

# การใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ในงานประชาสัมพันธ์

## The Value of Newspapers for Public Relations

วิจิตร อวะกุล<sup>1</sup>

Vichitr Awakul

### ABSTRACT

The purpose of the research is to study the extent to which public relation staffs accept the use of newspapers as a mean to foster public relation. A survey amongst 132 organizations from both the government and private sectors, revealed that most public relation staffs agreed that newspapers were the important mean of mass media communication. Of all persons canvassed, 39.85 percent considered that newspapers gave good co-operation with public relation work, whilst 17.64 percent were indifferent. The remainder thought that some of the other 32 types of mass media communications (e.g. television, radio) were more appropriate. Managers and executives were more interested in newspaper items.

It was found that 54.01 percent of public relation staffs complied information from newspapers. Of these 7.30 percent took clipping but did not keep them, 17.87 percent took and collected cuttings whilst 24.82 percent actually kept cuttings in a filing system.

Public relation staffs found that 68.18 percent of people read newspapers intensively and utilised the information so obtained whilst a further 14.39 percent only scanned newspapers for items of their particular interest. Only 43.94 percent of people trusted that the news were satisfied by newspapers, whilst 49.34 percent were moderate.

### บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยก็เพื่อ ศึกษาทัศนคติ ความคิดเห็น การใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ ของ ผู้ทำหน้าที่นักประชาสัมพันธ์ ประจำหน่วยงานราชการ บริษัทห้างร้าน รัฐวิสาหกิจ จำนวน 132 หน่วยงาน พบว่า นักประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า หนังสือพิมพ์เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีประโยชน์มาก หนังสือพิมพ์ให้ความร่วมมือช่วยเหลือในการเผยแพร่

ข่าวงานประชาสัมพันธ์มาก ร้อยละ 39.85 (ลำดับ ที่ 1) ให้ความร่วมมือปานกลาง ร้อยละ 17.64 (ลำดับที่ 2) และนักประชาสัมพันธ์ใช้สื่ออื่น ๆ นอกเหนือจากหนังสือพิมพ์อีก 32 สื่อ ผู้บริหารหรือผู้บังคับบัญชาให้ความสนใจข่าวจากหนังสือพิมพ์มาก

การตัดเก็บเรื่องราว ข่าวสาร จากหนังสือพิมพ์ ปรากฏว่ามีการตัดเก็บเรื่องราวข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 54.01 ตัดแต่ไม่เก็บ ร้อยละ 7.30 ตัดแล้ว

<sup>1</sup> สำนักส่งเสริมและฝึกอบรม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เก็บรวมกันไว้ร้อยละ 17.87 ตัดแล้วแยกเป็นแฟ้ม ร้อยละ 24.82

นักประชาสัมพันธ์ได้ให้ความเห็นว่า หนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนมาก ร้อยละ 68.18 เข้าถึงปานกลาง ร้อยละ 14.39 และประชาชนให้ความเชื่อถือพอใจในข่าวและข้อเขียนของหนังสือพิมพ์มาก ร้อยละ 43.94 ให้ความเชื่อถือปานกลาง ร้อยละ 49.24

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ประเด็นหลักของการศึกษา ผู้ศึกษามุ่งเน้นประเด็นดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาทัศนคติ ความคิดเห็น จากผู้ที่ทำหน้าที่อ่าน วิเคราะห์ข่าวหนังสือพิมพ์ (เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน)
2. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของคอลัมน์ต่าง ๆ ของหนังสือพิมพ์ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการเผยแพร่และตรวจสอบ รวมทั้งการส่งข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์และการศึกษา
3. เพื่อศึกษาถึงทักษะ การใช้ประโยชน์ การนำข่าวสารข้อมูลจากหนังสือพิมพ์มาใช้เพื่อประโยชน์ในงานประชาสัมพันธ์
4. เพื่อเสนอแนะแนวทาง ความคิดเห็นในการแก้ไขปรับปรุงคุณภาพของหนังสือพิมพ์และการประชาสัมพันธ์

### ประโยชน์ของการวิจัย

1. การวิจัยนี้จะทำให้ได้รับประโยชน์ วิธีจัดเก็บข้อมูล ข่าวสาร ทัศนคติจากหนังสือพิมพ์ที่เป็นระบบดีขึ้น
2. การวิจัยนี้จะทำให้ข้อเสนอแนะในการจัดทำรูปแบบของการคัดเลือก ตัดเก็บข่าวสาร สารคดี การแสดงหาข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งการใช้สื่ออื่นที่เกี่ยวข้อง

3. เพื่อเป็นแนวทางการปรับปรุงการดำเนินการของผู้ดำเนินการจัดทำสิ่งพิมพ์ เพื่อการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งการจัดทำหนังสือพิมพ์ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์แก่วงการประชาสัมพันธ์และส่วนรวม

4. เพื่อประโยชน์ในการศึกษา การเรียนการสอนวิชา Ag, Ext. 457 (หลักการประชาสัมพันธ์) ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ซึ่งจะทำให้นิสิตหรือนักศึกษาที่มีความสนใจมีความทันสมัยก้าวหน้าอยู่ตลอดเวลา

### วิธีดำเนินการวิจัยและอุปกรณ์

#### ขอบเขตการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักประชาสัมพันธ์ หรือผู้ที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์โดยตรงของหน่วยงาน ของกรม กอง รัฐวิสาหกิจ บริษัท-เอกชน จำนวน 132 หน่วยประชาสัมพันธ์

#### เครื่องมือที่ใช้วิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม แบบอัตราส่วนประเมินค่า (rating scale) และแบบให้แสดงความคิดเห็นประเภทปลายเปิด (open - ended question)

ผู้วิจัยทำการควบคุม รวบรวมแบบสอบถาม และสัมภาษณ์ด้วยตนเอง

#### การใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ในงานประชาสัมพันธ์

ปัจจุบันหนังสือพิมพ์เป็นสื่อมวลชนที่ให้ข่าวสารความรู้ ช่วยสร้างเสริมภูมิปัญญาแก่ผู้อ่าน นอกจากนั้นยังมีคอลัมน์ต่าง ๆ เช่น กีฬา การศึกษา เศรษฐกิจ ความบันเทิง ให้ความคิดเห็น ความว่องไวต่อเหตุการณ์ ความเคลื่อนไหวของสังคม การรายงานเหตุการณ์ เสนอความคิดเห็น การวิเคราะห์ข่าวสถานการณ์ ฯลฯ

ประชาชนได้ศึกษาหาความรู้จากการอ่านหนังสือพิมพ์มากขึ้นกว่าเดิม เป็นเครื่องชี้ถึงระดับการอ่าน การเรียนรู้หนังสือของประชาชนสูงขึ้น ทำให้เป็นผู้สนใจข่าวสารตลอดจนความเป็นไปของบ้านเมืองและของประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ทั้งนี้เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการประกอบอาชีพ และดำรงชีพได้อย่างดียิ่งขึ้น หากจะกล่าวเป็นภาษาวิชาการก็อาจจะกล่าวว่า หนังสือพิมพ์ทำให้การสื่อสาร การรับรู้ของมนุษย์เป็นไปอย่างสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ความนิยมอ่านหนังสือพิมพ์ที่สูงขึ้นนี้จะสังเกตได้จากจำนวนฉบับ และจำนวนพิมพ์ของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับได้เพิ่มปริมาณสูงขึ้นอย่างมากเมื่อเปรียบเทียบกับสิ่งพิมพ์หรือสื่ออื่น ๆ อาจจะเป็นเพราะหนังสือพิมพ์เสนอเรื่องราวข่าวสารเนื้อหาที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับชีวิตความเป็นอยู่ และผลกระทบโดยตรงกับประชาชน

ข้อมูลข่าวสารในหนังสือพิมพ์เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง ใช้เป็นข้อมูลในการศึกษาหาความรู้ สนองตอบความอยากรู้อยากเห็น และความเข้าใจต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นรอบตัวของผู้อ่าน

ส่วนมากประชาชนทั่วไปเมื่ออ่านหนังสือพิมพ์แล้วมักทิ้งปล่อยให้ฉีกขาดเสียหาย หรือนำไปขายเมื่อมีจำนวนมาก มักไม่สนใจที่จะเก็บรักษาข่าวสารความรู้ที่มีค่าอันไว้

ในงานประชาสัมพันธ์ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์ในการส่งข่าว ตัดข่าวหนังสือพิมพ์ หนังสือพิมพ์มีสิ่งที่เป็นประโยชน์ และมีคุณค่าแก่งานประชาสัมพันธ์ จึงต้องการศึกษาว่านักประชาสัมพันธ์ได้มีการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์อย่างไร เพียงไร

ข่าวสารที่มีประสิทธิภาพในทุกยุคทุกสมัย ย่อมมีผลต่อการพัฒนาการเรียนรู้ การรับรู้ด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง สร้างทัศนคติของประชาชน รวมทั้งมีผลไปยังความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ทำให้หนังสือ

พิมพ์ต้องมีการพัฒนาการให้ประโยชน์ต่อสังคมและประชาชนมากขึ้น ด้านคุณภาพการผลิตและเนื้อหา จึงทำให้การเผยแพร่ข่าวสารการประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างรวดเร็วอย่างไม่เคยเป็นมาก่อน

มีการพัฒนาบุคลากร การใช้นุเคราะห์ที่มีความรู้ความสามารถสูงในการผลิตหนังสือพิมพ์ มีการใช้แทนพิมพ์ที่ทันสมัย เปลี่ยนจากการเรียงพิมพ์ด้วยตัวตะกั่ว มาเป็นการพิมพ์แบบพิมพ์ดีด การเรียงพิมพ์ด้วยคอมพิวเตอร์ การพิมพ์เป็นเล่ม พิมพ์ได้รวดเร็วเป็นจำนวนแสน ๆ เล่มภายในเวลาอันสั้น รวมทั้งการตัดการพับเรียงเล่ม การนับจำนวน การมัดหีบห่อ การจัดส่งที่ทันสมัย การพิมพ์สอจดสี ฯลฯ อย่างที่ไม่คิดไม่ฝันมาก่อนว่าความเจริญก้าวหน้าของการจัดทำหนังสือพิมพ์ในประเทศไทยจะก้าวหน้าอย่างรวดเร็วเพียงนี้ จึงทำให้หนังสือพิมพ์อำนวยความสะดวกงานประชาสัมพันธ์ และนักประชาสัมพันธ์ได้อาศัยหนังสือพิมพ์ ไม่เพียงแต่ทำหน้าที่หลัก เช่น การให้ข่าวสาร การให้ข้อเสนอแนะ การให้ความบันเทิง และเป็นสื่อในการโฆษณาเท่านั้น แต่หนังสือพิมพ์ยังเป็นสื่ออย่างหนึ่งในหลายอย่างที่จะช่วยเสริมสนับสนุนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสถาบันหน่วยงานต่าง ๆ เป็นอย่างมากอีกด้วย เพราะปัจจุบันประชาชนไทยนอกจากนิยมการฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์แล้ว ยังนิยมการอ่านหนังสือพิมพ์เป็นอย่างมากอีกด้วย จึงมีหลายแห่งหลายมุม ซึ่งควรจะศึกษาประสบการณ์จากนักประชาสัมพันธ์ เพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงวิชาการและงานประชาสัมพันธ์ของประเทศไทยให้ก้าวหน้าต่อไป

โดยทั่วไปเมื่ออ่านหนังสือพิมพ์แล้วมักจะทิ้งหรือซังกิโยบาย หนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่สำคัญในงานอาชีพเกือบทุกอย่าง การวิจัยด้านสื่อสารการติดต่อในเรื่องการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ จะเป็นประโยชน์ต่อการเรียนการสอนของนิสิตและอาจารย์ ตลอดจนการค้นพบสิ่งใหม่ ๆ ในการสื่อสารจากหนังสือพิมพ์รายวันที่เรามีอยู่มากมาย และพบเห็นอยู่ทุก ๆ วัน

### ผล

การศึกษาการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์ในงานประชาสัมพันธ์ จากนักประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานราชการ 51 หน่วย รัฐวิสาหกิจ 35 แห่ง ธุรกิจเอกชน 46 แห่ง รวมทั้งสิ้น 132 แห่ง พบว่า

1. จำนวนหญิงและชาย ที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์มีจำนวนใกล้เคียงกัน คือ ชายร้อยละ 40.15 หญิง 59.85 ทั้งหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ ธุรกิจ-เอกชน มีจำนวนหญิงที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์มากกว่าชาย มีแนวโน้มที่จะใช้หญิงทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ มากกว่าชายจะมากขึ้น

2. พบว่าปัจจุบัน ผู้ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานต่าง ๆ จบปริญญาตรี มีจำนวนสูงถึงร้อยละ 64.39 และที่มีวุฒิสองกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 21.21 จำนวนผู้มีวุฒิต่ำกว่าปริญญาตรีเพียงร้อยละ 14.39 ทำให้เห็นแนวโน้มของผู้ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ มีระดับการศึกษาสูงขึ้น เป็นเครื่องชี้ให้เห็นถึงคุณภาพของงานประชาสัมพันธ์จะสูงขึ้นด้วย เป็นแนวทางการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ที่ดีของประเทศไทย

3. จากการศึกษาพบว่า มีการใช้ผู้มีตำแหน่งทางการประชาสัมพันธ์ ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์โดยตรงร้อยละ 72.7 ใช้เจ้าหน้าที่อื่น เช่น นักกฎหมาย นักบัญชี เจ้าหน้าที่สารบรรณ ฯลฯ มาทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ร้อยละ 27.3

4. นักประชาสัมพันธ์ได้เผยแพร่ข่าวสารของหน่วยงานผ่านหนังสือพิมพ์ปานกลาง ร้อยละ 40.91 ใช้มากร้อยละ 20.45 มากที่สุดร้อยละ 12.12

5. ผู้บังคับบัญชาของหน่วยงานต่าง ๆ ให้ความสนใจข่าว เรื่องราวต่าง ๆ ที่เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ได้เสนอ ให้ความสนใจมากที่สุดร้อยละ 16.64 สนใจมากร้อยละ 62.88 สนใจปานกลางร้อยละ 15.15 สนใจน้อยร้อยละ 4.54 สนใจน้อยมาก

ร้อยละ 3.79 แสดงให้เห็นว่าผู้บังคับบัญชาให้ความสนใจต่อข่าวที่ตัดจากหนังสือพิมพ์มาก

6. ความเห็นที่ว่าหนังสือพิมพ์ซึ่งเป็นสื่อหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ มีประโยชน์เพียงไร นักประชาสัมพันธ์มีความเห็นว่ามีประโยชน์ต่องานประชาสัมพันธ์มากร้อยละ 50 ปานกลางร้อยละ 25.76 น้อยมาก ร้อยละ 2.27

7. ความร่วมมือที่นักประชาสัมพันธ์ได้รับจากหนังสือพิมพ์ ในการเสนอข่าว จากการศึกษาพบว่า ได้รับความร่วมมือปานกลางร้อยละ 43.94 ได้รับความร่วมมือมากร้อยละ 39.85 ได้รับความร่วมมือน้อย ร้อยละ 6.82 ให้ความร่วมมือน้อยมากร้อยละ 5.30

8. ผู้ทำหน้าที่นักประชาสัมพันธ์ให้ความเห็นว่าหนังสือพิมพ์เป็นสื่อเข้าถึงประชาชนได้มาก ร้อยละ 68.18 มากที่สุดร้อยละ 17.42 ปานกลางร้อยละ 14.93 ที่เห็นว่าน้อยและน้อยมากไม่มี

9. ต่อความเห็นที่ว่าประชาชนให้ความสนใจในเรื่องราวข่าวสาร และข้อเขียนของหนังสือพิมพ์มากเพียงไร พบว่าประชาชนทั่วไปให้ความสนใจต่อพื่อใจในเรื่องราวข่าวสารและข้อเขียนของหนังสือพิมพ์ปานกลาง ก่อนข้างมาทางพื่อใจมาก

มีผู้ให้แง่คิดว่า ความพื่อใจของประชาชนจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับทัศนคติของแต่ละคนที่มีต่อหนังสือพิมพ์ฉบับนั้น และยังขึ้นอยู่กับความน่าเชื่อถือมากหรือน้อยของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับ ตลอดจนระดับการศึกษาของผู้อ่าน แต่โดยภาพรวมแล้วนักประชาสัมพันธ์เห็นว่าปานกลางก่อนข้างมาทางพื่อใจมาก

10. เกี่ยวกับความสนใจการดูสื่อเลียนการเมือง มีความสนใจปานกลางร้อยละ 50 สนใจมากร้อยละ 31.82 และมีความเห็นว่าชอบเพราะดลกขบขัน ให้ความเพลิดเพลิน แต่บางครั้งก่อนข้างจะรุนแรงและลามปามมากเกินไป ได้มีการตัดการ์ตูนเฉพาะเรื่องที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานของตนเองไว้

11. ความเห็นเกี่ยวกับการลงโฆษณาของหนังสือพิมพ์ ผู้ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์มีความเห็นว่ามีโฆษณามากเกินไปร้อยละ 25.76 เห็นว่าโฆษณามากร้อยละ 43.16 มีความเห็นว่ามีโฆษณาน้อยร้อยละ 19.70 ปานกลางร้อยละ 9.09 ไม่ออกความเห็นร้อยละ 1.51

มีผู้ให้ความเห็นเพิ่มเติมว่าสนใจหน้าโฆษณา เพราะเป็นประโยชน์ทำให้มีความรู้กว้างขวาง ได้รับข้อมูลเพิ่มขึ้น และยังได้กระดาษหนังสือพิมพ์ขายเพิ่มขึ้น หนังสือพิมพ์ยังต้องหาประโยชน์จากการโฆษณา รวมทั้งธุรกิจที่ต้องแข่งขัน การโฆษณาจะสูงขึ้นไปอีกบางคนให้ความคิดเห็นว่าบางฉบับเพิ่มหน้าโฆษณาและนิยาย ไม่ได้ให้สาระข่าวสารกับผู้อ่าน

12. ความเห็นเกี่ยวกับราคาของหนังสือพิมพ์ โดยได้ถามความเหมาะสมของราคาค้างแต่ 3 - 7 บาท มีผู้ให้ความเห็นว่าควรมีราคา 5 บาท ร้อยละ 45.45 ราคา 3 บาท ร้อยละ 34.85 ราคา 4 บาท ร้อยละ 19.70

ความเห็นเพิ่มเติมในเรื่องราคามีผู้ให้ความเห็นว่าราคาของหนังสือพิมพ์จะถูกหรือจะแพงขึ้นอยู่กับคุณภาพของหนังสือพิมพ์ฉบับนั้น ๆ

13. ความนิยมซื้อเขียนจากชื่อ หรือนามปากกาของผู้ใดบ้าง พบว่านักประชาสัมพันธ์ที่ไม่ได้ให้ความนิยมซื้อเขียนของผู้ใดเป็นพิเศษ อ่านสนใจทั่วไป ร้อยละ 31.356 สนใจซื้อเขียน น.ร.ว. คึกฤทธิ์ ปราโมช ร้อยละ 27.119 ไวยาพิทยและมังกรห้าเล็บ ร้อยละ 12.712 ใต้ฝุ่นร้อยละ 7.627 คัทลียาและสมักร สุนทรเวช ร้อยละ 4.237 นอกจากนั้นก็ได้อ่านทุกคอลัมน์

14. ความเห็นเกี่ยวกับการเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ว่า เทียงตรง ถูกต้อง ยุติธรรม ฟังพอใจเพียงไร มีผู้ตอบว่าปานกลางร้อยละ 79.55 พอใจมากร้อยละ 9.85 พอใจน้อยร้อยละ 6.06 มีผู้

ไม่ตอบในข้อนี้ร้อยละ 4.54 ผู้ให้ความพอใจน้อยให้เหตุผลว่าเพราะบางข่าวหนังสือพิมพ์เสนอข่าวขัดแย้งกันเอง ไม่ตรงกัน มีน้ำหนักมากน้อยตามแต่กำลังผลประโยชน์ที่ได้รับ

15. การจัดเก็บเรื่องราวข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ พบว่ามีการตัดเรื่องราวข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ร้อยละ 54.01 ตัดแล้วแยกเป็นแฟ้มร้อยละ 24.82 ตัดแต่ไม่เก็บร้อยละ 7.30 ตัดแล้วเก็บรวมกันร้อยละ 13.87 และไม่มีผู้ตอบว่าไม่ตัดเก็บ

16. การรับหนังสือพิมพ์ฉบับต่าง ๆ ของแต่ละหน่วยงานประชาสัมพันธ์ (ซึ่งอาจหมายถึง ความนิยม ความสำคัญ ความจำเป็น) เป็นร้อยละตามลำดับดังนี้ ไทยรัฐ 93.18 เดลินิวส์ 88.64 มติชน 76.52 สยามรัฐ 74.24 บ้านเมือง 61.12 แนวหน้า 55.30 ข่าวพาณิชย์ 46.21 เดลิมีเรอร์ 46.21 Bangkok Post 40.91 ข่าวสด 38.64 The Nation 34.09 ดาวสยาม 24.24

17. ลำดับความนิยมของนักประชาสัมพันธ์ต่อหนังสือพิมพ์รายวัน (มิใช่จากความนิยมของประชาชนทั่วไป) โดยการจัดลำดับตามความนิยมดังนี้ ลำดับที่ 1 ไทยรัฐ ลำดับที่ 2 เดลินิวส์ ลำดับที่ 3 มติชน ลำดับที่ 4 สยามรัฐ ลำดับที่ 5 แนวหน้า ลำดับที่ 6 บ้านเมือง

18. การใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์อื่นนอกเหนือจากหนังสือพิมพ์ นักประชาสัมพันธ์ได้ใช้สื่ออื่นเรียงตามลำดับความนิยม ดังนี้ 1) วิทยู 2) โทรทัศน์ 3) นิตยสาร 4) วารสาร 5) เอกสาร 6) เสียงตามสาย 7) โปสเตอร์ 8) แผ่นพับ 9) แผ่นปลิว 10) เอกสารเผยแพร่แนะนำ 11) จดหมายข่าว 12) วิดีทัศน์ 13) ไร่รณโฆษณา 14) แดลงข่าวประจำเดือน 15) สื่อบุคคล 16) ส่งคนออกชี้แจง 17) แผ่นป้ายผ้า 18) เขียนจดหมาย 19) เข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ 20) สติ-

เกอร์ 21) การประชุม 22) ออกข่าวเกี่ยวกับ  
หน่วยงาน 23) ทำปฏิทินหน่วยงาน 24) ใช้รูป  
ถ่าย 25) ติดต่อสถานทูตให้ช่วย 26) ฉายสไลด์  
ตามโรงภาพยนตร์ 27) ไปรษณีย์ 28) จัดงาน  
การกุศล 29) เข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ 30) โฆษณา  
บนรถเมล์ 31) ป้ายโฆษณาริมทางหลวง 32)  
โฆษณาในสนามกีฬา 33) โทรศัพท์ติดต่อถึงตัว

สื่อจากที่ 1 - 10 มีผู้นิยมใช้มากใกล้เคียงกัน  
สื่อที่นักประชาสัมพันธ์ใช้น้อยคือ สื่อบุคคล ส่งคน  
ออกชี้แจง ฉายสไลด์ตามโรงภาพยนตร์ โฆษณาบนรถ  
เมล์ โฆษณาในสนามกีฬา โทรศัพท์ติดต่อถึงตัวไปรษ-  
ณีย์บัตร

19. ข้อคิดเห็นในการปรับปรุงหนังสือพิมพ์ให้  
ได้ประโยชน์สูงสุด

จากการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับหน้าที่  
ความรับผิดชอบของหนังสือพิมพ์จากนักประชาสัมพันธ์  
ที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับหนังสือพิมพ์ ให้ความคิดเห็น  
ในส่วนที่หนังสือพิมพ์จะทำประโยชน์ฐานะฐานันดร  
ที่ 4 ดังนี้

19.1 หนังสือพิมพ์ควรมีความเป็นธรรม  
มีความเป็นกลาง มีความยุติธรรม ไม่ลำเอียง ไม่บิด  
เบือนความจริง ไม่ส่อเสียดทำให้เกิดความแตกแยก  
ของคนในชาติ ไม่เห็นประโยชน์ส่วนตนมากเกินไป  
จนเห็นหรือรู้สึกได้ชัดเจน

19.2 ให้หนังสือพิมพ์รณรงค์เพื่อคุณภาพ  
ชีวิตที่ดีของประชาชน เช่น ภัยของยาเสพติด ภัยอัน  
เกิดจากความประมาท อาชญากรรม ฯลฯ และหนังสือ  
พิมพ์ควรปกป้องประชาชน ผลประโยชน์ของประ-  
ชาชน อย่าปล้น อย่าขายข่าว ขายประชาชน

19.3 นักประชาสัมพันธ์ชอบคอลัมน์  
ข่าวสาร ข้อคิด ความรู้ เทคนิคใหม่ ๆ แปลก ๆ  
เรื่องการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และควรให้ความสนใจ  
ข่าวสาร เรื่องราวจากหน่วยงานที่จะทำให้ประชาชน

ได้รับข่าวสาร ความรู้เพิ่มขึ้น เรื่องเกี่ยวกับการส่งเสริม  
อาชีพ ฯลฯ

19.4 ปัจจุบันหนังสือพิมพ์เน้นด้านธุรกิจ  
มักมากในผลประโยชน์ ควรมีอุดมการณ์บ้าง บางฉบับ  
มีโฆษณาเยอะ เนื้อหาข่าวสารน้อย สารจะไม่ค่อยมี  
เมื่อเพิ่มโฆษณาควรเพิ่มเนื้อหาสาระด้วย การโฆษณา  
มากทำให้ประชาชนรู้สึกว่าคุณค่าเขาเปรียบมากเกินไป

19.5 หนังสือพิมพ์ควรมีอุดมการณ์ มี  
ความเป็นกลางในการเสนอข่าวหนังสือพิมพ์จะมีคุณค่า  
และประโยชน์มากขึ้น ควรหลีกเลี่ยงการฟังความข้าง  
เดียว แล้วนำไปลง หรือการใช้บทความโจมตีกันเพื่อ  
การแย่งชิงผลประโยชน์ ควรเสนอข่าวบนสถานการณ์  
บนความเป็นจริง ไม่ควรเพิ่มเติมเสริมแต่งจนมากเกินไป  
ผู้อ่านที่มีความคิดน้อยจะคล้อยตามและหลงผิดได้

19.6 การวิจารณ์ การให้แนวความคิด  
ให้สมเหตุสมผล เพราะบางครั้งบางฉบับ บางเรื่อง  
เสนอบทวิเคราะห์จนเวียนหัว แล้วไม่เป็นไปตามที่  
วิเคราะห์ หนังสือพิมพ์ควรเปิดโอกาสให้ประชาชน  
เสนอแนะ วิจารณ์ ดิชมผลงานบ้าง เพื่อความเป็น  
ประชาธิปไตย ใจกว้าง เป็นการปรับปรุงหนังสือพิมพ์  
ให้ดีขึ้น และเป็นไปตามความต้องการของประชาชน

19.7 ควรให้การเสนอข่าวครอบคลุม  
ไปทั่วประเทศ มิใช่เสนอข่าวแต่เพียงเรื่องของเมือง  
หลวง เรื่องของพรรคพวก เพื่อนพ้อง วงศาคณาญาติ  
หรือหัวหน้า เจ้าของ ครอบครัวของหนังสือพิมพ์มาก  
และบ่อยเกินไป จนเกิดผลเสียแก่หนังสือพิมพ์และผู้ที่  
เป็นข่าวแทนที่ประชาชนจะชื่นชอบ กลับเสื่อมศรัทธา  
เสื่อมเสียไม่ชื่นชอบ ควรให้พอเหมาะไม่มากเกินไป

20. การจัดและเสนอข่าวสารต่อผู้บังคับบัญชา

ในการศึกษาค้นคว้าพบว่า นักประชาสัมพันธ์  
จะตัดข่าวหรือเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงาน  
หรือข่าวเกี่ยวกับบุคคลในหน่วยงานเท่านั้น เสนอผู้  
บังคับบัญชาเป็นส่วนมาก

21. ความรู้สึกของนักประชาสัมพันธ์ต่อหนังสือพิมพ์ ในแง่ที่เห็นว่าไม่เหมาะสม รู้สึกไม่พอใจ หรือ สิ่งอันจะเกิดอันตรายในการลงหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับการเสนอข่าวโดยทั่วไปของหนังสือพิมพ์ในทัศนะของนักประชาสัมพันธ์ มีดังนี้

21.1 การเสนอข่าวโดยข้อมูลไม่ถูกต้องกับข้อเท็จจริง ขาดจรรยาบรรณ

21.2 ข่าวที่ไม่กลั่นกรอง แล้วนำไปเสนอประชาชน โดยการคัดการฉลวงหน้าเอาเอง

21.3 การเสนอข่าวในลักษณะที่มองเห็นได้ว่าเป็นเครื่องมือหรือรับจ้างโจมตีหน่วยงาน หรือตัวบุคคล

21.4 ความไม่เป็นกลางของหนังสือพิมพ์บางฉบับ ซึ่งผู้อ่านรู้ได้

21.5 การบิดเบือนข้อเท็จจริง

21.6 หนังสือพิมพ์ปัจจุบันมักจะเน้นหนักในรูปของธุรกิจการค้า มักมากในผลประโยชน์มากเกินไป

21.7 การต่อเติมเสริมแต่งเพื่อเรียกร้องความสนใจมากเกินไป พาดหัวมากเกินไปจนความเป็นจริงเกิดความเข้าใจผิด ตื่นตระหนก

21.8 การเขียนในลักษณะให้เกิดความขัดแย้งแบบการเมืองให้ผู้ใหญ่แตกแยกกัน

21.9 หนังสือพิมพ์มีผลประโยชน์ในการเสนอข่าว สร้างสถานการณ์บิดเบือน

21.10 การเสนอข่าวของหน่วยราชการขาดรายละเอียด ขั้นตอนตลอดจนการตรวจสอบข่าวให้ถูกต้องก่อน การเสนอข่าวผิดพลาด โจมตีบุคคลหน่วยงาน ทำให้ประชาชนรำคาญ

21.11 การประโคมข่าววงการต่าง ๆ ทำให้เกิดผลเสียหายทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง

21.12 ไม่เข้าใจในเรื่องที่ทำข่าวอย่างพอ

เพียง ข่าวที่ทำให้ผู้อื่นเสียหายไม่ว่าจริงหรือเท็จ ทำให้ผู้ตกเป็นข่าวเกิดความทุกข์

21.13 การเสนอข่าวเกิดการแตกแยก บั่นทอนเสถียรภาพ สถาบันที่สำคัญของชาติ การเปิดเผยความลับของทางราชการ

21.14 การเสนอข่าวคลาดเคลื่อนหรือข่าวผิด ๆ การสอดแทรกความเห็นที่ไม่ถูกต้อง

21.15 ควรเสนอข่าวเป็นกลาง ๆ ที่ทำให้หนังสือพิมพ์หลายฉบับได้รับความนิยม

21.16 การเสนอข่าวเกี่ยวกับเจ้าของหนังสือพิมพ์มากเกินไป เป็นการโฆษณาเรื่องส่วนตัว เชียร์กันมากเกินไป เขียนเข้าข้างพวกตัวเองอย่างเห็นได้ชัด การลดข่าวและความสำคัญของพวกบี๊กลงไปบ้าง

21.17 การเสนอข่าวสองแง่สองมุม ทำให้เกิดความเข้าใจผิด

21.18 การใช้ภาษาวิบัติ ภาษาแสดงต่าง ๆ เช่น เหมือนกัน เป็นเหมือนกัลล์ แอนกัน ฯลฯ

21.19 ภาพที่ก่อให้เกิดการสยองขวัญ ผิดศีลธรรม อาชญากรรมที่รุนแรงเกินไป

21.20 ข่าวอาชญากรรมที่ผู้เสนอข่าวมักมีความเห็นตัดสินแทนศาลยุติธรรม ทำให้ผู้ถูกกล่าวหาไม่มีทางแก้ข่าวหรือต่อสู้

21.21 ข่าวชั่วสาว ผิดศีลธรรม ข่าว บท-ความที่ยั่วยุกามารมณ์ เช่น การลงภาพโป๊ ควรลดลงบ้าง

21.22 โฆษณามากเกินไป

21.23 นวนิยายมากเกินไป

21.24 ตอบปัญหาทางเพศบางครั้งมากเกินไป เกินขอบเขต

21.25 การลงชื่อและภาพผู้ถูกข่มขืนทำให้ได้รับความเสียหายก่อให้เกิดอันตรายยิ่งขึ้น

21.26 การโจมตีบุคคล ข้อความที่ไม่เป็นกลาง เชียร์มากเกินไป มีความลำเอียง

21.27 การเสนอข่าวบิดเบือนความจริงจากการเกลียดหรือชอบเป็นการส่วนตัว

21.28 ข่าวโจมตีกัน ให้ร้ายป้ายสีกัน

21.29 การเปิดเผยความลับทางทหาร กำลังคน หน่วยที่ตั้ง ยุทธศาสตร์ ยุทธโรปกรณ์ เป็นการทำลายความมั่นคงของชาติ

21.30 ข่าวที่ทำให้เกิดความเสียหายต่อสถาบัน ขนบธรรมเนียม ประเพณี เช่น อาจารย์กับลูกศิษย์ พ่อกับลูก พระสงฆ์ผิดศีล การเสนอข่าวทำลายการท่องเที่ยว

21.31 ฟังความข้างเดียว ลงข่าวด้านเดียว มีความลำเอียง เรื่องไม่เป็นความจริง

21.32 ข่าวอาชญากรรมไม่ควรบรรยายขั้นตอนโดยละเอียด เพราะจะเป็นตัวอย่าง ผู้อ่านมักจะเลียนแบบ เป็นการชี้โพรงให้กระรอก

21.33 การเสนอข่าวที่ถูกต้องควรเป็นกลาง จะช่วยพัฒนาผู้อ่านให้เข้าใจสถานการณ์ประชาชนได้ ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์มากกว่า

21.34 การเสนอข่าวสะเทือนขวัญ ภาพอาชญากรรมที่ไม่ระมัดระวัง จะเกิดการเลียนแบบ เช่น การฆ่าตัวตาย ทำให้ประชาชนรู้สึกกลัว การลงชื่อผู้ถูกข่มขืน ทำให้เสียหายยับยั้ง

21.35 ลงข่าวสร้างสรรค์ความเจริญของประเทศชาติ และควรให้ความสำคัญมากกว่าข่าวชาวบ้านเล็ก ๆ น้อย ๆ เช่น เรื่องเจ้าพ่อ เจ้าแม่ เรื่องประหลาด เรื่องให้คนหลงเชื่อมกมาย ฯลฯ

21.36 บทความข้อเขียนสัปดาห์ ลามกอนาจาร ทะเลาะวิวาทที่ต่ำต้อย ไม่เกิดประโยชน์ต่อส่วนรวม เสียภาพพจน์ของหนังสือพิมพ์ที่ลง ทำให้ประชาชนเสื่อมศรัทธา และความเชื่อถือ

21.37 ข่าวปรับเงินเดือนข้าราชการทำให้สินค้าขึ้นราคา ประชาชนเดือดร้อน

ข้อคิดเห็นและความรู้สึกของนักประชาสัมพันธ์

จากการวิจัยนี้ สามารถนำมาใช้ประโยชน์ต่อการประชาสัมพันธ์ในการเขียนข่าวของสถาบัน หน่วยงาน ควรจะได้ศึกษาความคิดเห็นของประชาชน ผู้อ่านในข้อเหล่านี้ไว้ด้วย เพื่อจะได้เขียนข่าวประชาสัมพันธ์ได้ดียิ่งขึ้น

22. นักประชาสัมพันธ์มีความเห็นว่าหนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่มีประโยชน์ต่อการเสนอข่าว ทำให้ทราบข่าวคราวความเคลื่อนไหว ทิศทางของการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี ฯลฯ

คนไทยควรอ่านหนังสือพิมพ์ให้มาก เพื่อเพิ่มคุณภาพชีวิตและประเทศชาติ เพราะหนังสือพิมพ์ปัจจุบันมีมาตรฐานค่อนข้างดี การเสนอข่าว - บทความ มีประโยชน์น่าอ่านกว่าในอดีต แต่ในด้านคอลัมน์วิจารณ์บางคอลัมน์ยังมีความน่าเชื่อถือน้อย สำหรับความเชื่อถือมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับความรู้ของผู้เขียน และทัศนคติของแต่ละบุคคลที่มีต่อหนังสือพิมพ์ฉบับนั้น ๆ ว่าได้มาตรฐานเพียงไร เพราะหนังสือพิมพ์บางฉบับ ประชาชนก็ไม่ค่อยให้ความเชื่อถือหรือซื้ออ่าน

23. คอลัมน์ต่าง ๆ ของหนังสือพิมพ์ปัจจุบัน

จากการศึกษาพบว่า คอลัมน์ของหนังสือพิมพ์ปัจจุบันมีอยู่อย่างกว้างขวางครอบคลุมสิ่งทุกอย่างที่เป็นความต้องการของประชาชน และงานประชาสัมพันธ์ ดังนี้คือ

1. ข่าวการเมือง
2. ข่าวสังคม
3. ข่าวเศรษฐกิจ
4. ข่าวอาชญากรรม
5. บทบรรณาธิการ
6. บทวิจารณ์การเมือง
7. ข่าวต่างประเทศ
8. ข่าวรอบโลก
9. คอลัมน์นักการเมือง
10. บทวิจารณ์การเมือง



11. ข่าวสังคมการเมือง
12. ภาพข่าว
13. คอลัมน์นักเขียนประจำฉบับ
14. การ์ตูนเสียดสีการเมือง
15. คอลัมน์คุณภาพสังคม
16. คอลัมน์ข่าวลือ ข่าวสั้น
17. เรื่องร้องเรียนจากประชาชน
18. สังคมรอบกรุง
19. สังคมต่างจังหวัด
20. นานาทัศนะของบุคคลต่าง ๆ
21. มุมเด็ก
22. การศึกษา
23. ศาสนา
24. ศิลป
25. วัฒนธรรม
26. วิทยาศาสตร์
27. เทคโนโลยี
28. ภาษาอังกฤษ
29. สีน้า หุ่น ดอกเบี้ย
30. การเกษตร
31. ธนาคารการแลกเปลี่ยนเงิน
32. นวนิยาย
33. การ์ตูนแนะนำอาชีพ
34. บริการ ประกาศ ข่าวฟรี
35. ข่าวสังคมสุขดิบ
36. รายการวิทยุ โทรทัศน์
37. การโฆษณาสินค้า
38. การแพทย์ หมอในบ้าน สาธารณสุข
39. ตอบปัญหาสุขภาพ
40. ตอบปัญหาทางเพศ
41. บทสัมภาษณ์
42. คุณภาพชีวิต
43. พยากรณ์ชีวิต

44. ตอบปัญหาการปฏิบัติงาน
45. บันทึก ภาพยนตร์ ดาราละคร
46. ผลการออกสลากกินแบ่งรัฐบาล
47. ผลการออกสลากพิเศษ และสลาก  
ธนาคารออมสิน

จะเห็นว่าคอลัมน์ต่าง ๆ ของหนังสือพิมพ์นี้ได้เข้าไปสัมผัสชีวิตของประชาชนทุกแห่งทุกมุม หนังสือพิมพ์เองก็ต้องการรับข่าวสารจากสถาบันหน่วยงาน มีความต้องการข่าวความเคลื่อนไหว ตลอดจนต้องการเสนอข่าววงการประชาสัมพันธ์ ผู้ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ต้องเชื่อมโยงหรือใช้ประโยชน์อย่างไรจากหนังสือพิมพ์ต่องานประชาสัมพันธ์

### สรุปและข้อเสนอแนะ

1. ผู้ทำหน้าที่รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ของสถาบัน หน่วยงานต่าง ๆ ควรให้ความสนใจคอลัมน์ต่าง ๆ ทุกคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์ ไม่ว่าจะเป็นคอลัมน์ใด เช่น การเมือง เศรษฐกิจ สังคมกีฬา ฯลฯ ตลอดจนข้อเขียน บทความของนักเรียน นักวิจารณ์ บทบรรณาธิการ โดยเฉพาะนักเขียนที่มีคุณภาพ มีประสบการณ์ ทัศนคติที่กว้างไกล จะเป็นการช่วยเสริมทรศนะและประสบการณ์ของนักประชาสัมพันธ์

รวมทั้งข่าวคราวเรื่องราวของผู้บริหาร บุคคลในสถาบัน หน่วยงานอาจปรากฏทั้งในทางดีและไม่ดี อาจจะเป็นงานที่เกี่ยวข้อง คล้ายคลึงกับหน่วยงานของตนที่ปฏิบัติอยู่จะได้ตัดออกมาจากหนังสือพิมพ์ เพื่อเสนอแนะให้แก่ผู้บริหารนำไปพิจารณา ปรับปรุงแก้ไข หรือหาทางป้องกันเหตุต่าง ๆ ที่คล้ายกัน หรือที่อาจจะเกิดกับหน่วยงานของตน รวมทั้งการสามารถนำเอาแนวคิด ความคิดที่จะนำมาเสนอแนะปรับปรุงเพื่อพัฒนาสถาบันหน่วยงานให้เจริญก้าวหน้าได้อีกทางหนึ่ง และยังเป็นการส่งเสริมสนับสนุนงานบริหารได้บรรลุวัตถุประสงค์ได้อย่างดีอีกด้วย

2. การอ่านหนังสือพิมพ์ของนักประชาสัมพันธ์ควรจะแตกต่างกันกับการอ่านของประชาชนทั่วไป คือ อาจต้องอ่านอย่างพิถีพิถัน เพราะ ใช้การพิจารณาไตร่ตรองในแง่มุมต่าง ๆ เพื่อจะนำประโยชน์จากข่าวสารมาใช้เป็นประโยชน์ในการพัฒนาหน่วยงาน บางเรื่องสามารถใช้เสนอผู้บังคับบัญชาเพื่อพิจารณา สิ่งการบางเรื่องใช้เพื่อการศึกษา อ้างอิง ทบทวน บันทึกเหตุการณ์ที่ผ่านมาในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ๆ ในแต่ละระยะแต่ละสมัย เพื่อใช้ในการดำเนินการไป หรือชั่งกิโลขายเป็นเศษกระดากไป โดยในขณะที่อ่าน ถ้าเรื่องใดต้องการจะตัดก็ให้ทำเครื่องหมายไว้ก่อนด้วยดินสอหรือปากกา แล้วจึงมาตัดต่อในภายหลัง

3. ควรจัดระบบ ระเบียบ การตัดข่าว บทความ ความ เรื่องราวต่าง ๆ ในหนังสือพิมพ์ออกเป็นหมวดหมู่ เช่น ข่าว สารคดี ข้อเขียน บทความที่มีคุณภาพ เพื่อใช้ค้นคว้า ศึกษา อ้างอิง ทบทวน บันทึก โดยตัดแล้วนำไปแปะบนกระดาก นำเข้าแฟ้มเป็นหมวดหมู่ ในกรณีที่หน้าหนังสือพิมพ์ติดกันจำเป็นต้องใช้ทั้งสองหน้า อาจใช้วิธีถ่ายด้วยเครื่องถ่ายเอกสารเสียหน้าหนึ่ง

ถ้าเรื่องใดเป็นเรื่องที่น่าสนใจ ควรนำไปติดที่ตู้ประกาศให้ได้อ่านโดยทั่วกันก่อนเก็บเข้าแฟ้ม หรือภายหลังได้เสนอผู้บริหารแล้ว สำหรับข้อความเรื่องราวดอนใดที่ต้องการเน้นให้ใช้ปากกาสีกหลายสีต่าง ๆ ที่ใช้เพื่อขีดเน้นข้อความ ทั้งนี้รวมทั้งรูปภาพการ์ตูนต่าง ๆ ที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ ก็สามารถนำมาใช้ประโยชน์เช่นเดียวกับข่าวเรื่องราวต่าง ๆ เหมือนกัน

4. การตัดข่าว เรื่องราวต่าง ๆ ไม่จำเป็นต้องตัดทุกข่าวทุกคอลัมน์ ให้ใช้การพิจารณาว่าซ้ำกันหรือไม่ มีเรื่องที่จะคิดว่าจะมีประโยชน์ หรือนำมาใช้ประโยชน์เกี่ยวข้องกับสถาบันหน่วยงานหรือไม่ ถ้าซ้ำก็ไม่จำเป็นต้องตัดทุกฉบับ หน่วยงาน ควรตัดเฉพาะบางฉบับ บางเรื่องที่เกี่ยวข้องหรือเห็นว่าเป็นประโยชน์เท่านั้น มิฉะนั้นจะมีภาระและปัญหาในการตัด การ

เก็บ ซึ่งต้องใช้เวลาและสถานที่เก็บมาก ๆ อนึ่ง ข่าวเรื่องราวที่เก็บไว้นานแล้ว เมื่อไม่ได้ใช้เป็นเวลานานแล้วควรสะสาง ระบายถ่ายเทออกทิ้ง เพื่อจะได้มีแฟ้มและสถานที่เก็บสิ่งใหม่ ๆ ต่อไป

5. การดำเนินการสื่อสาร เผยแพร่อาจพิจารณาใช้สื่ออื่น ๆ ที่มีในหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์เท่านั้น จากการวิจัยครั้งนี้พบว่านักประชาสัมพันธ์ได้ใช้สื่ออื่น ๆ ตามแต่สภาพภาวะแวดล้อมในแต่ละท้องถิ่น เช่น เสียงตามสาย ป้ายผ้า ป้ายประกาศ ป้ายโฆษณา ริมทาง โฆษณาตามสนามกีฬา รถโฆษณาเคลื่อนที่ไปตามที่ต่าง ๆ โดยการจัดนิทรรศการ ใช้เทปโทรทัศน์ ใบปลิว จุลสาร นิตยสารรายวัน หรือวารสารราย 3 เดือน การแถลงข่าวประจำเดือน ใช้นักคอลอกชี้แจง ประชุมเผยแพร่ จัดตั้งหน่วยงานหรือสำนักงานเผยแพร่ โดยการส่งจดหมายถึงตัวโดยตรง จัดบริการส่งเสริมด้านต่าง ๆ เช่น การอ่าน การปฏิบัติในรูปแบบต่าง ๆ เป็นต้น

6. จากการวิจัยครั้งนี้พบว่า ผู้อ่านมีความรู้สึกต่อพฤติกรรม ข้อเขียน เรื่องราวของหนังสือพิมพ์ เป็นความรู้สึกที่ต่อต้านตั้งแต่น้อยจนกระทั่งมาก ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางป้องกันการเสนอข่าวเรื่องราวในงานประชาสัมพันธ์ได้ เพื่อเป็นการป้องกันความไม่พอใจ ความขัดแย้ง ตลอดจนแนวทางที่จะสร้างความสัมพันธ์ให้ราบรื่น สิ่งที่ไม่เหมาะสมอาจเกิดอันตรายไม่ควรนำเสนอต่อประชาชน คือข่าวที่ก่อให้เกิดการแตกแยกในวงราชการ การเปิดเผยความลับ ข่าวสั้น ข่าวทำลายความมั่นคง ภาพพจน์ของประเทศ การเสนอข่าวไม่จริง ไม่มีความรู้ หรือไม่รู้จักจริง การบิดเบือนข่าว ข่าวที่ทำให้เกิดความเสียหายแก่ผู้อื่น การเขียนเชียร์เข้าข้างพรรคพวกตน อย่างไม่ค่อยมีเหตุผล การตอบปัญหาทางเพศที่ไม่มีขอบเขต สิ่งที่ไม่ควรนำมาเผยแพร่ เรื่องผิดศีลธรรม พระสงฆ์ผิดศีล ข่าวสะเทือนขวัญ ข่าวข่มขืน อาชญากรรมที่ผู้อ่านอาจเอาอย่างการใช้

ถ้อยคำ ส่วนวน การสะกดผิด สิ่งที่ทำให้ภาษาวิบัติ  
บทความช่วยกรรมการมณีสัปดน ลามก อนาจาร ทะเลาะ  
เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้เราจะพบว่ามีการใช้ในวงการ  
ประชาสัมพันธ์และมักพบกับความล้มเหลวอยู่เสมอ

7. การใช้ภาพหรือการ์ตูนเป็นสื่อในการเผยแพร่  
นอกเหนือจากสื่อรูปแบบต่าง ๆ เป็นสิ่งที่น่าใช้ประ-  
โยชน์ในงานประชาสัมพันธ์เพราะภาพหนึ่งภาพจะใช้  
แทนความหมายที่เป็นคำพูดได้อย่างมาก นอกจากนั้น  
ภาพการ์ตูนยังใช้เป็นสื่อชักจูงใจได้อย่างดีกว่าข้อเขียน  
ได้อย่างมากและได้ผลกว่า แต่ทั้งนี้จะต้องใช้ฝีมือของ  
ผู้เขียนและผู้ถ่ายทอด ตลอดจนการเลือกภาพที่มีคุณ-  
ภาพพอที่จะดึงดูดจิตใจกลุ่มชนด้วย

8. จากการวิจัยพบว่าสื่อหนังสือพิมพ์เป็นสื่อ  
ที่เข้าถึงประชาชนมาก นักประชาสัมพันธ์จึงควรได้  
ศึกษา และใช้ความพยายามที่จะพัฒนาการใช้สื่อหนังสือ  
พิมพ์ในงานประชาสัมพันธ์ควบคู่ไปกับสื่ออย่างอื่น  
ด้วยเป็นพิเศษ อย่าละทิ้งหรือไม่ให้ความสนใจเพราะ  
เห็นว่าเป็นสื่อที่เผยแพร่ได้ยากแม้จะไม่ได้ลงในฉบับ  
หนึ่ง แต่บางฉบับอาจลงได้ จึงไม่ควรหวังตั้งใจแต่จะ  
ลงเฉพาะในฉบับใดฉบับหนึ่งเท่านั้น

9. นักประชาสัมพันธ์ควรตระหนักว่า หนังสือ-  
พิมพ์เป็นสื่อที่ช่วยหล่อหลอมและสร้างทัศนคติของ  
ประชาชน ตลอดจนกระตุ้น สร้างความรู้สึกนึกคิด  
และสร้างประชาคมดีให้เกิดขึ้นได้ดีกว่าสื่อหลาย ๆ สื่อ

ในแง่ของการประชาสัมพันธ์ งานประชาสัมพันธ์  
ต้องการสร้าง เปลี่ยนแปลงทัศนคติและภาพพจน์ของ  
หน่วยงาน จึงควรวางแผนและพิจารณาใช้สื่อหนังสือ  
พิมพ์ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

## เอกสารอ้างอิง

จุมพล สวัสดิยากร. บรรณาธิการ. *หลักและวิธีการ  
วิจัยทางสังคมศาสตร์*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์สุ-  
วรรณภูมิ. 2520.  
ชวรัตน์ เชิดชัย. *การบรรณาธิการ : หนังสือพิมพ์และ*

*นิตยสาร*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย  
เกษตรศาสตร์. 2520.

ประม อดะเวทิน. *หลักนิเทศศาสตร์*. กรุงเทพฯ :  
รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์. 2526.

มาลี บุญศิริพันธ์. *หลักการทำหนังสือพิมพ์เบื้องต้น*.  
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัย  
ธรรมศาสตร์. 2531.

ลาวัณย์ โชตมระ *อุบัติการณ์หนังสือพิมพ์*. กรุงเทพ-  
มหานคร : สารศึกษาการพิมพ์. 2522.

วิจิตร อาวะกุล. *การประชาสัมพันธ์หลักและวิธีการ  
ปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช  
จำกัด. 2526.

Black, Sam. *Practical Public Relations*. Lon-  
don : Pitman House, 1970.

Bormann, Ernest G. *Theory and Research  
in the Communicative Arts*. New -  
York : Holt, Rinehart and Winston,  
Inc., 1965.

Bryson, Lyman, ed. *The Communication of  
Ideas*. New York : Harper and Row  
Publisher, 1948.

Hyman, Herbert. *Political Socialization*.  
New York : The Free Press of Glence,  
1959.

Lendt, David L., ed. *The Publicity Process*.  
2d ed. Iowa : the Iowa State Uni-  
versity Press, 1975.

Phillip, Gerald M. *Communication and The  
Small Group*. Indianapolis, New York :  
The Boffs - Merrill Company, Inc., 1966.

Stewart, J.B. *Repetitive Advertising in News -  
papers*. Division of Research. Bos-  
ton : Harvard Graduate School of Busi-  
ness, 1964.