



NPRU

Nakhon Pathom
Rajabhat University

วิชาสื่อมวลชนสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ Strategic Mass Media Relations

ผู้ช่วยศาสตราจารย์
ดร.กฤติยา รุจิโชค





NPRU
Nakhon Pathom
Rajabhat University

บทที่ 4

กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์
และกิจกรรมระหว่าง
ผู้ปฏิบัติงานด้าน
การประชาสัมพันธ์กับ
สื่อมวลชน





NPRU
Nakhon Pathom
Rajabhat University

กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน

1. สื่อมวลชนถือเป็นกลุ่มเป้าหมายกลุ่มหนึ่งในการประชาสัมพันธ์ซึ่งมีผลต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวในการดำเนินงาน
2. สื่อมวลชนเป็นสื่อกลางระหว่างองค์กรกับกลุ่มประชาชนเป้าหมายกลุ่มอื่นๆ ในสังคม และยังปฏิบัติหน้าที่เหมือน “นายทหารข่าวสาร”
3. สื่อมวลชนเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งซึ่งส่งผลต่อการก่อตัวของประชาคมติ



ที่มา : http://www.elfms.ssru.ac.th/rewadee_wa/file.php/1/Document_Mass_Media_Relations_1-2562/Ch3_principle_of_media_relations.pdf



NPRU
Nakhon Pathom
Rajabhat University

การสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน



นักประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชนโดยอาศัยหลักการ คือ

1. การเริ่มต้นสร้างความสัมพันธ์ส่วนบุคคล

นักประชาสัมพันธ์สามารถเริ่มต้นสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกันได้ 2 ลักษณะ

การสร้างความสัมพันธ์ หรือการติดต่อกับสื่อมวลชนโดยตรง ด้วยการแนะนำตนเองกับสื่อมวลชน นักประชาสัมพันธ์มักใช้การโทรศัพท์ติดต่อกับสื่อมวลชนที่ต้องร่วมงานด้วยเพื่อแนะนำตนเอง การนัดกับสื่อมวลชนเพื่อรับประทานอาหารหรือกาแฟและใช้โอกาสในการแนะนำตนเอง หรือการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ถึงสื่อมวลชนด้วยตนเองเพื่อให้มีโอกาสนำเสนอข่าวเพื่อทำความรู้จักกับสื่อมวลชน และเพื่อพูดคุยแลกเปลี่ยนทรรศนะในการปฏิบัติงานร่วมกัน

ที่มา :

http://www.elfms.ssru.ac.th/rewadee_wa/file.php/1/Document_Mass_Media_Relations_1-2562/Ch3_principle_of_media_relations.pdf



การรักษาความสัมพันธ์

2. การธำรงรักษาความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกันให้ยืนยาว

การสร้างการเชื่อถือและความไว้วางใจระหว่างกัน

1. อย่าใช้ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน เป็นเพียงหนทางในการเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อมวลชนไปยังกลุ่มประชาชนเป้าหมายเท่านั้น
2. อย่าทำลายความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน ด้วยการคิดเพียงว่า สื่อมวลชนต้องทำตามที่นักประชาสัมพันธ์ต้องการทุกอย่างเสมอไป
3. อย่าตอบแทนความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน ด้วยการให้ของขวัญที่มีมูลค่าสูงแก่สื่อมวลชน โดยปราศจากวาระและโอกาสอันควร อาจเป็นเหตุให้สื่อมวลชน เกิดความรู้สึกว่าผู้ให้มีเจตนาแอบแฝงหรือให้เพื่อหวังสิ่งตอบแทน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน
4. พึงระลึกไว้เสมอว่าสิ่งที่ทำลายสัมพันธ์ภาพที่ดีระหว่างกันอย่าง รุนแรงคือ “การละเลย ความซื่อสัตย์ ความเชื่อถือ และความจริงใจที่มีต่อกัน” หากสิ่งเหล่านั้นถูกทำลายไปแม้เพียงครั้งเดียวก็ยากที่จะสร้างขึ้นใหม่



NPRU
Nakhon Pathom
Rajabhat University

การให้ความร่วมมืออย่างดีแก่สื่อมวลชน

การให้ความร่วมมืออย่างดีแก่สื่อมวลชน ด้วยความเป็นนักประชาสัมพันธ์มืออาชีพ ได้แก่

1. การปฏิบัติงานโดยคำนึงถึงหลักการ นโยบาย วัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมายวิธีการทำงานของสื่อมวลชน
2. ให้ความสำคัญแก่สื่อมวลชนทุกประเภทอย่างเท่าเทียมกัน
3. การให้ข่าว ข้อมูล หรือภาพข่าวที่ชัดเจน ทันต่อเหตุการณ์และมีคุณค่าของความเป็นข่าว
4. ต้องเคารพในความซื่อสัตย์ซื่อตรงในการปฏิบัติหน้าที่ของสื่อมวลชน
5. อย่าร้องขอให้สื่อมวลชนเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารขององค์กรเป็นกรณีพิเศษ
6. หลีกเลี่ยงการขอร้องให้สื่อมวลชนยุติการนำเสนอข่าวสารที่ไม่ดีขององค์กร เพราะสื่อมวลชนมีหน้าที่ในการรายงานความเป็นจริงในกรณีดังกล่าววิธีที่ดีที่สุดคือ การชี้แจงและอธิบายข้อเท็จจริงเพื่อให้สื่อมวลชนเข้าใจเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นนั้นอย่างถูกต้องและชัดเจน
7. ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ร่วมทั้งสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน โดยคำนึงถึงจริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพ

ที่มา :

http://www.elfms.ssru.ac.th/rewadee_wa/file.php/1/Document_Mass_Media_Relations_1-2562/Ch3_principle_of_media_relations.pdf



NPRU
Nakhon Pathom
Rajabhat University

กิจกรรมระหว่างนักประชาสัมพันธ์กับสื่อมวลชน

กิจกรรมระหว่างผู้ปฏิบัติงาน ด้านการประชาสัมพันธ์กับสื่อมวลชน

1. การจัดให้มีการร่วมรับประทานอาหารระหว่างฝ่ายจัดการกับสื่อมวลชน เป็นการสร้างสื่อมวลชนสัมพันธ์ระหว่างฝ่ายจัดหรือฝ่ายบริหารขององค์กรกับสื่อมวลชนจะเป็นแหล่งข่าวต่างๆ แก่สื่อมวลชน บางครั้งก็เรียกว่าเป็นงานเลี้ยงขอบคุณให้สัมภาษณ์แก่สื่อมวลชน
2. การสนับสนุนการทำกิจกรรมของสื่อมวลชน และกิจกรรมที่เป็นประโยชน์แก่สังคม

ที่มา : http://www.elfms.ssru.ac.th/rewadee_wa/file.php/1/Document_Mass_Media_Relations_1-2562/Ch3_principle_of_media_relations.pdf



ความสัมพันธ์ทางอ้อม

- กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์และกิจกรรมระหว่าง ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์กับสื่อมวลชน

การสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชนทางอ้อม เนื่องจากสื่อมวลชนบางคนอาจไม่สะดวกในการติดต่อโดยตรงกับนักประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์จึงต้องสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชนทางอ้อม ซึ่งหมายถึงการสร้างความรู้จักและความคุ้นเคยกับสื่อมวลชนเมื่อพบปะกันในโอกาสต่าง ๆ เช่น เมื่อมีโอกาสร่วมกิจกรรมของชุมชนหรือกิจกรรมสาธารณประโยชน์และการพบปะสังสรรค์กันในการประชุมองค์การวิชาชีพ

ที่มา : http://www.elfms.ssru.ac.th/rewadee_wa/file.php/1/Document_Mass_Media_Relations_1-2562/Ch3_principle_of_media_relations.pdf



NPRU
Nakhon Pathom
Rajabhat University

พาสื่อมวลชนสัมผัสความเป็นจริง

การนำชมกิจการเพื่อให้สื่อมวลชนได้มีโอกาสได้สัมผัสของจริง

ต้องมีการนำพาสื่อมวลชนไปชม ศึกษา กิจการที่ต้องการเป็นข่าว ในการรับรอง
ต้องมีข้อมูลประกอบ เวลานั้นดหมาย โปรแกรมรายละเอียด เอกสาร ประกอบ
การต้อนรับ ของที่ระลึก ตลอดจนการส่งเอกสารเพิ่มเติมหลังจากการดูงานเสร็จ
สิ้นแล้ว การจัดทำ Press Preview ก็เป็นสิ่งจำเป็น สื่อมวลชนมักได้รับเชิญให้ไป
ชมกิจกรรมการแถลงล่วงหน้าก่อนผู้อื่นเพื่อจะได้นำข่าวมาเผยแพร่ บางครั้งก็
นิยมจัดไปพร้อมกับการแถลงข่าว



ที่มา : http://www.elfms.ssru.ac.th/rewadee_wa/file.php/1/Document_Mass_Media_Relations_1-2562/Ch3_principle_of_media_relations.pdf



กิจกรรมสานสัมพันธ์ทางอ้อม

การจัดงานแถลงข่าวแก่สื่อมวลชน (press conference)

เป็นการนัดหมายเชิญสื่อมวลชนให้มาประชุม



การจัดทำแฟ้มเครื่องมือสำหรับสื่อมวลชน (press kit) แฟ้มเครื่องมือจัดทำขึ้นเพื่อแจกแก่สื่อมวลชนเนื่องในโอกาสต่างๆ เช่น การจัดเหตุการณ์พิเศษ การจัดการแถลงข่าว การเยี่ยมชมกิจการ หรือในโอกาสที่สื่อมวลชนขอข้อมูลอ้างอิง ภายในแฟ้มเครื่องมือจะประกอบไปด้วยข่าวแจก ภาพถ่าย สารคดี ผลงาน นโยบาย กิจกรรม และประวัติความเป็นมาขององค์กร แฟ้มเครื่องมือนี้จะช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่สื่อมวลชนในการค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อเขียนข่าวแพร่ทำให้ได้ข้อเท็จจริงเชิงลึก



การไปพบปะเยี่ยมเยียนสื่อมวลชน (press visit) เป็นการเดินทางไปพบปะเยี่ยมเยียนการทำงานของสื่อมวลชนอีกทั้งเป็นการตอกย้ำให้สื่อมวลชนเกิดการจดจำในองค์กรของเราสร้างความคุ้นเคยโดยอาจนำกระเช้าของฝากของชำร่วย เช่น ปากกา แก้วน้ำ หมวก ไปแจกให้แก่สื่อมวลชน รวมทั้งการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่สื่อมวลชนจัดขึ้นด้วย

ที่มา : http://www.elfms.ssru.ac.th/rewadee_wa/file.php/1/Document_Mass_Media_Relations_1-2562/Ch3_principle_of_media_relations.pdf



กลยุทธ์สื่อมวลชนสัมพันธ์



การจัดสัมภาษณ์แก่สื่อมวลชน (press interview) เป็นการจัดการให้สื่อมวลชนได้สัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูงขององค์กร หรือผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน การสัมภาษณ์อาจเป็นลักษณะที่สื่อมวลชนเป็นฝ่ายติดต่อขอสัมภาษณ์ หรือทางองค์กรติดต่อขอให้สื่อมวลชนมาสัมภาษณ์ประเด็นที่สัมภาษณ์มักเกี่ยวข้องกับองค์กรหรือเป็นประเด็นที่กำลังอยู่ในความสนใจของประชาชนทั่วไป นักประชาสัมพันธ์ต้องคอยติดต่อประสานงาน นัดหมายวันเวลา สถานที่ รวมทั้งประเด็นคำถามที่ต้องการสัมภาษณ์ เพื่อให้ผู้ตอบคำถามได้เตรียมให้พร้อมอย่างเต็มที่

การจัดรายการปฐมทัศน์ให้แก่สื่อมวลชน (press preview) เป็นการเปิดให้สื่อมวลชนได้เข้าร่วมงานที่ทางองค์กรจัดขึ้น ก่อนที่จะเปิดให้บุคคลทั่วไปได้เข้าชม เช่น การจัดนิทรรศการ การจัดฉายภาพยนตร์รอบปฐมทัศน์ การจัดงานแสดงสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ ฝ่ายประชาสัมพันธ์จะคอยอำนวยความสะดวกให้แก่สื่อมวลชน รวมทั้งแจกแฟ้มคู่มือ ให้สื่อมวลชนได้มีข้อมูลที่จะนำไปช่วยเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทั่วไปได้รับทราบ

ที่มา : http://www.elfms.ssru.ac.th/rewadee_wa/file.php/1/Document_Mass_Media_Relations_1-2562/Ch3_principle_of_media_relations.pdf



NPRU
Nakhon Pathom
Rajabhat University

จัดเสวนาร่วมกับสื่อมวลชน

กรมประชาสัมพันธ์จัดกิจกรรมเสวนาสื่อมวลชน “ชีวิตดีดี...ที่ชายแดนใต้”

วันที่ 24 มกราคม 2562 ที่ห้องประชุมโรงแรมการ์เด็น
วิวเบตง อ.เบตง จ.ยะลา
นางสาวจิรดา พูลสวัสดิ์ ประชารัฐสัมพันธ์จังหวัด
ขอนแก่น นำสื่อมวลชนในพื้นที่สำนักงาน
ประชาสัมพันธ์จังหวัด ภาค 1 สำนักงาน
ประชาสัมพันธ์จังหวัด ภาค 3 สำนักงาน
ประชาสัมพันธ์จังหวัด ภาค 8 รับฟังการบรรยายสรุป
โครงการเมืองต้นแบบสามเหลี่ยมเศรษฐกิจ มั่นคง มั่งคั่ง
ยั่งยืน และร่วมเสวนาสื่อมวลชนในหัวข้อบทบาท
สื่อมวลชนกับการประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต เพื่อให้
สื่อมวลชนทุกแขนงได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดเห็น
และประสบการณ์ เสริมสร้างการสื่อสาร สร้างความ
เข้าใจเรื่องการแก้ไขปัญหาจังหวัดชายแดนภาคใต้ไป
ในทิศทางเดียวกัน



<https://mgronline.com/south/detail/๙๖๒๐๐๐๐๐>

๐๘๓๙๗



NPRU
Nakhon Pathom
Rajabhat University

ให้สื่อมวลชนเป็นเครือข่าย

กอ.รมน.นครสวรรค์ จัดกิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์

กองอำนวยการรักษาความมั่นคงภายในจังหวัดนครสวรรค์ จัดกิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์ ที่ศาลาประชาคมจังหวัดนครสวรรค์ เมื่อวันที่ 6 สิงหาคม 2562 เพื่อชี้แจงบทบาทภารกิจและแนวทางขอความร่วมมือสื่อมวลชนและประชาชนเป็นเครือข่ายด้านความมั่นคง สร้างความสมัครสมานสามัคคีของคนในชาติ โดยผู้ว่าราชการจังหวัดนครสวรรค์ กล่าวว่า สื่อมวลชนเป็นผู้สะท้อนปัญหาที่เกิดขึ้นในพื้นที่ เพื่อแจ้งความทุกข์ ความเดือดร้อนของประชาชนเพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้าไปแก้ไขปัญหา บำบัดทุกข์บำรุงสุข ให้กับประชาชนที่ได้รับความสะดวกอย่างทั่วถึงทันเหตุการณ์

ที่มา: หนังสือพิมพ์อินทรีสยามออนไลน์ (๖ ส.ค. ๒๐๑๙)





NPRU
Nakhon Pathom
Rajabhat University

อบรมให้ความรู้แก่สื่อมวลชน

SET ส่งเสริมความรู้ สื่อมวลชน จังหวัดเชียงราย



https://web.facebook.com/set.or.th/posts/๑๐๑๕๑๑๓๖๑๕๖๑๑๔๙๗๕/?_rdc=๑&_rdr

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และสมาคมสื่อมวลชนและนักประชาสัมพันธ์เชียงราย ร่วมจัดการอบรมโครงการ Happy Media, Happy Money เพื่อเสริมสร้างทักษะด้านการวางแผนการเงิน และการออมให้แก่สื่อมวลชนในจังหวัดเชียงราย รวมถึงทักษะการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดิจิทัลเพื่อให้สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของผู้รับสารในปัจจุบัน โดยมี นพเก้า สุจริตกุล ผู้ช่วยผู้จัดการ ตลาดหลักทรัพย์ฯ ผศ.ดร. วรินทร์ย์ เยาว์ธานี อุปนายกสมาคมฯ ร่วมเปิดงาน และ กิตติพัฒน์ แสนทวีสุข วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ ตลาดหลักทรัพย์ฯ ดร. พงษ์ธิพัฒน์จร สำนักวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง ร่วมเป็นวิทยากร มีสื่อมวลชนและนักประชาสัมพันธ์จังหวัดเชียงรายเข้าร่วมกว่า 80 คน



NPRU
Nakhon Pathom
Rajabhat University

พช. นำคณะเจ้าหน้าที่กองประชาสัมพันธ์ สื่อมวลชน และนักประชาสัมพันธ์ดีเด่น ศึกษาดูงานชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี บ้านห้วยคูใน

วันที่ 1 กันยายน 2562 เวลา 13.30 น. นาย
อวิรุทธิ์ มีชี้น นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ
รักษาการในตำแหน่ง ผู้อำนวยการกอง
ประชาสัมพันธ์ นำคณะเจ้าหน้าที่กอง
ประชาสัมพันธ์ สื่อมวลชน และนัก
ประชาสัมพันธ์ดีเด่น ประจำปี 2562 ตาม
โครงการพัฒนาและคัดเลือกนักประชาสัมพันธ์
ดีเด่น ประจำปี 2562 ศึกษาดูงานชุมชน
ท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี บ้านห้วยคูใน ตำบล
ปลายบาง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี โดย
ได้รับเกียรติจาก นายสมเกียรติ สุขแป้น
ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ 5 ตำบลปลายบาง นำชมสถานที่
พร้อมบอกเล่าความเป็นมา





แบบฝึกหัดท้ายบทที่ 4

- ข้อ 1. กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างนักประชาสัมพันธ์กับสื่อมวลชนมีอะไรบ้าง
- ข้อ 2. คำว่า “สื่อมวลชนเป็นสื่อกลาง” นำไปใช้ในงานสื่อมวลชนสัมพันธ์อย่างไร
- ข้อ 3. ทำไมงานสื่อมวลชนสัมพันธ์ต้องสร้างความสัมพันธ์ส่วนบุคคลกับสื่อมวลชน
- ข้อ 4. การสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชนทางอ้อมเพื่อประโยชน์อะไรต่องานสื่อมวลชนสัมพันธ์
- ข้อ 5. วิธีการใดบ้างที่จะช่วยรักษาความสัมพันธ์อันดีและยาวนานให้กับสื่อมวลชน
- ข้อ 6. งานประเภทใดที่เป็นการสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ปฏิบัติงานสื่อมวลชนสัมพันธ์กับสื่อมวลชน
- ข้อ 7. ให้นักศึกษายกตัวอย่างกิจกรรมที่งานสื่อมวลชนสัมพันธ์ความสนับสนุนเพื่อให้เกิดความร่วมมือที่ดีของสื่อมวลชน
- ข้อ 8. กิจกรรมนำสื่อมวลชนสัมผัสเพื่อสร้างเสริมประสบการณ์ตรงให้กับสื่อมวลชนทำเพื่อวัตถุประสงค์ใด
- ข้อ 9. กิจกรรมประเภทใดเป็นกิจกรรมโดยอ้อมที่ช่วยสร้างความรู้สึที่ดีให้กับสื่อมวลชน
- ข้อ 10. การเปิดโอกาสให้สื่อมวลชนได้คุ้นเคยหรือรู้จักกับระดับบริหารขององค์กรต่างๆทำเนื่องในโอกาสใด



NAKHON PATHOM RAJABHAT UNIVERSITY