2

เทคนิคการออกแบบงานเขียน สำหรับการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์

เป้าหมายของการศึกษาบทนี้

- ✏ เข้าใจขั้นตอนการออกแบบงานเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์
- ✏ รู้จักองค์ประกอบของการเขียน และการนำมาใช้ประโยชน์ในการเขียน
- ✏ สามารถเขียนข้อความตามโครงสร้างการเขียนที่กำหนดขึ้น

โครงสร้างเนื้อหา

ลำดับขั้นตอนในการออกแบบงานเขียน

1. ขั้นตอนการศึกษาโจทย์/ปัญหา/คำสั่ง/นโยบาย/แผนงาน ที่ได้รับมา
2. ขั้นตอนการกำหนดจุดมุ่งหมายของการเขียน
3. ขั้นตอนการเลือกองค์ประกอบในการเขียน
   - 3.1 องค์ประกอบทั่วไปของการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์
   - 3.2 เกณฑ์การพิจารณาเลือกองค์ประกอบที่จะใช้

4. ขั้นตอนการออกแบบข้อความ/เขียนร่าง
    4.1 สิ่งที่ต้องพิจารณาในการเขียนเนื้อหา
        4.1.1 วัฒนธรรมและค่านิยมของกลุ่มเป้าหมาย
        4.1.2 รายละเอียดที่กลุ่มเป้าหมายคาดหวังอยากรู้
    4.2 สิ่งที่ต้องพิจารณาในการเลือกใช้คำและสำนวน
        4.2.1 ระดับของผู้เขียนเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มเป้าหมาย
        4.2.2 ความสำคัญของเรื่องที่เขียน
        4.2.3 สื่อที่จะใช้
5. ขั้นตอนการตรวจทานอีกครั้งและทำให้สละสลวย

2

ขั้นตอนการออกแบบงานเขียน เพื่อการประชาสัมพันธ์

"...การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์จะต้องสอดคล้องกับความจำเป็นและความต้องการขององค์กร โดยยึดถือหลักการประชาสัมพันธ์เป็นสำคัญ ดังนั้น ในการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์สำหรับหน่วยงานใดก็ตาม จะต้องมีที่มาที่ไปที่ชัดเจน เพื่อให้สามารถออกแบบข้อความได้อย่างมีขั้นตอน ไม่สะเปะสะปะ หรือไร้ทิศทาง..."

ในการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์นั้น ผู้เขียนอาจเป็นเจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ซึ่งเขียนตามประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้น หรือเขียนตามคำสั่งของผู้บังคับบัญชา ที่ให้โจทย์หรือนโยบายในการเขียน ในบางกรณี ผู้บริหารหรือผู้บังคับบัญชาอาจจะเป็นผู้เขียนข้อความเพื่อการประชาสัมพันธ์เอง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับระดับความสำคัญของเรื่องที่เขียน และความไว้วางใจให้ฝ่ายประชาสัมพันธ์เป็นผู้ทำหน้าที่เขียน

เมื่อมีความถามว่า เรื่องสำคัญบางเรื่องที่ผู้บริหารลงมือเขียนข้อความเอง ทำไมจึงเขียนออกมาได้ดี สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการ ทั้ง ๆที่ไม่ได้เรียนด้านการประชาสัมพันธ์มาก่อน ในขณะที่นักประชาสัมพันธ์หน้าใหม่อาจจะยังด้อยทักษะในการเขียนให้ได้ดี เหตุการณ์เหล่านี้เป็นเพราะอะไร และทำอย่างไรจึงจะเขียนข้อความเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้ได้ดี

อันที่จริงผู้ที่สามารถเขียนได้ดี เช่นในกรณีของผู้บริหารบางท่านนั้น ไม่ได้เกิดจากพรสวรรค์อันใด แต่เกิดจากการได้ลงมือเขียนอยู่เสมอ ไม่ว่าจะเขียนแผน จดหมายติดต่อ หรือบทความต่าง ๆ ซึ่งทักษะในการเขียนจากประสบการณ์ด้านต่าง ๆ รวมถึงความสามารถในการเรียงลำดับความคิด และความเข้าใจในเรื่องที่เขียนเป็นอย่างดี จะช่วยให้ประสบความสำเร็จในการเขียน อันหมายรวมถึงการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ด้วย

การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์มีหลักการที่ชัดเจนอยู่ในตัว กล่าวคือ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่ม public เป้าหมาย ปรับทัศนคติที่เป็นลบให้เปลี่ยนเป็นบวกก ยึดถือผลประโยชน์ของกลุ่ม public เป้าหมาย คำนึงถึงข้อเท็จจริง และเขียนให้จูงใจ

ในเชิงสัมพันธ์กับองค์กรและการบริหารองค์กรนั้น การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์จะต้องสอดคล้องกับความจำเป็นและความต้องการขององค์กร โดยยึดถือหลักการประชาสัมพันธ์เป็นสำคัญ ดังนั้น ในการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์สำหรับหน่วยงานลักษณะใดก็ตาม จะต้องมีที่มาที่ไปที่ชัดเจน เพื่อให้สามารถออกแบบข้อความได้อย่างมีขั้นตอน ไม่สะเปะสะปะ หรือไร้ทิศทาง

ลำดับขั้นตอนในการออกแบบงานเขียน

ขั้นตอนสำคัญที่ใช้ในการเขียนเพื่อประชาสัมพันธ์ หรือจะเรียกว่า ขั้นตอนในการออกแบบงานเขียนนั้น พอสรุปได้โดยสังเขป ดังนี้

1. ขั้นตอนการศึกษาโจทย์/ปัญหา/คำสั่ง/นโยบาย/แผนงาน ที่ได้รับมา

ในการประชาสัมพันธ์นั้น ก่อนที่จะมีการดำเนินงานใด ๆจะต้องมีโจทย์ก่อน หรือเกิดมีประเด็นปัญหาที่ต้องแก้ไข ซึ่งนักประชาสัมพันธ์อาจเป็นผู้พบโจทย์จากการสังเกต หรือศึกษา ทำวิจัยเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางการประชาสัมพันธ์ หรือได้จากการสำรวจความคิดเห็น ทัศนคติ และระดับความร่วมมือของกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ นักประชาสัมพันธ์อาจได้รับโจทย์หรือประเด็นปัญหาในการประชาสัมพันธ์จากผู้บริหาร ซึ่งมอบหมายให้ในรูปของคำสั่ง นโยบาย หรือแผนงาน จากนั้นจึงนำไปสู่ขั้นตอนการปฏิบัติ ซึ่งงานปฏิบัติที่สำคัญและหลีกเลี่ยงไม่ได้ก็คือ งานเขียน

ตัวอย่างของโจทย์หรือปัญหาเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ เช่น

+ เกิดข่าวลือหรือความเข้าใจผิดเกี่ยวกับหน่วยงานของเรา
+ กลุ่ม public ไม่ค่อยทราบถึงเหตุผลที่องค์กรของเราได้กระทำไป
+ หน่วยงานของเรา/ผลงานยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก
+ กลุ่ม public เป้าหมายห่างเหินจากองค์กรของเรา
+ กลุ่ม public เป้าหมายไม่ให้ความร่วมมือ องค์กรดำเนินงานไม่ราบรื่น
+ พนักงานแผนกต่าง ๆไม่ให้ความสำคัญกับงานประชาสัมพันธ์
+ ภาพลักษณ์ขององค์กรดีอยู่แล้ว แต่อาจไม่สามารถรักษาภาพลักษณ์นั้นไว้ได้

เมื่อมีโจทย์หรือปัญหาต่าง ๆที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์เกิดขึ้น ผู้ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ จะต้องหาทางแก้ไขโจทย์หรือปัญหาเหล่านั้น

ในขั้นตอนนี้ นักประชาสัมพันธ์ควรมีความชัดเจนแล้วว่า กลุ่ม public เป้าหมายของเราคือกลุ่มใด ถ้ายังไม่ชัดเจนก็ต้องหาทางทำให้ชัดเจน ไม่ว่าจะโดยการศึกษาปัญหาให้ชัดเจนยิ่งขึ้น หรือสอบถามจากผู้บริหารให้แน่ชัด คำตอบเรื่องกลุ่ม public เป้าหมายถือเป็นสิ่งสำคัญมาก เพราะจะเป็นตัวกำหนดลักษณะของการเขียน เนื้อหา รวมไปถึงการเลือกใช้คำและสไตล์ในการเขียน

ก่อนที่ไปถึงขั้นต่อไป ขอให้คำนึงเสมอว่า การแก้ไขโจทย์ด้านการประชาสัมพันธ์ในแทบทุกกรณี จะหลีกหนีเรื่องของ"การเขียน"ไม่ได้เลย จึงไม่ควรมองว่า งานเขียนเป็นเรื่องเล็ก ให้ใครเขียนก็ได้ ไม่ต้องพิถีพิถันก็ได้ แต่ในทางตรงกันข้าม ต้องให้ความสำคัญกับงานเขียนมากเป็นพิเศษ

2. ขั้นตอนการกำหนดจุดมุ่งหมายของการเขียน

เมื่อเราทราบถึงโจทย์หรือปัญหาแล้ว ก็มาถึงการกำหนดจุดมุ่งหมายของการเขียน นั่นคือ เราต้องการแก้ปัญหาให้ได้อย่างไร จุดมุ่งหมายในการเขียนจะต้องสอดคล้องกับตัวโจทย์หรือปัญหาเสมอ ทั้งนี้ โดยอยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริง (ข้อเท็จจริง)

ตัวอย่างของจุดมุ่งหมายของการเขียน

- ✔ เพื่อให้กลุ่มพนักงานเข้าใจบริษัทถูกต้องตรงความเป็นจริง
- ✔ เพื่อให้กลุ่มลูกค้าทราบและพึงพอใจในผลงานที่องค์กรได้กระทำไป
- ✔ เพื่อให้ได้รับความร่วมมือจากชุมชนโดยรอบ
- ✔ เพื่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีขึ้นระหว่างองค์กรของเรากับกลุ่ม public เป้าหมาย
- ✔ เพื่อให้กลุ่มผู้สนับสนุนชื่นชอบในองค์กรของเรา และให้การสนับสนุนต่อไป

ตัวอย่างของจุดมุ่งหมายที่ต้องไม่นำเอามาเป็นจุดมุ่งหมาย

- ✘ เพื่อให้กลุ่ม public เข้าใจผิด บิดเบือนจากข้อเท็จจริง
- ✘ เพื่อให้กลุ่ม public มองข้ามการกระทำอันผิดพลาดขององค์กร
- ✘ เพื่อยืนหยัดว่า องค์กรของเราทำถูกต้อง ทั้ง ๆที่ยังไม่มีความชัดเจนในบางเรื่อง

จุดมุ่งหมายใดที่นำไปสู่การบิดเบือน หรือความคิดเชิงลบ ดังยกตัวอย่างข้างต้นนี้ ไม่สอดคล้องกับหลักการประชาสัมพันธ์ แต่อาจใช้ในการโฆษณาชวนเชื่อ หรือกลยุทธเพื่อให้ได้มาซึ่งผล

ประโยชน์ส่วนตน หากจุดมุ่งหมายของการเขียนในขั้นตอนนี้ ไม่เป็นไปตามหลักการประชาสัมพันธ์ ก็ควรยุติการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ไว้ตรงขั้นตอนนี้ได้เลย เพราะหากพัฒนาต่อไปจนถึงขั้นการออกแบบข้อความและเผยแพร่ผ่านสื่อ ผลที่ได้รับอาจหมายถึงความเสียหายอย่างรุนแรงต่อองค์กรของเราได้

ครั้นได้กำหนดจุดมุ่งหมายของการเขียนแต่ละครั้งแล้ว ขอให้ยึดถือจุดหมายที่กำหนดไว้เสมอ จนกว่าการเขียนจะเสร็จสิ้น อย่าได้หลงลืม ไขว้เขว หรือหลงประเด็น จนการเขียนที่ออกมาไม่ตรงกับจุดมุ่งหมายที่ตั้งเอาไว้

3. ขั้นตอนการเลือกองค์ประกอบในการเขียน

ในการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ ไม่ว่าจะได้กำหนดจุดมุ่งหมายใดไว้ก็ตาม แนวทางส่วนใหญ่ในการวางโครงสร้างเนื้อหาของงานเขียนแต่ละชิ้นจะใกล้เคียงกัน กล่าวคือ งานเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์จะต้องมีองค์ประกอบของข้อความ ซึ่งเลือกจากองค์ประกอบต่อไปนี้

องค์ประกอบทั่วไปในการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์

3.1 ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรของเรากับกลุ่มเป้าหมาย
- ความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันเสมอมา
- ความสัมพันธ์ที่ค่อย ๆพัฒนาให้ดีขึ้น
- ความตั้งใจที่จะพัฒนาความสัมพันธ์ให้ดีขึ้น

3.2 ผลประโยชน์หรือความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
- ผลประโยชน์ที่องค์กรของเราได้ทำให้แล้ว
- ผลประโยชน์ที่องค์กรของเราจะกระทำให้
- ผลประโยชน์ที่กลุ่มเป้าหมายได้รับ

3.3 ข้อเท็จจริง เช่น การดำเนินงานจริง เหตุการณ์ที่เกิดขึ้น

3.4 ความประทับใจ/ประสบการณ์ร่วมกันที่ดี

3.5 การสื่อสาร 2 ทาง จากเราไปสู่เขา และจากเขามาสู่เรา

3.6 อื่น ๆ (ถ้ามี) เช่น บุคคลผู้มีชื่อเสียง กลุ่มอ้างอิง

ในการเขียนใด ๆเพื่อการประชาสัมพันธ์ ผู้เขียนจะต้องพิจารณาว่า จากองค์ประกอบดังกล่าวข้างต้นนี้ เราจะเลือกใช้องค์ประกอบตัวใดบ้าง เพื่อนำมาเป็นโครงสร้างในการเขียน จะเลือกองค์

ประกอบเพียงบางตัวหรือทั้งหมด เลือกเพียงองค์ประกอบเดียว หรือหลายองค์ประกอบ ทั้งนี้ให้พิจารณาจากกลุ่มเป้าหมายและลักษณะของปัญหา

เกณฑ์การพิจารณาเลือกองค์ป

+ *กลุ่ม public เป้าหมายของเรา มีลักษณะอย่างไร* จูงใจได้ยากง่ายแค่ไหน และองค์ประกอบอันใดที่เมื่อนำมาเขียนถึงแล้วจะสามารถจูงใจได้ เช่น การสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ถือหุ้น ควรเลือกผลประโยชน์ที่พวกเขาจะได้รับ เป็นองค์ประกอบสำคัญในการเขียน
+ *ลักษณะประเด็นปัญหาเป็นอย่างไร* ควรเลือกใช้องค์ประกอบอันใดจึงจะเพียงพอต่อการจูงใจ เช่น การขอความร่วมมือ อาจจะเลือกองค์ประกอบความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับกลุ่มเป้าหมาย และข้อเท็จจริง (เหตุผลในการขอความร่วมมือ) มาเป็นโครงสร้างในการเขียน

ตัวอย่างในการเลือกองค์ประกอบของโครงสร้างการเขียน เช่น เราต้องการเขียนจดหมายถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีความสัมพันธ์ที่ดีกับองค์กรของเราอยู่แล้ว เพื่อขอความร่วมมือในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เราต้องพิจารณาว่า เราควรจะกล่าวถึงอะไรบ้างในข้อเขียนของเรา จึงจะได้รับความร่วมมือที่ดี เช่นว่า เราเลือกองค์ประกอบที่จะเขียนข้อความสำหรับการขอความร่วมมือไว้ 3 ตัว ได้แก่

1) ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรของเรากับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายตระหนักถึงความสัมพันธ์อันดีที่เคยมีมาต่อกัน

2) ข้อเท็จจริง ได้แก่ จะกล่าวถึงเรื่องที่ต้องการขอความร่วมมือ ว่าเราจะขอความร่วมมือในเรื่องใด

3) การสื่อสาร 2 ทาง เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ที่มีข้อสงสัยหรือข้อเสนอแนะ สามารถติดต่อกลับมายังเราได้

องค์ประกอบทั้ง 3 ตัวที่เลือกมานี้ ถือเป็น *โครงสร้างเนื้อหาที่จะเขียน* โดยเราจะยึดถือองค์ประกอบทั้งสามนี้เป็นแนวทางในการเขียนข้อเขียนทั้งหมดของเรา เช่น ย่อหน้าแรกเขียนถึงความสัมพันธ์ที่ดี ย่อหน้าที่ 2 เขียนถึงข้อเท็จจริงที่ต้องการขอความร่วมมือ และย่อหน้าที่ 3 เขียน ถึงช่องทางสำหรับกลุ่มเป้าหมายในการติดต่อกลับ เช่น แสดงความคิดเห็น สอบถามข้อสงสัย เป็นต้น

อีกตัวอย่างหนึ่งในการเลือกองค์ประกอบของโครงสร้างในการเขียน เช่น เราต้องการเขียนบทความให้ความรู้เกี่ยวกับการรักษาสุขภาพ เพื่อแสดงถึงความห่วงใยจากบริษัทของเรา องค์ประกอบที่เราเลือกมาเขียนบทความ ได้แก่ 1) ความรู้หรือข้อเท็จจริงในการรักษาสุขภาพ และ 2) ผลประโยชน์ (ความรู้)ที่บริษัทของเรามอบให้ ดังนั้น เมื่อเขียนเป็นบทความ ซึ่งมีบทนำ เนื้อหา และบทสรุป เราจะกล่าวถึงความรู้ในการรักษาสุขภาพทั้งหมด โดยในบรรทัดสุดท้าย เพิ่มข้อความว่า บทความดังกล่าวเป็นการนำเสนอจากหน่วยงานของเรา ด้วยความห่วงใยในสุขภาพของกลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น

เมื่อเลือกองค์ประกอบในการเขียนแล้ว เราต้องเรียงลำดับว่า จะเริ่มเขียนถึงองค์ประกอบตัวใดก่อนหรือหลัง จึงจะลำดับความคิดให้กับผู้อ่านในกลุ่มเป้าหมายได้ดี สมมติว่า ผู้เขียนลำดับองค์ประกอบตามลำดับ 1...2...3 ไม่ได้มีการลำดับใหม่เป็นอย่างอื่น หรืออาจเขียนถึงข้อเท็จจริงก่อน ตามด้วยความสัมพันธ์อันดี แล้วปิดท้ายด้วยการสื่อสาร 2 ทาง เป็นต้น ซึ่งเราจะได้เห็นตัวอย่างการเขียนข้อความนี้ในขั้นตอนถัดไป

4. ขั้นตอนการออกแบบข้อความ/เขียนร่าง

เมื่อเราวางโครงสร้างของเนื้อหาที่เราจะเขียนแล้ว ต่อไปเป็นขั้นตอนของการเขียนร่างของข้อความทั้งหมด โดยเราต้องกำหนดออกมาก่อนว่า สำนวนและเนื้อหาที่เราจะเขียนนั้นควรมีแนวทางอย่างไร ต่อไปนี้เป็นสิ่งที่ผู้เขียนต้องนำมาพิจารณาในการเขียน

4.1 <u>สิ่งที่ต้องพิจารณาในการเขียนเนื้อหา</u>

1. *วัฒนธรรมและค่านิยมของกลุ่มเป้าหมาย* หลีกเลี่ยงการเขียนที่ขัดแย้งกับค่านิยม หรือวัฒนธรรมของกลุ่มเป้าหมาย เพราะจะทำให้สิ่งที่เราเขียนถูกปฏิเสธ เช่น เขียนเพื่อเผยแพร่ความก้าวหน้าของบริษัทของเราให้กับกลุ่มผู้ถือหุ้น ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้มีการศึกษา แต่กลับเขียนเนื้อหาบรรยายถึงอำนาจไสยศาสตร์เร้นลับที่ทำให้หน่วยงานก้าวหน้ามีผลกำไร เช่นนี้แล้วข้อเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์นั้นจะกลายเป็นเรื่องตลก หรืออาจถูกต่อว่าถึงระดับไอคิวของผู้เขียน

2. *รายละเอียดที่กลุ่มเป้าหมายคาดหวังอยากรู้* ต้องเข้าใจกลุ่มเป้าหมายต่อเรื่องที่นำเสนอว่า เขาต้องการรายละเอียดหรือข้อมูลจากเรื่องที่เขียนมากน้อยเพียงใด ในบางกรณี กลุ่มเป้าหมายต้องการทราบรายละเอียดมากที่สุด เช่น คำชี้แจงว่าทำไมถึงลดเงินเดือน เรื่องสำคัญเช่นนี้ ถ้าให้ข้อมูลเพียงเล็กน้อย ขาดรายละเอียดเพียงพอ จะทำให้เกิดความเข้าใจผิดใหญ่โต แต่ในบางกรณี กลุ่มเป้าหมายก็ต้องการเนื้อหาสั้น ๆ กะทัดรัดที่เข้าใจได้อย่างรวดเร็ว เช่น คำแนะนำเพื่อความปลอดภัยในโรงงาน เป็นต้น

4.2 <u>สิ่งที่ต้องพิจารณาในการเลือกใช้คำและสำนวน</u>

1. *ระดับของผู้เขียนเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มเป้าหมาย* ต้องรู้จักว่า กลุ่มเป้าหมายของเรา อยู่ในระดับใด (สูงกว่า/เสมอกัน/ต่ำกว่า ผู้ที่เผยแพร่ข้อความ) หากกลุ่มเป้าหมายมีระดับที่สูงกว่า เช่น ผู้บริหาร ผู้อำนวยการ คำที่ใช้ต้องมีระยะห่างพอสมควร ด้วยข้อความที่แสดงถึงความนับถือ หรือถ้าเป็นกลุ่มที่มีระดับเสมอกัน อาจใช้ข้อความที่เป็นกันเองกึ่งเป็นทางการในเรื่องทั่วไป และเป็นทางการในเรื่องที่มีความสำคัญ ส่วนกลุ่มเป้าหมายที่มีระดับต่ำกว่า เช่น พนักงานระดับล่าง อาจใช้ข้อความกลาง ๆที่ให้เกียรติผู้อ่าน ไม่ควรใช้สำนวนบังคับหรือมองว่าเขาด้อย ทั้งนี้ต้องทราบด้วยว่าสิ่งที่เราเขียนนั้น เราเขียนในนามของใคร หรือเขียนให้กับใคร ก็ให้ยึดถือระดับของบุคคลที่เราเขียนให้เป็นตัวตั้ง เช่น เขียนจดหมายในนามผู้อำนวยการ ส่งถึงพนักงาน แม้เราจะเป็นพนักงานเช่นเดียวกัน แต่เราต้องเขียนเสมือนว่า เราเป็นผู้อำนวยการ จึงควรคำนึงถึงระดับของการใช้สำนวนการเขียนให้ถูกต้อง

2. *ความสำคัญของเรื่องที่เขียน* ต้องรู้ว่า เรื่องที่เราเขียนเป็นเรื่องที่มีความสำคัญมากน้อยเพียงใด หรือเนื่องในโอกาสใด การเขียนถึงกิจกรรมที่มีความสำคัญ หรือแถลงการณ์ ต้องใช้ถ้อยคำที่เป็นทางการ ในขณะที่การเขียนในเชิงกระชับความสัมพันธ์ เราสามารถเลือกใช้ถ้อยคำที่เป็นกันเอง

3. *สื่อที่จะใช้* เราต้องรู้ว่า สิ่งที่เราจะเขียนนั้นต้องนำไปลงในพื้นที่ขนาดใด เช่น การเขียนเพื่อทำโบรชัวร์ อาจต้องเขียนอย่างสรุปใจความ เนื่องจากเนื้อที่มีจำกัด แต่อาจขยายความได้มากขึ้นในบทความเสนอรายละเอียด หรือลงพิมพ์ในนิตยสาร

การเขียนครั้งแรก เป็นการเขียนตามโครงสร้างที่กำหนดขึ้น (ตามขั้นตอนที่ 3 ก่อนหน้านี้) เขียนรายละเอียดให้ครบทุกองค์ประกอบที่เลือกไว้เป็นโครงสร้างของเนื้อหา และเขียนโดยคำนึงถึงสิ่งที่ต้องพิจารณา นั่นคือ วัฒนธรรมและค่านิยมของกลุ่มเป้าหมาย รายละเอียดที่กลุ่มเป้าหมายคาดหวังอยากรู้ ระดับของผู้อ่าน ความสำคัญของเรื่องที่เขียน และสื่อที่จะใช้ ทั้งหมดประกอบกันในการเขียนครั้งแรก เราเรียกว่า *เป็นการเขียนร่าง* ซึ่งอาจเขียนลงบนกระดาษร่าง (กระดาษอะไรก็ได้ เช่น *กระดาษใช้แล้วที่อีกด้านหนึ่งยังไม่ได้ใช้*) หรือพิมพ์ลงเครื่องคอมพิวเตอร์ ด้วยโปรแกรมตัดต่อข้อความ (word processor) ซึ่งจะง่ายและสะดวกต่อการลบ เพิ่ม หรือเคลื่อนย้ายข้อความ เช่น CW, Microsoft Words, Pagemaker เป็นต้น

ในการเขียนร่างนี้ ขอแนะนำว่า นึกอะไรออกก็ให้เขียนออกมาก่อน เช่น การเขียนในส่วนขององค์ประกอบความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย เราอาจจะนึกถึงความสัมพันธ์หรือเหตุการณ์ต่าง ๆที่ร่วมทำกันมาได้มากมายหลายอย่าง ก็ให้เขียนออกมาก่อน แล้วจึงค่อยมาเลือกข้อความที่เหมาะสมที่สุดภายหลัง ซึ่งในขั้นตอนนี้ ให้นึกถึงรายละเอียดตามองค์ประกอบที่ได้เลือกไว้เป็นสำคัญ ยังไม่ต้องพะวง

กับตัวสะกด เว้นวรรค การย่อหน้า หรืออื่น ๆปลีกย่อย เพราะเราสามารถปรับแต่งสิ่งปลีกย่อยเหล่านี้ได้ในภายหลัง

ต่อไปนี้เป็นตัวอย่างในการออกแบบข้อความ สมมติว่า บริษัทฯแห่งหนึ่งถูกต่อต้านจากบรรดา ร้านค้าปลีก เนื่องจากเกิดข่าวลือว่า บริษัทฯมีนโยบายงดรับเช็ค ซึ่งไม่ตรงกับข้อเท็จจริง ขอให้นักศึกษาพิจารณาวิธีการในการออกแบบข้อความ จนกระทั่งเขียนออกมาเป็นร่างข้อความตามตัวอย่างต่อไปนี้

***** ตัวอย่างการออกแบบข้อความ*****

โจทย์/ปัญหา	ร้านค้าปลีกได้ยินข่าวลือว่า บริษัทฯผู้ส่งสินค้าจะงดรับเช็ค
กลุ่มเป้าหมาย	ร้านค้าปลีกที่รับสินค้าของบริษัทฯไปจำหน่าย
จุดมุ่งหมาย	สร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง
โครงสร้างเนื้อหา- (องค์ประกอบฯ)	1. ความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มเป้าหมาย 2. ข้อเท็จจริง คือ บริษัทฯยังรับเช็คอยู่ 3. การสื่อสาร 2 ทาง
สื่อที่ใช้	จดหมาย
สไตล์การเขียนที่ใช้	เป็นกันเอง/เป็นทางการ

ดูร่างข้อความที่ได้ในหน้าถัดไป

ได้ร่างข้อความดังนี้

องค์ประกอบที่เลือก

เรียนท่านเจ้าของร้านค้า

นับเป็นเวลาถึง 5 ปี ที่บริษัท เอกชัยเทรดดิ้ง จำกัด ได้ดำเนินการผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคสู่ท้องตลาด และได้รับความสนใจจากลูกค้าผู้ใช้เป็นอย่างมาก ทางบริษัทฯของเราตระหนักดีว่า ความสำเร็จของบริษัทฯ เกิดจากความกรุณาของท่านในการจำหน่ายสินค้าของเราสู่ผู้ใช้ และรู้สึกสำนึกในอุปการคุณที่ท่านมีให้เราเสมอมา — **ความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย**

จากการที่มีข่าวลือ ก่อให้เกิดความสับสนและเข้าใจผิดในหลายพื้นที่ว่า บริษัทฯของเราจะงดรับเช็ค อันเนื่องมาจากสภาพเศรษฐกิจในปัจุบัน เราขอชี้แจงให้ทราบข้อเท็จจริงว่า ทางบริษัทฯของเราไม่เคยมีนโยบายในเรื่องนี้ และยังคงยืนยันการรับเช็คจากร้านค้าเช่นเดิม ทั้งนี้ เพื่อความสะดวกของท่านในการดำเนินธุรกิจ — **ข้อเท็จจริง**

หากท่านมีข้อสงสัยหรือสอบถาม กรุณาติดต่อโดยตรงกับคุณวิชัย ฝ่ายการเงินของบริษัทฯ ที่โทร 514-111 เราพร้อมชี้แจงข้อเท็จจริงกับทุกท่านด้วยความเต็มใจ — **สื่อสาร 2 ทาง**

ด้วยความนับถือ
สมัย นำเจริญ
ผู้จัดการทั่วไป

5. ขั้นตอนการตรวจทานอีกครั้งและทำให้สละสลวย

เมื่อเขียนร่างเสร็จเรียบร้อยแล้ว จึงนำร่างมาตรวจสอบทั้งหมดอีกครั้ง สิ่งที่ควรตรวจสอบได้แก่

5.1 *การจัดระเบียบเนื้อหา* โดยอ่านตั้งแต่ต้นจนจบ เพื่อตรวจสอบว่า มีการเรียงลำดับความคิดอย่างเป็นเหตุเป็นผลกันจนจบข้อความทั้งหมด ไม่มีข้อความที่ไม่เกี่ยวข้องมาปะปน

5.2 *รายละเอียดของเนื้อหา* พิจารณาว่า งานเขียนชิ้นนี้ควรมีรายละเอียดมากขึ้นหรือน้อยลงเพียงใด (กล่าวถึงวิธีพิจารณาแล้ว ในขั้นตอนที่ 4) ถ้ามากเกินไป ให้ตัดทอนจนเหลือข้อความเท่าที่จำเป็น แต่ไม่ตกหล่นสิ่งที่ผู้อ่านอยากรู้ หรือหากมีรายละเอียดน้อยเกินไป ให้เขียนขยายความเพิ่มเติม

5.3 *ความถูกต้องของเนื้อหา* ระวังข้อเท็จจริงที่อาจลงคลาดเคลื่อน เช่น ตัวเลขสถิติ ข้อมูลบุคคล ประวัติ ฯลฯ หากไม่แน่ใจ ควรตรวจสอบให้ถูกต้อง หรือไม่เขียนถึงเลยจะดีกว่าถ้าไม่แน่ใจหรือไม่รู้จริง

5.4 *สำนวนที่ใช้* ทบทวนว่า สำนวนที่ใช้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและความสำคัญของเรื่องที่เสนอแล้วหรือยัง

5.5 *ตัวสะกด* ตรวจปรู๊ฟหาตัวสะกดที่ตกหล่น ขาดเกิน

5.6 *การแบ่งย่อหน้าและวรรคตอน* การเขียนที่น่าสนใจ จะแบ่งย่อหน้าและเว้นวรรคตอน ที่ไม่ยาวจนเกินไป มีการเว้นเนื้อที่ว่างให้ผู้อ่านได้พักสายตาบ้าง

5.7 *อื่น ๆ* เช่น เลขหน้า การเลือกใช้คำ ความต่อเนื่อง

การตรวจสอบขั้นสุดท้ายนี้ เราอาจให้ผู้อื่นอ่านชิ้นงานของเรา และขอรับทราบความคิดเห็นซึ่งอาจเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงการเขียนให้ดีขึ้น ในกรณีที่เขียนตามคำสั่งของผู้บริหารหรือผู้บังคับบัญชา เมื่อเราเขียนเสร็จแล้ว ผู้บังคับบัญชาอาจจะขอตรวจสอบข้อความก่อนว่า
เขียนได้ตรง
ตามต้องการหรือไม่ ซึ่งการส่งชิ้นงานให้ผู้บริหารหรือผู้บังคับบัญชาตรวจสอบนั้น เราจะต้องตรวจทานความเรียบร้อยให้แน่ใจก่อนส่งไป หากเราส่งชิ้นงานที่ผิดพลาดมากมายไปให้ตรวจ เราอาจถูกตำหนิในความไม่ใส่ใจหรือไม่มีความสามารถในการทำงานได้

คำถามท้ายบท

1. ลำดับขั้นตอนในการออกแบบงานเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ มีกี่ขั้นตอน อะไรบ้าง
2. จุดมุ่งหมายในการเขียนชิ้นงานประชาสัมพันธ์แต่ละชิ้นนั้น ได้มาอย่างไร
3. องค์ประกอบของข้อความประชาสัมพันธ์มีอะไรบ้าง มีหลักในการเลือกอย่างไร
4. ในการออกแบบข้อความ การเลือกใช้คำและสำนวน สิ่งสำคัญที่ผู้เขียนควรคำนึงมีอะไรบ้าง

แบบฝึกหัด

1. โจทย์/ปัญหา - ชมรมนักศึกษารามคำแหงรักประชาธิปไตย ต้องไม่สบายใจที่มีข่าวหนาหูว่า ชมรมฯ รับเงินสินจ้างจากพรรคการเมืองพรรคหนึ่ง ให้ไปยืนถือป้ายสนับสนุนนโยบายของพรรคการเมือง หน้ารัฐสภา ซึ่งในความเป็นจริง ชมรมฯไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกลุ่มนักศึกษาที่ไปยืนถือป้ายนั้น และทางชมรมฯ ไม่เคยรับเงินจากพรรคการเมืองใด ๆเลย การทำงานของชมรมฯมีระบบควบคุมการเงินที่ชัดเจน มีการออกใบรับจ่ายเงินที่ถูกต้อง มีการถอนเงินจากบัญชีธนาคาร โดยคณะกรรมการชมรมฯลงลายมือชื่อร่วมกัน ประธานชมรมฯได้รับมอบหมายให้ท่านในฐานะประชาสัมพันธ์ชมรมฯ เขียนแถลงการณ์ในนามชมรมฯ

การแก้ปัญหา

1. ให้นักศึกษากำหนดจุดมุ่งหมายในการเขียน
2. คิดโครงสร้างเนื้อหาที่จะเขียน โดยเลือกองค์ประกอบของข้อความ พร้อมเรียงลำดับ
3. ออกแบบข้อความและเขียนร่าง

2. โจทย์ - บริษัท นพรัตน์ จำกัด จำหน่ายเพชรพลอยแท้ให้กับบรรดาไฮโซไฮซ้อ ด้วยความพิถีพิถันในการคิดแบบและเจียรนัยชิ้นงาน เครื่องประดับจากบริษัทฯจึงเป็นที่นิยมจากลูกค้าอย่างสูง เมื่อเดือนก่อน ปรากฏว่า เครื่องประดับที่ทางบริษัทฯส่งไปประกวดในงานออกแบบเพชรนานาชาติที่กรุงลอนดอน ได้รับรางวัลชมเชย และเป็นเพียงบริษัทเดียวจากทวีปเอเชียที่ได้รับรางวัล ทางบริษัทฯต้องการเผยแพร่ชื่อเสียงนี้ให้กลุ่มไฮคลาสทั้งหลายทราบโดยทั่วกัน คุณทองเทพ เจ้าของบริษัทฯ กะว่าจะลงในนิตยสารพวกไฮโซ ประมาณ 1/2 - 1 หน้า จึงมาว่าจ้างให้คุณ ในฐานะประชาสัมพันธ์อิสระเขียนเนื้อความเพื่อเผยแพร่ชื่อเสียงของบริษัทฯ

คำสั่ง 1. ให้นักศึกษาคิดโครงสร้างเนื้อหา
2. ออกแบบข้อความให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและสื่อที่ใช้
3. เขียนร่าง