

คู่มือการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุบลราชธานี เขต ๑

โดยองค์รวมการศึกษาของประเทศไทย ตามนโยบายของรัฐบาล นโยบายของกระทรวงศึกษาจนมาถึงนโยบายของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา รวมไปถึงสิ่งเหล่านี้ ส่งผลถึงประชาชน ผู้ปกครองและนักเรียน ทำให้ระบบการบริหารงาน กระบวนการเรียนรู้ มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ความเปลี่ยนแปลงของการศึกษาในเชิงคุณภาพ ยังเชื่อมโยงไปกับระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยซึ่งควบคุมยาก จำเป็นต้องใช้ความร่วมมือจากทุกฝ่าย ทั้งจากภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชนท้องถิ่น ผู้ปกครอง ผู้บริหาร โรงเรียน และครู

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุบลราชธานี เขต ๑ และสถานศึกษา มีภารกิจหน้าที่ในการดำเนินงานตามนโยบาย เพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่วางไว้ในการทำงาน “งานประชาสัมพันธ์” จึงเป็นขบวนการที่สำคัญ ในการรายงานชี้แจง สร้างความตระหนัก ปลุกจิตสำนึก โน้มน้าวปรับเปลี่ยนความคิดไปในทิศทางเดียวกัน

คู่มือการปฏิบัติงาน “งานประชาสัมพันธ์” ฉบับนี้ ผู้เรียบเรียงได้รวบรวมความรู้ และประสบการณ์ และศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมจากเอกสารของผู้เชี่ยวชาญจำนวนหลายท่าน เพื่อให้ผู้อ่านนำไปใช้ประโยชน์อย่างคุ้มค่า ในการดำรงชีวิตและเป็นแนวทางในการการปฏิบัติหน้าที่ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ธนัชฐา ศรีอุฬารวัฒน์

มิถุนายน ๒๕๖๒

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	
สารบัญ	
ความเป็นมาและความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์.....	๓
วัตถุประสงค์.....	๓
ขอบเขตการดำเนินงาน.....	๔
คำจำกัดความ.....	๔
หน้าที่ความรับผิดชอบ.....	๙
บทบาทหน้าที่.....	๙
กระบวนการเผยแพร่ข่าวสาร.....	๑๑

คู่มือการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์

ความเป็นมา และความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์

ในปัจจุบันเทคโนโลยีทางการสื่อสารและสื่อสังคมออนไลน์ มีบทบาทสำคัญต่อการสื่อสาร รวมถึงการประชาสัมพันธ์องค์กร เป็นการสื่อสารสองทาง (Two way Communication) ที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ กล่าวคือเป็นสื่อสาร เผยแพร่ข่าวสารจากสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสู่โรงเรียนในสังกัด และสาธารณชน ในขณะเดียวกัน ก็เป็นการรับฟังความคิดเห็น รับทราบข้อมูลความเคลื่อนไหวต่าง ๆ จากโรงเรียนในสังกัด และสาธารณชน เช่นเดียวกัน ข้อมูลข่าวสารที่เกิดขึ้นเมื่อนำมาวิเคราะห์ ตรวจสอบข้อมูล เรียบเรียง นำมาสู่ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ที่เป็นปัจจุบันทันต่อเหตุการณ์ เกิดประโยชน์ต่อการบริหารจัดการศึกษาของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา อีกทั้งยังนำไปสู่การก้าวเป็น “เขตพื้นที่การศึกษาสุจริต” ในการสอดส่อง รับฟังข้อร้องเรียน แนะนำเกี่ยวกับการปฏิบัติราชการ การดำเนินงานของโรงเรียนและสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ซึ่งจะนำไปสู่การปฏิบัติราชการที่สุจริต อันจะเป็นประโยชน์ต่อสังคม

วัตถุประสงค์

การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารขององค์กร เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ การดำเนินการของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุบลราชธานี เขต ๑ ไปสู่ประชาชน ให้มีความรู้และความเข้าใจที่ถูกต้อง เกี่ยวกับการดำเนินของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา อันจะนำมาซึ่งการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน นอกจากนี้ยังเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดนโยบายไปสู่การปฏิบัติตลอดจนเป็นช่องทาง ในการสื่อสารระหว่างบุคลากรในองค์กร โดยในการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงาน กระบวนการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุบลราชธานี เขต ๑ มีวัตถุประสงค์ดังนี้

๑. เพื่อใช้เป็นคู่มือประกอบการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานด้านการประชาสัมพันธ์
๒. เพื่อเป็นมาตรฐานการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์

ขอบเขตการดำเนินงาน

ขอบเขตของการจัดทำคู่มือปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ตามกระบวนการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาอุบลราชธานี เขต ๑ ในครั้งนี้ ได้ทำการรวบรวมความรู้จากปฏิบัติงานด้านการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ โดยมีกระบวนการ ตั้งแต่การวางแผน และกำหนดประเด็นเนื้อหาในการผลิตสื่อ การออกแบบและจัดทำสื่อ การตรวจสอบ ความถูกต้อง และการเผยแพร่

คำจำกัดความ

การประชาสัมพันธ์ (Public Relation)

การประชาสัมพันธ์หรือการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้น ส่วนหนึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อการชักจูงประชามติ (Public opinion) ด้วยวิธีการติดต่อสื่อสาร (Communication) เพื่อให้กลุ่มประชาชนเป้าหมาย (Target publics) เกิดมีความรู้ ความเข้าใจและมีความรู้สึกที่ดีต่อหน่วยงานองค์กร หรือสถาบัน การประชาสัมพันธ์จึงมิใช่เป็นเพียงแต่งานเผยแพร่ (Publicity) แต่งานประชาสัมพันธ์เป็นงานในเชิงสร้างสรรค์ ที่ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน เป็นงานส่งเสริมความเข้าใจอันดี และสร้างสัมพันธภาพระหว่างหน่วยงาน องค์กร หรือสถาบัน กับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง โดยยึดถือหลักความจริง และประโยชน์ร่วมกันทั้งสองฝ่าย

การประชาสัมพันธ์เป็นงานในระดับนโยบายที่องค์กร สถาบันทุกประเภทต่างนำเอาการประชาสัมพันธ์ไปใช้กับองค์กร หรือสถาบันของตนอย่างกว้างขวางแพร่หลาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงานของตนกับประชาชน ป้องกันการเข้าใจผิด ตลอดจนการลดสาเหตุแห่งความขัดแย้งต่าง ๆ รวมทั้งการใช้การประชาสัมพันธ์ เพื่อสนับสนุนนโยบายและการดำเนินงานขององค์กร สถาบัน เสริมสร้างและรักษาชื่อเสียง ความนิยม ความเชื่อถือศรัทธา และความร่วมมือสนับสนุนจากประชาชนที่พึงมีต่อหน่วยงานของตน

การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์

การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์เป็นการเขียนที่แตกต่างจากเขียนประเภทอื่น ๆ เนื่องจากมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างจากการเขียนทั่วไปการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์นั้นมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ประชาชนเป้าหมายเกิดความรู้ วัตถุประสงค์พื้นฐานมี ๗ ประการ คือ

๑) การเขียนเพื่อบอกกล่าวให้เข้าใจเพื่อให้ได้รับรู้ว่าจะทำอะไร ทำอย่างไร เมื่อใด เพื่ออะไร เพราะอะไร ที่ไหน เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบ

๒) การเขียนเพื่อให้ประชาชนยอมรับ เป็นการเขียนโน้มน้าวใจ ชักจูงให้ประชาชนคล้อยตาม โดยยกส่วนดีให้เห็นชัดเจน และใช้ภาษาให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย

๓) การเขียนเพื่อมิให้เกิดความเข้าใจผิด

๔) การเขียนเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี

๕) การแก้ไขเพื่อความเข้าใจผิด

๖) การเขียนเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดี

๗) การเขียนเพื่อสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาด

รูปแบบของการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ ภายในและภายนอกองค์กร มีการเขียนในลักษณะต่าง ๆ เช่น การเขียนข่าวแจก การเขียนสุนทรพจน์ในโอกาสต่าง ๆ การเขียนบทความ การเขียนบรรยายสรุป การเขียนทางวิชาการ การเขียนคำบรรยายประกอบภาพนิ่ง การเขียนบท ภาพยนตร์และวิทยุโทรทัศน์

ข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ ข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์หรือเรียกว่า ข่าวแจก เป็นเครื่องมือ ในการถ่ายทอดข้อมูลต่าง ๆ ของหน่วยงานเผยแพร่ ไปยังกลุ่มประชาชน กลุ่มเป้าหมาย โดยผ่านสื่อ หรือช่องทางต่าง ๆ ตามความเหมาะสม จึงอาจเป็นทั้งข่าวที่เผยแพร่ ผ่านทางหนังสือพิมพ์นิตยสาร วิทยุและโทรทัศน์ ได้ทั้งสิ้น

บทความเพื่อการประชาสัมพันธ์ การเขียนบทความมีวัตถุประสงค์ดังนี้

- เพื่ออธิบาย มีลักษณะเป็นการให้ข้อมูล ให้ภูมิหลัง และข้อเท็จจริงอย่างละเอียด เพื่ออธิบายให้ผู้อ่านเข้าใจง่าย ในเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่ซับซ้อน

- เพื่อรายงานหรือกระตุ้นความสนใจ มีลักษณะคล้าย ๆ กับการเขียน

- เพื่ออธิบายหรือวิเคราะห์ซึ่งพิจารณาเห็นว่าเป็นเรื่องที่ผู้อ่านควรรู้เป็นการรายงาน บอกเล่าเรื่องราวที่เกิดขึ้น

- เพื่อให้ความรู้การแสดงความคิดเห็นของบทความนี้คือการให้ความรู้ทั้งทางตรงและทางอ้อม

- เพื่อเสนอแนวทางแก้ไข เป็นบทความที่ผู้เขียนมุ่งอธิบายถึงข้อเท็จจริงที่มาของปัญหา ตลอดจนผลกระทบที่เกิดขึ้นพร้อมกับเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหา ซึ่งอาจมีมากกว่าหนึ่งทางก็ได้

- เพื่อโน้มน้าวใจ เป็นบทความที่ผู้เขียนต้องการโน้มน้าวให้เกิดการคล้อยตาม ความคิดเห็น ในเรื่องที่กำลังนำเสนอส่วนมากมักเป็นประเด็นเพื่อประโยชน์สาธารณะ หรือ โครงการรณรงค์ต่าง ๆ

- เพื่อวิเคราะห์หรือวิจารณ์ การวิเคราะห์เป็นการนำเสนอข้อเท็จจริง หรือ ประเด็นปัญหาตามหลักวิชาการ ซึ่งให้เห็นข้อดีและข้อเสีย และผลกระทบ โดยอ้างเหตุผล ที่น่าเชื่อถือ ประกอบการวิเคราะห์อย่างรอบด้าน ส่วนการวิจารณ์จะเน้นในความคิดเห็น ของผู้เขียนเป็นหลัก ซึ่งมาจากความรู้และประสบการณ์ที่มีโดยมองปัญหารอบด้าน ในทุกมิติเพื่อให้ได้ความคิดเห็นที่เที่ยงตรง

- เพื่อความเพลิดเพลิน เป็นการนำเสนอเรื่องเบาๆ ที่ผ่อนคลาย เพื่อสร้าง อารมณ์ขันด้วยลีลาภาษาที่ไม่เป็นทางการ

การเขียนสุนทรพจน์ สุนทรพจน์หมายถึง คำพูดที่ประธานหรือบุคคลสำคัญ กล่าวในโอกาสพิเศษ ที่มีจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์โดยเฉพาะ โดยใช้ภาษาและถ้อยคำที่ งดงาม รัดกุม สละสลวย และเหมาะสมกับโอกาส

การเขียนประกาศหรือแถลงการณ์ ข้อเขียนชนิดหนึ่งที่อาจเผยแพร่ เป็นเอกสาร เฉพาะ เช่น แผ่นปลิว (leaflet) หรือนิยามเผยแพร่ทางสื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์มุ่งการสร้าง ความรู้ความเข้าใจอย่างจริงจัง

การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์

สื่อประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือและสื่อกลางในการสื่อสาร จากองค์กร สู่กลุ่มเป้าหมาย การสร้างความสัมพันธ์อันใกล้ชิดให้เกิดขึ้นระหว่างองค์กรกับกลุ่มเป้าหมาย ในปัจจุบันสื่อในการประชาสัมพันธ์มีมากมายและหลากหลาย อันเป็นผลเนื่องมาจากการพัฒนา ด้านเทคโนโลยีของโลก อย่างไรก็ตามสามารถแบ่งสื่อประชาสัมพันธ์โดยพิจารณาตามลักษณะ ของสื่อ ได้เป็น ๕ ประเภท คือ

๑) สื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดเรื่องราวต่าง ๆ สู่บุคคลอื่น สื่อบุคคลจัดได้ว่า เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพสูงในการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะ อย่างยิ่งการโน้มน้าวจิตใจเนื่องจากติดต่อกับผู้รับสาร โดยตรง ส่วนใหญ่อาศัยการพูดในลักษณะ ต่าง ๆ เช่น การสนทนาพบปะพูดคุย การประชุม การสอน การให้สัมภาษณ์ การโต้วาที การอภิปราย การปาฐกถา และการพูดในโอกาสพิเศษต่าง ๆ แต่สื่อบุคคลก็มีข้อจำกัดคือ ใน กรณีที่ เนื้อหาเป็นเรื่องซับซ้อน การใช้คำพูดอย่างเดียวอาจไม่สามารถสร้างความเข้าใจได้ทันที

และเป็นสื่อที่ไม่ถาวร ยากแก่การตรวจสอบและอ้างอิงนอกจากจะมีผู้บันทึกคำพูดนั้น ๆ ไว้ เป็นลายลักษณ์อักษร หรือบันทึกเสียงเอาไว้

๒) สื่อมวลชน จากข้อจำกัดของสื่อบุคคลที่ไม่สามารถใช้เป็นสื่อกลาง ถ่ายทอดข่าวสาร เพื่อการประชาสัมพันธ์สู่คนจำนวนมากพร้อมกันในเวลาเดียวกันอย่างรวดเร็ว มนุษย์จึงได้พัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสาร และเกิดเป็นสื่อมวลชนเพื่อมารับใช้ภารกิจดังกล่าว สื่อมวลชนอาจแบ่งประเภทตามคุณลักษณะของสื่อได้เป็น ๕ ประเภท คือ หนังสือพิมพ์นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และภาพยนตร์ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, ๒๕๓๒) ทั้งนี้ สื่อหนังสือพิมพ์และนิตยสารมีความคงทนถาวร สามารถนำข่าวสารมาอ่าน ใหม่ได้ซ้ำแล้วซ้ำอีก แต่มีข้อจำกัดสำหรับบุคคลที่ตาบอดหรืออ่านหนังสือไม่ออก ส่วนสื่อวิทยุกระจายเสียงเป็น สื่อที่ ส่งไปได้ไกลเพราะใช้คลื่นวิทยุ ไม่มีข้อจำกัดด้านการขนส่งเหมือนหนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร และสามารถรับฟังในขณะที่ทำงานอย่างอื่นไปด้วยได้แต่มีข้อจำกัดคือ ผู้ฟังไม่สามารถย้อนกลับมาฟัง ได้ใหม่อีก ดังนั้นหากมิได้ตั้งใจฟังในบางครั้งก็ทำให้ได้ข่าวสารที่ไม่สมบูรณ์ สื่อวิทยุโทรทัศน์ และ ภาพยนตร์จัดเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารมากที่สุด เนื่องจากสามารถเห็น ภาพเคลื่อนไหวและได้ยินเสียง ทำให้การรับรู้เป็นไป อย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพยิ่ง แต่มี ข้อจำกัดคือต้องใช้ไฟฟ้าหรือแบตเตอรี่ ทำให้ไม่สามารถเข้าถึงพื้นที่ห่างไกลที่ยังไม่มีไฟฟ้าใช้

๓) สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ที่หน่วยงานเป็นผู้ผลิตและ เผยแพร่ไปสู่กลุ่มเป้าหมายด้วย วัตถุประสงค์ในการผลิตและรูปแบบแตกต่างกันออกไป เช่น แผ่นปลิว แผ่นพับโปสเตอร์จดหมายข่าว วารสาร เอกสารเผยแพร่ หนังสือในโอกาสพิเศษ รายงานประจำปี เป็นต้นปัจจุบันความนิยมในการใช้สื่อประเภท สิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ มีอยู่มากและมีรูปแบบที่หลากหลายออกไปอีกมากมาย เช่น ในรูป ปฏิทิน รูปโลก สมุดบันทึก ซึ่งล้วนแต่เป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีอายุการใช้งานนาน แต่มี ข้อจำกัด ในเรื่องการนำเสนอเนื้อหาซึ่งต้องให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น แผ่นพับที่เขียนด้วยภาษา วิชาการ ถ้าส่งไปให้ประชาชนในชนบทอาจจะไม่สามารถเข้าใจเนื้อหาที่ต้องการประชาสัมพันธ์ ได้เลย

๔) สื่อโสตทัศน์ เป็นสื่อที่ผู้รับสามารถรับได้ทั้งภาพ และหรือเสียง โดยปกติสื่อโสตทัศน์ แบ่งได้เป็น ๒ ส่วน คือ ส่วนที่เป็นสื่อวัสดุ และส่วนที่เป็นสื่ออุปกรณ์ โดยสื่อวัสดุอาจจะสามารถใช้ได้ด้วยตัวเองโดยตรง เช่น ภาพวาด แบบจำลอง หรือของตัวอย่าง หรืออาจต้องนำไปใช้ร่วมกับสื่ออุปกรณ์เช่น เทปบันทึกเสียง เทปวีดี ทัศนฟิล์มภาพยนตร์ แผ่นดิสเก็ต แผ่นซีดีรอม เป็นต้น ส่วนที่เป็นสื่ออุปกรณ์ได้แก่ เครื่องเล่นเทปบันทึกเสียง เครื่อง

เล่นวีดีทัศน์ เครื่องฉายภาพยนตร์ และเครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นต้น ในปัจจุบันนี้ คอมพิวเตอร์ ได้เข้ามามี อิทธิพลอย่างมากในการติดต่อสื่อสารและในงานประชาสัมพันธ์การประชาสัมพันธ์ โดยใช้สื่อผสม (Multimedia) ได้รับความนิยมนอย่างกว้างขวาง เพราะเป็นสื่อที่สามารถดึงดูดความสนใจได้เป็นอย่างดีเนื่องจากให้ทั้ง ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียง ที่สมจริงเป็นธรรมชาติ และผู้รับยังสามารถมีส่วนร่วมและตอบสนองต่อสื่อดังกล่าวได้ ส่วนข้อจำกัดคือ มีความยุ่งยากในการจัดเตรียมอุปกรณ์ผู้รับต้องมีความรู้ในการใช้คอมพิวเตอร์ พอสสมควรและต้องใช้ไฟฟ้า หรือแบตเตอรี่เป็นแหล่งพลังงาน นอกจากนี้ ในยุคที่โลกไร้พรมแดน การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (Internet) ยิ่งทวีความสำคัญขึ้นเรื่อย ๆ และจะกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของพลโลกในอนาคตอันใกล้นี้ โดยอินเทอร์เน็ตมีข้อดีคือสามารถเข้าถึงประชาชนทั่วทุกมุมโลกได้อย่างรวดเร็ว และเป็นการสื่อสารสองทางที่ผู้รับสามารถโต้ตอบเพื่อซักถามข้อมูลเพิ่มเติม หรือข้อมูลที่ไม่เข้าใจได้โดยตรงผ่านทางระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)

๕) สื่อกิจกรรม ปัจจุบันสื่อนี้มีความหมายขยายขอบเขตกว้างขวางไปถึงกิจกรรมที่สามารถสื่อ ความรู้สึกนึกคิด ความรู้อารมณ์และเรื่องราวข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้ สื่อประเภทกิจกรรมมีได้มากมายหลายรูปแบบ เช่น การจัดประชุม สัมมนา พิธีมอบรางวัล การแถลงข่าว การสาธิตการจัดรีวิซบวณ การจัด นิทรรศการ การจัดแข่งขันกีฬา การจัดแสดง การจัดกิจกรรม ทางการศึกษาการจัดกิจกรรมเสริมอาชีพ การจัด กิจกรรมการกุศล เป็นต้น สื่อกิจกรรมนี้สามารถปรับปรุงดัดแปลงแก้ไขให้ยืดหยุ่น เหมาะสมกับโอกาสและสถานการณ์ได้ง่าย แต่มี ข้อจำกัดคือ ผู้รับมีจำนวนจำกัดเฉพาะกลุ่มที่ร่วมกิจกรรมนั้น ๆ เท่านั้น

๖) สื่อสมัยใหม่ (Modern Media) สื่อสมัยใหม่ เป็นสื่อที่นิยมใช้กันในยุคสังคมข่าวสาร หรือยุคสารสนเทศ (Information Age) ที่กระแสโลกาภิวัตน์ (Globalization) ประเภทของสื่อสมัยใหม่ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ได้แก่

๖.๑) ดาวเทียม (Satellite) หรือ สถานีทวนสัญญาณไมโครเวฟ ที่ลอยอยู่เหนือพื้นโลก ใช้ในการ สื่อสารระหว่างประเทศ

๖.๒) อินเทอร์เน็ต (Internet) ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวันของคนเราเป็นอย่างมาก ตลอดจนในสังคมและในหน้าที่การทำงานอาชีพต่าง ๆ แม้แต่การประชาสัมพันธ์ก็นำอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการติดต่อสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ที่จัดทำขึ้นบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งถือว่าเป็นสื่อสมัยใหม่ที่น่ามาใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์

สูงสุด เช่นเดียวกับสื่ออื่น ๆ อินเทอร์เน็ตที่ใช้ทำการประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่ผ่านทาง E-mail หรือระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์และระบบข้อมูลจาก World Wide Web (WWW) โดยการจัดทำเป็น Websiteของแต่ละแห่งให้ผู้เปิดดูเข้าไปดูและติดตามข้อมูลต่าง ๆ ได้

หน้าที่ความรับผิดชอบ

กลุ่มงานประชาสัมพันธ์

กลุ่มส่งเสริมการศึกษาทางไกล เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุบลราชธานี เขต ๑

บทบาทหน้าที่

นางธนัญญา ศรีอุฬารวัฒน์ ตำแหน่ง นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการพิเศษ
ปฏิบัติหน้าที่ ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมการศึกษา
ทางไกล เทคโนโลยี สารสนเทศและการสื่อสาร

๑. กำกับ ดูแล ติดตาม ประเมินและรายงานผลการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ เพื่อแนะนำ ปรับปรุงการพัฒนาระบบและวิธีการประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมตามโครงการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์

๒. วางแผนหรือร่วมดำเนินการวางแผนงาน โครงการ ปฏิบัติการเสนออัตรากำลัง และงบประมาณของหน่วยงานที่รับผิดชอบ เพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด

๓. ประสานงาน สร้างเครือข่ายประชาสัมพันธ์กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ประสานการทำงานร่วมกันในทีมงานโดยมีบทบาทในการชี้แนะ จูงใจ ทีมงานหรือหน่วยงานอื่น เพื่อให้เกิดความร่วมมือและผลสัมฤทธิ์ตามที่กำหนด

๔. ชี้แจง ให้ข้อคิดเห็นในที่ประชุมคณะกรรมการหรือคณะทำงานต่าง ๆ เพื่อให้เกิดประโยชน์และความร่วมมือในการดำเนินงานร่วมกัน

๕. ให้การบริการ ด้านการอบรม เผยแพร่ความรู้ สร้างความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและวิธีการของงานประชาสัมพันธ์ในความรับผิดชอบ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจและเป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน

๖. สำรวจ รวบรวม รับฟังความคิดเห็นของประชาชน เก็บรวบรวมข้อมูลข่าวสารและเอกสารความรู้ในด้านต่าง ๆ เพื่อการดำเนินการประชาสัมพันธ์ การจัดปาฐกถา การจัดสัมมนา

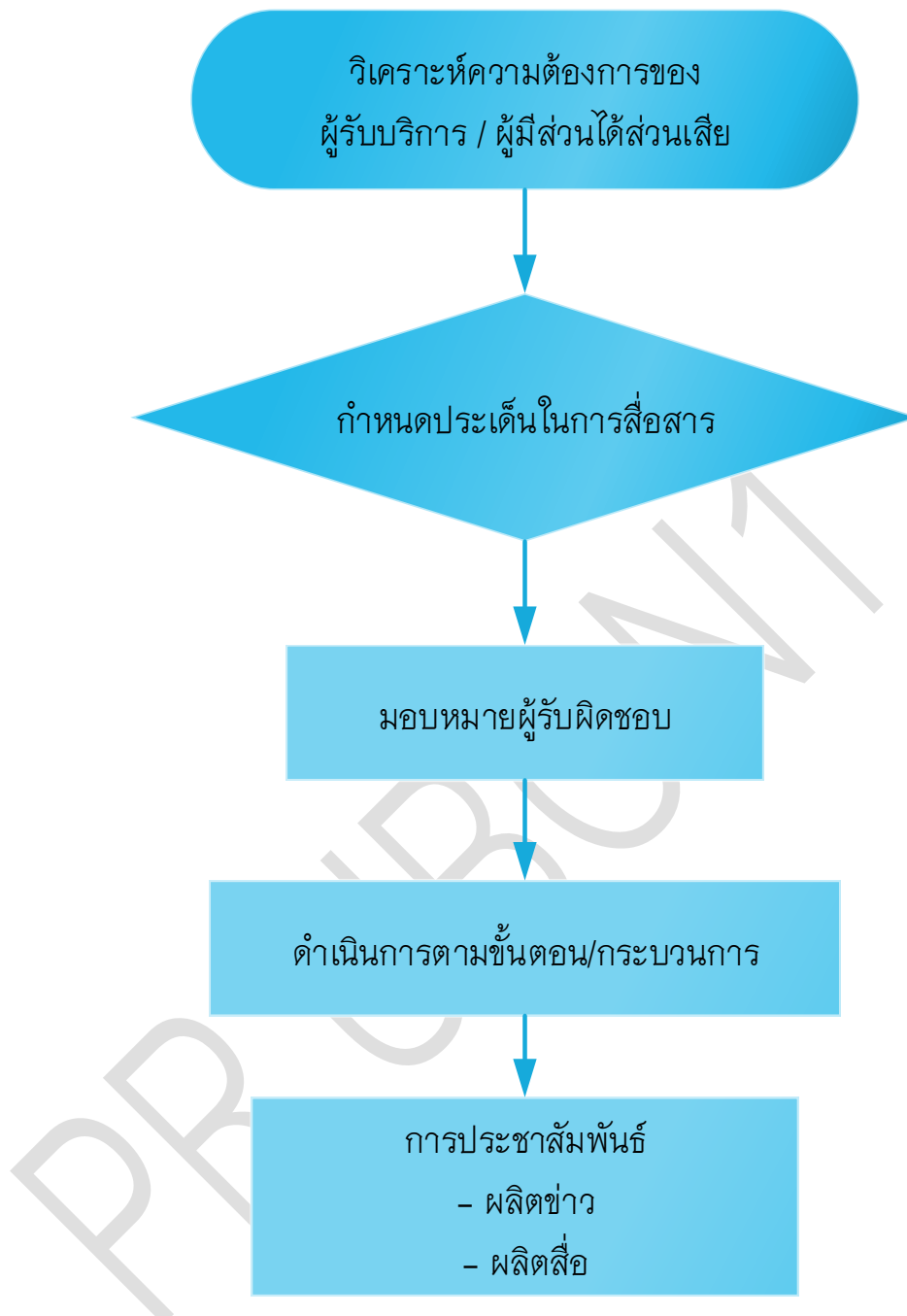
การจัดนิทรรศการ เพื่อเผยแพร่ข่าวสารความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินงานหรือผลงานของหน่วยงานหรือของรัฐบาลหรือนโยบายของรัฐบาล การเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมของชาติ เพื่อเป็นสื่อเชื่อมโยงระหว่างรัฐบาลกับประชาชน การควบคุม การตรวจสอบ การดำเนินงานกระจายเสียง ทั้งทางสถานีวิทยุกระจายเสียง และสถานีวิทยุโทรทัศน์ให้เป็นไปตามแผนงานและนโยบายการประชาสัมพันธ์ หรือตามกฎหมาย และปฏิบัติหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้อง

๓. ประชาสัมพันธ์ภารกิจของคณะผู้บริหารสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาอุบลราชธานี เขต ๑ ทาง website: www.ubn๑.go.th และเครือข่าย Social Network

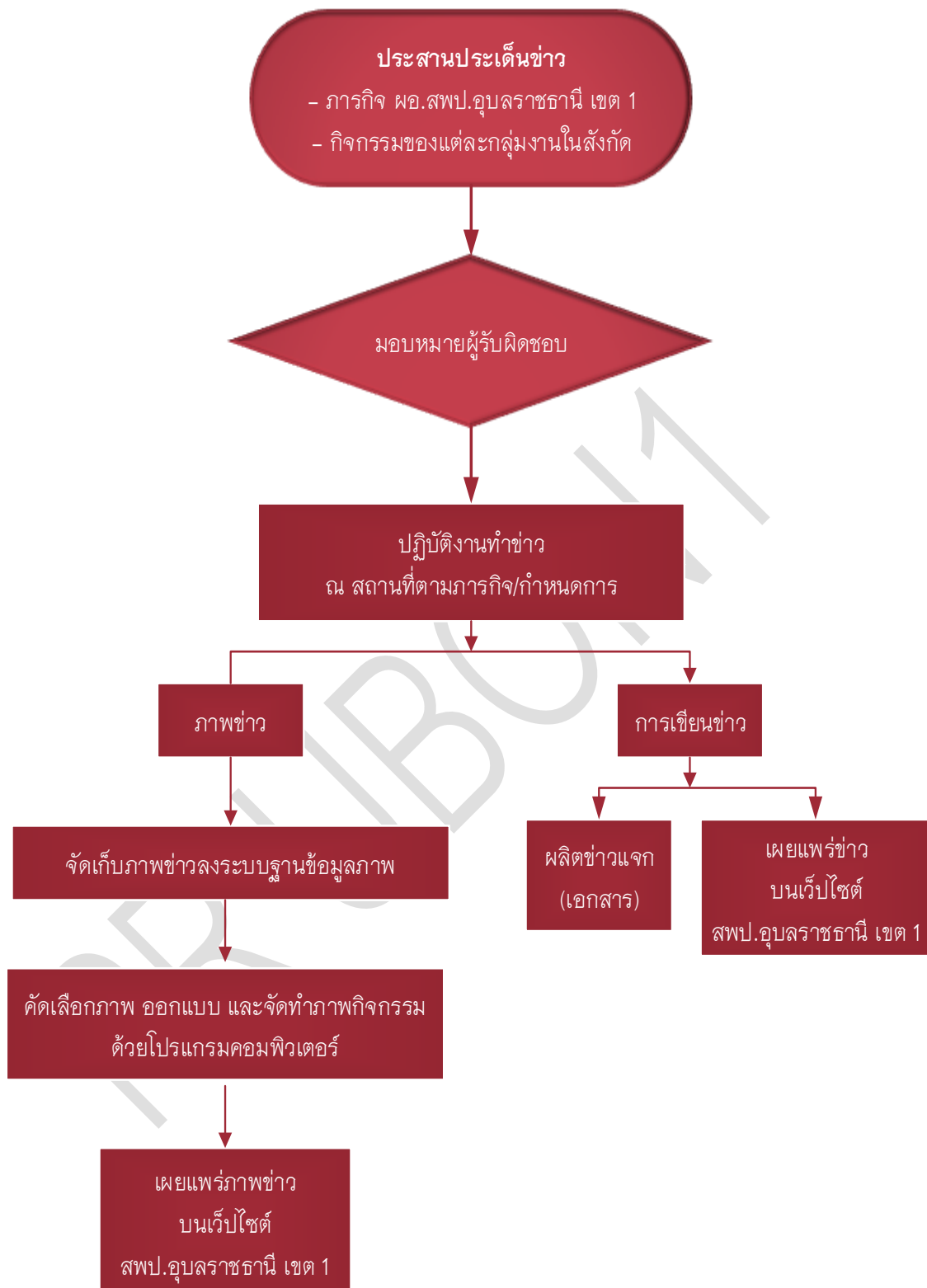
๔. ติดตามผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุบลราชธานี เขต ๑

๕. ปฏิบัติหน้าที่อื่น ๆ ตามที่ผู้บังคับบัญชามอบหมาย

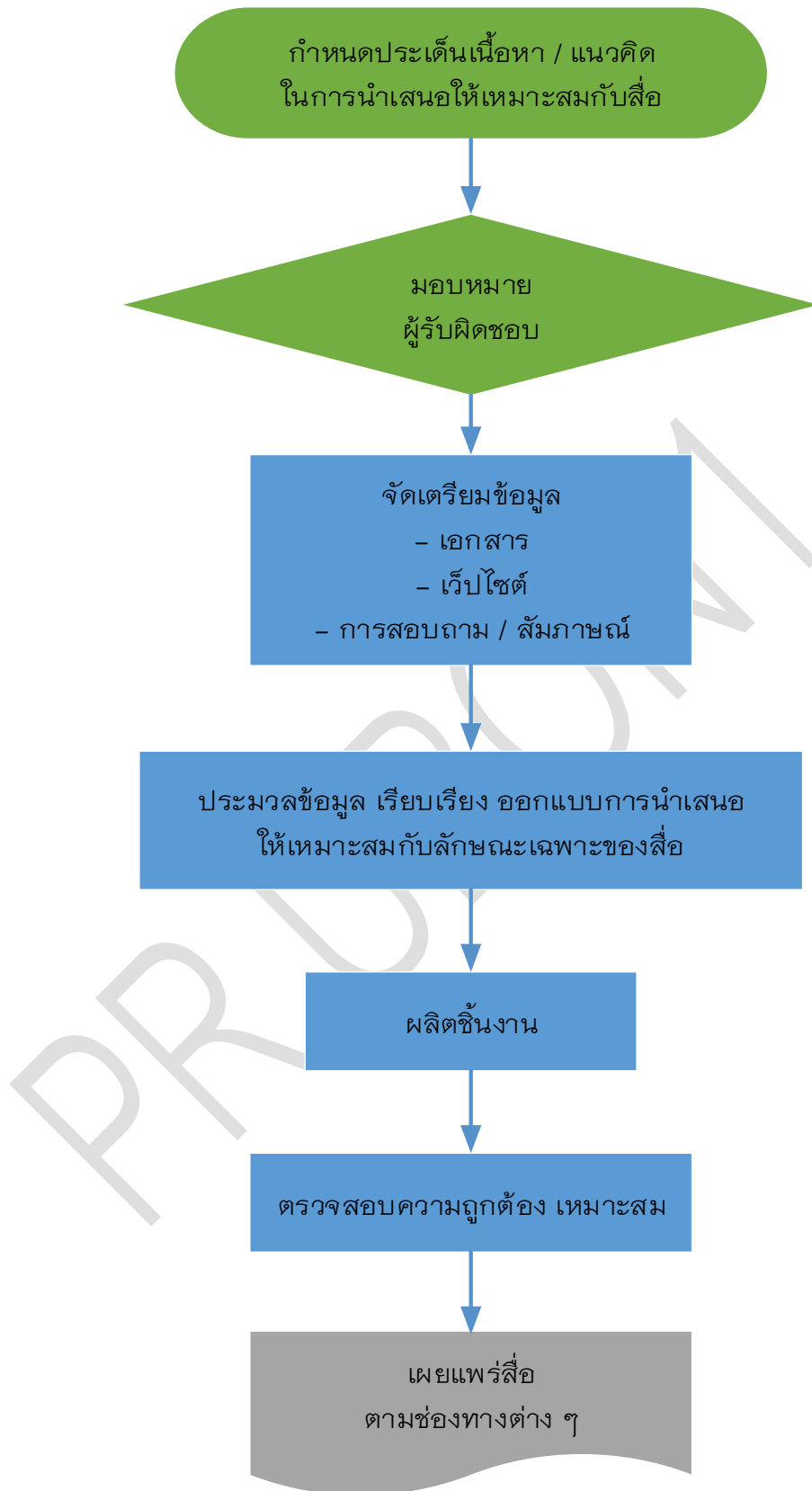




Flow Chart : กระบวนการเผยแพร่ข่าวสาร สพป.อุบลราชธานี เขต 1



Flow Chart : กระบวนการเผยแพร่ข่าวสาร สพป.อุบลราชธานี เขต 1



Flow Chart : กระบวนการเผยแพร่ข่าวสาร สพป.อุบลราชธานี เขต 1