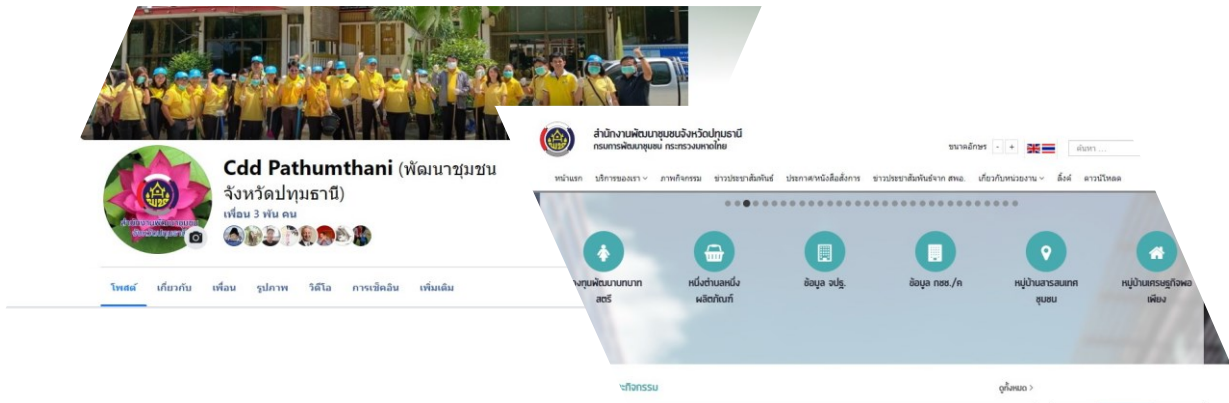


แนวทางการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดปทุมธานี



คำนำ

กรมการพัฒนาชุมชน มีภารกิจเกี่ยวกับการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ และการมีส่วนร่วมของประชาชน ส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนฐานรากให้มีความมั่นคงและมีเสถียรภาพ โดยสนับสนุนให้มีการจัดทำและใช้ประโยชน์จากข้อมูลสารสนเทศ ศึกษา วิเคราะห์ วิจัย จัดทำยุทธศาสตร์ชุมชน ตลอดจนการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาชุมชน เพื่อให้เป็นชุมชนเข้มแข็งอย่างยั่งยืน

กลุ่มงานสารสนเทศการพัฒนารชุมชน สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดปทุมธานี มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ งานสื่อสารภาพลักษณ์องค์กร สร้างความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชนเกี่ยวกับงานพัฒนาชุมชน ด้วยการประชาสัมพันธ์กิจกรรมงานพัฒนาชุมชน เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารขององค์กร ผ่านช่องทางต่างๆ ไปสู่ภาคีเครือข่ายการพัฒนาชุมชน และภาคประชาชน เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการดำเนินงานของกรมการพัฒนาชุมชน และสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดปทุมธานี อันจะเป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร ทั้งยังเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดการดำเนินงานนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ตลอดจนเป็นช่องทางในการสื่อสารระหว่างบุคลากรภายในและภายนอกองค์กร

คณะผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่าแนวทางการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อบุคลากรของสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดปทุมธานี และบุคลากรทุกคนที่รับผิดชอบในการจัดทำข่าวเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ให้ได้ทราบรายละเอียดและขั้นตอน รูปแบบในการเขียนข่าวสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดปทุมธานี ได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ ช่วยให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย อีกทั้งเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับกรมการพัฒนาชุมชน และสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดปทุมธานี

กลุ่มงานสารสนเทศการพัฒนารชุมชน
สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดปทุมธานี
มกราคม ๒๕๖๖

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
คำนำ	๑
บทที่ ๑ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	๓
บทที่ ๒ การประชาสัมพันธ์	๔
ความหมายของ "ข่าวประชาสัมพันธ์"	๔
องค์ประกอบของการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์	๔
บทที่ ๓ การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์	๗
โครงสร้างของข่าวประชาสัมพันธ์	๗
บทที่ ๔ แนวทางการถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์	๑๒
วัตถุประสงค์ของการถ่ายภาพเพื่องานประชาสัมพันธ์	๑๒
เทคนิคในการถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์	๑๔
เทคนิคการถ่ายภาพด้วยมือถือ	๑๕
บทที่ ๕ บทสรุป	๑๗
ภาคผนวก	๑๘
รายการอ้างอิง	๒๑

บทที่ ๑

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

“ภารกิจสำคัญของกรมการพัฒนาชุมชน คือการดำเนินงานเพื่อพี่น้องประชาชน พัฒนาคอนให้มีความมั่นคง มั่งคั่ง อย่างยั่งยืน การประชาสัมพันธ์เป็นหนึ่งในวงจรของการทำงาน ไม่ได้เป็นเพียงการสื่อสารสร้างภาพลักษณ์ แต่ยังเป็นการรายงาน สร้างการรับรู้เกี่ยวกับการทำงานของเราให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกองค์กรได้รับทราบ ยอมรับ ส่งผลให้เกิดความเชื่อมั่นทั้งจากภาครัฐ เอกชน และภาคประชาชน ต่อการมีอยู่ขององค์กร การทำงานของเราจึงต้องสร้างประโยชน์ให้กับประชาชนอย่างแท้จริง ดังนั้นการจะสื่อสารสิ่งใดออกไปต้องคิดก่อนพูดและทำอย่างรอบคอบ ยกตัวอย่างคณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบมาตรการส่งเสริมและสนับสนุนการใช้และสวมใส่ผ้าไทย โดยการรณรงค์เชิญชวนคนไทยสวมใส่ผ้าไทยอย่างน้อยสัปดาห์ละสองวัน มีกรมการพัฒนาชุมชนเป็นเจ้าภาพหลักขับเคลื่อน หากบุคลากรกรมการพัฒนาชุมชนร่วมกันใส่ผ้าไทยทุกวัน ยกเว้นวันที่ต้องแต่งเครื่องแบบข้าราชการ นับเป็นการประชาสัมพันธ์ได้อย่างดี ทั้งยังจะช่วยกระตุ้นให้คนไทยสวมใส่ผ้าไทยมากขึ้น ช่วยผู้ผลิตผู้ประกอบการทอผ้าหรือผลิตผ้าประจำจังหวัดปทุมธานี มีอาชีพ มีรายได้เพิ่มขึ้น ช่วยให้คนในสังคมคุ้นชินและกล้าใส่ผ้าไทยในชีวิตประจำวัน และที่สำคัญคือช่วยสร้างความมั่นคงด้านเครื่องนุ่งห่ม ซึ่งเป็นวัฒนธรรม อัตลักษณ์ของคนไทย ที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษอีกด้วย

การพัฒนาทักษะด้านการประชาสัมพันธ์ให้แก่บุคลากรสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดปทุมธานีในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ ให้เท่าทันยุคของการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อเป็นเครื่องมือในการสื่อสารภารกิจที่หลากหลายของกรมการพัฒนาชุมชนให้สาธารณชนรับทราบ รวมถึงสามารถสร้างเครือข่ายในการดำเนินงาน และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในจังหวัดปทุมธานีในการขับเคลื่อนงานของกรมการพัฒนาชุมชน

กลุ่มงานสารสนเทศการพัฒนารวม สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดปทุมธานี มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับ งานประชาสัมพันธ์ งานสื่อสารภาพลักษณ์องค์กร สร้างความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชนเกี่ยวกับงานพัฒนาชุมชน ด้วยการประชาสัมพันธ์กิจกรรมงานพัฒนาชุมชน เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารขององค์กร ผ่านช่องทางต่างๆ ไปสู่ภาคีเครือข่ายการพัฒนาชุมชน และภาคประชาชน เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการดำเนินงานของกรมการพัฒนาชุมชน และสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดปทุมธานี อันจะเป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร ทั้งยังเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดการดำเนินงานนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ตลอดจนเป็นช่องทางในการสื่อสารระหว่างบุคลากรภายในและภายนอกองค์กร

แนวทางการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดปทุมธานี จะเป็นเครื่องมือสำคัญในการช่วยพัฒนาต้นแบบนวัตกรรมการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนจังหวัดปทุมธานีให้มีประสิทธิภาพ สร้างภาพลักษณ์ สร้างการรับรู้เกี่ยวกับการทำงานพัฒนาชุมชนให้กับผู้รับบริการทั้งภาครัฐและภาคประชาชน และพัฒนาศักยภาพของบุคลากรทุกคน นำกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) เข้ามาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานภายในองค์กร โดยเน้นการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งก็คือเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานด้านประชาสัมพันธ์ และบุคลากรสำนักงานพัฒนาชุมชนทุกคน เพื่อให้กระบวนการพัฒนาต้นแบบนวัตกรรมงานด้านประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพ และสามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้กับหน่วยงานราชการอื่นในจังหวัดปทุมธานี สามารถส่งต่อ แชร์ต่อ ข่าวประชาสัมพันธ์จากสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดปทุมธานีได้อย่างมั่นใจในความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร

บทที่ ๒

การประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) หมายถึง รูปแบบหนึ่งของการสื่อสารเพื่อถ่ายทอดเรื่องราวข่าวสาร ทั้งที่เป็นข้อเท็จจริงและข้อคิดเห็นจากสถาบันหรือหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งไปสู่กลุ่มเป้าหมายโดยมีการวางแผนไว้ล่วงหน้าในการที่จะบอกกล่าวทำความเข้าใจสร้างและรักษาความสัมพันธ์อันดี เพื่อให้เกิดทัศนคติที่ดีและภาพลักษณ์ที่ดีกับองค์กร อันนำไปสู่การสนับสนุนและร่วมมือ

ความหมายของ "ข่าวประชาสัมพันธ์"

ข่าว คือ การรายงานข้อเท็จจริงหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ตลอดจนความคิดเห็นจากบุคคลระดับต่าง ๆ ซึ่งมีความสำคัญ และเป็นที่น่าสนใจ อันมีผลกระทบต่อคนหมู่มากในชุมชนหรือสังคม

ข่าวประชาสัมพันธ์ คือ การรายงานข้อเท็จจริงหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ที่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ความรู้สึกทัศนคติที่ดีต่อองค์กร และนำไปสู่ความร่วมมือของคนภายในและภายนอกองค์กร และเป็นเครื่องมือในการแก้ไขความเข้าใจผิด และข่าวลือต่าง ๆ

วัตถุประสงค์ของการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์

๑. เพื่อให้คนทั่วไปเกิดการยอมรับองค์กร
๒. เพื่อบอกเล่าเหตุการณ์ต่าง ๆ เพื่อให้ประชาชนรับทราบ
๓. เพื่อแก้ไขข่าวลือ ข่าวร้าย และป้องกันข่าวต่าง ๆ ที่ไม่ดีขององค์กร
๔. เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร
๕. เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับคนภายในและภายนอกองค์กร
๖. เพื่อสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กร

องค์ประกอบของการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์

ข่าวต้องมี ๕W ๑H ได้แก่ Who What Where When why และ How เพื่ออธิบายว่าใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อใด ทำไมจึงเกิดเหตุการณ์นั้นขึ้น และเหตุการณ์นั้นเกิดขึ้นอย่างไร

ปัญหาหรือสาเหตุที่เกิดขึ้น

- เกิดอะไรขึ้นบ้าง
- มีอะไรที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์นี้
- หลักฐานที่สำคัญที่สุด คืออะไร
- สาเหตุที่ทำให้เกิดเหตุการณ์นี้คืออะไร



สถานที่หรือตำแหน่งที่เกิดเหตุ

- เรื่องนี้เกิดขึ้นที่ไหน
- เหตุการณ์นี้น่าจะเกิดขึ้นที่ใดมากที่สุด

เวลาที่เหตุการณ์นั้นเกิดขึ้น หรือจะเกิดขึ้น

- เหตุการณ์นี้น่าจะเกิดขึ้นเมื่อไหร่
- เวลาใดบ้างที่สถานการณ์เช่นนี้จะเกิดขึ้น

สาเหตุหรือมูลเหตุที่ทำให้เกิดขึ้น

- ทำไมต้องเป็นคนนี้ เวลานี้ สถานที่นี้
- เพราะเหตุใดเหตุการณ์นี้จึงเกิดขึ้น
- ทำไมจึงเกิดเรื่องนี้ขึ้น

บุคคลที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม

- ใครอยู่ในเหตุการณ์บ้าง
- ใครน่าจะเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์นี้
- ใครน่าจะทำให้สถานการณ์นี้เกิดขึ้นมากที่สุด
- เหตุการณ์นี้ใครได้ประโยชน์ เสียประโยชน์

รายละเอียดของสิ่งที่เกิดขึ้นหรือกำลังเกิด

- เขาทำสิ่งนั้นได้อย่างไร
- ลำดับเหตุการณ์นี้ดูว่าเกิดขึ้นได้อย่างไร

การเขียนข่าวการประชาสัมพันธ์งานของสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดปทุมธานี

ข่าวประชาสัมพันธ์งานของสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดปทุมธานี แบ่งออกเป็น ๖ ประเภท ดังนี้ ข่าวการประชุม ข่าวการเปิดสัมมนา/โครงการ ข่าวเข้าพบ ข่าวกิจกรรมจังหวัด ข่าวกิจกรรมอำเภอ และข่าวประชาสัมพันธ์ เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานควรปฏิบัติดังต่อไปนี้

๑. ข่าวการประชุม

- เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ที่ได้รับมอบหมาย ต้องประสานขอเอกสารวาระการประชุมจากเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องในการประชุม (หน่วยงานเจ้าภาพ) ก่อนที่จะมีการประชุมทุกครั้ง เพื่อจะได้รับทราบและเข้าใจรายละเอียด / เนื้อหาของเรื่องที่จะมีการประชุม รายชื่อผู้เข้าร่วมประชุม ตำแหน่งผู้เข้าร่วมประชุม จำนวนผู้เข้าร่วมการประชุม อีกทั้งใช้เป็นเอกสาร/ข้อมูลสำหรับการเขียนข่าวเพื่อจะได้เกิดความถูกต้องตามมติของที่ประชุม

๒. ข่าวการเปิดสัมมนา/โครงการ

- เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ที่ได้รับมอบหมาย ต้องประสาน/ติดต่อกับหน่วยงานเจ้าภาพเพื่อขอข้อมูลของการจัดการสัมมนา พร้อมทั้งประสานขอคำกล่าวของประธาน (ผู้ว่าราชการจังหวัด/ นายอำเภอ) เพื่อจะได้รับทราบวัตถุประสงค์/เนื้อหาของการจัดสัมมนา ก่อนเข้าร่วมรับฟังการสัมมนาทุกครั้ง

- การทำข่าวเปิดสัมมนา /โครงการ ควรบันทึกเสียงคำกล่าวของประธาน เพื่อสรุปประเด็นสำคัญ นอกเหนือจากคำกล่าวรายงาน เช่น คำแนะนำ ข้อเสนอแนะของประธาน

๓. ข้าราชการ/เยี่ยมคารวะ

- เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ที่ได้รับมอบหมาย ต้องประสานขอข้อมูลกับหน่วยงานที่แจ้งความประสงค์ขอเข้าพบพัฒนาการจังหวัด หรือพัฒนาการอำเภอ เพื่อจะได้รับทราบถึงวัตถุประสงค์การเข้าพบของคณะบุคคลต่าง ๆ อีกทั้งใช้เป็นข้อมูลในการสรุปประเด็นหรือข้อสนทนาต่าง ๆ ชื่อ-นามสกุล ชื่อหน่วยงาน ชื่อตำแหน่งได้อย่างถูกต้อง

๔. ข้าราชการกรมจังหวัด (โครงการของสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด)

- เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ที่ได้รับมอบหมาย ต้องประสานขอข้อมูลกับกลุ่มงาน (เจ้าภาพ) ที่ดำเนินโครงการล่วงหน้าทุกครั้ง รายชื่อประธาน รายชื่อแขกผู้มาร่วมงาน ตำแหน่ง เพื่อนำมาสรุปประเด็นสำคัญของการนำเสนอข่าวในเรื่องต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความถูกต้องของเอกสารข่าวที่จะเผยแพร่ทุกครั้ง

๕. ข้าราชการอำเภอ (โครงการของสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอ)

- เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ที่ได้รับมอบหมาย ต้องประสานขอข้อมูลกับพัฒนาการ (เจ้าภาพ) ที่เป็นเจ้าของโครงการล่วงหน้าทุกครั้ง รายชื่อประธาน รายชื่อแขกผู้มาร่วมงาน ตำแหน่ง สถานที่ หมู่ ตำบล เพื่อนำมาสรุปประเด็นสำคัญของการนำเสนอข่าวในเรื่องต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความถูกต้องของเอกสารข่าวที่จะเผยแพร่ทุกครั้ง

๖. ข่าวประชาสัมพันธ์

- เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ที่ได้รับมอบหมาย ต้องตรวจสอบความถูกต้องข้อมูลจากหน่วยงานที่ขอความร่วมมือให้สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด/อำเภอช่วยเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ อาทิ การประชาสัมพันธ์นโยบายของกรมการพัฒนาชุมชนในเรื่องที่สำคัญ ๆ การประชาสัมพันธ์เชิญชวนประชาชนมาร่วมงานที่สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด การทอดผ้าป่า การรับบริจาคโลหิต หรืองานที่จังหวัด หรืออำเภอจัดขึ้น เป็นต้น



บทที่ ๓

การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์

เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องเรียนรู้และศึกษาถึงหลักการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้เข้าใจ และสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง โดยทั่วไปแล้ว การเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ จะนิยมการเขียนแบบพีระมิดหัวกลับ (Summary Construction หรือ Inverted Pyramid) ซึ่งการเขียนแบบพีระมิดหัวกลับนี้ เป็นการเขียนที่นำเสนอข้อเท็จจริงหรือสิ่งสำคัญที่สุดไว้ในตอนแรก และสิ่งทีสำคัญรองลงไป จัดนำเสนอไว้เป็นลำดับถัดไป ผู้อ่านสามารถทราบความสำคัญของเรื่องได้ตั้งแต่ตอนแรก ซึ่งจะแตกต่างจากการเขียนโดยทั่วไปที่นิยมการเขียนแบบพีระมิดหัวตั้ง (Upright Pyramid) คือการนำประเด็นสำคัญของเรื่องมากล่าวไว้ในตอนท้าย โดยผู้อ่านจะได้ทราบความสำคัญของเนื้อเรื่องเรียงตามลำดับจากความสำคัญน้อยไปสู่ความสำคัญที่สุด

โครงสร้างของข่าวประชาสัมพันธ์ จะสอดคล้องกับวิธีการเขียนแบบพีระมิดหัวกลับ โดยมีส่วนประกอบดังนี้

๑. พาดหัวข่าว เป็นส่วนสำคัญที่สุด เพราะเป็นข้อความที่จะสื่อให้ผู้อ่านนั้น ทราบทันที ว่าข่าวชิ้นนั้น น่าสนใจหรือไม่เพียงไร พาดหัวข่าวที่ดีต้องกระชับสั้น ได้ใจความสมบูรณ์

๒. โปรรยหรือวรรคหน้า เป็นส่วนที่นำเสนอประเด็นสำคัญ ข่าวประชาสัมพันธ์ที่ดีควรมีเนื้อหาข่าวในวรรคหน้าที่สามารถดึงดูดใจและสร้างความสนใจจากผู้อ่านได้ วรรคหน้าที่ดีไม่ควรพูดในรายละเอียด ควรนำเสนอเพียง ๕ W's H คือ ใคร (Who) อะไร (What) ที่ไหน (Where) เมื่อไร (When) ทำไม (Why) และอย่างไร (How)

๓. เนื้อหาข่าว จะเป็นส่วนที่ให้รายละเอียดใน ๕ W's H โดยส่วนเนื้อหาข่าวนี้นี้จำเป็นต้องเขียนแบบพีระมิดหัวกลับ รายละเอียดของเนื้อหาจะเป็นสิ่งที่กำหนดย่อหน้า ซึ่งปกติแล้วการเขียนข่าวจะนิยม ๑ ย่อหน้า ๑ ใจความ

๔. ส่วนเชื่อม คือการนำเสนอเกี่ยวกับภูมิหลังขององค์กร หน่วยงาน หรือเหตุการณ์นั้น ส่วนเชื่อมนี้ไม่จำเป็นต้องมีเสมอไป ขึ้นอยู่กับเนื้อหาของข่าวเป็นเกณฑ์ว่าควรมีหรือไม่ สำหรับการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์นั้น นับเป็นการเขียนเพื่อการสื่อสารที่มีจุดประสงค์สำคัญ คือต้องการสื่อสารข้อความ หรือเรื่องราวใด ๆ ไปยังกลุ่มเป้าหมาย

การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ มักมีจุดประสงค์ดังต่อไปนี้

๑. เพื่อบอกกล่าว อธิบาย ชี้แจงให้ประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมาย เกิดความเข้าใจในนโยบายหรือวัตถุประสงค์นั้นๆ

๒. เพื่อให้ประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมาย เกิดการยอมรับการปฏิบัติการ หรือการดำเนินการใดๆ ของหน่วยงานนั้นๆ

๓. เพื่อป้องกันมิให้เกิดการเข้าใจผิดต่อการปฏิบัติการ หรือการดำเนินการใดๆ ของหน่วยงาน

๔. เพื่อเป็นการสร้างภาพพจน์ที่ดีของหน่วยงานหรือองค์กรนั้นๆ

๕. เพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดที่เกิดขึ้น ให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องแก่หน่วยงานนั้นๆ

สิ่งสำคัญที่เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ต้องคำนึงถึงเสมอในการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ได้แก่

๑. การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ **จะต้องเป็นการเขียนแบบพีระมิดหัวกลับ** คือ เขียนถึงสิ่งสำคัญที่สุดไว้ตอนแรกเสมอ เพราะนอกจากจะสะดวกในการนำข่าวตีพิมพ์แล้วยังเป็นการอำนวยความสะดวก กรณีที่ข่าวนั้นมีเนื้อหาที่ยาวเกินไป ยังสามารถตัดใจความตอนท้ายออกได้ โดยไม่ต้องกังวลว่าจะทำให้เนื้อข่าวผิดเจตนาของการเผยแพร่

๒. เนื้อหาใจความของข่าวประชาสัมพันธ์ **จะต้องตั้งอยู่บนหลักของความถูกต้องและความเป็นจริง** คือสามารถตอบคำถามได้ว่า ใคร ทำอะไร ที่ไหน อย่างไร เมื่อใด และทำเพื่ออะไร ทั้งนี้ เนื้อหาของข่าวควรมีคุณค่าพอที่จะเป็นข่าวได้ ควรมีชื่อเรื่องของข่าวนั้น ๆ นอกจากนี้ การเขียนพาดหัวข่าวที่เน้นความสำคัญของเนื้อหาข่าว ก็มีส่วนที่ทำให้ข่าวนั้น ๆ ได้รับความสนใจจากผู้อ่านได้ทางหนึ่ง

๓. ภาพประกอบข่าว ควรใช้ขนาดของภาพที่ใหญ่พอจะมองเห็นได้อย่างชัดเจน สำหรับขนาดของภาพที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน คือ ขนาด ๑๖x๙ เพราะหน่วยงานสามารถนำไปใช้งานต่อได้

๔. การเขียนข่าว **ควรเสนอแต่ความจริงที่เกิดขึ้นอย่างตรงไปตรงมา** ไม่ควรแสดงความเห็นประกอบเข้าไป

๕. **ควรเขียนข่าวอย่างสร้างสรรค์** ไม่กระทบกระทั่ง หรือทำความเดือดร้อนให้กับบุคคลอื่น

๖. ภาษาที่ใช้ในการเขียนข่าว **จะต้องกระชับ ถูกต้อง อ่านแล้วเข้าใจง่าย** ไม่ใช่ คำที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดได้ง่าย และ**ต้องระมัดระวังเป็นพิเศษในการสะกดชื่อ นามสกุล ตลอดจนชื่อขององค์กรให้ถูกต้องด้วย**

การที่เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ จะสามารถเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ให้ดีขึ้นนั้น ควรต้องพิจารณา องค์ประกอบ ๔ ประการด้วยกัน คือ

๑. กลุ่มเป้าหมายที่จะรับสาร สามารถแบ่งเป็นประเภทย่อย ๆ ได้ ๔ ประเภท คือ กลุ่มคนทั่วไป กลุ่มคนที่ใส่ใจต่อเรื่องที่ต้องการประชาสัมพันธ์นั้น กลุ่มคนที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมที่ประชาสัมพันธ์ และกลุ่มคนที่เป็นผู้นำทางความคิด ซึ่งกลุ่มสุดท้ายนี้จะเป็นผู้ชี้นำความคิดความเห็น ต่อเรื่องที่เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์เผยแพร่ออกไป

๒. สื่อสังคมออนไลน์ ที่ใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารไม่สามารถควบคุมได้ ควรระมัดระวังในการลงภาพที่ไม่เหมาะสม

๓. ข้อมูลที่ต้องการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ จัดเป็นสิ่งสำคัญพื้นฐานที่จะทำให้เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์เขียนข้อความหรือข่าวสารเพื่อประชาสัมพันธ์ได้ หากข้อมูลไม่ครบถ้วน อาจเป็นปัญหาของเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ได้

๔. วิธีการเขียนเพื่อให้ผู้อ่านคล้อยตาม มักจะออกมาในรูปแบบงานเขียนทุกประเภท ยกเว้นข่าว เพราะการเขียนข่าว **จะต้องนำเสนอแต่ข้อเท็จจริงเท่านั้น** แต่หากเป็นงานเขียนประเภทอื่น เช่น บทความ สารคดี ฯลฯ จำเป็นต้องใช้จิตวิทยาเพื่อการจูงใจสอดแทรกอยู่ในข้อเขียนเหล่านั้นเพื่อให้ผู้อ่านเกิดความคิดคล้อยตามอันก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติไป ตามแนวทางที่เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ต้องการ

ความสามารถในการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ จำเป็นจะต้องอาศัยปัจจัยต่าง ๆ ประกอบกันหลายด้าน ทั้งทางด้านความรู้ความสามารถ ทักษะ ประสบการณ์ ของผู้เขียน ซึ่งส่วนหนึ่งเกิดขึ้นจากการศึกษาและฝึกฝนตลอดจนการได้อ่านมาก และรู้จักสังเกตศึกษาวิเคราะห์ถึงข้อเขียนที่ดีทั้งหลาย นอกจากนี้ การเขียนที่ดียังต้องอาศัย “ความมั่นใจอย่างเพียงพอสำหรับผู้เขียน” ประกอบด้วย นั่นคือ ผู้เขียนต้องมั่นใจว่าเขา “มี” สิ่งที่ควรค่าแก่การเขียน และเขาสามารถเขียนมันออกมาให้ผู้อื่นทราบและเข้าใจ และเมื่อเขาเขียนเสร็จเรียบร้อยแล้ว หากเขาเห็นว่าข้อเขียนนั้นยังไม่ดีพอ หรือยังมีข้อบกพร่องอยู่ เขาก็ยังจะต้องเขียนขัดเกลาใหม่หรือเขียนใหม่จนกว่าจะแน่ใจว่าข้อเขียนนั้น ๆ มีความชัดเจนแจ่มแจ้ง และสื่อความหมายแก่ผู้อ่านได้ตามที่ประสงค์ นี่คือวิธีปฏิบัติของนักเขียนที่ดีทั้งหลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงาน ซึ่งจะต้องเขียนเพื่อสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริหาร และประชาชนผู้อ่านได้รู้ได้เข้าใจ และเกิดความรู้สึกที่ดีต่อหน่วยงาน หรือองค์กร

การเขียนที่ดีมิใช่เรื่องพรสวรรค์แต่เป็นสิ่งที่ฝึกฝนกันได้ ความรู้ความสามารถตลอดจนความชำนาญหรือทักษะทางการเขียนย่อมเป็นสิ่งที่ฝึกฝนกันได้ เพราะทักษะเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ และฝึกฝนปฏิบัติ ด้วยการฝึกหัดกระทำบ่อย ๆ อย่างมีความรู้ความเข้าใจ จนเกิดความชำนาญขึ้น จึงมิใช่เรื่องของ “พรสวรรค์” อย่างหลายคนมักเข้าใจผิดกัน หากคนส่วนมากยังพากันเข้าใจเช่นนี้แล้ว ทุกสิ่งทุกอย่างคงต้องหยุดนิ่งอยู่กับที่ หรือปล่อยให้ไปไปตามยถากรรมของแต่ละบุคคลไป เพราะนั่นหมายความว่า การเขียนเป็นพรสวรรค์ของแต่ละบุคคลโดยแท้ ไม่สามารถจะเรียนรู้หรือฝึกฝนกันได้เลย ซึ่งโดยความเป็นจริงแล้ว หาได้เป็นเช่นนั้นไม่ ผู้ที่สามารถเขียนหนังสือให้คนอื่นอ่าน แล้วรู้เรื่องเข้าใจชัดเจนดีเหมือนที่ใจตนต้องการนั้น ล้วนแล้วแต่ต้องฝึกฝนหรือผ่านการฝึกฝนมาแล้วทั้งสิ้น

การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์จะเป็นการเขียนที่มุ่งเฉพาะงานด้านการประชาสัมพันธ์แท้ ๆ ซึ่งเป็นงานที่ต้องอาศัยความรู้หรือทฤษฎีทางด้านวิชาการประชาสัมพันธ์มาประกอบด้วยก็ตาม แต่หลักการที่ดีทั่วไปก็ยังคงเป็นสิ่งจำเป็นและพื้นฐานสำคัญ เพราะคุณลักษณะของการเขียนที่ดีนั้น ไม่ว่าจะเป็นการเขียนเพื่องานอะไรก็ตาม เราก็ยังคงต้องพิจารณาจากสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ คือ การใช้ถ้อยคำ การผูกประโยค การจัดลำดับเนื้อหาหรือความคิด ฯลฯ ซึ่งมีแนวทางที่ควรคำนึง โดยสังเขปดังต่อไปนี้

๑. ใช้คำที่อ่านเข้าใจง่ายในการเขียนนั้น

ผู้เขียนไม่ควรอย่างยิ่งที่ใช้ศัพท์แสงต่าง ๆ หรือคำที่ยากแก่การเข้าใจโดยไม่มีความจำเป็น และพึงหลีกเลี่ยงคำที่ใช้กันหรือเข้าใจกันเฉพาะในหมู่คนกลุ่มน้อยเฉพาะกลุ่ม หรือศัพท์เทคนิคทางวิชาการ รวมทั้งคำที่ชวนให้เข้าใจผิดไขว่เขวได้โดยง่ายนอกจากนี้ การผูกประโยคก็ไม่ควรให้ยืดยาวสลับซับซ้อน ควรใช้ประโยคสั้น ๆ อ่านแล้วเข้าใจได้ง่ายและรวดเร็ว

๒. มีความกระชับหรือชัดเจนแจ่มแจ้ง

ข้อเขียนที่ดี เมื่ออ่านแล้วควรมีความกระชับชัดเจนในตัวเอง ไม่ยกย่อนหรือคลุมเครือจนจับความไม่ได้ พึงระลึกไว้เสมอว่าถ้าข้อเขียนมีความชัดเจนมากเท่าใด โอกาสที่ผู้อ่านจะเข้าใจสารหรือข้อเขียนนั้นย่อมมีมากขึ้นเป็นเงาตามตัว

๓. ใช้ภาษาให้ถูกต้องในการเขียน

เรื่องของการใช้ภาษาไทยให้ถูกต้องนับเป็นสิ่งที่จำเป็นมากอีกสิ่งหนึ่ง จึงควรระมัดระวังเป็นพิเศษ นอกจากนี้ ยังควรใช้ภาษาให้ตรงตามความนิยมและตามหลักหรือระเบียบแบบแผนแห่งภาษาด้วย

๔. เขียนให้กะทัดรัด

ความกะทัดรัด เป็นคุณลักษณะที่สำคัญอีกสิ่งหนึ่งของการเขียนที่ดี ผู้เขียนควรเขียนให้กระชับรัดกุม และตรงเป้าหมาย การเขียนที่เยิ่นเย้อ วากวน หรือใช้ถ้อยคำที่ฟุ่มเฟือยเกินจำเป็นย่อมทำให้สิ้นเปลืองพื้นที่ และเสียเวลาแก่ผู้อ่านโดยเปล่าประโยชน์

๕. จัดลำดับเรื่องราวตามขั้นตอนให้สอดคล้องสัมพันธ์กัน

การจัดลำดับเรื่องราวตามขั้นตอนให้สอดคล้องสัมพันธ์กัน จะทำให้เนื้อหาของข้อเขียนนั้นสัมพันธ์ และเชื่อมโยงกันเป็นลูกโซ่ นอกจากนี้ยังทำให้ข้อเขียนนั้นเป็นระเบียบชวนให้ติดตามอ่านและง่ายแก่การเข้าใจ

๖. ใช้ถ้อยคำให้สุภาพและเหมาะสมแก่กรณี

ปกติการเขียนโดยทั่วไป ผู้เขียนย่อมต้องคำนึงถึงการให้ถ้อยคำให้สุภาพ และเหมาะสมแก่กรณีอยู่แล้ว ฉะนั้น ยิ่งถ้าเป็นการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นการเขียนเพื่อสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีตลอดจนภาพพจน์ ชื่อเสียง ของหน่วยงานและองค์กรสถาบัน ผู้เขียนก็ยิ่งต้องระมัดระวังให้มาก การใช้ถ้อยคำให้สุภาพและเหมาะสมแก่กรณี จึงเป็นข้อที่ควรสังวรยิ่งเสมอสำหรับเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์

สำหรับ (ภาพรวม) เทคนิคการเขียนข่าวมีขั้นตอนดังนี้

๑. ก่อนเขียนข่าวทุกครั้งจะต้องทราบก่อนว่าข่าวที่จะเขียนคือเรื่องอะไร
๒. หาข้อมูลก่อนการเขียนข่าวทุกครั้งเพื่อให้เกิดความเข้าใจ ก่อนไปทำข่าว ซึ่งจะง่ายต่อการจับประเด็นของข่าวนั้น ๆ
๓. เมื่อได้เนื้อหาของข่าวแล้ว นำมาสรุปสาระสำคัญของข่าวที่จะนำมาเขียนโดยเลือกเนื้อหาที่น่าสนใจ เนื้อหาข่าวจะต้องมีความสมบูรณ์ ไม่คลุมเครือ
๔. เลือกใช้ภาษาเขียนที่ผู้อ่านสามารถเข้าใจได้ทันที และเลือกใช้ประโยค-คำเชื่อมต่าง ๆ เพื่อให้เนื้อหาข่าวมีความเชื่อมโยงกัน อ่านแล้วต้องไม่รู้สึกรำคาญ ๆ ชัด ๆ เนื้อหาข่าวต้องไหลลื่น เพื่อให้ข่าวเกิดความน่าสนใจ และไม่ให้เสียเวลาในการอ่านมากเกินไป
๕. การเขียนข่าว ควรมีการย่อหน้า เพื่อเน้นหัวข้อสำคัญ และให้ผู้อ่านได้พักสายตา มีการเว้นช่วงวรรค-ตอนที่เหมาะสม อ่านแล้วสบายตา ไม่หลงบรรทัด
๖. มีการเลือกใช้อักษรเข้ม อักษรเอียง หรือเครื่องหมายอัญประกาศ (“ ”) เมื่อต้องการเน้นประโยคที่สำคัญ เพื่อสื่อให้ผู้อ่านได้จดจ่อดังง่าย
๗. ต้องระมัดระวังในเรื่องของการเขียนตัวสะกดที่ถูกต้องตามหลักภาษาไทย ที่สำคัญ ต้องแม่นยำในเรื่องของการเขียนชื่อ นามสกุล ยศ ตำแหน่ง คำนำหน้าชื่อต่าง ๆ เพราะถือว่ามีความสำคัญมาก ไม่เช่นนั้นข่าวจะขาดความน่าเชื่อถือ และอาจถูกบุคคลที่นำมาอ้างอิงในการเขียนข่าวต่อว่าได้

เงื่อนไข และข้อจำกัดของการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานราชการมีดังนี้

๑. การเขียนข่าวของหน่วยงานราชการ เนื้อหาข่าวห้ามผิดพลาด เพราะข่าวทางราชการ นอกจากใช้ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้สื่อมวลชนและประชาชนได้รับทราบแล้ว ยังใช้เป็นข้อมูลให้กับหน่วยงานราชการ หรือองค์กรอื่น ๆ นำไปปฏิบัติ หรือใช้เป็นข้ออ้างอิงได้ เช่น ข่าวสรุปผลการประชุมกรรมการจังหวัด การประชุมของคณะกรรมการจังหวัด/อำเภอ เป็นต้น ไม่เช่นนั้นข่าวจะขาดความน่าเชื่อถือ และอาจเกิดความเสียหายต่อผู้ที่ได้รับข่าวสาร
๒. เลือกใช้ภาษาที่สุภาพ ไม่เล่นคำ หรือใช้คำที่เชิญชวนให้ผู้รับข่าวสารเข้าใจไปในทางที่เกินความเป็นจริง
๓. ข่าวที่นำเสนอ เนื้อหาจะต้องเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นจริง ไม่ใส่ความคิดเห็นส่วนตัวลงไปในเรื่องข่าวของข่าว



กระทรวงมหาดไทย PR

28 พฤษภาคม เวลา 14:15 น.

...

มท.1 สั่งผู้ว่าฯ ทั่วประเทศ เร่งหารือ อปท. ในพื้นที่ กำหนดแนวทางป้องกันและแก้ไขน้ำท่วมในเขตชุมชนเมือง เพื่อบรรเทาความเดือดร้อนพี่น้องประชาชน

วันนี้ (28 พ.ค. 65) พลเอก อนุพงษ์ เผ่าจินดา รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย ในฐานะผู้บัญชาการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยแห่งชาติ เปิดเผยว่า จากการติดตามสถานการณ์อุทกภัยในห้วงเวลาที่ผ่านมามีการรายงานปัญหาความเดือดร้อนของประชาชนจากสถานการณ์อุทกภัยในเขตชุมชนเมืองในข่วงฝนตกหนัก ส่งผลกระทบต่อการเดินทางและความเป็นอยู่ของพี่น้องประชาชน

พลเอก อนุพงษ์ เผ่าจินดา กล่าวไว้ว่า เพื่อให้การป้องกันและลดปัญหากรณีสถานการณ์อุทกภัยในเขตชุมชนเมืองเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ จึงได้สั่งการไปยังผู้ว่าราชการจังหวัดทุกจังหวัดในฐานะผู้อำนวยการกองอำนาจการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัด ประชุมหารือกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่อยู่ในเขตเมืองทุกแห่ง และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เร่งรัดวางแนวทางการแก้ไขปัญหาน้ำท่วม เพื่อลดผลกระทบกรณีที่มีฝนตกหนัก/ฝนตกสะสมในเขตเมือง ที่ส่งผลกระทบต่อปัญหาน้ำท่วมขัง และประสานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ดำเนินการลอกท่อ คูคลอง กำจัดสิ่งกีดขวางทางน้ำในท่อระบายน้ำ/ทางน้ำ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการระบายน้ำให้สามารถรองรับกรณีฝนตกหนัก/ฝนตกสะสมในพื้นที่

“นอกจากนี้ ยังได้เน้นย้ำให้ผู้ว่าราชการจังหวัดได้ใช้ที่ประชุมดังกล่าว ร่วมกันพิจารณา กำหนดพื้นที่ชุมชน/บริเวณจุดที่ประสบปัญหาน้ำท่วมซึ่งเป็นประจำเมื่อเกิดฝนตกหนัก และให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นพิจารณาติดตั้งเครื่องสูบน้ำประจำจุดเสี่ยง โดยหากเครื่องสูบน้ำในพื้นที่ไม่เพียงพอ ให้ประสานขอรับการสนับสนุนจากหน่วยงานในจังหวัดที่มีเครื่องสูบน้ำ หากยังไม่เพียงพอ ให้ประสานขอรับการสนับสนุนจากศูนย์ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยเขตทั้ง 18 เขตทั่วประเทศสนับสนุนการดำเนินการ ทั้งนี้ หากพี่น้องประชาชนพบเห็นพื้นที่เสี่ยงที่มีกจะเกิดอุทกภัยเมื่อฝนตกหนักอย่างซ้ำซาก หรือได้รับความเดือดร้อนจากสถานการณ์อุทกภัย สามารถติดต่อประสานงานสายด่วนนิรภัย 1784 ตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อเจ้าหน้าที่เร่งประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการโดยด่วนต่อไป” พลเอก อนุพงษ์ฯ กล่าวเน้นย้ำในช่วงท้าย

กองสารนิเทศ ส.ป.มท.
ครั้งที่ 185/2565
วันที่ 28 พ.ค. 2565



ป้องกันและแก้ไขปัญหาน้ำท่วม

เขตชุมชนเมือง

บทที่ ๔

แนวทางการถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์

ภาพถ่ายเพื่อการประชาสัมพันธ์ เป็นภาพถ่ายที่ถ่ายทอดเรื่องราวต่าง ๆ ตามที่ผู้ถ่ายภาพต้องการจะแสดงให้เห็น โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะแสดงหรือเน้นในส่วนที่สวยงาม คุณดี มีคุณค่าหรือให้เห็นเฉพาะสิ่งที ก่อให้เกิดความรู้สึกที่ดี ดังนั้น การถ่ายภาพที่จะนำมาใช้ในการถ่ายภาพต้องมีครบถ้วน เพื่อที่สามารถถ่ายภาพ ได้ตามความต้องการ วัสดุที่เลือกใช้ต้องมีคุณภาพที่ดีได้มาตรฐาน จึงจะสามารถผลิตภาพถ่ายที่มีคุณค่า สำหรับการประชาสัมพันธ์ ขั้นตอนของการถ่ายภาพต้องใช้ความรู้ความสามารถของผู้ถ่ายมาก เริ่มตั้งแต่การ เลือกมุมถ่ายภาพเป็นส่วนใหญ่ การจัดองค์ประกอบของสิ่งต่างๆ ที่อยู่ในภาพถ่ายก็เป็นเรื่องสำคัญ ต้องนำ หลักของการจัดองค์ประกอบมาใช้อย่างครบถ้วน อีกทั้งต้องพิจารณาทุกสิ่งทีปรากฏในภาพถ่ายให้ดีที สุดซึ่ง อาจแยกเป็นกรณีเพื่อให้เห็นแนวทางชัดเจนขึ้นดังนี้

กรณีการถ่ายภาพที่ต้องการเน้นบุคคล ภาพถ่ายประชาสัมพันธ์ประเภทนี้มักใช้ในกรณีที่จะแนะนำตัว บุคคล เช่น บุคคลสำคัญในฝ่ายบริหารของหน่วยงาน บุคคลทีเข้ารับตำแหน่งใหม่หรือกิจกรรมอันเป็นผลงาน ทีเจาะจงตัวบุคคล การถ่ายภาพประเภทนี้ควรยึดแนวว่าต้องถ่ายให้เห็นบุคลิกภาพของบุคคลนั้นให้ดีที่สุด เริ่มตั้งแต่การแต่งกาย เครื่องแต่งกายต้องเรียบร้อยสวยงาม กิริยาท่าทางควรดูงามสง่า ภาพถ่ายอาจเป็น ลักษณะของการโพส หรือตั้งท่าจัดเพื่อถ่ายภาพ แต่ก็ไม่ควรจัดทำให้ดูนิ่งเฉย วิธีที ดีควรอยู่ในอิริยาบถอย่าง ใดอย่างหนึ่ง อาจมีบุคคลอื่นเข้ามาเสริมในภาพด้วยเช่น เพิ่มเรื่องราวเป็นว่า มีบุคคลอื่นเข้ามาแสดงความ ยินดีหรือมาปรึกษาหารือ โดยใช้วิธีการเลือกมุมกล้องถ่ายภาพ และจัดองค์ประกอบของภาพในตัวบุคคล สำคัญเป็นส่วนประธาน และบุคคลทีจัดเข้ามาเสริมเป็นส่วนรองหรือเป็นส่วนประกอบ เป็นต้น นอกจากตัว บุคคลแล้วสิ่งอื่น ๆ ทีจะปรากฏอยู่ เช่น พวกโต๊ะเก้าอี้ทำงาน เครื่องใช้อื่น ๆ ตลอดจนผนังสีและสถานที่ซึ่ง จะปรากฏในฉากหลัง ส่วนต่าง ๆ ทีเห็นเหล่านี้ต้องอยู่ในลักษณะทีดูดีและเป็นระเบียบเรียบร้อย เมื่อได้ ภาพถ่ายทีบรรจรวมทุกสิ่งทุกอย่างแล้วก็จะทำให้ผู้ทีเห็นภาพเกิดความรู้สึกว่า ตัวบุคคลทีได้รับการ ประชาสัมพันธ์ในภาพนั้น เป็นคนทีมีบุคลิกดี เป็นระเบียบเรียบร้อยน่านับถือ น่านิยมยกย่อง โดยทีผู้เห็น ภาพถ่ายอาจจะยังไม่รู้จักตัวจริงเลยว่าเป็นอย่างไร แต่เกิดความเลื่อมใสโดยได้เห็นจากในภาพถ่าย

วัตถุประสงค์ของการถ่ายภาพเพื่องานประชาสัมพันธ์ มี ๔ ประการ ดังนี้ แนะนำให้รู้จัก เกิดประขามติ เกิดภาพพจน์ทีดี แก้ไขภาพพจน์

๑. เพื่อแนะนำให้รู้จัก ในหลายหน่วยงานไม่ว่าจะเป็นของทางราชการหรือเอกชน การทำงานของ หน่วยงานโดยส่วนใหญ่มีส่วนเกี่ยวข้องกับประชาชน งานหลายอย่างมีความจำเป็นจะต้องให้ผู้คนรู้จักกับธุรกิจนั้นๆ ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีการทำประชาสัมพันธ์เพื่อให้ประชาชนได้รู้จักหน่วยงานหรือธุรกิจให้มากที่สุด

๒. เพื่อก่อให้เกิดประขามติ เกิดกระแสการทำตามอย่าง เช่น โครงการ “ผ้าไทยใส่ให้สนุก” เพื่อให้เกิด กระแสการสวมใส่ผ้าไทยในชีวิตประจำวัน และในโอกาสต่าง ๆ สร้างค่านิยม สืบสาน รักษาและต่อยอดคุณ ภูมิปัญญาไทย อนุรักษ์ต่อยอดภูมิปัญญาเกี่ยวกับการแปรรูปผ้าไทยผลิตเป็นสินค้าต่างๆ สร้างเศรษฐกิจฐาน รากในระดับจังหวัดและชุมชนต่างๆ

๓. ก่อให้เกิดภาพพจน์ทีดี นอกจากหน่วยงานจะทำประชาสัมพันธ์เพื่อแนะนำให้ประชาชนรู้จักแล้ว สิ่งหนึ่งทีต้องทำต่อเนื่องกันคือ ให้รู้จักในแง่ทีดีหรือมีภาพพจน์ทีดี การทำประชาสัมพันธ์ให้เกิดภาพพจน์ทีดี ใหักับหน่วยงาน เช่น การมีส่วนร่วมหรือมีบทบาทในการช่วยเหลือสังคม จึงเป็นภาพพจน์ทีดีต่อหน่วยงาน

๔. เพื่อแก้ไขภาพพจน์ เป็นวิธีประชาสัมพันธ์ทีสำคัญอีกประการหนึ่ง ซึ่งหากหน่วยงานใดเกิดปัญหา ในเรื่องภาพพจน์ในทางทีไม่ดี จำเป็นจะต้องรีบดำเนินการแก้ไขโดยการประชาสัมพันธ์

แนวทางการประชาสัมพันธ์ทั้ง ๔ ประการ ดังกล่าว ในทางปฏิบัติจำเป็นจะต้องใช้สื่อมวลชนประเภทต่างๆ เป็นอย่างมาก สิ่งที่ต้องดำเนินการเพื่อประชาสัมพันธ์ทั้ง ๔ ประการนั้นก็เพื่อให้ประชาชนเข้าใจตลอดจนมีความรู้สึกในทางที่ดี ซึ่งการใช้คำพูดประกาศหรือแถลงให้ทราบ หรือข้อความตัวหนังสือตามสื่อต่างๆ อาจจะไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร แต่ถ้าในการประชาสัมพันธ์มีภาพถ่ายประกอบ ซึ่งภาพถ่ายจะมีลักษณะพิเศษเฉพาะตัว จะสามารถช่วยให้การประชาสัมพันธ์บรรลุวัตถุประสงค์ได้ดียิ่งขึ้น

การถ่ายภาพเพื่อการเผยแพร่

การถ่ายภาพเพื่อการเผยแพร่ เป็นภาพที่บอกเรื่องราวต่าง ๆ ที่เห็นอย่างชัดเจนและเข้าใจได้ง่าย ความสวยงามในภาพถ่ายจึงเป็นส่วนประกอบหรือมีความสำคัญเป็นอันดับรองลงมา เรื่องราวที่ต้องการจะถ่ายทอดให้ผู้ชมภาพถ่ายมีความรู้และเกิดความเข้าใจนั้น ควรมีลักษณะที่เมื่อดูในภาพถ่ายแล้วมีส่วนที่ยังสงสัยน้อยที่สุด ถ้าจำเป็นต้องใช้คำอธิบายประกอบหรือคำบรรยายภาพบ้างก็จะต้องไม่ยืดเยื้อนัก เพื่อให้ผู้ชมเกิดความเข้าใจอย่างถูกต้องได้ ดังนั้นในการถ่ายภาพเพื่อการเผยแพร่ควรยึดหลักการถ่ายภาพดังนี้

๑. ส่วนสำคัญที่ทำให้เนื้อหาของภาพสมบูรณ์ โดยภาพถ่ายจะสามารถถ่ายทอดเรื่องราวให้สื่อความหมายได้ดีเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับความสามารถของตัวผู้ถ่ายภาพหรือช่างภาพว่าจะสามารถจัดองค์ประกอบของภาพได้ดีหรือไม่ การจัดองค์ประกอบของภาพมีรายละเอียดต่าง ๆ ที่จะช่วยให้ภาพถ่ายสวยงามและมีการถ่ายภาพเพื่องานประชาสัมพันธ์มีคุณค่า สำหรับการถ่ายภาพเพื่อการเผยแพร่ สิ่งที่ต้องเน้นเป็นพิเศษในการจัดองค์ประกอบก็คือ ต้องพยายามจัดวางวัตถุในภาพ สีของภาพ การเลือกความคมชัดว่าจะให้มีความคมชัดอย่างไร ซึ่งในกรณีนี้ ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ต้องการถ่ายภาพ ตลอดจนการเลือกมุมมองของกล้องถ่ายภาพ การเน้นเรื่องของเอกภาพในภาพถ่ายให้มีเรื่องเพียงเรื่องเดียว ซึ่งเป็นสิ่งที่ช่วยให้ภาพถ่ายเผยแพร่ได้ดีที่สุด เพราะจะเป็นภาพที่ดูแล้วเข้าใจง่าย ไม่เกิดความสับสน

๒. เรื่องของแสงสว่าง ซึ่งเป็นเรื่องสำคัญมากในการถ่ายภาพ การจัดแสงสว่างที่มีความเข้มเกินไป ภาพที่ได้จะมีเงาค่อนข้างมาก วิธีดังกล่าวไม่ควรนำมาใช้เนื่องจากภาพถ่ายที่ต้องการเผยแพร่ หรือภาพถ่ายที่จะเผยแพร่ให้ได้ผลดีนั้น ควรเป็นภาพถ่ายที่สว่างแจ่มใสชัดเจน ถึงแม้จะมีส่วนของเงามืดบ้าง ก็เป็นเงาที่ไม่มากนักและมีใช้เงาที่สนิท การจัดแสงในลักษณะดังกล่าวนี้ อุปกรณ์การถ่ายภาพสมัยใหม่ คือ ชุดไฟแฟลชซึ่งให้แสงนุ่มหรือจัดแสงไฟแฟลชให้เป็นแสงสะท้อนนุ่มนวล ล้วนช่วยในการถ่ายภาพได้เป็นอย่างดี เนื่องจากไฟประเภทนี้ ให้ความสว่างที่แจ่มใส ใช้ถ่ายภาพได้ดีและสะดวกกว่าเดิมเป็นอันมาก รายละเอียดต่าง ๆ ในภาพรูปทรงของวัตถุ หรือกิริยาอาการที่ปรากฏในภาพถ่าย ล้วนเห็นได้ชัดเจน จะหย่อนไปบ้างก็ในเรื่องของอารมณ์หรือความรู้สึก ภาพถ่ายประเภทสีเข้ม หรือเล่นเงามากจะให้ความรู้สึกสดชื่นรื่นเริงเบิกบาน ซึ่งเป็นอารมณ์ของภาพที่ใช้ในการเผยแพร่ได้ดีกว่า

ภาพข่าวกิจกรรม หมายถึง ข่าวประชาสัมพันธ์ที่มุ่ง "ทำอะไร" "เมื่อใด" และ "อย่างไร" เป็นสำคัญ จุดเด่นของภาพนั้นจึงมุ่งที่ตัวกิจกรรมหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นข่าว เมื่อผู้อ่านได้เห็นภาพ และอ่านคำบรรยายภาพแล้วก็จะเข้าใจกิจกรรมหรือเหตุการณ์ที่ต้องการประชาสัมพันธ์ได้อย่างชัดเจนขึ้น ภาพข่าวกิจกรรมนี้จะไม่เน้นภาพบุคคล กล่าวคือ อาจไม่เห็นภาพบุคคลใดบุคคลหนึ่งเลยก็ได้ แต่จะเน้นที่กิจกรรมหรือเหตุการณ์ว่ากำลังเกิดอะไร หรือกำลังทำอะไร และทำอย่างไรเป็นสำคัญ

การถ่ายภาพเพื่อการเผยแพร่และการประชาสัมพันธ์ อันเป็นการนำภาพถ่ายไปใช้ประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ที่จำเป็นและมีความสำคัญต่าง ๆ กัน การถ่ายภาพจึงต้องเริ่มต้นให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ เมื่อจะนำภาพถ่ายไปใช้งานจึงจะสามารถใช้ได้ดีและเกิดผลตามต้องการ

เทคนิคในการถ่ายภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์

๑. ถ้าถ่ายภาพหมู่อย่าให้คนเสมอกัน ควรมีสูง ต่ำ สลับกัน
๒. ระวังส่วนเกินของภาพ เช่น ต้นไม้ขึ้นบนหัว
๓. ควรนึกถึงความเป็นจริง เช่น อย่าให้ฟ้าเอียง หน้าตะแคง หรือถ้าวิ่งไปข้างหน้า ต้องเหลือภาพข้างหน้าไว้ให้มาก
๔. ควรเลือกระยะชัด (Focus) เฉพาะจุดที่ต้องการเน้น
๕. การจัดมุมกล้องของภาพควรให้กล้องต่ำกว่าตา
๖. บรรยากาศของภาพควรกลมกลืนกันไปแบบเดียวกัน
๗. การถ่ายภาพคน ควรให้ดวงตามีประกาย (แต่ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงเรื่องราวในภาพด้วย)
๘. ควรให้ภาพเกิดพลังในตัวเอง เช่น การต่อสู้การแข่งขัน
๙. ควรคำนึงถึงฉากหน้า ฉากหลัง เพื่อให้ภาพเด่นชัด มีความหมาย
๑๐. จงทำดวงตาเสมือนกล้องถ่ายรูป
๑๑. ให้คำนึงว่าภาพเดียว คือเรื่องเดียว

ข้อควรคำนึงในเลือกภาพข่าว

๑. หลีกเลี่ยงหลังภาพที่มีพระบรมฉายาลักษณ์/พระบรมสาทิสลักษณ์
๒. บุคคลที่เป็นประธานควรอยู่ตรงกลางภาพ
๓. อย่าเขียนรายละเอียดหลังภาพข่าว เพราะจะทำให้ภาพเป็นรอย
๔. ภาพที่ผูกพันกับเวลาควรส่งให้เร็วที่สุด
๕. ควรจัดฉาก สถานที่ บุคคลให้เรียบร้อยก่อนถ่ายภาพ
๖. อย่าให้มีวันที่ เวลา ปรากฏในภาพ



เทคนิคการถ่ายภาพด้วยมือถือ

๑. เข้าใจทฤษฎีการถ่ายรูปเบื้องต้น

การถ่ายรูปมีความสวยงาม นอกจากจะต้องเข้าใจหลักการในการถ่ายรูปแล้ว จำเป็นที่จะต้องรู้จักทฤษฎีพื้นฐานในการถ่ายรูปด้วย เพื่อให้ภาพถ่ายที่ได้มีองค์ประกอบของภาพที่น่าสนใจ ซึ่งทฤษฎีการถ่ายภาพไม่ว่าจะเป็น กฎ ๓ ส่วน การจัดองค์ประกอบภาพแบบกึ่งกลาง หรือการจัดวางสมดุลแบบสมมาตร ถือเป็นเทคนิคการถ่ายภาพด้วยมือถือที่มีส่วนช่วยให้ภาพที่ได้มีความสมดุล และสวยงามมากขึ้น

กฎ ๓ ส่วน (Rule of Thirds) เป็นทฤษฎีที่มีการผสมผสานกันระหว่างหลักวิทยาศาสตร์และศิลปะในการจัดตำแหน่งภาพ โดยการสร้างเส้นขึ้นมาสี่เส้น ซึ่งแบ่งเป็นแนวนอนและแนวตั้งอย่างละสองเส้น จะทำให้เกิดจุดตัดขึ้นมา เรียกว่า จุดตัดเก้าช่อง การวางองค์ประกอบภาพลงไปตามจุดตัดที่กำหนด เป็นเทคนิคการถ่ายภาพด้วยมือถือที่ช่วยให้งานออกมามีความสมดุล มีองค์ประกอบที่สวยงาม และไม่ดูแข็งทื่อจนเกินไป



ส่วนที่ 1 - ท้องฟ้า

ส่วนที่ 2 - พื้นดิน

ส่วนที่ 3 - พื้นน้ำ

--- เป็นการจัดวางตัวแบบให้อยู่ตรงกลางของภาพ โดยจับโฟกัสที่กลางเฟรม เหมาะสำหรับการเน้นตัวแบบหลัก เพื่อให้แบบมีความโดดเด่น และดึงดูดสายตา ส่วนใหญ่แล้วมักจะเลือกถ่ายภาพในระยะใกล้ และแบ็กกราวนด์ดูเรียบง่าย หรือใช้เทคนิคโบเก้ (Bokeh) เพื่อให้พื้นหลังเกิดความละมุน นุ่มนวล ไม่แย่งความดึงดูดสายตาไปจากตัวแบบหลัก

การจัดวางสมดุลแบบสมมาตร (Balance in Photography หรือ Symmetrical Balance) เป็นการจัดองค์ประกอบของภาพทั้งสองส่วนให้มีสัดส่วนเท่ากัน มีความคล้ายคลึงกัน หรือมีน้ำหนักเท่าๆ กัน ไม่ให้องค์ประกอบของภาพเอียงไปด้านใดด้านหนึ่งมากกว่ากัน เพื่อช่วยรักษาสมดุลให้กับภาพ ซึ่งรูปแบบในการจัดความสมมาตรนั้นมีทั้งแบบซ้าย / ขวา และแบบบน / ล่าง

๒. กำหนดจุดโฟกัสของภาพ

ในปัจจุบันระบบการทำงานของมือถือหลายๆ รุ่น นอกจากการใช้งานพื้นฐานแล้ว ยังมีการเพิ่มฟังก์ชันในการถ่ายรูปที่ทันสมัยมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นโหมดถ่ายรูปบุคคล ถ่ายวิวทิวทัศน์ หรือแม้กระทั่งโหมดถ่ายภาพตอนกลางคืน ซึ่งกล้องมือถือก็จะจับโฟกัสให้เหมาะกับโหมดที่เลือกถ่าย

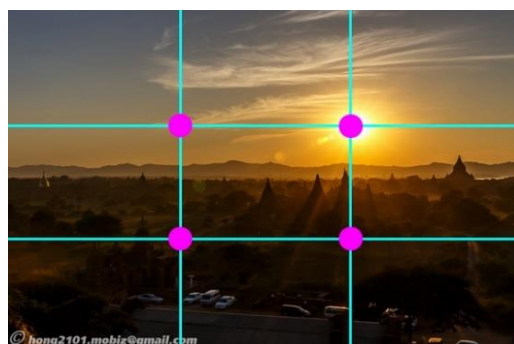
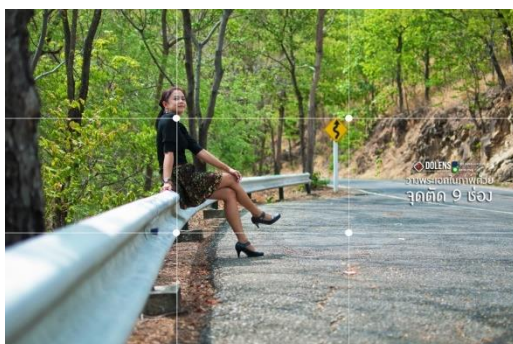
การกำหนดจุดโฟกัสถือเป็นพื้นฐานของการถ่ายภาพเลยทีเดียว หากมือถือของเราไม่มีระบบโฟกัสแบบอัตโนมัติที่กล้องจะทำการจับโฟกัสโดยอัตโนมัติ ก็จะต้องจับโฟกัสแบบแมนนวล โดยผู้ถ่ายจะต้องปรับโฟกัสด้วยตัวเอง สำหรับเทคนิคการถ่ายภาพวิวด้วยมือถือ ผู้ถ่ายจะต้องโฟกัสด้วยการแตะบริเวณที่ต้องการจะโฟกัส เพื่อให้ภาพบริเวณนั้นมีความคมชัดมากขึ้น ที่สำคัญการถ่ายภาพวิว กล้องจะจับบริเวณที่มีแสงเพียงพอ เพื่อให้ภาพมีความสวยงามมากขึ้น

๓. ตั้งค่าความละเอียดกล้อง

ปัจจุบันกล้องมือถือได้พัฒนาให้มีความทันสมัยมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นความละเอียดของภาพที่สูงขึ้น จำนวนกล้องที่มากขึ้น หรือระบบในการถ่ายที่ดีขึ้น นอกเหนือจากการจัดองค์ประกอบของภาพแล้ว การตั้งค่าความละเอียดของกล้องยังมีส่วนช่วยให้ภาพมีความคมชัดมากขึ้นด้วย สำหรับมือถือหลายๆ รุ่นสามารถปรับความละเอียดได้สามระดับคือ ความละเอียดต่ำ ความละเอียดปานกลาง และความละเอียดสูง นอกจากนี้บางรุ่นอาจจะมีโหมด HDR ซึ่งเป็นโหมดการถ่ายรูปที่ช่วยเก็บรายละเอียดทั้งในส่วนที่มืดและสว่างได้ดี ทำให้ได้ภาพที่มีรายละเอียดของแสงที่สวยงาม ซึ่งเป็นอีกเทคนิคการถ่ายภาพวิวด้วยมือถือดีๆ ที่ควรลองปรับใช้กัน

๔. ใช้เส้น Grid เพื่อจัดสัดส่วนของภาพ

การใช้เส้นกริดเป็นอีกหนึ่งเทคนิคการถ่ายภาพวิวด้วยมือถือ ที่ช่วยให้จัดองค์ประกอบของภาพได้ง่ายขึ้น โดยการเปิดเส้นตารางกริดที่กล้องถ่ายรูป ก็จะทำให้มีเส้นกริดบนหน้าจอมือถือขึ้นมา เป็นจุดตัด ๙ ช่อง ที่ช่วยให้เราสามารถแบ่งภาพออกได้ตาม “กฎสามส่วน” ได้ง่ายขึ้น เมื่อจะถ่ายภาพก็ช่วยให้จัดองค์ประกอบของภาพได้อย่างง่ายดายและมีความสมดุล



บทที่ ๕ บทสรุป

ข้อเสนอแนะในการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์งานพัฒนาชุมชนจังหวัดปทุมธานี

๑. การพาดหัวข่าว ต้องสัมพันธ์กับเนื้อหาข่าว กระชับ น่าสนใจ
๒. การถ่ายภาพ/การคัดเลือกภาพข่าว ต้องสื่อความหมายตรงกับกิจกรรมที่ทำตามเนื้อหาข่าว
๓. การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ ถูกต้อง เป็นจริง เกิดประโยชน์
๔. การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ควรเผยแพร่อย่างน้อย สัปดาห์ละ ๓ ครั้ง ให้ครบทุกช่องทาง เว็บไซต์อำเภอ ,เฟสบุ๊กอำเภอ ,ไลน์กลุ่มจังหวัด/อำเภอ

เทคนิคที่สำคัญสำหรับการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์งานพัฒนาชุมชนจังหวัดปทุมธานี

๑. งานประจำหรือโครงการที่รู้ล่วงหน้า สามารถเขียนข่าวล่วงหน้าไว้ก่อนได้เลย เพื่อความรวดเร็วในการทำข่าวประชาสัมพันธ์
๒. การใช้สัญลักษณ์ (■ ◆ ● ☞ ▶ ❖ ❖ * ❖) หรือเครื่องหมายอัญประกาศ “ ” เพื่อดึงดูดให้ผู้อ่านติดตาม หรือเน้นความสำคัญของเนื้อหาข่าว
๓. มือถือไม่ควรซูมภาพ ควรเดินเข้าไปให้ใกล้ที่สุด ถ้ามีระยะขออนุญาตประธานเดินเข้าไปถ่ายรูป ในระยะที่มีมือถือนำได้ชัดเจน
๔. บุคลากรผู้รับผิดชอบงานด้านประชาสัมพันธ์ ควรผูกมิตรกับทุกหน่วยงานในจังหวัด/อำเภอ ต้องสร้างสัมพันธ์ภาพไว้ หากมีหน่วยงานอื่นที่ใช้กล้องถ่ายรูป จะได้ขอภาพมาใช้ได้ และยังเกิดเครือข่ายในการทำงานด้านประชาสัมพันธ์ ที่สำคัญเวลาที่นำภาพจากหน่วยงานอื่นมาใช้ ต้องให้เครดิต ตอนท้ายของข่าวด้วย



ภาคผนวก

ตัวอย่างพาดหัวข่าว



ตัวอย่างเนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์ที่เขียนเนื้อหาข่าวยาว มีรายละเอียดและเนื้อหาข่าวครบถ้วน *** เหมาะสำหรับ เว็บไซต์ที่เป็นทางการของหน่วยงาน เนื้อหา รายละเอียดต้องครบถ้วน



ตัวอย่างข่าวประชาสัมพันธ์ ที่เขียนข่าวสั้น แต่ได้ใจความสำคัญ ครบถ้วน

* เหมาะสำหรับนำเสนอผ่าน Facebook / Line / Twitter เพราะผู้อ่านไม่นิยมอ่านเนื้อหาข่าวที่ยาว



รายการอ้างอิง

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

รายงานฉบับสมบูรณ์การพัฒนาค้นแบบนวัตกรรมงานบริการภาครัฐ โครงการที่ศึกษาพัฒนาค้นแบบงานบริการภาครัฐ ด้านธุรกิจ SMEs ภายใต้โครงการพัฒนานวัตกรรมงานบริการภาครัฐ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม 2565.

<https://www.nstda.or.th/library/opac/Book/49752?c=2146932370>

วรรณภา สุวรรณพงษ์. “การเขียนข่าวและจัดทำภาพข่าว เพื่อการประชาสัมพันธ์”.(2564)

กลุ่มงานประชาสัมพันธ์ กองกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.

สืบค้นเมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม 2565.

<https://e-par.kpru.ac.th/e-par/a2/A0010-1629900109654-202009151600138893.pdf>

คณะทำงานองค์ความรู้เรื่องเทคนิคการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์งานรัฐบาล “ชุดความรู้เทคนิคการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์งานรัฐบาล”.(2553). สืบค้นเมื่อวันที่ 31 พฤษภาคม 2565.

<https://spm.thaigov.go.th/FILEROOM/spm-thaigov/DRAWERO18/GENERAL/DATA0000/00000089PDF>

ศูนย์ข้อมูลและบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร “คู่มือการถ่ายภาพเพื่องานประชาสัมพันธ์”.(2559) : 3-15. สืบค้นเมื่อวันที่ 31 พฤษภาคม 2565. <http://pk.pnru.ac.th/qa/kmpnru.html>

คณะผู้จัดทำ

ที่ปรึกษา

นายประจัญญ์ จันท์เนตร	พัฒนาการจังหวัดปทุมธานี
นางสาววรินทร์ ปพนรัตน์	ผู้อำนวยการกลุ่มงานสารสนเทศการพัฒนาชุมชน
นางรัชดา แยมพุทธรคุณ	ผู้อำนวยการกลุ่มงานยุทธศาสตร์การพัฒนาชุมชน
นางสาวอิสราพรรณ น้าหมั่นคง	ผู้อำนวยการกลุ่มงานส่งเสริมการพัฒนาชุมชน
พ.อ.อ.ทรงพล ฉายแสง	ผู้อำนวยการกลุ่มงานประสานและสนับสนุนงานพัฒนาชุมชน

ผู้จัดทำเนื้อหา/รูปภาพ

นายสมบัติ วิวัฒน์พัฒนพงศ์	นักวิชาการพัฒนาชุมชนปฏิบัติการ
---------------------------	--------------------------------

ขอขอบคุณ

สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดปทุมธานี
 กลุ่มงานสารสนเทศการพัฒนาชุมชน
 สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเมืองปทุมธานี
 สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอลองหลวง
 สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอธัญบุรี
 สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอหนองเสือ
 สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอลาดหลุมแก้ว
 สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอลำลูกกา
 สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอสสามโคก



กลุ่มงานสารสนเทศการพัฒนาชุมชน สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดปทุมธานี
 โทรศัพท์ ๐๒-๕๘๑๖๓๗๐ Email : cdd.info.pte@gmail.com