาข่าว (Body)

เนื้อหาข่าวจะเป็นการนำประเด็นหลักและประเด็นรองต่างๆ มาเสนอเป็นรายละเอียดของข่าว เพื่อให้ผู้สนใจข่าวได้รับทราบข้อมูลสำคัญอย่างละเอียดต่อไป เช่น เนื้อหาข่าวและพาดหัวข่าวควรสอดคล้องกัน

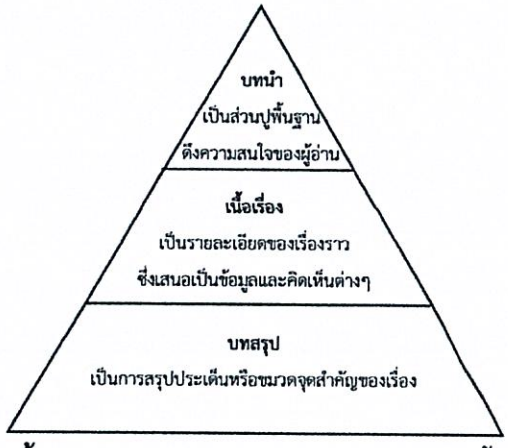
เช่น พาดหัวข่าว – "อ.อ.ป. เชิญชวน นักเรียน – นักศึกษา – บุคคลทั่วไป ส่ง 'Logo ฉลองครบรอบ 77 ปี' ชิงเงินรางวัล"

เนื้อหาข่าว ควรประกอบด้วย ข้อมูลการดำเนินงานของ อ.อ.ป./ รายละเอียดสำคัญของการประกวด/ เงินรางวัล/ ช่องทางการส่ง / ข้อมูลการติดต่อสอบถาม เป็นต้น

นอกจากนี้ เมื่อเขียนข่าวครบตามโครงสร้างแล้ว ควรตรวจสอบรูปแบบการเขียนควบคู่ไปด้วย อาทิ โครงสร้างประโยค การทบทวนประเด็นและใจความสำคัญที่จะสื่อสาร จากนั้นให้ปรับแต่งภาษาและข้อความให้กระชับมากยิ่งขึ้น โดยที่ใจความสำคัญในภาพรวมไม่เปลี่ยน ทั้งนี้ สำหรับตัวอย่างการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ สามารถดูได้ที่ เอกสารแนบ 1

2.2 วิธีการเขียนบทความประชาสัมพันธ์

การเขียนบทความประชาสัมพันธ์จะเป็นการเขียนเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์อย่างเฉพาะเจาะจงหรือเฉพาะเรื่อง และจะมีรูปแบบการนำเสนอเพียง 3 ส่วนเท่านั้น ได้แก่ บทนำ เนื้อเรื่อง และบทสรุป ซึ่งจะนำเสนอเนื้อหาแบบพีระมิดหัวตั้ง ดังภาพ



นอกจากนี้ การเขียนบทความประชาสัมพันธ์แต่ละชิ้นจะต้องคำนึงถึงความเหมาะสมว่าจะเผยแพรในสื่อ หรือแพลตฟอร์มไหน เพื่อให้นักประชาสัมพันธ์สามารถวางแผนการเขียนให้เหมาะสมกับบริบทนั้นๆ จึงทำให้มีความแตกต่างจากการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ที่มีลักษณะการนำเสนอคลอบคลุมและสามารถลงข่าวได้ทุกสื่อ ในการนี้ การเขียนบทความประชาสัมพันธ์ มี 4 ขั้นตอน ดังนี้

2.2.1 การวางแผน

ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนแรกก่อนการเริ่มเขียน ซึ่งเป็นการวางแผนเพื่อกำหนดแนวคิดและประเด็นเนื้อหา ตลอดจนขอบเขตของเรื่องให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและวัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์ เช่น เพื่อเผยแพร่ความรู้หรือให้คำแนะนำ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ เพื่อป้องกันการเข้าใจผิด เป็นต้น ดังนั้นในการเขียนบทความประชาสัมพันธ์ควรจะมีจุดมุ่งหมายให้ชัดเจนว่าจะเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มใด หรือสื่อสารถึงใคร เพื่อให้ผลลัพธ์ของบทความนั้นสามารถบรรลุตามเป้าประสงค์ได้

2.2.2 การกำหนดเค้าโครงเรื่อง

เมื่อได้ประเด็นและกำหนดขอบเขตของเรื่องแล้ว จะต้องเขียนเค้าโครงเรื่องเพื่อให้เห็นชุดข้อมูลที่จะนำเสนอ ตลอดจนควรกำหนดแนวคิดของเรื่องให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์เพื่อให้การเขียนไม่หลุดกรอบ ทั้งนี้ การลำดับเรื่องที่ดีและมีความต่อเนื่องตั้งแต่ต้นจนจบจะทำให้บทความประชาสัมพันธ์น่าสนใจมากขึ้น

2.2.3 การรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลนับว่าเป็นพื้นฐานของงานเขียน ขั้นตอนในส่วนนี้จึงเป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุด กล่าวคือ วัตถุดิบและข้อมูลต่างๆ จะเป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้บทความนั้นมีน้ำหนักและน่าเชื่อถือ และผู้เขียนที่ดีจำเป็นต้นสะสมข้อมูลจากการอ่าน เพราะการอ่านทำให้ได้รับข้อมูลข่าวสารมาก และเมื่อมีการสะสมมากจะทำให้เห็นภาพของบทความมากขึ้น ทั้งนี้ การรวบรวมข้อมูลสามารถนำมาจากแหล่งต่างๆ เพิ่มเติม ดังนี้

(1) การสังเกต : ทั้งจากการสังเกตสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร

(2) แหล่งข้อมูลจากบุคคล : พนักงาน ผู้บริหาร ผู้ที่เกี่ยวข้องในเรื่องนั้นๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร

(3) แหล่งข้อมูลจากเอกสาร : เอกสารที่องค์กรเป็นผู้จัดทำ นโยบาย การวิจัย ข้อมูลสินค้า รายงานประจำปี และอื่นๆ

(4) แหล่งข้อมูลจากอินเตอร์เน็ต : เป็นแหล่งค้นคว้าข้อมูลยอดนิยม เนื่องจากมีข้อมูลที่รอบด้านและรวดเร็ว แต่แหล่งข้อมูลจากอินเตอร์เน็ตควรมีการตรวจสอบแหล่งข้อมูลและควรเลือกใช้ข้อมูลที่มาจากแหล่งที่น่าเชื่อถือ

2.2.4 การลงมือเขียน

ขั้นตอนนี้ผู้เขียนควรเริ่มเขียนทีละประเด็นตามเค้าโครงร่างและค่อยๆ ปรับปรุงแก้ไขให้บทความนั้นสมบูรณ์ ประกอบกับการใช้ภาษาและลีลาการเขียนจะมีความสำคัญมากเช่นกัน หากผู้เขียนมีศิลปะในการใช้ภาษา รู้หลักการใช้ภาษาเพื่อสื่อความหมาย และสามารถใช้ถ้อยคำที่เหมาะสมกับเรื่องที่นำเสนอยิ่งทำให้บทความนั้นๆ น่าสนใจมากขึ้น โดยแนวทางการเขียนบทความมีรายละเอียด ดังนี้

(1) ใช้ภาษาสุภาพหรือกึ่งทางการ โดยผู้เขียนควรคำนึงว่าต้องนำเสนอในมุมขององค์กร ไม่ควรใช้ภาษาพูดและไม่ควรเขียนให้เห็นภาพในเชิงลบ

(2) ใช้คำและประโยคที่เข้าใจง่าย กระชับ ชัดเจน และตรงเป้าหมาย อีกทั้งในขณะเดียวกันควรให้แง่คิดและเร้าใจผู้อ่านไปด้วย

(3) หลีกเลี่ยงการใช้คำแสลงหรือศัพท์เฉพาะกลุ่ม ยกเว้นถ้าเป็นการเขียนบทความสำหรับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ

(4) ควรสรุปเนื้อหาด้วยถ้อยคำหรือข้อความที่ประทับใจ

(5) ในแง่ของของการเขียนเพื่อจูงใจ ควรบอกให้ทราบว่าจะชักชวนให้ทำอะไร และแสดงให้เห็นถึงผลดีจากการกระทำนั้นๆ

ทั้งนี้ สำหรับตัวอย่างบทความประชาสัมพันธ์ สามารถดูได้ที่ เอกสารแนบ 2

2.3 วิธีการเขียนประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์

การเขียนผ่านสื่อออนไลน์เป็นการเขียนบทความบนเว็บไซต์หรือพื้นที่ส่วนตัวออนไลน์ โดยองค์ประกอบของการเขียนมักจะประกอบไปด้วยข้อความ ข้อเขียน ภาพ ลิ้งก์ และสื่ออื่นๆ ซึ่งข้อดีของการเขียนผ่านสื่อออนไลน์คือผู้อ่านสามารถแสดงความคิดเห็นต่อท้ายข้อความที่ผู้เขียนเขียนไว้ได้ และสามารถได้ผลตอบกลับในทันที นอกจากนี้ บล็อกยังมีความพิเศษเฉพาะตัวในเรื่องของความจำกัดในเรื่องของระยะเวลาการเขียนและการอ่าน อาจมาจากลักษณะของผู้อ่านที่เน้นความรวดเร็วและมักใช้วิธีการอ่านแบบกวาดสายตา

ดังนั้น หลักการเขียนประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ควรคำนึงถึง ดังต่อไปนี้

(1) เขียนรูปประโยคแบบสั้น ไม่ซับซ้อน เพื่อนำเสนอแนวคิดหรือประเด็นที่ต้องการนำเสนออย่างชัดเจน ตรงประเด็น

(2) เขียนหัวข้อหรือชื่อเรื่องให้สั้น กระชับ แต่เร้าความสนใจ

(3) เขียนบทนำหรือวรรคนำเสมอ เพื่อช่วยสื่อสารประเด็นที่ต้องการให้มีความชัดเจนตั้งแต่ต้น

(4) เขียนด้วยลีลาภาษาที่ไม่เป็นทางการมากนัก หรือควรเป็นทางการน้อยกว่าเว็บไซต์องค์กร

(5) เขียนให้มีความเป็นมนุษย์ และนำเสนอบุคลิกภาพของบล็อก องค์กร ตราสินค้า และบุคคล

(6) ถ้าเขียนบทความ ควรเขียนตามโครงสร้างบทความ (บทนำ เนื้อเรื่อง บทสรุป) แต่ต้องสั้น ย่อ กระชับ และในแต่ละย่อหน้าไม่ควรยาวมาก

(7) ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ควรเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์ และเป็นข้อมูลที่ผู้รับสารอยากรู้

(8) เขียนในฐานะผู้เชี่ยวชาญ

(9) หากนำข้อมูลมาจากแหล่งอื่น ควรอ้างอิงให้ถูกต้อง

(10) จัดทำลิสต์หัวข้อหลักและหัวข้อย่อย เพื่อให้สามารถอ่านแบบกวาดสายตาได้

(11) ควรเน้นข้อความสำคัญ หรือเรื่องสำคัญ เช่น การทำตัวเข้ม ตัวเอียง หรือขีดเส้นใต้

(12) ใช้วิธีการนำเสนอที่หลากหลาย เช่น การสัมภาษณ์บุคคล การรีวิว ใช้ภาพประกอบ รวมถึงสื่อมัลติมีเดียต่างๆ

(13) มีช่องทางให้ผู้อ่านได้ตอบกลับ เพื่อสร้างเครือข่าย/ชุมชนออนไลน์

(14) ควรมีการตอบกลับ แสดงความคิดเห็น สร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้อ่านอย่างทันท่วงที เพื่อสร้างชื่อเสียงที่ดี และความน่าเชื่อถือให้กับองค์กร

ทั้งนี้ ควรให้ความสำคัญกับการปรากฏตัวบนโปรแกรมค้นหาข้อมูลออนไลน์หรือเสิร์ชเอนจินให้ขึ้นอยู่ในระดับต้นๆ ด้วยวิธีการใช้ SEO หรือ Search Engine Optimization เพื่อให้การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ขององค์กรปรากฏขึ้นในลำดับต้นๆ ของการค้นหา สำหรับตัวอย่างการเขียนประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์สามารถดูได้ที่ เอกสารแนบ 3 และ 4

3. เทคนิคหรือกลยุทธ์ที่สามารถนำไปสู่การปฏิบัติได้

3.1 กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ

กระบวนการโน้มน้าวใจสามารถแยกได้เป็น 2 ขั้นตอนคือ การทำให้เด่นขึ้น (Intensification) และการทำให้ไม่สลักสำคัญ (Dowplaying) ในส่วนของการทำให้เด่นขึ้นหมายถึง การทำจุดแข็งให้เด่นขึ้นและ/หรือทำจุดอ่อนของคู่แข่งให้เด่นขึ้นเช่นกัน โดยมีกลยุทธ์คือ 1) การเสนอสารซ้ำๆ (Repetition) 2) การเชื่อมโยง (Association) และ 3) การแต่งรูปโฉมของสาร (Composition)

นอกจากนี้ การทำให้ไม่สลักสำคัญ (Dowplaying) คือการปิดปากเงียบในส่วนที่ไม่ดีของเราและในส่วนที่ดีของคู่แข่ง อาจทำได้โดย 1) วิธีการละเว้นไม่พูดถึง (Omission) 2) การหันเหความสนใจ (Diversion) และ 3) การสร้างความสับสน (Confusion)

3.2 จุดจูงในในสาร (Message appeals)

จุดจูงใจในสารอาจจะเป็นทางด้านชีววิทยา (ความต้องการทางด้านสรีระ) หรือเป็นจุดที่เกิดแห่งการเรียนรู้ (Learned motived) แต่การโน้มน้าวจะได้ผลดียิ่งขึ้นถ้ามีจุดจูงใจที่ผู้รับสารสามารถเชื่อมโยงได้กับกรอบอ้างอิง โดยจุดจูงใจที่นิยมใช้ได้แก่

3.2.1 จุดจูงใจโดยใช้ความกลัว (Fear appeals) จากการศึกษาด้านการใช้จุดจูงใจโดยใช้ความกลัว ปรากฏว่าความกลัวในระดับต่ำมีผลในการโน้มน้าวใจมากกว่าความกลัวในระดับสูง และถ้ามีความกลัวมากเกินไป ผู้รับสารอาจจะเกิดความกระวนกระวาย และจะไม่สนใจในสารแต่จะสนใจในเรื่องการกระวนกระวายแทน

3.2.2 จุดจูงใจโดยใช้อารมณ์ (Emotional appeals) มีวิธีการในการโน้มน้าวใจ ได้แก่ 1) การใช้ภาษาที่เจืออารมณ์เพื่อบรรยายสถานการณ์ จะก่อให้เกิดความตระหนัก (Awareness) ในตัวผู้รับสาร แต่อาจสร้างทัศนคติได้ทั้งบวกและลบ 2) การเชื่อมโยงความคิดที่เสนอใหม่กับความคิดเก่า กล่าวคือ ความคิดเก่าบางอย่างที่เป็นที่ชื่นชอบ ความคิดเก่าบางอย่างที่เป็นรังเกียจเดียดฉันท์ ถ้าผู้ส่งสารสามารถเชื่อมโยงความคิดใหม่นี้ได้กับความคิดเก่า ก็อาจจูงใจทางอารมณ์ให้ผู้รับสารคล้อยตามได้ 3) การเชื่อมโยงความคิดที่เสนอเข้ากับอวัจนภาษาที่สามารถเร้าอารมณ์ได้ เช่น การเสนอรูปเด็กหญิงเวียดนามที่วิ่งหนีระเบิด ร่างกายล่อนจ้อนเพราะแรงระเบิด เป็นต้น และ 4) การทำให้วัจนสารและอวัจนสารที่สามารถเร้าอารมณ์ได้ กรณีนี้เป็นกรณีพิเศษสำหรับการพูด ถ้าพูดเรื่องที่มีอารมณ์เจือปน ผู้พูดต้องมีอากัปกิริยาท่าทางน้ำเสียงประกอบ ผู้ฟังจึงจะเกิดความคล้อยตาม

2.2.3 จุดจูงใจโดยใช้ความโกรธ (Anger appeals) วิธีนี้ผู้ส่งสารสร้างความโกรธหรือความคับข้องใจแก่ผู้รับสารแล้วจึงเขียนหรือพูด เพื่อลดหรือเพิ่มความเครียดแก่ผู้รับสารและวิธีการแก้ไข

2.2.4 จุดจูงใจโดยใช้อารมณ์ตลก (Humerous appeals) วิธีโน้มน้าวใจโดยการลดความเครียดอาจทำได้โดยวิธีเขียนประชดประชันแดกดัน

2.2.5 จุดจูงใจโดยใช้รางวัล (Reward as appeals) บทบาทของการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจอาจเห็นได้ชัดเมื่อมีรางวัลเข้าพ่วงมาไม่ใช่รูปธรรม เช่น ผู้พูดอาจจะโน้มน้าวใจให้ผู้ฟังเลือกคนเข้ามาเป็นผู้แทนราษฎรผ่านนโยบายที่โน้มน้าวใจว่า จะผลักดันกฎหมายที่ลดภาษีเงินได้ หรือนายกรัฐมนตรีที่ได้มาจากการเลือกตั้งอาจโน้มน้าวใจให้เห็นถึงผลงานที่ก่อให้เกิดผลดีในอนาคตอย่างไร

2.2.6 จุดจูงใจโดยใช้แรงจูงใจ (Motivational appeals) กล่าวคือ จุดจูงใจทุกชนิดที่กล่าวมาข้างต้นถือเป็นแรงจูงใจ แต่มีแรงบางอย่างที่มนุษย์เรียนรู้เมื่อมีประสบการณ์ที่ผ่านเข้ามาในชีวิต เช่น ความรักชาติ ความรักเพื่อนมนุษย์ ศาสนา และค่านิยมต่างๆ การสื่อสารโดยใช้แรงจูงใจต้องอาศัยการวิเคราะห์ผู้ฟังอย่างมาก เพราะคุณธรรม ค่านิยม หรือแรงจูงใจอย่างหนึ่งอาจมีความหมายมากต่อผู้ฟังคนใดคนหนึ่ง แต่ในขณะที่ผู้ฟังอีกคนหนึ่งอาจไม่รู้สึกอะไรก็ตาม

4. ประเด็นความรู้ที่สำคัญ

นอกจากเทคนิคการเขียนเพื่อประชาสัมพันธ์ในข้างต้นแล้ว “ผู้รับสาร” เป็นอีกหนึ่งสิ่งที่นักประชาสัมพันธ์ควรคำนึงและให้ความสำคัญร่วมได้ เพื่อให้สารที่ต้องการนำเสนอประสบความสำเร็จและตรงกับกลุ่มเป้าหมาย โดยผู้รับสารสารมีวัตถุประสงค์ในการเลือกรับสาร ดังนี้

4.1 เพื่อทราบ (To know or To understand) เป็นวัตถุประสงค์ของผู้รับสารที่ต้องการทราบเรื่องราว หรือติดตามข้อมูล เหตุการณ์ ข่าวสารต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม ทั้งที่มีผลกระทบต่อตนเองหรือต่อสังคม ตลอดจนเป็นการสนองความอยากรู้อยากเห็น อันเป็นความต้องการทั่วไปในเชิงจิตวิทยา

4.2 เพื่อเรียนรู้ (To learn) เป็นวัตถุประสงค์ของผู้รับสารที่ต้องการจะรู้และทำความเข้าใจในเนื้อหาความรู้วิชาการต่าง ๆ เพื่อเป็นการเพิ่มพูนความรู้ความสามารถของตนให้สูงมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อการดำรงชีวิตของตนในอนาคต

4.3 เพื่อหาความพอใจ (To please or To enjoy) เป็นวัตถุประสงค์ของผู้รับสารที่ต้องการให้ชีวิตมีความสุขและหลีกเลี่ยงสภาพจริงในชีวิตที่ยุ่งวุ่นวายหรือก่อให้เกิดความเครียด ส่งผลให้ผู้รับสารมักจะหาบุคคลที่อารมณ์ดี หรือรายการโทรทัศน์ ภาพยนตร์ เพื่อผ่อนคลายความเครียดเหล่านั้น

4.4 เพื่อการตัดสินใจ (To decide) เป็นวัตถุประสงค์ของผู้รับสารที่ต้องการข้อมูลข่าวสารรายละเอียดที่เกี่ยวข้อง มีความลึกซึ้ง และมีอิทธิพลมากพอที่จะชักจูงให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือมีผลต่อการตัดสินใจได้

นอกจากนี้ การเลือกรับสารมีวัตถุประสงค์ข้างต้นแล้ว การให้ความสำคัญในด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ส่งสาร และสลับบทบาทกลับไปสู่การเป็นผู้ส่งสาร จะทำให้เกิดการบอกต่อและทำให้การนำเสนอสารถูกเผยแพร่สู่สาธารณชนได้มากยิ่งขึ้น

5. บทสรุป

การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์เป็นทักษะขั้นพื้นฐานของนักประชาสัมพันธ์ เพราะเป็นเครื่องมือหลักที่นำมาใช้ในการส่งผ่านและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ไม่ว่าจะเป็นการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ การเขียนปฏิทินข่าว จดหมายข่าว การเขียนเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ เป็นต้น ดังนั้น นักประชาสัมพันธ์ควรให้ความสำคัญในเรื่องของการเขียน รวมทั้งองค์ประกอบในภาพรวมที่สามารถนำมาสร้างเป็นรากฐานและพัฒนาเป็นโครงสร้างของงานอื่นๆ ได้ นอกจากนี้ ข้อควรระวังสำหรับเรื่องการเขียนคือการใช้ภาษาที่ถูกต้อง ซึ่งนักประชาสัมพันธ์จะต้องมีการตรวจสอบอย่างรอบครอบ เพราะเมื่อมีการนำเสนอสารที่มีความหมายผิดอาจส่งผลกระทบเชิงลบให้กับองค์กรได้

ตัวอย่างข่าวประชาสัมพันธ์

เอกสารแนบ 1

พาดหัวหลัก

อ.อ.ป. แถลงความคืบหน้าเกี่ยวกับสุขภาพ 'ช้างพลายศักดิ์สุรินทร์' และแนวทางการรักษา หลังครบกำหนดกักกันโรค 30 วัน

วรรคนำ

กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (ทส.) โดยองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ (อ.อ.ป.) จัดแถลงข่าวความคืบหน้าเกี่ยวกับสุขภาพ "ช้างพลายศักดิ์สุรินทร์" และแนวทางการรักษา ณ ห้องประชุม 101 (ชั้น 1) กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ส่วนเชื่อม

หลังจากที่ช้างพลายศักดิ์สุรินทร์ได้ย้ายเข้ามาที่ศูนย์วิจัยและควบคุมเฝ้าระวังโรคสถาบันคชบาลแห่งชาติ ในพระอุปถัมภ์ฯ จังหวัดลำปาง (ส.คช.) ตั้งแต่วันที่ 2 กรกฎาคม 2566

เนื้อข่าว

นายประสิทธิ์ เกิดโต โฆษกองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ เปิดเผยว่า เบื้องต้นสัตวแพทย์ได้ดำเนินการเก็บตัวอย่างเลือดเพื่อตรวจเบื้องต้นในกระบวนการกักกันและเฝ้าระวังโรค ซึ่งผลจากห้องปฏิบัติการให้ผลลบต่อการตรวจโรคดังนี้

1) ไม่พบไข่พยาธิในอุจจาระ (sedimentation and floatation test)
2) ไม่พบพยาธิในเลือดจาก thin blood smear, ELISA and PCR (Trypanosoma evansi)
3) ไม่พบโรควัณโรค แท้งติดต่อ และ ฉี่หนู
4) ไม่พบโรคปากและเท้าเปื่อย และโรคเฮอร์ปีสไวรัส (EEHV)
5) ผลการตรวจค่าโลหิตวิทยาและชีวเคมีในเลือดปกติ

ประกอบกับช้างพลายศักดิ์สุรินทร์ สามารถกินอาหารและน้ำได้ดี ขับถ่ายปกติ สามารถนอนราบบนพื้นทรายได้เฉลี่ยคืนละ 1 - 3 ชั่วโมง โดยในทุกๆ วัน สัตวแพทย์จะเข้าทำความสะอาดแผลฝีที่สะโพกทั้งสองข้าง ซึ่งปัจจุบันพบว่ามีขนาดลดลง และหากพ้นกระบวนการกักโรคแล้ว สัตวแพทย์จะเคลื่อนย้ายช้างพลายศักดิ์สุรินทร์ ไปทำการรักษาที่โรงพยาบาลช้าง โดยการรักษาสัตวแพทย์จะต้องคำนึงถึงลักษณะนิสัยช้าง พฤติกรรมสุขภาพทั่วไป ได้แก่ การกิน การดื่ม การขับถ่าย การนอน และ กิจวัตรประจำวัน ร่วมกับความเจ็บป่วยต่างๆ (เช่น ตา ขาหน้าเหยียดตึง, แผลฝี ฯลฯ) และสุขภาพจิต ความเครียดของช้าง เป็นต้น

โฆษก อ.อ.ป. กล่าวต่อไปอีกว่า เพื่อให้การตรวจวินิจฉัยและรักษาช้างพลายศักดิ์สุรินทร์มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ช้างพลายศักดิ์สุรินทร์ต้องให้ความร่วมมือในการตรวจรักษา ซึ่งปัจจัยสำคัญในการให้ความร่วมมือ

จะขึ้นอยู่กับการยอมรับในตัวควาญของช้าง โดยช้างพลายศักดิ์สุรินทร์กับควาญช้างต้องใช้เวลาร่วมกันระหว่างฝึกให้ช้างพลายศักดิ์สุรินทร์คุ้นเคยกับ “คำพูดและอากัปกิริยาต่างๆ” ของควาญช้าง

ในเบื้องต้น ส.คช. ได้กำหนดให้ควาญช้างฝึกให้ช้างพลายศักดิ์สุรินทร์เดินออกจากบริเวณที่เลี้ยงในระยะทางประมาณ 100 เมตรทุกวันอย่างน้อยวันละ 1 ครั้ง รวมทั้งให้ควาญช้างเข้าไปสัมผัสบริเวณขาช้างในระหว่างช้างยืนอาบน้ำ และสัมผัสเปลือกตาช้างในขณะที่ช้างนอน เพื่อให้ช้างพลายศักดิ์สุรินทร์คุ้นเคยกับกิริยาดังกล่าวก่อนที่จะเข้าสู่กระบวนตรวจวินิจฉัยจากสัตวแพทย์

สำหรับแนวทางการรักษา “ช้างพลายศักดิ์สุรินทร์” สัตวแพทย์จากสถาบันคชบาลแห่งชาติ ในพระอุปถัมภ์ฯ ได้ร่วมหารือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ ผู้แทนคณะเทคนิคการแพทย์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ผู้แทนคณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ผู้แทนคณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล, ผู้แทนคณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ผู้แทนคณะสัตวแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ผู้แทนกรมอุทยาน สัตว์ป่า และพันธุ์พืช และผู้แทนจากองค์การสวนสัตว์แห่งประเทศไทย พบว่า ช้างพลายศักดิ์สุรินทร์ มีอาการเจ็บป่วยจากภายนอกและภายในร่างกาย ได้แก่ ตาด้านขวามีอาการคล้ายต้อกระจก, ขาหน้าด้านซ้ายมีอาการเหยียดตึงและผิดรูป และมีการทำงานของไตบกพร่อง ซึ่งมีแนวทางการรักษา ดังนี้

1) ตาด้านขวา มีอาการคล้ายเป็นต้อกระจก (cataract) : เพื่อหาความผิดปกติ ควรเปรียบเทียบตาทั้งสองข้าง รวมทั้งการตรวจวินิจฉัยด้วยคลื่นเสียงอัลตร้าซาวด์ เพื่อกำหนดตำแหน่งเลนส์ตา ซึ่งจำเป็นต้องใช้ยาซึมเพื่อให้ช้างอยู่นิ่ง โดยในขั้นตอนต่อไปสัตวแพทย์จะได้ทำการพิจารณาเลือกวิธีการรักษาที่เหมาะสมและดีที่สุด ซึ่งมีอยู่สองทางเลือก ได้แก่ การรักษาด้วยการสลายต้อ (หากพบว่าช้างมีความผิดปกติ) และการรักษาตามอาการ

2) ขาหน้าด้านซ้าย มีอาการเหยียดตึงและผิดรูป : ขาดังกล่าวมีความผิดปกติเรื้อรังมานาน ซึ่งยังไม่ทราบได้ว่าเกิดความผิดปกติที่ส่วนใด จำเป็นต้องวินิจฉัยทั้งจากการฉายรังสีเอ็กซเรย์ การตรวจด้วยคลื่นความถี่สูงอัลตร้าซาวด์ การตรวจวัดการเดิน ทั้งใช้เครื่องมือและดูด้วยตาเปล่าเพื่อใช้ในการประเมินประสิทธิผลของการรักษาต่อไป รวมทั้งการใช้เครื่องตรวจวัดอุณหภูมิเพื่อยืนยันว่าไม่มีการอักเสบ ปวดบวม โดยในเบื้องต้นควรให้การรักษาแบบบรรเทาอาการไปพร้อมกัน ด้วยการให้ช้างออกกำลังกายเบาด้วยการเดินทางตรง การว่ายน้ำ และการประคบร้อนด้วยลูกประคบหรือการใช้เครื่องมือ เช่น เครื่องนวดด้วยคลื่นความถี่สูง, เลเซอร์ (Laser therapy) และ Magnetic shock wave

3) จากการตรวจปัสสาวะติดต่อกัน 3 ครั้ง พบว่า มีโปรตีนปนในปัสสาวะ รวมทั้งค่าถ่วงจำเพาะต่ำกว่าปกติ : ซึ่งอาจบ่งชี้ได้ถึงการทำงานของไตบกพร่องได้ เมื่อพ้นจากระยะกักตัวแล้วจะย้ายช้างพลายศักดิ์สุรินทร์มายังโรงพยาบาลช้าง จะดำเนินการตรวจวัดค่าความดันเลือด (blood pressure) รวมทั้งคลื่นหัวใจ (EKG) ไปพร้อมๆ กัน ซึ่งจากการอาการดังกล่าวอาจตั้งข้อสังเกตว่า ในช้างที่มีความเครียดอาจเกิดภาวะที่พบว่ามีโปรตีนปนอยู่ในปัสสาวะได้ ดังนั้นควรตรวจปัสสาวะต่อเนื่องไปก่อน เพื่อติดตามในระยะยาว

อย่างไรก็ตามเมื่อช้างพลายศักดิ์สุรินทร์เข้าสู่กระบวนการรักษาของ ส.คช. แล้ว จะได้รับการดูแลสุขภาพทั้งทางกายและสุขภาพจิตอย่างใกล้ชิด โดยสัตวแพทย์จะมีการตรวจวัดระดับฮอร์โมนคอร์ติซอล ทั้งจากเลือดและอุจจาระอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งพิจารณาคัดเลือกควาญช้างที่เหมาะสมกับช้าง ซึ่งปัจจุบันช้างพลาย ศักดิ์สุรินทร์มีควาญช้างอยู่ 3 คนซึ่งทำหน้าที่ได้เป็นอย่างดี

นอกจากมีควาญช้างเป็นเพื่อนคอยดูแลแล้ว ในอนาคตอาจจะพิจารณาหาเพื่อนช้างที่สามารถเข้ากับเจ้าพลายได้ให้อยู่เป็นเพื่อน ให้เจ้าพลายใช้ชีวิตอย่างมีความสุขที่สุด สมกับที่ชาวไทยร่วมใจกันนำพาเจ้าพลายกลับมารักษาตัว และให้ใช้ชีวิตในปันปลายในบ้านเกิดเมืองนอน และองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ขอยืนยันตั้งปณิธานว่าจะดูแล รักษา เจ้าพลายศักดิ์สุรินทร์ให้ดีที่สุด โฆษก อ.อ.ป. กล่าวทิ้งท้าย

ตัวอย่างบทความประชาสัมพันธ์

เอกสารแนบ 2

'สถาบันคชบาลแห่งชาติ ในพระอุปถัมภ์ฯ' ห้องเรียนแห่งการเรียนรู้ ควบคู่การอนุรักษ์และบริบาล 'ช้างไทย'

ปัจจุบันประเทศไทยยังคงให้ความสำคัญต่อการอนุรักษ์และบริบาล 'ช้างไทย' โดยรัฐบาลได้กำหนดให้วันที่ '13 มีนาคม' ของทุกปี เป็น 'วันช้างไทย' เพื่อให้คนไทยทุกคนตระหนักถึงความสำคัญของช้าง และอนุรักษ์บริบาลรักษาช้างให้คงอยู่ในประเทศตลอดไป ประกอบกับ 'สถาบันคชบาลแห่งชาติ ในพระอุปถัมภ์ฯ' (ส.คช.) ซึ่งอยู่ภายใต้การดูแลของ องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ (อ.อ.ป.) เป็นหน่วยงานที่ดำเนินงานในด้านการอนุรักษ์และบริบาลช้างไทยมาโดยตลอด อาทิ การจัดตั้งโรงพยาบาลช้าง 2 แห่ง ที่จังหวัดลำปาง และจังหวัดกระบี่, งานวิจัย รวมถึงกิจกรรมสัตวแพทย์สัญจร และการจัดตั้งหน่วยบริบาลช้างต่างๆ

นอกจากนี้ ส.คช. ยังให้ความสำคัญในเรื่องของชุมชนโดยการนำวัฒนธรรมท้องถิ่นทางภาคเหนือ คือ พิธีฮ้องขวัญช้าง เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในพิธีสำคัญของการจัดกิจกรรม 'วันช้างไทย' และยังเปิดพื้นที่ให้กับประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และบริบาลช้างไทย โดยการอุปถัมภ์ช้างในโครงการพ่อแม่อุปถัมภ์ช้าง และกองทุนศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย อีกด้วย

ในด้านการท่องเที่ยว ส.คช. ยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดลำปาง เพราะที่นี่เต็มไปด้วยกิจกรรมที่สนุกและสอดแทรกความรู้ ตัวอย่างเช่น กิจกรรมห้องเรียนของช้าง, กิจกรรมชมช้างอาบน้ำ หรือกิจกรรมที่สามารถใกล้ชิดและคลุกคลีกับช้างตามวิถีธรรมชาติผ่านโปรแกรมต่างๆ เช่น โปรแกรมชมวิถีช้างโขลง, โปรแกรมส่งช้างเข้าป่า และโปรแกรมเลี้ยงดูช้าง

สุดท้ายนี้ หากใครอยากเข้าไปเยี่ยมชมการดำเนินงานฯ และท่องเที่ยวของ ส.คช. สามารถเข้าไปได้ที่ สถาบันคชบาลแห่งชาติ ในพระอุปถัมภ์ฯ อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง (เปิดบริการทุกวัน) ตั้งแต่เวลา 08.30 น. – 15.30 น. หรือติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หมายเลขโทรศัพท์ 054 829 322

ตัวอย่างการเขียนประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ (เผยแพร่ผ

เอกสารแนบ 3

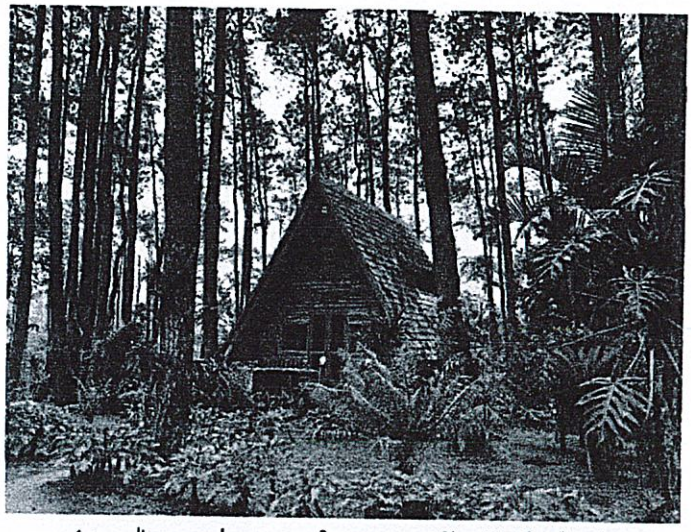
เตรียมแพ็คกระเป๋าแอ่วเชียงใหม่ส่งท้ายปลายปีกับทริป 3 ที่ฮีลใจในสวนป่าเศรษฐกิจของ อ.อ.ป. ...

Chiangmai is calling you..

หน้าปฏิทินเข้าสู่ช่วงปลายปีทีไร 'จังหวัดเชียงใหม่' มักจะกลายเป็นจังหวัดแรกๆ ที่คิดถึง และต้องมีการแวะเวียนไปเช็คอินให้ได้อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ถึงแม้ว่าจะไปทุกๆ ปีแต่เชียงใหม่กลับไม่น่าเบื่อแม้แต่น้อย กลับกันเหมือนมีแรงดึงดูดบางอย่างให้ต้องกลับไป... *วัฒนธรรม อากาศ ผู้คน ความสงบ* ล้วนเป็นปัจจัยที่ทำให้คำนิยามของคำว่า 'เชียงใหม่' แตกต่างไปจากสถานที่อื่นๆ

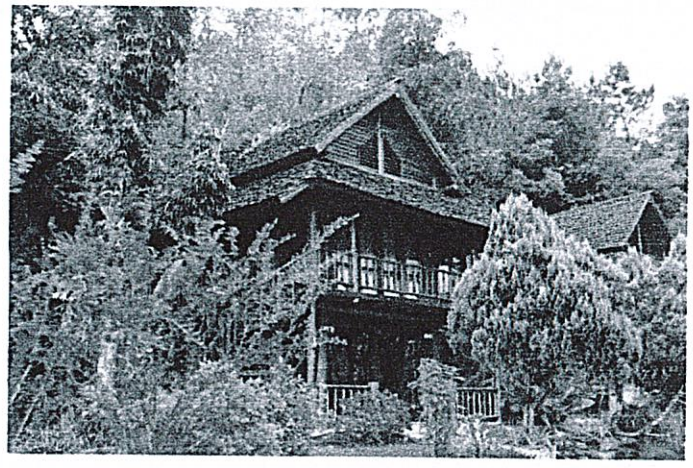
ถึงแม้ว่าเชียงใหม่จะเป็นจังหวัดระดับต้นที่ผู้คนนึกถึงของภาคเหนือ และมักจะโดนเปรียบเปรยว่าเป็นกรุงเทพแห่งที่ 2 แต่ที่นี่มีบางสิ่งที่ทำให้แตกต่างจากกรุงเทพ นั่นก็คือ *ความสงบท่ามกลางพื้นที่สีเขียว* ... เชียงใหม่จึงเป็นสถานที่ที่จัดสรรพื้นที่ระหว่างความเมืองกับผืนป่าได้อย่างลงตัว ด้วยทำเลที่ตั้งที่โอบล้อมไปด้วยภูเขาและผืนป่า ทำให้เชียงใหม่มีที่พัก สถานที่จัดกิจกรรม ที่ใกล้ชิดธรรมชาติรอต้อนรับนักท่องเที่ยวทุกคนเข้ามาพักใจ และกลับออกไปด้วยใจที่เต็มร้อย

ด้วยภูมิประเทศ ภูมิทัศน์ และสภาพอากาศในจังหวัดเชียงใหม่ทำให้ *องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ (อ.อ.ป.)* มีการพัฒนาสวนป่าเศรษฐกิจให้กลายเป็นที่พัก และสถานที่ทำกิจกรรมแบบใกล้ชิดธรรมชาติ จำนวน 3 สวนป่าเศรษฐกิจ ได้แก่ *สวนป่าดอยบ่อหลวง อำเภอฮอด, สวนป่าแม่แจ่ม อำเภอแม่แจ่ม และสวนป่าบ้านวัดจันทร์ อำเภอกัลยาณิวัฒนา* ซึ่งทั้ง 3 สวนป่าเศรษฐกิจนี้จะอยู่ในจังหวัดเดียวกัน แต่คอนเซ็ปต์และบรรยากาศแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง



(สวนป่าดอยบ่อหลวง อำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่)

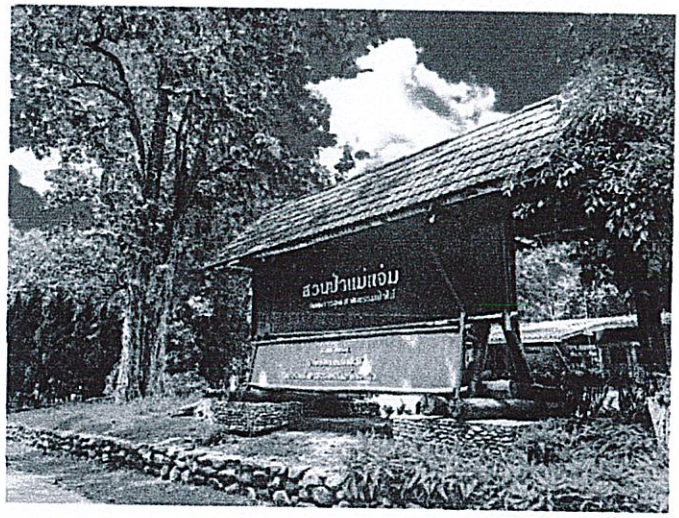
(สวนป่าแม่แจ่ม อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่)



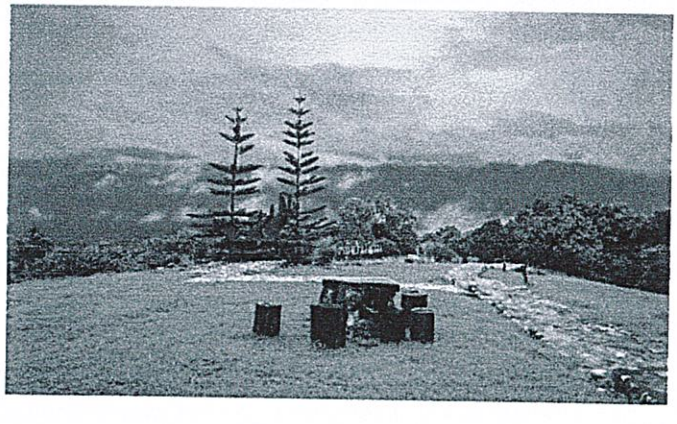
(สวนป่าบ้านวัดจันทร์ อำเภอกัลยานิวัฒนา จังหวัดเชียงใหม่)

สวนป่าดอยบ่อหลวง อำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ สวนป่าสนผืนใหญ่ในอำเภอฮอด ที่มีบรรยากาศสุดโรแมนติกราวกับว่าหลุดเข้าไปอยู่ในโลกอีกใบ ด้วยความสวยของธรรมชาติที่ราวกับอยู่ต่างประเทศ ทำให้คอนเซ็ปต์บ้านพักที่นี่ใช้หลักการผสมกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม และมีที่พักหลากหลายตามความต้องการ เช่น บ้านทรงเอเฟรม, บ้านปูนเปลือย, บ้านทิวสน, บ้านแฝด, โรงแรมป่าสน, รถบ้าน และลานกางเต็นท์ เป็นต้น หากคุณได้เข้ามาพักที่นี่ คุณจะได้สัมผัสกับการพักผ่อนอย่างแท้จริง ซึ่งรับรองได้เลยว่าจะกลับไปพร้อมพลังบวกอย่างแน่นอน

สามารถสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม Facebook Fanpage: สวนป่าดอยบ่อหลวง องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ Doi Bo Luang FIO หรือหมายเลขโทรศัพท์ 0 9258 69215



สวนป่าแม่แจ่ม อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ สวนป่าไม้เศรษฐกิจของ อ.อ.ป. ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่กว่า 7,000 ไร่ อบอวนไปด้วยความสดชื่น และพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นภูเขาทำให้มีอากาศเย็นสบายตลอดทั้งปีจึงเหมาะสำหรับการพักผ่อนในทุกฤดูกาล นอกจากนี้ สวนป่าแม่แจ่มยังเป็นอีกหนึ่ง Landmark เรื่องความสวยงามและขึ้นชื่อเรื่องของทะเลหมอก ทำให้นักท่องเที่ยวต่างแวะเวียนเข้ามาตลอด สำหรับบ้านพักของที่นี่ส่วนใหญ่จะเป็นบ้านพักหลังเดี่ยวอยู่ท่ามกลางสวนป่าสัก และบ้านพักเอเฟรมตั้งอยู่ท่ามกลางกับธรรมชาติอย่างลงตัว



สามารถสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม Facebook Fanpage: สวนป่าแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ หรือหมายเลขโทรศัพท์ 0 8718 26440

สวนป่าบ้านวัดจันทร์ อำเภอกัลยาณิวัฒนา จังหวัดเชียงใหม่ สวนป่าสนสลับสีที่ผืนใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทำให้มีอากาศเย็นสบายตลอดทั้งปีและเงียบสงบ โดยเฉพาะในฤดูหนาวป่าสนจะค่อยๆ เปลี่ยนสี สะท้อนอยู่ในเงาของอ่างเก็บน้ำที่เป็นอีกหนึ่ง Landmark ของที่นี่ และในตอนเช้าอ่างเก็บน้ำ

แห่งนี้จะที่เต็มไปด้วยไอหมอกลอยอยู่เหนือผิวน้ำซึ่งเป็นภาพที่สวยงามมากๆ สำหรับในส่วนของบ้านพักที่นี่มีบ้านพักสวยหลายสไตล์ตอบโจทย์ทุกความต้องการของผู้เข้าพัก ได้แก่ บ้านสนเขา, บ้านปาเก่อญอ, บ้านวิวน้ำ, บ้านฉางข้าว และบ้านนอนรวม หรือหากใครอยากเปลี่ยนบรรยากาศมานอนเต็นท์ สวนป่าฯ แห่งนี้ ได้จัดสรรพื้นที่ไว้ให้บริการ

สามารถสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม Facebook Fanpage: FIO Watchan – ป่าสนวัดจันทร์ อ.อ.ป. หรือหมายเลขโทรศัพท์ 0 5208 0993 หรือ 0 86181 3388

ถึงแม้ว่าทั้ง 3 สวนป่าเศรษฐกิจจะมีจุดที่ความแตกต่างกัน แต่สิ่งที่เหมือนกันก็คือ ทุกสวนป่าปรารถนาให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักมีความสุขและสบายใจอย่างที่สุด ... สุดท้ายนี้ อยากบอกนักท่องเที่ยวทุกคนว่า *มาเที่ยวเชียงใหม่เมื่อไหร่ อย่าลืมแวะมาพักใจที่สวนป่า อ.อ.ป.* รับรองไม่ผิดหวังอย่างแน่นอน

ตัวอย่างการเขียนประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ (เผยแพร่ผ่าน Facebook)

เอกสารแนบ 4

Topic : รู้หรือไม่!? ส.คช. เปิดโรงบาล' ช้าง "รักษาฟรี" และมีคุณหมอที่เก่ง & ใจดีมาก

Content :

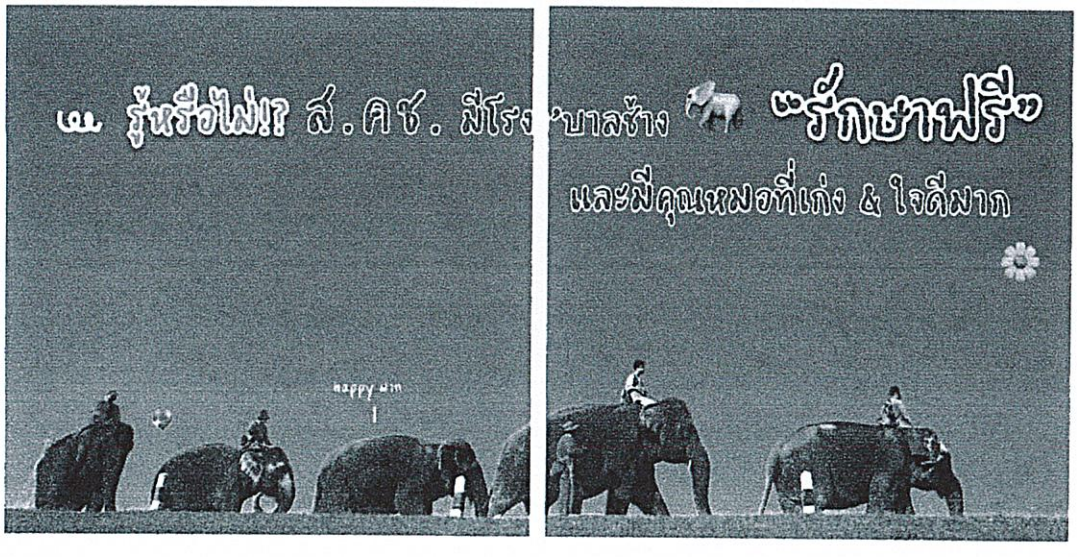
นักท่องเที่ยวหลายคนคงจะคุ้นหูกับ "ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย" สถานที่ท่องเที่ยวขึ้นชื่อของ จ.ลำปาง ซึ่งเป็นพื้นที่ที่จะทำให้เราได้ใกล้ชิดและสัมผัสความน่ารักของน้องช้างแบบสุดๆ แต่คุณรู้หรือไม่ว่า นอกจากศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวแล้ว ที่ยังเป็นโรงพยาบาลช้างแห่งแรกและแห่งเดียวของ จ. ลำปางอีกด้วย และที่สำคัญยังรักษาฟรี ไม่เสียค่าใช้จ่าย

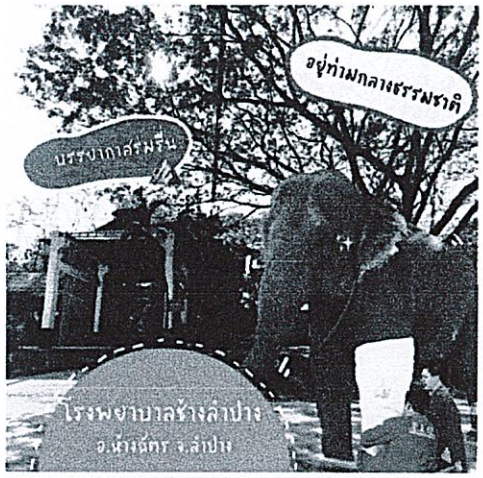
นอกจากในพื้นที่ จ. ลำปาง แล้ว ส.คช. ได้จัดตั้งโรงพยาบาลช้าง จ.กระบี่ เพิ่มขึ้นอีกหนึ่งแห่ง เพื่อขยายขอบเขตการให้บริการดูแลและบริบาลช้างในพื้นที่ภาคใต้อีกด้วย โดยการก่อตั้งโรงพยาบาลช้างลำปาง และโรงพยาบาลช้างกระบี่ นี้ ส.คช. มองเห็นว่า อยากให้เป็นสถานที่รองรับ ดูแล รักษา และบริบาลช้างเลี้ยงที่เจ็บป่วย พิการ ช้างชรา ฟรีไม่มีค่าใช้จ่าย ตลอดจนช่วยบรรเทาปัญหาที่เกิดกับช้าง เพื่อให้เกิดแนวทางในการอนุรักษ์ช้างอย่างยั่งยืนต่อไป

ทั้งนี้ ผู้ที่สนใจในการดำเนินงานของ ส.คช. ในทุกๆ ด้านสามารถติดตามได้ที่ Facebook Fanpage

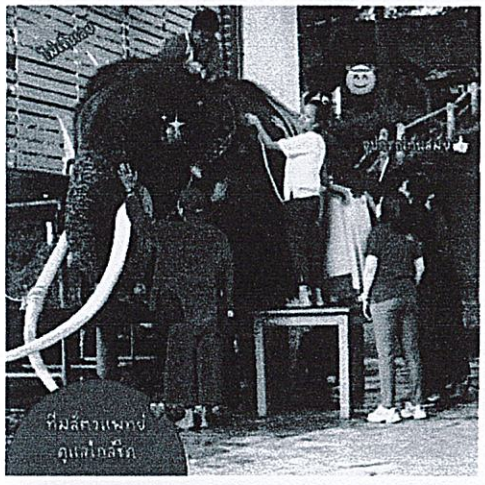
- ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จ.ลำปาง The Thai Elephant Conservation Center Lampang
- โรงพยาบาลช้าง ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย Elephant Hospital, TECC
- โรงพยาบาลช้างกระบี่ Krabi Elephant Hospital

ภาพประกอบ :

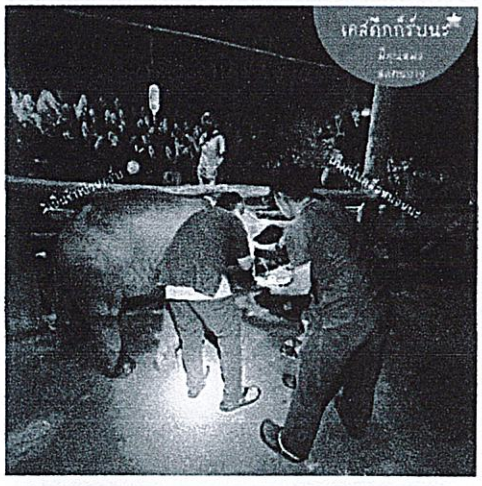


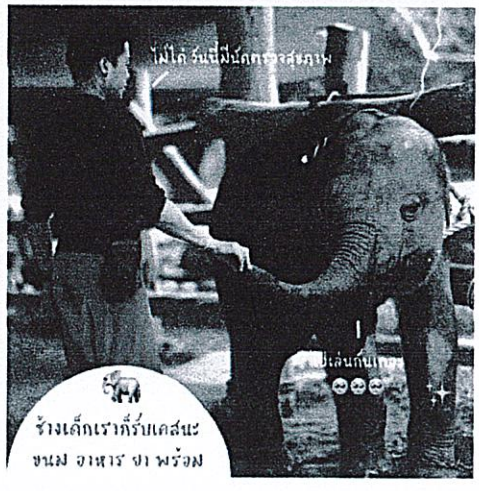

อยู่ท่ามกลางธรรมชาติ
บรรยากาศรมรื่น
โรงพยาบาลช้างลำปาง
อ.ห้างฉัตร จ.ลำปาง

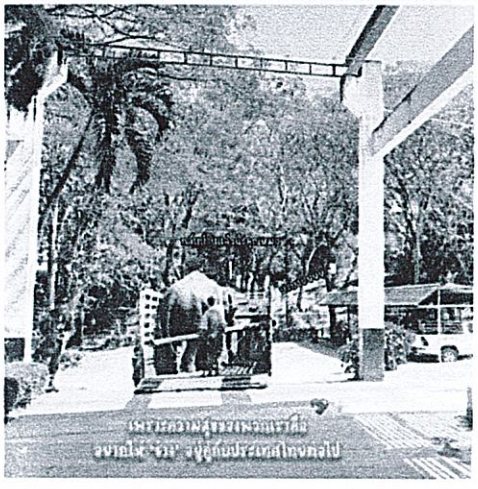
โรงพยาบาลช้างกระบี่
อ.คลองท่อม จ.กระบี่


ทีมสัตวแพทย์
ดูแลใกล้ชิด

ลงพื้นที่ตรวจสุขภาพช้างอย่างใกล้ชิด
จะขึ้นเหนือ
ล่องใต้
หรือใกล้ไกล คุณหมอก็ไปหมด


เคสติกก็รับนะ


ไม่ได้ วันนี้มีนัดตรวจสุขภาพ
ช้างเด็กเราก็รับเคสนะ
ขนม อาหาร ยา พร้อม



แบบฟอร์ม Knowledge Capture

"กลวิธีการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์"

สรุปโดย นางสาวเบญจมกร มาน้อย **หน่วยงาน** ฝ่ายสื่อสารองค์กร สำนักบริหารกลาง

1. บริบท หรือความเป็นมา

การประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการและแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งการประชาสัมพันธ์จะเป็นการสื่อสารสองทางระหว่างองค์กรกับสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง โดยการเขียนเพื่อประชาสัมพันธ์นับเป็นอีกเครื่องมือหนึ่งที่ช่วยขับเคลื่อนการประชาสัมพันธ์ให้ลุล่วง ช่วยสร้างและรักษาความสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) กลุ่มต่างๆ ทั้งในแง่ของการเผยแพร่ข้อมูล การชักชวนให้มีส่วนร่วม เผยแพร่การดำเนินงานขององค์กร ตลอดจนช่วยประสานความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายให้เข้าใจถึงวิธีการดำเนินงานขององค์กร ประกอบกับในการเขียนเพื่อประชาสัมพันธ์จะต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์ในการเขียนให้สอดคล้องกันอีกด้วย

นอกจากนี้ นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีความสามารถ/ทักษะสำคัญของการเป็นนักวิชาชีพ จำนวน 5 ทักษะ ประกอบด้วย ความสามารถทางการวิจัย ความเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการวางแผน ความสามารถในการแก้ปัญหา ความสามารถด้านการบริหารจัดการและการตลาด และทักษะด้านการเขียน โดยทักษะด้านการเขียนรวมถึงความสามารถในการส่งผ่านข้อมูลข่าวสารและความคิดด้วยการเขียนอย่างกระชับและชัดเจน รวมทั้งทักษะด้านไวยกรณ์และการสะกดคำที่ถูกต้อง

1.1 องค์ประกอบสำคัญของการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์

1.1.1 <u>วัตถุประสงค์การเขียน</u> การกำหนดวัตถุประสงค์เพื่อการประชาสัมพันธ์จะทำให้สามารถกำหนดทิศทางและลีลาภาษาที่ใช้ในเบื้องต้นได้ชัดเจนขึ้น โดยวัตถุประสงค์จะต้องสอดคล้องหรือสนับสนุนกับวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ของงานนั้นๆ ได้แก่

- การเขียนเพื่อแจ้งให้ทราบ (To Inform) : เพื่อแจ้งข่าวสาร บริการ หรือกิจกรรม มุ่งเน้นการให้ข้อเท็จจริง (Fact) การใช้ภาษาหรือข้อความจะกระชับ เข้าใจง่าย และตรงประเด็น
- การเขียนเพื่อโน้มน้าวใจ (To Persuade) : วัตถุประสงค์ลักษณะนี้จะมุ่งที่การประชาสัมพันธ์ การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร และเป็นการสร้างความรู้สึกร่วมต่อองค์กร งานเขียนในวัตถุประสงค์นี้จะต้องอาศัยลีลาภาษาในการเขียน และต้องอาศัยการค้นหาหลักฐานทางเอกสารประกอบการเขียนร่วมด้วย

1.1.2 <u>กลุ่มเป้าหมาย</u> การระบุกลุ่มเป้าหมายจะต้องพิจารณาจากผู้มีส่วนได้ส่วนขององค์กรทั้งภายใน ภายนอก และกลุ่มสาธารณะ ประกอบกับคุณลักษณะอื่นๆ จะเป็นตัวกำหนดภาษา และเนื้อหาที่เหมาะสม เพื่อให้ตรงกับความสนใจของกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด โดยคุณลักษณะอื่นๆ ได้แก่ เพศ การศึกษา อายุ ความสนใจ รสนิยม และระดับทางสังคม/เศรษฐกิจ เป็นต้น

1.1.3 <u>ช่องทางหรือสื่อที่เลือกใช้</u> ได้แก่

- สื่อสิ่งพิมพ์ : สามารถจำแนกได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ (1) หนังสือพิมพ์ (2) นิตยสาร และ (3) สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทอื่นๆ ซึ่งสื่อสิ่งพิมพ์เหล่านี้จะเป็นเครื่องมือที่ทำการสื่อสารกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วน

เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร ถึงแม้ว่าพฤติกรรมการอ่านหนังสือกระดาษเริ่มลดน้อยลงแต่สื่อประเภทนี้ยังคงมีความสำคัญตามวัตถุประสงค์ของการใช้งาน

- สื่อเสียงและสื่อวีดิทัศน์ : สื่อชนิดนี้มีความโดดเด่นเรื่องการนำเสนอข้อมูลข่าวสารได้รวดเร็ว ประกอบกับมีการนำภาพและเสียงช่วยสร้างความน่าสนใจและความน่าเชื่อถือ ตลอดจนสร้างความประทับใจได้

- สื่อใหม่ : การสื่อสารผ่านสื่อใหม่มีความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันเป็นอย่างมาก กล่าวคือ ช่องทางการสื่อสารดั้งเดิมและสื่อใหม่ได้มีการหลอมรวมแพลตฟอร์มเข้าด้วยกัน อีกทั้งมีการนำเสนอคล้ายๆ สื่อเดิม แต่มีความรวดเร็วขึ้น อย่างไรก็ตามด้วยความรวดเร็วของสื่อใหม่อาจทำให้เกิดผลเสียในกรณีที่เกิดการสื่อสารผิดพลาด อาจลุกลามบานปลายและส่งผลลบต่อองค์กรได้ในเวลาอันรวดเร็ว

1.2 ขั้นตอนสำคัญของการเขียนเพื่อประชาสัมพันธ์

การเขียนหรือการสื่อสารผ่านตัวอักษรผ่านสื่อต่างๆ มีความสำคัญในการนำเสนอข้อมูลขององค์กร จึงต้องมีความระมัดระวังในการนำเสนอโดยเฉพาะการเผยแพร่ในฐานะของตัวแทนองค์กร ดังนั้นขั้นตอนสำคัญของการเขียนเพื่อประชาสัมพันธ์ มีดังนี้

1.2.1 <u>การตอบคำถามพื้นฐานที่สำคัญของการเขียน</u> ก่อนเริ่มต้นการเขียนจะต้องมีการกำหนดโครงร่างในการเขียน ร่วมกับการกำหนดรูปแบบของการเขียนว่าจะมีการนำเสนอสารในรูปแบบข่าว บทความ สารคดี หรืออื่นๆ เพื่อให้สามารถวางโครงเรื่องได้อย่างเหมาะสม โดยคำถามพื้นฐานที่สำคัญ ได้แก่

- ผลของการสื่อสารที่ต้องการคืออะไร
- ใครคือกลุ่มเป้าหมายในการสื่อสาร
- สิ่งใดคือสิ่งที่กลุ่มเป้าหมายต้องการ ให้ความสำคัญ หรือมีความสนใจ
- ข้อความที่ผู้เขียนต้องการสื่อสารคืออะไร
- ผู้เขียนควรสื่อสารผ่านช่องทางใดเพื่อให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด
- ใครคือผู้ที่จะสามารถให้ข้อมูลได้อย่างน่าเชื่อถือมากที่สุด

1.2.2 <u>การกำหนดแนวทางเขียน</u> ขั้นตอนการกำหนดแนวทางการเขียนประกอบด้วย 3 ส่วนที่สำคัญ ดังนี้

- การกำหนดโครงร่างการเขียน ได้แก่ ประเด็นหลัก/ประเด็นรองในการนำเสนอ หัวข้อย่อยที่ต้องการนำเสนอในแต่ละประเด็น และการกำหนดข้อมูลหรือตัวอย่างประกอบเพื่อสนับสนุนประเด็นการนำเสนอ

- การรวบรวมและประเมินข้อมูล ได้แก่ การรวบรวมข้อมูลในส่วนของข้อเท็จจริง ความคิดเห็น การตีความ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาประเมินและคัดเลือกเฉพาะข้อมูลที่ตรงกับเรื่อง/ประเด็น ต่อมานำข้อมูลมาสังเคราะห์ข้อเท็จจริงเพื่อให้เนื้อหาข่าวสารมีน้ำหนัก และเรียบเรียงข้อมูลข่าวสารสำหรับใช้ในการเขียน

- การกำหนดรูปแบบภาษาที่ใช้ในการเขียน ได้แก่ ประโยค ย่อหน้า การเลือกใช้คำ และการเลือกใช้ภาษาสำหรับใช้สร้างจินตนาการ

1.2.3 การลงมือเขียน โครงร่างทั่วไปของงานเขียนประกอบด้วยดังนี้

- คำนำ/บทนำ : เป็นการเกริ่นนำเรื่องว่าต้องการนำเสนออะไร ซึ่งการขึ้นต้นบทนำที่ดีจะทำให้ผู้อ่านอยากติดตามเรื่องราว

- เนื้อเรื่อง : การให้รายละเอียดจากสิ่งที่กล่าวในบทนำ ซึ่งผู้เขียนควรวางประเด็นที่ต้องการนำเสนอเป็นหัวข้อย่อยในแต่ละย่อหน้าแล้วค่อยๆ ขยายจากข้อความนั้นๆ

- สรุป : เป็นการสรุปให้ผู้อ่านเห็นถึงภาพรวมตลอดทั้งเรื่องที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องถ่ายทอดความคิดเห็นให้น่าสนใจ และต้องเลือกใช้ให้เหมาะสมกับรูปแบบงานเขียนที่จะนำเสนอ

1.2.4 การประเมินผล งานเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ต้องมีการประเมินผลเพื่อให้ทราบถึงข้อปรับปรุง โดยข้อมูลเหล่านี้อาจได้มาจากแบบสอบถาม (Questionnaire) หรือการสัมภาษณ์ (Interviewing) หรือการสอบถามความคิดเห็นจากบุคคลที่เกี่ยวข้องก็ได้

1.3 ข้อพึงระวังของการใช้ภาษาในเขียน

1.3.1 ตัวสะกด : การเขียนต้องสะกดคำให้ถูกต้องทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษ หรือภาษาอื่นๆ เพื่อเป็นการแสดงถึงความใส่ใจในการนำเสนอและตรวจสอบข้อมูล

1.3.2 การใช้คำศัพท์เฉพาะทางหรือเฉพาะกลุ่ม : หากจะต้องมีการนำเสนอสารต่อคนทั่วไป ผู้เขียนต้องลดระดับความเฉพาะทางของภาษาลดลง หรือต้องอธิบายศัพท์เฉพาะทางให้ชัดเจน หรือใส่วงเล็บความหมายลงไปด้วย เพื่อให้ผู้รับสารเกิดความเข้าใจที่ไม่ผิดพลาด

1.3.3 การใช้รูปประโยคที่ไม่เหมาะสม : รูปประโยค/โครงสร้างที่ไม่เหมาะสม จะทำให้ผู้รับสารเกิดความเข้าใจผิดได้ นอกจากนี้ การสลับคำที่ส่งผลให้ความหมายของคำและบริบทเปลี่ยนเป็นอีกสิ่งที่สำคัญ ที่จะสามารถทำให้เกิดความเข้าใจผิดได้

1.3.4 การเลือกใช้คำผิด : การใช้คำผิดทำให้ผู้รับสารเกิดความสับสนและส่งผลกระทบต่อองค์กร ดังนั้นผู้เขียนควรตรวจสอบความหมายของคำจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือเพื่อป้องกันความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้น

1.3.5 การใช้ประโยคหรือคำที่ซ้ำซ้อน : ข้อนี้จะทำให้ประโยคยาวเกินความจำเป็น ผู้เขียนควรเลือกใช้คำใดคำหนึ่งในการอธิบายความหมายที่ต้องการสื่อสารเพียงคำเดียว

1.3.6 การใช้ตัวเลขมากเกินไป : การเขียนข้อมูลที่มีตัวเลขความเขียนให้ผู้อ่านเข้าใจง่าย และควรเขียนในลักษณะของคำอ่าน เช่น 10 ล้านบาท แทน 10,000,000 บาท

1.3.7 การกล่าวเกินจริง : ผู้เขียนต้องระมัดระวังในการเลือกใช้คำไม่บรรยายเกินลักษณะความจริงเสมอไป โดยเฉพาะข่าวประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับการกล่าวอ้างสรรพคุณ

1.3.8 การใช้ภาษาที่แสดงถึงการมีอคติและการมองภาพแบบเหมารวม : ผู้เขียนจำเป็นต้องตระหนักถึงความขัดแย้งของสังคมและวัฒนธรรม ประกอบกับการเขียนที่เผยแพร่ออกไปจะสามารถทำให้เห็นถึงทัศนคติขององค์กร ตลอดจนมุมมองต่างๆ ดังนั้นในการนำเสนอจะต้องไม่ก่อให้เกิดอคติและการมองภาพแบบเหมารวมในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

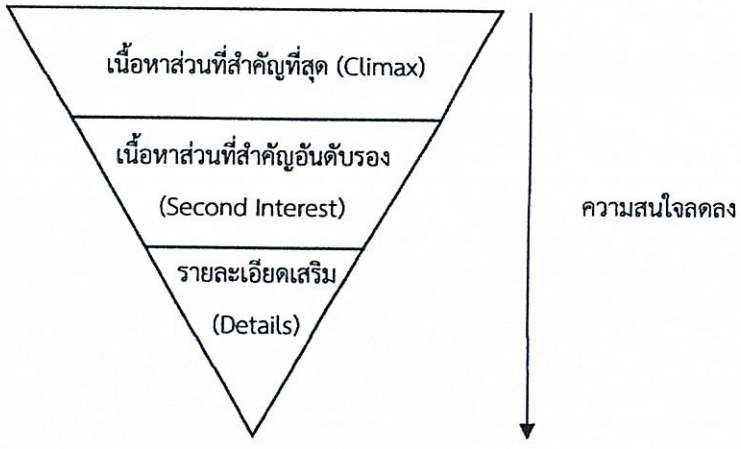
1.3.9 <u>การใช้ภาษาที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งระหว่างกลุ่มต่างๆ ในสังคม</u> : ก่อนนำเสนอสารควรตรวจสอบข้อมูลต่างๆ ให้ชัดเจน ถูกต้อง รอบด้าน ประกอบกับจะต้องตระหนักถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นที่มาจากงานเขียนที่นำเสนอ ซึ่งผู้เขียนจะต้องมีความพร้อมในการแก้ไขหากได้รับการทักท้วงจากสาธารณชน

2. วิธีการ / ขั้นตอน หรือกระบวนการที่ได้เรียนรู้

2.1 วิธีการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์

2.1.1 กำหนดรูปแบบการจัดเรียงเนื้อหาข่าว

โดยปกติการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์จะมีรูปแบบเนื้อหาแบบพีระมิดหัวกลับ เพื่อให้บรรณาธิการข่าวทำงานได้สะดวกขึ้น เนื่องจากเนื้อหาสำคัญและความน่าสนใจของข่าวจะปรากฏตั้งแต่ย่อหน้าแรก ดังภาพ



2.1.2 การเขียนพาดหัวข่าว

พาดหัวข่าวเป็นส่วนที่มีความสำคัญอย่างยิ่งถึงแม้จะเป็นข้อความสั้นๆ แต่จะช่วยให้บรรณาธิการข่าวทราบเลยว่าข่าวนี้มีประเด็นสำคัญหรือน่าสนใจหรือไม่ พาดหัวข่าวควรเป็นคำสั้น กระชับสมบูรณ์ด้วยความหมาย ไม่จำเป็นต้องหวือหวาเร้าใจ ดังนี้

โครงสร้าง
ประธาน + กริยา*หรือ*ประธาน + กริยา + กรรม

เช่น - คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาฯ เปิดรับนิสิตนักศึกษาหลักสูตรนานาชาติ ประจำปี 2564

- กระทรวงการคลังแถลงมาตรการเยียวยาจากคำสั่งปิดสถานที่เสี่ยงโรคติดเชื้อไวรัสโคโรน่า 2019

2.1.3 การเขียนวรรคนำหรือโปรย (Lead)

วรรคนำจะเป็นส่วนเสนอประเด็นสำคัญของเรื่องราวไว้อย่างกระชับ ซึ่งในการเขียนส่วนนี้จะต้องใส่ความรู้สึกของผู้อ่าน โดยพิจารณาว่าใจความทั้งหมดสิ่งไหนเป็นสิ่งที่น่าสนใจเป็นสิ่งสำคัญ โดยการเขียนวรรคนำจะมีหลักการเขียน 2 แบบ ดังนี้

1) วรรคนำแบบสรุปความ (Summary Lead)

ใคร (Who) / ทำอะไร (What) / ที่ไหน (Where) / เมื่อไหร่ (When) / เพราะเหตุใด (Whom) และอย่างไร (How)

เช่น กบข. เดินหน้าจัดสวัสดิการสมาชิกอย่างต่อเนื่อง ล่าสุดจับมือ 2 บริษัทประกันภัยทิพยประกันภัยและฟอลคอนประกันภัยเสนอโครงการ "ประกันสุขภาพส่วนเพิ่ม เพื่อสมาชิก กบข." ออกแบบกรมธรรม์ประกันภัยรูปแบบใหม่ทั้งสุขภาพและทันตกรรมสำหรับสมาชิก กบข. พร้อมเบี้ยประกันอัตราพิเศษและส่วนลดมากมาย หวังช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายส่วนเพิ่มจากการรักษาพยาบาลที่สวัสดิการภาครัฐไม่ครอบคลุม

2) วรรคนำแบบตรงไปตรงมา (Straight News Lead)

ใคร (Who) / ทำอะไร (What) / ที่ไหน (Where) / เมื่อไหร่ (When)

เช่น กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (ทส.) โดยนางภาวินี ณ สายบุรี ผู้ตรวจราชการกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รองโฆษกประจำกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ร่วมด้วยนายประสิทธิ์ เกิดโต รองผู้อำนวยการสายบริหาร โฆษกองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ จัดแถลงข่าวในประเด็น "13 มีนาคม วันช้างไทย"ณ ห้องแถลงข่าว 101 (ชั้น 1) กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

2.1.4 การเขียนส่วนเชื่อม (Neck)

ส่วนเชื่อมมักจะอยู่ย่อหน้าเดียวกับวรรคนำเพื่อให้รายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับภูมิหลังของหน่วยงาน บุคคล สถานที่ หรือเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับข่าว เพื่อช่วยให้ผู้อ่านได้เข้าใจเรื่องราวได้ชัดขึ้น โดยความยาวของส่วนเชื่อมอาจมีความยาว 1 ย่อหน้า หรือเป็นประโยคต่อท้ายเนื้อข่าวเลยก็ได้

2.1.5 เนื้อหาข่าว (Body)

เนื้อหาข่าวจะเป็นการนำประเด็นหลักและประเด็นรองต่างๆ มาเสนอเป็นรายละเอียดของข่าว เพื่อให้ผู้สนใจข่าวได้รับทราบข้อมูลสำคัญอย่างละเอียดต่อไป เช่น เนื้อหาข่าวและพาดหัวข่าวควรสอดคล้องกัน

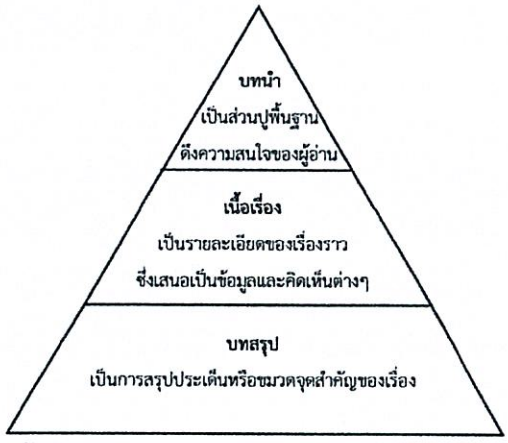
เช่น พาดหัวข่าว – "อ.อ.ป. เชิญชวน นักเรียน – นักศึกษา – บุคคลทั่วไป ส่ง 'Logo ฉลองครบรอบ 77 ปี' ชิงเงินรางวัล"

เนื้อหาข่าว ควรประกอบด้วย ข้อมูลการดำเนินงานของ อ.อ.ป./ รายละเอียดสำคัญของการประกวด/ เงินรางวัล/ ช่องทางการส่ง / ข้อมูลการติดต่อสอบถาม เป็นต้น

นอกจากนี้ เมื่อเขียนข่าวครบตามโครงสร้างแล้ว ควรตรวจสอบรูปแบบการเขียนควบคู่ไปด้วย อาทิ โครงสร้างประโยค การทบทวนประเด็นและใจความสำคัญที่จะสื่อสาร จากนั้นให้ปรับแต่งภาษาและข้อความให้กระชับมากยิ่งขึ้น โดยที่ใจความสำคัญในภาพรวมไม่เปลี่ยน ทั้งนี้ สำหรับตัวอย่างการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ สามารถดูได้ที่ เอกสารแนบ 1

2.2 วิธีการเขียนบทความประชาสัมพันธ์

การเขียนบทความประชาสัมพันธ์จะเป็นการเขียนเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์อย่างเฉพาะเจาะจงหรือเฉพาะเรื่อง และจะมีรูปแบบการนำเสนอเพียง 3 ส่วนเท่านั้น ได้แก่ บทนำ เนื้อเรื่อง และบทสรุป ซึ่งจะนำเสนอเนื้อหาแบบพีระมิดหัวตั้ง ดังภาพ



นอกจากนี้ การเขียนบทความประชาสัมพันธ์แต่ละชิ้นจะต้องคำนึงถึงความเหมาะสมว่าจะเผยแพร่ในสื่อ หรือแพลตฟอร์มไหน เพื่อให้นักประชาสัมพันธ์สามารถวางแผนการเขียนให้เหมาะสมกับบริบทนั้นๆ จึงทำให้มีความแตกต่างจากการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ที่มีลักษณะการนำเสนอคลอบคลุมและสามารถลงข่าวได้ทุกสื่อ ในการนี้ การเขียนบทความประชาสัมพันธ์ มี 4 ขั้นตอน ดังนี้

2.2.1 การวางแผน

ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนแรกก่อนการเริ่มเขียน ซึ่งเป็นการวางแผนเพื่อกำหนดแนวคิดและประเด็นเนื้อหา ตลอดจนขอบเขตของเรื่องให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและวัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์ เช่น เพื่อเผยแพร่ความรู้หรือให้คำแนะนำ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ เพื่อป้องกันการเข้าใจผิด เป็นต้น ดังนั้นในการเขียนบทความประชาสัมพันธ์ควรจะมีจุดมุ่งหมายให้ชัดเจนว่าจะเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มใด หรือสื่อสารถึงใคร เพื่อให้ผลลัพธ์ของบทความนั้นสามารถบรรลุตามเป้าประสงค์ได้

2.2.2 การกำหนดเค้าโครงเรื่อง

เมื่อได้ประเด็นและกำหนดขอบเขตของเรื่องแล้ว จะต้องเขียนเค้าโครงเรื่องเพื่อให้เห็นชุดข้อมูลที่จะนำเสนอ ตลอดจนควรกำหนดแนวคิดของเรื่องให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์เพื่อให้การเขียนไม่หลุดกรอบ ทั้งนี้ การลำดับเรื่องที่ดีและมีความต่อเนื่องตั้งแต่ต้นจนจบจะทำให้บทความประชาสัมพันธ์น่าสนใจมากขึ้น

2.2.3 การรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลนับว่าเป็นพื้นฐานของงานเขียน ขั้นตอนในส่วนนี้จึงเป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุด กล่าวคือ วัตถุดิบและข้อมูลต่างๆ จะเป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้บทความนั้นมีน้ำหนักและน่าเชื่อถือ และผู้เขียนที่ดีจำเป็นต้นสะสมข้อมูลจากการอ่าน เพราะการอ่านทำให้ได้รับข้อมูลข่าวสารมาก และเมื่อมีการสะสมมากจะทำให้เห็นภาพของบทความมากขึ้น ทั้งนี้ การรวบรวมข้อมูลสามารถนำมาจากแหล่งต่างๆ เพิ่มเติม ดังนี้

(1) การสังเกต : ทั้งจากการสังเกตสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร

(2) แหล่งข้อมูลจากบุคคล : พนักงาน ผู้บริหาร ผู้ที่เกี่ยวข้องในเรื่องนั้นๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร

(3) แหล่งข้อมูลจากเอกสาร : เอกสารที่องค์กรเป็นผู้จัดทำ นโยบาย การวิจัย ข้อมูลสินค้า รายงานประจำปี และอื่นๆ

(4) แหล่งข้อมูลจากอินเตอร์เน็ต : เป็นแหล่งค้นคว้าข้อมูลยอดนิยม เนื่องจากมีข้อมูลที่รอบด้านและรวดเร็ว แต่แหล่งข้อมูลจากอินเตอร์เน็ตควรมีการตรวจสอบแหล่งข้อมูลและควรเลือกใช้ข้อมูลที่มาจากแหล่งที่น่าเชื่อถือ

2.2.4 การลงมือเขียน

ขั้นตอนนี้ผู้เขียนควรเริ่มเขียนทีละประเด็นตามเค้าโครงร่างและค่อยๆ ปรับปรุงแก้ไขให้บทความนั้นสมบูรณ์ ประกอบกับการใช้ภาษาและลีลาการเขียนจะมีความสำคัญมากเช่นกัน หากผู้เขียนมีศิลปะในการใช้ภาษา รู้หลักการใช้ภาษาเพื่อสื่อความหมาย และสามารถใช้ถ้อยคำที่เหมาะสมกับเรื่องที่นำเสนอยิ่งทำให้บทความนั้นๆ น่าสนใจมากขึ้น โดยแนวทางการเขียนบทความมีรายละเอียด ดังนี้

(1) ใช้ภาษาสุภาพหรือกึงทางการ โดยผู้เขียนควรคำนึงว่าต้องนำเสนอในมุมขององค์กร ไม่ควรใช้ภาษาพูดและไม่ควรเขียนให้เห็นภาพในเชิงลบ

(2) ใช้คำและประโยคที่เข้าใจง่าย กระชับ ชัดเจน และตรงเป้าหมาย อีกทั้งในขณะเดียวกันควรให้แง่คิดและเร้าใจผู้อ่านไปด้วย

(3) หลีกเลี่ยงการใช้คำแสลงหรือศัพท์เฉพาะกลุ่ม ยกเว้นถ้าเป็นการเขียนบทความสำหรับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ

(4) ควรสรุปเนื้อหาด้วยถ้อยคำหรือข้อความที่ประทับใจ

(5) ในแง่ของของการเขียนเพื่อจูงใจ ควรบอกให้ทราบว่าจะชักชวนให้ทำอะไร และแสดงให้เห็นถึงผลดีจากการกระทำนั้นๆ

ทั้งนี้ สำหรับตัวอย่างบทความประชาสัมพันธ์ สามารถดูได้ที่ เอกสารแนบ 2

2.3 วิธีการเขียนประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์

การเขียนผ่านสื่อออนไลน์เป็นการเขียนบทความบนเว็บไซต์หรือพื้นที่ส่วนตัวออนไลน์ โดยองค์ประกอบของการเขียนมักจะประกอบไปด้วยข้อความ ข้อเขียน ภาพ ลิ้งก์ และสื่ออื่นๆ ซึ่งข้อดีของการเขียนผ่านสื่อออนไลน์คือผู้อ่านสามารถแสดงความคิดเห็นต่อท้ายข้อความที่ผู้เขียนเขียนไว้ได้ และสามารถได้ผลตอบกลับในทันที นอกจากนี้ บล็อกยังมีความพิเศษเฉพาะตัวในเรื่องของความจำกัดในเรื่องของระยะเวลาการเขียนและการอ่าน อาจมาจากลักษณะของผู้อ่านที่เน้นความรวดเร็วและมักใช้วิธีการอ่านแบบกวาดสายตา

ดังนั้น หลักการเขียนประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ควรคำนึงถึง ดังต่อไปนี้

(1) เขียนรูปประโยคแบบสั้น ไม่ซับซ้อน เพื่อนำเสนอแนวคิดหรือประเด็นที่ต้องการนำเสนออย่างชัดเจน ตรงประเด็น

(2) เขียนหัวข้อหรือชื่อเรื่องให้สั้น กระชับ แต่เร้าความสนใจ

(3) เขียนบทนำหรือวรรคนำเสมอ เพื่อช่วยสื่อสารประเด็นที่ต้องการให้มีความชัดเจนตั้งแต่ต้น

(4) เขียนด้วยลีลาภาษาที่ไม่เป็นทางการมากนัก หรือควรเป็นทางการน้อยกว่าเว็บไซต์องค์กร

(5) เขียนให้มีความเป็นมนุษย์ และนำเสนอบุคลิกภาพของบล็อก องค์กร ตราสินค้า และบุคคล

(6) ถ้าเขียนบทความ ควรเขียนตามโครงสร้างบทความ (บทนำ เนื้อเรื่อง บทสรุป) แต่ต้องสั้น ย่อ กระชับ และในแต่ละย่อหน้าไม่ควรยาวมาก

(7) ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ควรเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์ และเป็นข้อมูลที่ผู้รับสารอยากรู้

(8) เขียนในฐานะผู้เชี่ยวชาญ

(9) หากนำข้อมูลมาจากแหล่งอื่น ควรอ้างอิงให้ถูกต้อง

(10) จัดทำลิสต์หัวข้อหลักและหัวข้อย่อย เพื่อให้สามารถอ่านแบบกวาดสายตาได้

(11) ควรเน้นข้อความสำคัญ หรือเรื่องสำคัญ เช่น การทำตัวเข้ม ตัวเอียง หรือขีดเส้นใต้

(12) ใช้วิธีการนำเสนอที่หลากหลาย เช่น การสัมภาษณ์บุคคล การรีวิว ใช้ภาพประกอบ รวมถึงสื่อมัลติมีเดียต่างๆ

(13) มีช่องทางให้ผู้อ่านได้ตอบกลับ เพื่อสร้างเครือข่าย/ชุมชนออนไลน์

(14) ควรมีการตอบกลับ แสดงความคิดเห็น สร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้อ่านอย่างทันท่วงที เพื่อสร้างชื่อเสียงที่ดี และความน่าเชื่อถือให้กับองค์กร

ทั้งนี้ ควรให้ความสำคัญกับการปรากฏตัวบนโปรแกรมค้นหาข้อมูลออนไลน์หรือเสิร์ชเอนจินให้ขึ้นอยู่ในระดับต้นๆ ด้วยวิธีการใช้ SEO หรือ Search Engine Optimization เพื่อให้การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ขององค์กรปรากฏขึ้นในลำดับต้นๆ ของการค้นหา สำหรับตัวอย่างการเขียนประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์สามารถดูได้ที่ เอกสารแนบ 3 และ 4

3. เทคนิคหรือกลยุทธ์ที่สามารถนำไปสู่การปฏิบัติได้

3.1 กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ

กระบวนการโน้มน้าวใจสามารถแยกได้เป็น 2 ขั้นตอนคือ การทำให้เด่นขึ้น (Intensification) และการทำให้ไม่สลักสำคัญ (Dowplaying) ในส่วนของการทำให้เด่นขึ้นหมายถึง การทำจุดแข็งให้เด่นขึ้นและ/หรือทำจุดอ่อนของคู่แข่งให้เด่นขึ้นเช่นกัน โดยมีกลยุทธ์คือ 1) การเสนอสารซ้ำๆ (Repetition) 2) การเชื่อมโยง (Association) และ 3) การแต่งรูปโฉมของสาร (Composition)

นอกจากนี้ การทำให้ไม่สลักสำคัญ (Dowplaying) คือการปิดปากเงียบในส่วนที่ไม่ดีของเราและในส่วนที่ดีของคู่แข่ง อาจทำได้โดย 1) วิธีการละเว้นไม่พูดถึง (Omission) 2) การหันเหความสนใจ (Diversion) และ 3) การสร้างความสับสน (Confusion)

3.2 จุดจูงในในสาร (Message appeals)

จุดจูงใจในสารอาจจะเป็นทางด้านชีววิทยา (ความต้องการทางด้านสรีระ) หรือเป็นจุดที่เกิดแห่งการเรียนรู้ (Learned motived) แต่การโน้มน้าวจะได้ผลดียิ่งขึ้นถ้ามีจุดจูงใจที่ผู้รับสารสามารถเชื่อมโยงได้กับกรอบอ้างอิง โดยจุดจูงใจที่นิยมใช้ได้แก่

3.2.1 จุดจูงใจโดยใช้ความกลัว (Fear appeals) จากการศึกษาด้านการใช้จุดจูงใจโดยใช้ความกลัว ปรากฏว่าความกลัวในระดับต่ำมีผลในการโน้มน้าวใจมากกว่าความกลัวในระดับสูง และถ้ามีความกลัวมากเกินไป ผู้รับสารอาจจะเกิดความกระวนกระวาย และจะไม่สนใจในสารแต่จะสนใจในเรื่องการกระวนกระวายแทน

3.2.2 จุดจูงใจโดยใช้อารมณ์ (Emotional appeals) มีวิธีการในการโน้มน้าวใจ ได้แก่ 1) การใช้ภาษาที่เจืออารมณ์เพื่อบรรยายสถานการณ์ จะก่อให้เกิดความตระหนัก (Awareness) ในตัวผู้รับสาร แต่อาจสร้างทัศนคติได้ทั้งบวกและลบ 2) การเชื่อมโยงความคิดที่เสนอใหม่กับความคิดเก่า กล่าวคือ ความคิดเก่าบางอย่างที่เป็นที่ชื่นชอบ ความคิดเก่าบางอย่างที่เป็นรังเกียจเดียดฉันท์ ถ้าผู้ส่งสารสามารถเชื่อมโยงความคิดใหม่นี้ได้กับความคิดเก่า ก็อาจจูงใจทางอารมณ์ให้ผู้รับสารคล้อยตามได้ 3) การเชื่อมโยงความคิดที่เสนอเข้ากับอวัจนภาษาที่สามารถเร้าอารมณ์ได้ เช่น การเสนอรูปเด็กหญิงเวียดนามที่วิ่งหนีระเบิด ร่างกายล่อนจ้อนเพราะแรงระเบิด เป็นต้น และ 4) การทำให้วัจนสารและอวัจนสารที่สามารถเร้าอารมณ์ได้ กรณีนี้เป็นกรณีพิเศษสำหรับการพูด ถ้าพูดเรื่องที่มีอารมณ์เจือปน ผู้พูดต้องมีอากัปกิริยาท่าทางน้ำเสียงประกอบ ผู้ฟังจึงจะเกิดความคล้อยตาม

2.2.3 จุดจูงใจโดยใช้ความโกรธ (Anger appeals) วิธีนี้ผู้ส่งสารสร้างความโกรธหรือความคับข้องใจแก่ผู้รับสารแล้วจึงเขียนหรือพูด เพื่อลดหรือเพิ่มความเครียดแก่ผู้รับสารและวิธีการแก้ไข

2.2.4 จุดจูงใจโดยใช้อารมณ์ตลก (Humerous appeals) วิธีโน้มน้าวใจโดยการลดความเครียดอาจทำได้โดยวิธีเขียนประชดประชันแดกดัน

2.2.5 จุดจูงใจโดยใช้รางวัล (Reward as appeals) บทบาทของการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจอาจเห็นได้ชัดเมื่อมีรางวัลเข้าพ่วงมาไม่ใช่รูปธรรม เช่น ผู้พูดอาจจะโน้มน้าวใจให้ผู้ฟังเลือกคนเข้ามาเป็นผู้แทนราษฎรผ่านนโยบายที่โน้มน้าวใจว่า จะผลักดันกฎหมายที่ลดภาษีเงินได้ หรือนายกรัฐมนตรีที่ได้มาจากการเลือกตั้งอาจโน้มน้าวใจให้เห็นถึงผลงานที่ก่อให้เกิดผลดีในอนาคตอย่างไร

2.2.6 จุดจูงใจโดยใช้แรงจูงใจ (Motivational appeals) กล่าวคือ จุดจูงใจทุกชนิดที่กล่าวมาข้างต้นถือเป็นแรงจูงใจ แต่มีแรงบางอย่างที่มนุษย์เรียนรู้เมื่อมีประสบการณ์ที่ผ่านเข้ามาในชีวิต เช่น ความรักชาติ ความรักเพื่อนมนุษย์ ศาสนา และค่านิยมต่างๆ การสื่อสารโดยใช้แรงจูงใจต้องอาศัยการวิเคราะห์ผู้ฟังอย่างมาก เพราะคุณธรรม ค่านิยม หรือแรงจูงใจอย่างหนึ่งอาจมีความหมายมากต่อผู้ฟังคนใดคนหนึ่ง แต่ในขณะที่ผู้ฟังอีกคนหนึ่งอาจไม่รู้สึกอะไรก็ตาม

4. ประเด็นความรู้ที่สำคัญ

นอกจากเทคนิคการเขียนเพื่อประชาสัมพันธ์ในข้างต้นแล้ว “ผู้รับสาร” เป็นอีกหนึ่งสิ่งที่นักประชาสัมพันธ์ควรคำนึงและให้ความสำคัญร่วมได้ เพื่อให้สารที่ต้องการนำเสนอประสบความสำเร็จและตรงกับกลุ่มเป้าหมาย โดยผู้รับสารสารมีวัตถุประสงค์ในการเลือกรับสาร ดังนี้

4.1 เพื่อทราบ (To know or To understand) เป็นวัตถุประสงค์ของผู้รับสารที่ต้องการทราบเรื่องราว หรือติดตามข้อมูล เหตุการณ์ ข่าวสารต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม ทั้งที่มีผลกระทบต่อตนเองหรือต่อสังคม ตลอดจนเป็นการสนองความอยากรู้อยากเห็น อันเป็นความต้องการทั่วไปในเชิงจิตวิทยา

4.2 เพื่อเรียนรู้ (To learn) เป็นวัตถุประสงค์ของผู้รับสารที่ต้องการจะรู้และทำความเข้าใจในเนื้อหาความรู้วิชาการต่าง ๆ เพื่อเป็นการเพิ่มพูนความรู้ความสามารถของตนให้สูงมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อการดำรงชีวิตของตนในอนาคต

4.3 เพื่อหาความพอใจ (To please or To enjoy) เป็นวัตถุประสงค์ของผู้รับสารที่ต้องการให้ชีวิตมีความสุขและหลีกเลี่ยงสภาพจริงในชีวิตที่ยุ่งวุ่นวายหรือก่อให้เกิดความเครียด ส่งผลให้ผู้รับสารมักจะหาบุคคลที่อารมณ์ดี หรือรายการโทรทัศน์ ภาพยนตร์ เพื่อผ่อนคลายความเครียดเหล่านั้น

4.4 เพื่อการตัดสินใจ (To decide) เป็นวัตถุประสงค์ของผู้รับสารที่ต้องการข้อมูลข่าวสารรายละเอียดที่เกี่ยวข้อง มีความลึกซึ้ง และมีอิทธิพลมากพอที่จะชักจูงให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือมีผลต่อการตัดสินใจได้

นอกจากนี้ การเลือกรับสารมีวัตถุประสงค์ข้างต้นแล้ว การให้ความสำคัญในด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ส่งสาร และสลับบทบาทกลับไปสู่การเป็นผู้ส่งสาร จะทำให้เกิดการบอกต่อและทำให้การนำเสนอสารถูกเผยแพร่สู่สาธารณชนได้มากยิ่งขึ้น

5. บทสรุป

การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์เป็นทักษะขั้นพื้นฐานของนักประชาสัมพันธ์ เพราะเป็นเครื่องมือหลักที่นำมาใช้ในการส่งผ่านและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ไม่ว่าจะเป็นการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ การเขียนปฏิทินข่าว จดหมายข่าว การเขียนเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ เป็นต้น ดังนั้น นักประชาสัมพันธ์ควรให้ความสำคัญในเรื่องของการเขียน รวมทั้งองค์ประกอบในภาพรวมที่สามารถนำมาสร้างเป็นรากฐานและพัฒนาเป็นโครงสร้างของงานอื่นๆ ได้ นอกจากนี้ ข้อควรระวังสำหรับเรื่องการเขียนคือการใช้ภาษาที่ถูกต้อง ซึ่งนักประชาสัมพันธ์จะต้องมีการตรวจสอบอย่างรอบครอบ เพราะเมื่อมีการนำเสนอสารที่มีความหมายผิดอาจส่งผลกระทบเชิงลบให้กับองค์กรได้

ตัวอย่างข่าวประชาสัมพันธ์

เอกสารแนบ 1

พาดหัวหลัก

อ.อ.ป. แถลงความคืบหน้าเกี่ยวกับสุขภาพ 'ช้างพลายศักดิ์สุรินทร์' และแนวทางการรักษา หลังครบกำหนดกักกันโรค 30 วัน

วรรคนำ

กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (ทส.) โดยองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ (อ.อ.ป.) จัดแถลงข่าวความคืบหน้าเกี่ยวกับสุขภาพ "ช้างพลายศักดิ์สุรินทร์" และแนวทางการรักษา ณ ห้องประชุม 101 (ชั้น 1) กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ส่วนเชื่อม

หลังจากที่ช้างพลายศักดิ์สุรินทร์ได้ย้ายเข้ามาที่ศูนย์วิจัยและควบคุมเฝ้าระวังโรคสถาบันคชบาลแห่งชาติ ในพระอุปถัมภ์ฯ จังหวัดลำปาง (ส.คช.) ตั้งแต่วันที่ 2 กรกฎาคม 2566

เนื้อข่าว

นายประสิทธิ์ เกิดโต โฆษกองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ เปิดเผยว่า เบื้องต้นสัตวแพทย์ได้ดำเนินการเก็บตัวอย่างเลือดเพื่อตรวจเบื้องต้นในกระบวนการกักกันและเฝ้าระวังโรค ซึ่งผลจากห้องปฏิบัติการให้ผลลบต่อการตรวจโรคดังนี้

1) ไม่พบไข่พยาธิในอุจจาระ (sedimentation and floatation test)
2) ไม่พบพยาธิในเลือดจาก thin blood smear, ELISA and PCR (Trypanosoma evansi)
3) ไม่พบโรควัณโรค แท้งติดต่อ และ ฉี่หนู
4) ไม่พบโรคปากและเท้าเปื่อย และโรคเฮอร์ปีสไวรัส (EEHV)
5) ผลการตรวจค่าโลหิตวิทยาและชีวเคมีในเลือดปกติ

ประกอบกับช้างพลายศักดิ์สุรินทร์ สามารถกินอาหารและน้ำได้ดี ขับถ่ายปกติ สามารถนอนราบบนพื้นทรายได้เฉลี่ยคืนละ 1 - 3 ชั่วโมง โดยในทุกๆ วัน สัตวแพทย์จะเข้าทำความสะอาดแผลฝีที่สะโพกทั้งสองข้าง ซึ่งปัจจุบันพบว่ามีขนาดลดลง และหากพ้นกระบวนการกักโรคแล้ว สัตวแพทย์จะเคลื่อนย้ายช้างพลายศักดิ์สุรินทร์ ไปทำการรักษาที่โรงพยาบาลช้าง โดยการรักษาสัตวแพทย์จะต้องคำนึงถึงลักษณะนิสัยช้าง พฤติกรรมสุขภาพทั่วไป ได้แก่ การกิน การดื่ม การขับถ่าย การนอน และ กิจวัตรประจำวัน ร่วมกับความเจ็บป่วยต่างๆ (เช่น ตา ขาหน้าเหยียดตึง, แผลฝี ฯลฯ) และสุขภาพจิต ความเครียดของช้าง เป็นต้น

โฆษก อ.อ.ป. กล่าวต่อไปอีกว่า เพื่อให้การตรวจวินิจฉัยและรักษาช้างพลายศักดิ์สุรินทร์มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ช้างพลายศักดิ์สุรินทร์ต้องให้ความร่วมมือในการตรวจรักษา ซึ่งปัจจัยสำคัญในการให้ความร่วมมือ

จะขึ้นอยู่กับการยอมรับในตัวควาญของช้าง โดยช้างพลายศักดิ์สุรินทร์กับควาญช้างต้องใช้เวลาร่วมกันระหว่างฝึกให้ช้างพลายศักดิ์สุรินทร์คุ้นเคยกับ “คำพูดและอากัปกิริยาต่างๆ” ของควาญช้าง

ในเบื้องต้น ส.คช. ได้กำหนดให้ควาญช้างฝึกให้ช้างพลายศักดิ์สุรินทร์เดินออกจากบริเวณที่เลี้ยงในระยะทางประมาณ 100 เมตรทุกวันอย่างน้อยวันละ 1 ครั้ง รวมทั้งให้ควาญช้างเข้าไปสัมผัสบริเวณขาช้างในระหว่างช้างยืนอาบน้ำ และสัมผัสเปลือกตาช้างในขณะที่ช้างนอน เพื่อให้ช้างพลายศักดิ์สุรินทร์คุ้นเคยกับกิริยาดังกล่าวก่อนที่จะเข้าสู่กระบวนตรวจวินิจฉัยจากสัตวแพทย์

สำหรับแนวทางการรักษา “ช้างพลายศักดิ์สุรินทร์” สัตวแพทย์จากสถาบันคชบาลแห่งชาติ ในพระอุปถัมภ์ฯ ได้ร่วมหารือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ ผู้แทนคณะเทคนิคการแพทย์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ผู้แทนคณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ผู้แทนคณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล, ผู้แทนคณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ผู้แทนคณะสัตวแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ผู้แทนกรมอุทยาน สัตว์ป่า และพันธุ์พืช และผู้แทนจากองค์การสวนสัตว์แห่งประเทศไทย พบว่า ช้างพลายศักดิ์สุรินทร์ มีอาการเจ็บป่วยจากภายนอกและภายในร่างกาย ได้แก่ ตาด้านขวามีอาการคล้ายต้อกระจก, ขาหน้าด้านซ้ายมีอาการเหยียดตึงและผิดรูป และมีการทำงานของไตบกพร่อง ซึ่งมีแนวทางการรักษา ดังนี้

1) ตาด้านขวา มีอาการคล้ายเป็นต้อกระจก (cataract) : เพื่อหาความผิดปกติ ควรเปรียบเทียบตาทั้งสองข้าง รวมทั้งการตรวจวินิจฉัยด้วยคลื่นเสียงอัลตร้าซาวด์ เพื่อกำหนดตำแหน่งเลนส์ตา ซึ่งจำเป็นต้องใช้ยาชีมเพื่อให้ช้างอยู่นิ่ง โดยในขั้นตอนต่อไปสัตวแพทย์จะได้ทำการพิจารณาเลือกวิธีการรักษาที่เหมาะสมและดีที่สุด ซึ่งมีอยู่สองทางเลือก ได้แก่ การรักษาด้วยการสลายต้อ (หากพบว่าช้างมีความผิดปกติ) และการรักษาตามอาการ

2) ขาหน้าด้านซ้าย มีอาการเหยียดตึงและผิดรูป : ขาดังกล่าวมีความผิดปกติเรื้อรังมานาน ซึ่งยังไม่ทราบได้ว่าเกิดความผิดปกติที่ส่วนใด จำเป็นต้องวินิจฉัยทั้งจากการฉายรังสีเอ็กซเรย์ การตรวจด้วยคลื่นความถี่สูงอัลตร้าซาวด์ การตรวจวัดการเดิน ทั้งใช้เครื่องมือและดูด้วยตาเปล่าเพื่อใช้ในการประเมินประสิทธิผลของการรักษาต่อไป รวมทั้งการใช้เครื่องตรวจวัดอุณหภูมิเพื่อยืนยันว่าไม่มีการอักเสบ ปวดบวม โดยในเบื้องต้นควรให้การรักษาแบบบรรเทาอาการไปพร้อมกัน ด้วยการให้ช้างออกกำลังกายเบาด้วยการเดินทางตรง การว่ายน้ำ และการประคบร้อนด้วยลูกประคบหรือการใช้เครื่องมือ เช่น เครื่องนวดด้วยคลื่นความถี่สูง, เลเซอร์ (Laser therapy) และ Magnetic shock wave

3) จากการตรวจปัสสาวะติดต่อกัน 3 ครั้ง พบว่า มีโปรตีนปนในปัสสาวะ รวมทั้งค่าถ่วงจำเพาะต่ำกว่าปกติ : ซึ่งอาจบ่งชี้ได้ถึงการทำงานของไตบกพร่องได้ เมื่อพ้นจากระยะกักตัวแล้วจะย้ายช้างพลายศักดิ์สุรินทร์มายังโรงพยาบาลช้าง จะดำเนินการตรวจวัดค่าความดันเลือด (blood pressure) รวมทั้งคลื่นหัวใจ (EKG) ไปพร้อมๆ กัน ซึ่งจากการอาการดังกล่าวอาจตั้งข้อสังเกตว่า ในช้างที่มีความเครียดอาจเกิดภาวะที่พบว่ามีโปรตีนปนอยู่ในปัสสาวะได้ ดังนั้นควรตรวจปัสสาวะต่อเนื่องไปก่อน เพื่อติดตามในระยะยาว

อย่างไรก็ตามเมื่อช้างพลายศักดิ์สุรินทร์เข้าสู่กระบวนการรักษาของ ส.คช. แล้ว จะได้รับการดูแลสุขภาพทั้งทางกายและสุขภาพจิตอย่างใกล้ชิด โดยสัตวแพทย์จะมีการตรวจวัดระดับฮอร์โมนคอร์ติซอล ทั้งจากเลือดและอุจจาระอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งพิจารณาคัดเลือกควาญช้างที่เหมาะสมกับช้าง ซึ่งปัจจุบันช้างพลาย ศักดิ์สุรินทร์มีควาญช้างอยู่ 3 คนซึ่งทำหน้าที่ได้เป็นอย่างดี

นอกจากมีควาญช้างเป็นเพื่อนคอยดูแลแล้ว ในอนาคตอาจจะพิจารณาหาเพื่อนช้างที่สามารถเข้ากับเจ้าพลายได้ให้อยู่เป็นเพื่อน ให้เจ้าพลายใช้ชีวิตอย่างมีความสุขที่สุด สมกับที่ชาวไทยร่วมใจกันนำพาเจ้าพลายกลับมารักษาตัว และให้ใช้ชีวิตในปันปลายในบ้านเกิดเมืองนอน และองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ขอยืนยันตั้งปณิธานว่าจะดูแล รักษา เจ้าพลายศักดิ์สุรินทร์ให้ดีที่สุด โฆษก อ.อ.ป. กล่าวทิ้งท้าย

ตัวอย่างบทความประชาสัมพันธ์

เอกสารแนบ 2

'สถาบันคชบาลแห่งชาติ ในพระอุปถัมภ์ฯ' ห้องเรียนแห่งการเรียนรู้ ควบคู่การอนุรักษ์และบริบาล 'ช้างไทย'

ปัจจุบันประเทศไทยยังคงให้ความสำคัญต่อการอนุรักษ์และบริบาล 'ช้างไทย' โดยรัฐบาลได้กำหนดให้วันที่ '13 มีนาคม' ของทุกปี เป็น 'วันช้างไทย' เพื่อให้คนไทยทุกคนตระหนักถึงความสำคัญของช้าง และอนุรักษ์บริบาลรักษาช้างให้คงอยู่ในประเทศตลอดไป ประกอบกับ 'สถาบันคชบาลแห่งชาติ ในพระอุปถัมภ์ฯ' (ส.คช.) ซึ่งอยู่ภายใต้การดูแลของ องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ (อ.อ.ป.) เป็นหน่วยงานที่ดำเนินงานในด้านการอนุรักษ์และบริบาลช้างไทยมาโดยตลอด อาทิ การจัดตั้งโรงพยาบาลช้าง 2 แห่ง ที่จังหวัดลำปาง และจังหวัดกระบี่, งานวิจัย รวมถึงกิจกรรมสัตวแพทย์สัญจร และการจัดตั้งหน่วยบริบาลช้างต่างๆ

นอกจากนี้ ส.คช. ยังให้ความสำคัญในเรื่องของชุมชนโดยการนำวัฒนธรรมท้องถิ่นทางภาคเหนือ คือ พิธีฮ้องขวัญช้าง เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในพิธีสำคัญของการจัดกิจกรรม 'วันช้างไทย' และยังเปิดพื้นที่ให้กับประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และบริบาลช้างไทย โดยการอุปถัมภ์ช้างในโครงการพ่อแม่อุปถัมภ์ช้าง และกองทุนศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย อีกด้วย

ในด้านการท่องเที่ยว ส.คช. ยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดลำปาง เพราะที่นี่เต็มไปด้วยกิจกรรมที่สนุกและสอดแทรกความรู้ ตัวอย่างเช่น กิจกรรมห้องเรียนของช้าง, กิจกรรมชมช้างอาบน้ำ หรือกิจกรรมที่สามารถใกล้ชิดและคลุกคลีกับช้างตามวิถีธรรมชาติผ่านโปรแกรมต่างๆ เช่น โปรแกรมชมวิถีช้างโขลง, โปรแกรมส่งช้างเข้าป่า และโปรแกรมเลี้ยงดูช้าง

สุดท้ายนี้ หากใครอยากเข้าไปเยี่ยมชมการดำเนินงานฯ และท่องเที่ยวของ ส.คช. สามารถเข้าไปได้ที่ สถาบันคชบาลแห่งชาติ ในพระอุปถัมภ์ฯ อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง (เปิดบริการทุกวัน) ตั้งแต่เวลา 08.30 น. – 15.30 น. หรือติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หมายเลขโทรศัพท์ 054 829 322

ตัวอย่างการเขียนประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ (เผยแพร่ผ

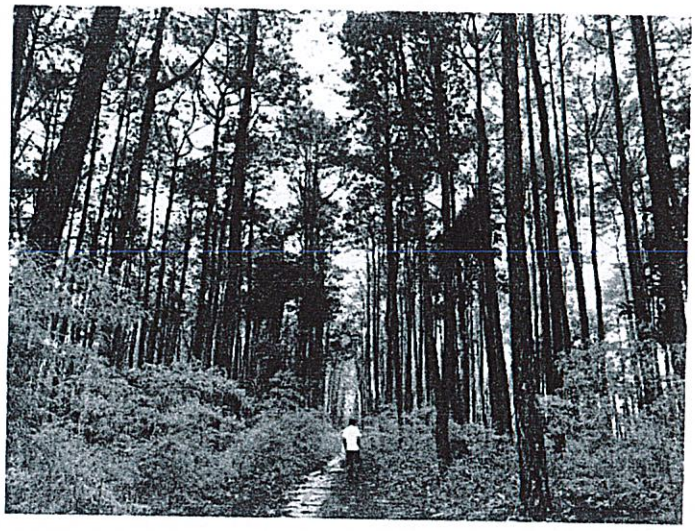
เอกสารแนบ 3

เตรียมแพ็คกระเป๋าแอ่วเชียงใหม่ส่งท้ายปลายปีกับทริป 3 ที่ฮีลใจในสวนป่าเศรษฐกิจของ อ.อ.ป. ...

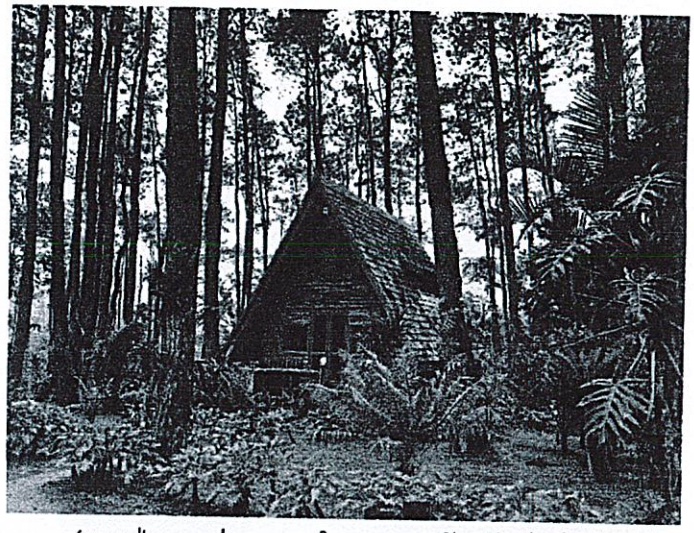
Chiangmai is calling you..

หน้าปฏิทินเข้าสู่ช่วงปลายปีทีไร 'จังหวัดเชียงใหม่' มักจะกลายเป็นจังหวัดแรกๆ ที่คิดถึง และต้องมีการแวะเวียนไปเช็คอินให้ได้อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ถึงแม้ว่าจะไปทุกๆ ปีแต่เชียงใหม่กลับไม่น่าเบื่อแม้แต่น้อย กลับกันเหมือนมีแรงดึงดูดบางอย่างให้ต้องกลับไป... *วัฒนธรรม อากาศ ผู้คน ความสงบ* ล้วนเป็นปัจจัยที่ทำให้คำนิยามของคำว่า 'เชียงใหม่' แตกต่างไปจากสถานที่อื่นๆ

ถึงแม้ว่าเชียงใหม่จะเป็นจังหวัดระดับต้นที่ผู้คนนึกถึงของภาคเหนือ และมักจะโดนเปรียบเปรยว่าเป็นกรุงเทพแห่งที่ 2 แต่ที่นี่มีบางสิ่งที่ทำให้แตกต่างจากกรุงเทพ นั่นก็คือ *ความสงบท่ามกลางพื้นที่สีเขียว* ... เชียงใหม่จึงเป็นสถานที่ที่จัดสรรพื้นที่ระหว่างความเมืองกับผืนป่าได้อย่างลงตัว ด้วยทำเลที่ตั้งที่โอบล้อมไปด้วยภูเขาและผืนป่า ทำให้เชียงใหม่มีที่พัก สถานที่จัดกิจกรรม ที่ใกล้ชิดธรรมชาติรอต้อนรับนักท่องเที่ยวทุกคนเข้ามาพักใจ และกลับออกไปด้วยใจที่เต็มร้อย



ด้วยภูมิประเทศ ภูมิทัศน์ และสภาพอากาศในจังหวัดเชียงใหม่ทำให้ *องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ (อ.อ.ป.)* มีการพัฒนาสวนป่าเศรษฐกิจให้กลายเป็นที่พัก และสถานที่ทำกิจกรรมแบบใกล้ชิดธรรมชาติ จำนวน 3 สวนป่าเศรษฐกิจ ได้แก่ *สวนป่าดอยบ่อหลวง อำเภอฮอด, สวนป่าแม่แจ่ม อำเภอแม่แจ่ม และสวนป่าบ้านวัดจันทร์ อำเภอกัลยาณิวัฒนา* ซึ่งทั้ง 3 สวนป่าเศรษฐกิจนี้จะอยู่ในจังหวัดเดียวกัน แต่คอนเซ็ปต์และบรรยากาศแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง



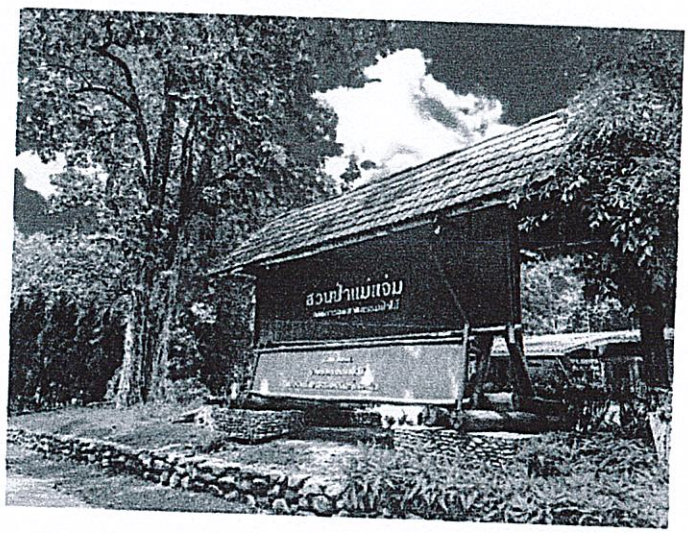
(สวนป่าดอยบ่อหลวง อำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่)

(สวนป่าแม่แจ่ม อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่)

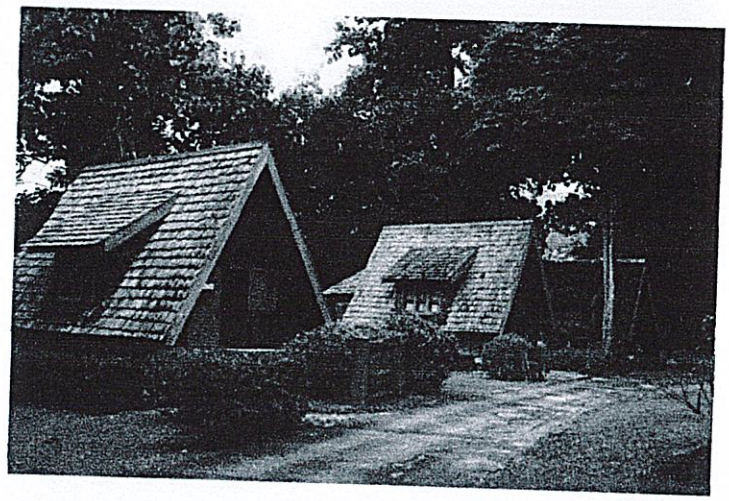
(สวนป่าบ้านวัดจันทร์ อำเภอกัลยานิวัฒนา จังหวัดเชียงใหม่)

สวนป่าดอยบ่อหลวง อำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ สวนป่าสนผืนใหญ่ในอำเภอฮอด ที่มีบรรยากาศสุดโรแมนติกราวกับว่าหลุดเข้าไปอยู่ในโลกอีกใบ ด้วยความสวยของธรรมชาติที่ราวกับอยู่ต่างประเทศ ทำให้คอนเซ็ปต์บ้านพักที่นี่ใช้หลักการผสมกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม และมีที่พักหลากหลายตามความต้องการ เช่น บ้านทรงเอเฟรม, บ้านปูนเปลือย, บ้านทิวสน, บ้านแฝด, โรงแรมป่าสน, รถบ้าน และลานกางเต็นท์ เป็นต้น หากคุณได้เข้ามาพักที่นี่ คุณจะได้สัมผัสกับการพักผ่อนอย่างแท้จริง ซึ่งรับรองได้เลยว่าจะกลับไปพร้อมพลังบวกอย่างแน่นอน

สามารถสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม Facebook Fanpage: สวนป่าดอยบ่อหลวง องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ Doi Bo Luang FIO หรือหมายเลขโทรศัพท์ 0 9258 69215



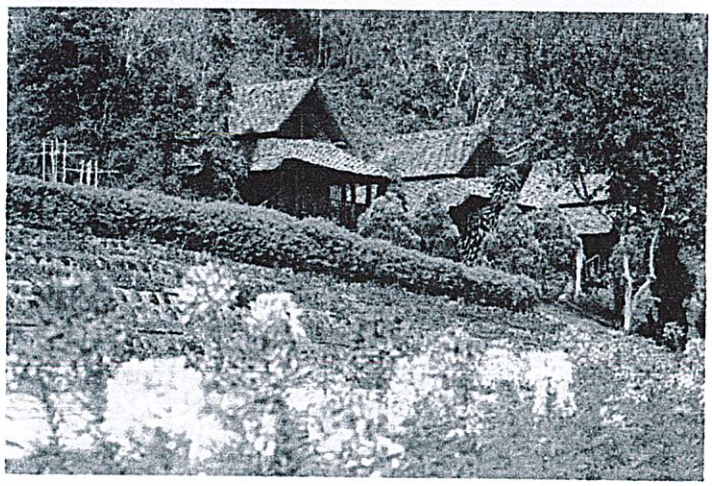
สวนป่าแม่แจ่ม อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ สวนป่าไม้เศรษฐกิจของ อ.อ.ป. ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่กว่า 7,000 ไร่ อบอวนไปด้วยความสดชื่น และพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นภูเขาทำให้มีอากาศเย็นสบายตลอดทั้งปีจึงเหมาะสำหรับการพักผ่อนในทุกฤดูกาล นอกจากนี้ สวนป่าแม่แจ่มยังเป็นอีกหนึ่ง Landmark เรื่องความสวยงามและขึ้นชื่อเรื่องของทะเลหมอก ทำให้นักท่องเที่ยวต่างแวะเวียนเข้ามาตลอด สำหรับบ้านพักของที่นี่ส่วนใหญ่จะเป็นบ้านพักหลังเดี่ยวอยู่ท่ามกลางสวนป่าสัก และบ้านพักเอเฟรมตั้งอยู่ท่ามกลางกับธรรมชาติอย่างลงตัว



สามารถสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม Facebook Fanpage: สวนป่าแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ หรือหมายเลขโทรศัพท์ 0 8718 26440

สวนป่าบ้านวัดจันทร์ อำเภอกัลยาณิวัฒนา จังหวัดเชียงใหม่ สวนป่าสนสลับสีที่ผืนใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทำให้มีอากาศเย็นสบายตลอดทั้งปีและเงียบสงบ โดยเฉพาะในฤดูหนาวป่าสนจะค่อยๆ เปลี่ยนสี สะท้อนอยู่ในเงาของอ่างเก็บน้ำที่เป็นอีกหนึ่ง Landmark ของที่นี่ และในตอนเช้าอ่างเก็บน้ำ

แห่งนี้จะที่เต็มไปด้วยไอหมอกลอยอยู่เหนือผิวน้ำซึ่งเป็นภาพที่สวยงามมากๆ สำหรับในส่วนของบ้านพักที่นี่มีบ้านพักสวยหลายสไตล์ตอบโจทย์ทุกความต้องการของผู้เข้าพัก ได้แก่ บ้านสนเขา, บ้านปาเก่อญอ, บ้านวิวน้ำ, บ้านฉางข้าว และบ้านนอนรวม หรือหากใครอยากเปลี่ยนบรรยากาศมานอนเต็นท์ สวนป่าฯ แห่งนี้ ได้จัดสรรพื้นที่ไว้ให้บริการ



สามารถสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม Facebook Fanpage: FIO Watchan – ป่าสนวัดจันทร์ อ.อ.ป. หรือหมายเลขโทรศัพท์ 0 5208 0993 หรือ 0 86181 3388

ถึงแม้ว่าทั้ง 3 สวนป่าเศรษฐกิจจะมีจุดที่ความแตกต่างกัน แต่สิ่งที่เหมือนกันก็คือ ทุกสวนป่าปรารถนาให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักมีความสุขและสบายใจอย่างที่สุด ... สุดท้ายนี้ อยากบอกนักท่องเที่ยวทุกคนว่า *มาเที่ยวเชียงใหม่เมื่อไหร่ อย่าลืมแวะมาพักใจที่สวนป่า อ.อ.ป.* รับรองไม่ผิดหวังอย่างแน่นอน

ตัวอย่างการเขียนประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ (เผยแพร่ผ่าน Facebook)

เอกสารแนบ 4

Topic : รู้หรือไม่!? ส.คช. เปิดโรงบาล' ช้าง "รักษาฟรี" และมีคุณหมอที่เก่ง & ใจดีมาก

Content :

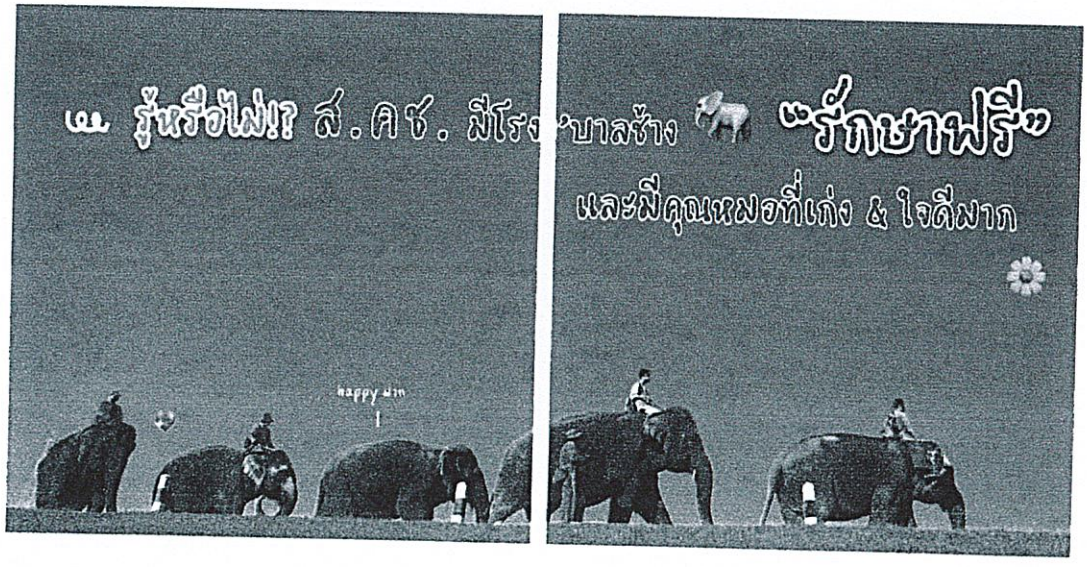
นักท่องเที่ยวหลายคนคงจะคุ้นหูกับ "ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย" สถานที่ท่องเที่ยวขึ้นชื่อของ จ.ลำปาง ซึ่งเป็นพื้นที่ที่จะทำให้เราได้ใกล้ชิดและสัมผัสความน่ารักของน้องช้างแบบสุดๆ แต่คุณรู้หรือไม่ว่า นอกจากศูนย์อนุรักษ์ช้างไทยจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวแล้ว ที่ยังเป็นโรงพยาบาลช้างแห่งแรกและแห่งเดียวของ จ. ลำปางอีกด้วย และที่สำคัญยังรักษาฟรี ไม่เสียค่าใช้จ่าย

นอกจากในพื้นที่ จ. ลำปาง แล้ว ส.คช. ได้จัดตั้งโรงพยาบาลช้าง จ.กระบี่ เพิ่มขึ้นอีกหนึ่งแห่ง เพื่อขยายขอบเขตการให้บริการดูแลและบริบาลช้างในพื้นที่ภาคใต้อีกด้วย โดยการก่อตั้งโรงพยาบาลช้างลำปาง และโรงพยาบาลช้างกระบี่ นี้ ส.คช. มองเห็นว่า อยากให้เป็นสถานที่รองรับ ดูแล รักษา และบริบาลช้างเลี้ยงที่เจ็บป่วย พิการ ช้างชรา ฟรีไม่มีค่าใช้จ่าย ตลอดจนช่วยบรรเทาปัญหาที่เกิดกับช้าง เพื่อให้เกิดแนวทางในการอนุรักษ์ช้างอย่างยั่งยืนต่อไป

ทั้งนี้ ผู้ที่สนใจในการดำเนินงานของ ส.คช. ในทุกๆ ด้านสามารถติดตามได้ที่ Facebook Fanpage

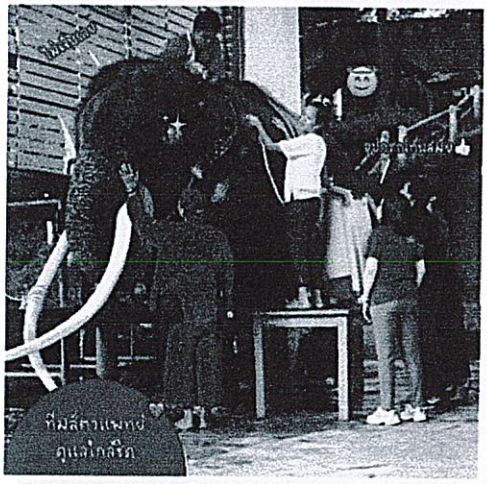
- ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จ.ลำปาง The Thai Elephant Conservation Center Lampang
- โรงพยาบาลช้าง ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย Elephant Hospital, TECC
- โรงพยาบาลช้างกระบี่ Krabi Elephant Hospital

ภาพประกอบ :

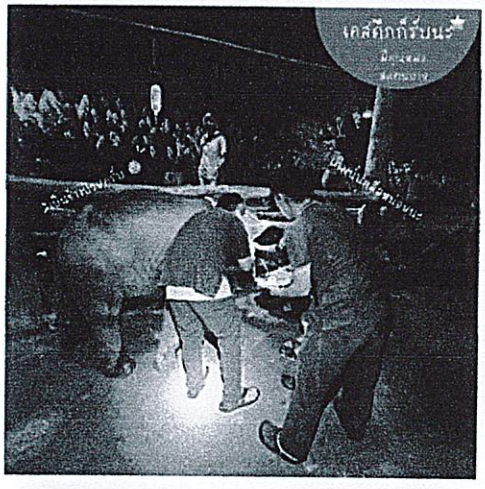


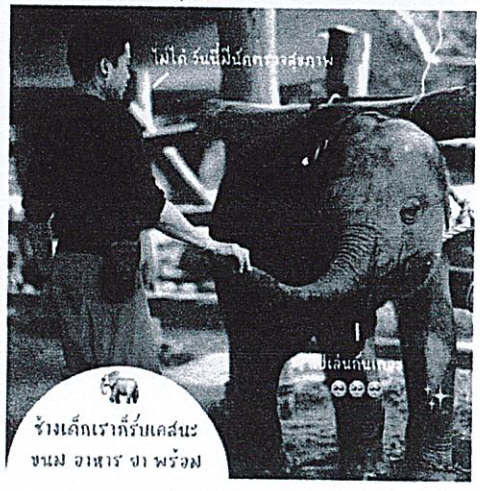
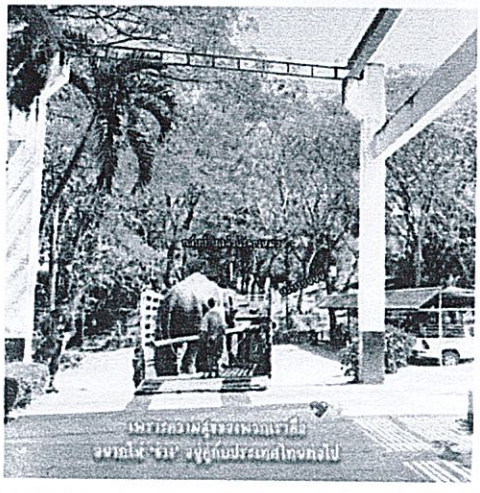
อยู่ท่ามกลางธรรมชาติ
บรรยากาศร่มรื่น
โรงพยาบาลช้างลำปาง
อ.ห้างฉัตร จ.ลำปาง

โรงพยาบาลช้างกระบี่
อ.คลองท่อม จ.กระบี่


ทีมสัตวแพทย์
ดูแลใกล้ชิด

ลงพื้นที่ตรวจสุขภาพช้างอย่างใกล้ชิด
จะขึ้นเหนือ
ล่องใต้


เคสตึกก็รับนะ


ช้างเด็กเราก็รับเคสนะ
ขนม อาหาร ยา พร้อม