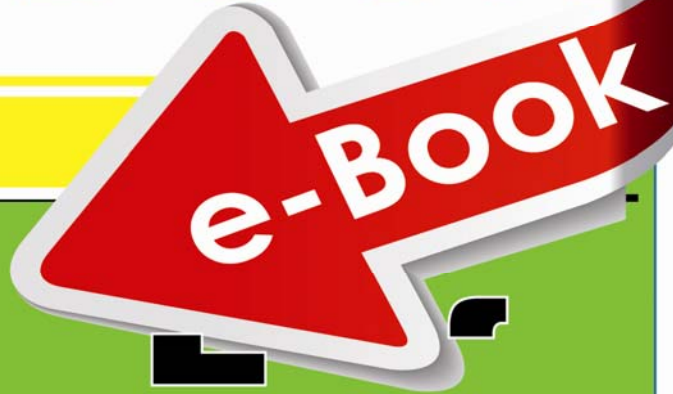


# e-Book

จัดทำโดย นักวิชาการเตรียมสอบข้าราชการ



เจ้าน้ำใจ

คู่มือเตรียมสอบ

# ประชาสัมพันธ์

## (สว. บุคลากรแผ่นดิน)

● ความรู้เกี่ยวกับ สว. บุคลากรแผ่นดิน

● ความรู้เกี่ยวกับตำแหน่งเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์

● แนวข้อสอบที่เกี่ยข้อสอบ



สั่งซื้อได้ที่

[www.SheetRam.com](http://www.SheetRam.com)

Tel. 02-7230950, 02-5141422

085-9679080, 085-9993722, 085-9993740



259.-

# สารบัญ

## ส่วนที่ 1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับ สนง.ผู้ตรวจการแผ่นดิน

ประวัติผู้ตรวจการแผ่นดิน	5
บทบาท อำนาจหน้าที่	8
ผู้ตรวจการแผ่นดิน	10
วิสัยทัศน์	10
พันธกิจ	10
ปรัชญาองค์กร	11
นโยบาย	11
แผนยุทธศาสตร์	12
เป้าประสงค์หลัก	12
ค่านิยมหลัก	13

## ส่วนที่ 2 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับ สนง.ผู้ตรวจการแผ่นดิน

พระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยผู้ตรวจการแผ่นดิน พ.ศ. 2552	14
พระราชบัญญัติสำนักงานผู้ตรวจการแผ่นดิน พ.ศ. 2552	29
ระเบียบผู้ตรวจการแผ่นดินว่าด้วยการแต่งตั้งวุฒิสภาและ การปฏิบัติหน้าที่ของวุฒิสภา พ.ศ. 2554	34

## ส่วนที่ 3 ความรู้ความสามารถเฉพาะตำแหน่งนักประชาสัมพันธ์

หลักและทฤษฎีการสื่อสาร	38
ความเป็นมาของการสื่อสาร	38
ความหมายของการสื่อสาร	39
หลักการสื่อสารที่สำคัญ	44
กระบวนการสื่อสารมวลชน	52
ทฤษฎีการสื่อสารที่เกี่ยวข้อง	61
แนวคิดทฤษฎีผู้กรองสาร (Gatekeeper Theory)	62
แนวคิดทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อตอบสนองความพึงพอใจ	63
แนวคิดทฤษฎีการเล่น	64
ระบบการสื่อสารมวลชน	66
ระบบสื่อมวลชนตามทฤษฎีเสรีนิยม	68
ระบบสื่อมวลชนตามทฤษฎีโซเวียตคอมมิวนิสต์	69
ระบบสื่อมวลชนตามทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคม	70
ความรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ ชุมชนสัมพันธ์ มวลชนสัมพันธ์	73
ความหมายของการประชาสัมพันธ์	73
ลักษณะสำคัญของการประชาสัมพันธ์	76
องค์ประกอบพื้นฐานของการประชาสัมพันธ์	79
กลุ่มมวลชน (Publics)	81
การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์	85
เอกสารประชาสัมพันธ์	85
การสื่อสารทางสื่อมวลชน	88
แนวคิดเกี่ยวกับสื่อมวลชน	88

การสื่อสารทางสื่อสิ่งพิมพ์	89
ระบบการพิมพ์	91
การเขียนบรรยายภาพข่าว	94
องค์ประกอบของเหตุการณ์ที่มีคุณค่าทางข่าว	95
ประเภทและชนิดของข่าว	96
คุณสมบัติของข่าวที่ดี	98
นโยบายด้านข่าวของหนังสือพิมพ์	98
การรวบรวมข้อมูลข่าว	99
เทคนิคการเขียน	110
การจัดทำรายการวิทยุ	113
หลักการเขียนข่าววิทยุ	126
การพาสื่อมวลชน/กลุ่มเป้าหมายเยี่ยมชมกิจการ	126
หลักสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่หน่วยงาน	127
การสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรเป็นหน้าที่ของสมาชิกทุกคน	127
การให้ข่าวแก่สื่อมวลชน	128
การเขียนบทสัมภาษณ์และการสัมภาษณ์ผู้บริหาร	130
การรวบรวมข้อมูลข่าวจากการสัมภาษณ์	130
การใช้อุปกรณ์ในการรวบรวมข้อมูลข่าว	131
การจัดนิทรรศการ	133
การจัดแผ่นป้าย	133
ประเภทของแผ่นป้าย	133
เทคนิคการจัดทำแผ่นป้าย	135
การจัดป้ายนิเทศ	137
การจัดป้ายนิเทศให้สอดคล้องกับเนื้อหาและวัตถุประสงค์	138
การกำหนดบริเวณว่างในนิทรรศการ	139
การกำหนดทางเดินชมนิทรรศการ	140
การวางแผนเพื่อปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์	141
หลักการประชาสัมพันธ์	141
วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์	143
หัวใจของการวางแผนงานประชาสัมพันธ์	145
การวางแผนให้บรรลุถึงจุดหมายปลายทาง	146
โครงสร้างการเขียนข่าวทุกประเภท	146
นักประชาสัมพันธ์และคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์	148

## ส่วนที่ 4 กฎหมายที่เกี่ยวข้อง

พ.ร.บ. ข้อมูลข่าวสารของทางราชการ พ.ศ. 2540	151
แนวข้อสอบ พ.ร.บ. ข้อมูลข่าวสารของทางราชการ พ.ศ. 2540	159
พ.ร.บ. ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550	168
แนวข้อสอบ พ.ร.บ. ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์	177
แนวข้อสอบ นักประชาสัมพันธ์	182
แนวข้อสอบพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยผู้ตรวจการแผ่นดิน พ.ศ. 2552	196

## ประวัติผู้ตรวจการแผ่นดิน

### ประวัติความเป็นมาระบบผู้ตรวจการแผ่นดิน

ในอดีตรูปแบบการเมืองการปกครองของไทยที่เก่าแก่และยืนยาวที่สุด ก็คือ ระบบการปกครองแบบสมบูรณาญาสิทธิราชย์ โดยสมัยพ่อขุนรามคำแหง “ที่ปากประตูเมืองจะมีกระดิ่งแขวนไว้ให้ประชาชนที่ทุกข์ร้อนข้องใจมาสนักระดิ่ง และเมื่อพ่อขุนรามคำแหงผู้เป็นเจ้าของได้ยินก็จะเรียกมาถาม และพิจารณาตัดสินหาความชอบธรรมให้” ต่อมา เมื่อมีการพัฒนาการเมืองการปกครอง ความใกล้ชิดระหว่างผู้มีอำนาจบริหารระดับสูงกับราษฎรมีความเห็นห่างมากขึ้น อีกทั้งความสลับซับซ้อนในวิธีปฏิบัติทางการปกครองเพิ่มขึ้น จึงเกิดแนวความคิดที่จะควบคุมฝ่ายบริหารโดยผ่านกลไกพิจารณาตรวจสอบหรือการรับเรื่องราวร้องทุกข์ของฝ่ายนิติบัญญัติซึ่งถือว่าเป็นผู้แทนที่ ได้รับการเลือกตั้งมาจากประชาชน

ในปี พ.ศ. 2517 คณะกรรมการร่างรัฐธรรมนูญได้บัญญัติให้มี “ผู้ตรวจราชการแผ่นดินของรัฐสภา” ไว้ในร่างรัฐธรรมนูญ ฉบับปีพุทธศักราช 2517 แต่ในชั้นสภานิติบัญญัติแห่งชาติได้มีการปรับปรุงร่าง รัฐธรรมนูญโดยตัด ในส่วนของผู้ตรวจการแผ่นดินออกไป

ในวันที่ 16 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2533 คณะกรรมาธิการการปกครอง และ คณะกรรมาธิการกิจการสภาผู้แทนราษฎร ร่วมกับสถาบันนโยบายศึกษา สมาคมสังคมศาสตร์แห่งประเทศไทย ได้จัดสัมมนาเรื่องผู้ตรวจการรัฐสภาขึ้น โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิเข้าร่วมการสัมมนาเกือบ 80 คน นับเป็นครั้งแรกที่ได้มีการระดมความคิดเห็นอย่างเป็นทางการ เพื่อเป็นแนวทางในการจัดตั้งผู้ตรวจการรัฐสภา

นับแต่นั้นเป็นต้นมาได้มีการจัดสัมมนา มีการอภิปรายและเผยแพร่แนวความคิดทางสื่อสารมวลชน ต่างๆ มากขึ้น แต่แนวคิดดังกล่าวยังคงรับรู้อยู่ในกลุ่มสมาชิกรัฐสภานักวิชาการ และผู้ทรงคุณวุฒิส่วนหนึ่งเท่านั้น หลังจากนั้นในปี พ.ศ. 2538 จึงเกิดแรงผลักดันอย่างจริงจังในการที่จะบัญญัติสถาปนาผู้ตรวจการรัฐสภาไว้ ในรัฐธรรมนูญของประเทศไทย โดยแก้ไขเพิ่มเติมรัฐธรรมนูญพุทธศักราช 2534 ฉบับที่ 5 ปีพุทธศักราช 2538 โดยบัญญัติในมาตรา 162 ทวิ ดังนี้

## บทบาท อำนาจหน้าที่

อำนาจหน้าที่ของผู้ตรวจการแผ่นดินตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 ที่ได้กำหนดให้ผู้ตรวจการแผ่นดินมีอำนาจหน้าที่เพิ่มเติมจากเดิม ประกอบด้วย

### มาตรา 244 ผู้ตรวจการแผ่นดินมีอำนาจหน้าที่ ดังต่อไปนี้

(1) พิจารณาและสอบสวนหาข้อเท็จจริงตามคำร้องเรียนในกรณี

(ก) การไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย หรือปฏิบัตินอกเหนืออำนาจหน้าที่ตามกฎหมายของข้าราชการ พนักงาน หรือลูกจ้างของหน่วยราชการ หน่วยงานของรัฐ หรือ รัฐวิสาหกิจ หรือราชการส่วนท้องถิ่น

(ข) การปฏิบัติหรือละเลยไม่ปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการ พนักงาน หรือลูกจ้างของหน่วยราชการ หน่วยงานของรัฐ หรือ รัฐวิสาหกิจ หรือราชการส่วนท้องถิ่นที่ก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้ร้องเรียนหรือประชาชนโดย ไม่เป็นธรรม ไม่ว่าการนั้นจะชอบหรือไม่ชอบด้วยอำนาจหน้าที่ก็ตาม

(ค) การตรวจสอบการละเลยการปฏิบัติหน้าที่หรือการปฏิบัติหน้าที่โดยไม่ชอบด้วยกฎหมายขององค์กร ตามรัฐธรรมนูญและองค์กรในกระบวนการยุติธรรม ทั้งนี้ไม่รวมถึงการพิจารณาพิพากษาอรรถคดีของศาล

(ง) กรณีอื่นตามที่กฎหมายบัญญัติ

(2) ดำเนินการเกี่ยวกับจริยธรรมของผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมืองและเจ้าหน้าที่ของรัฐ ตามมาตรา 279\* วรรคสาม และมาตรา 280\*

(3) ติดตาม ประเมินผล และจัดทำข้อเสนอแนะในการปฏิบัติตามรัฐธรรมนูญ รวมถึงตลอดถึง ข้อพิจารณาเพื่อแก้ไขเพิ่มเติมรัฐธรรมนูญในกรณีที่เห็นว่าจำเป็น

(4) รายงานผลการตรวจสอบและผลการปฏิบัติหน้าที่พร้อมข้อสังเกตต่อคณะรัฐมนตรี สภาผู้แทนราษฎร และวุฒิสภาทุกปี ทั้งนี้ ให้ประกาศรายงานดังกล่าวในราชกิจจานุเบกษา และเปิดเผยต่อสาธารณะด้วย

การใช้อำนาจหน้าที่ตาม (1) (ก) (ข) และ (ค) ให้ผู้ตรวจการแผ่นดินดำเนินการเมื่อมีการร้องเรียน เว้นแต่เป็นกรณีที่ผู้ตรวจการแผ่นดินเห็นว่าการกระทำดังกล่าวมีผลกระทบต่อ

## ผู้ตรวจการแผ่นดิน

ศาสตราจารย์ศรีราชา วงศารยางค์กูร	ประธานผู้ตรวจการแผ่นดิน
พลเอก วิทวัส รชตะนันทน์	ผู้ตรวจการแผ่นดิน
นายบุรณัฐ ฐาปนดุล	ผู้ตรวจการแผ่นดิน

## วิสัยทัศน์

“คุ้มครองประชาชนให้ได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นธรรมจากการใช้อำนาจรัฐ และเสริมสร้างสังคมให้มีคุณธรรมจริยธรรมเป็นรากฐาน เพื่อประโยชน์สุขของส่วนรวม”

## พันธกิจ

**พันธกิจที่ 1.** พิจารณาและสอบสวนหาข้อเท็จจริงตามคำร้องเรียน เพื่อแก้ไขความเดือดร้อนแฉ ความไม่เป็นธรรม

**พันธกิจที่ 2.** เผยแพร่วิชาการและให้ความรู้และการศึกษาแก่ประชาชนเกี่ยวกับสิทธิที่จะร้องเรียน และสร้างเสริมการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีในภาครัฐ

**พันธกิจที่ 3.** ศึกษา วิจัย และวิเคราะห์ เพื่อเสนอแนะปรับปรุงกฎหมาย กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ แล ขั้นตอนการปฏิบัติงาน และจัดทำรายงานเสนอต่อรัฐสภา

**พันธกิจที่ 4.** ดำเนินงานให้ผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมือง ข้าราชการ และเจ้าหน้าที่ของรัฐมีประมว จริยธรรมที่มีมาตรฐาน และกลไกและระบบในการดำเนินงาน เพื่อให้การบังคับใช้เป็นไปอย่างมี ประสิทธิภาพ เพื่อเป็นหลักในการปฏิบัติงาน

**พันธกิจที่ 5.** ติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามรัฐธรรมนูญ เพื่อให้บทบัญญัติแห่งรัฐธรรมนูญ แห่งราชอาณาจักรไทยได้รับการนำไปปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ

**พันธกิจที่ 6.** สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับองค์กรทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการเสริมสร้า การบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีในภาครัฐ

**พันธกิจที่ 7.** พัฒนาองค์กรให้มีระบบโครงสร้างที่มีประสิทธิภาพ และเสริมสร้างบุคลากรให้มี ศักยภาพในการปฏิบัติงานอย่างมืออาชีพ

## ปรัชญาองค์กร

ปรัชญาที่สำนักงานผู้ตรวจการแผ่นดินจะยึดมั่นเป็นหลักในการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์ฯ กำหนดไว้ดังต่อไปนี้

ร้องเรียนได้สะดวก SERVICE  
พิจารณาโดยรวดเร็ว EFFICIENCY  
เป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย FAIRNESS  
โปร่งใสตรวจสอบได้ ACCOUNTABILITY

## นโยบาย

สำนักงานผู้ตรวจการแผ่นดิน ได้กำหนดนโยบายในการทำงานไว้ดังนี้

1. พัฒนาระบบการบริหารจัดการเพื่อสนับสนุนการดำเนินการตามภารกิจหลักของสำนักงานฯ ให้มีประสิทธิภาพสูงสุด โดยต้องคำนึงถึงความคล่องตัว โปร่งใส และตรวจสอบได้
2. สร้างและพัฒนาระบบข้อมูลสารสนเทศของสำนักงานฯ ที่ใช้ในการบริหารจัดการ สนับสนุนทางวิชาการตามภารกิจหลัก ให้สามารถให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็วโดยเทคโนโลยีที่ทันสมัย
3. สร้างและพัฒนาระบบการรับเรื่องร้องเรียนให้มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ มีความเที่ยงตรง ถูกต้อง รวดเร็ว
4. ส่งเสริมให้ความรู้และสร้างความเข้าใจเรื่องสิทธิการร้องเรียนให้แก่ประชาชน
5. ส่งเสริมการศึกษาวิจัยความรู้เกี่ยวกับระบบผู้ตรวจการแผ่นดิน ระบบการร้องเรียน ปัญหาเกี่ยวกับสิทธิการร้องเรียน และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
6. พัฒนาบุคลากรให้มีความพร้อมในการปฏิบัติงานทั้งในด้านทัศนคติ ความรู้ ความสามารถ และใจพร้อมบริการ

## แผนยุทธศาสตร์

ประเด็นยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ที่ 1. พัฒนาขีดความสามารถในการตรวจสอบดูแลเพื่อเสริมสร้างความเป็นธรรมให้เกิดประโยชน์สุขแก่ประชาชน

ยุทธศาสตร์ที่ 2. สร้างและพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือในการขับเคลื่อนคุณธรรม จริยธรรม

ยุทธศาสตร์ที่ 3. สร้างและพัฒนากลไกการติดตามประเมินผล และการให้ข้อเสนอแนะ การปฏิบัติตามรัฐธรรมนูญแก่หน่วยงานที่มีภารกิจตามรัฐ ธรรมนูญ

## ☛ ความหมายของคำว่า “การสื่อสาร”

**การสื่อสาร (Communication)** หมายถึง การติดต่อสื่อสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่งหรือไปยังคนอีกกลุ่มหนึ่ง ซึ่งในการสื่อสารจะไม่คำนึงถึงกระบวนการ แต่จะคำนึงถึงสาร (Message) ที่ถูกส่งมามากกว่า

คำว่า **Communication** และ **Community** มาจากรากศัพท์ภาษาละติน ซึ่งเหมือนกับคำว่า **Common, Communis** ลักษณะที่เหมือนกันนี้เป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้เราเข้าใจกระบวนการสื่อสารได้ใน 2 ระดับ คือ

1. คุณลักษณะของกระบวนการสื่อสารควรมีมากกว่าผู้ที่มีส่วนร่วมในสิ่งที่เหมือน ๆ กัน เช่น ประสบการณ์ที่ผ่านมา ค่านิยม และความเชื่อ สิ่งเหล่านี้ก็คือคุณลักษณะของชุมชนของแต่ละบุคคลด้วย
2. กระบวนการสื่อสารมวลชนต้องการการเข้ารหัส (Encoding) โดยผู้ส่งสาร และถอดรหัส (Decoding) โดยผู้รับสาร ซึ่งสามารถทำให้การสื่อสารประสบความสำเร็จ เพียงผู้ที่มีส่วนร่วมเข้าใจในการเข้ารหัสและถอดรหัสร่วมกัน และสิ่งที่ทำให้เกิดความเข้าใจร่วมกันก็คือ ภาษา

## ☛ ระดับของการสื่อสาร (Levels of Communication)

การสื่อสารของมนุษย์ คือ การปฏิบัติการส่งความคิดและทัศนคติ จากคน ๆ หนึ่งไปยังอีกคนหนึ่ง การเขียน จดหมายถึงกัน และการพูดคุยกัน คือ 2 วิธีการที่ใช้สำหรับการสื่อสารของมนุษย์ นอกจากนี้เรายังสื่อสารกันด้วยกิริยาท่าทาง การเคลื่อนไหวร่างกาย หรือแม้กระทั่งการกะพริบตา การขมวดคิ้ว ก็เป็น การสื่อสารของมนุษย์ทั้งสิ้น

**ระดับของการสื่อสารสามารถจำแนกออกเป็นระดับ ดังนี้คือ**

### **1. การสื่อสารส่วนบุคคล (Intrapersonal Communication)**

เป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นภายในร่างกายหรือในตัวของเราเอง ได้แก่ การที่เราพูดกับตัวเอง เมื่อเราคิดถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เราก็อาจพูดเบา ๆ กับตัวเองหรือพูดออกมาลอย ๆ

โดยเรื่องราวหรือเนื้อหาของการสื่อสารส่วนบุคคล จะประกอบด้วยความคิด (Thought) ซึ่งสื่อกลางหรือช่องทางของการสื่อสารส่วนบุคคลนี้คือระบบประสาทที่ผ่านความคิดและผ่านกระบวนการในสมองอีกทีหนึ่ง

### **2. การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication)**

เป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลหนึ่งกับอีกบุคคลหนึ่งหรือกับคนอื่นที่มีจำนวนไม่มากนัก ซึ่งบางครั้งผู้ส่งสารจะมีความคุ้นเคยกัน เช่น ในงานเลี้ยงสังสรรค์ ฯลฯ แต่บางครั้งก็ไม่คุ้นเคยกัน เช่น เมื่อคนแปลกหน้าพูดอยู่บนถนน บนรถโดยสารหรือในห้างสรรพสินค้า





## ความรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ ชุมชนสัมพันธ์ มวลชนสัมพันธ์

ด้วยเหตุที่สถาบันต่างๆ ต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันนี้เอง จึงก่อให้เกิดวิชาชีพ “การประชาสัมพันธ์”

การประชาสัมพันธ์เป็นงานที่สำคัญอย่างหนึ่ง เป็นตัวจักรที่จะทำให้สังคมดำรงอยู่ได้อย่างสงบสุข การที่สังคมทุกสังคมไม่ว่าจะเป็นสถาบันใดหรือวงการใดก็ตาม ความเข้าใจกันคือสิ่งสำคัญที่สุด ที่จะทำให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างเรียบร้อย ฉะนั้นงานประชาสัมพันธ์จึงเป็นกำลังที่สำคัญของทุกชุมชน



### ความหมายของการประชาสัมพันธ์

รศ. วิรัช ลภีรัตนกุล (อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย)

ได้กล่าวว่า “คำว่า ประชาสัมพันธ์เป็นคำที่คนเข้าใจผิดกันมากคำหนึ่ง คือ เข้าใจสับสน ไขว้เขว ไปทั้งในทางบวกและลบ”

\*ทางลบที่หนักที่สุดก็เห็นจะเป็นการเข้าใจว่า การประชาสัมพันธ์คือ การโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda) หรือล้างสมอง (Indoctrination)

ที่เบาลงหน่อยก็คือเข้าใจว่าเป็นการโฆษณา (Advertising) ซึ่งคล้ายกับคำว่า “ไซโค” (Psycho)

งานประชาสัมพันธ์มีไชนงานที่มีไว้ประดับตกแต่งองค์กร หรือเป็นงานสารบรรณคอยรับ – ส่งหนังสือต่างๆ ไม่มีไชนงานต้อนรับที่มีพนักงานต้อนรับ (Receptionist) นั่งประจำโต๊ะ ซึ่งเป็นบริการด้านแรกของโรงแรมชั้นหนึ่งทั่วไป ที่เรียกโต๊ะบริการว่า “Reception”

งานประชาสัมพันธ์จึงเป็นลักษณะของงานที่ดำเนินการอย่างมีแผนและต่อเนื่องกันไป จะต้องกระทำอย่างจริงจัง

ส่วนงานติดต่อสอบถามนั้นไม่มีไชนงานประชาสัมพันธ์ทั้งหมด แต่เป็นกิจกรรมส่วนย่อยของงานประชาสัมพันธ์ หรือเป็นงานต้อนรับ ติดต่อสอบถามเรื่องราวต่างๆ ไป ของสถาบันนั้นๆ

การตั้งป้ายที่ถูกต้องการจะตั้งป้ายว่า “ติดต่อสอบถาม” หรือวงเล็บภาษาอังกฤษไว้ด้วยว่า “Information” เป็นคำที่นิยมใช้กันทั่วไปตามสถาบันนานาชาติ หรือชาวอังกฤษ และประเทศที่เคยเป็นอาณานิคมของอังกฤษจะนิยมใช้คำว่า “Enquiry”

สำหรับคำว่า “Public Relations” จะใช้กำกับคำว่า “ประชาสัมพันธ์” แต่เพียงอย่างเดียว

หน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ควรจะอยู่ในตำแหน่งผู้บริหาร หรือผู้ช่วยผู้บริหาร

## ☛ ลักษณะสำคัญของการประชาสัมพันธ์

### 1. วัตถุประสงค์ (Objective)

การประชาสัมพันธ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะสร้างและดำรงไว้ซึ่งความเข้าใจอันดี ระหว่างสถาบันกับมวลชน การสร้างความเลื่อมใส ไว้เนื้อเชื่อใจให้เกิดขึ้นกับประชาชน หรือผู้ที่บริษัทและองค์กร ฯลฯ ต้องการ

**ความเข้าใจอันดี (Good Understand)** เป็นสิ่งสำคัญยิ่งในการดำเนินงานของสถาบัน กล่าวคือ สถาบันจะดำเนินงานใดๆ ให้บรรลุผลสำเร็จได้ จำเป็นต้องได้รับความสนับสนุน (Support) และเป็นที่ยอมรับของประชาชนในสังคมหรือลูกค้าของตน ด้วยเหตุนี้สถาบันจึงต้องติดต่อสัมพันธ์กับกลุ่มประชาชนในสังคมหรือลูกค้าของตนอยู่ตลอดเวลา ต้องคอยชี้แจงให้พวกเขาเกิดความรู้ ความเข้าใจในนโยบายและการดำเนินกิจการนั้นๆ และในขณะเดียวกัน ก็ต้องมีการตรวจสอบความคิดเห็นของกลุ่มบุคคลเหล่านั้น ว่ามีความพอใจเกี่ยวกับสถาบันมากน้อยเพียงไร ซึ่งต้องให้สอดคล้องกับหัวข้อเหล่านี้

1.1 องค์กรหรือสถาบัน (Organization or Institution)

1.2 กลุ่มประชาชน (Public)

1.3 ความสัมพันธ์อันดี (Good Relationship)

1.4 ประชามติ (Public Opinion)

1.5 แผนการและการกระทำต่อเนื่องกันไป

### 2. วิธีการโน้มน้าวจิตใจ (Persuasion)

ความพยายามเช่นนี้ จะต้องมีการจูงใจด้วยคือ จูงใจให้ยอมรับทัศนคติ และการกระทำขององค์กรหรือหน่วยราชการนั้นๆ และต้องเป็นวิธีการที่ชอบที่ควร ไม่มีลักษณะของการบังคับขู่เข็ญ หรือกะเกณฑ์ ดังนั้น นโยบายหรือการกระทำที่จะใช้การประชาสัมพันธ์สนับสนุนนั้น จะต้องเป็นไปในทางสร้างสรรค์หรือในทางบวกไม่ใช่ทางลบ คือทางปฏิเสธหรือในทางแก้ตัว

### 3. ภาระหน้าที่ของฝ่ายจัดการ (Management Function)

ในปัจจุบัน ฝ่ายบริหารขององค์กรและสถาบันต่างๆ ก็ย่อมรับผิดชอบที่สถาบันมีต่อสังคมส่วนรวม การดำเนินงานของสถาบัน ต้องเป็นที่พอใจของประชาชนที่เกี่ยวข้อง และมีส่วนร่วมสร้างความเจริญแก่สังคมด้วย เหตุนี้ฝ่ายบริหาร (Executive) จึงถือว่า การประชาสัมพันธ์เป็นส่วนหนึ่ง ของงานในภาระหน้าที่และความรับผิดชอบของตน ซึ่งต้องมีแผนงาน (Planning) และทำเป็นระยะเวลาต่อเนื่องกันไป ในขั้นต่อไปควรศึกษาถึงคำอื่นๆ ที่มีความหมายในเครือเดียวกันว่าแตกต่างกันอย่างไร

หัวหน้าองค์กรคือ ประธานฝ่ายประชาสัมพันธ์ขององค์กรนั้นๆ โดยตำแหน่ง

### **การโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda)**

หมายถึง ความพยายามอย่างมีจุดหมายเพื่อมุ่งที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติต่างๆ ของคนอื่น ๆ ซึ่งมักหมายถึงคนกลุ่มใหญ่ให้เกิดความรู้สึกคล้อยตามหรือมีปฏิกิริยาตอบสนองในสิ่งที่ตนเองต้องการ โดยใช้สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือดำเนินการ หรืออีกความหมายหนึ่งคือ การเผยแพร่ลัทธินิยมโดยเจตนาจะโน้มน้าวชักจูงคนด้วยกลวิธีต่างๆ ให้หลงเชื่อ เห็นดีเห็นงาม หรือให้เป็นปรปักษ์กับสิ่งหรือคนที่ต้องการ

การโฆษณาชวนเชื่อ นั้น เป็นการเสนอข่าวเพียงด้านเดียว และในทางที่ดีที่ทั้งนั้นซึ่งผิดจากการประชาสัมพันธ์ซึ่งเสนอข่าวเป็นไปในทาง (Two – Way Communication) มีการรับฟังความคิดเห็นของประชาชน นำมาปรับปรุงงานของสถาบัน การเสนอข่าวจึงตั้งอยู่บนรากฐานของความจริง และประสามติ

### **การโฆษณา (Advertising)**

การโฆษณา เป็นการมุ่งให้เกิดผลตอบแทน หรือการตอบสนองโดยทันที โดยให้ความจริง 70% อาจารย์สุปรีดา ประศาสน์วินิจฉัย แห่งธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรได้ให้ความหมายว่า “การโฆษณาสินค้า เป็นวิธีการที่ใช้เพื่อช่วยในการจำหน่ายสินค้า ให้ผ่านจากมือผู้ผลิตไปถึงมือผู้บริโภคเร็วเข้า”

ในปัจจุบันนี้จะเห็นได้ว่าการโฆษณาต่างๆ นั้นก็ใช้การโฆษณาชวนเชื่อในการโฆษณาอยู่มากทีเดียว เพราะทำแล้วได้ผลดี

การโฆษณาที่ดีต้องมีการวางแผนล่อใจแฝงไว้ด้วย “การเสนอแนะ” และ “ส่งเสริม” ....การโฆษณาจึงเป็นเรื่องของการกระทำหรือชักนำความเชื่อ สร้างศรัทธาด้วยการดึงดูดถึงเหตุผล ของการโฆษณาหรืออารมณ์จากผู้พบเห็น จึงเป็นเรื่องของการสร้างความล่อใจ (Persuasion) ขึ้นมา เข้าอยู่ในลักษณะให้ได้ยินด้วยหูรู้ด้วยตา จะทำให้เกิดการผลักดัน กระตุ้นให้ผู้ได้เห็นเกิดอารมณ์และความต้องการ ที่จะกระทำอย่างนั้นอย่างนั้น มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของมนุษย์ด้วย

การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์จึงมีวิธีดำเนินงานที่แตกต่างกัน งานประชาสัมพันธ์มีจุดมุ่งหมายสำคัญในการเผยแพร่ความคิด ความเชื่อถือศรัทธา การให้ความจริง 100% และรับฟังเสียงประสามติ และให้รากฐานความเข้าใจอันดีต่อกันในสังคม ในขณะที่งานโฆษณามีจุดมุ่งหมายของการเพิ่มปริมาณขายผลิตภัณฑ์ ให้ได้มากที่สุด

### **การโฆษณาประชาสัมพันธ์ (Public Relations Advertising)**

คือ งานโฆษณาที่ดำเนินงานประชาสัมพันธ์มาเสริมในรูปแบบของการช่วยเหลือสังคม ไม่เน้นจุดขาย แต่เน้นในเรื่องการส่งเสริมสวัสดิการสังคม เช่น กิจกรรมการส่งเสริมเยาวชนให้ได้เรียนหนังสือมากๆ จะทำให้ช่วยเหลือตนเองได้ ด้วยความปรารถนาดีจากธนาคารกสิกรไทย เป็นต้น

### **การเผยแพร่ (Publicity)**

การเผยแพร่หรือการโฆษณาเผยแพร่เป็นการป่าวประกาศ ปลุกความสนใจ และความนิยมในบุคคล อุดมการณ์ ดังนั้นการเผยแพร่ในความหมายที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์ จึงไม่ใช่มุ่งให้ประชาชนซื้อสินค้าหรือบริการ หรือโฆษณาชักจูงใจเอาผลกำไรแต่เพียงฝ่ายเดียว

แต่เป็นการขอความร่วมมือจากประชาชน ขอร้อง โดยใช้คำว่า “โปรด” นำหน้าข้อความ

จุดมุ่งหมายที่แท้จริงคือ การเผยแพร่ข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจ ชักจูงใจให้ประชาชนเกิดความสนใจ นิยมเลื่อมใสและเพื่อขอความสนับสนุนร่วมมือจากประชาชน

การเผยแพร่จึงเป็นกิจกรรมส่วนย่อยของงานประชาสัมพันธ์ในการรวบรวมข่าวสารต่างๆ เพื่อเผยแพร่ไปยังมวลชน เช่น การรณรงค์ชักจูงใจให้ประชาชนช่วยกันใช้สินค้าไทย ชักชวนอนุรักษ์ธรรมชาติ ชักชวนให้ช่วยกันรักษาความสะอาดบนท้องถนน เป็นต้น

โฆษณาเผยแพร่แตกต่างกับการประชาสัมพันธ์ที่ว่าเป็นเอกวิถี (One – Way Process) คือเผยแพร่แต่ฝ่ายเดียวไม่ได้คิดแก้ไขและรับฟังความคิดเห็นของประชาชน

การเผยแพร่ข่าวสารให้ประชาชนทราบนั้น นักประชาสัมพันธ์จะต้องตั้งจุดมุ่งหมายให้ชัดเจน ว่า เป็นใคร เรื่องอะไร เพื่ออะไรและอย่างไร ควรเป็นเรื่องที่ใช้ภาษาง่ายๆ ชัดเจน กระชับแจ่ม และพบเห็นได้ตามที่สาธารณะทั่วไป เช่น ตลาด ป้ายรถเมล์ ฯลฯ ข่าวสารนั้นถึงตัวผู้รับสารได้ถูกต้อง มวลชนพร้อมที่จะรับฟัง ในประเทศที่เจริญมากการเผยแพร่ข่าวสารจะประสบผลสำเร็จสูงมากที่สุดทีเดียว

ฉะนั้น นักประชาสัมพันธ์ จึงจะต้องพิจารณาถึงความเหมาะสมว่าควรจะใช้ในลักษณะไหน และยังเป็นการสร้างความปลอดภัย มีใช้การบังคับขู่เข็ญ เพื่อสร้างจินตภาพที่ดีต่อมวลชน ให้เกิดความประทับใจ และได้รับความร่วมมือจากประชาชนกลุ่มเป้าหมายตามต้องการ

### **การสารนิเทศ (Information Service)**

เป็นการให้ข่าวสาร (To Inform) คือ การให้ข่าวสารข้อเท็จจริงต่างๆ เช่น นโยบายของรัฐบาล ถ้าเป็นในต่าง-ประเทศ ก็เป็นการเผยแพร่ชื่อเสียงความเข้าใจอันดีระหว่างประเทศ รวมทั้งข่าวสารต่างๆ ไปเกี่ยวกับเมืองไทย ศิลปวัฒนธรรมของคนไทยปัจจุบันนี้

ประเทศไทยมีสำนักงานแถลงข่าวไทย (Information Service of Thailand) โดยกรมประชาสัมพันธ์ อยู่ที่กรุงวอชิงตัน ลอนดอน สำหรับต่างประเทศในไทยก็มีหลายประเทศ เช่น British

## ☛ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์

1. **การบอกกล่าวประชาชน** การที่หน่วยงานต้องการให้ประชาชนสนใจ ก็จำเป็นต้องมีการบอกกล่าว ประชาชนทุกชั้นตอนเป็นลำดับไป ซึ่งจะทำให้เกิด**ความเลื่อมใสศรัทธา**ขึ้นได้
2. **การเอาใจใส่กับประชาชน** คือการรับความคิดเห็นของประชาชนมาพิจารณาปรับปรุงแผนงานให้เหมาะสมและสอดคล้องกับความคิดเห็น อันเป็นสิ่งแสดงออกซึ่งความต้องการของประชาชนด้วย
3. **การติดต่อไปมาทั้งสองฝ่าย** คือการสื่อสารแบบ Two – Way Communication ฉะนั้น การประชาสัมพันธ์จึงต้องเป็นสื่อกลางของการติดต่อสัมพันธ์จากสถาบันไปสู่ประชาชนวิถีทางหนึ่ง
4. **การยึดหลักความจริง** การสร้างความเชื่อถือของงานประชาสัมพันธ์นั้น จะต้องเปิดเผยข้อเท็จจริง**ทั้งหมด 100%** โดยไม่บอกรัด โดยให้เหตุผลว่า “เป็นเรื่องลับเฉพาะ”
5. **การวางแผนงานและการกระทำที่ต่อเนื่อง** การที่จะให้งานประชาสัมพันธ์บรรลุเป้าหมาย ต้องอาศัยเวลาโดยดำเนินงานเป็นขั้นๆ ไปให้ต่อเนื่องกัน
6. **การคำนึงถึงประโยชน์ทั้งสองฝ่าย** งานประชาสัมพันธ์ จะต้องดำเนินไปโดยตระหนักถึงผลประโยชน์ทั้งของสถาบันและของประชาชนที่เกี่ยวข้องเป็นหลัก

## ☛ ความมุ่งหมายของงานประชาสัมพันธ์ มี 2 ประการ ดังนี้

1. **เพื่อสร้างความนิยม (Goodwill) หรือ การประชาสัมพันธ์เชิงรุก**  
โดยการแสดงออกให้ประชาชนเห็นการดำเนินกิจการของสถาบันการเผยแพร่ให้รู้ชี้แจงให้เข้าใจ โดยการรู้จักใช้สื่อต่างๆ ที่เหมาะสมในการชี้แจง เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างประชาชนกับสถาบัน
2. **เพื่อป้องกันชื่อเสียง (Reputation) หรือ การประชาสัมพันธ์เชิงรับ**  
สถาบันจะต้องพิจารณาหาข้อบกพร่องของตนเอง แล้วหาทางปรับปรุงแก้ไขอันที่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดแก่ประชาชน ซึ่งตรงกับที่ Sam Black กล่าวไว้ว่า “การประชาสัมพันธ์ คือ การกระทำเพื่อค้นหา และทำลายเสียซึ่งที่มาของความเข้าใจผิด”  
การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์

## ☛ การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์

มวลชนย่อมมีการติดต่อสื่อสารตลอดชีวิต จุดมุ่งหมายของการสื่อสารจึงหมายถึง การสื่อความหมาย หรือการส่งสาร ให้ผู้อื่นเข้าใจในความหมายของสารนั้น ๆ ได้อย่างถูกต้องหรืออาจกล่าวได้ว่า

เป็นกระบวนการถ่ายทอดความคิด ความรู้สึก ไปยังผู้รับสารนั่นเอง ภาษาเขียนจึงเป็นสิ่งจำเป็น ที่มนุษย์จะต้องใช้เป็นสื่อถ่ายทอดความรู้

### ลักษณะพิเศษของข่าวประชาสัมพันธ์ มี 2 ประการ คือ

1. เป็นข่าวที่เกิดขึ้นโดยไม่ได้คาดการณ์ไว้ก่อน (Spontaneous News Publicity) เช่น ข่าวอุบัติเหตุ ภูเขาไฟระเบิด น้ำท่วม เป็นต้น

2. เป็นข่าวที่ได้เตรียมการดำเนินงานไว้ล่วงหน้า (Planned News Publicity) มักจะถูกนำมาเขียนข่าวเพื่องานประชาสัมพันธ์บ่อยมาก เช่น ข่าวการเปิดสำนักงาน ข่าวการจัดงานพิเศษต่างๆ เป็นต้น

การเขียนเพื่องานประชาสัมพันธ์ จึงเป็นการเขียนเพื่อจูงใจ ความสนใจ – ยาวของเนื้อหา ขึ้นอยู่กับลักษณะ จุดมุ่งหมายและโอกาส แต่มีข้อควรตระหนัก ดังนี้ คือ

1. มีที่มาอย่างถูกต้อง
2. ปราศจากอคติ
3. มีคำแนะนำที่เป็นประโยชน์
4. มีเหตุผล
5. ใช้คำตรงไปตรงมา
6. มีข้อเสนอแนะที่ดี
7. ไม่สรุปว่าถูกหรือผิด แต่เป็นการเสนอเพื่อพิจารณาเท่านั้น

เนื้อหาของข่าวประชาสัมพันธ์นั้นจำกัดประมาณหนึ่งถึงสองคอลัมน์เท่านั้น เนื้อหาของข่าวจึงประกอบไปด้วยความนำ (Lead) ซึ่งจะต้องกล่าวถึงส่วนสำคัญที่สุดหรือเป็นจุดเด่นที่สุดของเรื่อง ดังนั้น การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์จึงควรยึดหลักของการเขียนข่าวหนังสือพิมพ์ไว้เป็นสำคัญ

### ☛ เอกสารประชาสัมพันธ์

เอกสาร เป็นสื่อที่สำคัญมากที่สุดประการหนึ่งของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งบางครั้งอาจจะถือว่าเป็น “เอกสารขององค์กร” หรือ “หัวใจสำคัญของสถาบัน” จึงเป็นการนำมาเป็นเครื่องมือ ในงานประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างภาพพจน์จิตภาพที่ดีงามกับหน่วยงานของตนให้ดีที่สุด

ที่ลอนดอน ปี ค.ศ. 1696 ได้มีสิ่งพิมพ์ของ Lloyd ซึ่งรู้จักกันในปัจจุบันเป็นอย่างดี ชื่อ “Lloyd’s List” ในสหรัฐฯ เอง เบนจามิน แฟรงคลิน ได้จัดพิมพ์ข่าวสารและรวบรวมข้อมูลทางอุตสาหกรรมขึ้นเป็นครั้งแรกในสหรัฐฯ ลักษณะคล้ายกับ Encyclopedia มีชื่อว่า “Poor Richard’s Almanac”

วารสารประชาสัมพันธ์ เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร เป็นสื่อที่มุ่งตรงจุดของกลุ่มเป้าหมาย (Target Audiences) ซึ่งเราต้องการได้เป็นอย่างดี

### **ลักษณะที่สำคัญของเอกสารประชาสัมพันธ์ คือ**

1. เป็นเอกสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายใน หมายถึง วารสารที่ได้จัดทำขึ้นโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการติดต่อสื่อสารกับสมาชิกภายในสถาบันให้ได้ทราบถึงนโยบาย คู่มือการปฏิบัติงานเพื่อประโยชน์ร่วมกันและส่งเสริมความสามัคคี มีความเข้าใจกัน ให้ความช่วยเหลือเกื้อกูลกัน
2. เอกสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายนอก มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความเข้าใจอันดี กับชุมชน ผู้บริโภค ประชาชนทั่วไป เพื่อสร้างความประทับใจและจินตภาพที่งดงามกับมวลชนภายนอกสถาบัน
3. เอกสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกสถาบัน เป็นวารสารที่ให้ความรู้ และมีประโยชน์ต่อสังคมมากยิ่งขึ้น ซึ่งได้รับการจัดพิมพ์อย่างแพร่หลายทั่วไป ทั้งวงการธุรกิจและหน่วยงานรัฐบาล

สำหรับลักษณะข้อเขียนที่เขียนเพื่อล้อเลียนหรือเสียดสีมีความประสงค์จะตำหนิ หรือ ทักท้วงแต่ใช้วิธีการที่นุ่มนวลไม่ตำหนิโดยตรง อาจใช้วิธีสมมติตัวละครหรือสมมติเหตุการณ์ขึ้น

### **กองบรรณาธิการของเอกสารประชาสัมพันธ์**

คุณสมบัติของบรรณาธิการ มีส่วนสำคัญมากที่จะช่วยส่งเสริมการปฏิบัติงาน ให้ดำเนินไปด้วยดี และได้รับความสำเร็จ ผู้ที่จะมารับตำแหน่งบรรณาธิการของสถาบันนั้น จะต้องเป็นผู้รักงานหนังสือพิมพ์ มีความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์สูงทางด้านสื่อมวลชน เคยได้รับความสำเร็จหรือมีผลงานดีเด่นทางด้าน การหนังสือพิมพ์ ตลอดจนมีความรอบรู้อย่างกว้างขวางเกี่ยวกับธุรกิจขององค์การ (**Know your organization**) มีความชำนาญงานในการเขียนข่าวหรือบทความและกระบวนการจัดทำเอกสารเพื่องาน ประชาสัมพันธ์ ตั้งแต่งานระดับช่างไปจนถึงงานชั้นบริหาร

\*หน้าที่และตำแหน่งบรรณาธิการจึงเปรียบเสมือนนักประชาสัมพันธ์ระดับสูง ซึ่งต้องทำหน้าที่หลาย ฝ่าย ตั้งแต่วางแผนประชาสัมพันธ์จัดทำเอกสารประชาสัมพันธ์ ไปจนถึงการให้คำปรึกษาแนะนำกับฝ่าย บริหาร

### **ลักษณะสำคัญของเอกสารประชาสัมพันธ์**

**1. อนุสาร (Booklets)** เป็นสื่อการประชาสัมพันธ์ที่ถูกนำมาใช้เป็นจำนวนมาก นับว่าเป็นหนังสือที่อ่านเข้าใจได้ง่ายเหมาะสมกับทุกเพศทุกวัย มีประโยชน์และประหยัดเงินอีกด้วย หนังสือการ์ตูนได้ถูกนำไปใช้ประโยชน์ในการติดต่อสื่อสาร กับลูกคำที่พูดภาษาอังกฤษไม่เป็นอย่างมีประสิทธิภาพ

## 📌 นโยบายด้านข่าวของหนังสือพิมพ์

นโยบายด้านข่าวของหนังสือพิมพ์ ประกอบด้วย

1. **แนวความคิดพื้นฐาน** (Basic Concept) หนังสือพิมพ์แต่ละฉบับต่างก็มีลักษณะรูปแบบการใช้ภาษา และกลุ่มเป้าหมายที่ไม่ตรงกัน ซึ่งโดยปกติแล้วจะมีการแบ่งหนังสือพิมพ์ไปตามโครงสร้างแห่งสังคม และการเมืองของประเทศนั้น ๆ เช่น ถ้าประเทศใดนิยมเสรีภาพแล้ว หนังสือพิมพ์ในประเทศนั้นก็จะได้รับเสรีภาพ แต่ถ้าประเทศใดไม่ให้เสรีภาพแก่ประชาชน หนังสือพิมพ์ในประเทศนั้นก็จะถูกจำกัดเสรีภาพด้วยเช่นกัน

2. **แบบเนื้อหาของข่าวที่นำเสนอ** (Content Pattern) เนื้อหาของข่าวในหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับนั้นย่อมแตกต่างกันออกไปตามชนิดและขนาดของหนังสือพิมพ์ รวมทั้งกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้อ่านด้วย ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 2 ชนิด ดังนี้

1) **หนังสือพิมพ์ประเภทเน้นคุณภาพ** (Quality Newspaper) คือ หนังสือพิมพ์ที่เสนอข่าวประเภทที่ผู้อ่านได้รับความพอใจซ้ำ หรือหนักไปในทางที่ให้ความรู้และประสบการณ์แก่ผู้อ่าน เช่น ข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ และข่าวสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

2) **หนังสือพิมพ์ประเภทประชานิยม** (Popular Newspaper) ได้แก่ หนังสือพิมพ์ที่เสนอข่าวเพื่อให้ผู้อ่านได้รับความพอใจอย่างรวดเร็ว เช่น ข่าวอาชญากรรม ข่าวบันเทิง ข่าวกีฬา และข่าวความเคลื่อนไหวในวงสังคม เป็นต้น

3. **วิธีการเสนอข่าว** (Journalistic Treatment) หนังสือพิมพ์แต่ละฉบับจะมีนโยบายที่แตกต่างกัน อาทิเช่น

- การเสนอข่าวแบบ Objective คือ มุ่งความถูกต้องและไม่ลำเอียง
- การเสนอข่าวในแนวทางที่พรรคการเมืองสนับสนุน
- การเสนอข่าวโดยสอดแทรกความคิดเห็นส่วนตัวลงไป
- การเสนอข่าวด้วยการเขียนให้ตื่นเต้น โดยไม่คำนึงถึงสัดส่วนความสำคัญ

หรือ ความเด่นของ ข้อเท็จจริงในข้อมูลข่าวสาร

4. **เนื้อที่สำหรับตีพิมพ์ข่าว** (Space Allocation) โดยส่วนมากนโยบายของหนังสือพิมพ์จะเว้นเนื้อที่สำหรับตีพิมพ์งานจากกองบรรณาธิการ เช่น ข่าว บทความ ฯลฯ ไว้ประมาณ 40 เปอร์เซ็นต์ ส่วนที่เหลืออีก 60 เปอร์เซ็นต์นั้น หนังสือพิมพ์จะสงวนเนื้อที่ไว้สำหรับโฆษณา ซึ่งบางครั้งอาจจะมีการเปลี่ยนแปลงเนื้อที่ของข่าวไปตามปริมาณการจองเนื้อที่โฆษณาในแต่ละวัน เช่น ถ้าวันใดที่มีการจองเนื้อที่โฆษณามาก ปริมาณข่าวก็จะลดลง แต่ถ้าวันใดมีการจองเนื้อที่โฆษณาน้อยก็จะเสนอข่าวได้ในปริมาณมาก



ขึ้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้เองที่ส่งผลให้หนังสือพิมพ์แต่ละฉบับมีการเสนอข่าวโดยให้รายละเอียดของข้อเท็จจริงมากขึ้นน้อยแตกต่างกันไป

## การรวบรวมข้อมูลข่าว

### 1. การรวบรวมข้อมูลข่าวจากแหล่งข่าวประจำ

วัตถุประสงค์หลักของผู้สื่อข่าวในการติดต่อกับแหล่งข่าวประจำนั้นคือ ต้องการทราบว่าเกิดอะไรขึ้น มีความเคลื่อนไหวใดบ้างในสถานที่นั้น ๆ เหตุการณ์นั้นเกิดขึ้นได้อย่างไร และมีผลกระทบต่อสาธารณชนอย่างไรบ้าง

ดังนั้นก่อนที่จะเข้าพบปะพูดคุยกับบุคคลที่อยู่ ณ แหล่งข่าวประจำนั้น ผู้สื่อข่าวจึงมีความจำเป็นที่จะต้องรู้เสียก่อนว่า องค์กรนั้นตั้งอยู่ที่ไหน มีหน่วยงานย่อย ๆ อะไรบ้างที่อยู่ในสังกัด ใครเป็นผู้บังคับบัญชาและหมายเลขโทรศัพท์ที่ติดต่อได้คืออะไร ฯลฯ ด้วยการค้นหาข้อมูลจากแฟ้มข่าวที่มีอยู่หรือสอบถามจากผู้บังคับบัญชาแล้วจึงจัดทำบัญชีรายละเอียดเหล่านี้เก็บไว้เพื่อความสะดวกในการติดต่อ

การแสวงหาข้อมูลจากแหล่งข่าวประจำนี้ อาจจะได้มาจากการสัมภาษณ์ทั้งแบบเผชิญหน้า การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ รวมทั้งการสังเกตของผู้สื่อข่าวเอง หลังจากนั้นจึงนำมาประเมินว่าข้อมูลข่าวที่ได้มานั้น มีคุณค่าและมีความน่าเชื่อถือเพียงใด

### 2. การรวบรวมข้อมูลจากเอกสารบันทึก

เอกสารบันทึก เป็นแหล่งที่ให้ข้อมูลข่าวที่สำคัญ ซึ่งผู้สื่อข่าวสามารถนำไปใช้เขียนเป็นภูมิหลังประกอบการให้ข่าวที่ต้องการนำเสนอเพื่อให้มีสีสัน น่าอ่าน น่าเชื่อถือยิ่งขึ้น โดยเฉพาะถ้าการรายงานข่าวนั้นเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับบุคคล หรือเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่มีคุณค่าข่าวด้านความมีชื่อเสียงเป็นองค์ประกอบสำคัญ ซึ่งเอกสารบันทึกที่สำคัญได้แก่

**1.เอกสารบันทึกของศาล** ได้แก่ คำพิพากษาคดี คำสั่งศาล และคำฟ้องร้องคดีต่าง ๆ

**2.เอกสารบันทึกของตำรวจ** ได้แก่ บันทึกประจำวัน ซึ่งผู้สื่อข่าวสายอาชญากรรมถือเป็นแหล่งข้อมูลข่าวที่สำคัญมาก

**3.เอกสารบันทึกทางธุรกิจ** เอกสารเหล่านี้มีมากมาย เช่น เอกสารการซื้อขายที่ดิน ใบอนุญาตประกอบการต่าง ๆ กฎระเบียบเกี่ยวกับความมั่นคงปลอดภัยของสิ่งปลูกสร้าง และใบอนุญาตการจดทะเบียนบริษัท เป็นต้น

**4.เอกสารบันทึกส่วนบุคคล** เป็นเอกสารเกี่ยวกับประวัติส่วนตัวของบุคคล เช่น เอกสารการเกิด การตาย การศึกษา การสมรส และรวมถึงสมุดบันทึกส่วนตัว จดหมาย แถบ

บันทึกเสียง ฯลฯ ซึ่งจะให้ประโยชน์อย่างยิ่งในการรายงานข่าว โดยเฉพาะเมื่อนำมาใช้เป็นภูมิหลังประกอบข่าว

**5.เอกสารบันทึกของราชการ** ได้แก่ บันทึก คำสั่ง จดหมายเวียนภายในองค์กร เอกสารของทางราชการที่ออกให้แก่บุคคลหรือนิติบุคคล โฉนด น.ส. 3 ก. แสดงความเป็นเจ้าของที่ดิน และสำเนาทะเบียนบ้าน เป็นต้น ซึ่งผู้สื่อข่าวสามารถนำมาใช้ยืนยันหรือพิสูจน์ข้อเท็จจริงบางประการในข่าวได้

### **3.การรวบรวมข้อมูลข่าวจากหนังสืออ้างอิง**

หนังสืออ้างอิง (Reference Books) เป็นแหล่งข้อมูลข่าวซึ่งนำมาใช้เสริมให้มีการรายงานข่าวอย่างถูกต้อง ครบถ้วน และน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น ซึ่งได้แก่ หนังสือสารานุกรม (Encyclopedia), หนังสือใครเป็นใคร (Who's Who), บันทึกเหตุการณ์โลก (World Almanac), หนังสือรวบรวมโอวาทและสุนทรพจน์ของบุคคลสำคัญ รวมทั้งหนังสือรายงานประจำปี (Annual Reports) ของหน่วยงานต่าง ๆ เป็นต้น

### **4.การรวบรวมข้อมูลข่าวจากแฟ้มข่าว**

ห้องสมุดหนังสือพิมพ์ เป็นสถานที่ที่เก็บแฟ้มข่าวซึ่งบรรจุข่าวสำคัญ ๆ ที่ตัดออกมาจากหนังสือพิมพ์และจัดเก็บไว้อย่างเป็นระบบระเบียบ

ซึ่งในแฟ้มข่าวนี้เองที่ผู้สื่อข่าวสามารถค้นคว้าเหตุการณ์ในอดีต รวมทั้งประวัติของบุคคลไม่ว่าจะเป็นประวัติส่วนตัวหรือประวัติการทำงาน มาประกอบการรายงานข่าวที่เกิดขึ้นในปัจจุบันได้

### **5.การรวบรวมข้อมูลข่าวจากข้อมูลสถิติ**

สำหรับการรายงานข่าวในปัจจุบันนี้มีความเป็นวิทยาศาสตร์มากขึ้น ซึ่งจะเห็นได้จากข้อมูลข่าวที่หนังสือพิมพ์นำเสนอที่มักจะมีตัวเลข แผนภูมิ กราฟ ฯลฯ มาประกอบเสมอ ๆ โดยข้อมูลสถิติเหล่านี้ผู้สื่อข่าวสามารถรวบรวมได้จากเอกสารการค้นคว้าวิจัย (Research Reports) ของหน่วยงานรัฐ สถาบันการศึกษา องค์กรวิจัยของเอกชน สมาคมหรือองค์กรทางการเมือง รวมทั้งจากการที่ผู้สื่อข่าวทำการสำรวจวิจัยเองด้วย ส่วนหัวข้อที่เป็นประโยชน์ต่อการรายงานข่าวอย่างมาก ได้แก่ เรื่องที่เกี่ยวกับปัญหาสังคม วิทยาศาสตร์เทคโนโลยี การแพทย์ ธุรกิจ เศรษฐกิจ และการเมือง ฯลฯ

### **6.การรวบรวมข้อมูลข่าวจากการสัมภาษณ์**

การสัมภาษณ์ในความหมายของหนังสือพิมพ์ คือ ผู้สื่อข่าวซึ่งเป็นผู้สัมภาษณ์จะป้อนคำถามในนามของผู้อ่าน โดยต้องการคำตอบซึ่งเป็นข้อมูลที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่าน ส่วนผู้ที่ให้สัมภาษณ์นั้นจะพูดคุยและตอบคำถาม

ในข่าวแต่ละข่าวนั้นย่อมต้องมีประเด็นที่สำคัญที่สุดแตกต่างกันออกไป ดังนั้นในการเขียนความนำพื้นฐาน จึงควรเลือกตอบคำถามที่สำคัญที่สุดใน 6 คำถาม (5W + H) โดยมีหลักการพิจารณา ดังนี้

1. ประเด็นหลักหรือหัวใจของเรื่องนี้คืออะไร ข้อเท็จจริงใดที่สำคัญที่สุด
2. เกิดอะไรขึ้น มีการกระทำ หรือมีคำพูดใดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นหลักของเรื่อง
3. อะไรคือความคืบหน้าล่าสุดของเรื่องดังกล่าว
4. ข้อเท็จจริงใดที่มีผลกระทบต่อผู้อ่าน หรือเรียกร้องความสนใจจากผู้อ่านได้
5. ข้อเท็จจริงใดที่ผิดปกติธรรมดา

มีการแบ่งประเภทของความนำพื้นฐานกันออกไปตามวัตถุประสงค์ของผู้เขียนว่า ต้องการเน้นให้ผู้อ่านทราบข้อมูลความสำคัญขององค์ประกอบในเรื่องใดก่อน

**ความนำพื้นฐานสามารถแบ่งออกเป็น 6 ประเภท ดังนี้**

- ความนำใคร (Who Lead)
- ความนำอะไร (What Lead)
- ความนำที่ไหน (Where Lead)
- ความนำเมื่อไหร่ (When Lead)
- ความนำทำไม (Why Lead)
- ความนำอย่างไร (How Lead)

**1. ความนำ “ใคร” (Who Lead)** คือ ความนำซึ่งบุคคลหรือนิติบุคคลมีคุณค่าข่าว (News Value) ในด้านความมีชื่อเสียงสูง (Prominence) กล่าวคือ เป็นที่รู้จักของผู้อ่านโดยทั่วไป แต่หากชื่อไม่เป็นที่รู้จักหรือไม่มีความสำคัญเป็นพิเศษแล้ว ก็อาจจะใช้อาชีพ ตำแหน่ง เพศ อายุ และคุณลักษณะอื่น ๆ ที่มีความเด่นมากแทนก็ได้

**ตัวอย่างข่าว** พระเจ้าหลานเธอ พระองค์เจ้าพัชรกิติยาภา เสด็จทรงร่วมงานฟุตบอลประเพณี ธรรมศาสตร์-จุฬาฯ ครั้งที่ 55 ในฐานะที่ทรงเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรม-ศาสตร์ โดยทรงเป็นเชียร์ลีดเดอร์นำเชียร์และขึ้นสแตนด์เชียร์ด้วย

**ใคร:** พระเจ้าหลานเธอ พระองค์เจ้าพัชรกิติยาภา

**อะไร :** เสด็จทรงร่วมงานฟุตบอลประเพณีฯ

**เมื่อไร:** ไม่ได้กล่าวถึง

**ที่ไหน :** ไม่ได้กล่าวถึง

## สรุปพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ.2540

พระราชบัญญัตินี้เรียกว่า “**พระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ.2540**” มีผลใช้บังคับเมื่อพ้นกำหนดเก้าสิบวันนับแต่วันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป และมีนายกรัฐมนตรีรักษาการตามพระราชบัญญัตินี้ และมีอำนาจออกกฎกระทรวง ผู้รับสนองพระบรมราชโองการ คือ พลเอก ชวลิต ยงใจยุทธ นายกรัฐมนตรี

“**ข้อมูลข่าวสาร**” หมายความว่า สิ่งที่สื่อความหมายให้รู้เรื่องราวข้อเท็จจริง ข้อมูล หรือสิ่งใดๆ ไม่ว่าจะสื่อความหมายนั้นจะทำได้โดยสภาพของสิ่งนั้นเองหรือโดยผ่านวิธีการใดๆ และไม่ว่าจะได้จัดทำไว้ในรูปของเอกสาร แฟ้ม รายงาน หนังสือ แผนผัง แผนที่ ภาพวาด ภาพถ่าย ฟิล์ม การบันทึกภาพหรือเสียง การบันทึกโดยเครื่องคอมพิวเตอร์ หรือวิธีอื่นใดที่ทำให้สิ่งที่บันทึกไว้ปรากฏได้

“**ข้อมูลข่าวสารของราชการ**” หมายความว่า ข้อมูลข่าวสารที่อยู่ในความครอบครองหรือควบคุมดูแลของหน่วยงานของรัฐ ไม่ว่าจะเป็ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินงานของรัฐหรือข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเอกชน

“**หน่วยงานของรัฐ**” หมายความว่า ราชการส่วนกลาง ราชการส่วนภูมิภาค ราชการส่วนท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ ส่วนราชการสังกัดรัฐสภา ศาลเฉพาะในส่วนที่ไม่เกี่ยวกับการพิจารณาพิพากษาคดี องค์กรควบคุมการประกอบวิชาชีพ หน่วยงานอิสระของรัฐและหน่วยงานอื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

“**เจ้าหน้าที่ของรัฐ**” หมายความว่า ผู้ซึ่งปฏิบัติงานให้แก่หน่วยงานของรัฐ

“**ข้อมูลข่าวสารส่วนบุคคล**” หมายความว่า ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งเฉพาะตัวของบุคคล เช่น การศึกษา ฐานะการเงิน ประวัติสุขภาพ ประวัติอาชญากรรม หรือประวัติการทำงาน บรรดาที่มีชื่อของผู้นั้นหรือมีเลขหมาย รหัส หรือสิ่งบอกลักษณะอื่นที่ทำให้รู้ตัวผู้นั้นได้ เช่น ลายพิมพ์นิ้วมือ แผ่นบันทึกลักษณะเสียงของคนหรือรูปถ่าย และให้หมายความรวมถึงข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งเฉพาะตัวของผู้ที่ถึงแก่กรรมแล้วด้วย

“**คณะกรรมการ**” หมายความว่า คณะกรรมการข้อมูลข่าวสารของราชการ

“**คนต่างด้าว**” หมายความว่า บุคคลธรรมดาที่ไม่มีสัญชาติไทยและไม่มีถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย และนิติบุคคลดังต่อไปนี้

- (1) บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนที่มีทุนเกินกึ่งหนึ่งเป็นของคนต่างด้าว ไบหุ้นชนิดออกให้แก่ผู้ถือ ให้ถือว่าไบหุ้นนั้นคนต่างด้าวเป็นผู้ถือ
- (2) สมาคมที่มีสมาชิกเกินกึ่งหนึ่งเป็นคนต่างด้าว
- (3) สมาคมหรือมูลนิธิที่มีวัตถุประสงค์เพื่อประโยชน์ของคนต่างด้าว
- (4) นิติบุคคลอื่นใดที่มีผู้จัดการหรือกรรมการเกินกึ่งหนึ่งเป็นคนต่างด้าว

### การเปิดเผยข้อมูลข่าวสาร

หน่วยงานของรัฐต้องส่งข้อมูลข่าวสารของราชการอย่างน้อยดังต่อไปนี้ลงพิมพ์ในราชกิจจานุเบกษา

- (1) โครงสร้างและการจัดองค์กรในการดำเนินงาน
- (2) สรุปอำนาจหน้าที่ที่สำคัญและวิธีการดำเนินงาน
- (3) สถานที่ติดต่อเพื่อขอรับข้อมูลข่าวสาร หรือคำแนะนำในการติดต่อกับหน่วยงานของรัฐ
- (4) กฎ มติคณะรัฐมนตรี ข้อบังคับ คำสั่ง หนังสือเวียน ระเบียบ แบบแผน นโยบาย หรือการตีความ ทั้งนี้ เฉพาะที่จัดให้มีขึ้นโดยมีสภาพอย่างกฎ เพื่อให้มีผลเป็นการทั่วไปต่อเอกชนที่เกี่ยวข้อง
- (5) ข้อมูลข่าวสารอื่นตามที่คณะกรรมการกำหนด

หน่วยงานของรัฐต้องจัดให้มีข้อมูลข่าวสารของราชการอย่างน้อยดังต่อไปนี้ไว้ให้ประชาชนเข้าตรวจสอบได้

- (1) ผลการพิจารณาหรือคำวินิจฉัยที่มีผลโดยตรงต่อเอกชน รวมทั้งความเห็นแย้งและคำสั่งที่เกี่ยวข้องในการพิจารณาวินิจฉัยดังกล่าว
- (2) นโยบายหรือการตีความที่ไม่เข้าข่ายต้องลงพิมพ์ในราชกิจจานุเบกษา
- (3) แผนงาน โครงการ และงบประมาณรายจ่ายประจำปีของปีที่กำลังดำเนินการ
- (4) คู่มือหรือคำสั่งเกี่ยวกับวิธีปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ของรัฐ ซึ่งมีผลกระทบต่อสิทธิหน้าที่ของเอกชน
- (5) สิ่งพิมพ์ที่ได้มีการอ้างอิง
- (6) สัญญาสัมปทาน สัญญาที่มีลักษณะเป็นการผูกขาดตัดตอนหรือสัญญาร่วมทุนกับเอกชนในการจัดทำบริการสาธารณะ

**แนวข้อสอบ พรบ.ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับ  
คอมพิวเตอร์ พ.ศ.2550**

6. ผู้ใดเข้าถึงโดยมิชอบซึ่งระบบคอมพิวเตอร์ที่มีมาตรการป้องกันการเข้าถึงต้อง  
ระวางโทษอย่างไร

ก. จำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท

ข. จำคุกไม่เกินสามเดือน หรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท

ค. จำคุกไม่เกินสามเดือน หรือปรับไม่เกิน 50,000 บาท

ง. จำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกิน 50,000 บาท

**ตอบ ก. จำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท**

ผู้ใดเข้าถึงโดยมิชอบซึ่งระบบคอมพิวเตอร์ที่มีมาตรการป้องกันการเข้าถึง  
โดยเฉพาะ และมาตรการนั้นมิได้มีไว้สำหรับตน ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหก  
เดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ (พรบ. ว่าด้วยการกระทำ  
ความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 มาตรา 5)

7. ผู้ใดล่วงรู้มาตรการป้องกันการเข้าถึงระบบคอมพิวเตอร์ที่ผู้อื่นจัดทำขึ้นเป็นการ  
เฉพาะและนำไปเปิดเผยโดยมิชอบทำให้เกิดความเสียหายแก่ผู้อื่น ต้องระวางโทษ  
อย่างไร

ก. จำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกิน 20,000 บาท

ข. จำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท

ค. จำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกิน 20,000 บาท

ง. จำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท

**ตอบ ก. จำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกิน 20,000 บาท**

ผู้ใดล่วงรู้มาตรการป้องกันการเข้าถึงระบบคอมพิวเตอร์ที่ผู้อื่นจัดทำขึ้นเป็น  
การเฉพาะ ถ้านำมาตรการดังกล่าวไปเปิดเผยโดยมิชอบในประการที่น่าจะเกิดความ  
เสียหายแก่ผู้อื่น ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินสองหมื่นบาท  
หรือทั้งจำทั้งปรับ (พรบ. ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ.  
2550 มาตรา 6)

8. ในการติดต่อ เติม หรือตัดแปลงด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ เป็นเหตุให้ผู้อื่นเสียหาย ชื่อเสียง ถูกดูหมิ่นหรือได้รับความเสียหายต่อระวางโทษอย่างไร
- ก. จำคุกไม่เกินหนึ่งเดือน หรือปรับไม่เกิน 30,000 บาท
- ข. จำคุกไม่เกินหนึ่งเดือน หรือปรับไม่เกิน 60,000 บาท
- ค. จำคุกไม่เกินสองเดือน หรือปรับไม่เกิน 100,000 บาท
- ง. จำคุกไม่เกินสามเดือน หรือปรับไม่เกิน 500,000 บาท

**ตอบ ข. จำคุกไม่เกินหนึ่งเดือน หรือปรับไม่เกิน 60,000 บาท**

ผู้ใดนำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ ที่ประชาชนทั่วไปอาจเข้าถึงได้ซึ่งข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่ปรากฏเป็นภาพของผู้อื่น และภาพนั้นเป็นภาพที่เกิดจากการสร้างขึ้น ตัดต่อ เติม หรือดัดแปลงด้วยวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์หรือวิธีการอื่นใด ทั้งนี้โดยประการที่น่าจะทำให้ผู้อื่นนั้น เสียชื่อเสียง ถูกดูหมิ่น ถูกเกลียดชัง หรือได้รับความอับอาย ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามปี หรือปรับไม่เกินหกหมื่นบาท หรือทั้งจำ ทั้งปรับ (พรบ. ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 มาตรา 16)

9. ผู้ให้บริการต้องเก็บรักษาข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์ไม่น้อยกว่ากี่วัน นับแต่วันที่มีข้อมูลนั้นเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์
- ก. ไม่น้อยกว่า 30 วัน
- ข. ไม่น้อยกว่า 45 วัน
- ค. ไม่น้อยกว่า 60 วัน
- ง. ไม่น้อยกว่า 90 วัน

**ตอบ ง. ไม่น้อยกว่า 90 วัน**

ผู้ให้บริการต้องเก็บรักษาข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์ไว้ไม่น้อยกว่าเก้าสิบ วันนับแต่วันที่มีข้อมูลนั้นเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ แต่ในกรณีจำเป็นพนักงานเจ้าหน้าที่ จะสั่งให้ผู้ให้บริการผู้ใดเก็บรักษาข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์ไว้เกินเก้าสิบวันแต่ไม่เกินหนึ่งปีเป็นกรณีพิเศษเฉพาะรายและเฉพาะคราวก็ได้ (พรบ. ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 มาตรา 26)

10. ผู้ใดทำหน้าที่กำหนดระเบียบเกี่ยวกับแนวทางและวิธีปฏิบัติในการดำเนินการ จับ ควบคุม ค้น ทำสำเนาสืบสวน
- ก. นายกรัฐมนตรี
- ข. รัฐมนตรี



## แนวข้อสอบ นักประชาสัมพันธ์

1. จุดมุ่งหมายของงานประชาสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับสาระสำคัญในข้อใด

ก. สร้างภาพ

ข. ความนิยมเชื่อถือ

ค. จัดฉากฝั่งงานโฆษณา

ง. ขยายขอบเขตการตลาด

**ตอบ** ข. งานประชาสัมพันธ์เป็นการให้รากฐานความเข้าใจอันดีต่อกันในสังคม มีจุดมุ่งหมายสำคัญในการเผยแพร่ความคิด ความเชื่อถือศรัทธา การให้ความจริง และการรับฟังเสียงประชนชาติ โดยที่อาจจะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องหรือไม่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือการบริการก็ได้

2. อะไรคือความเข้าใจผิดในทางลบที่หนักที่สุดในความหมายของการประชาสัมพันธ์

ก. การท่องเที่ยว

ข. การโฆษณาประชาสัมพันธ์

ค. การโฆษณาชวนเชื่อ

ง. การโฆษณา

**ตอบ** ค. คำว่า “การประชาสัมพันธ์” เป็นคำที่คนเข้าใจกันผิดไปทั้งในทางบวกและลบ โดยทางลบที่หนักที่สุด คือ การเข้าใจว่าการประชาสัมพันธ์เป็นการโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda) หรือล้าสมอง

3. โฆษกรัฐบาลในฐานะนักประชาสัมพันธ์ต้องยึดถือการเผยแพร่ข่าวสารอย่างไร

ก. เปิดเผยข้อเท็จจริง

ข. รักษาเรื่องลับเฉพาะไว้อย่างดี

ค. เรื่องยังไม่ถึงขอศึกษาดูก่อน

ง. สื่อสารอย่างเป็นกันเองจนผู้สื่อข่าวจับประเด็นไม่ได้

**ตอบ** ก. การเผยแพร่ข่าวสารในงานประชาสัมพันธ์นั้น จะต้องสร้างความน่าเชื่อถือให้เกิดขึ้นกับประชาชนโดยการเปิดเผยข้อเท็จจริงทั้งหมด และไม่ทำการบอกปิดหรือให้เหตุผลว่า “เป็นเรื่องลับเฉพาะ” นอกจากนี้ นักประชาสัมพันธ์ยังต้องตั้งจุดมุ่งหมายไว้ให้ชัดเจนว่าใครคือประชาชนกลุ่มเป้าหมายจะบอกกล่าวเรื่องอะไร เพื่ออะไร และอย่างไรอีกด้วย

4. จุดมุ่งหมายในการสร้างและรักษาความเข้าใจอันดีซึ่งกันและกันในงานประชาสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มใด

ก. ฝ่ายประชาสัมพันธ์กับฝ่ายโฆษณา

ข. องค์กรกับประชาชน

ค. สื่อมวลชนกับรัฐบาล

ง. องค์กรของรัฐกับฝ่ายโฆษณาประชาสัมพันธ์



**ตอบ** ข. การประชาสัมพันธ์ คือ วิธีการของสถาบันที่จะต้องมีการร่วมงานกันเป็นหมู่คณะ และมีแผนการดำเนินงานที่ต่อเนื่องกันไป ในอันที่จะสร้างหรือรักษาไว้ซึ่งความเข้าใจอันดี ความเชื่อถือศรัทธาและการให้ความสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกันระหว่างองค์การกับประชาชน โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะสร้างผลประโยชน์เพื่อสังคมส่วนรวม และช่วยให้องค์กรได้ปรับตัวเองให้สอดคล้องกลมกลืนไปกับสังคมได้

5. ข้อไม่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์

ก. วิธีการขายในโอกาสพิเศษ

ข. คีนกำไรสู่สังคม

ค. ต้องร่วมงานเป็นหมู่คณะ

ง. ขอความสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน

**ตอบ** ก.

6. ....คือ กระแสความคิดเห็นของพลเมืองที่มีต่อกิจการใด ๆ ที่ตนพบเห็นหรือเกี่ยวข้องกับ

ก. ความสัมพันธ์อันดี

ข. การเผยแพร่

ค. กลุ่มประชาชน

ง. ประชาชาติ

**ตอบ** ง. ประชาชาติ คือ กระแสความคิดเห็นของกลุ่มประชาชนที่มีต่อสถาบัน เหตุการณ์หรือกิจการใด ๆ ที่ตนพบเห็นและมีส่วนเกี่ยวข้อง โดยส่วนมากกระแสประชามติมักจะมีทั้งเสียงสนับสนุนและคัดค้าน ดังนั้นสถาบันจึงควรทำการสำรวจประชามติอยู่เสมอ เพื่อนำมาใช้เป็นบรรทัดฐานในการทำงานประชาสัมพันธ์ต่อไป

7. ....จะชักจูงโน้มน้าวประชาชนให้มาเลื่อมใสมิใช่ทำได้ง่าย ๆ จำเป็นต้องอาศัยเวลาชั่วระยะหนึ่งหรือต้องทำกันตลอดไปไม่มีที่สิ้นสุด

ก. การโฆษณา

ข. การประชาสัมพันธ์

ค. กิจการสาธารณะ

ง. การส่งเสริมการจำหน่าย

**ตอบ** ข. การที่ฝ่ายผู้บริหารหรือฝ่ายจัดการของสถาบันจะทำงานประชาสัมพันธ์โดยการชักจูงโน้มน้าวให้ประชาชนมาเลื่อมใส และนับถือสถาบันนั้นเป็นงานที่มีมิใช่ทำได้ง่าย ๆ แต่จำเป็นต้องอาศัยเวลาชั่วระยะหนึ่ง หรือไม่ก็ต้องทำกันตลอดไปไม่มีที่สิ้นสุด ดังนั้นการประชาสัมพันธ์จึงต้องมีการวางแผนงานเพื่อให้ได้รับความสำเร็จตามความมุ่งหมาย

สั่งซื้อได้ที่  
[www.SheetRam.com](http://www.SheetRam.com)

โทรศัพท์ : 02-7230950,02-5141422,  
085-9679080,085-9993722,085-9993740

โอนเงินเข้าบัญชี @แพทย์ ชื่อบัญชี

**บริษัท ชีทราม จำกัด**

ธนาคารกรุงไทย สาขาโชคชัย 4 เลขที่ 084-0-19786-1

ธนาคารกสิกรไทย สาขาโชคชัย 4 เลขที่ 721-2-52979-0

ธนาคารทหารไทย สาขาโชคชัย 4 เลขที่ 036-2-72452-8

แจ้งการโอนเงิน พร้อมชื่อ และอีเมลล์ที่

LINE ID : sheetram

โทรศัพท์ : 02-7230950,02-5141422,085-9679080,  
085-9993722,085-9993740