

บทที่ 5 : ภาพข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์

ผศ.วิภาณี แม้นอินทร์

สัปดาห์ที่ 10

การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ฯ



ข้อได้เปรียบของการสื่อสารด้วยภาพ



1. อธิบายได้ลึกซึ้งกว่าข้อความ
2. ได้รับความสนใจได้มากกว่า
3. น่าเชื่อถือ
4. สื่อความหมายได้เร็วกว่าการอ่านข้อความ
5. สะดวกในการจัดหน้า

❖ ภาพกับงานประชาสัมพันธ์ ❖

ภาพถ่ายจะให้ความรู้สึก 3 ประการ คือ

1. เกิดความรู้สึกสบายใจ ประทับใจ สดชื่น สบายงาม
เรียกว่า ภาพเชิงบวก (Positive Feeling)
2. เกิดความรู้สึกเศร้าหมอง หดหู่ สะเทือนอารมณ์
เรียกว่า ภาพเชิงลบ (Negative Feeling)
3. ไม่เกิดความรู้สึกในเชิงบวกหรือลบ เรียกว่า ภาพเป็น
กลาง (Natural Feeling)



ความหมายของ “ภาพข่าวประชาสัมพันธ์”



เรียกอีกอย่างว่า **ภาพข่าวแจก (PHOTO RELEASE)**
หมายถึง ภาพ ๆ เดียวที่หน่วยงานส่งไปให้สื่อมวลชน โดยหวัง
ให้ภาพดังกล่าวเป็นตัวสื่อเรื่องราว หรือกิจกรรมที่หน่วยงาน
ต้องการเผยแพร่ โดยมีคำอธิบายภาพเป็นส่วนเสริมให้ผู้อ่าน
เข้าใจเรื่องราวในภาพได้ดียิ่งขึ้น

☞ **ภาพประกอบข่าว หมายถึง** ภาพ ๆ เดี่ยว หรือหลายภาพที่ลงประกอบเนื้อหาข่าว เพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจเนื้อหาของข่าวได้ชัดเจน ลึกซึ้งขึ้น

☞ ภาพข่าวแจกจะประกอบด้วย **เนื้อหา (Content) และรูปภาพ (Picture) ที่มีคำอธิบาย (Caption) บอกรายละเอียดกำกับไว้ใต้ภาพ**



ภาพข่าวประชาสัมพันธ์



จำแนกได้ 3 ลักษณะ คือ

1. ภาพข่าวบุคคล → “ใคร”
2. ภาพข่าวกิจกรรม → “ทำอะไร” “เมื่อใด” “อย่างไร”
3. ภาพข่าวสถานที่ → “ที่ไหน”



ลักษณะของภาพถ่ายเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่ดี



1. สื่อความหมายได้ทันที และสื่อความหมายได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์นั้น ๆ
2. มองเห็นส่วนที่ต้องการเน้น หรือต้องการสื่อได้อย่างชัดเจน
3. เป็นภาพธรรมดาง่าย ๆ ไม่ซับซ้อนยุ่งยาก
 - **ภาพบุคคล** → ควรจำกัดจำนวนบุคคลในภาพ
 - **Background** ของภาพต้องมีความหมายต่อข่าว
4. ภาพข่าวที่ดีควรมีขนาด 4" X 6" มีความคมชัด



ลักษณะของภาพข่าวที่จะไม่ได้รับการตีพิมพ์



1. เป็นภาพขนาดเล็กกว่าโปสการ์ด
2. ภาพขาดความคมชัด / แสงน้อยไปหรือมากเกินไป
3. มีบุคคลในภาพมากเกินไป
4. มืดเกินไปหรือสว่างเกินไป
5. ดูแล้วไม่เกิดความรู้สึกใด ๆ ไม่มีชีวิตชีวา



หลักการเขียนคำอธิบายภาพข่าว



1. ยึดหลัก 5W + 1H แต่มักไม่ได้ HOW

2. ผู้เขียนควรพิจารณาว่าภาพข่าวนี้ควรเน้นส่วนใด

- บุคคล กิจกรรม สถานที่

- ภาพบุคคล → ตัวภาพควรเน้นว่าทำอะไรอยู่

→ อธิบายจากซ้ายไปขวา

→ บอกให้ชัดว่าใคร สำคัญ

อย่างไร และทำอะไรที่เป็นประโยชน์ต่อการปชส.

- ภาพกิจกรรม → ตัวภาพควรเน้นว่ากำลังทำอะไรอยู่

→ ระบุว่าใคร กำลังทำอะไร

- ภาพสถานที่ → หากมีบุคคลอยู่ด้วย ควรเน้นใครทำอะไร ที่ไหน

→ หากไม่มี เน้นเฉพาะสถานที่

ที่จะปชส.

3. นิยมเขียนสั้น ๆ ประมาณ 1 ย่อหน้า หรือ 2-4 บรรทัด
4. ใช้ภาษาง่าย ๆ ที่ตรงไปตรงมา
5. ต้องมี **Headline** ที่สั้นกระชับ

<https://www.thaipr.net/general/3689414>



รูปแบบของเอกสารภาพข่าวประชาสัมพันธ์



1. ใช้กระดาษเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ที่มีหัวกระดาษ
2. ระบุชื่อผู้ส่งข่าว สถานที่ และหมายเลขโทรศัพท์
3. ระบุวัน เดือน ปีที่ส่งข่าว
4. วางตำแหน่งของภาพให้เหมาะสม
5. พิมพ์คำบรรยายใต้ภาพ
6. เว้นขอบกระดาษให้พอเหมาะ
7. เว้นระยะห่างระหว่างบรรทัดมากกว่าปกติ
8. บรรจุซองจัดส่งอย่างดี

News Clipping



ไฟสตาร์ทอัพ



AGE ปีห้า

พล.ต.อ.บุญเพ็ญ ป่าเพ็ญบุญ ประธานกรรมการ และพณ ควบสถาพร กรรมการผู้จัดการ พร้อมคณะผู้บริหาร บริษัท เอเชีย กรีน เอนเนจี้ หรือ AGE จัดการประชุมสามัญประจำปี 2555 โดยที่ประชุมผู้ถือหุ้นมีมติจ่ายปันผลเป็นหุ้นเป็นผลจำนวน 262.26 ล้านหุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 0.25 บาท ในอัตรา 4 หุ้น ต่อ 1 หุ้นปันผล หุ้นละ 0.0625 บาท จ่ายเป็นเงินสดในอัตราหุ้นละ 0.00695 บาท รวมหุ้นละ 0.06945 บาท

กรุงเทพธุรกิจ



พฉิมอุย : นายธีระชัย ประสิทธิ์รัตนพร กรรมการผู้จัดการ พร้อมทีมผู้บริหาร บริษัท อีแวงคูล อุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน) หรือ TMI แจ้งผลประกอบการแก่นักลงทุนและนักวิเคราะห์ ในวันพฤหัสบดีที่ ๗ อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งผลประกอบการของบริษัทในไตรมาส 1/2555 พร้อมนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ที่กำลังจะออกสู่ตลาดภายในปีนี้



เทคนิคการเขียนภาพข่าวประชาสัมพันธ์แบบ Photo Set

 กรณีเลือกภาพข่าวแบบ Photo Set ส่งนิตยสารรายเดือน

- ภาพอิริยาบถของผู้บริหาร หรือแขกที่อยู่ในภาพต้อง

ชัดเจน

- เสื้อ ผ้า หน้า ผม สวยงาม ดูดี สว่างาม

- เลือกภาพออกมาประมาณ 10 ภาพ (ถ้าในงานมีบุคคลที่น่าสนใจเยอะอาจจะมากกว่านั้นก็ได้)

บรรยายภาพแบบ Photo Set

- บรรยายอิริยาบถผู้ที่อยู่ในภาพแบบกระชับ สั้นๆ ติดด้าน
หลังภาพ
- บรรยายกิจกรรมของงานที่เกิดขึ้น ทำอะไร ที่ไหน อย่างไร
เน้นให้เห็นสีสันของงาน

❖ ข้อควรคำนึงในการส่งภาพข่าวประชาสัมพันธ์ ให้สื่อมวลชน ❖

1. ภาพที่เลือกมาเป็นภาพที่ดีที่สุดหรือยัง
2. ภาพดังกล่าวสื่อความหมายในส่วน of สิ่ง that กระทำได้ตรงหรือไม่
3. ตัวสะกด ชื่อ – ตำแหน่ง ของบุคคลในภาพถูกต้องหรือไม่
4. มีคำขยายที่ไม่จำเป็นหรือไม่
5. ไม่ควรเขียนคำอธิบายหากไม่เคยเห็นภาพนั้นมาก่อน

6. เลือกส่งรูปภาพข่าวให้ตรงกับสื่อเป้าหมาย เช่น การส่งภาพข่าวให้สายสังคม ฯลฯ

7. พับใส่ซอง ส่งม.ให้ถูกต้องกับโต๊ะข่าว

“ภาพดี เป็นศักดิ์ เป็นศรี กับองค์กร และหนังสือพิมพ์”

*ประมาณ 4 วัน ทயอยเก็บข่าวประเมินผลงาน



การประชาสัมพันธ์กิจกรรมของหน่วยงาน



สามารถเลือกกิจกรรมที่เผยแพร่ผ่านทางหนังสือพิมพ์ ได้
ดังนี้

1. กิจกรรมที่สถาบันกำหนดที่จะดำเนินการ / ไปได้ดำเนินการไปแล้วและคาดว่าประชาชนจะให้ความสนใจ

- หน้าการศึกษา , หน้าวัฒนธรรม , หน้ากีฬา ฯลฯ

2. กิจกรรมที่สถาบันมักจะมีการดำเนินการอยู่เสมอ ๆ

- คอลัมน์ปฏิทินข่าวต่าง ๆ ของหนังสือพิมพ์

เช่น โทรโข่งขยายข่าว (ไทยรัฐ) , 4 แยกข่าวย่อย

(เคลลินิวส์)

3. สถาบันมีบุคคลที่มีชื่อเสียง สร้างผลงานที่เป็นประโยชน์แก่

สังคม

- คอลัมน์บุคคล (สยามรัฐ)
- คอลัมน์คนตามข่าว (มติชน)

4. เมื่อสถาบันได้ดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ไปแล้ว

- หน้าภาพข่าวประชาสัมพันธ์ (ไทยรัฐ หน้า 4) ฯลฯ

5. เผยแพร่เรื่องที่จะประชาสัมพันธ์ผ่านการเขียนบทความ / สารคดี เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี

- คอลัมน์รู้ดีมีความสุข (มติชน หน้า 23) , บทความเกี่ยวกับ

สุขภาพ ฯลฯ

Clipping ข่าวประชาสัมพันธ์

คลองใน

แทบไม่ได้พัก

แม้ว่า มทพรหลังจากที่ รบช มีอุปสรรคเต็มคำ ละเมิดลิขสิทธิ์ อย่าง อองกรณ์ พลบุตร รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์ ที่สร้างสิ่งจากการเดินทางไปยังสหรัฐอเมริกาตามภารกิจหรือกับ ผู้แทนการค้าสหรัฐ

แต่ที่สิ่งไม่ได้ในฐนะที่เห็นได้ชัดว่าเป็นเมื่อปราบของเดือน... จู่ๆ ที่ว่าของเดือนเป็นพวกขงมีชีวิตเดือน... สิ่งก็เกือบมีคำนั้นแหละเจ้าคำ... ที่

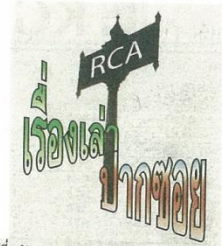
ลี้ภัยงานนี้ความฝันอันสูงสุดของทั้งเราจะอยู่ที่การปลดปล่อยออกจากบัญชีดำประเทศที่ถูกจับตามองเป็นพิเศษหรือที่เรา ที่ๆ รุ้จักกันไม่หมด "ทีลีบมอิจแอล" นั้นแหละเจ้าคำ...



อองกรณ์ พลบุตร

ที่สำคัญที่จะเป็นเครื่องรับประกันว่าเราจะไม่เจตมึนที่ คือการที่ทำงานแทบไม่ได้พัก ถึงขั้นความเหนื่อยล้าที่กรมทรัพย์สินทางปัญญา "ปัจฉิมภาณสันติ" บันดอร์รไปลงที่นั่นก็เห็น

นี่คือ... อยาเพ็ดคิดไปไกลละจ๊ะ เพราะงานนี้ที่เห็นชัดชัดไปละก็เพราะต้องไปรับไปเพื่อเป็นประธานงานเผาทำลายสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าทางปัญญาที่เตรียมมากกว่า 2 แสนชิ้น ในวันที่จันทร์ที่จะถึงแล้วจ๊ะ... งานนี้ทำงานแบบถึงลูกถึงคน ข้าสรัฐผู้คงชกาทไทยเหมือนเดิมคงใจคำเป็นไปแล้วนี่ละจ๊ะ



◆◆ ทันที่ที่กลับจากสหรัฐอเมริกา "อองกรณ์ พลบุตร" รมช.กระทรวงพาณิชย์ ก็คงเหนื่อยล้ากับทรัพย์สินทางปัญญา "ปัจฉิมภาณสันติ" ลงไปภูเกิดทันที่เพื่อเป็นประธานงานเผาทำลายสินค้าละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา ที่ยึดมาได้กว่า 200,000 ชิ้น พร้อมกับนำขบวนเดินรณรงค์ประชาสัมพันธ์แจ้งเตือนนักท่องเที่ยวที่หาดป่าตอง...???

Clipping ข่าวประชาสัมพันธ์



NEWS CLIPPING

Media Post Today
Circulation

Page B 2

Date February 12, 2010
Section

คอร์ปอเรต กูเดย์

□□... **เคิร์ก เม็กเคเคเคเคเค** เอ็มดีอเมริกันสแตนดาร์ด รับเกียรติจาก ชมพู อารยา จอย วีนลีย์ และกันต์ กันตถาวร มาโซ่ชุดพิเศษ เปิดตัวสู่ภัตตาคารหรูชั้นล่าสุด ในงานเปิดอเมริกันสแตนดาร์ด บายเฮาส์ แฟล็กชิพโซว์รูมแห่งใหม่ดีไซน์ล้ำ ที่ทุมทูนสร้างกว่า 10 ล้านบาท วันที่ 17 ก.พ.นี้ ที่คริสตัล ดีไซน์ เซ็นเตอร์

□□... **ศึกคักตั้งแต่ต้นปี** สำหรับ **กวิน กิตติบุญญา** กรรมการผู้จัดการ บริษัท กวิน อินเทอร์เน็ต ที่ประเดิมงานแสดงสินค้า หลายงานใหญ่ไล่เลี่ยกัน ตั้งแต่งานแสดง ทองไทย ทองโลก 2010 ที่มีไฮไลต์โรงแรม ราคาเริ่มต้นที่ 499 บาท หรือแพ็คเกจเที่ยว เชียงใหม่ 3 วัน 2 คืน รวมทั้งพัก อาหาร และทัวร์ ราคาเพียง 1,999 บาท ระหว่าง วันที่ 11-14 ก.พ.นี้ ที่เอ็มซีซีฮอลล์ ชั้น 4 เดอะมอลล์ บางกะปิ หวังคนชมงาน กว่าแสนคน คาดว่ายอดขายกว่า 100 ล้านบาท



เคิร์ก

□□... **ต่อด้วยงาน แฟรนไชส์ กาแฟ และเบเกอรี่ บิที่ 4** ที่จัด โดยกวิน อินเทอร์เน็ตเช่นกัน ระหว่างวันที่ 18-21 ก.พ. ที่เอ็มซีซีฮอลล์ เดอะมอลล์ บางกะปิ ที่เป็นการรวม 3 งานแสดงยักษ์ แฟรนไชส์ กาแฟ เบเกอรี่และไอศกรีม ชูกลยุทธ์ราคาสูงถึง 30% พร้อมกิจกรรมเนื้อหาเข้มข้นตลอด 4 วัน คาดว่าคนชมงานกว่า 3 หมื่นคน เงินสะพัดซื้อขายภายในงานกว่า 100 ล้านบาท

□□... **ฐานออนไลน์** หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ ร่วมกับ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร เชิญร่วมฟังเสวนา **เจ้าแก๊งออนไลน์** ที่มีวิทยากรมากความสามารถบนโลกออนไลน์มาร่วมให้ความรู้ อาทิ ภาวฐ พงษ์วิทยานันท์ กรรมการผู้จัดการบริษัท ตลาดดอทคอม อิทธิพัทธ์ กุลพงษ์วิณิชย์ จากสาขาวิทยุเก่าแก่น้อย และสุทธิชัย รัตน์วิไลวรรณ แห่งค่ายชินเนอรี่จี อี ผู้บุกเบิกโฆษณาออนไลน์ วันที่ 17 ก.พ.นี้ ที่มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ○



NEWS CLIPPING

Media Post Today
Circulation

Page B 2

Date February 5, 2010
Section

คอร์ปอเรต กูเดย์

□□... **ถ้าจะเอ่ยถึงทำเนียบสุดยอดผู้บริหาร**ในวงการกระจก ต้องมี **ศรินทร์ เมธีวีรานนท์** บิ๊กบอสชาวเวอร์คิงกรุ๊ป ที่เป็นผู้นำด้านกระจกเทมเปอร์รวมอยู่ด้วยแถมตอนนี้ ยังได้รับเลือกให้ดำรงตำแหน่งอุปนายกสมาคมแห่งสถาบันพระปกเกล้าคนล่าสุด สมกับเป็นผู้บริหารหญิง ชัยนำตัวจริง เสียจริง



ศรินทร์

Clipping ข่าวประชาสัมพันธ์



NEWS CLIPPING

Media Kom Chad Luek
Circulation

Page 21

Date February 16, 2010
Section



เสิร์ฟหากข่าว

●●●เตรียมมาเดินฉีดฉายกันแบบยกเซต ไม่ว่าจะเป็น “ชมพู่” อารยา เอ ฮาร์เก็ต “จอย” ธิณลณี ศรีเพ็ญ และ กันต์ กันตถาวร ในแพชั่นคอนเสิร์ตเปิดตัวสุภกัณฑ์คอลเลกชันใหม่ล่าสุดของ อเมริกัน สแตนดาร์ด บาสเก็ตบอล แฟล็กชิพโชว์รูมแห่งใหม่ดิไซน์ล้ำ ใครอยากรู้ว่าจะพิเศษขนาดไหนไปชมกันได้ วันพุธที่ 17 กุมภาพันธ์ หนึ่งทุ่มตรง ชั้น 1 โซนดี คริสตัล ดีไซน์ เซ็นเตอร์ (CDC) เสียบทางด่วนเอกมัย-รามอินทรา



NEWS CLIPPING

Media Bangkok Today
Circulation

Page 29

Date February 16, 2010
Section

...๖๖๖ ใต้ฟ้า

...๖๖๖ เตรียมมาเดินฉีดฉายกันแบบยกเซต ไม่ว่าจะเป็น ชมพู่-อารยา เอ ฮาร์เก็ต, จอย-ธิณลณี ศรีเพ็ญ และ กันต์ กันตถาวร ในแพชั่นคอนเสิร์ตเปิดตัวสุภกัณฑ์คอลเลกชันใหม่ล่าสุดของ อเมริกัน สแตนดาร์ด บาสเก็ตบอล ในวันที่ 17 ก.พ. หนึ่งทุ่มตรง ชั้น 1 โซนดี คริสตัล ดีไซน์ เซ็นเตอร์ (CDC) เสียบทางด่วนเอกมัย-รามอินทรา

Clipping ข่าวประชาสัมพันธ์



NEWS CLIPPING

Media Khao Sod (Morning Issue)

Circulation

Page 23

Date February 3, 2010

Section

ชาวเวอร์คิงรุกหนักปั้นแบรนด์-โต40%

นางศรินทร เมชีวีชราพันธ์ ประธานกรรมการ บริษัท ชาวเวอร์คิง แมนูแฟคเจอร์ส จำกัด ผู้ผลิต และจำหน่ายกระบอกนิรภัยสำหรับกันอาบน้ำ "ชาวเวอร์คิง" เปิดเผยว่า บริษัทเป็นผู้ผลิตกระบอกนิรภัยสำหรับกันอาบน้ำรายใหญ่ที่สุดในประเทศไทย แต่ที่ผ่านมา 16 ปี ยังไม่ได้ทำตลาดสร้างแบรนด์ให้ลูกค้าได้รับรู้อย่างจริงจัง ซึ่งในปีนีวางแผนในการรุกตลาดอย่างหนัก ทั้งการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่จดจำ รวมถึงการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าได้รับรู้ถึงอันตราย จากการใช้กระบอกกันอาบน้ำ ที่ไม่ได้มาตรฐานความปลอดภัยเพียงพอ เนื่องจากมองว่าในปีนี้ ทิศทางของธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์ จะมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น ทำให้มีการใช้งานกระบอกกันอาบน้ำเป็นจำนวนมาก

อย่างไรก็ตาม ในส่วนของชาวเวอร์คิง มีความได้เปรียบทั้งในด้านการผลิต อีกทั้งได้รับการรับรองจากต่างประเทศว่าเมื่อกระบอกแตกแล้วจะไม่เป็นปากกลาม รวมถึงมีบริการให้กับลูกค้าแบบครบวงจร โดยในปีนี้ตั้งเป้ายอดขายไว้ที่ 300 ล้านบาท หรือเติบโตขึ้น 40% เมื่อเทียบกับยอดขายปีที่แล้วซึ่งไม่มีการเติบโต ทั้งนี้ บริษัทเตรียมเปิดโชว์รูมในกรุงเทพฯ รวม 3 แห่ง ใช้เงินลงทุนแห่งละประมาณ 10 ล้านบาท โดยเปิดที่แรกบริเวณเลียบทางด่วนรามอินทรา-อาจณรงค์



หลักการสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน



1. เป็นแหล่งข่าวที่ดี

- รู้จักสร้างข่าวให้เป็นข่าว
- ให้ข้อมูลที่เป็นจริง
- พร้อมเสมอทุกเมื่อสำหรับนักข่าว
- เป็นตัวกลางประสานความต้องการระหว่างนักข่าว

กับผู้บริหารองค์กร

- เตรียมการเรื่องการประสานงานกับสื่อมวลชนใน
ยามที่องค์กรเกิดภาวะวิกฤติ

- ไม่ขอร้องให้สื่อมวลชนปิดข่าว

2. หาวิธีการที่จะสามารถเข้าถึงหรือติดต่อกับกลุ่มสื่อมวลชน
ได้อย่างใกล้ชิดค่อย ๆ

3. จัดทำทำเนียบสื่อมวลชน มีชื่อ ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ โทรสาร
ของผู้สื่อข่าวแต่ละสาขา แต่ละฉบับ แต่ละคอลัมน์

4. รักษาสัมพันธภาพให้ยืนยาว โดยยึดหลักสม่ำเสมอ

และจริงใจ

The end

⊕ เอกสารอ้างอิง ⊕

วิภาณี แม้นอินทร์. (2567). การเขียนเพื่อการ
ประชาสัมพันธ์และการสื่อสารองค์กร. กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.