



NPRU

Nakhon Pathom
Rajabhat University

วิชาสื่อมวลชนสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์
Strategic Mass Media Relations

ผู้ช่วยศาสตราจารย์
ดร.กฤติยา รุจิโชค



NPRU
Nakhon Pathom
Rajabhat University

สื่อมวลชนสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ (Press Relations Strategy)

ความหมาย “สื่อมวลชนสัมพันธ์”

สื่อมวลชนสัมพันธ์ เป็นวิธีการสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน เพื่อจะอาศัยสื่อมวลชนเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่หรือกระจายข่าวสารของสถาบันธุรกิจ ไปสู่ประชาชน โดยที่สถาบันธุรกิจนั้นไม่ต้องจ่ายเงินค่าเวลาได้ทางวิทยุหรือซื้อเนื้อที่โฆษณาในหน้าหนังสือพิมพ์ เพราะถ้าต้องจ่ายเงินค่าเวลาหรือเนื้อที่ดังกล่าวแล้วก็จะกลายเป็นโฆษณาไปทันที ฉะนั้นนักประชาสัมพันธ์ของสถาบันธุรกิจจะต้องคอยบริการ อำนวยความสะดวกให้แก่สื่อมวลชนต่าง ๆ ในการจัดส่งข่าวสารนั้น ๆ ไปให้ เป็นการถ้อยที่ถ้อยอาศัยกันอยู่ในตัว หรือบางครั้งก็อาจจะต้องเชิญสื่อมวลชนมาทำข่าวนั้นๆ ด้วย เป็นต้น



ความสำคัญของสื่อมวลชน สัมพันธ์ต่องานประชาสัมพันธ์

ความสำคัญของสื่อมวลชนสัมพันธ์ต่องานประชาสัมพันธ์

สร้างความสัมพันธ์อันดีกับบรรดาสื่อมวลชนต่างๆ เช่น นักข่าว นักหนังสือพิมพ์ เป็นต้น สถาบันย่อมจะต้องพึงพบบรรดาสื่อมวลชนเหล่านี้ เพื่อเป็นสื่อในการเผยแพร่ข่าวสารขององค์การไปสู่ประชาชนในขอบเขตที่กว้างขวาง ฉะนั้นในการนำเสนอข่าวสารข้อมูลต่างๆ ที่ถูกต้องไปสู่ประชาชน สื่อมวลชนจึงเป็นเครื่องมือหรือสื่อที่สามารถเข้าถึงประชาชนได้ดี

การที่มีข่าวแจกเข้ามาวันละมากๆ นั้น ผู้สื่อข่าวมักจะเลือกข่าวที่น่าสนใจ เป็นข่าวที่เขียนจากความเป็นจริง ตรงไปตรงมา ไม่ปิดบังซ่อนเร้น เพื่อความสะดวก รวดเร็วในการนำมาตีพิมพ์ นอกจากนี้ก็ควรมีแหล่งที่มาของข่าว ชื่อ ที่อยู่และเบอร์โทรศัพท์ของผู้ส่งข่าว เพื่อให้ผู้สื่อข่าวติดต่อกลับไปได้ หากมีข้อสงสัยหรือต้องการตรวจเช็คข่าว หรือขอรายละเอียดเพิ่มเติม



หลักการในงานสื่อมวลชนสัมพันธ์

1. ศึกษาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์
2. ให้ข่าวสารด้านต่าง ๆ แก่หนังสือพิมพ์ เป็นวิธีการติดต่อ เขียนข่าว ส่งข่าวให้สื่อมวลชน ความเจริญก้าวหน้าของสถาบันธุรกิจ เพื่อให้หนังสือพิมพ์ไปตีพิมพ์เผยแพร่ให้ประชาชนเกิดความสนใจ ความเข้าใจ
3. อำนวยความสะดวกแก่สื่อมวลชนที่มาติดต่อ
4. สร้างความสัมพันธ์และความสนิทสนมกับสื่อมวลชน ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นมากของงานด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์ ใช้วิธีจัดเลี้ยงหรือพบปะสังสรรค์กับสื่อมวลชนเป็นครั้งคราว
5. การตัดข่าว บทความ และบทความสารคดี (Clipping File) เป็นการติดตามผลของการดำเนินงานด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์ เรื่องราวข่าวสารที่แจกไป หรือแกลงไป หรือส่งไปนั้น ได้รับการตีพิมพ์บ้างหรือไม่ มากน้อยเพียงใด



กิจกรรมและแนวทางการสร้างความสัมพันธ์ กับสื่อมวลชนและหน่วยงานประชาสัมพันธ์

เครื่องมือและสื่อที่ใช้ในการสร้างกิจกรรมประชาสัมพันธ์

ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์การสถาบัน หรือหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง สิ่งสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องกระทำก็คือ การบอกกล่าวชี้แจงให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจ ในหน่วยงานหรือองค์การสถาบันอย่างถูกต้องถ่องแท้

การประชาสัมพันธ์จึงต้องอาศัยการเผยแพร่หรือการกระจายข่าวสาร เรื่องราว เกี่ยวกับ นโยบาย วัตถุประสงค์ กิจกรรม ผลงานและการดำเนินงานของหน่วยงานองค์การสถาบัน ตลอดจน เรื่องราวความรู้อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์การสถาบันให้ประชาชนกลุ่มต่าง ๆ ได้ทราบและเข้าใจ เพื่อ สร้างความนิยม ศรัทธา และเรียกร้องความร่วมมือสนับสนุนจากกลุ่มประชาชน



การจัดกิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์

ประเภทของเครื่องมือและสื่อที่ใช้ในการดำเนินงานกิจกรรมสื่อมวลชน ประชาสัมพันธ์

เครื่องมือและสื่อที่ใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้นมีอยู่หลายประเภทด้วยกัน เช่น สื่อบุคคล (Personal media) คำพูด (Spoken words) ส่วนสื่อมวลชน (Mass media) ก็คือ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ นอกจากนี้ยังมีสื่ออื่น ๆ อีก ได้แก่ สิ่งพิมพ์ เอกสาร (Printed media) วารสาร นิตยสาร ภาพนิ่ง फिल्मสคริป จดหมายข่าว โปสเตอร์และป้ายประกาศ การโฆษณาสถาบัน หรือการโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ และการจัดเหตุการณ์พิเศษต่าง ๆ (Special Events) เป็นต้น



NPRU
Nakhon Pathom
Rajabhat University

เหตุการณ์พิเศษ (Special event)

ถือเป็นกิจกรรมทางการประชาสัมพันธ์ซึ่งใช้เป็นสื่อ หรือเครื่องมือในด้านการประชาสัมพันธ์ (The tool of PR) อีกประเภทหนึ่งนอกเหนือจากเครื่องมือสื่อสารอื่นๆ ที่เรานำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นเครื่องมือสื่อสารทางด้านอิเล็กทรอนิกส์ อาทิเช่น วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น หรือสิ่งที่เป็นสิ่งพิมพ์ต่างๆ Printed media เช่น จุลสาร จดหมายข่าว แผ่นพับและแผ่นปลิว เป็นต้น



เหตุการณ์พิเศษ (Special event)

ประเภทของกิจกรรม

1. การจัดวันและสัปดาห์พิเศษ (Special Day and Weeks)
2. การจัดแสดงและนิทรรศการ (Display and Exhibits)
3. การพบปะและการประชุม (Meeting and Conferences)
4. การจัดงานวันครบรอบปี (Anniversaries)
5. การให้รางวัลพิเศษ (Special Awards)
6. การเปิดให้เยี่ยมชมหน่วยงานสถาบัน (Open House)



เหตุการณ์พิเศษ (Special event)

ประเภทของกิจกรรม

7. การจัดงานประกวด (Contest)
8. การจัดขบวนแห่ (Parades and Pageants)
9. การอุปถัมภ์งานของชุมชน (Sponsored Community Events)
10. การให้ความสนับสนุนแก่องค์การต่างๆ (Sponsored Organization)
11. สัญลักษณ์ทางด้านการประชาสัมพันธ์ (Public Relations Personalities)
12. การจัดงานฉลอง (Dedications)



กิจกรรมประชาสัมพันธ์เมื่อเริ่มงาน

1. การออกวารสาร ข่าวสาร หนังสือ เพื่อเสนอข่าวสารที่น่าสนใจ ความเคลื่อนไหวของหน่วยงาน
2. การถ่ายภาพและทำข่าว สำหรับส่งไปยังสื่อมวลชน
3. การจัดทำรายการส่งเสียงตามสาย ภายในหน่วยงานเพื่อเสนอข่าวสารเพลง รายการประชุม สัมมนา วิชาความรู้ สารคดี ให้คนในหน่วยงานฟัง
4. การจัดทำรายการทางวิทยุเพื่อประชาชนทั่วไป
5. การจัดทำป้ายประกาศใหญ่ เพื่อให้คนในหน่วยงานทราบว่า วันนี้หรือสัปดาห์นี้ จะมีอะไรบ้าง เกิดขึ้นในหน่วยงานเช่น การประชุม สัมมนา
6. การจัดทำรายการกิจกรรม เช่น ปาฐกถา การสัมมนา การบรรยาย การแข่งขันกีฬาหรือกิจกรรม ร่วมกันทางสังคม ศาสนา วัฒนธรรม



วิธีการให้ข่าวสารแก่สื่อมวลชน

ในการส่งข่าวให้ผู้สื่อข่าวมีหลักการ ดังนี้

1. ใช้กระดาษหัวจดหมายที่ระบุชื่อหน่วยงานของผู้สื่อข่าว รวมทั้งหมายเลขโทรศัพท์ เพื่อให้ผู้รับข่าว ติดต่อสอบถามกลับมาได้
2. ควรมีวันที่ที่ส่งข่าว และจุดประสงค์ของการออกข่าว
3. ข่าวที่เขียนส่งไปต้องสั้น แต่มีเนื้อหาสมบูรณ์ เชื่อถือได้ เข้าใจง่าย
4. เป็นข่าวที่มีประโยชน์ต่อชุมชน ไม่ใช่ข่าวส่วนตัวจนเกินไป
5. ถือหลักการเขียนข่าว “ควรทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร อย่างไร และทำไม” ในการเขียนข่าวเสมอ



วิธีการให้ข่าวสารแก่สื่อมวลชน

6. ข่าวที่จัดส่งต้องพิมพ์ดีดอย่างเรียบร้อย สวยงาม และมีระเบียบ
7. การจัดส่งข่าว (Release) จะจัดส่งอย่างมีประสิทธิภาพคือ ต้องมีรายชื่อ นามสกุล ที่ถูกต้องของผู้สื่อข่าว รวมทั้งรายละเอียดเรื่องที่อยู่ สถานที่ทำงาน ตำแหน่งของผู้สื่อข่าว ฝ่ายต่างๆ การจำหน่ายซอง ต้องดูตัวสะกดให้ถูกต้อง และควรจัดส่งให้ทันก่อนเวลาปิดข่าว
8. การส่งข่าวยังอาจใช้วิธีการส่งข่าวทางโทรศัพท์ นำไปให้ด้วยตนเอง หรือส่งทางไปรษณีย์ ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับลักษณะของข่าวว่ามีความสำคัญมากน้อยเพียงไร



วิธีการให้ข่าวสารแก่สื่อมวลชน

1. ภาพข่าว (News Photographs) คือ ภาพประกอบข่าวแจก เพื่อให้หนังสือพิมพ์ ตีพิมพ์ภาพ ภาพดังกล่าวควรมีคำอธิบาย (Caption) ซึ่งมีรายละเอียดว่าเป็นใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร อย่างไร ทำไม โดยพิมพ์ด้วยกระดาษต่างหาก และติดไว้ที่ใต้ภาพ ไม่ควรใช้วิธีการเขียนด้วยปากกาหรือดินสอที่หลังภาพเป็นอันขาด นอกจากนี้ภาพข่าว ควรเป็นภาพที่มีเนื้อหา มีชีวิตชีวา ชัดเจน และสามารถบอกเรื่องราว (The picture tells story) ให้ผู้ดูรู้เรื่อง และเข้าใจได้ชัดเจน



วิธีการให้ข่าวสารแก่สื่อมวลชน

2. บทความและสารคดี (Features) การจัดทำบทความและสารคดีส่งให้แก่

หนังสือพิมพ์ต้องคำนึงถึงหลักสำคัญหลายประการ คือ ความสนใจของคนทั่วไป ความสนใจ
ขอบรรณาธิการ หนังสือพิมพ์แต่ละฉบับ แนวนโยบายของหนังสือพิมพ์นั้น ๆ ว่านิยม
บทความและสารคดีประเภทไหน แต่ละเรื่องควรมีความยาวเท่าใด ภาพประกอบก็ภาพและ
สำนวนลีลาการเขียนแบบใด จึงจะเป็นที่นิยมของหนังสือพิมพ์ฉบับนั้น ๆ และเขียนส่งให้
หนังสือพิมพ์เฉพาะเรื่องละฉบับเดียว ไม่แจกให้หนังสือพิมพ์อื่นๆ ซ้ำกัน เหมือนข่าวแจก



การให้ข่าวแก่สื่อมวลชน

1. เอกสารข่าวแจก (News Release)
2. แพ้มคู่มือสำหรับแจกให้หนังสือพิมพ์ (Press Kits)
3. การให้สัมภาษณ์แก่นักข่าวหรือมวลชน (Press Interviews)
4. การรายการปฐมทัศน์แก่หนังสือพิมพ์ (Press Previews)
5. การจัดให้มีการร่วมรับประทานอาหารระหว่างฝ่ายจัดการกับสื่อมวลชน (Press Management Luncheons)



การให้ข่าวแก่สื่อมวลชน

6. การจัดหาสื่อมวลชนชมกิจการ (Press Visits or Press Tours)

การจัดหาสื่อมวลชนชมกิจการนี้มีขั้นตอนในการดำเนินงานดังนี้ คือ

- 6.1 การติดต่อเชิญสื่อมวลชน เป็นรายบุคคลหรือเป็นคณะ พร้อมระบุวัน เวลา และสถานที่แน่นอน
- 6.2 จัดทำกำหนดการและรายละเอียดการชมกิจการ แบบสั้นๆ พร้อมชื่อเจ้าหน้าที่ที่จะเป็นผู้นำชมกิจการ
- 6.3 เตรียมเอกสารสิ่งพิมพ์ แจกแก่ผู้เข้าชม
- 6.4 อำนวยความสะดวก ด้านยานพาหนะ ขณะเดินทางไปชม หรือบริการส่งกลับ
- 6.5 มอบของที่ระลึก ของชำร่วยสำหรับผู้เข้าชม เช่น สมุดโน้ต ปากกา ฯลฯ เพื่อความประทับใจ หรือเตือนความจำในการชมกิจการครั้งนี้
- 6.6 ติดตามอำนวยความสะดวก ภายหลังการชมกิจการแล้ว เช่น การจัดหาคำตอบในรายละเอียด หรือเอกสารต่าง ๆ รวมถึงรูปถ่ายของคณะผู้เข้าชมโดยส่งตามไปให้ภายหลัง



การให้ข่าวแก่สื่อมวลชน

7. การจัดเลี้ยงแถลงข่าว (Press Conference) เป็นการจัดประชุมแถลงข่าวแก่สื่อมวลชนในกรณีที่มีข่าวสำคัญหรือมีเหตุการณ์เรื่องราวที่สำคัญเกิดขึ้นรวมทั้งข่าวที่น่าสนใจที่ควรเผยแพร่เป็นพิเศษ จึงมักมีการจัดแถลงข่าวขึ้นเป็นครั้งคราว

ขั้นตอนในการจัดเลี้ยงแถลงข่าว มีดังนี้

7.1 กำหนดหัวเรื่อง วันเวลา สถานที่ ตามความเหมาะสม พร้อมกับแจ้งให้ทราบว่าจะแถลงข่าวเรื่องอะไร ใครเป็นผู้จัด จัดขึ้นที่ไหน วันเวลาใด

7.2 จัดเตรียมสถานที่ อุปกรณ์ และเครื่องมือที่จะใช้ในการแถลงข่าว นับตั้งแต่เตรียมที่นั่ง แผนภูมิ กำหนดตัวบุคคล อาหาร เครื่องดื่ม

7.3 จัดเตรียมเอกสารข่าวแจก แฟ้มข่าว และสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์อื่น ซึ่งจะมีรายละเอียดที่สำคัญเกี่ยวกับงานแถลงข่าวในวันนั้นมอบให้สื่อมวลชน เพื่อใช้ประกอบในการฟังคำแถลงข่าว และนำกลับไปเลือกใช้ในการตีพิมพ์เผยแพร่ได้ด้วย



การให้ข่าวแก่สื่อมวลชน

- 7.4 เชิญสื่อมวลชน โดยการส่งจดหมาย บัตรเชิญไปให้ล่วงหน้า หลาย ๆ วันและโทรศัพท์ไปยืนยันอีกครั้งก่อนวันงาน 1 –2 วัน เพื่อป้องกันไม่ให้นักข่าวลืม
- 7.5 การเตรียมการต้อนรับ จะต้องมีเจ้าหน้าที่ให้การต้อนรับนักข่าวและสื่อมวลชนต่าง ๆ อยู่หน้างาน พร้อมกับมอบแฟ้มข่าว เอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ และของที่ระลึก หรืออาจมีสมุดเซ็นเยี่ยม สมุดลงทะเบียนอยู่ที่ฝ่ายต้อนรับ
- 7.6 การแถลงข่าวและให้สัมภาษณ์ อาจประกอบด้วยบุคคลหลายคนจากหลายฝ่ายเข้าร่วมในการแถลงข่าวครั้งนี้ แต่ก็ต้องเป็นผู้ที่สามารถให้ข่าวสาร ข้อเท็จจริง ให้ความเห็นแก่นักข่าวได้อย่างเต็มที่ และต้องเตรียมข้อมูลสำคัญตอบคำถามที่คาดว่าจะถูกซักถามไว้ให้ดี
- 7.7 ติดตามผลจากข่าว ในหนังสือพิมพ์ และนิตยสารต่าง ๆ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและตัดข่าวประชาสัมพันธ์เหล่านั้นไว้ เพื่อเสนอเป็นผลงานและการประเมินการแถลงข่าวครั้งต่อไป



แบบฝึกหัดท้ายบทที่ 1

- 1. ให้นักศึกษาอธิบายความหมายของสื่อมวลชนสัมพันธ์
- 2. สื่อมวลชนสัมพันธ์มีความสำคัญต่องานประชาสัมพันธ์อย่างไร
- 3. หลักการในงานสื่อมวลชนสัมพันธ์มีอย่างไร
- 4. กิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์มีผลต่อการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับหน่วยงานประชาสัมพันธ์อย่างไร
- 5. กิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์มีอะไรบ้าง
- 6. การพาสื่อมวลชนเยี่ยมชมกิจการในองค์กรที่สื่อต้องการเป็นกิจกรรมที่สานสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับประชาสัมพันธ์อย่างไร
- 7. หน่วยงานประชาสัมพันธ์ต้องการจัดงานเลี้ยงเพื่อแถลงข่าวเพื่ออะไร
- 8. การให้ข่าวแก่สื่อมวลชนทำได้ด้วยวิธีการใดบ้าง
- 9. หลักการในการส่งข่าวมีแบบฟอร์มอย่างไร
- 10. การจัดส่งข่าวอย่างมีประสิทธิภาพควรทำอย่างไร



**NAKHON PATHOM
RAJABHAT UNIVERSITY**