

# การประชาสัมพันธ์ในสถาบันวิชาการ ด้านอาหารและโภชนาการ

ศิริพร โกสุม

สถาบันวิจัยโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล

## สารบัญ

| เรื่อง   | หน้า |
|--|------|
| คำนำ   | ๓    |
| ทำไมต้องมีการประชาสัมพันธ์                                     | ๔    |
| จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ  | ๗    |
| แนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์                              | ๘    |
| งานประชาสัมพันธ์บรรลุผลเมื่อนักประชาสัมพันธ์รู้จักวิเคราะห์    | ๑๐   |
| อะไรคือข่าวและที่มาของข่าว                                     | ๑๑   |
| พื้นฐานความสำเร็จอยู่ที่การรักการอ่านและการรักงานเขียน         | ๑๕   |
| เขียนบทความอย่างไรให้ได้รับการเผยแพร่                          | ๑๖   |
| การจัดทำ/ประสานงานรายการวิทยุ                                  | ๑๘   |
| การเผยแพร่ผลงานวิชาการทางสถานีโทรทัศน์                         | ๑๙   |
| การเผยแพร่ข่าวและผลงานผ่านอินเทอร์เน็ต                         | ๑๙   |
| รายการ/คอลัมน์ประจำ และรายการ/คอลัมน์ครั้งคราว                 | ๒๐   |
| การประสานงานกับสื่อมวลชน                                       | ๒๑   |
| ต้องสรุปผลงานการเผยแพร่ให้นักวิชาการ                           | ๒๕   |
| การทำงานเป็นเครือข่ายช่วยให้งานประชาสัมพันธ์สัมฤทธิ์ผลยิ่งขึ้น | ๒๖   |
| การประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และเอ็นจีโอ                | ๒๗   |
| นักประชาสัมพันธ์จะตัดสินใจอย่างไรกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์      | ๒๘   |
| สรุป   | ๓๔   |

# คำนำ

กิจกรรมตามพันธกิจของสถาบันวิชาการด้านวิทยาศาสตร์และการสาธารณสุข เป็นงานที่เป็นพลวัตที่มีพื้นฐานทางวิชาการที่ซับซ้อนและเกี่ยวเนื่องกับสาขาวิชา แต่ก็จำเป็นต้องสามารถถ่ายทอดนวัตกรรมและองค์ความรู้สู่ภาคประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยที่ยังคงความถูกต้องทางทฤษฎี ดำรงความเป็นกลาง เพื่อให้ยังเป็นที่ยอมรับของสังคม และสามารถเผยแพร่เกียรติคุณของหน่วยงาน

นักประชาสัมพันธ์ในหน่วยงานดังกล่าว จึงจำเป็นต้องมีความเข้าใจถึงหลักการการประชาสัมพันธ์หน่วยงานอย่างถ่องแท้ และสามารถประยุกต์ใช้ให้เข้ากับสถานการณ์ ซึ่งหลายๆ ครั้ง ไม่มีทฤษฎีที่ตายตัว การวางตัว การกำหนดบทบาทและการมีส่วนร่วมของนักประชาสัมพันธ์มีส่วนในความสำเร็จและคงอยู่ ของหน่วยงานที่เป็นสถาบันวิชาการทางด้านวิทยาศาสตร์และการสาธารณสุข

ดิฉันจึงได้จัดทำคู่มือ “การประชาสัมพันธ์ในสถาบันวิชาการด้านอาหารและโภชนาการ” เพื่อรวบรวมประสบการณ์ในการทำงานประชาสัมพันธ์ ที่รับผิดชอบมาเป็นเวลานานกว่า ๒๐ ปี โดยได้นำเอาประสบการณ์ต่างๆ ที่บางเรื่องไม่มีในทฤษฎีหรือหลักสูตรมาบอกเล่า เพื่อให้ให้นักประชาสัมพันธ์รุ่นใหม่ได้เรียนรู้และสามารถนำไปปรับใช้ในการทำงาน

นอกจากนี้ สิ่งที่ต้องการสื่อถึงนักประชาสัมพันธ์รุ่นใหม่ในการทำงานด้านประชาสัมพันธ์ คือ นักประชาสัมพันธ์ต้องตระหนักอยู่เสมอว่า ต้องไม่คิดว่าตนเองสามารถทำงานเก่ง ทำงานดี สามารถทำงานคนเดียวได้ เพราะความรู้เทคโนโลยีต่างๆ มีการพัฒนาตลอดเวลา ดังนั้นนักประชาสัมพันธ์จึงต้องเป็นผู้ที่สนใจศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม พัฒนาตนเองตลอดเวลาด้วย นอกจากนี้หากมีการทำงานเป็นเครือข่าย ให้ความร่วมมือระหว่างกลุ่มนักประชาสัมพันธ์ ก็จะช่วยให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์สะดวกขึ้น

ผู้เขียนหวังว่าคู่มือเล่มนี้จะเป็นประโยชน์ และมีส่วนช่วยในการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของนักประชาสัมพันธ์รุ่นใหม่ๆ ต่อไป หากต้องการรายละเอียดเพิ่มเติมติดต่อที่ งานประชาสัมพันธ์ สถาบันวิจัยโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ๗๓๑๖๐ โทรศัพท์ ๐ - ๒ ๘๘๕ ๓๔๘๕, ๐ - ๒ ๘๐๐ ๒๓๘๐ ต่อ ๑๐๕

(นางศิริพร โกสุม)  
หัวหน้างานประชาสัมพันธ์  
สถาบันวิจัยโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล

## ทำไมต้องมีการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ หรือ Public Relations มาจากคำ 2 คำ คือ “Public” และ “Relations” คำว่า Public แปลว่า สาธารณชน ส่วนคำว่า Relations หมายถึง ความสัมพันธ์ ดังนั้นการประชาสัมพันธ์ จึงหมายถึง การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับสาธารณชน เหตุที่หน่วยงานต้องสร้างความสัมพันธ์อันดีกับสาธารณชน เพราะหน่วยงานไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานภาคเอกชนก็ตาม ไม่สามารถอยู่อย่างโดดเดี่ยวได้ ต้องอาศัยพึ่งพาสาธารณชน เพื่อให้หน่วยงานได้รับการสนับสนุนจากสาธารณชน ช่วยให้สามารถดำเนินการได้อย่างราบรื่น และการดำเนินการด้านประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ช่วยทำให้ภาพลักษณ์ของหน่วยงานดี เมื่อเกิดเหตุการณ์ที่กระทบหน่วยงาน เช่น เมื่อหน่วยงานถูกกล่าวร้ายหรือถูกพาดพิงในด้านที่ไม่ดี ผู้คนที่รู้จักหน่วยงาน หรือผู้ที่เคยได้รับข่าวสารจากหน่วยงานก็จะช่วยปกป้อง และแจ้งข่าวนั้นๆ ให้หน่วยงานทราบ ซึ่งก็จะช่วยให้สามารถแก้ไขได้ทันท่วงที เป็นต้น

ตัวอย่างกรณีที่เคยเกิดขึ้น โรงพยาบาลแห่งหนึ่งถูกคนไข้ร้องเรียนไปที่หนังสือพิมพ์ฉบับหนึ่งว่าคนไข้ดังกล่าวถูกพยาบาลพาดพิง และไม่ได้ใส่ใจในการให้บริการรักษา เนื่องจากผู้สื่อข่าวรู้จักนักประชาสัมพันธ์ของโรงพยาบาลนั้น จึงได้โทรศัพท์สอบถามข้อเท็จจริง เมื่อโรงพยาบาลได้รับทราบปัญหา จึงได้ติดต่อคนไข้ดังกล่าวเพื่อสอบถามข้อเท็จจริง และได้มีการพูดคุยสร้างความเข้าใจกันระหว่างคนไข้ กับโรงพยาบาล ปัญหาดังกล่าวจึงได้รับการแก้ไขจนลุล่วง นักประชาสัมพันธ์ของโรงพยาบาลได้แจ้งผลการแก้ไขปัญหาดังกล่าวให้ผู้สื่อข่าวได้รับทราบ ปัญหาดังกล่าวก็ไม่มีกรณีพิมพ์เผยแพร่ ซึ่งทำให้โรงพยาบาลไม่ได้รับผลกระทบจากสังคมภายนอก อีกทั้งปัญหาต่างๆ ก็ได้รับการแก้ไขให้ลุล่วงไปด้วยดี ซึ่งในกรณีนี้หากไม่มีการประชาสัมพันธ์ นักข่าวไม่รู้จักนักประชาสัมพันธ์ จดหมายดังกล่าวก็จะถูกตีพิมพ์เผยแพร่ ซึ่งจะก่อให้เกิดผลกระทบต่อโรงพยาบาลแห่งนี้เป็นอย่างมาก

การดำเนินการประชาสัมพันธ์ เป็นการทำงานที่ต้องใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์ นั่นคือต้องใช้ความรู้ด้านการสื่อสารมวลชน จิตวิทยา วาทวิทยา ความสามารถในการเขียน กฎหมาย และความรู้ด้านศิลปะต่างๆ เป็นต้น ประกอบกัน ผลงานด้านประชาสัมพันธ์เผยแพร่สู่สาธารณชนได้ในหลากหลายรูปแบบ มีทั้งการดำเนินการเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนต่างๆ ทั้ง วิทยุ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ นิตยสาร วารสาร อินเทอร์เน็ต แล้ว ยังครอบคลุมทั้ง การจัดกิจกรรมในโอกาสต่างๆ การจัดนิทรรศการ เป็นต้น ด้วยเหตุนี้ นักประชาสัมพันธ์จึงควรต้องวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสาร กลุ่มเป้าหมาย และช่องทางการเผยแพร่ ทั้งนี้ก็เพื่อให้การประชาสัมพันธ์ที่ดำเนินการเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากที่สุดนั่นเอง

นอกจากนี้ลักษณะหน่วยงานสถาบันวิชาการด้านอาหารและโภชนาการ ที่มีทั้งจุดเด่นและจุดด้อย จุดเด่นคือ เป็นแหล่งรวมความรู้ งานวิจัยต่างๆ ที่มีความถูกต้อง แม่นยำ เชื่อถือได้ อีกทั้งยังเป็นหน่วยงานที่สร้างความรู้ด้านอาหารและโภชนาการใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นตลอดเวลา ซึ่งความรู้และงานวิจัยเหล่านี้จะเป็นประโยชน์ต่อประชาชนทั่วไป หน่วยงานเอกชน และประเทศชาติในการแก้ไขปัญหาทุพโภชนาการ

ได้ สำหรับจุดด้อยคือ นักวิชาการ/นักวิจัย ขาดทักษะในการถ่ายทอดความรู้ให้ประชาชนทั่วไป การเผยแพร่ความรู้ต่างๆ ผ่านสื่อมวลชน นักวิชาการบางส่วนอาจมีทัศนคติต่อนักข่าวหรือสื่อว่าเป็นผู้ได้ประโยชน์จากการสัมภาษณ์หรือการให้ข้อมูลของนักวิชาการ ทำให้ไม่ใส่ใจในการติดต่อประสานงานกับสื่อข่าวหรือสื่อ ทำให้หน่วยงานเสียโอกาสที่จะได้เผยแพร่ผลงาน และประชาชนขาดโอกาสที่จะได้ข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นประโยชน์ในการดูแลภาวะโภชนาการของตนเอง

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น นักประชาสัมพันธ์จึงเป็นบุคคลที่เข้ามาทำงาน ช่วยประสานงานในการเผยแพร่ข่าวของหน่วยงาน เป็นตัวกลางระหว่างหน่วยงาน/นักวิชาการและสื่อมวลชน ช่วยดำเนินการในการสร้างภาพลักษณ์ของหน่วยงาน ด้วยการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ทั้งการเผยแพร่ข่าว การจัดกิจกรรมต่างๆ เนื่องในโอกาสสำคัญๆ ของหน่วยงาน การจัดนิทรรศการ การสร้างความสัมพันธ์อันดีภายในหน่วยงาน เป็นต้น

การดำเนินการประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์จึงต้องมีการจัดทำแผนงานด้านประชาสัมพันธ์ มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน กำหนดกิจกรรมต่างๆ ที่จะดำเนินการ ระยะเวลาที่ดำเนินการ ในการดำเนินการงานประชาสัมพันธ์ โดยทั่วไปสามารถแบ่งการดำเนินการประชาสัมพันธ์ได้เป็น ๒ ประเภท นั่นคือ การดำเนินการประชาสัมพันธ์ภายใน และการดำเนินการประชาสัมพันธ์ภายนอก

การดำเนินการประชาสัมพันธ์ภายใน เป็นการประชาสัมพันธ์ที่ทำภายในองค์กรหรือภายในหน่วยงาน โดยมีเป้าหมายให้คนในหน่วยงานรักองค์กร มีขวัญกำลังใจในการทำงาน สร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคลากรต่างๆ ภายในหน่วยงาน ซึ่งผลประโยชน์ที่หน่วยงานจะได้รับก็คือ เมื่อบุคลากรรักหน่วยงาน มีขวัญกำลังใจและความสามัคคี บุคลากรจะทุ่มเททำงานเพื่อหน่วยงาน แล้วยังก่อให้เกิดประโยชน์ทางอ้อมคือ บุคลากรของหน่วยงานจะเป็นนักประชาสัมพันธ์อย่างไม่เป็นทางการให้กับหน่วยงาน ที่จะช่วยเผยแพร่กระจายความดีของหน่วยงานให้สาธารณชนได้ทราบ และเมื่อได้รับข่าวที่ไม่ดีไม่ถูกต้องก็จะช่วยปกป้องและอธิบายความจริงให้ทราบ ดังนั้นนักประชาสัมพันธ์จึงไม่ควรละเลยกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร การดำเนินการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรนอกจากการเผยแพร่ข่าวสาร นโยบายต่างๆ จากผู้บริหาร หรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นหรือจะจัดขึ้นให้บุคลากรภายในได้ทราบแล้ว การจัดกิจกรรมต่างๆ เช่น การจัดสัมมนาบุคลากร การจัดกิจกรรมในโอกาสวันสถาปนาหน่วยงาน ตลอดจนการจัดบอร์ดนิทรรศการต่างๆ แล้ว หน่วยงานที่มีพันธกิจด้านการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ก็สามารถนำพันธกิจดังกล่าวมาจัดวางแผนให้อยู่ในแผนงานประชาสัมพันธ์ภายในได้ ซึ่งการดำเนินกิจกรรมด้านการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม สามารถดำเนินการได้อย่างเป็นธรรมชาติกลมกลืนกับวิถีการดำเนินชีวิตของคนไทยเรา เช่น การจัดกิจกรรมด้านศาสนา ด้านสถาบันพระมหากษัตริย์ วัฒนธรรม ประเพณีไทย ตลอดจนด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งกิจกรรมต่างๆ ช่วยสร้างขวัญ

กำลังใจ ความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคลากรทุกระดับ รวมทั้งนักศึกษา แล้วยังสามารถช่วยสร้าง  
ภาคภูมิใจให้กับผู้ร่วมกิจกรรมด้วย

**การประชาสัมพันธ์ภายนอก** เป็นการเผยแพร่ข่าวสาร ผลงาน และความคิดต่างๆ ของ  
หน่วยงานให้บุคคลภายนอก ตลอดจนสาธารณชน หรือประชาชนทั่วไปได้ทราบ เพื่อต้องการให้  
สาธารณชนรู้จักและเกิดความรู้สึกที่ดีต่อหน่วยงาน ชื่นชมหน่วยงาน มีภาพลักษณ์ที่ดีต่อหน่วยงาน การ  
ประชาสัมพันธ์ภายนอกสามารถดำเนินการได้หลายช่องทาง แต่ส่วนใหญ่จะเป็นการดำเนินการผ่าน  
สื่อมวลชน ซึ่งในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนนั้น มักจะไม่ซื้อพื้นที่หรือซื้อเวลา(ไม่ใช่  
เงิน) เพื่อให้สื่อเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลของหน่วยงาน นั่นคือ หน่วยงานต้องมีข่าวสารที่มีคุณค่าที่ทำให้สื่อ  
ต่างๆ ตัดสินใจตีพิมพ์หรือออกอากาศให้ ซึ่งในเรื่องนี้นักประชาสัมพันธ์จะมีบทบาทสำคัญยิ่งที่จะช่วย  
พิจารณาข่าวสารต่างๆ ก่อนที่จะส่งให้สื่อ หน่วยงานหรือผู้บริหารในหน่วยงานมักให้ความสำคัญกับการ  
ประชาสัมพันธ์ภายนอก เพราะจะช่วยให้หน่วยงานเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย แต่นักประชาสัมพันธ์ก็ต้อง  
ตระหนักอยู่ตลอดเวลาว่า ข่าวต่างๆ ที่เผยแพร่ออกไป ต้องมีคุณค่าของความเป็นข่าว และก่อประโยชน์ต่อ  
ประชาชนผู้รับสาร จึงจะทำให้ข่าวสารต่างๆ ที่ส่งไปได้รับการเผยแพร่ ไม่ใช่เผยแพร่ให้เพราะความเกรงใจ  
จะทำให้การได้รับการเผยแพร่ไม่ยั่งยืน

ผู้เขียนเคยได้รับโทรศัพท์จากผู้สื่อข่าวที่มาร่วมงานแถลงข่าวที่จัดขึ้น ณ ที่ทำงานของ  
ผู้เขียน โดยโทรศัพท์เพื่อต้องการสอบถามว่าหน่วยงานของผู้เขียนเกี่ยวข้องกับการแถลงข่าวหรือไม่  
หลังจากที่ตอบให้ผู้สื่อข่าวทราบว่าไม่เกี่ยวข้องกัน เป็นเพียงการมาขอใช้สถานที่ ผู้สื่อข่าวท่านนั้นก็เล่าให้  
ฟังว่า เพิ่งกลับจากการร่วมแถลงข่าวดังกล่าวโดยในการแถลงข่าวครั้งนี้แตกต่างจากทุกครั้งที่ผ่านมา คือมี  
การแจกเอกสารรายละเอียดของเรื่องที่แถลงข่าว ของที่ระลึก และซองเงิน และตั้งใจว่าจะไม่ลงข่าวให้  
เพราะรู้สึกว่าเป็นภาพตั้งใจซื้อข่าว ไม่ให้เกียรติผู้สื่อข่าว

กรณีดังกล่าวข้างต้นนี้ เป็นอุทาหรณ์ที่แสดงให้เห็นว่า การใช้เงินไม่สามารถทำให้ข่าว  
ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ แต่อยู่ที่คุณค่าของข่าว ดังนั้นนักประชาสัมพันธ์จะต้องรู้จักจับประเด็นและทำความเข้าใจของ  
เนื้อหาต่างๆ ที่จะเผยแพร่ให้ได้มากที่สุด เมื่อมีการแถลงข่าวต้องเลือกหัวข้อที่น่าสนใจ เช่น เมื่อ  
พ.ศ.๒๕๓๕ สถาบันวิจัยโภชนาการเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมเรื่องวิตามินเอนานาชาติ และผู้บริหารมีมติให้  
จัดการแถลงข่าว นักประชาสัมพันธ์จึงต้องวางแผนว่าจะแถลงข่าวอย่างไร เพราะหากส่งจดหมายเชิญ  
ผู้สื่อข่าวว่าขอเชิญฟังการแถลงข่าวเรื่องการประชุมวิตามินเอนานาชาติ ผู้สื่อข่าวก็คงไม่มาร่วมฟังการแถลง  
ข่าวอย่างแน่นอน เนื่องจากค่อนข้างเป็นวิชาการและไม่ทราบว่าประชาชนจะได้ประโยชน์อะไรจากการได้  
อ่าน/ฟังข่าวนี้ นักประชาสัมพันธ์จึงต้องศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับวิตามินเอ แล้วพบว่าการศึกษาวิตามินเอของคน  
ไทย โดยเฉพาะกลุ่มเด็กในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีมากถึงหลายหมื่นคนเป็นที่น่าสนใจ(ในขณะนั้น)  
ดังนั้นในการจัดแถลงข่าวการประชุมเรื่องวิตามินเอนานาชาติ ผู้เขียนจึงได้เลือกสถิติการขาดวิตามินเอใน

ประเทศไทยและปัญหาสุขภาพที่เกิดขึ้นจากการขาดวิตามินเอมาเป็นหัวข้อแถลงข่าว โดยได้จัดเตรียมเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เตรียมรูปภาพของผู้แถลงข่าว และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง คือมีเนื้อหาและภาพประกอบที่เกี่ยวข้องที่ผู้สื่อข่าวสามารถนำไปใช้ในการเผยแพร่ได้อย่างครบถ้วน ทำให้การแถลงข่าวครั้งนั้นมีผู้สื่อข่าวให้ความสนใจเข้าร่วมฟังการแถลงข่าวจำนวนมาก ใช้ค่าใช้จ่ายในการแถลงข่าวเพียงค่าอาหารว่างและค่าเอกสารต่างๆ เท่านั้น

## จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ

นักประชาสัมพันธ์ ที่สามารถทำงานประชาสัมพันธ์ให้ประสบความสำเร็จนั้น ก็เช่นเดียวกับวิชาชีพอื่นๆ คือ ต้องมีความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพของตน แต่ความรู้ด้านประชาสัมพันธ์นั้นหลากหลาย คือ ทั้งด้านการสื่อสารเพื่อให้รู้จักสื่อสารข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้ มีความรู้เรื่องกฎหมายเพื่อให้ทราบว่าสามารถเผยแพร่ข่าวได้เพียงไร มีความรู้เรื่องเทคนิคการพูดและการเขียน เพื่อให้สามารถพูดโน้มน้าวหรือพูดให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจ และสามารถเขียนบทความหรือเนื้อหาข่าวได้ชัดเจนครบถ้วนอ่านเข้าใจง่าย เป็นต้น นอกจากความรู้ต่างๆ ข้างต้นที่เรียนในชั้นเรียนแล้ว นักประชาสัมพันธ์ไม่ควรหยุดนิ่งที่จะศึกษาหาความรู้ และควรติดตามข่าวสารต่างๆ ตลอดเวลา เพื่อให้สามารถดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ได้

ความรู้ต่างๆ ที่ได้ร่ำเรียนในชั้นเรียน วิชาด้านการสื่อสาร นับได้ว่าเป็นวิชาที่ต้องนำมาใช้ตลอดเวลาการดำเนินการประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้ทฤษฎีที่ผู้เขียนใช้เป็นประจำก็คือ ทฤษฎีการสื่อสารของเบอร์โล ที่รู้จักกันในชื่อ Berlo's S-M-C-R Model สำหรับอักษร S-M-C-R นี้ก็คือ

S = sender ผู้ส่งสาร

M = message ข่าวสาร

C = channel ช่องทางการสื่อสาร

R = reciever ผู้รับสาร

นั่นคือในการดำเนินการสื่อสารเผยแพร่ข่าวทุกครั้ง นักประชาสัมพันธ์จะต้องวิเคราะห์ S-M-C-R ทั้ง ๔ ตัวให้ได้ การเผยแพร่ข่าวทุกครั้งนักประชาสัมพันธ์ต้องสามารถตอบได้ว่าต้องการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้ใคร เมื่อทราบแล้วว่ากลุ่มเป้าหมายเป็นใคร ก็ต้องวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย เช่น มีการศึกษาระดับใด เพศใด อายุเท่าไร เป็นต้น เพื่อที่จะได้ออกแบบข่าวสารให้กลุ่มเป้าหมายนี้เข้าใจ แล้วยังเกี่ยวข้องถึงช่องทางการสื่อสารว่าจะได้ช่องทางใดจึงจะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ในการจัดทำ/เขียนข่าวสาร ก็ต้องอาศัยทฤษฎี ๕W และ ๑H นั่นคือ ข่าวทุกข่าวที่เขียนสามารถบอกได้ว่าใคร(who), ทำอะไร(what), ที่ไหน(when), เมื่อไหร่(when), และ อย่างไร(how) แล้วใช้หลักการเขียนข่าวมาประกอบ เพื่อให้ข่าวนั้นสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

นักประชาสัมพันธ์ ต้องไม่ดำเนินการใดๆ โดยปราศจากการใช้ความรู้และการวิเคราะห์ ข้อมูลข่าวสาร การเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลต่างๆ ต้องรอบคอบ ให้แต่ข้อเท็จจริง ต้องไม่ลืมว่าต้องรับผิดชอบ ต่อข่าวสารต่างๆ ที่เผยแพร่ทุกครั้ง อย่าเผยแพร่ข่าวเพียงเพื่อหวังความโด่งดังของหน่วยงาน (ตีปี๊บ) เพราะ ในที่สุดแล้ว หน่วยงานจะไม่ได้รับประโยชน์อย่างแท้จริงจากการกระทำดังกล่าว

สิ่งหนึ่งที่จะช่วยให้นักประชาสัมพันธ์สามารถดำเนินงานประชาสัมพันธ์ได้ดี นั่นคือ การ รู้จักหน่วยงานของตนเองอย่างถ่องแท้ การเข้าใจงานของหน่วยงาน ตลอดจนการมีทัศนคติที่ดีและเชื่อมั่น ในหน่วยงาน เพราะทัศนคติที่ดีและความเชื่อมั่นในหน่วยงานจะทำให้เกิดความรักหน่วยงานสามารถค้นหา และเผยแพร่สิ่งดีๆ ที่มีในหน่วยงาน สนใจที่จะศึกษาหน่วยงานและผลงานของหน่วยงาน ซึ่งจะช่วยให้นัก ประชาสัมพันธ์สามารถตอบคำถามเกี่ยวกับหน่วยงานได้อย่างถูกต้องแม่นยำ

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์สามารถทำได้โดยผ่านช่องทางต่างๆ เช่น การเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนชนิดต่างๆ ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร หนังสือพิมพ์ อิเล็กทรอนิกส์ นอกจากนี้ยังสามารถเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ นิทรรศการ จดหมาย แผ่นพับ บัญชีทวิต เป็นต้น ทั้งนี้ นักประชาสัมพันธ์เป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญ ในการวิเคราะห์แล้วตัดสินใจเลือกสื่อหรือช่องทางต่างๆ เพื่อให้สิ่งที่ต้องการเผยแพร่ถึงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

“

นักประชาสัมพันธ์ ต้องรับผิดชอบ ต่อข่าวสารต่างๆ ที่เผยแพร่ทุกครั้ง อย่าเผยแพร่ข่าวเพียง เพื่อหวังความโด่งดังของหน่วยงาน (ตีปี๊บ) เพราะในที่สุดแล้ว หน่วยงานจะไม่ได้รับประโยชน์ อย่างแท้จริงจากการกระทำดังกล่าว

สิ่งหนึ่งที่จะช่วยให้นักประชาสัมพันธ์สามารถดำเนินงานประชาสัมพันธ์ได้ดี นั่นคือ การรู้จักหน่วยงานของตนเองอย่างถ่องแท้ การเข้าใจงานของหน่วยงาน ตลอดจนการมี ทัศนคติที่ดีและเชื่อมั่นในหน่วยงาน .....



## แนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ด้านอาหารและโภชนาการ: ถอดบทเรียนจาก ประสบการณ์

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องด้านอาหารและโภชนาการ หรือการประชาสัมพันธ์เรื่องใดๆ ก็ตาม สิ่งแรกที่นักประชาสัมพันธ์ต้องทำ คือ การทำความเข้าใจกับหน่วยงานและผลงานของหน่วยงาน เช่น หากเป็นนักประชาสัมพันธ์ของสถาบันวิจัยโภชนาการ ก็ต้องรู้ว่าสถาบันวิจัยโภชนาการมีพันธกิจอะไรบ้าง แล้วการดำเนินพันธกิจเหล่านั้น ทำให้เกิดผลงานอะไรบ้าง จากนั้นจึงนำมาวางแผนงานประชาสัมพันธ์ โดยนำนโยบายของหน่วยงานมาร่วมพิจารณาด้วยว่าจะสามารถดำเนินการในเรื่องอะไรบ้าง ช่วงเวลาไหน กับกลุ่มเป้าหมายใด ผ่านช่องทางอะไร เป็นต้น เพราะหากไม่มีความรู้เรื่องของหน่วยงาน หรือผลงานของหน่วยงาน ก็จะไม่รู้ว่าจะเริ่มต้นอย่างไร จะทำอะไรบ้าง ผู้ที่เพิ่งสำเร็จการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์/วารสารศาสตร์ หรือ สื่อสารมวลชนใหม่ๆ มีความรู้ด้านทฤษฎีการประชาสัมพันธ์ แต่ยังขาดประสบการณ์ ส่วนมากยังไม่ทราบว่าให้นำทฤษฎีเหล่านั้นมาคิดแปลงใช้อย่างไร ในช่วงแรกของการทำงานผู้ที่ดูแลรับผิดชอบจึงควรให้เวลาที่จะศึกษาหน่วยงานและผลงานของหน่วยงานก่อน ซึ่งหากมีที่เลี้ยงคอยดูแลให้ข้อมูลต่างๆ ด้วยจะดียิ่ง

ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ของสถาบันวิชาการด้านอาหารและโภชนาการ ถ้านักประชาสัมพันธ์รู้จักแต่หน่วยงาน แต่ขาดความรู้ด้านอาหารและโภชนาการก็เป็นเรื่องที่จะทำให้ทำงานได้ลำบาก เพราะการเผยแพร่ข่าวสารต่างๆ การโน้มน้าวให้ผู้สื่อข่าวสนใจที่จะทำข่าว นักประชาสัมพันธ์จะต้องสามารถอธิบายเนื้อหาของข่าวหรืองานวิจัยนั้น ให้ผู้สื่อข่าวเข้าใจและเห็นประโยชน์ที่จะเกิดต่อผู้อ่าน/ผู้ชม/ผู้ฟัง ทั้งนี้ก็เพื่อให้ผู้สื่อข่าวเข้าใจและเห็นประโยชน์จนเกิดความสนใจที่จะนำเสนอข่าวดังกล่าวด้วยเหตุนี้นักประชาสัมพันธ์จึงจำเป็นต้องเป็นผู้ที่รักการอ่าน ขวนขวายหาความรู้ด้านอาหารและโภชนาการจากหนังสือต่างๆ ที่มีอยู่ในห้องสมุด หรือที่อื่นๆ ร่วมกับการสอบถามจากผู้รู้ที่ทำงานในหน่วยงาน นอกจากนี้ต้องติดตามข่าวสารด้านอาหารและโภชนาการจากหนังสือพิมพ์และสื่ออื่นๆ เป็นประจำ เพื่อให้ทราบถึงข่าวสารด้านอาหารและโภชนาการของหน่วยงานอื่นๆ ด้วย เพราะการดำเนินการประชาสัมพันธ์ต้องดู/วิเคราะห์หน่วยงานอื่นๆ ด้วย สำหรับนักประชาสัมพันธ์ที่ไม่มีความรู้เกี่ยวกับงานด้านอาหารและโภชนาการเลย ในระยะแรกๆ ของการศึกษาข้อมูลข่าวสาร หากหน่วยงานสามารถจัดวิทยากรให้ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับงานอาหารและโภชนาการ ก็จะช่วยให้นักประชาสัมพันธ์ สามารถเข้าใจและมีความรู้ด้านอาหารและโภชนาการได้มากขึ้น ทำให้สามารถหาความรู้เพิ่มเติมและเข้าใจงานที่ตัวเองสามารถดำเนินการได้ดีขึ้น ซึ่งเรื่องนี้นับว่าผู้เขียนโชคดี เพราะเริ่มแรกที่เข้ามาทำงานเป็นนักประชาสัมพันธ์ที่สถาบันวิจัยโภชนาการ แม้จะเป็นผู้ที่สนใจเรื่องของสุขภาพ แต่ก็ยังไม่เข้าใจเรื่องอาหารและโภชนาการ แยกไม่ออกระหว่างอาหารและโภชนาการ จึงมีคำถามกับตัวเองเสมอว่า อาหารกับโภชนาการ ต่างกันอย่างไร แล้ว ทำไมสถาบันวิจัยโภชนาการจึงต้องมีงานด้านอาหาร ทำไมไม่รับผิดชอบเฉพาะเรื่องโภชนาการ หากนักประชาสัมพันธ์ไม่สามารถเข้าใจคำว่าอาหารและโภชนาการแล้ว ก็เป็นการ

ยากที่จะเข้าใจความรู้ต่างๆ ที่มีในสถาบันวิจัยโภชนาการ และจะส่งผลให้ไม่สามารถดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานได้ ดังนั้นเมื่อเริ่มเข้ามาทำงานที่สถาบันวิจัยโภชนาการก็เริ่มหาความรู้เรื่องอาหารและโภชนาการ และได้รับความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์ ดร. พัทธณี วินิจจะกุล (อาจารย์ประจำฝ่ายโภชนาการชุมชน สถาบันวิจัยโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล) ให้เข้าร่วมฟังการบรรยายความรู้เบื้องต้นด้านอาหารและโภชนาการที่จัดสำหรับนักวิจัยรุ่นใหม่ ที่เข้ามาทำงานที่สถาบันฯ ได้ฟังการบรรยายทุกวัน วันละ ๑-๒ ชั่วโมง จนเข้าใจเรื่องอาหารโภชนาการ กับสุขภาพ ตลอดจนการดำเนินงานวิจัยต่างๆ เพราะเมื่อมีความรู้พื้นฐานด้านอาหารและโภชนาการ ทำให้สามารถต่อยอดในการทำประชาสัมพันธ์อื่นๆ ได้ง่ายขึ้น เช่น ทำให้สามารถเขียนบทความด้านอาหารและโภชนาการสำหรับประชาชนทั่วไป สามารถจัดทำรายการวิทยุที่เผยแพร่ความรู้ด้านอาหารและโภชนาการ เป็นต้น ตัวอย่างข้างต้นเป็นสิ่งที่สอนให้รู้ว่า การเป็นนักประชาสัมพันธ์ที่ดีต้องพยายามเรียนรู้อยู่ตลอดเวลาเพื่อนำมาพัฒนาหรือปรับใช้กับงานที่ได้รับมอบหมาย อย่าคิดว่าเรารู้เรื่องทุกอย่างแล้ว เพราะเมื่อไหร่ที่คิดเช่นนี้ เราจะยิ่งล่าช้าและทำงานไม่ประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะปัจจุบันมีเรื่องของเทคโนโลยีเข้ามาเกี่ยวข้องมากขึ้น และเทคโนโลยีก็มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ซึ่งนักประชาสัมพันธ์จึงต้องสนใจในเรื่องเหล่านี้ด้วย เพราะเทคโนโลยีบางอย่างก็ช่วยให้เราทำงานได้ง่ายขึ้น รวดเร็วขึ้น

### **งานประชาสัมพันธ์บรรลุผลเมื่อนักประชาสัมพันธ์รู้จักวิเคราะห์**

อาหารและโภชนาการเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับคนทุกคน ดังนั้นสื่อมวลชนส่วนหนึ่งจะให้ความสนใจที่จะติดตามทำข่าว ซึ่งบทบาทของนักประชาสัมพันธ์จะต้องเป็นผู้นำเสนอเนื้อหาต่างๆ ที่น่าสนใจเพื่อให้ผู้สื่อข่าวสนใจนำเสนอเป็นข่าว นอกจากนี้นักประชาสัมพันธ์ ต้องมีบทบาทในการอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการจัดทำข่าว เพื่อให้ผู้สื่อข่าวเกิดความประทับใจและเชื่อมั่น ซึ่งในการดำเนินการนี้ระหว่างสื่อชนิดต่างๆ จะมีความแตกต่างกัน นักประชาสัมพันธ์จึงต้องวิเคราะห์ทั้งเนื้อหาที่จะนำเสนอ และวิเคราะห์สื่อด้วย เพื่อให้การนำเสนอเนื้อหาข้อมูลวิชาการต่างๆ ส่งให้สื่อแล้วสื่อ/ผู้สื่อข่าวให้ความสนใจที่จะติดตามสัมภาษณ์หรือตีพิมพ์ สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ต้องวิเคราะห์ให้ได้ ไม่ใช่คิดแต่เพียงว่ามีข่าวมีข้อมูลลองส่งไปให้หนังสือพิมพ์ ก. ก่อน พอหนังสือพิมพ์ ก. ปฏิเสธค่อยส่งไปให้หนังสือพิมพ์ ข. หรือ ค. ต่อไป เป็นสิ่งที่ไม่ควรทำ เพราะหากเราสามารถวิเคราะห์ข่าว/ข้อมูลวิชาการ พร้อมทั้งวิเคราะห์หนังสือพิมพ์หรือสื่อชนิดอื่นๆ แล้ว เราก็จะได้คำตอบว่าเราควรส่งเรื่องดังกล่าวไปให้ใคร สื่อชนิดไหนสนใจหรือนิยมทำข่าว/ข้อมูลประเภทนี้ เป็นต้น การเริ่มต้นวิเคราะห์ในเรื่องเหล่านี้อาจไม่ใช่เรื่องง่ายนัก แต่เมื่อมีประสบการณ์ในการทำงานระยะหนึ่ง ประกอบกับการเป็นคนช่างสังเกต ก็จะมีประสบการณ์เพิ่มขึ้น ช่วยทำให้สามารถวิเคราะห์ประเด็นเหล่านี้ได้ง่ายขึ้น แต่ก็ต้องไม่ลืมว่าสื่อก็มีการเปลี่ยนแปลงปรับปรุง ดังนั้นต้องสนใจศึกษาและติดต่อสื่ออย่างต่อเนื่องเช่นกัน เพราะแม้บางครั้งคอลัมน์เดิม ผู้รับผิดชอบก็เป็นคนเดิม แต่ข้อมูลที่น่าสนใจเปลี่ยนไป ซึ่งอาจเนื่องจากนโยบายของผู้บริหารหนังสือพิมพ์ฉบับนั้นหรือการปรับปรุง เพราะต้องการกลุ่มเป้าหมายอื่นๆ เพิ่มขึ้นก็เป็นได้

นักประชาสัมพันธ์ต้องไม่ใส่ใจแต่หนังสือพิมพ์คอลัมน์ใหญ่ๆ หรือรายการโทรทัศน์ รายการวิทยุที่มีจำนวนผู้รับฟัง(rating)สูง แม้การได้รับการเผยแพร่คอลัมน์ใหญ่ๆ ของหนังสือพิมพ์ที่มียอดจำหน่ายสูงๆ หรือในรายการวิทยุรายการโทรทัศน์ที่มีผู้ชมผู้ฟังจำนวนมากจะมี Impact สูง แต่ต้องไม่ลืมว่า โอกาสที่จะได้รับการเผยแพร่นั้นก็ยากเช่นกัน การเผยแพร่เป็นข่าวย่อยหรือในรายการวิทยุรายการโทรทัศน์ที่ไม่โด่งดังมากนัก ตลอดจนการเผยแพร่ในนิตยสาร/วารสารต่างๆ ก็เป็นสิ่งที่ควรทำ เพราะจะทำให้เรามีโอกาสเผยแพร่ผลงานได้ในช่องทางที่หลากหลาย และถ้านักประชาสัมพันธ์มีการประสานงานดี ก็อาจจะทำให้ได้รายการประจำ ซึ่งก็จะได้ผู้ฟังประจำจำนวนหนึ่งด้วย การเผยแพร่ลักษณะเช่นนี้ก็เหมือน **น้ำซึมบ่อทราย** ซึ่งจะเผยแพร่ไปยังกลุ่มคนจำนวนน้อยๆ หลายๆ กลุ่ม และบ่อยๆ หรือเป็นประจำ ผลที่ได้อาจไม่ทำให้ชื่อเสียงหน่วยงานโด่งดังนัก แต่จากประสบการณ์ที่ได้ดำเนินการมาก็ให้ผลเป็นที่น่าชื่นชมได้ไม่น้อยทีเดียว และในขณะที่เดียวกันคอลัมน์หรือรายการที่มี Impact สูง นักประชาสัมพันธ์ก็ยังคงต้องให้ความสนใจ ทั้งนี้ในการติดต่อกับนักข่าว/สื่อ นั้น นักประชาสัมพันธ์ต้องให้ข้อมูลที่กระชับ สามารถสรุปประเด็นสำคัญ เพื่อให้ นักข่าว/สื่อ เข้าใจ และนำไปสู่การสัมภาษณ์วิทยากรซึ่งเป็นอาจารย์/นักวิจัย ที่ศึกษาเรื่องนั้นๆ ต่อไป สิ่งควรระวังคือ **ในกรณีที่สัมภาษณ์ในประเด็นที่เป็นข้อถกเถียงของสังคม หรือประเด็นที่เข้าใจยาก** นักประชาสัมพันธ์จะต้องเตรียมเอกสารประกอบการสัมภาษณ์ด้วย เพื่อป้องกันความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นได้ นอกจากนี้นักประชาสัมพันธ์ควรอยู่ร่วมฟังการสัมภาษณ์นั้นๆ ด้วย เช่น ในช่วงหนึ่งมีการเผยแพร่ให้คนกินน้ำผัก และได้มีการโฆษณาสรรพคุณอวดอ้างมากมาย ในขณะที่อีกกลุ่มหนึ่งก็ให้สัมภาษณ์ในทางที่ไม่เห็นด้วย ในฐานะที่สถาบันวิจัยโภชนาการเป็นหน่วยงานวิชาการด้านอาหารและโภชนาการ จึงมีผู้สื่อข่าวให้ความสนใจขอสัมภาษณ์นักวิชาการของสถาบัน ซึ่งศาสตราจารย์ นายแพทย์ ไกรสิทธิ์ ตันติศิรินทร์ ผู้อำนวยการขณะนั้นได้เป็นผู้ให้สัมภาษณ์ โดยให้ข้อมูลทางวิชาการที่ถูกต้อง และให้คำแนะนำแก่ผู้ที่นิยมบริโภคน้ำผัก ข้อมูลดังกล่าวแม้จะเป็นข้อมูลทางวิชาการทั่วไป แต่ก็มีผลกระทบต่อผู้ที่เคยให้ข่าวทั้ง ๒ ด้าน คือฝ่ายสนับสนุนให้กินน้ำผักและฝ่ายที่ไม่เห็นด้วย ตลอดจนประชาชน ดังนั้นในการสัมภาษณ์ในครั้งนั้นนักประชาสัมพันธ์จึงได้เตรียมเทปไปอัดเสียงขณะสัมภาษณ์ เพื่อเป็นหลักฐานหากเกิดปัญหาภายหลัง นอกจากนี้เทปดังกล่าวยังสามารถนำมาตัดต่อทำรายการวิทยุได้อีกด้วย

## **อะไรคือข่าวและที่มาของข่าว**

ข่าว คือ เรื่องจริงที่ผู้อ่านซึ่งเป็นประชาชนทั่วไปให้ความสนใจอยากรู้ สิ่งที่เป็นข่าวจึงต้องเป็นเรื่องที่มีความสดใหม่ รายงานอย่างรวดเร็ว ปุฉุชนทั่วไปให้ความสนใจ ผู้รับข่าวสารรู้สึกใกล้ชิดกับข่าว มีความสัมพันธ์กับผู้มีชื่อเสียงที่คนทั่วไปรู้จัก แสดงถึงความขัดแย้ง มีเงื่อนไข มีความแปลกประหลาด หรือเป็นเรื่องที่เป็นองค์ประกอบทางเพศ สามารถเขียนหรือรายงานเป็นข่าวได้

ข้อมูลงานวิจัยต่างๆ ที่เกิดขึ้นใหม่ๆ หรือเกิดขึ้นนานแล้วแต่ไม่เคยเผยแพร่ หรือเคยเผยแพร่มานานแล้วแต่เกิดกระแสในเรื่องดังกล่าวขึ้นอีก สามารถนำมาเขียนหรือเผยแพร่เป็นข่าวได้ ถ้าผลงานนั้นๆ มีผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของคนเรา แต่ผลงานนั้นๆ จะสามารถนำมาเขียนเป็นข่าวหรือให้สัมภาษณ์ได้มากน้อยเพียงไร ขึ้นอยู่กับรายละเอียดของเนื้อหาผลงานนั้นๆ ทั้งนี้ นักประชาสัมพันธ์ต้องสามารถพิจารณาวิเคราะห์ให้ได้ว่าจุดไหนหรือส่วนไหนของข้อมูลต่างๆ ที่สามารถนำมาเป็นข่าวได้ ทั้งนี้เมื่อนำมารายงานก็ต้องรายงานตามข้อเท็จจริง ไม่ใส่ความรู้สึกหรือสิ่งที่คิดว่าน่าจะเป็นใส่ลงไป ในการเขียนหรือรายงานต้องทำให้กระชับ ถูกต้องครบถ้วน เข้าใจได้ง่าย โดยในการเขียนหรือการรายงานก็ใช้หลัก 5W และ 6H ร่วมกับหลักการเขียนข่าว ที่ต้องมีหัวข้อ(heading) บทนำข่าว(leading) และเนื้อหาข่าว(body) ซึ่งจะช่วยให้ได้เนื้อหาที่ครบถ้วน สำหรับวิธีที่จะทำให้เขียนข่าวหรือรายงานข่าวได้ถูกต้องครบถ้วนและรวดเร็ว นั้น ประสิทธิภาพเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้เกิดความชำนาญ การเขียนหรือรายงานบ่อยๆ เป็นประจำ จะช่วยให้เกิดทักษะและความสามารถในการเขียนและการรายงาน การรู้จักจับประเด็น บางเรื่องมีหลายประเด็นล้วนน่าสนใจ แต่ในช่วงระยะเวลาที่จำกัด ทำให้เราต้องเลือกประเด็นที่สำคัญและมีผลกระทบมากที่สุดก่อน นอกจากนี้ประเด็นอื่นๆ อาจนำมาพิจารณาเผยแพร่ในสื่ออื่นๆ ในโอกาสต่อไปได้ เพราะบางครั้งการคิดจะนำเสนอหลายๆ ประเด็นในครั้งเดียวก็อาจทำให้เกิดความสับสน และการเขียนก็ต้องใช้เวลามาก อีกทั้งอาจสรุปไม่ได้หรือจบไม่ลง

การที่นักประชาสัมพันธ์อยู่ในแวดวงวิชาการ เราสามารถแสวงหาข่าวได้รอบๆ ตัว บางครั้งการร้องขออย่างเป็นทางการกับนักวิชาการบางท่านอาจไม่ได้รับข้อมูลข่าวสาร เพราะนักวิชาการรู้สึกว่าเป็นภาระที่ต้องมาเขียนหรือกรอกข้อความ ดังนั้นการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจึงควรดำเนินการทั้งการขออย่างเป็นทางการและการพบปะพูดคุยอย่างไม่เป็นทางการ จากนั้นนักประชาสัมพันธ์ต้องหาข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อให้มีเนื้อหาเพียงพอที่จะนำไปเสนอให้นักข่าวหรือผู้สื่อข่าวพิจารณา นอกจากนี้การติดตามนักวิจัยออกภาคสนามในเรื่องที่ดำเนินการร่วมกับชุมชนก็เป็นเรื่องที่น่าสนใจ สามารถนำมาเสนอเพื่อเป็นข่าวได้ ทั้งนี้ นักประชาสัมพันธ์ควรมีความรู้ในด้านการถ่ายภาพ และควรหาข้อมูลเบื้องต้นก่อนออกภาคสนาม เพื่อที่จะได้นำมาพิจารณาว่าอะไรที่สามารถนำมาเป็นข่าวได้ และวางแผนว่าจะนำเสนอข่าวในลักษณะใด บางครั้งถ้าทีมวิจัยมีทุนสนับสนุนอาจเชิญผู้สื่อข่าวที่สนใจงานวิจัยลักษณะดังกล่าวไปด้วย เพื่อที่จะได้เก็บข้อมูลและภาพตามที่ต้องการ แต่ถ้าพูดคุยประสานงานแล้วผู้สื่อข่าวสนใจแต่ไม่สามารถร่วมเดินทางไปด้วย ก็ควรประสานสอบถามความต้องการของผู้สื่อข่าวว่าต้องการภาพลักษณะไหน ต้องการให้สัมภาษณ์ใครเป็นพิเศษหรือไม่ เป็นต้น จากนั้นก็เป็นหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ที่ต้องสวมบทบาทเป็นนักข่าวด้วย พยายามเก็บภาพถ่ายภาพในลักษณะต่างๆ ทั้งภาพการทำงานในชุมชน และภาพสิ่งของหรือผลิตภัณฑ์ เป็นต้น การสัมภาษณ์นักวิจัย บุคคลในพื้นที่เพื่อนำมาเขียนเป็นข่าว ล้วนเป็นสิ่งที่สามารถนำมาเผยแพร่ได้ ดังนั้นนักประชาสัมพันธ์จึงต้องเป็นคนที่ไม่หยาบโห้ง เป็นคนที่ช่างสังเกต และเป็นนักเขียนหรือนักถ่ายทอด ก็จะทำให้ผลงานของหน่วยงานได้รับการเผยแพร่ได้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น ตัวอย่างเช่น

สถาบันวิจัยโภชนาการได้รับการร้องขอจากชุมชน ให้ช่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารประเภทน้ำผัดไทยสำเร็จรูปบรรจุในภาชนะบรรจุปิดสนิท ซึ่งทางชุมชนต้องการขึ้นทะเบียนอาหารกับทางสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข เพื่อที่จะผลิตแล้ววางจำหน่ายได้ทั่วไป โดยชุมชนนี้ได้ทดลองผลิตในกระป๋อง แต่เนื่องจากขั้นตอนการปิดผนึกฝาค่อนข้างอันตราย และการลงทุนสูง นักวิชาการสถาบันวิจัยโภชนาการ จึงแนะนำให้ใช้ถุง retortable pouch (บรรจุภัณฑ์ปิดสนิทชนิดอ่อนตัว) ซึ่งใช้ค่อนข้างง่ายและสะดวกในกลุ่มผู้ผลิตขนาดเล็ก (สถาบันวิจัยโภชนาการมีผลงานการศึกษาวิจัยในการใช้ retortable pouch ในกลุ่มผู้ผลิตขนาดเล็ก) ทีมวิจัยได้ลงไปสาธิตและนำผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมาศึกษาวิจัยถึงความปลอดภัย จนมั่นใจ เมื่อลงไปนิเทศตรวจสอบงานอีกครั้ง นักประชาสัมพันธ์จึงขอติดตามไปด้วย โดยก่อนเดินทางนักประชาสัมพันธ์ได้ติดต่อประสานงานกับผู้สื่อข่าวที่สนใจงานลักษณะนี้ แต่เนื่องจากผู้สื่อข่าวติดงานที่ได้รับมอบหมายจากผู้บังคับบัญชา จึงไม่สามารถร่วมเดินทางไปด้วย นักประชาสัมพันธ์จึงต้องทำหน้าที่ผู้สื่อข่าวควบคู่ไปกับการเป็นนักประชาสัมพันธ์ ต้องทำหน้าที่เก็บข่าว ด้วยการติดตามดูขั้นตอนการทำงาน สัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้อง เก็บบันทึกภาพต่างๆ เมื่อกลับถึงที่ทำงานก็ลงมือเขียนข่าว ซึ่งประกอบด้วยรายละเอียดต่างๆ และข้อมูลจากการสัมภาษณ์ เขียนให้น่าสนใจ ส่งให้ผู้สื่อข่าวพร้อมภาพประกอบและที่อยู่หมายเลขโทรศัพท์ของผู้ที่สัมภาษณ์ เพื่อที่หากผู้สื่อข่าวต้องการข้อมูลเพิ่มเติมก็สามารถโทรศัพท์สัมภาษณ์เพิ่มเติมได้ ซึ่งผลจากการดำเนินงานนี้นอกจากเผยแพร่ผลงานของสถาบันวิจัยโภชนาการแล้ว กลุ่มแม่บ้านที่ผลิตน้ำผัดไทยได้มีความรู้ สามารถผลิตน้ำผัดไทยสำเร็จรูปที่ปลอดภัยแล้ว การได้รับการเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนยังทำให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านกลุ่มนี้มียอดจำหน่ายเพิ่มขึ้น และเป็นที่ดูงานของกลุ่มแม่บ้านอื่นๆ อีกด้วย ในการร่วมออกภาคสนามกับทีมวิจัยเพื่อร่วมดำเนินการประชาสัมพันธ์นั้น นักประชาสัมพันธ์ต้องไม่สร้างความเดือดร้อนให้กับงานวิจัยที่กำลังดำเนินการ คือนักประชาสัมพันธ์ต้องไม่คิดว่างานที่ตนทำมีความสำคัญกว่างานวิจัย เพราะการติดตามงานวิจัยของนักวิจัยเป็นเหตุผลหลักที่ทำให้ทีมวิจัยออกทำงานภาคสนาม นักประชาสัมพันธ์ต้องรู้จักรอเวลาและจังหวะในการสัมภาษณ์เมื่อผู้ที่เราต้องการสัมภาษณ์พร้อม ทั้งนี้การออกทำข่าวภาคสนามเป็นงานที่ค่อนข้างเหนื่อย หากไม่มีผู้ช่วยร่วมเดินทางไปด้วย แต่เป็นการทำงานที่ช่วยสร้างสีสันให้กับงานประชาสัมพันธ์ ได้ประสบการณ์ มีโอกาสพบปะพูดคุยกับผู้คนในชุมชน และหลีกเลี่ยงความจำเจจากห้องทำงานได้เป็นอย่างดี

ในการเตรียมตัวออกภาคสนามกับทีมวิจัย นักประชาสัมพันธ์ต้องวางแผนก่อนว่าจะทำข่าวให้ใคร โดยโทรศัพท์ไปประสานกับผู้สื่อข่าวเพื่ออธิบายและสอบถามถึงความต้องการข่าวที่นักประชาสัมพันธ์นำเสนอ จากนั้นจึงวิเคราะห์ถึงลักษณะการนำเสนอข่าวที่เป็นลักษณะของสื่อที่จะต้องส่งข้อมูล/ข่าวให้ และหาข้อมูลว่าต้องสัมภาษณ์ใครที่ภาคสนาม แนวคำถามควรเป็นอย่างไร และเตรียมอุปกรณ์ถ่ายภาพ วิเคราะห์ถึงลักษณะภาพที่ต้องการ เมื่อออกภาคสนามระหว่างที่นักวิจัยดำเนินการวิจัยเก็บข้อมูล หรือให้คำปรึกษากลุ่มแม่บ้าน นักประชาสัมพันธ์อาจใช้เวลาที่รอถ่ายภาพประกอบเนื้อหาข่าว โดยพยายามเก็บภาพให้ได้มากที่สุด และเมื่อทีมวิจัยเสร็จงาน นักประชาสัมพันธ์จึงประสานงานกับกลุ่ม

แม่บ้านเพื่อขอสัมภาษณ์ ทั้งนี้ในด้านวิชาการควรสัมภาษณ์หัวหน้าคณะวิจัย ซึ่งอาจใช้เวลาอื่นๆ ที่ผู้วิจัยว่างก็ได้ เช่น กรณีของน้ำพืดไทยสำเร็จรูปในถุงแพคเกจ เมื่อเสร็จจากการออกภาคสนามก็ได้เขียนเนื้อหาต่างๆ ส่งไปให้ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ คอลัมน์ “ช่องทางทำกิน” พิจารณา โดยในการดำเนินการผู้สื่อข่าวได้มีการสัมภาษณ์ประธานกลุ่มแม่บ้านเพิ่มเติมในเรื่องการลงทุน และได้ตีพิมพ์ข่าวนี้นี้เมื่อวันอาทิตย์ที่ ๓๐ พฤศจิกายน ๒๕๕๑ ที่ผ่านมา (ขนาดคอลัมน์จริงในหนังสือพิมพ์ ๑๑X ๘ นิ้ว)

# 'น้ำปรุงรุ่งเส้นจันท์พัฒนา' ขายดี 'หมู่ระบองกระบอง'



**น้ำปรุงรุ่งเส้นจันท์พัฒนา** เป็นอีกอาหารจานอร่อยที่ได้รับความนิยม ซึ่งถูกคิดค้นและพัฒนาโดยกลุ่มแม่บ้านตำบลบ้านกุ่ม อ.บ้านด่านลานหอย จ.สุโขทัย

น้ำปรุงรุ่งเส้นจันท์พัฒนา มีส่วนผสมของเส้นจันท์ 50 กรัม, หมูสับ 50 กรัม, ไข่ไก่ 1 ฟอง, น้ำมันพืช 2 ช้อนโต๊ะ, พริกขี้หนู 1 ช้อนโต๊ะ, พริกไทย 1 ช้อนโต๊ะ, น้ำปลา 1 ช้อนโต๊ะ, น้ำตาล 1 ช้อนโต๊ะ, และผักสดตามชอบ

น้ำปรุงรุ่งเส้นจันท์พัฒนา มีรสชาติอร่อยและถูกปากคนทุกวัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนในวัยทำงานที่ต้องการความสะดวกและรวดเร็วในการรับประทานอาหาร



**หมู่ระบองกระบอง** เป็นอาหารที่ได้รับความนิยมสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในหมู่คนรักสุขภาพ

หมู่ระบองกระบอง มีส่วนผสมของผักสด 100 กรัม, น้ำส้มสายชู 2 ช้อนโต๊ะ, น้ำตาล 1 ช้อนโต๊ะ, และพริกขี้หนู 1 ช้อนโต๊ะ

หมู่ระบองกระบอง มีรสชาติเปรี้ยวและเผ็ดร้อน ซึ่งช่วยกระตุ้นการเจริญอาหารและช่วยให้ร่างกายแข็งแรง

**น้ำปรุงรุ่งเส้นจันท์พัฒนา** เป็นอีกอาหารจานอร่อยที่ได้รับความนิยม ซึ่งถูกคิดค้นและพัฒนาโดยกลุ่มแม่บ้านตำบลบ้านกุ่ม อ.บ้านด่านลานหอย จ.สุโขทัย

น้ำปรุงรุ่งเส้นจันท์พัฒนา มีส่วนผสมของเส้นจันท์ 50 กรัม, หมูสับ 50 กรัม, ไข่ไก่ 1 ฟอง, น้ำมันพืช 2 ช้อนโต๊ะ, พริกขี้หนู 1 ช้อนโต๊ะ, พริกไทย 1 ช้อนโต๊ะ, น้ำปลา 1 ช้อนโต๊ะ, น้ำตาล 1 ช้อนโต๊ะ, และผักสดตามชอบ

น้ำปรุงรุ่งเส้นจันท์พัฒนา มีรสชาติอร่อยและถูกปากคนทุกวัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนในวัยทำงานที่ต้องการความสะดวกและรวดเร็วในการรับประทานอาหาร

**หมู่ระบองกระบอง** เป็นอาหารที่ได้รับความนิยมสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในหมู่คนรักสุขภาพ

หมู่ระบองกระบอง มีส่วนผสมของผักสด 100 กรัม, น้ำส้มสายชู 2 ช้อนโต๊ะ, น้ำตาล 1 ช้อนโต๊ะ, และพริกขี้หนู 1 ช้อนโต๊ะ

หมู่ระบองกระบอง มีรสชาติเปรี้ยวและเผ็ดร้อน ซึ่งช่วยกระตุ้นการเจริญอาหารและช่วยให้ร่างกายแข็งแรง

**ข้อมูลลงทุน - น้ำปรุงรุ่งพัฒนา**

|            |                           |
|------------|---------------------------|
| ทุนอุดหนุน | ประมาณ 3-4 พันบาทขึ้นไป   |
| ทุนวัสดุ   | ประมาณ 40-50% ของราคา     |
| รายได้     | ประมาณ 45-50 บาท          |
| แรงงาน     | ครัวเรือน 2 คนขึ้นไป      |
| ตลาด       | แหล่งชุมชน-วัด-ศูนย์อาหาร |
| จุดจำหน่าย | ยอดขายทำเป็นรายสัปดาห์    |

นางประจักษ์ อธิษฐาน ประธานกลุ่มแม่บ้านตำบลบ้านกุ่ม อ.บ้านด่านลานหอย จ.สุโขทัย

น้ำปรุงรุ่งเส้นจันท์พัฒนา มีส่วนผสมของเส้นจันท์ 50 กรัม, หมูสับ 50 กรัม, ไข่ไก่ 1 ฟอง, น้ำมันพืช 2 ช้อนโต๊ะ, พริกขี้หนู 1 ช้อนโต๊ะ, พริกไทย 1 ช้อนโต๊ะ, น้ำปลา 1 ช้อนโต๊ะ, น้ำตาล 1 ช้อนโต๊ะ, และผักสดตามชอบ

น้ำปรุงรุ่งเส้นจันท์พัฒนา มีรสชาติอร่อยและถูกปากคนทุกวัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนในวัยทำงานที่ต้องการความสะดวกและรวดเร็วในการรับประทานอาหาร

หมู่ระบองกระบอง เป็นอาหารที่ได้รับความนิยมสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในหมู่คนรักสุขภาพ

หมู่ระบองกระบอง มีส่วนผสมของผักสด 100 กรัม, น้ำส้มสายชู 2 ช้อนโต๊ะ, น้ำตาล 1 ช้อนโต๊ะ, และพริกขี้หนู 1 ช้อนโต๊ะ

หมู่ระบองกระบอง มีรสชาติเปรี้ยวและเผ็ดร้อน ซึ่งช่วยกระตุ้นการเจริญอาหารและช่วยให้ร่างกายแข็งแรง

**ข้อมูลลงทุน - น้ำปรุงรุ่งพัฒนา**

|            |                           |
|------------|---------------------------|
| ทุนอุดหนุน | ประมาณ 3-4 พันบาทขึ้นไป   |
| ทุนวัสดุ   | ประมาณ 40-50% ของราคา     |
| รายได้     | ประมาณ 45-50 บาท          |
| แรงงาน     | ครัวเรือน 2 คนขึ้นไป      |
| ตลาด       | แหล่งชุมชน-วัด-ศูนย์อาหาร |
| จุดจำหน่าย | ยอดขายทำเป็นรายสัปดาห์    |

**สุภากร อธิษฐาน**  
บรรณาธิการ

## พื้นฐานความสำเร็จอยู่ที่การรักการอ่านและรักงานเขียน

นักประชาสัมพันธ์เป็นผู้ที่มีอาชีพที่ต้องถ่ายทอด บอกเล่า บอกกล่าว เป็นผู้ที่ต้องทำเรื่องที่น่าสนใจ เข้าใจยาก เช่น ถ้าเป็นนักประชาสัมพันธ์ของสถาบันวิจัยโภชนาการ ต้องสามารถถ่ายทอดงานวิชาการต่างๆ งานวิจัย ด้านอาหารและโภชนาการให้ผู้อ่านหรือผู้ฟังเข้าใจง่าย ซึ่งสิ่งเหล่านี้นอกจากเกิดจากการที่มีความรู้พื้นฐานด้านอาหารและโภชนาการแล้ว นักประชาสัมพันธ์ยังต้องพยายามฝึกให้มีทักษะในการถ่ายทอดอธิบาย ทั้งนี้การมีทักษะในการเขียน การเรียบเรียง เป็นสิ่งสำคัญและจำเป็น ซึ่งสามารถฝึกฝนได้ ด้วยการเริ่มจากเป็นนักอ่าน นักสังเกตและศึกษางานเขียนต่างๆ ของนักเขียนหรือคอลัมนิสต์ที่มีผู้นิยมอ่าน

งานเขียนไม่ว่าจะเป็นการเขียนข่าว หรือบทความจากผลงาน/ข้อมูลต่างๆ ซึ่งเป็นเรื่องใหม่ที่ได้รับข้อมูลเบื้องต้น เช่นชื่อโครงการวิจัย มาจากฝ่ายบริหารงานวิจัยหรือนักวิชาการ นักประชาสัมพันธ์ต้องเริ่มต้นวิเคราะห์ว่าจะทำเป็นข่าวได้ไหม หรือเขียนได้ทั้งเป็นข่าวและบทความเผยแพร่ จากนั้นทำการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม ซึ่งอาจได้จากห้องสมุดหรือรายงานผลการวิจัย จากนั้นจึงสัมภาษณ์นักวิชาการที่ทำวิจัย โดยในการสัมภาษณ์ ในบางเรื่องที่ซับซ้อนเข้าใจยาก นักประชาสัมพันธ์ต้องตั้งคำถามทวนเพื่อสอบถามว่าตนเองเข้าใจถูกต้องหรือไม่ด้วย แล้วจึงลงมือเขียน เมื่อเริ่มทำงานเขียนครั้งแรกๆ เขียนเสร็จ ลองส่งให้เพื่อนร่วมงานลองอ่าน ว่าข้อเขียนของคนนั้นเพื่อนๆ ที่ไม่ใช่ นักวิชาการอ่านเข้าใจไหม เข้าใจตรงกับที่ตนต้องการสื่อหรือไม่ การฝึกบ่อยๆ ทักษะก็จะเกิดขึ้นได้ เหตุที่นักประชาสัมพันธ์ต้องมีทักษะในการเขียน เพราะนักวิชาการมักมีเวลาในการเขียนบทความต่างๆ น้อย เวลาส่วนใหญ่นำไปใช้ในการสอนนักศึกษาและงานวิจัยมากกว่า และนักวิชาการส่วนหนึ่งก็ไม่สนใจงานเขียนเพื่อเผยแพร่ความรู้สู่ประชาชน แต่จะสนใจงานเขียนเพื่อการตีพิมพ์ในวารสารวิชาการมากกว่า เพราะตรงกับวิชาชีพของตน นอกจากนี้ปัญหาที่พบเมื่อนักวิชาการหรือนักวิจัยเขียนบทความคือ บทความค่อนข้างเป็นวิชาการ อ่านเข้าใจยาก ไม่เหมาะที่จะเผยแพร่กับประชาชนทั่วไป แต่บทความใดจะมีประโยชน์มากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับผู้อ่านสามารถเข้าใจข้อเขียนนั้นๆ ได้ตรงกับวัตถุประสงค์ของผู้เขียนหรือไม่ ถ้าเป็นประชาชนทั่วไป เราก็ต้องวิเคราะห์กลุ่มประชาชนเป้าหมายว่าเป็นใคร มีความรู้เพียงไร แล้วเขียนอย่างไรจึงจะทำให้อ่านแล้วเข้าใจได้ง่าย เพราะเหล่านี้ถ้าให้ข้อมูลวิชาการมาก โดยที่ผู้เขียนเห็นว่าบทความนั้นมีสิ่งที่มีประโยชน์มาก มีการใช้ศัพท์ทางวิชาการร่วมด้วย แต่ผู้อ่านอ่านแล้วไม่เข้าใจ บทความดังกล่าวก็จะไม่เกิดประโยชน์ต่อผู้อ่านเลย

งานประชาสัมพันธ์ต้องฝึกฝนให้เกิดทักษะให้มีความสามารถในการเขียน เพราะอาชีพนักประชาสัมพันธ์ จำเป็นต้องใช้ทักษะในการเขียนอย่างมาก ทั้งการเขียนบทวิทยุ บทความเพื่อเผยแพร่ในนิตยสาร/วารสาร การเขียนข่าว การเขียนบทสคริปต์แนะนำหน่วยงาน เป็นต้น โดยทั่วไปถ้านักประชาสัมพันธ์มีทักษะในการเขียนที่ดี โดยเฉพาะการเขียนบทความ และบทความที่เขียนเป็นเรื่องที่สามารถดึงประเด็นที่น่าสนใจออกมานำเสนอได้ก็มักจะได้รับการตีพิมพ์ ตลอดจนอาจจะได้รับเชิญเป็นคอลัมนิสต์ประจำตามนิตยสาร/วารสารต่างๆ ด้วย ซึ่งจะช่วยสร้างความภาคภูมิใจและเป็นกำลังใจอย่างดียิ่งในการทำงาน

ประชาสัมพันธ์ ซึ่งการได้รับเชิญเป็นคอลัมนิสต์ประจำนั้น นักประชาสัมพันธ์ไม่ควรเห็นเรื่องค่าตอบแทน เป็นเรื่องสำคัญที่สุด ต้องพิจารณาถึงความเหมาะสมของคอลัมน์/รายการ ที่จะได้รับการเผยแพร่ เช่น มีโฆษณาสินค้าในหน้า/ช่วงเวลา queเผยแพร่ผลงานของหน่วยงานหรือไม่ นักประชาสัมพันธ์มีอำนาจตัดสินใจใน หน้า/ช่วงเวลา queเผยแพร่หรือไม่ เป็นต้น การได้มีโอกาสเผยแพร่ผลงานทำให้หน่วยงานของเรามีคน รู้จักมากขึ้น นอกจากส่งผลดีต่อหน่วยงานแล้วยังส่งผลดีต่อตำแหน่งหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ได้อีกด้วย

### **เขียนบทความอย่างไรจึงจะได้รับการเผยแพร่**

ในการเขียนบทความแต่ละเรื่องหรือแต่ละครั้ง มีขั้นตอนต่างๆ ที่นักประชาสัมพันธ์ต้อง ให้ความสนใจคือ

- เลือกเรื่อง/เนื้อหาที่เป็นที่สนใจของผู้อ่าน หรือเป็นความรู้วิชาการใหม่ๆ ตลอดจนเรื่องที่อยู่ในกระแส หรือเรื่อง queประชาชนอยากได้คำตอบ เป็นต้น
- ศึกษาหาข้อมูลทั้งจากเอกสารต่างๆ และการสัมภาษณ์ และทำความเข้าใจเนื้อหาเหล่านั้น (ไม่ควรคัดลอกจากอินเทอร์เน็ต เพราะเนื้อหาในอินเทอร์เน็ตมีทั้งข้อมูลที่จริงและไม่จริง ทางที่ดีควรเป็นงานวิชาการที่มีในหน่วยงาน)
- วิเคราะห์ประเด็นของเนื้อหานั้นๆ ว่าประเด็นใดจะเป็นที่สนใจของผู้อ่านซึ่งเป็น กลุ่มเป้าหมายของเรา เลือกมาเพียง ๑ หรือ ๒ ประเด็น
- ภาษาที่ใช้ควรเป็นภาษาที่ง่าย หากจำเป็นต้องใช้ศัพท์ทางวิชาการ ก็ต้องสามารถอธิบาย ศัพท์วิชาการนั้นๆ ด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย ในครั้งแรกที่เขียนถึงศัพท์คำนั้นๆ และเมื่อเขียน ถึงคำดังกล่าวก็สามารถใช้ทับศัพท์ได้เลย
- เมื่อเริ่มเขียน ให้ใช้หลักการเขียนบทความ ซึ่งต้องมีองค์ประกอบคือ บทนำ เนื้อหา และ บทสรุป
- การเขียนบทนำ ควรเขียนเริ่มต้นจากเรื่องใกล้ตัวผู้อ่าน แล้วโยงมาถึงสิ่งที่ต้องการสื่อ (เนื้อหาวิชาการ) โดยบรรทัดสุดท้ายของบทนำอาจทิ้งท้ายให้ผู้อ่านอยากรู้ บทนำไม่ควร เกิน ๘ บรรทัด สำหรับบทความที่มีความยาวประมาณ ๓ หน้า
- เนื้อหา อาจมีมากกว่าย่อหน้าเดียวก็ได้ แต่ในเนื้อหาเป็นการกล่าวถึงความรู้หรือสิ่งที่เรา ต้องการสื่อ โดยใช้คำง่ายๆ พร้อมคำอธิบายประกอบ เนื้อหาเป็นส่วนที่ใช้พื้นที่มากที่สุด ของบทความ
- บทสรุป เป็นการสรุปเนื้อหาของบทความ เป็นการบอกผู้อ่านให้ทราบว่า บทความนี้ ผู้เขียนต้องการบอกอะไรให้ผู้อ่านได้ทราบ บทสรุปไม่ควรเยิ่นเย้อหรือยาวเกินไป ประมาณ ๕-๘ บรรทัด สำหรับบทความที่มีความยาวไม่เกิน ๓ หน้า



## ตัวอย่างบทความที่เขียนโดยนักประชาสัมพันธ์ โดยได้ข้อมูลมาจากบทคัดย่องานวิจัย

มะเร็งลำไส้ใหญ่ เป็นโรคหนึ่งที่พบได้มากในประชากรโลก และมีแนวโน้มเป็นมากขึ้น สาเหตุหลักเนื่องมาจากรูปแบบการบริโภคที่เปลี่ยนไป เช่นการบริโภค เนื้อแดงและไขมันมาก จากหลักฐานการวิจัยพบว่า การบริโภคผัก ผลไม้ให้มากพอ สามารถช่วยลดความเสี่ยง ของการเกิดมะเร็งลำไส้ใหญ่ได้ เนื่องจากบริโภคนิสัยของคนไทยเปลี่ยนไป คนไทยเรากินผัก ผลไม้ลดน้อยลงมาก จึงทำให้ได้รับเส้นใยอาหารและสารพฤกษเคมี หรือสารสำคัญที่มีประโยชน์ต่อร่างกายลดลงไปด้วย จึงพบว่าคนไทยมีปัญหาจากโรคนี้นี้เพิ่มมากขึ้นทุกปีเช่นกัน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมศรี เจริญเกียรติกุล อาจารย์ประจำฝ่ายเคมีทางอาหาร สถาบันวิจัยโภชนาการ ผู้ที่สนใจและทำการศึกษาวิจัยเรื่องคุณค่าอาหารไทยอย่างต่อเนื่อง และพบว่า แกงเลียงเป็นอาหารไทยดั้งเดิมชนิดหนึ่งที่มีไขมันและพลังงานต่ำ นอกจากนี้ยังมีส่วนประกอบของพืชผัก สมุนไพร และเครื่องเทศ ที่ให้เส้นใยอาหารสูง มีสารอาหารและสารสำคัญที่มีประโยชน์ เช่น วิตามิน อี แคลโรทีนอยด์ และฟลาโวนอยด์ เป็นต้น ที่มีรายงานว่าช่วยป้องกันโรคได้

ด้วยเหตุนี้คณะวิจัยของสถาบันวิจัยโภชนาการ ร่วมกับสำนักสัตว์ทดลองแห่งชาติ จึงให้ความสนใจเลือกศึกษาผลของแกงเลียงกับการป้องกันมะเร็งลำไส้ใหญ่ โดยใช้การทดสอบในหนูทดลอง ด้วยการแบ่งหนูออกเป็นกลุ่มควบคุม และกลุ่มทดลอง หนูดังกล่าวถูกจัดกลุ่มให้กินและไม่กินแกงเลียง นอกจากนี้ หนูที่กินแกงเลียงก็แบ่งเป็น ๒ ระดับ คือ กินในปริมาณ ๑ และ ๒ หน่วยบริโภค โดยการละลายแกงเลียงผงแล้วฉีดเข้าทางปาก ร่วมกับการกินอาหารปกติเป็นเวลา ๖ สัปดาห์ ระหว่างการศึกษามีการให้สารก่อมะเร็ง ในช่วงสัปดาห์ที่ ๓ และ ๔ เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับหนูที่ได้รับอาหารปกติและสารก่อมะเร็ง โดยได้รับทุนสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ผลการศึกษาพบว่า แกงเลียงช่วยลดการเกิดพยาธิสภาพขั้นต้น ของการเกิดมะเร็งในลำไส้ใหญ่ของหนูทดลองได้ และสามารถเหนี่ยวนำให้มีการสร้างเอนไซม์ที่ทำหน้าที่กำจัดสารพิษ ในตับหนูให้สูงขึ้น ดังนั้นหากการศึกษาในหนูทดลองสามารถเทียบเคียงใช้กับคนได้ แกงเลียงจึงอาจมีศักยภาพในการป้องกันการเกิดมะเร็ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งมะเร็งลำไส้ใหญ่ในคน อย่างไรก็ตามควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในระยะยาวทั้งในสัตว์ทดลองและในคน เพื่อยืนยันผล และหาสารสำคัญที่ออกฤทธิ์ให้ชัดเจนต่อไป สำหรับการพัฒนาให้เป็นอาหารไทยเชิงพันธุภาพ ( Thai functional food) ที่สร้างคุณค่าและชื่อเสียงให้อาหารไทย

งานวิจัยนี้แสดงให้เห็นถึงคุณค่าและประโยชน์ของอาหารไทย ดังนั้นการบริโภคอาหารที่มีส่วนประกอบของพืช ผัก สมุนไพรอื่นๆ เช่น แกงส้ม เครื่องจิ้ม (น้ำพริกพร้อมกับผักต่างๆ) ที่มีคุณค่าทางโภชนาการดีอยู่แล้ว ก็น่าจะมีประโยชน์ต่อสุขภาพได้เช่นกัน ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงหลักการบริโภค คือกินอาหารที่หลากหลาย แต่ให้ได้รับพืชผักที่พอเพียงอย่างสม่ำเสมอ

## การจัดทำประสานงานรายการวิทยุ

รายการวิทยุ เป็นสื่อชนิดหนึ่งที่นักประชาสัมพันธ์สามารถใช้เป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนผลงาน/ความดีของหน่วยงาน ปัจจุบันมีรายการวิทยุหลายสถานีที่มีการนำเสนอรายการเกี่ยวกับสุขภาพ ซึ่งความรู้ด้านอาหารและโภชนาการ ก็สามารถนำเสนอในรายการเหล่านี้ได้ วิธีที่จะทำให้มีโอกาสเผยแพร่ในรายการต่างๆ นั้น นักประชาสัมพันธ์ต้องหาข้อมูลเกี่ยวกับรายการวิทยุต่างๆ แล้ววิเคราะห์ว่าลักษณะงานของหน่วยงานเราจะสามารถเผยแพร่ในรายการใดได้บ้าง ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงโฆษณาของรายการนั้นๆ ด้วยว่าจะมีผลกระทบกับรายการ/หน่วยงานของเราหรือไม่ และต้องไม่มีการโฆษณาใดใดที่เกี่ยวข้องกับอาหาร โภชนาการ และสุขภาพในรายการ ไม่ว่าจะเป็นโฆษณาตรงและโฆษณาแฝง จากนั้นต้องเตรียมข้อมูลเบื้องต้นก่อนเพื่อนำไปพูดคุยกับผู้มีอำนาจตัดสินใจ ซึ่งหากทางรายการเห็นว่าข้อมูลที่เรานำเสนอ มีประโยชน์ เราก็อาจได้เวลาประจำ เช่น สัปดาห์ละ ๑ ครั้ง ซึ่งในกรณีนี้นักประชาสัมพันธ์ต้องมั่นใจว่าสามารถหาวิทยากรป้อนรายการตามที่ตกลงกับทางรายการได้จริง นอกจากนี้การจัดรายการสัปดาห์ละ ๑ ครั้ง วันและเวลาต้องเป็นวันและเวลาเดิมทุกสัปดาห์ เช่น หากออกอากาศทุกวันจันทร์ เวลา ๑๔.๐๐ น. ก็ต้องเป็นวันจันทร์ เวลา ๑๔.๐๐ น. ทุกสัปดาห์ เพื่อให้ผู้ฟังทางบ้านจำได้และติดตามฟังเป็นประจำ และในการประสานงานกับผู้จัดรายการ นักประชาสัมพันธ์อาจช่วยอำนวยความสะดวก คือนำเสนอชื่อเรื่อง พร้อมชื่อวิทยากร ล่วงหน้า และควรทำแนวคำถามสำหรับพิธีกรและวิทยากร โดยส่งให้ล่วงหน้าด้วย เพราะวิทยากรหรือพิธีกรอาจขอเปลี่ยนแปลงหรือปรับคำถามให้เหมาะสม

นอกจากนี้หากหน่วยงานมีงบประมาณสนับสนุน หน่วยงานอาจซื้อเวลาเพื่อเผยแพร่ผลงานผ่านรายการวิทยุที่ตนเองเป็นเจ้าของเวลาเองก็ได้ แต่การดำเนินงานลักษณะนี้ใช้ขั้นตอนการค่อนข้างมาก และหากในหน่วยงานไม่มีผู้ที่สามารถดำเนินรายการได้เอง ก็ต้องเสียงบประมาณเพิ่มขึ้นในการจ้างนักจัดรายการด้วย ซึ่งหากมีการจ้างนักจัดรายการ นักประชาสัมพันธ์ต้องสามารถควบคุมรายการให้เป็นที่พอใจตามที่วางแผนไว้ โดยอาจทำบทวิทยุ ซึ่งลักษณะของบทวิทยุมีทั้งบทวิทยุแบบเต็ม (full script) และบทวิทยุแบบย่อ (semi script) โดยในการดำเนินรายการช่วงแรกควรทำบทวิทยุแบบเต็มเพื่อให้เป็นที่เข้าใจระหว่างผู้ควบคุมรายการและนักจัดรายการ เมื่อเป็นที่เข้าใจแล้วหากจะเปลี่ยนเป็นการจัดทำบทวิทยุแบบย่อก็สามารถทำได้ สำหรับหน่วยงานที่ไม่มีงบประมาณสนับสนุนในการเผยแพร่ความรู้ด้านอาหารและโภชนาการ หากต้องการผู้สนับสนุนรายการ ก็ต้องพิจารณาถึงผลดีผลเสียที่จะเกิดขึ้นให้ละเอียด ก่อนตัดสินใจ ทั้งนี้การรับการสนับสนุน ต้องไม่มีข้อผูกมัดหรือข้อแลกเปลี่ยนใดใดด้วย

ในกรณีที่นักประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานต้องการเป็นผู้จัดรายการ/ดำเนินรายการเอง ควรต้องผ่านการสอบเป็นผู้ประกาศ ซึ่งสามารถติดต่อขอรายละเอียดได้ที่กรมประชาสัมพันธ์

## **การเผยแพร่ผลงานวิชาการทางสถานีโทรทัศน์**

การเผยแพร่ผลงานวิชาการในรายการโทรทัศน์ ทำได้ค่อนข้างยากลำบากกว่าในสื่อชนิดอื่นๆ เพราะสถานีโทรทัศน์ที่เป็นฟรีทีวีมีจำนวนเพียง ๖ สถานี แต่การได้เผยแพร่ผ่านสื่อชนิดนี้ก็ทำให้สามารถสื่อถึงประชาชนจำนวนมาก ประชาชนได้เห็นทั้งภาพและเสียงพร้อมๆ กัน การที่หน่วยงานจะเป็นเจ้าของรายการเองเป็นเรื่องยากเพราะใช้งบประมาณสูงมาก และหากไม่มีปัญหาเรื่องเงินก็ไม่ใช่ว่าจะได้เวลาในการเผยแพร่ และยังเป็นหน่วยงานเล็กๆ ที่ไม่มีงบประมาณมากนักจึงไม่ควรคิดว่าต้องมีรายการเป็นของตนเอง แต่ควรศึกษารายการต่างๆ ที่ออกอากาศอยู่เป็นประจำว่า ข้อมูลวิชาการที่หน่วยงานมีอยู่สามารถนำเสนอในรายการใดบ้าง ซึ่งบางครั้งกระแสข่าวที่เกิดขึ้นก็อาจเป็นโอกาสที่ทำให้เราได้เวลาในการนำเสนอผลงานของเราได้ เช่น กรณีเกิดปัญหาจากหม้อไม่ปิ้งที่จังหวัดน่าน หรือ ช่วงที่เกิดพิบัติภัยสึนามิ สถาบันวิจัยโภชนาการได้มีโอกาสช่วยก่อสร้างเครื่องผลิตน้ำดื่มสำหรับผู้ประสบภัยสึนามิ เป็นต้น ก็ทำให้รายการคดี ๒ รายการ สนใจนำเสนอผลงานของสถาบันวิจัยโภชนาการ เป็นสารคดียาวตอนละ ๒๐ นาที เป็นต้น และเทพจากรายการดังกล่าวว่านักประชาสัมพันธ์ก็ยังสามารถนำมาเผยแพร่ในนิทรรศการหรือกิจกรรมต่างๆ ได้อีกด้วย นอกจากนี้เมื่อหน่วยงานมีกิจกรรมที่น่าสนใจก็สามารถส่งจดหมายเชิญฝ่ายข่าวของสถานีโทรทัศน์ต่างๆ ได้ด้วย ทั้งนี้ นักประชาสัมพันธ์ต้องเตรียมจดหมายข่าว (press release) เพื่อให้รายละเอียดของกิจกรรมนั้นๆ ด้วย

สำหรับการทำข่าวในวโรกาสที่ราชวงศ์เสด็จพระราชดำเนินมายังหน่วยงานของเรา การให้ข้อมูลเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้อง เช่น การเสด็จพระราชดำเนินร่วมการสัมมนาพิเศษ หากในจดหมายข่าวที่นักประชาสัมพันธ์เตรียมให้ผู้สื่อข่าว มีรายละเอียดสั้นๆ แต่กระชับและได้ใจความ ในเรื่องที่ทรงร่วมสัมมนา ก็จะเป็นการแสดงถึงพระมหากรุณาธิคุณที่มีต่อประชาชน แล้วประชาชนก็จะได้มีความรู้ในเรื่องนั้นด้วย แล้วทำให้หน่วยงานได้มีเวลาในการเผยแพร่ผลงานของตนเองเพิ่มขึ้น โดยปริยาย ในการเชิญผู้สื่อข่าวหรืออำนวยความสะดวก นักประชาสัมพันธ์ควรให้ความสำคัญกับผู้สื่อข่าวสายราชสำนักเท่าเทียมกับผู้สื่อข่าวสายอื่นๆ ต้องไม่คิดว่าเมื่อเสด็จพระราชดำเนิน เป็นหน้าที่ที่ผู้สื่อข่าวก็ต้องมาทำข่าวอยู่แล้ว

## **การเผยแพร่ข่าวและผลงานผ่านอินเทอร์เน็ต**

ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตนับเป็นช่องทางการเผยแพร่ที่น่าสนใจ นักประชาสัมพันธ์สามารถใช้อินเทอร์เน็ตทั้งในสถานะที่เป็นสื่อ (e - newspaper) ที่สามารถเผยแพร่ข่าวหรือผลงาน หรือใช้อินเทอร์เน็ตแทนไปรษณีย์ในการส่งข่าวและภาพประกอบให้ผู้สื่อข่าว ซึ่งทำให้สามารถเผยแพร่และ/หรือส่งข่าวได้อย่างรวดเร็วและประหยัด โดยสามารถโพสต์งานของหน่วยงานลงในเว็บไซต์ต่างๆ ที่เป็นฟรีอินเทอร์เน็ตซึ่งมีอยู่หลายเว็บไซต์ ส่วนการติดต่อกับผู้สื่อข่าว นั้น นักประชาสัมพันธ์ต้องติดต่อกับผู้สื่อข่าวโดยตรงก่อนเพื่อให้ได้ email address หรืออาจเช็คดูจากหน้าหนังสือพิมพ์ก็ได้ เพราะปัจจุบันมีหนังสือพิมพ์หลายฉบับที่แจ้ง email address ของคอลัมน์ไว้ที่หัวหนังสือพิมพ์ของคอลัมน์นั้นๆ เช่น หน้า

สตรีของหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ ก็ใช้ email address ว่า [women@dailynews.co.th](mailto:women@dailynews.co.th) หรือคอลัมน์ข่าวย่อยที่แจ้งเรื่องการประชุม/อบรมในหนังสือพิมพ์มติชน ก็จะใช้ email address ว่า [scoop@matichon.co.th](mailto:scoop@matichon.co.th) เป็นต้น หนังสือพิมพ์หลายแห่งจะใช้ชื่อของตนใน email address ตามด้วย @ เว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ที่สังกัด ตัวอย่างเช่นชื่อ สิริพรเป็นนักข่าวของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ก็จะใช้ว่า [siriporn@thairath.co.th](mailto:siriporn@thairath.co.th) เป็นต้น แต่ไม่ใช่ว่าหนังสือพิมพ์ทุกฉบับจะใช้ลักษณะที่กล่าวมาข้างต้น สิ่งเหล่านี้เป็นเรื่องที่นักประชาสัมพันธ์ต้องติดตามเพื่อให้ทราบ จะได้สะดวกต่อการส่งข่าว

นอกจากนี้หากหน่วยงานมีเว็บไซต์เป็นของหน่วยงาน ก็จะเป็นช่องทางที่สามารถเผยแพร่ได้เต็มที่ และตลอดเวลาที่ต้องการ ทั้งนี้ต้องมีการปรับปรุงเว็บไซต์ให้มีเนื้อหาที่ทันสมัย น่าสนใจ และอ่านง่าย นอกจากนี้ความสวยงามของเว็บไซต์ก็เป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวสนใจเข้ามาชมเช่นกัน

### **รายการ/คอลัมน์ประจำและรายการ/คอลัมน์ครั้งคราว**

ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์ต้องบริหารจัดการให้หน่วยงานมีการเผยแพร่ทั้งในรูปแบบรายการ/คอลัมน์ประจำและรายการ/คอลัมน์ที่เป็นครั้งคราว

รายการ/คอลัมน์ประจำจะช่วยให้นักประชาสัมพันธ์มีงานเผยแพร่อยู่ในมือตลอดเวลา อีกทั้งการมีรายการ/คอลัมน์จะทำให้มีประชาชนกลุ่มหนึ่งที่ติดตามผลงานของหน่วยงานอย่างต่อเนื่องและเป็นผู้ที่มองเห็นว่าหน่วยงานของเรามีภาพลักษณ์ที่ดี และพร้อมที่จะบอกให้ทราบหรือช่วยปกป้องหน่วยงานเมื่อมีคนพูดถึงในด้านไม่ดี การที่จะได้มาซึ่งรายการ/คอลัมน์ประจำโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายนั้น นักประชาสัมพันธ์และหน่วยงานต้องมีผลงานดีและความรับผิดชอบสูง และกระทำติดต่อกันจนสื่อเห็นผลงานจึงเสนอรายการ/คอลัมน์ให้ หรืออาจเกิดจากการร้องขอของนักประชาสัมพันธ์ ซึ่งในกรณีนี้นักประชาสัมพันธ์ต้องทำรายละเอียดของงานในช่วงระยะเวลาหนึ่ง เช่น เป็นเวลา ๖ เดือนหรือ ๑ ปี จะนำเสนออะไรบ้าง มีรายละเอียดอย่างไร นำเสนอต่อสื่อ(บุคคล) ที่มีอำนาจสามารถตัดสินใจได้ให้พิจารณา ทั้งนี้อาจโทรศัพท์พูดคุยอย่างไม่เป็นทางการก่อน เมื่อสื่อสนใจจึงทำหนังสืออย่างเป็นทางการพร้อมรายละเอียดส่งให้พิจารณา นอกจากนี้การมีรายการ/คอลัมน์ประจำ นักประชาสัมพันธ์ต้องมีความรับผิดชอบต่อผลงานและดำเนินการให้มีรายการ/ข่าวที่จะตีพิมพ์ล่วงหน้าและเรียบร้อยครบถ้วน เพราะหากมีปัญหารายการ/คอลัมน์นั้นอาจถูกถอดออกได้เช่นกัน นอกจากนี้ยังมีกรณีที่ผู้ผลิตสินค้าหรือบริษัทต่างๆ สนใจสนับสนุนให้หน่วยงานจัดรายการหรือเขียนบทความตีพิมพ์ในคอลัมน์ของหนังสือพิมพ์/นิตยสารต่างๆ โดยชื่อเวลาหรือชื่อพื้นที่ให้ โดยแลกเปลี่ยนกับการโฆษณาผลิตภัณฑ์อาหาร ลักษณะเช่นนี้ นักประชาสัมพันธ์ควรพิจารณาถึงผลได้ผลเสียอย่างรอบด้าน โดยเฉพาะในเรื่องของภาพลักษณ์หน่วยงาน ความน่าเชื่อถือและการยอมรับของประชาชนที่มีต่อหน่วยงานที่ต้องใช้ระยะเวลานานติดต่อกันในการสร้างให้เกิดขึ้น

หน่วยงานที่เป็นสถาบันวิชาการด้านการศึกษา เช่น สถาบันวิจัยโภชนาการ มักได้รับการติดต่อเพื่อให้การสนับสนุนอยู่เสมอๆ แต่ในฐานะนักประชาสัมพันธ์ซึ่งเป็นผู้ดูแลพลาทิกซ์ของสถาบันวิจัยโภชนาการแล้ว จะปฏิเสธการสนับสนุนดังกล่าว เพราะจะทำให้ไม่สามารถดำเนินการเผยแพร่ข่าวต่างๆ อย่างเป็นกลางได้ และอาจไม่สามารถให้ข้อมูลที่ถูกต้องทั้งหมดได้ ตลอดจนอาจส่งผลให้ประชาชนขาดความเชื่อมั่น และไม่สามารถเป็นองค์กรที่พึ่งอย่างแท้จริงให้กับประชาชนได้

สำหรับรายการ/คอลัมน์ ที่ไม่ประจำ ก็เป็นหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ที่จะต้องพยายามประสานงานเพื่อให้ผลงานของหน่วยงานมีช่องทางในการเผยแพร่ได้หลากหลายและทั่วถึง สามารถเป็นที่พึ่งที่ให้ความรู้ด้านอาหารและโภชนาการแก่ประชาชน เพื่อนำไปใช้ในการปรับปรุงภาวะโภชนาการของตนเองได้ เป็นหน่วยงานที่ช่วยในการคุ้มครองผู้บริโภคแก่ประชาชน รายการ/คอลัมน์เหล่านี้มีหลากหลายมากมาย นักประชาสัมพันธ์ต้องศึกษาหาข้อมูลว่ามีรายการ/คอลัมน์อะไรบ้าง ที่หน่วยงานสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมด้วยได้ นอกจากนี้ต้องพยายามเสาะหาว่าในหน่วยงานมีผลงานอะไรบ้างที่สามารถนำมาเผยแพร่ได้ โดยผลงานวิจัยบางเรื่องก็ไม่จำเป็นต้องสรุปปิดโครงการแล้วจึงนำมาเผยแพร่ได้ ทั้งนี้ต้องระมัดระวังด้วยว่าสิ่งไหนสามารถนำเสนอได้สิ่งไหนเป็นความรู้เชิงลึกทางวิชาการ ที่ต้องระวังว่าจะถูกกลอกเลียน ซึ่งเรื่องเหล่านี้ต้องพูดคุยปรึกษากับนักวิชาการอย่างใกล้ชิดด้วย เพื่อป้องกันปัญหาดังกล่าว

### **การประสานงานกับสื่อมวลชน**

นักประชาสัมพันธ์ นอกจากจะต้องเป็นนักเขียน นักถ่ายถอดแล้ว บทบาทสำคัญหรือหน้าที่ที่นักประชาสัมพันธ์ต้องทำคือ การประสานงานติดต่อกับสื่อมวลชน เพื่อให้งานของหน่วยงานได้รับการเผยแพร่ ซึ่งการที่งานจะได้รับการเผยแพร่นั้น เกิดขึ้นได้ ๒ ช่องทางคือ

๑. นักประชาสัมพันธ์ เป็นผู้นำเสนอผลงานวิชาการ การวิจัย ให้กับสื่อมวลชนหรือนักข่าว ซึ่งอาจนำเสนอในรูปเอกสารที่สรุปผลงานให้อ่านง่าย หรือใช้วิธีพูดคุย ถือนักประชาสัมพันธ์ทำหน้าที่ salesman นำเสนอผลงานให้ผู้สื่อข่าวสนใจที่จะมาทำข่าวหรือตีพิมพ์/แพร่ภาพให้ ซึ่งการดำเนินการนี้เป็นการดำเนินการที่ไม่เป็นทางการ นักประชาสัมพันธ์จะต้องสร้างสายสัมพันธ์กับผู้สื่อข่าว หรือรู้จักผู้สื่อข่าวมาก่อน จึงจะสามารถโทรศัพท์ไปพูดคุยได้ง่าย แต่หากนักประชาสัมพันธ์ไม่รู้จักผู้สื่อข่าวมาก่อน ก็สามารถดำเนินการได้เช่นกัน แต่อาจต้องใช้เวลาระยะหนึ่ง หรือให้นักประชาสัมพันธ์คนอื่นที่รู้จักกับผู้สื่อข่าวเป็นผู้แนะนำ ก่อนที่จะโทรศัพท์ไปพูดคุยก็ได้
๒. ผู้สื่อข่าวเป็นผู้สนใจประเด็นเนื้อหาวิชาการ หรืองานวิจัยในหน่วยงาน ซึ่งนักประชาสัมพันธ์ต้องกระตือรือร้นที่จะช่วยติดต่อประสานงาน เพราะหากหน่วยงานมีเนื้อหาตรงกับที่ผู้สื่อข่าวต้องการ ก็จะทำให้ผลงานของหน่วยงานได้รับการตีพิมพ์/เผยแพร่

๑๐๐% ในทางตรงกันข้ามหากไม่ใส่ใจ หน่วยงานก็อาจพลาดโอกาสนี้ไปอย่างน่าเสียดาย แต่การที่ผู้สื่อข่าวจะโทรศัพท์ประสานงานกับหน่วยงานของเรานั้น แสดงว่าหน่วยงานของเราต้องมีผลงานวิชาการที่ได้รับการยอมรับ น่าเชื่อถือ มีภาพลักษณ์ที่ดี เป็นที่ประจักษ์ต่อสาธารณชน นอกจากนี้ นักประชาสัมพันธ์ต้องเป็นผู้ให้ความร่วมมือ ช่วยประสานงานอำนวยความสะดวกแก่ผู้สื่อข่าวได้เป็นอย่างดีด้วย

การที่จะได้รับความร่วมมือเผยแพร่ข่าวผลงานของหน่วยงานจากผู้สื่อข่าว นั้น นักประชาสัมพันธ์ต้องมีการติดต่อประสานงานกับผู้สื่อข่าวเป็นประจำ มีการพูดคุยและติดต่อกันทั้งเรื่องที่เป็นหน้าที่การงานและเรื่องอื่นๆ ไม่ใช่ติดต่อเมื่อมีงานที่ต้องการให้ผู้สื่อข่าวเผยแพร่ นอกจากนี้ในบางครั้ง ข้อมูลหรือข่าวที่ผู้สื่อข่าวต้องการไม่มีในหน่วยงานของเรา แต่นักประชาสัมพันธ์ทราบว่ามีหน่วยงานไหนมี หรือสามารถที่จะโทรศัพท์สอบถามเบื้องต้นได้ ก็ไม่ควรละเลยที่จะให้ข้อมูลหรือช่วยติดต่อให้ อย่าคิดว่าเมื่อหน่วยงานของเราไม่ได้เผยแพร่ หน่วยงานอื่นก็ไม่ควรได้เผยแพร่เช่นกัน เพราะน้ำใจเล็กๆ น้อยๆ เหล่านี้ช่วยสร้างความประทับใจให้ผู้สื่อข่าว ทำให้นึกถึงเราทุกครั้งที่ต้องการข่าวหรือข้อมูลด้านอาหารและโภชนาการ

นอกจากนี้ข่าวหรือข้อมูลที่ต้องการให้ผู้สื่อข่าวเผยแพร่ นักประชาสัมพันธ์ต้องเป็นผู้วิเคราะห์ก่อนว่า มีน้ำหนักหรือคุณค่าของความเป็นข่าวนั้นน้อยเพียงไร นักประชาสัมพันธ์ต้องเลือกเฉพาะข้อมูลหรือเนื้อหาวิชาการที่มีคุณค่าข่าวสูง คือรู้จักถกแถลงก่อนส่งให้ผู้สื่อข่าวทุกครั้ง เพราะจะทำให้ข่าวของเราได้รับการตีพิมพ์/เผยแพร่ ทุกครั้งที่ติดต่อผู้สื่อข่าว ผู้สื่อข่าวก็จะให้ความสนใจ และตีพิมพ์เผยแพร่ด้วยความเต็มใจ นักประชาสัมพันธ์ต้องไม่ใช่ความสนิทสนมหรือความเป็นเพื่อนบิบบังคับให้ผู้สื่อข่าวเผยแพร่ข่าวให้โดยเด็ดขาด เพราะจะทำให้ผู้สื่อข่าวมีมุมมองที่ไม่ดีกับนักประชาสัมพันธ์ และนักประชาสัมพันธ์ต้องไม่ลืมโอกาสสำคัญๆ ของสื่อมวลชน เช่น จัดกระเช้าหรือการ์ดอวยพร ในวันเกิดของสื่อมวลชน วันปีใหม่ เป็นต้น

การประชาสัมพันธ์ที่ดี ทำให้หน่วยงานเป็นที่รู้จัก และเชื่อถือในผลงาน ส่งผลให้ผู้สื่อข่าวให้ความสนใจที่จะนำผลงานไปเผยแพร่ได้เช่นกัน และเมื่อติดต่อแล้วได้รับการประสานงานด้วยดีจากประชาสัมพันธ์ก็จะทำให้ผู้สื่อข่าวให้ความสนใจผลงานจากหน่วยงานของเรา ในปัจจุบันมีหน่วยงานที่ทำงานด้านอาหารและโภชนาการเกิดขึ้นมากมาย ผู้สื่อข่าวสามารถเลือกได้ว่าจะสัมภาษณ์หรือเผยแพร่ข่าวของหน่วยงานใด ดังนั้นการที่นักประชาสัมพันธ์ได้นำเสนอผลงานที่โดดเด่นของหน่วยงาน เช่น นักวิชาการของหน่วยงานได้ศึกษาวิจัยจริง ผลงานวิจัยสามารถนำไปปรับใช้ได้จริง นักวิชาการไม่ได้ศึกษาจากตำราของต่างประเทศแล้วนำมาให้สัมภาษณ์ เป็นต้น นอกจากนี้ นักประชาสัมพันธ์ได้ช่วยเหลือดูแลอำนวยความสะดวกอย่างดีแก่ผู้สื่อข่าว ทำให้ผู้สื่อข่าวได้ข้อมูลหรือข่าวตลอดจนภาพประกอบที่ต้องการครบถ้วนก็ช่วยทำให้ผู้สื่อข่าวให้ความสนใจติดต่อหน่วยงานของเราได้เช่นกัน

นอกจากนี้ในกรณีที่มีข่าวหรือบทความที่เผยแพร่มีข้อมูลที่คลาดเคลื่อนจากความเป็นจริงทางวิชาการ ในฐานะหน่วยงานทางวิชาการที่พบเห็นข้อมูลที่คลาดเคลื่อนดังกล่าว นักประชาสัมพันธ์ควรทำหน้าที่ในการสื่อสารแจ้งข้อมูลที่คลาดเคลื่อนพร้อมแจ้งข้อมูลที่ถูกต้องให้สื่อมวลชนนั้นๆ ทราบเพื่อมีโอกาสเผยแพร่ข้อมูลที่ถูกต้องให้ประชาชนได้รับทราบเพื่อประโยชน์ต่อสุขภาพต่อไป ดังตัวอย่างหนังสือที่แสดงต่อไปนี้แสดงในหน้าที่ ๒๔-๒๕



ที่ ทม 0821/ 2361

สถาบันวิจัยโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล  
ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล  
จังหวัดนครปฐม 73170

๑๗ พฤศจิกายน 2544

เรื่อง ชี้แจงเรื่องนมกับสุขภาพ

เรียน คุณ ...

อ้างถึง บทความเรื่องคุณและโทษของการดื่มนมใน Website ของกรมประชาสัมพันธ์  
สิ่งที่ส่งมาด้วย บทความต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับนมสด จำนวน 1 ชุด (6 หน้า)

ด้วยสถาบันวิจัยโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล ได้รับข้อมูลเรื่องคุณและโทษของภาว  
ดื่มนมในคอสมันรู้แล้วหรือยัง จาก Website ของกรมประชาสัมพันธ์ ตามที่อ้างถึงข้างต้น ซึ่งให้รายละเอียด  
ว่าการบริโภคนมวัวเป็นสาเหตุที่ก่อให้เกิดโรคต่างๆ เช่น ไข้หวัด ภูมิแพ้ หอบหืด หลอดลมอักเสบ  
เมื่อยง่าย อ้วน โรคหัวใจ กระดูกพรุน เบื่ออก และที่สำคัญคือโรคมะเร็ง สถาบันวิจัยโภชนาการ  
มหาวิทยาลัยมหิดลในฐานะที่เป็นหน่วยงานของรัฐ ซึ่งทำการศึกษาวิจัยด้านอาหารและโภชนาการ เพื่อ  
แก้ไขปัญหามหาทุพโภชนาการของประเทศ ขอแจ้งให้ทราบว่าข้อมูลดังกล่าวคลาดเคลื่อนจากความเป็นจริง  
เพราะจากการศึกษาวิจัยของสถาบันฯ ที่คำนวณไม่เคยพบปัญหาดังกล่าวในคนไทย คนไทยเร่ใจจูบันโดย  
เฉลี่ยดื่มนมในปริมาณที่ไม่มากเกินไป จนทำให้ได้รับไขมันมากเกินไป หรือเกิดปัญหาต่อสุขภาพ อีกทั้ง  
อาหารไทยของเราก็มีไขมันที่เหมาะสม ไม่มีไขมันสูงหรือโปรตีนสูงเหมือนอาหารตะวันตก จนทำให้เสี่ยง  
ต่อโรคมะเร็ง ปัญหาจากการดื่มนมที่พบได้ของคนไทย คือ ปัญหาการดื่มนมแล้วไม่สบายท้อง เนื่องจากการ  
ขาดน้ำย่อยแลคเตส ซึ่งปัญหาดังกล่าวก็สามารถแก้ไขได้โดยการค่อยๆ ดื่มครั้งละน้อย หรือดื่มนมหลัง  
อาหาร ไม่ดื่มนมท้องว่าง ปริมาณที่ได้แนะนำให้คนไทยดื่มนมคือในเด็กแนะนำ 2-3 แก้วต่อวัน ส่วน  
ผู้ใหญ่แนะนำให้ดื่ม 1-2 แก้วต่อวันเท่านั้น สำหรับผู้สูงอายุแนะนำบพร่องมันเนย การดื่มนมเป็นการช่วย  
เสริมป้องกันโรคขาดสารอาหาร นมจึงเหมาะสำหรับคนทุกเพศทุกวัย จากการที่สำนักงานประมาณให้  
สถาบันวิจัยโภชนาการประเมินโครงการอาหารเสริมนมโรงเรียนก็พบว่าการศึกษาที่เด็กได้รับการเสริมนมทุกวัน  
ในช่วงเปิดเทอม พบว่าปัญหาการขาดสารอาหารในเด็กลดลงและพบว่าความสูงของเด็กกลุ่มนี้เพิ่มขึ้นโดย  
เฉลี่ย 4.4 - 4.9 ซม. จากเดิม 2.1 - 3.0 ซม. ปัญหาโรคปากนกกระชอกที่เกิดจากการขาดวิตามินบี 2 ก็ลดลง



(วิตามินบี 2 ซึ่งมีมากในนมสด) ส่วนในผู้สูงอายุซึ่งจะพบปัญหาความเสื่อมของร่างกาย โดยเฉพาะฟันและประสาทรับรส ทำให้รับประทานอาหารได้น้อยลง การที่ผู้สูงอายุได้ดื่มนมเสริมเป็นประจำก็ช่วยให้สุขภาพของผู้สูงอายุดีขึ้นนอกจากนี้ นมเป็นอาหารที่มีสัดส่วนของฟอสฟอรัสและแคลเซียมอยู่ในปริมาณที่ร่างกายสามารถดูดซึมไปใช้ได้ดีต่างจากอาหารชนิดอื่นๆ อาหารบางชนิดมีปริมาณของแคลเซียมสูงกว่านมเมื่อคิดจากปริมาณต่อ 100 กรัม แต่เมื่อคำนวณจากการบริโภคต่อครั้งจะเห็นว่า การดื่มนม 1 แก้วจะทำให้ได้แคลเซียมสูงกว่าและร่างกายดูดซึมได้ดีกว่า เพราะไม่มีมีสารขัดขวางการดูดซึมดูรายละเอียดยเพิ่มเติมจากหน้า 5 ของเอกสารที่ส่งมาพร้อมหนังสือฉบับนี้

ดังนั้นในฐานะที่สถาบันวิจัยโภชนาการ เป็นหน่วยงานหนึ่งที่รับผิดชอบภาวะโภชนาการของประชาชนไทย และตระหนักถึงการได้รับข้อมูลข่าวสารด้านอาหารและโภชนาการที่ถูกต้อง อันจะส่งผลถึงความรู้ของประชาชนที่จะนำไปปฏิบัติเพื่อภาวะโภชนาการที่ดี ตลอดจนสุขภาพที่แข็งแรงของประชาชนไทย และได้ดำเนินการเผยแพร่ความรู้ด้านอาหารและโภชนาการโดยผ่านสื่อมวลชนแขนงต่างๆ ตลอดจนเผยแพร่ตรงสู่ประชาชนในรูปแบบของนิทรรศการและสื่ออื่นๆ จึงขอส่งข้อความที่ถูกต้องทางวิชาการในเรื่องการดื่มนมกับสุขภาพให้กระทรวงสาธารณสุขช่วยพิจารณาเผยแพร่ต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดพิจารณาเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวข้างต้น

ขอแสดงความนับถือ



(รองศาสตราจารย์ประไพศรี ศรีจักรวาล)

รองผู้อำนวยการฝ่ายปฏิบัติการ ภัคยาราชการแทน

ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยโภชนาการ

งานประชาสัมพันธ์

โทร. 0-2800-2380 ต่อ 109

โทรสาร 0-2889-3489

## นักประชาสัมพันธ์ต้องสรุปผลงานการเผยแพร่ให้นักวิชาการ

เมื่อนักประชาสัมพันธ์ ได้รับความร่วมมือจากนักวิชาการ ในการให้สัมภาษณ์หรือเขียนบทความ ให้กับสื่อมวลชน นักประชาสัมพันธ์ต้องมีการลงบันทึกการเผยแพร่ของนักวิชาการทุกครั้ง เพราะข้อมูลที่บันทึกนี้จะช่วยให้ง่ายต่อการสรุปผลงานในรอบปี หรือไตรมาส นอกจากนี้ควรทำสรุปการเผยแพร่ผ่านสื่อของนักวิชาการแต่ละคนด้วย เพื่อให้ นักวิชาการได้นำไปแนบกับผลงานที่ต้องได้รับการประเมินหรือนำไปประกอบการขอตำแหน่งทางวิชาการ ซึ่งเท่ากับเป็นการอำนวยความสะดวกให้นักวิชาการ และสร้างความรู้สึกที่ดีกับนักประชาสัมพันธ์ ทำให้นักประชาสัมพันธ์ได้รับความร่วมมือเมื่อต้องติดต่อขอสัมภาษณ์ นักประชาสัมพันธ์ต้องไม่รู้สึกว่า การสรุปผลการเผยแพร่ให้นักวิชาการเป็นภาระ แต่ควรทำด้วยความเต็มใจ รู้สึกว่าเป็นสิ่งที่จำเป็นจะต้องทำ ขาดไม่ได้ ซึ่งหากมีระบบการบันทึกที่ดี การสรุปผลงานนี้ก็มีใช้เรื่องยุ่งยากเลย ดังตัวอย่างต่อไปนี้

### บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ งานประชาสัมพันธ์ สถาบันวิจัยโภชนาการ โทร ๑๐๘

ที่ ปชส. /๒๕๕๑ วันที่ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๑

เรื่อง แจ้งรายละเอียดการเผยแพร่ความรู้ผ่านสื่อมวลชน โดยผ่านงานประชาสัมพันธ์

เรียน รศ.ดร.วิสิฐ จะวะสิต

ตามที่งานประชาสัมพันธ์ ได้ประสานงานการเผยแพร่ความรู้ผ่านสื่อมวลชน ของอาจารย์และนักวิจัย งานประชาสัมพันธ์ได้สรุปรายละเอียดการเผยแพร่ดังกล่าว ตั้งแต่วันที่ ๑ สิงหาคม ๒๕๕๐ ถึง ๓๑ มกราคม ๒๕๕๑ เสร็จสิ้นแล้ว จึงขอแจ้งรายละเอียดให้ทราบดังนี้

| ว.ด.ป.    | รายการ                           | เรื่อง                                    |
|-----------|----------------------------------|---|
| ๓๐ ต.ค.๕๐ | วิทยุกองสุขศึกษา-ชมรมสร้างสุขภาพ | บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป                       |
| ๑ พ.ย.๕๐  | ทีวี – รายการสภาผู้บริโภค        | ฉลากอาหาร                                 |
| ๖ พ.ย.๕๐  | หนังสือพิมพ์เดลินิวส์            | นม  |
| ม.ก.๕๑    | นิตยสาร Food Focus               | ทิศทางการศึกษา-มุมมองจากผู้อำนวยความสะดวก |
| ๓๑ ม.ก.๕๑ | สารมหาวิทยาลัยมหิดล              | อาหารทรูจีน                               |
| ม.ก.๕๑    | นิตยสาร Food Industry            | Transfatty acid                           |
| ๓ ก.พ.๕๑  | หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ               | อาหารเทศกาลทรูจีน                         |

|            |                              |   |
|------------|------------------------------|---|
| ๕ ก.พ.๕๑   | วิทยุร่วมด้วยช่วยกัน         | อาหารตรุษจีน                            |
| ๖ มี.ค.๕๑  | ทีวี ๙-รายการรักลูกให้ถูกทาง | ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร                     |
| ๓ มิ.ย.๕๑  | ทีวี ๘-รายการจุดเปลี่ยน      | เครื่องปรุงรส Low Sodium                |
| ๒๒ มิ.ย.๕๑ | IPTV                         | ระบบมาตรฐานสุขอนามัยด้านอาหารของประชาชน |
| ๓ ต.ค.๕๑   | นิตยสาร Real Parenting       | นมแมลามีน                               |

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดทราบ

(นางศิริพร โกสุม)

นักประชาสัมพันธ์ ๖

### **การทำงานเป็นเครือข่ายช่วยให้งานประชาสัมพันธ์สัมฤทธิ์ผลยิ่งขึ้น**

ในแวดวงของสื่อมวลชน มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา มีการเกิดขึ้นของรายการ นิตยสาร วารสารใหม่ๆ แต่บางสื่อก็ปิดตัวลง มีสื่อสื่อข่าวหน้าใหม่ๆ เข้าสู่วงการ มีการออกไปของสื่อสื่อข่าว หรือบางคนก็ย้ายไปอยู่สื่ออื่นๆ เหล่านี้เป็นสิ่งที่นักประชาสัมพันธ์ต้องตามให้ทัน แต่การทำงานในหน่วยงานของรัฐ ซึ่งมักมีข้อจำกัดด้านงบประมาณทำให้ไม่มีงบประมาณเพียงพอในการติดตามสื่อ และเป็นการยากที่นักประชาสัมพันธ์ในหน่วยงานเดียวจะสามารถติดต่อกับทุกสื่อได้ การมีเครือข่ายด้านประชาสัมพันธ์จึงเป็นผลดีที่จะช่วยสนับสนุนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ช่วยให้นักประชาสัมพันธ์ได้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลวิชาการ ข้อมูลสื่อมวลชน(ทำเนียบ) ให้ทันสมัยเสมอ และช่วยเกื้อกูลกันในการทำงาน นักประชาสัมพันธ์หน้าใหม่ที่ยังไม่มีประสบการณ์ได้มีรุ่นพี่ที่อยู่ในเครือข่ายประชาสัมพันธ์เป็นที่เลี้ยงสอนงาน และหากมีการรวมตัวเป็นเครือข่ายที่เป็นทางการจะช่วยให้มีงบประมาณในการสนับสนุนการจัดกิจกรรมต่างๆ ด้วย ทำให้การเกิดเครือข่ายยั่งยืน ส่งผลดีต่องานประชาสัมพันธ์ทั้งระบบ เช่น **กรณีของมหาวิทยาลัยมหิดล** ซึ่งมีประชาสัมพันธ์ส่วนกลางซึ่งมีสำนักงานตั้งอยู่ที่สำนักงานอธิการบดี แล้วยังมีประชาสัมพันธ์ของแต่ละคณะ/สถาบันที่ขึ้นตรงต่อคณะ/สถาบัน แต่บางคณะ/สถาบันก็ไม่มีนักประชาสัมพันธ์อาชีพ เป็นบุคลากรสายต่างๆ ที่สมัครใจทำหน้าที่เป็นประชาสัมพันธ์ให้คณะ/สถาบัน ในสมัยหนึ่งผู้บริหารมหาวิทยาลัยได้มีนโยบายให้นักประชาสัมพันธ์จากแต่ละคณะ/สถาบันได้มี การร่วมมือกันทำงานด้วยการแต่งตั้งเครือข่ายประชาสัมพันธ์อย่างเป็นทางการ อธิการบดีได้มอบหมายให้ รองอธิการบดีท่านหนึ่งเป็นประธาน และหัวหน้างานประชาสัมพันธ์ส่วนกลางเป็นเลขานุการ ในช่วงนั้น มหาวิทยาลัยมหิดลมีผลงานต่างๆ มากมาย มีรายการโทรทัศน์ รายการวิทยุ และคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์ ประชาสัมพันธ์แต่ละคณะ/สถาบันก็ได้มีโอกาสเรียนรู้งานและช่วยงานซึ่งกันและกัน มีการถ่ายทอดความรู้

ด้านการประชาสัมพันธ์ให้กับผู้ที่ไม่มีพื้นความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์ อีกทั้งเป็นช่องทางที่แต่ละคณะ/สถาบัน ได้นำผลงานของตนมาเผยแพร่ และยังได้เกื้อกูลกันในด้านอื่นๆ ด้วย

นักประชาสัมพันธ์ สามารถนำการทำงานประชาสัมพันธ์ลักษณะเครือข่ายมาปรับใช้ได้ ง่ายๆ แม้หน่วยงานไม่ได้อยู่ในรูปแบบที่จะทำเครือข่าย เช่น นักประชาสัมพันธ์ต้องไม่ทำงานและเรียนรู้ งานเพียงในหน่วยงานของตนเอง นักประชาสัมพันธ์ควรผูกสัมพันธ์กับนักประชาสัมพันธ์หรือผู้ที่มีวิชาชีพใกล้เคียงกันด้วย ทั้งนี้เพื่อให้เมื่อเกิดปัญหาหรือต้องการข้อมูลหรือความช่วยเหลือก็มีคนที่อยู่ในวิชาชีพเดียวกันที่สามารถให้ความร่วมมือช่วยเหลือได้ ทั้งนี้นักประชาสัมพันธ์ก็ต้องมีความจริงใจในการติดต่อประสานงานกัน ไม่เป็นผู้รับเพียงอย่างเดียวต้องเป็นกัลยาณมิตรกับผู้ที่เราคิดต่อด้วย

### **การประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และเอ็นจีโอ**

ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ นอกจากนักประชาสัมพันธ์ต้องประสานงานกับ สื่อมวลชนแล้ว นักประชาสัมพันธ์ยังต้องทำงานประสานกับหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และ เอ็นจีโอ ด้วย โดยในการดำเนินงานประสานงาน หน่วยงานของเราจะมีบทบาทในการเป็นแหล่งความรู้ให้ข้อมูลที่ถูกต้อง และสามารถดำเนินงานร่วมกันกับหน่วยงานอื่นๆ โดยมีเป้าหมายหลักคือประชาชนไปผู้ได้ประโยชน์สูงสุด ในการติดต่อประสานงานกับเอกชน นักประชาสัมพันธ์ต้องคิดถึงประโยชน์ของหน่วยงาน โดยผลจากการร่วมมือประโยชน์สูงสุดอยู่ที่ประชาชน ดังนั้นการจะรับการสนับสนุนใดๆ จึงต้องได้ตรงต่อให้รอบคอบ ไม่ให้หน่วยงานถูกใช้เป็นเครื่องมือในการโฆษณาขายผลิตภัณฑ์อาหาร สำหรับบทบาทของเอ็นจีโอ นั่นคือการคุ้มครองผู้บริโภค ดังนั้นการดำเนินการจึงมักรุนแรง และขาดข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน นักประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานวิชาการจึงควรให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง หรือให้ความร่วมมือในการวิเคราะห์อาหารที่มีปัญหา และชี้แนะในสิ่งที่เข้าใจผิดพลาด ในทางตรงกันข้ามถ้าเอ็นจีโอทำถูกต้องครบถ้วนในการคุ้มครองผู้บริโภค ในฐานะหน่วยงานวิชาการก็ควรให้ความร่วมมืออย่างเต็มที่ เช่นกรณีของมูลนิธิเพื่อผู้บริโภค ซึ่งมีบทบาทในการคุ้มครองผู้บริโภค สถาบันวิจัยโภชนาการจะให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลความรู้ด้านอาหารและโภชนาการ ให้ส่วนลดค่าบริการวิเคราะห์อาหารในกรณีที่ต้องการผลวิเคราะห์นั้นๆ ไปเผยแพร่ให้ความรู้แก่ประชาชน การร่วมเป็นกรรมการและเผยแพร่ในการจัดกิจกรรมคัดเลือกผลิตภัณฑ์ยอดเยี่ยมยอดเยี่ยม เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมต่างๆ ข้างต้น นักประชาสัมพันธ์ สถาบันวิจัยโภชนาการ ได้เป็นผู้ช่วยประสานงานในการดำเนินการต่างๆ

## นักประชาสัมพันธ์จะตัดสินใจอย่างไรกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์

สถาบันวิชาการด้านอาหารและโภชนาการ ที่สังกัดหน่วยงานรัฐบาล และมีผลงานเป็นที่ยอมรับ มีภาพลักษณ์ที่ดี หน่วยงานและนักวิชาการมักได้รับการติดต่อจากเอกชนผู้ผลิตผลิตภัณฑ์อาหารในการดำเนินการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เช่น ให้จัดทำหนังสือที่เผยแพร่ความรู้ด้านอาหารและโภชนาการ หรือเขียนบทความเผยแพร่ความรู้ด้านอาหารและโภชนาการ ซึ่งบางรายก็ต้องการให้เขียนเรื่องของผลิตภัณฑ์ บางรายก็ไม่ระบุรายละเอียดชัดเจน เพียงแต่ต้องการใส่ภาพผลิตภัณฑ์ของตนหรือเครื่องหมายการค้าของตน ซึ่งเรื่องเหล่านี้ นักประชาสัมพันธ์บางคนอาจคิดว่าเป็นเรื่องที่ไม่ใช่ภาระหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ เป็นหน้าที่ของผู้บริหาร ซึ่งการคิดเช่นนี้อาจจะถูกต้องและอาจจะไม่ถูกต้อง เพราะหากคิดว่าการเผยแพร่ผ่านสื่อต่างๆ เป็นงาน/หน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ การทำนี้ก็ถือว่าเป็นงานของนักประชาสัมพันธ์ แต่ถ้าคิดว่าผู้ที่ติดต่อมาไม่ใช่สื่อมวลชน ไม่ใช่การเผยแพร่ที่เป็นช่องทางปกติ ก็อาจคิดว่าไม่ใช่หน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ก็ได้ แต่ถ้านักประชาสัมพันธ์คิดว่าตนเองมีหน้าที่รักษาภาพลักษณ์ของหน่วยงาน การกระทำอะไรก็ตามที่อาจก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ไม่ดีต่อหน่วยงาน นักประชาสัมพันธ์ก็ต้องเข้าไปเกี่ยวข้อง เพราะหากภาพลักษณ์เสียไปแล้วการแก้ไขให้กลับคืนมาเป็นเรื่องที่ยากมาก งานลักษณะนี้นักประชาสัมพันธ์ก็ต้องเข้าไปมีส่วนช่วยพิจารณา และเนื่องจากกิจกรรมลักษณะนี้จะมีเพิ่มมากขึ้น เพราะมีผลิตภัณฑ์อาหารใหม่ๆ เข้าสู่ท้องตลาดเพิ่มมากขึ้น ผู้ผลิตจึงต้องการให้มีหน่วยงานด้านวิชาการที่มีภาพลักษณ์ดี เป็นที่เชื่อมั่นของประชาชนมาสนับสนุนผลิตภัณฑ์อาหารของตน และเพื่อให้การพิจารณาในทุกผลิตภัณฑ์และผู้ผลิตเป็นมาตรฐานเดียวกัน มีเหตุผลในการตอบคำถาม สิ่งที่ต้องกระทำคือ การร่างระเบียบกฎเกณฑ์ในการที่จะอนุญาตให้ความร่วมมือกับผู้ผลิตอาหาร ซึ่งการใช้ระเบียบกฎเกณฑ์กติกากลางที่ผ่านการอนุมัติของผู้บริหารและมีการประกาศใช้ในหน่วยงาน ช่วยให้สามารถทำงานในเรื่องนี้ได้ง่าย อีกทั้งนักวิชาการก็ยอมรับและปฏิบัติตามกติกา

กรณีตัวอย่างของงานประชาสัมพันธ์ สถาบันวิจัยโภชนาการ เนื่องจากเป็นหน่วยงานวิชาการภาครัฐที่เป็นที่เชื่อถือของประชาชนทั่วไป จึงมักมีบริษัทที่รับทำประชาสัมพันธ์/โฆษณาติดต่อให้นักวิชาการของสถาบันเขียนบทความหรือเป็นวิทยากร ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับอาหารที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์อาหารของบริษัทลูกค้า โดยที่จะไม่แจ้งให้นักประชาสัมพันธ์ของสถาบันทราบว่าผู้ที่ติดต่อเป็นบริษัทที่รับทำประชาสัมพันธ์/โฆษณา พุดให้เข้าใจว่าเป็นสื่อมวลชน ดังนั้นทุกครั้งที่มีการติดต่อขอวิทยากรไปเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน นักประชาสัมพันธ์จึงต้องซักถามถึงลักษณะสื่อ สอบถามถึงสปอนเซอร์ ถ้ามีสปอนเซอร์คือใคร และอยู่ในช่วงที่วิทยากรเผยแพร่หรือไม่ เป็นต้น ในกรณีที่สปอนเซอร์เป็นอาหารที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่เกี่ยวข้อง วิทยากร ประชาสัมพันธ์สามารถตอบปฏิเสธได้ทันทีโดยไม่ต้องแจ้งวิทยากร นอกจากนี้หากสปอนเซอร์เป็นอาหารที่ไม่มีคุณค่าทางโภชนาการ หรือเป็นสินค้าหรือบริการที่มีภาพลักษณ์ของหน่วยงานไม่ดี ก็สามารถตอบปฏิเสธได้เช่นกัน เหตุผลก็เพื่อภาพลักษณ์ที่ดีของสถาบันนั่นเอง ในการเผยแพร่ข่าว นักประชาสัมพันธ์จึงต้องให้ความสำคัญกับการสัมภาษณ์ผู้ที่มาติดต่อ อย่ารับปากทันทีที่ได้รับการร้องขอ

ในฐานะนักประชาสัมพันธ์ สถาบันวิจัยโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล ได้รับการติดต่อให้ช่วยประสานงานกับนักวิชาการในสถาบันวิจัยโภชนาการ ให้เขียนบทความเผยแพร่ในสื่อต่างๆ โดยผู้ผลิตสินค้ายินดีให้การสนับสนุน แต่ในบทความที่เผยแพร่ นั้น ตีพิมพ์ข้อความว่า “ด้วยความปรารถนาดีจาก...ผลิตภัณฑ์...” ในตอนท้ายของบทความ ทำให้คิดว่าต้องทำอะไรกับปัญหาเหล่านี้ เพราะได้รับการติดต่อในลักษณะนี้บ่อย อีกทั้งนักประชาสัมพันธ์ต้องรักษาภาพลักษณ์ของสถาบันวิจัยโภชนาการ และต้องมีความยุติธรรม ปฏิบัติต่อทุกหน่วยงานเสมอเท่าเทียมกัน ดังนั้นจึงได้ร่างหลักการให้ความร่วมมือกับผู้ผลิตสินค้าหรือบริษัทโฆษณาประชาสัมพันธ์ สถาบันวิจัยโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล เสนอต่อผู้บริหารสถาบันวิจัยโภชนาการ และต่อมาได้รับการอนุมัติให้ประกาศใช้ระเบียบดังกล่าว โดยระเบียบดังกล่าวมีรายละเอียด ดังนี้คือ

๑. การให้ความร่วมมือทุกครั้ง ต้องได้รับอนุมัติจากผู้อำนวยการสถาบันวิจัยโภชนาการ
๒. สินค้าต่างๆ ต้องมีคุณภาพดี มีประโยชน์ต่อสุขภาพจริงตามที่ได้มีการกล่าวอ้าง และสามารถตรวจสอบได้
๓. สื่อที่เผยแพร่ออกไป ต้องอยู่ในรูปของการประชาสัมพันธ์ ไม่ได้มุ่งเน้นโฆษณาสินค้า
๔. ต้องไม่มีภาพผลิตภัณฑ์ หรือชื่อผลิตภัณฑ์ปรากฏอยู่ในสื่อที่เผยแพร่
๕. การประชาสัมพันธ์ต้องไม่ทำในทุกสื่อเป็นแคมเปญ และหากเป็นการเผยแพร่ผ่านสื่อชนิดเดียวกันก็ต้องไม่มีการเผยแพร่อย่างต่อเนื่อง โดยมีการอ้างถึงสถาบัน จนทำให้ประชาชนทั่วไปเข้าใจว่าสถาบัน back up ผลิตภัณฑ์นั้นๆ
๖. การให้ความร่วมมือในการจัดเอกสารรวมเล่ม หนังสือ และสิ่งพิมพ์อื่นๆ มีหลักเกณฑ์ดังนี้
  - เนื้อหา ปกหน้า ปกหลัง รองปกหน้าและรองปกหลัง ต้องไม่มีภาพสินค้าปรากฏอยู่และไม่มีโลโก้หรือข้อความใดๆ ที่โฆษณาสินค้านั้นๆ
  - โลโก้บริษัทฯ สามารถพิมพ์ได้เฉพาะปกหลัง และต้องมีขนาดที่ใหญ่เกินไป
  - บริษัทฯ ที่ได้รับอนุญาตให้จัดพิมพ์ ต้องไม่แก้ไขหรือตัดทอนข้อความใดๆ โดยที่ผู้เขียนเจ้าของเรื่องไม่ทราบ หรือไม่อนุญาต
  - บริษัทฯ ที่ได้รับอนุญาตให้จัดพิมพ์ ต้องส่งต้นฉบับ (ปรู๊ฟสุดท้าย) ให้ทางสถาบันตรวจสอบก่อนดำเนินการจัดพิมพ์
  - เมื่อบริษัทฯ ได้จัดพิมพ์หนังสือแล้วเสร็จ ต้องส่งหนังสือดังกล่าวให้สถาบัน และผู้เขียนด้วย (ระบุจำนวนเล่มหรือเปอร์เซ็นต์จำนวนเล่มที่พิมพ์)
  - ต้องไม่นำสื่อสิ่งพิมพ์ดังกล่าวข้างต้นแจกจ่ายพร้อมผลิตภัณฑ์หรือ ณ จุดขาย

จากการออกระเบียบกฎเกณฑ์ดังกล่าว ทำให้ภาระในเรื่องนี้ของสถาบันวิจัยโภชนาการ และงานประชาสัมพันธ์ลดลงอย่างมาก เพราะเมื่อมีผู้มาติดต่อในเรื่องดังกล่าว ก็จะแจ้งว่าสถาบันวิจัย

โฆษณาการมีระเบียบ กฎเกณฑ์ กติกา พร้อมทั้งส่งระเบียบนี้ให้พิจารณา ซึ่งส่วนใหญ่ผู้ผลิตจะเป็นผู้ปฏิบัติเอง เพราะหากปฏิบัติตามระเบียบดังกล่าวก็ไม่เอื้อต่อการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหาร เป็นต้น

นอกจากการได้รับการติดต่อจากผู้ผลิตสินค้าแล้ว ยังมีอีกกรณีหนึ่งที่นักผู้ที่เป็นประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานมักประสบนั้นคือ การได้รับการติดต่อจากสำนักพิมพ์หรือบริษัทที่มีธุรกิจเกี่ยวกับการพิมพ์ ที่ติดต่อกับหน่วยงานเพื่อจัดทำหนังสือแนะนำหน่วยงานหรือหนังสือวิชาการ โดยที่หน่วยงานไม่ต้องจ่ายเงินหรือจ่ายค่าตอบแทนใดๆ เป็นค่าจัดพิมพ์หนังสือเลย สำนักพิมพ์หรือบริษัทที่ติดต่อจะเป็นผู้รับผิดชอบ หน่วยงานเพียงแต่เป็นผู้จัดเตรียมเนื้อหาหรือภาพประกอบให้เท่านั้น และหนังสือที่จัดพิมพ์เสร็จแล้ว สำนักพิมพ์หรือบริษัทจะมอบให้หน่วยงานส่วนหนึ่งและอีกส่วนหนึ่งจะจัดส่งไปให้หน่วยงานอื่นๆ ที่หน่วยงานที่อนุญาตให้พิมพ์หนังสือเป็นผู้แนะนำ แต่เมื่อมีการทำสัญญาตกลงพิมพ์หนังสือแล้ว สำนักพิมพ์หรือบริษัทจะร่างหนังสือมาให้ผู้อำนวยการหรือหัวหน้าของหน่วยงานลงนามเพื่อแจกจ่ายไปให้หน่วยงานอื่นๆ (ส่วนใหญ่เป็นหน่วยงานเอกชน) ที่หน่วยงานของเราติดต่อเพื่อขอการสนับสนุน

ในกรณีนี้ เมื่อนักประชาสัมพันธ์ได้รับเรื่องดังกล่าว จึงควรสอบถามรายละเอียดและขั้นตอนการดำเนินงาน เพื่อนำเสนอให้ผู้บริหารตัดสินใจ และอาจเสนอถึงผลดีผลเสียของการดำเนินการดังกล่าวในมุมมองของนักประชาสัมพันธ์ประกอบการพิจารณา ซึ่งในกรณีดังกล่าวนี้ ผู้เขียนในฐานะนักประชาสัมพันธ์ สถาบันวิจัยโฆษณาการ ได้สรุปรายละเอียดของการดำเนินการขั้นตอนในการทำงานของสำนักพิมพ์หรือบริษัทเมื่อตกลงอนุญาตให้จัดทำหนังสือ พร้อมทั้งให้ข้อมูลว่า ผู้บริหารต้องลงนามในหนังสือเพื่อขอรับการสนับสนุนด้วย อีกทั้งเป็นการยากที่จะทราบว่สำนักพิมพ์หรือบริษัทได้รับการสนับสนุนเท่าไร และใช้ในการทำหนังสือจริงเท่าไร อีกทั้งคุณภาพของหนังสือสถาบันก็ไม่สามารถควบคุมได้ เคยมีกรณีตัวอย่างของหน่วยงานหนึ่งซึ่งเป็นหน่วยงานระดับกรม ได้อนุญาตให้บริษัทแห่งหนึ่งจัดพิมพ์หนังสือในวาระครบรอบของการก่อตั้ง โดยยินดีเซ็นด์หนังสือขอรับการสนับสนุนให้บริษัทนำไปขอสปอนเซอร์ ปรากฏว่าเมื่อหนังสือเสร็จ คุณภาพหนังสือไม่เป็นไปตามที่ตกลงไว้ อีกทั้งสอบถามไปยังหลายหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนก็ไม่ได้รับหนังสือดังกล่าว ดังนั้นกรณีเช่นนี้หากผู้บริหารหน่วยงานต้องการจัดพิมพ์หนังสือ หากไม่มีงบประมาณเอง การติดต่อผ่านบริษัทลักษณะนี้ควรต้องมีการทำหนังสือสัญญาให้เคร่งครัดและรอบคอบ หรือควรพิจารณาเลือกบริษัทหรือสำนักพิมพ์ที่ไว้ใจได้ โดยพิจารณาจากประวัติการทำงานของหน่วยงานนั้นๆ หรืออาจเลือกใช้บริการของหนังสือพิมพ์ฉบับต่างๆ ที่วางจำหน่ายในท้องตลาด โดยตีพิมพ์ออกมาในรูปแบบของsupplement คือเป็นหนังสือพิมพ์อีกฉบับที่แทรกในหนังสือเล่มเดิม

ตัวอย่างหนังสือที่ส่งมาติดต่อเพื่อขออนุญาตจัดพิมพ์ มีลักษณะดังต่อไปนี้

15/11/2547

10 มีนาคม 2547

|                     |          |
|---------------------|----------|
| สถาบันวิจัยโภชนาการ |          |
| เลขที่รับ.....      | .....    |
| วันที่.....         | ๑๑ ๔๗    |
| เวลา.....           | 16.10 ๙5 |

เรื่อง ขออนุญาตจัดพิมพ์หนังสือ

1. สารานุกรมอาหารและโภชนาการ : เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชน
2. วารสารสถาบันวิจัยโภชนาการ

เรียน รศ.ดร.น.พ. น.ส. น.ส. น.ส.

ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล

ด้วย สำนักพิมพ์ ..... ในเครือ หนังสือ ..... ซึ่งดำเนินธุรกิจ รับทำเพลทแยกสี ยิงฟิล์ม ด้วยระบบ Macintosh & Pc รับพิมพ์หนังสือและสิ่งพิมพ์ทุกชนิดด้วยแท่นพิมพ์ระบบออฟเซทสีสี่ อันทันสมัย และผลิตหนังสือในโอกาสสำคัญๆ ให้กับหน่วยงานและองค์กรต่างๆ โดยเป็นผู้รับผิดชอบบริหารการตลาดและโฆษณา ด้วยทีมงานมืออาชีพ บนหลักการและข้อตกลงที่ได้รับความไว้วางใจมากกว่า 15 ปี

สำนักพิมพ์ ..... ได้เล็งเห็นความสำคัญของ สถาบันวิจัยโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล ที่เป็นสถาบันวิชาการแห่งชาติด้านอาหารและโภชนาการ เพื่อทำหน้าที่สนับสนุนทางวิชาการ เสนอแนะในการผลักดันนโยบาย ส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัย การศึกษาและการฝึกอบรม เพื่อให้เกิดผลในการแก้ไขปัญหาโภชนาการของคนไทย

ที่ผ่านมาสถาบันวิจัยโภชนาการได้ทำหน้าที่เป็นอย่างดีในการบริการทางวิชาการ ส่งเสริมสนับสนุนการวิจัย ฯ และเผยแพร่ความรู้สู่ประชาชน แต่เป็นที่ทราบกันดีว่า หน่วยงานในองค์กรของรัฐส่วนใหญ่ ขาดงบประมาณและบุคลากร ในการจัดทำหนังสือและสิ่งพิมพ์ เพื่อเผยแพร่ ข่าวสาร กิจกรรม ผลงานวิชาการ และองค์ความรู้ต่างๆ ไปสู่สาธารณชน หรือบางครั้งจำนวนพิมพ์และการกระจายเผยแพร่มีปริมาณไม่มากพอ ทำให้องค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์เหล่านั้นอยู่ในวงจำกัด

สำนักพิมพ์ ..... เห็นว่าสถาบันวิจัยโภชนาการ มีศักยภาพเพียงพอที่ สำนักพิมพ์ ..... จะเข้าร่วมกับสถาบันฯ ในการจัดทำหนังสือสารานุกรมอาหารและโภชนาการเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชน และวารสารสถาบันวิจัยโภชนาการ โดยอาศัยจุดแข็งของสำนักพิมพ์ ที่มีธุรกิจด้านสิ่งพิมพ์ครบวงจรและทีมงานการตลาดที่มีประสบการณ์ และจุดเด่นของสถาบันฯที่เป็นศูนย์ทรัพยากรปัญญาเป็นที่รวบรวมบุคลากรในหลายสาขาวิชาเข้าด้วยกัน มีบทบาทสำคัญในการแก้ไขปัญหาโภชนาการ มีส่วนร่วมเสนอแนะ

//นโยบายด้าน โภชนาการ...

เลขาฯ-กลุ่มวิจัย โภชนาการ  
22 มี.ค. 47

70/66 หมู่ 5 ซอยเทศบาลนครฯ 17 ซอยเทศบาลนครฯ แขวงบางลำภูล่าง เขตบางลำภูล่าง กรุงเทพมหานคร 10160 โทร. 0 2060 6551 4 โภชนาการ 0 2060 6551



//มีส่วนร่วมเสนอแนะ...

นโยบายด้านโภชนาการของประเทศ มีมาตรฐานทางวิชาการ และงานวิจัยที่เชื่อถือได้ เป็นที่ยกย่องและยอมรับ ในระดับบุคคลและองค์กร ทั้งในและต่างประเทศ

สำนักพิมพ์ ... หวังเป็นอย่างยิ่งว่าสถาบันวิจัยโภชนาการ จะมีความคิดเห็นและนโยบายตรงกันในหลักการและแนวทางการดำเนินงาน และร่วมกับสำนักพิมพ์จัดทำหนังสือดังกล่าว อันจะเป็นประโยชน์กับสำนักพิมพ์ สถาบันฯ สังคมและประเทศชาติสืบไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

① เรียม ผู้อำนวยการสหภาพ (นางอ.วิมลศรี)  
- ให้อำนาจให้ทาง

ขอแสดงความนับถือ

② ไม่เห็นด้วยกับแผน  
...  
11 มีค 47

(นาง ...)  
หัวหน้ากองบรรณาธิการ

③ ...  
11 มีค 47

④ เรียม ผู้อำนวยการ  
ได้ขอความเห็นเรื่อง ...  
...  
17 มีค 47

⑤ ...  
19 มีค 47

## สรุป

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ทั้งในสถาบันวิชาการและหน่วยงานอื่นๆ นอกจากการนำเสนอแต่เรื่องที่เป็นความจริง มีความรู้ความเข้าใจทฤษฎีด้านการประชาสัมพันธ์ เข้าใจและรู้จักองค์กร มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีแล้ว บุคลิกลักษณะของนักประชาสัมพันธ์จะเป็นสิ่งที่ช่วยสนับสนุนให้การดำเนินงานสัมฤทธิ์ผล เช่น การแต่งกายที่สุภาพถูกต้องกาลเทศะในทุกวันทำงาน มีการวางตัวที่เหมาะสม ตัวอย่างเช่นเมื่องานประชาสัมพันธ์ได้กำหนดการรณรงค์เรื่องการแต่งกายด้วยผ้าไทยทุกวันพฤหัสบดี ไว้ในแผนงานทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมซึ่งเป็นโครงการหนึ่งในงานประชาสัมพันธ์ภายในหน่วยงาน และเป็นกิจกรรมที่กระทรวงวัฒนธรรมฯ ขอความร่วมมือ ดังนั้นนักประชาสัมพันธ์ซึ่งได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้บุคลากรและนักศึกษาของหน่วยงานแต่งกายด้วยผ้าไทยทุกวันพฤหัสบดี ก็ควรจะแต่งกายด้วยผ้าไทยทุกวันพฤหัสบดีด้วย เป็นต้น

นอกจากเรื่องต่างๆ ข้างต้นแล้ว สิ่งสำคัญอื่นๆ ที่จะช่วยให้นักประชาสัมพันธ์ทำงานได้คล่องตัว คือ ทำเนียบสื่อมวลชนที่มีความเป็นปัจจุบัน ทำเนียบเครือข่ายประชาสัมพันธ์ ตลอดจนรายชื่อหมายเลขโทรศัพท์ และemail address ของบุคลากรในหน่วยงานของเรา โดยเอกสารต่างๆ ต้องจัดเก็บให้เป็นระบบอยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งาน และอาจมีรายละเอียดอื่นๆ เพิ่ม เช่น ผู้สื่อข่าวท่านนี้ในช่วงเวลานั้นเวลานี้ไม่สะดวกที่จะให้ติดต่อ หรือควรติดต่อช่วงเวลาใด เป็นต้น

ห้องทำงานของนักประชาสัมพันธ์ นอกจากมีโต๊ะทำงานและอุปกรณ์ต่างๆ ประเภทคอมพิวเตอร์ เครื่องรับ-ส่งแฟกซ์ พรินเตอร์ สแกนเนอร์ แล้ว ควรมีชุดรับแขกสำหรับต้อนรับสื่อมวลชนที่มาทำข่าวที่หน่วยงาน ทั้งนี้เพื่อความสะดวกในการต้อนรับสื่อมวลชน ซึ่งบางครั้งชุดรับแขกนี้ยังใช้เป็นที่ต้อนรับประชาชนทั่วไปที่มาติดต่อหน่วยงานอีกด้วย

สิ่งที่สำคัญที่สุดและขาดไม่ได้ ที่จะช่วยให้งานประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพที่สุดก็คือ “นักประชาสัมพันธ์” ที่มีใจรักในงานประชาสัมพันธ์ มีความขยัน อดทน และพยายามพัฒนางานประชาสัมพันธ์อยู่ตลอดเวลาตนเอง