



บันทึกข้อความ

กองการเจ้าหน้าที่	
วันที่ 1 มิ.ย. 2558	ที่ E5498
หน่วยงาน/ผู้รับผิดชอบเวลา 13:54	
<input type="checkbox"/> กพบ.	<input type="checkbox"/> กอพ.
<input checked="" type="checkbox"/> สบค.	<input type="checkbox"/> สตป.
<input type="checkbox"/> สบห.	<input type="checkbox"/> กคจ.
<input type="checkbox"/> กวช.	<input type="checkbox"/>

ส่วนราชการ งานเลขานุการผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านการประชาสัมพันธ์ โทร. ๐ ๒๖๑๘ ๒๓๒๓ ต่อ ๑๑๕๖

ที่ นร ๐๒๐๑.๐๒ / ๑๑๓ วันที่ ๑๐ ตุลาคม ๒๕๕๖

เรื่อง ส่งผลงานผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านการประชาสัมพันธ์

เรียน อปส. ผ่าน อกจ.

ตามคำสั่งสำนักนายกรัฐมนตรี ที่ ๒๗๓/๒๕๕๖ เรื่อง เลื่อนข้าราชการ ได้แต่งตั้งให้ ดิฉัน ดำรงตำแหน่งผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านการประชาสัมพันธ์ ตั้งแต่วันที่ ๑๓ มิถุนายน ๒๕๕๖ และตามหลักเกณฑ์ในการแต่งตั้งผู้ผ่านการประเมิน และได้รับการแต่งตั้งจะต้องสร้างผลงานเป็นเอกสาร วิชาการ หรือ ตำรา หรือ คู่มือ อย่างน้อย ๑ ชิ้น เพื่อประกอบการขอย้ายเป็นผู้อำนวยการระดับสูง และนำเผยแพร่ทางเว็บไซต์ ของกรมประชาสัมพันธ์นั้น

ดิฉัน ขอส่งผลงาน เรื่อง “รูปแบบการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีขององค์การกับสื่อมวลชน” ทั้งนี้เพื่อให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ และพิจารณาดำเนินการต่อไป จะขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(นางจุฑารัตน์ โสดาศรี)

ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านการประชาสัมพันธ์

เรียน นางศศ.๑
เพื่อโปรดดำเนินการ

ท.สบค.

๑๑ มิ.ย. ๕๘

นางจุฑารัตน์ โสดาศรี

วันที่ ๑๑ มิ.ย. ๕๘

วันที่.....

๓๓

เรียน อปส. ผ่าน รปส. (นายไพฑูรย์ฯ)

ตามประกาศ กปส. ลว. ๑๑ ก.พ. ๕๖ กำหนดให้ผู้ที่ได้รับการแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่ง ผชช.เฉพาะด้านการประชาสัมพันธ์ จะต้องสร้างผลงานเอกสารวิชาการหรือตำรา หรือคู่มือ อย่างน้อย ๑ ชิ้น และนำเผยแพร่ทางเว็บไซต์ของ กปส. โดยหากยังไม่เสนอผลงานดังกล่าวต่อ กปส. จะขอย้ายไปดำรงตำแหน่งประเภทอำนวยการระดับสูงไม่ได้ นั้น

บัดนี้ นางจุฑารัตน์ ไสดาศรี ซึ่งได้รับแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งดังกล่าว ได้จัดส่งเอกสารทางวิชาการเรื่อง “รูปแบบการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีขององค์กรกับสื่อมวลชน” เรียบร้อยแล้ว เห็นควรนำเผยแพร่ทางเว็บไซต์ของ กปส. ต่อไป

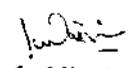
จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา เห็นควรประการใดขอได้โปรดสั่งการ เพื่อ กกจ. จะได้ดำเนินการต่อไป

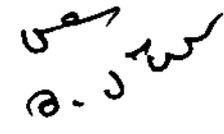
เรียน ผอ.สำนัก/กอง, ผชช. และหัวหน้าหน่วยงาน

เพื่อโปรดทราบ และกรุณาเวียนแจ้งให้ทราบโดยทั่วกัน ทั้งนี้ กกจ. ได้นำเอกสารทางวิชาการเรื่อง : รูปแบบการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีขององค์กรกับสื่อมวลชน จัดทำโดยนางจุฑารัตน์ ไสดาศรี ผชช. เฉพาะด้านการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ทาง intranet.prd.go.th หน่วยงาน กกจ. เมนูสื่อเผยแพร่ หัวข้อผลงานวิชาการ ด้วยแล้ว

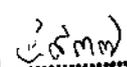

กกจ.
๑๔ พ.ย.๕๖


กกจ.
๑๖ ต.ค.๕๖


(นายไพฑูรย์ หิรัญประดิษฐ์)
รปส.
๑๗ ต.พ. ๒๕๕๖


(นายอภิรักษ์ จันทร์หงษ์)
อปส.
๑๒ พ.ย. ๒๕๕๖

เรื่องกลับ กกจ.
วันที่ 12 พ.ย. 2556
อปส. (นายอภิรักษ์ จันทร์หงษ์) 6344 - - -

รปส. (นายไพฑูรย์ หิรัญประดิษฐ์) 
๑๕ ต.ค. ๒๕๕๖

เอกสารวิชาการ

เรื่อง

รูปแบบการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีของ องค์การกับสื่อมวลชน

จุฑารัตน์ ไสดาศรี
ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านการประชาสัมพันธ์

กรมประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรี
ตุลาคม 2556

คำนำ

กรมประชาสัมพันธ์ เป็นหน่วยงานที่มีภารกิจหลักในการนำข้อมูลข่าวสารไปสู่ประชาชน และสะท้อนความต้องการหรือปัญหาของประชาชนมาสู่หน่วยงานต่างๆ ดังนั้น รูปแบบการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีขององค์การกับสื่อมวลชน จึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะการประชาสัมพันธ์มิได้เป็นเพียงการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทั่วไป แต่ยังมีบทบาทในการสื่อสารกับสังคมเกี่ยวกับภารกิจหน้าที่และผลงานของหน่วยงานให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง ทั้งข้อมูลข่าวสาร ความรู้ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับนโยบายการดำเนินงาน ผลงานของรัฐ ผ่านหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

การติดต่อสื่อสารจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับองค์กรไม่เฉพาะแต่การใช้ประโยชน์ในการสร้างความเข้าใจอันดีต่อกัน การติดต่อสื่อสาร คือการติดต่อส่งข่าว ความคิดเห็นและท่าทีต่าง ๆ จากบุคคลหนึ่งหรือหลายบุคคลไปยังอีกบุคคลหนึ่งหรือหลายบุคคล ทำให้ผู้รับสารเกิดความเข้าใจ การรับรู้และเรียนรู้ถึงวิธีการที่จะพัฒนาสิ่งต่าง ๆ ให้ดีขึ้น ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อบุคคล หน่วยงานและองค์กร

ดิฉัน หวังเป็นอย่างยิ่งว่ารูปแบบการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ได้เรียบเรียงมานี้ คงเป็นประโยชน์สำหรับหัวหน้าส่วนราชการ และผู้สนใจทั่วไป ใช้เป็นแนวทางด้านการประชาสัมพันธ์ สร้างความสัมพันธ์อันดีกับสื่อมวลชน ซึ่งเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และแพร่หลายต่อไป

จุฑารัตน์ ไสดาศรี

ตุลาคม 2556

บทที่ 1

รูปแบบการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีขององค์กรกับ สื่อมวลชน

สังคมในปัจจุบันนี้มีการขยายตัวและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เนื่องจากความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศ การประชาสัมพันธ์ของรัฐมีความสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับนโยบายการดำเนินงาน ผลงานของรัฐและของหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และการปกครอง ให้ประชาชนได้รับรู้และเข้าใจอย่างถูกต้อง สร้างความเข้าใจที่ดีให้เกิดขึ้นระหว่างรัฐกับประชาชน กล่าวกันว่า ข่าวสาร คือพลังอำนาจ หากธุรกิจหรือองค์กรใดมีการจัดการบริหารการสื่อสารที่ดี สามารถนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรหรือหน่วยงานได้ ก็จะทำให้องค์กรนั้นประสบความสำเร็จ

ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ประกอบด้วยความเปลี่ยนแปลงในเรื่องสำคัญ ๆ ได้แก่ ประเทศไทยก้าวสู่สังคมสารสนเทศ การที่ประเทศไทยก้าวสู่สังคมสารสนเทศ ซึ่งเป็นยุคของการจัดการข่าวสารให้เป็นปัจจัยและพลังสำคัญในการพัฒนาประเทศ ความจำเป็นที่ภาครัฐและภาคเอกชนจะต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับยุคสมัย ตามให้ทันเทคโนโลยี และปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผลทวีขึ้น หลักการแนวคิดการปกครองระบอบประชาธิปไตย ทำให้ประชาชนเรียกร้องสิทธิการมีส่วนร่วมในกิจการของรัฐอย่างกว้างขวางแพร่หลาย เกิดการแข่งขันการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร และพัฒนาสื่อรูปแบบใหม่ๆ เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างเข้มข้นและต่อเนื่อง อิทธิพลของวัฒนธรรมจากต่างประเทศ ทั้งในและนอกภูมิภาคที่หลั่งไหลเข้าสู่ประเทศไทยส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงค่านิยม พฤติกรรมของเยาวชนไทย เกิดการลอกเลียนแบบวัฒนธรรมในรูปแบบต่าง ๆ สถานการณ์ความขัดแย้งทางการเมือง ความขัดแย้งอย่างรุนแรงด้านความคิด ความเชื่อทางการเมือง ส่งผลให้เกิดปัญหาทั้งทางการเมือง วิกฤตเศรษฐกิจ สังคม และความมั่นคงของประเทศตั้งแต่ปี 2549 สื่อมวลชนทั้งในและต่างประเทศให้ความสนใจติดตามข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยอย่างมาก หน่วยงานภาครัฐและเอกชนมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องการประชาสัมพันธ์มากขึ้น และเห็นความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ว่ามีได้เป็นเพียงการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทั่วไป แต่ยังมีบทบาทในการสื่อสารกับสังคมเกี่ยวกับภารกิจหน้าที่และผลงานของหน่วยงานให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง

จากสถานการณ์ในปัจจุบัน การติดต่อสื่อสารจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับองค์กรไม่เฉพาะแต่การใช้ประโยชน์ในการสร้างความเข้าใจอันดีต่อกัน การติดต่อสื่อสาร คือการติดต่อส่งข่าว ความคิดเห็น และท่าทีต่าง ๆ จากบุคคลหนึ่งหรือหลายบุคคลไปยังอีกบุคคลหนึ่งหรือหลายบุคคล จุดประสงค์ที่สำคัญของการติดต่อสื่อสารก็เพื่อทำให้ผู้รับสารเกิดความเข้าใจ การรับรู้และเรียนรู้ถึงวิธีการที่จะพัฒนาสิ่งต่าง ๆ ให้ดีขึ้นตามพลังอำนาจของข่าวสาร และความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยี ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อบุคคล หน่วยงานและองค์กร

การติดต่อสื่อสารก็จะเป็นวิธีที่ผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชาจะใช้ประโยชน์ในการรายงานหรือสอบถาม ตลอดจนเสนอแนะแนวความคิดเห็นต่าง ๆ นอกจากนี้ การสื่อสารที่ดียังเป็นการเสริมสร้างขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานอีกด้วย เมื่อพิจารณาถึงการติดต่อสื่อสารที่ดี ยังเป็นการเสริมสร้างขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานอีกด้วย เมื่อพิจารณาถึงการติดต่อสื่อสารการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ผ่านมานั้น พบว่า ในอดีตเราสามารถรับรู้ข่าวสารได้เพียงด้านเดียว ผู้ส่งสารไม่สามารถรับรู้ได้ถึงพฤติกรรมตอบสนองต่อข้อมูลข่าวสารของผู้รับสารได้อย่างเช่นทุกวันนี้ แต่ในปัจจุบันการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่มีความชัดเจนและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น อุปกรณ์การสื่อสารมีการพัฒนาเทคโนโลยีให้มีประสิทธิภาพและทันสมัย ทำให้เราสามารถรับรู้ถึงการตอบสนองความรู้สึกต่อข้อมูลข่าวสารได้ทันเหตุการณ์

องค์กรต่าง ๆ ที่ตั้งขึ้นมานั้นก็เพื่อดำเนินการต่าง ๆ ให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรนั้น จึงต้องอาศัยเครื่องมือหลายอย่างที่ทำงานนั้น ๆ สำเร็จลง ในบรรดาเครื่องมือต่าง ๆ นั้น การสื่อสารก็เป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งที่จำเป็นสำหรับองค์กร การรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์ของหัวหน้าส่วนราชการ นั้น นับว่ามีความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างตรงจุด และทำให้การประชาสัมพันธ์ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เพราะการรับรู้จะเกิดขึ้นมากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับสิ่งที่มีอิทธิพล หรือปัจจัยในการรับรู้ การที่จะเกิดการเรียนรู้ได้นั้นจะต้องอาศัยการรับรู้ที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอันเป็นผลมาจากการได้รับประสบการณ์ การรับรู้มีขอบข่ายที่ทำให้เกิดการรับรู้ โดยการนำความรู้เข้าสู่สมองด้วยอวัยวะสัมผัสทั้ง 5 คือ หู ตา จมูก ลิ้น และผิวหนัง เก็บรวบรวมจดจำไว้สำหรับเป็นส่วนประกอบสำคัญที่ทำให้เกิดมโนภาพและทัศนคติ ดังนั้นการมีสิ่งเร้าที่ดี และมีองค์ประกอบของการรับรู้ที่สมบูรณ์ถูกต้อง ก็จะทำให้เกิดการเรียนรู้ที่ดีด้วย ซึ่งการรับรู้เป็นส่วนสำคัญยิ่งต่อการเรียนรู้

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 ได้บัญญัติเกี่ยวกับสิทธิ ในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและการร้องเรียนของประชาชนไว้ในหมวด 3 ว่าด้วย สิทธิและเสรีภาพของชนชาวไทย มาตรา 56 บัญญัติว่า บุคคลย่อมมีสิทธิได้รับทราบและเข้าถึงข้อมูลหรือข่าวสารสาธารณะในครอบครองของหน่วยราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือราชการส่วนท้องถิ่น เว้นแต่การเปิดเผยข้อมูลหรือข่าวสารนั้นจะกระทบต่อความมั่นคงของรัฐ ความปลอดภัยของประชาชน หรือส่วนได้เสียอันพึงได้รับความคุ้มครองของบุคคลอื่น หรือเป็นข้อมูลส่วนบุคคล ทั้งนี้ ตามที่กฎหมายบัญญัติ และมาตรา 57 บัญญัติว่า บุคคลย่อมมีสิทธิได้รับข้อมูล คำชี้แจง และเหตุผลจากหน่วยราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือราชการส่วนท้องถิ่น ก่อนการอนุญาต หรือการดำเนินโครงการหรือกิจกรรมใดที่อาจมีผลกระทบต่อคุณภาพสิ่งแวดล้อม สุขภาพอนามัย คุณภาพชีวิต หรือส่วนได้เสียสำคัญอื่นใด ที่เกี่ยวกับตนหรือชุมชนท้องถิ่น และมีสิทธิแสดงความคิดเห็นของตนต่อหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปประกอบการพิจารณาในเรื่องดังกล่าว

สำหรับประเทศไทย รัฐได้ใช้สื่อมวลชนเป็นช่องทางการสื่อสารหรือเครื่องมือในการสื่อสารกับประชาชน เช่น รัฐใช้สื่อมวลชนเพื่อให้ประชาชนเข้าใจยุทธศาสตร์ชาติ และนโยบายสำคัญของรัฐ หรือใช้สื่อมวลชนเพื่อประชาสัมพันธ์และขอความร่วมมือในการแผนงาน/โครงการต่าง ๆ ของรัฐ

บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน มีดังนี้

1) การสอดส่องระวังระไวเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม (Surveillance of the environment) หรือหน้าที่ในการให้ข่าวสาร (Informative Function) หมายถึง การแสวงหาและเผยแพร่ข่าวสาร เหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสิ่งแวดล้อม ทั้งภายในและภายนอกของสังคมหนึ่ง ๆ เป็นการเฝ้าสังเกตการณ์ และรายงานสภาพแวดล้อมทางสังคมให้กับสมาชิกของสังคมนั้น ๆ ทราบ โดยกิจกรรมนี้ของการสื่อสารมวลชนคือการรายงานข่าว (New Reporting) แจ้งให้กับประชาชนทราบ ซึ่งการนำเสนอข่าว จะต้องเป็นสารสนเทศหรือข้อเท็จจริงที่ได้จากเหตุการณ์หรือแหล่งข่าว มิใช่เกิดจากการตีความและสอดใส่ ค่านิยมส่วนตัวของสื่อมวลชน

2) การวิพากษ์วิจารณ์สังคม (Co relational) การวิพากษ์วิจารณ์เป็นผลพวงจากการให้คุณค่าของข่าวที่เกิดขึ้นในสังคม การวิจารณ์จึงไม่ใช่ข้อเท็จจริงแต่เป็นการแปลความหมาย (Interpretation) จากเนื้อหาของข่าวที่เกิดขึ้น

3) การถ่ายทอดมรดกทางสังคม (Heritage) นอกเหนือจากการที่สื่อมวลชนจะมีหน้าที่รายงานปรากฏการณ์และการแปลความของปรากฏการณ์ทางสังคม (ข่าว) แล้ว สื่อมวลชนยังสามารถให้ความรู้แก่ผู้รับสารได้ ทั้งโดยทางตรง (การศึกษา) และโดยทางอ้อม (การเรียนรู้)

4) กิจกรรมบันเทิง (entertainment) ในปัจจุบันการเปิดรับสื่อมวลชนของบุคคลส่วนใหญ่ เพื่อแสวงหาความบันเทิงให้กับตนเอง และเพื่อต้องการติดตามความเคลื่อนไหวของกิจกรรมบันเทิง

ความสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เผยแพร่ประชาสัมพันธ์นโยบาย ภารกิจ และผลการดำเนินงานในรูปแบบใหม่ ๆ ตลอดจนการรับรู้ความต้องการของประชาชน ซึ่งถือเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (two way communication) ย่อมเป็นสิ่งที่ประกันได้ว่าข้อมูลข่าวสารจะเป็นสื่อที่สำคัญในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ทั้งในสภาวะปัจจุบันและในอนาคตให้แก่หัวหน้าส่วนราชการ ซึ่งเป็นผู้บริหารของส่วนราชการที่สามารถมีนโยบายและสั่งการรวมทั้งโน้มน้าวให้ผู้ใต้บังคับบัญชาให้ความสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลทั่วไปได้เป็นอย่างดี

บทที่ 2

รูปแบบการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีของหัวหน้าส่วนราชการกับสื่อมวลชน

หัวหน้าส่วนราชการมีรูปแบบการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกัน เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน ในการเป็นสื่อกลางเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงาน องค์กร สู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างแพร่หลาย และมีประสิทธิภาพ แยกตามลักษณะได้ ดังนี้

2.1 ผู้รับสารตามลักษณะทางประชากร

(Demographic Analysis of An Audience)

ในกระบวนการสื่อสารของมนุษย์นั้น องค์ประกอบสำคัญที่เกี่ยวข้องกัน 2 ฝ่าย คือ ผู้ส่งสารและผู้รับสาร ในการส่งสารออกไปนั้น ผู้ส่งสารต้องคำนึงถึงผู้รับสารเสมอ เพราะผู้รับสารจะเป็นตัวกำหนดความสำเร็จ หรือความล้มเหลวของการสื่อสาร แหล่งสารหรือผู้ส่งสาร เป็นศูนย์กลางของอิทธิพลที่จะชักนำประชาชนผู้รับสารให้เชื่อฟังและคล้อยตาม ดังนั้นสื่อมวลชนจึงคล้ายกับผู้กระทำการอัดฉีด (Hypodermic) ประชาชนให้จงรักภักดีต่อบทบาทของรัฐบาลอยู่เสมอแต่ปัจจุบันสถานการณ์ของโลกได้เปลี่ยนแปลงไป (Out Of Place) เนื่องจากได้มีการพิสูจน์ว่า ผู้รับสารสามารถมีบทบาทของผู้กระทำ (active role) มากกว่าผู้ถูกกระทำอย่างแน่นอน

ปัจจุบันประชาชนได้รับการศึกษาสูงขึ้น ส่งผลให้ผู้รับสารมีความตื่นตัว กล้าแสดงออกถึงความต้องการของตนเองมากขึ้น และกล้าที่จะเรียกร้องให้สื่อมวลชนปฏิบัติตามหรือสนองต่อความต้องการของตน ความสำคัญของผู้รับสารในปัจจุบันจึงไม่น้อยไปกว่าสื่อมวลชน ด้วยเหตุนี้ ผู้ส่งสารจึงต้องมีการวิเคราะห์ลักษณะของผู้รับสาร เพื่อให้รู้จักและเข้าใจผู้รับสารเป้าหมายของตนเองมากที่สุด เพื่อจะได้ทำการสื่อสารเนื้อหาให้สอดคล้องกับลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้สารไปถึงผู้รับสาร และเป็นที่เข้าใจตรงกับความต้องการของผู้ส่งสาร การสื่อสารจึงจะเกิดประสิทธิผลสูงสุด การกระทำเช่นนั้นได้ ผู้ส่งสารต้องมีการวิเคราะห์ผู้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะผู้รับสารซึ่งเป็นมวลชน (Mass Audience) หรือประชากรที่มีขนาดใหญ่ จะมีความแตกต่างและไม่เป็นที่รู้จักของผู้ส่งสาร

การประชาสัมพันธ์ที่เข้าใจง่าย ๆ คือวิธีการสื่อสารอย่างมีแบบแผน เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างองค์การหรือหน่วยงานกับสาธารณชนอันจะนำมาซึ่งความเชื่อถือศรัทธาและนำไปสู่ความร่วมมือและสนับสนุนการดำเนินงานขององค์การและหน่วยงาน จะเห็นได้ว่าความหมายของการประชาสัมพันธ์ดังกล่าว มุ่งถึงการสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างสถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง และเป็นกระบวนการสื่อสารแบบสองทางโดยมุ่งเน้นถึงการยอมรับความร่วมมือของกลุ่มบุคคลที่มีต่อการปฏิบัติงานขององค์การด้วย

2.2 หน้าที่และขั้นตอนในการดำเนินการประชาสัมพันธ์

หน้าที่และขั้นตอนในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ ดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์เป็นหน้าที่และความรับผิดชอบของฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการให้องค์การ (management function)
2. การประชาสัมพันธ์เป็นการกระทำที่ต้องอาศัยการวางแผนและการกระทำอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ (continuing & planned)
3. การประชาสัมพันธ์เป็นการกระทำเพื่อสร้างสรรค์และธำรงไว้ซึ่งความเข้าใจอันดีความเห็นอกเห็นใจ (sympathy) และการได้รับความสนับสนุนร่วมมือจากกลุ่มประชาชนที่องค์การหรือสถาบันเกี่ยวข้องอยู่หรืออาจเกี่ยวข้องด้วย
4. การประชาสัมพันธ์เป็นการกระทำที่ต้องใช้วิธีการสำรวจวิจัยเพื่อประเมินถึงประชาคมติหรือความรู้สึกนึกคิดของประชาชนที่มีต่อองค์การสถาบัน
5. การประชาสัมพันธ์เป็นการนำผลแห่งการวิจัยหรือประเมินประชาคมตินั้นมาใช้พิจารณาตัดสินใจประกอบเป็นทางในการกำหนดแผนงาน และนโยบายขององค์การให้สอดคล้องกับประชาคมติหรือความต้องการของประชาชน
6. การประชาสัมพันธ์ใช้วิธีการเผยแพร่กระจายข่าวสารสู่ประชาชน เพื่อให้บังเกิดความร่วมมือและบรรลุถึงประโยชน์ร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพของทั้งสองฝ่าย คือ องค์การสถาบัน กับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง

จากที่กล่าวมาการประชาสัมพันธ์เป็นหน้าที่ของฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการในองค์การ ต้องมีการวางแผนการประชาสัมพันธ์โดยวิธีการเผยแพร่กระจายข่าวสารสู่ประชาชนสม่ำเสมอ เพื่อเป็นการสร้างความเข้าใจอันดี ต้องประเมินความรู้สึกนึกคิดของประชาชนที่มีต่อสถาบันหรือองค์การ นโยบายให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน เพื่อให้เกิดความร่วมมือหรือบรรลุถึงผลประโยชน์ร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพระหว่างองค์การ สถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง

บทที่ 3

คุณลักษณะของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ดำเนินกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างทัศนคติและความสัมพันธ์ของหน่วยงานกับสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง งานประชาสัมพันธ์จึงมีคุณลักษณะของกิจกรรม ดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์เป็นการติดต่อสื่อสารสองทาง (Two-way communication) คือสื่อความหมายและความคิดเห็นจากองค์กรไปยังประชาชนและรับฟังความคิดเห็นและประชามติของประชาชน เพื่อนำมาใช้ในการดำเนินงานเพื่อประสานผลประโยชน์และความพึงพอใจซึ่งกันและกัน

2. การประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารโน้มน้าวใจที่ยึดหลักความเป็นจริงการสื่อสารโน้มน้าวใจนั้น คือ การสื่อสารที่ผู้ส่งสารมุ่งให้ผู้รับเกิดความเชื่อถือและปฏิบัติตาม โดยสมัครใจ โดยการประชาสัมพันธ์ยึดหลักความเป็นจริงอย่างมีความรับผิดชอบเต็มที่

3. การประชาสัมพันธ์ดำเนินการอย่างสม่ำเสมอ ต่อเนื่อง และหวังผลระยะยาว เพราะการประชาสัมพันธ์คือวิธีการขององค์กรอันมีแผนการและการกระทำต่อเนื่องกันไป เพื่อผลระยะยาว คือความเข้าใจความไว้วางใจ ความนิยม ความเชื่อถือศรัทธา และความประทับใจ ซึ่งจะเกิดขึ้นได้ต้องใช้เวลาในการดำเนินงาน แต่จะดำรงอยู่และเป็นผลดีมากกว่าวิธีอื่น ๆ ในระยะยาว

4. การประชาสัมพันธ์เป็นการวางแผนและประเมินผล เป็นการทำงานอย่างมีระบบ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและสามารถติดตามผลแก้ไขปรับเปลี่ยน ในกรณีเกิดอุปสรรคปัญหาต่าง ๆ ได้

5. การประชาสัมพันธ์เป็นงานสร้างสรรค์ ต้องอาศัยทั้งศาสตร์ ซึ่งมีหลักการในการดำเนินงานเชิงทฤษฎีและความเป็นศิลป์ซึ่งต้องอาศัยความสร้างสรรค์ในเชิงปฏิบัติ อาศัยหลักจิตวิทยาสร้างความแปลกใหม่ความดึงดูดใจ ความประทับใจงานประชาสัมพันธ์ที่มีลักษณะการสร้างสรรค์ที่โดดเด่น จะก่อให้เกิดความสำเร็จได้มาก โดยเฉพาะในการประชาสัมพันธ์ทางสื่อมวลชนที่มีการแข่งขันสูง

หลักปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ นั้น นักประชาสัมพันธ์ หรือผู้ทำงานทางด้านประชาสัมพันธ์ต้องยึดถือหลักปฏิบัติสังเขป 3 ประการ คือ

1. **การกระทำดี** หมายถึง การประพฤติปฏิบัติที่ดีมีคุณธรรม สมควรแก่การเชื่อถือศรัทธาและให้ความไว้วางใจ นอกจากนี้การปฏิบัติงานจะต้องดำเนินไปด้วยดีมีผลงานบรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการและสมควรต่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทราบถึงระลึกไว้เสมอว่าในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้น ต้องยึดถือความเป็นจริง (truth)

2. สร้างความสนใจแก่ประชาชน เผยแพร่ผลงานให้ประชาชนทราบตามแผนงานหรือโครงการที่กำหนดไว้ นั่น จะต้องมีเทคนิคหรือวิธีการสร้างความสนใจให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชนให้ประชาชนหันมาสนใจ เรื่องหรือสิ่งที่เราจะสื่อสารและประชาสัมพันธ์นอกจากนี้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ต้องคำนึงถึงผลประโยชน์โดยส่วนรวมของประชาชนด้วยมิใช่คำนึงถึงผลประโยชน์ขององค์การสถาบันเพียงอย่างเดียว

3. ใช้เครื่องมือสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์นักประชาสัมพันธ์หรือผู้ดำเนินงานด้านนี้ จะต้องมีการวางแผนในการใช้สื่อหรือเครื่องมือการประชาสัมพันธ์อย่างรัดกุมเหมาะสม รวมทั้งวิธีการและเทคนิคในการใช้สื่อต่างๆ และคุณภาพของเครื่องมือและสื่อ นั้น ๆ ซึ่งในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์บางครั้งอาจต้องใช้สื่อหรือเครื่องมือประชาสัมพันธ์หลาย ๆ อย่างประกอบกันไป เพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

มีความหมายในการแสดงออกให้เห็นถึงจุดหมายของกิจกรรมที่มีลักษณะอันชัดแจ้ง และในขณะเดียวกันก็แสดงให้เห็นถึงผลงานที่คาดว่าจะเกิดขึ้นด้วย ดังนั้นเพื่อความสำเร็จผลตามความมุ่งหมายจึงจะต้องมีการจำแนกรายละเอียดของวัตถุประสงค์ออกไปในลักษณะต่าง ๆ เพื่อให้การปฏิบัติงานลุล่วงตามความมุ่งหมาย และวัตถุประสงค์นี้เองจะก่อให้เกิดการกำหนดนโยบาย แผนงานหรือโครงการในขั้นต่อไป

ดังนั้นการประชาสัมพันธ์จึงมีวัตถุประสงค์ดังนี้ คือ

1. เพื่อสร้างความนิยม (Goodwill) ความมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์ ก็คือการสร้างสัมพันธภาพกับกลุ่มชน วิธีหนึ่งที่จะทำให้บรรลุความมุ่งหมายนั้นได้ ก็คือการสร้างความนิยมชมชอบโดยการแสดงให้ประชาชนเห็นถึงคุณงามความดี การเผยแพร่ให้รู้การชี้แจงให้เข้าใจ อันเป็นหนทางให้ประชาชนเกิดความเลื่อมใส และเกิดความผูกพันทางการสร้างค่านิยมนี้มีวิธีการปฏิบัติได้หลายทางที่สำคัญก็คือ การก่อให้เกิดการรักษาไว้ซึ่งค่านิยมและความสนใจตลอดไปกิจกรรมการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างค่านิยมนี้จึงมุ่งมั่นไปในสิ่งที่ประชาชนพึงพอใจ

2. เพื่อป้องกันชื่อเสียงมิให้เสื่อมเสีย (Reputation) ซึ่งก็คือการพัฒนาปรับปรุงตัวเองแก้ไขพฤติกรรม ระเบียบและวิธีการปฏิบัติต่างๆ ที่ก่อให้เกิดความไม่พอใจ หรือไม่สะดวกใจเกี่ยวกับการบริการที่ให้แก่ประชาชน เพราะความไม่สะดวกต่างๆ เหล่านี้จะทำให้ประชาชนเกิดความเข้าใจผิดและมองไปในแง่ร้ายแล้วนำไปวิพากษ์วิจารณ์จนนำไปสู่ชื่อเสียง หรือกล่าวได้ว่า เป็นการสร้างภาพพจน์ที่ดี ให้ประชาชนเกิดความนิยมชมชอบนั่นเอง

3. เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องและเรียกร้องความร่วมมือ เพราะว่าการประชาสัมพันธ์ไม่ใช่การโฆษณาสินค้าหรือการโฆษณาชวนเชื่อ หากแต่เป็นการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องบนพื้นฐานของความจริงและความชอบธรรม ความร่วมมือสนับสนุนที่เกิดจากการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ก็จะเกิดขึ้นด้วยความเข้าใจที่ถูกต้อง มีเหตุผล ไม่ใช่เกิดขึ้นเพราะการถูกจูงใจด้วยกลลวงที่มีชอบ “การโฆษณา” กับ “การประชาสัมพันธ์” มักใช้คำสองคำนี้แทนกัน เหมือนมีความหมายเดียวกัน เช่น การประกาศโฆษณาขายสินค้า ถ้าสินค้าขายไม่ดี เพราะการประชาสัมพันธ์น้อยไป สำหรับโฆษณาสินค้าบางชนิด ผู้เขียนโฆษณาสินค้าพยายามเขียนข้อความโฆษณาที่ดูคล้ายการประชาสัมพันธ์ คือการพยายามสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้าด้านการท่องเที่ยวผู้ซื้อ แต่เป้าหมายคือขายสินค้าให้ได้”

การประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันมีหลักใหญ่สำคัญ 3 ประการคือ

1. การบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ให้ทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน และผลงานหรือกิจกรรมต่าง ๆ ตลอดจนข่าวคราวความเคลื่อนไหวขององค์การสถาบันให้ประชาชนที่เกี่ยวข้องได้ทราบและรู้เห็นถึงสิ่งดังกล่าว ซึ่งนับว่าเป็นการปูพื้นฐานแห่งความเข้าใจในตัวองค์การสถาบัน ทำให้สถาบันเป็นที่รู้จัก เข้าใจเลื่อมใส ตลอดจนทำให้ประชาชนเกิดความรู้สึกที่เป็นไปในทางที่ดีต่อองค์การ การบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่มีจุดมุ่งหมายในด้านการแจ้งให้ทราบและในด้านให้ข่าวสารความรู้แก่ประชาชนโดยทั้งเรียกร้องความสนับสนุนจากประชาชนได้ทราบและเข้าใจตัวองค์การย่อมเป็นสิ่งที่ยึดอำนวยการประโยชน์ต่อสถาบันในด้านการได้รับความสนับสนุนร่วมมือจากประชาชน เพราะเมื่อเข้าใจอย่างถ่องแท้แล้วประชาชนย่อมเลื่อมใส ศรัทธา และให้ความร่วมมือ

2. การป้องกันและแก้ไขการเข้าใจผิด ซึ่งมีความสำคัญมากเพราะป้องกันกันไว้ก่อนย่อมมีผลดีกว่าจะต้องทำการแก้ไขภายหลัง ฉะนั้นการป้องกันการเข้าใจผิดจึงเป็นการกระทำที่ป้องกันมิให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับสถาบันเกิดความเข้าใจผิดในตัวสถาบันได้

3. การสำรวจประชามติ หลักที่สำคัญของการประชาสัมพันธ์อีกประการหนึ่ง คือจะต้องมีการสำรวจวิจัยประชามติ เพราะองค์การหรือสถาบันจะดำเนินการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพจะต้องรู้ซึ่งถึงความรู้สึกนึกคิดของประชาชน หรือที่เรียกว่าประชามติต้องทราบว่าจะประชาชนต้องการอะไร ไม่ต้องการอะไร ชอบหรือไม่ชอบในสิ่งใดสิ่งหนึ่งตลอดจนที่ท่าต่าง ๆ ที่ประชาชนมีต่อองค์การ ซึ่งจะได้ทราบจากการสำรวจวิจัยประชามติเพื่อองค์การหรือสถาบันจะสามารถสนองของสิ่งต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับความรู้สึกนึกคิดและความต้องการของประชาชน การสำรวจประชามติจึงเป็นสิ่งจำเป็นคู่กับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

2.3 การใช้สื่อเพื่องานประชาสัมพันธ์

การเผยแพร่หรือการกระจายข่าวสารต่าง ๆ ในงานประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องใช้สื่อและเครื่องมือเป็นตัวกลางการถ่ายทอดให้ประชาชนเกิดความเข้าใจ นิยมศรัทธา และสามารถเรียกร้องความร่วมมือสนับสนุนได้แต่ในการติดต่อสื่อสารทำให้เข้าใจกันไม่ว่าจะสื่อออกมาเป็น คำพูด สิ่งพิมพ์ โสตทัศนูปกรณ์ ตลอดจนสื่ออื่น ๆ นั้นล้วนแต่ต้องอาศัยเครื่องมือช่วยในการทำความเข้าใจซึ่งกันและกันทั้งสิ้น เพื่อให้ผู้รับรู้ (Receiver) และผู้รับฟัง (Source) ได้รับข่าวสาร (Message) และข้อมูลถูกต้องตรงกัน เพราะว่าการประชาสัมพันธ์จะสำเร็จหรือล้มเหลว นั้น ส่วนหนึ่งย่อมขึ้นอยู่กับการใช้เครื่องมือและสื่อในการประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมถูกต้อง ดังนั้นเครื่องมือและสื่อจะเป็นหัวใจสำคัญของการประชาสัมพันธ์ต่อกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ สามารถกระทำได้หลายวิธี โดยใช้เครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ เข้ามาช่วยส่งเสริมให้การประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานหรือองค์การ มีประสิทธิภาพมากขึ้น สามารถเข้าถึงหัวหน้าส่วนราชการ ได้ตามเป้าหมาย

ในการสื่อสารจะต้องอาศัยสื่อกลางในการถ่ายทอดข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการโดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารประชาสัมพันธ์จะต้องอาศัยการวางแผนการดำเนินการใช้สื่อให้เหมาะสมเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการดำเนินงาน

แนววิธีการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ดังนี้

1. การย้ำ (Repeating) หรือการกระทำบ่อย ๆ ติดต่อกันไปจะช่วยให้เกิดความน่าสนใจยิ่งขึ้นจนทนถาวรมากขึ้นเหมือนดอกหัวตะปู้ย้ำ ยิ่งติดแน่น แม่นยำ

แต่การใช้วิธี การย้ำ นี้มีข้อควรระวังอยู่ว่า ถ้าย้ำบ่อย ๆ และการกระทำต่อเนื่องกันนาน อาจถึงจุดอิ่มตัว ผลจะลดลงทันที เพราะผู้รับสารจะเบื่อหน่ายหรือชินชา

เพราะฉะนั้น การย้ำนี้ถ้าจะทำอยู่เรื่อยควรให้มีทั้งความต่อเนื่อง (Continuity) คือการที่ติดต่อกันไปเรื่อย ๆ และมีความหลากหลาย (Variation) คือยามใดให้ถี่ก็ถี่ ยามใดควรห่างก็ห่าง อย่าย้ำซ้ำ ถี่ ๆ อยู่ตลอดเวลาควรมีช่วงเว้นห่างบ้างถี่บ้างสลับกันไป

2. การให้โอกาสผู้รับมีส่วนร่วม (Audience Participation) เช่นในรายการโทรทัศน์ที่เปิดโอกาสให้ผู้รับมีส่วนร่วมสามารถทำได้ทั้งความบันเทิง ความรู้ เปิดโอกาส ให้ผู้ชมทางบ้านสอบถามปัญหามายังรายการ

การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ควรมีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สื่อมวลชนให้ความร่วมมือด้านข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่อง และเปิดโอกาสให้มีการสอบถามปัญหา ต่าง ๆ หรือแสดงความคิดเห็นมายังสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดขอนแก่นได้

2.4 การเลือกและเปิดรับข่าวสาร

การเปิดรับสื่อที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้คือ การให้ความสนใจในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์ โดยจะเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ในการเปิดรับข่าวสารต่าง ๆ นั้น ผู้รับย่อมจะมีกระบวนการเลือกสรร (Selective Process) ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทศนคติ ความรู้สึกนึกคิด ของแต่ละคน กระบวนการเลือกสรรเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) ข่าวสาร ได้แบ่งขั้นตอนการเปิดรับข่าวสารได้ดังนี้

1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention)

กล่าวคือผู้รับมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักจะเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจหรือทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องกันทางความไม่เข้าใจ (Cognitive Dissonance) ฉะนั้น การลดหรือหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ก็ต้องแสวงหาข่าวหรือเลือกสรรเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นของตนเอง

2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation)

หมายถึง เมื่อบุคคลรับข่าวสารที่สนใจแล้วจะตีความเข้าใจ ทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ ตามสภาวะทางอารมณ์และจิตใจของตนเองในขณะนั้น ซึ่งในบางครั้ง เราอาจจะบิดเบือนสารเพื่อให้สอดคล้องกับความเชื่อและทัศนคติของตนเองอีกด้วย

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับ

ความสนใจ ความต้องการ และทัศนคติของตนเอง และมักจะเลือกในส่วนที่ตนเองไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วยกับความคิดของตน ดังนั้นการเลือกจดจำเนื้อหาของสารที่ได้รับจึงเท่ากับการเสริมให้ทัศนคติหรือความเชื่อเดิมของเรามีความมั่นคงยิ่งขึ้น และเปลี่ยนแปลงได้ยากขึ้น

นอกจากนี้แล้วในเรื่องของเหตุผลในการใช้สื่อ เพื่อการตอบสนองความต้องการของตน 6 ประการ คือ

1. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการติดตามความเคลื่อนไหวต่าง ๆ

จากสื่อมวลชนเพื่อจะได้รู้ทันเหตุการณ์ให้ทันสมัย และรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งที่สำคัญที่พอจะเรียนรู้

2. เพื่อต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ

ชีวิตประจำวัน การรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะหรือเหตุการณ์รอบ ๆ ตัว

3. เพื่อต้องการพูดคุยสนทนา (Discussion) การรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลมีข้อมูลที่น่าไปใช้ในการพูดคุยกับผู้อื่น

4. เพื่อความต้องการมีส่วนร่วม (Participation) ในเหตุการณ์และความเป็นไปต่างๆที่เกิดขึ้นรอบๆตัว

5. เพื่อส่งเสริมความคิดเห็น (Reinforcement) ช่วยส่งเสริมความคิดเห็นให้มั่นคงยิ่งขึ้น หรือช่วยการสนับสนุนการตัดสินใจที่กระทำไปแล้ว

6. เพื่อความบันเทิง (Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลิน ทั้งผ่อนคลายอารมณ์

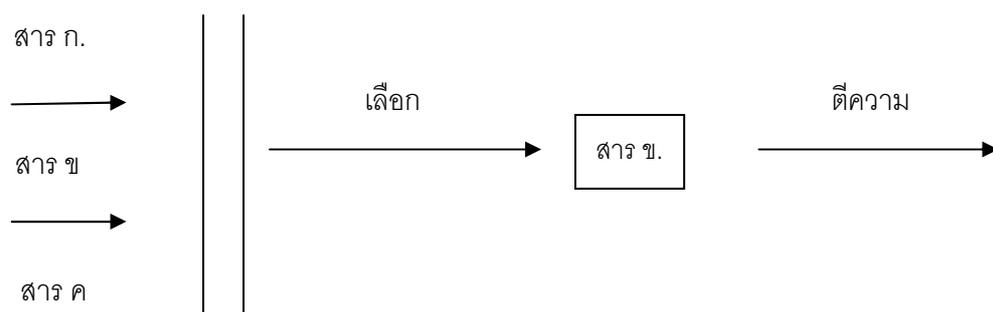
2.5 การรับรู้ข่าวสาร

เนื่องจากมนุษย์มีการรับรู้ต่างกัน ความล้มเหลวของการสื่อสารจึงอาจเกิดขึ้นได้ถ้าไม่ยอมรับความแตกต่างกันในเรื่องความรู้ของแต่ละบุคคล การรับรู้เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการสื่อสารทัศนคติ และความคาดหวังผู้สื่อสารที่ได้ตามความเข้าใจและความรู้สึกของตนเอง โดยทั่วไปการรับรู้เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นโดยรู้ตัวหรือตั้งใจ และมักเกิดตามประสบการณ์และการสังสมทางสังคม

มนุษย์ไม่สามารถให้ความสนใจกับสิ่งต่างๆรอบตัวได้ทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เป็นบางสิ่งเท่านั้น แต่ละคนมีความสนใจและรับรู้สิ่งต่างๆรอบตัวต่างกัน ดังนั้น เมื่อได้รับสารเดียวกัน ผู้รับสารแต่ละคนอาจให้ความสนใจและรับรู้สารเดียวกันต่างกัน กระบวนการรับรู้ข่าวสารของคนอาจแสดงเป็นแบบจำลองได้ดังนี้

ภาพที่ 2.1

แผนภาพแสดงกระบวนการรับรู้ข่าวสารของบุคคล



โดยทั่วไป สิ่งต่อไปนี้มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของแต่ละคน เพื่อนำไปสู่ความร่วมมือได้แก่

1. **แรงผลักดันหรือแรงจูงใจ (motives)** มนุษย์มักเห็นในสิ่งที่ต้องการเห็น และได้ยินในสิ่งที่ต้องการได้ยิน เพื่อตอบสนองของความต้องการของตนเอง

2. **ประสบการณ์เดิม (past experience)** แต่ละบุคคลต่างเติบโตมาในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน ได้รับการเลี้ยงดูด้วยวิธีแตกต่างกัน และคบหาสมาคมกับคนแตกต่างกัน เช่น คนที่ไปศึกษาต่อต่างประเทศและพบเพื่อนของเจ้าของประเทศที่เอื้อเพื่อช่วยเหลือ จะเกิดทัศนคติที่ดีต่อประเทศนั้นมากกว่าคนที่พบเพื่อนที่ดูถูกเหยียดหยามบ้านของตน

3. **กรอบอ้างอิง (frame of reference)** เกิดขึ้นจากการสั่งสอนอบรมทางครอบครัว และสังคม ดังนั้น คนต่างศาสนากันจึงมีความเชื่อและทัศนคติในเรื่องต่าง ๆ ต่างกันก็ได้

4. **สภาพแวดล้อม** คนที่อยู่ในสภาพแวดล้อมต่างกัน เช่น อุณหภูมิ บรรยากาศ สถานที่ ฯลฯ จะตีความสารที่ได้รับต่างกัน

5. **สภาวะจิตใจและอารมณ์** ได้แก่ ความโกรธ ความกลัว ฯลฯ เช่น คนส่วนใหญ่มักจะมองความผิดเล็กน้อยเป็นเรื่องใหญ่โต ขณะที่อารมณ์ไม่ดีหรือหงุดหงิด แต่กลับมองปัญหาหรืออุปสรรคเป็นเรื่องเล็กน้อยขณะที่มีความรัก เป็นต้น

การเลือกรับรู้ข่าวสาร (Selective Perception Message)

ข่าวสารเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตมนุษย์ มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องใช้การแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้ และประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ข่าวเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมนุษย์เกิดความไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใด ความต้องการข่าวสารยิ่งเพิ่มมากขึ้น

ในการเลือกรับรู้ข่าวสารผู้รับสารมีกระบวนการในการเลือกสรรข่าวสารที่แสดงแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความเชื่อ ทัศนคติ ฯลฯ ซึ่งกระบวนการในการเลือกสรรนี้ เปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filter) ของสารในการรับรู้ของมนุษย์ ประกอบด้วยการกรอง 3 ขั้นตอน ดังนี้

1. **การเลือกรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure)** กล่าว คือ บุคคลจะเลือกรับสื่อและข่าวสารต่าง ๆ ตามความสนใจและความต้องการของตน เพื่อนำมาใช้แก้ไขปัญหาและเป็นข้อมูลเพื่อสนองความต้องการของตน นอกจากบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว บุคคลยังเลือกให้ความสนใจต่อข่าวสารที่สอดคล้องกับทัศนคติ และความเชื่อดั้งเดิมของบุคคลนั้น ๆ ในขณะที่เดียวกันก็พยายามหลีกเลี่ยงการได้รับข่าวสารที่ขัดแย้งกับความเชื่อ ทัศนคติ และความสนใจ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความสบายใจและความพึงพอใจในการเปิดรับสาร

2. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Selective Interpretation) กล่าวคือ เมื่อบุคคลเปิดรับสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง ผู้รับสารจะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความสารที่ได้ตามความเข้าใจของตนเอง ทักษะคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง และแรงจูงใจของตน

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) กล่าวคือ หลังจากที่บุคคลเลือกรับ เลือกให้ความสนใจ เลือกรับรู้และตีความข่าวสารไปในทิศทางที่สอดคล้องกับทักษะคติ และความเชื่อของตนแล้ว บุคคลยังเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารที่ต้องจำเข้าไปไว้เป็นประสบการณ์ เพื่อที่จะนำไปใช้ในโอกาสต่อไป ในขณะที่เดียวกันก็มักจะลืมข่าวสารที่ไม่ตรงกับความสนใจหรือไม่เห็นด้วย

2.6 ประสิทธิภาพของสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ

สื่อ (Media) เป็นหนทางที่จะนำข่าวสารไปสู่ผู้รับสาร หรืออาจกล่าวได้ว่า สื่อคือพาหนะที่นำข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ซึ่งจำแนกได้ 2 ประเภทใหญ่ ๆ

- สื่อมวลชน (Mass Media)
- สื่อบุคคล (Personal Media)

สื่อมวลชน (Mass Media)

หมายถึงสื่อที่ทำให้ผู้ส่งสาร ซึ่งอาจเป็นบุคคลเดี่ยวหรือกลุ่มบุคคลที่สามารถส่งข่าวสาร ข้อมูลไปยังผู้รับเป้าหมายจำนวนมากและอยู่กันอย่างกระจัดกระจายได้ในเวลาอันรวดเร็ว สื่อมวลชนที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร/วารสาร และอินเทอร์เน็ต เนื่องจากสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ นี้ จะมีอิทธิพลในการเลือกรับรู้ข่าวสารแก่คนจำนวนมาก ทำให้เกิดความรู้เรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างถูกต้อง

อิทธิพลของสื่อมวลชน

1. อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อประชาชนนั้น ไม่ใช่อิทธิพลโดยตรง แต่เป็นอิทธิพลโดยอ้อม เพราะมีอิทธิพลต่างๆ ที่กั้นอิทธิพลของปัจจัยสื่อมวลชน ได้แก่

1.1 ความมีใจโน้มเอียงของผู้รับสาร (Predisposition) ประชาชนจะมีความคิดเห็น ค่านิยม และมีใจโน้มเอียงที่จะประพฤติ ปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งอยู่ก่อน ซึ่งได้รับอิทธิพลจากการคบค้าสมาคมกับคนอื่น และสถาบันสังคมที่ตนเป็นสมาชิก เมื่อบุคคลผู้นั้นสัมผัสกับสื่อมวลชนก็จะนำเอาทักษะคติ ค่านิยมละพฤติกรรมเหล่านั้นติดมาด้วย

1.2 การเลือกของผู้รับสาร (Selective Processes) ประชาชนจะเลือกรับสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นและความสนใจของตน และจะหลีกเลี่ยงไม่ยอมรับสารที่ไม่สอดคล้องหรือ

ขัดแย้งกับความคิดเห็นและความสนใจของตน ประชาชนจะพยายามตีสารตามความเชื่อ และค่านิยมที่ตนมีอยู่เดิมและจะเลือกจดจำเฉพาะสิ่งที่สนับสนุนความคิดและความเชื่อของตน

1.3 อิทธิพลของบุคคล (Personal Influence) ข่าวสารจากสื่อมวลชนอาจไม่ได้ไปถึงประชาชนทั่วไปในทันที แต่จะผ่านสื่อบุคคลหรือผู้นำความคิดเห็นก่อนที่จะไปถึงประชาชน ผู้นำความคิดเห็นมีการสอดแทรกความรู้สึกนึกคิดของตนเข้าด้วยผู้นำความคิดเห็นมักจะเป็นคนที่ได้รับความเชื่อถือเลื่อมใส และไว้วางใจจากประชาชนทั่วไป จึงเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นและการตัดสินใจของประชาชน

1.4 ลักษณะของธุรกิจด้านสื่อมวลชน (Economic Aspects) การดำเนินธุรกิจด้านสื่อมวลชน ในสังคมเสรีนิยมซึ่งมาเศรษฐกิจแบบเสรีนั้น สื่อมวลชนสามารถแข่งขันกันได้โดยเสรี ต่างฝ่ายต่างเสนอความคิดเห็นและค่านิยมที่แตกต่างกันออกไป และประชาชนก็มีเสรีภาพในการที่จะเลือกเชื่อถือความคิดเห็นใดความคิดเห็นหนึ่งได้ และตัดสินใจว่าจะเชื่อสื่อมวลชนใดดี

2. อิทธิพลที่สื่อมวลชนมีต่อประชาชน เป็นเพียงผู้สนับสนุนเท่านั้น คือ สื่อมวลชนจะส่งเสริม ทศนคติ ค่านิยม ความมีใจในมเอียง ตลอดจนแนวโน้มนด้านพฤติกรรมของประชาชนให้มีความเข้มแข็งและพร้อมที่จะแสดงให้ปรากฏออกมาเมื่อมีแรงจูงใจเพียงพอหรือเมื่อมีโอกาสเหมาะสม

3. สื่อมวลชนอาจทำหน้าที่เป็นผู้เปลี่ยนแปลงประชาชนได้เช่นกัน จะเกิดขึ้นต่อเมื่อบุคคลมีความโน้มเอียงที่จะเปลี่ยนแปลงอยู่ก่อนแล้วหากสื่อมวลชนสามารถที่จะเสนอสิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการของเขา เขาก็จะเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมได้ สื่อมวลชนจึงทำหน้าที่เป็นเพียงผู้เสนอหนทางในการเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมเท่านั้น

4. สื่อมวลชนสามารถสร้างทัศนคติ และค่านิยมใหม่ให้เกิดขึ้นแก่ประชาชนได้ในกรณีที่บุคคลนั้น ๆ ไม่เคยมีความรู้หรือประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้นมาก่อน ทัศนคติและค่านิยมใหม่จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อบุคคลนั้นรับสารที่เสนอเรื่องราวในแนวเดียวกับบ่อยๆเป็นอิทธิพลในลักษณะสะสมมิใช่อิทธิพลที่ก่อให้เกิดผลได้ในทันทีทันใด หรือในระยะเวลายาวนาน

สื่อบุคคล (Personal Media)

หมายถึง ตัวบุคคลที่นำพาข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อสื่อสารแบบตัวต่อตัว ระหว่างบุคคล 2 บุคคลหรือมากกว่า 2 คนขึ้นไป

ประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคล

สำหรับประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคล นักวิชาการทางการสื่อสารส่วนใหญ่เห็นพ้องต้องกันว่า สื่อมวลชนจะมีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อบุคคลในการให้ข่าวสารแก่คนจำนวนมาก เพื่อก่อให้เกิดความรู้ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างถูกต้องส่วนสื่อบุคคลจะมีประสิทธิภาพมากกว่าในเรื่องการจูงใจให้บุคคลมีทัศนคติต่อเรื่องนั้นๆตามแนวทางที่มุ่งหวัง

สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media)

นอกจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคลที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ยังมีสื่ออีกชนิดหนึ่งที่ผู้ส่งสารใช้ในการถ่ายทอดข่าวสารข้อมูลไปยังมวลชน บุคคลหรือกลุ่มบุคคล สื่อดังกล่าวนี้ถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาสาระที่เฉพาะเจาะจง และมีเป้าหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม เรียกว่า สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) ได้แก่ สื่อประเภทโสตทัศนอุปกรณ์ (Audio Visual Media) และสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ (Printed Media) สื่อเฉพาะกิจที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ โปสเตอร์ แผ่นพับ จดหมายข่าว จุลสาร และ website

สื่อเฉพาะกิจมีความสำคัญต่อการเผยแพร่วรรณกรรมและข่าวสารข้อมูล เพราะสื่อเฉพาะกิจเป็นสื่อที่จัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุนกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะการใช้สื่อเฉพาะกิจเป็นการให้ความรู้และข่าวสารที่เป็นเรื่องราวเฉพาะอย่าง โดยมีกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้อย่างแน่นอนตัวอย่างสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ การจัดพิมพ์เอกสาร จุลสาร แผ่นพับ คือแผ่นปลิวออกเผยแพร่ ซึ่งอาจจะส่งไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยทางไปรษณีย์ (Direct Media) นอกจากนี้เป็นการเปิดโปสเตอร์ตามคณะต่าง ๆ การจัดนิทรรศการ การสาธิต (Demonstration) ก็เป็นการใช้สื่อเฉพาะกิจที่มีประสิทธิภาพในการรณรงค์เผยแพร่ประดิษฐ์กรรม แปลก ๆ และทันสมัยในสังคมนั้น ๆ

เห็นได้ชัดว่า สื่อเป็นพาหนะที่จะนำข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย หากไม่มีสื่อเป็นตัวกลางก็จะไม่เกิดการสื่อสาร นักวิชาการทางการสื่อสารส่วนใหญ่เห็นว่า สื่อมวลชนจะมีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อบุคคลในการให้ข่าวสารแก่คนจำนวนมาก เพื่อก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ส่วนสื่อบุคคลจะมีประสิทธิภาพในการชักจูงใจ และสื่อเฉพาะกิจ มีความสำคัญต่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อสนับสนุนกิจกรรมอย่างหนึ่งอย่างโดยเฉพาะ และทั้งหมดนี้สามารถนำมาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาพร้อมทั้งนำมาประกอบการอภิปรายผลการวิจัยว่าหัวหน้าส่วนราชการ เลือกที่จะรับข้อมูลข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์จากสื่อใดมากที่สุด

บทที่ 4

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความร่วมมือด้านข้อมูลข่าวสารและการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีของหัวหน้าส่วนราชการกับสื่อมวลชน

1. การติดต่อประสานงาน

การติดต่อประสานงาน เป็นการติดต่อสื่อสารให้เกิดความเข้าใจในการร่วมมือปฏิบัติงานให้สอดคล้องกันทั้งเวลาและกิจกรรมที่จะต้องทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ เพื่อให้งานดำเนินไปอย่างราบรื่น ซึ่งการติดต่อประสานงานที่ดีนั้น จะต้องมีความเข้าใจและสื่อสารกันได้อย่างถูกต้อง ตรงกัน

2. ความพร้อมของข้อมูลข่าวสาร

ความพร้อมของข้อมูลข่าวสาร ต้องมีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ ที่หัวหน้าส่วนราชการสามารถนำไปเผยแพร่ได้ สำหรับข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่มีดังนี้-

2.1 ข่าวอ่าน เป็นข่าวที่มีรูปแบบการเขียนอย่างเป็นทางการ ทั้งการใช้ภาษาและความถูกต้องต่าง ๆ ส่วนใหญ่จะเป็นข่าว ดังนี้-

2.1.1 ข่าวการประชุม สัมมนา พิธีเปิดงานหรือข่าวสัมมนาต่าง ๆ

2.1.2 ข่าวที่หน่วยงานต่าง ๆ ส่งมาให้แล้วนำมาเขียนเรื่องใหม่)

2.2 ข่าวยามเช้า คือ ข่าวที่เขียนส่งรายงานตอนเช้าทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กรุงเทพมหานคร โดยใช้ภาษาง่าย ๆ เป็นกันเอง ไม่เป็นทางการ การเขียนให้เขียนเป็นลักษณะเล่าสู่กันฟัง

2.3 ข่าวย่อย คือ ข่าวที่บริการให้ประชาชน หน่วยงานต่าง ๆ ซึ่งเป็นข่าวที่ไม่สำคัญ แต่ข่าวที่เขียนต้องเป็นแบบทางการ

2.4 ข่าวรับสมัคร คือ ข่าวรับสมัครจากหน่วยงานราชการและเอกชน โดยเขียนสรุปใจความสำคัญอย่างเป็นทางการ

2.5 ปฏิทินข่าว คือ ข่าวที่บอกกำหนดการย่อ ๆ ที่เกิดขึ้นในวันพรุ่งนี้ โดยส่งไปออกอากาศที่สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย และสถานีวิทยุหลักในจังหวัดขอนแก่น และประสานสื่อมวลชนให้ทราบและไปทำข่าวนั้น ๆ โดยมีการแจ้งล่วงหน้าให้ทราบอย่างน้อย 1 วัน

3. ความสม่ำเสมอในการเผยแพร่ข่าวสาร

ความสม่ำเสมอในการเผยแพร่ข่าวสาร เป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่ง ถ้าส่งข้อมูลข่าวสาร ไม่สม่ำเสมอ ไม่ต่อเนื่อง หัวหน้าส่วนราชการต่าง ๆ ก็จะไม่ให้ความสำคัญ ฉะนั้นจึงจำเป็นที่จะต้อง มีข้อมูลหัวหน้าส่วนราชการที่เป็นปัจจุบันเพื่อสะดวกในการติดต่อส่งข้อมูลข่าวสาร

4 ความรู้ความเข้าใจในการปฏิบัติงาน

ความรู้ความเข้าใจในการปฏิบัติงาน เป็นอีกปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความสัมพันธ์กับ หัวหน้าส่วนราชการ ซึ่งจะต้องมีความรู้ ความเข้าใจในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ และให้ความรู้ให้ คำแนะนำแก่หัวหน้าส่วนราชการได้

5 ความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

ความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความจริงใจต่อกัน มีเป้าหมายร่วมกัน มีมารยาทต่อกัน ให้เกียรติและเคารพกันอย่างเหมาะสม และช่วยเหลือกันตามโอกาส เป็นปัจจัยหนึ่งที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีกับหัวหน้าส่วนราชการ โดยเฉพาะการมีความสัมพันธ์ส่วนตัว มีความใกล้ชิดกัน ก็จะทำให้การให้ความร่วมมือสูงขึ้นตามไปด้วย

หัวหน้าส่วนราชการให้ความสำคัญกับการสร้างความสัมพันธ์ทั้งจากการติดต่อ ประสานงานกัน มีการติดต่อสื่อสารที่ถูกต้อง เข้าใจตรงกัน ความพร้อมของข้อมูลข่าวสาร สนับสนุนในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ข่าวสารที่เป็นข้อเท็จจริง ถูกต้อง ครบถ้วน มีประโยชน์ ความสม่ำเสมอในการเผยแพร่ข่าวสาร ส่งข่าวเผยแพร่อย่างสม่ำเสมอ มีข้อมูลสื่อที่เป็นปัจจุบันเพื่อสะดวกในการติดต่อส่งข่าว ความรู้ ความเข้าใจในการปฏิบัติงานมีความเป็นกลางในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารท้องถิ่น และมีความ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีให้เกียรติกัน มีเป้าหมายร่วมกัน จริงใจต่อกัน มีมารยาทต่อกัน

รูปแบบการสร้างความสัมพันธ์กับหัวหน้าส่วนราชการ

1. การประชุม สัมมนา การศึกษาดูงาน

การประชุม สัมมนา การศึกษาดูงาน เพื่อให้มีโอกาสได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ แสดงความคิดเห็น เป็นรูปแบบหนึ่งที่ได้รับานิยมและได้ผลดีในการสร้างความสัมพันธ์และขอความร่วมมือจากหัวหน้า ส่วนราชการ ควรจัดอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง

2. การพบปะสังสรรค์

การพบปะสังสรรค์ เป็นอีกกิจกรรมหนึ่งที่หัวหน้าส่วนราชการ จะได้พบปะสังสรรค์ พูดคุยสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกัน

3. การจัดทำทำเนียบหัวหน้าส่วนราชการ

การจัดทำทำเนียบหัวหน้าส่วนราชการ สิ่งสำคัญคือ ข้อมูลในทำเนียบหัวหน้าส่วนราชการ ต้องเป็นปัจจุบัน เพื่อความสะดวกรวดเร็วและไม่เกิดข้อผิดพลาดในการติดต่อสื่อสาร

4. การสร้างเครือข่าย

การสร้างเครือข่าย เป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่มีความสำคัญในการเผยแพร่ข่าวสาร เมื่อมีเครือข่ายเพิ่มขึ้น ก็จะเป็นการเพิ่มช่องทางในการเผยแพร่ข่าวสาร ไม่ว่าจะเป็นการเผยแพร่ทางสื่อวิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ และเว็บไซต์ รวมทั้ง SOCIAL NETWORK สื่อบุคคล และเครือข่ายส่วนราชการ นอกจากนี้ยังเป็นประโยชน์ในการขยายผลการประชาสัมพันธ์ การติดตามข้อมูลข่าวสารให้เข้าถึงประชาชนได้รวดเร็ว ทันเหตุการณ์

5. การเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ

การเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ ประเพณีท้องถิ่น และการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกันตามสถานการณ์ รูปแบบการสร้างความสัมพันธ์กับหัวหน้าส่วนราชการ คือ ร่วมเป็นสื่อกลางในการนำเสนอข่าวสารอย่างต่อเนื่อง ทั้งการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ การร่วมประเพณีท้องถิ่นเป็นโอกาสหนึ่งที่หัวหน้าส่วนราชการ จะได้มาพบปะ พูดคุยกัน ทำความเข้าใจกันในเรื่องราวของกิจกรรม เพื่อให้ได้เนื้อหาสาระที่เป็นประโยชน์ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สู่ประชาชนต่อไป

สรุปได้ว่า การติดต่อสื่อสารเป็นวิธีที่ผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชาจะใช้ประโยชน์ในการรายงานหรือสอบถาม ตลอดจนเสนอแนะแนวความคิดเห็นต่าง ๆ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่มีความชัดเจนและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น อุปกรณ์การสื่อสารมีการพัฒนาเทคโนโลยีให้มีประสิทธิภาพและทันสมัย ทำให้เราสามารถรับรู้ถึงการตอบสนองความรู้สึกต่อข้อมูลข่าวสารได้ทันเหตุการณ์

องค์กรต่าง ๆ ที่ตั้งขึ้นมานั้นก็เพื่อดำเนินการต่าง ๆ ให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรนั้น จึงต้องอาศัยเครื่องมือหลายอย่างที่ทำงานนั้น ๆ สำเร็จลง การรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์ของหัวหน้าส่วนราชการ นั้น นับว่ามีความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างตรงจุด และทำให้การประชาสัมพันธ์ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งรูปแบบของการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีของหัวหน้าส่วนราชการ แตกต่างกัน ตามภารกิจหน้าที่ของแต่ละหน่วยงาน เพื่อให้ภารกิจ หน้าที่ของหน่วยงานหรือองค์กรบรรลุตามวัตถุประสงค์ อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

.....

บรรณานุกรม

- <http://www.prd.com>
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช(๒๕๔๗) หลักการประชาสัมพันธ์
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช(๒๕๔๗) : ทฤษฎีการประชาสัมพันธ์

.....