



## การศึกษา

การวิเคราะห์ประเด็นข่าวเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น  
ที่สื่อสิ่งพิมพ์ให้ความสนใจในการนำเสนอ

ผู้ศึกษา : นางสาวรวิพร สายแสนทอง

ตำแหน่ง : นักประชาสัมพันธ์ ปฏิบัติการ

กองสื่อสารองค์กร สำนักงานอธิการบดี

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

เอกสารการศึกษานี้ เป็นการศึกษารวบรวม  
การพัฒนาการปฏิบัติงานในหน้าที่ ตำแหน่งนักประชาสัมพันธ์

ปีที่พิมพ์ : พ.ศ. 2560

## คำนำ

เอกสาร การศึกษา เรื่อง การวิเคราะห์ประเด็นข่าวเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่สื่อสิ่งพิมพ์ให้ **ความสนใจในการนำเสนอ** ผู้ศึกษาใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ศึกษาข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth interview) รวมทั้งใช้การศึกษาเอกสาร (Documentary Studies) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของสื่อมวลชนและบุคลากรที่ทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยมุ่งศึกษาเพื่อให้ได้คำตอบในเชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยบางประการที่มีผลต่อการตัดสินใจคัดเลือกและนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่นของสื่อมวลชน รูปแบบของข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่น ตลอดจน ได้ทราบถึงข้อเสนอแนะในการเผยแพร่ข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่น เพื่อให้บรรณวิสัยทัศน์ของกองสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่กำหนดไว้ว่า “**เราสื่อสารมหาวิทยาลัยขอนแก่นสู่ประชาคมโลก (We communicate KKU to citizen of the world)**” อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน ซึ่งเอกสารการศึกษานี้ ได้จัดเก็บข้อมูลเบื้องต้นที่เป็นประโยชน์ ประกอบการพิจารณา กำหนดนโยบาย แผนงาน หลักเกณฑ์ มาตรการต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยขอนแก่น แล้ว

ขอขอบคุณบุคลากรทุกท่านในกองสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยขอนแก่น และผู้เกี่ยวข้องทุกท่าน ที่ได้ให้ข้อคิด ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์และ สำเร็จลุล่วงปรากฏเป็นเอกสารการศึกษานี้

คุณค่าและประโยชน์ ที่จะเกิดแก่สาธารณชน จากเอกสารการศึกษานี้ ผู้ศึกษาขอขอบแต่ มหาวิทยาลัยขอนแก่น คุณครู อาจารย์ ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชา วิทยาการแขนงต่าง ๆ ให้แก่ผู้ศึกษา จึงขอกราบขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

รวีพร สายแสนทอง

มิถุนายน 2560

## บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

ชื่อเรื่อง : การวิเคราะห์ประเด็นข่าวเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่สื่อสิ่งพิมพ์ให้ความสนใจ

ในการนำเสนอ

ผู้ศึกษา : รวิพร สายแสนทอง

ปีที่พิมพ์ : 2560

การวิเคราะห์ประเด็นข่าวเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่สื่อสิ่งพิมพ์ให้ความสนใจในการนำเสนอ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาข่าวและลักษณะเนื้อหาข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่เผยแพร่ในสื่อมวลชน รวมไปถึง การศึกษาปัจจัยในการพิจารณาคัดเลือกและนำเสนอข่าวที่เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่นของสื่อมวลชน และ ข้อเสนอแนะเพื่อนำความคิดเห็นที่ได้รับจากสื่อมวลชน มาปรับใช้ในการพัฒนา รูปแบบ ลักษณะ และวิธีการ เขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของ กองสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยขอนแก่น กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ สื่อมวลชน และ เจ้าหน้าที่ภายในมหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth interview) และ ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ใช้วิธีการรวบรวมเอกสาร (Documentary Research)

### สรุปผลการศึกษา

#### 1. ข่าวและลักษณะเนื้อหาข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่เผยแพร่ในสื่อมวลชน

1.1 ข่าวและลักษณะเนื้อหาข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่เผยแพร่ในสื่อมวลชนเป็นข่าว ที่มีลักษณะ การเผยแพร่ความรู้จากบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ ลำดับรองลงมาเป็น กิจกรรมพิเศษ ที่สอดคล้องกับสภาวะทางสังคม

1.2 ลักษณะข้อเขียนของมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่ได้รับการเผยแพร่ในสื่อสิ่งพิมพ์ มากที่สุดคือ ข่าว ลำดับถัดมาคือรูปแบบ คอลัมน์ ทั้งนี้เนื้อหาข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่นส่วนใหญ่ มักเป็นเรื่องราว เกี่ยวกับ องค์ความรู้ นวัตกรรมใหม่ๆ นักศึกษา นักวิชาการ

1.3 สื่อสิ่งพิมพ์ที่ตีพิมพ์ข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่น มากที่สุด คือ หนังสือพิมพ์ ข่าวสด มี รูปแบบเป็น หนังสือพิมพ์รายวัน (Dailies) ที่ต้องตีพิมพ์ให้หมดตลาดภายในแต่ละวัน อายุของหนังสือพิมพ์ จึงสั้น ลักษณะเด่นอยู่ที่ความสดและความรวดเร็ว ขณะเดียวกันข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่น ปรากฏ ในหนังสือพิมพ์ทั้งประเภทปริมาณ (Popular Newspaper) และ ประเภทคุณภาพ (Quality Newspaper)

2. เพื่อศึกษาปัจจัยในการพิจารณาคัดเลือกและนำเสนอข่าวที่เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่นของ สื่อมวลชน

2.1 ประเด็นเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่นของสื่อมวลชน พบว่า สื่อมวลชนมีความเข้าใจการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยขอนแก่นในระดับดี ในด้านการเป็นองค์กรด้าน การศึกษา

2.2 ประเด็นเกี่ยวกับการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น พบว่า สื่อมวลชน จะนำเสนอข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ประเด็นเกี่ยวกับสุขภาพ และ ความ เคลื่อนไหวของเหตุการณ์สำคัญที่ประชาชนสนใจ

2.3 ประเด็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้คัดเลือกและนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น พบว่า สื่อมวลชนผู้ทำหน้าที่สื่อกลางจะคำนึงถึงลักษณะของสื่อสิ่งพิมพ์ที่จะส่งข่าวให้ เป็นอันดับแรก ว่าข่าว ของมหาวิทยาลัยขอนแก่น สอดคล้องกับ ทิศทางในการเผยแพร่ข่าวของสื่อมวลชนเล่มนั้น ๆ หรือไม่ นอกจากนี้การคัดเลือกภาพต้องสามารถสื่อสารได้อย่างชัดเจน ดึงดูดใจ ลำดับถัดมาคือ ปัจจัยด้านคุณสมบัติ พื้นฐานของบุคคล ที่มีจิตสำนึกทางวิชาชีพ รู้สึกนึกเสมอว่าเรื่องใดเป็นเรื่องที่มีประโยชน์ต่อประชาชน

ในขณะที่นักประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น ให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้าน ความรวดเร็ว ครอบคลุม ทันต่อเหตุการณ์ และ ความเด่น หรือ ความสำคัญ นอกจากนี้ นักประชาสัมพันธ์ได้ระบุเป็นพิเศษ ว่า ประเด็นเกี่ยวกับ เยาวชน การศึกษา วัฒนธรรม ท้องถิ่นเยาวชน นักเรียน จะได้รับความสนใจจาก สื่อมวลชนเป็นพิเศษ เนื่องจากองค์กรเป็นสถาบันการศึกษา ที่อยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ย่อมมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น สามารถดึงความสนใจจากผู้รับสารได้

#### 2.4 ประเด็นเกี่ยวกับความถี่ในการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น

พบว่า สื่อมวลชนเผยแพร่ข่าวมหาวิทยาลัยขอนแก่นอย่างต่อเนื่อง โดยความถี่นั้น ขึ้นอยู่กับว่า ขณะนั้นมีเหตุการณ์ใดที่ประชาชนให้ความสนใจ และ หากมหาวิทยาลัยขอนแก่นมีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจกรรม นั้น จะทำให้สื่อมวลชนเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่นอย่างต่อเนื่อง ทางด้านนักประชาสัมพันธ์ มีความถี่ในการส่งข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ว่าเป็นประจำทุกวัน เพื่อให้เอื้อต่อการทำงานของสื่อมวลชน ที่จัดอยู่ในประเภท หนังสือพิมพ์รายวัน ที่ให้ความสำคัญกับความสดและความรวดเร็ว ในการเสนอข่าว

#### 2.5 ประเด็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้ไม่คัดเลือกข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่นเผยแพร่

ผลการศึกษาพบว่า บางกรณีเนื้อหาไม่น่าสนใจ และ รายละเอียดมีน้อย ไม่มีความแปลกใหม่ เพียงพอ ในขณะที่นักประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยขอนแก่น ได้ระบุว่า ข่าวที่ไม่ได้รับการเผยแพร่มักเป็น ข่าวที่มีลักษณะในเชิงนามธรรม ยังไม่เกิดการปฏิบัติ หรือ ส่งผลกระทบต่อสังคมในวงกว้าง

### 3. ข้อเสนอแนะเพื่อใช้ในการพัฒนา รูปแบบ ลักษณะ และวิธีการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยขอนแก่น

ผลการศึกษา พบว่า เนื้อหาข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่นโดยรวมดี เป็นที่พึงพอใจของสื่อมวลชน และในขณะเดียวกัน ผู้ให้สัมภาษณ์ได้เสนอแนะ ดังประเด็นต่อไปนี้

1. กรณีการเผยแพร่ข่าวที่มีศัพท์วิชาการ หรือ ภาษาต่างประเทศ เช่น ภาษาอังกฤษ ควรอธิบายให้  
ง่ายต่อความเข้าใจ

2. ความไม่สะดวกในการมาทำข่าว บางกรณีเป็นปัจจัยที่ทำให้สื่อมวลชนไม่มาทำข่าว ควรมีการอำนวยความสะดวกให้ครอบคลุมยิ่งขึ้น

3. การเขียนข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่นมีการเขียนที่ไม่หลากหลาย ควรปรับให้การเขียนมีความหลากหลายหรือให้สอดคล้องกับบุคลิกสไตล์ของสื่อสิ่งพิมพ์ชนิดนั้น ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้สื่อมวลชนสามารถใช้งานได้ทันที ซึ่งกรณีนี้นับเป็นความคิดเห็นที่น่าสนใจ เนื่องจาก แม้ว่าข่าวที่ส่งไปจากมหาวิทยาลัยขอนแก่นจะเป็นข่าวประชาสัมพันธ์ แต่ในขณะเดียวกัน การส่งข่าวให้สื่อมวลชนเหมือนกัน ไม่สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะของข่าวประชาสัมพันธ์ที่ดี รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ(2547) ได้ประมวลไว้ ซึ่งแนวคิดดังกล่าวระบุชัดเจนว่า **ไม่ควรใช้ข่าวประชาสัมพันธ์ฉบับเดียวกัน เนื้อหาเหมือนกัน สำหรับส่งให้สื่อมวลชนทุกฉบับ นักประชาสัมพันธ์ควรเขียนข่าวเป็นหลาย ๆ ฉบับที่แตกต่างกันออกไป เพื่อให้เหมาะสมกับสื่อสิ่งพิมพ์ฉบับต่าง ๆ ซึ่งต้องการเนื้อหาเฉพาะสำหรับหน้าหนังสือของตน**

นอกจากนี้ นักประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยขอนแก่นได้ เสนอแนะเกี่ยวกับข่าวประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยขอนแก่นโดยมุ่งเน้นการเผยแพร่ข่าว เกี่ยวกับการวิจัย ซึ่งจะนำไปสู่การสนับสนุนวิสัยทัศน์ “มหาวิทยาลัยวิจัยชั้นนำระดับโลก” โดยตรง ซึ่งข่าวที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยมักเผชิญกับข้อจำกัดในการนำเสนอ ดังนี้

1. งานวิจัยไม่ถูกนำไปใช้จริงให้เห็นผลกระทบในวงกว้าง ควรส่งเสริมผลักดันให้เกิดการนำไปใช้จริง และเพื่อให้เกิดความแพร่หลาย

2. งานวิจัยใช้ภาษาวิชาการ ยากต่อการทำความเข้าใจของประชาชน นักประชาสัมพันธ์ควรให้ความสำคัญในการสื่อสารเรื่องยาก ให้ง่ายแก่ความทำความเข้าใจของประชาชน

3. การนำงานวิจัยไปใช้ ไม่เกิดความต่อเนื่อง ไม่ก่อให้เกิดความยั่งยืนกับชุมชน ซึ่งนักวิจัยของมหาวิทยาลัยขอนแก่นควรคำนึงถึงประเด็นการสร้างที่ยั่งยืนให้มากขึ้น

4. บางครั้งงานวิจัยที่ผู้บริหารสนใจ อาจจะเป็นประเด็นที่ไม่ได้รับความสนใจจากสื่อมวลชน ฉะนั้น การตระหนักถึงประเด็นที่สื่อให้ความสนใจควรมาเป็นอันดับแรก

ทั้งนี้ผู้ให้สัมภาษณ์ได้เสนอแนะวิธีการแก้ปัญหาการเผยแพร่ข่าวเกี่ยวกับการวิจัย โดยเสนอให้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับนักวิจัยให้มากขึ้น และ คำนึงงานวิจัยที่ส่งผลกระทบต่อประชาชนได้ทันที

“เรามีความพยายามในการคุยกับนักวิชาการ นักวิจัยมากขึ้นว่า งานวิชาการ ประเด็นไหน ที่ส่งผลกระทบต่อประชาชนได้ทันที ส่วนงานวิจัยที่เป็นวิชาการในเชิงที่มีเนื้อหาหนัก จับต้องยาก อาจจะต้องลดบทบาทลงมา”

### ข้อเสนอแนะของผู้ศึกษา

ควรสนับสนุน ส่งเสริม ให้มีกิจกรรมการฝึกอบรม การศึกษาดูงานและงบประมาณ เพื่อสร้างเสริมสมรรถนะด้านการประชาสัมพันธ์ ทั้งนักประชาสัมพันธ์ที่สังกัดระดับคณะทุกคณะ และนักประชาสัมพันธ์ที่สังกัดกองสื่อสารองค์กร ที่จะสนับสนุนให้กองสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยขอนแก่น เป็นองค์กรที่ทำหน้าที่ “เราสื่อสารมหาวิทยาลัยขอนแก่นสู่ประชาคมโลก (We communicate KKU to citizen of the world)” อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

## สารบัญ

	หน้า
คำนำ	
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ก-ง
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	1
ที่มาและความสำคัญ	1
ปัญหาของการศึกษา	3
วัตถุประสงค์ในการศึกษา	4
นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง	4
ประโยชน์ที่ได้รับ	4
ขอบเขตและวิธีใช้ในการศึกษา	5
<b>บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	6
ทฤษฎีผู้ปิดและเปิดประตูสาร (Gatekeeper Theory)	6
แนวคิดเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์ และบทบาทของหนังสือพิมพ์	9
แนวคิดเกี่ยวกับข่าวและประเด็นข่าว	18
แนวคิดประเภทของข่าวประชาสัมพันธ์	26
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	29
<b>บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย วิธีการศึกษา</b>	33
แหล่งข้อมูล	33
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	33
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	34
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาและการเก็บรวบรวมข้อมูล	35
การนำเสนอและวิเคราะห์ข้อมูล	36
<b>บทที่ 4 ผลการศึกษา</b>	37
ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาเอกสาร (Documentary Studies)	37
ประวัติความเป็นมาของกองสื่อสารองค์กร	37
ส่วนที่ 2 ผลการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก(In-Depth interview)	48
ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ	50
<b>บทที่ 5 สรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ</b>	54
อภิปรายผล การศึกษาตามวัตถุประสงค์การศึกษา ข้อที่ 1	54
อภิปรายผล การศึกษาตามวัตถุประสงค์การศึกษา ข้อที่ 2	58
อภิปรายผล การศึกษาตามวัตถุประสงค์การศึกษา ข้อที่ 3	61
ข้อเสนอแนะของผู้ศึกษา	62

บรรณานุกรม  
ประวัติผู้เขียน

63-64  
65



## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 แสดงประเด็นข่าวที่ได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนเรียงลำดับจาก ชั้นงานที่ได้รับการเผยแพร่	46
ตารางที่ 2 แสดงรูปแบบลักษณะข้อเขียนของมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่ได้รับ การเผยแพร่ในสื่อสิ่งพิมพ์	47
ตารางที่ 3 แสดงรายชื่อสื่อสิ่งพิมพ์ที่เผยแพร่ข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่น	47

# บทที่ 1

## บทนำ

### ที่มาและความสำคัญ

มหาวิทยาลัยขอนแก่น เป็นมหาวิทยาลัยแห่งแรกที่จัดตั้งขึ้นในภาคอีสานตั้งแต่ปี พ.ศ.2507 เพื่อขยายโอกาสให้นักเรียนในภูมิภาคนี้สามารถเข้าถึงการศึกษาขั้นสูงได้ พร้อมกับการที่นักวิชาการได้พัฒนาผลงานวิจัยและนวัตกรรมต่างๆ เพื่อแก้ปัญหาของภูมิภาคแห่งนี้ ให้มีคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ซึ่งตลอดระยะเวลา 50 ปีที่ผ่านมา มหาวิทยาลัยขอนแก่นได้สะสมองค์ความรู้ต่างๆเป็นจำนวนมาก รวมทั้งการให้ความช่วยเหลือประชาชนในภูมิภาคนี้อย่างต่อเนื่อง ทั้งการยกระดับการศึกษา การยกระดับคุณภาพชีวิต การสร้างเสริมสุขภาพที่ดี การสร้างอาชีพ การสร้างรายได้ ซึ่งพัฒนาการของมหาวิทยาลัยขอนแก่นแบ่งตามผลสัมฤทธิ์ของมหาวิทยาลัยได้ 3 ยุค ดังนี้ ยุคที่ 1 ยุคแห่งการก่อตั้งและขยายตัวของมหาวิทยาลัย ยุคที่ 2 ยุคแห่งการขยายตัวและสร้างองค์ความรู้ และปัจจุบันได้เข้าสู่ ยุคที่ 3 มหาวิทยาลัยแห่งการวิจัย และ มหาวิทยาลัยชั้นนำของภูมิภาคอาเซียน ที่การดำเนินงานอยู่ในทศวรรษที่ 6 โดยเริ่มจาก พ.ศ.2557-ปัจจุบัน

มติสภามหาวิทยาลัยในคราวการประชุมครั้งที่ 7/2557 เมื่อวันที่ 2 กรกฎาคม 2557 และ ประกาศสภามหาวิทยาลัยขอนแก่น ฉบับที่ 6/2557 เรื่อง พันธกิจและนโยบายในการบริหารและพัฒนา มหาวิทยาลัย (พ.ศ.2558-2562) สภามหาวิทยาลัยได้กำหนดวิสัยทัศน์การเป็น “มหาวิทยาลัยวิจัยชั้นนำระดับโลก” และเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำที่มีอัตลักษณ์ มีคุณภาพ มาตรฐาน ความ เป็นเลิศ มีบทบาทในการชั้นนำ ตอบสนองความต้องการและเตือนสติของสังคม เป็นที่ยอมรับของสังคมใน ระดับภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ระดับชาติและนานาชาติ “เป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำอันดับ 1 ใน 3 ของ ประเทศ อันดับ 1 ใน 80 และ 1 ใน 400 ของโลก” และได้กำหนดเสาหลักของยุทธศาสตร์ (Strategic Pillar) 4 เสาหลัก คือ

เสาหลักที่ 1 : Green and Smart Campus เป้าประสงค์ : เป็นองค์กรที่มีการจัดการที่ดี (Good Governance Organization) บนพื้นฐานของการเป็น มหาวิทยาลัยสีเขียวที่มีความโดดเด่น ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 : พัฒนาสู่การเป็นมหาวิทยาลัยสีเขียว ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 : เป็นอุทยานการเรียนรู้ตลอดชีวิตของสังคม ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 : สร้างความเป็นเลิศในการบริหารจัดการ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 : พัฒนาวิทยาเขตหนองคายเป็นประตูสู่อุณหภูมิภาคลุ่มน้ำโขง

เสาหลักที่ 2 : Excellence Academy เป้าประสงค์ : เป็นองค์กรที่เป็นเลิศทางศิลปวิทยาการ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5 : เป็นองค์กรที่เป็นเลิศด้านการผลิตบัณฑิต ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 6 : เป็นองค์กรที่เป็นเลิศด้านวิจัย ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 7 : พัฒนามหาวิทยาลัยไปสู่ความเป็นสากล

เสาหลักที่ 3 : Culture and Care Community เป้าประสงค์ : ส่งเสริมการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ห่วงใยและดูแลชุมชนในมิติต่างๆ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 8 : เป็นศูนย์กลางการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 9: เป็นองค์กรที่มีความห่วงใยต่อสังคม

เสาหลักที่ 4 : Creative Economy เป้าประสงค์ : เป็นองค์กรที่ใช้องค์ความรู้และนวัตกรรมจากการเรียนการสอนและงานวิจัยเชิงสร้างสรรค์เพื่อ พัฒนาให้เกิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน สังคม และประเทศ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 10 : ศูนย์กลางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของภูมิภาค

จากวิสัยทัศน์ เสาหลักของยุทธศาสตร์ (Strategic Pillar) 4 เสาหลัก ล้วนครอบคลุมการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยขอนแก่นทุกด้าน กอปรกับประกาศสภามหาวิทยาลัยขอนแก่น ณ วันที่ 9 ตุลาคม พ.ศ. 2555 ฉบับที่ 5/2555 เรื่อง การจัดตั้งหน่วยงานภายในสำนักงานอธิการบดี ได้ระบุถึงการปรับโครงสร้างการบริหารงานของสำนักงานอธิการบดี เพื่อให้การดำเนินงานของสำนักงานอธิการบดี สามารถสนับสนุนวิสัยทัศน์และพันธกิจของมหาวิทยาลัยได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล รองรับการเปลี่ยนแปลงและตอบสนองยุทธศาสตร์การบริหารมหาวิทยาลัย ในครั้งนี้ จึงได้จัดตั้ง “กองสื่อสารองค์กร สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น” ขึ้น โดยกองสื่อสารองค์กร สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น มีพันธกิจที่ต้องเผยแพร่ สื่อสาร สนับสนุน ส่งเสริม สร้างสรรค์กิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์และภาพลักษณ์ที่ดีต่อบุคลากรของมหาวิทยาลัยขอนแก่นและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภายนอก ด้วยเครื่องมือและเทคนิคการสื่อสารที่ทันสมัย เพื่อสร้างความร่วมมือในการขับเคลื่อนให้มหาวิทยาลัยขอนแก่นเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำของโลก

จะเห็นได้ว่า “กองสื่อสารองค์กร สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น” มีบทบาทหน้าที่โดยตรงในการเผยแพร่หัวใจหลักของการดำเนินงาน เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอก ทราบถึงทิศทางการดำเนินงาน อันจะนำไปสู่การสนับสนุน พร้อมๆกับการขับเคลื่อนการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ ซึ่งการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์ของกองสื่อสารองค์กรที่สนองต่อยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย ได้แบ่งเป็น 2 ด้านหลัก ๆ คือ 1. ประเด็นยุทธศาสตร์ด้านการสื่อสารองค์กร 2. ประเด็นยุทธศาสตร์ด้านชุมชนสัมพันธ์ ทั้งนี้ในการดำเนินงานตามประเด็นยุทธศาสตร์ด้านการสื่อสารองค์กร หน้าที่สำคัญประการหนึ่งคือการเผยแพร่ข่าวผลงานกิจกรรมของมหาวิทยาลัยผ่านสื่อมวลชนส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค ซึ่งหน้าที่ดังกล่าวสอดคล้องกับวาทนา จันท์สว่าง (2541) ที่ว่า “องค์กรก็ต้องคำนึงถึงการสร้างภาพลักษณ์กับสื่อมวลชน เนื่องจากสื่อมวลชน เช่น นักข่าว นักเขียน บรรณาธิการ ช่างภาพ คอลัมนิสต์ เป็นต้น เป็นเครื่องมือสำคัญในการเผยแพร่ข่าวสารไปสู่ประชาชน และเป็นส่วนหนึ่งที่จะสะท้อนภาพลักษณ์ขององค์กรให้ประชาชนรับทราบ”

นอกจากนักประชาสัมพันธ์ที่สังกัด กองสื่อสารองค์กร สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่นแล้ว การสร้างสรรค์ข่าวเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น ยังมีนักประชาสัมพันธ์สังกัดในคณะต่าง ๆ ที่มีบทบาทหน้าที่ในการเผยแพร่ข่าวสาร เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่นด้วย ฉะนั้นในแต่ละวัน จึงมีข่าวคราวความเคลื่อนไหวของมหาวิทยาลัยเผยแพร่สู่สาธารณชนจำนวนมาก อาทิ ข่าวเว็บไซต์ มข. ระบบ KKU News จดหมายข่าว (KKU News Headline) วารสารข่าว(ฮักมอดินแดง) ข่าววิทยุ ข่าวโทรทัศน์อินเทอร์เน็ต โครงการอบรมเขียนข่าว เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารแต่ด้วยพื้นที่อันจำกัดของสื่อในการเผยแพร่ข่าวสาร สื่อมวลชนจึงจำเป็นต้องคัดเลือกข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่นเผยแพร่เพียงบางข่าวเท่านั้น

จากเอกสารสรุปงานประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำเดือน มิถุนายน – ธันวาคม 2559  
 ผลการดำเนินงาน : บริษัท ดับเบิล ดี มีเดีย จำกัด ได้ดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าว จำนวน 68  
 ประเด็นข่าว โดยมีข่าวที่ได้รับการเผยแพร่ในหนังสือพิมพ์และเว็บไซต์ จำนวนทั้งสิ้น 257 ชิ้นงาน ซึ่งประเด็น  
 ข่าวที่ได้รับการเผยแพร่ 5 อันดับแรก มีดังนี้

1. คอลัมน์เรารักอาเซียน จำนวน 20 ชิ้นงาน
2. มข.สร้างเจดีย์ 5 ชั้น และ มข.เพื่อชาวนา เปิดพื้นที่ขายข้าว จำนวน 11 ชิ้นงาน
3. ม.ขอนแก่น ร่วมมือญี่ปุ่นพัฒนาครูไทย และ มข.สร้างงานศิลป์ถวายอัครศิลปิน จำนวน 9 ชิ้นงาน
4. พสกนิกรไทยร่วมสวดมนต์ตั้งจิตอธิษฐาน พร้อมใจ สวมใส่ ขาวดำ และ ลงแขกเกี่ยวข้าว

จำนวน 8 ชิ้นงาน

5. เปิด 3 พื้นที่ แหล่งเรียนรู้ จำนวน 7 ชิ้นงาน

เห็นได้ว่า ข่าวที่ได้รับการเผยแพร่ 5 อันดับแรก ล้วนสอดคล้องกับทิศทางการดำเนินการตามยุทธศาสตร์  
 (Strategic Pillar) 4 เสาหลัก แต่ในขณะเดียวกันกลับพบว่า ข่าวที่สะท้อน หรือ สอดคล้องกับ เสาหลักที่ 2 :  
 Excellence Academy เป้าประสงค์ : เป็นองค์กรที่เป็นเลิศทางศิลปวิทยาการ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 6 : เป็น  
 องค์กรที่เป็นเลิศด้านวิจัย ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญของการขับเคลื่อนวิสัยทัศน์ กลับ ไม่ติดอันดับ ใน 5 อันดับแรก  
 ฉะนั้นการศึกษา การวิเคราะห์ประเด็น ข่าวเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่สื่อสิ่งพิมพ์ให้ความสนใจใน  
 การนำเสนอ จึงเป็นประโยชน์ เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสีย ทราบถึงทิศทางการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยอย่าง  
 ชัดเจนยิ่งขึ้น อันจะนำไปสู่การสนับสนุน ในขณะเดียวกัน นักประชาสัมพันธ์ ในสังกัดมหาวิทยาลัยขอนแก่น  
 ในฐานะผู้สร้างสรรค์ นำเสนอ ข่าวสารเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์อันดีของมหาวิทยาลัย จะได้สามารถ  
 สร้างสรรค์เนื้อหา ให้สอดคล้องกับความต้องการของสื่อมวลชน และยังสามารถนำไปสู่การชิงพื้นที่ข่าวที่มากขึ้น สร้าง  
 ภาพลักษณ์ ความเชื่อมั่น สนับสนุนวิสัยทัศน์การเป็น “มหาวิทยาลัยวิจัยชั้นนำระดับโลก” ของ  
 มหาวิทยาลัยขอนแก่นต่อไปในอนาคต

### ปัญหาของการศึกษา

1. ข่าวและลักษณะเนื้อหาข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่เผยแพร่ในสื่อมวลชนเป็นอย่างไร
2. มีปัจจัยใดบ้างที่เป็นปัจจัยสำคัญของการสื่อมวลชนในการพิจารณาคัดเลือกและนำเสนอข่าวที่เกี่ยวข้องกับ  
 มหาวิทยาลัยขอนแก่น
3. ความคิดเห็นของสื่อมวลชน ที่มีต่อข่าวและข่าวประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยขอนแก่นเป็น  
 อย่างไร

### วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาข่าวและลักษณะเนื้อหาข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่เผยแพร่ในสื่อมวลชน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยในการพิจารณาคัดเลือกและนำเสนอข่าวที่เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่นของสื่อมวลชน
3. เพื่อนำความคิดเห็นที่ได้รับจากสื่อมวลชน มาปรับใช้ในการพัฒนา รูปแบบ ลักษณะ และวิธีการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยขอนแก่นต่อไป

### นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

**ข่าวเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น** หมายถึง การรายงานเหตุการณ์เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่นผ่านสื่อมวลชน โดยนำเสนอเนื้อหาเชิงการประชาสัมพันธ์ และการสร้างภาพลักษณ์อันดี เท่านั้น

**สื่อมวลชน** หมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่สื่อกลางในการนำ ข้อมูล ข่าวสาร ข้อเท็จจริง ไปยังมวลชนหรือประชาชน ซึ่งการศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะสื่อหนังสือพิมพ์

**ปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกข่าว** หมายถึง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องในด้านกระบวนการตัดสินใจของสื่อมวลชน ในการพิจารณาคัดเลือกและนำเสนอข่าวที่เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น

**ประเด็นข่าว** หมายถึง แง่มุมมองของข่าวหรือสิ่งที่สื่อมวลชนคิดว่าเมื่อนำเสนอไปแล้วจะได้รับความสนใจซึ่งการนำเสนอหรือการคัดเลือกแง่มุมของข่าวนั้นจะขึ้นอยู่กับทัศนคติ ประสบการณ์ และสถานการณ์ของช่วงเวลาในช่วงเวลานั้น

**รูปแบบการนำเสนอข่าวสาร** หมายถึง รูปแบบลักษณะข้อเขียนในหนังสือพิมพ์ ได้แก่ ข่าว คอลัมน์ บทความ บทบรรณาธิการ ฯลฯ

### ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้ทราบถึง ลักษณะเนื้อหาข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่ได้รับความสนใจจากสื่อมวลชน และทราบว่า ควรจะมีการพัฒนาการสร้างสรรค์ การนำเสนอข่าวต่อสื่อมวลชนอย่างไรเพื่อให้ได้รับการคัดเลือกไปเผยแพร่
2. ได้ทราบถึง ปัจจัยบางประการในการพิจารณาคัดเลือกและนำเสนอข่าวที่เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่นของสื่อมวลชน
3. นำผลการศึกษาทั้งหมดจัดทำเป็นข้อมูลพื้นฐานให้ส่วนที่เกี่ยวข้องไว้ใช้ประโยชน์ในการพัฒนาปรับปรุงการสร้างสรรค์ข่าว ของมหาวิทยาลัยขอนแก่นต่อไป

## ขอบเขตและวิธีที่ใช้ในการศึกษา

### 1. พื้นที่ในการสำรวจและเก็บข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้เก็บข้อมูลโดยการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงเฉพาะ ได้แก่ สื่อมวลชนสาขาหนังสือพิมพ์ เจ้าหน้าที่ บริษัท ดับเบิล ดี มีเดีย จำกัด และหัวหน้างานข่าว กองสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยขอนแก่น

### 2. กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาในเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกเพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อความสนใจและการตัดสินใจคัดเลือกและนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนในการนำเสนอข่าวที่เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น

2.1 กลุ่มตัวอย่างภายในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ได้แก่ หัวหน้างานข่าว กองสื่อสารองค์กร สำนักงานอธิการบดี

2.2 .กลุ่มตัวอย่างสื่อมวลชน ได้แก่

- ผู้สื่อข่าว ประเภทหนังสือพิมพ์
- เจ้าหน้าที่ บริษัท ดับเบิล ดี มีเดีย จำกัด

### 3. การศึกษาวิเคราะห์เอกสาร

ศึกษาเอกสารสรุปงานประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น ตั้งแต่เดือน มิถุนายน 2559 - ธันวาคม 2559 โดย บริษัท ดับเบิล ดี มีเดีย จำกัด

### 4.ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาได้เก็บและรวบรวมข้อมูลเอกสารย้อนหลังตั้งแต่เดือน มิถุนายน 2559 – ธันวาคม 2559 การสัมภาษณ์เจาะลึก ตั้งแต่เดือน มีนาคม – เมษายน 2560

### 5.การสรุปผลและข้อเสนอแนะ

วิเคราะห์สรุปผลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา เพื่อให้ทราบถึงลักษณะเนื้อหาข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่เผยแพร่ในสื่อมวลชน รวมไปถึง ปัจจัยในการพิจารณาคัดเลือกและนำเสนอข่าวที่เกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยขอนแก่นของสื่อมวลชน และนำความคิดเห็นที่ได้รับจากสื่อมวลชน มาปรับใช้ในการพัฒนา รูปแบบ ลักษณะ และวิธีการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยขอนแก่นต่อไป

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ประเด็นข่าวเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่สื่อสิ่งพิมพ์ให้ความสนใจในการนำเสนอ ผู้ศึกษาได้ศึกษาข้อมูลโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้การศึกษาเอกสาร (Documentary Studies) จากเอกสารสรุปรงานประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น ตั้งแต่เดือน มิถุนายน 2559 – ธันวาคม 2559 โดย บริษัท ดับเบิล ดี มีเดีย จำกัด เป็นแหล่งข้อมูล และ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) นักประชาสัมพันธ์ นักสื่อสารมวลชน ที่ทำหน้าที่นำเสนอข่าวเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข่าวและลักษณะเนื้อหาข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่เผยแพร่ในสื่อมวลชน รวมไปถึง การศึกษาปัจจัยในการพิจารณาคัดเลือกและนำเสนอข่าวที่เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่นของสื่อมวลชน และนำความคิดเห็นที่ได้รับจากสื่อมวลชน มาปรับใช้ในการพัฒนารูปแบบ ลักษณะ และวิธีการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยขอนแก่นต่อไป ซึ่งผู้ศึกษาได้ใช้ทฤษฎี แนวคิด รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่สามารถนำมาอ้างอิง สนับสนุน และเป็นแนวทางในการศึกษาดังนี้

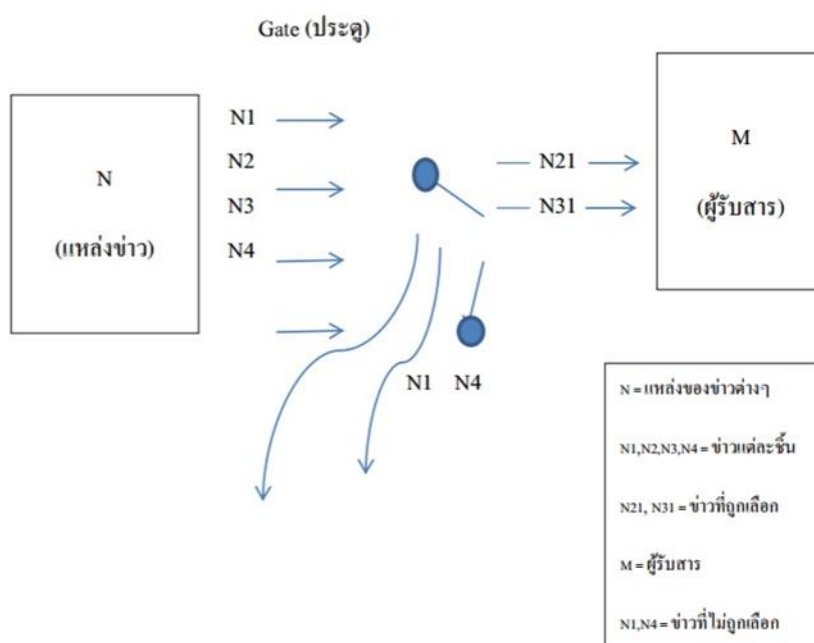
1. ทฤษฎีผู้ปิดและเปิดประตูสาร (Gatekeeper Theory)
2. แนวคิดเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์ และบทบาทของหนังสือพิมพ์
3. แนวคิดเกี่ยวกับข่าวและประเด็นข่าว
4. แนวคิดประเภทของข่าวประชาสัมพันธ์
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### ทฤษฎีผู้ปิดและเปิดประตูสาร (Gatekeeper Theory)

จากการที่นักสื่อสารมวลชนมีหน้าที่เลือกสรร ตกแต่ง เรื่องราวหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นก่อนที่จะเสนอไปยังผู้รับสาร ซึ่งลักษณะหน้าที่เช่นนี้คล้ายกับว่าทำหน้าที่เป็น "ผู้เฝ้าประตู" (Gatekeeper) หรือบางแห่งก็เรียกกันว่านายทวารข่าวสาร หรือผู้ปิดและเปิดประตูสาร ซึ่งการจะเรียกเช่นใดนั้นความหมายก็คงไม่พ้นผู้ที่คอยกั้นกรองข่าวสารเพื่อที่จะส่งผ่านสื่อมวลชนไปยังผู้รับสารนั่นเอง

แนวความคิดเกี่ยวกับหน้าที่ "ผู้เฝ้าประตู" (Gatekeeper) นี้มาจากข้อเขียนของ เค เลวิน (Lewin, K. 1947) ซึ่งได้ให้ข้อสังเกตไว้ว่า ข่าวสารมักจะไหลผ่านช่องทางต่าง ๆ อันประกอบไปด้วยบริเวณประตูที่ซึ่งมีการปล่อยหรือกักข่าวสารต่าง ๆ ตามกฎเกณฑ์ที่ตั้งไว้ หรือโดยวินิจฉัยของผู้เฝ้าประตูเองว่าจะยอมให้ข่าวสารใดไหลผ่านไปได้หรือไม่ หรือข่าวสารอะไรควรส่งไปถึงผู้รับสารช้าหน่อย หรือข่าวสารอะไรควรตัดออกไปทั้งหมด ซึ่งแนวความคิดนี้เอง ได้ถูกนำมาอธิบายลักษณะการไหลของข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารในกระบวนการสื่อสารมวลชน หรือเปรียบเสมือนเป็นบุคคลผู้ทำหน้าที่ปิดและเปิดประตูข่าวสารที่ยืนอยู่ระหว่างตัวข่าวสารและผู้รับสารจากสื่อมวลชน

จากแนวความคิดเรื่อง "ผู้เฝ้าประตู" ของเลวิน นี้ ดี เอ็ม ไวท์ (White, D. M. 1950) ได้นำมาใช้ในการศึกษากิจกรรมของบรรณาธิการข่าวโทรพิมพ์ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นฉบับหนึ่งในอเมริกา ซึ่งกิจกรรมในการตัดสินใจคัดเลือกข่าวเพื่อตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์นี้มีส่วนคล้ายกับหน้าที่ผู้เฝ้าประตู (Gatekeeper) ซึ่งสามารถแสดงได้โดยแบบจำลองดังต่อไปนี้



แบบจำลองผู้เฝ้าประตูของ ดี เอ็ม ไวท์ (1950) ในที่นี้ N คือ แหล่งข่าวต่างๆ

แบบจำลองหรือทฤษฎีนี้แสดงให้เห็นว่า จากต้นตอแหล่งข่าว ซึ่งในตัวอย่างข้างต้นก็คือ สำนักข่าวโทรพิมพ์ จะมีข่าวสารมากมายหลายชิ้น (N1, N2, N3, N4) ส่งมายังสำนักงานหนังสือพิมพ์หรือสถานีวิทยุกระจายเสียง หรือสถานีวิทยุโทรทัศน์ต่าง ๆ บรรณาธิการข่าวจะทำหน้าที่คัดเลือกข่าวสารเพียงบางชิ้นเพื่อตีพิมพ์หรือออกอากาศ ส่วนอีกหลายชิ้นก็อาจถูกโยนทิ้งตะกร้าไป ข่าวสารที่ถูกคัดเลือกนี้จะถูกตัดแต่งให้เหมาะสมกับเวลา เนื้อที่ หรือลักษณะสื่อเพื่อส่งไปยังผู้อ่าน ผู้ชม หรือผู้ฟัง

แบบจำลองนี้พยายามชี้ให้เห็นถึงกิจกรรมผู้เฝ้าประตูหรือผู้ปิดและเปิดประตูสารของสื่อมวลชนทั่วไป จากตัวอย่างข้างต้น ดี เอ็ม ไวท์ ได้ศึกษาบทบาทของบรรณาธิการข่าวโทรพิมพ์ทั่วไปในสหรัฐอเมริกา ถ้าเป็นตัวอย่างในเมืองไทย เราก็อาจจะหมายถึง บทบาทของบรรณาธิการข่าวต่างประเทศทั่วไป ทำหน้าที่คอยตรวจข่าวจากเครื่องโทรพิมพ์ หรือจากเอกสารข่าวที่ส่งมาจากสำนักข่าวต่าง ๆ เช่น สำนักข่าวเอพี สำนักข่าวเอเอฟพี สำนักข่าวรอยเตอร์ หรือสำนักข่าวไทย เป็นต้น ซึ่งแต่ละวันจะมีข่าวเข้ามามากมาย นับสิบนับร้อยชิ้นแต่บรรณาธิการจะทำหน้าที่คัดข่าวที่จะตีพิมพ์ หรือออกอากาศเพียงไม่กี่ชิ้นที่ตนเห็นว่า น่าสนใจเท่านั้น



แบบจำลองหรือทฤษฎีของ ดี เอ็ม ไวท์ นี้อธิบายอย่างง่าย ๆ ถึงบทบาท"ผู้ปิดและเปิดประตูสาร" หรือ "ผู้เฝ้าประตู" ของสื่อมวลชน ซึ่งในความเป็นจริงแล้วอาจจะมีขั้นตอนสลับซับซ้อนกว่านี้เช่นข่าวโทรพิมพ์ที่ส่งมานั้น ก่อนที่จะส่งมาก็จะต้องมีการกลั่นกรอง มาก่อนจากบรรณาธิการ สำนักข่าวนั้น ๆ หรือแม้แต่ผู้สื่อข่าวของสำนักข่าวเองก็จะทำหน้าที่"ผู้เฝ้าประตู" คือ เลือกว่าจะทำรายงานข่าวไหนหรือไม่ทำข่าวไหนบ้างก็ได้ และเมื่อข่าวโทรพิมพ์นั้นถูกส่งมายังสำนักพิมพ์ สถานีวิทยุกระจายเสียง หรือสถานีวิทยุโทรทัศน์ นอกจากจะถูกคัดเลือกโดยบรรณาธิการข่าวต่างประเทศแล้ว ก็อาจจะถูกกลั่นกรองจากบรรณาธิการหรือหัวหน้าข่าวในระดับสูงอีกทีก็ได้เช่นกัน นอกจากนั้นข่าวที่ตีพิมพ์หรือออกอากาศไปยังผู้รับสารเมื่อผู้รับสารได้อ่าน ได้รับฟัง หรือได้รับชมแล้วก็อาจจะถ่ายทอดไปยังบุคคลอื่น เช่น สมาชิกในครอบครัวญาติ เพื่อน ฯลฯ การถ่ายทอดโดยผู้เปิดรับสารสื่อมวลชนนี้ก็จะเป็นไปในลักษณะ "ผู้เฝ้าประตู" คือ เลือกจะถ่ายทอดเพียงบางส่วนหรือส่วนใดส่วนหนึ่งก็ยอมได้อีกเช่นกัน จึงเห็นได้ว่าข่าวสารสื่อมวลชนมักจะไหลผ่านผู้เฝ้าประตูหรือผู้ปิดและเปิดประตูสารต่าง ๆ มากมายหลายชั้นทีเดียว

นอกจากที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว วิลเบอร์ ชรามม์ (Wilbur Schramm) กล่าวไว้ว่า Gatekeeper เป็นผู้มีสิทธิในการเปิดและปิดประตูสารต่าง ๆ ที่มีมาถึง gatekeeper ซึ่งการสื่อสารในสังคมทุกวันนี้ Gatekeeper ก็ยังคงมีบทบาทอย่างสำคัญมากทั้งนี้เพราะ Gatekeeper เหล่านี้ ได้แก่ นักข่าว บรรณาธิการข่าว หัวหน้าฝ่ายข่าวต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นข่าวเศรษฐกิจ การเมือง สังคม หรือวัฒนธรรม ผู้เขียน ผู้พิมพ์ นักวิจารณ์ หัวหน้าหน่วยงานด้านสื่อสาร ผู้จัดการโฆษณา ประธาน ครู และพ่อแม่ เป็นต้น

หน้าที่ของ Gatekeeper ไม่เพียงแต่เลือกหรือปฏิเสธสารต่าง ๆ ที่เข้ามาเท่านั้น Gatekeeper ยังทำหน้าที่จัดสารนั้น ๆ ให้อยู่ในรูปที่เขาต้องการตลอดจนกระทั่งกำหนดการนำเสนอข่าวสาร ระยะเวลาที่หน่วยงานข่าวสารนั้นว่าจะเสนอในช่วงเวลาใดหรือเสนอสารทั้งหมดซ้ำ ๆ กัน หรือเลือกเสนอเพียงบางส่วนเท่านั้น

Gatekeeper ผู้ซึ่งควบคุมการไหลของข่าวสารทั้งในระดับชาติและระดับท้องถิ่นก็มีนักข่าว บรรณาธิการข่าว ผู้จัดการโฆษณา ของทั้งหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นและหนังสือพิมพ์แห่งชาติและเครือข่ายสถานีโทรทัศน์ ตลอดจนสำนักข่าว

อย่างไรก็ตาม กรณีที่นักข่าวได้รับมอบหมายจากบรรณาธิการข่าวให้ไปหาข่าว นักข่าวผู้นั้นก็จะทำหน้าที่เหมือนกับผู้เฝ้าประตูหรือผู้ปิดเปิดประตูสารเช่นกัน คือจะเป็นคนตัดสินใจในเบื้องต้นว่าจะเขียนข้อเท็จจริงในเรื่องของข่าวที่ตนหาอย่างไร

การที่นักข่าว และบรรณาธิการข่าว จะตัดสินใจเลือกข่าวอย่างไรนั้น ข้อเขียนของ Bagdikian ได้บอกไว้ว่า ขึ้นอยู่กับปัจจัยดังต่อไปนี้

1. หลักที่ยึดถือในการบริหาร

2. การมองโลกของความจริงและนิสัยของคน โดยมองว่าผู้อ่านต้องการอะไรและมีความปรารถนาอย่างไร

3. ค่านิยม ซึ่งยึดถือโดยกองบรรณาธิการที่มีความเชี่ยวชาญในวิชาชีพ มีมาตรฐานทางด้านความยุติธรรม และเป็นที่ยอมรับในวงวิชาชีพ คือเขาจะเป็นผู้ตัดสินว่าอะไรที่ผู้อ่านในหมู่คณะของเขาควรจะได้รู้

4. การประเมินค่าของข่าวสาร โดยการแข่งขันของสื่อ

5. ค่านิยมส่วนตัว และนิสัยแปลก ๆ ของบรรณาธิการเช่น ถ้าบรรณาธิการกลัวหรือไม่ชอบอะไรบางอย่าง เขาจะไม่อนุญาตให้สิ่งที่เขาไม่ชอบปรากฏอยู่ในข่าว หรือตีพิมพ์บนหนังสือพิมพ์ในขณะที่เขาเป็นบรรณาธิการอยู่

นอกจากปัจจัยทั้ง 5 แล้ว ยังมีสิ่งซึ่งเกี่ยวข้องกับ การตัดสินใจของบรรณาธิการอีก เช่น ปัจจัยเรื่องเวลา และเนื้อที่การเสนอข่าวสาร ตัวอย่างเช่น นักข่าวที่หาข่าวมาได้แล้ว รายงานข่าวเข้าสู่หน่วยงานของตนก็จะมีคนอื่น ๆ คือพวก rewriter เป็นผู้เฝ้าประตูอีกต่อหนึ่ง พวกนี้จะทำหน้าที่ตบแต่งข่าว จะโดยการตัดทอน ย่อหน้า ตัดบางประโยค บางคำของข่าว หรืออาจจะไม่แก้ไขต้นฉบับข่าวที่นักข่าวคนนั้นส่งมาเลยก็ได้ แล้วก็ส่งข่าวนั้นออกไปตีพิมพ์หรือออกอากาศ แต่บางครั้งเมื่อส่งข่าวไปแล้วไม่ได้ตีพิมพ์ก็มี ทั้งนี้เพราะเนื้อที่ในหน้าหนังสือพิมพ์ไม่พอ หรือเวลาในการกระจายเสียงมีไม่พอ อาจจะเป็นเพราะผู้จัดการฝ่ายโฆษณารับโฆษณาเข้ามามากจนทำให้เนื้อที่และเวลาในการเสนอข่าวไม่พอ ตัวผู้จัดการฝ่ายโฆษณานี้ก็ถือว่าทำหน้าที่เป็น gatekeeper เช่นกัน ([http://e-book.ram.edu/e-book/m/mc111/mc111\\_08\\_04.html](http://e-book.ram.edu/e-book/m/mc111/mc111_08_04.html))

จากทฤษฎีผู้ปิดและเปิดประตูสาร (Gatekeeper Theory) ผู้ศึกษาได้นำมากรอบแนวคิดในการศึกษาเพื่อให้เข้าใจถึงการทำงานของสื่อมวลชน และ หลักการทำงานของหัวหน้างานข่าวในฐานะผู้คัดสรรเนื้อหาข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่น และ ทำการเผยแพร่อีกครั้งผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ว่าใช้หลักการใด หรือ มีปัจจัยใดที่ทำให้เลือกข่าวนั้นๆของมหาวิทยาลัยขอนแก่นเผยแพร่

### แนวคิดเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์และบทบาทของหนังสือพิมพ์

คำว่า “หนังสือพิมพ์” ตามพระราชบัญญัติการพิมพ์ พ.ศ.2484 ระบุว่า หนังสือพิมพ์หมายความว่า สิ่งพิมพ์ซึ่งมีจำหน่าย เช่นเดียวกัน ออกหรือเจตนาจะออกตามลำดับเรื่องไป มีกำหนดระยะเวลาหรือไม่ก็ตาม มีข้อความต่อเนื่องกันหรือไม่ก็ตาม (ดร.ณิ ทิรัญรักษ์, 2529 : 1 อ้างถึงใน ธนวรรณ กัมมารเจษฎากุล, 2547 : 16-17 )

คาร์เตอร์ วี.กูต (Carter V.Good ) ได้ให้ความหมายว่า หนังสือพิมพ์ คือสิ่งตีพิมพ์ที่ออกตามระยะเวลาที่กำหนด ติดต่อกันไปตามลำดับ ลักษณะเป็นกระดาษขนาดใหญ่ มีจำนวนหลายแผ่น พบได้จุดมุ่งหมายเพื่อเสนอข่าวสาร หรือสิ่งที่หน้าสนใจทั่วไป ตามปกติออกเป็นรายวัน หรือรายสัปดาห์แต่ถ้าเพื่อการศึกษาก็อาจออกเป็นรายปักษ์หรือรายเดือนก็ได้ (V.Good , 1965 :637)

ซามูเอล เบคคอฟ (Samuel Beckoff) ได้ให้ความหมายไว้ว่า หนังสือพิมพ์เป็นอุปกรณ์การสื่อสารมวลชนประเภทตีพิมพ์ออกจำหน่ายเป็นประจำและสม่ำเสมอ (Beckoff, 1965 : 5)

จูเลียน อาดัมส์ (Julian Adams) ได้ให้ความหมายว่า หนังสือพิมพ์เป็นสิ่งพิมพ์ที่ออกจำหน่ายสม่ำเสมอเป็นประจำทุกวัน มักจะพิมพ์ในเมืองหลวงหรือเมืองใหญ่ๆลงข่าวทุกชนิด อาทิ ข่าวธุรกิจ ข่าวกีฬา ข่าวสังคม และข่าวบันเทิง เป็นต้น ข่าวที่นำมาลงเป็นข่าวสด ซึ่งเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในวันนั้น หรืออย่างช้าไม่เกิน 2-3 วัน (Adams, 1959 : 29)

จากการให้นิยามความหมายของคำว่า หนังสือพิมพ์ จากนักสื่อสารมวลชนและนักนิเทศศาสตร์ข้างต้น ผู้ศึกษาสามารถสรุปได้ว่า หนังสือพิมพ์คือสิ่งพิมพ์รูปแบบหนึ่ง ที่มีการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร เหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นรายวันมีความคลุมในประเด็นของแต่ละด้านที่เกิดขึ้นในสังคม ซึ่งจะนำเสนอข้อมูลที่เป็นที่น่าสนใจของประชาชน โดยมีการกำหนดระยะเวลาพิมพ์ออกมาในลักษณะของรายวัน รายสัปดาห์ หรือรายเดือน เพื่อเผยแพร่สู่สาธารณชนได้อ่านข่าวสาร

ซึ่งโดยทั่วไปการจัดแบ่งประเภทหรือรูปแบบของหนังสือพิมพ์ อาจจำแนกได้หลายรูปแบบ ตามลักษณะดังต่อไปนี้ (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533 : 162)

1. ความถี่ของการตีพิมพ์ หมายถึง หนังสือพิมพ์ที่ถูกแบ่งประเภทโดยกำหนดระยะเวลาที่ออกจำหน่ายในครั้งหนึ่งๆ โดยมากจะมีระยะเวลาในการจำหน่าย 2 แบบ คือ

1.1 หนังสือพิมพ์รายวัน (Dailies) เป็นหนังสือพิมพ์ที่ต้องตีพิมพ์ให้หมดตลาดภายในแต่ละวัน อายุของหนังสือพิมพ์จึงสั้น ลักษณะเด่นอยู่ที่ความสดและความรวดเร็ว ในการเสนอข่าวโดยเฉพาะ จะต้องมียอดถูกเนื่องจากต้องการให้ลูกค้าซื้อทุกวัน ดังนั้นหนังสือพิมพ์จึงจำเป็นต้องมีโฆษณาและยอดจำหน่ายสูง เพื่อทดแทนกำไรต่อฉบับที่น้อย เช่น ไทยรัฐ เดลินิวส์ และแนวหน้า เป็นต้น

1.2 หนังสือพิมพ์รายสัปดาห์ (Weeklies) คือ หนังสือพิมพ์ที่กำหนดออกทุก 7 วัน จึงไม่ได้เน้นความสดของข่าว แต่ยังคงเน้นการเสนอข้อเท็จจริง สนเทศ ข้อมูล สารคดี และบทวิเคราะห์ที่ทันสมัย เช่น ผู้จัดการ และฐานเศรษฐกิจ

2. ปริมาณการไหลเวียน หรือจำนวนพิมพ์ (Circulation Size) โดยจำแนกได้เป็น 2 ระดับ

2.1 ขนาดใหญ่ ส่วนมากเป็นหนังสือพิมพ์ที่ดำเนินกิจการอยู่ในกรุงเทพฯ มียอดการจำหน่ายสูงและมักเปิดตลาดไปทั่วประเทศ ทำให้กลายเป็นหนังสือพิมพ์ระดับชาติ บางฉบับอาจต้องจัดพิมพ์เป็นหลายกรอบใน 1 วัน อาทิ กรอบแรก และกรอบหลัง เพื่อประโยชน์ในการวางตลาดให้กว้างมากขึ้น ดังนั้นหนังสือพิมพ์ขนาดใหญ่จะมีอิทธิพลต่อสังคมการเมือง ค่อนข้างสูง เช่น ไทยรัฐ เดลินิวส์ และสยามรัฐ เป็นต้น

2.2 ขนาดเล็ก มักเป็นหนังสือพิมพ์ที่ดำเนินกิจการตามภูมิภาค หรือที่เรียกว่า หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น มียอดพิมพ์น้อยเฉพาะผู้อ่านในท้องถิ่น ขอบเขตตรงเนื้อหาจึงแคบเฉพาะข่าวท้องถิ่น ดังนั้น ความสำคัญและอิทธิพลต่อสังคมการเมืองในระดับประเทศจึงน้อย และมักประสบปัญหาในการดำเนินกิจการและการลงทุน

3. หนังสือพิมพ์เฉพาะทาง (Special-Service Newspaper) คือหนังสือพิมพ์ที่ดำเนินกิจการเฉพาะกลุ่มเป้าหมายบางกลุ่ม หรือเฉพาะกลุ่ม (Segmentation) ทำให้การเสนอสารสนเทศมีลักษณะเฉพาะไปด้วย จึงเสมือนเป็นหนังสือพิมพ์สำรอง เหมาะกับความสนใจเป็นพิเศษที่เพิ่มเติมจากหนังสือพิมพ์ทั่วไป เช่น หนังสือพิมพ์ธุรกิจ หนังสือพิมพ์จีน เป็นต้น

4. เนื้อหาของหนังสือพิมพ์ สามารถจำแนกได้ 2 ลักษณะดังนี้ (มาลี บุญศิริพันธ์, 2531: 3)

4.1 หนังสือพิมพ์ประเภทปริมาณ (Popular Newspaper) คือหนังสือพิมพ์ที่ให้ความสำคัญกับข่าวประเภทเร้าอารมณ์ ตื่นเต้น เช่น ข่าวอุบัติเหตุ ข่าวอาชญากรรม ข่าวบันเทิง ข่าวภัยพิบัติต่างๆ ข่าวที่เกี่ยวข้องกับเพศ ข่าวบุคคล ตลอดจนข่าวความขัดแย้งรุนแรงต่างๆที่คนทั่วไป สนใจ บางที่เราเรียกขานนี้ว่า ข่าวเบา (Soft News) โดยเนื้อหาสามารถเข้าใจได้ทันที ไม่ต้องนำไปคิดต่อ จึงเป็นที่นิยมสำหรับผู้อ่านระดับกลางลงไป ลักษณะการจัดหน้าค่อนข้างฉูดฉาด พาดหัวโต เน้นภาพประกอบเป็นส่วนสำคัญในการจูงใจให้คนอ่าน ตลอดจนใช้ภาษาและลีลาเร้าความรู้สึกผู้อ่าน หนังสือพิมพ์ประเภทนี้จะมุ่งที่ปริมาณการจำหน่าย นักวิชาการจัดข่าวประเภทนี้เป็นข่าวที่ให้ผลตอบแทนทางอารมณ์โดยทันที รูปแบบการเขียนเต็มไปด้วยสีสันจินตนาการ และมักใช้ภาษาสามัญเสมอ เช่น ไทยรัฐ เดลินิวส์ ข่าวสด เป็นต้น

4.2 หนังสือพิมพ์ประเภทคุณภาพ (Quality Newspaper) หนังสือพิมพ์ประเภทนี้เน้นที่คุณภาพ หมายถึงลักษณะการเสนอเนื้อหาที่มีผลกระทบต่อสังคม ลักษณะเนื้อหาสาระค่อนข้างหนัก (Hard News) เช่น ข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวต่างประเทศ เน้นการรายงานวิเคราะห์สถานการณ์หรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ประกอบในคอลัมน์หน้าในด้วย ลักษณะการจัดหน้าหนึ่งมักจะเรียบง่าย เป็นระเบียบไม่หวือหวา หนังสือพิมพ์ประเภทนี้จำนวนจำหน่ายไม่สูงมากนัก ผู้อ่านประเภทนี้มักอยู่ในวงค่อนข้างจำกัด เฉพาะกลุ่มบุคคลที่มีความสนใจในความเคลื่อนไหวของข่าวสารการเมืองมากกว่าผู้อ่านหนังสือพิมพ์ประเภทปริมาณ เช่น ข่าวเศรษฐกิจ การเมือง สังคม การศึกษา ผู้นิยมอ่านมักจะเป็นผู้บริหาร ผู้ที่มีการศึกษาพอสมควร ข่าวประเภทนี้มุ่งสนองความรู้ ความคิดเห็นเป็นสำคัญ ให้ผลตอบแทนแก่ผู้อ่านในระยะยาว ทำให้ผู้อ่านเกิดความรู้ ความเข้าใจ และเป็นประโยชน์ในการนำไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์ต่างๆ เช่น เป็นข้อมูลช่วยในการตัดสินใจ วิพากษ์วิจารณ์ แสดงความคิดเห็น รูปแบบการเขียนไม่เร้าอารมณ์ ค่อนข้างจริงจังใช้เหตุผลมากกว่าใช้สำนวนโวหาร เช่น หนังสือพิมพ์มติชน

### รูปลักษณะของข้อเขียนในหนังสือพิมพ์

หนังสือพิมพ์เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่ประชาชนให้ความสนใจในปัจจุบัน เพราะมีรายละเอียดเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวในสังคมให้ประชาชนทราบความเป็นอยู่ต่างๆของบ้านเมือง ซึ่งในหนังสือพิมพ์ก็จะมีลักษณะข้อเขียนในลักษณะต่างๆ ได้แก่ ข่าว คอลัมน์ บทความ บทบรรณาธิการ ฯลฯ ซึ่งจะอธิบายรายละเอียดดังต่อไปนี้

## การเขียนข่าว

ในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตสถาน พ.ศ.2525 ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่าข่าวคือการบอกเล่าเรื่อง ซึ่งโดยปกติมักเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นใหม่เป็นที่น่าสนใจ คำบอกกล่าว คำเล่าลือ ข่าวจึงหมายถึง เหตุการณ์ สถานการณ์ที่เกิดขึ้นหรือมีแนวโน้มว่าจะเกิดที่มีความน่าสนใจและมีความสำคัญ และได้รับการรายงานได้อย่างทันที(นาฏยา ตนานนท์, 2546)

ประเภทของข่าว การแบ่งประเภทข่าวสามารถพิจารณาได้หลายแง่มุมด้วยกัน ได้แก่

1. ประเภทของข่าวซึ่งพิจารณาในแง่ระดับข่าว ซึ่งแบ่งเป็น “ข่าวหนัก” ซึ่งเน้นเนื้อหาสาระมากกว่าความบันเทิง และ “ข่าวเบา” ซึ่งเน้นความบันเทิง หรือผลต่ออารมณ์ความรู้สึกของผู้อ่านเป็นหลัก

2. ประเภทของข่าวซึ่งพิจารณาในแง่ระดับความรู้สึกตอบสนองของผู้อ่านได้แก่ ข่าวที่ผู้อ่านรู้สึกตอบสนองได้ทันที แต่เป็นการตอบสนองในระยะสั้นๆ ได้แก่ข่าวบันเทิง อาชญากรรม อุบัติเหตุ และข่าวที่ผู้อ่านตอบสนองช้า เพราะต้องใช้ความคิดพิจารณาเนื้อหาให้เข้าใจอย่างถ่องแท้ ได้แก่ ข่าวการเมือง เศรษฐกิจ การศึกษา เป็นต้น

3. ประเภทของข่าวซึ่งพิจารณาจากวิธีการนำเสนอข่าว ซึ่งแบ่งเป็นข่าวที่มีวิธีการเสนอข่าวเน้นที่เหตุการณ์ (Event entered) เน้นที่เนื้อหาสาระโดยตรง หมายถึง ข่าวที่เสนอเนื้อหาสาระข้อเท็จจริงตรงไปตรงมาตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง เช่น ข่าวจับพ่อค้ายาบ้า เนื้อข่าวจะเสนอข้อมูลว่าใครถูกจับ ที่ไหน เมื่อไร สภาพเหตุการณ์เป็นอย่างไร เป็นต้น ข่าวที่มีวิธีการเสนอข่าวเน้นที่กระบวนการเกี่ยวเนื่องของข่าว (Process centered) กล่าวคือ การนำเสนอข่าวในลักษณะนี้จะเน้นที่การอธิบายตีความ หรือแปลความหมาย การนำความเห็นของผู้ที่เกี่ยวข้องมาสนับสนุนมากกว่าการนำเสนอเนื้อหาสาระของข่าว ทั้งนี้เพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจสาเหตุของการเกิดเหตุการณ์นั้น ผลกระทบต่อเหตุการณ์นั้นว่ามีต่อใครบ้าง และเพื่อสร้างความสนใจผู้อ่านให้เกิดความอยากรู้ สงสัย เห็นอกเห็นใจ สนุกสนานเพลิดเพลิน การเขียนลักษณะนี้จะใช้ลีลาการเขียนแบบสารคดี (ศุภิสรา เปี่ยมราศี, 2546)

การเขียนข่าวมีรูปแบบของโครงสร้างที่ค่อนข้างตายตัว องค์ประกอบแต่ละอย่างของโครงสร้างแสดงบทบาทหน้าที่แตกต่างกันออกไปตามวัตถุประสงค์ เพื่อตอบสนองต่อวัตถุประสงค์หลักคือต้องการสื่อสารเพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจมากที่สุดและใช้เวลาน้อยที่สุด โครงสร้างของข่าวหนังสือพิมพ์มีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ส่วนสำคัญได้แก่

หัวข้อ (Headline) หัวข้อเป็นหัวใจสำคัญของการเขียนข่าว เพราะเป็นแหล่งแรกที่จะบอกผู้อ่านให้ทราบว่าข่าวน่าสนใจอะไรบ้าง นอกจากนี้หัวข้อยังมีหน้าที่ที่สำคัญคือการสร้างความดึงดูดใจของผู้อ่าน โดยการใช้คำหรือหัวข้อที่น่าสนใจ สะดุดตา และชวนติดตาม หน้าที่ประการต่อมา คือการให้สาระสำคัญของข่าว ซึ่งจะช่วยประหยัดเวลาของผู้อ่าน โดยผู้อ่านสามารถทราบได้ทันทีจากหัวข้อเรื่องหรือข่าวที่เสนอนั้น เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์อะไรบ้าง ส่วนลักษณะของภาษาที่ใช้พาดหัวข่าวนั้น จะเป็นลักษณะเฉพาะตัว ถ้อยคำ

สำนวน โวหาร ส่วนใหญ่ใช้ภาษาพูด เป็นส่วนประกอบการเขียนหนังสือพิมพ์และเมื่อหนังสือพิมพ์ออกสู่มวลชน จึงมีอิทธิพลต่อผู้อ่านในด้านการใช้ภาษา และผู้อ่านจินตนาการ เกิดการเลียนแบบ

**ความนำ (Leads)** เป็นส่วนประกอบที่มีความเด่นสำคัญที่สุดของเรื่องราวหรือเป็นการสรุปใจความสำคัญ หรือย่อเรื่องสำคัญของข่าวที่เสนอ โดยบรรณานำนั้นต้องตอบคำถามตามกฎแจสำคัญของข่าว ซึ่งได้แก่ ใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร ทำไม อย่างไร ซึ่งผู้อ่านจะทราบสาระสำคัญของข่าวได้อย่างรวดเร็ว

**ส่วนเชื่อม (Neck)** ส่วนเชื่อมเป็นระหว่างส่วนต่อระหว่างความนำ กับเนื้อข่าว อาจจะเป็นข้อความเพียงไม่กี่ประโยค หรืออาจจะเป็นย่อหน้า เป็นการเชื่อมโยงจากความนำไปสู่ตัวเนื้อข่าว ทำให้เกิดความสัมพันธ์และดำเนินเรื่องได้อย่างต่อเนื่อง

**เนื้อเรื่อง (Details)** เป็นส่วนประกอบที่ทำให้รายละเอียดของเรื่องราวให้ผู้อ่านได้รับทราบ และเข้าใจลำดับความสำคัญของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งหมด เป็นส่วนที่จะให้ข้อมูลและความละเอียดที่มากกว่าในส่วนบรรณานำ โดยรูปแบบการเขียนข่าวส่วนใหญ่จะเป็นแบบพีระมิดหัวกลับ คือสิ่งที่สำคัญที่สุดจะถูกนำเสนอก่อน ส่วนที่สำคัญรองๆลงไปจะถูกนำเสนอในลำดับถัดไป

### **บทความ**

บทความเป็นความเรียงชนิดหนึ่งของผู้เขียนรวบรวม เรียบเรียง ถ่ายทอดสาระความคิดสู่ผู้อ่านอย่างเป็นระบบด้วยภาษาที่เหมาะสม ประกอบด้วย สาระ ข้อเท็จจริง บวกกับความคิดเห็นที่ผู้เขียนต้องการแสดงออก ในประเด็นเรื่องใดๆ บทความจึงหมายถึง ข้อเขียนแสดงความคิดเห็นที่ปรากฏในหน้าหนังสือพิมพ์ สามารถแยกตามวัตถุประสงค์และเนื้อหาในการนำเสนอความเห็นนั้น ได้แก่ บทความวิชาการ บทความวิเคราะห์ บทความวิจารณ์ บทความแสดงความคิดเห็น เป็นต้น บทความจะปรากฏอยู่ในคอลัมน์ต่างๆ บทความในหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องที่เกิดขึ้น และยังอยู่ในกระแสความสนใจของประชาชน กำลังเป็นข่าว หรือไม่เป็นข่าว แต่อาจมีผลกระทบต่อประชาชนด้านใดด้านหนึ่ง บทความส่วนใหญ่มีสาระเพื่อสื่อความคิดเห็นของผู้เขียนเป็นแกนหลัก (มาลี บุญศิริพันธ์, 2550)

บทความทวีความสำคัญขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับข้อเขียนประเภทอื่นๆ เพราะปัจจุบัน มีผู้นิยมอ่านบทความมากขึ้นตามลำดับ โดยเฉพาะผู้ที่ติดตามอ่านข่าวสารบ้านเมืองเป็นประจำ มักต้องการรับรู้ทัศนคติ ความคิดเห็นจากผู้เขียนบทความที่เป็นแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ มีความเชี่ยวชาญในเรื่องที่เขียน ความคิดเห็นในหนังสือพิมพ์จึงมีประโยชน์และคุณค่าที่ผู้อ่านคาดหวัง และมีบทบาทสำคัญต่อระบอบเสรีประชาธิปไตย

### **บทบรรณาธิการ**

รู้จักกันทั่วไปว่า บทนำ หมายถึง บทความประเภทที่แสดงความคิดเห็นในนามหนังสือพิมพ์ทั้งฉบับต่อเรื่องราวที่กำลังเป็นประเด็นของสังคม ลักษณะข้อเขียนของบทบรรณาธิการ คือ ข้อเขียนที่ไม่ลงชื่อผู้เขียนและปรากฏในหน้าบทบรรณาธิการ

จุดเด่นของบทบรรณาธิการ คือ บทความที่ปรากฏในหน้าบทบรรณาธิการ เป็นข้อเขียนเดี่ยวที่หนังสือพิมพ์ หรือบรรณาธิการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข่าว โดยความคิดเห็นที่บรรณาธิการแสดงออกในนามหนังสือพิมพ์ทั้งฉบับ ต้องผ่านวินิจฉัยอย่างรอบคอบจากการประชุมกองบรรณาธิการ เพื่อชี้แนะหรือทางออกที่ดีที่สุดในการแก้ปัญหาสังคมอย่างเป็นกลาง ความสำคัญของบทบรรณาธิการอยู่ที่ความสามารถในการสะท้อนนโยบายและจุดยืนของหนังสือพิมพ์ต่อเรื่องที่แสดงความคิดเห็น บทบรรณาธิการมักจะใช้คำว่าเรา ซึ่งหมายถึงกองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ เนื่องจากผู้อ่านบทบรรณาธิการ ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มบุคคลที่มีบทบาทในสังคม เช่น นักการเมืองข้าราชการ ปัญญาชน มีบทบาทหน้าที่ในการรวบรวมความเห็นประกอบการกำหนดนโยบายที่เหมาะสมแก่สังคมได้ บรรณาธิการจึงเป็นข้อเขียนที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดทิศทางของสังคมได้ระดับหนึ่ง การเสนอความเห็นในบทบรรณาธิการต้องกระทำอย่างรอบคอบ รัดกุม เทียบตรง ถูกต้อง ซึ่งบทบรรณาธิการที่ดีควรมีบทบาทดังนี้

1. การเป็นแหล่งแสดงความคิดเห็นสะท้อนนโยบายของหนังสือพิมพ์ที่เกี่ยวกับกับสิ่งที่เกิดขึ้น
2. เป็นสื่อที่แสดงออกถึงความต้องการของชุมชนที่หนังสือพิมพ์สังกัดอยู่
3. เป็นสื่อกลางที่ถ่ายทอดความเห็นที่เป็นประโยชน์สาธารณะ
4. เป็นผู้นำทางความคิด ทศนคติ ค่านิยม ของชุมชนและสังคม

### คอลัมน์

หมายถึง ข้อเขียนที่ปรากฏในคอลัมน์ของหนังสือพิมพ์ โดยเสนอเนื้อหาที่หลากหลายประเภท จำแนกตามชื่อคอลัมน์ มีความยาวที่จบในพื้นที่กำหนด ให้สาระน่าสนใจหรือนำไปสู่ความสนใจของผู้อ่าน ตั้งแต่เรื่องเบาสมองจนถึงเรื่องหนักระดับชาติ “คอลัมน์” เป็นประเภทข้อเขียนที่ในหนังสือพิมพ์ที่ให้ความสะดวกแก่ผู้อ่านในการจดจำ เลือกอ่านข้อความที่ตนชอบได้รวดเร็ว คอลัมน์ส่วนใหญ่ในหนังสือพิมพ์รายวัน มีเนื้อหาในทางแสดงความคิดเห็น (Commendations) เกี่ยวกับกับข่าว และเหตุการณ์ปัจจุบัน ผู้เขียนประจำคอลัมน์เหล่านี้เรียกว่า “คอลัมนิสต์” (Columnist) หมายถึง ผู้เขียนบทความในคอลัมน์หนังสือพิมพ์เป็นประจำ โดยลงชื่อผู้เขียนด้วย

คอลัมน์ในหนังสือพิมพ์เป็นข้อเขียนที่มีความสมบูรณ์ในตนเอง เนื่องจากเนื้อที่จำกัดเป็นเหตุให้งานเขียนในหนังสือพิมพ์ต้องกระชับรัดกุม ลงชื่อผู้เขียน กำหนดวางในตำแหน่งประจำ เพื่อสร้างความคุ้นเคยให้ผู้อ่านเปิดได้ทันที

### บทบาทและหน้าที่ของหนังสือพิมพ์

โจเซฟ พูลิตเซอร์ (Joseph Pulitzer ) นักหนังสือพิมพ์ในปลายศตวรรษที่ 19 จำแนกบทบาทของหนังสือพิมพ์ในระบอบประชาธิปไตย ได้เป็น 4 บทบาท ดังนี้ (อ้างถึงใน สิริทิพย์ ชันสุวรรณ, 2539 : 9-12)

1. บทบาทการเป็นนายทวาร (Gatekeeper) ในหนังสือพิมพ์จะมีนายทวารประจำด้านอยู่เป็นจำนวนมากนับตั้งแต่ผู้สื่อข่าว ผู้เรียบเรียงข่าว (Rewriter) บรรณาธิการข่าวแต่ละหน้าที่ผู้ทำบรรณาธิกรณ (Sub-editor or copy-editor) ไปจน ถึงบรรณาธิการใหญ่ บุคคลเหล่านี้จะใช้วิจารณ์คุณค่าข้อมูลข่าวสารที่รวบรวมมาได้ แล้วคัดลอกข้อมูลข่าวสารที่มีคุณค่าและตรงต่อความสนใจใคร่รู้ของผู้รับสารก่อนจะตัดสินใจ “เปิดประตู” ให้ข่าวสารเหล่านั้นหลั่งไหลไปสู่การรับรู้ของสาธารณชน ในการประเมินคุณค่าข้อมูลข่าวสารเหล่านั้น นายทวาร (Gatekeeper) สามารถที่จะเพิ่มเติมข้อมูลที่ได้รับทราบมาจากแหล่งข่าวอื่นเป็นการเสริมอิทธิพลให้ข่าวสารบางส่วน รวมทั้งสามารถปฏิเสธที่จะ “เปิดประตู” ไม่ให้ข่าวสารนั้นออกไปสู่ผู้รับสารได้ด้วย

2. บทบาทการเป็นผู้แจ้งข่าวสาร (Informer) บทบาทของหนังสือพิมพ์ในฐานะที่เป็นผู้แจ้งข่าวสารนั้นปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงรูปแบบ และพัฒนาก้าวหน้าไปมากตามความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารจากที่หนังสือพิมพ์เคยเป็นสื่อซึ่งทำหน้าที่แจ้งข่าวสารแก่สาธารณชนอย่างรวดเร็ว ความรับผิดชอบในบทบาทนี้กลับเปลี่ยนมือไปสู่สื่อโทรทัศน์และวิทยุ ซึ่งสามารถปฏิบัติหน้าที่แจ้งข่าวสารได้รวดเร็วกว่าหนังสือพิมพ์มากอย่างไรก็ดี ในบทบาทนี้หนังสือพิมพ์คงความได้เปรียบสื่อโทรทัศน์และวิทยุอยู่ กล่าวคือ หนังสือพิมพ์ไม่ว่าจะเป็นรายวัน หรือรายสัปดาห์กลับสามารถเจาะลึกเข้าไปในเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ นอกเหนือจากการเสนอเหตุการณ์เล็กๆที่เป็นสายใยของสังคมต่างๆไป ตลอดจนหนังสือพิมพ์สามารถเสนอการวิเคราะห์แยกแยะปัญหานั้นๆเพื่อหาทางหนีทีไล่ให้แก่ประชาชนอีกด้วย

3. บทบาทการเป็นสุนัขยาม (Watchdog) ความรับผิดชอบมูลฐานของหนังสือพิมพ์นั้น คือการขุดคุ้ยเปิดโปง ความอ่อนแอหรือบกพร่อง ในการบริหารงานของรัฐบาลให้ประชาชนเจ้าของประเทศได้ทราบ ทั้งหนังสือพิมพ์ยังต้องรับผิดชอบป้องกันไม่ให้เจ้าหน้าที่ของรัฐใช้อำนาจปฏิบัติหน้าที่ในทางที่ผิด หรือเกินขอบเขตที่ได้รับมอบหมายจากประชาชนด้วย ความรับผิดชอบนี้ หนังสือพิมพ์จึงต้องเฝ้าจับตาดูการทำงานของรัฐบาลให้เป็นไปตามนโยบาย และคำมั่นสัญญาที่เคยให้ไว้แก่ประชาชน เสมือนสุนัขเฝ้าจับตาดูหวัชไม้มไม่ให้ล่องล้ำเข้าบ้านในยามค่าคืนนั่นเอง

4. บทบาทการเป็นเจ้าหน้าที่รับเรื่องราวร้องทุกข์ (Ombudsman) คำว่า Ombudsman เป็นภาษาสวีเดน เดิมหมายถึง เจ้าหน้าที่รับเรื่องราวร้องทุกข์จากราชฎูร ซึ่งกล่าวโทษทางการบ้านการเมืองหรือเจ้าพนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่มิชอบ แต่ในทางวารสารศาสตร์นั้นคำว่า Ombudsman ถูกนำไปใช้ 2 กรณีด้วยกัน กรณีแรกเป็นการใช้ในลักษณะการตรวจสอบและวิจารณ์ตนเอง (Self-criticism) เมื่อหนังสือพิมพ์ได้รับการร้องเรียนจากผู้อ่านว่า ผู้ร่วมวงเดียวกันประพฤติ และปฏิบัติหน้าที่ไม่ตรงตามจริยธรรมของหนังสือพิมพ์ที่ดี ส่วนอีกกรณีหนึ่ง เป็นบทบาทของหนังสือพิมพ์ที่จะต้องรับใช้สาธารณชน เสมือนเป็นเจ้าหน้าที่รับเรื่องราวร้องทุกข์ เมื่อประชาชนได้รับการปฏิบัติที่ไม่ถูกต้องตามทำนองคลองธรรมจากเจ้าหน้าที่ของรัฐ และประชาชนร้องเรียนมายังหนังสือพิมพ์ทั้งด้วยตนเองผ่านทางเนื้อหาที่เป็น “จดหมายจากผู้อ่านถึงบรรณาธิการ” ให้



หนังสือพิมพ์ตรวจสอบการปฏิบัติงานและพฤติกรรมที่ไม่ถูกต้องนั้นๆ ในกรณีนี้หนังสือพิมพ์อาจจะออกไปสืบสวน เพื่อหาข้อเท็จจริงมาเสนอต่อผู้อ่านด้วยการรายงานข่าวจากการวิเคราะห์วิจารณ์อื่นๆ

นอกจากนี้หนังสือพิมพ์ยังมีบทบาทความรับผิดชอบต่อการให้บริการชุมชนในด้านต่างๆ ที่สำคัญด้วย (ดร.ณิ หิรัญรักษ์, 2529: 5-9 อ้างถึงใน ธนวรรณ กัมมารเจษฎากุล, 2547: 18-20 ) ดังนี้

1. ให้ข้อเท็จจริงที่สำคัญ หนังสือพิมพ์ทำหน้าที่ประกาศเกี่ยวกับการประชุม แจ้งการเกิด การตาย ของบุคคล ตลอดจนการแต่งงานและข้อเท็จจริงในเรื่องราวต่างๆ ที่สำคัญเกี่ยวกับสิ่งที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน หนังสือพิมพ์จะทำหน้าที่เป็นผู้เตือน เมื่อถึงเวลาที่ประชาชนต้องเสียภาษี หรือทำการเลือกตั้ง เป็นต้น ซึ่งในการรายงานข่าวหรือข้อเท็จจริงต่างๆ ต้องอาศัยความรวดเร็ว ความทันสมัยต่อเหตุการณ์ สิ่งที่สำคัญคือความถูกต้องของข้อมูล

2. ให้การศึกษา หนังสือพิมพ์จะให้ความรู้ให้การศึกษา ความรู้เหล่านี้ผู้อ่านจะได้รับจากการอ่าน คอลัมน์และบทความต่างๆ ที่มีในหนังสือพิมพ์ คอลัมน์นี้ที่มักจะมีและได้อ่านเป็นประจำได้แก่ คอลัมน์แพทย์ ซึ่งเป็นคอลัมน์ที่ตอบปัญหาผู้อ่านเกี่ยวกับปัญหาด้านสุขภาพ โรคภัยไข้เจ็บ และวิธีป้องกัน เป็นต้น

3. ให้ความสำคัญต่อข่าว หนังสือพิมพ์จะให้ความสำคัญต่อสิ่งที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นบุคคลสถานที่ หรือเหตุการณ์ และความสำคัญเหล่านี้ต้องสอดคล้องกับความสดและทันต่อเหตุการณ์

4. มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของประชาชน หนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่จะเปิดโอกาสให้ผู้อ่านได้แสดงความคิดเห็นในเรื่องที่เขาสนใจผ่านทางหน้าหนังสือพิมพ์ หนังสือพิมพ์จึงทำหน้าที่เป็นเสมือนเวทีแสดงความคิดเห็น และแลกเปลี่ยนทัศนคติระหว่างหนังสือพิมพ์เองกับประชาชนทั่วไป ผู้อ่านมีโอกาสได้รับความความคิดเห็นจากทั้ง 2 ฝ่าย หนังสือพิมพ์จึงทำหน้าที่ดูแลชุมชนในระบอบประชาธิปไตยได้เป็นอย่างดี

5. ส่งเสริม สนับสนุนความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชน หนังสือพิมพ์จะทำหน้าที่ส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนา และการเติบโตของชุมชน ไม่ว่าในด้านการโฆษณา หรือประชาสัมพันธ์ชุมชนให้โลกภายนอกให้ทราบถึงความเคลื่อนไหวและการเปลี่ยนแปลง เพื่อนำไปสู่การพัฒนาและปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น

6. เป็นสถาบันย่อยในการบริการชุมชน หนังสือพิมพ์ถึงแม้จะไม่ใช้สถาบันอื่นก็ตาม แต่หนังสือพิมพ์มีบทบาทที่สำคัญในการให้บริการดังกล่าวเพราะเป็นลักษณะธรรมชาติของหนังสือพิมพ์

7. ผลิตข่าวสารและการโฆษณา ข่าวสารเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับสังคมและมนุษย์อย่างมาก การโฆษณาสินค้ามีบทบาทสำคัญมากขึ้น เมื่อสังคมมีการปฏิวัติอุตสาหกรรมและการค้าขาย การแข่งขันจึงตามมาในรูปแบบของการชักจูง โน้มน้าว เพื่อสนับสนุนสินค้าของตนให้กว้างขวางและเป็นที่รู้จัก หนังสือพิมพ์จึงมีบทบาทสำคัญในการให้บริการด้านข่าวสารและการโฆษณา

8. สร้างธุรกิจชุมชน หนังสือพิมพ์ทำหน้าที่ประสานงานวงการธุรกิจกับประชาชนในชุมชนโดยการเป็นสื่อกลางในการโฆษณาสินค้าเพื่อให้ลูกค้าได้ผลประโยชน์ในการทราบว่าสินค้าอะไรที่ผลิตออกมาสู่ตลาด ประชาชนสามารถเลือกซื้อสินค้าได้จากการอ่านโฆษณาในหนังสือพิมพ์

9. พัทธ์และคุ้มกันประชาชน หนังสือพิมพ์ทำหน้าที่ประสานงานกับผู้พิทักษ์สันติราษฎร์ได้เป็นอย่างดี โดยหนังสือพิมพ์ความลับหน้า การเคลื่อนไหวของการทำงานของเจ้าหน้าที่ในวงราชการที่มีหน้าที่โดยตรงกับกิจการบางอย่าง การตีพิมพ์ข่าวสารดังกล่าวทำให้ประชาชนได้ทราบและหาวิธีป้องกัน จากคำเตือนที่ได้รับจากหนังสือพิมพ์

10. ปกป้องเสรีภาพของประชาชน หนังสือพิมพ์ทำหน้าที่ปกป้องประชาชนในระบอบสังคมที่มีการปกครองระบอบประชาธิปไตย โดยเฉพาะสิทธิมนุษยชน ในด้านการแสดงออกซึ่งความคิดเห็น

### อิทธิพลของสื่อหนังสือพิมพ์

หนังสือพิมพ์เป็นสื่อมวลชนชนิดหนึ่งในจำนวนหลายชนิดที่เผยแพร่ข่าวสารความรู้ ความคิด และความบันเทิงไปสู่ประชาชน หนังสือพิมพ์ที่ดีมีคุณภาพ ก็จะมีส่วนในการยกระดับความเป็นอยู่ของประชาชนให้สูงขึ้น และหนังสือพิมพ์ที่ไร้คุณภาพก็จะกดประชาชนและสังคมให้ตกต่ำลง ดังนั้นหนังสือพิมพ์จึงเป็นสิ่งที่รัฐบาลจำเป็นต้องเอาใจใส่ สอดส่องดูแล และควบคุม เพราะหนังสือพิมพ์สามารถที่จะปลุกกระดม แทรกซึม โน้มน้าวให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางความคิด เจตคติ และพฤติกรรม หรือจริยธรรมของสังคมได้มาก ซึ่งอาจนำไปในทางสร้างสรรค์หรือทำลายก็ได้ ซึ่งสาเหตุที่สื่อหนังสือพิมพ์มีอิทธิพลนั้นเพราะ

1. หน้าที่ของหนังสือพิมพ์ อันได้แก่ หน้าที่ในการเสนอข่าวสารแก่สาธารณชน หน้าที่ในการเสนอแนะแนวทางแก่สังคมในรูปของบทความ ความคิดเห็น หรือข้อทักท้วง และหน้าที่ในการให้ความบันเทิงและบริการต่างๆ ดังนั้นศิลปะในการนำเสนอข่าว หรือเทคนิคในการถ่ายทอดเรื่องราว จึงควรอยู่ในขอบเขตที่เหมาะสมสร้างสรรค์ และดำเนินไปด้วยความรับผิดชอบ

2. ลักษณะของหนังสือพิมพ์ที่แฝงไว้ด้วยความพิเศษ คือ หนังสือพิมพ์เป็นสิ่งที่ราคาถูก หาซื้อได้ง่ายทั่วไป หนังสือพิมพ์ให้ข่าวสารและรายละเอียดได้ลึกซึ้งกว่ารายการข่าวทางวิทยุหรือโทรทัศน์ และยังประกอบด้วยหลายๆ ข่าวในฉบับเดียว จะอ่านเมื่อใดก็ได้ การนำเสนอภาพและเรื่องราวสามารถเก็บไว้เป็นหลักฐานได้อีกด้วย

จะเห็นว่าหน้าที่หลักของหนังสือพิมพ์ดังกล่าวข้างต้น ก่อให้เกิดการหลั่งไหลของข่าวสารในสังคม ซึ่งก่อให้เกิดอิทธิพลต่อสังคมมากมาย สามารถสรุปได้ดังนี้

1. มีอิทธิพลต่อจิตใจผู้อ่าน
2. ทำให้ค่านิยมของประชาชนเปลี่ยนไป
3. มักตกเป็นเครื่องมือของกลุ่มประโยชน์
4. มีส่วนช่วยในการสร้างประชามติต่างๆ
5. ภาษาอังกฤษจากหนังสือพิมพ์ มีผลต่อภาษาไทยบ้างในบางกรณี
6. อิทธิพลจากวิธีการนำเสนอข่าว

ทั้งนี้หนังสือพิมพ์จะมีอิทธิพลต่อประชาชนมากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่อไปนี้

1. จำนวนและลักษณะของการที่ประชาชนได้รับข่าวสารหรืออ่านโดยตรง
2. อิทธิพลของหนังสือพิมพ์จะมีมากกว่า ถ้าเรื่องราวที่เสนอนั้นสอดคล้องกับความคิดเห็นเดิมของประชาชน แทนที่จะเสนอในทางตรงข้าม
3. ขึ้นอยู่กับเรื่องราวว่าผู้อ่านได้ทราบที่อยู่แล้วหรือไม่

ด้วยเหตุที่ผู้ศึกษาใช้หนังสือพิมพ์เป็นตัวแทนของสื่อมวลชน จึงได้นำบทบาทหน้าที่ อิทธิพลของสื่อหนังสือพิมพ์มาเป็นกรอบในการศึกษาว่า สื่อหนังสือพิมพ์ได้ทำหน้าที่ในฐานะสื่อมวลชนในการเผยแพร่ข่าวเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่นอย่างไร และได้ใช้ แนวคิดเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์ การแบ่งประเภท และรูปแบบของหนังสือพิมพ์ รูปลักษณ์ข้อเขียนของหนังสือพิมพ์ ซึ่งประกอบไปด้วย ข่าว บทความ บทบรรณาธิการ คอลัมน์ มาเป็นกรอบเพื่อศึกษารูปแบบข้อเขียนของหนังสือพิมพ์ ที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่นว่ามี การนำเสนออย่างไร

### แนวคิดเกี่ยวกับข่าวและประเด็นข่าว

ข่าว คือ การบอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับเหตุการณ์ในสังคม โดยเฉพาะเมื่อเหตุการณ์นั้นมีผลกระทบต่อสังคม การเมือง สาธารณชน ข่าวจึงมีไว้เพื่อตอบคำถามสังคม ว่ามีอะไรเกิดขึ้น ใครมีส่วนเกี่ยวข้อง เกิดขึ้นที่ไหน เมื่อไร ทำไมจึงเกิด และมีผลกระทบอย่างไร (Berger, 1990 : 121)

ข่าว คือ การรายงานบางสิ่งบางอย่างที่ใหม่ และเป็นที่น่าสนใจของผู้รับสาร โดยมีคุณค่าอยู่ที่หลายปัจจัย เช่น สถานการณ์ที่เกิดเหตุมีความสัมพันธ์กับผู้รับสาร ผลกระทบที่เกิดขึ้นในวงกว้าง จุดเด่นของเหตุการณ์ เป็นข้อมูลข่าวสารที่ประชาชนต้องการอย่างเร่งด่วน สารสนเทศใหม่ๆที่มีผลกระทบต่อสังคม ข่าวไม่มีความคงทนเมื่อผู้คนเข้าใจแล้วข่าวนั้นก็หมดความสำคัญและจะกลายเป็นประวัติศาสตร์(พัชนี เขยจรรรยา และคณะ, 2538 : 88)

ในแต่ละวันมีข่าวจำนวนมากที่หลั่งไหลมายังโต๊ะของบรรณาธิการข่าว แต่เนื่องจากเวลาและเนื้อที่อันจำกัด จึงเป็นไปได้ยากที่จะนำเสนอข่าวนั้นทั้งหมด ดังนั้นผู้ที่คัดเลือกข่าวที่เหมาะสมกับการตีพิมพ์ จึงต้องทำงานหนักในการคัดเลือกข่าวที่ดีที่สุด และมีประโยชน์กับผู้อ่านมากที่สุด ซึ่งเกณฑ์ในการคัดเลือกข่าวไม่ได้มีตายตัวแน่นอน แต่ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ และผู้มีวิจรรย์ญาณของผู้มีอำนาจในการเลือก

### การประเมินคุณค่าข่าว (News Judgment)

รองศาสตราจารย์ดร.ฉวี หิรัญรักษ์ (อ้างถึงใน ประจักษ์ศิลปาคม, 2548 : 6-7 ) กล่าวว่า เมื่อหนังสือพิมพ์ตัดสินใจพิมพ์ข่าวเรื่องใดเรื่องหนึ่ง จะต้องประเมินคุณค่าข่าวของเหตุการณ์นั้นว่ามีมากน้อยเพียงใด โดยใช้หลักพื้นฐานในการประเมินคุณค่าข่าว 3 ประการดังต่อไปนี้

1. ข้อเท็จจริง (Fact) สื่อมวลชนจะต้องพยายามนำข้อเท็จจริงมานำเสนอต่อผู้รับสาร ต้องระลึกเสมอว่า ข่าวจะต้องมีที่มาจากข้อเท็จจริงของเหตุการณ์ต่างๆดังนี้ ข่าวจะต้องมาจากสถานการณ์ (Situation)

เหตุการณ์(Occurrence) และความคิด(Thoughts) ข้อคิดเห็น(Ideas) ที่เกิดขึ้นจริง ไม่ใช่สิ่งที่เขียนขึ้นตามความรู้สึกนึกคิดของผู้สื่อข่าวเอง ข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นทั้งหมด อาจไม่ได้นำมาเสนอเป็นข่าว เนื่องจากประเด็นบางประเด็น รายละเอียดปลีกย่อยบางข้อ มีความสำคัญค่อนข้างน้อยและขาดความน่าสนใจ ซึ่งไม่จำเป็นต้องนำเสนอข่าวก็เป็นได้

2. ข่าวต้องเป็นสิ่งที่น่าสนใจ (News must be interesting) โดยใช้หลักการประเมินความน่าสนใจ ดังนี้ ที่เกิดขึ้นทั้งหมด อาจจะเป็นสิ่งที่น่าสนใจ หรือไม่น่าสนใจสำหรับการนำเสนอเป็นข่าวก็ได้ระดับความน่าสนใจของข้อเท็จจริง มักจะแตกต่างกันออกไป หากข้อเท็จจริงใดมีความน่าสนใจมาก ย่อมมีคุณค่าข่าวสูงไปด้วย

3. ข่าวจะต้องเป็นสิ่งที่น่าสนใจสำหรับคนหมู่มาก ข่าวมักเป็นเรื่องที่น่าสนใจของประชาชนในวงกว้าง อาจจะเป็นระดับจังหวัด ภูมิภาค ประเทศ หรือนานาชาติ เป็นต้น

จากเนื้อหาข้างต้น พอจะอธิบายได้คร่าวๆว่า ข่าวคือเหตุการณ์ใดๆ ที่เกิดขึ้นแล้ว และได้รับความสนใจ หากไม่น่าสนใจข้อเท็จจริงดังกล่าวก็จะไม่ได้รับการรายงานให้ผู้อ่านทราบ ในทางตรงกันข้าม หากสื่อมวลชนพิจารณาเห็นว่า เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นนั้นอาจก่อให้เกิดความน่าสนใจของเหตุการณ์ลำดับต่อมา ก็จะนำเสนอเป็นข่าวต่อไป

### องค์ประกอบข่าว (News Elements)

นอกจากหลักพื้นฐานในการประเมินคุณค่าข่าวเบื้องต้น รองศาสตราจารย์มาลี บุญศิริพันธ์ (2522 : 26) กล่าวถึง องค์ประกอบของข่าวที่มีความสำคัญต่อการคัดเลือกข่าว และจัดลำดับความสำคัญประกอบด้วย สิ่งต่อไปนี้

1. ความสด (Immediacy) ข่าวต้องได้รับการรายงานอย่างรวดเร็ว เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นถ้าได้รับเสนอต่อผู้อ่านทันที และทันเหตุการณ์ย่อมถือว่ามีคุณค่าด้านความสดสูง

2. ความถูกต้องกับกาลเทศะ (Timeliness) ข่าวที่มีคุณค่าต้องได้รับการรายงานให้ทันเวลาและตรงกับ ความสนใจของประชาชน

3. ความใกล้ชิด (Proximity) โดยปกติคนทั่วไปมักให้ความสำคัญกับคนใกล้ตัวเสมอ เรื่องที่มีความใกล้ชิด และมีผลกระทบต่อผู้อ่านโดยตรงจะมีคุณค่าสูงเป็นพิเศษ

4. ความเด่น (Prominence) ข่าวส่วนมากมักมีองค์ประกอบของความเด่นอยู่ด้วยเสมอ เช่น บุคคลเด่น สถานที่เด่น เหตุการณ์เด่น เป็นต้น

5. ความขัดแย้ง (Conflict) ข่าวที่ปรากฏบนหน้าหนังสือพิมพ์ มักเป็นเหตุการณ์ที่มีเรื่องความขัดแย้งเป็นส่วนมาก ไม่ว่าจะเป็นความขัดแย้งทางความคิด หรือด้านผลประโยชน์ หรือการแข่งขัน โดยปกติวิสัยมนุษย์มักชอบสนใจต่อเรื่องที่ไม่ลงรอยกัน และอยากทราบข้อยุติจากความขัดแย้งนั้น

6. ความผิดปกติ (Oddity) ความผิดปกติจากธรรมชาติ แปรจากธรรมดา มักได้รับความสนใจมาก ยิ่งแปลกมากก็ยิ่งมีคุณค่ามากเช่นกัน

7. ความกระทบกระเทือนอารมณ์ (Human interest) เป็นเหตุการณ์ที่มีองค์ประกอบของความกระทบกระเทือนอารมณ์ของผู้อ่าน ก่อให้เกิดความรู้สึกร่วมกับบุคคลในเหตุการณ์ทั้งในด้านบวกและด้านลบ คือ เห็นใจ ตีใจ สะใจ ฯลฯ

8. ความมีเงื่อนงำ (Suspense) หมายถึง ข่าวที่มีเงื่อนงำ สลับซับซ้อน ยังไม่เป็นที่กระจ่างชัด เช่น การคอร์รัปชัน ทำให้คนอยากรู้อยากติดตาม โดยเฉพาะเรื่องที่มีผลกระทบต่อส่วนรวมจะมีคุณค่าแก่การนำเสนอมากกว่า

9. ผลกระทบกระเทือน (Consequence) คือ เหตุการณ์ที่มีผลกระทบต่อประชาชนเป็นจำนวนมาก เกิดความสูญเสีย กระทบต่อชีวิต ความรู้สึกมวลชน เป็นต้น

10. ความก้าวหน้า (Progress) มนุษย์มีความพยายามดิ้นรนที่จะเอาชนะธรรมชาติอยู่เสมอ มนุษย์จึงได้ค้นคว้าทดลองหาวิธีการใหม่ๆ เพื่อความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ บางครั้งทำให้ประชาชนทั่วโลกสนใจจึงถือว่ามีคุณค่าทางข่าวสูงเช่นกัน

11. เพศ (Sex) ธรรมชาติของมนุษย์มักมีความสนใจเรื่องราวเกี่ยวกับเพศ ทั้งเพศเดียวกัน และต่างเพศ หรือความผิดปกติทางเพศ รวมถึงสิทธิสตรี การประกวดนางงาม

## ประเด็นข่าว

ประสงค์ เลิศรัตนวิสุทธ์ และอังชิตา ลิ้มปัทมปาณี ได้อธิบายถึงแนวคิดของความหมายของการจับประเด็นข่าว ประเภทของประเด็นข่าว การจับประเด็นข่าว และปัจจัยที่มีผลต่อการคัดสรรประเด็นข่าว โดยสรุปได้ดังนี้ (ประสงค์ เลิศรัตนวิสุทธ์ และคณะ, 2547 : 215 - 222)

### 1. ความหมายของประเด็นข่าว

ประเด็นข่าว คือ ส่วนสำคัญที่สุดของเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่มีแง่มุม มีความน่าสนใจอันจะนำไปสู่การรายงานข่าวสาธารณชน ซึ่งนักวิชาชีพหมายถึง ประเด็นข่าว หรือ Point of View หรือ News Peg การรายงานข่าวแต่ละข่าว หรือการสื่อข่าวแต่ละเหตุการณ์มีข้อมูลข่าวสารเป็นจำนวนมาก จำเป็นต้องคัดเลือกเหตุการณ์หรือคัดเลือกแง่มุม การจะได้ประเด็นข่าวที่ดี ต้องผ่านกระบวนการคิดและการจับประเด็น

ความหมายของประเด็นข่าว จึงหมายถึง แง่มุมต่างๆของเหตุการณ์ที่มีความสำคัญที่สุดของเหตุการณ์ เป็นแง่มุมของเหตุการณ์ที่ผู้สื่อข่าวตัดสินว่าสำคัญที่สุดในการนำเสนอไปยังประชาชน

การคัดสรรแง่มุมของเหตุการณ์ออกมาเพื่อนำเสนอเป็นประเด็นข่าวนั้น ผู้สื่อข่าวต้องพิจารณาว่าในสถานการณ์ เหตุการณ์ หรือการแถลงเรื่องต่างๆ ที่เกิดขึ้นสิ่งใดมีความสำคัญโดดเด่นที่สุด โดยอาจพิจารณาจากเกณฑ์องค์ประกอบข่าว ประกอบกับพิจารณาเปรียบเทียบกับช่วงเวลา หรือสถานการณ์ที่แตกต่างกัน

ในเชิงปฏิบัติงานข่าว ถ้าเปรียบเทียบให้เห็นเป็นภาพชัดเจน หลังจากที่คัดสรรเหตุการณ์หรือสถานการณ์เป็นข่าวได้แล้ว โดยพิจารณาองค์ประกอบข่าวและคุณลักษณะของข่าวแล้ว ผู้สื่อข่าวจะเรียงข่าวไว้

บนโต๊ะ ขาวนั้นจะแบ่งเป็นห้องต่างๆ ซึ่งเรียกห้องขาวเหล่านั้นว่า ประเด็น แล้วแต่ผู้สื่อข่าวหรือบรรณาธิการ ขาวจะเลือกหยิบ ห้องขาว อะไรมานำเสนอก่อน

หากจะถามว่าทำไมต้องมีประเด็นขาว หรือประเด็นขาวมีความสำคัญอย่างไร ประเด็นขาวมีประโยชน์ ต่อการทำงานของผู้สื่อข่าวหรือบรรณาธิการ ในการลำดับความสำคัญของข่าว ในการติดต่อสื่อสารระหว่าง ผู้สื่อข่าวและบรรณาธิการ รวมทั้งทำให้ผู้รับสารเข้าใจเรื่องราวหรือเหตุการณ์ได้ง่าย

เรื่องที่เกิดขึ้นมีแง่มุมใดที่มีความสำคัญที่สุดประชาชนควรได้รับรู้ความสำคัญดังกล่าวควรยึดเอา ประชาชนผู้รับสารเป็นสำคัญ โดยผู้สื่อข่าวต้องมีมุมพิจารณาเลือกสรรแง่มุมของข่าวนั้นๆ ออกมา หรือผู้สื่อข่าว มักเรียกว่า จับประเด็น เพื่อนำไปสู่การตรวจสอบ การสัมภาษณ์ การค้นหารายละเอียดเพิ่มเติมก่อนนำไปสู่ ข้อสรุป เพื่อรายงานหรือนำเสนอข่าวนั้น นี่คือความสำคัญของประเด็นขาว

อย่างไรก็ตาม ประเด็นขาวอาจรวมไปถึงแง่มุมของข่าวหรือเหตุการณ์ที่ยังมีเงื่อนงำ หรือยังไม่ถูกทำให้ กระจ่างชัด ซึ่งผู้สื่อข่าวสามารถหยิบแง่มุมที่ยังไม่ชัดเจนจากเหตุการณ์เหล่านั้นมากำหนดเป็นประเด็นในการ ทำข่าว หรือสมมติฐาน ข้อสงสัย เพื่อสืบค้น หรือแสวงหาคำตอบ นำสรุปเพื่อนำเสนอต่อไป การตั้งประเด็นใน การทำข่าวนี้อาจมีลักษณะเดียวกับการตั้งประเด็นในการสืบสวนสอบสวนของตำรวจในการติดตามคดี แต่ผู้สื่อข่าว สามารถตั้งประเด็นขาวขึ้นจากการศึกษาข้อมูลด้านต่างๆ ในเบื้องต้น หรือจากประสบการณ์ทำงานของตน

## 2. ประเภทของประเด็นขาว

ผู้สื่อข่าวต้องมี จมูกข่าวที่ไวต่อการรับรู้ข่าว และอะไรไม่เป็นข่าว การหยิบยกแง่มุมต่างๆ ของเรื่องราว ที่เกิดขึ้นก็ดี หรือการสังเกต ตั้งข้อสงสัยจากสิ่งผิดปกติ นำไปสู่การค้นหาคำตอบที่แท้จริงก็ดีย่อมเป็นประเด็น ขาว ประเด็นขาวอาจตามได้จากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น จากการตั้งสมมติฐานของผู้สื่อข่าว และจากสภาพทั่วไปที่ ดำรงอยู่

2.1 ประเด็นขาวตามเหตุการณ์ คือแง่มุมที่เกิดจากการเลือกสรรของผู้สื่อข่าวที่พิจารณาจากเหตุการณ์ สถานการณ์ หรือการแถลงข่าวที่เกิดขึ้นในช่วงเวลานั้น โดยผู้สื่อข่าวต้องตรวจสอบหรือพิจารณาอย่างรอบด้าน จากเหตุการณ์ ข้อมูล หลักฐาน ตลอดจนการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องในเรื่องนั้นๆ แล้วพิจารณาตามหลัก องค์กรประกอบข่าวว่าเป็นไปตามหลักใดบ้าง

หากเป็นเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่เกิดขึ้นมาก่อนหน้านี้ ประเด็นขาวมักมุ่งเน้นไปที่ความคืบหน้า ของเหตุการณ์ โดยผู้สื่อข่าวพิจารณาความคืบหน้าของเหตุการณ์เป็นอย่างไร และในความคืบหน้านั้นๆ เข้า หลักองค์ประกอบหรือไม่ หากมีลักษณะเข้ากับองค์ประกอบข่าวที่สำคัญมีคุณค่าเพียงพอในการรายงาน

2.2 ประเด็นขาวจากสมมติฐาน คือแง่มุมที่ผู้สื่อข่าวตั้งขึ้นจากสมมติฐานของตนเอง หรือตั้งขึ้นจาก กองบรรณาธิการ หรือผู้เชี่ยวชาญ ที่มีต่อเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น เป็นแง่มุมที่ต่างไปจากการรับรู้หรือการ รายงานข่าวโดยทั่ว ๆ ไป ส่วนมากประเด็นขาวในด้านนี้มักเกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ทำให้สถานการณ์ต่าง ๆ เกิดขึ้น หรือผลกระทบที่จะติดตามมาจากเหตุการณ์หรือนโยบายต่างๆ ในเรื่องนั้น เป็นการคาดคะเนเพื่อนำไปสู่การ

ค้นหาข้อมูลหลักฐาน หรือการสืบสวนสอบสวนเพิ่มเติมในแง่มุมต่างๆ มากกว่าการรายงานข่าวไปตามสิ่งที่เกิดขึ้นเท่านั้น

2.3 ประเด็นข่าวจากสภาพทั่วไป คือแง่มุมที่ผู้สื่อข่าวสังเกตพบจากเหตุการณ์ปกติทั่วไปที่เกิดขึ้นและดำรงอยู่เป็นประจำในสังคมหนึ่ง คนที่ใกล้ชิดเหตุการณ์นั้นอาจมองไม่เห็นเหตุการณ์นั้น เพราะคิดว่าเป็นเรื่องปกติเห็นประจำทุกวัน เช่น ผู้สื่อข่าวสังเกตว่าพ่อค้าแม่ค้าในตลาดสดดูรายงานหุ้นจากโทรทัศน์ตลอดเวลาและทราบภายหลังว่า เป็นการเฝ้าการเล่นการพนันโดยอาศัยเลขท้ายสองตัวจากดัชนีตลาดหลักทรัพย์ที่ปิดตลาดในช่วงกลางวันและเย็น ซึ่งอาจเป็นเรื่องธรรมดาในความคิดในสังคมนั้นๆ แต่เป็นสิ่งที่ผิดกฎหมาย ผู้สื่อข่าวได้ประเด็นข่าวแล้วนำเสนอเหตุการณ์ที่คนทั่วไปมองเห็นปกติเป็นข่าว เป็นต้น

### 3. การคิดและจับประเด็นข่าว

การคิดและจับประเด็นข่าวต่อไปนี้จะกล่าวถึงประเด็นข่าว 3 ลักษณะ คือ ประเด็นข่าวจากเหตุการณ์ ประเด็นข่าวจากสมมติฐาน และประเด็นข่าวจากสภาพทั่วไป

3.1 ประเด็นข่าวจากเหตุการณ์โดยอาศัยองค์ประกอบข่าวในการพิจารณา การคิดประเด็นข่าวจากเหตุการณ์โดยอาศัยองค์ประกอบข่าว โดยส่วนใหญ่ใช้องค์ประกอบข่าวหลักๆ คือ ความรวดเร็วทันเหตุการณ์ ผลกระทบ ความโดดเด่น ความใกล้ชิด อย่างไรก็ตาม อาจจะมีองค์ประกอบอื่นๆ ที่มาพิจารณานอกเหนือจากนี้ได้

3.1.1 ความรวดเร็วทันเหตุการณ์ การเสนอข่าวที่มีองค์ประกอบด้านความรวดเร็ว เป็นการสะท้อนความต้องการของมนุษย์ ที่ต้องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเร็วที่สุดเท่าที่จะทำได้ โดยเฉพาะข่าวสำคัญที่คาดว่าผู้คนที่ต้องการรับรู้มาก สถานีวิทยุกระจายเสียงและสถานีวิทยุโทรทัศน์ต้องติดตั้งอุปกรณ์เพื่อถ่ายทอดสดให้ผู้ชมหรือผู้ฟังได้รับทราบทันทีพร้อมกันทั่วโลก สำนักข่าวแต่ละแห่งต่างช่วงชิงการนำเสนอข่าวว่าคู่แข่งกัน เพราะจะได้รับความเชื่อถือจากผู้รับสารในเรื่องการงานอย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนั้น กรณีที่สำนักข่าวโดยเฉพาะสำนักข่าวต่างประเทศมีกลุ่มผู้รับข่าวสารที่เป็นลูกค้าประจำ ส่วนใหญ่เป็นนักธุรกิจที่ต้องการข้อมูลข่าวสารในการตัดสินใจก่อนลงทุนธุรกิจ การแข่งขันช่วงชิงความเร็ว อาจจะต้องนับกันเป็นวินาที

3.1.2 ผลกระทบ ปัจจัยผลกระทบนี้เป็นผลกระทบต่อผู้คนหรือสาธารณะชนในวงกว้าง ผลกระทบอาจเป็นผลกระทบในทางลบและทางบวก หรือมีทั้งกระทบบวกและผลกระทบลบเวลาเดียวกัน อีกทั้งเป็นผลกระทบต่อความรู้สึก ทศนคติ หรือพฤติกรรมต่อสาธารณะชน ซึ่งผลกระทบที่เกิดขึ้นเป็นส่วนที่คนส่วนใหญ่จำเป็นต้องรู้ มีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตและการตัดสินใจ ผู้สื่อข่าวหรือบรรณาธิการพิจารณาแล้วว่า มีคุณค่าควรแก่การเป็นประเด็นข่าวเพื่อนำสู่สาธารณะชน

ผลกระทบทางลบของข่าว ตัวอย่างเช่น ขาวราคาน้ำมันขึ้น รัฐบาลประกาศขึ้นภาษี ย่อมเกิดผลกระทบต่อให้ร้านค้าขึ้นราคาสินค้า ขาวธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินประสบปัญหาถึงขั้นต้องปิดกิจการ ทำ

ให้ผู้คนหลังไหลกันไปถอนเงินจากธนาคารหรือสถาบันการเงินที่ตนฝากเนื่องจากเกรงว่าจะถอนเงินของตนไม่ได้ ชาวรัฐบาลประกาศค่าเงินบาทลอยตัว เกิดความโกลาหลทางธุรกิจ หลายบริษัทยกเลิกการสั่งซื้อสินค้าต้องกำหนดการจ่ายเงินเป็นสกุลดอลลาร์ล่วงหน้าเพื่อมีต้องจ่ายเงินบาทมูลค่าสูงกว่าเดิม

ผลกระทบทางบวกของข่าว เช่น ข่าวการผลักดันนโยบายประกันสุขภาพถ้วนหน้า ข่าวการลดภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาหรือลดภาษีนิติบุคคล ข่าวการขึ้นเงินเดือนให้แก่ข้าราชการ ฯลฯ

นอกจากนี้ผลกระทบจากข่าวที่มีต่อสาธารณชนบางข่าวอาจจะมีทั้งส่วนผลกระทบทางบวกและทางลบในเวลาเดียวกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับบริบทของสังคม ความรู้สึกของผู้คน และผลประโยชน์ที่ผู้คนเกี่ยวข้องประเด็นข่าวลักษณะนี้มักมีความซับซ้อน ต้องพิจารณาข้อเท็จจริงอย่างรอบคอบ เช่น ข่าวการขึ้นหรือลดอัตราดอกเบี้ยจะมีทั้งผู้ได้ประโยชน์และเสียประโยชน์ในฐานะผู้ฝากเงินและผู้กู้ยืมเงิน ดอกเบี้ยยังเป็นดัชนีชี้วัดถึงภาวะเศรษฐกิจอีกด้วย

นอกจากนี้ ประเด็นข่าวบางข่าวนั้นมีผลกระทบอย่างยิ่งต่อชีวิตของคน แต่สื่อมวลชนไม่สามารถนำเสนอเหตุการณ์เหล่านั้นได้ เนื่องจากเหตุผลบางประการ สื่อมวลชนอาจมีส่วนได้ส่วนเสียกับข่าวเรื่องนั้น สื่อมวลชนเกรงว่าจะมีผลกระทบในวงกว้างและไม่สามารถควบคุมได้ สื่อมวลชนมีความใกล้ชิดมีความสัมพันธ์กับแหล่งข่าว หรือสื่อมวลชนอาจไม่ให้ความสนใจ ไม่เข้าใจ ไม่เชื่อมโยงเหตุการณ์ จึงไม่นำเสนอ เช่น รัฐบาลอเมริกันยื่นบันทึกต่อสหประชาชาติว่าประเทศไทยเป็นประเทศที่ละเมิดสิทธิมนุษยชน เหตุเพราะใกล้ชิดประเทศเมียนมาร์หรือพม่ามากเกินไป หรือกรณีโครงการท่อส่งก๊าซและโรงแยกก๊าซไทย-มาเลเซีย ซึ่งควรจะเป็นข่าวแต่ไม่นำเสนอเป็นข่าว เป็นต้น

อย่างไรก็ดี ประเด็นข่าวที่อ่อนไหวหรือมีผลกระทบอย่างยิ่งต่อชีวิตคน จำเป็นต้องให้ความใส่ใจอย่างยิ่ง (handle with care) ต้องพิจารณาว่านำเสนอแล้วเกิดผลกระทบอะไร ไม่นำเสนอแล้วจะเกิดผลกระทบอะไร มีความระมัดระวังในการนำเสนอข่าว หรือมีวิธีการนำเสนอข่าวลักษณะอ่อนไหวเหล่านี้อย่างไร เพื่อให้เป็นความสว่างทางปัญญาของคน

3.1.3 ความเด่น หนังสือพิมพ์หรือสื่อมวลชนอื่น มักใช้องค์ประกอบนี้เป็นส่วนสำคัญในการพิจารณาการรายงานข่าว เพราะเชื่อว่าความเคลื่อนไหวของบุคคลสำคัญหรือองค์กรที่เด่นมักได้รับความสนใจเสมอ เช่น ผู้นำประเทศที่ป่วยเป็นไข้หวัด ขณะที่ไข้หวัดเป็นเรื่องธรรมดาสำหรับคนทั่วไป ข่าวศิลปินนักแสดงชื่อดังแต่งงานใหม่ หรือหย่า หรือมีลูก ทั้งที่ปกติเป็นเรื่องเกิดขึ้นในสังคมอย่างดาษดื่น

ความสำคัญหรือความเด่นขององค์กร สื่อมวลชนมักใช้เป็นจุดขายหรือดึงดูดความสนใจผู้อ่าน ข่าวอุบัติเหตุที่มีผู้เสียชีวิตหลายคน ถ้ามีบุคคลสำคัญหรือตำแหน่งอยู่ด้วย ชื่อหรือตำแหน่งนั้นก็อาจจะถูกพาดหัวข่าวใหญ่ ข่าวการขนยาเสพติดทางอากาศ อาจเป็นเพียงข่าวเล็กๆ ถ้าผู้ถูกจับได้เป็นบุคคลธรรมดา แต่ถ้าผู้ถูกจับกุมเป็นพนักงานบนเครื่องบินของสายการบินแห่งชาติ ซึ่งเป็นองค์กรมีชื่อเสียงและเป็นที่ยู้งกันทั่วไป



3.1.4 ความใกล้ชิด ผู้อ่านจะให้ความสนใจในเรื่องใกล้ตัวหรือรู้สึกใกล้ตัวกับเหตุการณ์ เช่นผู้อ่านให้ความสนใจเหตุการณ์ระเบิดในโรงแรมแห่งหนึ่งซึ่งเคยไปใช้บริการพักอยู่เมื่อเดือนที่แล้ว หรือข่าวญาติพี่น้องเพื่อนสนิทมิตรสหายของผู้อ่านประสบอุบัติเหตุ ข่าวนักศึกษาในสถาบันเดียวกับผู้อ่านขายบริการทางเพศหรือยกพวกไปตีกับสถาบันอื่น

ผู้อ่านที่มีความผูกพันเชิงวัฒนธรรมและสังคมของตนย่อมให้ความสนใจเรื่องราวเกี่ยวกับสังคมของตนเอง เช่น ผู้อ่านที่อยู่ในแถบตะวันตก ย่อมสนใจเรื่องราวที่เกี่ยวกับสังคมและวัฒนธรรมของเขามากกว่าที่จะสนใจเรื่องของคนเอเชีย หรืออีกตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือ สำนักข่าวบีบีซี (British Broadcasting Corporation, BBC) แห่งภูมิภาคเอเชียของประเทศอังกฤษมักให้ความสนใจข่าวที่เกิดขึ้นในประเทศอินเดียและประเทศเมียนมาร์มากกว่าประเทศไทย เพราะทั้งสองประเทศ ซึ่งเรื่องนี้ผู้บริหารสถานีวิทยุบีบีซีได้ยืนยันข้อเท็จจริงเหล่านี้

หนังสือพิมพ์และสื่อมวลชนมักนำความใกล้ชิดเชิงความรู้สึกมาเป็นจุดพิจารณาในการนำเสนอ เช่นข่าวเครื่องบินตก ซึ่งปกติอาจจะข่าวเล็กๆ แต่หากมีคนไทยเป็นผู้โดยสารอยู่ในเหตุการณ์นั้นด้วยจะกลายเป็นข่าวใหญ่ ทั้งที่คนไทยดังกล่าวไม่ได้เป็นผู้มีชื่อเสียงหรือไม่ได้มีความสัมพันธ์ใดๆ กับผู้อ่าน สื่อมวลชนจะคาดว่า เมื่อมีคนไทยในเครื่องบินจะมีความสนใจจากผู้อ่าน เพราะอย่างน้อยผู้อ่านจะมีความรู้สึกร่วมว่าเป็นคนชาติเดียวกัน

3.2 ประเด็นข่าวจากสมมติฐาน การตั้งประเด็นข่าวจากสมมติฐานของผู้สื่อข่าวต้องเกิดขึ้นจากของตัวผู้สื่อข่าวเอง ที่จะเข้าใจภาพกว้างของโครงสร้างทางสังคม และเชิงลึกในแต่ละสาขา จึงสามารถมองเห็นแง่มุมในเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นได้ เป็นการคาดคะเนเพื่อนำไปสู่การค้นหาข้อมูลหลักฐาน หรือการสืบสวนสอบสวนเพิ่มเติมในแง่มุมต่างๆ มากกว่าการรายงานข่าวไปตามสิ่งที่เกิดขึ้นเท่านั้น หรือที่เรียกว่า การรายงานข่าวเชิงสืบสวน (Investigative Reporting) หรือรายงานข่าวเชิงตรวจสอบ

การรายงานเชิงสืบสวน มีระดับความยากง่ายแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับความซับซ้อนเรื่องราวหรือเหตุการณ์ และประสบการณ์ความเชี่ยวชาญ ความรู้เท่าทันของผู้สื่อข่าว

3.3 ประเด็นข่าวจากสภาพทั่วไป การตั้งประเด็นข่าวจากสภาพทั่วไป ต้องอาศัยการสังเกตของผู้สื่อข่าวและไม่ละเลยต่อเบาะแสข่าว รวมทั้งการมีความคิดสร้างสรรค์ ที่มองหาแง่มุมต่างจากผู้อื่น ดังที่กล่าวไว้ตอนต้น

#### **ปัจจัยที่มีผลต่อการคัดสรรประเด็นข่าว**

ผู้สื่อข่าวหรือบรรณาธิการใช้ดุลพินิจในฐานะเป็นผู้กำนกรองข่าวสาร (Agenda setting) จากคุณค่าข่าวที่ได้กล่าวไปแล้ว ยังมีปัจจัยที่มีผลต่อการคัดสรรประเด็นข่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่งตัวผู้คัดสรร ข่าว ดังนี้

คุณสมบัติพื้นฐานของบุคคล ได้แก่

1. ความรู้ ผู้สื่อข่าวจำเป็นต้องมีความรู้และความเข้าใจเรื่องราวในสังคม โดยเฉพาะงานข่าวในสายที่ตนปฏิบัติอยู่ ทั้งในเชิงกว้างและในเชิงลึก เมื่อรู้โครงสร้างและรายละเอียดย่อมทำให้มองเห็นว่าสิ่งใดผิดปกติไป

จากที่ควรเป็น ซึ่งสิ่งผิดปกติดังกล่าวเหล่านี้มักเป็นประเด็นข่าว ความรู้จึงเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการคัดสรรประเด็นข่าว เช่น รู้ขั้นตอนของการออกกฎหมายใหม่ นอกจากนี้ ผู้สื่อข่าวควรมีความรู้หรือศึกษาด้านวารสารศาสตร์โดยเฉพาะ ทำให้เข้าใจกระบวนการทำงานในสายงานข่าวมากขึ้น

2. ความคิดสร้างสรรค์ ผู้สื่อข่าวหรือบรรณาธิการมีมุมมองแตกต่างจากผู้อื่น คิดทบทวน คิดในแง่มุมใหม่ หรือที่เรียกว่าความคิดสร้างสรรค์ รู้จักสังเกตเหตุการณ์หรือสถานการณ์ มองเรื่องราวอย่างรอบด้านมีเหตุมีผล ทำให้พิจารณาเห็นว่ายังมีแง่มุมอื่นของเหตุการณ์ที่ยังไม่ได้นำเสนออีกมากซึ่งหมายถึงการรับรู้ข่าวสูง (Sense of News) หรือการมีจมูกข่าว (Nose for News) ไวต่อการรู้ว่าเป็นประเด็นข่าว

3. ความเป็นนักวิชาชีพ ผู้สื่อข่าวหรือบรรณาธิการที่ได้รับการฝึกฝนการคิดและทักษะเชิงวิชาชีพ ได้รับการศึกษาที่ต่างกัน รวมทั้งรู้สำนึกในอาชีพที่ต้องมีความรู้ความเชี่ยวชาญ มีอิสระในการแสดงความคิดเห็นและความรับผิดชอบต่อสังคม ทำให้ความสามารถในการจับประเด็นต่างกัน

4. ความสนใจในตัว ผู้สื่อข่าวที่ทำหน้าที่รักษาประตูข่าวสาร คัดเลือกข่าว แต่ละคนมีความสนใจพิเศษเฉพาะตัว พิจารณาได้ 2 กรณี คือความสนใจภายใน เช่น ความประทับใจหรือพึงพอใจบุคลิกภาพและความสนใจจากภายนอก เช่น เหตุการณ์มีความไม่โปร่งใส มีเงื่อนงำ หรือมีความผิดปกติ

ปัจจัยแวดล้อม ได้แก่

1. การแข่งขันกันเสนอข่าวกับสื่ออื่น การแข่งขันกับสื่อประเภทเดียวกัน และสื่อต่างประเภท เป็นปัจจัยกดดันอย่างหนึ่ง ทำให้ผู้สื่อข่าวต้องแสวงหาหรือคิดประเด็นที่ต่างไปจากกระแสข่าวในขณะนั้น เพื่อนำเสนอต่อกลุ่มผู้รับสาร การแข่งขันกับสื่ออื่นเพื่อให้ได้ประเด็นที่ดี ไม่เพียงแต่หมายถึงความรับผิดชอบต่อหน้าที่ หรือการนำเสนอข่าวต่อผู้รับสาร ยังหมายถึงในเชิงธุรกิจที่ทำให้ขยายกลุ่มผู้รับสารให้กว้างขวางขึ้น หันมาสนใจข่าวที่มีประเด็นคมหรือมีแง่มุมสำคัญที่น่าสนใจ

2. นโยบายองค์กร สำนักข่าวแต่ละแห่งกำหนดนโยบายในการนำเสนอข่าว หรือให้เว้นการเสนอข่าว ถือเป็นปัจจัยสำคัญต่อการกำหนดแนวทางการประเมินคุณค่าข่าว และการจัดลำดับความสำคัญของข่าว

3. บรรยากาศการเมือง การปกครอง เศรษฐกิจ ช่วงเวลาที่รัฐบาลมีนโยบายเปิดกว้าง และให้เสรีภาพการเสนอข่าว และความคิดเห็น สื่อมวลชนสามารถใช้เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น และการแสวงหาข้อมูลอย่างเต็มที่ ย่อมทำให้สื่อมวลชนมีโอกาสคิดประเด็นและการนำเสนอข่าวในแง่มุมต่างๆ รวมทั้งการมีกฎหมาย กฎระเบียบที่สนับสนุนในการใช้สิทธิแสวงหาข่าวสารย่อมเกิดประโยชน์ต่อการนำเสนอข่าว

นอกจากคุณสมบัติข้างต้นที่ผู้สื่อข่าว ควรมีเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการคิดและจับประเด็นข่าวแล้ว ผู้สื่อข่าวควรมีคุณสมบัติพิเศษอีก คือ

1. จมูกไวต่อข่าว โดยมีการมอง และวิเคราะห์สถานการณ์ต่างๆ ว่าเรื่องใดสมควรเป็นข่าว และเรื่องใดสถานการณ์ใดมีคุณค่าข่าว

2. มีความรู้เชิงโครงสร้าง และเชิงลึก ผู้สื่อข่าวหรือบรรณาธิการต้องมีความรู้ทั้งเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม เพราะหากไม่เห็นภาพกว้างโครงสร้างทางสังคม ก็จะไม่สามารถมองแง่มุมเหตุการณ์ได้

3. มีความคิดสร้างสรรค์ ผู้สื่อข่าวต้องมองมุมกลับ หรือมุมแตกต่าง ประเด็นข่าวที่แตกต่าง เพิ่มคุณค่า ข่าวนำเสนอให้คนในสังคมได้ตระหนักคิดได้

4. มีจิตสำนึกทางวิชาชีพ ควรรู้สึกนึกเสมอว่าเรื่องใดเป็นเรื่องที่มีประโยชน์ต่อประชาชน เรื่องใดมีผลกระทบต่อประชาชน เรื่องใดเป็นภัยต่อประชาชน ต้องบอกกล่าวก่อนจะเกิดความเสียหายได้

จากแนวคิดเรื่องประเด็นข่าวข้างต้น สื่อให้เห็นว่า ประเด็นข่าวนั้นมีประโยชน์อย่างมากต่อการทำงานของ ผู้สื่อข่าวหรือบรรณาธิการ เพราะการจับประเด็นข่าวที่มีสาระสำคัญ มีความน่าสนใจ จะทำให้ผู้รับสาร สามารถเข้าใจเรื่องราวหรือเหตุการณ์ได้ง่ายยิ่งขึ้น ผู้ศึกษาจึงได้นำแนวคิดเกี่ยวกับประเด็นข่าวมาใช้เป็นกรอบ ในการศึกษาให้รู้ถึงความหมาย ลักษณะประเภทต่างๆของประเด็นข่าว รวมถึงวิธีการจับประเด็นข่าว เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่นให้ได้รับความสนใจจากประชาชน

### แนวคิดประเภทของข่าวประชาสัมพันธ์

ข่าวประชาสัมพันธ์ที่นักประชาสัมพันธ์ต้องรับผิดชอบจัดทำเผยแพร่อาจจำแนกได้เป็น 4 ประเภท ใหญ่ๆ ดังนี้ (Doug Newsom & Bob Carrell , 1995 : 220-221)

1. **ข่าวแจ้งให้ทราบ หรือ Announcement Release** เป็นการแจ้งให้ทราบรายละเอียดต่างๆ ของ สิ่งที่เกิดขึ้น หรือที่จะมีขึ้น อาทิ แจ้งเกี่ยวกับนโยบายใหม่ วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน การเปิดสาขา แนะนำ ผลิตภัณฑ์ใหม่ ผลประกอบการล่าสุด ผลการวิจัยและพัฒนาใหม่ๆ ในด้านการตลาด ฯลฯ

2. **ข่าวประกอบกิจกรรมพิเศษทางการประชาสัมพันธ์ หรือ Created News Release** บางครั้ง หน่วยงานอาจต้องการให้เรื่องบางเรื่องได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนเป็นพิเศษ แทนที่จะเผยแพร่ในลักษณะ แจ้งให้ทราบอย่างธรรมดา ก็สามารถทำได้โดยการจัดให้เป็นกิจกรรมพิเศษ (A Formal Ceremony / Event) ขึ้น เช่น จัดคอนเสิร์ต แรลลี่ รวมถึงโครงการรณรงค์เพื่อสังคมขององค์กรต่างๆ ฯลฯ เพื่อช่วยเสริมให้มีสีสัน และดึงดูดความสนใจ โดยมุ่งมันให้เกิดความนิยมต่อหน่วยงาน และนักประชาสัมพันธ์ค่อนข้างมั่นใจได้ว่าข่าวนั้นๆ มักจะได้รับการเผยแพร่ทางสื่อ มวลชนในวงกว้างมากขึ้น

3. **ข่าวเหตุการณ์เร่งด่วน หรือ Spot News Release** สำหรับเผยแพร่กรณีเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉิน หรือมีเหตุการณ์เร่งด่วนที่สำคัญควรแจ้งให้ประชาชนได้ทราบอย่างรวดเร็ว โดยอาจไม่มีการเสนอรายละเอียด มาก แต่เน้นที่ความฉับไว เช่น การเปลี่ยนแปลงกำหนดการบางอย่างหรือบุคคลที่สำคัญ

4. **ข่าวตอบโต้เหตุการณ์ หรือ Response News Release** อาจมีบ้างที่เรื่องราวของหน่วยงานที่รับรู้ไปถึงสื่อมวลชนโดยมิได้ออกมาจากนักประชาสัมพันธ์ และกลายเป็นประเด็นที่ถูกหยิบยกขึ้นมา วิพากษ์วิจารณ์หรือตั้งข้อสงสัยจากผู้บริโภคตลอดจนหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้อง เช่น ข่าวลือเกี่ยวกับการ ขาดทุนของกิจการ ข่าวความขัดแย้งภายในหน่วยงาน เป็นต้น

จากแนวคิดเกี่ยวกับการแบ่งประเภทของข่าวประชาสัมพันธ์ สามารถนำไปอธิบายเกี่ยวกับการแบ่งประเภทของข่าวที่เกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น เพื่อให้ทราบว่าข่าวที่เกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น ตั้งแต่เดือน มิถุนายน 2559 – ธันวาคม 2559 มีในเชิงการประชาสัมพันธ์ประเภทใดบ้าง

### แนวคิดองค์ประกอบของข่าวประชาสัมพันธ์(PR News Elements)

องค์ประกอบของข่าวที่นักประชาสัมพันธ์มักใช้ในการพิจารณาคัดเลือกนำเสนอเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ได้แก่ รายงานแต่ละเหตุการณ์ ได้แก่ (รุ่งรัตน์ ชัยสำเริง :2547)

1. **ความรวดเร็ว หรือ ความทันต่อเหตุการณ์ (Immediacy / Timeliness)** หมายถึง การนำเสนอข่าวอย่างรวดเร็วภายหลังการเกิดเหตุการณ์หรือกิจกรรม หรือการนำเสนอข่าวล่วงหน้าของกิจกรรมในช่วงเวลาที่เหมาะสม

2. **ความใกล้ชิด (Proximity / Nearness)** หมายถึง ความใกล้ชิดกับผู้รับสารกลุ่มเป้าหมาย แบ่งเป็น ความใกล้ชิดทางกายภาพ ซึ่งมักพิจารณาในแง่สถานที่ เช่น สถานที่จัดกิจกรรมอยู่ในพื้นที่จังหวัดเดียวกัน ฯลฯ และความใกล้ชิดทางจิตใจ ซึ่งพิจารณาในแง่ความสัมพันธ์ เช่น บุคคลในข่าวเป็นที่รู้จักคุ้นเคย หรือเป็นสินค้าที่นิยมใช้อยู่เป็นประจำ ฯลฯ

3. **ความเด่น หรือ ความสำคัญ (Prominence)** หมายถึง ความโดดเด่นด้านชื่อเสียงของบุคคล กิจกรรม สถานที่ หรือสิ่งของต่างๆ จะช่วยดึงดูดความสนใจของผู้รับสารมากขึ้น ดังคำกล่าวที่ว่า “Name always make news” หรือ “ชื่อดังมักเป็นข่าว”

4. **ผลสืบเนื่อง หรือ ผลกระทบ (Consequence)** หมายถึง ผลที่เกิดตามมาเนื่องจากเหตุการณ์ เหตุการณ์หรือกิจกรรมใดที่ส่งผลสืบเนื่องในวงกว้าง ก็ยิ่งทำให้เป็นข่าวที่มีคุณค่าน่าสนใจมากขึ้น สำหรับข่าวประชาสัมพันธ์ล้วนนำเสนอประเด็นที่ส่งผลด้านดีต่อสังคม เพื่อมุ่งให้เกิดการยอมรับจากกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก เช่น บริษัทจัดกิจกรรมรณรงค์แก้ไขปัญหาจราจร ฯลฯ

5. **ความก้าวหน้า (Progress)** หมายถึง เหตุการณ์ที่แสดงถึงความก้าวหน้าของวิทยาการหรือการพัฒนาทางธุรกิจสมัยใหม่ เช่น องค์การแห่งหนึ่งเป็นผู้นำด้านกลยุทธ์การรีเอนจิเนียริง (Re-engineering) เพื่อพัฒนาธุรกิจ ฯลฯ

6. **สอดคล้องกับความสนใจของคนทั่วไป (Human interest)** เป็นสิ่งที่น่าตื่นตึ่ง ซึ่งคนส่วนใหญ่อยากรู้อยากเห็น รวมไปถึงเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์พื้นฐานของมนุษย์ อาทิ ความแปลกใหม่ ความรัก ความสนุกสนาน ฯลฯ ดังตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจน เช่น ขวบบันเทิง ข่าวสังคม แฟชั่น เป็นต้น

ส่วนองค์ประกอบอื่นๆ ซึ่งข่าวทั่วไปให้ความสำคัญนำมาชูประเด็นนั้น ไม่อาจจัดอยู่ในข่ายองค์ประกอบของข่าวประชาสัมพันธ์ เนื่องจากอาจส่งผลทางด้านลบต่อองค์การ อาทิ องค์ประกอบเกี่ยวกับความหายนะ (Disaster) ความขัดแย้ง (Conflict) ความมีเงื่อนไข (Suspense) ความผิดปกติ (Unusualness) เป็นต้น

## แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะของข่าวประชาสัมพันธ์ที่ดี

รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ ได้ประมวลคุณลักษณะของข่าวประชาสัมพันธ์ที่ดีไว้ดังนี้

1. ควรเขียนในรูปแบบปิรามิดหัวกลับ โดยเริ่มต้นจากรวคนำ (Lead) และเรียบเรียงใจความสำคัญที่สุดไว้ในเนื้อหา (Body) ส่วนต้น และเนื้อหาสำคัญรองๆ อยู่ในย่อหน้าถัดไปตาม ลำดับ
2. ต้องเขียนเฉพาะสิ่งที่ เป็นข้อเท็จจริง (Facts) และตรงไปตรงมาโดยไม่อ้อมค้อม และปราศจากการสอดแทรกความคิดเห็นส่วนตัว
3. พาดหัวข่าว (Headline) ให้ระบุเรื่องราวโดยตรงเสมอและไม่ควรยาวเกิน 1 ประโยค แม้บ่อยครั้งบรรณาธิการอาจต้องนำไปปรับหรือเขียนใหม่เพื่อให้เหมาะสมกับเนื้อที่ในหน้าหนังสือ พิมพ์ และสอดคล้องกับแนวทาง (Style) ของสิ่งพิมพ์นั้น
4. รวคนำ (Lead) จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องระบุข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องให้ชัดเจนและดึงดูดความสนใจ ส่วนจะนำไปลงพิมพ์หรือไม่ขึ้นอยู่กับพิจารณาของบรรณาธิการ
5. เขียนแต่ละย่อหน้าอย่างกระชับ ประโยคสั้นๆ และใช้ถ้อยคำที่สั้นกระชับ
6. เนื้อหาข่าวควรจบใน 1 หน้า
7. หลีกเลี่ยงการกล่าวเกินความจริง
8. ควรอธิบายข้อเท็จจริงให้เข้าใจชัดเจนแทนการใช้คำที่คลุมเครือ
9. ไม่ใช่สำนวนนักประพันธ์
10. การอ้างชื่อผู้บริหารซึ่งให้สัมภาษณ์ในฐานะเป็นแหล่งข่าว ต้องระบุควบคู่กับตำแหน่งในย่อหน้าแรกของเนื้อหาข่าวเสมอเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ
11. ไม่ควรใช้ข่าวประชาสัมพันธ์ฉบับเดียวกัน เนื้อหาเหมือนกัน สำหรับส่งให้สื่อมวลชนทุกฉบับ นักประชาสัมพันธ์ควรเขียนข่าวเป็นหลายๆ ฉบับที่แตกต่างกันออกไป เพื่อให้เหมาะสมกับสื่อสิ่งพิมพ์ฉบับต่างๆ เช่น สำหรับหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น สำหรับหนังสือพิมพ์ธุรกิจ สำหรับหนังสือพิมพ์เทคโนโลยี ฯลฯ ซึ่งต้องการเนื้อหาเฉพาะสำหรับหน้าหนังสือของตน
12. การระบุจำนวนตัวเลข (Figures) ให้เขียนเป็นตัวอักษร ยกเว้น การเขียน วันที่ บ้านเลขที่ หมายเลขโทรศัพท์ ให้เขียนเป็นตัวเลข
13. ในกรณีเสนอข่าวเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นไปแล้ว ควรระบุให้ชัดเจน เช่น วันนี้ และต้องตามด้วยวงเล็บระบุวันที่เกิดเหตุ เพื่อแสดงความทันสมัยรวดเร็วของข่าว  
แต่หากต้องทิ้งช่วงเวลาห่างจากวันที่เกิดเหตุการณ์ ก็ควรใช้คำอื่นๆ แทน เช่น เมื่อเร็วๆ นี้ และระบุวันที่ในวงเล็บต่อท้ายเพื่อให้สื่อมวลชนได้ทราบวันที่แท้จริง
14. ต้องไม่เขียนในลักษณะมุ่งเพื่อขาย (Hard Sale)

15. การเขียนตัวย่อของชื่อหน่วยงาน ควรใช้ตัวย่อของชื่อหน่วยงานในพาดหัวเฉพาะกรณีที่หน่วยงานวันนั้นเป็นที่รู้จักกันทั่วไป หลีกเลี่ยงการใช้ศัพท์เฉพาะด้าน (Technical Terms) คำย่อ (Abbreviations) โดยไม่จำเป็น

16. ใช้คำนำหน้าชื่อว่า นาย นาง นางสาว สำหรับคนทั่วไป ยกเว้นผู้ที่มียศทางตำรวจหรือทหาร และผู้ได้รับพระราชทานบรรดาศักดิ์ เช่น คุณหญิง เป็นต้น

Frank Jefkins ได้เสนอ “สูตรเจ็ดประการ” (The Seven-point Formula) สำหรับใช้เป็นเค้าโครงเรื่องในการจัดลำดับข้อมูลนำเสนอเนื้อหา และใช้ตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูลในเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ เรียกว่า SOLAADS ดังนี้

1. Subject (S) เรื่องราวเกี่ยวกับอะไร?
2. Organization (O) หน่วยงานชื่ออะไร? มีใครเกี่ยวข้องบ้าง?
3. Location (L) หน่วยงาน (แหล่งผลิตหรือแหล่งบริการ) นั้นตั้งอยู่ที่ไหน?
4. Advantages (A) มีอะไรเป็นสิ่งใหม่ๆ (ที่แตกต่างจากสิ่งที่มีอยู่แล้ว)? มีอะไรที่เป็นประโยชน์บ้าง?
5. Applications (A) สิ่งใหม่นั้นมีประโยชน์อย่างไร? มีประโยชน์สำหรับใคร?
6. Details (D) ขนาด สี รูปร่างลักษณะ ราคา หรือรายละเอียดอื่นๆ เป็นอย่างไร?
7. Source (S) สำนักงานใหญ่หรือหน่วยงานเจ้าของเรื่องซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลชื่ออะไร? ตั้งอยู่ที่ไหน?

หมายเลขโทรศัพท์และอื่นๆ สำหรับการติดต่อ

จากแนวคิดแนวคิดประเภทของข่าวประชาสัมพันธ์ ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดเกี่ยวกับ ลักษณะ ข่าวประชาสัมพันธ์ มาใช้ในการวิเคราะห์ว่าข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่ได้รับความสนใจในการเผยแพร่ของสื่อมวลชน เป็นข่าวในลักษณะใด องค์ประกอบข่าว มีลักษณะเช่นใดจึงได้รับความสนใจ

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ภคชуда อัมไพพรรณ และ วิเชียร ลัทธพิงศ์พันธ์ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของ สำนักงานคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงานต่อสื่อมวลชน” ผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์การสื่อสารของสำนักงานคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงานต่อสื่อมวลชน เน้นการตอกย้ำชื่อผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการจดจำ เผยแพร่บทบาทหน้าที่ของสำนักงานด้วยการกำหนด ข้อความหลัก (Key Message) ที่ชัดเจนและเข้าใจง่าย สร้างเสริมให้เกิดความเชื่อมั่นและยอมรับ ด้วยการเผยแพร่ความเป็นมืออาชีพ ผลงาน และกิจกรรมต่างๆ อย่างต่อเนื่อง การสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มสื่อมวลชน สำหรับแนวทางการสร้างภาพลักษณ์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงานต่อสื่อมวลชนพบว่า สำนักงานเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มสื่อมวลชน โดยผ่านกิจกรรมการสื่อสารทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ

วันวิสาข จตุรพรรณ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง “ทิศทางการนำเสนอประเด็นข่าวสารเกี่ยวกับ พ.ร.บ. ควบคุมการบริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ของสื่อหนังสือพิมพ์ในประเทศไทย” ผลการศึกษาพบว่า ผลการศึกษาพบว่า 1. สื่อหนังสือพิมพ์มีการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรูปแบบของข่าวมากที่สุด รองลงมา คือ การนำเสนอรูปแบบคอลัมน์ การนำเสนอรูปแบบบทความ และนำเสนอในรูปแบบบทบรรณาธิการ ตามลำดับ 2. ประเด็นข่าวสารที่สื่อมวลชนนำเสนอบ่อยครั้งมากที่สุด คือ ประเด็นการจับตาเฝ้าระวัง การแจ้งเรื่องร้องเรียนการกระทำผิดตามพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากภาคส่วนต่างๆ รองลงมา คือ การนำเสนอประเด็นการดำเนินคดี บังคับใช้กฎหมาย การจับ การปรับ และการฟ้องร้องจากภาคส่วนต่างๆ และมีการนำเสนอประเด็นการให้ข้อมูลความรู้ในรายละเอียดเกี่ยวกับเนื้อหาใน พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมถึงโทษของการฝ่าฝืนการกระทำผิด การจับหรือปรับ ตามลำดับ ส่วนประเด็นที่นำเสนอน้อยที่สุด คือ ประเด็นเกี่ยวกับข้อสงสัย ความไม่ชัดเจนของกฎหมาย และผลกระทบจากการประกาศใช้กฎหมายจากฝ่ายที่ไม่สนับสนุนพ.ร.บ. 3. สื่อหนังสือพิมพ์มีทิศทางการนำเสนอประเด็นข่าวสารในทิศทางเป็นกลางมากที่สุด รองลงมา คือ ทิศทางบวก และทิศทางลบ โดยสัดส่วนของทิศทางเป็นกลางและบวก มีสัดส่วนการนำเสนอที่ใกล้เคียงกันมากที่สุด 4. ข้อเสนอแนะของผู้สื่อข่าวเพื่อการทำงานร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีดังนี้ 4.1 ช่องทางการติดต่อสื่อสาร หรือประสานงานด้านข่าวสารเกี่ยวกับ พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เหมาะสม มี 3 ช่องทาง ได้แก่ การติดต่อประสานงานผ่านทางกลุ่มประชาสัมพันธ์และข่าว สำนักงานเลขานุการ กรมควบคุมโรค, การติดต่อประสานงานผ่านทางผู้อำนวยการสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการติดต่อประสานงานผ่านทางเครือข่ายต่างๆ ที่ทำงานเกี่ยวข้องกับการรณรงค์งดเหล้า 4.2 ปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนให้การทำงานของสื่อมวลชนและหน่วยงานที่ทำงานเกี่ยวข้องกับ พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีความราบรื่นมากยิ่งขึ้น คือ การอัปเดตข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมต่างๆ เกี่ยวกับพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และมีการจัดทำศูนย์ข้อมูลข่าวสาร 4.3 ปัจจัยที่เป็นอุปสรรค ต่อการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับ พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เกิดจากตัวผู้สื่อข่าวเอง เช่น ขาดความเข้าใจในรายละเอียดเชิงลึกที่แน่ชัดในตัวบทกฎหมาย หรือสื่อมวลชนมีความสนใจในเพียงบางมาตรา 4.4 แนวทางปฏิบัติ เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนปฏิบัติตามกฎหมายมากขึ้น ได้แก่ ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ความเข้าใจ หรือมีข้อมูลมาสนับสนุนให้ประชาชนเห็นถึงผลประโยชน์ที่แท้จริงของการออกกฎหมายมาบังคับใช้ เจ้าหน้าที่ทุกภาคส่วนที่มีความเกี่ยวข้องกับพ.ร.บ.ต้องมีเฝ้าระวัง บังคับใช้กฎหมาย ตรวจสอบจริงจัง เพื่อให้ประชาชนรู้และปฏิบัติตาม สร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับค่านิยมที่ผิดในเรื่องการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 4.5 บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือการเปิดเผยข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงให้ประชาชนได้รับรู้เกี่ยวกับสถานการณ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สามารถนำ

ประเด็นอื่นๆมาเชื่อมโยงกับประเด็นเรื่องพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบข้อกฎหมายมากขึ้น

ศศิกายุจน์ ตั้งบุญเติม (2554) ได้ศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การแย่งชิงพื้นที่สื่อสารมวลชน” ผลการศึกษาพบว่า การทำการสื่อสารการตลาดแฝงมีที่มาจากความต้องการของเจ้าของสินค้าหรือผู้ว่าจ้าง ซึ่งอยากให้สินค้าหรือบริการของตนสามารถทำการสื่อสารให้เข้าถึงผู้บริโภคได้ อย่างแนบเนียนที่สุด เนื่องจากสภาพสังคมที่เปลี่ยนไป ผู้บริโภคได้มีการเปิดรับสื่อที่หลากหลาย มากขึ้น จนเป็นเหตุให้ผู้บริโภคเกิดความอึดตัวในการรับสื่อโฆษณา และพยายามหลีกเลี่ยงสื่อ โฆษณาแบบดั้งเดิม ดังนั้น ผู้ผลิตสื่อและผู้สร้างสรรค์งานโฆษณาจะต้องใช้ความคิดที่จะทำการ สื่อสารเพื่อตอบสนองความต้องการของเจ้าของสินค้าเพื่อความต้องการที่ให้อสื่ออยู่รอดได้เป็นหลัก ซึ่งวิธีที่ใช้ก็คือการทำการสื่อสารการตลาดแฝงผ่านพื้นที่สื่อสารมวลชน โดยที่ผู้ผลิตสื่อหรือ ผู้สร้างสรรค์งานโฆษณาก็จะมีการปรับเปลี่ยนวิธีการไปตามความเหมาะสม

ปิ่นทอง อินทศรี (2552) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกและนำเสนอข่าวเกี่ยวกับคณะกรรมการการเลือกตั้ง(กกต.)ของสื่อมวลชน” ผลการศึกษาพบว่า 1.ประเด็นและเนื้อหาข่าวในการจัดทำเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ของสำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง พบว่าเนื้อหาในการเขียนข่าวแจก มี 3 ประเภท คือ 1.1. ข่าวเผยแพร่เพื่อให้ประชาชนเห็นบทบาทหน้าที่และผลงานของ 1. 2. ข่าวความรู้สาระที่ประชาชนควรทราบ 1.3. ข่าวแก้ความเข้าใจผิด เกี่ยวกับข่าวหรือบทความทางสื่อมวลชนที่มีผลกระทบเชิงลบต่อองค์กร 2.ประเด็นที่สื่อมวลชนประจำ กกต. ให้ความสนใจและรายงานข่าว คือ 1.1 เนื้อหาที่มีผลกระทบทางการเมืองของพรรคการเมือง และ นักการเมืองและประชาชน 1.2 เนื้อหาเป็นประเด็นที่อยู่ในสถานการณ์ หรืออยู่ในกระแสข่าวในช่วงเวลานั้น 1.3 เนื้อหาเกี่ยวกับการดำเนินงานหรือการปฏิบัติงานตามอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการการเลือกตั้ง 1.4 เนื้อหาเกี่ยวกับผลการเลือกตั้ง และสถิติที่เกี่ยวข้องกับการเลือกตั้ง 1.5 เนื้อหาเกี่ยวกับการประกาศรับรองผลการเลือกตั้ง การร้องคัดค้านการเลือกตั้งและการเพิกถอนสิทธิเลือกตั้ง(การแจกใบเหลือง-ใบแดง) 1.6 เนื้อหาเกี่ยวกับปมประเด็นที่มีข้อเคลือบแคลงสงสัย 1.7. เนื้อหาเกี่ยวกับความขัดแย้งภายในองค์กร 3 .ปัจจัยที่มีผลการคัดเลือกข่าวและนำเสนอข่าวเกี่ยวกับคณะกรรมการการเลือกตั้งของสื่อมวลชน ประกอบด้วย 3.1 ปัจจัยเกี่ยวกับสถานการณ์การเมืองและผลกระทบทางการเมืองและผลกระทบต่อประชาชน 3.2 ปัจจัยเกี่ยวกับแหล่งข่าว ซึ่งมีหน้าที่ความรับผิดชอบหรือมีความเกี่ยวข้องโดยตรง ปัจจัยเกี่ยวกับวันเวลาและความสดใหม่ของเรื่องราวที่เกิดขึ้น 3.4 ปัจจัยเกี่ยวกับอารมณ์ในการถ่ายทอดหรือการให้สัมภาษณ์ 3.5 ปัจจัยในเชิงคุณค่าข่าว และองค์ประกอบข่าว เช่น มาจากความก้าวหน้า ความเคลือบแคลงสงสัยหรือมีเงื่อนงำ และความขัดแย้ง

ณัฐรีน สุรเสวี (2548) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกและนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์กรผู้ตรวจการแผ่นดินของรัฐสภาของสื่อมวลชน ผลการศึกษาพบว่า การที่องค์กรผู้ตรวจการแผ่นดิน มีบทบาทหน้าที่และวิธีการปฏิบัติ ในการใกล้ชิดเกี่ยวประนีประนอม โดยยึดหลักการไม่เผชิญหน้า ทำให้ส่งผลถึงการ



นำเสนอข่าวสารขององค์กรผู้ตรวจการแผ่นดินรัฐสภาที่เน้นการใกล้ชิด ประณีประนอม ไม่ให้ข่าวในทางเสียด สี หรือกระทบกับองค์กรหรือกลุ่มบุคคลใด ดังนั้นข่าวประชาสัมพันธ์ขององค์กรที่เผยแพร่ออกไปส่วนใหญ่จึง เป็นไปในลักษณะของข่าวแจ้งเพื่อทราบและข่าวประกอบกิจกรรมพิเศษขององค์กรเท่านั้น ซึ่งมีรูปแบบ 60 % เป็นข่าวแจ้งให้ทราบ และ 40 % เป็นข่าวประกอบกิจกรรมพิเศษ ประเด็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการ พิจารณาคัดเลือก และนำเสนอข่าวสารของสื่อมวลชน พบว่า ปัจจัยสำคัญที่ทำให้สื่อมวลชนไม่นำเสนอข่าวสาร ซึ่งเป็นข่าวประชาสัมพันธ์ขององค์กรผู้ตรวจการแผ่นดินทุกครั้งได้แก่ปัจจัยเกี่ยวกับประเภทของข่าว คือ การ เขียนข่าวไม่ตรงตามรูปแบบและลักษณะของการเขียนข่าวไม่ตรงตามรูปแบบและลักษณะของการเขียนข่าว เพื่อการประชาสัมพันธ์ที่ดี เนื้อหาของข่าวยาวเกินไป ข่าวที่ส่งมีเนื้อหาซ้ำซาก หรือคล้ายกันบ่อยเกินไป ส่วน ปัจจัยที่เป็นผลให้สื่อมวลชนพิจารณาคัดเลือกข่าวสารเกี่ยวกับองค์กรผู้ตรวจการแผ่นดินนั้น พบทั้งปัจจัย ทางตรงและทางอ้อม ดังนี้ 1. ปัจจัยทางด้านองค์กร อาทิ นโยบายขององค์กรสื่อที่สนับสนุนสนับสนุนการทำงาน ขององค์กรอิสระ ทัศนคติของผู้บริหารองค์กรสื่อและตัวบรรณาธิการ 2. ปัจจัยเกี่ยวกับประเภทของข่าว ได้แก่ ความน่าสนใจ และความสำคัญของข่าว 3. ปัจจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ส่วนบุคคล 4. ความเกรงใจ 5. ทัศนคติ ทางด้านการประชาสัมพันธ์ของผู้บริหารขององค์กรผู้ตรวจการแผ่นดิน

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

#### วิธีการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ประเด็นข่าวเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่สื่อสิ่งพิมพ์ให้ความสนใจในการนำเสนอ ผู้ศึกษาใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ศึกษาข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth interview) รวมทั้งใช้การศึกษาเอกสาร (Documentary Studies) เพื่อศึกษาข่าวและลักษณะเนื้อหาข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่เผยแพร่ในสื่อมวลชน รวมไปถึง การศึกษาปัจจัยในการพิจารณาคัดเลือกและนำเสนอข่าวที่เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่นของสื่อมวลชน และนำความคิดเห็นที่ได้รับจากสื่อมวลชน มาปรับใช้ในการพัฒนา รูปแบบ ลักษณะ และวิธีการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของ กองสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยขอนแก่นต่อไป ซึ่งผู้ศึกษาได้ใช้วิธีการศึกษา ดังนี้

#### แหล่งข้อมูล

#### ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth interview)

โดยการวิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่นของสื่อมวลชน เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความสนใจของสื่อมวลชนในการนำเสนอ และการคัดเลือกข่าวที่เกี่ยวข้องกับ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ผู้ศึกษาจึงใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเป็นทางการ เพื่อศึกษาความคิดเห็นของสื่อมวลชนด้านสื่อสิ่งพิมพ์ นอกจากนี้ผู้ศึกษายังได้สัมภาษณ์บุคลากรภายในมหาวิทยาลัยขอนแก่น คือ หัวหน้างานข่าว กองสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยขอนแก่น เพื่อให้ทราบถึงแนวทางการเขียน และ ส่งข่าว รวมทั้ง ข้อคิดเห็นต่างๆด้วย

#### ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ใช้วิธีการรวบรวมเอกสาร (Documentary Research )

โดยการวิเคราะห์ข่าวที่ได้รับการเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน โดยทำเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารสรุปงานประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำเดือน มิถุนายน – ธันวาคม 2559 โดย บริษัท ดับเบิล ดี มีเดีย จำกัด เอกสารที่เกี่ยวข้องของมหาวิทยาลัยขอนแก่น เว็บไซต์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

**ประชากร** ได้แก่ นักสื่อสารมวลชนด้านหนังสือพิมพ์ พนักงาน บริษัท ดับเบิล ดี มีเดีย จำกัด นักประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยขอนแก่น

**กลุ่มตัวอย่าง** ใช้กลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง แบบมีจุดมุ่งหมาย (Purposive Sampling) เป็นวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามดุลพินิจ (Judgment) ซึ่งผู้ให้ข้อมูล (Key informant) แบ่งเป็น 2 กลุ่มดังนี้

**กลุ่มที่ 1** สื่อมวลชน ได้แก่

1. นายก่อสิทธิ์ กองโหม ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ ประจำจังหวัดขอนแก่น
2. นางสาว บัณพร บัณชิต ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ บริษัทดับเบิลดี มีเดีย จำกัด

## กลุ่มที่ 2 เจ้าหน้าที่ภายในมหาวิทยาลัยขอนแก่น

1.นางสาวจิราพร ประทุมชัย ตำแหน่ง นักประชาสัมพันธ์ หัวหน้างานข่าว กองสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยขอนแก่น

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน

1.ส่วนที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลได้แก่ เอกสารสรุปงานประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำเดือน มิถุนายน – ธันวาคม 2559 โดย บริษัท ดับเบิล ดี มีเดีย จำกัด เอกสารที่เกี่ยวข้องของ มหาวิทยาลัยขอนแก่น เว็บไซต์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา

2.ส่วนที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth interview) เพื่อรวบรวมข้อมูลรายบุคคลแบบตัวต่อตัว (Face to Face Interview) ด้วยแบบสัมภาษณ์แบบเป็นทางการ โดยกำหนดรูปแบบของชุดคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 2 ชุด เพื่อให้ได้คำตอบที่ต้องการศึกษาดังนี้

#### 1. ชุดคำถามสำหรับสื่อมวลชน

มีโครงสร้างคำถามแบ่งเป็น 4 ส่วนดังนี้

**ส่วนที่ 1** ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น

ท่านรู้จักมหาวิทยาลัยขอนแก่น หรือไม่ อย่างไร

**ส่วนที่ 2** การนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น

1. ท่านเคยนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น หรือไม่ อย่างไร

2. หากท่านเคยนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น เนื้อหาในการนำเสนอข่าวสารนั้น ประเด็นใด

3. มีปัจจัยใดในการทำให้ท่านคัดเลือกและนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น

4. ท่านเคยนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่นอย่างน้อยเพียงใดในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา

5. เพราะเหตุใดท่านจึงไม่เคยนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น

6. สิ่งใดคือปัจจัยสำคัญในการคัดเลือกและนำเสนอข่าวสารของท่าน

**ส่วนที่ 3** การจัดลำดับวาระข่าวสาร

การจัดลำดับความสำคัญของการนำเสนอข่าวสารของท่านเป็นอย่างไร

**ส่วนที่ 4** ข้อเสนอแนะ

ท่านคิดว่าการเผยแพร่ข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่นไปสู่สื่อมวลชนเป็นอย่างไร และมีข้อเสนอแนะอย่างไรบ้าง

## 2. ชุดคำถามสำหรับนักประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น

มีโครงสร้างคำถามแบ่งเป็น 5 ส่วนดังนี้

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทางกายภาพของบุคคล

1. ชื่อ
2. อายุ
3. ตำแหน่ง
4. การศึกษา
5. อายุงาน

### ส่วนที่ 2 การนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น

1. ท่านมีวิธีการคัดเลือกข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์อย่างไร
2. ความถี่ในการส่งข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างไร
3. ขั้นตอนในการส่งข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างไร
4. ข่าวที่ท่านส่งไปยังสื่อมวลชนได้รับการเผยแพร่ทุกครั้งหรือไม่
5. ท่านคิดว่าเพราะเหตุใดข่าวประชาสัมพันธ์ที่ท่านส่งไปจึงไม่ได้รับการเผยแพร่
6. ท่านคิดว่าเพราะเหตุใดข่าวประชาสัมพันธ์ที่ท่านส่งไปจึงได้รับการเผยแพร่
7. ท่านคิดว่ามีปัจจัยใดบ้างที่ทำให้สื่อมวลชนคัดเลือกและนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับ

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

8. ท่านมีอุปสรรคในการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่นหรือไม่

### ส่วนที่ 3 วิธีการเขียนข่าว

ท่านมีวิธีการเขียนข่าวอย่างไร

### ส่วนที่ 4 การจัดลำดับวาระข่าวสาร

การจัดลำดับความสำคัญของการนำเสนอข่าวสารของท่านเป็นอย่างไร

### ส่วนที่ 5 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ท่านมีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับข่าวประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยขอนแก่นอย่างไรบ้าง

### ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาและการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากสื่อต่างๆ เช่น เอกสารสรุปงานประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำเดือน มิถุนายน – ธันวาคม 2559 โดย บริษัท ดับเบิล ดี มีเดีย จำกัด เอกสารที่เกี่ยวข้องของมหาวิทยาลัยขอนแก่น เว็บไซต์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ตลอดจนการสัมภาษณ์บุคคลต่างๆ ตั้งแต่เดือน 1 มิ.ย. 2559- 31 พ.ค. 2560 รวมระยะเวลาการศึกษากว่า 1 ปี ในส่วนของการสัมภาษณ์ได้นัดหมายวันและเวลาที่แน่นอนสำหรับการสัมภาษณ์ จากนั้น ผู้ศึกษาจึงสัมภาษณ์แบบเจาะลึก

รายบุคคล โดยใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่บันทึกเสียงขณะสัมภาษณ์ และ จัดบันทึกควบคุมไปด้วย เพื่อนำข้อมูลมาถอดเทปและวิเคราะห์

### การนำเสนอและวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาจะนำผลการศึกษาที่ได้ มาเขียนในลักษณะเชิงบรรยาย และ พรรณนา โดยสรุปให้เห็นถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการวิเคราะห์ประเด็นข่าวเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่สื่อสิ่งพิมพ์ให้ **ความสนใจในการนำเสนอ** ทั้งนี้ภายใต้กรอบแนวคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยนำเสนอข้อมูลแบ่งเป็น 3 ส่วนคือ

1. ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสาร
2. ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์สื่อมวลชน
3. ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ภายในองค์กร

ในส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาได้สรุปวิเคราะห์โดยแยกเป็นประเด็นต่างๆตามวัตถุประสงค์ในการศึกษาได้แก่

1. ประเภท ลักษณะ ข่าวเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น เพื่อศึกษารูปแบบของข่าวเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่นำเสนอผ่านสื่อมวลชน
2. ปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาคัดเลือกและนำเสนอข่าวที่เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่นของสื่อมวลชน เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อความสนใจของสื่อมวลชนในการคัดเลือกข่าวเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น
3. ข้อเสนอแนะ ความคิดเห็นที่ได้รับจากสื่อมวลชน มาปรับใช้ในการพัฒนา รูปแบบ ลักษณะ และวิธีการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยขอนแก่นต่อไป

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ประเด็นข่าวเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่สื่อสิ่งพิมพ์ให้ความสนใจในการนำเสนอ ผู้ศึกษาใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ศึกษาข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth interview) รวมทั้งใช้การศึกษาเอกสาร (Documentary Studies) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของสื่อมวลชนและบุคลากรที่ทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยมุ่งศึกษาเพื่อให้ได้คำตอบในเชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยบางประการที่มีผลต่อการตัดสินใจคัดเลือก และ นำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่นของสื่อมวลชน รูปแบบของข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่น ตลอดจนเพื่อให้ทราบถึงข้อเสนอแนะในการเผยแพร่ข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่นต่อไป ซึ่งผลการศึกษามีรายละเอียดแบ่งเป็น 2 ส่วนดังนี้

1. ผลการศึกษาเอกสาร
2. ผลการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก
  - สื่อมวลชน
  - เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น

### ส่วนที่ 1

#### ผลการศึกษาเอกสาร (Documentary Studies)

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้รวบรวมข้อมูลจากสื่อต่างๆ เช่น แผนยุทธศาสตร์การบริหารมหาวิทยาลัยขอนแก่น พ.ศ.2559-2562 เอกสารสรุปงานประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2559 – ธันวาคม 2559 โดย บริษัท ดับเบิ้ล ดี มีเดีย จำกัด หนังสือ เอกสาร เว็บไซต์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ซึ่งผลการศึกษา มีดังนี้

#### ประวัติความเป็นมาของกองสื่อสารองค์กร (Communication Affairs Division) มหาวิทยาลัยขอนแก่น

กองสื่อสารองค์กร สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น ถูกจัดตั้งขึ้นตามการปรับโครงสร้างการบริหารงานของสำนักงานอธิการบดี ตามประกาศสภามหาวิทยาลัยขอนแก่น ฉบับที่ 5/2555 เรื่อง การจัดตั้งหน่วยงานภายในสำนักงานอธิการบดี ประกาศ ณ วันที่ 9 ตุลาคม พ.ศ. 2555 เพื่อให้การดำเนินงานของสำนักงานอธิการบดี สามารถสนับสนุนวิสัยทัศน์และพันธกิจของมหาวิทยาลัยได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล รองรับการเปลี่ยนแปลงและตอบสนองยุทธศาสตร์การบริหารมหาวิทยาลัย

กองสื่อสารองค์กรอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของฝ่ายวิชาการและสื่อสารองค์กร ตามประกาศมหาวิทยาลัยขอนแก่น ฉบับที่ 1221/2558 เรื่อง การมอบอำนาจให้รองอธิการบดีและผู้ช่วยอธิการบดีปฏิบัติราชการแทนอธิการบดี ประกาศ ณ วันที่ 6 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2558 ซึ่ง ฝ่ายวิชาการและสื่อสารองค์กร มีภารกิจ

ดังนี้ รับผิดชอบ กำกับ ดูแล ควบคุมและสั่งการ กองสื่อสารองค์กร การส่งเสริมภาพลักษณ์และชื่อเสียง มหาวิทยาลัยขอนแก่น การตลาดเชิงรุก การเผยแพร่ผลงานที่โดดเด่นสู่แหล่งทุนและกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ การจัดทำวิทัศน์และแผนมหาวิทยาลัยขอนแก่นในฉบับภาษาต่างประเทศ การสร้างแบรนด์มหาวิทยาลัยขอนแก่น การสร้างและพัฒนาทีมต้อนรับผู้มาเยือน การพัฒนากิจกรรมร่วมกับหน่วยงานภายในและภายนอก มหาวิทยาลัย การสำรวจความคิดเห็นของประชาคมด้านต่าง ๆ และงานอื่น ๆ ที่อธิการบดีมอบหมาย รองอธิการบดี มีอำนาจสั่งการในกอง ในเรื่องที่ได้รับมอบหมายอำนาจให้ปฏิบัติราชการแทนอธิการบดี โดยปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบราชการหรือระเบียบของมหาวิทยาลัยขอนแก่น

### วิสัยทัศน์

เราสื่อสารมหาวิทยาลัยขอนแก่นสู่ประชาคมโลก

(We communicate KKU to citizen of the world)

### พันธกิจ

กองสื่อสารองค์กรมีหน้าที่เผยแพร่ สื่อสาร สนับสนุน ส่งเสริม สร้างสรรค์กิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์ และภาพลักษณ์ที่ดีต่อบุคลากรของมหาวิทยาลัยขอนแก่นและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภายนอก ด้วยเครื่องมือและเทคนิคการสื่อสารที่ทันสมัย เพื่อสร้างความร่วมมือในการขับเคลื่อนให้มหาวิทยาลัยขอนแก่นเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำของโลก

การดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์ของกองสื่อสารองค์กรที่สนองต่อยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย แบ่งเป็น 2 ด้านหลักๆ คือ

1. ประเด็นยุทธศาสตร์ด้านการสื่อสารองค์กร
2. ประเด็นยุทธศาสตร์ด้านชุมชนสัมพันธ์

โดยมีภารกิจที่สนองต่อแผนยุทธศาสตร์เพื่อการบริหารจัดการมหาวิทยาลัยในปี พ.ศ. 2559-2562

ดังนี้

เสาหลักที่ 1 : Green and Smart Campus เป็นองค์กรที่มีการบริหารจัดการอย่างชาญฉลาด ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 : สร้างความเป็นเลิศในการบริหารจัดการ

กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาระบบบริหารจัดการองค์กรที่เป็นเลิศ

1.7 เพิ่มช่องทางในการรับฟังความคิดเห็นจากผู้ที่มีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานในองค์กร บุคลากร นักศึกษา ศิษย์เก่า และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากทุกภาคส่วนภายนอกมหาวิทยาลัย

กลยุทธ์ที่ 4 การสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้านชุมชนสัมพันธ์และการสื่อสารองค์กร

4.1 ปรับปรุงประสิทธิภาพการสื่อสารไปยังชุมชนทั้งภายในและภายนอก พร้อมสร้างวัฒนธรรมการสื่อสารสองทาง การสนทนาแลกเปลี่ยนหรือการพูดคุยนอกรอบข้ามหน่วยงานข้ามองค์กรให้มากขึ้น

4.2 จัดทำแผนการดำเนินงานด้านชุมชนสัมพันธ์ ให้สอดคล้องกับกรอบและนโยบายของ มข. ฝึกอบรมและสัมมนา ระดมความคิดเห็นจากทุกๆ ภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง และผู้ปฏิบัติงาน มข. และดำเนินงานด้านชุมชนสัมพันธ์อย่างเป็นระบบ โดยการมีส่วนร่วมของสังคม

เสาหลักที่ 3 : Culture and Care Community เป็นองค์กรที่ห่วงใยและดูแลชุมชน รวมทั้งส่งเสริมศิลปะและวัฒนธรรม

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 9 : เป็นองค์กรที่มีความห่วงใยต่อสังคม

กลยุทธ์ที่ 1 ความห่วงใยต่อสังคมภายในมหาวิทยาลัยขอนแก่นและชุมชนภายนอก

1.1 ปลูกฝัง “รหัสวัฒนธรรม มข. (KKU Culture DNA)” และจิตวิญญาณ มข. ให้แก่นักศึกษาคณาจารย์ บุคลากร และศิษย์เก่า ในการทำงานที่ “อุทิศเพื่อสังคม” อย่างต่อเนื่อง

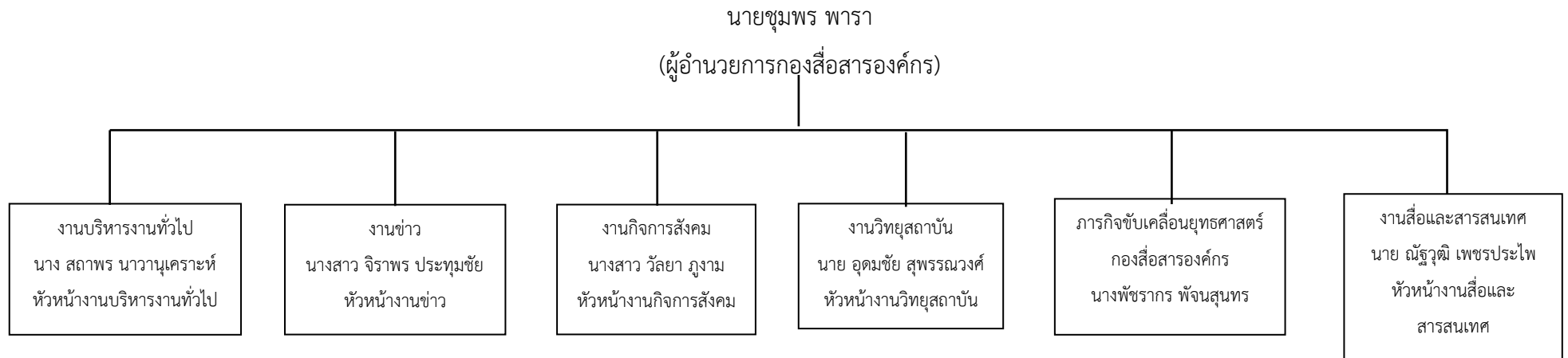
1.2 ดำเนินกิจกรรมเพื่อดูแลชุมชนในมหาวิทยาลัยและชุมชนรอบข้างมหาวิทยาลัยอย่างต่อเนื่องผ่านโครงการต่างๆ อาทิ โครงการพัฒนาสิ่งแวดล้อมของชุมชน โครงการดูแลสุขภาพและการศึกษา กิจกรรมด้านงานบุญและประเพณีของท้องถิ่น เป็นต้น

1.4 การร่วมมือกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการทำกิจกรรม การพัฒนาพื้นที่ ชุมชน และสังคม โดยรอบดำเนินกิจกรรมสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดสังคมที่อบอุ่น

**โครงสร้างการบริหารกองสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยขอนแก่น**



## โครงสร้างการบริหาร กองสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยขอนแก่น



โดยทั้ง 6 ภารกิจงานได้ดำเนินงานตามประเด็นยุทธศาสตร์ด้านการสื่อสารองค์กร ดังนี้

### 1. ผลิต และเผยแพร่ข่าวผลงานกิจกรรมของมหาวิทยาลัย

เครื่องมือ/วิธีการ:

- ข่าวเว็บไซต์ มข.
- ระบบ KKU News
- จดหมายข่าว(KKU News Headline)
- วารสารข่าว(ฮักมอดินแดง)
- ข่าววิทยุ
- ข่าวโทรทัศน์อินเทอร์เน็ต
- โครงการอบรมเขียนข่าวเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสาร

2. เผยแพร่ข่าวผลงานกิจกรรมของมหาวิทยาลัยผ่านสื่อสารมวลชนส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค

เครื่องมือ/วิธีการ:

- ข่าวเว็บไซต์ มข.
- ระบบ KKU News
- ฐานข้อมูลสื่อมวลชน
- ระบบ KKU Event update
- โครงการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ส่งมอบความสุข เครือข่ายสื่อมวลชน
- โครงการ มข. สานสัมพันธ์และขอบคุณสื่อมวลชน
- โครงการประยุกต์ใช้สื่อ และการส่งเสริมการตลาด
- โครงการสัมมนาเครือข่ายสื่อมวลชน

3. ติดตามรายงานผลการเผยแพร่ข่าวมหาวิทยาลัยผ่านสื่อสารมวลชน

เครื่องมือ/วิธีการ:

- เว็บไซต์ฐานข้อมูล ข่าว มข. ที่นำเสนอผ่านสื่อสารมวลชน
- เอกสารสรุปข่าวเด่นรายเดือน
- เอกสารสรุปข่าวเด่นรายปี

4. ผลิต และเผยแพร่รายการโทรทัศน์ สื่อวีดิทัศน์ และคลิปณรงค์

เครื่องมือ/วิธีการ:

- โทรทัศน์อินเทอร์เน็ต KKU Channel
- YouTube
- รายการโทรทัศน์
- คลิปณรงค์
- ระบบ KKU Live Broadcast

5. ผลิต และเผยแพร่รายการวิทยุ

เครื่องมือ/วิธีการ:

- วิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยขอนแก่น F.M. 103 MHz.
- วิทยุออนไลน์

6. บริหารเว็บไซต์มหาวิทยาลัยขอนแก่น

เครื่องมือ/วิธีการ:

- เว็บไซต์มหาวิทยาลัยขอนแก่น ทั้งเว็บ [www.kku.ac.th](http://www.kku.ac.th) และ [my.kku.ac.th](http://my.kku.ac.th)
- โครงการแปลข่าวเด่นหน้าเว็บไซต์

## 7. บริหารเว็บไซต์มหาวิทยาลัยขอนแก่น

เครื่องมือ/วิธีการ:

- เว็บไซต์มหาวิทยาลัยขอนแก่น ทั้งเว็บ [www.kku.ac.th](http://www.kku.ac.th) และ [my.kku.ac.th](http://my.kku.ac.th)
- โครงการส่งเสริมการใช้บริการเว็บไซต์สื่อสารภายใน [my.kku.ac.th](http://my.kku.ac.th)
- โครงการแปลข่าวเด่นหน้าเว็บไซต์

## 8. บริหารและให้บริการสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านระบบ Digital Signage และป้ายคัดเอาต์ประชาสัมพันธ์

เครื่องมือ/วิธีการ:

- จอดีจิตอลไซน์เนจ
- ป้ายคัดเอาต์ประชาสัมพันธ์
- โครงการพัฒนาระบบการจองป้ายคัดเอาต์ออนไลน์

## 9. บริหาร Social Media

เครื่องมือ/วิธีการ:

- ระบบ KKU Pop Mail
- Facebook Group
- Facebook Fanpage
- เครือข่ายสังคมออนไลน์
- โครงการสร้าง Line official

## 10. จากป้อมรักษาความปลอดภัย สู่ KKU Information Center

เครื่องมือ/วิธีการ:

- พัฒนาทักษะด้านภาษา การสื่อสาร และข้อมูลของมหาวิทยาลัยแก่เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยที่ทาง เข้าหลักของมหาวิทยาลัย

- จัดทำ และพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่จำเป็น

## 11. กิจกรรมเผยแพร่ผลงาน

เครื่องมือ/วิธีการ:

- งานแถลงข่าวผลงาน
- นักวิจัย มข. พบ สื่อมวลชน
- นิทรรศการแสดงผลงาน
- โครงการผลิตชุดนิทรรศการประชาสัมพันธ์สำเร็จรูป

## 12. กิจกรรมเผยแพร่ผลงานและภาพลักษณ์มุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายนานาชาติ

เครื่องมือ/วิธีการ:

- โครงการ KKU Ambassador
- โครงการ Drone Video/Photo Stock Footage
- เครื่องถ่ายภาพสามพันซ์/เครื่องถ่ายวิเทศสามพันซ์/เครื่องถ่ายนักศึกษา/เครื่องถ่ายนักวิจัย
- โครงการปรับเนื้อหาเว็บไซต์ภาษาอังกฤษ

### 13. กิจกรรม พิธีการของมหาวิทยาลัย

เครื่องมือ/วิธีการ:

- งานพิธีการกลาง เช่น วันเฉลิมพระชนมพรรษาฯ พิธีแสดงมุทิตาจิตฯ งานขึ้นชมยินดีและงานส่งเสริมศิลปะ และวัฒนธรรมต่างๆ

- ข้าราชการสื่อมวลชน

### 14. ต้อนรับคณะเยี่ยมชมศึกษาดูงาน

เครื่องมือ/วิธีการ:

- ทีมงาน และกระบวนงานต้อนรับ
- สื่อที่ใช้ประกอบ เช่น เอกสาร วิทยทัศน์ กิจกรรมแคมป์สทัวร์
- โครงการ “การจัดทำระบบฐานข้อมูลด้านการต้อนรับของมหาวิทยาลัยขอนแก่น” (KKU Hospitality Database)

## การดำเนินงานตามประเด็นยุทธศาสตร์ด้านชุมชนสัมพันธ์

### 1. กิจกรรม KKU USR

เครื่องมือ/วิธีการ:

- โครงการสภาชุมชนรอบรั้วมอดินแดง
- โครงการสภากาแพสี่หราช
- โครงการ มข. เพื่อสังคม 3 บวร : บ้าน วัด โรงเรียน สร้างการเรียนรู้สู่สังคมเป็นสุข (มี 4

กิจกรรม)

- โครงการ มข. ห่วงใยสังคม ร่วมต้านภัยพิบัติ
- โครงการบูรณาการส่งเสริมสุขภาพสู่ชุมชน
- โครงการงานวันเด็กรอบรั้ว มข.
- โครงการสร้างเครือข่ายจิตอาสา รอบรั้ว มข.
- โครงการสำรวจความต้องการของชุมชนรอบรั้วมข.
- ฐานข้อมูล USR ภาพรวม มข.(รวมกิจกรรมของคณะ/หน่วยงานด้วย)

### 2. ร่วมงานพิธีชุมชนสัมพันธ์ งานรัฐพิธี งานสวดพระอภิธรรมศพของผู้มีคุณูปการต่อมหาวิทยาลัย

เครื่องมือ/วิธีการ:

- ทีมงาน และกระบวนการงาน
- โครงการพัฒนาบุคลากรภาพและส่งเสริมภาพลักษณ์การออกงานด้านชุมชนสัมพันธ์

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

### 3. กิจกรรมสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจต่อนโยบายและสถานการณ์

เครื่องมือ/วิธีการ:

- กิจกรรมรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ (ทั้งการจัดเวที และการสำรวจความคิดเห็นผ่านช่องทางอื่น รวมถึงการ Monitoring สื่อต่างๆ)

- การจัดงานแถลงข่าว

### 4. การบริหารงานเครือข่ายประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น

เครื่องมือ/วิธีการ:

- การอบรม สัมมนา ศึกษาดูงาน
- การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (KM)
- กิจกรรมภายในชม.

### 5. การบริหารงานเครือข่ายโทรทัศน์

เครื่องมือ/วิธีการ:

- รายการโทรทัศน์ นำเสนอ ผลงาน กิจกรรม ข่าวสาร และสาระความรู้ในรูปแบบสื่อที่กลุ่มเป้าหมายพร้อมเผยแพร่ออกอากาศ

จากโครงสร้างการทำงานของกองสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยขอนแก่นพบว่ากองสื่อสารองค์กรแบ่งการทำงานเป็น 6 ฝ่าย ได้แก่ งานบริหารงานทั่วไป งานข่าว งานกิจการสังคม งานสื่อและสารสนเทศ งานวิทยุสถาบัน การกิจขับเคลื่อนยุทธศาสตร์กองสื่อสารองค์กร ซึ่งอยู่ภายใต้การบังคับบัญชาของผู้อำนวยการกองสื่อสารองค์กร ขณะเดียวกันฝ่ายที่มีหน้าที่ และ บทบาทหลักในการเขียนข่าว และ เผยแพร่ไปยังสื่อสิ่งพิมพ์คืองานข่าว มีหัวหน้างานข่าวเป็นผู้รับผิดชอบหลัก ซึ่งโครงสร้างการทำงานของงานข่าว มีดังนี้

## โครงสร้างการบริหารงานข่าว

นางสาว จิราพร ประทุมชัย

(หัวหน้างานข่าว)



ผลการศึกษาการบริหารงานของงานข่าว พบว่า หัวหน้างานข่าวมีอำนาจหน้าที่ในการบริหารงานบุคลากรข่าว ทั้ง 6 คน ให้สามารถขับเคลื่อนงานข่าวได้ โดยงานข่าว แบ่งการทำงานออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

1. **งานเชิงรับ** จะมีลักษณะการทำงาน คือ เมื่อคณะ หรือหน่วยงานต่างๆในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ส่งหนังสือราชการ ที่ระบุ วัน เวลา รายละเอียดในของการจัดงาน มาที่ กองสื่อสารองค์กรผู้อำนวยการกองสื่อสารองค์กรจะมอบหมายงานมาให้หัวหน้างานข่าว หลังจากนั้นหัวหน้างานจะมอบหมายนักประชาสัมพันธ์ 1 ใน 5 คนในสังกัดงานข่าว ไปทำข่าว ถ่ายภาพตามที่ได้รับมอบหมาย
2. **งานเชิงรุก** คือ การหาประเด็นที่สอดคล้องกับสถานการณ์ในสังคมซึ่งหัวหน้างานข่าวจะพิจารณาว่า ภารกิจของมหาวิทยาลัยขอนแก่น มีการดำเนินการด้านใดบ้าง และอย่างไรบ้าง ที่สอดคล้องกับสถานการณ์ หลังจากวางแผนการนำเสนอประเด็นได้แล้วจะมอบหมาย นักประชาสัมพันธ์ 1 ใน 5 คนในสังกัดงานข่าวไปทำข่าว ถ่ายภาพตามที่ได้รับมอบหมาย

นอกจากนี้บทบาท หน้าที่ของหัวหน้างานข่าวกองสื่อสารองค์กรยังรวมไปถึงการส่งข่าวไปยังผู้ประสานงานส่วนกลางที่ดูแลสื่อมวลชนที่กรุงเทพมหานคร (องค์กรดำเนินกิจการในลักษณะเอเจนซีประชาสัมพันธ์) ที่มีบทบาทในฐานะสื่อกลางการคัดเลือกข่าวของมหาวิทยาลัย และ เผยแพร่ไปยังสื่อมวลชนอีกต่อหนึ่ง

จากการศึกษาพบว่าข่าวมหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่ได้รับการเผยแพร่ใน

<https://www.kku.ac.th/news/lastest/?l=th> ตั้งแต่เดือน มิถุนายน 2559 – ธันวาคม 2559 มีจำนวนทั้งสิ้น 985 ข่าว ขณะเดียวกันมีข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่ได้รับการเผยแพร่ในหนังสือพิมพ์ จำนวนทั้งสิ้น 69 ประเด็นข่าว 249 ชิ้นงาน และมีรายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

**ตารางที่ 1** แสดงประเด็นข่าวที่ได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนเรียงลำดับจากชิ้นงานที่ได้รับการเผยแพร่

ลำดับที่	ประเด็นข่าว	จำนวน ชิ้นงานที่ ได้รับการ เผยแพร่	คิดเป็น ร้อยละ
1	คอลัมน์ : เรารักอาเซียน	20	8.03
2	มข.สร้างเจดีย์ 5 ชั้น	11	4.42
	มข.เพื่อชวานา เปิดพื้นที่ขายข้าว		
3	ม.ขอนแก่น ร่วมมือญี่ปุ่นพัฒนาครุฑไทย	9	3.61
	มข.สร้างงานศิลป์ถวายอัครศิลปิน		
4	พสกนิกรไทยร่วมสวดมนต์ตั้งจิตอธิษฐาน พร้อมใจ สวมใส่ ขาวดำ	8	3.21
	ลงแขกเกี่ยวข้าว		
5	เปิด 3 พื้นที่ แหล่งเรียนรู้	7	2.81
	มข.จับมือลอรีอัลร่วมพัฒนาทักษะ นศ.		
6	อื่นๆ	194	77.91

จากจำนวนข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่ได้รับการเผยแพร่ในหนังสือพิมพ์ จำนวนทั้งสิ้น 249 ชิ้นงาน ประเด็นข่าวที่ได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนอันดับที่ 1 คือ ประเด็นเกี่ยวกับความรู้เรื่องอาเซียน ในคอลัมน์ : เรารักอาเซียน มีจำนวนชิ้นงานที่ได้รับการเผยแพร่ 20 ชิ้นงาน คิดเป็น ร้อยละ 8.03 อันดับที่ 2 คือ ประเด็น มข.สร้างเจดีย์ 5 ชั้น และ มข.เพื่อชวานา เปิดพื้นที่ขายข้าว ได้รับการเผยแพร่ 11 ชิ้นงาน คิดเป็น ร้อยละ 4.42 อันดับที่ 3 คือ ประเด็น ม.ขอนแก่น ร่วมมือญี่ปุ่นพัฒนาครุฑไทย และ มข.สร้างงานศิลป์ถวายอัครศิลปิน ได้รับการเผยแพร่ 9 ชิ้นงาน คิดเป็น ร้อยละ 3.61 อันดับที่ 4 คือ ประเด็น พสกนิกรไทยร่วมสวดมนต์ตั้งจิตอธิษฐาน พร้อมใจ สวมใส่ ขาวดำ และ ลงแขกเกี่ยวข้าว ได้รับการเผยแพร่ 8 ชิ้นงาน คิดเป็น ร้อยละ

3.21 อันดับที่ 5 คือ ประเด็น เปิด 3 พื้นที่ แหล่งเรียนรู้ และ มข.จับมือลอรีอัลร่วมพัฒนาทักษะ นศ. ได้รับการเผยแพร่ 7 ชิ้นงาน คิดเป็น ร้อยละ 2.81 นอกจากนี้ ยังมีประเด็นข่าวเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่ได้รับการเผยแพร่ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ในช่วงระยะเวลาดังกล่าว ทั้งสิ้น 194 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 77.91 ตามลำดับ

**ตารางที่ 2** แสดงรูปแบบลักษณะข้อเขียนของมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่ได้รับการเผยแพร่ในสื่อสิ่งพิมพ์

ลำดับที่	รูปแบบ ลักษณะ ข้อเขียน	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
1	ข่าว	102	40.96
2	คอลัมน์	89	35.74
3	ภาพข่าว	46	18.47
4	บทความ	12	4.81

จากจำนวนข่าวที่ได้รับการเผยแพร่ในหนังสือพิมพ์ จำนวนทั้งสิ้น 249 ชิ้นงาน รูปแบบ ลักษณะ ข้อเขียนของมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่ได้รับการเผยแพร่ในสื่อสิ่งพิมพ์ มากที่สุดเป็นอันดับ 1 คือ ข่าว จำนวน 102 คิดเป็นร้อยละ 40.96 อันดับ 2 คือ คอลัมน์ จำนวน 89 คิดเป็นร้อยละ 35.74 อันดับ 3 คือ ภาพข่าว จำนวน 46 คิดเป็นร้อยละ 18.47 และอันดับ 4 คือ บทความ จำนวน 12 คิดเป็นร้อยละ 4.81 ตามลำดับ

**ตารางที่ 3** แสดงรายชื่อสื่อสิ่งพิมพ์ที่เผยแพร่ข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่น

ลำดับที่	หนังสือพิมพ์	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
1	ข่าวสด	40	16.06
2	กรุงเทพธุรกิจ	35	14.05
3	มติชน	34	13.65
4	สยามรัฐ	22	8.83
5	เดลินิวส์	20	8.03
6	คม ชัด ลึก	19	7.63
7	แนวหน้า	17	6.82
8	ไทยรัฐ	15	6.02
9	บ้านเมือง	14	5.62
10	ไทยโพสต์	10	4.01
11	สยามกีฬา	9	3.61
12	อื่นๆ	14	5.6

จากจำนวนข่าวที่ได้รับการเผยแพร่ในหนังสือพิมพ์ จำนวนทั้งสิ้น 249 ชิ้นงาน สื่อสิ่งพิมพ์ที่เผยแพร่ข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่น มากที่สุด อันดับ 1 คือ หนังสือพิมพ์ ข่าวสด จำนวน 40 ชิ้นงาน คิดเป็นร้อยละ 16.06 อันดับ 2 หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ จำนวน 35 ชิ้นงาน คิดเป็นร้อยละ 14.05 อันดับ 3 หนังสือพิมพ์มติชน



จำนวน 34 ชิ้นงาน คิดเป็นร้อยละ 13.65 อันดับ 4 หนังสือพิมพ์สยามรัฐ จำนวน 22 ชิ้นงาน คิดเป็นร้อยละ 8.83 อันดับ 5 หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ จำนวน 20 ชิ้นงาน คิดเป็นร้อยละ 8.03 อันดับ 6 หนังสือพิมพ์คม ชัด ลึก จำนวน 19 ชิ้นงาน คิดเป็นร้อยละ 7.63 อันดับ 7 อันดับ หนังสือพิมพ์แนวหน้า จำนวน 17 ชิ้นงาน คิดเป็นร้อยละ 6.82 อันดับ 8 หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ จำนวน 15 ชิ้นงาน คิดเป็นร้อยละ 6.02 อันดับ 9 หนังสือพิมพ์บ้านเมือง จำนวน 14 ชิ้นงาน คิดเป็นร้อยละ 5.62 อันดับ 10 หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ จำนวน 10 ชิ้นงาน คิดเป็นร้อยละ 4.01 อันดับ 11 หนังสือพิมพ์สยามกีฬา จำนวน 9 ชิ้นงาน คิดเป็นร้อยละ 3.61 อันดับ 12 หนังสือพิมพ์อื่นๆ จำนวน 14 ชิ้นงาน คิดเป็นร้อยละ 5.6 ตามลำดับ

## ส่วนที่ 2

### ผลการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth interview)

ในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผู้ศึกษาได้ศึกษาความคิดเห็นของสื่อมวลชนและบุคลากรที่ทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยมุ่งศึกษาเพื่อให้ได้คำตอบในเชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยบางประการที่มีผลต่อการตัดสินใจคัดเลือก และ นำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่นของสื่อมวลชนรูปแบบของข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่น ตลอดจนเพื่อให้ทราบถึงข้อเสนอแนะในการเผยแพร่ข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่น และนำมาสรุปให้ทราบ คำตอบในเชิงคุณภาพต่อไป ซึ่งผู้ศึกษาแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

#### กลุ่มที่ 1 สื่อมวลชน

สื่อหนังสือพิมพ์ ได้แก่

1. นายก่อสิทธิ์ กองโถม ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ ประจำจังหวัดขอนแก่น
2. นางสาวบัณฑิต บัณฑิต ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ บริษัทดับเบิลดี มีเดีย จำกัด

#### กลุ่มที่ 2 เจ้าหน้าที่ภายในมหาวิทยาลัยขอนแก่น

1.นางสาวจิราพร ประทุมชัย ตำแหน่ง นักประชาสัมพันธ์ หัวหน้างานข่าว กองสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยขอนแก่น

**ประเด็นเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่นของสื่อมวลชน**

- ท่านรู้จักมหาวิทยาลัยขอนแก่น หรือไม่ อย่างไร

ผลจากการศึกษา พบว่า สื่อมวลชนมีความเข้าใจการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยขอนแก่นในระดับดี ในด้านการเป็นองค์กรด้านการศึกษา โดย 1 ใน 2 ราย ระบุเกี่ยวกับภารกิจด้านการผลิตบัณฑิต “มหาวิทยาลัยขอนแก่นเป็นมหาวิทยาลัยเก่าแก่ของภาคอีสาน มีนักศึกษาที่จบจากที่นี่หลากหลายสาขาอาชีพ เป็นมหาวิทยาลัยที่เป็นศูนย์ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เด็กๆอยากจะได้เรียนต่อที่นี่เยอะ”นางสาวบัณฑิต ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ บริษัทดับเบิลดี มีเดีย จำกัด กล่าว

**ประเด็นเกี่ยวกับการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น**

- ท่านเคยนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น หรือไม่ อย่างไร

ผลการศึกษาพบว่า สื่อมวลชนจะนำเสนอข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ประเด็นเกี่ยวกับสุขภาพ และ ความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์สำคัญที่ประชาชนสนใจ ดังตัวอย่างจากบทสัมภาษณ์ ดังนี้

“ส่วนใหญ่ชอบนำเสนองานวิจัย เช่น มะเร็งท่อน้ำดี งานวิจัยที่ดูแลสุขภาพของชาวอีสาน เพราะมหาวิทยาลัยจะมีโรงพยาบาลศรีนครินทร์ และงานวิจัยเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม” นางสาวบัณฑิต ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ บริษัท ดับเบิ้ลดี มีเดีย จำกัด

“ผมทำข่าว มข.เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะข่าวหลวงพ่อกุณ ติตตามมาโดยตลอด เพราะเป็นข่าวที่ประชาชนสนใจ ส่วนกลางก็ให้เราติดตามข่าวนี้นี้” นายก่อสิทธิ์ กองโหม ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ ประจำจังหวัดขอนแก่น

**- ประเด็น เนื้อหา ในการนำเสนอข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยขอนแก่นท่านเน้นประเด็นใด**

ผลการศึกษาพบว่า สื่อมวลชนจะนำเสนอข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย โดยจะสนใจ งานวิจัยที่โดดเด่น หากโดดเด่นมากจะสามารถชิงพื้นที่นำเสนอได้ ในลักษณะ การลงได้ข่าวหน้า 1 หรือ บทความ เพราะเนื้อหาแปลกใหม่ และเป็นประโยชน์ต่อประชาชน โดย 1 ใน 2 ผู้ให้ข้อมูลระบุว่า

“หากเป็นการแถลงข่าว หรือได้รับข่าวเกี่ยวกับงานวิจัย ผมจะมาทุกครั้ง และจะนำเสนอใจยิ่งขึ้นหากเป็นงานวิจัยแปลกๆ ประชาชนสนใจ ส่วนกลางจะให้ลงเป็นสัปดาห์ หรือ หน้า 1 สิ่งใดที่ทำให้ประชาชนได้รู้ได้เห็นก็เป็นประโยชน์ต่อประชาชน” นายก่อสิทธิ์ กองโหม ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ ประจำจังหวัดขอนแก่น

**- ปัจจัยใดที่ทำให้ท่านคัดเลือกและนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น**

ผลการศึกษาพบว่า สื่อมวลชนมีการคัดเลือกข่าวที่ต่างกัน โดยการคัดเลือกข่าวนั้นจะเป็นไปตามองค์กรที่สื่อมวลชนสังกัดอยู่ ดังนี้

สื่อมวลชนด้านสื่อสิ่งพิมพ์ในส่วนภูมิภาคให้ข้อมูลว่า การนำเสนอ และ เผยแพร่ข่าวสาร องค์กรส่วนกลางจะเป็นผู้คัดเลือกก่อนเผยแพร่

“หน้าที่ของสื่อ เราเลือกไม่ได้ แต่จะไปทำทุกงานที่ได้รับเชิญ เราทำหน้าที่เสนอเนื้อหาในการแถลงข่าว หลังจากนั้น กรุงเทพ จะพิจารณาอีกครั้งตามนโยบาย จะได้ลงไม่ได้ลง อยู่ที่ กทม. ผมเป็นผู้เสนอ เขาเป็นผู้ลงข่าว ” นายก่อสิทธิ์ กองโหม ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ ประจำจังหวัดขอนแก่น

ในขณะที่เดียวกันสื่อมวลชนที่มีบทบาทในฐานะสื่อกลางการคัดเลือกข่าวของมหาวิทยาลัย และเผยแพร่ไปยังสื่อมวลชนอีกต่อหนึ่ง (องค์กรดำเนินกิจการในลักษณะเอเจนซีประชาสัมพันธ์) ได้ระบุว่าปัจจัยที่ใช้ในการคัดเลือกข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่น คือพิจารณาว่าข่าวดังกล่าวเป็นประโยชน์ต่อประชาชนหรือไม่

“เราจะพิจารณาว่าเป็นข่าวที่มีประโยชน์ คนทั่วไปที่ควรจะต้องรู้ เช่น ข่าวเชิงนโยบาย เช่น มหาวิทยาลัยมีการปรับเปลี่ยนการดำเนินงาน เราก็ต้องแจ้งให้สาธารณชนรับทราบ หรือ กรณีเป็นงานวิจัย มันจะมีอะไรที่

เป็นประโยชน์ต่อสาธารณชนบ้าง ก็จะเลือกข่าวนั้น” นางสาวบัณฑิต บัณฑิต ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ บริษัท ดับเบิลดี มีเดีย จำกัด กล่าว

**- ท่านเคยนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่นมากน้อยเพียงใดในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา**

ผลการศึกษาพบว่า สื่อมวลชนเผยแพร่ข่าวมหาวิทยาลัยขอนแก่นอย่างต่อเนื่อง โดยความถี่นั้น ขึ้นอยู่กับว่า ขณะนั้นมีเหตุการณ์ใดที่ประชาให้ความสนใจ และ หากมหาวิทยาลัยขอนแก่นมีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจกรรมนั้น จะทำให้สื่อมวลชนเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่นอย่างต่อเนื่อง

**- เพราะเหตุใดท่านจึงไม่คัดเลือกข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่นไปนำเสนอ**

ผลการศึกษาพบว่า สื่อมวลชนส่วนกลางเท่านั้นที่จะเป็นผู้คัดเลือกข่าวเผยแพร่ ทั้งนี้ สื่อมวลชนส่วนกลาง 1 ใน 2 ผู้ให้สัมภาษณ์ ได้กล่าวถึง การที่มหาวิทยาลัยขอนแก่นมีข่าวประชุมวิชาการเป็นจำนวนมาก แต่ ถูกคัดเลือกไปเผยแพร่น้อยเนื่องจากเนื้อหาไม่น่าสนใจ และ รายละเอียดน้อย ไม่มีความแปลกใหม่เพียงพอ

“บางครั้งเรามองว่าคอนเทนต์มันเบา แต่บางอันก็ดูมีประเด็นต่อได้ เราอาจจะขอสัมภาษณ์เพิ่มเติมงานวิชาการโดยส่วนใหญ่จะไม่ลงรายละเอียด มีแค่หัวข้อ ซึ่งต้องเป็นเนื้อหาที่เป็นครั้งแรก คนแรก อย่างแรก อันนี้จะถึงจุด บางครั้งเนื้อหาเป็นภาษาอังกฤษ และไม่ได้อธิบายในมุมที่อยากจะให้สื่อมวลชนรู้ ว่า ในวิชาการมีอะไรโดดเด่น เนื้อหาอะไรบ้าง ถ้ามีการปรับ ขยายเนื้อหา อาจจะดึงความสนใจจากสื่อได้มากขึ้น” นางสาวบัณฑิต บัณฑิต ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ บริษัทดับเบิลดี มีเดีย จำกัด กล่าว

**- สิ่งใดคือปัจจัยสำคัญในการคัดเลือกและนำเสนอข่าวสารของท่าน**

ผลการศึกษาพบว่า สื่อมวลชนผู้ทำหน้าที่สื่อกลางจะคำนึงถึงลักษณะของสื่อสิ่งพิมพ์ที่จะส่งข่าวให้ เป็นอันดับแรก ว่าข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่น สอดคล้องกับ ทิศทางในการเผยแพร่ข่าวของสื่อมวลชนเล่มนั้นๆหรือไม่ นอกจากนี้การคัดเลือกภาพต้องสามารถสื่อสารได้อย่างชัดเจน ดึงดูดใจ

“ต้องดูที่สื่อเป็นหลักว่าเขามี บุคลิกสไตล์แบบไหน ดูตั้งแต่หน้าหนึ่งถึงหน้าสุดท้าย เขามีคอลัมน์อะไรบ้าง เช่น ถ้าจะนำเสนองานวิจัย จะมีเล่มไหนบ้างที่นำเสนอเกี่ยวกับงานวิจัยได้เต็มรูปแบบ หรือกรณีภาพข่าว จะดูว่าสื่อฉบับไหนชอบภาพแบบไหน ภาพที่คัดเลือกต้องสามารถสื่อสารได้ชัดเจน” นางสาวบัณฑิต บัณฑิต ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ บริษัท ดับเบิลดี มีเดีย จำกัด กล่าว

### ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

**- ท่านคิดว่าการเผยแพร่ข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่นไปสู่สื่อมวลชนเป็นอย่างไร และมีข้อเสนอแนะอย่างไรบ้าง**

ผลการศึกษาพบว่า เนื้อหาข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่นโดยรวมดี เป็นที่พึงพอใจของสื่อมวลชน และในขณะเดียวกัน ผู้ให้สัมภาษณ์ได้แนะนำประเด็นดังต่อไปนี้

1.กรณีการเผยแพร่ข่าวที่มีศัพท์วิชาการ หรือ ภาษาต่างประเทศ เช่น ภาษาอังกฤษ ควรอธิบายให้ง่ายแก่ความเข้าใจ

2.ความไม่สะดวกในการมาทำข่าว บางกรณีเป็นปัจจัยที่ทำให้สื่อมวลชนไม่มาทำข่าว ควรมีการอำนวยความสะดวกให้ครอบคลุมยิ่งขึ้น

“หากเป็นอาคารสิริคุณากร ผมจะมา แต่ถ้าเป็นอาคารอื่น จะพิจารณาก่อน เพราะประสบปัญหาเรื่องที่จอดรถ โดยเฉพาะโรงพยาบาลศรีนครินทร์หาที่จอดรถไม่ได้ เช่น บางครั้งมีกิจกรรมรณรงค์ไม่กินปลาดิบ ผมก็ทิ้งเพราะข้อจำกัดในการหาที่จอดรถ” นายก่อสิทธิ์ กองโถม ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ ประจำจังหวัดขอนแก่น

3.การเขียนข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่นมีการเขียนที่ไม่หลากหลาย ควรปรับให้การเขียนมีหลากหลายหรือให้สอดคล้องกับสไตล์ของสื่อสิ่งพิมพ์ชนิดนั้นๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้สื่อมวลชนสามารถใช้งานได้ทันที

“ข่าวจากมหาวิทยาลัยขอนแก่น จะส่งข่าวเหมือนกันกับทุกสื่อสิ่งพิมพ์ ไม่มีการรีไรท์ใหม่ ซึ่งสื่อแต่ละสื่อไม่เหมือนกัน อย่างที่จะทำแบบฉบับนี้ต้องเขียนแบบนี้ ฉบับนี้ต้องเขียนแบบนี้ จะทำหลายเวอร์ชัน สมมติว่าเราเสนอเว็บ คอนเท้นท์ของเว็บต้องเป็นแบบนี้ มันมีเนื้อหามากมายที่จะต้องลงในเว็บได้ ถ้าเป็นหนังสือพิมพ์หรือเว็บไซต์เอง ปัจจุบันสื่อต้องการเนื้อหาชนิดเดียว ต้องปรับ แบบสื่อสามารถนำไปใช้ได้ทันที” นางสาวบัณฑิต บัณฑิต ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ บริษัทดับเบิ้ลดี มีเดีย จำกัด กล่าว

### **ประเด็นเกี่ยวกับการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่นของนักประชาสัมพันธ์**

#### **- ท่านมีวิธีการคัดเลือกข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์อย่างไร**

ผลการศึกษาพบว่า หัวหน้างานข่าวจะคัดเลือกข่าวจากคณะ และ หน่วยงานต่างๆที่นำเสนอในเว็บไซต์มหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยเป็นข่าวที่มีคุณค่าข่าว ดังนี้ รวดเร็วครบถ้วน ทันต่อเหตุการณ์ เป็นข่าวที่น่าสนใจตรงกับยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย 4 ด้าน มีภาพข่าวที่น่าเชื่อถือ มีภาพข่าวที่เหมาะสม หลังจากนั้นจะเรียบเรียงเนื้อหาใหม่ให้ประเด็นมีความโดดเด่น และส่งไปยังสื่อมวลชนส่วนกลาง

“บุคลากรที่เขียนข่าวตามคณะหน่วยงานไม่ได้จับตาดำเนินการสื่อสารมวลชนโดยตรง บางครั้งลักษณะการเขียนจะไม่ถูกเรียบเรียงให้เหมาะแก่การเผยแพร่ และยังไม่มีความโดดเด่นในเชิงประเด็น ฉะนั้นต้องรีไรท์ให้ตรงประเด็น หรือสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น และคิดว่าสื่อ น่าจะสนใจ โดยจะรีไรท์ให้ไม่เกิน 1 หน้ากระดาษเอ 4 จากนั้นจะส่งให้สื่อมวลชนโดยผ่านผู้ประสานงานกลาง คือคุณบัณฑิต” นางสาวจิราพร ประทุมชัย นักประชาสัมพันธ์ ตำแหน่ง หัวหน้างานข่าว กองสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยขอนแก่น

#### **- ความถี่ และ ขั้นตอน ในการส่งข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างไร**

ผลการศึกษาพบว่า ความถี่ในการส่งข่าว เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ

1. การเผยแพร่ ข่าวผ่านทางเว็บไซต์มหาวิทยาลัยขอนแก่นมีทุกวัน
2. ส่งข่าวไปยังผู้ประสานงานส่วนกลางทุกวัน ทั้งนี้ความสม่ำเสมอจะขึ้นอยู่กับปริมาณงานของตนเองด้วย

“เราจะส่งข่าวไปยังผู้ประสานงานส่วนกลางทุกวันทางอีเมลล์ หรือ เฟซบุค เนื่องจากตนเองได้กำหนดไว้ ไม่ว่าจะเป็นข่าว ที่เราไปทำข่าวมาเอง หรือ เป็นข่าวจากคณะ หน่วยงาน แล้วเรานำมารีไรท์ต่อ” นางสาวจิราพร ประทุมชัย นักประชาสัมพันธ์ ตำแหน่ง หัวหน้างานข่าว กองสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยขอนแก่น

**- ท่านคิดว่าเพราะเหตุใดข่าวประชาสัมพันธ์ที่ท่านส่งไปจึงไม่ได้รับการเผยแพร่**

ผลการศึกษาพบว่า ข่าวที่ไม่ได้รับการเผยแพร่มักเป็นข่าวที่มีลักษณะในเชิงนามธรรม ยังไม่เกิดการปฏิบัติ หรือ ส่งผลกระทบต่อสังคมในวงกว้าง

“หลายคนจะคิดว่าข่าวประชุมวิชาการสำคัญ มีคนต่างประเทศมา แต่ขณะเดียวกัน บางกรณี ยังไม่สามารถเห็นผลกระทบต่อสังคมอย่างเป็นรูปธรรม เป็นเหมือนการโต้แย้งเชิงนโยบาย ข่าวนั้นก็จะไม่ได้รับการเผยแพร่ หรือได้รับการเผยแพร่ แคกรอบเล็กๆ” นางสาวจิราพร ประทุมชัย นักประชาสัมพันธ์ ตำแหน่ง หัวหน้างานข่าว กองสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยขอนแก่น

**- ท่านคิดว่าเพราะเหตุใดข่าวประชาสัมพันธ์ที่ท่านส่งไปจึงได้รับการเผยแพร่**

ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะการเขียนมีผลต่อการคัดเลือกของสื่อมวลชน ซึ่งต้องมีการเรียบเรียงให้เหมาะสมแก่การเผยแพร่ มีความโดดเด่นในเชิงประเด็น สามารถเชื่อมโยงให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในประเทศ

“การคิดประเด็นต้องสอดคล้องกับประเด็นสังคมในขณะนั้นอย่างไร เช่น ขณะนี้มีภัยหนาว หรือ ภัยแล้ง มหาวิทยาลัย มีกิจกรรม หรือการจัดการ ที่สอดคล้องกับกิจกรรมนั้นๆหรือไม่อย่างไร เนื่องจากว่า เราจะอิงกับประเด็นสังคมเป็นหลักเพราะว่าสื่อมวลชนจะนำไปเผยแพร่ต่อเป็นวงกว้าง แต่ในขณะเดียวกัน บางครั้งเราจะมองหาประเด็นที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ ของมหาวิทยาลัย ทั้ง 4 ด้านด้วยเพื่อที่จะเขียนเป็นบทความเพื่อส่งไปยังสื่อมวลชน” จิราพร ประทุมชัย หัวหน้างานข่าว 4 กุมภาพันธ์ 2560

**- ท่านคิดว่ามีปัจจัยใดบ้างที่ทำให้สื่อมวลชนคัดเลือกและนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น**

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านประเด็น เป็นปัจจัยที่ทำให้สื่อมวลชนคัดเลือกข่าวมหาวิทยาลัยขอนแก่นไปเผยแพร่ โดยเฉพาะประเด็นเกี่ยวกับ เยาวชน การศึกษา วัฒนธรรม ท้องถิ่นเยาวชนนักเรียน จะได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนเป็นพิเศษ

“เราคิดว่า หากข่าวนั้น เกี่ยวข้องกับ เยาวชน การศึกษา วัฒนธรรม เยาวชน นักเรียน จะได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนเป็นพิเศษ ได้รับความสำคัญ โดยเฉพาะหากเรายกจุดเด่นของภูมิภาค และ เยาวชนรวมกัน โอกาสที่ข่าวนั้นจะได้รับการเผยแพร่มีสูงถึง 90-95 เปอร์เซ็นต์ เรามองว่าที่ข่าวในลักษณะนี้ได้รับความสนใจสูงเนื่องจาก เรื่องการศึกษาเป็นเรื่องหลักของประเทศ ฉะนั้นเรื่องเยาวชนจึงได้รับความสำคัญ และมีความแปลกใหม่ เพราะส่วนกลางต้องการข่าวเชิงท้องถิ่นด้วย”

นอกจากนี้ยังพบว่า การทำข่าว และเผยแพร่ข่าว เชิงรุก จะมีอัตราส่วนการถูกสื่อมวลชนนำไปเผยแพร่ต่อมากกว่าการทำข่าวเชิงรับ

“ข่าวเชิงรับ หรือหมายข่าวจากคณะ หรือหน่วยงาน จะถูก เผยแพร่ทางเว็บไซต์ทุกวัน แต่มักไม่ถูกสื่อมวลชนหยิบไปเผยแพร่ ในขณะที่ ข่าวเชิงรุก ที่นักข่าวจะถูกมอบหมายประเด็นและไปเขียนเนื้อหาต่อนั้นมีโอกาสที่สื่อมวลชนจะนำไปเผยแพร่ต่อเกือบจะ 100 เปอร์เซ็นต์ เรียกว่าการเอาข้อมูลมาปั่นให้สอดคล้องกับสังคม ซึ่งมันโดนใจสื่อ” นางสาวจิราพร ประทุมชัย นักประชาสัมพันธ์ ตำแหน่ง หัวหน้างานข่าว กองสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยขอนแก่น

### ประเด็นข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

- ท่านมีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับข่าวประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยขอนแก่นอย่างไรบ้าง ผลการศึกษาพบว่า ข่าวที่เกี่ยวข้องของการวิจัยมักเผชิญกับข้อจำกัดในการนำเสนอ ดังนี้

1. งานวิจัยไม่ถูกนำไปใช้จริงให้เห็นผลกระทบในวงกว้าง
2. งานวิจัยใช้ภาษาวิชาการ ยากต่อการทำความเข้าใจของประชาชน
3. การนำงานวิจัยไปใช้ ไม่เกิดความต่อเนื่อง ไม่ก่อให้เกิดความยั่งยืนกับชุมชน

“เหตุผลที่ข่าวเกี่ยวกับการวิจัยมีจำนวนการเผยแพร่ต่อขึ้นน้อยกว่า ข่าวบางประเด็น เราวิเคราะห์ว่างานวิจัยนั้นเมื่อนำไปใช้สำหรับชุมชน กลับมีทั้งนำไปใช้บ้าง ไม่นำไปใช้บ้าง นอกจากนั้นยังมีภาษาที่ยาก”

นอกจากนี้ยังพบว่าการทำงานของกองสื่อสารองค์กรยังไม่สอดคล้องกับนักวิจัย นักวิจัยเองการยังเลือกงานวิจัย ประเด็น ที่ไม่สอดคล้องกับการทำงานของกองสื่อสารองค์กร และ ปัจจัยด้านความสนใจของผู้บริหาร

“ผู้บริหารสนใจ กับสื่อสนใจไม่เหมือนกัน ยกตัวอย่างเช่น เมื่อผู้บริหารมีความรู้ด้านการแพทย์ การคัดเลือกหัวข้อวิจัยก็จะเป็นความสนใจของผู้บริหาร แต่ สื่อมวลชนจับต้องยาก เช่น การพัฒนาอีสต์ การพัฒนาโครโมโซม ในขณะเดียวกัน เมื่อเปรียบเทียบกับข่าวที่ได้รับผลกระทบทันที เช่นข่าวชายข่าว สื่อเห็น สื่อจะนำไปเผยแพร่ โดยไม่ต้องเสียเวลาในการย่อยภาษาวิชาการ”

ทั้งนี้ผู้ให้สัมภาษณ์ได้เสนอแนะวิธีการแก้ปัญหาการเผยแพร่ข่าวเกี่ยวกับการวิจัย โดยเสนอให้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับนักวิจัยให้มากขึ้น และ ค้นหางานวิจัยที่ส่งผลกับประชาชนได้ทันที

“เรามีความพยายามในการคุยกับนักวิชาการ นักวิจัยมากขึ้น ว่างานวิชาการ ประเด็นไหน ที่ส่งผลกับประชาชนได้ทันที ส่วนงานวิจัยที่เป็นวิชาการในเชิงที่มีเนื้อหาหนัก จับต้องยากอาจจะต้องลดบทบาทลงมา”

นอกจากผลการศึกษาที่รายงานมาข้างต้น ผู้ศึกษาได้นำมาสรุปและอภิปรายผลการศึกษาในบทต่อไป

## บทที่ 5

### สรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเอกสาร (Documentary Studies) และ สัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth interview) กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นสื่อมวลชน และ เจ้าหน้าที่ภายในมหาวิทยาลัยขอนแก่น รวม 3 คน ทำให้ผู้ศึกษาได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ คือ การศึกษาข่าวและลักษณะเนื้อหาข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่เผยแพร่ในสื่อมวลชน รวมไปถึง การศึกษาปัจจัยในการพิจารณาคัดเลือกและนำเสนอข่าวที่เกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยขอนแก่นของสื่อมวลชน และนำความคิดเห็นที่ได้รับจากสื่อมวลชน มาปรับใช้ในการพัฒนารูปแบบ ลักษณะ และวิธีการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของ กองสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยขอนแก่นต่อไป

### สรุปอภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาเอกสาร ควบคู่กับการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ตามที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยได้พบข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของกองสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยขอนแก่น โครงสร้างการบริหารงานด้านข่าว กระบวนการคัดเลือก เผยแพร่ข่าวไปยังสาธารณชนและสื่อมวลชน ตลอดจนปัจจัยในการพิจารณาคัดเลือกและนำเสนอข่าวที่เกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยขอนแก่นของสื่อมวลชน รวมทั้งข้อเสนอแนะต่างๆ ทั้งจาก สื่อมวลชน และ เจ้าหน้าที่ภายในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ซึ่งสามารถนำมาสรุปและอภิปรายผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

#### อภิปรายผล การศึกษาตามวัตถุประสงค์การศึกษา ข้อที่ 1

##### เพื่อศึกษาข่าวและลักษณะเนื้อหาข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่เผยแพร่ในสื่อมวลชน

จากผลการศึกษาภารกิจหลัก วิสัยทัศน์ พันธกิจ รวมทั้งการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์ของกองสื่อสารองค์กรที่สนองต่อยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยพบว่า การที่มหาวิทยาลัยขอนแก่นเป็นสถาบันการศึกษามีบทบาทในการผลิตบัณฑิต สร้างสรรค์องค์ความรู้ เพื่อพัฒนาขับเคลื่อนประเทศ ทำให้ส่งผลถึงการนำเสนอข่าวสารของมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่เน้นการเผยแพร่ สื่อสาร สนับสนุน ส่งเสริม ภาพลักษณ์ ดังนั้นข่าวที่เผยแพร่ออกไปจึงเป็นไปในลักษณะ การเผยแพร่ความรู้จากบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ กิจกรรมพิเศษที่สอดคล้องกับสภาวะทางสังคม การพัฒนาระดับคุณภาพทางการศึกษา กิจกรรมพิเศษที่ช่วยเหลือสังคม การสนับสนุนการเรียนรู้ทุกช่วงวัย ดังเช่นข้อมูลที่พบว่า

จำนวนข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่ได้รับการเผยแพร่ในหนังสือพิมพ์ จำนวนทั้งสิ้น 249 ชิ้นงาน ประเด็นข่าวที่ได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนอันดับที่ 1 คือ ประเด็นเกี่ยวกับความรู้เรื่องอาเซียน ในคอลัมน์ : เรารักอาเซียน มีจำนวนชิ้นงานที่ได้รับการเผยแพร่ 20 ชิ้นงาน คิดเป็น ร้อยละ 8.03 อันดับที่ 2 คือ ประเด็น มข.สร้างเจดีย์ 5 ชั้น และ มข.เพื่อชาวนา เปิดพื้นที่ขายข้าว ได้รับการเผยแพร่ 11 ชิ้นงาน คิดเป็นร้อยละ 4.42 อันดับที่ 3 คือ ประเด็น ม.ขอนแก่น ร่วมมือญี่ปุ่นพัฒนาครูไทย และ มข.สร้างงานศิลป์ถวาย

อัครศิลปิน ได้รับการเผยแพร่ 9 ชิ้นงาน คิดเป็น ร้อยละ 3.61 **อันดับที่ 4 คือ ประเด็น พสกนิกรไทยร่วมสวดมนต์ ตั้งจิตอธิษฐาน พร้อมใจ สวมใส่ ขาวดำ และ ลงแขกเกี่ยวข้าว** ได้รับการเผยแพร่ 8 ชิ้นงาน คิดเป็น ร้อยละ 3.21 **อันดับที่ 5 คือ ประเด็น เปิด 3 พื้นที่ แหล่งเรียนรู้ และ มข.จับมือล่อรี้อลร่วมพัฒนาทักษะ นศ.** ได้รับการเผยแพร่ 7 ชิ้นงาน คิดเป็น ร้อยละ 2.81 นอกจากนี้ ยังมีประเด็นข่าวเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่ได้รับการเผยแพร่ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ในช่วงระยะเวลาดังกล่าว ทั้งสิ้น 194 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 77.91 ตามลำดับ

ซึ่งพบว่า รูปแบบ ลักษณะข้อเขียนของมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่ได้รับการเผยแพร่ในสื่อสิ่งพิมพ์มากที่สุดคือ **ข่าว** ลำดับถัดมาเป็น **คอลัมน์ ภาพข่าว และ บทความ** ดังเช่นข้อมูลที่พบว่า

จำนวนข่าวที่ได้รับการเผยแพร่ในหนังสือพิมพ์ จำนวนทั้งสิ้น 249 ชิ้นงาน รูปแบบ ลักษณะข้อเขียนของมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่ได้รับการเผยแพร่ในสื่อสิ่งพิมพ์ **มากที่สุดเป็นอันดับ 1 คือ ข่าว** จำนวน 102 ข่าว คิดเป็นร้อยละ 40.96 **อันดับ 2 คือ คอลัมน์** จำนวน 89 คอลัมน์ คิดเป็นร้อยละ 35.74 **อันดับ 3 คือ ภาพข่าว** จำนวน 46 ภาพข่าว คิดเป็นร้อยละ 18.47 และ **อันดับ 4 คือ บทความ** จำนวน 12 บทความ คิดเป็นร้อยละ 4.81 ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่า **สื่อสิ่งพิมพ์ที่ตีพิมพ์ข่าว** ของมหาวิทยาลัยขอนแก่นมากที่สุด คือ **หนังสือพิมพ์ข่าวสด หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ หนังสือพิมพ์มติชน หนังสือพิมพ์สยามรัฐ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ หนังสือพิมพ์คม ชัด ลึก หนังสือพิมพ์แนวหน้า หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ หนังสือพิมพ์ บ้านเมือง หนังสือพิมพ์ ไทยโพสต์ หนังสือพิมพ์สยามกีฬา และ หนังสือพิมพ์อื่นๆ** ตามลำดับ ดังเช่นข้อมูลที่พบว่า

จำนวนข่าวที่ได้รับการเผยแพร่ในหนังสือพิมพ์ จำนวนทั้งสิ้น 249 ชิ้นงาน **สื่อสิ่งพิมพ์ที่เผยแพร่ข่าว** ของมหาวิทยาลัยขอนแก่นมากที่สุด **อันดับ 1 คือ หนังสือพิมพ์ ข่าวสด** จำนวน 40 ชิ้นงาน คิดเป็นร้อยละ 16.06 **อันดับ 2 หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ** จำนวน 35 ชิ้นงาน คิดเป็นร้อยละ 14.05 **อันดับ 3 หนังสือพิมพ์มติชน** จำนวน 34 ชิ้นงาน คิดเป็นร้อยละ 13.65 **อันดับ 4 หนังสือพิมพ์สยามรัฐ** จำนวน 22 ชิ้นงาน คิดเป็นร้อยละ 8.83 **อันดับ 5 หนังสือพิมพ์เดลินิวส์** จำนวน 20 ชิ้นงาน คิดเป็นร้อยละ 8.03 **อันดับ 6 หนังสือพิมพ์คม ชัด ลึก** จำนวน 19 ชิ้นงาน คิดเป็นร้อยละ 7.63 **อันดับ 7 หนังสือพิมพ์แนวหน้า** จำนวน 17 ชิ้นงาน คิดเป็นร้อยละ 6.82 **อันดับ 8 หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ** จำนวน 15 ชิ้นงาน คิดเป็นร้อยละ 6.02 **อันดับ 9 หนังสือพิมพ์บ้านเมือง** จำนวน 14 ชิ้นงาน คิดเป็นร้อยละ 5.62 **อันดับ 10 หนังสือพิมพ์ ไทยโพสต์** จำนวน 10 ชิ้นงาน คิดเป็นร้อยละ 4.01 **อันดับ 11 หนังสือพิมพ์สยามกีฬา** จำนวน 9 ชิ้นงาน คิดเป็นร้อยละ 3.61 **อันดับ 12 หนังสือพิมพ์อื่นๆ** จำนวน 14 ชิ้นงาน คิดเป็นร้อยละ 5.6 ตามลำดับ

จากผลการศึกษาข้างต้นสรุปได้ว่าข่าวและลักษณะเนื้อหาข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่เผยแพร่ในสื่อมวลชนเป็นข่าวที่มีลักษณะ **การเผยแพร่ความรู้จากบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ** เช่น ประเด็นเกี่ยวกับความรู้เรื่องอาเซียน ใน คอลัมน์ : เรารักอาเซียน มีจำนวนชิ้นมากที่สุด ซึ่งการนำเสนอเนื้อหาข่าวนี้ของหนังสือพิมพ์สอดคล้องกับ บทบาทความรับผิดชอบต่อการให้บริการชุมชนในด้านต่างๆที่สำคัญ (ดรุณี



ทริฐุรักษ์, 2529: 5-9 อ้างถึงใน ธนวรรณ กัมมารเจษฎากุล, 2547: 18-20 ) ที่ระบุถึง การให้การศึกษา หนังสือพิมพ์จะให้ความรู้ให้การศึกษา ความรู้เหล่านี้ผู้อ่านจะได้รับจากการอ่านคอลัมน์และบทความต่างๆ ที่มีในหนังสือพิมพ์ คอลัมน์นี้ที่มักจะมีและได้อ่านเป็นประจำได้แก่ คอลัมน์แพทย์ ซึ่งเป็นคอลัมน์ที่ตอบ ปัญหาผู้อ่านเกี่ยวกับปัญหาด้านสุขภาพ โรคภัยไข้เจ็บ และวิธีป้องกัน เป็นต้น นอกจากนี้ การเผยแพร่ การเผยแพร่ความรู้จากบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ ยังสอดคล้องกับ แนวคิดองค์ประกอบของข่าว ประชาสัมพันธ์(PR News Elements) ที่ระบุถึง ความเด่น หรือ ความสำคัญ (Prominence) หมายถึง ความโดดเด่นด้านชื่อเสียงของบุคคล กิจกรรม สถานที่ หรือสิ่งของต่างๆ จะช่วยดึงดูดความสนใจของผู้รับ สารมากขึ้น กล่าวคือ มหาวิทยาลัยขอนแก่นเป็นองค์กรด้านการศึกษา ฉะนั้นการที่นักวิชาการที่เป็นบุคลากร ของมหาวิทยาลัย ได้เผยแพร่ความรู้ความสามารถ ผ่านสื่อมวลชน ย่อมได้รับความสนใจ และความเชื่อถือ จากทั้งตัวบุคคลเอง และ สถาบันต้นสังกัดที่มีชื่อเสียง ทำให้สามารถดึงดูดความสนใจของผู้อ่านได้มากกว่าผู้ที่ ไม่มีชื่อเสียง และสถาบันสังกัดที่ชัดเจน

นอกจากนี้ กิจกรรมพิเศษที่สอดคล้องกับสภาวะทางสังคม เช่น ประเด็น มข.สร้างเจดีย์ 5 ชั้น และ มข.เพื่อชาวนา เปิดพื้นที่ขายข้าว ยังเป็นการนำเสนอข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่สอดคล้องกับ ความสำคัญต่อการคัดเลือกข่าวที่ รองศาสตราจารย์มาลี บุญศิริพันธ์ (2522 : 26) ระบุถึง ความถูกต้องกับ กาลเทศะ(Timeliness) คือการที่ข่าวที่มีคุณค่าต้องได้รับการรายงานให้ทันเวลาและตรงกับความต้องการ ของประชาชน เพราะหากพิจารณาจากช่วงเวลาในการนำเสนอข่าว จะเป็นช่วงเวลาที่ประชาชนชาวไทย มีความรู้สึก ความสนใจร่วมกันเกี่ยวกับประเด็นการเสด็จสวรรคตของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ ๙ ฉะนั้นจึงเห็นได้ว่าการทำกิจกรรมของมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่สอดคล้องกับภาวะสังคม มีโอกาสที่สื่อมวลชน จะสนใจและหยิบไปเผยแพร่มีโอกาสสูงเพราะสอดคล้องตามความสนใจของประชาชน

จากผลการศึกษาข้างต้นสรุปได้ว่ารูปแบบ ลักษณะข้อเขียนของมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่ได้รับการ เผยแพร่ในสื่อสิ่งพิมพ์ มากที่สุดคือ ข่าว ซึ่งสอดคล้องกับ ญัฐริน สุรเสวี (2548) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มี ผลต่อการคัดเลือกและนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์กรผู้ตรวจการแผ่นดินของรัฐสภาของสื่อมวลชน ผล การศึกษาพบว่า ข่าวประชาสัมพันธ์ขององค์กรที่เผยแพร่ออกไปส่วนใหญ่จึงเป็นไปในลักษณะของข่าวแจ้งเพื่อ ทราบและข่าวประกอบกิจกรรมพิเศษขององค์กรเท่านั้น ซึ่งข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่ปรากฏในสื่อ สิ่งพิมพ์นั้น สอดคล้อง กับ แนวคิดประเภทของข่าวซึ่งเป็น “ข่าวหนัก” โดยจะเน้นเนื้อหาสาระมากกว่าความ บันเทิง

นอกจากนี้ ลำดับถัดมายังปรากฏข่าวที่เกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยขอนแก่นในรูปแบบ คอลัมน์ ซึ่งเป็นข้อเขียนที่มีความสมบูรณ์ในตนเอง เนื่องจากเนื้อหาที่จำกัดเป็นเหตุให้งานเขียนในหนังสือพิมพ์ต้องกระชับ รัดกุม ลงชื่อผู้เขียน กำหนดวางในตำแหน่งประจำ เพื่อสร้างความคุ้นเคยให้ผู้อ่านเปิดได้ทันที ทั้งนี้เนื้อหา

ข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่นในคอลัมน์ มักเป็นเรื่องราว เกี่ยวกับ องค์ความรู้ นวัตกรรมใหม่ๆ นักศึกษา นักวิชาการ

จากผลการศึกษาข้างต้นสรุปได้ว่าสื่อสิ่งพิมพ์ที่ตีพิมพ์ข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่น มากที่สุด คือ หนังสือพิมพ์ ข่าวสด ซึ่ง(สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533 : 162 )ได้จัดแบ่งประเภทหรือรูปแบบของหนังสือพิมพ์ โดยหนังสือพิมพ์ข่าวสดนั้นจัดอยู่ในประเภท หนังสือพิมพ์รายวัน (Dailies) เป็นหนังสือพิมพ์ที่ต้องตีพิมพ์ให้หมดตลาดภายในแต่ละวัน อายุของหนังสือพิมพ์จึงสั้น ลักษณะเด่นอยู่ที่ความสดและความรวดเร็ว ในการเสนอข่าวโดยเฉพาะ จะต้องมียอดขายเนื่องจากต้องการให้ลูกค้าซื้อทุกวัน ดังนั้นหนังสือพิมพ์จึงจำเป็นต้องมีโฆษณาและยอดจำหน่ายสูง เพื่อทดแทนกำไรต่อฉบับที่น้อย เช่น ไทยรัฐ เดลินิวส์ และแนวหน้า เป็นต้น ทั้งนี้สามารถอภิปรายผลได้ว่า การที่ลักษณะเด่นของหนังสือพิมพ์รายวันอยู่ที่ความสดและความรวดเร็ว ในการเสนอข่าวโดยเฉพาะ ฉะนั้น เหตุการณ์ประจำวัน หรือ รอบสัปดาห์ของมหาวิทยาลัยขอนแก่นจึงถูกสื่อมวลชนคัดเลือกไปเผยแพร่ **ขณะเดียวกันการที่ข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่น ปรากฏในหนังสือพิมพ์ ข่าวสด หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ หนังสือพิมพ์มติชน หนังสือพิมพ์สยามรัฐ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ สามารถบอกได้ว่า เนื้อหาข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่น ปรากฏในหนังสือพิมพ์ ทั้งประเภท ปริมาณ และ คุณภาพ** ตามที่ (มาลี บุญศิริพันธ์, 2531: 3)ได้แบ่งหนังสือพิมพ์ตามเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ โดยสามารถจำแนกได้ 2 ลักษณะ ดังนี้

หนังสือพิมพ์ประเภทปริมาณ (Popular Newspaper) คือหนังสือพิมพ์ที่ให้ความสำคัญกับข่าวประเภทเร้าอารมณ์ ตื่นเต้น เช่น ข่าวอุบัติเหตุ ข่าวอาชญากรรม ข่าวบันเทิง ข่าวภัยพิบัติต่างๆ ข่าวที่เกี่ยวข้องกับเพศ ข่าวบุคคล

หนังสือพิมพ์ประเภทคุณภาพ (Quality Newspaper) หนังสือพิมพ์ประเภทนี้เน้นที่คุณภาพ หมายถึงลักษณะการเสนอเนื้อหาที่มีผลกระทบต่อสังคม ลักษณะเนื้อหาสาระค่อนข้างหนัก (Hard News) เช่น ข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวต่างประเทศ เน้นการรายงานวิเคราะห์สถานการณ์หรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ผู้อ่านประเภทนี้มักอยู่ในวงค่อนข้างจำกัด เฉพาะกลุ่มบุคคลที่มีความสนใจในความเคลื่อนไหวของข่าวสารการเมืองมากกว่าผู้อ่านหนังสือพิมพ์ประเภทปริมาณ เช่น ข่าวเศรษฐกิจ การเมือง สังคม การศึกษา ผู้นิยมน่าจะเป็นผู้บริหาร ผู้ที่มีการศึกษาพอสมควร ข่าวประเภทนี้มุ่งสนองความรู้ ความคิดเห็นเป็นสำคัญ ให้ผลตอบแทนแก่ผู้อ่านในระยะยาว ทำให้ผู้อ่านเกิดความรู้ ความเข้าใจ และเป็นประโยชน์ในการนำไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์ต่างๆ

## อภิปรายผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์การศึกษา ข้อที่ 2

เพื่อศึกษาปัจจัยในการพิจารณาคัดเลือกและนำเสนอข่าวที่เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่นของสื่อมวลชน

### ประเด็นเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่นของสื่อมวลชน

ผลจากการศึกษา พบว่า สื่อมวลชนมีความเข้าใจการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยขอนแก่นในระดับดี ในด้านการเป็นองค์กรด้านการศึกษา โดย 1 ใน 2 ราย ระบุเกี่ยวกับภารกิจด้านการผลิตบัณฑิต “มหาวิทยาลัย ขอนแก่นเป็นมหาวิทยาลัยเก่าแก่ของภาคอีสาน มีนักศึกษาที่จบจากที่นี่หลากหลายสาขาอาชีพ เป็นมหาวิทยาลัยที่เป็นศูนย์ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เด็กๆอยากจะเรียนต่อที่นี่เยอะ” นางสาวบัณฑิต บัณฑิต ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ บริษัทดับเบิ้ลดี มีเดีย จำกัด กล่าว จากบทสัมภาษณ์สะท้อนถึงการมีความเข้าใจอันดีต่อมหาวิทยาลัยขอนแก่น ซึ่งการมีความเข้าใจอันดีนั้น การประชาสัมพันธ์นั้นว่ามีส่วนในปัจจัยเหล่านั้น ซึ่งการมีความเข้าใจอันดีต่อองค์กรจะส่งผลด้านบวกต่อการดำเนินกิจการ สอดคล้องกับผลการศึกษา ด้านกลยุทธ์การสื่อสารของ ภักชูดา อ่ำไพพรรณ และ วิเชียร ลัทธิพงศ์พันธ์ (2559) ที่ศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของ สำนักงานคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงานต่อสื่อมวลชน” ผลการศึกษา พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารของสำนักงานคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงานต่อสื่อมวลชน เน้นการตอบโต้ข้อสงสัยผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการจดจำ เผยแพร่บทบาทหน้าที่ของสำนักงานด้วยการกำหนดข้อความหลัก (Key Message) ที่ชัดเจนและเข้าใจง่าย สร้างเสริมให้เกิดความเชื่อมั่นและยอมรับ

### ประเด็นเกี่ยวกับการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น

ผลการศึกษาพบว่า สื่อมวลชนจะนำเสนอข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ประเด็นเกี่ยวกับสุขภาพ และ ความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์สำคัญที่ประชาชนสนใจ ซึ่งประเด็นดังกล่าว สอดคล้องกับ องค์ประกอบข่าว (News Elements) ที่ รองศาสตราจารย์มาลี บุญศิริพันธ์ (2522 : 26) ระบุว่า มีความสำคัญต่อการคัดเลือกข่าว และจัดลำดับความสำคัญ ของสื่อมวลชน ไม่ว่าจะเป็น การนำเสนอ เกี่ยวข้องกับงานวิจัย สร้างองค์ความรู้ใหม่ๆ ล้วนสอดคล้อง กับความเด่น (Prominence) ที่ข่าวส่วนมากมักมีองค์ประกอบของความเด่นอยู่ด้วยเสมอ เช่น บุคคลเด่น สถานที่เด่น เหตุการณ์เด่น เป็นต้น ประเด็นเกี่ยวกับสุขภาพ ที่สอดคล้องกับองค์ประกอบข่าวด้าน ความใกล้ชิด (Proximity) เพราะมีผลกระทบต่อผู้อ่านโดยตรง ซึ่งจะมีคุณค่าสูงเป็นพิเศษ หรือกระทั่งการนำเสนอประเด็น ความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์สำคัญที่ประชาชนสนใจ เช่น ข่าวการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับการเสด็จสวรรคตของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ ๙ ล้วนเป็นช่วงเวลาที่น่าสนใจ ซึ่งสอดคล้องกับองค์ประกอบข่าวในด้าน ความถูกต้องกับกาลเทศะ (Timeliness) ข่าวที่มีคุณค่าต้องได้รับการรายงานให้ทันเวลาและตรงกับความสนใจของประชาชน

## ประเด็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้คัดเลือกและนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น

ผลการศึกษาพบว่า สื่อมวลชนผู้ทำหน้าที่สื่อกลางจะคำนึงถึงลักษณะของสื่อสิ่งพิมพ์ที่จะส่งข่าวให้เป็นอันดับแรก ว่าข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่น สอดคล้องกับ ทิศทางในการเผยแพร่ข่าวของสื่อมวลชนเล่มนั้นๆ หรือไม่ นอกจากนี้การคัดเลือกภาพต้องสามารถสื่อสารได้อย่างชัดเจน ดึงดูดใจ สะท้อนให้เห็นว่า **ปัจจัยที่มีผลต่อการคัดสรรประเด็นข่าวของสื่อมวลชน คือ ปัจจัยด้านองค์กร** สอดคล้องกับแนวคิด **ปัจจัยแวดล้อม** ที่ระบุถึง **นโยบายองค์กร** สำนักข่าวแต่ละแห่ง ได้กำหนดนโยบายในการนำเสนอข่าว หรือให้เว้นการเสนอข่าว ถือเป็นปัจจัยสำคัญต่อการกำหนดแนวทางการประเมินคุณค่าข่าว และการจัดลำดับความสำคัญของข่าวด้วย ซึ่งในขณะเดียวกัน **สื่อสิ่งพิมพ์ในส่วนภูมิภาคได้ระบุว่าองค์กรส่วนกลางจะเป็นผู้คัดเลือกก่อนเผยแพร่** ซึ่งการทำงานในลักษณะนี้ **เป็นลักษณะการทำงานที่บรรณาธิการเป็นผู้คัดเลือกข่าว** สอดคล้องกับ ดี เอ็ม ไวท์ (White, D. M. 1950) ที่ได้ศึกษากิจกรรมของบรรณาธิการข่าวโทรพิมพ์ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นฉบับหนึ่งในอเมริกา ซึ่งกิจกรรมในการตัดสินใจคัดเลือกข่าวเพื่อตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์นี้มีส่วนคล้ายกับหน้าที่ผู้เฝ้าประตู (Gatekeeper) กล่าวคือ สำนักข่าวโทรพิมพ์ จะมีข่าวสารมากมายหลายชิ้น ส่งมายังสำนักงานหนังสือพิมพ์หรือสถานีวิทยุ กระจายเสียง หรือสถานีวิทยุโทรทัศน์ต่าง ๆ บรรณาธิการข่าวจะทำหน้าที่คัดเลือกข่าวสารเพียงบางชิ้นเพื่อตีพิมพ์หรือออกอากาศ ส่วนอีกหลายชิ้นก็อาจถูกโยนทิ้งตะกร้าไป ข่าวสารที่ถูกคัดเลือกนี้จะถูกตัดแต่งให้เหมาะสมกับเวลา เนื้อที่ หรือลักษณะสื่อเพื่อส่งไปยังผู้อ่าน ผู้ชม หรือผู้ฟัง

ลำดับถัดมาคือ **ปัจจัยด้านคุณสมบัติพื้นฐานของบุคคล** ที่สื่อมวลชนได้ระบุว่า “จะพิจารณาว่าข่าวดังกล่าวเป็นประโยชน์ต่อประชาชนหรือไม่” จากการปฏิบัติในลักษณะนี้เอง ได้สอดคล้องกับ **ปัจจัยด้านคุณสมบัติพื้นฐานของบุคคล** ที่มีส่วนในการคัดเลือกข่าวของมหาวิทยาลัยเผยแพร่ ซึ่งถือเป็นคุณสมบัติพิเศษเนื่องจากมีจิตสำนึกทางวิชาชีพ **รู้สึกนึกเสมอว่าเรื่องใดเป็นเรื่องที่มีประโยชน์ต่อประชาชน** “เราจะพิจารณาว่าเป็นข่าวที่มีประโยชน์ คนทั่วไปที่ควรจะรู้ เช่น ข่าวเงินนโยบาย เช่น มหาวิทยาลัยมีการปรับเปลี่ยนการดำเนินงาน เราก็ต้องแจ้งให้สาธารณชนรับทราบ หรือ กรณีเป็นงานวิจัย มันจะมีอะไรที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณชนบ้าง ก็จะเลือกข่าวนั้น” นางสาวบัณฑิต บัณฑิต ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์ บริษัท ดับเบิลดี มีเดีย จำกัด กล่าว

ในขณะเดียวกันปัจจัยที่ทำให้ให้นักประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น คัดเลือกและนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น คือปัจจัยด้าน **ความรวดเร็วครบถ้วน ทันต่อเหตุการณ์ และ ความเด่น หรือ ความสำคัญ** ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ แนวคิดองค์ประกอบของข่าวประชาสัมพันธ์(PR News Elements) (รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ :2547) ที่อธิบายถึง ความรวดเร็ว หรือ ความทันต่อเหตุการณ์ (Immediacy / Timeliness) หมายถึง การนำเสนอข่าวอย่างรวดเร็วภายหลังการเกิดเหตุการณ์หรือกิจกรรม หรือการนำเสนอข่าวล่วงหน้าของกิจกรรมในช่วงเวลาที่เหมาะสม และ ความเด่น หรือ ความสำคัญ (Prominence) ว่าเป็นการนำเสนอโดยใช้ความโดดเด่นด้านชื่อเสียงของบุคคล กิจกรรม สถานที่ หรือสิ่งของต่างๆ จะช่วยดึงดูดความสนใจของผู้รับสาร

มากขึ้น โดยในกรณี มหาวิทยาลัยขอนแก่นนี้ นักประชาสัมพันธ์ระบุเป็นพิเศษว่า ประเด็นเกี่ยวกับ เยาวชน การศึกษา วัฒนธรรม ท้องถิ่นเยาวชน นักเรียน จะได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนเป็นพิเศษ เนื่องจากองค์กร เป็นสถาบันการศึกษา ที่อยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ย่อมมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น สามารถ ดึงความสนใจจากผู้รับสารได้

นอกจากนี้ยังพบว่า การทำข่าว และเผยแพร่ข่าว เชิงรุก จะมีอัตราส่วนการถูกสื่อมวลชนนำไป เผยแพร่ต่อมากกว่าการทำข่าวเชิงรับ ทั้งนี้ต้องมีการเรียบเรียงให้เหมาะแก่การเผยแพร่ มีความโดดเด่นในเชิง ประเด็น สามารถเชื่อมโยงให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในประเทศ

“ข่าวเชิงรับ หรือหมายข่าวจากคณะ หรือหน่วยงาน จะถูก เผยแพร่ทางเว็บไซต์ทุกวัน แต่มักไม่ถูก สื่อมวลชนหยิบไปเผยแพร่ ในขณะที่ ข่าวเชิงรุก ที่นักข่าวจะถูกมอบหมายประเด็นและไปเขียนเนื้อหาต่อนั้นมี โอกาสที่สื่อมวลชนจะนำไปเผยแพร่ต่อเกือบจะ 100 เปอร์เซ็นต์ เรียกว่าการเอาข้อมูลมาป้อนให้สอดคล้องกับ สังคม ซึ่งมันโดนใจสื่อ” นางสาวจิราพร ประทุมชัย นักประชาสัมพันธ์ ตำแหน่ง หัวหน้างานข่าว กองสื่อสาร องค์กร มหาวิทยาลัยขอนแก่น

### ประเด็นเกี่ยวกับความถี่ในการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น

ผลการศึกษาพบว่า สื่อมวลชนเผยแพร่ข่าวมหาวิทยาลัยขอนแก่นอย่างต่อเนื่อง โดยความถี่นั้น ขึ้นอยู่ กับว่า ขณะนั้นมีเหตุการณ์ใดที่ประชาชนให้ความสนใจ และ หากมหาวิทยาลัยขอนแก่นมีส่วนเกี่ยวข้องกับ กิจกรรมนั้น จะทำให้สื่อมวลชนเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่นอย่างต่อเนื่อง ทางด้านนัก ประชาสัมพันธ์ได้กล่าวถึงความถี่ และ ขั้นตอน ในการส่งข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ว่า การเผยแพร่ข่าว ประชาสัมพันธ์ แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ 1. การเผยแพร่ ข่าวผ่านทางเว็บไซต์มหาวิทยาลัยขอนแก่นทุกวัน 2. การส่งข่าวไปยังผู้ประสานงานส่วนกลางทุกวัน ซึ่งการดำเนินการในลักษณะนี้เอื้อต่อการทำงานของสื่อมวลชน เนื่องจาก สื่อสิ่งพิมพ์ที่ตีพิมพ์ข่าว ของมหาวิทยาลัยขอนแก่น จัดอยู่ในประเภท หนังสือพิมพ์รายวัน (Dailies) (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533 : 162 ) ที่ต้องตีพิมพ์ให้หมดตลาดภายในแต่ละวัน อายุของหนังสือพิมพ์จึงสั้น ลักษณะเด่นอยู่ที่ความสดและความรวดเร็ว ในการเสนอข่าว ฉะนั้นการส่งข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่นทุกวัน อย่างต่อเนื่องจึงเอื้อต่อความต้องการของสื่อมวลชน ที่ต้องเผยแพร่ข่าวอย่างสดใหม่ทุกวัน

### ประเด็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้ไม่คัดเลือกข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่นเผยแพร่

ผลการศึกษาพบว่า สื่อมวลชนส่วนกลางเท่านั้นที่จะเป็นผู้คัดเลือกข่าวเผยแพร่ ทั้งนี้ สื่อมวลชนได้ ยกตัวอย่าง กรณีการที่มหาวิทยาลัยขอนแก่นมีข่าวประชุมวิชาการเป็นจำนวนมาก แต่ ถูกคัดเลือกไปเผยแพร่น้อยเนื่องจากเนื้อหาไม่น่าสนใจ และ รายละเอียดน้อย ไม่มีความแปลกใหม่เพียงพอ ซึ่งเหตุผลดังกล่าว ไม่ สอดคล้องกับการประเมินคุณค่าข่าว (News Judgment) รองศาสตราจารย์ดร.ฉวี หิรัญรักษ์(2548. อ้างถึง ใน ปุณณรัตน์ พิงคานนท์, 2548 : 6-7 ) ที่ระบุถึงหลักพื้นฐานในการประเมินคุณค่าข่าว ว่า ข่าวจะต้องเป็น

สิ่งที่น่าสนใจสำหรับคนหนุ่มมาก ชาวอเมริกันเป็นเรื่องที่น่าสนใจของประชาชนในวงกว้าง อาจจะเป็นระดับจังหวัด ภูมิภาค ประเทศ หรือนานาชาติ เป็นต้น

จากเนื้อหาข้างต้น พอจะอธิบายได้ว่า ชาวอเมริกันเหตุการณ์ใดๆ ที่เกิดขึ้นแล้ว และได้รับความสนใจ หากไม่น่าสนใจข้อเท็จจริงดังกล่าวก็จะไม่ได้รับการรายงานให้ผู้อ่านทราบ ในทางตรงกันข้าม หากสื่อมวลชนพิจารณาเห็นว่า เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นนั้นอาจก่อให้เกิดความน่าสนใจของเหตุการณ์ลำดับต่อมา ก็จะนำเสนอเป็นข่าวต่อไป

ทางด้านนักประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยขอนแก่น ได้ระบุว่า ชาวที่ไม่ได้รับการเผยแพร่มักเป็นชาวที่มีลักษณะในเชิงนามธรรม ยังไม่เกิดการปฏิบัติ หรือ ส่งผลกระทบต่อสังคมในวงกว้าง สอดคล้องกับ แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะของข่าวประชาสัมพันธ์ที่ดี ที่รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ(2547) ได้เสนอไว้ โดยให้หลีกเลี่ยงการกล่าวเกินความจริง และ ควรอธิบายข้อเท็จจริงให้เข้าใจชัดเจนแทนการใช้คำที่คลุมเครือ ฉะนั้นชาวที่ยังไม่มีผลกระทบต่อสังคม และ ชาวที่ยังมีเนื้อหาคลุมเครือก็จะถูกนักประชาสัมพันธ์ตัดทิ้งไปในที่สุด

### อภิปรายผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์การศึกษา ข้อที่ 3

เพื่อนำความคิดเห็นที่ได้รับจากสื่อมวลชน มาปรับใช้ในการพัฒนา รูปแบบ ลักษณะ และวิธีการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยขอนแก่น ต่อไป

ผลการศึกษา พบว่า เนื้อหาข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่นโดยรวมดี เป็นที่พึงพอใจของสื่อมวลชน และในขณะเดียวกัน ผู้ให้สัมภาษณ์ได้เสนอแนะ ดังประเด็นต่อไปนี้

1. กรณีการเผยแพร่ข่าวที่มีศัพท์วิชาการ หรือ ภาษาต่างประเทศ เช่น ภาษาอังกฤษ ควรอธิบายให้ง่ายแก่ความเข้าใจ
2. ความไม่สะดวกในการมาทำข่าว บางกรณีเป็นปัจจัยที่ทำให้สื่อมวลชนไม่มาทำข่าว ควรมีการอำนวยความสะดวกให้ครอบคลุมยิ่งขึ้น
3. การเขียนข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่นมีการเขียนที่ไม่หลากหลาย ควรปรับให้การเขียนมีหลากหลายหรือให้สอดคล้องกับบุคลิกของสื่อสิ่งพิมพ์ชนิดนั้นๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้สื่อมวลชนสามารถใช้งานได้ทันที ซึ่งกรณีนี้นับเป็นความคิดเห็นที่น่าสนใจ เนื่องจาก แม้ว่าข่าวที่ส่งไปจากมหาวิทยาลัยขอนแก่นจะเป็นข่าวประชาสัมพันธ์ แต่ในขณะเดียวกัน การส่งข่าวให้สื่อมวลชนเหมือนกัน ไม่สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะของข่าวประชาสัมพันธ์ที่ดี รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ(2547) ได้ประมวลไว้ ซึ่งแนวคิดดังกล่าวระบุชัดเจนว่า ไม่ควรใช้ข่าวประชาสัมพันธ์ฉบับเดียวกัน เนื้อหาเหมือนกัน สำหรับส่งให้สื่อมวลชนทุกฉบับ นักประชาสัมพันธ์ควรเขียนข่าวเป็นหลายๆ ฉบับที่แตกต่างกันออกไป เพื่อให้เหมาะสมกับสื่อสิ่งพิมพ์ฉบับต่างๆ ซึ่งต้องการเนื้อหาเฉพาะสำหรับหน้าหนังสือของตน

นอกจากนี้ นักประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยขอนแก่นได้ เสนอแนะเกี่ยวกับข่าวประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยขอนแก่นโดยมุ่งเน้นการเผยแพร่ข่าว เกี่ยวกับการวิจัย ซึ่งจะนำไปสู่การสนับสนุน

วิสัยทัศน์“มหาวิทยาลัยวิจัยชั้นนำระดับโลก” ขอนแก่นโดยตรง ซึ่งข่าวที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยมักเผชิญกับข้อจำกัดในการนำเสนอ ดังนี้

1. งานวิจัยไม่ถูกนำไปใช้จริงให้เห็นผลกระทบในวงกว้าง **ควรส่งเสริมผลักดันให้เกิดการนำไปใช้จริง และเพื่อให้เกิดความแพร่หลาย**

2. งานวิจัยใช้ภาษาวิชาการ ยากต่อการทำความเข้าใจของประชาชน **นักประชาสัมพันธ์ควรให้ความสำคัญในการสื่อสารเรื่องยาก ให้ง่ายแก่ความทำความเข้าใจของประชาชน**

3. การนำงานวิจัยไปใช้ ไม่เกิดความต่อเนื่อง ไม่ก่อให้เกิดความยั่งยืนกับชุมชน ซึ่งนักวิจัยของมหาวิทยาลัยขอนแก่นควรคำนึงถึงประเด็นการสร้าง ความยั่งยืนให้มากขึ้น

4. บางครั้งงานวิจัยที่ผู้บริหารสนใจ อาจจะเป็นประเด็นที่ไม่ได้รับความสนใจจากสื่อมวลชน ฉะนั้น การตระหนักถึงประเด็นที่สื่อให้ความสนใจควรมาเป็นอันดับแรก

ทั้งนี้ผู้ให้สัมภาษณ์ได้เสนอแนะวิธีการแก้ปัญหาการเผยแพร่ข่าวเกี่ยวกับการวิจัย โดยเสนอให้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับนักวิจัยให้มากขึ้น และ ค้นหางานวิจัยที่ส่งผลกับประชาชนได้ทันที

“เรามีความพยายามในการคุยกับนักวิชาการ นักวิจัยมากขึ้นว่า งานวิชาการ ประเด็นไหน ที่ส่งผลกับประชาชนได้ทันที ส่วนงานวิจัยที่เป็นวิชาการในเชิงที่มีเนื้อหาหนัก จับต้องยากอาจจะต้องลดบทบาทลงมา”

#### ข้อเสนอแนะของผู้ศึกษา

ควรสนับสนุน ส่งเสริม ให้มี กิจกรรมการฝึกอบรม การศึกษาดูงานและงบประมาณ เพื่อสร้างเสริมสมรรถนะด้านการประชาสัมพันธ์ ทั้งนักประชาสัมพันธ์ที่สังกัดระดับคณะทุกคณะ และนักประชาสัมพันธ์ที่สังกัดกองสื่อสารองค์กร ที่จะสนับสนุนให้กองสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยขอนแก่น เป็นองค์กรที่ทำหน้าที่ “เราสื่อสารมหาวิทยาลัยขอนแก่นสู่ประชาคมโลก(We communicate KGU to citizen of the world)” อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

## บรรณานุกรม

### หนังสือ

กองแผนงาน ฝ่ายวางแผนยุทธศาสตร์ สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น, **แผนยุทธศาสตร์**

**การบริหารมหาวิทยาลัยขอนแก่น พ.ศ.2559-2562** : ศูนย์ผลิตเอกสารมหาวิทยาลัยขอนแก่น,  
จังหวัดขอนแก่น. 2558

มาลี บุญศิริพันธ์, **วารสารศาสตร์เบื้องต้น : ปรัชญาและแนวคิด** กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย  
ธรรมศาสตร์, 2550.

ดร.ณิ หิรัญรักษ์, **การสื่อข่าวและการเขียนข่าวหนังสือพิมพ์** กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย, 2548.

ประสงค์ เลิศรัตนวิสุทธิ และอังฉดา ลิ้มปัทมปาณี, **องค์ประกอบข่าวและประเด็นข่าว** ในประมวลสาระ  
ชุดวิชาการข่าวเบื้องต้น.หน่วยที่1-6. (พิมพ์ครั้งที่ 1) : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช,  
2547.

นาฏยา ตนานนท์, **การรายงานข่าว : News Reporting**. : นัทธิพิบูลิค, กรุงเทพมหานคร, 2546.

วาสนา จันท์สว่าง, **ภาพลักษณ์ กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพฯ : คณะสาธาณสุขศาสตร์  
มหาวิทยาลัยมหิดล, 2541.

สิริทิพย์ ชันสุวรรณ, **การบริหารงานหนังสือพิมพ์** กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ประกายพริ้ง, 2539

พีชนี เขยจรรยา และคณะ, **แนวคิดและหลักนิเทศศาสตร์** พิมพ์ครั้งที่ 4 กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ข้างฟ้า, 2538.

สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร, **การสื่อสารกับสังคม**, กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533

มาลี บุญศิริพันธ์, **หลักการทำหนังสือพิมพ์เบื้องต้น** กรุงเทพฯ : คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2531.

มาลี บุญศิริพันธ์. **หลักการประเมินคุณค่าข่าว**. : คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน,  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ, 2522.

### วิทยานิพนธ์

ภัคชуда อำไพพรรณ และ วิเชียร ลัทธิพงศ์พันธ์, **กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของสำนักงาน**  
**คณะกรรมการกำกับกิจการพลังงานต่อสื่อมวลชน**. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์  
คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ, 2559.

วันวิสาข์ จตุรวรรณ, **ทิศทางการนำเสนอประเด็นข่าวสารเกี่ยวกับ พ.ร.บ.ควบคุมการบริโภค เครื่องดื่ม**  
**แอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ของสื่อหนังสือพิมพ์ในประเทศไทย**. มหาวิทยาลัยสยาม :  
กรุงเทพมหานคร, 2556.



ศศิภาณูจน์ ตั้งบุญเติม, กลยุทธ์การแย่งชิงพื้นที่สื่อสารมวลชน. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2554.

ปิ่นทอง อินทรศรี, ปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกและนำเสนอข่าวเกี่ยวกับคณะกรรมการการเลือกตั้ง(กกต.) ของสื่อมวลชน. สมาคมนักข่าว นักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร, 2552.

ณัฐรีน สุรเสวี, ปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกและนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์กรผู้ตรวจการแผ่นดินของ รัฐสภาของสื่อมวลชน. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548

ธนวรรณ กัมมารเจษฎากุล. การวิเคราะห์เนื้อหาด้านสุขภาพในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย.

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร. 2547.

### บทความ วารสารวิชาการ

บริษัท ดับเบิล ดี มีเดีย จำกัด, เอกสารสำเนา สรุปรงานประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำเดือน ต.ค.- ธ.ค. 2559. 439 หมู่บ้านฉัตรแก้ว คลองจั่น บางกะปิ, : กรุงเทพมหานคร. 2560.

บริษัท ดับเบิล ดี มีเดีย จำกัด, เอกสารสำเนา สรุปรงานประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำเดือน มิ.ย.- ก.ย. 2559. 439 หมู่บ้านฉัตรแก้ว คลองจั่น บางกะปิ, : กรุงเทพมหานคร. 2559.

รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ, การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม: รากแนวคิดและพัฒนาการทางทฤษฎี.

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. ปีที่ 24 ฉบับที่3 (ก.ย.-ธ.ค. 2547) : กรุงเทพมหานคร. 2547

รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ, องค์ประกอบของข่าวที่นักประชาสัมพันธ์มักใช้ในการพิจารณาคัดเลือกนำเสนอเพื่อ เผยแพร่ประชาสัมพันธ์. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. : กรุงเทพมหานคร. 2547.

## ประวัติผู้เขียน

### รวิพร สายแสนทอง

- เกิดเมื่อ** : วันที่ 27 ตุลาคม พ.ศ. 2525
- การศึกษา** : ประถมศึกษา โรงเรียนสาธิต คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น  
 : มัธยมศึกษาตอนต้น-ตอนปลาย โรงเรียนสาธิต คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น  
 : ปริญญาตรี ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม พ.ศ. 2543-2547  
 : ปริญญาโท วารสารศาสตรมหาบัณฑิต(สื่อสารมวลชน) สาขาการจัดการการสื่อสารองค์กร (แผน ก แบบ ก 2 เป็นหลักสูตรที่มีการศึกษารายวิชาและทำวิทยานิพนธ์) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พ.ศ. 2555-2557  
 : วิทยานิพนธ์: “การบริหารจัดการเรื่องร้องเรียนจากประชาชนตามข้อบังคับองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทยว่าด้วยจริยธรรมของวิชาชีพเกี่ยวกับการผลิตและการเผยแพร่รายการของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส” **ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)**
- THESIS TITEL : ADMINISTRATION AND MANAGEMENT OF A PUBLIC DEMAND ACCORDING TO THE PUBLIC ACT FOR GOVERNING THE COMPANY OF BROADCASTING AND DISTRIBUTING IMAGES OF THAILAND specifically concerning THE PROFESSIONAL ETHICS FOR PRODUCING AND BROADCASTING PROGRAMS BY Public Broadcasting Service (Thai PBS)
- การทำงาน** : เอกชน ด้านการสื่อสารมวลชน พ.ศ. 2547-2555  
 : นักจัดการความรู้ สังกัด โครงการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ระดับชาติ ว่าด้วย การเสริมสร้างสุขภาวะในระยะท้ายชีวิต กระทรวงสาธารณสุข พ.ศ. 2558  
 : นักประชาสัมพันธ์ ปฏิบัติการ กองสื่อสารองค์กร สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น ตั้งแต่วันที่ 30 มิถุนายน พ.ศ. 2558 – ปัจจุบัน



## การศึกษา

การวิเคราะห์ประเด็นข่าวเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น  
ที่สื่อสิ่งพิมพ์ให้ความสนใจในการนำเสนอ

ผู้ศึกษา : นางสาวรวิพร สายแสนทอง

ตำแหน่ง : นักประชาสัมพันธ์ ปฏิบัติการ

กองสื่อสารองค์กร สำนักงานอธิการบดี

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

เอกสารการศึกษานี้ เป็นการศึกษารวบรวม  
การพัฒนากิจการปฏิบัติงานในหน้าที่ ตำแหน่งนักประชาสัมพันธ์

ปีที่พิมพ์ : พ.ศ. 2560