

องค์ความรู้ที่ ๒

เทคนิคการจับประเด็นสำคัญเพื่อเขียนข่าวประชาสัมพันธ์

บรรยายโดย ผศ.ดร.วาลี ปรีชาปัญญากุล คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
การสัมมนาเชิงปฏิบัติการ เรื่อง การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์
ด้านการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ ของสำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

● เทคนิคการจับประเด็นสำคัญเพื่อเขียนข่าวประชาสัมพันธ์

- อะไรสมควรนำเสนอเป็นข่าว อะไรไม่ควร หลักการง่าย ๆ คือ “ไม่ได้ก็เสีย” กล่าวคือ ประเด็นที่นำมาเป็นข่าวจะต้องเป็น “ประเด็นที่ประชาชนได้ประโยชน์” หรือ “ประเด็นที่ประชาชนเสียประโยชน์” ถ้าเป็นเรื่องที่ไม่มีผลกระทบ ประชาชนไม่มีส่วนได้ส่วนเสีย ประชาชนจะไม่สนใจประเด็นนั้น ๆ การจับประเด็นสำคัญเพื่อเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ จะต้องเลือกประเด็นที่เกี่ยวข้องกับผู้อ่านโดยตรง ซึ่งกลุ่มผู้อ่านของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ก็คือ กลุ่มเกษตรกรที่มีความเกี่ยวข้องกับกระทรวงฯ และหน่วยงานในสังกัด การจับประเด็นสำคัญเพื่อเขียนข่าวประชาสัมพันธ์สื่อสารไปสู่เกษตรกร จะต้องพิจารณาว่ากิจกรรม โครงการ นโยบายนั้น มีผลกระทบต่อเกษตรกรอย่างไร

ลักษณะของข่าว

- **ความมีชื่อเสียง (Prominence) ของทั้งคนและองค์กร** สามารถนำมาทำให้เป็นข่าวที่น่าสนใจได้ เช่น โครงการแจกพันธุ์ต้นหอมที่เป็นการปฏิบัติงานตามปกติอาจจะเป็นข่าวที่ไม่น่าสนใจ แต่ถ้ามีรัฐมนตรีฯ มาเปิดงานอื่นในจังหวัด เราสามารถนำข่าวโครงการของเรามาผนวกเข้าไปในช่วงท้ายต่อจากข่าวรัฐมนตรีฯ เปิดงานได้ ความมีชื่อเสียงของรัฐมนตรีฯ จะช่วยดึงดูดผู้อ่าน ทำให้เรื่องราวที่น่าสนใจคนอยากรู้และสนใจ

- **เป็นเรื่องที่ทันต่อเวลา (Timeliness) ทันกระแส** เช่น โครงการแจกพันธุ์ต้นหอมในช่วงราคาปกติเมื่อนำมาเขียนข่าวคนอาจจะไม่สนใจ แต่ถ้าเป็นช่วงเวลาที่ดินหอมมีราคาแพง คนจะให้ความสนใจ ถ้ามีโครงการแจกต้นหอมในช่วงนี้ เป็นเวลาที่ถูกต้องที่ควรในการนำเสนอข่าวประชาสัมพันธ์ สิ่งที่สำคัญคือต้องนำเสนอข่าวให้รวดเร็วทันต่อกระแสที่กำลังเกิดขึ้น

- **เป็นเรื่องที่อยู่ในความสนใจของผู้คน (Human-interest)** คือเรื่องที่คุณจะได้ประโยชน์กับคนที่เสียประโยชน์ ประเด็นนี้คนจะสนใจมาก สามารถพิจารณาได้จากข้อมูลที่มีว่าอะไรมีผลกระทบต่อกลุ่มเป้าหมายที่จะเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ จะเป็นผลกระทบด้านบวกหรือผลกระทบด้านลบก็ได้ เพราะเป็นเรื่องที่กลุ่มเป้าหมายมีส่วนได้ส่วนเสีย

- **เป็นเรื่องของความขัดแย้ง (Conflict)** เป็นประเด็นที่ไม่ค่อยมีการนำมาใช้เพื่อเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ เนื่องจากจะทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ไม่ดีต่อองค์กร

- **มีผลกระทบต่อผู้อ่าน (Consequence)** ลักษณะของประเด็นที่จะเป็นข่าวประชาสัมพันธ์คือ เป็นเรื่องที่มีผลกระทบต่อผู้อ่านหรือมีประโยชน์กับผู้อ่าน

- ภัยพิบัติและความก้าวหน้า (Disaster and Progress) โดยเฉพาะวิทยาการ เทคโนโลยีสมัยใหม่ และการศึกษา เช่น เทคโนโลยีการเกษตรที่ช่วยลดระยะเวลาการปลูกพืช หรือการแจ้งเตือนการระบาดของศัตรูพืช เป็นประเด็นที่กลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ให้ความสนใจ สามารถนำประเด็นเหล่านี้มาเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ได้ ซึ่งข่าวด้านวิทยาการ เทคโนโลยี มีประโยชน์และผลกระทบต่อกลุ่มเป้าหมาย ส่งผลให้กลุ่มเป้าหมายมีการติดตามข่าวของหน่วยงานอย่างต่อเนื่อง