



การศึกษาเรื่อง

การวิเคราะห์ประเด็นข่าวปี 2560 ที่สอดคล้องกับ

ยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ที่สื่อสิ่งพิมพ์ให้ความสนใจในการนำเสนอ

ผู้ศึกษา : นางสาวรวีพร สายแสนทอง

ตำแหน่ง : นักประชาสัมพันธ์ ปฏิบัติการ

กองสื่อสารองค์กร สำนักงานอธิการบดี

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

เอกสารการศึกษานี้ เป็นการศึกษารวบรวม

การพัฒนากิจการปฏิบัติงานในหน้าที่ ตำแหน่งนักประชาสัมพันธ์

ปีที่พิมพ์ : พ.ศ. 2561

คำนำ

เอกสาร การศึกษา เรื่อง การวิเคราะห์ประเด็นข่าว ปี 2560 ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยขอนแก่นที่สื่อสิ่งพิมพ์ให้ความสนใจในการนำเสนอ เป็นการศึกษาข้อมูลที่มีอยู่แล้วในอดีตเป็นรูปแบบเชิงศึกษาย้อนหลัง (Retrospective Study Design) ผู้ศึกษาใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และใช้การศึกษาเอกสาร (Documentary Studies) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของสื่อมวลชน โดยมุ่งศึกษาเพื่อให้ได้คำตอบในเชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยบางประการที่มีผลต่อการตัดสินใจคัดเลือก และนำเสนอข่าวสารที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่สื่อสิ่งพิมพ์ให้ความสนใจในการนำเสนอ ในรูปแบบข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่น ตลอดจนทราบถึงข้อเสนอแนะในการเผยแพร่ข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่น เพื่อให้บรรณวิสัยทัศน์ ของกองสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่กำหนดไว้ว่า “เราสื่อสารมหาวิทยาลัยขอนแก่นสู่ประชาคมโลก(We communicate KKU to citizen of the world)” อย่างต่อเนื่องและยั่งยืนซึ่งเอกสารการศึกษานี้ ได้จัดเก็บข้อมูลเบื้องต้นที่เป็นประโยชน์ ประกอบการพิจารณากำหนดนโยบาย แผนงานหลักเกณฑ์ มาตรการต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยขอนแก่น แล้ว

ขอขอบคุณบุคลากรทุกท่านในกองสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยขอนแก่น และผู้เกี่ยวข้องทุกท่าน ที่ให้ข้อคิด ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์และ สำเร็จลุล่วงปรากฏเป็นเอกสารการศึกษานี้

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

รวีพร สายแสนทอง

มิถุนายน 2561

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

ชื่อเรื่อง : การวิเคราะห์ประเด็นข่าว ปี 2560 ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ที่สื่อสิ่งพิมพ์ให้ความสนใจในการนำเสนอ

ผู้ศึกษา : รวิพร สายแสนทอง

ปีที่พิมพ์ : 2561

การวิเคราะห์ประเด็นข่าว ปี 2560 ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยขอนแก่นที่สื่อสิ่งพิมพ์ให้ความสนใจในการนำเสนอ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาข่าวและลักษณะเนื้อหาข่าวของที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ 4 เสาหลัก ของมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่เผยแพร่ในสื่อมวลชน 2) เพื่อศึกษาปัจจัยในการพิจารณาคัดเลือกและนำเสนอข่าวที่เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ 4 เสาหลัก โดยจะนำผลการวิเคราะห์ที่ได้รับจากการศึกษา มาปรับใช้ในการพัฒนารูปแบบ ลักษณะ และวิธีการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของ กองสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยขอนแก่นต่อไป

สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาเอกสาร ทำให้ผู้วิจัยได้พบข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของกองสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยขอนแก่น โครงสร้างการบริหารงานด้านข่าว กระบวนการคัดเลือก เผยแพร่ข่าวไปยังสาธารณะ และสื่อมวลชน ตลอดจนปัจจัยในการพิจารณาคัดเลือกและนำเสนอข่าวที่เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น ของสื่อมวลชน รวมทั้งข้อเสนอแนะต่างๆ ทั้งจาก สื่อมวลชน และ เจ้าหน้าที่ภายในมหาวิทยาลัยขอนแก่น สามารถนำมาสรุปและอภิปรายผลการศึกษิตตามวัตถุประสงค์ ได้ดังนี้

1. ข่าวและลักษณะเนื้อหาข่าวที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ 4 เสาหลัก ของมหาวิทยาลัยขอนแก่น
ที่เผยแพร่ในสื่อมวลชน

1.1 ยุทธศาสตร์ ที่ 1: Green and Smart Campus องค์กรที่มีการจัดการที่ดี

ข่าว มข. สร้างศูนย์การแพทย์ สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ ที่ 1: Green and Smart Campus องค์กรที่มีการจัดการที่ดี ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 : สร้างความเป็นเลิศในการบริหารจัดการ กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาระบบบริหารจัดการองค์กรที่เป็นเลิศ และ กลยุทธ์ที่ 5 จัดหารายได้จากการบริหารจัดการทรัพยากร ทรัพย์สิน และทรัพย์สินทางปัญญา ซึ่งลักษณะของภาษาที่ใช้พาดหัวข่าวนั้น จะเป็นลักษณะเฉพาะตัว ถ้อยคำ สำนวน โวหาร ส่วนใหญ่ใช้ภาษาพูด เห็นได้จากการใช้คำว่า ทุ่ม เป็นส่วนประกอบการเขียน รวมไปถึง ความนำ (Leads) ส่วนเชื่อม (Neck) เนื้อเรื่อง (Details) ที่ระบุนรายละเอียดการแถลงข่าวของผู้บริหารมหาวิทยาลัย เห็นได้ว่าสื่อสิ่งพิมพ์ทุกฉบับล้วนนำเสนอข่าว เป็นไปตามโครงสร้างทั้งสิ้น

1.2 ยุทธศาสตร์ ที่ 2 : Excellence Academy องค์กรที่เป็นเลิศทางศิลปะวิชาการ

ข่าว ฟ้าทะลายโจรฆ่ามะเร็ง สอดคล้องกับ ยุทธศาสตร์ ที่ 2 : Excellence Academy องค์กรที่เป็นเลิศทางศิลปะวิชาการ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 6 : เป็นองค์กรที่เป็นเลิศด้านวิจัย กลยุทธ์ที่ 1 สร้างความเข้มแข็งในงานวิจัยที่เป็นความโดดเด่นของ มข. ไปสู่ระดับสากล กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาศักยภาพนักวิจัยให้สามารถผลิตผลงานที่มีคุณภาพ กลยุทธ์ที่ 3 ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานด้านการวิจัยและสร้างบรรยากาศการวิจัยที่เอื้อต่อการผลิตผลงานที่มีคุณภาพ กลยุทธ์ที่ 4 นำผลงานวิจัยและนวัตกรรมสู่การสร้างมูลค่าและการใช้ประโยชน์เพื่อสังคม สอดคล้องกับ แนวคิดรูปลักษณะของข้อเขียนในหนังสือพิมพ์ที่การเขียนข่าวของสื่อมวลชนมีรูปแบบของโครงสร้างที่ค่อนข้างตายตัวที่ประกอบไปด้วยหัวข้อ รวมไปถึง ความนำ (Leads) ส่วนเชื่อม (Neck) เนื้อเรื่อง (Details) ที่ระบุนรายละเอียดเกี่ยวกับการวิจัยที่ได้ค้นพบสารสำคัญในฟ้าทะลายโจร ที่มีเนื้อหาแปลกใหม่ มีผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชนเป็นจำนวนมาก สอดคล้องกับแนวคิดของ บทความ (มาลี บุญศิริพันธ์, 2550) ที่ระบุถึงลักษณะของบทความ เพื่อเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องที่เกิดขึ้น และยังอยู่ในกระแสความสนใจของประชาชน นอกจากนี้การเผยแพร่ในลักษณะบทความ ยังเป็นแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ เพราะผู้เขียนมีความเชี่ยวชาญในเรื่องที่เขียนเกี่ยวกับการค้นพบนวัตกรรมใหม่ ๆ การค้นคว้าวิจัย และนำไปสู่การต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ ที่สามารถนำไปขยายผลได้ในเชิงพาณิชย์

1.3 ยุทธศาสตร์ ที่ 3 : Culture and Care Community องค์กรที่ส่งเสริมการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ห่วงใยและดูแลชุมชนในมิติต่าง ๆ

ข่าว มข.ตั้งรับผู้สูงอายุ สอดคล้องกับ ยุทธศาสตร์ ที่ 3 : Culture and Care Community องค์กรที่ส่งเสริมการทำนุบำรุงศิลป วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ห่วงใยและดูแลชุมชนในมิติต่าง ๆ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 9 : เป็นองค์กรที่มีความห่วงใยต่อสังคม กลยุทธ์ที่ 1 ความห่วงใยต่อสังคมภายในมหาวิทยาลัยขอนแก่น และชุมชนภายนอก กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนามหาวิทยาลัยให้เป็นองค์กรที่น่าเสนอทางเลือกที่ดี และมีความรับผิดชอบต่อสังคม กลยุทธ์ที่ 3 สนับสนุนให้มหาวิทยาลัยขอนแก่นเป็นศูนย์กลางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่สำคัญของอนุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขง ประกอบไปด้วยหัวข้อ ความนำ (Leads) ส่วนเชื่อม (Neck) เนื้อเรื่อง (Details) ที่ระบุนรายละเอียดการจัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย

1.4 ยุทธศาสตร์ ที่ 4 Creative Economy องค์กรที่ใช้องค์ความรู้และนวัตกรรมจากการเรียนการสอนและงานวิจัยเชิงสร้างสรรค์เพื่อ พัฒนาให้เกิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน สังคม และประเทศ

ข่าวกิตาร์ไม้ไผ่ขุด สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ ที่ 4 Creative Economy องค์กรที่ใช้องค์ความรู้และนวัตกรรมจากการเรียนการสอนและงานวิจัยเชิงสร้างสรรค์เพื่อ พัฒนาให้เกิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน สังคม และประเทศ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 10 : ศูนย์กลางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของภูมิภาค กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและทรัพยากรบุคคลเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยศิลป์และศาสตร์ของมหาวิทยาลัย กลยุทธ์ที่ 3 การพัฒนาหลักสูตรและการจัดการเรียนสอนที่บูรณาการศาสตร์ที่เกี่ยวข้องทางด้านศิลปวัฒนธรรม การออกแบบสถาปัตยกรรม ทั้งหลักสูตรเฉพาะทางและหลักสูตรระยะสั้น โดยเนื้อหาที่นำเสนอยังคง สอดคล้องกับแนวคิดรูปลักษณะของข้อเขียนในหนังสือพิมพ์ ที่การเขียนข่าวของสื่อมวลชนมีรูปแบบของโครงสร้างที่ค่อนข้างตายตัวที่ประกอบไปด้วยหัวข้อ ความนำ (Leads) ส่วนเชื่อม (Neck) เนื้อเรื่อง (Details) ที่ระบุนรายละเอียดแรงบันดาลใจในการทำกีตาร์ การค้นพบนวัตกรรมใหม่ ๆ ของนักศึกษา การค้นคว้าวิจัย และนำไปสู่การต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำไปขยายผลได้ในเชิงพาณิชย์

ปัจจัยในการพิจารณาคัดเลือกและนำเสนอข่าวที่เกี่ยวกับยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยขอนแก่น

1. ยุทธศาสตร์ ที่ 1: Green and Smart Campus องค์กรที่มีการจัดการที่ดี

ข่าว มข. สร้างศูนย์การแพทย์ ปัจจัยในการนำเสนอข่าว มข. สร้างศูนย์การแพทย์ สอดคล้องกับแนวคิด การคิดและจับประเด็นข่าว ที่ระบุถึง ผลกระทบ ที่เนื้อหาของข่าวได้ถูกคัดเลือก เนื่องจากกระทบต่อผู้คนหรือสาธารณะชนในวงกว้าง เป็นสิ่งส่วนที่คนส่วนใหญ่จำเป็นต้องรู้ มีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตและการตัดสินใจ ผู้สื่อข่าวหรือบรรณาธิการพิจารณาแล้วว่ามีคุณค่าควรแก่การเป็นประเด็นข่าวเพื่อนำสู่สาธารณะชน

ฉะนั้นจะเห็นได้ว่าการนำเสนอข่าวที่สนับสนุนยุทธศาสตร์ ที่ 1 (1) Green and Smart Campus สร้างภาพลักษณ์อันดีต่อองค์กรอย่างยิ่ง เพราะสะท้อนภาพลักษณ์การดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ ทันสมัย ใช้เทคโนโลยี ในการดำเนินกิจการซึ่งเป็นประเด็นที่ประชาคมโลกให้ความสำคัญ

2. ยุทธศาสตร์ ที่ 2: Excellence Academy องค์กรที่เป็นเลิศทางศิลปวิทยาการ

ข่าว ฟ้าทะลายโจรฆ่ามะเร็ง ปัจจัยในการนำเสนอข่าว ข่าว ฟ้าทะลายโจรฆ่ามะเร็ง สอดคล้องกับแนวคิด ความเด่น (Prominence) ของข่าว ที่ข่าวประเด็นนั้นส่วนมากมักมีองค์ประกอบของความเด่นอยู่ด้วยเสมอ เช่น บุคคลเด่น สถานที่เด่น เหตุการณ์เด่น เป็นต้น โดยในเหตุการณ์นี้ความเด่นที่ทำให้สื่อมวลชนนำข่าวฟ้าทะลายโจรฆ่ามะเร็ง ไปเผยแพร่ต่อจำนวนมาก คือเหตุการณ์เด่น เพราะมีเนื้อหาการสร้างองค์ความรู้ใหม่ ๆ นอกจากนี้ข่าวงานวิจัยดังกล่าวยังมีผลกระทบเชิงสุขภาพ ไม่เคยมีในท้องตลาด

ฉะนั้นจะเห็นได้ว่าการนำเสนอข่าวที่สนับสนุนยุทธศาสตร์ ที่ (2) Excellence Academy สร้างภาพลักษณ์นำไปสู่วิสัยทัศน์ขององค์กรที่ต้องการจะเป็น “มหาวิทยาลัยวิจัยชั้นนำระดับโลก” เพราะข่าวสะท้อนภาพลักษณ์ขององค์กรทางการศึกษาที่มีบรรยากาศที่ส่งเสริมให้คณาจารย์ค้นคว้าวิจัย สร้างองค์ความรู้ใหม่ในการพัฒนาสังคม ประเทศชาติ ยิ่งไปกว่านั้นการผลิตผลงานวิจัยที่มีความโดดเด่นสม่ำเสมอส่งผลต่อความเชื่อมั่นทางวิชาการ และภาพลักษณ์ทางวิชาการที่มีความแข็งแกร่งของมหาวิทยาลัยด้วย

3. ยุทธศาสตร์ ที่ 3: Culture and Care Community องค์กรที่ส่งเสริมการทำนุบำรุงศิลปะ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ห่วงใยและดูแลชุมชนในมิติต่างๆ

ข่าว มข.ตั้งรับผู้สูงอายุ ปัจจัยในการนำเสนอข่าวมีผลต่อการคัดสรรประเด็นข่าว ที่ผู้สื่อข่าวหรือบรรณาธิการใช้ดุลพินิจในฐานะเป็นผู้กำหนดกรอบข่าวสาร (Agenda setting) ที่ผู้สื่อข่าว มีความรู้เชิงโครงสร้าง และเชิงลึก ที่ผู้สื่อข่าวหรือบรรณาธิการต้องมีความรู้ทั้งเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม ในการคัดเลือกข่าวสาร เพื่อเผยแพร่

ฉะนั้นจะเห็นได้ว่าการนำเสนอข่าวที่สนับสนุนยุทธศาสตร์ ที่ (3) Culture and Care Community สร้างภาพลักษณ์การเป็นสถานศึกษาที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งยังสามารถสร้างความเชื่อมั่นในการเป็นชุมชนปัญญาทางวัฒนธรรมระดับภูมิภาค เป็นที่ไว้วางใจของประชาชนในพื้นที่

4. ยุทธศาสตร์ ที่ 4: Creative Economy องค์กรที่ใช้องค์ความรู้และนวัตกรรมจากการเรียนการสอน และงานวิจัยเชิงสร้างสรรค์เพื่อ พัฒนาให้เกิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน สังคม และประเทศ

ข่าวกิตติารไม่ไผ่ขาด ปัจจัยที่ทำให้สื่อมวลชนให้ความสนใจเผยแพร่เป็นจำนวนมาก สืบเนื่องจาก นายกรัฐมนตรีสนใจผลิตภัณฑ์ดังกล่าว เพราะเป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากนักศึกษา และเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น จากบริบทนี้เอง สอดคล้องกับ แนวคิดความเด่น ที่หนังสือพิมพ์หรือสื่อมวลชนอื่น มักใช้องค์ประกอบนี้เป็นส่วนสำคัญในการพิจารณาการรายงานข่าว เพราะเชื่อว่าความเคลื่อนไหวของบุคคลสำคัญหรือองค์กรที่เด่น มักได้รับความสนใจเสมอ

ฉะนั้นจะเห็นได้ว่าการเผยแพร่ข่าวที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์ ที่ (4) Creative Economy and Society นี้ หากนักประชาสัมพันธ์สามารถเขียนข่าวเชื่อมโยงกับนโยบายรัฐบาล หรือโครงการเชิงสร้างสรรค์ระดับประเทศได้ ข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่นจะได้รับการเผยแพร่เป็นจำนวนมาก ส่งผลต่อภาพลักษณ์อันดีของมหาวิทยาลัยขอนแก่นด้วยเช่นกัน

ข้อเสนอแนะ ในการนำมาปรับใช้ในการพัฒนา รูปแบบ ลักษณะ และวิธีการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยขอนแก่น

การนำเสนอข่าวที่สนับสนุนยุทธศาสตร์ เป็นการสร้างภาพลักษณ์อันดีต่อองค์กรอย่างยิ่ง เพราะสะท้อนภาพลักษณ์การดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้จำเป็นอย่างยิ่งที่นักประชาสัมพันธ์จะต้องเขียนข่าวเพื่อเชื่อมโยงถึงยุทธศาสตร์ 4 เสาหลัก เพื่อตอกย้ำการสร้างภาพลักษณ์ให้ผู้มีส่วนได้เสียเกิดการจดจำ นอกจากนี้จำเป็นอย่างยิ่งที่นักประชาสัมพันธ์ต้องมีความสามารถในการเชื่อมโยง ประเด็นข่าว ให้เชื่อมโยงกับนโยบายรัฐบาล หรือโครงการเชิงสร้างสรรค์ระดับประเทศได้ ข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่นจะได้รับการเผยแพร่เป็นจำนวนมาก ส่งผลต่อภาพลักษณ์อันดีของมหาวิทยาลัยขอนแก่นด้วยเช่นกัน

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ก-ง
บทที่ 1 บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญ	1
ปัญหาของการศึกษา	4
วัตถุประสงค์ในการศึกษา	4
นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง	4
ประโยชน์ที่ได้รับ	5
ขอบเขตและวิธีใช้ในการศึกษา	5
การสรุปผลและข้อเสนอแนะ	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
ทฤษฎีผู้ปิดและเปิดประตูสาร (Gatekeeper Theory)	7
แนวคิดเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์ และบทบาทของหนังสือพิมพ์	10
รูปลักษณะของข้อเขียนในหนังสือพิมพ์	12
บทบาทและหน้าที่ของหนังสือพิมพ์	15
แนวคิดเกี่ยวกับข่าว และประเด็นข่าว	19
ปัจจัยที่มีผลต่อการคัดสรรประเด็นข่าว	25
แนวคิดประเภทของข่าวประชาสัมพันธ์	27
แนวคิดองค์ประกอบของข่าวประชาสัมพันธ์	28
แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะของข่าวประชาสัมพันธ์ที่ดี	29
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	30
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย วิธีการศึกษา	34
แหล่งข้อมูล	34
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	34
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	34
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาและการเก็บรวบรวมข้อมูล	34
การนำเสนอและวิเคราะห์ข้อมูล	35
บทที่ 4 ผลการศึกษา	36
แผนยุทธศาสตร์เพื่อการบริหารจัดการมหาวิทยาลัยในปี พ.ศ. 2559-2562	44
ประเด็นข่าวที่ได้รับการเผยแพร่ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยขอนแก่น	47
ข่าว มข. สร้างศูนย์การแพทย์ สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ ที่ 1	50

ข่าว ฟ้าทะลายโจรฆ่ามะเร็ง สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ ที่ 2	55
ข่าว มข.ตั้งรับผู้สูงอายุ สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ ที่ 3	60
ข่าว กีตาร์ไม้ไผ่ขุด สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ ที่ 4	62
บทที่ 5 สรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	65
อภิปรายผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์การศึกษา	65
ปัจจัยในการพิจารณาคัดเลือกและนำเสนอข่าวที่เกี่ยวกับยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยขอนแก่น	69
ข้อเสนอแนะในการนำมาปรับใช้ในการพัฒนา รูปแบบ ลักษณะ และวิธีการเขียนข่าว	71
เพื่อการประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยขอนแก่น	
บรรณานุกรม	72
ประวัติผู้เขียน	74

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 : พัฒนาศูนย์นวัตกรรมองคายเป็นประตูลู่สู่ภูมิภาคผู้นำโขง

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 สร้างสรรค์กิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์และภาพลักษณ์ที่ดี ต่อบุคลากรของมหาวิทยาลัยขอนแก่นและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภายนอก ด้วยเครื่องมือและเทคนิคการสื่อสาร ที่ทันสมัย เพื่อสร้างความร่วมมือในการขับเคลื่อนให้มหาวิทยาลัยขอนแก่นเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำของโลก

จะเห็นได้ว่า “กองสื่อสารองค์กร สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น” มีบทบาทหน้าที่โดยตรงในการเผยแพร่หัวใจหลักของการดำเนินงาน เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอก ทราบถึง ทิศทางการดำเนินงาน อันจะนำไปสู่การสนับสนุน พร้อมๆกับการขับเคลื่อนการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ ซึ่งการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์ของกองสื่อสารองค์กรที่สนองต่อยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย ได้แบ่งเป็น 2 ด้านหลักๆ คือ 1. ประเด็นยุทธศาสตร์ด้านการสื่อสารองค์กร 2. ประเด็นยุทธศาสตร์ด้านชุมชนสัมพันธ์ ทั้งนี้ในการดำเนินงานตามประเด็นยุทธศาสตร์ด้านการสื่อสารองค์กร หน้าที่สำคัญประการหนึ่งคือการเผยแพร่ข่าวผลงานกิจกรรมของมหาวิทยาลัยผ่านสื่อมวลชนส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค ซึ่งหน้าที่ดังกล่าวสอดคล้องกับ วาสนา จันทร์สว่าง (2541) ที่ว่า “องค์กรก็ต้องคำนึงถึงการสร้างภาพลักษณ์กับสื่อมวลชน เนื่องจากสื่อมวลชน เช่น นักข่าว นักเขียน บรรณาธิการ ช่างภาพ คอลัมนิสต์ เป็นต้น เป็นเครื่องมือสำคัญในการเผยแพร่ข่าวสารไปสู่ประชาชน และเป็นส่วนหนึ่งที่จะสะท้อนภาพลักษณ์ขององค์กรให้ประชาชนรับทราบ”

นอกจากนี้ประชาชนสัมพันธ์ที่สังกัด กองสื่อสารองค์กร สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่นแล้ว การสร้างสรรค์ข่าวเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น ยังมีนักประชาสัมพันธ์สังกัดในคณะต่างๆ ที่มีบทบาทหน้าที่ในการเผยแพร่ข่าวสาร เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่นด้วย ฉะนั้นในแต่ละวัน จึงมีข่าวคราวความเคลื่อนไหวของมหาวิทยาลัยเผยแพร่สู่สาธารณชนจำนวนมาก อาทิ ข่าวเว็บไซต์ มข. ระบบ KKU News จดหมายข่าว (KKU News Headline) วารสารข่าว(ฮักมอดินแดง) ข่าววิทยุ ข่าวโทรทัศน์อินเทอร์เน็ต โครงการอบรม การ

เขียนข่าวเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารแต่ด้วยพื้นที่อันจำกัดของสื่อในการเผยแพร่ข่าวสาร สื่อมวลชนจึงจำเป็นต้องคัดเลือกข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่นเผยแพร่เพียงบางข่าวเท่านั้น

จากเอกสารสรุปงานประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำเดือน เมษายน 2560 – พฤษภาคม 2561 ผลการดำเนินงาน : บริษัท ดับเบิล ดี มีเดีย จำกัด ได้ดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าว มหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยเผยแพร่ในหนังสือพิมพ์และเว็บไซต์ จำนวนทั้งสิ้น 363 ชิ้นงาน ซึ่งผู้จัดทำได้คัดเลือกประเด็นข่าวที่ได้รับการเผยแพร่เป็นจำนวนมากที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยขอนแก่น มาวิเคราะห์ 4 ข่าวดังนี้

ข่าว	จำนวนชิ้นที่ได้รับการเผยแพร่	ยุทธศาสตร์
ข่าว มข. สร้างศูนย์การแพทย์	26 ชิ้น	สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ ที่ 1: Green and Smart Campus องค์กรที่มีการจัดการที่ดี
ข่าว ฟ้าทะลายโจรฆ่ามะเร็ง	14 ชิ้น	สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ ที่ 2 Excellence Academy องค์กรที่เป็นเลิศทางศิลปวิทยาการ
ข่าว มข. ตั้งรับผู้สูงอายุ	5 ชิ้น	สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ ที่ 3 : Culture and Care Community องค์กรที่ส่งเสริมการทำงานบำรุงศิลปะ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ห่วงใยและดูแลชุมชนในมิติต่างๆ
ข่าวกีตาร์ไม้ไผ่ขุด	6 ชิ้น	สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ ที่ 4 Creative Economy องค์กรที่ใช้องค์ความรู้และนวัตกรรมจากการเรียนการสอนและงานวิจัยเชิงสร้างสรรค์เพื่อ พัฒนาให้เกิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน สังคม และประเทศ

ฉะนั้นการศึกษา การวิเคราะห์ประเด็นข่าว ปี 2560 ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่สื่อสิ่งพิมพ์ให้ความสนใจในการนำเสนอ จึงเป็นประโยชน์ เพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสีย ทราบถึงทิศทางการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยอย่างชัดเจนยิ่งขึ้น อันจะนำไปสู่การสนับสนุน ในขณะเดียวกัน นักประชาสัมพันธ์ ในสังกัดมหาวิทยาลัยขอนแก่น ในฐานะผู้สร้างสรรค์ นำเสนอ ข่าวสารเพื่อส่งเสริมภาพภาพลักษณ์อันดีของมหาวิทยาลัย จะได้สามารถสร้างสรรค์เนื้อหา ให้สอดคล้องกับความต้องการของสื่อมวลชน และยังนำไปสู่การชิงพื้นที่ข่าวที่มากขึ้น สร้างภาพลักษณ์ ความเชื่อมั่น สนับสนุนวิสัยทัศน์การเป็น “มหาวิทยาลัยวิจัยชั้นนำระดับโลก” ของมหาวิทยาลัยขอนแก่นต่อไปในอนาคต

ปัญหาของการศึกษา

1. ข่าวและลักษณะเนื้อหาข่าวของที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ 4 เสาหลัก ของมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่เผยแพร่ในสื่อมวลชนเป็นอย่างไร
2. ปัจจัยในการพิจารณาคัดเลือกและนำเสนอข่าวที่เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ 4 เสาหลักเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาข่าวและลักษณะเนื้อหาข่าวของที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ 4 เสาหลัก ของมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่เผยแพร่ในสื่อมวลชน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยในการพิจารณาคัดเลือกและนำเสนอข่าวที่เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ 4 เสาหลัก

นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

ข่าวเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น หมายถึง การรายงานเหตุการณ์เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น ผ่านสื่อมวลชน 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

ยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยขอนแก่น หมายถึง พันธกิจและนโยบายในการบริหารและพัฒนา มหาวิทยาลัย (พ.ศ.2558-2562) โดยเสาหลักของยุทธศาสตร์ (Strategic Pillar) 4 เสาหลัก คือ

เสาหลักที่ 1 : Green and Smart Campus เป้าประสงค์ : เป็นองค์กรที่มีการจัดการที่ดี (Good Governance Organization) บนพื้นฐานของการเป็น มหาวิทยาลัยสีเขียวที่มีความโดดเด่น ประเด็น ยุทธศาสตร์ที่ 1 : พัฒนาสู่การเป็นมหาวิทยาลัยสีเขียว ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 : เป็นอุทยานการเรียนรู้ตลอด ชีวิตของสังคม ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 : สร้างความเป็นเลิศในการบริหารจัดการ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 : พัฒนาศึกษาเขตหนองคายเป็นประตูสู่นุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขง

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

เสาหลักที่ 3 : Culture and Care Community เป้าประสงค์ : ส่งเสริมการทำนุบำรุงศิลป วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ห่วงใยและดูแลชุมชนในมิติต่างๆ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 8 : เป็นศูนย์กลางการ ทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 9: เป็นองค์กรที่มีความห่วงใยต่อสังคม

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

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้ทราบถึงข่าวและลักษณะเนื้อหาข่าวของที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ 4 เสาหลัก ของ มหาวิทยาลัยขอนแก่นที่เผยแพร่ในสื่อมวลชน
2. ได้ทราบถึงปัจจัยในการพิจารณาคัดเลือกและนำเสนอข่าวที่เกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่ สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ 4 เสาหลัก
3. นำผลการศึกษาทั้งหมดจัดทำเป็นข้อมูลพื้นฐานให้ส่วนที่เกี่ยวข้องไว้ใช้ประโยชน์ในการพัฒนา ปรับปรุงการสร้างสรรค์ข่าว ของมหาวิทยาลัยขอนแก่นต่อไป

ขอบเขตและวิธีที่ใช้ในการศึกษา

1. กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาเป็น การศึกษาวิเคราะห์เอกสาร

ศึกษาเอกสารสุพรรณประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น ตั้งแต่เดือน มิถุนายน 2560 – พฤษภาคม 2561 โดย บริษัท ดับเบิล ดี มีเดีย จำกัด

2.ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาได้เก็บและรวบรวมข้อมูลเอกสารย้อนหลังตั้งแต่เดือน มิถุนายน 2560 – พฤษภาคม 2561

การสรุปผลและข้อเสนอแนะ

วิเคราะห์สรุปผลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา เพื่อให้ทราบถึงข่าวและลักษณะเนื้อหาข่าวของที่ สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ 4 เสาหลัก ของมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่เผยแพร่ในสื่อมวลชน ปัจจัยในการพิจารณา คัดเลือกและนำเสนอข่าวที่เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ 4 เสาหลัก รวมไปถึงการ นำผลการศึกษาทั้งหมดจัดทำเป็นข้อมูลพื้นฐานให้ส่วนที่เกี่ยวข้องไว้ใช้ประโยชน์ในการพัฒนา ปรับปรุงการ สร้างสรรค์ข่าว ของมหาวิทยาลัยขอนแก่นต่อไป

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ประเด็นข่าว ปี 2560 ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่สื่อสิ่งพิมพ์ให้ความสนใจในการนำเสนอ ผู้ศึกษาได้ศึกษาข้อมูลโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้การศึกษาเอกสาร (Documentary Studies) จากเอกสารสรุปงานประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ตั้งแต่เดือน มิถุนายน 2560 – พฤษภาคม 2561 โดย บริษัท ดับเบิล ดี มีเดีย จำกัด เป็นแหล่งข้อมูล มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข่าวและลักษณะเนื้อหาข่าวของที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ 4 เสาหลัก ของมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่เผยแพร่ในสื่อมวลชน และ เพื่อศึกษาปัจจัยในการพิจารณาคัดเลือกและนำเสนอข่าวที่เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ 4 เสาหลักซึ่งผู้ศึกษาได้ใช้ ทฤษฎีแนวคิด รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่สามารถนำมาอ้างอิง สนับสนุน และเป็นแนวทางในการศึกษาดังนี้

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

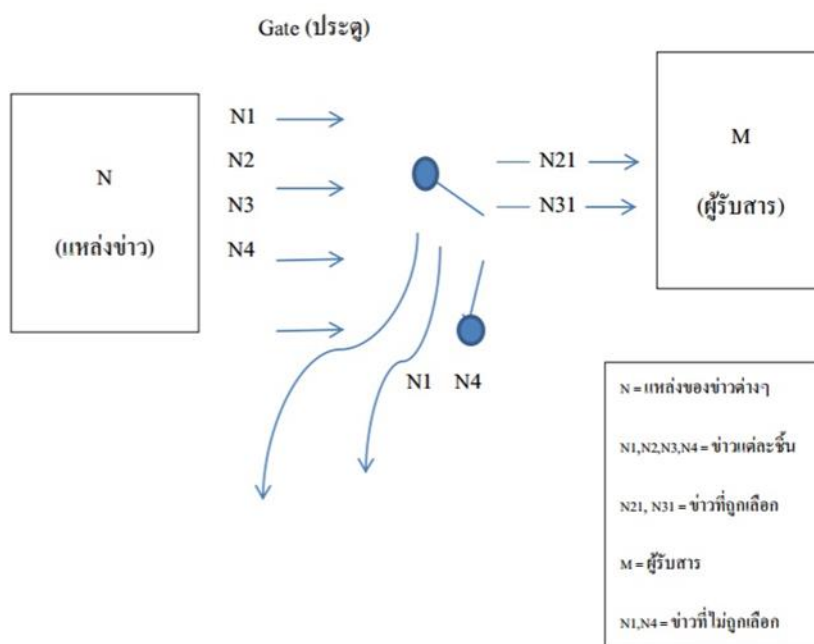
ทฤษฎีผู้ปิดและเปิดประตู (Gatekeeper Theory)

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

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

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

การตัดสินใจคัดเลือกข่าวเพื่อตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์นี้มีส่วนคล้ายกับหน้าที่ผู้เฝ้าประตู (Gatekeeper) ซึ่งสามารถแสดงได้โดยแบบจำลองดังต่อไปนี้



แบบจำลองผู้เฝ้าประตูของ ดี เอ็ม ไวท์ (1950) ในที่นี้ N คือ แหล่งข่าวต่างๆ

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

แบบจำลองนี้พยายามชี้ให้เห็นถึงกิจกรรมผู้เฝ้าประตูหรือผู้ปิดและเปิดประตูสารของสื่อมวลชนทั่วไป จากตัวอย่างข้างต้น ดี เอ็ม ไวท์ ได้ศึกษาบทบาทของบรรณาธิการข่าวโทรทัศน์ทั่วไปในสหรัฐอเมริกา ถ้าเป็นตัวอย่างในเมืองไทย เราก็อาจจะหมายถึง บทบาทของบรรณาธิการข่าวต่างประเทศทั่วไป ทำหน้าที่คอยตรวจข่าวจากเครื่องโทรทัศน์ หรือจากเอกสารข่าวที่ส่งมาจากสำนักข่าวต่าง ๆ เช่น สำนักข่าวเอพี สำนักข่าวเอเอฟพี สำนักข่าวยอยเตอร์ หรือสำนักข่าวไทย เป็นต้น ซึ่งแต่ละวันจะมีข่าวเข้ามามากมายนับสิบนับร้อยชิ้น แต่บรรณาธิการจะทำหน้าที่คัดข่าวที่จะตีพิมพ์ หรือออกอากาศเพียงไม่กี่ชิ้นที่ตนเห็นว่าน่าสนใจเท่านั้น

แบบจำลองหรือทฤษฎีของ ดี เอ็ม ไวท์ นี้อธิบายอย่างง่าย ๆ ถึงบทบาท "ผู้ปิดและเปิดประตูสาร" หรือ "ผู้เฝ้าประตู" ของสื่อมวลชน ซึ่งในความเป็นจริงแล้วอาจจะมีขั้นตอนสลับซับซ้อนกว่านี้เช่นข่าวโทรทัศน์ที่ส่งมานั้น ก่อนที่จะส่งมาก็จะต้องมีการกลั่นกรอง มาก่อนจากบรรณาธิการ สำนักข่าวนั้น ๆ หรือแม้แต่ผู้สื่อข่าวของสำนักข่าวเองก็ทำหน้าที่ "ผู้เฝ้าประตู" คือ เลือกว่าจะทำรายงานข่าวไหนหรือไม่ทำข่าวไหนบ้างก็ได้ และ

เมื่อข่าวโทรพิมพ์นั้นถูกส่งมายังสำนักพิมพ์ สถานีวิทยุกระจายเสียง หรือสถานีวิทยุโทรทัศน์ นอกจากจะถูกคัดลอกโดยบรรณาธิการข่าวต่างประเทศแล้ว ก็อาจจะถูกกลั่นกรองจากบรรณาธิการหรือหัวหน้าข่าวในระดับสูงอีกทีก็ได้เช่นกัน นอกจากนั้นข่าวที่ตีพิมพ์หรือออกอากาศไปยังผู้รับสารเมื่อผู้รับสารได้อ่าน ได้รับฟัง หรือได้รับชมแล้วก็อาจจะถ่ายทอดไปยังบุคคลอื่น เช่น สมาชิกในครอบครัว ญาติ เพื่อน ฯลฯ การถ่ายทอดโดยผู้เปิดรับสารสื่อมวลชนนี้ก็จะเป็นไปในลักษณะ "ผู้เฝ้าประตู" คือ เลือกลงถ่ายทอดเพียงบางส่วนหรือส่วนใดส่วนหนึ่งก็ย่อมได้อีกเช่นกัน 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 ยังทำหน้าที่จัดสรรนั้น ๆ ให้อยู่ในรูปที่เขาต้องการตลอดจนกระทั่งกำหนดการนำเสนอข่าวสาร ระยะเวลาที่หน่วยงานข่าวสารนั้นไว้ว่าจะเสนอในช่วงเวลาใดหรือเสนอสารทั้งหมดซ้ำ ๆ กัน หรือเลือกเสนอเพียงบางส่วนเท่านั้น

Gatekeeper ผู้ซึ่งควบคุมการไหลของข่าวสารทั้งในระดับชาติและระดับท้องถิ่นก็มีนักข่าว บรรณาธิการข่าว ผู้จัดการโฆษณา ของทั้งหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นและหนังสือพิมพ์แห่งชาติและเครือสถานีโทรทัศน์ ตลอดจนสำนักข่าว

อย่างไรก็ตาม กรณีที่นักข่าวได้รับมอบหมายจากบรรณาธิการข่าวให้ไปหาข่าว นักข่าวผู้นั้นก็จะทำหน้าที่เหมือนกับผู้เฝ้าประตูหรือผู้ปิดเปิดประตูสารเช่นกัน คือจะเป็นคนตัดสินใจในเบื้องต้นว่าจะเขียนข้อเท็จจริงในเรื่องของข่าวที่ตนหาอย่างไร

การที่นักข่าว และบรรณาธิการข่าว จะตัดสินใจเลือกข่าวอย่างไรนั้น ข้อเขียนของ Bagdikian ได้บอกไว้ว่า ขึ้นอยู่กับปัจจัยดังต่อไปนี้

1. หลักที่ยึดถือในการบริหาร
2. การมองโลกของความจริงและนิสัยของคน โดยมองว่าผู้อ่านต้องการอะไรและมีความปรารถนาอย่างไร
3. ค่านิยม ซึ่งยึดถือโดยกองบรรณาธิการที่มีความเชี่ยวชาญในวิชาชีพ มีมาตรฐานทางด้านความยุติธรรม และเป็นที่ยอมรับในวงวิชาชีพ คือเขาจะเป็นผู้ตัดสินใจอะไรที่ผู้อ่านในหมู่คณะของเขาควรจะได้รู้
4. การประเมินค่าของข่าวสาร โดยการแข่งขันของสื่อ

5. ค่านิยมส่วนตัว และนิสัยแปลก ๆ ของบรรณาธิการเช่น ถ้าบรรณาธิการกลัวหรือไม่ชอบอะไรบางอย่าง เขาจะไม่อนุญาตให้สิ่งที่เขาไม่ชอบปรากฏอยู่ในข่าว หรือตีพิมพ์บนหนังสือพิมพ์ในขณะที่เขาเป็นบรรณาธิการอยู่

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

จากทฤษฎีผู้ปิดและเปิดประตูสาร (Gatekeeper Theory) ผู้ศึกษาได้นำมาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาเพื่อให้เข้าใจถึงกระทำงานของสื่อมวลชน ในฐานะผู้คัดสรรเนื้อหาข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่น และทำการเผยแพร่อีกครั้งผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ว่าใช้หลักการใด หรือ มีปัจจัยใดที่ทำให้เลือกข่าวนั้น ๆ ของมหาวิทยาลัยขอนแก่นเผยแพร่

แนวคิดเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์และบทบาทของหนังสือพิมพ์

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

คาร์เตอร์ วี.กูต (Carter V.Good) ได้ให้ความหมายว่า หนังสือพิมพ์ คือสิ่งตีพิมพ์ที่ออกตามระยะเวลาที่กำหนด ติดต่อกันไปตามลำดับ ลักษณะเป็นกระดาษขนาดใหญ่ มีจำนวนหลายแผ่น พบได้ จุดมุ่งหมายเพื่อเสนอข่าวสาร หรือสิ่งที่หน้าสนใจทั่วไป ตามปกติออกเป็นรายวัน หรือรายสัปดาห์แต่ถ้าเพื่อการศึกษาอาจออกเป็นรายปักษ์หรือรายเดือนก็ได้ (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 สื่อหนังสือพิมพ์ จากนักสื่อสารมวลชนและนักนิเทศศาสตร์ ข้างต้น ผู้ศึกษาสามารถสรุปได้ว่า หนังสือพิมพ์คือสื่อสิ่งพิมพ์รูปแบบหนึ่ง ที่มีการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร เหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นรายวันมีความคลุมในประเด็นของแต่ละด้านที่เกิดขึ้นในสังคม ซึ่งจะนำเสนอข้อมูลที่เป็นที่น่าสนใจของประชาชน โดยมีการกำหนดระยะเวลาพิมพ์ออกมาในลักษณะของรายวัน รายสัปดาห์ หรือ รายเดือน เพื่อเผยแพร่สู่สาธารณชนได้อ่านข่าวสาร

ซึ่งโดยทั่วไปการจัดแบ่งประเภทหรือรูปแบบของหนังสือพิมพ์ อาจจำแนกได้หลายรูปแบบตาม ลักษณะดังต่อไปนี้ (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533 : 162)

1. ความถี่ของการตีพิมพ์ หมายถึง หนังสือพิมพ์ที่ถูกแบ่งประเภทโดยกำหนดระยะเวลาที่ออกจำหน่าย ในครั้งหนึ่งๆ โดยมากจะมีระยะเวลาในการจำหน่าย 2 แบบ คือ

1.1 หนังสือพิมพ์รายวัน (Dailies) เป็นหนังสือพิมพ์ที่ต้องตีพิมพ์ให้หมดตลาดภายในแต่ละวัน อายุของหนังสือพิมพ์จึงสั้น ลักษณะเด่นอยู่ที่ความสดและความรวดเร็ว ในการเสนอข่าวโดยเฉพาะ จะต้องมีการถูกเนื่องจากต้องการให้ลูกค้าซื้อทุกวัน 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 ขอบเขตตรงเนื้อหาจึงแคบเฉพาะชาวท้องถิ่น 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 นักวิชาการจัดข่าวประเภทนี้เป็นข่าวที่ให้ผลตอบสนองทางอารมณ์โดยทันที 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 ได้ให้คำจำกัดความไว้ ว่าข่าวคือการบอกเล่าเรื่อง ซึ่งโดยปกติมักเป็นเรื่องที่เกิดใหม่เป็นที่น่าสนใจ คำบอกกล่าว คำเล่าลือ ข่าวจึงหมายถึง เหตุการณ์ สถานการณ์ที่เกิดขึ้น หรือมีแนวโน้มว่าจะเกิดที่มีความน่าสนใจและมีความสำคัญ 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 เปี่ยมราศรี, 2546)

การเขียนข่าวมีรูปแบบของโครงสร้างที่ค่อนข้างตายตัว องค์ประกอบแต่ละอย่างของโครงสร้างแสดงบทบาทหน้าที่แตกต่างกันออกไปตามวัตถุประสงค์ เพื่อตอบสนองต่อวัตถุประสงค์หลักคือต้องการสื่อสารเพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจง่ายที่สุดและใช้เวลาน้อยที่สุด โครงสร้างของข่าวนั้นมีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ส่วนสำคัญได้แก่

หัวข้อ (Headline) หัวข้อเป็นหัวใจสำคัญของการเขียนข่าว เพราะเป็นแหล่งแรกที่จะบอกผู้อ่านให้ทราบว่าข่าวนั้นน่าสนใจอย่างไรบ้าง นอกจากนี้หัวข้อยังมีหน้าที่ที่สำคัญคือการสร้างความดึงดูดใจของผู้อ่าน โดยการใช้คำหรือหัวข้อที่น่าสนใจ สะดุดตา และชวนติดตาม หน้าที่ประการต่อมา คือการให้สาระสำคัญของข่าว ซึ่งจะช่วยประหยัดเวลาของผู้อ่าน โดยผู้อ่านสามารถทราบได้ทันทีจากหัวข้อเรื่องหรือข่าวที่เสนอนั้น เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์อะไรบ้าง ส่วนลักษณะของภาษาที่ใช้พาดหัวข่าวนั้น จะเป็นลักษณะเฉพาะตัว ถ้อยคำสำนวน โวหาร ส่วนใหญ่ใช้ภาษาพูด เป็นส่วนประกอบการเขียนหนังสือพิมพ์และเมื่อหนังสือพิมพ์ออกสู่มวลชน จึงมีอิทธิพลต่อผู้อ่านในด้านการใช้ภาษา และผู้อ่านจินตนาการเกิดการเรียนรู้แบบ

ความนำ (Leads) เป็นส่วนประกอบที่มีความเด่นสำคัญที่สุดของเรื่องราวหรือเป็นการสรุปใจความสำคัญ หรือย่อเรื่องสำคัญของข่าวที่เสนอ โดยบรรณานันต์ต้องตอบคำถามตามกฎแจสำคัญสำคัญของข่าว ซึ่งได้แก่ ใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร ทำไม่ อย่างไร ซึ่งผู้อ่านจะทราบสาระสำคัญของข่าวได้อย่างรวดเร็ว

ส่วนเชื่อม (Neck) ส่วนเชื่อมเป็นระหว่างส่วนต่อระหว่างความนำ กับเนื้อข่าว อาจจะเป็นข้อความเพียงไม่กี่ประโยค หรืออาจจะเป็นย่อหน้า เป็นการเชื่อมโยงจากความนำไปสู่ตัวเนื้อข่าว ทำให้เกิดความสัมพันธ์และดำเนินเรื่องได้อย่างต่อเนื่อง

เนื้อเรื่อง (Details) เป็นส่วนประกอบที่ทำให้รายละเอียดของเรื่องราวให้ผู้อ่านได้รับทราบ และเข้าใจลำดับความสำคัญของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งหมด เป็นส่วนที่จะให้ข้อมูลและความละเอียดที่มากกว่าในส่วนวรรณคดี โดยรูปแบบการเขียนข่าวส่วนใหญ่จะเป็นแบบพีระมิดหัวกลับ คือสิ่งที่สำคัญที่สุดจะถูกนำเสนอก่อน ส่วนที่สำคัญรองๆลงไปจะถูกนำเสนอในลำดับถัดไป

บทความ

บทความเป็นความเรียงชนิดหนึ่งที่ถูกเขียนรวบรวม เรียบเรียง ถ่ายทอดสาระความคิดสู่ผู้อ่านอย่างเป็นระบบด้วยภาษาที่เหมาะสม ประกอบด้วย สาระ ข้อเท็จจริง บวกกับความคิดเห็นที่ผู้เขียนต้องการแสดงออกในประเด็นเรื่องใดๆ บทความจึงหมายถึง ข้อเขียนแสดงความคิดเห็นที่ปรากฏในหน้าหนังสือพิมพ์ สามารถแยกตามวัตถุประสงค์และเนื้อหาในการนำเสนอความคิดเห็นนั้น ได้แก่ บทความวิชาการ บทความวิเคราะห์ บทความวิจารณ์ บทความแสดงความคิดเห็น เป็นต้น บทความจะปรากฏอยู่ในคอลัมน์ต่าง ๆ บทความในหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องที่เกิดขึ้น และยังคงอยู่ในกระแสความสนใจของประชาชน กำลังเป็นข่าว หรือไม่เป็นข่าว แต่อาจมีผลกระทบต่อประชาชนด้านใดด้านหนึ่ง บทความส่วนใหญ่มีสาระเพื่อสื่อความคิดเห็นของผู้เขียนเป็นแกนหลัก (มาลี บุญศิริพันธ์, 2550)

บทความทวีความสำคัญขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับข้อเขียนประเภทอื่นๆ เพราะปัจจุบัน มีผู้นิยมอ่านบทความมากขึ้นตามลำดับ โดยเฉพาะผู้ที่ติดตามอ่านข่าวสารบ้านเมืองเป็นประจำ มักต้องการรับรู้ทัศนคติความคิดเห็นจากผู้เขียนบทความที่เป็นแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ มีความเชี่ยวชาญในเรื่องที่เขียน ความคิดเห็นในหนังสือพิมพ์จึงมีประโยชน์และคุณค่าที่ผู้อ่านคาดหวัง และมีบทบาทสำคัญต่อระบอบเสรีประชาธิปไตย

บทบรรณาธิการ

รู้จักกันทั่วไปว่า บทนำ หมายถึง บทความประเภทที่แสดงความคิดเห็นในนามหนังสือพิมพ์ทั้งฉบับต่อเรื่องราวที่กำลังเป็นประเด็นของสังคม ลักษณะข้อเขียนของบทบรรณาธิการ คือ ข้อเขียนที่ไม่ลงชื่อผู้เขียนและปรากฏในหน้าบทบรรณาธิการ

จุดเด่นของบทบรรณาธิการ คือ บทความที่ปรากฏในหน้าบทบรรณาธิการ เป็นข้อเขียนเดียวที่หนังสือพิมพ์ 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 มีความยาวที่จบในพื้นที่ที่กำหนด ให้สาระน่าสนใจหรือนำไปสู่ความสนใจของผู้อ่าน ตั้งแต่เรื่องเบาสมองจนถึงเรื่องหนักระดับชาติ “คอลัมน์” เป็นประเภทข้อเขียนที่ในหนังสือพิมพ์ที่ให้ความสะดวกแก่ผู้อ่านในการจดจำ เลือกอ่านข้อความที่ตนชอบได้รวดเร็ว คอลัมน์ส่วนใหญ่ในหนังสือพิมพ์รายวัน มีเนื้อหาในทางแสดงความคิดเห็น (Commendations) เกี่ยวกับกับข่าว และเหตุการณ์ปัจจุบัน ผู้เขียนประจำคอลัมน์เหล่านี้เรียกว่า “คอลัมนิสต์” (Columnist) หมายถึง ผู้เขียนบทความในคอลัมน์หนังสือพิมพ์เป็นประจำ โดยลงชื่อผู้เขียนด้วย

คอลัมน์ในหนังสือพิมพ์เป็นข้อเขียนที่มีความสมบูรณ์ในตนเอง เนื่องจากเนื้อหาที่จำกัดเป็นเหตุให้งานเขียนในหนังสือพิมพ์ต้องกระชับรัดกุม 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) บรรณาธิการข่าวแต่ละหน้าที่ผู้ทำบรรณาธิการ (Sub-editor or copy-editor) ไปจน ถึงบรรณาธิการใหญ่ บุคคลเหล่านี้จะใช้วิจารณญาณประเมินคุณค่าข้อมูลข่าวสารที่รวบรวมมาได้ แล้วคัดลอกข้อมูลข่าวสารที่มีคุณค่าและตรงต่อความสนใจใคร่รู้ของผู้รับสารก่อนจะตัดสินใจ “เปิดประตู” ให้ข่าวสารเหล่านั้นหลังไหลไปสู่การรับรู้ของสาธารณชน ในการประเมินคุณค่าข้อมูลข่าวสารเหล่านั้น นายทวาร (Gatekeeper) สามารถที่จะเพิ่มเติมข้อมูลที่ได้รับทราบมาจากแหล่งข่าวอื่นเป็น

การเสริมอิทธิพลให้ข่าวสารบางส่วน รวมทั้งสามารถปฏิเสธที่จะ "เปิดประตู" ไม่ให้ข่าวสารนั้นออกไปสู่ผู้รับสารได้ด้วย

2. บทบาทการเป็นผู้แจ้งข่าวสาร (Informer) บทบาทของหนังสือพิมพ์ในฐานะที่เป็นผู้แจ้งข่าวสารนั้น ปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงรูปแบบ และพัฒนาก้าวหน้าไปมากตามความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร จากที่หนังสือพิมพ์เคยเป็นสื่อซึ่งทำหน้าที่แจ้งข่าวสารแก่สาธารณชนอย่างรวดเร็ว ความรับผิดชอบในบทบาทนี้ กลับเปลี่ยนมือไปสู่สื่อโทรทัศน์และวิทยุ ซึ่งสามารถปฏิบัติหน้าที่แจ้งข่าวสารได้รวดเร็วกว่าหนังสือพิมพ์มาก อย่างไรก็ตาม ในบทบาทนี้หนังสือพิมพ์คงความได้เปรียบสื่อโทรทัศน์และวิทยุอยู่ กล่าวคือ หนังสือพิมพ์ไม่ว่าจะเป็นรายวัน หรือรายสัปดาห์ก็สามารถเจาะลึกเข้าไปในเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ นอกเหนือจากการเสนอเหตุการณ์เล็กๆที่เป็นสายใยของสังคมทั่วไป ตลอดจนหนังสือพิมพ์สามารถเสนอการวิเคราะห์แยกแยะปัญหานั้นๆเพื่อหาทางหนีทีไล่ให้แก่ประชาชนอีกด้วย

3. บทบาทการเป็นสุนัขยาม (Watchdog) ความรับผิดชอบมูลฐานของหนังสือพิมพ์นั้น คือการขุดคุ้ย เปิดโปง ความอ่อนแอหรือบกพร่อง ในการบริหารงานของรัฐบาลให้ประชาชนเจ้าของประเทศได้ทราบ ทั้งหนังสือพิมพ์ยังต้องรับผิดชอบป้องกันไม่ให้เจ้าหน้าที่ของรัฐใช้อำนาจปฏิบัติหน้าที่ในทางที่ผิดหรือเกินขอบเขตที่ได้รับมอบหมายจากประชาชนด้วย ความรับผิดชอบนี้ หนังสือพิมพ์จึงต้องเฝ้าจับตาดูการทำงานของรัฐบาลให้เป็นไปตามนโยบาย และคำมั่นสัญญาที่เคยให้ไว้แก่ประชาชน เสมือนสุนัขเฝ้าจับตาดูหวัชไม้มไม่ให้ลวงล้ำเข้าบ้านในยามค่ำคืนนั่นเอง

4. บทบาทการเป็นเจ้าหน้าที่รับเรื่องราวร้องทุกข์ (Ombudsman) คำว่า Ombudsman เป็นภาษาสวีเดน เดิมหมายถึง เจ้าหน้าที่รับเรื่องราวร้องทุกข์จากราษฎร ซึ่งกล่าวโทษทางการบ้านการเมืองหรือเจ้าพนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่มิชอบ แต่ในทางวารสารศาสตร์นั้นคำว่า Ombudsman ถูกนำไปใช้ 2 กรณีด้วยกัน กรณีแรกเป็นการใช้ในลักษณะการตรวจสอบและวิจารณ์ตนเอง (Self-criticism) เมื่อหนังสือพิมพ์ได้รับการร้องเรียนจากผู้อ่านว่า ผู้ร่วมวงเดียวกันประพฤติ และปฏิบัติหน้าที่ไม่ตรงตามจริยธรรมของหนังสือพิมพ์ที่ดี ส่วนอีกกรณีหนึ่ง เป็นบทบาทของหนังสือพิมพ์ที่จะต้องรับใช้สาธารณชน เสมือนเป็นเจ้าหน้าที่รับเรื่องราวร้องทุกข์ เมื่อประชาชนได้รับการปฏิบัติที่ไม่ถูกต้องตามทำนองคลองธรรมจากเจ้าหน้าที่ของรัฐ และประชาชนร้องเรียนมายังหนังสือพิมพ์ทั้งด้วยตนเองผ่านทางเนื้อหาที่เป็น "จดหมายจากผู้อ่านถึงบรรณาธิการ" ให้หนังสือพิมพ์ตรวจสอบการปฏิบัติงานและพฤติกรรมที่ไม่ถูกต้องนั้นๆ ในกรณีนี้หนังสือพิมพ์อาจจะออกไปสืบสวน เพื่อหาข้อเท็จจริงมาเสนอต่อผู้อ่านด้วยการรายงานข่าวจากการวิเคราะห์วิจารณ์อื่น ๆ

นอกจากนี้หนังสือพิมพ์ยังมีบทบาทความรับผิดชอบต่อการให้บริการชุมชนในด้านต่างๆที่สำคัญด้วย (ดร.ฉวี ทิรัญรักษ์, 2529: 5-9 อ้างถึงใน ธนวรรณ กัมมารเจษฎากุล, 2547: 18-20) ดังนี้

1. ให้ข้อเท็จจริงที่สำคัญ หนังสือพิมพ์ทำหน้าที่ประกาศเกี่ยวกับการประชุม แจ้งการเกิด การตาย ของบุคคล ตลอดจนการแต่งงานและข้อเท็จจริงในเรื่องราวต่างๆที่สำคัญเกี่ยวกับสิ่งที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

หนังสือพิมพ์จะทำหน้าที่เป็นผู้เตือน เมื่อถึงเวลาที่ประชาชนต้องเสียภาษี หรือทำการเลือกตั้ง เป็นต้น ซึ่งในการรายงานข่าวหรือข้อเท็จจริงต่างๆต้องอาศัยความรวดเร็ว ความทันสมัยต่อเหตุการณ์ สิ่งที่สำคัญคือความถูกต้องของข้อมูล

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

3. ให้ความสำคัญต่อข่าว หนังสือพิมพ์จะให้ความสำคัญต่อสิ่งที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นบุคคลสถานที่ หรือเหตุการณ์ และความสำคัญเหล่านี้ต้องสอดคล้องกับความสดและทันต่อเหตุการณ์

4. มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของประชาชน หนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่จะเปิดโอกาสให้ผู้อ่านได้แสดงความคิดเห็นในเรื่องที่เขาสนใจผ่านทางหน้าหนังสือพิมพ์ หนังสือพิมพ์จึงทำหน้าที่เป็นเสมือนเวทีแสดงความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนทัศนคติระหว่างหนังสือพิมพ์เองกับประชาชนทั่วไป ผู้อ่านมีโอกาสได้รับความคิดเห็นจากทั้ง 2 ฝ่าย หนังสือพิมพ์จึงทำหน้าที่ดูแลชุมชนในระบบประชาธิปไตยได้เป็นอย่างดี

5. ส่งเสริม สนับสนุนความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชน หนังสือพิมพ์จะทำหน้าที่ส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาและการเติบโตของชุมชน ไม่ว่าจะเป็นด้านการโฆษณา หรือประชาสัมพันธ์ชุมชนให้โลกภายนอกให้ทราบถึงความเคลื่อนไหวและการเปลี่ยนแปลง เพื่อนำไปสู่การพัฒนาและปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น

6. เป็นสถาบันย่อยในการบริการชุมชน หนังสือพิมพ์ถึงแม้จะไม่ใช้สถาบันอื่นก็ตาม แต่หนังสือพิมพ์มีบทบาทที่สำคัญในการให้บริการดังกล่าวเพราะเป็นลักษณะธรรมชาติของหนังสือพิมพ์

7. ผลิตข่าวสารและการโฆษณา ข่าวสารเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับสังคมและมนุษย์อย่างมาก การโฆษณาสินค้ามีบทบาทสำคัญมากขึ้น เมื่อสังคมมีการปฏิวัติอุตสาหกรรมและการค้าขาย การแข่งขันจึงตามมาในรูปของการชักจูง โน้มน้าว เพื่อสนับสนุนสินค้าของตนให้กว้างขวางและเป็นที่รู้จัก หนังสือพิมพ์จึงมีบทบาทสำคัญในการให้บริการด้านข่าวสารและการโฆษณา

8. สร้างธุรกิจชุมชน หนังสือพิมพ์ทำหน้าที่ประสานงานวงการธุรกิจกับประชาชนในชุมชนโดยการเป็นสื่อกลางในการโฆษณาสินค้าเพื่อให้ลูกค้าได้ผลประโยชน์ในการทราบว่าสินค้าอะไรที่ผลิตออกมาสู่ตลาด ประชาชนสามารถเลือกซื้อสินค้าได้จากการอ่านโฆษณาในหนังสือพิมพ์

9. พิทักษ์และคุ้มกันประชาชน หนังสือพิมพ์ทำหน้าที่ประสานงานกับผู้พิทักษ์สันติราษฎร์ได้เป็นอย่างดี โดยหนังสือพิมพ์ความคืบหน้า การเคลื่อนไหวของการทำงานของเจ้าหน้าที่ในวงราชการที่มีหน้าที่โดยตรงกับกิจการบางอย่าง การตีพิมพ์ข่าวสารดังกล่าวทำให้ประชาชนได้ทราบและหาวิธีป้องกัน จากคำเตือนที่ได้รับจากหนังสือพิมพ์

10. ปกป้องเสรีภาพของประชาชน หนังสือพิมพ์ทำหน้าที่ปกป้องประชาชนในระบบสังคมที่มีการปกครองระบอบประชาธิปไตย 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. มีส่วนช่วยในการสร้างประชาคมิตต่างๆ
5. ภาษาอังกฤษจากหนังสือพิมพ์ มีผลต่อภาษาไทยบ้างในบางกรณี
6. อิทธิพลจากวิธีการนำเสนอข่าว

ทั้งนี้หนังสือพิมพ์จะมีอิทธิพลต่อประชาชนมากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่อไปนี้

1. จำนวนและลักษณะของการที่ประชาชนได้รับข่าวสารหรืออ่านโดยตรง
2. อิทธิพลของหนังสือพิมพ์จะมีมากกว่า ถ้าเรื่องราวที่เสนอนั้นสอดคล้องกับความคิดเห็นเดิมของประชาชน แทนที่จะเสนอในทางตรงข้าม
3. ขึ้นอยู่กับเรื่องราวว่าผู้อ่านได้ทราบที่อยู่แล้วหรือไม่

ด้วยเหตุที่ผู้ศึกษาใช้สื่อหนังสือพิมพ์เป็นตัวแทนของสื่อมวลชน จึงได้นำบทบาทหน้าที่ อิทธิพลของสื่อหนังสือพิมพ์มาเป็นกรอบในการศึกษาว่า สื่อหนังสือพิมพ์ได้ทำหน้าที่ในฐานะสื่อมวลชนในการเผยแพร่ข่าว

เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่นอย่างไร และได้ใช้ แนวคิดเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์ การแบ่งประเภท และรูปแบบของหนังสือพิมพ์ รูปลักษณะข้อเขียนของหนังสือพิมพ์ ซึ่งประกอบไปด้วย ข่าว บทความ บทบรรณาธิการ คอลัมน์ มาเป็นกรอบเพื่อศึกษารูปแบบข้อเขียนของหนังสือพิมพ์ ที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่นว่ามี การนำเสนออย่างไร

แนวคิดเกี่ยวกับข่าว และประเด็นข่าว

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(พีชนี เขยจรรยา และคณะ, 2538 : 88)

ในแต่ละวันมีข่าวจำนวนมากที่หลั่งไหลมายังโต๊ะของบรรณาธิการข่าว แต่เนื่องจากเวลาและเนื้อที่อันจำกัด จึงเป็นไปได้ยากที่จะนำเสนอข่าวเหล่านั้นทั้งหมด ดังนั้นผู้ที่คัดเลือกข่าวที่เหมาะสมกับการตีพิมพ์ จึงต้องทำงานหนักในการคัดเลือกข่าวที่ดีที่สุด และมีประโยชน์กับผู้อ่านมากที่สุด ซึ่งเกณฑ์ในการคัดเลือกข่าวไม่ได้มีตายตัวแน่นอน แต่ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ และผู้มีวิจรรย์ญาณของผู้มีอำนาจในการเลือก

การประเมินคุณค่าข่าว (News Judgment)

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

1. ข้อเท็จจริง (Fact) สื่อมวลชนจะต้องพยายามนำข้อเท็จจริงมานำเสนอต่อผู้รับสาร ต้องระลึกละเอียดว่า 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 หรือไม่น่าสนใจสำหรับการนำเสนอเป็นข่าวก็ได้ระดับ ความ

น่าสนใจของข้อเท็จจริง 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 และจัดลำดับความสำคัญประกอบด้วยสิ่งต่อไปนี้

1. ความสด (Immediacy) ข่าวต้องได้รับการรายงานอย่างรวดเร็ว เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นถ้าได้รับเสนอต่อผู้อ่านทันที และทันเหตุการณ์ย่อมถือว่ามีคุณค่าด้านความสดสูง
2. ความถูกต้องกับกาลเทศะ (Timeliness) ข่าวที่มีคุณค่าต้องได้รับการรายงานให้ทันเวลาและตรงกับความสนใจของประชาชน
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 แปลกจากธรรมดา มักได้รับความสนใจมาก ยิ่งแปลกมากก็ยิ่งมีคุณค่ามากเช่นกัน
7. ความกระตือรือร้น (Human interest) เป็นเหตุการณ์ที่มีองค์ประกอบของความกระตือรือร้นของผู้อ่าน 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 และอังธิดา 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 เป็นแง่มุมของเหตุการณ์ที่ผู้สื่อข่าวตัดสินใจว่าสำคัญที่สุดในการนำเสนอไปยังประชาชน

การคัดสรรแง่มุมของเหตุการณ์ออกมาเพื่อนำเสนอเป็นประเด็นข่าวนั้น ผู้สื่อข่าวต้องพิจารณาว่าในสถานการณ์ เหตุการณ์ หรือการแถลงเรื่องต่างๆ ที่เกิดขึ้นสิ่งใดมีความสำคัญโดดเด่นที่สุด โดยอาจพิจารณาจากเกณฑ์องค์ประกอบข่าว ประกอบกับพิจารณาเปรียบเทียบกับช่วงเวลา หรือสถานการณ์ที่แตกต่างกัน

ในเชิงปฏิบัติการข่าว ถ้าเปรียบเทียบให้เห็นเป็นภาพชัดเจน หลังจากที่คัดสรรเหตุการณ์หรือสถานการณ์เป็นข่าวได้แล้ว โดยพิจารณาองค์ประกอบข่าวและคุณลักษณะของข่าวแล้ว ผู้สื่อข่าวจะเรียงข่าวไว้บนโต๊ะ ข่าวนั้นจะแบ่งเป็นห้องต่างๆ ซึ่งเรียกห้องข่าวเหล่านั้นว่า ประเด็น แล้วแต่ผู้สื่อข่าวหรือบรรณาธิการข่าวจะเลือกหยิบ ห้องข่าว อะไรมานำเสนอก่อน

หากจะถามว่าทำไมต้องมีประเด็นข่าว หรือประเด็นข่าวมีความสำคัญอย่างไร ประเด็นข่าวมีประโยชน์ต่อการทำงานของสื่อข่าวหรือบรรณาธิการ ในการลำดับความสำคัญของข่าว ในการติดต่อสื่อสารระหว่างสื่อข่าวและบรรณาธิการ รวมทั้งทำให้ผู้รับสารเข้าใจเรื่องราวหรือเหตุการณ์ได้ง่าย

เรื่องที่เกิดขึ้นมีแง่มุมใดที่มีความสำคัญที่สุดประชาชนควรได้รับรู้ความสำคัญดังกล่าวควรยึดเอาประชาชนผู้รับสารเป็นสำคัญ โดยผู้สื่อข่าวต้องมีมุมพิจารณาเลือกสรรแง่มุมของข่าวนั้นๆ ออกมา หรือผู้สื่อข่าวมักเรียกว่า จับประเด็น เพื่อนำไปสู่การตรวจสอบ การสัมภาษณ์ การค้นหารายละเอียดเพิ่มเติมก่อนนำไปสู่ข้อสรุป เพื่อรายงานหรือนำเสนอข่าวนั้น นี่คือความสำคัญของประเด็นข่าว

อย่างไรก็ตาม ประเด็นข่าวอาจรวมไปถึงแง่มุมของข่าวหรือเหตุการณ์ที่ยังมีเงื่อนงำ หรือยังไม่ถูกทำให้กระจ่างชัด ซึ่งผู้สื่อข่าวสามารถหยิบแง่มุมที่ยังไม่ชัดเจนจากเหตุการณ์เหล่านั้นมากำหนดเป็นประเด็นในการทำข่าว หรือสมมติฐาน ข้อสงสัย เพื่อสืบค้น หรือแสวงหาคำตอบ นำสรุปเพื่อนำเสนอต่อไป การตั้งประเด็นในการทำข่าวนี้อาจมีลักษณะเดียวกับการตั้งประเด็นในการสืบสวนสอบสวนของตำรวจในการติดตามคดี แต่ผู้สื่อข่าวสามารถตั้งประเด็นข่าวขึ้นจากการศึกษาข้อมูลด้านต่างๆ ในเบื้องต้น หรือจากประสบการณ์ทำงานของตน

2. ประเภทของประเด็นข่าว

ผู้สื่อข่าวต้องมี จมูกข่าวที่ไวต่อการรับรู้ข่าว และอะไรไม่เป็นข่าว การหยิบยกแง่มุมต่าง ๆ ของเรื่องราวที่เกิดขึ้นก็ดี หรือการสังเกต ตั้งข้อสงสัยจากสิ่งผิดปกติ นำไปสู่การค้นหาคำตอบที่แท้จริงก็ดีย่อมเป็นประเด็นข่าว ประเด็นข่าวอาจตามได้จากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น จากการตั้งสมมติฐานของผู้สื่อข่าว และจากสภาพทั่วไปที่ดำรงอยู่

2.1 ประเด็นข่าวตามเหตุการณ์ คือแง่มุมที่เกิดจากการเลือกสรรของผู้สื่อข่าวที่พิจารณาจากเหตุการณ์ สถานการณ์ หรือการแถลงข่าวที่เกิดขึ้นในช่วงเวลานั้น โดยผู้สื่อข่าวต้องตรวจสอบหรือพิจารณาอย่างรอบด้านจากเหตุการณ์ ข้อมูล หลักฐาน ตลอดจนการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องในเรื่องนั้นๆ แล้วพิจารณาตามหลักองค์ประกอบข่าวว่าเป็นไปตามหลักใดบ้าง

หากเป็นเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่เกิดขึ้นมาก่อนหน้านี้ ประเด็นข่าวมักมุ่งเน้นไปที่ความสืบหน้าของเหตุการณ์ โดยผู้สื่อข่าวพิจารณาความสืบหน้าของเหตุการณ์เป็นอย่างไร และในความสืบหน้านั้น ๆ เข้าหลักองค์ประกอบหรือไม่ หากมีลักษณะเข้ากับองค์ประกอบข่าวที่สำคัญมีคุณค่าเพียงพอในการรายงาน

2.2 ประเด็นข่าวจากสมมติฐาน คือแง่มุมที่ผู้สื่อข่าวตั้งขึ้นจากสมมติฐานของตนเอง หรือตั้งขึ้นจากกองบรรณาธิการ หรือผู้เชี่ยวชาญ ที่มีต่อเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น เป็นแง่มุมที่ต่างไปจากการรับรู้หรือการรายงานข่าวโดยทั่วไป ส่วนมากประเด็นข่าวในด้านนี้มักเกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ทำให้สถานการณ์ต่าง ๆ เกิดขึ้น หรือผลกระทบที่จะติดตามมาจากเหตุการณ์หรือนโยบายต่างๆ ในเรื่องนั้น เป็นการคาดคะเนเพื่อนำไปสู่การค้นหาคำตอบหลักฐาน หรือการสืบสวนสอบสวนเพิ่มเติมในแง่มุมต่างๆ มากกว่าการรายงานข่าวไปตามสิ่งที่เกิดขึ้นเท่านั้น

2.3 ประเด็นข่าวจากสภาพทั่วไป คือแง่มุมที่ผู้สื่อข่าวสังเกตพบจากเหตุการณ์ปกติทั่ว ๆ ไปที่เกิดขึ้น และดำรงอยู่เป็นประจำในสังคมหนึ่ง คนที่ใกล้ชิดเหตุการณ์นั้นอาจมองไม่เห็นเหตุการณ์นั้น เพราะคิดว่าเป็นเรื่องปกติเห็นประจำทุกวัน เช่น ผู้สื่อข่าวสังเกตว่าพ่อค้าแม่ค้าในตลาดสดดูรายงานหุ้นจากโทรทัศน์ตลอดเวลา และทราบภายหลังว่า เป็นการเล่นการพนันโดยอาศัยเลขท้ายสองตัวจากดัชนีตลาดหลักทรัพย์ที่ปิดตลาดในช่วงกลางวันและเย็น ซึ่งอาจเป็นเรื่องธรรมดาในความคิดในสังคมนั้นๆ แต่เป็นสิ่งผิดกฎหมาย ผู้สื่อข่าวได้ประเด็นข่าวแล้วนำเสนอเหตุการณ์ที่คนทั่วไปมองเห็นปกติเป็นข่าว เป็นต้น

3. การคิดและจับประเด็นข่าว

การคิดและจับประเด็นข่าวต่อไปนี้จะกล่าวถึงประเด็นข่าว 3 ลักษณะ คือ ประเด็นข่าวจากเหตุการณ์ ประเด็นข่าวจากสมมติฐาน และประเด็นข่าวจากสภาพทั่วไป

3.1 ประเด็นข่าวจากเหตุการณ์โดยอาศัยองค์ประกอบข่าวในการพิจารณา การคิดประเด็นข่าวจากเหตุการณ์โดยอาศัยองค์ประกอบข่าว โดยส่วนใหญ่ใช้องค์ประกอบข่าวหลักๆ คือ ความรวดเร็วทันเหตุการณ์ ผลกระทบ ความโดดเด่น ความใกล้ชิด อย่างไรก็ตาม อาจจะมีองค์ประกอบอื่น ๆ ที่มาพิจารณานอกเหนือจากนี้ได้

3.1.1 ความรวดเร็วทันเหตุการณ์ การเสนอข่าวที่มีองค์ประกอบด้านความรวดเร็ว เป็นการสะท้อนความต้องการของมนุษย์ ที่ต้องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเร็วที่สุดเท่าที่จะทำได้ โดยเฉพาะข่าวสำคัญที่คาดว่าผู้คนที่ต้องการรับรู้มาก สถานีวิทยุกระจายเสียงและสถานีวิทยุโทรทัศน์ต้องติดตั้งอุปกรณ์เพื่อถ่ายทอดสดให้ผู้ชมหรือผู้ฟังได้รับทราบทันทีพร้อมกันทั่วโลก สำนักข่าวแต่ละแห่งต่างช่วงชิงการนำเสนอข่าวว่าคู่แข่งแพ้ชนะ เพราะจะได้รับความเชื่อถือจากผู้รับสารในเรื่องการงานอย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนั้น กรณีที่สำนักข่าวโดยเฉพาะสำนักข่าวต่างประเทศมีกลุ่มผู้รับข่าวสารที่เป็นลูกค้าประจำส่วนใหญ่เป็นนักธุรกิจที่ต้องการข้อมูลข่าวสารในการตัดสินใจก่อนลงทุนธุรกิจ การแข่งขันช่วงชิงความเร็ว อาจจะต้องนับกันเป็นวินาที

3.1.2 ผลกระทบ ปัจจัยผลกระทบนี้เป็นผลกระทบต่อผู้คนที่หรือสาธารณะชนในวงกว้าง ผลกระทบอาจเป็นผลกระทบในทางลบและทางบวก หรือมีทั้งกระทบบวกและผลกระทบลบเวลาเดียวกัน อีกทั้งเป็นผลกระทบต่อความรู้สึก ทศนคติ หรือพฤติกรรมต่อสาธารณะชน ซึ่งผลกระทบที่เกิดขึ้นเป็นสิ่งส่วนที่คนส่วนใหญ่จำเป็นต้องรู้ มีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตและการตัดสินใจ ผู้สื่อข่าวหรือบรรณาธิการพิจารณาแล้วว่า มีคุณค่าควรแก่การเป็นประเด็นข่าวเพื่อนำสู่สาธารณะชน

ผลกระทบทางลบของข่าว ตัวอย่างเช่น ข่าวราคาน้ำมันขึ้น รัฐบาลประกาศขึ้นภาษี ย่อมเกิดผลกระทบต่อให้ร้านค้าขึ้นราคาสินค้า ชาวธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินประสบปัญหาถึงขั้นต้องปิดกิจการ ทำให้ผู้คนหลังไหลกันไปถอนเงินจากธนาคารหรือสถาบันการเงินที่ตนฝากเนื่องจากเกรงว่าจะถอนเงินของตนไม่ได้ ข่าวรัฐบาลประกาศค่าเงินบาทลอยตัว เกิดความโกลาหลทางธุรกิจ หลายบริษัทยกเลิกการสั่งซื้อสินค้าต้องกำหนดการจ่ายเงินเป็นสกุลดอลลาร์ล่วงหน้าเพื่อมิต้องจ่ายเงินบาทมูลค่าสูงกว่าเดิม

ผลกระทบทางบวกของข่าว เช่น ข่าวการผลักดันนโยบายประกันสุขภาพถ้วนหน้า ข่าวการลดภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาหรือลดภาษีนิติบุคคล ข่าวการขึ้นเงินเดือนให้แก่ข้าราชการ ฯลฯ

นอกจากนี้ผลกระทบจากข่าวที่มีต่อสาธารณชนบางข่าวอาจจะมีทั้งส่วนผลกระทบทางบวกและทางลบในเวลาเดียวกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับบริบทของสังคม ความรู้สึกของผู้คน และผลประโยชน์ที่ผู้คนเกี่ยวข้องประเด็นข่าวลักษณะนี้มักมีความซับซ้อน ต้องพิจารณาข้อเท็จจริงอย่างรอบคอบ เช่น ข่าวการขึ้นหรือลดอัตราดอกเบี้ยจะมีทั้งผู้ได้ประโยชน์และเสียประโยชน์ในฐานะผู้ฝากเงินและผู้กู้ยืมเงิน ดอกเบี้ยยังเป็นดัชนีชี้วัดถึงภาวะเศรษฐกิจอีกด้วย

นอกจากนี้ ประเด็นข่าวบางข่าวยังมีผลกระทบอย่างยิ่งต่อชีวิตของคน แต่สื่อมวลชนไม่สามารถนำเสนอเหตุการณ์เหล่านั้นได้ เนื่องจากเหตุผลบางประการ สื่อมวลชนอาจมีส่วนได้ส่วนเสียกับข่าวเรื่องนั้น สื่อมวลชนเกรงว่าจะมีผลกระทบในวงกว้างและไม่สามารถควบคุมได้ สื่อมวลชนมีความใกล้ชิดมีความสัมพันธ์กับแหล่งข่าว หรือสื่อมวลชนอาจไม่ให้ความสนใจ ไม่เข้าใจ ไม่เชื่อมโยงเหตุการณ์ จึงไม่นำเสนอ เช่น รัฐบาลอเมริกันยื่นบันทึกดต่อสหประชาชาติว่าประเทศไทยเป็นประเทศที่ละเมิดสิทธิมนุษยชน 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 ซึ่งเป็นองค์กรมีชื่อเสียงและเป็นที่ยึดกันทั่วไป

3.1.4 ความใกล้ชิด ผู้อ่านจะให้ความสนใจในเรื่องใกล้ตัวหรือรู้สึกใกล้ตัวกับเหตุการณ์ เช่น ผู้อ่านให้ความสนใจเหตุการณ์ระเบิดในโรงแรมแห่งหนึ่งซึ่งเคยไปใช้บริการพักอยู่เมื่อเดือนที่แล้ว หรือข่าวญาติพี่น้องเพื่อนสนิทมิตรสหายของผู้อ่านประสบอุบัติเหตุ ข่าวนักศึกษาในสถาบันเดียวกับผู้อ่านขายบริการทางเพศหรือยกพวกไปตีกับสถาบันอื่น

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

หนังสือพิมพ์และสื่อมวลชนมักนำความใกล้ชิดเชิงความรู้สึกมาเป็นจุดพิจารณาในการนำเสนอ เช่น ข่าวเครื่องบินตก ซึ่งปกติอาจจะเป็นข่าวเล็กๆ 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

ผู้สื่อข่าวหรือบรรณาธิการใช้ดุลพินิจในฐานะเป็นผู้กลั่นกรองข่าวสาร (Agenda setting) จากคุณค่าข่าวที่ได้กล่าวไปแล้ว ยังมีปัจจัยที่มีผลต่อการคัดสรรประเด็นข่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่งตัวผู้คัดสรร ข่าว ดังนี้

คุณสมบัติพื้นฐานของบุคคล ได้แก่

1. ความรู้ ผู้สื่อข่าวจำเป็นต้องมีความรู้และความเข้าใจเรื่องราวในสังคม โดยเฉพาะงานข่าวในสายที่ตนปฏิบัติอยู่ ทั้งในเชิงกว้างและในเชิงลึก เมื่อรู้โครงสร้างและรายละเอียดย่อมทำให้มองเห็นว่าสิ่งใดผิดปกติไปจากที่ควรเป็น ซึ่งสิ่งผิดปกติจากบรรทัดฐานเหล่านั้นมักเป็นประเด็นข่าว ความรู้จึงเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการคัดสรรประเด็นข่าว เช่น รู้ขั้นตอนของการออกกฎหมายใหม่ นอกจากนี้ ผู้สื่อข่าวควรมีความรู้หรือศึกษาด้านวารสารศาสตร์โดยเฉพาะ ทำให้เข้าใจกระบวนการทำงานในสายงานข่าวมากขึ้น

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

3. ความเป็นนักวิชาชีพ ผู้สื่อข่าวหรือบรรณาธิการที่ได้รับการฝึกฝนการคิดและทักษะเชิงวิชาชีพ ได้รับการศึกษาที่ต่างกัน รวมทั้งรู้สำนึกในอาชีพที่ต้องมีความรู้ความเชี่ยวชาญ มีอิสระในการแสดงความคิดเห็นและความรับผิดชอบต่อสังคม ทำให้ความสามารถในการจับประเด็นต่างกัน

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

ปัจจัยแวดล้อม ได้แก่

1. การแข่งขันกันเสนอข่าวกับสื่ออื่น การแข่งขันกับสื่อประเภทเดียวกัน และสื่อต่างประเภท เป็นปัจจัยกดดันอย่างหนึ่ง ทำให้ผู้สื่อข่าวต้องแสวงหาหรือคิดประเด็นที่ต่างไปจากกระแสข่าวในขณะนั้น เพื่อนำเสนอต่อกลุ่มผู้รับสาร การแข่งขันกับสื่ออื่นเพื่อให้ได้ประเด็นที่ดี ไม่เพียงแต่หมายถึงความรับผิดชอบต่อหน้าที่ หรือการนำเสนอข่าวต่อผู้รับสาร ยังหมายถึงในเชิงธุรกิจที่ทำให้ขยายกลุ่มผู้รับสารให้กว้างขวางขึ้นหันมาสนใจข่าวที่มีประเด็นคมหรือมีแง่มุมสำคัญที่น่าสนใจ

2. นโยบายองค์กร สำนักข่าวแต่ละแห่งกำหนดนโยบายในการนำเสนอข่าว หรือให้เว้นการเสนอข่าว ถือเป็นปัจจัยสำคัญต่อการกำหนดแนวทางการประเมินคุณค่าข่าว และการจัดลำดับความสำคัญของข่าว

3. บรรยากาศการเมือง การปกครอง เศรษฐกิจ ช่วงเวลาที่รัฐบาลมีนโยบายเปิดกว้าง และให้เสรีภาพการเสนอข่าว และความคิดเห็น สื่อมวลชนสามารถใช้เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น และการแสวงหาข้อมูลอย่างเต็มที่ ย่อมทำให้สื่อมวลชนมีโอกาสคิดประเด็นและการนำเสนอข่าวในแง่มุมต่างๆ รวมทั้งการมีกฎหมายระเบียบที่สนับสนุนในการใช้สิทธิแสวงหาข่าวสารย่อมเกิดประโยชน์ต่อการนำเสนอข่าว

นอกจากคุณสมบัติข้างต้นที่ผู้สื่อข่าว ควรมีเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการคิดและจับประเด็นข่าวแล้ว ผู้สื่อข่าวควรมีคุณสมบัติพิเศษอีก คือ

1. จมูกไวต่อข่าว โดยมีการมอง และวิเคราะห์สถานการณ์ต่างๆ ว่าเรื่องใดสมควรเป็นข่าว และเรื่องใดสถานการณ์ใดมีคุณค่าข่าว

2. มีความรู้เชิงโครงสร้าง และเชิงลึก ผู้สื่อข่าวหรือบรรณาธิการต้องมีความรู้ทั้งเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม เพราะหากไม่เห็นภาพกว้างโครงสร้างทางสังคม ก็จะไม่สามารถมองแง่มุมเหตุการณ์ได้

3. มีความคิดสร้างสรรค์ ผู้สื่อข่าวต้องมองมุมกลับ หรือมุมแตกต่าง ประเด็นข่าวที่แตกต่าง เพิ่มคุณค่าข่าวนำเสนอให้คนในสังคมได้ตระหนักคิดได้

4. มีจิตสำนึกทางวิชาชีพ ควรรู้สึกนึกเสมอว่าเรื่องใดเป็นเรื่องที่มีประโยชน์ต่อประชาชน เรื่องใดมีผลกระทบต่อประชาชน เรื่องใดเป็นภัยต่อประชาชน ต้องบอกกล่าวก่อนจะเกิดความเสียหายได้

จากแนวคิดเรื่องประเด็นข่าวข้างต้น สื่อให้เห็นว่า ประเด็นข่าวนั้นมีประโยชน์อย่างมากต่อการทำงานของสื่อข่าวหรือบรรณาธิการ เพราะการจับประเด็นข่าวที่มีสาระสำคัญ มีความน่าสนใจ จะทำให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจเรื่องราวหรือเหตุการณ์ได้ง่ายยิ่งขึ้น ผู้ศึกษาจึงได้นำแนวคิดเกี่ยวกับประเด็นข่าวมาใช้ในการศึกษาให้ได้รับรู้ถึงความหมาย ลักษณะประเภทต่างๆของประเด็นข่าว รวมถึงวิธีการจับประเด็นข่าวเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่นให้ได้รับความสนใจจากประชาชน

แนวคิดประเภทของข่าวประชาสัมพันธ์

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

1. **ข่าวแจ้งให้ทราบ หรือ Announcement Release** เป็นการแจ้งให้ทราบรายละเอียดต่างๆ ของสิ่งที่เกิดขึ้น หรือที่จะมีขึ้น อาทิ แจ้งเกี่ยวกับนโยบายใหม่ วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน การเปิดสาขา แนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ ผลประกอบการล่าสุด ผลการวิจัยและพัฒนาใหม่ๆ ในด้านการตลาด ฯลฯ

2. **ข่าวประกอบกิจกรรมพิเศษทางการประชาสัมพันธ์ หรือ Created News Release** บางครั้งหน่วยงานอาจต้องการให้เรื่องบางเรื่องได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนเป็นพิเศษ แทนที่จะเผยแพร่ในลักษณะแจ้งให้ทราบอย่างธรรมดา ก็สามารถทำได้โดยการจัดให้เป็นกิจกรรมพิเศษ (A Formal Ceremony / Event) ขึ้น เช่น จัดคอนเสิร์ต แรลลี่ รวมถึงโครงการรณรงค์เพื่อสังคมขององค์กรต่างๆ ฯลฯ เพื่อช่วยเสริมให้มีสีสันและดึงดูดความสนใจ โดยมุ่งเน้นให้เกิดความนิยมต่อหน่วยงาน และนักประชาสัมพันธ์ค่อนข้างมั่นใจได้ว่าข่าวนั้นๆ มักจะได้รับการเผยแพร่ทางสื่อ มวลชนในวงกว้างมากขึ้น

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

4. **ข่าวตอบโต้เหตุการณ์ หรือ Response News Release** อาจมีบ้างที่เรื่องราวของหน่วยงานที่รับรู้ไปถึงสื่อมวลชนโดยมิได้ออกมาจากนักประชาสัมพันธ์ และกลายเป็นประเด็นที่ถูกหยิบยกขึ้นมาวิพากษ์วิจารณ์หรือตั้งข้อสงสัยจากผู้บริโภคตลอดจนหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้อง เช่น ข่าวลือเกี่ยวกับการขาดทุนของกิจการ ข่าวความขัดแย้งภายในหน่วยงาน เป็นต้น

จากแนวคิดเกี่ยวกับการแบ่งประเภทของข่าวประชาสัมพันธ์ สามารถนำไปอธิบายเกี่ยวกับการแบ่งประเภทของข่าวที่เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น เพื่อให้ทราบข่าวที่เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น 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 องค์กรแห่งหนึ่งเป็นผู้นำด้านกลยุทธ์การรีอับระบบ (Re-engineering) เพื่อพัฒนาธุรกิจ ฯลฯ

6. สอดคล้องกับความสนใจของคนทั่วไป (Human interest) เป็นสิ่งที่น่าตื่นเต้น ซึ่งคนส่วนใหญ่อยากรู้อยากเห็น รวมไปถึงเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์พื้นฐานของมนุษย์ อาทิ ความแปลกใหม่ ความรัก ความสนุกสนาน ฯลฯ ดังตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจน เช่น ข่าวนักวิ่ง ข่าวดังค์ แพชั่น เป็นต้น

ส่วนองค์ประกอบอื่นๆ ซึ่งข่าวทั่วไปให้ความสำคัญนำมาชูประเด็นนั้น ไม่อาจจัดอยู่ในข่ายองค์ประกอบของข่าวประชาสัมพันธ์ เนื่องจากอาจส่งผลทางด้านลบต่อองค์กร อาทิ องค์ประกอบเกี่ยวกับความหายนะ (Disaster) ความขัดแย้ง (Conflict) ความมีเงื่อนงำ (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 นักประชาสัมพันธ์ควรเขียนข่าวเป็นหลาย ๆ ฉบับที่แตกต่างกันออกไป เพื่อให้เหมาะสมกับสื่อสิ่งพิมพ์ฉบับต่าง ๆ เช่น สำหรับหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น สำหรับหนังสือพิมพ์ธุรกิจ สำหรับหนังสือพิมพ์เทคโนโลยี ฯลฯ ซึ่งต้องการเนื้อหาเฉพาะสำหรับหน้าหนังสือของตน
12. การระบุจำนวนตัวเลข (Figures) ให้เขียนเป็นตัวอักษร ยกเว้นการเขียนวันที่ 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

ภักชูดา อำไพพรรณ และ วิเชียร ลัทธพิงศ์พันธ์ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของ สำนักงานคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงานต่อสื่อมวลชน” ผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์การสื่อสารของสำนักงานคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงานต่อสื่อมวลชน เน้นการตอกย้ำชื่อผ่านสื่อต่าง ๆ 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.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากภาคส่วนต่าง ๆ รองลงมา คือ การนำเสนอประเด็นการดำเนินคดี บังคับใช้กฎหมาย การจับ การปรับ และการฟ้องร้องจากภาคส่วนต่างๆ และมีการนำเสนอประเด็นการให้ข้อมูลความรู้ในรายละเอียดเกี่ยวกับเนื้อหาใน พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมถึงโทษของการฝ่าฝืนการกระทำผิด การจับหรือปรับ ตามลำดับ ส่วนประเด็นที่นำเสนอน้อยที่สุด คือ ประเด็นเกี่ยวกับข้อสงสัย ความไม่ชัดเจนของกฎหมาย และผลกระทบจากการประกาศใช้กฎหมายจากฝ่ายที่ไม่สนับสนุน พ.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 และการติดต่อประสานงานผ่านทางเครือข่ายต่าง ๆ ที่ทำงานเกี่ยวข้องกับการรณรงค์ลดเหล้า 4.2 ปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนให้การทำงานของสื่อมวลชนและหน่วยงานที่ทำงานเกี่ยวข้อง กับ พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีความราบรื่นมากยิ่งขึ้น คือ การอัปเดตข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมต่างๆเกี่ยวกับพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และมีการจัดทำศูนย์ข้อมูลข่าวสาร 4.3 ปัจจัยที่เป็นอุปสรรค ต่อการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับ พ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เกิดจากตัวผู้สื่อข่าวเอง เช่น ขาดความเข้าใจในรายละเอียดเชิงลึกที่แน่ชัดในตัวบทกฎหมาย หรือสื่อมวลชนมีความสนใจในเพียงบางมาตรา 4.4 แนวทางปฏิบัติ เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนปฏิบัติตามกฎหมายมากขึ้น ได้แก่ ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ ความเข้าใจ หรือมีข้อมูลมาสนับสนุนให้ประชาชนเห็นถึงผลประโยชน์ที่แท้จริงของการออกกฎหมายมาบังคับใช้ เจ้าหน้าที่ทุกภาคส่วนที่มีความเกี่ยวข้องกับพ.ร.บ.ต้องมีเฝ้าระวัง บังคับใช้กฎหมาย ตรวจสอบจริงจัง เพื่อให้ประชาชนรู้และปฏิบัติตาม สร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับค่านิยมที่ผิดในเรื่องการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ 4.5 บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือการเปิดเผยข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงให้ประชาชนได้รับรู้เกี่ยวกับสถานการณ์เครื่องดื่ม

แอลกอฮอล์ สามารถนำประเด็นอื่นๆมาเชื่อมโยงกับประเด็นเรื่องพ.ร.บ.ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบข้อกฎหมายมากขึ้น

ศศิภาญจน์ ตั้งบุญเติม (2554) ได้ศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การแย่งชิงพื้นที่สื่อสารมวลชน” ผลการศึกษาพบว่า การทำการสื่อสารการตลาดแฝงมีที่มาจากความต้องการของเจ้าของสินค้าหรือผู้ว่าจ้าง ซึ่งอยากให้สินค้าหรือบริการของตนสามารถทำการสื่อสารให้เข้าถึงผู้บริโภคได้ อย่างแนบเนียนที่สุด เนื่องจากสภาพสังคมที่เปลี่ยนไป ผู้บริโภคได้มีการเปิดรับสื่อที่หลากหลาย มากขึ้น จนเป็นเหตุให้ผู้บริโภคเกิดความอึดตัวในการรับสื่อโฆษณา และพยายามหลีกเลี่ยงสื่อ โฆษณาแบบดั้งเดิม ดังนั้น ผู้ผลิตสื่อและผู้สร้างสรรคงานโฆษณาจะต้องใช้ความคิดที่จะทำการ สื่อสารเพื่อตอบสนองความต้องการของเจ้าของสินค้าเพื่อความต้องการที่ให้สื่ออยู่รอดได้เป็นหลัก ซึ่งวิธีที่ใช้ก็คือการทำการสื่อสารการตลาดแฝงผ่านพื้นที่สื่อสารมวลชน โดยที่ผู้ผลิตสื่อหรือ ผู้สร้างสรรคงานโฆษณาก็จะมีการปรับเปลี่ยนวิธีการไปตามความเหมาะสม

ปิ่นทอง อินทรศรี (2552) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกและนำเสนอข่าวเกี่ยวกับคณะกรรมการการเลือกตั้ง(กกต.)ของสื่อมวลชน” ผลการศึกษาพบว่า 1.ประเด็นและเนื้อหาข่าวในการจัดทำเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ของสำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานคณะกรรมการเลือกตั้ง 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) 1.6เนื้อหาเกี่ยวกับปมประเด็นที่มีข้อเคลือบแคลงสงสัย 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 มีบทบาท

หน้าที่และวิธีการปฏิบัติ ในการไกล่เกลี่ยประนีประนอม โดยยึดหลักการไม่เผชิญหน้า ทำให้ส่งผลถึงการนำเสนอข่าวสารขององค์กรผู้ตรวจการแผ่นดินรัฐสภาที่เน้นการไกล่เกลี่ย ประนีประนอม ไม่ให้ข่าวในทางเสียชื่อเสียง หรือกระทบกับองค์กรหรือกลุ่มบุคคลใด ดังนั้นข่าวประชาสัมพันธ์ขององค์กรที่เผยแพร่ออกไปส่วนใหญ่จึงเป็นไปในลักษณะของข่าวแจ้งเพื่อทราบและข่าวประกอบกิจกรรมพิเศษขององค์กรเท่านั้น ซึ่งมีรูปแบบ 60 % เป็นข่าวแจ้งให้ทราบ และ 40 % เป็นข่าวประกอบกิจกรรมพิเศษ ประเด็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาคัดเลือก และนำเสนอข่าวสารของสื่อมวลชน พบว่า ปัจจัยสำคัญที่ทำให้สื่อมวลชนไม่นำเสนอข่าวสาร ซึ่งเป็นข่าวประชาสัมพันธ์ขององค์กรผู้ตรวจการแผ่นดินทุกครั้งได้แก่ปัจจัยเกี่ยวกับประเภทของข่าว คือ การเขียนข่าวไม่ตรงตามรูปแบบและลักษณะของการเขียนข่าวไม่ตรงตามรูปแบบและลักษณะของการเขียนข่าว เพื่อการประชาสัมพันธ์ที่ดี เนื้อหาของข่าวยาวเกินไป ข่าวที่ส่งมีเนื้อหาซ้ำซาก หรือคล้ายกันบ่อยเกินไป ส่วนปัจจัยที่เป็นผลให้สื่อมวลชนพิจารณาคัดเลือกข่าวสารเกี่ยวกับองค์กรผู้ตรวจการแผ่นดินนั้น พบทั้งปัจจัยทางตรงและทางอ้อม ดังนี้ 1.ปัจจัยทางด้านองค์กร อาทิ นโยบายขององค์กรสื่อที่สนับสนุนสนับสนุนการทำงานขององค์กรอิสระ ทัศนคติของผู้บริหารองค์กรสื่อและตัวบรรณาธิการ 2. ปัจจัยเกี่ยวกับประเภทของข่าว ได้แก่ ความน่าสนใจ และความสำคัญของข่าว 3. ปัจจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ส่วนบุคคล 4. ความเกรงใจ 5. ทัศนคติทางด้านการประชาสัมพันธ์ของผู้บริหารขององค์กรผู้ตรวจการแผ่นดิน

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

วิธีการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ประเด็นข่าว ปี 2560 ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่สื่อสิ่งพิมพ์ให้ความสนใจในการนำเสนอ ผู้ศึกษาใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการเอกสาร (Documentary Studies) เพื่อศึกษาข่าวและลักษณะเนื้อหาข่าวของที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ 4 เสาหลัก ของมหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่เผยแพร่ในสื่อมวลชน และ ปัจจัยในการพิจารณาคัดเลือกและนำเสนอข่าวที่เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ 4 เสาหลัก และนำผลการวิเคราะห์ที่ได้รับจากการศึกษา มาปรับใช้ในการพัฒนารูปแบบ ลักษณะ และวิธีการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของ กองสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยขอนแก่น ต่อไป ซึ่งผู้ศึกษาได้ใช้วิธีการศึกษา ดังนี้

แหล่งข้อมูล

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ใช้วิธีการรวบรวมเอกสาร (Documentary Research)

โดยการวิเคราะห์ข่าวที่ได้รับการเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน โดยทำเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารสรุปรงานประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำเดือน มิถุนายน 2560 – พฤษภาคม 2561 โดย บริษัท ดับเบิล ดี มีเดีย จำกัด เอกสารที่เกี่ยวข้องของมหาวิทยาลัยขอนแก่น เว็บไซต์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ เอกสารสรุปรงานประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำเดือน มิถุนายน 2560 – พฤษภาคม 2561 โดย บริษัท ดับเบิล ดี มีเดีย จำกัด เอกสารที่เกี่ยวข้องของมหาวิทยาลัยขอนแก่น เว็บไซต์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน

1. ส่วนที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลได้แก่ เอกสารสรุปรงานประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำเดือน มิถุนายน 2560 – พฤษภาคม 2561 โดย บริษัท ดับเบิล ดี มีเดีย จำกัด เอกสารที่เกี่ยวข้องของมหาวิทยาลัยขอนแก่น เว็บไซต์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาและการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากสื่อต่าง ๆ เช่น เอกสารสรุปรงานประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำเดือน มิถุนายน 2560 – พฤษภาคม 2561 โดย บริษัท ดับเบิล ดี มีเดีย จำกัด เอกสารที่เกี่ยวข้องของมหาวิทยาลัยขอนแก่น เว็บไซต์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา รวมระยะเวลาการศึกษาว่า 1 ปี จากนั้น ผู้ศึกษาได้ จัดบันทึกเพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์

การนำเสนอและวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาจะนำผลการศึกษาที่ได้ มาเขียนในลักษณะเชิงบรรยาย และ พรรณนา โดยสรุปให้เห็นถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อ ประเด็นข่าว ปี 2560 ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่สื่อสิ่งพิมพ์ให้ความสนใจในการนำเสนอ ภายใต้กรอบแนวคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาได้สรุปวิเคราะห์โดยแยกเป็นประเด็นต่าง ๆ ตามวัตถุประสงค์ในการศึกษาได้แก่

1. เพื่อศึกษาข่าวและลักษณะเนื้อหาข่าวของที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ 4 เสาหลัก ของมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่เผยแพร่ในสื่อมวลชน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยในการพิจารณาคัดเลือกและนำเสนอข่าวที่เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ 4 เสาหลัก
3. ข้อเสนอแนะ ในการนำมาปรับใช้ในการพัฒนา รูปแบบ ลักษณะ และวิธีการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยขอนแก่นต่อไป

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ประเด็นข่าว ปี 2560 ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่สื่อสิ่งพิมพ์ให้ความสนใจในการนำเสนอ ผู้ศึกษาใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการเอกสาร (Documentary Studies) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข่าวและลักษณะเนื้อหาข่าวของที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ 4 เสาหลัก ของมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่เผยแพร่ในสื่อมวลชน และเพื่อศึกษาปัจจัยในการพิจารณาคัดเลือกและนำเสนอข่าวที่เกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ 4 เสาหลัก นอกจากนี้ ผู้ศึกษาจะนำผลการวิเคราะห์ที่ได้รับจากการศึกษา มาปรับใช้ในการพัฒนา รูปแบบ ลักษณะ และวิธีการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของ กองสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยขอนแก่นต่อไป ซึ่งผลการศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

ผลการศึกษาเอกสาร (Documentary Studies)

ในการศึกษารั้ครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้รวบรวมข้อมูลจากสื่อต่างๆ เช่น แผนยุทธศาสตร์การบริหารมหาวิทยาลัยขอนแก่น พ.ศ.2559-2562 เอกสารสรุปงานประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำเดือน มิถุนายน 2560 – พฤษภาคม 2561 โดย บริษัท ดับเบิล 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 การส่งเสริมภาพลักษณ์และชื่อเสียงมหาวิทยาลัยขอนแก่น การตลาดเชิงรุก การเผยแพร่ผลงานที่โดดเด่นสู่แหล่งทุนและกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ การจัดทำวิทัศน์และนามมหาวิทยาลัยขอนแก่นในฉบับภาษาต่างประเทศ การสร้างแบรนด์มหาวิทยาลัยขอนแก่น การสร้างและพัฒนาทีมต้อนรับผู้มาเยือน การพัฒนากิจกรรมร่วมกับหน่วยงานภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย การสำรวจความคิดเห็นของประชาคมด้านต่างๆ และงานอื่น ๆ ที่อธิการบดีมอบหมาย ซึ่งรองอธิการบดีฝ่ายฯ 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 เป็นองค์กรที่มีการบริหารจัดการอย่างชาญฉลาดที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 : สร้างความเป็นเลิศในการบริหารจัดการ

กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาระบบบริหารจัดการองค์กรที่เป็นเลิศ

1.7 เพิ่มช่องทางในการรับฟังความคิดเห็นจากผู้ที่มีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานในองค์กร บุคลากร นักศึกษา ศิษย์เก่า และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากทุกภาคส่วนภายนอกมหาวิทยาลัย

กลยุทธ์ที่ 4 การสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้านชุมชนสัมพันธ์และการสื่อสารองค์กร

4.1 ปรับปรุงประสิทธิภาพการสื่อสารไปยังชุมชนทั้งภายในและภายนอก พร้อมสร้างวัฒนธรรมการสื่อสารสองทาง การสนทนาแลกเปลี่ยนหรือการพูดคุยนอกรอบข้ามหน่วยงานข้ามองค์กรให้มากขึ้น

4.2 จัดทำแผนการดำเนินงานด้านชุมชนสัมพันธ์ ให้สอดคล้องกับกรอบและนโยบายของมหาวิทยาลัยขอนแก่น ผูกอบรมและสัมมนา ระดมความคิดเห็นจากทุก ๆ ภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง และผู้ปฏิบัติงานมหาวิทยาลัยขอนแก่น ดำเนินงานด้านชุมชนสัมพันธ์อย่างเป็นระบบ โดยการมีส่วนร่วมของสังคม

เสาหลักที่ 3 : Culture and Care Community เป็นองค์กรที่ห่วงใยและดูแลชุมชน รวมทั้งส่งเสริม ศิลปะและวัฒนธรรม

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 9 : เป็นองค์กรที่มีความห่วงใยต่อสังคม

กลยุทธ์ที่ 1 ความหวังใยต่อสังคมภายในมหาวิทยาลัยขอนแก่นและชุมชนภายนอก

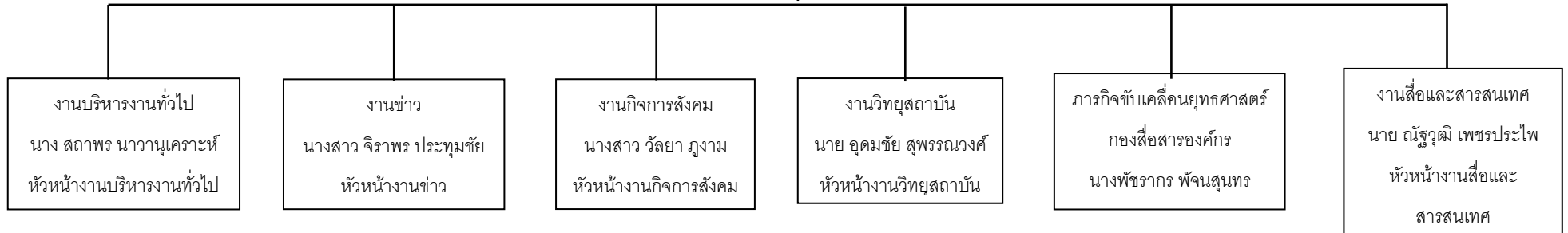
1.1 ปลูกฝัง “รหัสวัฒนธรรม มข. (KKU Culture DNA)” และจิตวิญญาณ มข. ให้แก่นักศึกษาคณาจารย์ บุคลากร และศิษย์เก่า ในการทำงานที่ “อุทิศเพื่อสังคม” อย่างต่อเนื่อง

1.2 ดำเนินกิจกรรมเพื่อดูแลชุมชนในมหาวิทยาลัยและชุมชนรอบข้างมหาวิทยาลัยอย่างต่อเนื่องผ่านโครงการต่าง ๆ อาทิ โครงการพัฒนาสิ่งแวดล้อมของชุมชน โครงการดูแลสุขภาพและการศึกษา กิจกรรมด้านงานบุญและประเพณีของท้องถิ่น เป็นต้น

1.4 การร่วมมือกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการทำกิจกรรม การพัฒนาพื้นที่ ชุมชน และสังคม โดยรอบดำเนินกิจกรรมสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดสังคมที่อบอุ่น

โครงสร้างการบริหารกองสื่อสารองค์กรมหาวิทยาลัยขอนแก่น

โครงสร้างการบริหาร
นายชุมพร พารา
(ผู้อำนวยการกองสื่อสารองค์กร)



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
 - โครงการมข. 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

- คลิปปรณรงค์
 - 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 และ my.kku.ac.th
 - โครงการแปลข่าวเด่นหน้าเว็บไซต์
7. บริหารเว็บไซต์มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- เครื่องมือ/วิธีการ:
- เว็บไซต์มหาวิทยาลัยขอนแก่น ทั้งเว็บ www.kku.ac.th และ my.kku.ac.th
 - โครงการส่งเสริมการใช้บริการเว็บไซต์สื่อสารภายใน my.kku.ac.th
 - โครงการแปลข่าวเด่นหน้าเว็บไซต์
8. บริหารและให้บริการสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านระบบ Digital Signage และป้ายคัดเอาท์ประชาสัมพันธ์
- เครื่องมือ/วิธีการ:
- จอดิจิทัลอินไลน์เนจ
 - ป้ายคัดเอาท์ประชาสัมพันธ์
 - โครงการพัฒนาระบบการจองป้ายคัดเอาท์ออนไลน์
9. บริหาร Social Media
- เครื่องมือ/วิธีการ:
- ระบบ KKU Pop Mail
 - Facebook Group
 - Facebook Fan page
 - 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
- เครือข่ายประชาสัมพันธ์/เครือข่ายวิเทศสัมพันธ์/เครือข่ายนักศึกษา/เครือข่ายนักวิจัย
- โครงการปรับเนื้อหาเว็บไซต์ภาษาอังกฤษ

13. กิจกรรม พิธีการของมหาวิทยาลัย

เครื่องมือ/วิธีการ:

– งานพิธีการกลาง เช่น วันเฉลิมพระชนมพรรษาฯ พิธีแสดงมุทิตาจิตฯ งานขึ้นขมยินดีและงานส่งเสริมศิลปะ และวัฒนธรรมต่างๆ

– ชาวแจกสื่อมวลชน

14. ต้อนรับคณะเยี่ยมชมศึกษาดูงาน

เครื่องมือ/วิธีการ:

- ทีมงาน และกระบวนงานต้อนรับ
- สื่อที่ใช้ประกอบ เช่น เอกสาร วิดีทัศน์ กิจกรรมแคมป์สทวร์
- โครงการ “การจัดทำระบบฐานข้อมูลด้านการต้อนรับของมหาวิทยาลัยขอนแก่น” (KKU Hospitality Database)

การดำเนินงานตามประเด็นยุทธศาสตร์ด้านชุมชนสัมพันธ์

1. กิจกรรม KKU USR

เครื่องมือ/วิธีการ:

- โครงการสภาชุมชนรอบรั้วมอดินแดง

- โครงการสภากาแฟสี่ทราซ
 - โครงการ มข. เพื่อสังคม 3 บวร : บ้าน วัด โรงเรียน สร้างการเรียนรู้สู่สังคมเป็นสุข (มี 4 กิจกรรม)

- โครงการ มข. ห่วงใยสังคม ร่วมต้านภัยพิบัติ
- โครงการบูรณาการส่งเสริมสุขภาพสู่ชุมชน
- โครงการงานวันเด็กครอบครัว มข.
- โครงการสร้างเครือข่ายจิตอาสา รอบรั้ว มข.
- โครงการสำรวจความต้องการของชุมชนรอบรั้วมข.

-ฐานข้อมูล USR ภาพรวม มข. (รวมกิจกรรมของคณะ/หน่วยงานด้วย)

2. ร่วมงานพิธีชุมชนสัมพันธ์ งานรัฐพิธี งานสวดพระอภิธรรมศพของผู้มีคุณูปการต่อมหาวิทยาลัย
 เครื่องมือ/วิธีการ:

- ทีมงาน และกระบวนงาน
- โครงการพัฒนาบุคลากรภาพและส่งเสริมภาพลักษณ์ การออกงานด้านชุมชนสัมพันธ์

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

3. กิจกรรมสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจต่อนโยบายและสถานการณ์

เครื่องมือ/วิธีการ:

- กิจกรรมรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ (ทั้งการจัดเวที และการสำรวจความคิดเห็นผ่านช่องทางอื่น รวมถึงการ Monitoring สื่อต่าง ๆ)

- การจัดงานแถลงข่าว

4. การบริหารงานเครือข่ายประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น

เครื่องมือ/วิธีการ:

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

5. การบริหารงานเครือข่ายโทรทัศน์

เครื่องมือ/วิธีการ:

- รายการโทรทัศน์ นำเสนอ ผลงาน กิจกรรม ข่าวสาร และสาระความรู้ในรูปแบบสื่อที่กลุ่มเป้าหมาย

พร้อมเผยแพร่ออกอากาศ

จากโครงสร้างการทำงานของกองสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยขอนแก่นพบว่ากองสื่อสารองค์กรแบ่งการทำงานเป็น 6 ฝ่าย ได้แก่ งานบริหารงานทั่วไป งานข่าว งานกิจการสังคม งานสื่อและสารสนเทศ งานวิทยุสถาบัน การกิจขับเคลื่อนยุทธศาสตร์กองสื่อสารองค์กร ซึ่งอยู่ภายใต้การบังคับบัญชาของผู้อำนวยการกองสื่อสารองค์กร ขณะเดียวกันฝ่ายที่มีหน้าที่ และ บทบาทหลักในการเขียนข่าว และ เผยแพร่ไปยังสื่อสิ่งพิมพ์คืองานข่าว ผลการศึกษากิจการบริหารงานของงานข่าวพบว่า หัวหน้างานข่าวมีอำนาจหน้าที่ในการบริหารงานบุคลากรข่าว ทั้ง 6 คน ให้สามารถขับเคลื่อนงานข่าวได้ โดยงานข่าว แบ่งการทำงานออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

1.งานเชิงรับ จะมีลักษณะการทำงานคือ เมื่อคณะ หรือหน่วยงานต่างๆในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ส่งหนังสือราชการ ที่ระบุ วัน เวลา รายละเอียดในของารจัดงาน มาที่กองสื่อสารองค์กรผู้อำนวยการกองสื่อสารองค์กรจะมอบหมายงานมาให้หัวหน้างานข่าว หลังจากนั้นหัวหน้างานจะมอบหมายนักประชาสัมพันธ์ 1 ใน 5 คนในสังกัดงานข่าวไปทำข่าว ถ่ายภาพตามที่ได้รับมอบหมาย

2.งานเชิงรุก คือการหาประเด็นที่สอดคล้องกับสถานการณ์ในสังคมซึ่งหัวหน้างานข่าวจะพิจารณาว่าภารกิจของมหาวิทยาลัยขอนแก่น มีการดำเนินการด้านใดบ้าง และ อย่างไรบ้าง ที่สอดคล้องกับสถานการณ์ หลังจากวางแผนการนำเสนอประเด็นได้แล้วจะมอบหมาย นักประชาสัมพันธ์ 1 ใน 5 คนในสังกัดงานข่าวไปทำข่าว ถ่ายภาพตามที่ได้รับมอบหมาย

แผนยุทธศาสตร์เพื่อการบริหารจัดการมหาวิทยาลัยในปี พ.ศ. 2559-2562

ตามที่สภามหาวิทยาลัยได้กำหนดวิสัยทัศน์ เสาหลักยุทธศาสตร์ และพันธกิจด้านต่าง ๆ แผนยุทธศาสตร์เพื่อการบริหารจัดการมหาวิทยาลัยในปี พ.ศ.2559-2652 มีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

เสาหลักที่ 1 : Green and Smart Campus

เป้าประสงค์ : เป็นองค์กรที่มีการจัดการที่ดี (Good Governance Organization) บนพื้นฐานของการเป็นมหาวิทยาลัยสีเขียวที่มีความโดดเด่น

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 : พัฒนาสู่การเป็นมหาวิทยาลัยสีเขียว

กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาพื้นที่และสิ่งแวดล้อมให้เป็นแคมปัสที่เขียวและสะอาด (Green and Clean Campus)

กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาและส่งเสริมการใช้พลังงานสะอาด (Clean Energy)

กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของมหาวิทยาลัยให้สมบูรณ์

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 : เป็นอุทยานการเรียนรู้ตลอดชีวิตของสังคม

กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้าน ICT ให้มีประสิทธิภาพ มีความมั่นคง และปลอดภัย

กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาแหล่งเรียนรู้และการพักอาศัยที่นำสมัย (Learning and Living Smart)

กลยุทธ์ที่ 3 การพัฒนาหอสมุดให้เป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีชีวิต (Living Library)

กลยุทธ์ที่ 4 การพัฒนาอุทยานศิลปวัฒนธรรม (Cultural Park)

กลยุทธ์ที่ 5 การพัฒนาอุทยานการเกษตร (Agro Park)

กลยุทธ์ที่ 6 การพัฒนาอุทยานการกีฬา (Sport Park)

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 : สร้างความเป็นเลิศในการบริหารจัดการ

กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาระบบบริหารจัดการองค์กรที่เป็นเลิศ

กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาระบบบริหารงานบุคคลที่สนับสนุนการขับเคลื่อนไปสู่มหาวิทยาลัยวิจัยชั้นนำระดับโลก

กลยุทธ์ที่ 3 การพัฒนาระบบการประกันคุณภาพที่ดีและได้มาตรฐานสากล

กลยุทธ์ที่ 4 การสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้านชุมชนสัมพันธ์และการสื่อสารองค์กร

กลยุทธ์ที่ 5 จัดหารายได้จากการบริหารจัดการทรัพยากร ทรัพย์สิน และทรัพย์สินทางปัญญา

กลยุทธ์ที่ 6 พัฒนาระบบบริหารจัดการศิษย์เก่าสัมพันธ์

กลยุทธ์ที่ 7 พัฒนาระบบรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 : พัฒนามหาวิทยาลัยเขตหนองคายเป็นประตูสู่นุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง

กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบบริหารจัดการ

กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาศักยภาพบุคคลให้มีศักยภาพด้านวิชาการและวิจัย

กลยุทธ์ที่ 3 ปรับปรุงกระบวนการเรียนการสอน กิจกรรมการพัฒนา นักศึกษาและสิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะดวกในด้านการเรียนการสอน

เสาหลักที่ 2 : Excellence Academy

เป้าประสงค์ : เป็นองค์กรที่เป็นเลิศทางศิลปวิทยาการ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5 : เป็นองค์กรที่เป็นเลิศด้านการผลิตบัณฑิต

กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนาหลักสูตรที่สามารถผลิตบัณฑิตออกไปเป็นผู้นำของสังคม

กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนากระบวนการเรียนการสอนที่สำหรับการเรียนรู้ตลอดชีวิต

กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาระบบการรับเข้าที่มีความหลากหลาย

กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนานักศึกษาอย่างสร้างสรรค์ให้เป็นบัณฑิตที่พึงประสงค์ของสังคม

กลยุทธ์ที่ 5 การพัฒนาการเป็นผู้ประกอบการใหม่ให้นักศึกษา

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 6 : เป็นองค์กรที่เป็นเลิศด้านวิจัย

กลยุทธ์ที่ 1 สร้างความเข้มแข็งในงานวิจัยที่เป็นความโดดเด่นของ มข. ไปสู่ระดับสากล

กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาศักยภาพนักวิจัยให้สามารถผลิตผลงานที่มีคุณภาพ

กลยุทธ์ที่ 3 ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานด้านการวิจัยและสร้างบรรยากาศการวิจัยที่เอื้อต่อ

การผลิตผลงานที่มีคุณภาพ

กลยุทธ์ที่ 4 นำผลงานวิจัยและนวัตกรรมสู่การสร้างมูลค่าและการใช้ประโยชน์เพื่อสังคม

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 7 : พัฒนามหาวิทยาลัยไปสู่ความเป็นสากล

กลยุทธ์ที่ 1 จัดสภาพแวดล้อม และโครงสร้างพื้นฐานให้เป็นสากล

กลยุทธ์ที่ 2 เตรียมความพร้อมของมหาวิทยาลัยเพื่อเข้าสู่อาเซียนและสากล

กลยุทธ์ที่ 3 เตรียมความพร้อมของนักศึกษา บุคลากร และคณาจารย์เพื่อเข้าสู่อาเซียนและสากล

เสาหลักที่ 3 : Culture and Care Community

เป้าประสงค์ : ส่งเสริมการทำนุบำรุงศิลปะ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ห่วงใยและดูแลชุมชน

ในมิติต่าง ๆ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 8 : เป็นศูนย์กลางการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาระบบและกลไกการบริหารจัดการงานด้านทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

กลยุทธ์ที่ 2 การอนุรักษ์ สืบสาน และสร้างคุณค่าศาสนา ศิลปวัฒนธรรมไทยและอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 9 : เป็นองค์กรที่มีความห่วงใยต่อสังคม

กลยุทธ์ที่ 1 ความห่วงใยต่อสังคมภายในมหาวิทยาลัยขอนแก่นและชุมชนภายนอก

กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนามหาวิทยาลัยให้เป็นองค์กรที่น่าเสนอทางเลือกที่ดี และมีความรับผิดชอบต่อสังคม

กลยุทธ์ที่ 3 สนับสนุนให้มหาวิทยาลัยขอนแก่นเป็นศูนย์กลางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่สำคัญของ
อนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง

เสาหลักที่ 4 : Creative Economy

เป้าประสงค์ : เป็นองค์กรที่ใช้องค์ความรู้และนวัตกรรมจากการเรียนการสอนและงานวิจัยเชิง

สร้างสรรค์เพื่อพัฒนาให้เกิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน สังคม
และประเทศ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 10 : ศูนย์กลางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของภูมิภาค

กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและทรัพยากรบุคคลเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยศิลป์และศาสตร์ของมหาวิทยาลัย

กลยุทธ์ที่ 3 การพัฒนาหลักสูตรและการจัดการเรียนสอนที่บูรณาการศาสตร์ที่เกี่ยวข้องทางด้าน

ศิลปวัฒนธรรม การออกแบบ สถาปัตยกรรม ทั้งหลักสูตรเฉพาะทางและหลักสูตรระยะสั้น

จาก แผนยุทธศาสตร์เพื่อการบริหารจัดการมหาวิทยาลัยขอนแก่น ในปี พ.ศ.2559-2562 พบว่ามหาวิทยาลัยได้กำหนด เสาหลักยุทธศาสตร์ เพื่อการบริหารจัดการ ไว้ 4 เสา ประกอบไปด้วย เสาหลักที่ 1 : Green and Smart Campus เป้าประสงค์ เป็นองค์กรที่มีการจัดการที่ดี (Good Governance Organization) บนพื้นฐานของการเป็นมหาวิทยาลัยสีเขียวที่มีความโดดเด่น เสาหลักที่ 2 : Excellence Academy เป้าประสงค์ เป็นองค์กรที่เป็นเลิศทางศิลปวิทยาการ เสาหลักที่ 3 Culture and Care Community เป้าประสงค์ ส่งเสริมการทำนุบำรุงศิลปะ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ห่วงใยและดูแลชุมชน ในมิติต่าง ๆ เสาหลักที่ 4 : Creative Economy เป้าประสงค์ เป็นองค์กรที่ใช้องค์ความรู้และนวัตกรรมจากการเรียนการสอนและงานวิจัยเชิงสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาให้เกิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่เป็นประโยชน์ต่อ

ชุมชน สังคม และประเทศ ซึ่งเสาหลักยุทธศาสตร์ แต่ข้อล้าวนมี ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ระบุนายละเอียด ที่มุ่งเน้นให้เป็นไปตามเสาหลักยุทธศาสตร์ จากการศึกษาพบว่าข่าวมหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่ได้รับการเผยแพร่ใน <https://www.kku.ac.th/news/lastest/?l=th> ตั้งแต่เดือน มิถุนายน 2560 – พฤษภาคม 2561 มีจำนวนทั้งสิ้น 1529 ข่าว ขณะเดียวกันมีข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่ได้รับการเผยแพร่ในหนังสือพิมพ์ จำนวนทั้งสิ้น 363 ชิ้นงาน ทั้งนี้ผู้จัดทำได้คัดเลือกประเด็นข่าวที่ได้รับการเผยแพร่เป็นจำนวนมากที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยขอนแก่น มาวิเคราะห์ 4 ข่าว ดังนี้

ตารางประเด็นข่าวที่ได้รับการเผยแพร่ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ข่าว	จำนวนชิ้นที่ได้รับการเผยแพร่	ยุทธศาสตร์
ข่าว มข. สร้างศูนย์การแพทย์	26 ชิ้น	สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ ที่ 1 : Green and Smart Campus องค์กรที่มีการจัดการที่ดี ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 : สร้าง ความเป็นเลิศในการบริหาร จัดการ กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาระบบบริหาร จัดการองค์กรที่เป็นเลิศ กลยุทธ์ที่ 5 จัดหารายได้จากการ บริหารจัดการทรัพยากร ทรัพย์สินและทรัพย์สินทาง ปัญญา
ข่าว ฟ้าทะลายโจรฆ่ามะเร็ง	14 ชิ้น	สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ ที่ 2 : Excellence Academy องค์กร ที่เป็นเลิศทางศิลปวิทยาการ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 6 : เป็น องค์กรที่เป็นเลิศด้านวิจัย กลยุทธ์ที่ 1 สร้างความเข้มแข็ง ในงานวิจัยที่เป็นความโดดเด่น ของ มข. ไปสู่ระดับสากล

ข่าว	จำนวนชั้นที่ได้รับการเผยแพร่	ยุทธศาสตร์
		<p>กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาศักยภาพนักวิจัยให้สามารถผลิตผลงานที่มีคุณภาพ</p> <p>กลยุทธ์ที่ 3 ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานด้านการวิจัยและสร้างบรรยากาศการวิจัยที่เอื้อต่อการผลิตผลงานที่มีคุณภาพ</p> <p>กลยุทธ์ที่ 4 นำผลงานวิจัยและนวัตกรรมสู่การสร้างมูลค่าและการใช้ประโยชน์เพื่อสังคม</p>
ข่าว มข.ตั้งรับผู้สูงอายุ	5 ชั้น	<p>สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ ที่ 3 : Culture and Care Community องค์กรที่ส่งเสริมการทำนุบำรุงศิลปะ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ห่วงใยและดูแลชุมชนในมิติต่าง ๆ</p> <p>ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 9 : เป็นองค์กรที่มีความห่วงใยต่อสังคม</p> <p>กลยุทธ์ที่ 1 ความห่วงใยต่อสังคมภายในมหาวิทยาลัยขอนแก่น และชุมชนภายนอก</p> <p>กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนามหาวิทยาลัยให้เป็นองค์กรที่น่าเสนอทางเลือกที่ดี และมีความรับผิดชอบต่อสังคม</p> <p>กลยุทธ์ที่ 3 สนับสนุนให้มหาวิทยาลัยขอนแก่นเป็นศูนย์กลางการพัฒนาทรัพยากร</p>

ข่าว	จำนวนชิ้นที่ได้รับการเผยแพร่	ยุทธศาสตร์
		มนุษย์ที่สำคัญของอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง
ข่าวกีตาร์ไม้ไผ่เขต	6 ชิ้น	<p>สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ ที่ 4 Creative Economy องค์กรที่ใช้องค์ความรู้และนวัตกรรมจากการเรียนการสอนและงานวิจัยเชิงสร้างสรรค์เพื่อ พัฒนาให้เกิด การขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน สังคม และ ประเทศ</p> <p>ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 10 : ศูนย์กลางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของภูมิภาค</p> <p>กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและทรัพยากรบุคคลเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์</p> <p>กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยศิลป์และศาสตร์ของมหาวิทยาลัย</p> <p>กลยุทธ์ที่ 3 การพัฒนาหลักสูตร และการจัดการเรียนสอนที่บูรณาการศาสตร์ที่เกี่ยวข้องทางด้านศิลปวัฒนธรรม การออกแบบ สถาปัตยกรรม ทั้งหลักสูตรเฉพาะทางและหลักสูตรระยะสั้น</p>

จากตารางประเด็นข่าวที่ได้รับการเผยแพร่ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยขอนแก่น ผู้จัดทำได้นำข่าว ทั้ง 4 ประเด็นมาวิเคราะห์ต่อดังนี้

1.ข่าว มข. สร้างศูนย์การแพทย์ สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ ที่ 1: Green and Smart Campus องค์กรที่มีการจัดการที่ดี

ลิงก์ข่าว มหาวิทยาลัยขอนแก่น <https://www.kku.ac.th/news/v.php?q=0015397&l=th>

มข.เดินหน้า รพ. 5,000 เตียง ที่ใหญ่ที่สุดในอาเซียน

เมื่อวันพุธที่ 14 มีนาคม 2561 เวลา 14.00 น. มหาวิทยาลัยขอนแก่น จัดการแถลงข่าวโรงพยาบาลศรีนครินทร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ขนาด 5,000 เตียง ที่ใหญ่ที่สุดในไทยและอาเซียน โดยมี รศ.ดร. กิตติชัย ไตรรัตนศิริชัย อธิการบดีมหาวิทยาลัยขอนแก่น นายมีนังขวัญ แสงสุวรรณ ประธานที่ปรึกษาคณะกรรมการขับเคลื่อนโครงการฯ รศ.นพ. ชานูชัย พานทองวิริยะกุล คณบดีคณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ร่วมการแถลงข่าว พร้อมด้วย คณะผู้บริหารมหาวิทยาลัย คณบดีกลุ่มวิทยาศาสตร์สุขภาพ 6 คณะ ในการนี้มีสื่อมวลชน ให้ความสนใจร่วมฟังการแถลงข่าวเป็นจำนวนมาก ณ ห้องประชุม President 1 – 2 โรงแรม Intercontinental Bangkok กรุงเทพมหานคร

ตลอดหลายปีที่ผ่านมาปัญหาด้านสุขภาพและการสาธารณสุขนับเป็นปัญหาใหญ่ของพี่น้องประชาชนในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งมหาวิทยาลัยขอนแก่นได้ให้ความสำคัญมาโดยตลอด เห็นได้จากการผลักดันและสนับสนุนโครงการสำคัญในการแก้ปัญหาทางด้านสุขภาพให้กับประชาชนอย่างต่อเนื่อง อาทิ โครงการแก้ไขปัญหาโรคมะเร็งท่อน้ำดี โครงการแก้ไขปัญหาการดูแลผู้ป่วยโรคไตวายเรื้อรัง โครงการตะวันฉาย ฯลฯ นอกจากนี้จำนวนประชากรที่มีมากถึง 1 ใน 3 ของประเทศ ยังส่งผลต่อสัดส่วนจำนวนเตียงในการให้บริการผู้ป่วยของโรงพยาบาลต่อประชากรที่สูงถึง 1:636 รายต่อปี ในขณะที่ประเทศที่พัฒนาแล้วอย่างญี่ปุ่น อยู่ที่ 1 : 126 รายต่อปี เกาหลีอยู่ที่ 1 : 156 รายต่อปี จากสถิติดังกล่าว โรงพยาบาลศรีนครินทร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น จึงดำเนินการจัดตั้งศูนย์การแพทย์ชั้นเลิศ ขนาด 5,000 เตียง เพื่อแก้ปัญหาขาดแคลนเตียงเป็นศูนย์กลางในการดูแลสุขภาพให้กับประชาชน ยกกระดับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ ของพี่น้องชาวอีสาน ให้เข้าถึงบริการทางด้านสุขภาพ มุ่งสู่การแก้ไขปัญหาระบบสาธารณสุขอย่างยั่งยืนต่อไป

รศ.ดร.กิตติชัย ไตรรัตนศิริชัย อธิการบดีมหาวิทยาลัยขอนแก่น กล่าวว่า มหาวิทยาลัยขอนแก่น มีปณิธานในการอุทิศเพื่อสังคมมาโดยตลอด 54 ปี ซึ่งการดำเนินโครงการ โรงพยาบาลศรีนครินทร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ขนาด 5,000 เตียง ใหญ่ที่สุดในไทยและอาเซียน เป็นอีกโครงการหนึ่งที่จะแก้ปัญหาด้านความขาดแคลนทรัพยากรด้านสุขภาพที่เข้าขั้นวิกฤติที่สุดในประเทศ เนื่องจากมหาวิทยาลัยขอนแก่นมีองค์ความรู้ด้านการแพทย์สมบูรณ์ มีคณะกลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ ที่นำไปสู่การแก้ไขปัญหาระบบสาธารณสุขให้กับประชาชนในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภูมิภาค ถึง 6 คณะ ได้แก่ คณะแพทยศาสตร์ คณะทันตแพทยศาสตร์ คณะพยาบาลศาสตร์ คณะเภสัชศาสตร์ คณะเทคนิคการแพทย์ และ คณะสาธารณสุขศาสตร์

“โรงพยาบาล ศรีนครินทร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ก่อตั้งเมื่อปี 2518 มี 40 เตียง และขยายขนาดการให้บริการมากขึ้นตามลำดับ กระทั่งปัจจุบันได้ขยายเป็น 1,100 เตียง บริการประชาชนในเขตภาคอีสาน กว่า

23 ล้านคน หลายครั้งที่โรงพยาบาลต้องปฏิเสธผู้ป่วย เนื่องจากจำนวนเตียงไม่เพียงพอ ดังนั้น เพื่อให้ผู้ป่วยเข้าถึงการรักษาสุขภาพ เป็นที่พึงของประชาชน โรงพยาบาลศรีนครินทร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น จึงมีแนวคิดขยายการบริการเป็น 5,000 เตียง ซึ่งมีจำนวนเตียงมากที่สุดในประเทศไทยและอาเซียน โดยใช้งบประมาณ 24,500 ล้านบาท แบ่งออกเป็น 2 ระยะ โดยระยะแรก จำนวน 3,500 เตียง ใช้งบประมาณ 14,000 ล้านบาท คาดว่าจะใช้เวลา 2 ปีครึ่งถึง 3 ปี เมื่อดำเนินการระยะแรกเสร็จก็จะดำเนินการระยะที่ 2 ทันที ให้ครบ 5,000 เตียง ใช้งบประมาณ 10,500 ล้านบาท นอกจากขยายขนาดการให้บริการแล้วยังมุ่งการพัฒนาให้เป็นโรงพยาบาลที่ทันสมัย เป็นศูนย์รวมบุคลากรทางการแพทย์ที่มีทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญโรคเฉพาะทาง สามารถรองรับสังคมผู้สูงอายุตามนโยบายของรัฐ ขณะเดียวกันงบประมาณจำนวนมหาศาลจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากประชาชน และภาคเอกชนผู้มีจิตศรัทธามาร่วมกันสร้าง" รศ.ดร.กิตติชัย กล่าว

นายมิ้งขวัญ แสงสุวรรณ ประธานที่ปรึกษาคณะกรรมการฯ กล่าวว่า การจัดตั้งโรงพยาบาลศรีนครินทร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ขนาด 5,000 เตียง ที่ใหญ่ที่สุดในไทยและอาเซียน เป็นการศูนย์การแพทย์ชั้นเลิศ ที่จะช่วยแก้ปัญหาวิกฤติการขาดแคลนเตียง บริการผู้ป่วยทุกระดับ โดยเฉพาะคนอีสาน ไม่แสวงหากำไร ซึ่งจะระดมทุนในการก่อสร้าง โดยการตั้งกองทุนอายุวัฒนะ ซึ่งผู้บริจาคที่เป็นสมาชิกจะได้รับสิทธิในการรักษาฟรีตลอดชีวิตจากโรงพยาบาล ศรีนครินทร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ได้รับสิทธิตามกฎหมายในการลดหย่อนภาษีได้ 2 เท่า และการบริจาคสามารถแบ่งเป็น 3 งวด เพื่อหักภาษี สิทธิพิเศษจะได้รับตั้งแต่ปีแรกที่บริจาค แบ่งเป็น 2 กลุ่ม วงเงิน คือ 4 ล้านบาท จำนวน 500 ท่าน และ 5 ล้านบาท จำนวน 2,000 ท่าน ซึ่งกองทุนดังกล่าวมีเงื่อนไขเพียง 3 ข้อ คือ 1. ผู้บริจาคกองทุนจะต้องถือสัญชาติไทย 2. อายุ 45 ปี ขึ้นไป 3. ผ่านการตรวจสุขภาพโดยวันแรกในการสมัครจะต้องไม่เป็นผู้ติดเชื้อ HIV และเป็นโรคมะเร็ง

รศ.นพ. ชาญชัย พานทองวิริยะกุล คณบดีคณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น กล่าวว่า โครงการดังกล่าวจะเป็นโรงพยาบาลรัฐบาลที่มีอาคารหลักสูง 39 ชั้น และอาคารบริวาร ให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One stop service) แก่ผู้ป่วยทุกกลุ่ม ภายในศูนย์การแพทย์ จะประกอบด้วย ศูนย์ความเป็นเลิศทางการแพทย์ในด้านต่างๆ อาทิ ศูนย์โรคหัวใจและหลอดเลือด ศูนย์โรคมะเร็ง ศูนย์การแพทย์ฉุกเฉิน ศูนย์โรคในทารกแรกเกิด ศูนย์การปลูกถ่ายอวัยวะ ศูนย์ความเป็นเลิศทางห้องปฏิบัติการทางการแพทย์ ศูนย์ใส่ใจสุขภาพด้วยวิถีกายภาพบำบัด ศูนย์การพยาบาลเฉพาะทางและความเป็นเลิศทางการพยาบาล มีที่จอดรถ 1,600 คัน มีห้องผ่าตัดเพิ่ม 2-3 เท่าจากเดิม มีเตียงสำหรับผู้ป่วยวิกฤติเพิ่ม 30% มีเรือนพักญาติ 400 หน่วย โดยโครงการก่อสร้าง อยู่ในพื้นที่ 30 ไร่ ติดกับโรงพยาบาลศรีนครินทร์ ซึ่งโครงการที่จะเกิดขึ้นนี้พร้อมที่จะดูแลพี่น้องประชาชนทุกระดับอย่างเท่าเทียมกัน” รศ.นพ. ชาญชัย กล่าว

ทั้งนี้ ผู้ที่สนใจสามารถบริจาคตามกำลังศรัทธา หรือ แสดงความจำนงในการสมัครกองทุนได้ที่เบอร์โทรศัพท์ 062-229-1555, 062-229-4555

จากเนื้อหาข่าว มข. สร้างศูนย์การแพทย์ สื่อมวลชนได้นำประเด็นดังกล่าวไปเผยแพร่ต่อดังนี้

ลำดับ	ประเด็นข่าว	วันที่ตีพิมพ์	สำนักพิมพ์ /	ประเภทที่ตีพิมพ์
1	ม.ขอนแก่นแถลง ข่าวสร้างศูนย์ การแพทย์	12/3/2561	มติชน	คอลัมน์ ชุมทางครู
2	มข.ตั้งโรงพยาบาล ศรีนครินทร์ ขอนแก่น	15/3/2561	ไทยรัฐ	ข่าว
3	มข.ทุ่ม 2 หมื่นล้าน สร้าง รพ.5 พันเตียง	15/3/2561	กรุงเทพธุรกิจ	ข่าว
4	ภาพข่าว มหาวิทยาลัยขอนแก่น	15/3/2561	ไทยโพสต์	ภาพข่าว
5	รพ.ใหญ่สุดใน อาเซียน มข.ผูก 5 พันเตียง	15/3/2561	ไทยโพสต์	ข่าว
6	Khon Kean hospital to be Asean s biggest in Bt 24.5 bn revamp	16/3/2561	The nation	ข่าว
7	ภาพข่าว ศูนย์การแพทย์	16/3/2561	โพสต์ทูเดย์	ภาพข่าว
8	มข.เปิด รพ.ใหม่ ใหญ่สุดในอาเซียน แก้ปัญหาสุขภาพ อีสาน-เพิ่มคุณภาพ ชีวิตผู้ป่วย	19/3/2561	ข่าวสด	ข่าว
9	เปิด รพ.	19/3/2561	ผู้จัดการ 360	คอลัมน์ ปฏิทินกิจกรรม

10	ภาพข่าว สังคม สยามรัฐ จัดตั้งศูนย์ การแพทย์	19/3/2561	สยามรัฐ	ภาพข่าว
ลำดับ	ประเด็นข่าว	วันที่ เผยแพร่	ลิงก์	
11	มข.ทุ้มงบ2หมื่น ล้านบาท ตั้งรพ. ขนาดใหญ่สุดใน ไทยและอาเซียน	วันพุธ ที่ 14 มีนาคม 2561	https://www.isranews.org/isranews-short-news/64309-kku.html	
12	มข.ทุ้มงบ2หมื่น ล้านบาท ตั้งรพ. ขนาดใหญ่สุดใน ไทยและอาเซียน	14 มีนาคม 2561	https://hilight.kapook.com/view/169632	
13	อธิการบดี ม. ขอนแก่นตอบทุก คำถาม “โรงพยาบาล 5,000 เตียง” ใหญ่ ที่สุดในประเทศ	29 มีนาคม 2561	www.77kaoded.com/	
14	โรงพยาบาลศรี นครินทร์ จังหวัด ขอนแก่น แกล้งข่าว โรงพยาบาลที่ใหญ่ ที่สุดในประเทศไทย และใหญ่สุดใน อาเซียน	13 มีนาคม 2561	https://pantip.com/topic/37458654	

15	MEDICAL HUB ใหญ่สุดในอาเซียน คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น กว่า 4 ล้าน บาท รักษาฟรี ตลอดชีวิต	15 มีนาคม 2561	https://pantip.com/topic/37465949
16	มข.ตั้งโรงพยาบาล ศรีนครินทร์ ขอนแก่น	15 มีนาคม 2561	https://www.thairath.co.th/content/1228332
17	รพ.ใหญ่สุดอาเซียน มข.ผูก 5 พันเตียง	15 มีนาคม 2561	https://www.thaipost.net/main/detail/5018
18	มข. สร้างศูนย์ การแพทย์	15 มีนาคม 2561	Facebookthaitime.com
19	มข.ทุ่มงบ 2 หมื่น ล้านบาท ตั้งรพ. ขนาดใหญ่สุดใน ไทยและอาเซียน	15 มีนาคม 2561	https://www.winnews.tv/
20	ไทยจะมี รพ.ใหญ่ สุดในไทยและ อาเซียน	15 มีนาคม 2561	Youlike
21	มข.ทุ่ม 2 หมื่นล้าน สร้าง รพ. 5 พันเตียง	15 มีนาคม 2561	www.bangkokbiz.com
22	มข.ตั้งโรงพยาบาล ศรีนครินทร์ ขอนแก่น	15 มีนาคม 2561	www.khaogrong.com
23	มข.เพิ่ม 5,000 เตียง รพ.ขนาดใหญ่	14 มีนาคม 2561	https://www.dailynews.co.th/education/632399

	ที่ สุก ในไทย - อาเซียน		
24	มข.ทุ้มงบ 2 หมื่น ล้าน ตั้งรพ.ขนาด 5,000 เตียงใหญ่ ที่สุดในอาเซียน	14 มีนาคม 2561	https://www.facebook.com/1morenews/
25	มข.ชวนคนใจดีร่วม บริจาคสร้างรพ. ใหญ่ที่สุดในอาเซียน	16 มีนาคม 2561	http://www.banmuang.co.th/news/bangkok/105593
26	มข.ทุ้มงบ 2 หมื่น ล้านบาท ตั้ง รพ. 5 พันเตียง ใหญ่สุดใน ไทยและอาเซียน	14 มีนาคม 2561	https://www.hfocus.org/content/2018/03/15559

จากตาราง สรุปว่า ข่าว มข. สร้างศูนย์การแพทย์ สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ ที่ 1: Green and Smart Campus องค์การที่มีการจัดการที่ดี ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 : สร้างความเป็นเลิศในการบริหารจัดการ กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาระบบบริหารจัดการองค์การที่เป็นเลิศ และ กลยุทธ์ที่ 5 จัดหารายได้จากการบริหารจัดการทรัพยากร ทรัพย์สิน และทรัพย์สินทางปัญญา โดยได้รับการเผยแพร่จากสื่อสิ่งพิมพ์และเว็บไซต์ 26 ชิ้น แบ่งเป็น ข่าวในเว็บไซต์ 16 ชิ้น ข่าวหนังสือพิมพ์ 5 ชิ้น ภาพข่าว 3 ชิ้น คอลัมน์ 2 ชิ้น ตามลำดับ

2. ข่าว ฟ้าทะลายโจรฆ่ามะเร็ง สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ ที่ 2 : Excellence Academy องค์การที่เป็นเลิศทางศิลปวิทยาการ

ลิงค์ข่าว มหาวิทยาลัยขอนแก่น <https://www.kku.ac.th/news/v.php?q=0014164&l=th>

ไขความลับมหัศจรรย์ธรรมชาติ ‘ฟ้าทะลายโจร’ ฆ่าเซลล์มะเร็งปากมดลูก

คณะนักวิจัยและอาจารย์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น รศ.ดร.ภญ.ฉันทนา อารมณดี รศ.ดร.ภญ.วัชรี คุณกิตติ จากคณะเภสัชศาสตร์ รศ.ดร.พญ.แจ่มใส เพียรทอง รศ.ดร.พญ.ทิพย์ เอกลักษณ์านันท์ จากคณะแพทยศาสตร์ ค้นพบสรรพคุณอันโดดเด่นของฟ้าทะลายโจรซึ่งมีสารสำคัญที่สามารถฆ่าเซลล์มะเร็งปากมดลูก และต้านไวรัส เชื้อเริม โดยทำการวิจัยปรับสูตรโครงสร้างสารสำคัญที่ได้เพื่อเพิ่ม สารสำคัญในฟ้าทะลายโจรที่มีสรรพคุณมากมาย ทั้งฤทธิ์ต้านไวรัส ต้านแบคทีเรีย และต้านการอักเสบ เมื่อนำสารสำคัญ “แอนโดรกราโฟไลด์” มาสังเคราะห์ต่อมีสารหนึ่งเรียกว่า “IPAD” พบว่าสารทั้งสองมีฤทธิ์ระดับโมเลกุลทำให้โปรตีนก่อมะเร็งลดลงทำให้เซลล์มะเร็งปากมดลูกตาย และมีฤทธิ์ยับยั้งไวรัสเชื้อเริม เนื่องจากสารดังกล่าวมีลักษณะสูตรโครงสร้างเป็น

ตัวจับกลุ่มเชื้อโรคเป้าหมายได้ดี ล่าสุดถูกพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ยาในรูปแบบครีมซึ่งยังคงสรรพคุณทางยาของสารสกัดทั้งสองและสามารถปลดปล่อยตัวยาได้ผลดีที่สุด

เมื่อวันศุกร์ที่ 2 มิถุนายน 2560 เวลา 10.30 น. ณ ห้องประชุมสิริคุณากร 4 ชั้น 2 อาคารสิริคุณากร สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น ได้มีการจัดงาน นักวิจัย มข. พบสื่อมวลชน ประจำเดือน ซึ่งมี รศ.ดร.ภญ.ฉันทนา อารมณ์ดี รศ.ดร.ภญ.วัชรี คุณกิตติ จากคณะเภสัชศาสตร์ และ รศ.ดร.พญ.แจ่มใส เพียรทอง จากคณะแพทยศาสตร์ ร่วมกันแถลงข่าวงานวิจัย และได้รับเกียรติจาก รศ. สพ.ญ. ดร. ธิดารัตน์ บุญมาศ ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายวิจัย เป็นประธานกล่าวเปิดงาน โดยมี คณะผู้บริหาร คณาจารย์ นักวิจัย และสื่อมวลชน เข้าร่วมงาน

รศ.ดร.พญ.แจ่มใส เพียรทอง กล่าวถึงสรรพคุณของสารสกัดที่สามารถฆ่าเซลล์มะเร็งปากมดลูกและต้านไวรัสเชื้อเริมว่า “สารแอนโดรกราโฟไลด์” ที่แยกได้จากฟ้าทะลายโจรและสารอนุพันธ์ IPAD ซึ่งเป็นสารกึ่งสังเคราะห์ สารทั้งสองผ่านการทดลองในห้องปฏิบัติการ โดยการเพาะเลี้ยงเชื้อเซลล์มะเร็งปากมดลูก ผลการทดลองระดับโมเลกุลพบว่า สารทั้งสองทำให้โปรตีนก่อมะเร็งลดลงทำให้เซลล์มะเร็งปากมดลูกตายภายใน 48 ชั่วโมง โดยใช้ความเข้มข้นที่เหมาะสม นับเป็นกลไกหนึ่งที่ถูกค้นพบ และกำลังทดลองกลไกอื่น ๆ สำหรับผลการทดลองการยับยั้งไวรัสที่ก่อโรครีเม สารอนุพันธ์ IPAD จะมีประสิทธิภาพดีกว่า สารแอนโดร กราโฟไลด์ เทียบเท่ากับยาประเภท Acyclovir ที่นิยมใช้ในปัจจุบัน โดยผลการทดลองระดับโมเลกุลพบว่า สารอนุพันธ์ IPAD ส่งผลยับยั้งการแสดงออกของยีนซึ่งมีผลต่อการเพิ่มจำนวนไวรัส ต่างจากยา Acyclovir ที่ยับยั้งการสร้างสาย DNA ของไวรัส นับเป็นประโยชน์ในการใช้ร่วมกันเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการยับยั้งเชื้อก่อโรครีเม ในการฉีดยา Acyclovir อย่างเดียวจะไม่ได้ผล หรือใช้กับไวรัสเชื้อเริมที่ดื้อยา ดังนั้น การใช้สารอนุพันธ์ IPAD รักษาแทนหรือใช้ร่วมกัน จะทำให้ยับยั้งเชื้อก่อโรครีเมที่ดื้อยาได้อย่างมีประสิทธิภาพ”

รศ.ดร.ภญ.ฉันทนา อารมณ์ดี กล่าวถึงฟ้าทะลายโจรว่า “บัญชียาหลักแห่งชาติได้บรรจุฟ้าทะลายโจรเป็นยาบรรเทาปวด ลดการอักเสบ เนื่องจากฟ้าทะลายโจรถูกใช้มาอย่างยาวนาน และด้วยสรรพคุณมากมาย เราจึงได้ศึกษาสารแต่ละชนิดที่มีในฟ้าทะลายโจร เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ เมื่อทำการวิจัยเราได้สารสำคัญจากฟ้าทะลายโจรหลายชนิด และเมื่อนำมาปรับสูตรโครงสร้างหลายแบบเพื่อเพิ่มผลการออกฤทธิ์ต่าง ๆ โดยทำการทดลองในสัตว์ทดลองพบว่า ฟ้าทะลายโจรมีสารที่ช่วยแก้ไข แก้ปวด แก้อักเสบ เพิ่มสูจิในสัตว์ทดลองต้านไวรัสและแบคทีเรีย ทั้งนี้เราสนใจสารที่ออกฤทธิ์ต้านไวรัสอยู่สองสารคือ “แอนโดรกราโฟไลด์” และสารอนุพันธ์ที่ถูกสังเคราะห์ต่อเรียกว่า “IPAD” โดยผลการทดลองขั้นต้นเป็นสารที่ออกฤทธิ์ต้านไวรัสเชื้อเริม (HSV) และมะเร็งปากมดลูกที่เกิดจากไวรัส (HSV) ซึ่งจำเป็นจะต้องใช้ปริมาณมากเพื่อทำการทดลองต่อ เราจึงได้คิดค้นวิธีการสกัดและสังเคราะห์สารอนุพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ สามารถลดขั้นตอนและได้ปริมาณมาก โดยสามารถขยายเทคโนโลยีการผลิตเหล่านี้ให้แก่ภาคอุตสาหกรรมที่สนใจ นอกจากนี้เรายังได้คิดค้นชุดทดสอบและ

วัดปริมาณสารในฟ้าทะลายโจร เพื่อให้เกษตรกรใช้วัดคุณภาพฟ้าทะลายโจร เพื่อพัฒนาอาชีพการปลูกฟ้าทะลายโจรให้มีรายได้ดีโดยขายได้ราคาสูงอีกด้วย”

รศ.ดร.ภญ.วัชรี คุณกิตติ กล่าวถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ว่า “เมื่อผลการทดลอง โดย รศ.ดร.ภญ.แจ่มใส เพียรทอง และ รศ.ดร.ภญ.ทิพยา เอกลักษณะนันท์ พบว่าสารทั้งสองสามารถฆ่าเซลล์มะเร็งปากมดลูกและยับยั้งไวรัสที่ก่อโรครีเม จากนั้นได้นำผลการทดลองสู่กระบวนการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ยา ซึ่งต้องมีการทดสอบคุณสมบัติต่าง ๆ ตามขั้นตอนซึ่งเป็นไปตามหลักเกณฑ์การขึ้นทะเบียนตำรับยา โดยได้ทำการวิจัยและพัฒนาในรูปแบบครีมเพื่อยังคงสรรพคุณทางยาของสารสกัดทั้งสองและสามารถปลดปล่อยตัวยาได้ผลดีที่สุด ทั้งนี้กำลังอยู่ในช่วงดำเนินการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ หากผลงานวิจัยสำเร็จจนได้เป็นผลิตภัณฑ์ที่สมบูรณ์พร้อมจำหน่ายแล้ว จะมีการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ประชาชนรับทราบและได้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพจากงานวิจัย มข.”

จากเนื้อหาข่าว ฟ้าทะลายโจรฆ่ามะเร็ง สื่อมวลชนได้นำประเด็นดังกล่าวไปเผยแพร่ต่อดังนี้

ลำดับ	ประเด็นข่าว	วันที่ตีพิมพ์	สำนักพิมพ์ /	ประเภทที่ตีพิมพ์
1	คอลัมน์ ข่าวสั้น ฟ้าทะลายโจรฆ่ามะเร็ง	6/6/2560	สยามรัฐ	ข่าว
2	มข.วิจัยฟ้าทะลายโจรฆ่าเซลล์มะเร็ง	7/6/2560	กรุงเทพธุรกิจ	ข่าว
3	อีกก้าวที่มวิจัย “มข” คิดค้นฟ้าทะลายโจร ใช้ฆ่าเซลล์มะเร็งปากมดลูก ยับยั้งเชื้อไวรัส	12/3/2561	เดลินิวส์	บทความ
4	นักวิจัย มข. ค้นพบสารสกัดฟ้า “ฟ้าทะลายโจร” ฆ่าเซลล์มะเร็งปากมดลูก-มีฤทธิ์ยับยั้งเชื้อไวรัสเริม	13/3/2561	ข่าวสด	ข่าว

5	มข.วิจัยสารสกัด ฟ้าทะลายโจรฆ่า เซลล์มะเร็งปาก มดลูก ต้านไวรัส	14/6/2560	สยามรัฐ	คอลัมน์ : ด้วยสมองและสองมือ
6	วิจัยสรรพคุณฟ้า ทะลายโจร ฆ่า เซลล์มะเร็ง ต้าน ไวรัส	15/6/2560	ไทยโพสต์	บทความ
7	คอลัมน์: การศึกษา สู่เศรษฐกิจ : พบ สารสกัดฟ้าทะลาย โจร ฆ่าเซลล์มะเร็ง ต้านไวรัสเริ่ม	17/6/2560	มติชน	คอลัมน์
	ประเด็นข่าว	วันที่เผยแพร่	ลิงค์	
8	นักวิจัยมข.พบสาร สกัดจากสมุนไพรร ฟ้าทะลายโจร ฆ่า เซลล์มะเร็งปาก มดลูก และต้านเชื้อ ไวรัสเริ่มได้	2 มิ.ย.2560	http://www.komchadluek.net	
9	สารสกัด ฟ้าทะลาย โจร ฆ่าเซลล์มะเร็ง ปากมดลูก ต้านเชื้อ ไวรัสเริ่มได้	6 มิ.ย.2560	https://www.facebook.com/1morenews/	
10	ม.ขอนแก่นผลิตยา สารสกัดฟ้าทะลาย โจร รักษา มะเร็งป กามดลูกได้ ผลสำเร็จ	6 มิ.ย.2560	https://www.facebook.com/MGRNEWS1/posts/1908824139407435	

11	ฟ้าทะลายโจรของดี ฆ่าเซลล์มะเร็งปาก มดลูก ต้นไวรัสเริม	7 มิ.ย.2560	http://www.banmuang.co.th/news/education/82471
12	นักวิจัยมข.ค้นพบ สารสกัด “ฟ้าทะลาย โจร” ฆ่า เซลล์มะเร็งปาก มดลูก-มีฤทธิ์ยับยั้ง ไวรัสเริม	12 มิ.ย.2560	https://www.technologychaoban.com/bullet-news-today/article_21325
13	ด้วยสมองและสอง มือ มข.วิจัยสาร สกัด"ฟ้าทะลาย โจร"ฆ่าเซลล์มะเร็ง ปากมดลูก-ต้าน ไวรัสเริม	14 มิ.ย.2560	https://siamrath.co.th/n/17571
14	มข.ค้นพบ'ฟ้า ทะลายโจร' ฆ่า เซลล์มะเร็งปาก มดลูก	2 มิ.ย.2560	http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/757686

จากตาราง สรุปว่า ชาว ฟ้าทะลายโจรฆ่ามะเร็ง สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ ที่ 2 Excellence Academy องค์กรที่เป็นเลิศทางศิลปวิทยาการ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 6 : เป็นองค์กรที่เป็นเลิศด้านวิจัย กลยุทธ์ที่ 1 สร้างความเข้มแข็งในงานวิจัยที่เป็นความโดดเด่นของ มข. ไปสู่ระดับสากล กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาศักยภาพนักวิจัยให้สามารถผลิตผลงานที่มีคุณภาพ กลยุทธ์ที่ 3 ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานด้านการวิจัยและสร้างบรรยากาศการวิจัยที่เอื้อต่อ การผลิตผลงานที่มีคุณภาพ กลยุทธ์ที่ 4 นำผลงานวิจัยและนวัตกรรมสู่การสร้างมูลค่าและการใช้ประโยชน์เพื่อสังคม โดยได้รับการเผยแพร่จากสื่อสิ่งพิมพ์และเว็บไซต์ 14 ชิ้น แบ่งเป็น ข่าวในเว็บไซต์ 7 ชิ้น บทความในหนังสือพิมพ์ 3 ชิ้น ข่าวหนังสือพิมพ์ 3 ชิ้น คอลัมน์ 2 ชิ้น ตามลำดับ

3. ข่าว มข.ตั้งรับผู้สูงอายุ สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ ที่ 3 : Culture and Care Community
องค์กรที่ส่งเสริมการทำงานบำรุงศิลปะ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ห่วงใยและดูแลชุมชนในมิติต่างๆ

ลิงค์ข่าว มหาวิทยาลัยขอนแก่น <https://www.kku.ac.th/news/v.php?q=0015020&l=th>

มข. ฝึกผู้สูงอายุ สร้างนวัตกรรม รับ Aging society

วันนี้ (ศุกร์ที่ 8 ธันวาคม 2560) เวลา 8.00 น. สำนักบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น จัดโครงการ โรงเรียนผู้สูงอายุและนวัตกรรม ภายใต้โครงการอำเภอ มข.พัฒนา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจัดการเรียนรู้ ส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิต ตลอดจนเสริมสร้างสุขภาพที่ดีทั้งร่างกายและจิตใจของผู้สูงอายุ รวมทั้งเป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาสู่นวัตกรรม ให้สามารถสร้างรายได้และเป็นประโยชน์แก่สังคม เพื่อรองรับสังคมผู้สูงอายุ (Aging society) ในประเทศไทย ณ บ้านขามป้อม และบ้านหนองแขวง อำเภอพระยืน จังหวัดขอนแก่น

องค์การสหประชาชาติ ให้นิยามผู้สูงอายุ หมายถึงประชากรที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป และแบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ ระดับการก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging society) เป็นสังคมที่มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 10 ของประชากรทั้งประเทศ ระดับสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged society) เป็นสังคมที่มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรทั้งประเทศ และระดับสังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มที่ (Super-aged society) หมายถึงสังคมหรือประเทศที่มีประชากรอายุ 65 ปีขึ้นไปมากกว่า ร้อยละ 20 ของประชากรทั้งประเทศ

ปัจจุบัน ประเทศไทยได้เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ และคาดการณ์ว่าสัดส่วนประชากรจะเปลี่ยนแปลงและกลายเป็นสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ในปี 2563 นับเป็นวิกฤติที่ทุกประเทศต้องเผชิญ ทั้งในด้านจำนวนแรงงานลดลง ด้านการแพทย์และสาธารณสุข ด้านสังคมและเศรษฐกิจ เป็นต้น ด้วยเหตุนี้ทุกประเทศจึงตื่นตัวและจัดเตรียมรับมือกับวิกฤติการณ์ดังกล่าว

มหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยสำนักบริการวิชาการ จึงจัดโครงการ โรงเรียนผู้สูงอายุและนวัตกรรม ภายใต้โครงการอำเภอ มข.พัฒนา กับ ตำบลขามป้อมและตำบลหนองแขวง ครอบคลุมกว่า 20 หมู่บ้าน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจัดการเรียนรู้ ส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิต ตลอดจนเสริมสร้างสุขภาพที่ดีทั้งร่างกายและจิตใจของผู้สูงอายุ รวมทั้งเป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาสู่นวัตกรรม ให้สามารถสร้างรายได้และเป็นประโยชน์แก่สังคม เพื่อรองรับสังคมผู้สูงอายุ ในประเทศไทย ทั้งนี้มีผู้สูงอายุ สมัครเข้าเรียนกว่า 270 คน ณ อำเภอพระยืน จังหวัดขอนแก่น

ผศ.ดร.สาธิต พรตระกูลพิพัฒน์ รองผู้อำนวยการฝ่ายวางแผนและประกันคุณภาพ สำนักบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น กล่าวว่า มหาวิทยาลัยขอนแก่นมีนโยบายตามยุทธศาสตร์ที่ 3 Culture and Care Community คือเป็นองค์กรที่ดูแลห่วงใยใส่ใจสังคม ด้วยเล็งเห็นว่าประเทศไทยได้ก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุ โครงการนี้จัดทำขึ้นเพื่อตอบสนองนโยบายรัฐบาลอย่างแท้จริง

"สำนักบริการวิชาการกำหนดชุมชนต้นแบบ 12 ชุมชน ในปีนี้มีกำหนด 6 ชุมชน โดยชุมชนขามป้อม และหนองแวงอำเภอพระยืน เป็นชุมชนเป้าหมาย ซึ่งอยู่ในโครงการอำเภอ มข.พัฒนา มีคณะศึกษาศาสตร์ เป็นแกนนำหลักสูตร ผนวกนักวิชาการมหาวิทยาลัยขอนแก่น มาให้ความรู้แกนนำในชุมชน เพื่อพยุ่งหลักสูตร ให้เข้มแข็ง เมื่อเราทำสำเร็จเขาจะยังสามารถต่อยอดโรงเรียนผู้สูงอายุได้อย่างยั่งยืน"

นายวิไลย์ มาป่อง อายุ 73 ปี ผู้อำนวยการโรงเรียนผู้สูงอายุตำบลหนองแวง อำเภอพระยืน จังหวัดขอนแก่น กล่าวว่า เมื่อสำรวจปัญหาพบว่าผู้สูงอายุในชุมชนเกิดอาการซึมเศร้า รู้สึกโดดเดี่ยว ก่อนเริ่มโครงการมีการตรวจสอบสุขภาพเบื้องต้นให้ผู้สูงอายุจำนวน 270 คน ทั้งนี้มีอายุเฉลี่ย 67 ปี อายุสูงสุด 88 ปี การจัดโครงการเพื่อผู้สูงอายุนับเป็นครั้งแรกของชุมชน ผู้สูงอายุมีความกระตือรือร้น อยากเข้าร่วมกิจกรรม และมีความสุขเป็นอย่างมาก

หลักสูตรโรงเรียนผู้สูงอายุมีระยะเวลา 10 เดือน เรียนวันศุกร์ละ 2 วันต่อเดือน รวม 20 วัน แบ่งเป็นความรู้ วิชาชีวิตร้อยละ 50 ประกอบด้วยวิชาสังคม ศาสนา ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรม สุขภาพ สิ่งแวดล้อม การออกกำลังกายสันทนาการ วิชาชีพร้อยละ 30 ประกอบด้วยวิชาเศรษฐกิจพอเพียง อาชีพและงานฝีมือ การจัดทำบัญชีครัวเรือน ดนตรีพื้นบ้าน และวิชาการร้อยละ 20 ประกอบด้วยวิชา กฎหมายและสิทธิผู้สูงอายุ ภาษาต่างประเทศ เทคโนโลยี เป็นต้น

จากเนื้อหา ข่าวก.ตั้งรับผู้สูงอายุ สื่อมวลชนได้นำประเด็นดังกล่าวไปเผยแพร่ต่อดังนี้

ภาพ/ข่าว : กองสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ลำดับ	ประเด็นข่าว	วันที่ตีพิมพ์	สำนักพิมพ์ /	ประเภทที่ตีพิมพ์
1	มข.ตั้งรับสังคมสูงอายุ	3 มกราคม 2561	ข่าวสด	ข่าว
2	มข.ฝึกผู้สูงอายุ สร้างนวัตกรรมพึ่งพาตนเอง	5 มกราคม 2561	สยามรัฐ	บทความ
3	เปิดโรงเรียนผู้สูงอายุและนวัตกรรม ฝึกวิชาชีพชีวิตรองรับสังคมสูงวัย	8 มกราคม 2561	มติชน	บทความ
4	ตีวเข้มเทคโนโลยีผู้สูงวัย	12 มกราคม 2561	กรุงเทพธุรกิจ	บทความ

จากตาราง สรุปว่า ข่าว มข.ตั้งรับผู้สูงอายุ สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ ที่ 3 : Culture and Care Community องค์กรที่ส่งเสริมการทำนุบำรุงศิลปะ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ห่วงใยและดูแลชุมชนในมิติต่าง ๆ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 9 : เป็นองค์กรที่มีความห่วงใยต่อสังคม กลยุทธ์ที่ 1 ความห่วงใยต่อสังคมภายในมหาวิทยาลัยขอนแก่นและชุมชนภายนอก กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนามหาวิทยาลัยให้เป็นองค์กรที่นำเสนอทางเลือกที่ดี และมีความรับผิดชอบต่อสังคม กลยุทธ์ที่ 3 สนับสนุนให้มหาวิทยาลัยขอนแก่นเป็นศูนย์กลางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่สำคัญของอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงโดยได้รับการเผยแพร่จากสื่อสิ่งพิมพ์และเว็บไซต์ 14 ชิ้น แบ่งเป็น ข่าว 1 ชิ้น บทความในหนังสือพิมพ์ 3 ชิ้น ตามลำดับ

4. ข้าว กีตาร์ไม้ไม่ขัด สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ ที่ 4 Creative Economy องค์กรที่ใช้องค์ความรู้ และนวัตกรรมจากการเรียนการสอนและงานวิจัยเชิงสร้างสรรค์เพื่อ พัฒนาให้เกิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน สังคม และประเทศ

ลิงค์ข่าว มหาวิทยาลัยขอนแก่น <https://www.kku.ac.th/news/v.php?q=0014386&l=th>

นศ.สถาปัตย์ มข.ทำวิจัยกีตาร์ไม้ไม่ขัดตัวนายกตติใจชื่อ 2 ตัวรอด

เมื่อวันที่ 20 กรกฎาคม 2560 พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี เป็นประธานในพิธีเปิดงาน "ตลาดนัดเปิดโลกผลงานวิจัยและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยพหุผู้ใช้" จัดขึ้นที่โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์ หลังจาก นั้นได้เดินชมนิทรรศการแล้วสั่งซื้อกีตาร์ไม้ไม่ขัด ราคาตัวละ 40,000 บาท จำนวน 2 ตัว เป็นกีตาร์ที่สร้างโดย ภูมิปัญญาท้องถิ่น ของนางสาวพิชญ์ระวี สุรอารีกุล ศิษย์เก่าสาขาวิชาการออกแบบอุตสาหกรรม สถาปัตย์ มข. รุ่น 5 และกำลังเรียนปริญญาโท คณะสถาปัตย์ ม.ขอนแก่น ในสาขาเดิม สร้างความฮือฮาให้กับผู้ที่มาร่วมงาน เนื่องจากเป็นผลงานวิจัยและนวัตกรรมประเภทเดียวในงานที่ทำนายกรัฐมนตรีสั่งซื้อ และซื้อทีเดียวถึง 2 ตัวรอด ซึ่งนางสาวพิชญ์ระวีเจ้าของผลงานได้เล่าถึงผลงานวิทยานิพนธ์ชิ้นนี้ว่า

“กีตาร์ไม้ไม่ขัดเป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ระดับบัณฑิตศึกษา ชื่อภูมิปัญญาไม้ไม่ขัดเพื่อประยุกต์ใช้ ในการออกแบบเครื่องดนตรีประเภทเครื่องสาย มีที่ปรึกษาและผู้ให้คำแนะนำคือ ผศ.ดร.ธนสิทธิ์ จันทะรี และ คำแนะนำต่าง ๆ จากอาจารย์ทุก ๆ คนในไอดี ที่ช่วยขัดเกลาให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพขึ้นมา

ที่ทำกีตาร์ไม้ไม่ขัดตัว ก็เนื่องจากตัวเราเองต้องการพัฒนาภูมิปัญญาพื้นถิ่นที่เราารู้สึกสนใจ คือ กระบวนการไม้ไม่ขัด ที่เป็นกระบวนการหนึ่งในการทำเครื่องเงิน แต่เราได้ตัดการลงรักปิดทองออกไป เริ่มแรก ที่เราพยายามหาศักยภาพของไม้ไม่ขัดที่จะนำไปพัฒนาหรือประยุกต์ เรามีการทดลองผลิตในรูปแบบที่หลากหลายก่อน แล้วจึงนำมาทดสอบสร้างนวัตกรรมเข้ามาใช้ด้วย เริ่มจากการทำอคูคูเล่ แล้วจึงเป็นกีตาร์ ที่มีความใหญ่และ รูปทรงที่หลากหลายเช่นกัน ตอนนี้อย่างนี้เราต้องการนำกระบวนการต่างๆ กลับไปสอนให้กลุ่มชุมชน ที่เราไปเรียน การขุดไม้ไม่ขัดจากเขาให้เขาได้มีรายได้ที่เพิ่มมากขึ้น เป็นลักษณะของฐานการผลิตให้กับเรา

ขั้นตอนการผลิตจะสั้นกว่าการสร้างกีตาร์ทั่วไปในแบบ handmade เนื่องจากลักษณะการเตรียม ส่วนประกอบต่าง ๆ สั้นกว่าการเตรียมไม้ในการทำกีตาร์อื่น ๆ ซึ่งขั้นตอนที่เราดูแลและเริ่มตั้งแต่การคัดเลือกไม้ไม่ การเตรียมไม้ไม่ด้วยกระบวนการต่าง ๆ เช่นการตากแดดจนแห้ง การต้มกัมมะถันเป็นต้น ก่อนจะนำมาทำเป็นตอก เพื่อป้องกันการรบกวนของมอด แมลงต่างๆ และขั้นตอนสุดท้ายจากการทำกีตาร์เราป้องกันอีกชั้น ด้วยการ เคลือบผิวไม้

ในส่วนประกอบอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ลำตัว เราเลือกให้โรงงานผลิตแผ่นไม้หน้าจากไม้ไม่และอัดไม้ไม่แห้ง สำหรับคอ ที่มีมาตรฐานโรงงานและวางใจในการใช้งานได้ ซึ่งในทุก ๆ ขั้นตอนการประกอบได้ข้างกีตาร์ที่มี ประสบการณ์การผลิตกีตาร์ให้ มีมาตรฐานมีการตรวจสอบด้านเสียงโดยผู้เชี่ยวชาญต่าง ๆ และนำไปทดสอบ เสียงในสตูดิโอทดสอบเสียงอีกด้วย

จริง ๆ ในวันงาน ตกใจมาก ๆ เพราะ ท่านนายก เดินมาคุยด้วยไม่ถึงนาทีแล้วท่านก็ตัดสินใจซื้อเลย ชี้ว่าเอาตัวกีตาร์แบบหลังตรงและแบบหลังเต่าแล้วท่านก็เดินต่อ ท่านถามเพียงว่า กีตาร์จากอะไร มีคนซื้อหรือยัง ราคาตัวนี้เท่าไร อีกตัวนี้เท่าไร แล้วก็เคาะกีตาร์ที่เอา พูดว่าเอาสองตัวเลย ท่าน เสธ. ของนายกจึงเดินมาติดต่อกัน โดยปกติแล้วเวลาเราขายนักดนตรี เขาก็จะต้องลองของเราก่อน มีน้อยมากที่ไม่ได้ทดลอง เพียงแค่เห็นแล้วตัดสินใจเลย เราคิดว่าท่านน่าจะชอบที่มันเป็นภูมิปัญญาพื้นถิ่นที่เรา ประยุกต์มาใช้ ร่วมกับวัสดุอย่างไม้ไผ่ในบ้านของเรา ก็รู้สึกภูมิใจแล้วก็ดีใจที่ท่านเห็นถึงความสำคัญและความน่าสนใจของผลิตภัณฑ์เรา ถือเป็นเกียรติมาก ๆ ค่ะ”

ในแง่ของที่ตัวเองอยู่ในฐานะของนักวิจัยและนักออกแบบ เราเลยมองเรื่องคุณค่าของงานออกแบบ เห็นถึงความสำคัญ ปัญหาและที่มาที่ไปเพื่อต่อยอดต่อไปได้ในอนาคต ตัวเองก็เริ่มมองจากสิ่งรอบตัวอย่างภูมิปัญญาไทย ที่คนเห็นจนชินตา เริ่มวิเคราะห์สิ่งที่มีอยู่ จากเดิมกลุ่มชาวบ้านได้เงินเท่าไร ถ้าเราไปช่วยพัฒนาเขาจะได้เพิ่มเยอะหรือไม่ หรือจะไปเป็นการก่อกวนเขา เราต้องเริ่มวิเคราะห์จากหลาย ๆ แง่มุม และกล้าที่จะลองทำอะไรใหม่ ๆ เพื่อให้เกิดความน่าสนใจและเพื่อการแก้ปัญหาของผลิตภัณฑ์ และอย่าทิ้งงานวิจัยตัวเองไปถ้ามันยังไม่สุด พยายามให้เกิดสิ่งใหม่ๆ ตลอดเวลาค่ะ”

สำหรับผู้สนใจเรื่องราวของกีตาร์ไม้ไผ่ชุด พิษณุระวี ได้ฝากบอกว่า “สามารถติดต่อ เว็บเพจของเพชบุรีค ชื่อว่า pich coiled bamboo guitar ซึ่งจะบอกเล่าเรื่องราวต่าง ๆ ประสบการณ์ต่าง ๆ ที่เราได้ไปออกงานหรือได้รับคำแนะนำรวมถึงการสั่งซื้อด้วย ตอนนี้ทางเราอยู่ระหว่างการจดทะเบียนการค้า โดยใช้ชื่อแบรนด์ Pich ที่เป็นทั้งชื่อจริงของเราและพ้องเสียงในภาษาอังกฤษ Pitch ที่แปลว่า ระดับเสียง การรับออเดอร์ตอนนี้จะเป็นลักษณะ ปรือออเดอร์ค่ะ มีการสั่งสินค้าได้ตามสเปกกีตาร์ที่ต้องการ ใช้เวลารอสินค้า 1-2 เดือน และแผนในอนาคต กำลังเริ่มผลิตสินค้าในสต็อกสินค้าเพื่อให้เราพร้อมจำหน่าย ในตัวมาตรฐานของเรามากขึ้น เป็นอีกช่องทางที่เราวางแผนจำหน่ายที่มากขึ้น”

“ตลาดนัดเปิดโลกงานวิจัยและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยพบผู้ใช้” เป็นนิทรรศการผลงานวิจัยและนวัตกรรมของมหาวิทยาลัย 4 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และมหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยการรวบรวมผลงานวิจัยต่าง ๆ ที่สามารถนำไปต่อยอดการค้าในเชิงพาณิชย์ หรือนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้อย่างเป็นรูปธรรม เสนอต่อคณะรัฐมนตรี ผู้บริหารระดับสูงแต่ละกระทรวง ตลอดจนสถาบัน องค์กร และหน่วยงานภาคเอกชน เพื่อให้เกิดการผลักดันขยายผลการวิจัยและนวัตกรรมไปใช้ประโยชน์ และสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงพาณิชย์ ตลอดจนการนำไปสู่การพิจารณาจัดซื้อจัดจ้างในหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน รวมทั้งส่งเสริมสนับสนุนการแลกเปลี่ยนข้อมูลความร่วมมือในการแก้ไขปัญหาที่เป็นอุปสรรคต่อการนำผลงานวิจัยและนวัตกรรมของไทยไปใช้ประโยชน์หรือเพิ่มมูลค่าเชิงพาณิชย์

จากเนื้อหา ข่าวกิตาร์ไม้ไผ่ขุด สื่อมวลชนได้นำประเด็นดังกล่าวไปเผยแพร่ต่อดังนี้

ลำดับ	ประเด็นข่าว	วันที่เผยแพร่	ลิงค์	
1	“กิตาร์ไม้ไผ่ขุด” ตัวละคร 4 หมื่น ผลงาน นักศึกษา ม.ขอนแก่น โดนใจ “นายกฯ ตู๋”	26 ก.ค.2560	https://mgronline.com/smes/detail/9600000076035	
2	นักศึกษา ม.ขอนแก่น ปลื้ม ‘บ๊ิกตู๋’ ขอซื้อ ‘กิตาร์ไม้ไผ่ขุด’ ผลงานจากภูมิ ปัญญาท้องถิ่น	8 ส.ค.2560	https://www.matichon.co.th/education/news_621782	
ลำดับ	ประเด็นข่าว	วันที่ตีพิมพ์	สำนักพิมพ์ /	ประเภทที่ตีพิมพ์
3	กิตาร์ไม้ไผ่ขุดสืบ สานภูมิปัญญา ท้องถิ่น	30 กรกฎาคม 2561	ไทยโพสต์	ข่าว
4	กิตาร์ไม้ไผ่ขุดฝีมือ คนไทย	3 สิงหาคม 2560	สยามรัฐ	คอลัมน์ล้ำโลก
5	ภูมิปัญญากีตาร์ไม้ไผ่	22 สิงหาคม 2560	กรุงเทพธุรกิจ	บทความ

จากตาราง สรุปว่า ข่าว ข่าวกิตาร์ไม้ไผ่ขุด สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ ที่ 4 Creative Economy องค์การที่ใช้องค์ความรู้และนวัตกรรมจากการเรียนการสอนและงานวิจัยเชิงสร้างสรรค์เพื่อ พัฒนาให้เกิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน สังคม และประเทศ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 10 : ศูนย์กลางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของภูมิภาค กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและทรัพยากรบุคคลเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยศิลป์และศาสตร์ของมหาวิทยาลัย กลยุทธ์ที่ 3 การพัฒนาหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนที่บูรณาการศาสตร์ที่เกี่ยวข้องทางด้านศิลปวัฒนธรรม การออกแบบ สถาปัตยกรรม ทั้งหลักสูตรเฉพาะทางและหลักสูตรระยะสั้น โดยได้รับการเผยแพร่จากสื่อสิ่งพิมพ์และเว็บไซต์ 5 ชิ้น แบ่งเป็น ข่าวเว็บไซต์ 2 ชิ้น ข่าว 1 ชิ้น บทความในหนังสือพิมพ์ 1 ชิ้น คอลัมน์ 1 ชิ้น

ผลการศึกษาที่รายงานมาข้างต้น ผู้ศึกษาได้นำมาสรุปและอภิปรายผลการศึกษาในบทต่อไป

บทที่ 5

สรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ประเด็นข่าว ปี 2560 ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่สื่อสิ่งพิมพ์ให้ความสนใจในการนำเสนอ ทำให้ผู้ศึกษาได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาข่าวและลักษณะเนื้อหาข่าวของที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ 4 เสาหลัก ของมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่เผยแพร่ในสื่อมวลชน และเพื่อศึกษาปัจจัยในการพิจารณาคัดเลือกและนำเสนอข่าวที่เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ 4 เสาหลัก โดยจะนำผลการวิเคราะห์ที่ได้รับจากการศึกษา มาปรับใช้ในการพัฒนารูปแบบลักษณะ และวิธีการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของ กองสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยขอนแก่นต่อไป ซึ่งผลการศึกษามีรายละเอียดดังนี้

ผลการศึกษาเอกสาร

สรุปอภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาเอกสาร ทำให้ผู้วิจัยได้พบข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของกองสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยขอนแก่น โครงสร้างการบริหารงานด้านข่าว กระบวนการคัดเลือก เผยแพร่ข่าวไปยังสาธารณชนและสื่อมวลชน ตลอดจนปัจจัยในการพิจารณาคัดเลือกและนำเสนอข่าวที่เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยขอนแก่นของสื่อมวลชน รวมทั้งข้อเสนอแนะต่างๆ ทั้งจาก สื่อมวลชน และ เจ้าหน้าที่ภายในมหาวิทยาลัยขอนแก่น สามารถนำมาสรุปและอภิปรายผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

อภิปรายผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์การศึกษา

ลักษณะเนื้อหาข่าวที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ 4 เสาหลัก ของมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่เผยแพร่ในสื่อมวลชนเป็นอย่างไร

ผู้ศึกษาได้แบ่งการอภิปรายแบ่งเป็น 4 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

1. ยุทธศาสตร์ ที่ 1: Green and Smart Campus องค์กรที่มีการจัดการที่ดี

ผู้ศึกษาได้คัดเลือก ข่าว มข. สร้างศูนย์การแพทย์ มาวิเคราะห์ โดยข่าวดังกล่าว สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ ที่ 1: Green and Smart Campus องค์กรที่มีการจัดการที่ดี ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 : สร้างความเป็นเลิศในการบริหารจัดการ กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาระบบบริหารจัดการองค์กรที่เป็นเลิศ และ กลยุทธ์ที่ 5 จัดหารายได้จากการบริหารจัดการทรัพยากร ทรัพย์สิน และทรัพย์สินทางปัญญา ได้รับการเผยแพร่จากสื่อสิ่งพิมพ์และเว็บไซต์ 26 ชิ้น แบ่งเป็น ข่าวในเว็บไซต์ 16 ชิ้น ข่าวหนังสือพิมพ์ 5 ชิ้น ภาพข่าว 3 ชิ้น คอลัมน์ 2 ชิ้น ตามลำดับ

จากการศึกษาข่าว มข. สร้างศูนย์การแพทย์ ที่ได้รับการเผยแพร่ นั้น สอดคล้องกับ **แนวคิดรูปลักษณะของข้อเขียนในหนังสือพิมพ์** ที่การเขียนข่าวของสื่อมวลชนมีรูปแบบของโครงสร้างที่ค่อนข้างตายตัว ที่ประกอบไปด้วยหัวข้อที่น่าสนใจ เช่น มข.ทุ่ม 2 หมื่นล้านสร้าง รพ. 5 พันเตียง ซึ่งลักษณะของ

ภาษาที่ใช้พาดหัวข่าวนั้น จะเป็นลักษณะเฉพาะตัว ถ้อยคำ สำนวน โวหาร ส่วนใหญ่ใช้ภาษาพูด เห็นได้จากการใช้คำว่า ทุ่ม เป็นส่วนประกอบการเขียน รวมไปถึง ความนำ (Leads) ส่วนเชื่อม (Neck) เนื้อเรื่อง (Details) ที่ระบุนรายละเอียดการแถลงข่าวของผู้บริหารมหาวิทยาลัย เห็นได้ว่าสื่อสิ่งพิมพ์ทุกฉบับล้วนนำเสนอข่าว เป็นไปตามโครงสร้างทั้งสิ้น ทั้งนี้ ภาพข่าวที่เกี่ยวข้องกับข่าว **มข. สร้างศูนย์การแพทย์** แม้ว่าจะมีเนื้อหาข่าวที่สั้นกระชับ แต่ยังคงเนื้อหาประเด็นสำคัญไว้ เกี่ยวกับเหตุการณ์การแถลงข่าว และ วัตถุประสงค์ในการจัดตั้งโรงพยาบาล นอกจากนี้ยังพบว่าข่าวดังกล่าว ปรากฏในคอลัมน์ ที่เกี่ยวกับกิจกรรมสำคัญในสังคม และ คอลัมน์ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา เนื่องจากเนื้อหาของข่าวสอดคล้องกับแนวทางการคัดเลือกเนื้อหาของคอลัมน์

นอกจากนี้ **ข่าว มข. สร้างศูนย์การแพทย์** ที่เผยแพร่ในหนังสือพิมพ์และเว็บไซต์ยังสอดคล้องกับแนวคิด **บทบาทความรับผิดชอบต่อการให้บริการชุมชนในด้านต่าง ๆ** ที่สื่อมวลชนให้ความสำคัญต่อการแถลงข่าวที่เกิดขึ้น และนำเสนออย่างรวดเร็วในวัตถุประสงค์ สอดคล้องกับความสดและทันต่อเหตุการณ์ในด้านของประเด็นการเผยแพร่ข่าวดังกล่าวเป็นจำนวนมาก สอดคล้องกับ แนวคิดการส่งเสริม สนับสนุนความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชน เพราะเนื้อหาของข่าวระบุถึงปัญหาด้านสุขภาพของคนอีสาน จนนำมาสู่แนวคิดการจัดตั้งโรงพยาบาลของมหาวิทยาลัยขอนแก่น

2. ยุทธศาสตร์ ที่ 2 : Excellence Academy องค์กรที่เป็นเลิศทางศิลปวิทยาการ

ผู้ศึกษาได้คัดเลือก ข่าว ฟ้าทะลายโจรฆ่ามะเร็ง มาวิเคราะห์ โดยข่าวดังกล่าว สอดคล้องกับ ยุทธศาสตร์ ที่ 2 : Excellence Academy องค์กรที่เป็นเลิศทางศิลปวิทยาการ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 6 : เป็นองค์กรที่เป็นเลิศด้านวิจัย กลยุทธ์ที่ 1 สร้างความเข้มแข็งในงานวิจัยที่เป็นความโดดเด่นของ มข. ไปสู่ระดับสากล กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาศักยภาพนักวิจัยให้สามารถผลิตผลงานที่มีคุณภาพ กลยุทธ์ที่ 3 ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานด้านการวิจัยและสร้างบรรยากาศการวิจัยที่เอื้อต่อ การผลิตผลงานที่มีคุณภาพ กลยุทธ์ที่ 4 นำผลงานวิจัยและนวัตกรรมสู่การสร้างมูลค่าและการใช้ประโยชน์เพื่อสังคม โดยได้รับการเผยแพร่จากสื่อสิ่งพิมพ์และเว็บไซต์ 14 ชิ้น แบ่งเป็น ข่าวในเว็บไซต์ 7 ชิ้น บทความในหนังสือพิมพ์ 3 ชิ้น ข่าวหนังสือพิมพ์ 3 ชิ้น คอลัมน์ 2 ชิ้น ตามลำดับ

จากการศึกษาข่าว **ฟ้าทะลายโจรฆ่ามะเร็ง** ที่ได้รับการเผยแพร่ นั้น สอดคล้องกับ แนวคิดรูปลักษณะของข้อเขียนในหนังสือพิมพ์ ที่การเขียนข่าวของสื่อมวลชนมีรูปแบบของโครงสร้างที่ค่อนข้างตายตัวที่ประกอบไปด้วยหัวข่าว ที่น่าสนใจ เช่น **อึกก้าวที่มิวิจัย “มข” คิดค้นฟ้าทะลายโจร ใช้ฆ่าเซลล์มะเร็งปากมดลูกยับยั้งเชื้อไวรัส** ซึ่งลักษณะของภาษาที่ใช้พาดหัวข่าวนั้น จะเป็นลักษณะเฉพาะตัว ถ้อยคำ สำนวน โวหาร ส่วนใหญ่ใช้ภาษาพูด เห็นได้จากการใช้คำว่า อึกก้าว เป็นส่วนประกอบการเขียนเพื่อสร้างความสนใจ รวมไปถึง ความนำ (Leads) ส่วนเชื่อม (Neck) เนื้อเรื่อง (Details) ที่ระบุนรายละเอียดเกี่ยวกับการวิจัยที่ได้ค้นพบสารสำคัญในฟ้าทะลายโจร

นอกจากนี้ยังพบว่าชาวดังกล่าว ถูกพัฒนาต่อยอดไปเป็นบทความที่ได้ตีพิมพ์เต็มหน้ากระดาษ สะท้อนถึงการให้ความสำคัญของเนื้อหาข่าว ฟ้ำทะเลลายโจรฆ่ามะเร็ง ที่มีเนื้อหาแปลกใหม่ มีผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชนเป็นจำนวนมาก สอดคล้องกับแนวคิดของ บทความ (มาลี บุญศิริพันธ์, 2550) ที่ระบุถึงลักษณะของบทความ เพื่อเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องที่เกิดขึ้น และยังอยู่ในกระแสความสนใจของประชาชน นอกจากนี้การเผยแพร่ในลักษณะบทความ ยังเป็นแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ เพราะผู้เขียนมีความเชี่ยวชาญในเรื่องที่เขียน

นอกจากนี้ การนำเสนอข่าว ฟ้ำทะเลลายโจรฆ่ามะเร็ง ยังปรากฏใน คอลัมน์ : ด้วยสมองและสองมือ และ คอลัมน์: การศึกษาสู่เศรษฐกิจ เนื่องจากเนื้อหาของข่าว สอดคล้องกับแนวทางการคัดเลือกเนื้อหาของคอลัมน์ ที่เกี่ยวกับการค้นพบนวัตกรรมใหม่ ๆ การค้นคว้าวิจัย และนำไปสู่การต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ ที่สามารถนำไปขยายผลได้ในเชิงพาณิชย์

3. ยุทธศาสตร์ ที่ 3 : Culture and Care Community องค์กรที่ส่งเสริมการทำงานบำรุงศิลปะ

วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ห่วงใยและดูแลชุมชนในมิติต่าง ๆ

ผู้ศึกษาได้คัดเลือกข่าว มข.ตั้งรับผู้สูงอายุ มาวิเคราะห์ โดยชาวดังกล่าว สอดคล้องกับ ยุทธศาสตร์ ที่ 3 : Culture and Care Community องค์กรที่ส่งเสริมการทำงานบำรุงศิลปะ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ห่วงใยและดูแลชุมชนในมิติต่างๆ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 9 : เป็นองค์กรที่มีความห่วงใยต่อสังคม กลยุทธ์ที่ 1 ความห่วงใยต่อสังคมภายในมหาวิทยาลัยขอนแก่นและชุมชนภายนอก กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนามหาวิทยาลัยให้เป็นองค์กรที่นำเสนอทางเลือกที่ดี และมีความรับผิดชอบต่อสังคม กลยุทธ์ที่ 3 สนับสนุนให้มหาวิทยาลัยขอนแก่นเป็นศูนย์กลางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่สำคัญของอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง

จากการศึกษาข่าว มข.ตั้งรับผู้สูงอายุ ที่ได้รับการเผยแพร่ นั้น สอดคล้องกับ แนวคิดรูปลักษณะของข้อเขียนในหนังสือพิมพ์ ที่การเขียนข่าวของสื่อมวลชนมีรูปแบบของโครงสร้างที่ค่อนข้างตายตัว ที่ประกอบไปด้วยหัวข้อ ความนำ (Leads) ส่วนเชื่อม (Neck) เนื้อเรื่อง (Details) ที่ระบุนรายละเอียดการจัดกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย และแม้ว่าประเด็นชาวดังกล่าวจะถือว่าได้รับการเผยแพร่บ่อยเมื่อนับเป็นจำนวนชิ้นงาน แต่ในขณะเดียวกันกลับพบว่าชาวดังกล่าวได้รับการพัฒนาต่อยอดเป็น บทความ ถึง 3 บทความ สะท้อนให้เห็นถึง การที่สื่อมวลชนเห็นความสำคัญของกิจกรรมดังกล่าว และได้ถ่ายทอดจากข่าวเป็นบทความ สอดคล้องกับ แนวคิด บทความ (มาลี บุญศิริพันธ์, 2550) ที่ว่าบทความทวีความสำคัญขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับข้อเขียนประเภทอื่น ๆ เพราะปัจจุบัน มีผู้นิยมอ่านบทความมากขึ้นตามลำดับ โดยเฉพาะผู้ที่ติดตามอ่านข่าวสารบ้านเมืองเป็นประจำ มักต้องการรับรู้ทันขณะ ความคิดเห็นจากผู้เขียนบทความที่เป็นแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ มีความเชี่ยวชาญในเรื่องที่เขียน ความคิดเห็นในหนังสือพิมพ์จึงมีประโยชน์และคุณค่าที่ผู้อ่านคาดหวัง

4. ยุทธศาสตร์ ที่ 4 Creative Economy องค์กรที่ใช้องค์ความรู้และนวัตกรรมจากการเรียนการสอนและงานวิจัยเชิงสร้างสรรค์เพื่อ พัฒนาให้เกิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน สังคม และประเทศ

ผู้ศึกษาได้คัดเลือก ชาวกีตาร์ไม้ไฟซัด มาวิเคราะห์ โดยชาวดังกล่าว สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ ที่ 4 Creative Economy องค์กรที่ใช้องค์ความรู้และนวัตกรรมจากการเรียนการสอนและงานวิจัยเชิงสร้างสรรค์ เพื่อ พัฒนาให้เกิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน สังคม และประเทศ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 10 : ศูนย์กลางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของภูมิภาค กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและทรัพยากรบุคคล เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยศิลป์และศาสตร์ของมหาวิทยาลัย กลยุทธ์ที่ 3 การพัฒนาหลักสูตรและการจัดการเรียนสอนที่บูรณาการศาสตร์ที่เกี่ยวข้องทางด้าน ศิลปวัฒนธรรม การออกแบบ สถาปัตยกรรม ทั้งหลักสูตรเฉพาะทางและหลักสูตรระยะสั้น

จากการศึกษา ชาวกีตาร์ไม้ไฟซัด ที่ได้รับการเผยแพร่ นั้น สื่อมวลชนได้นำเนื้อหาข่าวจากเว็บไซต์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น เรียบเรียงใหม่ โดยเนื้อหาที่น่าสนใจยังคง สอดคล้องกับ แนวคิดรูปลักษณะของข้อเขียน ในหนังสือพิมพ์ ที่การเขียนข่าวของสื่อมวลชนมีรูปแบบของโครงสร้างที่ค่อนข้างตายตัว ที่ประกอบไปด้วยหัวข้อ ความนำ (Leads) ส่วนเชื่อม (Neck) เนื้อเรื่อง (Details) ที่ระบุนรายละเอียดแรงบันดาลใจในการทำกีตาร์ รวมไปถึงเมื่อพัฒนาต่อยอดแล้วสามารถสร้างมูลค่าเป็นผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ได้ จนได้รับความสนใจ นายกรัฐมนตรี โดยได้รับการเผยแพร่จากสื่อสิ่งพิมพ์และเว็บไซต์ 5 ชิ้น แบ่งเป็น ข่าวเว็บไซต์ 2 ชิ้น ข่าว 1 ชิ้น บทความในหนังสือพิมพ์ 1 ชิ้น คอลัมน์ 1 ชิ้น

ทั้งนี้การนำเสนอในลักษณะ บทความที่ได้ตีพิมพ์เต็มหน้ากระดาษ สะท้อนถึงการให้ความสำคัญของเนื้อหา ชาวกีตาร์ไม้ไฟซัด ที่มีเนื้อหาแปลกใหม่ สอดคล้องกับแนวคิดรัฐบาลที่ส่งเสริมการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนา ต่อยอดวัสดุจากท้องถิ่น ซึ่งความสำคัญตรงนี้ สอดคล้องกับแนวคิดของ บทความ (มาลี บุญศิริพันธ์, 2550) ที่ระบุถึงลักษณะของบทความ เพื่อเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องที่เกิดขึ้น และยังคงอยู่ในกระแสความสนใจของประชาชน สอดคล้องกับสภาวะทางสังคม นอกจากนี้การเผยแพร่ในลักษณะ บทความ ยังเป็นแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ เพราะผู้เขียนมีความเชี่ยวชาญในเรื่องที่เขียน และยังคงแสดงทัศนคติที่ชื่นชมแนวคิดของเยาวชน

นอกจากนี้ การนำเสนอข่าว กีตาร์ไม้ไฟซัด ยังปรากฏใน คอลัมน์ล้ำโลก เนื่องจากเนื้อหาของข่าว สอดคล้องกับแนวทางการคัดเลือกเนื้อหาของคอลัมน์ ที่เกี่ยวกับการค้นพบนวัตกรรมใหม่ ๆ ของนักศึกษา การค้นคว้าวิจัย และนำไปสู่การต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ ที่สามารถนำไปขยายผลได้ในเชิงพาณิชย์

ปัจจัยในการพิจารณาคัดเลือกและนำเสนอข่าวที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยขอนแก่น
 ผู้ศึกษาได้แบ่งการอภิปรายแบ่งเป็น 4 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

1. ยุทธศาสตร์ ที่ 1: Green and Smart Campus องค์กรที่มีการจัดการที่ดี

ผู้ศึกษาได้คัดเลือก ข่าว มข. สร้างศูนย์การแพทย์ มาวิเคราะห์ โดยข่าวดังกล่าว สอดคล้องกับ ยุทธศาสตร์ ที่ 1: Green and Smart Campus องค์กรที่มีการจัดการที่ดี ที่สะท้อนถึงความทันสมัย การจัดการที่ดี ฉะนั้นจึงเห็นได้ว่า ข่าวที่อยู่ในความสนใจของสื่อมวลชนยุทธศาสตร์ ที่ 1 (1) Green and Smart Campus : จะเป็นข่าวที่มีเนื้อหาในเชิง การเป็นองค์กรที่มีการบริหารจัดการ ที่ทันสมัยโดดเด่น การใช้เทคโนโลยีอำนวยความสะดวกในการจัดการระบบต่างๆภายในมหาวิทยาลัย การคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่า ซึ่งองค์ประกอบของข่าวที่สื่อมวลชนนำเสนอจะประกอบไปด้วย เนื้อหาโครงการ บทสัมภาษณ์ผู้บริหารการ เชื่อมโยงว่าการจัดการดังกล่าวส่งผลดีต่อสังคมโดยรวมอย่างไร เพราะฉะนั้นจะเห็นได้ว่าการนำเสนอข่าวที่ สนับสนุนยุทธศาสตร์ ที่ 1 (1) Green and Smart Campus สร้างภาพลักษณ์อันดีต่อองค์กรอย่างยิ่ง เพราะ สะท้อนภาพลักษณ์การดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ ทันสมัย ใช้เทคโนโลยี คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นประเด็น ที่ประชาคมโลกให้ความสำคัญ ซึ่งปัจจัยในการนำเสนอข่าว มข. สร้างศูนย์การแพทย์ สอดคล้องกับ **แนวคิด การคิดและจับประเด็นข่าว** ที่ระบุถึง ผลกระทบ ที่เนื้อหาของข่าวได้ถูกคัดเลือก เนื่องจากกระทบต่อผู้คนหรือ สาธารณะชนในวงกว้าง เป็นสิ่งส่วนที่คนส่วนใหญ่จำเป็นต้องรู้ มีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตและการตัดสินใจ ผู้สื่อข่าวหรือบรรณาธิการพิจารณาแล้วว่ามีคุณค่าควรแก่การเป็นประเด็นข่าวเพื่อนำสู่สาธารณชน

เพราะฉะนั้นจะเห็นได้ว่าการนำเสนอข่าวที่สนับสนุนยุทธศาสตร์ ที่ 1 (1) Green and Smart Campus สร้างภาพลักษณ์อันดีต่อองค์กรอย่างยิ่ง เพราะสะท้อนภาพลักษณ์การดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ ทันสมัย ใช้เทคโนโลยี ในการดำเนินกิจการซึ่งเป็นประเด็นที่ประชาคมโลกให้ความสำคัญ

2. ยุทธศาสตร์ ที่ 2: Excellence Academy องค์กรที่เป็นเลิศทางศิลปวิทยาการ

ผู้ศึกษาได้คัดเลือก ข่าว ฟ้าทะลายโจรฆ่ามะเร็ง มาวิเคราะห์ โดยข่าวดังกล่าว สอดคล้องกับ ยุทธศาสตร์ ที่ 2 : Excellence Academy องค์กรที่เป็นเลิศทางศิลปวิทยาการ ซึ่งข่าว ฟ้าทะลายโจรฆ่ามะเร็ง เป็นอีกข่าวที่อยู่ในความสนใจของสื่อมวลชน ซึ่งองค์ประกอบของข่าวที่สื่อมวลชนนำเสนอจะประกอบไปด้วย เนื้อหาโครงการวิจัย บทสัมภาษณ์นักวิจัย บทสัมภาษณ์ผู้บริหาร ผู้ได้รับประโยชน์จากงานวิจัยชิ้นนั้น ซึ่งปัจจัย ในการนำเสนอข่าว ข่าว ฟ้าทะลายโจรฆ่ามะเร็ง สอดคล้องกับ **แนวคิด ความเด่น (Prominence) ของข่าว** ที่ข่าวประเด็นนั้นส่วนมากมักมีองค์ประกอบของความเด่นอยู่ด้วยเสมอ เช่น บุคคลเด่น สถานที่เด่น เหตุการณ์เด่น เป็นต้น โดยในเหตุการณ์นี้ความเด่นที่ทำให้สื่อมวลชน นำข่าว ฟ้าทะลายโจรฆ่ามะเร็ง ไปเผยแพร่ต่อจำนวนมาก คือเหตุการณ์เด่น เพราะมีเนื้อหาการสร้างองค์ความรู้ใหม่ ๆ นอกจากนี้ข่าวงานวิจัยดังกล่าวยังมีผลกระทบเชิงสุขภาพ ไม่เคยมีในท้องตลาด

เพราะฉะนั้นจะเห็นได้ว่าการนำเสนอข่าวที่สนับสนุนยุทธศาสตร์ ที่ (2) Excellence Academy สร้างภาพลักษณ์นำไปสู่วิสัยทัศน์ขององค์กรที่ต้องการจะเป็น “มหาวิทยาลัยวิจัยชั้นนำระดับโลก” เพราะข่าวสะท้อนภาพลักษณ์ขององค์กรทางการศึกษาที่มีบรรยากาศที่ส่งเสริมให้คณาจารย์ค้นคว้าวิจัย สร้างองค์ความรู้ใหม่ในการพัฒนาสังคม ประเทศชาติ ยิ่งไปกว่านั้นการผลิตผลงานวิจัยที่มีความโดดเด่นสม่ำเสมอส่งผลต่อความเชื่อมั่นทางวิชาการ และภาพลักษณ์ทางวิชาการที่มีความแข็งแกร่งของมหาวิทยาลัยด้วย

3. ยุทธศาสตร์ ที่ 3: Culture and Care Community องค์กรที่ส่งเสริมการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ห่วงใยและดูแลชุมชนในมิติต่างๆ

ผู้ศึกษาได้คัดเลือกข่าว มข.ตั้งรับผู้สูงอายุ มาวิเคราะห์ โดยข่าวดังกล่าว สอดคล้องกับ ยุทธศาสตร์ ที่ 3 : Culture and Care Community องค์กรที่ส่งเสริมการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ห่วงใยและดูแลชุมชนในมิติต่าง ๆ เห็นได้ว่าข่าวที่อยู่ในความสนใจของสื่อมวลชนที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์นี้ จะเป็นข่าวที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับกิจกรรมที่มหาวิทยาลัยทำร่วมกับชุมชน โดยการใช้องค์ความรู้ในการช่วยเหลือผลักดัน กิจกรรมต่าง ๆ ในชุมชน ส่วนใหญ่ข่าวที่สื่อมวลชนให้ความสำคัญจะเป็นประเด็น การยกระดับคุณภาพชีวิต สุขภาพ ปากท้องของประชาชน และการที่มหาวิทยาลัยขอแก่นเป็นมหาวิทยาลัยที่อยู่ในภาคอีสาน ซึ่งองค์ประกอบของข่าวที่สื่อมวลชนนำเสนอจะประกอบไปด้วย เนื้อหาโครงการ บทสัมภาษณ์ผู้ร่วมกิจกรรม บทสัมภาษณ์ผู้บริหาร ชาวบ้านในชุมชนผู้ได้รับประโยชน์จากกิจกรรม ความเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับการทำกิจกรรมเพื่อสังคม การเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ดีขึ้นเกี่ยวกับการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม เห็นได้ว่าปัจจัยข้างต้นสอดคล้องกับ ปัจจัยที่มีผลต่อการคัดสรรประเด็นข่าว ที่ผู้สื่อข่าวหรือบรรณาธิการใช้ดุลพินิจในฐานะเป็นผู้กลั่นกรองข่าวสาร (Agenda setting) ที่ผู้สื่อข่าว มีความรู้เชิงโครงสร้าง และเชิงลึก ที่ผู้สื่อข่าวหรือบรรณาธิการต้องมีความรู้ทั้งเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม ในการคัดเลือกข่าวสารเพื่อเผยแพร่

เพราะฉะนั้นจะเห็นได้ว่าการนำเสนอข่าวที่สนับสนุนยุทธศาสตร์ ที่ (3) Culture and Care Community : สร้างภาพลักษณ์การเป็นสถานศึกษาที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งยังสามารถสร้างความเชื่อมั่นในการเป็นชุมชนทางวัฒนธรรมระดับภูมิภาค เป็นที่ไว้วางใจของประชาชนในพื้นที่

4. ยุทธศาสตร์ ที่ 4 Creative Economy องค์กรที่ใช้องค์ความรู้และนวัตกรรมจากการเรียนการสอนและงานวิจัยเชิงสร้างสรรค์เพื่อ พัฒนาให้เกิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน สังคม และประเทศ

ผู้ศึกษาได้คัดเลือก ข่าวกีตาร์ไม้ไผ่ขุด มาวิเคราะห์ โดยข่าวดังกล่าว สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ ที่ 4 Creative Economy องค์กรที่ใช้องค์ความรู้และนวัตกรรมจากการเรียนการสอนและงานวิจัยเชิงสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาให้เกิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน สังคม และประเทศ ซึ่งข่าวกีตาร์ไม้ไผ่ขุดเป็นข่าวที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับ การพัฒนาองค์ความรู้สร้างสรรค์ จากคณาจารย์ และนักศึกษา ในการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่ต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมไปถึง การสนับสนุนนักศึกษาในการแสวงหาประสบการณ์ที่ส่งผล

ต่อการผลิตบัณฑิตที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ซึ่งองค์ประกอบของข่าวที่สื่อมวลชนนำเสนอจะประกอบไปด้วย เนื้อหาโครงการ บทสัมภาษณ์นักศึกษา บทสัมภาษณ์ผู้บริหาร บทสัมภาษณ์อาจารย์ ความเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับการทำงานเชิงสร้างสรรค์ที่นำไปสู่ผลระดับประเทศสอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล ไทยแลนด์ 4.0 ที่ต้องการจะพัฒนาท้องถิ่นโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์

ทั้งนี้ ข่าวกิตติารไม่ไผ่ชด ที่ทำให้สื่อมวลชนให้ความสนใจเผยแพร่เป็นจำนวนมาก สืบเนื่องจาก นายกรัฐมนตรีสนใจผลิตภัณฑ์ดังกล่าว เพราะเป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากนักศึกษา และเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น จากบริบทนี้เอง สอดคล้องกับ **แนวคิดความเด่น** ที่หนังสือพิมพ์หรือสื่อมวลชนอื่น มักใช้องค์ประกอบนี้เป็น ส่วนสำคัญในการพิจารณาการรายงานข่าว เพราะเชื่อว่าความเคลื่อนไหวของบุคคลสำคัญหรือองค์กรที่เด่น มักได้รับความสนใจเสมอ

เห็นได้ว่าการเผยแพร่ข่าวที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์ ที่ (4) Creative Economy and Society นี้ หาก นักประชาสัมพันธ์สามารถเขียนข่าวเชื่อมโยงกับนโยบายรัฐบาล หรือโครงการเชิงสร้างสรรค์ระดับประเทศได้ ข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่นจะได้รับการเผยแพร่เป็นจำนวนมาก ส่งผลต่อภาพลักษณ์อันดีของ มหาวิทยาลัยขอนแก่นด้วยเช่นกัน

3. ข้อเสนอแนะ ในการนำมาปรับใช้ในการพัฒนา รูปแบบ ลักษณะ และวิธีการเขียนข่าวเพื่อการ ประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยขอนแก่น

1. การนำเสนอข่าวที่สนับสนุนยุทธศาสตร์ เป็นการสร้างภาพลักษณ์อันดีต่อองค์กรอย่างยิ่ง เพราะ สะท้อนภาพลักษณ์การดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้จำเป็นอย่างยิ่งที่นักประชาสัมพันธ์จะต้องเขียนข่าว เพื่อเชื่อมโยงถึงยุทธศาสตร์ 4 เสาหลัก เพื่อตอกย้ำการสร้างภาพลักษณ์ให้ผู้มีส่วนได้เสียเกิดการจดจำ นอกจากนี้จำเป็นอย่างยิ่งที่นักประชาสัมพันธ์ต้องมีความสามารถในการเชื่อมโยง ประเด็นข่าว ให้เชื่อมโยงกับ นโยบายรัฐบาล หรือโครงการเชิงสร้างสรรค์ระดับประเทศได้ ข่าวของมหาวิทยาลัยขอนแก่นจะได้รับการ เผยแพร่เป็นจำนวนมาก ส่งผลต่อภาพลักษณ์อันดีของมหาวิทยาลัยขอนแก่นด้วยเช่นกัน

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 เลิศรัตนวิสุทธิ์ และอังฉิลา ลิ้มปัทมปาณี, องค์ประกอบข่าวและประเด็นข่าว ในประมวลสาระ
ชุดวิชาการข่าวเบื้องต้น.หน่วยที่1-6. (พิมพ์ครั้งที่ 1) : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2547.

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

วาสนา จันทรสว่าง, ภาพลักษณ์ กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : คณะสาธารณสุขศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหิดล, 2541.

สิริทิพย์ ชันสุวรรณ, การบริหารงานหนังสือพิมพ์ กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ประกายพริก, 2539

พัชนี เขยจรรยา และคณะ, แนวคิดและหลักนิเทศศาสตร์ พิมพ์ครั้งที่ 4 กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ข้างฟ้า, 2538.

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, การสื่อสารกับสังคม, กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533

มาลี บุญศิริพันธ์, หลักการทำหนังสือพิมพ์เบื้องต้น กรุงเทพฯ : คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2531.

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

วิทยานิพนธ์

ภัคชуда อ่ำไพพรรณ และ วิเชียร ลัทธิพงศ์พันธ์, กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของสำนักงาน
คณะกรรมการกำกับกิจการพลังงานต่อสื่อมวลชน. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ, 2559.

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

ศศิภาญจน์ 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 การเสริมสร้าง สุขภาวะในระยะท้ายชีวิต กระทรวงสาธารณสุข พ.ศ. 2558
 : นักประชาสัมพันธ์ ปฏิบัติการ กองสื่อสารองค์กร สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น ตั้งแต่วันที่ 30 มิถุนายน พ.ศ. 2558 – ปัจจุบัน



การศึกษาเรื่อง

การวิเคราะห์ประเด็นข่าวปี 2560 ที่สอดคล้องกับ

ยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ที่สื่อสิ่งพิมพ์ให้ความสนใจในการนำเสนอ

ผู้ศึกษา : นางสาวรวีพร สายแสนทอง

ตำแหน่ง : นักประชาสัมพันธ์ ปฏิบัติการ

กองสื่อสารองค์กร สำนักงานอธิการบดี

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

เอกสารการศึกษานี้ เป็นการศึกษารวบรวม

การพัฒนากิจการปฏิบัติงานในหน้าที่ ตำแหน่งนักประชาสัมพันธ์

ปีที่พิมพ์ : พ.ศ. 2561