

บทที่ 5

การบริหารการประชาสัมพันธ์โรงเรียน

การบริหารการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ไม่ว่าจะเป็นโรงเรียนของรัฐบาลหรือโรงเรียนของเอกชน ต่างก็มีหลักในการดำเนินงานเหมือนกัน แต่จะมีข้อแตกต่างกันอยู่ที่วิธีการดำเนินงานในส่วนที่เป็นข้อปลีกย่อย ทั้งนี้เพราะระบบราชการและเอกชนนั้นมีความแตกต่างกันในเรื่องที่สำคัญบางอย่าง เช่น ระบบราชการมีลักษณะเป็นภารกิจที่ต้องรับผิดชอบต่อประชาชน ซึ่งจำเป็นจะต้องปฏิบัติงานให้ต่อเนื่องกันไป จนทำบ้างหยุดบ้างตามความพอใจนั้นไม่ได้ เพราะองค์การของรัฐจัดตั้งขึ้นมาเพื่อที่จะให้บริการแก่ประชาชนทั่วไป และการดำเนินงานต่างๆ ของราชการจะต้องเป็นไปตามกฎเกณฑ์ เป็นการปฏิบัติงานตามอำนาจหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมาย หรือตามกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับกำหนดไว้ อีกประการหนึ่งก็คือ การปฏิบัติงานของทางราชการนั้นจะต้องทำเป็นลายลักษณ์อักษรหรือมีหลักฐาน มีระเบียบปฏิบัติที่แน่นอน จะใช้ดุลยพินิจอย่างกว้างขวางไม่ได้

ส่วนการดำเนินงานของโรงเรียนเอกชน จะดำเนินงานเพื่อแสวงหาผลกำไรทำให้มีความรับผิดชอบต่อประชาชนน้อย และมีระเบียบข้อบังคับเช่นเดียวกับรัฐบาล แต่ก็เป็นเรื่องที่อยู่ในวงแคบและสามารถยืดหยุ่นได้ตามสถานการณ์ นอกจากนี้แล้วในการทำงานแม้จะมีระเบียบบังคับก็ยังสามารถที่จะใช้ดุลยพินิจได้อย่างกว้างขวางกว่าโรงเรียนรัฐบาล

สรุปได้ว่าการบริหารการประชาสัมพันธ์โรงเรียน เป็นสิ่งจำเป็นและมีความสำคัญต่อทั้งโรงเรียนของรัฐบาลและโรงเรียนของเอกชน

เค้าโครงเรื่อง

5.1 การจัดการหรือเทคนิคในการบริหาร (Management) ของการประชาสัมพันธ์โรงเรียน

5.1.1 การหาข้อมูล

- 5.1.2 การวางแผน
- 5.1.3 การดำเนินงานประชาสัมพันธ์และการติดต่อสื่อสาร
- 5.1.4 การควบคุมและติดตามการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์
- 5.2 การบริหารบุคลากร (Man) ของการประชาสัมพันธ์
 - 5.2.1 การจัดบุคลากรทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน
 - 5.2.2 การจัดหน่วยงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน
- 5.3 การบริหารเครื่องมือ (Material) ในการประชาสัมพันธ์โรงเรียน
 - 5.3.1 สื่อบุคคล
 - 5.3.2 สื่อมวลชน
 - 5.3.3 กิจกรรม
 - 5.3.4 เอกสารและสิ่งพิมพ์
 - 5.3.5 สื่อโสตทัศนศึกษา
 - 5.3.6 การโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์
- 5.4 การบริหารการเงินหรืองบประมาณ (Money) ของงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน

สาระสำคัญ

1. การบริหารการประชาสัมพันธ์โรงเรียน มีปัจจัยเช่นเดียวกับการบริหารงานทั่ว ๆ ไป คือ หลักของ 4 Ms' ได้แก่ การจัดการ (Management) บุคลากร (Man) วัสดุอุปกรณ์ (Material) และการเงิน (Money)
2. การจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียน มีกระบวนการเช่นเดียวกับขั้นตอนการดำเนินงานทั่ว ๆ ไป ได้แก่ การหาข้อมูล การวางแผน การดำเนินงานและประเมินผล
3. การบริหารบุคลากรของการประชาสัมพันธ์ ยึดหลัก put the right man on the right job คือการจัดบุคลากรทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมกับการจัดหน่วยงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน ตามภูมิปัญญา ความถนัด ความต้องการ และความเหมาะสมของบุคลากรในโรงเรียน

4. การบริหารเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ได้มีบทเรียนที่กล่าวถึง สื่อบุคคล กิจกรรม เอกสารและสิ่งพิมพ์ สื่อโสตทัศนศึกษา แยกไว้ต่างหากในบทนี้จึงกล่าวสื่อมวลชนสัมพันธ์ และการโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์อย่างละเอียด

5. การบริหารการเงินหรืองบประมาณของงานประชาสัมพันธ์ จะได้กล่าวอย่างละเอียดในบทการจัดสรรงบประมาณ

จุดประสงค์การเรียนรู้

หลังจากศึกษาบทนี้แล้ว นักศึกษาสามารถ

1. สามารถเข้าใจถึงการบริหารทั่วๆ ไปที่ใช้หลัก 4Ms' และสามารถนำมาใช้กับการบริหารการประชาสัมพันธ์โรงเรียนได้เช่นกัน ทั้งการจัดการ บุคลากร เครื่องมือและการเงิน
2. หาข้อมูลเกี่ยวกับประชาสัมพันธ์โรงเรียนผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น อินเทอร์เน็ตถึงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาโดยเฉพาะด้านการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น ครูที่เกษียณอายุ เจ้าของาส ฯลฯ รวบรวมทำเป็นแฟ้มข้อมูลขึ้นพื้นฐานของโรงเรียน
3. รู้จักวางแผนการประชาสัมพันธ์โรงเรียน โดยกำหนดวัตถุประสงค์ สำคัญ กลุ่มเป้าหมาย กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ บุคลากรผู้รับผิดชอบในการดำเนินงานกำหนดสื่อ ระยะเวลา งบประมาณ และคาดผลของการดำเนินงาน
4. รู้จักดำเนินงานประชาสัมพันธ์ได้เป็นผลสำเร็จ ทั้งการประชาสัมพันธ์เชิงรุกและการประชาสัมพันธ์เชิงรับ
5. จัดทำปฏิทินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน ที่สอดคล้องกับปฏิทินงานโรงเรียน
6. รู้จักควบคุมและติดตามการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนโดยใช้แบบฟอร์ม
7. สามารถบริหารบุคลากรของการประชาสัมพันธ์ ทั้งการจัดบุคลากรเข้าทำหน้าที่ต่าง ๆ ของการประชาสัมพันธ์ และจัดหน่วยงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน
8. รู้จักทำแผนภูมิการบริหารงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน ตามขนาดของโรงเรียน
9. สามารถเป็นตัวสื่อกลางเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับโรงเรียน
10. สามารถโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้แก่โรงเรียนได้

การบริหารการประชาสัมพันธ์โรงเรียน เป็นงานที่สำคัญยิ่งของผู้บริหารโรงเรียนที่จะต้องกำกับดูแลอย่างใกล้ชิดกับคณะทำงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน เป็นงานที่ต้องเอาใจใส่ติดตามตลอดเวลาอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นโรงเรียนขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่ มีปัจจัยเช่นเดียวกับการบริหารงานทั่วไป คือ ใช้หลัก 4Ms' ได้แก่ Management Man Material และ Money เมื่อนำไปใช้กับการประชาสัมพันธ์โรงเรียน จะหมายถึง

- 5.1 การจัดการหรือเทคนิคในการบริหาร (Management) การประชาสัมพันธ์โรงเรียน
- 5.2 การบริหารบุคลากร (Man) ของการประชาสัมพันธ์โรงเรียน
- 5.3 การบริหารเครื่องมือ (Material) ในการประชาสัมพันธ์โรงเรียน
- 5.4 การบริหารการเงินหรืองบประมาณ (Money) ของงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน

5.1 การจัดการหรือเทคนิคในการบริหาร (Management) การบริหารงานประชาสัมพันธ์มักดำเนินไปเป็นขั้นเป็นตอน จะกี่ขั้นตอน ละเอียตมากน้อยแค่ไหน นักประชาสัมพันธ์มีอาชีพแต่ละคน ได้แนะนำวิธีการปฏิบัติตามแนวของตนไว้หลากหลายวิธีพอจะสรุปหลักการสำคัญๆ คล้ายคลึงกับที่ Cutlip และ Center (Cutlip และคณะ 1985,200) ได้กำหนดและยึดถือปฏิบัติมี 4 ขั้นตอน คือ

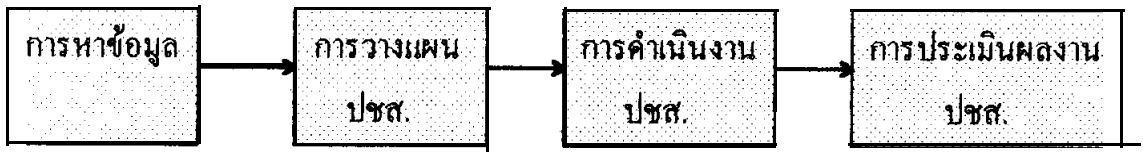
5.1.1 การหาข้อมูล (Defining Public Relations Problems)

5.1.2 การวางแผน (Planning and Programming)

5.1.3 การดำเนินงานประชาสัมพันธ์และการติดต่อสื่อสาร (Taking action and communication)

5.1.4 การควบคุมและติดตามการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์

แผนภูมิที่ 1 กระบวนการประชาสัมพันธ์โรงเรียน



5.1.1 การหาข้อมูล (Defining Public Relations Problems)

ยุคนี้เป็นยุคแห่งเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือ ยุคไอที (Information Technology) หลายสถาบันปรับเปลี่ยนระบบใหม่ โดยนำไอทีเข้ามาใช้กันมากยิ่งขึ้นจนถือเป็นเรื่องธรรมดาในสังคมเสียแล้ว มีโรงเรียน on-line ครอบครัว on-line ชุมชน on-line จนกระทั่งเข้าสู่เครือข่ายข้อมูล เช่น อินเทอร์เน็ต ในลักษณะ “นำความรู้ถึงบ้าน นำการศึกษาถึงตัว” การหาข้อมูลของการจัดการหรือเทคนิคในการบริหาร จึงจำเป็นต้องพึ่งเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นอย่างมาก สะดวกต่อการหาข้อมูลการจัดเก็บและการเรียกใช้เป็นอย่างยิ่ง

เทคนิคการรวบรวมข้อมูล

1. สอบถามจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียน เช่นครูที่เกษียณอายุ ผู้ปกครองประชาชน ในชุมชน เจ้าอาวาส ฯลฯ

2. รวบรวมข้อมูลเอกสาร เช่นข่าวตัด (clipping) ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียนและการศึกษา

3. การคาดเหตุการณ์ โดยใช้ความรู้และประสบการณ์ ของนักประชาสัมพันธ์โรงเรียนและนักประชาสัมพันธ์มืออาชีพ จากตำราการประชาสัมพันธ์ มีข้อคิดตรงช่วยทันเวลา และมีประสิทธิภาพมาก ในการคาดเหตุการณ์ ได้แก่

3.1 การประมาณการโดยอาศัยข้อมูลในอดีต การแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

3.2 การสำรวจความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่ภายนอกโรงเรียน เช่น ผู้ปกครอง และกลุ่มเป้าหมายภายในโรงเรียน ได้แก่ ครูอาจารย์ เจ้าหน้าที่ธุรการ นักการภารโรง นักเรียน โดยการสัมภาษณ์จากการคุยกันและทางโทรศัพท์

3.3 การพูดคุยเป็นการส่วนตัว

4. การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยวิธี

4.1 การใช้แบบสอบถาม (Questionnaire)

4.2 สํารวจทัศนคติ ปฏิกริยาของประชาชนและกลุ่มเป้าหมาย

4.3 สํารวจความนิยม และสํารวจประชามติ

ในการใช้วิธีการวิจัย หาข้อมูลเบื้องต้น เป็นเครื่องมือที่สำคัญที่สามารถนำมาซึ่งข้อมูลหรือข้อเท็จจริง สำหรับการแก้ไขปัญหาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างมีความเที่ยงตรงและน่าเชื่อถือได้มากแล้ว การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์ยังเป็นความรู้ที่ช่วยยกระดับการทำงานประชาสัมพันธ์ให้มีมาตรฐานยิ่งขึ้น (พรทิพย์ 2531, 1) ทั้งนี้ย่อมขึ้นอยู่กับความสามารถในการตัดสินใจของผู้วิจัย ในการเลือกวิธีการวิจัยมาใช้ให้เหมาะสมกับลักษณะของข้อมูลที่ต้องการ การสร้างเครื่องมือ การวัดความน่าไว้วางใจได้ของการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ผลและการแปลผลของการวิจัยด้วย

การศึกษาปัญหาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โดยวิธีการวิจัยทำได้กับสภาพการณ์ที่เกิดขึ้นใน 2 ลักษณะ ดังนี้

1. มีปัญหาเกิดขึ้นในโรงเรียนแล้วทำการวิจัย เพื่อค้นหาคำตอบว่าปัญหาที่เกิดขึ้นนั้นมีผลกระทบในแง่ที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์อย่างไรบ้าง น่าจะมีหนทางแก้ไขอย่างไร จึงจะเป็นผลดีต่อโรงเรียน

2. ยังไม่มีปัญหาเกิดขึ้นในโรงเรียน เป็นเพียงศึกษาข้อมูล สภาพความเป็นไป และปัญหาต่างๆของโรงเรียน ทั้งจากภายในและภายนอกโรงเรียน เพื่อนำมาเป็นองค์ประกอบในการวางแผน เป็นข้อมูลในการตัดสินใจเพื่อดำเนินงานต่างๆ และเพื่อทางเทคนิคของการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพที่สุด มาใช้ในการวางแผนและการดำเนินงาน

หลักในการศึกษาข้อมูลทั้งจากภายในและภายนอกโรงเรียน ควรทำดังนี้

1. เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ควรเผ้าดูความเป็นไปในโรงเรียน ในหน่วยงานประชาสัมพันธ์ในลักษณะ “radar scanning” คือคอยเผ้าดูตลอดเวลาเพื่อประโยชน์ในการเตรียมการแก้ปัญหาและสามารถแก้ปัญหาได้ทันที่

2. เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์จะต้องสามารถตัดสินใจให้ได้ว่าจะหาข้อมูลด้วยวิธีไหนจึงเหมาะสม

3. รวบรวมข้อมูลเก็บเข้าคอมพิวเตอร์ และเรียกข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

4. วิเคราะห์ข้อมูลในแง่ที่เกี่ยวกับโรงเรียน เพื่อให้สามารถนำผลที่ได้ไปใช้กับโรงเรียนได้โดยตรง

5. นำข้อมูลนั้นไปไว้ในหน่วยประชาสัมพันธ์โรงเรียน

6. ข้อมูลควรเก็บอย่างมีระบบ เพื่อความรวดเร็วเมื่อต้องการใช้

7. นำข้อมูลที่ได้ไปเปรียบเทียบกับข้อเท็จจริง

เพิ่มข้อมูลขั้นพื้นฐานที่จำเป็น ประกอบด้วย

1. ตัวเลขที่เกี่ยวกับสถิติทุกชนิดของโรงเรียน เช่น จำนวนนักเรียน ชาย-หญิงของแต่ละห้องเรียน แต่ละระดับ จำนวนอาจารย์แยกตามวุฒิ ฯลฯ

2. คณะกรรมการต่างๆ ของโรงเรียนสิ่งใดอยู่ภายใต้การพิจารณา

3. สิ่งพิมพ์และเอกสารต่างๆ ที่โรงเรียนได้ทำขึ้น

4. ภาพถ่าย เช่น อาคารเรียน ห้องสมุด กิจกรรมต่างๆ ของโรงเรียน นักกีฬาของโรงเรียน วงดุริยางค์ ฯลฯ บุคลากรที่อ่านหนังสือไม่ได้ก็สามารถมองภาพแล้วเข้าใจได้
5. ประวัติและภาพของผู้บริหารโรงเรียน หรืออาจารย์ที่เกษียณอายุไปแล้ว
6. ข่าวตัดรายงานการเคลื่อนไหวต่างๆ ของโรงเรียนจากสื่อมวลชน
7. หนังสืออ้างอิงที่จะเป็นประโยชน์ต่อการประชาสัมพันธ์
8. เกณฑ์มาตรฐานของโรงเรียน กระทรวงศึกษาธิการ
9. แฟ้มโทรศัพท์ที่เป็นปัจจุบันของนักเรียน ระบุ โทรศัพท์ที่บ้าน โทรศัพท์

ทำงานของบิดามารดา

10. แฟ้มโทรศัพท์ที่เป็นปัจจุบันของบุคลากรภายในโรงเรียน ระบุโทรศัพท์ที่บ้าน โทรศัพท์ที่ทำงานของสามีและภรรยา
11. รายชื่อผู้อุปการะโรงเรียนพร้อมหมายเลขโทรศัพท์
12. รายชื่อหน่วยราชการและข้าราชการที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับโรงเรียนพร้อมหมายเลขโทรศัพท์
13. รายชื่อบุคคลในวงการสื่อสารมวลชน และโทรศัพท์ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ บรรณาธิการและนักข่าวของหนังสือพิมพ์และวารสาร บุคคลที่มีชื่อเสียงทางการศึกษา การเมือง การกีฬา การบันเทิง ทั้งดาราภาพยนตร์ ดาราทีวี นักร้อง โดยเฉพาะบุคคลที่มีชื่อเสียงที่เป็นศิษย์เก่าของโรงเรียน

5.1.2 การวางแผนการประชาสัมพันธ์โรงเรียน(planning and programming)

การวางแผนนับว่าเป็นหัวใจสำคัญของโรงเรียน เนื่องจากเป็นเครื่องมือในการวางแผนทางสำหรับดำเนินงานและควบคุมให้งานดำเนินไปได้ด้วยดี ดังสุภาษิตที่ว่า การเริ่มต้นที่ดีก็เท่ากับงานสำเร็จไปแล้วครึ่งหนึ่ง นักประชาสัมพันธ์สามารถทำงานในแต่ละวันอย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ต้องเหนื่อยและวิตกกังวลมากเกินไปจนความจำเป็น ลักษณะของแผนการประชาสัมพันธ์ที่ดี ควรจะมีลักษณะดังนี้

1. แสดงให้เห็นถึงความจริงใจในเจตนารมณ์และการบริหารคุณลักษณะนี้อาจสร้างได้จากการวางวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน สามารถนำมาปฏิบัติได้ เป็นประโยชน์ต่อโรงเรียน มีระบบการประเมินผลที่ดี เป็นต้น

2. มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และลักษณะของโรงเรียนและมีความคงที่แผนงานที่ดีควรใช้ได้ชั่วระยะเวลาหนึ่ง นานพอที่จะมองเห็นเหตุแห่งความล้มเหลว หรือเหตุแห่งความสำเร็จได้

3. มีความมั่นคงและวิธีการที่จะนำมาใช้ ตลอดจนภาพพจน์ที่ประจักษ์แก่ตาผู้อื่นจะต้องดี แผนงานจะมีลักษณะดังกล่าวได้จะต้องเป็นแผนงานที่เป็นลายลักษณ์อักษร ถูกวางขึ้นโดยคนหลายคน หรือหลายฝ่ายที่เกี่ยวข้องและมีความรู้ในเรื่องการประชาสัมพันธ์ อีกทั้งเป็นที่ยอมรับของผู้บริหารสูงสุดและผู้รับผิดชอบในงาน

4. เป็นแผนการที่คนส่วนใหญ่สามารถเข้าใจได้และความต่อเนื่องในการปฏิบัติแผนงานจะมีลักษณะเช่นนี้ได้ ก็ต่อเมื่อบ่งบอกวิธีการปฏิบัติงาน ตลอดจนเงื่อนไขต่างๆ ไว้อย่างชัดเจนและได้รับการปฏิบัติต่อกันไปตลอด มีความสอดคล้องกันระหว่างวัตถุประสงค์และข้อปฏิบัติต่างๆ ในแผนงาน

5. มีความชัดเจนและสามารถมองเห็นภาพพจน์ได้ คือ บ่งบอกถึงสิ่งที่จะทำได้อย่างชัดเจน

6. เป็นประโยชน์ทั้งต่อผู้ส่งสารและผู้รับสารแผนงานที่ดีควรเป็นประโยชน์ทั้งฝ่ายบริหารและบุคลากรในโรงเรียน หรือถ้าเป็นการติดต่อกับบุคคลภายนอกก็ควรเป็นประโยชน์ต่อทั้งโรงเรียนของเราและหน่วยงานภายนอก

ประโยชน์ของการวางแผน

1. ช่วยให้การบริหารงานใช้ทรัพยากร อาทิเช่น แรงงาน วัสดุอุปกรณ์งบประมาณ และเวลา เป็นไปอย่างประหยัดและเกิดประโยชน์สูงสุด

2. การวางแผนเป็นตัวกำหนดกิจกรรมที่จะดำเนินในอนาคต ผู้ปฏิบัติสามารถคาดการณ์ปัญหาอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้นได้ทันเหตุการณ์

3. ช่วยประสานบทบาทของบุคลากรและหน่วยงานต่างๆ ในองค์การให้การดำเนินงานตามภาระหน้าที่ บรรลุ จุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์เดียวกัน ช่วยลดการทำงานซ้ำซ้อน

4. การวางแผนช่วยให้การควบคุมการดำเนินงานเป็นไปอย่างมีระบบและมีประสิทธิภาพ สามารถตรวจสอบและวัดผลสำเร็จของงานได้

5. พัฒนามาตรฐานการปฏิบัติงานเพื่อให้ได้ผลงานที่มีทั้งคุณภาพและปริมาณรวมทั้งมีวิธีการทำงานที่เหมาะสม

6. พัฒนาการบริหารในอนาคต การวางแผนเป็นการคาดคะเนและสร้างการบริหารงาน ที่เป็นกระบวนการต่อเนื่องจากอดีตสู่ปัจจุบันและอนาคตต่อไป

การวางแผน การประชาสัมพันธ์ไม่ใช่เป็นการกระทำที่จะทำเมื่อมีงานเกิดขึ้นแล้วจึงต้องทำ หรือจะทำการประชาสัมพันธ์เมื่อมีความต้องการจากประชาชนกลุ่มเป้าหมาย หรือผู้บังคับบัญชาสั่งให้ทำ แต่ที่ถูกต้องนั้น การประชาสัมพันธ์เป็นการทำงานที่มีแผนการเตรียมไว้อย่างรอบคอบตรงตามจุดมุ่งหมายที่ได้ตั้งไว้อย่างชัดเจน มีลำดับขั้นตอนในการทำงาน โดยประกอบด้วยกิจกรรมต่างๆ ที่ประสานและสอดคล้องกัน เพื่อบรรลุจุดมุ่งหมายนั้น

การวางแผนงานประชาสัมพันธ์ควรมีขั้นตอนตามลำดับดังนี้

5.1.2.1 กำหนดวัตถุประสงค์และความมุ่งหมาย (objective and goal)

5.1.2.2 กำหนดหัวข้อเรื่องหรือสาระสำคัญของข่าวสารในการประชาสัมพันธ์

5.1.2.3 กำหนดกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์

5.1.2.4 กำหนดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์

5.1.2.5 กำหนดผู้รับผิดชอบในการดำเนินงานและผู้นำข่าวสาร

5.1.2.6 กำหนดสื่อ กิจกรรม และช่องทางที่จะใช้สร้างการประชาสัมพันธ์

5.1.2.7 กำหนดระยะเวลาดำเนินงานประชาสัมพันธ์

5.1.2.8 กำหนดงบประมาณ

5.1.2.9 ผลที่คาดว่าจะได้รับเมื่อดำเนินการตามแผน

5.1.2.1 กำหนดวัตถุประสงค์และความมุ่งหมาย โดยศึกษานโยบายความต้องการในการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนอย่างละเอียดรอบคอบ มีการศึกษาวิเคราะห์อย่างถี่จากที่ประชุมของบุคคลหลายฝ่ายที่เกี่ยวข้องช่วยกันพิจารณาสถานการณ์รอบๆ ตัว (look around) ให้ข้อคิดเห็นถึงแนวโน้มของประชาคมหรือความคิดเห็นของประชาชนใน

ขณะนั้นนำมากำหนดวัตถุประสงค์และความมุ่งหมายให้ชัดเจนเข้าใจง่ายและไม่ควรกำหนดไว้หลายวัตถุประสงค์ในคราวเดียวกัน เพราะจะทำให้ขาดความแน่วแน่นในการตัดสินใจ เสร็จแล้วจึงมองไปข้างหน้าไกลๆ (look ahead) เพื่อดูความเป็นไปได้ในเชิงปฏิบัติ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และความมุ่งหมายที่วางไว้

วัตถุประสงค์ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน ควรมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันดีและถูกต้องให้เกิดขึ้น เมื่อโรงเรียนมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายใหม่ๆ และป้องกันแก้ไขความเข้าใจผิดเกี่ยวกับโรงเรียน
2. เพื่อป้องกันและรักษาชื่อเสียงของโรงเรียน เช่น แก้ปัญหาข่าวลือที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานของโรงเรียน
3. เพื่อรายงานให้ชุมชนทราบถึงความก้าวหน้าของโรงเรียน สร้างชื่อเสียงเผยแพร่ความรู้ ความคิด ประดิษฐ์กรรมและเทคโนโลยีใหม่ๆ ของโรงเรียนให้เป็นที่รู้จักในหมู่ประชาชน บังเกิดความนิยม ศรัทธา เชื่อถือและไว้วางใจโรงเรียน
4. เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีระหว่างโรงเรียน กับกลุ่มต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียน เช่น ผู้ปกครอง ส่วนการศึกษา โรงเรียนอื่นๆ ที่อยู่ใกล้เคียง
5. เพื่อให้ประชาชนสนับสนุนโครงการต่างๆ และร่วมมือในการทำกิจกรรมความมุ่งหมาย การวางแผนการประชาสัมพันธ์โรงเรียนความมุ่งหมายที่จะได้มีการกำหนดกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้าง รักษาและแก้ไขภาพพจน์ของโรงเรียนให้เหมาะสมกับสภาพเป็นจริงในปัจจุบันและความเจริญก้าวหน้าในอนาคต ทำให้ผู้ปฏิบัติสามารถบอกได้ว่า ในช่วงเวลาต่างๆ นั้นจะต้องทำกิจกรรมอะไรบ้าง มีลักษณะชัดเจน เป็นข้อกำหนดเฉพาะที่จะต้องปฏิบัติให้ได้ผลสำเร็จตามความคาดหวัง และตามเกณฑ์ที่ได้ตั้งไว้ ความมุ่งหมายจะเป็นเกณฑ์ที่ช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานตามแผนทราบว่า ผู้วางแผนงานต้องการให้เกิดผลอย่างไรเมื่อมีการดำเนินการตามแผนแล้ว และเพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถประเมินผลงานของตน เมื่อได้ดำเนินการตามโครงการสิ้นสุดลง โดยทั่วไปแล้วเป็นการกำหนดที่ชัดเจนและแน่นอนกว่าวัตถุประสงค์ เช่น วัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์ ให้คนอ่านออกเขียนได้มากขึ้นทุกจังหวัดภายใน 5 ปี ความมุ่งหมายจะ

กำหนดชัดเจนลงไปเลยว่า ในปี พ.ศ. นั้น ต้องการให้ประชาชนจังหวัดใด อ่านออกเขียนได้ เพิ่มขึ้นร้อยละเท่าใด

5.1.2.2 กำหนดหัวข้อเรื่องหรือสาระสำคัญของข่าวสารในการประชาสัมพันธ์ในการประชาสัมพันธ์ อาจกล่าวได้ว่าหัวข้อเรื่องหรือสาระสำคัญที่จะนำไปเผยแพร่ นั้นมีความสำคัญมาก ทั้งนี้เพราะเมื่อได้กำหนดหัวข้อเรื่อง หรือประเด็นให้ชัดเจนแล้ว จะทำให้กิจกรรมต่างๆดำเนินไปได้ เช่น จะเน้นการรักษาความสะอาดภายในโรงเรียน กำหนดหัวข้อเรื่องให้โรงเรียนเป็น “เขตปลอดขยะ” อาจเริ่มด้วยการประกวดคำขวัญ แล้วนำไปผลิตเป็นโปสเตอร์ สติกเกอร์ สำหรับปิดโฆษณาเรียกร้องความสนใจและความร่วมมือ ขณะเดียวกันก็มีการเขียนบทความเชิญชวนให้ทุกคนรักษาความสะอาด

5.1.2.3 กำหนดเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์โรงเรียน กลุ่มเป้าหมาย หมายถึง ผู้รับสารหรือกลุ่มผู้รับสาร ที่ผู้วางแผนงานประชาสัมพันธ์ต้องการจะส่งสารประชาสัมพันธ์ไปให้ โดยมีเป้าหมายที่จะมีอิทธิพลต่อความรู้ ทักษะและพฤติกรรมของ บุคคลหรือกลุ่มบุคคลนั้น

ในสังคมประกอบไปด้วยกลุ่มคนกลุ่มต่างๆ มีลักษณะแตกต่างกันออกไปบางกลุ่มก็มีความสัมพันธ์กับโรงเรียน บางกลุ่มก็ไม่มีความสัมพันธ์กับโรงเรียนผู้วางแผนงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนจะต้องพยายามรวบรวม จัดแบ่งกลุ่มคนที่มีอยู่ในสังคมที่มีความสัมพันธ์กับโรงเรียนออกเป็นกลุ่มๆ เพื่อกำหนดเป็นกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนพิจารณาความสำคัญของกลุ่มเป้าหมายว่า กลุ่มใดเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก กลุ่มใดเป็นกลุ่มเป้าหมายรอง ทั้งนี้เพราะการกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ในขั้นต่อไป กล่าวคือ

1. ทำให้ผู้วางแผนงานประชาสัมพันธ์รู้จัก ผู้รับสารของตนดีขึ้นว่าเป็นกลุ่มใด มีความสัมพันธ์อย่างใดกับโรงเรียน มีทัศนคติ ความคิดเห็นเช่นไร มีการรับฟังข่าวสารทางช่องทางการสื่อสารใด ดังนั้นการกำหนดสื่อในแผนงานประชาสัมพันธ์ก็จะกระทำได้อย่างถูกต้องตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

2. ทำให้ผู้วางแผนประชาสัมพันธ์สามารถประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายได้ถูกต้อง เมื่อได้ดำเนินกิจกรรมตามแผนไปแล้วระยะหนึ่งอันจะเป็นประโยชน์ในการปรับแก้ไขแผนงานให้เหมาะสมยิ่งขึ้น

โดยทั่วไปกลุ่มเป้าหมายตามความสัมพันธ์กับโรงเรียนจะมี 2 ประการ คือ

1. กลุ่มเป้าหมายภายในโรงเรียน ได้แก่ กลุ่มที่มีความสัมพันธ์ผูกพันอย่างใกล้ชิดกับโรงเรียน มีผลประโยชน์ร่วมกันกับโรงเรียน และเปรียบเทียบตัวจักรสำคัญที่จะผลักดันให้กิจการโรงเรียนรุดหน้าไป เช่น กลุ่มผู้บริหาร กลุ่มครู กลุ่มธุรการภารโรง เป็นต้น

2. กลุ่มเป้าหมายภายนอกโรงเรียน ได้แก่ กลุ่มที่ไม่ได้ทำงานให้กับโรงเรียน แต่มีความสำคัญต่อการดำเนินงานของโรงเรียน อาจเป็นโดยตรงหรือโดยอ้อม ซึ่งโรงเรียนจำเป็นต้องสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นระหว่างกลุ่มดังกล่าว เพื่อให้กลุ่มนั้นๆ ให้การสนับสนุนการดำเนินงานของโรงเรียนต่อไป เช่น กลุ่มผู้ปกครอง โรงเรียนใกล้เคียง ผู้บริหารการศึกษา ฯลฯ

ในขั้นตอนของการกำหนดกลุ่มเป้าหมายของแผนงานประชาสัมพันธ์นี้ผู้วางแผนจำเป็นต้องวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายใน 2 ประเด็น คือ

1. การวิเคราะห์ปัญหาที่มีผลต่อกลุ่มเป้าหมาย

2. การวิเคราะห์ตัวกลุ่มเป้าหมาย

1. การวิเคราะห์ปัญหาที่มีผลต่อกลุ่มเป้าหมาย หมายถึง การวิเคราะห์ปัญหาของโรงเรียนว่า ปัญหาที่เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมายนั้นๆ เป็นปัญหาที่สามารถใช้การประชาสัมพันธ์เข้าไปแก้ไขสถานการณ์ปัญหานั้นๆ ได้หรือไม่ เช่น วิเคราะห์สาเหตุที่ทำให้นักเรียนมาสมัครสอบแข่งขันน้อยไป เพราะคุณภาพการสอนไม่ดี ก็ต้องแก้ไขที่ด้านการควบคุมการสอนของครู เช่น การเตรียมการสอน อุปกรณ์การสอน แต่ถ้าเป็นเพราะโรงเรียนตั้งใหม่ยังไม่เป็นที่รู้จัก ก็ต้องใช้การโฆษณาหรือการประชาสัมพันธ์เข้าเป็นเครื่องมือแก้ไขปัญหาก็ได้ เป็นต้น

2. การวิเคราะห์ตัวกลุ่มเป้าหมาย หมายถึง การระบุกลุ่มเป้าหมายของแผนงานประชาสัมพันธ์ทุกกลุ่มที่เกี่ยวข้อง ทั้งผู้ที่ได้รับผลประโยชน์ ผลกระทบจากการประชาสัมพันธ์

สัมพันธ์โดยตรง หรือผู้ที่ต้องเกี่ยวข้องกับโครงการประชาสัมพันธ์โดยอ้อม และหาข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายที่ระบุไว้ในหลายๆ ลักษณะเป็นต้นว่า

ก. ข้อมูลกับลักษณะภายนอกทางกายภาพโดยทั่วไป เช่น เพศ อายุ ลักษณะทางสรีรภาพโดยทั่วไป ลักษณะการรวมกลุ่มของกลุ่มเป้าหมาย

ข. ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางฐานเศรษฐกิจและสังคม เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับอาชีพ สถานภาพในสังคม วัฒนธรรม ศาสนา ครอบครัว

ค. ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางจิตใจ เช่น ความรู้ ความเชื่อ ทัศนคติ ความคิดเห็น

5.1.2.4 กำหนดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ หรือวิธีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายให้ได้ผลดี โดยพิจารณาวิธีที่จะติดต่อเข้าถึงประชาชนเพื่อเผยแพร่ข่าวสาร แนะนำแนวทางให้ปฏิบัติชักจูงให้ร่วมมือและร่วมสนทนาคือหาข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ต่อแผนการประชาสัมพันธ์โรงเรียน

หลังจากได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์เป็นที่แน่นอน เข้าใจทัศนคติ ค่านิยม พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายแล้ว ก็ถึงขั้นที่ต้องพิจารณาหาวิธีที่ดีที่สุดในการประชาสัมพันธ์ โดยพิจารณาตั้งแต่ วิธีการ การให้สื่อ การใช้คำพูดประเด็นที่จะพูด การติดต่อสื่อสาร จะมีการเปลี่ยนแปลงวิธีการอย่างไรในกรณีที่ไม่ได้ผลรวมถึงลำดับขั้นตอนของกิจกรรม

โดยทั่วไปกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์อาจแบ่งได้ 4 วิธี ดังนี้

1. การเผยแพร่ข่าวสาร (publicity) เป็นวิธีการให้ข่าวสารด้วยการโฆษณาเผยแพร่กิจกรรม ผลงาน นโยบายและข้อคิดเห็น ทางใบปลิว แผ่นพับ โปสเตอร์ ภาพถ่าย รวมถึงการบอกต่อๆ กันไปทางสื่อบุคคล โดยมีความมุ่งหมายเพื่อให้ประชาชนทราบว่า จะมีอะไรที่ไหน เมื่อไหร่ และใครเป็นผู้กระทำกิจกรรมนั้น เป็นกระบวนการประชาสัมพันธ์ในลักษณะให้ข่าวสารทางเดียวทั้งหมด

2. แนะนำวิธีการให้ปฏิบัติ (instruction) เป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ประชาชนปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น โรงเรียนมีแผนการรักษาความสะอาดก็ต้องการให้ประชากรภายในโรงเรียนทุกฝ่าย ทั้งนักเรียน ภารโรง แม่ค้า คณาจารย์ร่วมมือ

กัน จำเป็นต้องชี้แนะให้ทุกคนมองเห็นช่องทางที่จะให้ความร่วมมือหรือสนับสนุนด้วย เช่น ดึงถึงขยะไว้ตามจุดต่างๆ หลายๆ จุด สดวกต่อการเก็บขยะไปใส่

3. การโน้มน้าวใจ (persuasion) ในกรณีที่ประชากรส่วนใหญ่ยังไม่เห็นความสำคัญและร่วมมือ จำเป็นต้องใช้วิธีการชักจูงและโน้มน้าวจิตใจให้คล้อยตามโดยการเปรียบเทียบข้อดีข้อเสีย ยกตัวอย่างโรงเรียนที่ดีเด่น นำเรื่องรักษาความสะอาดกับตาวิเศษเข้ามาในโรงเรียน และชี้ให้เห็นความจำเป็นที่ต้องกระทำเช่นนั้นเพื่อประโยชน์ของส่วนรวมก็ได้

4. การสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็น (dialogue) เป็นวิธีการพบปะสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับประชาชน ในลักษณะปรับทุกข์ผูกมิตร เปิดโอกาสให้มีการแสดงความคิดเห็นได้แย้ง และชี้ให้เห็นถึงข้อดีข้อเสียของกันและกัน เช่น รายการสนทนาปัญหาชาวบ้าน และมีการเปิดโอกาสให้ประชาชนที่เข้าร่วมฟังซักถามปัญหาได้ด้วย เพื่อจะได้ประนีประนอมร่วมมือกันในที่สุด

5.1.2.5 กำหนดผู้รับผิดชอบในการดำเนินงานและผู้นำข่าวสาร

บุคลากรหรือครูประจำชั้นหรือโรงเรียนจะดำเนินงานตามแผนการประชาสัมพันธ์เป็นหลัก ทรัพยากรที่สำคัญที่โรงเรียนจะต้องมีให้เพียงพอและสามารถปฏิบัติการตามแผนได้ มิฉะนั้นแล้วแผนการประชาสัมพันธ์ที่จัดทำไว้อย่างดีก็จะใช้ประโยชน์ไม่ได้ ถ้าไม่มีผู้ปฏิบัติให้ลุล่วงไปได้ สำหรับจำนวนบุคลากรที่จะดำเนินการ ย่อมขึ้นอยู่กับความสำคัญของเรื่องและระยะเวลาในการดำเนินงาน ถ้าเป็นเรื่องสำคัญและมีเวลาน้อย ก็จำเป็นต้องระดมกำลังครูทั้งหลายมาช่วยกันมากกว่าเรื่องที่ไม่ค่อยสำคัญและไม่รีบด่วน ในการปฏิบัติงานตามแผน ควรกำหนดตัวผู้รับผิดชอบไว้เป็นกิจลักษณะ ว่าจะให้ใครมีหน้าที่ทำอะไร ทำอย่างไร ทำที่ไหน และร่วมกับใคร เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามขั้นตอนและบังเกิดประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตามก็คือ ถ้าได้บุคลากรที่มีพื้นความรู้สูง ได้มีการฝึกอบรมมาเป็นอย่างดี มีความชำนาญและประสบการณ์มาก ก็อาจจะดำเนินการให้บรรลุผลตามแผนการประชาสัมพันธ์ โดยไม่ต้องใช้คนจำนวนมากก็พอ โดยปกติฝ่ายประชาสัมพันธ์จะมีการจัดบุคลากร โดยแบ่งตามหน้าที่และลักษณะงานที่รับผิดชอบออกเป็น 4 ฝ่าย ดังต่อไปนี้

1. ฝ่ายอำนวยการซึ่งจะเป็นผู้ริเริ่มในการวางแผนดำเนินงานทางการประชาสัมพันธ์ จัดทำโครงการและกำหนดกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้เป็นไปตามแผนการประชาสัมพันธ์ มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประชาชน ความรู้เรื่องสื่อในการประชาสัมพันธ์ และสามารถคิดหาวิธีการหรือกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ และมักจะเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ทางการประชาสัมพันธ์มากกว่าคนอื่นๆ ในโรงเรียน ฝ่ายนี้จะเป็นผู้กำหนดว่าจะวางแผนดำเนินงานประชาสัมพันธ์เมื่อไร กับประชาชนกลุ่มไหน และใช้เครื่องมืออะไร ในระหว่างเวลาไหน และจะหางบประมาณจากไหนมาดำเนินการ

2. ฝ่ายข่าวสารข้อมูล เป็นฝ่ายศึกษาวิจัยรวบรวมข้อมูลข่าวสาร เพื่อใช้ประโยชน์ในการวางแผนและดำเนินการทางการประชาสัมพันธ์ นอกจากเจ้าหน้าที่บรรณารักษ์โรงเรียนที่คอยจัดเก็บเอกสาร ข้อมูลไว้ใช้อย่างยิ่งแล้ว ยังรวมถึงนักสำรวจวิจัยเจ้าหน้าที่ป้อนข้อมูลเครื่องคอมพิวเตอร์ด้วย

3. ฝ่ายบริการและสนับสนุน อันได้แก่ ช่างภาพ ช่างศิลป์ ช่างไฟฟ้า อิเลคทรอนิกส์ และเจ้าหน้าที่ธุรการ การเงิน ที่มีหน้าที่คอยให้บริการด้านภาพถ่ายออกแบบ เขียนภาพโปสเตอร์ เขียนป้ายประกาศ จัดทำวิดีโอ สไลด์ และบริการด้านโสตทัศนูปกรณ์ต่างๆ ที่จะคอยช่วยสนับสนุนฝ่ายอื่นๆ ให้สามารถดำเนินงานไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. ฝ่ายโฆษณาเผยแพร่ ซึ่งได้แก่ ฝ่ายที่รับผิดชอบในการเรียบเรียงเอกสาร เขียนข่าว บทความและเรื่องราวต่างๆ ลงในหนังสือพิมพ์ นิตยสารและวารสารรวมทั้งจัดหรือออกรายการทางวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ และรวมตลอดถึงการติดต่อสื่อสารในรูปแบบต่างๆ กับประชาชน เป้าหมายในแง่ของการประชาสัมพันธ์ด้วย

ในการปฏิบัติงานตามแผนการประชาสัมพันธ์จำเป็นจะต้องจัดองค์กรให้ประกอบด้วยฝ่ายต่างๆ ดังกล่าวข้างต้น เสร็จแล้วมอบหมายให้แต่ละฝ่ายดำเนินการตามบทบาทหน้าที่ที่กำหนดไว้ในแผน เช่น ฝ่ายค้นคว้าหาข้อมูล รวบรวมข้อมูลให้ฝ่ายเขียนบทความและเรื่องราวที่จะลงในหนังสือพิมพ์ นิตยสาร หรือจัดทำหนังสือหรือแผ่นพับ คำเนินการ ขณะเดียวกันฝ่ายภาพถ่ายหรือภาพสไลด์ จัดหาภาพสำหรับประกอบเรื่องลงหนังสือส่วนฝ่ายศิลปกรรมก็ทำหน้าที่ออกแบบรูปเล่มของหนังสือ แผ่นพับ โปสเตอร์ ตลอดจนการจัดนิทรรศการด้วย สำหรับฝ่ายเผยแพร่ มีบทบาทในการไปพบ พูดจา ติดต่อกับ

ประชาชนพร้อมด้วยสื่อและวัสดุในการประชาสัมพันธ์ที่เตรียมไว้ให้เกิดผลดี และในที่สุดก็เป็นหน้าที่ของฝ่ายข้อมูลข่าวสารที่จะทำหน้าที่ประเมินผลการดำเนินงานว่า บรรลุตามเป้าหมายในแผนการประชาสัมพันธ์หรือไม่ เพียงไร ซึ่งฝ่ายอำนวยการจะต้องนำมาพิจารณา ถ้าหากเห็นว่าไม่ได้ผล ก็อาจต้องปรับปรุงหรือเปลี่ยนแผน แล้วดำเนินการใหม่ให้ได้ผลดีกว่าครั้งก่อนต่อไป

ส่วนผู้นำข่าวสารจากประชาสัมพันธ์โรงเรียนไปแพร่หลายนั้นอาจได้แก่ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน เจ้าอาวาส เจ้าหน้าที่ทางการศึกษา พัฒนาการ เจ้าหน้าที่อนามัย ถ้ามีการประสานสัมพันธ์ที่ดี พுகจาให้สอดคล้องสนับสนุนซึ่งกันและกันก็จะได้ผลดี และถ้าหากไปพูกจาขัดแย้งหรือโจมตีกันก็อาจจะเสียหายได้ โรงเรียนจึงควรพึงพิถันในการทำข่าวสารไปสู่ชุมชน

5.1.2.6 กำหนดสื่อ กิจกรรม และช่องทางที่จะใช้สร้างการประชาสัมพันธ์ สื่อนับเป็นทรัพยากรที่เป็นปัจจัยให้การประชาสัมพันธ์โรงเรียน ได้รับผลด้วยความเข้าใจถูกต้อง เพราะสื่อเป็นพาหนะในการนำข่าวสารไปสู่ประชาชน สื่อในการประชาสัมพันธ์ที่โรงเรียนมีอยู่และสามารถนำมาใช้ ในการนำข่าวสารไปสู่ประชาชนตามแผนการประชาสัมพันธ์โรงเรียน มีหลายประเภทจะขอกกล่าวในลักษณะสรุปได้เป็นหมวดหมู่ดังนี้

1. สื่อบุคคล หรือสื่อประเภทการพูด
2. สื่อสิ่งพิมพ์
3. สื่อประเภทภาพ
4. สื่ออิเล็กทรอนิกส์
5. สื่อประเภทกิจกรรมพิเศษ

1. สื่อบุคคลหรือสื่อประเภทการพูด เป็นสื่อที่สามารถใช้ประโยชน์ได้ดีที่สุด เพราะสร้างความเข้าใจและนำข่าวสารไปสู่ประชาชนได้สะดวก ได้แก่ นักเรียนและผู้ปกครองโรงเรียนมีงานวันปฐมนิเทศนักเรียนใหม่ วันพบผู้ปกครอง โรงเรียนสามารถแถลงนโยบาย กิจกรรมผลงานตลอดจนเรื่องราวต่างๆ ให้ประชาชนทราบหรือโรงเรียนอาจจะออกไปในรูปเยี่ยมบุคคลสำคัญ หนังสือพิมพ์ในโอกาสพิเศษครูประชาสัมพันธ์

ที่มีความสามารถในการพูด ย่อมมีส่วนช่วยให้การประชาสัมพันธ์โรงเรียนประสบผลสำเร็จ
ด้วย

2. สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ แผ่นปลิว ใบประกาศ แผ่นพับ โปสเตอร์
จดสาร ภูมิบัตร วารสาร นิตยสาร หนังสือพิมพ์ ใบแทรกหนังสือพิมพ์ เอกสารข่าวจากสื่อ
มวลชนล้วนแต่มีส่วนช่วยในการประชาสัมพันธ์ ทำความเข้าใจกับประชาชนทั้งนั้น ควรจะ
จัดพิมพ์เอกสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ทุกอย่างไว้ให้หยิบใช้ได้ทันที

ส่วนนิตยสาร วารสารหรือหนังสือพิมพ์นั้น จะสามารถใช้เพื่อการ
ประชาสัมพันธ์ได้มากน้อยเพียงไรนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับสื่อ
มวลชนนั้น ประกอบกับเรื่องราวและสาระของข่าวแต่ละครั้ง อย่างไรก็ตามก็ดี เพื่อความสนใจใน
ผลงาน หน่วยงานประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศนิยมจัดสรรงบประมาณไว้สำหรับซื้อเนื้อที่
ในหน้าหนังสือพิมพ์หรือนิตยสารเมื่อจำเป็น เพิ่มเติมจากที่หนังสือพิมพ์จะลงพิมพ์โดย
สมัครใจแล้วด้วย ในกรณีนี้ ถ้าโรงเรียนใดไม่มีงบประมาณ ก็ไม่แน่ว่าจะได้รับความร่วมมือ
ลงข่าวหรือเรื่องราวให้เสมอไป

3. สื่อประเภทภาพ ได้แก่ ภาพถ่าย ภาพสไลด์ ฝ้ายประชาสัมพันธ์
โรงเรียนจะต้องมีห้องสมุดภาพเพื่อรวบรวมภาพถ่าย สำหรับประกอบข่าวหรือเรื่องลง
หนังสือพิมพ์ ปิดแสดงผลงานหน้าสำนักงาน รวมทั้งใช้ในการจัดนิทรรศการด้วย โดยทาง
ฝ่ายมีกล้องถ่ายรูปสำหรับเลือกถ่ายภาพกิจกรรมเก็บสะสมไว้อย่างมีระบบตลอดเวลา จะได้
ไม่ต้องเสียเวลาหาหรือต้องไปยืมจากที่อื่นๆ

4. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ วิทยุตามสายและวิดีโอ ที่โรงเรียนพอจะ
จัดทำได้และเป็นสื่อที่มีบทบาทในการประชาสัมพันธ์มากอยู่ในขณะนี้กล้องถ่ายและเครื่อง
เทปวิดีโอ(กล้องถ่ายภาพทัศนและเครื่องเทปภาพทัศน) สามารถจะบันทึกภาพและเรื่องราว
สำหรับใช้ในการประชาสัมพันธ์ โดยอาจใช้ฉายประกอบการบรรยาย ใช้ในการประชุม
สัมมนาและในการจัดนิทรรศการ

5. สื่อประเภทกิจกรรมพิเศษ เป็นการใช้สื่อพร้อมกันหลายรูปแบบ
ในกิจกรรมเดียวกัน เช่น การจัดงานวันสถาปนาโรงเรียน ก็จะมีการจัดนิทรรศการ การ
แสดงบนเวทีการออกร้านขายสินค้าหรืองานศิลปที่นักเรียนได้ทำ

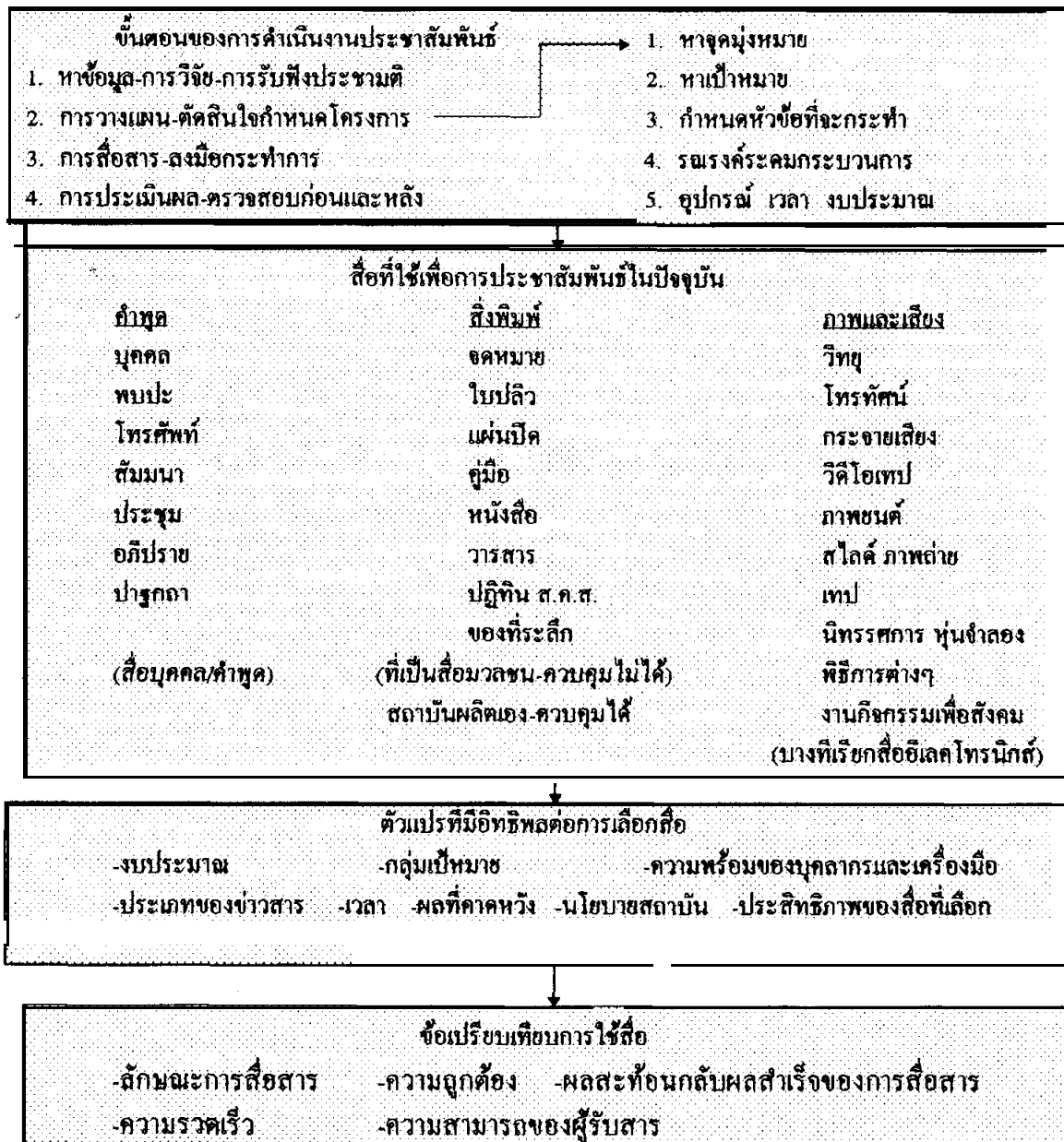
แผนภูมิที่ 2 สูตรสำเร็จของการใช้สื่อและกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์

ทวาททั้ง 5 ของคน ที่ต้องตรงกัน

เห็น/ได้ยิน/สัมผัสได้/ดมกลิ่นได้/ชิมรู้รส+

นโยบายของโรงเรียน
สูตร สปข.
ส่งเสริม/เผยแพร่/แก้ไข

วัฒนธรรมของผู้รับและผู้ส่ง
+ทักษะ/ทัศนคติ/ความรู้/ระบบสังคม



โดย เกษม จันทรน้อย หัวหน้าแผนกประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย