บทที่ 10
การประชาสัมพันธ์ของรัฐ

รัฐบาลมีหน้าที่บริหารประเทศ ซึ่งปัญหาที่สำคัญประการหนึ่งในการบริหารประเทศ ก็คือ การดำเนินงานโดยมิให้เป็นการทำลายชื่อเสียงของรัฐบาล การแก้ไขปัญหานี้หรือการสร้างการยอมรับให้เกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอกประเทศ อาจทำได้โดยการจัดให้มีการติดต่อสื่อสารจากภาครัฐไปสู่ประชาชนและจากประชาชนมายังภาครัฐ

ในปัจจุบัน การที่ภาครัฐมีหน่วยงานมากขึ้น ขอบเขตการทำงานกว้างขวางมากขึ้นรวมกับการที่สังคมมีความซับซ้อนเพิ่มขึ้น เป็นผลให้เรื่องราวที่รัฐจะต้องเผยแพร่ไปยังประชาชนมีจำนวนมากขึ้น ทั้งเรื่องที่เผยแพร่ก็อาจมีความซับซ้อนมากขึ้นเช่นกัน ทำให้การประชาสัมพันธ์ทวีความสำคัญมากขึ้น เนื่องจากการประชาสัมพันธ์เป็นวิธีการที่รัฐใช้เพื่อเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลที่เกี่ยวกับนโยบาย การตัดสินใจและการปฏิบัติงานในเรื่องต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องราวทางเศรษฐกิจ สังคมและอื่นๆ ตลอดจนใช้เพื่อรับฟังความคิดเห็นของกลุ่มคนที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกประเทศเพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายของรัฐ อันจะช่วยสร้างความยอมรับในการดำเนินงานของรัฐบาลให้เกิดขึ้นได้

การประชาสัมพันธ์ของรัฐ สามารถแยกได้เป็น 2 ลักษณะ[1] คือ

1. การประชาสัมพันธ์ภายในประเทศ
2. การประชาสัมพันธ์ภายนอกประเทศ

การประชาสัมพันธ์ภายในประเทศ

รัฐบาลของประเทศต่างๆ ต้องดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภายในประเทศด้วยเหตุผลที่สำคัญ 2 ประการ[2] คือ

1. รัฐบาลมีหน้าที่ในการให้ข่าวสารข้อมูลแก่ประชาชน
2. การบริหารประเทศให้ได้ผลดีต้องได้รับความร่วมมือสนับสนุนจากประชาชน

รัฐบาลมีหน้าที่ในการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลให้ประชาชนทราบ

รัฐบาลของแต่ละประเทศจะต้องดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลต่างๆ ให้ประชาชนได้รู้และเข้าใจถึงนโยบายการดำเนินงานในด้านต่างๆ ของ รัฐบาล โดยเฉพาะอย่างยิ่งรัฐบาลในระบอบประชาธิปไตยมีหน้าที่ที่จะต้องรายงานให้ประชาชนทราบว่า รัฐบาลมีนโยบายในการบริหารประเทศอย่างไร มีการจัดสรรการใช้จ่ายเงินของประชาชนอย่างไร ตัดสินใจทำอะไรหรือกำลังทำอะไรอยู่ ฯลฯ ทั้งในเรื่องที่เกี่ยวกับการดำเนินงานภายในประเทศไม่ว่าจะเป็นในด้านเศรษฐกิจ สังคมและอื่นๆ และเกี่ยวกับนโยบายต่างประเทศด้วย

รัฐบาลต้องดำเนินงานประชาสัมพันธ์โดยการให้ข้อเท็จจริงต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องความมั่นคงของประเทศ ระดับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ แนวทางใน การพัฒนาประเทศ กฎหมายและข้อบังคับต่างๆ เสถียรภาพของรัฐบาล และอื่นๆ แก่ประชาชนอย่างเพียงพอที่จะทำให้ประชาชนเกิดความรู้ความเข้าใจและสามารถที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายและการดำเนินงานของรัฐบาลได้ นอกจากนี้ รัฐบาลควรมีการอธิบาย ชี้แจงเรื่องราวต่างๆ ให้ประชาชนเข้าใจได้โดยง่าย เนื่องจากเรื่องราวบางเรื่อง เช่น การขาดดุลการค้าและดุลชำระเงินฯ เป็นเรื่องที่มีความซับซ้อนยากที่จะเข้าใจได้โดยง่าย หรือเรื่องเกี่ยวกับตัวบทกฎหมายที่อาจมีสำนวนทางกฎหมาย หรือศัพท์เฉพาะทางวิชาการที่ประชาชนส่วนใหญ่ไม่เข้าใจ รัฐบาลก็ควรถอดความหรืออธิบายชี้แจงโดยใช้ภาษาที่จะทำให้ประชาชนเข้าใจได้ง่ายและเร็วขึ้น ซึ่งเมื่อประชาชนรู้และเข้าใจแล้วก็มักจะให้ความร่วมมือปฏิบัติตาม อันจะเป็นผลดีแก่การดำเนินงานของรัฐบาล ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้นบางครั้ง รัฐบาลควรกระตุ้นให้ประชาชนรู้ถึงสิทธิและสร้างสำนึกให้ประชาชนเข้ามามีบทบาทในการดำเนินงานด้านต่างๆ ของรัฐบาลด้วย

แม้รัฐบาลจะทำการชี้แจงและเผยแพร่เป้าหมาย นโยบายและวิธีการดำเนินงานด้านต่างๆ แล้ว แต่ในบางครั้งอาจมีประชาชนเข้าใจผิดต่อนโยบายหรือแนวทางการปฏิบัติก็ได้ ซึ่งการเข้าใจผิดนี้อาจเกิดขึ้นเพราะการเข้าใจผิดจริงหรือเกิดเพราะถูกชักจูงหรือยุยง หรือด้วยเหตุอื่นๆ แล้วแสดงออกมาในลักษณะต่างๆ เช่น บทความแสดงความคิดเห็น การอภิปราย เป็นต้น เมื่อมีความเข้าใจผิดเกิดขึ้น รัฐบาลควรจะดำเนินงานเพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดนี้โดยรีบด่วนทันทีและด้วยวิธีการที่คิดว่าจะทำให้ประชาชนเข้าใจข้อเท็จจริงมากที่สุด ในกรณีที่เป็นข่าวลือและการแก้ข่าวนั้นเกิดผลเสียมากกว่าผลดี หรือข่าวนั้นเกี่ยวข้องกับความลับของประเทศ รัฐบาลก็อาจทำเพียงปฏิเสธว่าข่าวนั้นไม่มีมูลความจริงก็เพียงพอ

ในการชี้แจงเผยแพร่และการแก้ข่าวนี้ รัฐบาลควรเลือกใช้สื่อการประชาสัมพันธ์ประเภทต่างๆ ให้เหมาะกับเรื่องราวและความรุนแรงของเหตุการณ์นั้นๆ นอกจากนี้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภายในประเทศนี้ รัฐบาลควรสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชนด้วย เช่น การให้ความสะดวกแก่นักหนังสือพิมพ์ หรือผู้สื่อข่าวในการให้ข่าว หรือการตอบข้อข้องใจต่างๆ ตลอดจนการให้ความสะดวกในการเข้าสัมภาษณ์บุคคลสำคัญ สิ่งสำคัญประการหนึ่งในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน คือการแจกจ่ายกำหนดการและเอกสารที่จำเป็นต่างๆ ล่วงหน้า ซึ่งจะทำให้สื่อมวลชนมีเวลาเตรียมตัวที่จะเข้าร่วมใน กิจกรรมพิเศษที่จัดขึ้นได้ ถ้าหน่วยราชการใดมีความสัมพันธ์อันดีกับสื่อมวลชนก็จะได้รับความเป็นธรรมในการเสนอข่าว หากมีข่าวร้ายก็ไม่ถูกซ้ำเติมและถ้าเป็นข่าวดีก็จะได้รับการยกย่องชมเชย

การบริหารประเทศให้ได้ผลดีจะต้องได้รับความร่วมมือสนับสนุนจากประชาชน

การปกครองประเทศ โดยเฉพาะการปกครองในระบอบประชาธิปไตยที่ถือว่าเป็นการปกครองของประชาชน โดยประชาชนและเพื่อประชาชน รัฐบาลจะดำรงอยู่ได้จะต้องได้รับความร่วมมือสนับสนุนและเป็นที่นิยมของประชาชน เนื่องจากประชาชนส่วนใหญ่จะใช้นโยบายและผลการดำเนินงานของรัฐบาลเป็นเกณฑ์ในการที่จะเลือกบุคคลขึ้นมาทำหน้าที่เป็นผู้แทนเพื่อทำหน้าที่บริหารประเทศ

ประชาชนในแต่ละประเทศมีการแบ่งแยกเป็นกลุ่มๆ ซึ่งอาจเป็นแบ่งแยกตามวัย เพศ อาชีพ การศึกษา เชื้อชาติ ศาสนา ความสนใจและอื่นๆ กลุ่มที่แตกต่างกันนี้ในบางครั้งก็ก่อให้เกิดความขัดแย้งกันได้ ไม่ว่าจะเป็นความขัดแย้งในความคิดเห็นระหว่างเด็กกับผู้ใหญ่ หรือความขัดแย้งอันเนื่องมาจากผลประโยชน์ระหว่างนายจ้างกับลูกจ้าง หรือระหว่างธุรกิจกับประชาชนทั่วไป ดังตัวอย่างในเรื่องสิ่งแวดล้อม ธุรกิจบางแห่งอาจคำนึงถึงประโยชน์ที่องค์การจะได้รับมากกว่าประชาชนที่อยู่โดยรอบโรงงาน จึงอาจทำการปล่อยน้ำเสียลงในแม่น้ำลำคลอง สารพิษหรือฝุ่นละอองจำนวนมากปะปนออกมาในอากาศ ซึ่งเป็นผลให้ประชาชนที่อยู่บริเวณใกล้เคียงเดือดร้อนไม่อาจใช้น้ำในการอุปโภคบริโภคได้ หรือเจ็บป่วยเนื่องจากมลพิษในอากาศ เหตุการณ์ความขัดแย้งที่เกิดขึ้นระหว่างธุรกิจกับประชาชนบริเวณใกล้เคียงและกลุ่มผู้รณรงค์เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อมนี้ รัฐบาลอาจเข้ามาดำเนินการเพื่อ แก้ไขปัญหานี้ได้โดยจะต้องศึกษา ไกล่เกลี่ยและประสานประโยชน์ของกลุ่มต่างๆที่เกี่ยวข้อง ในกรณีนี้รัฐบาลอาจดำเนินการออกกฎหมายเพื่อควบคุมการ

บำบัดน้ำเสีย หรือการปล่อย มลพิษออกมาในอากาศเพื่อเป็นการรักษาสิ่งแวดล้อมของประเทศได้ แต่ทั้งนี้รัฐจะต้องชี้แจง อธิบายถึงข้อดีของการออกกฎหมายดังกล่าวให้ธุรกิจเข้าใจยอมรับ และจะต้องให้เวลาแก่ธุรกิจอย่างเพียงพอที่จะเตรียมการเพื่อปฏิบัติตามกฎหมายนั้น หากรัฐบาลสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นธรรม ก็จะได้รับความนิยมร่วมมือจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

การประชาสัมพันธ์ภายนอกประเทศ

รัฐบาลต้องดำเนินงานประชาสัมพันธ์กับต่างประเทศด้วย เพราะประเทศไทยต้องมีการติดต่อเกี่ยวข้องกับประเทศอื่นๆ ทั่วโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งโลกในยุคโลกาภิวัตน์ที่บทบาทธุรกรรมทางเศรษฐกิจและการค้าของประเทศหนึ่งจะเกี่ยวข้องและมีผลกระทบต่อประเทศอื่นๆ มากขึ้นและในบางครั้งเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วมาก นอกจากนั้นความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารทำให้ข่าวสารต่างๆ กระจายไปอย่างกว้างขวางและรวดเร็ว เป็นการยากที่จะคิดว่า เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในประเทศหนึ่ง เช่น การลดค่าเงินบาทของประเทศไทย การเปลี่ยนแปลงรัฐบาลของประเทศญี่ปุ่น หรือข่าวการมีความสัมพันธ์ทางเพศที่ไม่เหมาะสมของประธานาธิบดีคลินตันของประเทศสหรัฐอเมริกากับนักศึกษาฝึกงานในทำเนียบขาว เป็นต้น จะไม่ถูกเผยแพร่ไปยังประเทศอื่นๆ ทั่วโลกในเวลาอันรวดเร็ว เรื่องราวต่างๆ ที่เผยแพร่ไปนี้ อาจมีผลในทางบวกหรือลบต่อประเทศนั้นๆ ได้ ซึ่งส่งผลให้การประชาสัมพันธ์มีบทบาทสำคัญมากขึ้นในการสร้างความเข้าใจที่ดีระหว่างประเทศ โดยทั่วไปการดำเนินงานประชาสัมพันธ์กับต่างประเทศนั้นจัดทำเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานด้านการฑูตอันเป็นวิธีการหลักในการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับประเทศต่างๆ นอกจากนี้ยังอาจจัดทำเพื่อสนับสนุนการค้าและเศรษฐกิจของประเทศในต่างประเทศอีกด้วย

รัฐบาลอาจดำเนินงานประชาสัมพันธ์กับต่างประเทศได้โดยการเสนอข้อเท็จจริงและแนวคิดต่างๆ เพื่อให้ประชาชนในประเทศอื่นๆ ได้มีโอกาสรู้จักและเข้าใจถึงแนวความคิด นโยบาย วัตถุประสงค์ในการดำเนินงานด้านต่างๆ ของประเทศ สำหรับข้อมูลที่จะใช้ในการเผยแพร่อาจครอบคลุมถึงข้อมูลด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม การพัฒนาเศรษฐกิจ ศิลปวัฒนธรรมของประเทศ รวมถึงข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการของประเทศ เช่น สินค้าส่งออก คุณภาพของสินค้าและบริการ การวิจัยเพื่อพัฒนาสินค้าและบริการ การส่งเสริมตราสินค้าของประเทศ เป็นต้น การเผยแพร่ข้อมูลเหล่านี้จะมีส่วนช่วยให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องได้ สำหรับ

ประเทศไทย นอกจากจะเผยแพร่เรื่องต่างๆ ที่กล่าวมาแล้ว ควรมีการเผยแพร่ว่า ประเทศตั้งอยู่ในส่วนใดของโลกด้วย

เมื่อรัฐบาลได้ดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีต่อกันแล้ว แต่ชาวต่างประเทศก็อาจเกิดความเข้าใจผิด หรือมีภาพพจน์ที่ไม่ดีได้ เนื่องมาจากได้พบหรือได้ทราบถึงเหตุการณ์ที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิด รัฐบาลจึงจำเป็นที่จะต้องแก้ไขความ เข้าใจผิดที่เกิดขึ้น เช่น แก้ข่าวไปยังวิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ต่างประเทศที่โจมตีหรือวิพากษ์วิจารณ์โดยไม่ถูกต้องๆ การแก้ข่าวนี้อาจทำได้โดยการชี้แจงข้อเท็จจริงผ่านวิทยุ หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ หรือโดยการติดต่อกับสถานฑูต หรือสำนักงานแถลงข่าวของประเทศนั้น ให้ช่วยชี้แจงข้อเท็จจริงเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง หรือเขียนหนังสือต่อว่าไปยังผู้ที่ลงข่าวผิดพลาด พร้อมทั้งคำชี้แจงเพื่อให้แก้ข่าวที่ผิดพลาดนั้น ซึ่งสื่อมวลชนต่างประเทศจะให้ความร่วมมือในการเผยแพร่มากน้อยแค่ไหนขึ้นกับเนื้อหาของข่าวสารนั้นและคุณภาพของวัสดุและเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่

การประชาสัมพันธ์ของประเทศไทย

ประเทศไทยมีกรมประชาสัมพันธ์เป็นแหล่งกลางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของรัฐทั้งภายในและภายนอกประเทศ ที่นอกจากจะมีหน้าที่ส่งเสริม อธิบายและ ชี้แจงนโยบาย การปฏิบัติของรัฐที่เป็นส่วนรวมแล้วยังรวมถึงชี้แจง อธิบาย ส่งเสริมงานของหน่ายราชการต่างๆ ด้วยโดยเชิญบุคคลที่มีหน้าที่รับผิดชอบของหน่วยงานมาชี้แจงถึงนโยบาย ผลงานและการดำเนินงานที่น่าสนใจ หรือปัญหาที่เกิดขึ้นในการปฏิบัติงานของหน่วยงานนั้นให้ประชาชนทั่วไปทราบ กรมประชาสัมพันธ์จะดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้กระทรวงหรือหน่วยราชการอื่นได้ก็เฉพาะแต่ในส่วนที่กระทรวงหรือหน่วยงานนั้นๆ ให้ความร่วมมือด้วยเท่านั้น เพราะกรมประชาสัมพันธ์เองก็มีงบประมาณและกำลังคนจำกัด ทำให้การดำเนินงานถูกจำกัดไปด้วย

การที่ประเทศไทยมีกรมประชาสัมพันธ์เป็นหน่วยงานหลักในการประชาสัมพันธ์ของรัฐนั้นจะมีผลดีคือ ทำให้มีความสอดคล้องเป็นแนวทางเดียวกันในการวางแผนและการปฏิบัติงาน อย่างไรก็ตาม ในทางปฏิบัติ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของกระทรวงต่างๆ ขณะนี้ยังขาดการประสานงานกันเท่าที่ควร ดังที่ นายอรุณ งามดี อดีตอธิบดีกรมประชาสัมพันธ์ ระบุไว้ว่า[3] "โดยเฉพาะการผลิตสื่อของส่วนราชการขณะนี้ อยู่ในสภาพต่างคนต่างทำ ต่างคนต่างใช้ ยังไม่มีการประสานการผลิต การใช้กันอย่างจริงจัง อย่างเช่น การรณรงค์ต่อต้านโรคเอดส์ มีส่วนราช

การเกือบทุกกระทรวงได้รับการจัดสรรงบประมาณในการรณรงค์เรื่องนี้ แต่ไม่ได้มีการประชุมเพื่อประสานการผลิตสื่อ การใช้สื่อและการใช้คนในการรณรงค์ให้พร้อมเพรียงกัน ทำให้สิ้นเปลืองงบประมาณสิ้นเปลืองกำลังคนและไม่ได้ผลเท่าที่ควร"

บทบาทการดำเนินงาน

ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้น กรมประชาสัมพันธ์หรือหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของกระทรวงต่างๆ มีหน้าที่ในการเผยแพร่ให้ประชาชนทราบถึง นโยบายด้านต่างๆ ของรัฐบาล พร้อมทั้งชี้แจงด้วยว่า รัฐบาลและหน่วยงานต่างๆ ของรัฐกำลังทำอะไร โดยจะมีการผลิตสื่อและจัดโครงงานประชาสัมพันธ์ที่มีคุณภาพเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในขณะเดียวกัน ก็ต้องทำการศึกษา วิจัยและตรวจสอบถึงทัศนคติของประชาชนที่มีต่อเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อเสนอต่อรัฐบาลหรือเจ้ากระทรวงเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้ยังรวมถึงการให้คำแนะนำในการกำหนดนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลหรือกระทรวงต่างๆ หรือให้คำปรึกษาว่า ควรดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างไรให้แก่รัฐบาลหรือรัฐมนตรีของแต่ละกระทรวง

การประชาสัมพันธ์ของรัฐควรเป็นหน้าที่ของข้าราชการทุกคนในทุกหน่วยงานไม่เฉพาะแต่เจ้าหน้าที่ของกรมประชาสัมพันธ์หรือของฝ่ายประชาสัมพันธ์ของกระทรวงหรือหน่วยงานอื่นๆ ของรัฐเท่านั้น ทั้งนี้เพราะรัฐบาลจะได้รับความนิยมและการสนับสนุนจากประชาชนก็ต่อเมื่อประชาชนที่มาติดต่อกับราชการได้รับความเอื้อเฟื้อและช่วยเหลือจากข้าราชการด้วยดี นั่นคือข้าราชการมีความสุภาพ ยินดีและเต็มใจที่จะให้ข้อมูล คำแนะนำหรือให้ความสะดวกในด้านต่างๆ แก่ประชาชนที่มาติดต่อ ไม่ปฏิบัติต่อประชาชนเหมือนเป็นผู้ที่ต่ำกว่าแล้ว รัฐบาลก็จะได้รับความนิยมสนับสนุนจากประชาชน เมื่อมีโครงการอะไร ประชาชนก็ยินดีที่จะให้ความสนับสนุนร่วมมือและพร้อมที่จะปฏิบัติตาม

ความเป็นกลางทางการเมือง

การดำเนินงานของกรมประชาสัมพันธ์หรือฝ่ายประชาสัมพันธ์ของกระทรวงต่างๆ เป็นการดำเนินงานเพื่อประเทศชาติโดยส่วนรวม มิใช่ทำงานให้กับพรรคการเมืองพรรคใดพรรคหนึ่ง กรมประชาสัมพันธ์แม้จะเป็นหน่วยงานหลักในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของรัฐ แต่ก็มิ

ได้เป็นหน่วยงานที่กำหนดนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ของประเทศที่รัฐบาลเป็นผู้กำหนด โดยเฉพาะในประเทศไทยที่รัฐบาลมักจะประกอบไปด้วยพรรคการเมืองหลายพรรค นโยบายการประชาสัมพันธ์ของรัฐก็จะมาจากการพิจารณาและกำหนดของพรรคการเมืองที่ร่วมรัฐบาล ซึ่งหากพรรคการเมืองที่มีเสียงข้างมากหรือพรรคร่วมรัฐบาลเปลี่ยนแปลง ก็อาจมีผลให้นโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ของประเทศเปลี่ยนแปลงโดยสิ้นเชิงได้ ดังนั้นบทบาทของกรมประชาสัมพันธ์และฝ่ายประชาสัมพันธ์ของกระทรวงต่างๆ ควรมีความเป็นกลางทางการเมือง นั้นคือควรมุ่งเผยแพร่นโยบายต่างๆ ของรัฐบาลแต่ละสมัยไปสู่ประชาชนอย่างเต็มความสามารถไม่ว่าจะมีพรรคการเมืองพรรคใดเป็นพรรคการเมืองที่มีเสียงข้างมากในการจัดตั้งรัฐบาลหรือพรรคร่วมรัฐบาลในการกำหนดนโยบายนั้นก็ตาม และไม่ควรอภิปรายวิพากษ์วิจารณ์ถึงจุดดีของนโยบายของรัฐ นอกเหนือจากข้อเท็จจริงที่ระบุไว้กับสื่อมวลชน หากจำเป็นที่จะต้องตอบคำถามเกี่ยวกับนโยบายหรือข้อดีของนโยบายนั้น ควรบอกถึงสิ่งที่รัฐบาลหรือรัฐมนตรีกล่าวไว้เท่านั้น นอกจากนี้กรมประชาสัมพันธ์และฝ่ายประชาสัมพันธ์ของกระทรวงต่างๆ ไม่ควรมีส่วนร่วมในการโฆษณาชวนเชื่อของพรรคการเมืองใด หรือไม่ควรดำเนินการใดๆ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับพรรคการเมือง หรือรัฐมนตรีเจ้ากระทรวง

กรมประชาสัมพันธ์

กรมประชาสัมพันธ์เป็นหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี มีภารกิจเกี่ยวกับ[4] การเป็นศูนย์กลางการประชาสัมพันธ์ภาครัฐ เพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างมีระบบ โดยการเสนอแนะนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ให้กับรัฐบาล และส่วนราชการต่างๆ และดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ประชาชนมีโอกาสรับรู้ เกิดความรู้ ความเข้าใจ สามารถใช้ข้อมูลข่าวสารของรัฐในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศ รวมถึงเกิดภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย นอกจากสำนักงานใหญ่ในกรุงเทพมหานครแล้ว กรมประชาสัมพันธ์ยังมีสำนักประชาสัมพันธ์เขตทำหน้าที่ประสานการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อเข้าถึงประชาชนในส่วนภูมิภาค ปัจจุบันมีสำนักประชาสัมพันธ์เขตอยู่ 8 แห่ง คือ ที่จังหวัดขอนแก่น อุบลราชธานี เชียงใหม่ พิษณุโลก สุราษฎร์ธานี สงขลา จันทบุรีและกาญจนบุรี นอกจากนี้ยังมีสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดอยู่ในทุกจังหวัดของประเทศด้วย

ประวัติความเป็นมาของกรมประชาสัมพันธ์

หลังจากที่ได้มีการเปลี่ยนแปลงการปกครองเป็นระบอบประชาธิปไตยเมื่อเช้าตรู่ของวันที่ 24 มิถุนายน 2475 แล้ว ฝ่ายบริหารเห็นความจำเป็นที่จะต้องมีหน่วยงานเพื่อทำหน้าที่โฆษณา จัดทำคำแถลงการณ์ ให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ประชาชนเพื่อให้ประชาชนสนับสนุนและสร้างความแน่นแฟ้นในระบอบการปกครองใหม่ด้วย จึงได้มีการจัดตั้งหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของรัฐ คือ กรมประชาสัมพันธ์ในปัจจุบัน โดยได้จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติจัดตั้งกระทรวงและกรมพุทธศักราช 2475 ลงวันที่ 3 พฤษภาคม 2475 มีชื่อในครั้งนั้นว่า "กองการโฆษณา" มีฐานะเป็นกรมอิสระ ขึ้นตรงต่อคณะรัฐมนตรี (ในสมัยของพระยามโนปกรณ์นิติธาดาเป็นนายกรัฐมนตรี) มีที่ทำการอยู่ชั้นบนของตึกกรมศิลปากร ตรงข้ามกับประตูวิเศษไชยศรี พระบรมมหาราชวัง และได้โปรดเกล้าแต่งตั้งให้หม่อมเจ้าสกลวรรณากร วรวรรณ เป็นหัวหน้ากองการโฆษณา ต่อมากองการโฆษณาได้ย้ายไปอยู่ที่ศาลาลูกขุน ในพระบรมมหาราชวัง

9 ธันวาคม 2475 เปลี่ยนชื่อเป็น "สำนักงานโฆษณา" มีฐานะเป็นกรม หัวหน้าสำนักงานเทียบเท่าอธิบดี กับได้ย้ายจากที่ทำการเดิมมาอยู่ที่ห้างแบดแมนหรือโรงเรียนกฎหมายเดิม ซึ่งตั้งอยู่เชิงสะพานผ่านพิภพลีลา ถนนราชดำเนินกลาง ในตอนแรกสำนักงานนี้ได้มีการแบ่งส่วนราชการเป็น 3 กอง คือ สำนักงานเลขานุการกรม กองเผยแพร่ความรู้ และกองหนังสือพิมพ์ มีหน้าที่หลัก 3 ประการคือ ให้ข่าวต่างๆ ที่เป็นทั้งของทางราชการโดยตรงและไม่ใช่ของทางราชการ ให้ความรู้ในการปกครองและความรู้อื่นๆ กับประชาชน และป้องกันความเข้าใจผิดทั้งในและนอกประเทศ

31 มีนาคม 2481 มีการโอนกิจการด้านทะเบียนและช่างวิทยุของกรมไปรษณีย์โทรเลข มาขึ้นอยู่กับสำนักงานโฆษณาการและจัดตั้งโฆษณาการเขตขึ้น 2 แห่ง คือที่ จังหวัดหนองคาย เรียกว่า "โฆษณาการเขต 1" อยู่ในความรับผิดชอบของผู้ช่วยหัวหน้าโฆษณาการเขต ซึ่งมีตำแหน่งเทียบเท่าหัวหน้าแผนกและอีกจังหวัดหนึ่ง คือ จังหวัด พระตะบอง (เมื่อครั้งยังเป็นของไทย) เรียกว่า "โฆษณาการเขต 2" แต่สำหรับโฆษณาการเขต 2 ได้ยุบเลิกโครงการไปก่อนที่จะได้มีการจัดตั้งเนื่องจากสถานการณ์ในขณะนั้น

5 กรกฎาคม 2483 เปลี่ยนชื่อเป็น "กรมโฆษณาการ" และมีการตั้งกองการต่างประเทศเพิ่มขึ้น เพื่อติดต่อและเผยแพร่ข่าวสารต่อชาวต่างประเทศ

4 สิงหาคม 2490 โอนสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวจากกระทรวงคมนาคมมาขึ้นกับกรมโฆษณาการ

8 มีนาคม 2495 เปลี่ยนชื่อเป็น "กรมประชาสัมพันธ์" เพื่อให้เหมาะสมกับภาระหน้าที่ในฐานะแหล่งกลางเผยแพร่นโยบายและผลงานของรัฐบาล รวมทั้งเผยแพร่ ข่าวสารการเมือง ศีลธรรม และวัฒนธรรม ความรู้และความบันเทิง ตลอดจนเป็นสื่อกลางสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างรัฐบาลกับประชาชนด้วย

พ.ศ. 2497 ตั้งสำนักงานแถลงข่าวไทยในต่างประเทศขึ้นที่ลอนดอนและ วอชิงตันและได้จัดตั้งกองประชาสัมพันธ์ภาคขึ้น ที่สุราษฎร์ธานีเป็นแห่งแรก ทำหน้าที่เป็นหน่วยงานสาขาของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคใต้โดยเฉพาะ

1 มกราคม 2503 โอนสำนักงานท่องเที่ยวไปรวมกับองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งจัดตั้งขึ้นใหม่และเพิ่มหน่วยงานระดับกอง คือ กองสำรวจประชามติเพื่อคอยสำรวจและรับฟังความคิดเห็นของประชาชน

พ.ศ. 2503 มีการจัดตั้งกองประชาสัมพันธ์เขตขึ้นที่ จังหวัดขอนแก่น ลำปาง และสงขลาเพื่อเป็นหน่วยงานสาขาของกรมประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคเหนือ และภาคใต้ตอนล่างเพิ่มเติมจากเขตสุราษฎร์ธานี

20 ตุลาคม 2504 ตั้งโรงเรียนการประชาสัมพันธ์ขึ้น ในสังกัดกรมประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่วิชาความรู้และส่งเสริมความเข้าใจเกี่ยวกับวิชาการประชาสัมพันธ์และการติดต่อสื่อสาร

พ.ศ. 2505 มีการปรับปรุงและแบ่งส่วนราชการใหม่ คือ มีหน่วยงานระดับกอง 13 หน่วยงาน

พ.ศ. 2513 ตั้งสำนักงานแถลงข่าวไทยขึ้นที่พนมเปญ ประเทศเขมร ปัจจุบันยกเลิกไปแล้ว

20 สิงหาคม 2518 มีพระราชกฤษฎีกาแบ่งส่วนราชการบริหารส่วนกลางและราชการส่วนภูมิภาคกรมประชาสัมพันธ์ใหม่ โดยมีหน่วยงานระดับกอง 15 หน่วยงาน

มิถุนายน 2521 ตั้งสำนักงานแถลงข่าวไทยที่กัวลาลัมเปอร์ ประเทศมาเลเซีย

1 มกราคม 2522 ตั้งสำนักงานแถลงข่าวไทยที่เจดดาห์ ประเทศซาอุดิอาระเบีย

1 สิงหาคม 2529 มีพระราชกฤษฎีกาแบ่งส่วนราชการกรมประชาสัมพันธ์เป็นราชการบริหารส่วนกลาง (20 หน่วยงาน) และราชการบริหารส่วนภูมิภาค

26 มีนาคม 2540 มีพระราชกฤษฎีกาแบ่งส่วนราชการกรมประชาสัมพันธ์เป็นราชการบริหารส่วนกลาง (22 หน่วยงาน) และราชการบริหารส่วนภูมิภาค

9 ตุลาคม 2545 มีกฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการกรมประชาสัมพันธ์สำนักนายกรัฐมนตรี เป็นราชการบริหารส่วนกลาง (21 ส่วนราชการ) และราชการบริหารส่วนภูมิภาค (สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด)

อำนาจหน้าที่

กฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการกรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2545 กำหนดอำนาจหน้าที่ของกรมประชาสัมพันธ์ไว้ดังต่อไปนี้[5]

(1) ศึกษา วิเคราะห์ สำรวจและตรวจสอบประชามติเพื่อเสนอแนะนโยบายและจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ของรัฐ รวมทั้งติดตามประเมินผลและรายงานการประชาสัมพันธ์ของรัฐ

(2) ส่งเสริมและเผยแพร่ข่าวสาร ความรู้เกี่ยวกับการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข ตลอดจนศิลปวัฒนธรรม ศีลธรรมและค่านิยมที่ดี

(3) ดำเนินการประชาสัมพันธ์นโยบาย และการดำเนินงานของรัฐบาลเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันดี ความมั่นคงของประเทศ และเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ และความสัมพันธ์อันดีกับต่างประเทศ

(4) ให้คำปรึกษาและประสานการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์ ตลอดจนสนับสนุนและให้การช่วยเหลือทางวิชาการเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์แก่หน่วยงานทั้งของภาครัฐและเอกชน

(5) ผลิต เผยแพร่ ให้บริการเอกสาร และสื่อโสตทัศนศึกษา รวมทั้งจัดทำข้อมูลสารสนเทศ และประสานความร่วมมือด้านประชาสัมพันธ์ระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชนและสื่อมวลชน

(6) ดำเนินงานสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยและสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย

(7) ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของกรม หรือตามที่นายกรัฐมนตรี รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี หรือคณะรัฐมนตรีมอบหมาย

การแบ่งส่วนราชการกรมประชาสัมพันธ์ [6]

กรมประชาสัมพันธ์มีการแบ่งส่วนราชการ ตามกฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการกรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2545 ดังต่อไปนี้

ก. ราชการบริหารส่วนกลาง ที่มีหน่วยงานทั้งสิ้น 21 ส่วนราชการ ดังนี้

1. สำนักงานเลขานุการกรม
2. กองการเจ้าหน้าที่
3. กองคลัง
4. กองกฎหมายและระเบียบ
5. กองงานคณะกรรมการกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ
6. ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศการประชาสัมพันธ์
7. สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย
8. สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย
9. สำนักการประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ
10. สำนักข่าว
11. – 18. สำนักประชาสัมพันธ์เขต 1 – 8
19. สำนักพัฒนาการประชาสัมพันธ์
20. สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์
21. สำนักส่งเสริมและพัฒนางานเทคนิค

ข. ราชการบริหารส่วนภูมิภาค

สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด

หน้าที่ความรับผิดชอบของส่วนราชการของกรมประชาสัมพันธ์

หน้าที่ความรับผิดชอบของส่วนราชการกรมประชาสัมพันธ์ในส่วนกลางที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ มีดังต่อไปนี้

กองงานคณะกรรมการกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ

กองงานคณะกรรมการกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ รับผิดชอบในการกำกับดูแลกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ให้เป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์รวมถึงการเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาระบบการดำเนินงานและการดำเนินรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงและสถานีวิทยุโทรทัศน์

ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศการประชาสัมพันธ์

ภาระหน้าที่ของศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศการประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นศูนย์กลางด้านข่าวสารข้อมูลเพื่อการประชาสัมพันธ์ของรัฐรวมถึงการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการประชาสัมพันธ์และการบริหาร การวางแผน และพัฒนาระบบงานคอมพิวเตอร์ การสนับสนุนทางวิชาการด้านคอมพิวเตอร์แก่ส่วนราชการของกรมประชาสัมพันธ์

สถานีวิทยุกระจายเสียงและสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย

สถานีวิทยุกระจายเสียงและสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โดยใช้วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์เพื่อ เผยแพร่นโยบายของรัฐ ข่าวสารและการดำเนินงานของหน่วยงานของรัฐ ตลอดจนส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงานของรัฐกับประชาชน หน่วยงานทั้งสองนี้ยังดำเนินงานเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการศึกษาและการเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมทางวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ทั้งภายในและภายนอกประเทศ เพื่อประโยชน์แก่ความมั่นคงและเพื่อเสริมสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข

สำนักการประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ

สำนักการประชาสัมพันธ์ต่างประเทศรับผิดชอบในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ด้านต่างประเทศที่ครอบคลุมถึงการศึกษาและวิเคราะห์บทความ ความเห็น ทัศนคติหรือท่าทีของชาวต่างประเทศหรือ รัฐบาลต่างประเทศที่มีต่อประเทศไทย การประสานความร่วมมือกับต่างประเทศหรือองค์การระหว่างประเทศด้านการประชาสัมพันธ์และการพัฒนาสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ต่างประเทศรวมทั้งให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ

สำนักข่าว

สำนักข่าวเป็นศูนย์รวมด้านข่าวที่ดำเนินงานด้านการข่าวและงานกองบรรณาธิการข่าวทั้งข่าวภายในและข่าวต่างประเทศเพื่อนำเสนอทางวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และสิ่งพิมพ์ นอกจากนี้ยังให้บริการข่าวและแลกเปลี่ยนข่าวกับหน่วยงานของทั้งภาครัฐและเอกชน ตลอดจนจัดระบบการบริหารการจัดการ และพัฒนาคุณภาพด้านการข่าว

สำนักประชาสัมพันธ์เขต

งานของสำนักประชาสัมพันธ์เขตเกี่ยวข้องกับการประสานการดำเนินงานด้านนโยบายและแผนงานระหว่างหน่วยงานของกรมในราชการบริหารส่วนกลางกับราชการบริหารส่วนภูมิภาค การกำกับดูแลการปฏิบัติงานของสถานีวิทยุกระจายเสียงและสถานีวิทยุโทรทัศน์ในเขตพื้นที่ที่รับผิดชอบ การดำเนินการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ตลอดจนให้คำปรึกษาทางวิชาการด้านดังกล่าวแก่หน่วยงานของรัฐ

สำนักพัฒนาการประชาสัมพันธ์

อำนาจหน้าที่ของสำนักพัฒนาการประชาสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับการศึกษาค้นคว้า วิเคราะห์ ติดตามและประเมินสถานการณ์ จัดทำแผนและกำหนดเนื้อหาสาระเพื่อดำเนินการประชาสัมพันธ์ รวมถึงการส่งเสริม สนับสนุน ประสานความร่วมมือการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ทั้งหน่วยงานภายในและภายนอกกรม นอกจากนี้ยังรับผิดชอบในการพัฒนาบุคลากร และสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของรัฐ

สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์

สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการศึกษา วิเคราะห์ วิจัย สำรวจและตรวจสอบประชามติด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นข้อมูลในการเสนอแนะกรอบทิศทาง แผนกลยุทธ์ มาตรการในการกำหนดนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ของรัฐ ตลอดจนการจัดทำแผนงานและประสานแผนรวมทั้งติดตามเร่งรัดและประเมินผลการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐ และต้องดำเนินการเกี่ยวกับการจัดทำแผนงานและแผนงานประมาณของกรมประชาสัมพันธ์ด้วย

สำนักส่งเสริมการพัฒนางานเทคนิค

สำนักส่งเสริมการพัฒนางานเทคนิค เป็นศูนย์กลางในการบริหารจัดการเกี่ยวกับพัสดุ อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้เกี่ยวกับวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ เพื่อให้การสนับสนุนหน่วยงานของกรม และดำเนินการเกี่ยวกับการวางแผน กำกับและดูแลการออกแบบและการพัฒนาระบบการสื่อสารและเครื่องมือการสื่อสาร รวมทั้งกำหนดมาตรฐาน และประสานงานด้านวิศวกรรมเกี่ยวกับวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ระหว่างประเทศ ตลอดจนการควบคุมการจัดตั้งสถานีวิทยุกระจายเสียงและสถานีวิทยุโทรทัศน์รวมทั้งระบบสื่อสารเครือข่ายวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ของกรม นอกจากนี้ยังให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการซ่อมบำรุงสถานี เครื่องมือและอุปกรณ์การสื่อสารของกรม

ราชการบริหารส่วนภูมิภาค

สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด มีหน้าที่ในการจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดให้สอดคล้องกับแผนงานประชาสัมพันธ์ของรัฐและแผนพัฒนาจังหวัด รวมถึง การดำเนินการเผยแพร่ข้อมูลและให้บริการข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของจังหวัด นอกจากนี้ก็ทำหน้าที่ประสานงาน ให้คำปรึกษาและให้การช่วยเหลือด้านการประชาสัมพันธ์แก่หน่วยงานทั้งของภาครัฐและภาคเอกชนในจังหวัด

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์

ดังที่กล่าวมาแล้วว่า การดำเนินงานของกรมประชาสัมพันธ์สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ การประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกประเทศ แต่ไม่ว่าจะเป็นลักษณะใด ขั้นตอนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ก็ไม่แตกต่างกัน จะแตกต่างกันก็ในเรื่องขอบเขตของการดำเนินงานเท่านั้น นั่นคือ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภายในประเทศ มุ่งเข้าถึงประชาชนคนในประเทศ ขณะที่การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภายนอกประเทศ กลุ่มเป้าหมายจะเป็นชาวต่างชาติ องค์การหรือรัฐบาลของประเทศต่างๆ ทั่วโลก

สำหรับขั้นตอนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้นจะเริ่มด้วยการวิจัยก่อน นั่นคือ ก่อนที่จะเริ่มดำเนินงานประชาสัมพันธ์โครงการใดๆ กรมประชาสัมพันธ์จะต้องทำการศึกษาเรื่องราว หรือสถานการณ์ที่เป็นอยู่ องค์การหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตลอดจนทัศนคติและระดับของความรู้สึกของกลุ่มคนที่เกี่ยวข้องก่อน จากนั้นจึงกำหนดวัตถุประสงค์เฉพาะของแต่ละโครงการ ซึ่งอาจเป็นในรูปของการประชาสัมพันธ์เชิงรุก หรือเชิงรับก็ได้ แล้วจึงกำหนดข่าวสารหลักที่จะใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาจัดทำเนื้อหาข่าวสารที่จะเผยแพร่ในสื่อต่างๆ ที่จะใช้ในการกระจายข่าวสารนั้นๆ ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้จะต้องเหมาะสมกับงบประมาณที่ได้รับสำหรับแต่ละโครงการด้วย และเมื่อได้พัฒนาจัดทำเครื่องมือหรือสื่อ และดำเนินงานตามที่ได้วางแผนไว้แล้ว จะต้องมีการประเมินผลการดำเนินงานด้วย ซึ่งอาจทำได้โดยการใช้การวิจัยรูปแบบต่างๆ เช่น การสำรวจความคิดเห็น การวิเคราะห์เนื้อหาจากจดหมาย ข้อวิพากษ์วิจารณ์ และบทความที่เผยแพร่ในสื่อมวลชนต่างๆ ฯลฯ เพื่อวัดการรับรู้ ความรู้ความเข้าใจ ทัศนคติตลอดจนพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย หรือใช้การตรวจตัดข่าว (Press Clipping) เพื่อศึกษาถึงความร่วมมือของสื่อมวลชนในการเผยแพร่ข่าวสารนั้นหรืออาจใช้การนับจำนวนบุคคลหรือตัวแทนของสื่อมวลชนต่างๆ ที่เข้ามาร่วมกิจกรรมหรือการประชุมพบปะต่างๆ

ดังที่กล่าวแล้วว่า การดำเนินงานของกรมประชาสัมพันธ์นั้นจำเป็นต้องได้รับความร่วมมือทั้งจากสื่อมวลชนภายในและจากต่างประเทศ โดยเฉพาะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์กับต่างประเทศ กรมประชาสัมพันธ์ไม่มีสื่อมวลชนระดับโลกของตนเอง ประกอบกับไม่นิยมซื้อสื่อเพื่อใช้การโฆษณาในการเผยแพร่ข่าวสาร กรมประชาสัมพันธ์จะได้รับความร่วมมือเผยแพร่เรื่องราวในสื่อมวลชนต่างประเทศก็ต่อเมื่อสามารถผลิตวัสดุและสื่อต่างๆ อย่างมีคุณภาพและตรงกับความต้องการเฉพาะของสื่อนั้นๆ ดังนั้น กรมประชาสัมพันธ์จึงควรสร้างความสัมพันธ์ที่ดี

กับสื่อมวลชน และควรพัฒนาการผลิตสื่อและวัสดุเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้มีคุณภาพ เพื่อจะได้รับความร่วมมือจากสื่อต่างประเทศในการเผยแพร่ข่าวสารให้ นอกจากนี้กรมประชาสัมพันธ์อาจใช้การจัดโครงงานพิเศษ (Special Events) เช่น การจัดแสดง (Exhibit) ฯลฯ เพื่อเผยแพร่ข่าวสารไปต่างประเทศด้วย

เครื่องมือสื่อสารของกรมประชาสัมพันธ์

ประเภทสื่อหรือเครื่องมือที่กรมประชาสัมพันธ์ใช้ในการดำเนินงานก็ไม่แตกต่างจากสื่อหรือเครื่องมือที่องค์การอื่นๆ ใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็นประเภทต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. วิทยุกระจายเสียง กรมประชาสัมพันธ์มีสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยเป็นแกนในการเสนอรายการต่างๆ เพื่อผู้ฟังทั้งประชาชนชาวไทยและชาวต่างประเทศที่รวมทั้งชาวต่างประเทศในประเทศไทย หรือคนไทยในต่างประเทศและไปยังชาวต่างประเทศในประเทศนั้นๆ ปัจจุบันกรมประชาสัมพันธ์ดำเนินการออกอากาศทั้งหมด 17 ภาษา รวมทั้งภาษาไทยด้วย สำหรับภาษาต่างประเทศที่เผยแพร่ ก็มี อังกฤษ เขมร เวียตนาม ลาว พม่า มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลลิปินส์ ญี่ปุ่น จีนกลาง จีนกวางตุ้ง เยอรมัน ฝรั่งเศส สเปน อาหรับและรัสเซีย

รายการที่เผยแพร่ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย สามารถแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ คือ

1. รายการข่าว รายการข่าวที่กรมประชาสัมพันธ์ผลิตขึ้นเผยแพร่รวมถึงการรายงานข่าวในประเทศทั้งข่าวในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค และข่าวต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์การเมือง เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม ข่าวกีฬา นอกจากนั้นยังมีการ รายงานข่าวจราจรและอื่นๆ

2. รายการประเภทความรู้ต่างๆ รายการประเภทนี้ครอบคลุมเนื้อหาด้านกฎหมาย สุขภาพ ศาสนา ประชาธิปไตย และความรู้เฉพาะกลุ่ม เช่น เด็ก สตรี เกษตรกร ฯลฯ

3. รายการบันเทิง ประกอบด้วย เพลงไทยเดิม เพลงไทยสากล เพลงพื้นเมือง นอกจากนั้นยังรวมถึง ละคร การแสดง การละเล่นและอื่นๆ

นอกจากนี้กรมประชาสัมพันธ์ ยังมีรายการวิทยุกระจายเสียงสำหรับชาวเขาโดยได้ส่งกระจายเสียงเป็นภาษาชาวเขาเผ่าต่างๆ เช่น แม้ว เย้า อีก้อ กระเหรี่ยง เป็นต้น

2. วิทยุโทรทัศน์ ปัจจุบันกรมประชาสัมพันธ์มีสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยช่อง 11 เป็นหลักในการผลิตและเผยแพร่รายการข่าว ความรู้ บันเทิง และเรื่องราวอื่นๆ ไปยังกลุ่มเป้าหมาย ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค

3. เอกสารสิ่งพิมพ์ กรมประชาสัมพันธ์ได้จัดพิมพ์เอกสารสิ่งพิมพ์ในรูปแบบต่างๆ เช่น แผ่นพับ จุลสาร วารสาร หนังสือและอื่นๆ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษไว้แจกให้กับกลุ่มเป้าหมายของโครงการประชาสัมพันธ์ที่อาจเป็นประชาชนคนไทยหรือชาวต่างประเทศหรือทั้งสองกลุ่มก็ได้ เอกสารสิ่งพิมพ์เหล่านี้มีทั้งการจัดทำแบบประจำและ จัดพิมพ์เฉพาะกิจตามวาระพิเศษ และหรือเฉพาะโครงการประชาสัมพันธ์หนึ่งๆ

สำหรับเอกสารสิ่งพิมพ์ภาษาไทยที่สำคัญ คือ

- เอกสารข่าวประจำวัน

- หนังสือประเภทความรู้ทั่วไป เช่น กฎหมายชาวบ้าน หนังสือปาฐกถาธรรม ฯลฯ เพื่อเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจในเรื่องต่างๆ สำหรับประชาชนผู้สนใจทั่วไป

นอกจากนี้ ยังจัดพิมพ์เอกสาร วารสาร โปสเตอร์ และรูปแบบอื่นๆ อีกด้วย

ส่วนเอกสารสิ่งพิมพ์ภาษาอังกฤษที่จัดทำเพื่อเผยแพร่ข่าวสาร ความรู้ ผลงานของรัฐบาล ตลอดจนศิลปวัฒนธรรม เศรษฐกิจ ชีวิดความเป็นอยู่ของชาวไทย และอื่นๆ ให้ชาวต่างประเทศได้ทราบข้อมูล และเกิดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง อันจะก่อให้เกิดความ รู้สึกที่ดีต่อประเทศไทย ตัวอย่างของเอกสารสิ่งพิมพ์ภาษาอังกฤษที่จัดพิมพ์เป็นประจำก็มี

- Thailand News Bulletin เป็นเอกสารข่าวสำคัญประจำวัน

- Thailand Illustration เป็นวารสารภาพข่าวที่มีคำอธิบายภาพทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

นอกจากนี้ยังจัดพิมพ์เอกสารสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลความรู้ในโอกาสต่างๆ เช่น หนังสือเฉลิมพระเกียรติ Golden Jubilee : The Fiftieth Anniversary Celebrations of His Majesty King Bhumibol Adulyadej's Accession to the Throne ที่เป็นส่วนหนึ่งของโครงการประชาสัมพันธ์งานฉลองสิริราชสมบัติครบ 50 ปี ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

4. โสตทัศนูปกรณ์ การประชาสัมพันธ์โครงการต่างๆ ในความรับผิดชอบกรมประชาสัมพันธ์มีการผลิตเทปเสียง ภาพนิ่ง ภาพสไลด์ สไลด์ชุด ภาพยนตร์ วีดีโอและอื่นๆ เพื่อบันทึกและเผยแพร่เหตุการณ์ต่างๆ ที่น่าสนใจ เช่น งานรัฐพิธี งานเฉลิมฉลอง การเยือนประเทศไทยของประมุขหรือบุคคลสำคัญของต่างประเทศ ฯลฯ ตลอดจนเพื่อรณรงค์และเผยแพร่ความรู้ต่างๆ เช่น อันตรายของยาเสพติด ยาบ้า การป้องกันโรคเอดส์ วัฒนธรรมพื้นบ้าน การส่งเสริมคุณภาพชีวิต การรณรงค์การใช้หญ้าแฝก เป็นต้น

สื่อเหล่านี้ นอกจากจะใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์ในประเทศแล้ว กรมประชาสัมพันธ์ยังส่งเผยแพร่ในต่างประเทศและยังเก็บไว้เป็นหลักฐานทางประวัติศาสตร์อีกด้วย นอกจากนี้ กรมประชาสัมพันธ์ยังมีการจัดทำป้ายอีเล็กทรอนิกส์ แผ่นป้ายขนาดใหญ่ (Cut out) ป้ายผ้า สื่อพื้นบ้านต่างๆ เช่น หนังตะลุง ฯลฯ และสื่ออื่นๆ เพื่อเผยแพร่ข่าวสารแก่ ผู้ที่ผ่านไปมาตามจุดต่างๆ และยังมีการผลิตสติกเกอร์ เพื่อใช้ในการสนับสนุนโครงการประชาสัมพันธ์ต่างๆ ด้วย

5. กิจกรรมพิเศษ ในการดำเนินโครงการประชาสัมพันธ์กรมประชาสัมพันธ์มีการจัดนิทรรศการและงานพิเศษอื่นๆ เช่น การอภิปราย การแข่งขันตอบปัญหา (ประชาธิปไตย) การจัดประกวด การจัดค่ายเยาวชนอาสา (เพื่อประชาสัมพันธ์ประชาธิปไตย) การจัดละครเร่หรือละครพื้นบ้าน ลิเก การจัดอบรมอาสาสมัครและประชาสัมพันธ์ประจำหมู่บ้าน การเชิญสื่อมวลชนชมงาน การจัดตั้งศูนย์ประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจรวมไปถึง การบันเทิงในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการได้ดียิ่งขึ้น

6. หน่วยประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ กรมประชาสัมพันธ์มีรถหน่วยเคลื่อนที่เพื่อออกไปเยี่ยมราษฎรเพื่อให้ทราบทุกข์สุข แจกเอกสารเผยแพร่ ชี้แจงนโยบายของทางราชการในท้องถิ่นทุรกันดาร เพื่อสร้างความเข้าใจและความมั่นใจในรัฐบาล ตลอดจนชี้แจงแก้ไขปัญหาหรือความเข้าใจผิดได้โดยตรง ปกติจะมีการหมุนเวียนออกท้องที่ต่างๆ เสมอ

งานประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ทำใน 2 รูปแบบที่สำคัญคือ

1. ลักษณะการเผยแพร่ คือ การเผยแพร่ข่าวสาร ความรู้ทางวิชาการด้านต่างๆ อันเกี่ยวกับชีวิตความเป็นอยู่ของประชากร เช่น ความรู้วิชาการเกษตรกรรมแผนใหม่ สุขภาพอนามัย ฯลฯ

2. งานติดตามผลและตรวจสอบท่าที ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อกิจกรรมของรัฐ รวมทั้งรับฟังปัญหา และข้อคิดเห็นของประชาชน เพื่อสรุปเสนอต่อรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

7. **อินเตอร์เน็ต** (Internet) กรมประชาสัมพันธ์สามารถใช้ระบบอินเตอร์เน็ตในการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลและการตรวจสอบความคิดเห็นของประชาชนทั่วโลกได้อย่างรวดเร็ว โดยไม่ต้องคำนึงถึงเวลาและสถานที่ ข่าวสารที่เผยแพร่ในสื่ออินเตอร์เน็ตนี้เป็นได้ทั้งในรูป ข้อความ ภาพกราฟฟิค และยังสามารถสร้างให้มีเสียง หรือเสียงดนตรีประกอบ ได้ด้วย ที่จะทำให้มีความสนใจที่จะติดตามข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ

เชิงอรรถ บทที่ 10

1. วิทย์ ศิวะศรียานนท์, ดร., "การประชาสัมพันธ์ของรัฐในปัจจุบัน" **รายงานการสัมมนาทางวิชาการประชาสัมพันธ์แห่งชาติครั้งที่ 1 เรื่องบทบาทของการประชาสัมพันธ์ในการพัฒนาประเทศ** ณ หอประชุมกรมประชาสัมพันธ์ วันที่ 18 – 20 สิงหาคม 2514., สมาคมนักประชาสัมพันธ์แห่งประเทศไทย หน้า 138.

2. Scott. M. Cutlip & Allen H. Center, **Effective Public Relations.** Fifth Edition, Prentice Hall. Inc, New Jersey, 1978, p 498.

3. อรุณ งามดี, "ย้อนพินิจคิดถึงอนาคต" **หนังสือที่ระลึก พิธีเปิดอาคารและงานครบรอบปีที่ 64 กรมประชาสัมพันธ์ 7 สิงหาคม 2540.** หน้า 95

4,5,6 กฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการกรมประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรี พ.ศ. 2545