



ข่าวประชาสัมพันธ์ สถาบันการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์  
125 ซอยพหลโยธิน 7 (ซอยอารีย์) ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน  
เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400 โทรศัพท์ 0 – 2618-2323 ต่อ 4306

วันที่ ๑๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒

เราต้องคุยกับสื่อว่าได้ประโยชน์อะไร เล่นสื่อเดียวไม่ได้ การจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ มีความจำเป็นต้องนำทุกอย่างมาประมวลในการใช้สื่อกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่มีความหลากหลาย โดยมีสื่อกิจกรรมกระแสหลัก ผสมกับ สื่อกิจกรรม Social Media ในหลายๆ ช่องทาง และสิ่งสำคัญที่สุด คือ ประเด็น การออกแบบ และเครือข่าย



กรมประชาสัมพันธ์ โดย สถาบันการประชาสัมพันธ์ ได้รับเกียรติจากท่านวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ โดยศาสตราจารย์ ดร.กุลทิพย์ ศาสตรระจุ บรรยายในหัวข้อวิชา การจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ ในหลักสูตร “นักบริหารงานประชาสัมพันธ์ระดับสูง” รุ่นที่ ๕๙ ณ ห้องบรรยาย ๓ ชั้น ๓ อาคารสถาบันการประชาสัมพันธ์

โดยท่านวิทยากรได้ให้ข้อคิดและมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กระบวนการจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ ซึ่งประกอบด้วย สื่อกิจกรรม หรือบางครั้งอาจเรียกได้ว่าเป็นเหตุการณ์พิเศษ ซึ่งมีความสำคัญในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เชิงรุก เป็นการกระตุ้นความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย เป็นการสร้างชื่อเสียง สร้างความนิยม ในหมู่นักประชาสัมพันธ์ให้มีต่อสถาบันหรือองค์การ รวมทั้งเป็นการเผยแพร่พัฒนาการความก้าวหน้าขององค์การสู่สาธารณะ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อกิจกรรมมีหลายประเภท เช่น การจัดงานฉลอง การจัดงานแสดง นิทรรศการ การจัดเสวนา เป็นต้น ซึ่งให้เห็นถึงข้อดี ข้อจำกัด และข้อเสียของการจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ

ยกตัวอย่างการจัดเสวนา ๔.๐ กับการขับเคลื่อนทางสังคมกิจกรรมภาพถ่ายป่าในเมือง โดยการนำกระบวนการใช้สื่อมาเป็นเครื่องมือขับเคลื่อน มีกลุ่มขับเคลื่อนประเด็น ซึ่งอาศัย Message จะเคลื่อนไปหาใคร โดยใช้สื่อ Social Media ในการขับเคลื่อนกิจกรรมเพื่อดึงประเด็นงานวิจัยสู่สาธารณะ ต้องตั้งโจทย์ว่าต้องการอะไรให้ชัดเจนในการสร้างการรับรู้ให้ประชาชนเข้าใจ ซึ่งต้องอาศัยการตีไข่นองค์ประกอบของการเสวนา การหา Concept ที่สามารถเชื่อมโยง สานต่อ รวมถึงมีการออกแบบสื่อ มีกลุ่มเป้าหมาย Target / Message / Platform และมีการรับรู้นโยบายที่ชัดเจน