



ការសងសេវា

សេចក្តីប្រកាសព័ត៌មាន

រៀបចំដោយ៖ លោកស្រី យូ ប៉ានី
១៦ មករា ២០១៥

ហេតុអ្វីត្រូវការសរសេរសេចក្តីប្រកាសព័ត៌មាន ?

- ផ្តល់ជាគំនិតដល់អ្នកកាសែតសម្រាប់ការសរសេរព័ត៌មាន
- ជូនដំណឹងដល់អ្នកអានពីព្រឹត្តិការណ៍ ឬសកម្មភាព ដែលនឹងកើតឡើងនាពេលខាងមុខ
- ផ្សព្វផ្សាយពីសកម្មភាពរបស់ស្ថាប័ន ឬកម្មវិធី/គម្រោង
- ផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មានដល់អ្នកអានពីបញ្ហាសំខាន់ៗ

ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយគ្រួសារព័ត៌មាន ដូចជា៖

- ព័ត៌មានដែលអាចសរសេររបន្ថែមលើព័ត៌មានបច្ចុប្បន្ន
- រឿងមិនដែលធ្លាប់ដឹងពីមុន
- មានផលប៉ះពាល់ដល់អ្នកអាន ឬផលប៉ះពាល់លក្ខណៈ
ទ្រង់ទ្រាយធំ
- រឿងចំឡែកដែលខុសពីធម្មតា

ធាតុផ្សំខ្សែក្លាយជាព័ត៌មាន

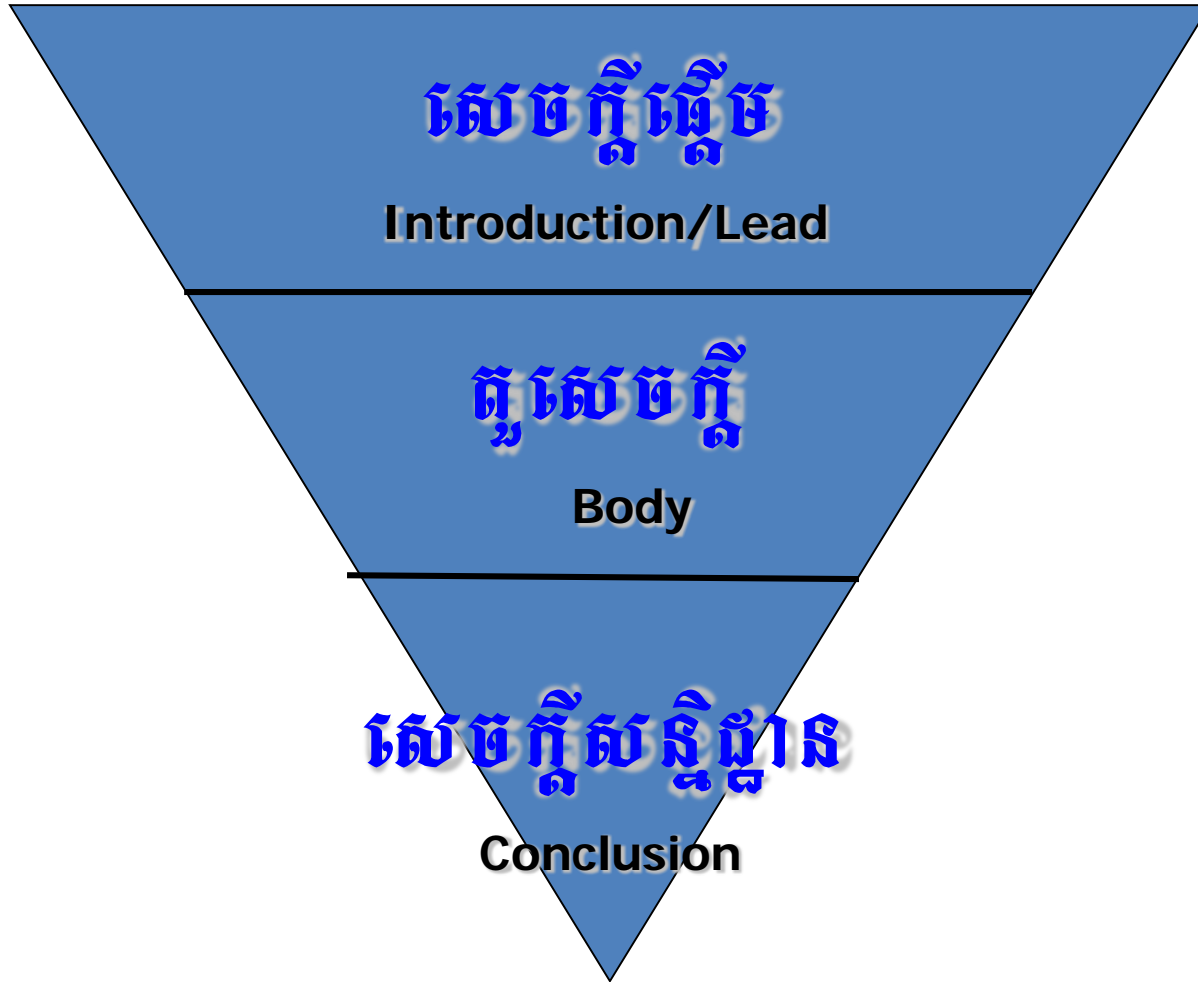
- ពេលវេលា
- ទិសប៉ះពាល់
- លក្ខណៈពិសេស
- ការប្រែប្រួល
- ភូមិសាស្ត្រ ឬភាពនៅក្បែរ
- ប្រជាប្រិយភាព ឬភាពល្បីល្បាញ

ព័ត៌មានទាន់ហេតុការណ៍

- កុំសរសេរវែងពេក
- ត្រូវតែច្បាស់ ងាយយល់ និងមានការពិត
- ពិនិត្យអក្ខរាវិរុទ្ធ និងវាក្យស័ព្ទ និងវេយ្យាករណ៍
- ប្រើភាសាសាមញ្ញ
- ការសរសេរឈ្មោះឲ្យត្រឹមត្រូវជារឿងសំខាន់
- មានការផ្ទៀងផ្ទាត់យ៉ាងតិចឲ្យបាន២ដង និង
- ឆ្លងអ្នកកែសម្រួលជាចុងក្រោយ



ព័ត៌មានទាន់ហេតុការណ៍មានទម្រង់ពីរដំណាក់កាល



បញ្ហា ឬព័ត៌មានសំខាន់ត្រូវដាក់នៅលើក្នុងសេចក្តីផ្តើម

សេចក្តីផ្តើមរបស់ព័ត៌មានទាន់ហេតុការណ៍

សេចក្តីផ្តើមត្រូវផ្តើមសំនួរ 5 W និង H

- តើនរណា ?
- តើរឿងអ្វី ?
- នៅឯណា ?
- នៅពេលណា ?
- ហេតុអ្វី ?
- ដោយរបៀបណា ? យ៉ាងដូចម្តេច ?

Where?

When?

How?

What?

កំណើត : ដោយមានការសម្រេចជាមួយធនាគារពិភពលោក

នាយកដ្ឋានសម្របសម្រួលការងារអន្តរជាតិ នៅថ្ងៃទី ១៦ ធ្នូ ឆ្នាំ២០១៤នេះ

បានបើកវគ្គបណ្តុះបណ្តាលមួយស្តីពី “ការសរសេរអត្ថបទព័ត៌មាន

និងសេចក្តីប្រកាសព័ត៌មាន” ដល់សិក្ខាកាមដែលមកពីស្ថាប័នផ្សេងៗគ្នា

ដើម្បីពង្រឹងសមត្ថភាពបន្ថែមលើមុខជំនាញនេះ ។

Who?

Why?

What?

When?

Where?

Why?

នៅព្រឹកថ្ងៃទី ០៧ ធ្នូ នេះ នៅទីស្នាក់ការកណ្តាលស្នងការណ៍កម្ពុជាមានបើក

វគ្គបណ្តុះបណ្តាលស្តីពី “នីតិវិធីនាំចេញ” ដល់វិស័យឯកជនដើម្បីជំរុញការនាំចេញ ។

វគ្គនេះត្រូវបានរៀបចំឡើងដោយនាយកដ្ឋាននាំចេញ និងនាំចូល

សេដ្ឋកិច្ចនាយកដ្ឋានសេដ្ឋកិច្ចសង្គមកិច្ចការអន្តរជាតិ និងមានការ

ឧបត្ថម្ភពីធនាគារពិភពលោក ។

Who

How?

តួសេចក្តី

- ប្រយោគត្រូវគាំទ្រសេចក្តីផ្តើម ដោយបញ្ចូលសំដីផ្ទាល់ ឬមិនផ្ទាល់របស់អ្នកពាក់ព័ន្ធ
- ផ្តល់សេចក្តីពិស្តារ តួលេខ ទិន្នន័យ និងចេះប្រៀបធៀប
- ប្រយោគត្រូវតែស៊ីគ្នាពីមួយទៅមួយ

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន



- ផ្នែកនេះត្រូវតែបញ្ចប់ដោយបង្ហាញពីប្រវត្តិដែលទាក់ទងនឹងប្រធានបទ
- ពេលខ្លះ ក៏ត្រូវផ្តល់ពីគំនិតដោះស្រាយដែរ តែត្រូវផ្អែកលើប្រភព

ទម្រង់នៃសេចក្តីប្រកាសព័ត៌មាន

- មានទម្រង់ និងឈ្មោះស្ថាប័ន
- មានថ្ងៃខែឆ្នាំចេញផ្សាយសេចក្តីប្រកាសព័ត៌មាន
- មានអាស័យដ្ឋានទំនាក់ទំនង៖ ឈ្មោះ តួនាទី ស្ថាប័ន
លេខទូរស័ព្ទ និងអ៊ីម៉ែល

កាលបរិច្ឆេទនៃសេចក្តីប្រកាសព័ត៌មាន

- ចាប់ផ្តើមដោយ៖

ឧទាហរណ៍៖

រាជធានីភ្នំពេញ ប្រទេសកម្ពុជា ថ្ងៃទី១៦ ខែមករា ឆ្នាំ២០១៥-
នាយកដ្ឋានសហប្រតិបត្តិការអន្តរជាតិនៃក្រសួងពាណិជ្ជកម្ម
និងរៀបចំកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាល ស្តីពី....

ការចែកចាយសេចក្តីប្រកាសព័ត៌មាន

- ផ្ញើសេចក្តីប្រកាសព័ត៌មានទៅកាន់អ្នកកាសែត និងនាយក
- ប្រើប្រាស់បច្ចុប្បន្នភាពនៃអាស័យដ្ឋានទំនាក់ទំនងរបស់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ
- ផ្ញើសេចក្តីប្រកាសព័ត៌មាន យ៉ាងហោចណាស់ ៣ថ្ងៃមុន ព្រឹត្តិការណ៍
- ជ្រើសរើសប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយអាទិភាពមួយចំនួន ដើម្បីទូរស័ព្ទ សុំការបញ្ជាក់ពីការចូលរួម

Logo

Date

Contact, & Location
if relevant

Grabby Headline Title
Lede Paragraph— *intriguing
intro to story. Important*

Body – *List important
Info first.*

Call to action —
*what you want readers
to do!*

Company info / Bio. &
Re cap summary with
Contact Details

The three # marks the end.



FOR IMMEDIATE RELEASE

Date: 07/11/ 2012
Contact: Mark Adams
Phone: 777-777-7777
Cell: 777-777-7777
Fax: 777-777-7777
Email: markadams@notreal.com

YOUR TITLE FOR THE NEWS RELEASE GOES HERE IN ALL UPPER CASE
Sub Title in Mix Caps Goes Here

A news release is a newsworthy statement written by an individual or organization to inform the media. Your lede paragraph like your head line title, is very important. It should entice the reader to read on to learn more. It contains answers to all the important information about your story of your press release goes here. Keep is short, about 25 words or less.

There is a standard format every news release follows. It begins with a company logo, FOR IMMEDIATE RELEASE, and contact information of the person who wrote the release. The headline follows, written in all uppercase letters. The headline should quickly summarize the story. The headline will be the first impression of your story to the journalist. Make it appealing and unique, if not she will not continue reading.

You write a release to inform the media about a particular person, event, service or product. A news release is factual, and answers the six important questions, who, what, where, when, how and why. You should brief, and get to the point fast. Yet, it should be new, interesting and compelling as to pique the interest of the media editor or journalist. You want them to like your story. If they like it they will tell their audience about your story. A release should give a journalist all the information they need to write their own version about your news.

A news release is not a novel, or a gimmicky sales pitch. If written in either manor, it will not be taken seriously. A release should read like a factual news story found in a typical newspaper. It most be written in the third person. You should include quotes and cite research or data from creditable sources to supports your story.

The basic structure of any news story starts with the most important information at the top -- the beginning of your story, and other information in descending order. Other mandatory elements in a news release include: call to action -- what do you want reader to do; and summary description of the company should go on here at the bottom.

###

સ્વપ્રવક્તૃત્વ