

ผลสำรวจนักข่าวโดยพีอาร์นิวส์ไวร์ชี้ข่าว

ประชาสัมพันธ์เป็นแหล่งที่น่าเชื่อถือที่สุดสำหรับการ

เขียนข่าว



ฮ่องกง-18 ต.ค.-พีอาร์นิวส์ไวร์/อินโฟเควสท์

- ผู้ตอบแบบสำรวจ 22% ใช้ข่าวประชาสัมพันธ์เป็นแหล่งอ้างอิงสำหรับการเขียนข่าวหรือตรวจสอบข้อเท็จจริง ตามมาด้วยแหล่งข่าวที่เป็นโฆษกของบริษัท (21%) และเว็บไซต์ทางการของบริษัท (19%)

- องค์ประกอบมัลติมีเดีย เช่น รูปภาพ วิดีโอ และอินโฟกราฟิก เป็น 1 ใน 3 ข้อมูลประเภทแรกที่สื่อมวลชนต้องการเห็นมากที่สุดในข่าวประชาสัมพันธ์

พีอาร์นิวส์ไวร์เปิดเผยผลการค้นพบที่สำคัญจากรายงานการสำรวจ ซึ่งจัดทำขึ้นโดยมีเป้าหมายเพื่อบ่งชี้สถานะการทำงานและพฤติกรรมรวบรวมข่าวของนักข่าวและผู้ประกอบวิชาชีพสื่อในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก การสำรวจดังกล่าวจัดทำขึ้นในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2559 ใน 6 ตลาดสำคัญของภูมิภาค ได้แก่ ออสเตรเลีย ฮ่องกง อินโดนีเซีย มาเลเซีย สิงคโปร์ และไต้หวัน โดยรวบรวมคำตอบจากนักข่าวและผู้ประกอบวิชาชีพสื่อจำนวน 482 คน

<http://photos.prnasia.com/prnvar/20160617/8521603993LOGO-d>

รายงานฉบับนี้มุ่งหวังว่าจะมอบข้อมูลเชิงลึกที่ช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานในสายงานประชาสัมพันธ์ นักการตลาด และนักสื่อสารองค์กร สามารถก้าวทันความเคลื่อนไหวและแนวโน้มล่าสุด และเพื่อที่บุคลากรเหล่านี้จะได้เข้าใจวิธีการเข้าถึงสื่อและเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน ผู้ที่สนใจสามารถดาวน์โหลดรายงานผลการสำรวจฉบับภาษาอังกฤษได้ที่: http://misc.prnasia.com/atd/custeventreg.php?event_id=263&utm_source=web&utm_medium=press_release&utm_campaign=ADSurveyReport

<http://photos.prnasia.com/prnvar/20161008/8521606424-a>

รายงานการสำรวจนักข่าวเอเชียแปซิฟิก ประจำปี 2559 โดยพีอาร์นิวส์ไวร์

“การแพร่ขยายของสื่อดิจิทัลและโซเชียลมีเดียกำลังสร้างความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วต่อกระบวนการทำงานของห้องข่าว” ยูเจีย เฉิน รองประธานอาวุโส พีอาร์นิวส์ไวร์ เอเชีย กล่าว “ปัจจุบันวงจรการทำข่าวใช้เวลาสั้นลง และการเผยแพร่ข่าวด่วนทางออนไลน์ก่อนตีพิมพ์นั้นก็ได้กลายเป็นบรรทัดฐานใหม่ไปแล้ว แม้นักข่าวต่างรู้สึกได้ว่าปรากฏการณ์ออนไลน์นี้กำลังกดดันให้พวกเขาต้องผลิตข่าวมากขึ้นและเร็วขึ้น แต่ในขณะเดียวกันนักข่าวก็ยอมรับ

ความจริงว่า โซเชียลมีเดียเป็นปัจจัยสำคัญในชีวิตของทุกคน ซึ่งรวมถึงสื่อที่ใช้โซเชียลมีเดียเพื่อรวบรวมไอเดีย ทำข่าว ขยายการเข้าถึงผู้รับสาร และเน้นสร้างการมีส่วนร่วมในรูปแบบที่ลึกซึ้งและเป็นกันเองยิ่งขึ้น”

ประเด็นสำคัญจากรายงานการสำรวจประกอบด้วย:

– ข่าวประชาสัมพันธ์ยังคงเป็นแหล่งอ้างอิงที่นักข่าวให้ความเชื่อถือและนิยมมากที่สุดเพื่อใช้เขียนข่าว หรือตรวจสอบข้อเท็จจริง ตามมาด้วยโฆษกของบริษัท และเว็บไซต์อย่างเป็นทางการของบริษัท

<http://photos.prnasia.com/prnvar/20161008/8521606424-b>

แหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือมากที่สุดสำหรับใช้อ้างอิงในการรายงานข่าว หรือตรวจสอบข้อเท็จจริง

– โซเชียลมีเดียและเสิร์ชเอนจินเป็นสองช่องทางที่นักข่าวนิยมใช้มากที่สุดเพื่อติดตามข่าวสารล่าสุด สำหรับเจ้าของแบรนด์แล้ว การใช้โซเชียลมีเดียให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ควรมีการผสมความร่วมมือกับผู้ประกอบวิชาชีพสื่อเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีด้วย โดยปฏิสัมพันธ์ในทางที่ดีนั้นสามารถช่วยส่งเสริมอิทธิพลและความน่าเชื่อถือของแบรนด์ได้

– นักข่าวที่ร่วมตอบแบบสำรวจส่วนใหญ่พอใจกับงานของตน และมองเห็นโอกาสก้าวหน้าในสายงานสื่อ อย่างไรก็ตามพวกเขาลังเลถึงความจำเป็นในการพัฒนาตนเอง และเรียนรู้ทักษะเพิ่มเติม เพื่อนำมาปรับใช้ในสภาพแวดล้อมสื่อที่กำลังเปลี่ยนแปลง

– แม้ทักษะการทำข่าวแบบดั้งเดิมยังเป็นสิ่งสำคัญ แต่ปัจจุบันคอนเทนต์ต่างๆ ถูกผลิตสำหรับการใช้งานบนอุปกรณ์ดิจิทัลและเว็บไซต์มากขึ้น ดังนั้น การผลิตวิดีโอ การออกแบบกราฟิก และการถ่ายภาพจึงเป็นทักษะที่นักข่าวต้องการมากที่สุด

– อีเมลคือช่องทางการสื่อสารในที่ทำงานที่นักข่าวใช้กันมากที่สุด อย่างไรก็ตาม นักข่าวต้องการให้แบรนด์สร้างความสัมพันธ์ที่เป็นรูปธรรมกับผู้ประกอบวิชาชีพสื่อ ผ่านการประชุมเครือข่ายหรือการพบกันแบบตัวต่อตัว

<http://photos.prnasia.com/prnvar/20161008/8521606424-c>

ทักษะความสามารถที่นักข่าวต้องการ

ผู้ตอบแบบสำรวจส่วนใหญ่ประกอบด้วยผู้สื่อข่าว บรรณาธิการข่าว และบรรณาธิการบริหาร ซึ่งทุกคนตอบแบบสำรวจโดยพิจารณาจากพฤติกรรมการทำงานและประสบการณ์ส่วนตัวที่มีต่อนักสื่อสารองค์กรและนักประชาสัมพันธ์ การสำรวจใช้วิธีสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัวและทางโทรศัพท์ เพื่อรวบรวมข้อมูลเชิงลึกจากผู้ตอบแบบสำรวจที่ได้รับการคัดเลือก

พันธมิตรในการจัดทำรายงานการสำรวจครั้งนี้ ได้แก่ สมาคมข่าวออนไลน์สิงคโปร์ ชมรมข่าวสิงคโปร์ และสมาคมผู้จัดพิมพ์สื่อของสิงคโปร์ ซึ่งสนับสนุนและช่วยโปรโมตให้สมาชิกของตนร่วมตอบแบบสำรวจ

ผู้ที่สนใจสามารถดาวน์โหลดรายงานผลสำรวจได้ที่:

[http://misc.prnasia.com/atd/custeventreg.php?event_id=263&utm_source=web&utm_medium=press release&utm_campaign=ADSurveyReport](http://misc.prnasia.com/atd/custeventreg.php?event_id=263&utm_source=web&utm_medium=press%20release&utm_campaign=ADSurveyReport)

เกี่ยวกับ ฟีอาร์ทิวส์ไวร์

ฟีอาร์ทิวส์ไวร์ (PR Newswire) บริษัทในเครือ ซีชัน (Cision) เป็นผู้ให้บริการแพลตฟอร์มและเผยแพร่มีเดียชั้นนำของโลก ที่ช่วยให้ให้นักการตลาด นักสื่อสารองค์กร เจ้าหน้าที่ฝ่ายความยั่งยืน รวมถึงเจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ และนักลงทุนสัมพันธ์ สามารถสร้างปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ ฟีอาร์ทิวส์ไวร์เป็นผู้บุกเบิกอุตสาหกรรม การเผยแพร่ข่าวสารเชิงพาณิชย์เมื่อกว่า 60 ปีก่อน และปัจจุบันเป็นผู้ให้บริการโซลูชันแบบเอ็นด์-ทู-เอ็นด์ เพื่อผลิต เพิ่มประสิทธิภาพ และวางเป้าหมายคอนเทนต์ ไปจนถึงเผยแพร่และวัดผล ฟีอาร์ทิวส์ไวร์เพิ่มพลังให้กับเรื่องราว ข่าวสารของทุกองค์กรทั่วโลก ด้วยการผนวกรวมเครือข่ายขนาดใหญ่ที่สุดของโลกในการเผยแพร่และเพิ่ม ประสิทธิภาพคอนเทนต์หลายวัฒนธรรมและหลายช่องทาง เข้ากับแพลตฟอร์มและเครื่องมือการทำงานที่มีความ ครอบคลุม ฟีอาร์ทิวส์ไวร์ให้บริการลูกค้าหลายหมื่นรายผ่านทางสำนักงานที่กระจายอยู่ในอเมริกา ยุโรป ตะวันออก กลาง แอฟริกา และเอเชียแปซิฟิก

ซีชัน เป็นบริษัทด้านสื่ออัจฉริยะชั้นนำระดับโลก ซึ่งให้บริการนักสื่อสารมืออาชีพด้วยกระบวนการทำงานแบบครบวงจร

สำหรับข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ:

PR Newswire's Asia Marketing Team

โทร. +852-2572-8228

อีเมล: asia.marketing@prnasia.com

รูปภาพ - <http://photos.prnasia.com/prnh/20161008/8521606424-a>

รูปภาพ - <http://photos.prnasia.com/prnh/20161008/8521606424-b>

รูปภาพ - <http://photos.prnasia.com/prnh/20161008/8521606424-c>

โลโก้ - <http://photos.prnasia.com/prnh/20160617/8521603993LOGO-d>