



๗๖๕
๘(๘๘)

บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ งานผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ โทร. 02-6182323 ต่อ 1156

ที่ นร 0201.02/152

วันที่ 28 กรกฎาคม 2553

กองการเจ้าหน้าที่

เรื่อง ส่งผลงานผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาเครือข่ายการประชาสัมพันธ์

ทศ 0 ก.ค. 2553 E2121 13:54

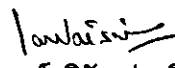
เรียน อปส.

☐ คณ.	☐ คณ.
☒ ผบค.	☐ ออ.
☐ ผบค.	☐ ออ.

ตามที่ได้มีคำสั่งสำนักนายกรัฐมนตรีที่ 16/2533 ลงวันที่ 18 มกราคม 2553 แต่งตั้งให้ข้าพเจ้าดำรงตำแหน่งผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ ตั้งแต่วันที่ 8 ธันวาคม 2551 และตามหลักเกณฑ์ในการแต่งตั้งผู้ผ่านการประเมินและได้รับการแต่งตั้งจะต้องสร้างผลงานเป็นเอกสารวิชาการ หรือตำราหรือคู่มืออย่างน้อย 1 ชิ้น นั้น

ข้าพเจ้าขอส่งผลงานเรื่อง "คู่มือการประเมินประสิทธิภาพ www.prd.go.th ของกรมประชาสัมพันธ์" เพื่อให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ


(นายไพฑูรย์ หิรัญประดิษฐ์)

ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาเครือข่ายการประชาสัมพันธ์

ทราบ



(นายกฤษฎพร เสริมพานิช)

อปส.

29 ก.ค. 2553

เรียน อกจ.

เพื่อโปรดทราบและพิจารณาความเป็นการต่อไป

จะเป็นพระคุณยิ่ง

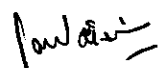
เรียน ดร.กนกพร

เพื่อโปรดดำเนินการ

 ผบค.

ห.ผบค.

30/กค/53


(นายไพฑูรย์ หิรัญประดิษฐ์)

ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาเครือข่ายการประชาสัมพันธ์

30 ก.ค. 2553

อปส. (นายกฤษฎพร เสริมพานิช) 3301

28 ก.ค. 2553

การประเมินประสิทธิภาพ

www.prd.go.th

ของกรมประชาสัมพันธ์

โดย

นายไพฑูรย์ หิรัญประดิษฐ์

ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาเครือข่ายการประชาสัมพันธ์

กรมประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรี

คำนำ

การศึกษาเรื่อง “การประเมินประสิทธิภาพ www.prd.go.th ของกรมประชาสัมพันธ์” กระทำระหว่างวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2553 – 31 พฤษภาคม 2553 โดยมีมุ่งหวังที่จะเสนอข้อมูลและแนวคิดในอีกมุมมองหนึ่งให้แก่ข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของกรมประชาสัมพันธ์ โดยที่ผู้ศึกษาเห็นว่าเว็บไซต์กรมประชาสัมพันธ์ (www.prd.go.th) เป็นช่องทางการเผยแพร่ได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถเป็นเครื่องมือสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ใหม่ๆ ให้แก่กรมประชาสัมพันธ์ได้

ผู้ศึกษาเลือกใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ที่เกี่ยวข้องโดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 บุคคลภายในกรมประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ผู้กำหนดนโยบาย ผู้แปลงนโยบาย และ ผู้ปฏิบัติงาน กลุ่มที่ 2 บุคคลภายนอกกรมประชาสัมพันธ์ ได้แก่ กลุ่มผู้บริหารงานเว็บไซต์ข่าวสาร และกลุ่มอาจารย์ด้าน นิเทศศาสตร์วารสารศาสตร์

ผู้ศึกษาพบว่าปัจจุบันเว็บไซต์ www.prd.go.th ได้รับความนิยมเป็นอันดับ 6 ของเว็บไซต์ส่วนราชการทั่วประเทศ แต่ก็ยังมีข้อที่สามารถพัฒนาได้อีกหลายประการ คือ กรมประชาสัมพันธ์ควรปรับโครงสร้างเว็บไซต์ www.prd.go.th ใหม่ โดยปรับงานด้านเทคนิค ให้มีระบบฐานข้อมูลที่สมบูรณ์ สามารถเชื่อมข้อมูลระหว่างหน่วยงานในสังกัด และเชื่อมต่อกับเว็บไซต์อื่นๆ ที่เป็นเครือข่ายของกรมประชาสัมพันธ์ รวมถึงเปิดโอกาสให้ประชาชนสามารถแสดงความคิดเห็นหรือร่วมเป็นเครือข่ายในสังคมออนไลน์ได้ ขณะเดียวกันกรมประชาสัมพันธ์จะต้องปรับโครงสร้างการบริหารด้านเนื้อหา ด้วยวิธีจัดตั้งกองบรรณาธิการประจำเว็บไซต์ โดยใช้บุคลากรที่มีความรู้เกี่ยวกับการเสนอเนื้อหาผ่านสื่อออนไลน์ทำหน้าที่ดูแลงานด้านนี้อย่างจริงจัง

สำหรับทิศทางการนำเสนอเนื้อหาของเว็บไซต์ www.prd.go.th ควรจะเป็นเว็บไซต์ด้านการประชาสัมพันธ์ให้แก่หน่วยงานราชการต่างๆ มากกว่าจะเป็นเว็บไซต์ด้านข่าวสารโดยตรง เพราะสามารถใช้จุดแข็งของกรมประชาสัมพันธ์ที่มีหน่วยงานกระจายทั่วประเทศดึงข้อมูลการประชาสัมพันธ์มาบริหารเนื้อหาได้

กรมประชาสัมพันธ์ ควรเร่งปรับเปลี่ยนทัศนคติ และความชำนาญของบุคลากรในสังกัดให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมและเทคโนโลยี โดยบุคลากรด้านสื่อ ควรที่จะสามารถผลิตสารเพื่อตอบสนองต่อสื่อหลายประเภทได้ในคราวเดียวกัน แทนการผลิตสารเพื่อใช้สำหรับวิทยุกระจายเสียง หรือวิทยุโทรทัศน์

นายไพฑูรย์ หิรัญประดิษฐ์

ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาเครือข่ายการประชาสัมพันธ์

กรมประชาสัมพันธ์

มิถุนายน 2553

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	ก
สารบัญ	๖
บทที่ 1 บทนำ	1
บทที่ 2 กรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	6
บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษา	11
บทที่ 4 ผลการศึกษา	13
บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	19
ภาคผนวก	22
บรรณานุกรม	35
ประวัติผู้ศึกษา	36

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย

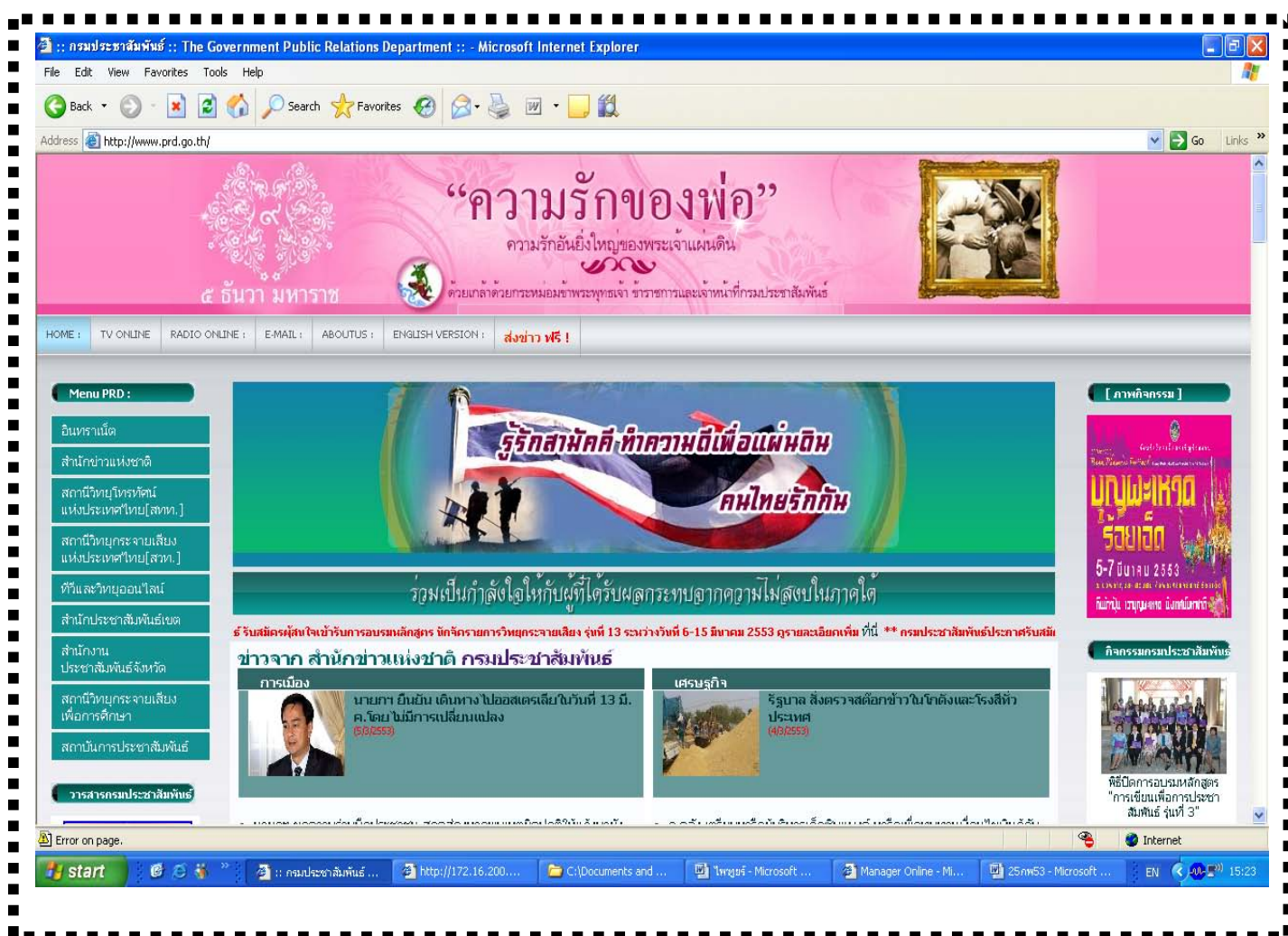
สภาพสังคมในปัจจุบันมีการขยายตัวและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ผู้คนในสังคมจึงต่างได้รับผลกระทบแห่งความเคลื่อนไหวนั้น ๆ ด้วย เพื่อลดผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้น ผู้คนในสังคมจึงต้องพยายามที่จะติดตามเหตุการณ์ความเปลี่ยนแปลงไปในสังคม หรือข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการปรับตัวให้เข้ากับสภาพของสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป และการอยู่ร่วมกันกับผู้อื่นในสังคม

ในอดีตช่องทางการเผยแพร่และเข้าถึงข่าวสารมีเพียงไม่กี่ช่องทาง แต่เมื่อมีการพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยเฉพาะการพัฒนาด้านการเก็บข้อมูลด้วยระบบดิจิทัลทำให้กระบวนการสื่อสารทางไกลทรงพลังอย่างมาก จนในที่สุดเกิดการพัฒนาสื่อในรูปแบบใหม่ (New Media) ที่มีคุณสมบัติในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างสะดวกรวดเร็วอย่างมาก ผลักดันให้สื่อมวลชนในรูปแบบเดิมที่ใช้อยู่มานาน เช่น สื่อหนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์กลายเป็นสื่อรูปแบบดั้งเดิม

กรมประชาสัมพันธ์เป็นองค์กรหลักด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนแห่งชาติ มีบทบาทหน้าที่ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ประชาชนมีโอกาสรับรู้ เกิดความรู้ ความเข้าใจ สามารถใช้ข้อมูลข่าวสารของรัฐในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศ รวมทั้งเกิดภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย ให้คำปรึกษาเสนอแนะนโยบาย ประสาน และสนับสนุนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภาครัฐอย่างเป็นระบบครบวงจรทั้งในประเทศและต่างประเทศ บริหารจัดการสื่อสารมวลชนภาครัฐให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และพัฒนาบุคลากรทางด้านวิชาชีพสื่อสารมวลชนและการประชาสัมพันธ์ อีกทั้ง เป็นหน่วยงานหลักในด้านการประชาสัมพันธ์ของรัฐ ทำหน้าที่เผยแพร่ ข้อมูล ข่าวสาร แผนงาน โครงการ นโยบายของรัฐบาลไปสู่ประชาชน

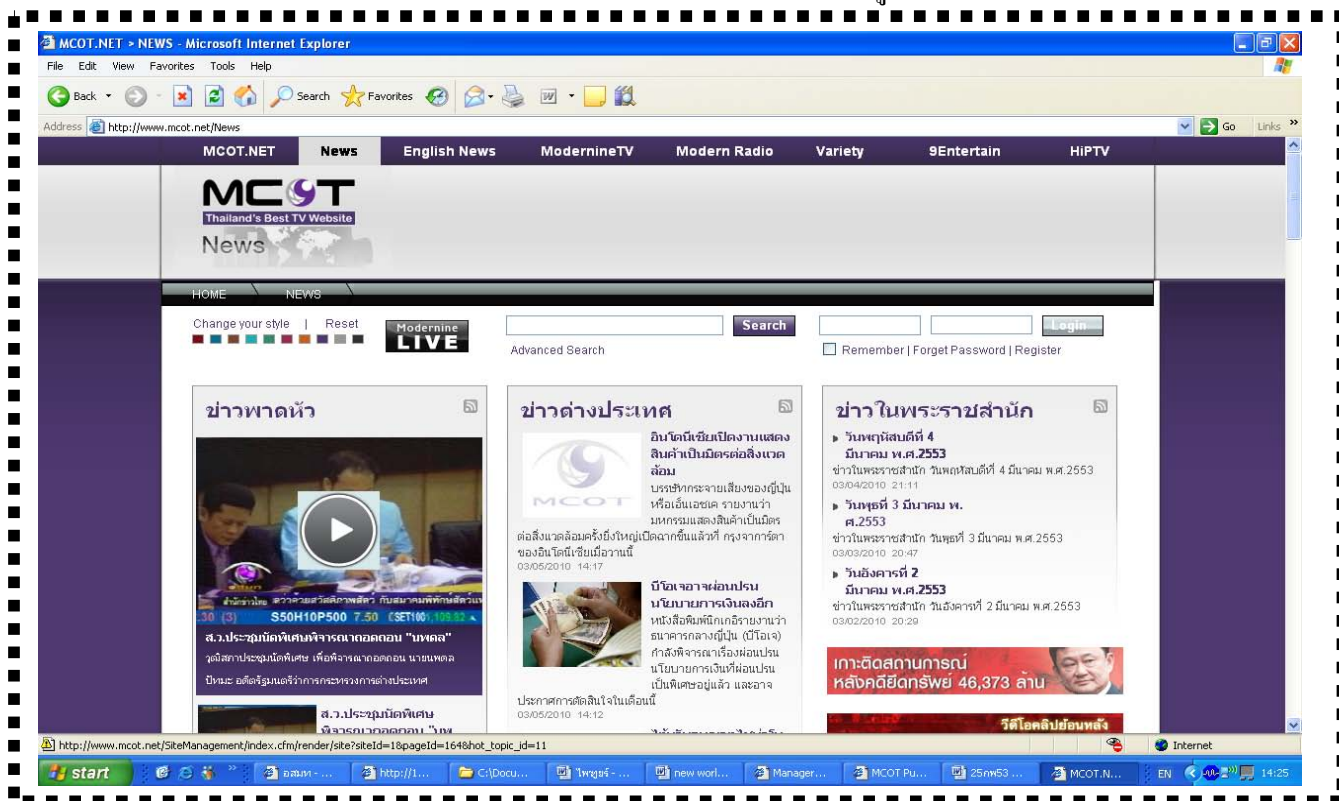
นอกจากสำนักงานใหญ่ในกรุงเทพมหานครแล้ว กรมประชาสัมพันธ์ยังมีสำนักประชาสัมพันธ์เขตอีก 8 แห่ง ได้แก่ สำนักประชาสัมพันธ์เขต 1 จังหวัดขอนแก่น สำนักประชาสัมพันธ์เขต 2 จังหวัดอุบลราชธานี สำนักประชาสัมพันธ์เขต 3 จังหวัดเชียงใหม่ สำนักประชาสัมพันธ์เขต 4 จังหวัดพิษณุโลก สำนักประชาสัมพันธ์เขต 5 จังหวัดสุราษฎร์ธานี สำนักประชาสัมพันธ์เขต 6 จังหวัดสงขลา สำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จังหวัดจันทบุรี สำนักประชาสัมพันธ์เขต 8 จังหวัดกาญจนบุรี โดยมีสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ในส่วนกลาง และในภูมิภาคอีก จำนวน 10 สถานี สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยในกรุงเทพมหานคร และกระจายอยู่ในส่วนภูมิภาคอีก จำนวน 71 แห่ง รวมทั้งมีสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดในทุกจังหวัด เพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข่าวสารให้เข้าถึงประชาชนในส่วนภูมิภาค

นอกจากการใช้สื่อวิทยุกระจายเสียง และสื่อวิทยุโทรทัศน์เป็นเครื่องมือ เพื่อการเผยแพร่ข่าวสารแล้ว ในปี 2545 กรมประชาสัมพันธ์ยังได้เปิดช่องทางการประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ข่าวสารอีกช่องทางหนึ่ง คือ เว็บไซต์ภายใต้ชื่อ www.prd.go.th อย่างไรก็ดี การจัดทำเว็บไซต์กรมประชาสัมพันธ์ในระยะเริ่มต้นเป็นการจัดทำเว็บไซต์โดยไม่มีหลักการ โดยเป็นการจัดทำขึ้นเองของเจ้าหน้าที่ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศการประชาสัมพันธ์ ในขณะที่หน่วยงานสื่อในสังกัดกรมประชาสัมพันธ์ต่างก็สร้างเว็บไซต์ของหน่วยงานตัวเองขึ้น ทำให้การเชื่อมโยงเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารระหว่างกันเป็นไปด้วยความยากลำบาก และเว็บไซต์กรมประชาสัมพันธ์ในระยะแรกไม่มีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง จึงไม่ได้รับความนิยมจากประชาชนเท่าที่ควร



รูปที่ 1 เว็บไซต์ www.prd.go.th ของกรมประชาสัมพันธ์ ณ เดือนกุมภาพันธ์ 2553

ในขณะที่หากเทียบกับหน่วยงานหรือองค์กรที่เป็นผู้ให้บริการข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชนเช่นเดียวกันกับกรมประชาสัมพันธ์ และเป็นที่ได้รับความสนใจจากประชาชนอยู่ในลำดับต้นๆ ของประเทศ ยกตัวอย่าง องค์กรสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อสมท.) เป็นสื่อของภาครัฐ มีนโยบายในการส่งเสริมองค์ความรู้และพัฒนาสื่อต่าง ๆ ของ อสมท.อย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมทุกระดับและสื่อสาระ สอดคล้องกับความสามารถของสื่อใหม่ที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้าง ความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้ใช้บริการ ได้พัฒนาโครงการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ ดาวเทียมขึ้นเพื่อรองรับการ เปลี่ยนแปลงที่เกิดจากนโยบาย การปฏิรูปสื่อสารมวลชนด้านวิทยุกระจายเสียงและวิทยุ โทรทัศน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การประกาศใช้พระราชบัญญัติ ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 การเปลี่ยนแปลง เทคโนโลยีจากระบบอนาล็อกมาเป็นระบบ ดิจิตอล การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคที่ต้องการเนื้อหา เฉพาะ กลุ่มมากขึ้น รวมไปถึงการเติบโตของสื่อใหม่ (New Media) ที่ได้รับความนิยมและมีแนวโน้มสร้างรายได้ให้กับ องค์กร บริษัทฯ จึงได้ดำเนินการทดลองให้บริการโทรทัศน์ ดาวเทียม ประกอบด้วยช่องข่าว คือ MCOT 1 และ ช่อง MCOT 2 ซึ่งเป็นช่องวาไรตี้ ออกอากาศทางโทรทัศน์ระบบ บอกรับเป็นสมาชิก True Vision 101 และ True Vision 102 ตามลำดับ และบริษัทฯ มีแผนการถ่ายทอดช่อง MCOT 1 และ MCOT 2 ผ่านดาวเทียมไปยัง กลุ่มเป้าหมายทั้งในระบบ C-Band, Ku-Band และโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิกในส่วนภูมิภาค นอกจากนี้ บม จ.อสมท ยังมีแผนเพิ่มจำนวน ช่องออกอากาศเพื่อรองรับความต้องการของผู้ชมในอนาคตอีกด้วย



รูปที่ 2 เว็บไซต์ www.mcot.net ขององค์กรสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อสมท.) ณ เดือนกุมภาพันธ์ 2553

สำหรับผู้จัดการออนไลน์ หรือ ASTV ซึ่งเป็นเว็บไซต์ข่าว รายงานข่าวและบทความ รวดเร็วตลอด 24 ชั่วโมง ได้รับความนิยมเป็นอันดับ 1 จากคนไทยทั้งใน และต่างประเทศ มีเนื้อหาหลากหลายและครอบคลุม ทั้งการเมือง เศรษฐกิจ ธุรกิจ นวัตกรรมบันเทิง ดนตรี ภาพยนตร์ ฟังเพลง ท่องเที่ยว และไลฟ์สไตล์ จากการจัดอันดับ โดย Truehits.net ปี 2551 เอสทีวีผู้จัดการออนไลน์เป็นเว็บไซต์ ข่าวที่มีผู้เข้าชมมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ของประเทศไทย เป็นปีที่ 6 ติดต่อกัน และมากเป็นอันดับ 4 ของการจัดอันดับรวมทุกประเภท ด้วยจำนวนผู้เข้าชมกว่า 4 แสนคนต่อวัน



รูปที่ 3 เว็บไซต์ www.manager.co.th ของผู้จัดการออนไลน์ (ASTV) ณ เดือนกุมภาพันธ์ 2553

ซึ่งการศึกษา วิเคราะห์ เนื้อหา และข้อมูล ที่ทำให้เว็บไซต์ทั้ง 2 ได้รับความสนใจจากประชาชน จะพบว่า ผู้บริโภคข้อมูลข่าวสาร ส่วนใหญ่มักต้องการบริโภคข้อมูลข่าวสารที่ไม่อยู่ภายใต้การแทรกแซงของรัฐบาล โดยสื่อสามารถนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เป็นกลาง ไม่ชี้นำหรือชักจูงแนวคิดของผู้รับข้อมูล นำเสนอรายละเอียดในหลาย ๆ ด้าน มีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารหลากหลายประเภท ในขณะที่เว็บไซต์กรมประชาสัมพันธ์ ต้องนำเสนอข้อมูลข่าวสารในฐานะที่เป็นสื่อของรัฐ ทำให้มีข้อจำกัดในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารสู่สาธารณะชน

เพื่อให้ตอบสนองการรับบริการข้อมูลข่าวสารและการบริโภคสื่อผ่านเว็บไซต์ของประชาชน กรมประชาสัมพันธ์จึงจำเป็นต้องเพิ่มประสิทธิภาพในการพัฒนาและปรับปรุงเว็บไซต์ให้มีข้อมูลด้านประชาสัมพันธ์ที่รวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์และมีประสิทธิภาพต่อการให้บริการข้อมูลข่าวสาร มีการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารที่มีความหลากหลายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และตอบสนองการให้บริการผู้ใช้งานตลอด 24 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

ศึกษาแนวทางการบริหารเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพเว็บไซต์ www.prd.go.th ของกรมประชาสัมพันธ์ในด้านโครงสร้าง ด้านเนื้อหา และด้านบุคลากร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงทัศนคติ กรอบแนวความคิด และการบริหารงานสื่อรูปแบบใหม่ของบุคลากรและเจ้าหน้าที่สังกัดกรมประชาสัมพันธ์
2. ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกรมประชาสัมพันธ์ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ผ่านสื่อรูปแบบใหม่บนเว็บไซต์ www.prd.go.th ของกรมประชาสัมพันธ์

บทที่ 2

กรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

อินเทอร์เน็ต เป็นนวัตกรรมการสื่อสารที่เติบโตและได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วเนื่องจากทำให้ผู้ใช้ได้รับความสะดวกสบาย รวดเร็ว และประหยัดค่าใช้จ่ายในการสื่อสารมากกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ เช่น สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (โทรศัพท์ โทรสาร วิทยุ โทรทัศน์) และยังสามารถในการเผยแพร่ข่าวสารในลักษณะสื่อประสม (Multimedia) คือ สามารถสื่อความหมายได้ทั้งในรูปแบบของข้อความ เสียง ภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว เป็นศูนย์กลางของความคิดเห็นจากทุกมุมโลก และเป็นศูนย์รวบรวมและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารอย่างไม่มีวันสิ้นสุดที่มีขนาดใหญ่ที่สุด ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างวงการต่าง ๆ ในสังคม เช่น เศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรม การศึกษา การทหาร การคมนาคม และการสื่อสาร เป็นต้น

การเติบโตของสื่อใหม่ที่เรียกว่า “สื่อรูปแบบใหม่” (New Media) กำลังได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสื่อรูปแบบใหม่ก็คือ การสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูลโดยใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เป็นตัวกลาง และปัจจุบันไม่ใช้มีเพียงแต่สื่อออนไลน์ แต่ครอบคลุมหลากหลายผนวกรวมกัน ไม่ว่าจะเป็นสื่อโฆษณาแบบต่าง ๆ ที่พลิกแพลงมากขึ้น เช่น ข้อความขนาดสั้นที่ส่งผ่านโทรศัพท์มือถือ (SMS) จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) การแชต (Chat) การเขียนบล็อกหรือเว็บบล็อก (Blog หรือ Weblog) Social network อย่าง facebook – twitter – youtube หรือ การสื่อสารผ่านระบบเทคโนโลยี 3G ฯลฯ ทั้งหมดล้วนเป็นเทคโนโลยีใหม่ที่เติบโตขึ้นมาท้าทายสื่อดั้งเดิมอย่าง วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร ความรวดเร็วของการนำเสนอข่าว ถือเป็นจุดแข็งที่สำคัญของสื่อออนไลน์ เพราะมีการบันทึกเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ขณะที่หนังสือพิมพ์ตีพิมพ์ออกมาได้วันละฉบับ หรืออย่างมากก็กรอบเช้า กรอบบ่าย นอกจากนี้สื่อรูปแบบใหม่ยังเพิ่มเติมเรื่อง SMS ข่าว ความหลากหลายในเนื้อหาอย่างวิดีโอ คลิป รูปภาพจำนวนมากที่เกิดขึ้นระหว่างนักข่าว กับผู้อ่านที่สามารถโพสต์ข้อความ ความคิดเห็น รวมถึงให้ข้อมูลเพิ่มเติมได้ทันที

สื่อรูปแบบใหม่ นอกจากมีบทบาทหน้าที่เช่นสื่อมวลชนดั้งเดิมคือ การถ่ายทอดความคิดเห็น ความเชื่อ ค่านิยม บรรทัดฐานทางสังคม จากสมาชิกคนหนึ่งไปยังสมาชิกอีกคนหนึ่ง การทำหน้าที่ในการให้ความบันเทิง การให้การศึกษา การสะท้อนสภาพความเป็นไปทางสังคม และให้บริการทางธุรกิจแล้ว สื่อรูปแบบใหม่มีบทบาทอย่างสูง ในการเป็นช่องทางการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของผู้คนในสังคม และการสร้างการเรียนรู้อย่างกว้างขวางของคนในสังคมด้วย¹

¹ อรนุช อาภาภิรม “ความคิดเรื่องสังคมข่าวสาร ” วารสารนิเทศศาสตร์ 10 (ฉบับภาคการศึกษา 2532)

การเกิดขึ้นของสื่อรูปแบบใหม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อการทำงานของกรมประชาสัมพันธ์อย่างมาก เนื่องจากการดำเนินงานเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์เป็นการใช้สื่อแบบดั้งเดิม ได้แก่ สื่อวิทยุกระจายเสียง และสื่อวิทยุโทรทัศน์ ซึ่งแม้จะมีความรวดเร็วในการส่งข้อมูลข่าวสาร แต่เมื่อนำมาเทียบเคียงกับสื่อรูปแบบใหม่แล้ว กลับพบว่า สื่อรูปแบบใหม่ กลับมีจุดแข็งเรื่องความเร็วที่ไม่แตกต่างไปจากสื่อวิทยุกระจายเสียง หรือบางครั้งอาจมีความรวดเร็วกว่า นอกจากนั้น ยังสามารถที่จะส่งข่าวสารไปยังผู้รับได้อย่างตรงเป้าหมาย พร้อม ๆ กับ เปิดช่องทางให้เกิดการตอบโต้ทางความคิดระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารได้ ทำให้กรมประชาสัมพันธ์ต้องเตรียมตัวที่จะปรับตัวเข้าสู่ระบบสื่อรูปแบบใหม่

สื่อรูปแบบใหม่จะเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการข้อมูลข่าวสารในรูปแบบใหม่ของกรมประชาสัมพันธ์ ผ่านเครือข่ายสารสนเทศอินเทอร์เน็ต ซึ่งเรียกได้ว่าจะเป็นการพลิกโฉมการให้บริการข้อมูลข่าวสารโดยทั่วไป อีกทั้งระบบจะสามารถแบ่งหมวดหมู่ รายการ เช่น รายการข่าว รายการสารคดี รายการสำหรับเด็กและเยาวชน เป็นต้น และที่สำคัญคือรายการท้องถิ่นและรายการภูมิภาคที่กรมประชาสัมพันธ์ผลิตเอง ที่ได้นำเสนอออกอากาศในแต่ละวันซึ่งถือว่าเป็นทรัพย์สินที่มีค่า ซึ่งจะต้องมีระบบที่สามารถจัดเก็บ บริหารจัดการ และสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึง โดยระบบสามารถค้นหาข้อมูลข่าวสารย้อนหลังได้ ตลอด 24 ชั่วโมง รวมถึงมีระบบตอบรับความคิดเห็นจากประชาชนอีกด้วย และเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์

เทคโนโลยีในปัจจุบันที่จะกล่าวถึงนี้ก็คือ เว็บไซต์ เป็นการรวมหน้าเว็บเพจหลายหน้า ซึ่งเชื่อมโยงกันผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่ที่จัดทำขึ้นเพื่อนำเสนอข้อมูลผ่านคอมพิวเตอร์ โดยถูกจัดเก็บไว้ในฐานข้อมูลของเว็บไซต์ที่เก็บไว้ที่ชื่อหลักจะเรียกว่า โฮมเพจ เว็บไซต์โดยทั่วไปจะให้บริการต่อผู้ใช้ฟรี แต่ในขณะเดียวกันบางเว็บไซต์จำเป็นต้องมีการสมัครสมาชิกและเสียค่าบริการเพื่อที่จะดูข้อมูล ในเว็บไซต์นั้น ซึ่งได้แก่ข้อมูลทางวิชาการ ข้อมูลตลาดหลักทรัพย์ หรือข้อมูลสื่อต่างๆ ผู้ทำเว็บไซต์มีหลากหลายระดับ ตั้งแต่สร้างเว็บไซต์ส่วนตัว จนถึงระดับเว็บไซต์สำหรับธุรกิจหรือองค์กรต่างๆ การเรียกดูเว็บไซต์โดยทั่วไปนิยมเรียกดูผ่านซอฟต์แวร์ในลักษณะของ เว็บเบราว์เซอร์

โฮมเพจ (Home page) หมายถึง ข้อความและภาพกราฟฟิกที่ปรากฏอยู่ที่หน้าแรกของแต่ละ Web โดยปกติจะมีชื่อผู้เป็นเจ้าของ Web และมีภาพหรือข้อความที่แสดงให้เห็นเมนูในการเลือกที่จะเปิดเข้าไปสู่หน้าต่อ ๆ ไป ตามความต้องการของผู้ใช้งาน

เว็บไซต์เป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารต่างๆ เพื่อใช้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารสู่สาธารณะชน ซึ่งนับวันจะเพิ่มมากขึ้น และมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้คนที่เข้าถึงสื่อชนิดนี้เป็นจำนวนมาก จนเรียกได้ว่าสื่อรูปแบบใหม่ในปัจจุบันนี้ได้กลายเป็นสื่อสารมวลชนแขนงหนึ่ง คือสื่อสารมวลชนออนไลน์ (Online Journal) ความรวดเร็วของข้อมูลข่าวสารเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนนิยมรับรู้ข่าวสารจากสื่อออนไลน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเว็บไซต์ข่าวที่เปิดให้ผู้อ่านมีส่วนร่วมในการเสนอข่าวสารในลักษณะเป็น ผู้สื่อข่าวภาคพลเมือง (Citizen Reporter) ที่สามารถส่งข่าวหรือข้อมูลได้โดยอิสระนั้น ยิ่งทำให้การไหลเวียนของข้อมูลข่าวสารเพิ่มความรวดเร็วขึ้น

สื่อไม่ว่าจะเป็นสื่อประเภทใดย่อมมีหน้าที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่มีความเที่ยงตรง ถูกต้องและเป็นประโยชน์แก่ผู้รับ นี่เป็นหลักการอันสำคัญที่สุดของสื่อ ด้วยการกลั่นกรอง ตรวจสอบ พิจารณาอย่างรอบคอบก่อนจะเผยแพร่สู่สาธารณะ ด้วยเหตุนี้จึงเกิดแนวคิดการทำหน้าที่กลั่นกรองข้อมูลข่าวสารของสื่อก่อนจะเผยแพร่สู่สาธารณะว่าเป็น “ผู้รักษาประตู” (Gatekeeper) มีหน้าที่ตรวจสอบว่าใคร (ข้อมูลข่าวสาร) คนใดบ้างที่ควรจะผ่านประตูเข้าไปในสถานที่ที่ตนเฝ้ารักษา (เผยแพร่สู่สาธารณะ) นั้นบ้าง

สื่อเว็บไซต์โดยทั่วไปแบ่งประเภทของเว็บไซต์ตามลักษณะการใช้งาน มี 4 ประเภท ดังนี้

1. เว็บไซต์ส่วนตัวเป็นเว็บไซต์ที่จัดทำขึ้นมาเพื่อรวบรวมเรื่องราวความรู้หรือข้อมูลต่าง ๆ ผู้จัดทำต้องการเผยแพร่สู่สาธารณะ หรือเพื่อใช้ดำเนินการในด้านธุรกิจบางอย่าง
2. เว็บไซต์ที่ให้ความรู้และความบันเทิง เป็นเว็บไซต์ที่เผยแพร่ความรู้และความบันเทิงให้กับผู้เข้าเยี่ยมชม เช่นความรู้เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ ด้านการศึกษา ชีวิตวิทยา หรือด้านดนตรี ฟังเพลง ซึ่งผู้เข้าชมสามารถทำการ Download ข้อมูลที่ต้องการได้ตลอดเวลา เช่น เว็บไซต์, เว็บไซต์ออนไลน์, Quiz online, กระดาน webboard ฯลฯ
3. เว็บไซต์เพื่อการบริการเป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการเกี่ยวกับเรื่องราวต่าง ๆ เช่น แหล่งท่องเที่ยว ภายในและภายนอกประเทศ การให้ข้อมูลของราคาสินค้าที่มีจำหน่ายในเว็บไซต์
4. เว็บไซต์เพื่อการค้นหาเป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการการค้นหาข้อมูลต่าง ๆ โดยสามารถที่จะดึงคำสำคัญที่บรรจุอยู่ในแต่ละหน้าของโฮมเพจ และสามารถทำการเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ที่ต้องการได้ด้วย

ลักษณะอันโดดเด่นของสื่อรูปแบบใหม่ ในด้านการเปิดกว้างและการมีส่วนร่วมแล้วปัจจัยที่สนับสนุนกระแสนิยมในสื่อรูปแบบใหม่นี้มาจากคุณสมบัติในฐานะเครื่องมือสื่อสาร “ทางตรง” ระหว่างรัฐบาลกับประชาชน ระหว่างประชาชนกับประชาชน และระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภค โดยเฉพาะประการหลังที่กำลังได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อย ๆ

จากการวิจัยของ Ronald E.Rice อาจารย์จากภาควิชาการสื่อสาร วิทยาลัยการสื่อสาร มหาวิทยาลัยแคลิฟอร์เนีย พบว่าประโยชน์ประการหนึ่งของสื่อรูปแบบใหม่คือ ทำให้การใช้สื่อ (media usage) มีข้อจำกัดลดลง เนื่องจากคอมพิวเตอร์และสื่อสารโทรคมนาคม สามารถประมวลผลและแสดงเนื้อหาได้ในทุกที่ ทุกรูปแบบ ทุกเวลาและเปิดกว้างสำหรับทุกคน โดยขึ้นอยู่กับบริบทของกิจกรรมหรือความต้องการของคนอื่น ๆ ²

ท่ามกลางเทคโนโลยีการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ธรรมชาติของการบริโภคสื่อก็เปลี่ยนแปลงไปด้วยผู้รับสารมีลักษณะทำอะไรหลาย ๆ อย่าง พร้อมๆ กัน เช่น อ่านหนังสือไปพร้อมกับฟังรายการทางวิทยุ หรือดูทีวีไปพร้อม ๆ กับเล่นคอมพิวเตอร์และทานอาหารจานด่วนไปด้วย ส่งผลให้สมาธิที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งน้อยลงต้องการข้อมูลแบบจับใจมากขึ้น

² นักข่าว 3.0 โจทย์หินสื่อไทย หนังสือวันนักข่าว 5 มีนาคม 2553 หน้า 82 ของสมาคมนักข่าว นักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย)

“ถ้ามองจากมุมนี้จะพบว่า สื่อออนไลน์และออฟไลน์จะเข้ามาเป็นคู่แข่งสำคัญสำหรับหนังสือพิมพ์ กระดาษแน่นอน เพราะตอบสนองความต้องการของ “คนรุ่นใหม่” ได้ตรงกว่ามีความรวดเร็ว จับใจ เลือกรับเลือก เนื้อหาได้ตรงตามความสนใจ รวมทั้งก้าวข้ามข้อจำกัดเรื่องเวลาและสถานที่อีกด้วย เพราะสามารถรับข่าวสารโดยตรง หรือเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือที่วันนี้ได้กลายเป็นอุปกรณ์พื้นฐานของคนทั่ว ๆ ไปแล้ว”³

สื่อรูปแบบใหม่ทำให้ทุกวันนี้โลกแคบลง การสื่อสารไม่ว่าจะวิทยุ โทรทัศน์ หรือ โทรศัพท์มือถือ เป็นการสื่อสารกับคนจำนวนมาก ไม่ใช่แค่ความคิดเห็นของคน ๆ เดียวแล้ว แต่ทุกอย่างมาจากความเห็นของคนหลายคน ฉะนั้น ข้อดี คือ เราสามารถจะวิเคราะห์ข้อมูลได้มากขึ้นว่าอะไรถูกหรือผิด

แต่แน่นอน ข้อเสียย่อมมีเช่นกันคือ การสื่อสารจากคนหลายคน ซึ่งไม่รู้ว่าเป็นใคร อาจเกิดข้อมูลที่ผิดพลาดคลาดเคลื่อนได้ง่าย รวมทั้งข้อมูลที่ไม่เหมาะสม ปรากฏออกมาโดยไม่ได้สกรีน นี่คือ จุดแตกต่างระหว่างสื่อรูปแบบใหม่กับสื่อแบบดั้งเดิม สมัยก่อนเวลาชดอานาจ ก็ยึดทีวี วิทยุ แต่ปัจจุบันถามว่าอินเทอร์เน็ตสามารถทำได้มั้ย ก็ทำได้ครับ แต่ว่าเขาคงควบคุมเว็บไซต์ไม่ได้ ฉะนั้น โอกาสที่จะควบคุมสื่อก็น้อยลง⁴

สื่อรูปแบบใหม่เป็นจุดปรับเปลี่ยนพฤติกรรมได้มากมายหลายรูปแบบ ต่อไปการควบคุมสื่อจะลดน้อยลง มันจะมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น แล้วโอกาสที่จะไปทำซ้ำนั้นง่าย โอกาสที่จะนำไปเผยแพร่ต่อ สะดวก รวดเร็วยิ่งขึ้น เช่น กรณีการเกิดขึ้นของวิชีตีเมืองไทยรายสัปดาห์ที่สามารถทำซ้ำและเผยแพร่ไปตามช่องทางต่าง ๆ ได้โดยง่าย และเป็นจำนวนมาก ไม่เพียงแต่สื่อทางเลือกจะเปลี่ยนพฤติกรรมของรับสารเท่านั้น แต่ยังมียุทธศาสตร์ที่จะทำให้วิทยุ โทรทัศน์จะต้องปรับเปลี่ยนสถานภาพของตน ด้วยการเพิ่มความหลากหลายให้มากยิ่งขึ้น เช่น นั่งอยู่ที่ไหน เวลาอะไรก็สามารถรับชมรายการโทรทัศน์ได้ และในทุกเรื่องที่ต้องการรู้ โดยสื่อพื้นฐานจะเปลี่ยนไปคล้ายกับสื่อเคเบิลทีวีที่สามารถดูช่วงเวลาไหน หรือชมกีฬาอะไรก็ได้ตลอด 24 ชั่วโมง พวก Old Media ที่มีดีที่เนื้อหาต่อไปจะปรับตัวเองเข้าสู่สื่อรูปแบบใหม่อย่างชัดเจน แล้ว Old Media เก่า ๆ จะล้มหายตายจากไป เพราะถูกพัฒนาไปเรื่อย ๆ ต่อไปสื่อที่เคยได้รับความนิยมในช่วงเวลาที่จะอยู่ในสภาพเช่นเดียวกัน⁵

³ ดร.สุดารัตน์ ดิษยวรรณนะ จันทราวัฒนากุล นักข่าว 3.0 โจทย์หินสื่อไทย กล่าวในหนังสือวันนักข่าว 5 มีนาคม 2553 หน้า 36 ของสมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย)

⁴ นายพัฒน จิตธนากรนุญ Wed Editor แห่ง pantip.com กล่าวในหนังสือวันนักข่าว 5 มีนาคม 2553 เรื่อง นักข่าว 3.0 โจทย์หินสื่อไทย หน้า 40 ของสมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย)

⁵ นายปราโมช รัฐวินิจ ผู้ตรวจราชการ สำนักนายกรัฐมนตรี อธิบดีกรมประชาสัมพันธ์ กล่าวในผู้จัดการรายสัปดาห์ วันที่ 1 ธันวาคม 2548)

แม้องค์กรข่าวและรูปแบบสื่อใหม่ ๆ จะเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่สิ่งสำคัญที่สุดของสื่อสารมวลชนก็ยังอยู่ที่ “เนื้อหาข่าวสาร” หรือที่เรียกว่า Content is the king” ดังนั้นวิชาชีพผู้สื่อข่าวก็ยังคงมีความสำคัญเช่นเดิม หากแต่ต้องรู้จักพัฒนาวิธีการเขียนให้สอดคล้องกับสื่อ เพราะทักษะสำคัญของวิชาชีพนี้อยู่ที่พื้นฐานการเขียนที่ดี ขณะที่เทคโนโลยีของช่องทางสื่อสารเป็นเพียง วิธีการอำนวยความสะดวกให้ผู้รับสารได้เท่านั้นเอง⁶

สำหรับกรอบในการศึกษารายงานการศึกษาเฉพาะบุคคลฉบับนี้จะเน้นศึกษาว่า ประเมินประสิทธิภาพ www.prd.go.th ของกรมประชาสัมพันธ์มากน้อยเพียงใด ซึ่งกรมประชาสัมพันธ์จะต้องให้ความสำคัญกับด้านต่าง ๆ ดังนี้ 1. ด้านโครงสร้าง 2. ด้านเนื้อหา 3. ด้านบุคลากร

⁶ นายอดิศักดิ์ ลิ้มปฐง์พัฒนกิจ กล่าวในการประชุมสมัชชาวิชาชีพสื่อสารมวลชนและคณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ครบรอบ 4 ปี วันที่ 16 พฤศจิกายน 2552)

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษาเรื่องการประเมินประสิทธิภาพ www.prd.go.th ของกรมประชาสัมพันธ์ ผู้ศึกษาเลือกใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

กลุ่มผู้ให้ข้อมูล (Informants)

จำนวน 12 คน แบ่งเป็น 2 กลุ่มหลัก

1. กลุ่มภายในกรมประชาสัมพันธ์ แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1.1. ผู้กำหนดนโยบาย คือ นายกฤษณพร เสริมพานิช อธิบดีกรมประชาสัมพันธ์

1.2. ผู้แปลงนโยบาย คือ นายสมโภชน์ วิสุทธิแพทย์ ผู้อำนวยการศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศการประชาสัมพันธ์

1.3. ผู้ปฏิบัติงาน จำนวน 5 คน ได้แก่

1.3.1 นายไพศาล เพ่งพิศ ตำแหน่งนักสื่อสารมวลชน ระดับชำนาญการพิเศษ ส่วนสื่อข่าวและรายงานข่าว สำนักข่าว

1.3.2 นายชาติชาย รำพึง ตำแหน่งนักสื่อสารมวลชน ระดับชำนาญการพิเศษ กลุ่มงานข่าว ส่วนสื่อข่าวและรายงานข่าว สำนักข่าว

1.3.3 นางสาวอรุณญา เกตุแก้ว ตำแหน่งนักสื่อสารมวลชน ระดับชำนาญการพิเศษ กลุ่มบรรณาธิการข่าว ส่วนสื่อข่าวและรายงานข่าว สำนักข่าว

1.3.4 นายสมภพ จันทรพิภค ตำแหน่งนักสื่อสารมวลชน ระดับชำนาญการ กลุ่มบรรณาธิการข่าว ส่วนสื่อข่าวและรายงานข่าว สำนักข่าว

1.3.5 นายนเรนทร์ อ่อนอินทร์ ตำแหน่งนายช่างไฟฟ้า ระดับชำนาญงาน ส่วนเทคนิค กลุ่มเทคนิคโทรทัศน์ สำนักข่าว

2. กลุ่มภายนอกกรมประชาสัมพันธ์ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มย่อย ดังนี้

2.1 กลุ่มผู้บริหารงานเว็บไซต์ข่าวสาร จำนวน 2 คน ได้แก่

2.1.1 นายนิรันดร์ เขียวภาว้ บรรณาธิการข่าวเว็บไซต์ บริษัท เอเอสทีวีผู้จัดการ จำกัด

2.1.2 นางวรรณลักษณ์ สุจริต บรรณาธิการบริหาร ฝ่ายบรรณาธิการข่าว สำนักข่าวไทย บริษัท อสมท. จำกัด (มหาชน)

2.2 กลุ่มอาจารย์ด้านนิเทศศาสตรวารสารศาสตร์ จำนวน 3 คน ได้แก่

2.2.1 ผศ.ดร.อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว คณบดี คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

2.2.2 รศ.ดร.พรจิต สมบัติพานิช คณบดีคณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

2.2.3 รศ.วันทนีย์ แสนภักดี คณบดีนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ขั้นตอนในการเก็บข้อมูล

การศึกษาเอกสารวิชาการฉบับนี้ใช้วิธีในการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องทั้งด้านนโยบายและด้านวิชาการ (แบบระบบเปิด) ซึ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์นั้น มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องให้ความสำคัญแก่ผู้เก็บรวบรวมข้อมูลหรือผู้สัมภาษณ์ ทั้งนี้เพราะคุณภาพของข้อมูลจะดีเพียงใดย่อมขึ้นอยู่กับความสามารถและประสบการณ์ของผู้สัมภาษณ์เป็นสำคัญ ดังนั้น ก่อนการเก็บข้อมูล จึงได้มีการตกลงในด้านการสัมภาษณ์ วัตถุประสงค์ ให้ผู้เกี่ยวข้องทราบก่อนการสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ดีคุณภาพและเป็นข้อเท็จจริง

จากนั้น นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ และ การศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง แล้วนำมาวิเคราะห์ เพื่อให้ได้ข้อสรุปถึงปัญหาข้อเสนอแนะในการพัฒนาปรับปรุงต่อไป

บทที่ 4

ผลการศึกษา

จากการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องในการให้ข้อมูลการจัดเอกสารวิชาการ เรื่อง การประเมินประสิทธิภาพ www.prd.go.th ของกรมประชาสัมพันธ์ โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ 1. กลุ่มภายในกรมประชาสัมพันธ์ แบ่งเป็น 3 กลุ่มย่อย ได้แก่ 1. ผู้กำหนดนโยบาย 2. ผู้แปลงนโยบาย 3. ผู้ปฏิบัติงาน 2. กลุ่มภายนอกกรมประชาสัมพันธ์ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มย่อย 1 กลุ่มผู้บริหารงานเว็บไซต์ข่าวสาร 2. กลุ่มอาจารย์ด้านนิเทศศาสตร์วารสารศาสตร์ รวมผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 12 คน ดังนี้

เว็บไซต์ www.prd.go.th เริ่มดำเนินการเมื่อปี 2545 โดยข้าราชการเจ้าหน้าที่ของ ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศ การประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ ดำเนินการกันเองอย่างไม่มีหลักวิชาการรองรับ “ การจัดทำเว็บไซต์ กรมประชาสัมพันธ์ระยะแรก ข้าราชการเจ้าหน้าที่ของศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศการประชาสัมพันธ์ที่เป็นวิศวกรและ นายช่างไฟฟ้า ซึ่งไม่มีความชำนาญมาออกแบบจัดทำเว็บไซต์ www.prd.go.th กันขึ้นมาเอง โดยไม่มีหลักสถาปัตยกรรม ด้านเว็บไซต์ที่ถูกต้อง ทำให้เว็บไซต์พัฒนาต่อไปไม่ได้”⁷ แม้กระนั้นปัจจุบันเว็บไซต์ www.prd.go.th ก็ยังนับว่าเป็น เว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมในลำดับต้น ๆ ในหมู่เว็บไซต์ของส่วนราชการไทยด้วยตนเอง โดยจากการสำรวจของ [truehit](http://truehit.net) เมื่อวันที่ 16 มีนาคม 2552 เว็บไซต์ www.prd.go.th ได้รับความนิยมเป็นอันดับ 1 ของกระทรวงสำนักนายกรัฐมนตรี อันดับ 6 ของเว็บไซต์ส่วนราชการทั่วประเทศ และอันดับที่ 252 ของเว็บไซต์ทั่วไปในประเทศไทย⁸

อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาเว็บไซต์ www.prd.go.th พบว่า ข่าวสารที่เสนอในหน้าหลักไม่ทันสมัย แม้ว่า กรมประชาสัมพันธ์จะมีหน่วยงานกระจายอยู่ทั่วประเทศที่สามารถป้อนข่าวสารต่าง ๆ ให้แก่ เว็บไซต์ www.prd.go.th ก็ตาม “ ข้อมูลบางอย่างบนหน้าจอไม่ Update เลย เช่น เกาะติดสถานการณ์ เทศกาลท่องเที่ยว เมืองไทย ยังเป็นข้อมูลปี 2552 อยู่ ขณะที่เปิดเป็นเดือนมีนาคม 2553 แล้ว ”⁹ สาเหตุสำคัญที่เนื้อหาของเว็บไซต์ www.prd.go.th ไม่สามารถเสนอข่าวสารได้ทันต่อเหตุการณ์ น่าจะเกิดจากไม่มีบรรณาธิการข่าวประจำเว็บไซต์ เนื่องจากผู้ดูแล เว็บไซต์ www.prd.go.th คือหน่วยงานศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศการประชาสัมพันธ์ ซึ่งหน่วยงานนี้มีแต่ผู้ปฏิบัติงานในสายช่างทั้งสิ้น ในขณะที่หน่วยงานที่ทำหน้าที่ผลิตเนื้อหาสาระต่าง ๆ กระจาย อยู่ในส่วนต่าง ๆ ของกรมประชาสัมพันธ์ แต่ปรากฏว่าหน่วยงานเหล่านั้นต่างก็จัดทำเว็บไซต์ของหน่วยงานกัน ขึ้นมา ทำให้กรมประชาสัมพันธ์มีเว็บไซต์จำนวนมาก เมื่อผู้ดูแลเว็บไซต์กรมประชาสัมพันธ์ไม่สามารถจัดระบบ เชื่อมโยงข่าวสารที่ดี ความสนใจที่จะส่งข้อมูลข่าวสารเพื่อเผยแพร่ผ่าน เว็บไซต์ www.prd.go.th ก็ลดน้อยลง ทำให้ไม่สามารถเชื่อมโยงเนื้อหาของแต่ละหน่วยงานมาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้อย่างสูงสุด

⁷ www.truehits.net ข้อมูล ณ วันที่ 16 มีนาคม 2553

⁸ นายสมโภชน์ วิสุทธิแพทย์ ผู้อำนวยการศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ สัมภาษณ์

⁹ รศ.วันทนีย์ แสนภักดี คณบดีนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา สัมภาษณ์

นายสมโภชน์ วิสุทธิแพทย์ ผู้อำนวยการศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นหน่วยงานดูแลรับผิดชอบ เว็บไซต์ www.prd.go.th กล่าวว่า กรมประชาสัมพันธ์ เริ่มแก้ไขปัญหาในเรื่องโครงสร้างของเว็บไซต์ www.prd.go.th โดยจ้างบริษัทที่ปรึกษาที่มีความชำนาญในเรื่องการทำสถาปัตยกรรมเว็บไซต์เข้ามาวิเคราะห์เพื่อแก้ไขปัญหา รวมทั้งออกแบบสถาปัตยกรรมใหม่เพื่อรองรับการทำงานของสื่อรูปแบบใหม่¹⁰

“ การทำเว็บไซต์ใหม่จะเป็นลักษณะของ CMS (Content Management System) ก็คือจากเดิมหน่วยงานในต่างจังหวัดจะป้อนข้อมูลเข้าเว็บไซต์จะต้องใช้ความรู้ ความสามารถ แต่อันใหม่นี้เจ้าหน้าที่ของกรมประชาสัมพันธ์ไม่จำเป็นต้องมีความรู้ ความสามารถก็ทำตรงนี้ ”¹¹

มีการศึกษาตัวอย่างจาก อสมท. หรือ เว็บไซต์ MCOT.NET ซึ่งมีทั้ง วิทยุ โทรทัศน์ และสำนักข่าวไทย โดยเว็บไซต์ www.prd.go.th ที่กำลังจัดทำใหม่มีหน้าหลักเป็นรูปแบบใหม่ และมีไอคอน หรือสัญลักษณ์ ให้ผู้เข้าชมสามารถที่จะเลือกเข้าไปชมเว็บไซต์อื่น ๆ ของหน่วยงานในสังกัดของกรมประชาสัมพันธ์ เพื่อแก้ไขปัญหาให้แก่หน่วยงานต่าง ๆ ในสังกัดของกรมประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ใหม่ของกรมประชาสัมพันธ์ จึงจะแบ่งผู้ใช้ออกเป็น กลุ่มต่าง ๆ ได้แก่

- กลุ่มวิทยุ
- กลุ่มโทรทัศน์
- กลุ่มประชาสัมพันธ์จังหวัด
- กลุ่มสำนักงานประชาสัมพันธ์เขต

การออกแบบหน้าหลักของเว็บไซต์ มีส่วนสำคัญที่จะทำให้เว็บไซต์มีผู้นิยมมาน้อยเพียงใด บางครั้งเว็บไซต์อาจมีเนื้อหาสาระที่ดี แต่การจัดวางคอลัมน์ต่าง ๆ ไม่เหมาะสมก็อาจส่งผลกระทบต่อผู้เข้าชมเว็บไซต์ไม่สนใจที่จะเข้ามาหาข้อมูลข่าวสารก็ได้ เพราะเห็นว่ายากลำบากเกินไปที่จะคลิกหาข้อมูล ดังนั้นจำเป็นต้องนำข้อมูลข่าวสารที่สำคัญไว้ในหน้าหลักและมุมที่ผู้เข้าชมสามารถเห็นได้ง่าย “ดูจากเว็บไซต์ของต่างประเทศแล้วนำมาเปลี่ยนแปลงเพื่อให้เข้ากับนิสัยคนไทยเพราะนิสัยคนไทยคือ ถ้าข่าวไหนไม่อยู่ในหน้าแรกก็จะไม่คลิกเข้าไปอ่าน ดังนั้น ทุก section จะต้องมียุทธศาสตร์ของตัวเองเป็นหน้าแรก”¹²

¹⁰ นายสมโภชน์ วิสุทธิแพทย์ ผู้อำนวยการศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ สัมภาษณ์

¹¹ นายกฤษณพร เสริมพานิช อธิบดีกรมประชาสัมพันธ์ สัมภาษณ์

¹² นายนิรันดร์ เขียวภาวี่ บรรณาธิการข่าวเว็บไซต์ บริษัท เอเอสทีวีผู้จัดการ จำกัด สัมภาษณ์

ปัญหาของเว็บไซต์ www.prd.go.th ปัจจุบันคือการออกแบบหน้าหลักที่ค่อนข้างไม่เอื้ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เข้าใช้ เพราะออกแบบในแนวดิ่งเป็นส่วนใหญ่ “ การออกแบบเว็บไซต์ในแนวดิ่งมีพื้นที่ข้อมูลให้เลื่อนขึ้น-ลงมากเกินไป การใช้ประโยชน์จากแถบข้าง (side bar) ทั้งด้านซ้ายและขวาน้อยเกินไป ดังนั้นจึงควรปรับปรุง โดยกำหนดสี ตัวอักษร การออกแบบไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อสร้างลักษณะเด่นเว็บไซต์ต้องคัดลดพื้นที่แนวดิ่ง แต่เพิ่มข้อมูลในแนวขวางแทน เพื่อความสะดวกต่อการใช้งาน ” ¹³

สิ่งสำคัญประการหนึ่งในการจัดทำเว็บไซต์ให้ได้รับความนิยม คือ เนื้อหาสาระที่น่าสนใจผ่านเว็บไซต์ มีความโดดเด่น จนทำให้ประชาชนเข้ามาชม ข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ ซึ่งกรมประชาสัมพันธ์มีช่องทางในการจัดหาข่าวสารได้อย่างมาก จากการที่มีหน่วยงานด้านบุคลากรด้านสื่อโดยตรง ทั้งสื่อด้านวิทยุกระจายเสียงและสื่อวิทยุโทรทัศน์ นอกจากนี้ ยังมีบุคลากรด้านข่าวสารและการประชาสัมพันธ์กระจายอยู่ในทุกจังหวัดทั่วประเทศ ซึ่งหากบุคลากรของกรมประชาสัมพันธ์ในทุกหน่วยงานส่งข้อมูลข่าวสารให้กับเว็บไซต์จะทำให้ เว็บไซต์ www.prd.go.th มีข่าวสารจำนวนมากที่สามารถเข้ามাজัดระบบ และจัดรูปแบบการนำเสนอได้อย่างดี “ ทุกคนสามารถที่จะทำข่าวแล้วโยนไปที่ถึงข่าวเราจะสามารถนำข่าวมาใช้ได้วันละประมาณ 100 กว่าข่าว ” ¹⁴

นายกฤษฎพร เสริมพานิช อธิบดีกรมประชาสัมพันธ์ ได้วางแนวทางของ เว็บไซต์ www.prd.go.th ว่าไม่เน้นในเรื่องการเป็นหนึ่งในด้านเว็บไซต์ข่าวสารเหตุการณ์ปัจจุบัน แต่จะเน้นให้เป็นเว็บไซต์ข้อมูลข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานรัฐ “ คิดว่าจะทำให้เรามีความหมายมากขึ้นในฐานะที่เราเป็นหน่วยงานกลางในการประชาสัมพันธ์ ยกตัวอย่างเช่น มีงานประชาสัมพันธ์ หรือ event ของส่วนราชการทั่วประเทศก็น่าที่จะเอามาลงในเว็บไซต์ของเรา ทิศทางที่สอง ก็จะต้องทำเป็นเหมือนตัวกลางเชื่อมระหว่างสื่อต่าง ๆ ของกรมประชาสัมพันธ์รวมถึงเครือข่ายต่าง ๆ ของกรมประชาสัมพันธ์ด้วย” เว็บไซต์ www.prd.go.th จึงยังมีการเสนอข่าวสารประจำวัน โดยดึงเนื้อหาข่าวสารจากสื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ที่เป็นข่าวสำคัญมานำเสนอผ่านเว็บไซต์เพื่อให้ผู้ชมสามารถที่จะติดตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมได้ทันต่อสถานการณ์ รวมถึงให้ประชาชนสามารถอ่านข่าวย้อนหลังได้ด้วย

ปัญหาสำคัญในการทำงานของ เว็บไซต์ www.prd.go.th ด้านหนึ่งคือด้านบุคลากรสาเหตุเพราะศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศการประชาสัมพันธ์ ไม่มีบุคลากรที่เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาโดยตรง แต่กลับมีหน้าที่ในการดูแลเว็บไซต์ในทุก ๆ ด้าน ดังนั้น เนื้อหาสาระของเว็บไซต์ www.prd.go.th จึงอาจไม่ทันสมัย นั่นสะท้อนให้เห็นว่ากรมประชาสัมพันธ์กำลังขาดบุคลากรด้านสื่อหรือด้านเนื้อหาอย่างมาก “ ตั้งแต่ปี 2545 จนถึงปัจจุบันจะเห็นว่าบุคลากรด้านสื่อเพิ่มขึ้นน้อยมาก ไม่สมดุลกับช่องทางการสื่อสาร ” ¹⁵

¹³ ผศ.ดร.อศวิณ เนตรโพธิ์แก้ว คณบดี คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต สัมภาษณ์

¹⁴⁻¹⁵ นายกฤษฎพร เสริมพานิช อธิบดีกรมประชาสัมพันธ์ สัมภาษณ์

ซึ่งกรมประชาสัมพันธ์จะต้องจัดตั้งกองบรรณาธิการเพื่อดูแล เว็บไซต์ www.prd.go.th โดยตรง ดังเช่น องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย หรือ อสมท. หรือ เว็บไซต์ผู้จัดการ หรือหน่วยงานอื่น ๆ บุคคลที่เข้ามาทำหน้าที่กองบรรณาธิการข่าวเว็บไซต์ส่วนใหญ่จะมีพื้นฐานด้านการจัดทำหรือผลิตเนื้อหามาก่อน เพื่อที่จะสามารถเข้าใจในเรื่องของเนื้อหา และสามารถที่จะเชื่อมโยงข่าวสาร เนื้อหาสาระให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา “ ทีมงานทั้งหมดที่ใช้ทำเรื่องนี้เดิมที่ใช้ทีมงานที่มีความรู้เรื่องเทคนิคดูแลเว็บไซต์ ซึ่งมันเป็นคนละวิชาชีพกัน จะต้องมีทีมงานที่กำหนดเนื้อหาจริงๆ แล้ว สามารถแปลงข่าวสารข้อมูลในรูปแบบเว็บไซต์ออกมาได้แต่ทางด้านเทคนิคก็จะใช้ ทีมงานเทคนิคเดิมมาทำหน้าที่ ”¹⁶ ทั้งนี้ เว็บไซต์ส่วนใหญ่จะต้องมีการปรับปรุงข้อมูลที่นำเสนอให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะเว็บไซต์ด้านข่าวสารจำเป็นที่จะต้องปรับข้อมูลให้ทันสมัยชนิดวันต่อวัน “ ทางเว็บไซต์จะมีการอัปเดตข่าวระหว่างวันและยังมี Multimedia เข้าไปมีภาพเคลื่อนไหว มีคลิปเสียง ”¹⁷

ผศ. ดร.อศวิน เนตรโพธิ์แก้ว คณบดี คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ให้ความเห็นเกี่ยวกับเว็บไซต์ www.prd.go.th ว่า ควรที่จะมีการกำหนดหัวข้อ ประเด็นที่น่าสนใจและมีการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่เสมอ “ การกำหนดหัวข้อเรื่องควรใช้คำสั้น กระชับและมีขนาดตัวหนังสือที่อ่านง่าย สิ่งสำคัญคือควรตรวจสอบความสดใหม่ของข้อมูลให้เป็นปัจจุบันและทันสมัยอยู่เสมอ ”¹⁸

การดูแลเว็บไซต์ให้ทันสมัย ไม่ใช่เป็นเพียงจัดทำเนื้อหาสาระให้ทันสมัยและทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอเท่านั้น สิ่งสำคัญอีกประการคือการยอมรับในอิทธิพลของสื่อประเภทที่เรียกว่าเป็นสังคมออนไลน์ (Social Network) ซึ่งทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกันทั้งกับผู้สื่อสารและผู้รับสาร ซึ่งนับเป็นข้อได้เปรียบของสื่ออินเทอร์เน็ต ที่มีเหนือสื่ออิเล็กทรอนิกส์เดิม เช่นวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ เนื่องจากวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์มีข้อจำกัดในการเปิดโอกาสให้ผู้รับสื่อตอบโต้หรือแสดงความคิดเห็น แม้ว่าสื่อวิทยุกระจายเสียงอาจทำได้ในลักษณะโฟนอินแต่ก็เป็นช่วงสั้น ๆ และครั้งละไม่กี่ราย ส่วนสื่อโทรทัศน์อาจทำได้ในลักษณะของการส่งข้อมูลสั้น (SMS) แต่ก็ไม่สามารถครอบคลุมได้อย่างทั่วถึง ต่างจากเว็บไซต์ที่เปิดให้มีการเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในลักษณะสังคมออนไลน์ได้

“ New Media ซึ่งกำลังจะมีบทบาทมากขึ้นทำให้คนได้มีส่วนร่วมมากขึ้น ทำให้คนธรรมดาสามารถทำหน้าที่เป็นผู้สื่อข่าวได้ด้วย การเกิดขึ้นของ New Media ทำให้ผู้รับข่าวสารมีช่องทางได้รับข่าวสารได้หลากหลายรวดเร็วมากขึ้น ถ้าเป็นสื่อแบบ Old Media คือ one to many หมายถึง จากสถานีหรือสำนักข่าวไปยังผู้อ่านได้หลายคน แต่ถ้าเป็น New Media คือ many to many หมายถึง จากคนรายงานข่าวหลายคนไปสู่ผู้รับผิดชอบอีกหลาย ๆ คน ”¹⁹

¹⁶ นายกฤษณพร เสริมพานิช อธิบดีกรมประชาสัมพันธ์ สัมภาษณ์

^{17,19} นายนิรันดร์ เขียวภาวี่ บรรณาธิการข่าวเว็บไซต์ บริษัท เอเอสทีวีผู้จัดการ จำกัด สัมภาษณ์

¹⁸ ผศ. ดร.อศวิน เนตรโพธิ์แก้ว คณบดี คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต สัมภาษณ์

แนวคิดเรื่องการสร้างสังคมออนไลน์ถูกนำมาเสนอในการปรับปรุงเว็บไซต์ www.prd.go.th เห็นได้จากผู้ที่ทำหน้าที่ดูแลเว็บไซต์ และผู้ปฏิบัติงานในสายข่าวต่างก็เห็นคล้าย ๆ กับ “มันจะต้องเข้าไปหาชุมชน ก็คือว่าในตอนนี้อยู่ในชุมชนเข้ากันมไปอยู่กันตรงไหนเราก็เอาสินค้าไปขายตรงนั้นด้วย ก็คือลักษณะที่เรามี face book, twister เราก็เข้าไปร่วมกับเขา”²⁰ “ควรมีระบบเชื่อมโยงภายนอก มี back up ที่ดี ไม่ผูกติดกับผู้ให้บริการรายใดรายหนึ่ง Technology ควรบริหารจัดการข้อมูลเอง เพิ่มช่องทางในรูปแบบต่าง ๆ เช่น tweeter facebook text และ Icon เครือข่าย NBT”²¹ “สำหรับ Technology สมัยใหม่ Internet facebook tweeter วิทยุชุมชน cable TV หรืออะไรก็ได้ที่เป็นสื่อผสมสมัยใหม่ และ new creating ก่อนข้างจะเป็น new media เรื่องบทความเรื่องโฆษณา creating advertising ก็เป็น new media”²²

ลักษณะความเห็นที่สอดคล้องกันเป็นเรื่องที่น่าจะเป็นแนวทางที่ดีในการปรับปรุงเว็บไซต์ www.prd.go.th ให้มีลักษณะที่เชื่อมโยงกับสังคมโดยรวมมากขึ้น มากกว่าที่กรมประชาสัมพันธ์จะทำหน้าที่เป็นเพียงแค่ผู้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารออกไปโดยที่สิ่งที่เผยแพร่ นั้นอาจจะไม่กระทบถึงผู้รับอย่างจริงจังเลย อย่างไรก็ตาม การเปิดช่องการเชื่อมโยงกับผู้เข้าชมและสังคมภายนอกให้สามารถที่จะทำหน้าที่เสมือนผู้สื่อข่าว ผู้รายงานเหตุการณ์ ผู้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นนั้น สิ่งที่ต้องคำนึงสำหรับผู้ดูแลเว็บไซต์ก็คือ จะต้องเฝ้าดูข้อมูลที่เปลี่ยนไปตลอดเวลา เพราะสิ่งที่บุคคลภายนอกเข้ามาให้ความเห็นหรือรายงานเรื่องใด ๆ บนเว็บไซต์ของเรานั้นอาจจะมีความเสี่ยงก็ได้ “ในเรื่องของ Interact จะระมัดระวังมาก เนื่องจากการเป็นสื่อของรัฐผลกระทบค่อนข้างสูง ถึงแม้ว่าปัจจุบันคนจะชอบ Interact มากแต่ก็ยังไม่ได้ทำเพราะคำนึงถึงผลกระทบที่มันเกิดถ้ามันรุนแรงอาจทำให้เสียหายได้”²³

ในด้านบุคลากรที่เข้ามาทำหน้าที่ในการดูแลเว็บไซต์ www.prd.go.th ควรจะมี 2 กลุ่มสำคัญ คือ กลุ่มด้านสถาปัตยกรรมและเทคนิค ซึ่งมีหน้าที่ในการออกแบบหน้าเว็บไซต์ ระบบการเชื่อมโยงข้อมูล การจัดการฐานข้อมูล เทคนิคอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่จำเป็นเพื่อรองรับการให้บริการแก่ผู้ใช้ ทั้งจากในกรมประชาสัมพันธ์เอง และบุคคลภายนอก ซึ่งปัจจุบันกรมประชาสัมพันธ์ได้จ้างบริษัทที่ปรึกษาเข้ามาดูแล “งบประมาณส่วนหนึ่งมาทำ server แยกออกเป็น 2 ชุด เมื่อ server ตัวหลักล่มก็จะมี server ตัวสำรองสามารถทดแทนได้ งบประมาณส่วนที่สองก็จ้างบริษัทที่มีความชำนาญในเรื่องของการทำสถาปัตยกรรม เว็บไซต์เข้ามาวิเคราะห์เว็บไซต์ของกรมประชาสัมพันธ์ และเข้ามาแก้ไขคิดว่าคงจะเสร็จภายในเดือนมีนาคม หรือเมษายนนี้ เว็บไซต์ใหม่ของกรมประชาสัมพันธ์ นอกจากจะรองรับเรื่องของเนื้อหาแล้ว ก็จะรองรับในเรื่องของสื่อรูปแบบใหม่อีกด้วย”²⁴

²⁰ นายกฤษณพร เสริมพานิช อธิบดีกรมประชาสัมพันธ์ สัมภาษณ์

²¹ นายไพศาล เพ่งพิศ นายชาติชาย ร่ำพิง นางสมภพ จันทรพิภ นักสื่อสารมวลชนชำนาญการพิเศษ ส่วนสื่อข่าว สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย สนทนากลุ่ม

²² นางสาวอริยญา เกตุแก้ว นักสื่อสารมวลชนชำนาญการพิเศษ กลุ่มบรรณาธิการข่าวกลุ่มบรรณาธิการข่าว สำนักข่าว กรมประชาสัมพันธ์ สัมภาษณ์

²³ นางวรรณลักษณ์ สุจริต บรรณาธิการบริหาร ฝ่ายบรรณาธิการข่าว สำนักข่าวไทย บริษัท อสมท. จำกัด (มหาชน) สัมภาษณ์

²⁴ นายสมโภชน์ วิสุทธิแพทย์ ผู้อำนวยการศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ สัมภาษณ์

สำหรับปัญหาการขาดบุคลากรด้านเนื้อหาสาระนั้น กรมประชาสัมพันธ์จะต้องสร้างทีมงานใหม่ ขึ้นมาดูแลด้านนี้โดยเฉพาะทีมงานทั้งหมดที่ใช้ทำเรื่องนี้เดิมที่ใช้ทีมงานที่มีความรู้เรื่องเทคนิคดูแลเว็บไซต์ ซึ่งมันเป็นคนละวิชาชีพกันจะต้องมีทีมงานที่กำหนดเนื้อหาจริงๆ แล้ว สามารถแปลงข่าวสารข้อมูลในรูปแบบ เว็บไซต์ออกมาได้แต่ทางด้านเทคนิคก็จะใช้ ทีมงานเทคนิคเดิมมาทำหน้าที่ สำหรับทีมงานที่ดูแลด้านเนื้อหาอาจเป็นกองบรรณาธิการที่ทำหน้าที่ประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ของกรมประชาสัมพันธ์ทั้งหมด รวมถึงกำกับ ดูแลข้อมูลที่ผ่านเข้ามาในระบบว่า สิ่งใดเหมาะสมอย่างไร พร้อมกับจัดทำเป็นหัวข้อประเด็น หรือ คลิปภาพ คลิปเสียงที่น่าสนใจให้ผู้เข้าชมเลือกใช้ “ยังขาดการจัดการรูปแบบการประชาสัมพันธ์ให้ชัดเจนเพราะไม่มีการ วิเคราะห์หรือดึงตัวอย่างของรายการที่ดีๆ ออกมาโชว์ในหน้าของเว็บไซต์ ซึ่งตรงนี้จะต้องมีการบริหารจัดการที่ดี ต้องมีคนดูแล ต้องมีคนตาม” ²⁵

ปัญหาสำคัญอีกประการ ที่กรมประชาสัมพันธ์ควรจะริบดำเนินการคือ การปรับทัศนคติของ บุคลากรในกรมประชาสัมพันธ์ให้รู้จักการทำงานเป็นทีม และแบ่งแยกกันทำงานโดยไม่ซ้ำซ้อนกัน ซึ่งบางครั้ง ทำให้เกิดภาวะการซ้ำซ้อน และทิศทางการทำงานอาจเป็นไปในทิศทางเดียวกันด้วย “การทำ content คนต้องปรับ ใหม่ต้องมาเรียนรู้แนวทางที่วางไว้ จริง ๆ แล้วของกรมประชาสัมพันธ์ยังแยกกันอยู่ ทั้งวิทยุ ทีวี สำนักข่าว แต่ที่วาง พิมพ์เขียวไว้ทุกอย่างสามารถจอยกันได้ ไม่ว่าจะเป็นภาพ เสียงทั้งหมดทุกถึงข้อมูลสามารถเชื่อมต่อกันเลย content น่าเป็นห่วงกว่า technology เพราะต่างคนต่างทำ เช่น ข่าวเดียวกัน ทีวี่ก็ทำ วิทยุก็ทำ ไม่ได้ออกจากส่วนกลางแล้วกระจายออกไป ” ²⁶

กรมประชาสัมพันธ์จึงต้องสร้างแนวคิดในการจัดทำศูนย์ข้อมูลกลางให้เป็นจริง ให้ทุกหน่วยงาน ส่งข้อมูลข่าวสารให้แก่ศูนย์ข้อมูลกลาง และให้ศูนย์ข้อมูลกลางเป็นผู้กำหนดทิศทางของการทำการ ประชาสัมพันธ์ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน “ ส่วนที่สองคือการพัฒนาในเรื่องของแนวคิดของการสร้างศูนย์ ข้อมูลซึ่งจะเป็นตัวกำหนดทิศทางในการนำเสนอข่าวออกไปในเมื่อเรามี ศูนย์กลางใหญ่ และศูนย์กลางย่อยใน ส่วนของแต่ละพื้นที่ สิ่งหนึ่งที่เกิดขึ้นคือทุกคนจะต้องติดตามกระแสข่าวต่างๆ เพื่อที่จะนำเสนอแล้วก็สามารถ รับรู้แนวทางที่มาจากส่วนกลาง การนำเสนอข่าวนอกจากจะเป็นทางเดียวกันแล้วเขาจะต้องติดตามเพื่อขยายผล โดยผ่านตัวเขาเองกับเครือข่ายซึ่งเขาก็จะเรียนรู้เครือข่าย โดยการออกจากที่ทำงานไปมีความสัมพันธ์กับเพื่อน ร่วมอาชีพในพื้นที่ เขาก็จะเกิดการเรียนรู้กับการเข้าไปอยู่ในสนามการแข่งขันโดยอัตโนมัติ นี่คือนวัตกรรม ที่ทำให้คนพัฒนาขึ้น ” ²⁷

²⁵ นายสมโภชน์ วิสุทธิแพทย์ ผู้อำนวยการศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ สัมภาษณ์

²⁶ นายณเรณทร์ อ่อนอินทร์ นายช่างไฟฟ้า ชำนาญงาน ส่วนเทคนิค กลุ่มเทคนิคโทรทัศน์ สำนักข่าว สัมภาษณ์

²⁷ นายฤกษ์พร เสริมพานิช อธิบดีกรมประชาสัมพันธ์ สัมภาษณ์

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเอกสาร และสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องในการให้ข้อมูลการจัดเอกสารวิชาการ เรื่อง การประเมินประสิทธิภาพ www.prd.go.th ของกรมประชาสัมพันธ์ พอสรุปได้ดังนี้

ปัจจุบัน เว็บไซต์ www.prd.go.th นับเป็นเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมในลำดับต้น ๆ ในหมู่เว็บไซต์ของ ส่วนราชการด้วยกัน โดยได้รับความนิยมเป็นอันดับ 1 ในสำนักนายกรัฐมนตรี อันดับ 6 ของส่วนราชการทั่วประเทศ และ อันดับ 252 ของเว็บไซต์ทั่วไปในประเทศไทย กระนั้นข้อมูลดังกล่าวก็เป็นเพียงความแตกต่างในลำดับที่ของผู้เข้าชม โดยไม่ได้บ่งบอกถึงความแตกต่างในปริมาณของผู้เข้าชมว่ามากน้อยเพียงใด แต่จากการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้อง พบว่าเว็บไซต์ www.prd.go.th ข้อควรปรับปรุงในหลาย ๆ ประการ ซึ่งสามารถแยกออกได้เป็น 3 ประเด็นใหญ่ คือ

1. ด้านโครงสร้าง
2. ด้านเนื้อหา
3. ด้านบุคลากร

ด้านโครงสร้าง

เว็บไซต์ www.prd.go.th สร้างขึ้นโดยไม่ถูกโครงสร้างทางสถาปัตยกรรมทำให้การพัฒนาต่อยอด เป็นไปได้ยาก การออกแบบหน้าหลักของเว็บไซต์ เป็นการออกแบบในแนวดิ่งมากกว่าแนวกว้าง ทำให้ผู้เข้าชม ไม่สะดวก เพราะต้องเลื่อนหน้าขึ้นลง มากเกินไป แม้เว็บไซต์นี้จะมีข้อมูลจากแหล่งข้อมูลของ กรมประชาสัมพันธ์หลายหน่วยงานแต่ไม่มีการดึงประเด็นข้อมูลสำคัญมาเน้นเพื่อสร้างความสนใจ ประกอบกับ ข้อมูลข่าวสารหลายเรื่องไม่มีการปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน จึงยิ่งทำให้ความสำคัญของเว็บไซต์ลดน้อยลง จากการศึกษาพบว่า เว็บไซต์นี้ยังมีปัญหาด้านโครงสร้างในเรื่องการเชื่อมโยงข้อมูลของหน่วยงานต่าง ๆ ใน กรมประชาสัมพันธ์ เนื่องจากการพัฒนาเว็บไซต์ของหน่วยงานต่าง ๆ ในสังกัดกรมประชาสัมพันธ์ไม่มีเอกภาพ หรือไม่เป็นแนวทางเดียวกัน ข้อมูลบางข้อมูลเชื่อมต่อกันไม่ได้เพราะโครงสร้างทางสถาปัตยกรรม

ในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว กรมประชาสัมพันธ์ ได้จัดจ้างบริษัทเอกชนทำหน้าที่วิเคราะห์และออกแบบ โครงสร้างของเว็บไซต์ใหม่ทั้งหมด ซึ่งจะทำให้การเชื่อมโยงข้อมูลดีขึ้น รวมทั้งจัดทำระบบฐานข้อมูลใหม่ เพื่อให้มีระบบบริหารฐานข้อมูลที่ดี ซึ่งเชื่อว่าการปรับปรุงสำเร็จทำให้ เว็บไซต์ www.prd.go.th มีโครงสร้าง และระบบฐานข้อมูลที่ดีขึ้น

นอกจากนั้น เว็บไซต์ www.prd.go.th ควรที่จะออกแบบหน้าหลักใหม่ให้ดึงดูดความสนใจมากกว่าที่เป็นอยู่ โดยดึงประเด็นข้อมูลที่สำคัญมาจัดทำใหม่ให้น่าสนใจยิ่งขึ้น รวมทั้งควรเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามีส่วนร่วมในการพัฒนาเนื้อหาสาระ โดยเพิ่มช่องทางใหม่ในชุมชนข้อมูลออนไลน์ด้วย แต่ด้วยเหตุที่การเปิดโอกาสให้ประชาชนทั่วไปแสดงความคิดเห็นอาจจะมีผลกระทบต่อเว็บไซต์ได้ หากไม่มีการตรวจสอบที่ดีพอ

การบริหารเว็บไซต์ www.prd.go.th ในปัจจุบันดำเนินการโดยทีมงานด้านเทคนิค ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องต่างมีความเห็นตรงกันว่า การบริหารเว็บไซต์ www.prd.go.th ควรแยกเป็น 2 ด้าน คือ ด้านเทคนิค กับ ด้านเนื้อหา ในด้านเนื้อหา ควรที่จะจัดทีมบรรณาธิการ ที่มีประสบการณ์เกี่ยวกับการผลิตเนื้อหาผ่านสื่อ มาทำหน้าที่ดูแลเนื้อหาของเว็บไซต์ให้เป็นไปตามทิศทางที่กำหนด รวมทั้งตรวจสอบเฝ้าระวัง กรณีการส่งข้อมูลของบุคคลอื่นเพื่อให้ภาพลักษณ์ของเว็บไซต์เสื่อมเสียด้วย

ด้านเนื้อหา

จากการสัมภาษณ์นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน พบว่า เว็บไซต์ www.prd.go.th ไม่มีการปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน ซึ่งทำให้ความสำคัญของเว็บไซต์ลดน้อยลงไป นอกจากนั้นแล้ว การนำเสนอข้อมูลข่าวสารจากหน่วยงานต่าง ๆ ของกรมประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ www.prd.go.th ยังไม่มีเอกลักษณ์หรือเป้าหมายที่แน่นอนว่า กรมประชาสัมพันธ์วางตำแหน่งของเว็บไซต์ www.prd.go.th ให้มีลักษณะอย่างไร สาเหตุประการหนึ่งอาจเกิดจากไม่มีการบริหารด้านเนื้อหาที่ดีพอ

อย่างไรก็ตาม จากการสัมภาษณ์อธิบดีกรมประชาสัมพันธ์ และผู้อำนวยการศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ทำให้ทราบว่า กรมประชาสัมพันธ์ ได้วางแนวทางของเว็บไซต์ www.prd.go.th ให้เป็นเว็บไซต์ด้านการประชาสัมพันธ์ของส่วนราชการต่าง ๆ ซึ่งน่าจะเป็นผลดีกว่าการเป็นเว็บไซต์ด้านข่าวสาร เพราะปัจจุบันสื่อมวลชนต่าง ๆ ได้พัฒนาเว็บไซต์ด้านข่าวสารไปแล้วจำนวนมาก การที่กรมประชาสัมพันธ์จะพัฒนาตามนั้นอาจจะมีข้อเสียเปรียบ เนื่องจากผู้เข้าชมเว็บไซต์ด้านข่าวสารจะเคยชินกับเว็บไซต์อื่น ๆ แล้ว แม้กระนั้นข่าวสารเหตุการณ์ปัจจุบัน ก็เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการนำเสนอผ่านหน้าหลัก ซึ่งกรมประชาสัมพันธ์จะต้องนำเสนอเรื่องเหล่านี้ไว้ โดยมีกองบรรณาธิการคัดเลือก ข้อมูลข่าวสารที่น่าสนใจ นำมาสรุปประเด็นเสนอที่เหมาะสมกับหน้าเว็บไซต์ โดยอาจมีคัลิปภาพและเสียงประกอบ

นอกจากนั้นแล้วเว็บไซต์ www.prd.go.th ควรที่จะเชื่อมโยงเว็บไซต์กับสื่ออื่นของกรมประชาสัมพันธ์ เช่น วิทยูออนไลน์ ทีวี่ออนไลน์ สำนักข่าว เพื่อตรวจอ่านข่าวย้อนหลัง รวมทั้งเชื่อมโยงกับสื่ออื่นที่เป็นเครือข่ายของกรมประชาสัมพันธ์ โดยดึงรายการที่มีคุณภาพ ประชาชนให้ความสนใจนำมาออกอากาศผ่านเว็บไซต์

ด้านบุคลากร

ปัญหาสำคัญของเว็บไซต์ www.prd.go.th คือ ยังไม่มีบุคลากรที่มีความรู้ ในประเด็นข้อมูลข่าวสาร หรือกองบรรณาธิการ ที่จะทำหน้าที่ดูแลบริหารเนื้อหาข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอผ่านเว็บไซต์ กับปัญหาทัศนคติของบุคลากรในกรมประชาสัมพันธ์ ที่ยังทำงานในลักษณะไม่เชื่อมประสานกันได้ดีพอ หรือบางครั้งทำงานซ้ำกัน ปัญหานี้อาจเกิดจากการที่ กรมประชาสัมพันธ์บริหารสื่อด้านวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ มาเป็นระยะเวลานาน บุคลากรในองค์กรจึงยึดติดกับรูปแบบการทำงานในลักษณะเดิม ๆ คือ การผลิตสารตอบสนองต่อสื่อที่สังกัด โดยไม่ได้พิจารณาปัจจัยที่เปลี่ยนแปลงไปทางสังคมและเทคโนโลยีที่เอื้อหนุน ให้การทำงานด้านเนื้อหาในปัจจุบันสามารถที่จะกระทำเพื่อตอบสนองต่อสื่อหลาย ๆ ประเภทได้ในคราวเดียวกัน ดังนั้น กรมประชาสัมพันธ์จะต้องเร่งปรับทัศนคติและความชำนาญของบุคลากรเสียใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมและเทคโนโลยี ขณะเดียวกันจะต้องจัดทีมงานเพื่อบริหารเนื้อหาผ่านเว็บไซต์ www.prd.go.th โดยเฉพาะ