เอกสารประกอบการอบรมเชิงปฏิบัติการ “จับประเด็นเขียนเป็นข่าว”

วันที่ 4 - 5 มิถุนายน 2556

สถาบันวิจัยและพัฒนาแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิไลวรรณ จงวิไลเกษม

เทคนิคการเขียนข่าว

องค์ประกอบการเขียนข่าว

การเขียนข่าวหนังสือพิมพ์ ต้องบอกสิ่งสำคัญที่สุดก่อน แล้วจึงบอกสิ่งสำคัญรองลงมา ซึ่งการเขียนข่าวมีองค์ประกอบสำคัญเรียงลำดับ ดังต่อไปนี้

1. พาดหัวข่าว (headline) เป็นการบอกประเด็นสำคัญของข่าว มักใช้ประโยคที่เป็นข้อความสั้นๆ เพื่อช่วยให้รู้ว่าเป็นข่าวอะไร และมีประเด็นใดน่าสนใจ วิธีการพาดหัวข่าวให้พิจารณาความสำคัญของข่าวนั้นๆ ว่าใคร ทำอะไร เมื่อไร ที่ไหน อย่างไร และทำไมจึงทำเช่นนั้น ตัวอย่างการเขียนพาดหัวข่าว

1.1 แบบ Who นำ เช่น “นายกรัฐมนตรีประชุมชี้แจงเจ้าหน้าที่ ศอ.บต.” “แฝดสยามเพศหญิงเสียชีวิตแล้ว” “กกต.ยืนกรานห้ามจดใหม่ พรรคถูกยุบ”

1.2 แบบ What นำ เช่น “เกิดเพลิงไหม้ที่ย่านชุมชนกลางตลาด” ซึ่งส่วนใหญ่ความสำคัญของข่าวอยู่ที่ การกระทำและผลกระทบ

1.3 แบบ When นำ เช่น “31 พ.ค.ชี้ชะตายุบพรรค” ซึ่งข่าวนี้ความสำคัญอยู่ที่เงื่อนไขของเวลา

1.4 แบบ Where นำ เช่น “เชียงใหม่กลายเป็นเมืองในหมอกจากไฟป่า” ซึ่งคุณค่าของข่าวอยู่ที่สถานที่

1.5 แบบ Why นำ เช่น “เร่งหาสาเหตุหนุ่มคลั่งยิงกราด 3 ศพ กลางตลาดไท” ความสำคัญของข่าวอยู่ที่การตั้งข้อสังเกต เพื่อเพิ่มความอยากรู้ อยากเห็น

1.6 แบบ How นำ เช่น “อยากได้มือถือรุ่นใหม่ วัยรุ่นหาเงินด้วยการขายตัว” ความสำคัญของข่าวอยู่ที่ความเป็นเหตุเป็นผล

2. วรรคนำ เป็นประเด็นสำคัญของเรื่อง คือต้องตอบสนองความสนใจของผู้อ่านว่า Who What When Where Why เขียนด้วยประโยคสรุปเรื่องหรือสรุปประเด็นสำคัญและกระชับ เพื่อขยายพาดหัวข่าว มีความยาวประมาณ 3-6 ประโยค เช่น "สดศรียืนกรานพรรคถูกยุบจดชื่อเดิมไม่ได้ ทนายบอก แม้วพร้อมแก้ปัญหา หาก ทรท.ถูกยุบ ด้านประธาน คมช.ติวเข้มตำรวจ-ทหาร สั่งห้ามใช้อาวุธรับมือม๊อบ"

3. ส่วนเชื่อม เป็นตัวเชื่อมระหว่างวรรคนำกับเนื้อข่าว ส่วนใหญ่เป็นข้อความที่ขยายประเด็นของเรื่อง จะมีหรือไม่มีก็ได้ มักใช้กับข่าวใหญ่ เช่น "ทั้งนี้เป็นการประชุมลับ ห้ามไม่ให้ผู้ไม่เกี่ยวข้องเข้าไปในห้องประชุมศาลฎีกา"

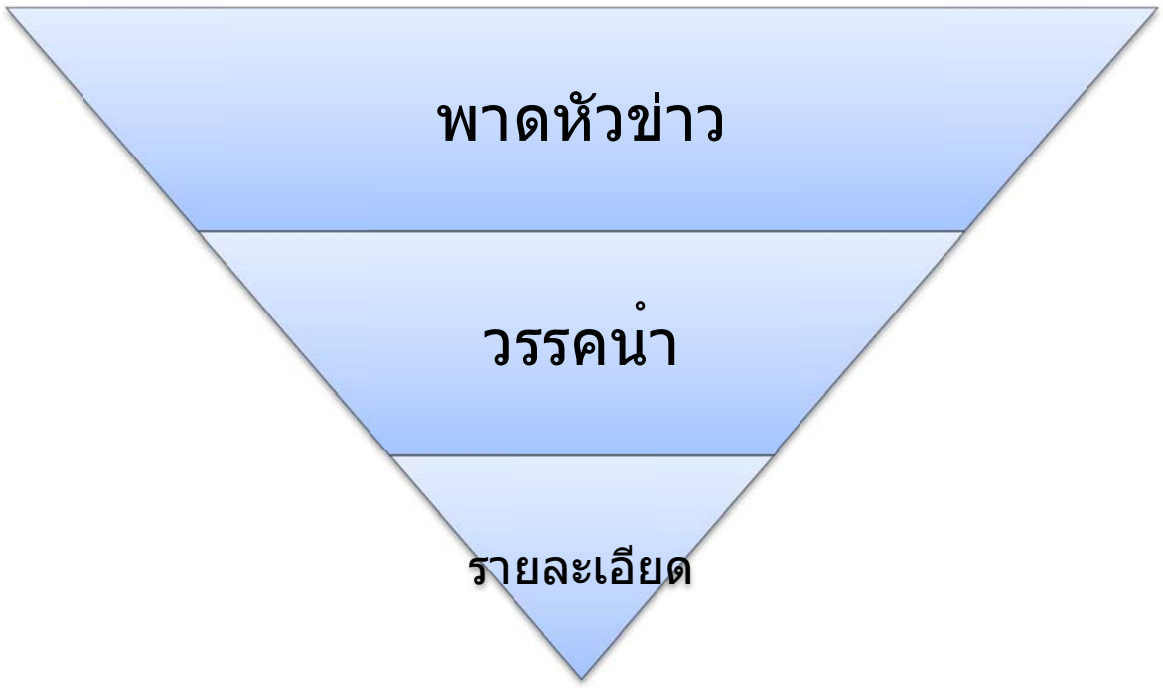
4. **เนื้อข่าว** เป็นการบอกเรื่องที่เหลือจากที่บอกไว้แล้วในวรรคนำ เป็นข้อเท็จจริงที่สนับสนุนหรือขยายความ หรือช่วยให้วรรคนำได้ใจความชัดเจนขึ้น เป็นเรื่องราวทั้งหมดของข่าวที่ตอบคำถาม 5 W และ 1 H มี 2-5 ย่อหน้าตามความเหมาะสม โดยย่อหน้าแรกๆ เป็นรายละเอียดตามวรรคนำ ย่อหน้าสองอ้างคำพูดผู้ให้สัมภาษณ์ หรือผู้บริหาร เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ ย่อหน้าสุดท้าย เสริมข้อมูลเฉพาะที่จำเป็น เช่น "รายงานข่าวแจ้งว่า....." นอกจากนี้ตัวอย่างการนำคำพูดมาใช้ในเนื้อข่าว เช่น "ผู้ก่อความไม่สงบกำลังสูญเสียมวลชน เขาหมดโอกาสที่จะเดินไปสู่ความสำเร็จในการแบ่งแยกดินแดน" พันเอกอัคร ทิพโรจน์ โฆษกกองทัพบก กล่าว หรือ ประโยคอ้อม "พันเอกอัคร ทิพโรจน์ กล่าวว่าผู้ก่อความไม่สงบกำลังสูญเสียมวลชน และหมดโอกาสที่จะเดินไปสู่ความสำเร็จในการแบ่งแยกดินแดน" หรือประโยคตรง พันเอกอัคร ทิพโรจน์ โฆษกกองทัพบก กล่าวว่า "ผู้ก่อความไม่สงบกำลังสูญเสียมวลชน เขาหมดโอกาสที่จะเดินไปสู่ความสำเร็จในการแบ่งแยกดินแดน"

5. **ทิ้งท้ายข่าว** เป็นการสรุปประเด็นเพื่อดึงดูดความสนใจ ตอกย้ำจุดหมาย ส่วนใหญ่มี ความยาวประมาณ 4-6 ประโยค เช่น "เชิญร่วมกิจกรรมวันงดสูบบุหรี่โลก ในวันที่ 31 พฤษภาคมนี้ และร่วมกันทำความดีถวายในหลวงด้วยการงดสูบบุหรี่"

รูปแบบการเขียนข่าว

โดยทั่วไปการเขียนข่าวจะมีเพียง 3 ส่วนเท่านั้น ได้แก่ พาดหัวข่าวหรือโปรยหัวข่าว (headline) วรรคนำ เป็นการสรุปเรื่องราว (lead) เนื้อข่าว เป็นรายละเอียดของเหตุการณ์และเรื่องราว (detail) นอกจากนี้รูปแบบการเขียนข่าวทั่วๆ ไป ไม่ว่าข่าวหนังสือพิมพ์ หรือข่าววิทยุโทรทัศน์ มี 3 รูปแบบ ได้แก่ ปีรามิดหัวกลับ ปีรามิดหัวตั้ง และสี่เหลี่ยมผืนผ้าทรงยืนแบบผสม ซึ่งใช้ในรูปแบบของข่าวที่แตกต่างกันดังนี้

1. **แบบปิรามิดหัวกลับ (inverted pyramid)** เป็นการนำเสนอข่าวโดยลำดับประเด็นสำคัญจากมากไปหาน้อย ซึ่งสอดคล้องกับธรรมชาติของมนุษย์ในการอยากรู้อยากเห็นสิ่งสำคัญก่อน ส่วนรายละเอียดไว้ทีหลัง ประกอบด้วย ข่าวพาดหัว วรรคนำ ส่วนเชื่อม และส่วนของเนื้อเรื่อง เรียงตามลำดับความสำคัญ เป็นการเขียนข่าว โดยเริ่มด้วยความนำที่เป็นประเด็นสำคัญของเรื่อง และส่วนเชื่อมที่โยงความสัมพันธ์ระหว่างความนำกับเนื้อหา ที่มีความสำคัญรองลงมา ส่วนเนื้อหา จะเป็นส่วนประกอบที่ให้รายละเอียดของเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่เกิดขึ้นทั้งหมด



รูปแบบโครงสร้างของข่าวในหน้ากระดาษ

.....พาดหัว.....

วรรคนำ .....

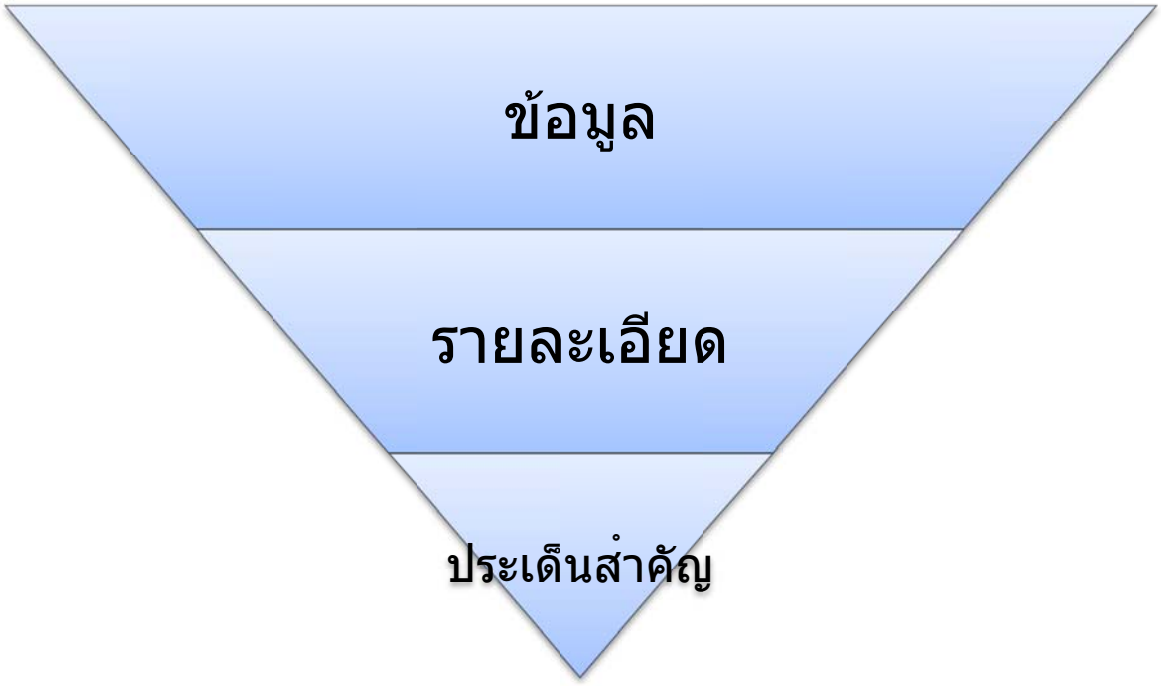
คำเชื่อม .....

เนื้อข่าวสำคัญ .....

เนื้อข่าว .....

เนื้อข่าวสำคัญน้อย .....

2. แบบปิระมิดหัวตั้ง (upright pyramid) จะเรียงลำดับข้อมูลที่มีความสำคัญน้อยไปหามากที่สุด (climax) เพื่อให้ผู้อ่านมีความอยากรู้ เริ่มจากประเด็นที่ไม่มีความสำคัญมากนัก แล้วค่อยๆ เพิ่มประเด็นที่สำคัญขึ้นเรื่อยๆ จนกระทั่งถึงประเด็นสำคัญที่สุด มักจะใช้ในเรื่องที่มีเงื่อนงำ เชิงสืบสวนสอบสวน ปัจจุบันไม่นิยม



3. แบบสี่เหลี่ยมผืนผ้าทรงยืนแบบผสม (combination) มักใช้เขียนข่าวที่ไม่ค่อยสำคัญ เป็นข่าวสั้นๆ เริ่มจากส่วนเชื่อม หรือจากเนื้อเรื่องข่าว หลังจากพาดหัวข่าวแล้ว ไม่มีความนำ ความสำคัญของข่าวเท่าเทียมกัน ตั้งแต่ต้นจนจบเนื้อเรื่องของข่าว มักจะเขียนแบบเสนอข้อเท็จจริง

ข้อควรระวังในการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์

1. ชื่อและนามสกุลต้องสะกดให้ถูกต้อง เพราะว่าถ้าผิดพลาดอาจกลายเป็นคนละบุคคล หรือเกิดความเสียหายได้

2. ยศ ตำแหน่ง ต้องระบุให้ตรงกับความเป็นจริงขณะนั้น เช่น อดีตรัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย

3. คำนำหน้าชื่อ และบรรดาศักดิ์ต้องระบุเรียงลำดับให้ถูกต้อง

4. การใช้อักษรย่อ หรือตัวย่อต่างๆ ควรตรวจสอบให้ดี

5.ไม่สอดแทรกความคิดเห็นส่วนตัวเข้าไป

6. การเขียนตัวเลขถ้ามีจำนวนมากอาจใช้ตัวอักษรแทน ถ้าไม่ใช่ตัวเลขที่แน่นอน ควรใช้คำว่าประมาณ

7. หลีกเลี่ยงการใช้ศัพท์เทคนิคที่เข้าใจยาก

การพิจารณาคัดเลือกข่าวเพื่อนำเสนอ

ข่าวที่งานประชาสัมพันธ์คิดว่าสำคัญและเด่น และนำมาเสนอ แต่สื่ออาจจะเห็นว่าไม่สำคัญและไม่น่าสนใจ หรือข่าวที่งานประชาสัมพันธ์เห็นว่า เป็นข่าวที่สังคมควรรู้ แต่อาจเป็นข่าวที่เขาไม่อยากรู้ ดังนั้นประเด็นของข่าวจึงควรอยู่ในกระแสสังคมและมีผลกับคนส่วนใหญ่

เทคนิคการเขียนข่าวให้ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ทางสื่อมวลชน

การเขียนข่าวเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ มีความยืดหยุ่น ไม่ยึดติดกับรูปแบบ เขียนอย่างสร้างสรรค์และมีประสิทธิภาพ ความสำเร็จของการประชาสัมพันธ์ส่วนหนึ่ง คือการได้รับการเผยแพร่ข่าวของหน่วยงานผ่านสื่อมวลชน ปัจจุบันการส่งข่าวเพื่อเผยแพร่ทำได้ยากขึ้น เนื่องจากองค์กรและสถาบันต่างๆ ล้วนส่งข่าวไปยังสื่อมวลชนแทบทั้งสิ้น ดังนั้นการเขียนข่าวให้ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ทางสื่อมวลชนต้องคำนึงถึงเทคนิคดังต่อไปนี้

1. ศึกษารายละเอียดของสื่อให้เข้าใจ เช่น ชื่อของบรรณาธิการ เนื้อหาของสื่อ เพื่อที่จะดำเนินการส่งข่าวได้อย่างน่าสนใจ และได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่

2. รายละเอียด เนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์ ต้องเลือกประเด็นและมีเนื้อหาน่าสนใจรวมทั้งต้องมีความครบถ้วนในตัวเอง และต้องไม่ผิดพลาดทั้งในด้านเนื้อหา วัน เวลา สถานที่ และชื่อบุคคล เพราะหากมีความผิดพลาด สื่อมวลชนจะจำความผิดพลาดนั้นไปตลอด

3. ข่าวมีคุณภาพ ครบถ้วนสมบูรณ์ ถูกต้อง

4. ความรวดเร็วของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น หากรายงานทันทีเมื่อมีเหตุการณ์ คุณค่าของข่าวจะมากขึ้น เพราะการรายงานข่าวสดๆ ร้อนๆ ผู้อ่านมักชื่นชอบและให้ความสนใจ

5. ต้องคำนึงเสมอว่า การส่งข่าวต้องถูกคน ถูกหน้า ถูกฉบับ ถูกเวลา เพราะโอกาสได้รับการตีพิมพ์จะมีสูง นักประชาสัมพันธ์ควรทราบกำหนดของการปิดต้นฉบับของแต่ละสื่อ เพื่อกำหนดเวลาในการส่งข่าวได้อย่างถูกต้อง

6. ต้องกระตุ้นความสนใจของผู้สื่อข่าวหรือบรรณาธิการ โดยการพาดหัวข่าวให้น่าสนใจ โดยทั่วไปสื่อมวลชนมีความต้องการข่าวจากหน่วยงานต่างๆ ดังนั้นการเขียนข่าวต้องสร้างความน่าสนใจเพื่อดึงดูดใจบรรณาธิการให้ได้ เช่น "มก.จัดพิธีพระราชทานปริญญาบัตร" เปลี่ยนเป็น "มก.ถวายปริญญาในหลวง" "คลินิกวัยรุ่นโรงพยาบาลจุฬา สรุปปัญหาวัยรุ่น" เปลี่ยนเป็น "คลินิกวัยรุ่นจุฬาสะท้อนปัญหาวัยโจ๋" นอกจากนี้สิ่งที่ทำให้ข่าวน่าสนใจเพิ่มขึ้น ได้แก่ ความใกล้ชิดของข่าวกับผู้บริโภคทั้งกายและใจ ความสำคัญหรือความเด่นของบุคคลในข่าว ขนาดของเหตุการณ์ ซึ่งเหตุการณ์ใหญ่ ย่อมได้รับความสนใจมากกว่า ข่าวที่มีผลกระทบต่อคนจำนวนมาก ย่อมมีความสำคัญมากกว่า ข่าวมีเงื่อนงำมักได้รับความสนใจ หรือข่าวแปลก พิสดาร จะได้รับความสนใจมาก เป็นต้น

7. ข่าวที่ส่งไปเป็นประโยชน์แก่ผู้อ่านและมีข้อมูลเพียงพอ

8. ไม่เขียนยกย่องจนออกนอกหน้า เพราะหากหนังสือพิมพ์เขียนข่าวยกย่องมากเกินไป อาจถูกเพ่งเล็งว่าได้รับผลประโยชน์

9. ต้องมีกระดาษหัวข่าว ซึ่งมีที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ติดต่อ รวมทั้งผู้ให้ข่าว ที่พร้อมจะให้สื่อมวลชนติดตามหรือสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ตลอดเวลา

10. เลือกสื่อให้ตรงกับเนื้อหาข่าว ต้องพิจารณาดูว่า เขียนไปลงหนังสือพิมพ์อะไร การเขียนข่าวของหนังสือพิมพ์นั้นเป็นอย่างไร ควรรู้นโยบายและการทำงานของหนังสือพิมพ์ ว่านำเสนอข่าวแนวไหน ทำข่าวประเภทใด ทำให้ข่าวที่เขียนส่งไปมีโอกาสตีพิมพ์เผยแพร่มากขึ้น เช่น ข่าวเรื่องสิ่งแวดล้อมต้องเชิญมาทำข่าวหรือ ส่งให้สื่อหรือนักข่าวในสายนี้เพื่อจะได้สื่อตรงกลุ่มเป้าหมาย

11. เนื้อข่าวไม่จำเป็นต้องเขียนยาวมาก ควรพิมพ์จบในกระดาษ เอ 4 หน้าเดียว

ภาษาข่าวและเทคนิคการพาดหัวข่าว

หลักการใช้ภาษาพาดหัวข่าว มีดังนี้

ลักษณะการใช้ภาษาในพาดหัวข่าวจะแตกต่างจากส่วนอื่นๆของข่าว ดังนี้

1. **การใช้คำตัดสั้นหรือกร่อนคำ** ด้วยข้อจำกัดในเรื่องพื้นที่ คือความกว้างยาวของคอลัมน์ข่าว ทำให้การใช้คำพาดหัวข่าวหนังสือพิมพ์ต้องตัดให้สั้นหรือย่นย่อลงเพื่อกระชับ คำให้พิมพ์ลงในเนื้อที่ที่จำกัดได้ เช่น **หนุน** ใช้แทน สนับสนุน **ยัน** ใช้แทน ยืนยัน **มะกัน** ใช้แทน สหรัฐอเมริกา เป็นต้น
2. **การละประธานของประโยค** การพาดหัวข่าว นิยมเขียนประโยคที่ขึ้นต้นด้วยคำกริยา เพื่อบอกผู้อ่านว่าเกิดอะไรขึ้น ละประธานของประโยคในฐานะที่เข้าใจได้ โดยเฉพาะเมื่อความสำคัญของเรื่องที่เป็นข่าวไม่ได้อยู่ที่ประธานของประโยค เพื่อให้ผู้อ่านอ่านรายละเอียด ในความนำหรือเนื้อเรื่องของข่าวต่อไป
3. **การละเว้นคำเชื่อม คำสันธาน หรือส่วนที่ขยายประโยค** นอกจากการละประธาน ของประโยคแล้ว พาดหัวข่าวมักจะใช้ประโยคเดี่ยวมากกว่าประโยคซ้อน การใช้ภาษาจึงหลีกเลี่ยงคำเชื่อม และส่วนขยายประโยคที่ไม่จำเป็น เช่น คำว่า “อีกทั้ง” “ซึ่ง” “กับ” “ต่อ” เป็นต้น แต่ทั้งนี้ส่วนที่ละไว้ต้องไม่ทำให้ประโยคเหล่านี้มีความหมายผิดเพี้ยนไป
4. **การใช้คำสแลง คำเฉพาะสมัย หรือคำที่สร้างภาพลักษณ์เกินจริง** พาดหัวข่าวต้องดึงดูดความสนใจคนอ่านร่วมสมัย ดังนั้นภาษาที่ใช้จึงเป็นคำที่อยู่ในกระแสความนิยม มีสีสัน เกินจริง คำสแลง หรือภาษาเฉพาะสมัยในรูปแบบต่าง ๆ ที่เป็นภาษาสนทนา หรือคำแสดงภาพพจน์ รวมทั้งสร้างคำใหม่ ๆ ขึ้นมาใช้ เช่น วัยจ๊าบ ซึ่งหมายถึงวัยรุ่น สาวอยากอึ๋ม ซึ่งหมายถึงผู้หญิง ที่ต้องการมีหน้าอกใหญ่ขึ้น **วืด** หรือ **ชวด** ซึ่งหมายถึงพลาดเป้าหมายหรือไม่ได้ในสิ่งที่คาดหวังไว้ เป็นต้น
5. **การใช้ฉายาหรือชื่อเล่นของบุคคล** เป็นส่วนหนึ่งของการสร้างสีสันให้พาดหัวข่าว เพื่อดึงดูดความสนใจคนอ่าน ชื่อเล่นของบุคคลหรือฉายาที่ตั้งให้ใหม่นั้นมักสั้นกว่าชื่อจริง ทำให้พาดหัวข่าวกระชับและสั้นลง สามารถพิมพ์ลงในคอลัมน์ที่มีความกว้างยาวจำกัดได้ แต่ทั้งนี้ มักเป็นชื่อเรียกหรือฉายาที่เป็นที่รู้จักกันโดยทั่วไปเพื่อไม่ให้ผู้อ่านสับสน

หลักการใช้ภาษาความนำข่าวหนังสือพิมพ์

ลักษณะการใช้ภาษาในความนำข่าวจะแตกต่างจากพาดหัวข่าวดังนี้

1. **การใช้ประโยคสมบูรณ์แบบสั้น กระชับ ได้ใจความ** ความนำข่าวที่ดีไม่ควรยืดยาวเกิน และไม่จำเป็นต้องเขียนรายละเอียดทั้งหมดในย่อหน้าเดียวก็ได้ แต่ควรเน้นประเด็นสำคัญ ที่ผู้อ่านอยากรู้มากที่สุดเป็นหลัก นอกจากนี้การใช้ประโยคสั้นกระชับ มีผลทำให้การใช้คำตัดสั้น คำย่อ หรือการกร่อนคำ ในความนำข่าวจะไม่ละประธานของประโยค คำเชื่อม หรือส่วนขยายต่าง ๆ เพราะไม่มีข้อจำกัดในเรื่องจำนวนบรรทัดและความกว้างยาวของคอลัมน์ ดังนั้นการเขียนความนำส่วนใหญ่จึงมักเขียนในรูปประโยคที่สมบูรณ์
2. **การใช้คำแสดงภาพลักษณ์ และภาษาเฉพาะสมัย** ความนำข่าวมีจุดประสงค์ดึงดูดความสนใจของคน

อ่านให้อยากติดตามข่าวอย่างต่อ เนื่องจนจบ ดังนั้นจึงใช้ภาษาแสดงภาพลักษณ์หรือให้สีสันเกินจริง ตลอดจนคำสแลงหรือภาษาเฉพาะ สมัยสอดแทรกไว้คล้ายในพาดหัวข่าว และมักพบในข่าวเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่มีความเคลื่อนไหว มุ่งเร้าอารมณ์ผู้อ่าน เช่น ข่าวอาชญากรรม ข่าวอุบัติเหตุ ข่าวสงคราม เป็นต้น

3. **การใช้ฉายาหรือชื่อเล่นของบุคคล** เพื่อ ดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน จึงมีการใช้ฉายา หรือชื่อเล่นบุคคลที่เป็นข่าวเหมือนกับที่ใช้ในพาดหัว แต่หนังสือพิมพ์เชิงคุณภาพ มักจะใช้ภาษาลักษณะนี้ ในความนำข่าวน้อยกว่าโดยเฉพาะข่าวหนัก อาทิ ข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ หรือข่าวสิ่งแวดล้อม จะมีการใช้ฉายาหรือชื่อเล่นของบุคคลในข่าวน้อยกว่าเมื่อเทียบกับข่าวสังคม ข่าวกีฬาและข่าวบันเทิงที่เป็นข่าวเบา
4. **การใช้ภาษาสนทนา** โดยทั่วไปภาษาข่าว มักเป็นภาษากึ่งทางการหรือกึ่งแบบแผน แต่อาจใช้ภาษาสนทนา หรือภาษาพูดแทนภาษาเขียน ส่วนใหญ่มักพบในความนำข่าวที่หยิบยกคำพูด ของบุคคลที่ตกเป็นข่าวมาเขียนเป็นความนำ เพื่อสะท้อนอารมณ์ของเรื่อง หรือแสดงความรู้สึก ของบุคคลที่เป็นข่าวได้

หลักการใช้ภาษาเนื้อข่าวหนังสือพิมพ์

1. ลักษณะเนื้อหาข่าว แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะคือ

1.1 แบบให้ข้อเท็จจริง (Fact story) ใช้ภาษาเขียนแบบอธิบายความ หรือบรรยายข้อเท็จจริงของเรื่องที่เกิดขึ้น การใช้ภาษานิยมใช้เชิงบรรยายโวหาร และกึ่งทางการ เหมาะสำหรับข่าวที่มีข้อมูลมาก เช่น รายงานผลการประชุมคณะรัฐมนตรี การประกาศนโยบายของรัฐ รายงานการวิจัยทั้งทางด้านวิทยาศาสตร์และสังคมศาสตร์ ตัวเลขสถิติ ข้อมูล งบประมาณ ตลาดหุ้น เป็นต้น

1.2 แบบแสดงการเคลื่อนไหว (Action story) เป็นการเขียนที่เหมาะกับข่าว หรือเหตุการณ์ที่มีความเคลื่อนไหว มักใช้ภาษาเชิงพรรณนาให้เห็นภาพเหตุการณ์หรือการกระทำที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะข่าวอาชญากรรม ข่าวสงคราม การแข่งขันกีฬา เหตุอุทกภัย เพลิงไหม้ ระเบิด หรืออุบัติเหตุ เป็นต้น

1.3 แบบกล่าวอ้างคำพูด (Qoute story) เป็นการเขียนที่ใช้ภาษาสนทนามากกว่าภาษาเขียน เพราะเนื้อความข่าวแบบนี้อ้างอิงคำพูดของบุคคลในข่าวเป็นส่วนใหญ่ เหมาะสำหรับข่าวงานสัมมนา การสัมภาษณ์ การอภิปราย สาระของข่าวอยู่ที่คำพูดของบุคคลในข่าว

2. ลักษณะการใช้ภาษาในเนื้อข่าว

การใช้ภาษาในเนื้อข่าวแม้จะคล้ายความนำข่าวมากกว่าพาดหัวข่าวแต่ก็มีความแตกต่างบางประการดังนี้

2.1 ระดับภาษา เนื้อข่าวโดยทั่วไปใช้ภาษาเป็นทางการ แต่ข่าวแบบที่มีลีลาเคลื่อนไหวใช้ภาษากึ่งทางการและเขียนเชิงพรรณนามากกว่า บรรยายสอดแทรกในเนื้อเรื่องของข่าว เพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจหรือเห็นภาพเหตุการณ์ได้มากขึ้น ส่วนภาษาสนทนาตลอดจนภาษาสแลง คำเฉพาะสมัยที่ใช้ในการ**สนทนา** ระหว่างบุคคลที่คุ้นเคย จะพบในรายงานข่าวบางประเภทที่เป็นไปเพื่อความบันเทิง และความ เร้าใจ เช่น ข่าวกีฬา ข่าวบันเทิง ข่าวสังคม เป็นต้น

2.2 รูปแบบประโยค แม้เนื้อข่าวจะเป็นส่วนที่ให้รายละเอียดทั้งหมดของสิ่งที่ควรปรากฏเป็นข่าว แต่ผู้สื่อข่าวไม่ควร เขียนให้เยิ่นเย้อ มากเกินความจำเป็นจนกลายเป็นบทพรรณนา นิยมใช้ประโยคสั้นมากกว่า ประโยคยาว หรือประโยคซ้อน ขณะเดียวกันก็ไม่นิยมใช้คำตัดสั้น คำกร่อน หรือคำย่อที่ไม่เป็นไปตามแบบแผน หากเป็นคำใหม่ก็ใช้คำเต็มและวงเล็บคำย่อตามหลังในการใช้ครั้งแรก จากนั้นก็ใช้คำย่อในการเขียนครั้งต่อไป

2.3 การใช้ภาษาเชิงวิพากษ์ ข่าวเป็นการรายงานข้อเท็จจริง จึงควรหลีกเลี่ยงภาษาเชิงวิพากษ์วิจารณ์ไม่ว่าลักษณะใด ๆ เช่น กระทบกระเทียบ ประชดประชัน เสียดสี เนื่องจากผิด คุณลักษณะข่าวที่ถูกต้อง

รูปแบบการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร

การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารบนพื้นที่สื่อมวลชน (สื่อสิ่งพิมพ์) สามารถดำเนินการได้ 4 รูปแบบคือ

1. ข่าวประชาสัมพันธ์หรือข่าวแจก (news release or press release)
2. ภาพข่าวประชาสัมพันธ์ (ภาพข่าวแจก)
3. สกู๊ปข่าว
4. บทความ

1.ข่าวประชาสัมพันธ์หรือข่าวแจก (news release or press release)

ข่าวแจกคือข่าวที่องค์กร สถาบันหรือหน่วยงานใช้ส่งหรือ แจกจ่ายให้กับสื่อมวลชน เพื่อให้สื่อมวลชนนำไปเผยแพร่สู่ประชาชน ข่าวแจก มักเป็น เรื่องราวเกี่ยวกับโครงการ กิจกรรม และการดำเนินงานขององค์กร

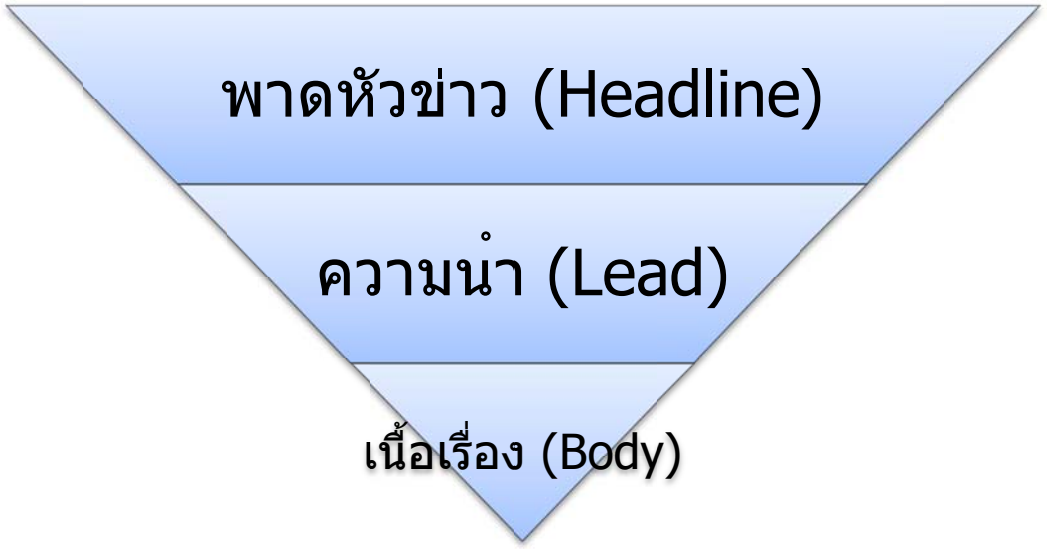
โครงสร้างการเขียนข่าวแจก

ข่าวแจกมักนิยมเขียนแบบปิรามิดหัวกลับ (inverted pyramid) เป็นโครงสร้างที่นิยมเขียนมาก ให้ความสำคัญแก่ส่วนบนสุดของสามเหลี่ยม โดยการบอกเล่าประเด็นสำคัญสุดของเหตุการณ์ก่อน เริ่มด้วยความนำแบบสรุปความ ต่อด้วยรายละเอียดตามลำดับความสำคัญ สิ่งที่สำคัญน้อยที่สุดจะอยู่ส่วนท้าย

ข่าวประกอบด้วย 3 ส่วนคือ

1. พาดหัวข่าว (Headline) ข้อความสั้นๆไม่เกิน 1 ประโยคที่สรุปประเด็นสำคัญที่สุดของเรื่อง
2. ความนำ (Lead) ย่อหน้าแรกที่อยู่ต่อจากพาดหัวข่าว สรุปประเด็นสำคัญของเรื่องไว้อย่างกระชับ เป็นย่อหน้าสั้นๆ ประกอบด้วย 5 W+1H (Who, What, When, Where, Why, How) คือ ใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร ทำไมและอย่างไร

3. เนื้อเรื่อง (Body) คือ รายละเอียดของเรื่องตามลำดับความสำคัญจากมากไปน้อย ทำหน้าที่ขยายความนำให้สมบูรณ์ เนื้อเรื่องอาจมีได้หลายย่อหน้า



หลักการเขียนข่าวแจก

1. การเขียนข่าวแจก ยึดหลักการเขียนข่าวที่ให้ รายละเอียดว่า ใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไหร่ ทำไม และอย่างไร ซึ่งควรตอบคำถามเหล่านี้ได้ในประโยคแรกของย่อหน้าแรก พร้อมด้วยรายละเอียดที่ตามมาเสมอ
2. เขียนโดยชูประเด็นสำคัญของเรื่องให้ได้โดยผูกโยงขยายผลให้เห็นความสำคัญหรือข้อดีของเรื่องดังกล่าวได้อย่างชัดเจน
3. เขียนเฉพาะสิ่งที่เป็นข้อเท็จจริงอย่างตรงไปตรงมา ไม่สอดแทรกความคิดเห็นส่วนตัวของผู้เขียน
4. เขียนแต่ละย่อหน้าอย่างกระชับ ใช้ประโยคสั้นๆ ใช้ถ้อยคำง่ายๆ หลีกเลี่ยงศัพท์วิชาการที่คนทั่วไปไม่เข้าใจ
5. การอ้างอิงชื่อ-นามสกุลของผู้ที่อยู่ในข่าวในฐานะแหล่งข่าวหรือผู้ให้สัมภาษณ์ต้องระบุควบคู่กับตำแหน่งเสมอเพื่อความชัดเจนและน่าเชื่อถือ
6. ข่าวแจกควรพิมพ์เป็นเอกสารให้เรียบร้อย บนกระดาษสีขาวที่มีหัวหรือชื่อขององค์กร กระดาษพิมพ์ควรมีขนาด 8 .5 นิ้ว คูณ 11 นิ้ว ซึ่งเป็นขนาดมาตรฐานที่นิยมใช้กันทั่วไป และควรพิมพ์แบบ DOUBLE - SPACE เพื่อความเป็นระเบียบสวยงามและอ่านง่าย
7. ข่าวแจกควรพิมพ์หน้าเดียวเท่านั้น กรณีที่มีข่าวต่อควรพิมพ์คำว่า “ -ยังมีต่อ-” ไว้ที่ส่วนล่างของหน้ากระดาษพร้อมกับระบุเลขที่หน้าด้วย

8. การเขียนข่าวแจกต้องระบุชื่อ ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ของผู้ส่งข่าวแจก เพื่อเป็นประโยชน์ในการติดต่อกรณีที่สื่อมีข้อสงสัยหรือต้องการสอบถามรายละเอียดบางอย่างเพิ่มเติม
9. เนื้อข่าวควรเขียนให้สั้น กระชับ ได้ใจความสมบูรณ์

ขั้นตอนการเขียนข่าวแจก

1. เลือกเรื่องที่จะนำมาเขียนเป็นข่าวประชาสัมพันธ์ โดยเป็นเรื่องที่หน่วยงานอยากเผยแพร่และมั่นใจว่าเป็นเรื่องที่มีความน่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อประชาชน
2. รวบรวมที่จะนำมาเขียนเป็นข่าว โดยมุ่งตอบคำถามใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร ทำไปทำไม และทำอย่างไร โดยคัดเลือกเนื้อหาที่สำคัญและน่าสนใจ
3. จับประเด็นที่สำคัญที่สุดและประเด็นรองของเรื่องที่จะเล่าให้ได้ว่าคืออะไร
4. เขียนโครงร่างของข่าวโดยเริ่มจากประเด็นสำคัญที่สุด แล้วไล่ลงมาตามลำดับจนถึงประเด็นที่สำคัญน้อยที่สุด
5. เขียนรายละเอียดของข่าวตามโครงเรื่องที่วางไว้
6. อ่านทบทวนเพื่อตรวจสอบความถูกต้องก่อนพิมพ์
   - เนื้อหาชัดเจน ถูกต้อง ตรงประเด็น
   - ลีลาและวิธีการเขียนเหมาะสมกับสื่อที่จะนำไปเผยแพร่หรือไม่
   - เขียนได้สั้น กระชับและได้ใจความ
   - ตัวสะกดชื่อบุคคล สถานที่ในข่าวถูกต้องหรือไม่
   - ใส่ชื่อ ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ของผู้ส่งข่าวไว้ชัดเจน ครบถ้วน

ทำไมข่าวแจกบางข่าวจึงไม่เป็นข่าว

1. ไม่เขียนในรูปของข่าว แต่เป็นการรายงานเหตุการณ์ไปเรื่อยๆ โดยไม่เรียงลำดับความสำคัญ
2. เนื้อหาไม่น่าสนใจ เกิดจากเรื่องที่เขียนไม่มีความน่าสนใจหรือผู้เขียนจับประเด็นที่น่าสนใจนำมาเขียนไม่เป็น
3. ใช้ศัพท์วิชาการที่คนทั่วไปไม่เข้าใจ
4. ใช้คำฟุ่มเฟือย เยิ่นเย้อ และวกวน

สรุปข่าวแจกที่ดีคือ ข่าวที่มีความน่าสนใจและเป็นประโยชน์สำหรับผู้อ่าน มีเนื้อหาสั้น กระชับ ได้ใจความ และที่สำคัญผู้อ่านอ่านแล้วเข้าใจง่าย โดยพึงตระหนักเสมอว่าต้องเป็นข่าวที่ผู้อ่านอยากรู้ ไม่ใช่เป็นข่าวที่ผู้เขียนอยากบอก

ตัวอย่างข่าวประชาสัมพันธ์ (ข่าวแจก)

กรมป่าไม้-ราชบุรีโฮลดิ้ง จัดค่ายเยาวชนกล้ายิ้มภาคใต้

สร้างเครือข่ายเยาวชนรุ่นใหม่ดูแลป่าชุมชนและรักษ์สิ่งแวดล้อม

พังงา/กรุงเทพฯ - วันที่ 10 พฤษภาคม 2555: กรมป่าไม้ และ บริษัท ผลิตไฟฟ้าราชบุรีโฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) จัดกิจกรรมค่ายเยาวชนกล้ายิ้มภาคใต้ โครงการ “คนรักษ์ป่า ป่ารักชุมชน” ประจำปี 2555 เปิดโอกาสให้เยาวชนเรียนรู้และสัมผัสป่าชุมชนและธรรมชาติ ตลอดจนวิถีการอยู่ร่วมกันระหว่างชุมชนกับป่า ณ ป่าชุมชนบ้านกลาง จังหวัดพังงา ซึ่งเป็นป่าชุมชนที่ได้รับรางวัลป่าชุมชนดีเด่นระดับประเทศ ถ้วยรางวัลพระราชทานสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ประจำปี 2554

นายนพพล มิลินทางกูร กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท ผลิตไฟฟ้าราชบุรีโฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) เปิดเผยว่า บริษัทฯมีความมุ่งมั่นที่จะส่งเสริมและสนับสนุนการอนุรักษ์ป่าไม้ โดยถือเป็นภารกิจหลักด้านความรับผิดชอบต่อสังคมที่ได้มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง สำหรับกิจกรรมค่ายเยาวชนกล้ายิ้ม ในโครงการ "คนรักษ์ป่า ป่ารักชุมชน" เป็นกิจกรรมหนึ่งที่บริษัทฯ และกรมป่าไม้ได้ดำเนินการร่วมกันมานับตั้งแต่ปี 2551 ต่อเนื่องสู่ปีที่ 5 มีการจัดค่ายแล้วรวม 9 ครั้ง มีเยาวชนเข้าร่วมกิจกรรมรวมกว่า 750 คน เพื่อส่งเสริมให้เยาวชนเกิดจิตสำนึกการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สร้างความเข้มแข็งร่วมเป็นเครือข่ายในการดูแลป่าชุมชน พร้อมเป็นกำลังสำคัญในการดูแลรักษาและฟื้นฟูป่าในอนาคต

“การจัดกิจกรรมค่ายเยาวชนกล้ายิ้ม นอกจากจะมุ่งเน้นให้เยาวชนได้มีความรู้ ความเข้าใจและเกิดทัศนคติที่ดีต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ตระหนักถึงความสำคัญของป่าไม้ การใช้ประโยชน์จากป่าชุมชนได้อย่างพอเพียง ตลอดจนสามารถดำรงชีวิตอยู่ร่วมกันระหว่างคนกับป่าอย่างสมดุลและยั่งยืน เพื่อสร้างเป็นเครือข่ายเยาวชนคนรุ่นใหม่ที่พร้อมจะเติบโตเป็นกำลังสำคัญในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติให้กับประเทศชาติต่อไปแล้ว ที่สำคัญการดำเนินกิจกรรมค่ายเยาวชนกล้ายิ้มในปีนี้ จะมุ่งเน้นการสร้างความตระหนักรู้ในเรื่องการรักษาและ

อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างเข้มข้น เนื่องจากสภาวะโลกร้อนที่ทุกภาคส่วนกำลังประสบอยู่ในปัจจุบันเกิดจากสภาพแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติป่าไม้ที่ถูกบุกรุกทำลายได้ส่งผลกระทบโดยตรงกับมายังมนุษยชาติอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ในรูปแบบของภัยพิบัติธรรมชาติที่เกิดขึ้นบ่อยครั้งทั่วทุกภาคของประเทศและทั่วโลกอยู่ในปัจจุบัน” นายนพพล กล่าว

ค่ายเยาวชนกล้ายิ้มภาคใต้ จัดขึ้นระหว่างวันที่ 10-13 พฤษภาคม 2555 ณ ป่าชุมชนบ้านกลาง จังหวัดพังงา เป็นกิจกรรมหนึ่งในโครงการ "คนรักษ์ป่า ป่ารักชุมชน" ประจำปี 2555 โดยได้คัดเลือกตัวแทนเยาวชนจากภาคใต้ อายุระหว่าง 13-15 ปี จำนวน 80 คน เข้าร่วมกิจกรรมค่ายเยาวชนกล้ายิ้ม โดยเยาวชนกล้ายิ้มจะได้เรียนรู้เกี่ยวกับป่าชุมชนและธรรมชาติผ่านกิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้น อาทิ กิจกรรมสร้างความตระหนักผ่านผัสสะหก “ฉันกับเธอ (ธรรมชาติ) อยู่บ้านเดียวกัน” กิจกรรม “ศึกษาป่าชุมชน” กิจกรรม “ปลูกป่าชายเลน” กิจกรรม “เรียนรู้สู้โลกร้อน” กิจกรรม “รู้ทันภัยธรรมชาติ” และกิจกรรม "ประหยัดพลังงาน" เป็นต้น

สำหรับป่าชุมชนบ้านกลาง ตำบลบางเตย อำเภอเมือง จังหวัดพังงา เป็นป่าชุมชนที่ได้รับรางวัลป่าชุมชนดีเด่นระดับประเทศ ถ้วยรางวัลพระราชทานสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ประจำปี 2554 ของโครงการ "คนรักษ์ป่า ป่ารักชุมชน" เป็นป่าชายเลนที่ได้รับการฟื้นฟูขึ้นจากพื้นที่ว่างเปล่าอันเนื่องมาจากการสัมปทานเหมืองแร่ ซึ่งส่งผลกระทบอย่างหนักต่อการดำรงชีวิตของชุมชน โดยชุมชนบ้านกลางได้ทุ่มเททั้งแรงกาย แรงใจในการฟื้นฟูและพัฒนาระบบนิเวศชายฝั่งขึ้นตั้งแต่ปี 2535 มีการบริหารจัดการป่าชุมชนอย่างเข้มแข็งและพอเพียง โดยใช้หลักคำสอนทางศาสนาและกฎกติกาป่าชุมชนในการบริหารจัดการป่าชุมชนควบคู่ไปกับการใช้ประโยชน์จากป่าชุมชนในลักษณะการพึ่งพากันและกัน ภายใต้ความร่วมมือของชุมชน ผู้นำทางศาสนา โรงเรียนและหน่วยงานท้องถิ่น รวมทั้งหลักคำสอนทางศาสนาที่มุ่งเน้นในการให้ความรักและการให้เกียรติซึ่งกันและกันแม้จะมีความแตกต่างทางศาสนาและความคิด ทำให้ป่าชุมชนบ้านกลางในวันนี้มีความอุดมสมบูรณ์ดังเดิมและเป็นแหล่งอนุบาลสัตว์น้ำตามธรรมชาติ โดยพันธุ์ไม้ชายเลนชนิดต่างๆเอื้อประโยชน์ในการดำรงชีพของชุมชน สามารถใช้เป็นแหล่งอาหารและแหล่งดำรงชีวิต

####

สื่อมวลชนสัมพันธ์

อาซิแอม เบอร์สัน-มาร์สเตลเลอร์

หงสินันท์ สมบูรณ์วรรณะ / สาธิดา ศรีธัญญาธรณ์

โทร 0 2252 9871 อีเมล์ : hongsinunt.s@abm.co.th

<u>**ตัวอย่างข่าวประชาสัมพันธ์ (ข่าวแจก)**</u>

รัฐบาลประกาศความพร้อมแก้ปัญหาเศรษฐกิจระดับชุมชน

เปิดโครงการ “ชุมชนพอเพียง” พร้อมกันทั่วประเทศ 19 มีนาคมนี้

มุ่งเพิ่มความสุขมวลรวมของชุมชน

รัฐบาลภายใต้การนำของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรี เร่งเครื่องโครงการเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อยกระดับชุมชน (ชุมชนพอเพียง) ให้เป็นรูปธรรมตามนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจสู่ระดับชุมชน ยึดหลักกรอบปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง พร้อมจัดสรรงบประมาณ 6,000 ล้านบาท จากปีงบประมาณ 2552 และอีก 15,200 ล้านบาท จากงบประมาณรายจ่ายเพิ่มเติมปีงบประมาณ 2552 ตั้งเป้าวัดผลจากความสุขมวลรวมชุมชน (Gross Community Happiness) เป็นหลักจากความพออยู่ พอกิน พอใช้ โดยดูจากบัญชีรายรับรายจ่ายชุมชน พร้อมร่วมมือกับเครือข่ายทุกภาคส่วนร่วมสร้างชุมชนพอเพียงพร้อมกันทั่วประเทศ 19 มีนาคม นี้

นายกอร์ปศักดิ์ สภาวสุ รองนายกรัฐมนตรี ประธานกรรมการบริหารโครงการเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อยกระดับชุมชน ชี้แจงความคืบหน้าโครงการฯ ว่า “ตามที่คณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ 20 มกราคม 2552 เห็นชอบแนวทางการจัดตั้งโครงการเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อยกระดับชุมชน (ชุมชนพอเพียง) โดยมุ่งจัดสรรงบประมาณโดยตรงไปยังชุมชนทั่วประเทศ มุ่งให้ทุกภาคส่วนร่วมกันบริหารจัดการและพัฒนา ศักยภาพของตนเองที่มีอยู่ให้มีศักยภาพเพิ่มมากขึ้น เพื่อสร้างงาน สร้างรายได้ ลดต้นทุนและเพิ่มปัจจัยการผลิต ทางการเกษตร พัฒนาทรัพยากรธรรมชาติระดับชุมชนให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น และสร้างโอกาสในการพัฒนาหรือเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาเศรษฐกิจให้กับชุมชน นั้น ได้สานต่อโครงการฯ โดยให้มีการเริ่มดำเนินการประชุมประชาคม ให้ประชาชนเป็นจุดศูนย์กลาง เพื่อคัดเลือกโครงการตามความต้องการของชุมชน เน้นความยั่งยืนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ในการยื่นขอรับการจัดสรรงบประมาณตามโครงการชุมชนพอเพียง ตามที่รัฐบาลได้จัดสรรไว้ที่ 6,000 ล้านบาท จากปีงบประมาณ 2552 และ อีก 15,200 ล้านบาท จากงบประมาณรายจ่ายเพิ่มเติมปีงบประมาณ 2552 สำหรับกว่า 82,000 ชุมชน ทั่วประเทศ แบ่งเป็น 7 ขนาดชุมชน ตามจำนวนประชากรอาศัยตั้งแต่ ไม่เกิน 50 คน ไปจนถึง 1,501 คนขึ้นไป”

ทั้งนี้ สำหรับหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกโครงการ ชุมชนพอเพียง นั้น โครงการต้องมีความยั่งยืนของการดำเนินโครงการ โดยมีผลต่อเนื่องไม่สิ้นสุดในครั้งเดียวและต้องเข้าหลักเกณฑ์ข้อใดข้อหนึ่ง ดังนี้:

1. รองรับผู้ด้อยโอกาสและผู้ว่างงานในชุมชนให้สามารถพัฒนาไปสู่ความพออยู่ พอกิน พอใช้ ซึ่งเป็นเป้าหมายขั้นต้นของหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
2. สนับสนุนและส่งเสริมการลดต้นทุนและปัจจัยในการผลิตด้านต่าง ๆ อาทิ ด้านการเกษตร ทั้งนี้ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการประกอบอาชีพ เพิ่มรายได้ ลดรายจ่าย สร้างโอกาสในอาชีพ และเพิ่มความสามารถในการพัฒนาเศรษฐกิจระดับฐานราก
3. สนับสนุนและส่งเสริมการใช้และการอนุรักษ์พลังงาน หรือพลังงานทดแทน หรือพลังงานทางเลือก
4. สนับสนุนและส่งเสริมการอนุรักษ์และรักษาทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ศิลปวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว โดยการดำเนินโครงการ ชุมชนสามารถร่วมลงทุนกับชุมชนใกล้เคียง หรือองค์การภาครัฐและเอกชนในพื้นที่หรือนอกพื้นที่ได้

ดังนั้น ในการดำเนินการให้ชุมชนเข้าใจเรื่องเศรษฐกิจพอเพียงอย่างแท้จริงนั้น ได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากองค์กรเครือข่ายต่างๆ เป็นภาคีช่วยกันถ่ายทอดองค์ความรู้เรื่องแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ได้แก่ คุณมีชัย วีระไวทยะ นายกสมาคมพัฒนาประชากรและชุมชน นายวิวัฒน์ ศัลยกำธร ประธานสถาบันเศรษฐกิจพอเพียง และเครือข่ายปราชญ์ชาวบ้าน จัดการอบรมให้กับผู้นำประชาชน ผู้แทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งวิทยากรของเครือข่ายองค์ความรู้อีกกว่า 100 เครือข่าย เพื่อให้ผู้ได้รับการอบรมทั้งหมดนี้ไปถ่ายทอดให้ความรู้กับชาวบ้านทั้งหมดกว่า 82,000 ชุมชนต่อไป ขณะเดียวกัน ในส่วนภาครัฐบาลจะจัดให้มีการประชุมสัมมนาทำความเข้าใจการดำเนินโครงการชุมชนพอเพียงสำหรับผู้ว่าราชการจังหวัดและนายอำเภอทั่วประเทศเดือนมีนาคมนี้

ดร. สุมิท แช่มประสิทธิ์ ผู้อำนวยการ สำนักงานชุมชนพอเพียง กล่าวเสริมว่า “สำหรับการวัดผลโครงการชุมชนพอเพียง จะวัดจากความสุขมวลรวมชุมชน (Gross Community Happiness - GCH) เป็นหลัก จากความพออยู่ พอกิน พอใช้ โดยดูจากบัญชีรายรับรายจ่ายชุมชนว่ามีความสมดุล เพียงใด ต้องปรับเปลี่ยนในกระบวนการอย่างไร ทั้งนี้หากชุมชนมีความสุข มีความพอเพียง ก็สามารถวัดผลิตภัณฑ์มวลรวมในระดับชุมชนของ 82,000 ชุมชนทั่วประเทศ (Gross Community Product – GCP) ได้ด้วย”

พร้อมกันนี้ รัฐบาลได้จัดตั้งสำนักงานชุมชนพอเพียงให้เป็นผู้บริหารโครงการซึ่งอยู่ในสังกัดสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี โดยสำนักงานชุมชนพอเพียงจะพิจารณาคัดเลือกโครงการเพื่อจัดสรรงบประมาณโดยตรงไปยังชุมชนทั่วประเทศตามระเบียบคณะกรรมการบริหารโครงการชุมชนพอเพียง โดยมีจุดประสงค์ให้ทุกชุมชนได้รับโอกาสในการเข้าถึงแหล่งงบประมาณของภาครัฐอย่างรวดเร็วและครอบคลุมทั่วถึง โดยยึดตามกรอบปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

“โครงการ ชุมชนพอเพียง จะเริ่มต้นความพอเพียงพร้อมกันทุกชุมชนทั่วประเทศ เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจระดับชุมชน สู่ความยั่งยืนให้กับระบบเศรษฐกิจของประเทศ ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยรัฐบาลจะ

เริ่มจัดสรรงบประมาณไปยังชุมชนต่าง ๆ ตั้งแต่เดือนมีนาคมนี้ ซึ่งจะมีการสร้างความรู้ ความเข้าใจกับนายอำเภอทั่วประเทศในวันที่ 8-9 มีนาคมนี้ จากนั้นจะเป็นการเปิดตัวโครงการชุมชนพอเพียง อย่างเป็นทางการในวันที่ 19 มีนาคม นี้" นายกอร์ปศักดิ์ กล่าวสรุป

ขอขอบคุณที่เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่

สำนักงานชุมชนพอเพียง โทร. 0-2288-4050 แฟกซ์ 0-2288-4049 www.chumchon.go.th

2.ภาพข่าวประชาสัมพันธ์ (ภาพข่าวแจก)

ภาพข่าวประชาสัมพันธ์ (ภาพข่าวแจก) เป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการประชาสัมพันธ์เรื่องที่จะเล่า และใช้ประกอบสำหรับข่าวแจก จัดทำขึ้นเพื่อให้สื่อสิ่งพิมพ์สามารถนำไปใช้ประกอบการตีพิมพ์ข่าวได้ ภาพข่าวควรมีความชัดเจน มีชีวิตชีวา สามารถบอกเล่าเรื่องราวให้ผู้รับสารเข้าใจได้ นอกจากนี้ควรมีคำอธิบายภาพ (caption) ซึ่งมีรายละเอียดว่าใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร ทำไมและอย่างไร บรรยายข้างใต้ภาพด้วย

โครงสร้างภาพข่าวประชาสัมพันธ์

ภาพข่าวประชาสัมพันธ์ประกอบด้วย 3 ส่วน

1. หัวภาพ ทำหน้าที่คล้ายกับพาดหัวข่าวในการบอกประเด็นที่สำคัญที่ต้องการบอกเล่า
2. ภาพ คัดเลือกภาพที่มีความชัดเจน เข้าใจง่ายในการบอกเล่า ทำหน้าที่เล่าด้วยภาพ
3. คำบรรยายใต้ภาพ (caption) ทำหน้าที่บอกเล่ารายละเอียดว่าใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร ทำไมและอย่างไร เพื่อทำหน้าที่ขยายความเข้าใจในการเล่าเรื่องด้วยภาพ

หลักการเขียนคำบรรยายใต้ภาพ (Caption)

เขียนประโยค 1 ประโยคที่สรุปประเด็นสำคัญของเรื่องจากภาพไว้อย่างกระชับ ประกอบด้วย 5 W+1H (Who, What, When, Where, Why, How) คือ ใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร ทำไมและอย่างไร ความยาวประมาณ 3 - 5 บรรทัด

<u>ตัวอย่างภาพข่าวประชาสัมพันธ์ (ข่าวแจก)</u>

กรมป่าไม้ร่วมกับราชบุรีโฮลดิ้ง ร่วมลงนามความร่วมมือ

ดำเนิน โครงการคนรักษ์ป่า ป่ารักชุมชน ระยะที่ 2

กรุงเทพฯ – วันที่ 25 กันยายน 2555 – นายสุวิทย์ รัตนมณี (ซ้าย) อธิบดีกรมป่าไม้ และ **นายนพพล มิลินทางกูร** (ขวา) กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท ผลิตไฟฟ้าราชบุรีโฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน) ร่วมลงนาม**บันทึกความเข้าใจว่าด้วยความร่วมมือในการดำเนินการโครงการ คนรักษ์ป่า ป่ารักชุมชน ระยะที่ 2** (ปี 2556 – 2560) เพื่อสนับสนุนความเข้มแข็งของชุมชนให้สามารถจัดการป่าในชุมชนได้อย่างยั่งยืน และขยายเครือข่ายทุกภาคส่วนในการดูแลรักษาพื้นที่ป่าชุมชนให้มีความสมดุลและเกิดความอุดมสมบูรณ์ของระบบนิเวศ รวมทั้งสร้างจิตสำนึกแก่เยาวชนคนรุ่นใหม่ได้ตระหนักถึงความสำคัญของป่าและร่วมกันสืบสานการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและฟื้นฟูสภาพป่าอย่างต่อเนื่องต่อไป

สื่อมวลชนสัมพันธ์

อาซิแอม เบอร์สัน-มาร์สเตลเลอร์

หงสินันท์ สมบูรณ์วรรณะ / สาธิดา ศรีธัญญาธรณ์ โทร 0 2252 9871 อีเมล์ : hongsinunt.s@abm.co.th

3. สกู๊ปข่าว (Scoop)

การเขียนสกู๊ปเป็นรูปแบบหนึ่งของการเล่าเรื่องที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบันบนพื้นที่สื่อหนังสือพิมพ์และสื่อออนไลน์ เนื่องจากสามารถบอกเล่าเรื่องราวได้ละเอียดมากขึ้นซึ่งทำให้ผู้อ่านมองเห็นภาพรวมของเรื่องราวที่เล่าได้ชัดเจนขึ้น คล้ายกับการเขียนสารคดีเพียงแต่สั้นกระชับกว่าการเขียนสารคดีการเขียนประเภทนี้ ผู้เขียนต้องมีทักษะการเขียนทั้งการใช้ภาษาและการดำเนินเรื่อง ความยาวประมาณ 4 หน้ากระดาษ A4

ขั้นตอนการเขียนสกู๊ปข่าว

1. **ต้องกำหนดประเด็นข่าว** การคิดประเด็นของสกู๊ปข่าว จะต้องเป็นเรื่องที่มีความสำคัญและน่าสนใจ

2. **เริ่มตั้งหัวข้อสกู๊ปข่าว** กำหนดจุดประสงค์ เลือกโจทย์ กำหนดโครงเรื่องตามเป้าหมาย กำหนดพาดหัวข่าว การพาดหัวข่าวจุดประสงค์ต้องการบอกผู้อ่านว่า ต้องการให้อ่านอะไร มีความสำคัญแค่ไหน และน่าสนใจเพียงใด การพาดหัวข่าวที่ดีต้องสามารถสรุปได้ทั้งหมด

3. **วางแผนการทำงาน** กำหนดแผน ทีมงาน ข้อมูล และงบประมาณ ประชุมวางแผน สรุปข้อมูลที่จะต้องใช้ในข่าวเช่น ข้อมูลอ้างอิง แหล่งที่มา คนที่จะไปทำการสัมภาษณ์ และภาพถ่ายประกอบ กำหนดแนวทางการเขียน แนวทางการทำงาน ดูว่ามีข้อมูลอะไร และยังไม่มีข้อมูลอะไร ต้องไปหาจากที่ไหน ใครจะไปทำในเรื่องไหน

4. **เก็บข้อมูลในพื้นที่และสัมภาษณ์บุคคล** เริ่มเก็บข้อมูลในพื้นที่ เพื่อตอบคำถาม และหาข้อมูลที่ยังขาด เรียงลำดับข้อมูลตามการโครงเรื่องที่กำหนด กำหนดบุคคลที่สัมภาษณ์ ต้องเป็นผู้รู้ผู้ที่เกี่ยวข้องในด้านต่างๆ เช่น คนต้นเรื่อง ผู้เกี่ยวข้องทั้งในระดับนโยบาย กำกับดูแล และผู้ที่ปฏิบัติโดยตรง และผู้ได้รับผลกระทบ สัมภาษณ์บุคคลต่างๆ ที่ทั้งเห็นด้วยและไม่เห็นด้วย

5. **เรียบเรียงข้อมูลที่ได้** เมื่อรวบรวมข้อมูลและบทสัมภาษณ์ซึ่งมีทั้งข้อมูลข้อเท็จจริง ความคิดเห็น ความรู้สึก และข้ออ้างอิงมาแล้ว ก็เริ่มเรียงเรื่องเริ่มจากไหนก็ได้ แต่หากให้มีความน่าสนใจต้องเริ่มจากความรู้สึกใกล้ตัว ด้วยตัวละครใกล้ชิดกับผู้อ่านที่ได้รับผลหนักๆ จากนั้นนำไปสู่ภาพรวมของการให้บริการ แล้วก็ไปสู่การอธิบายในเชิงทฤษฎี แล้วต่อด้วยวิธีแก้ไข ของผู้บริหาร จบด้วยอนาคตของผู้รับผลกระทบว่าเป็นอย่างไร ส่งผลกระทบอะไรดีหรือเสีย

6. **การสรุปเนื้อหา** ต้องบอกตัวเราและคนดูข่าวว่าเนื้อหานั้น ตอบคำถามที่ตั้งไว้หรือไม่ อย่างไร จากนั้นก็เขียนสกู๊ปเล่าเรื่อง จะเปิดหัวอย่างไรก็ได้ ภาษาที่ใช้ในการเขียนสกู๊ปข่าวที่จริงไม่มีกติกาชัดเจน จะเป็นภาษาเขียนที่ไม่ทางการมากเท่ากับการเขียนข่าว เพราะสกู๊ปเป็นการเรื่องเล่า ที่มีสำนวนมีความเห็นของคนเขียน บางครั้งบางเรื่องก็ใช้ภาษาพูดได้แต่เป็นภาษาพูดที่ค่อนทางสุภาพเป็นทางการพอสมควร ไม่ใช่ภาษาพูดแบบที่พวกดีเจใช้กันตามสถานีวิทยุ การนำเสนอเรื่องเนื้อหาสกู๊ปข่าวมักจะขึ้นต้นไม่อ้อมค้อมเช่น ขึ้นต้นด้วยคำถาม เหตุการณ์ หรือบุคคล ต้องเป็นเรื่องจริง มีแหล่งอ้างอิงเช่น บุคคล หนังสือ หรือเป็นสิ่งที่ผู้เขียนประสบมาด้วยตัวเอง

โครงสร้างสกู๊ปข่าว

1. ชื่อเรื่อง (Title)
2. บทนำ (Introduction)
3. เนื้อเรื่อง (Body) เขียนเป็นย่อหน้า
4. บทสรุป (Conclusion)
5. ภาพประกอบเรื่อง (Pictures)

ตัวอย่างสกู๊ปข่าว

ที่มา: หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ประจำวันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2556

ตัวอย่างสกู๊ปข่าว

มองอเมริกา

ปฐ5 อินทรอัพเดท

มองอเมริกา
ในมุมของนักลงทุน

"รัฐที่เหมาะสำหรับนักลงทุนชาวไทย ได้แก่ แคลิฟอร์เนีย เท็กซัส นิวยอร์ก มิชิแกน และเทนเนสซี อุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์"

ที่มา: หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ประจำวันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2556

4.บทความ

บทความเป็นอีกหนึ่งรูปแบบหนึ่งของการเผยแพร่ผลการศึกษาที่นักวิจัยนิยมกันมากที่สุด ด้วยองค์ประกอบและรูปแบบการเขียนใกล้เคียงกับการเขียนบทความวิชาการที่นักวิจัยคุ้นเคยในการเผยแพร่ผลงาน เพียงแต่บทความที่เผยแพร่ลงในสื่อมีความยาวประมาณ 2 หน้ากระดาษ A4 และใช้ภาษาที่คนทั่วไปเข้าใจ

บทความที่เผยแพร่ลงในหนังสือพิมพ์มีหลายรูปแบบ แต่ในส่วนของนักวิชาการจะเผยแพร่ในรูปแบบบทความวิชาการ ที่มีเนื้อหาแสดงข้อเท็จจริง ข้อความรู้ทางวิชาการเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ ซึ่งอาจนำเสนอเฉพาะเนื้อหาสาระทางวิชาการ หรือเสนอทั้งเนื้อหาสาระ ข้อเท็จจริง และแสดงความคิดเห็นในเชิงวิเคราะห์ วิจารณ์ร่วมด้วยก็ได้ หรืออาจจะเสนอผลการวิจัยก็ได้

คุณสมบัติของบทความ

บทความมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกับงานเขียนร้อยแก้วโดยทั่วไป ซึ่งพอสรุปลักษณะที่สังเกตได้ดังนี้

1.ข้อเท็จจริงที่นำมาเขียนบทความจะต้องเป็นข้อเท็จจริงที่มีสาระ มีหลักฐานที่เชื่อถือได้ให้ความรู้ ให้ความคิดเห็นแก่ผู้อ่าน

2.บทความเป็นเรื่องไม่จำเป็นต้องสมบูรณ์ในตัว ความรู้และความคิดที่เสนอเป็นส่วนหนึ่งของเนื้อหาทั้งหมด ซึ่งบทความอาจเสนอประเด็นปัญหาในบางแง่มุมเท่านั้น

3. บทความจะต้องเสนอเรื่องที่กำลังเป็นที่สนใจของคนโดยทั่วไป โดยมีจุดเด่นของเรื่องมีความสำคัญต่อความรู้และความรู้สึกนึกคิด

4. บทความจะต้องเขียนชวนให้อ่านตามยุทธวิธีที่เร้าความสนใจ โดยเฉพาะการใช้ภาษาและลีลาการเขียน

5. บทความต้องเสนอแนวคิดที่แปลกใหม่ แต่จะต้องมีสาระและเหตุผล

คุณลักษณะของบทความที่ดี

บทความที่ดีไม่ได้หมายถึงบทความที่มีการใช้ภาษาที่ดีเลิศ หรือมีการใช้วลีที่ไพเราะเหมือนบทกวีหรือนวนิยาย แต่บทความที่ดีต้องเป็นบทความที่อ่านแล้วเข้าใจง่ายและชัดเจนเพียงพอที่ผู้อ่านจะได้รับสาระอย่างที่ผู้เขียนต้องการ บทความที่ดีควรมีลักษณะดังนี้

1. **มีเอกภาพ** (unity) เนื้อหาบทความมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มีทิศทางของเนื้อหาเป็นไปในทางเดียวกันเพื่อมุ่งสู่ประเด็นหลักที่ต้องการนำเสนอ

2. **มีสัมพันธ์ภาพ** (connectivity) เนื้อหาบทความต้องมีความต่อเนื่องสัมพันธ์กันโดยตลอด ทั้งในด้านการเรียบเรียงถ้อยคา ข้อความ และการจัดลาดับเรื่อง ทุกประโยคในแต่ละย่อหน้าและทุกย่อหน้าในแต่ละเรื่องต้องเชื่อมโยงเข้าด้วยกัน
3. **มีความต่อเนื่อง** (continuity) เนื้อหาบทความ มีความต่อเนื่องกันในทุกส่วนตั้งแต่บทนำจนถึงบทสรุป
4. **มีความถูกต้อง** (accuracy) เนื้อหาบทความมีความถูกต้องทั้งในด้านวิชาการและการใช้ภาษาที่ถูกต้องเป็นมาตรฐาน
5. **มีความกระจ่าง** (clarity) เนื้อหาบทความต้องมีความกระจ่าง คือ ผู้อ่านอ่านแล้วเข้าใจ ไม่มีการตีความหมายที่แตกต่างกันในผู้อ่านแต่ละคน มีการบรรยายที่ละเอียดตรงไปตรงมา
6. **มีความกะทัดรัด** (conciseness) บทความมี เนื้อหาชัดเจนเหมาะสม โดยเน้นความกะทัดรัดของถ้อยคาสำนวน ประโยค และความยาวของแต่ละย่อหน้าเหมาะสมไม่เยิ่นเย้อเกินไปจนทำให้ผู้อ่านไม่สนใจที่จะติดตามอ่านเนื้อหาจนจบเรื่อง
7. **มีความคงเส้นคงวา** (consiseness) เนื้อหาบทความในบทความมีความสม่ำเสมอและสอดคล้องของการใช้คำหรือภาษา
8. **ใช้ภาษาที่เหมาะสม** (language appropriate) ภาษาที่ใช้ในบทความมีความเหมาะสมในการที่จะสื่อให้ผู้อ่านที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเข้าใจ ในบทความเรื่องเดียวกันแต่กลุ่มผู้อ่านคนละกลุ่มภาษาที่ใช้อาจแตกต่างกัน
9. **มีความน่าอ่าน** (attractiveness) เนื้อหาบทความตั้งแต่ย่อหน้าแรกถึงย่อหน้าสุดท้ายจะต้องดึงดูดใจผู้อ่านให้เกิดความต้องการติดตามอ่านจนจบบทความ
10. **มีการให้ความรู้** (knowledge) บทความควรมีการสอดแทรกความรู้หรือประเด็นที่เป็นประโยชน์ให้แก่ผู้อ่าน

โครงสร้างของบทความ

โครงสร้างของบทความโดยทั่วไปหากจำแนกตามลำดับการเสนอเนื้อหา สามารถแบ่งได้เป็น

1. **ชื่อเรื่อง** ชื่อเป็นสิ่งที่ผู้อ่านจะเห็นก่อนส่วนอื่น ๆ ผู้เขียนจะต้องมีความมั่นในว่าชื่อเรื่องนั้นกะทัดรัด ชัดเจน และน่าสนใจหรือไม่ ชื่อเรื่องจะเป็นสิ่งบ่งบอกว่าผู้เขียนจะให้ผู้อ่านทราบว่าได้เขียนอะไรไว้
2. **ความนำ** ความนำมีวิธีการเขียนหลายแบบ แต่โดยทั่วไปเป็นการสรุปประเด็นสำคัญของเหตุการณ์ หรือสาระสำคัญให้ได้ในความกะทัดรัด ชัดเจน โดยครอบคลุมเนื้อหาเหตุการณ์หรือประเด็นสำคัญทั้งหมด

3. **เนื้อเรื่อง** เนื้อเรื่องถ้าเป็นบทความเพื่อให้ข่าวสารจะเป็นไปในลักษณะข้อเท็จจริงและข้อมูลอย่างกว้าง ๆ ถ้าเนื้อเรื่องที่เป็นบทความเชิงอธิบายความจะเสนอทั้งข้อมูลและการอธิบายขยายต่อให้สมบูรณ์ เป็นต้น อย่างไรก็ดี เนื้อเรื่องส่วนนี้เป็นส่วนที่ต่อเนื่องกับความในส่วนนี้จะเริ่มด้วยข้อเท็จจริง หรือความคิดเห็นอย่างมีเหตุมีผล มีข้อมูลสถิติ
4. **ความสรุป** เป็นส่วนท้ายของการเขียนบทความ สามารถเขียนได้หลายประเภท ซึ่งอาจเป็นประเด็นปัญหาที่กล่าวมาหรือเสนอแนะประเด็นต่าง ๆ

ตัวอย่างบทความวิชาการที่เผยแพร่ลงในหนังสือพิมพ์

กวาวเครือแดงสู้ไวอะกร้า รักษาอาการหย่อนด้วยสมุนไพร

นักวิจัยจากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่และจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยร่วม กันพัฒนาสูตรลับจับใจบุรุษเพศ สกัดกวาวเครือแดง หาสารออกฤทธิ์รักษาอาการเสื่อม

กวาว เครือขาวเคยสร้างความฮือฮาและความหวังเพิ่มขนาดทรวงอกให้กับผู้หญิงมาแล้ว ด้วยสารไฟโตเอสโตรเจนที่มีฤทธิ์ใกล้เคียงกับฮอร์โมนเพศหญิง

ส่วนกวาวเครือแดง เคยมีงานวิจัยศึกษาพบสารออกฤทธิ์ขยายหลอดเลือดได้เป็นอย่างดี ทำให้นักวิจัยจากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่และ จุฬาลงกรณ์วิทยาลัยหันไปให้ความสนใจกับฤทธิ์ในการขยายหลอดเลือดภายในแกน องคชาต หวังเพิ่มมูลค่าพืชสมุนไพรเป็นยารักษาอาการหย่อนสมรรถภาพทางเพศ

"ที่ผ่านมา นักวิจัยให้ความสนใจฤทธิ์ของกวาวเครือแดงไม่ ว่าจะเป็น การยับยั้งเซลล์มะเร็ง ลดไขมันในเลือด หรือต้านอนุมูลอิสระ ชะลอความชรา แต่ยังไม่มีใครทำในแง่ของการเสริมสร้างสมรรถภาพทางเพศ ถึงขั้นของการทดสอบในสัตว์ทดลอง" ผศ.ชัยณรงค์ โตจรัส อาจารย์จากคณะแพทยศาสตร์ สาขาวิชากายวิภาคศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ กล่าว

ทีมวิจัยจากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จึงร่วมกับภาควิชาเคมี คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยคัดหาสารออกฤทธิ์ของกวาวเครือแดงที่เกี่ยวข้องกับการแข็งตัวของแกนองคชาตโดยเฉพาะ

ในระยะแรกของงานวิจัย นักวิจัยทดสอบประสิทธิภาพในการขยายหลอดเลือดภายในแกนองคชาต โดยสกัดรากกวาวเครือแดงแล้วป้อนสารสกัดกวาวเครือแดงที่อยู่ในรูปของสารละลายให้กับหนู และทำการทดสอบประสิทธิภาพการขยายหลอดเลือดภายในแกนองคชาต 2 วิธี คือการวัดความดันเลือดในแกนองคชาต แล้วนำแกนองคชาตออกมาดูการหด-ขยายของหลอดเลือดภายใน

ผลการทดสอบพบว่า สารสกัดกวาวเครือแดงมีฤทธิ์ในการขยายหลอดเลือดภายในแกนองคชาตของหนูได้อย่างดี และตีพิมพ์งานวิจัยลงในวารสารวิชาการในปี 2548

สำหรับงานวิจัย "สารองค์ประกอบกวาวเครือแดงต่อ การแข็งตัวขององคชาตในหนูแรท" ระยะ 2 ที่กำลังศึกษาอยู่ปัจจุบันมีเป้าหมายเพื่อระบุสารออกฤทธิ์ที่ทำให้หลอดเลือด ขยายตัว ส่งผลให้องคชาตแข็งตัว และเชื่อว่าเป็นฤทธิ์ที่ใกล้เคียงกับยาไวอากร้า

"ทีมวิจัยจากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จะทำการแยกสารออกฤทธิ์ตามที่ต้องการออกมา ซึ่งตอนนี้ อยู่ระหว่างขั้นตอนการแยกที่ซับซ้อน ภายใน 6 เดือนต่อจากนี้จะรู้ผลว่ามีสารกี่ชนิด อะไรบ้างที่ออกฤทธิ์ต่อการขยายตัวของหลอดเลือด" ผศ.ดร.ชัยณรงค์ กล่าว และหลังจากทราบผลแล้วจะนำมาทดสอบเปรียบเทียบฤทธิ์กับยาไวอากร้าอีกครั้ง

กวาวเครือแดงเป็น พืชที่พบในป่า ทำให้อาจเกิดปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบ ในกรณีที่มีการขยายไปสู่เชิงพาณิชย์ ผศ.ดร.ชัยณรงค์ชี้ว่า เพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว ทีมวิจัยจะต้องปรับสูตรโครงสร้างของสารออกฤทธิ์ เพื่อให้สามารถผลิตสารสังเคราะห์ที่มีโครงสร้างทางเคมีเหมือนกับสารสกัดกวาว เครือโดยไม่ต้องไปตัดเอารากกวาวเครือแดงมาจากในป่า

งานวิจัยดังกล่าวได้รับทุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ทีมวิจัยยังมีแผนศึกษาในระยะ 3 เพื่อทดสอบประสิทธิภาพของสารออกฤทธิ์ในกวาวเครือแดงในสัตว์ทดลอง และทดสอบทางคลินิกต่อไป หากทำต่อเนื่องไป คาดว่าภายใน 3 ปี สามารถพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์สู่ตลาด

ที่มา: ไอที-นวัตกรรม : วิทยาศาสตร์

วันที่ 15 เมษายน 2552 04:00 กรุงเทพธุรกิจ

Social Release

การปรากฏขึ้นของ Social Release ในยุค Social Media พบว่าการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารมีการเปลี่ยนแปลงไปเป็นอย่างมากจากการพัฒนาของ อินเตอร์เน็ต นี่คือยุคที่อินเตอร์เน็ตถูกนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ของธุรกิจ เรียกว่า “การประชาสัมพันธ์ทางเน็ต”

ปัจจุบันได้เกิดธุรกิจการจัดส่งข้อมูลข่าวสารผ่าน Application Social Post ส่งข่าวผ่าน Facebook Twitter และเวบไซต์ชื่อดังต่างๆ นักการตลาดวิเคราะห์ว่าประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์ทางอินเตอร์เน็ตนั้นใหญ่มากเมื่อเทียบกับการประชาสัมพันธ์หรือการโฆษณาเท่าที่ผ่านมา

ประโยชน์ของ Social Release

1. **ผล** Real - Time

สามารถโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในเครือข่ายที่แตกต่างกันและสามารถตรวจสอบได้ว่ามีข้อมูลอยู่ที่ใดที่หนึ่งบนอินเทอร์เน็ต ข้อมูลไม่ได้เก็บไว้เฉพาะช่วงเวลาที่ระบุ ข้อมูลจะถูกเก็บไว้ตลอดเวลา การสะสมของข้อมูลหากยิ่งทวีมากขึ้น จะส่งผลกระทบต่อการประชาสัมพันธ์ในธุรกิจอย่างต่อเนื่องและเข้าถึงกลุ่มผู้ ใช้งานได้อย่างกว้างขวาง

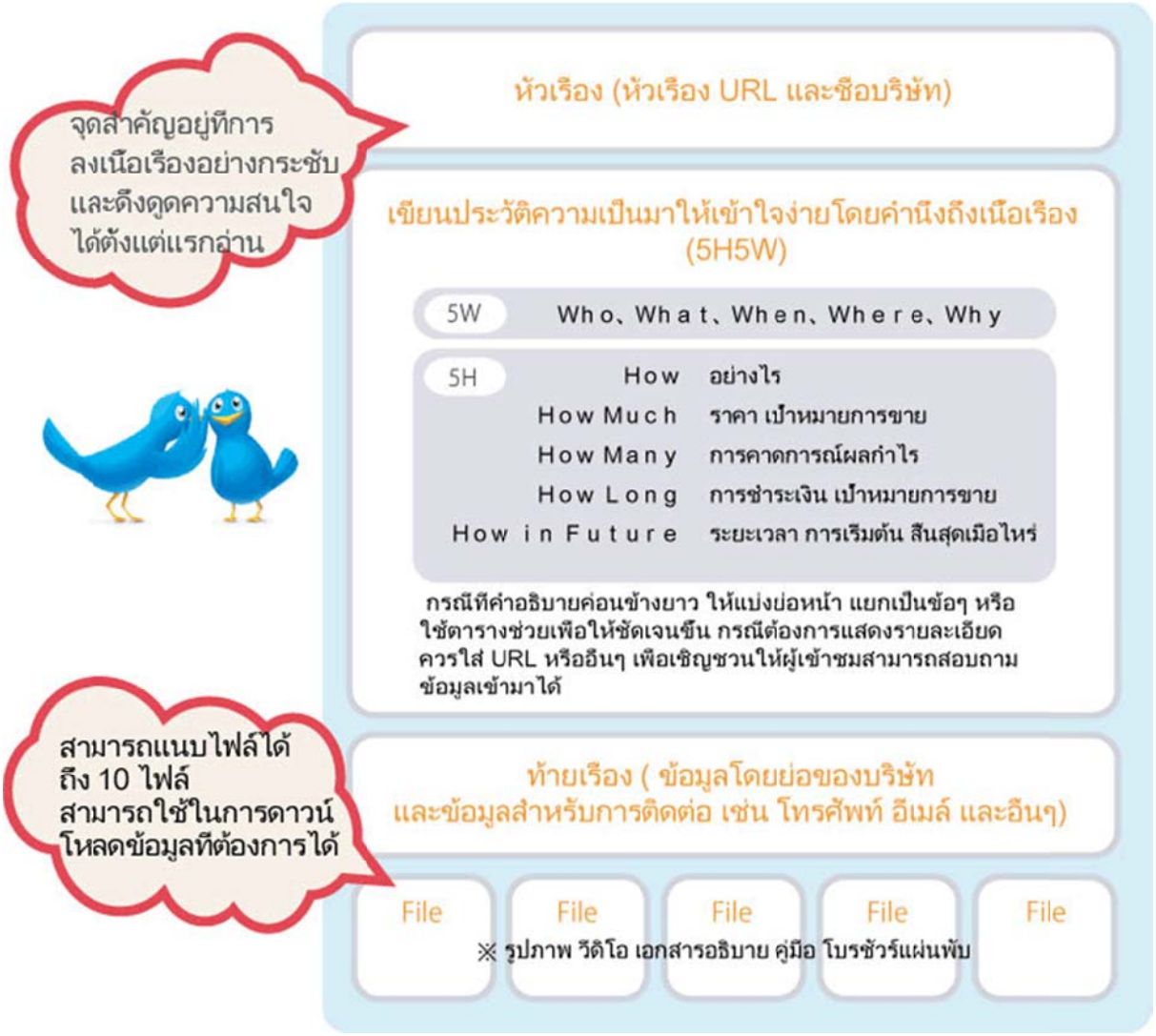
2. **ผลการจัดเก็บข้อมูล**

ทุกคนสามารถชมข้อมูลได้บนอินเตอร์เน็ต ผู้ที่พบเห็นข้อมูลสามารถส่งต่อข้อมูลของท่านในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งให้กับ บุคคลที่สาม ข้อมูลที่ท่านเผยแพร่ออกไปอาจถูกนำไปตีพิมพ์บนนิตยสาร หรือพูดกันปากต่อปากในพื้นที่ที่ท่านอาจไม่รู้จัก ก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการรับรู้อย่างที่คาดไม่ถึง

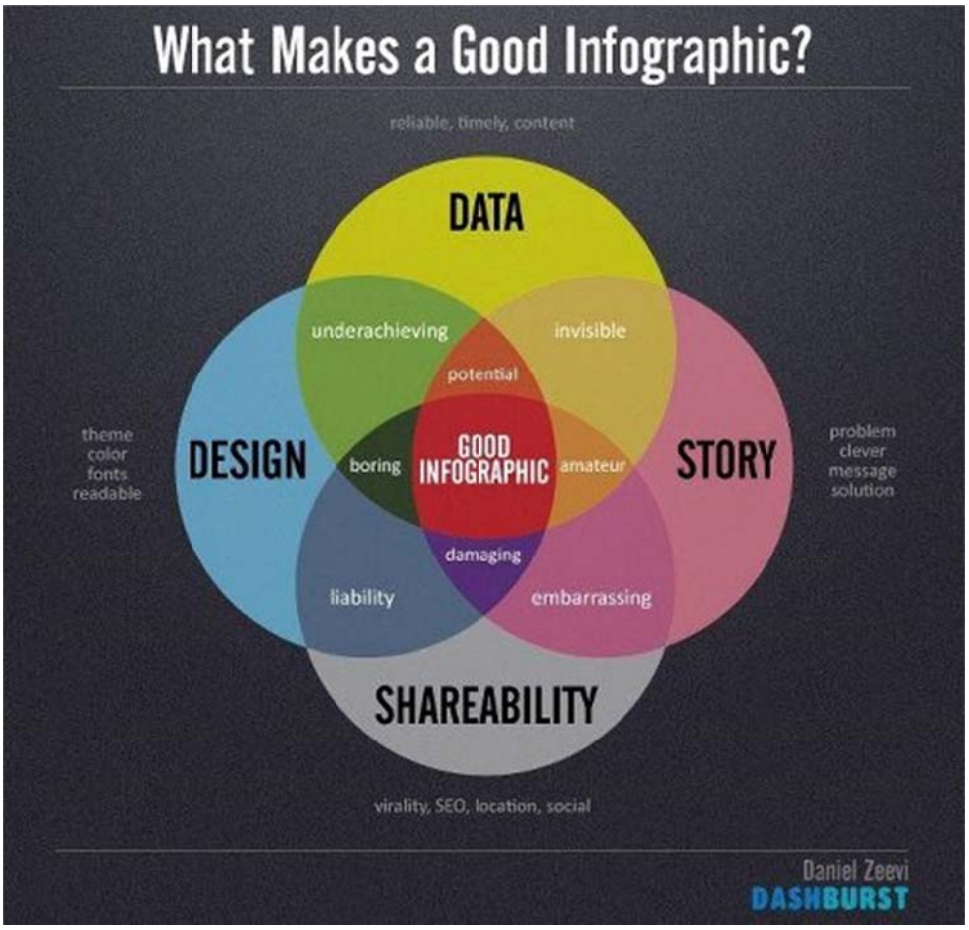
3. **ผลการตลาดแบบไวรัส**

อินเตอร์เน็ตเป็นสิ่งที่ส่งข่าวสารข้อมูลออกไปในโลกได้ในแบบเรียลไทม์ และก็ยังรับข้อมูลได้แบบเรียลไทม์เช่นกัน ข้อมูลสามารถส่งออกไปได้ในเวลาที่ต้องการ ด้วยเนื้อหาที่ต้องการในแบบเรียลไทม์ ไปถึงผู้ที่ต้องการส่งข้อมูลให้ในแบบเรียลไทม์เช่นกัน เกิดประสิทธิภาพจากการส่งข้อมูลและการรับข้อมูลด้วยความเร็วสูงในสังคม ข้อมูลข่าวสารอย่างแท้จริง

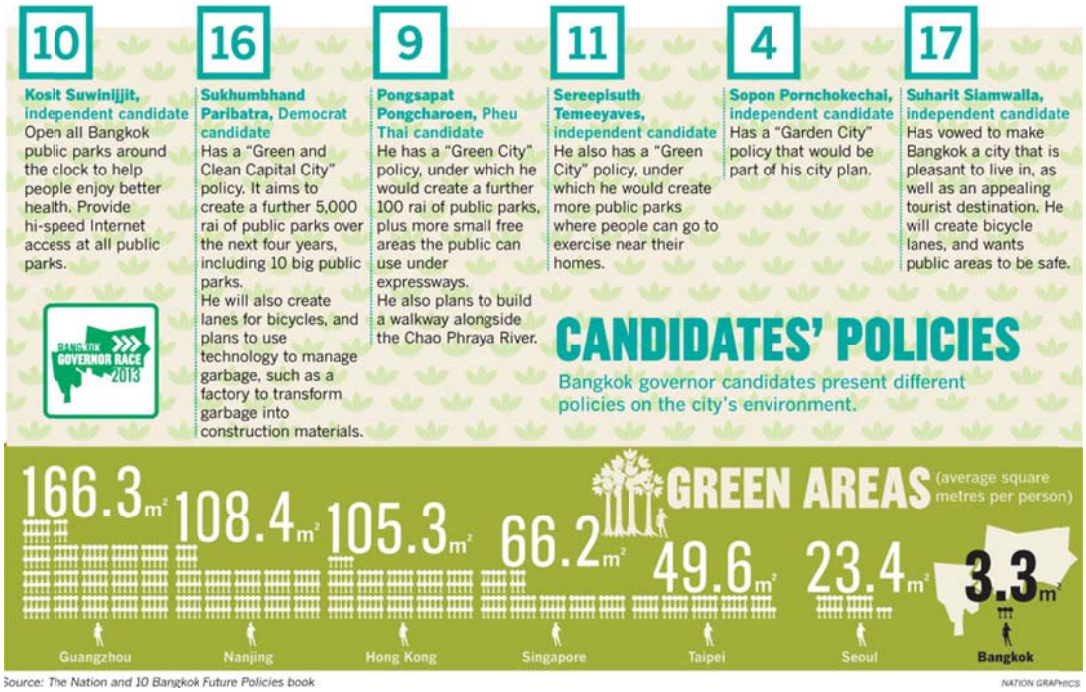
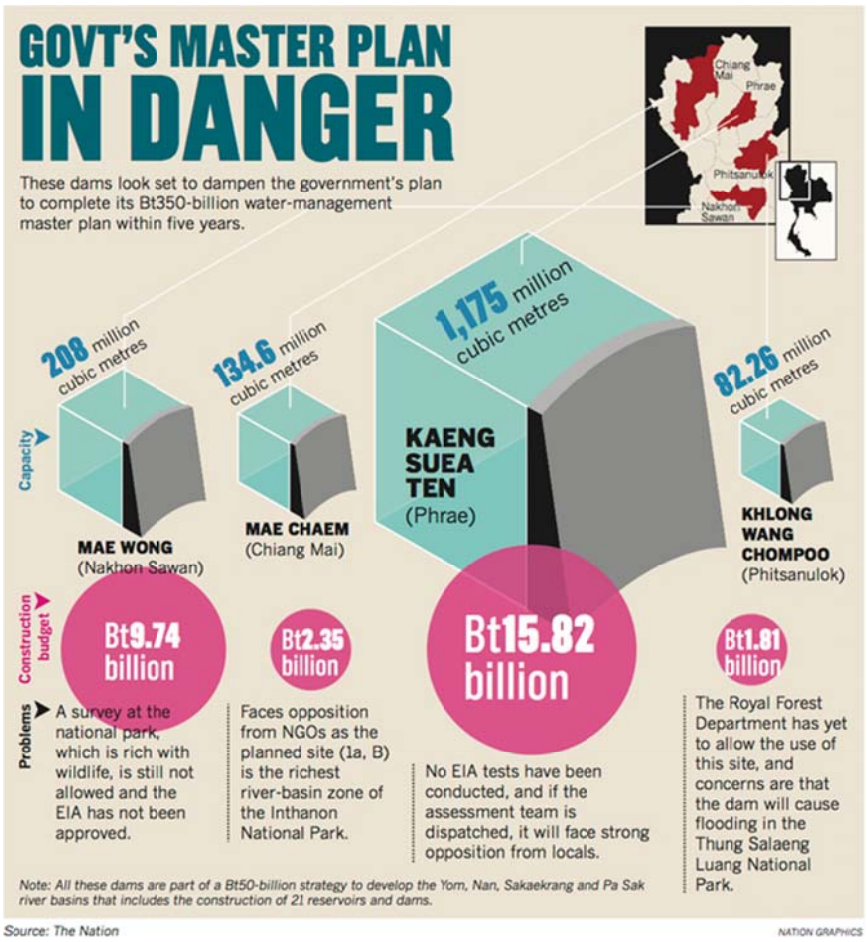
ตัวอย่างรูปแบบ Social Media



Infographic



ตัวอย่าง Infographic



ตัวอย่าง Infographic