

**บทวิเคราะห์การนำเสนอข่าวจากการประชุมศูนย์ข้อมูลข่าวสาร
เพื่อการประชาสัมพันธ์ (IOC)(Teleconference) ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 1
จังหวัดขอนแก่น**

The analysis of news presentation from the information center
teleconference for the public relations of the office of public relations,
county 1 Khon Kaen district.

พิมพ์วิมล อนุสุริยา^{1*} ธนนันท์ บุนวรรณา² ณัฐหทัย มานาดี³

^{1,2,3}มหาวิทยาลัยขอนแก่น ตำบลในเมือง อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น 40002

*E-mail: Pimpawee_a@kkumail.com

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิเคราะห์การนำเสนอข่าวจากการประชุมศูนย์ข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ (IOC) (Teleconference) ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 1 จังหวัดขอนแก่น โดยเป็นการเก็บข้อมูลในช่วงปฏิบัติสหกิจศึกษาของผู้วิจัยระหว่างเดือนตุลาคม พ.ศ. 2563 - มีนาคม พ.ศ. 2564 ใช้ระเบียบวิธีวิจัยทางประวัติศาสตร์ (Historical Method) ด้วยการวิเคราะห์และทำการจัดหมวดหมู่ข่าวจากการประชุมศูนย์ข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ (IOC) (Teleconference) ร่วมกับการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม ผลการศึกษาพบว่ามีข่าวสารที่ได้จากการประชุมทั้งหมด 117 ข่าว จัดหมวดหมู่ได้ 8 ประเด็น โดยประเด็นแรกคือมาตรการช่วยเหลือและเยียวยาประชาชนของรัฐบาลและโควิดมากที่สุด จำนวน 65 ข่าว รองลงมา กิจกรรมและการทำงานของรัฐบาล จำนวน 16 ข่าว ลำดับที่สาม การปรับเปลี่ยนร่างกฎหมาย จำนวน 7 ข่าว ในส่วนประเด็นอื่น ๆ มีการนำเสนอข่าวปริมาณใกล้เคียงกัน ผ่านรูปแบบวีดิทัศน์ สื่อวิทยุ อินโฟกราฟิก และเครือข่ายอาสาสมัครชุมชน ซึ่งจะถูกนำเสนอข่าวภายใต้บริบทสถานการณ์บ้านเมืองในขณะนั้น รวมถึงการนำเสนอภาพลักษณ์ที่ดีและความหวังใจของภาครัฐที่มีต่อประชาชน ผ่านมาตรการแก้ไขปัญหาภายในประเทศ โดยจะถูกนำเสนอแบบบนลงล่าง คือ ข่าวจากภาครัฐสู่ประชาชนเพื่อนำไปสู่การรับรู้และปฏิบัติตาม ข้อค้นพบจากการทำวิจัยชิ้นนี้จะเป็นประโยชน์และสามารถเสนอแนะเพื่อปรับปรุงแบบการนำเสนอข่าวหรือเพิ่มข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนเพิ่มมากขึ้น

คำสำคัญ: สำนักประชาสัมพันธ์เขต 1, การประชุมศูนย์ข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ (IOC) (Teleconference) จังหวัดขอนแก่น

Abstract

This article aims to study and analyze news presentation from the information center teleconference for the public relations of the office of public relations, county 1 Khon Kean district. Through data collection during the time of

the researcher's cooperative. Between October 2020 to March 2021. Use the Historical Methods to analyze and categorize news from the information center teleconference for public relations along with non-participate observation. According to study found the total teleconference news is 117, that able to divide into eight topics, the large number is the measurement of help and relief for the people of the state during COVID-19 65 news, followed by the activities and work of the state 16 news, third order, the modification of the law 7 news. On other issues, present on the same amount by video, radio, infographic, and community's network volunteer, will be presented under the context of social circumstances at that moment. Include representing a good image of the state to people through corrective measures to solve the domestic issue, which will be present from top to bottom by news from the state to its people to perception and follow along. Findings found this research beneficial and suggest ways to present the helpful message to the community widely.

Keyword: The office of public relations, county 1 Khon Kaen district, the information center teleconference for the public relations.

บทนำ

การพัฒนาและเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่ทันสมัยขึ้นจากในอดีต ส่งผลดีต่อการติดต่อสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ ซึ่งการประชาสัมพันธ์ (Public Relation) เป็นสิ่งที่สร้างขึ้นเพื่อการติดต่อสื่อสารขององค์กรในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร รวมถึงส่งต่อความคิดเห็นขององค์กรไปสู่ประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างชื่อเสียง ภาพลักษณ์ และความสัมพันธ์ที่ดีขององค์กรอันจะนำมาซึ่งความร่วมมือของประชาชน (นิตยา ศิษฏ์รัตนกุล, 2560) โดยข่าวสารจะต้องเป็นความจริงที่สมบูรณ์ (Complete True) เป็นเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงจากอดีตจนถึงปัจจุบันรวมถึงข้อคิดเห็นด้วย ดังนั้นสิ่งที่ถูกบันทึกในเนื้อหาข่าวจำเป็นต้องเป็นข้อเท็จจริงที่ยืนยันได้ ซึ่งเหตุการณ์หรือข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นจะต้องเป็นสิ่งที่น่าสนใจต่อผู้อ่านหรือผู้รับสารให้มากที่สุด (ขจรจิต บุณนาค, 2562) โดยรัฐบาลของแต่ละประเทศได้ใช้หลักและการดำเนินงานเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ในการเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสาร เพื่อให้ประชาชนได้รับรู้และเข้าใจถึงนโยบายการดำเนินงานของรัฐบาล

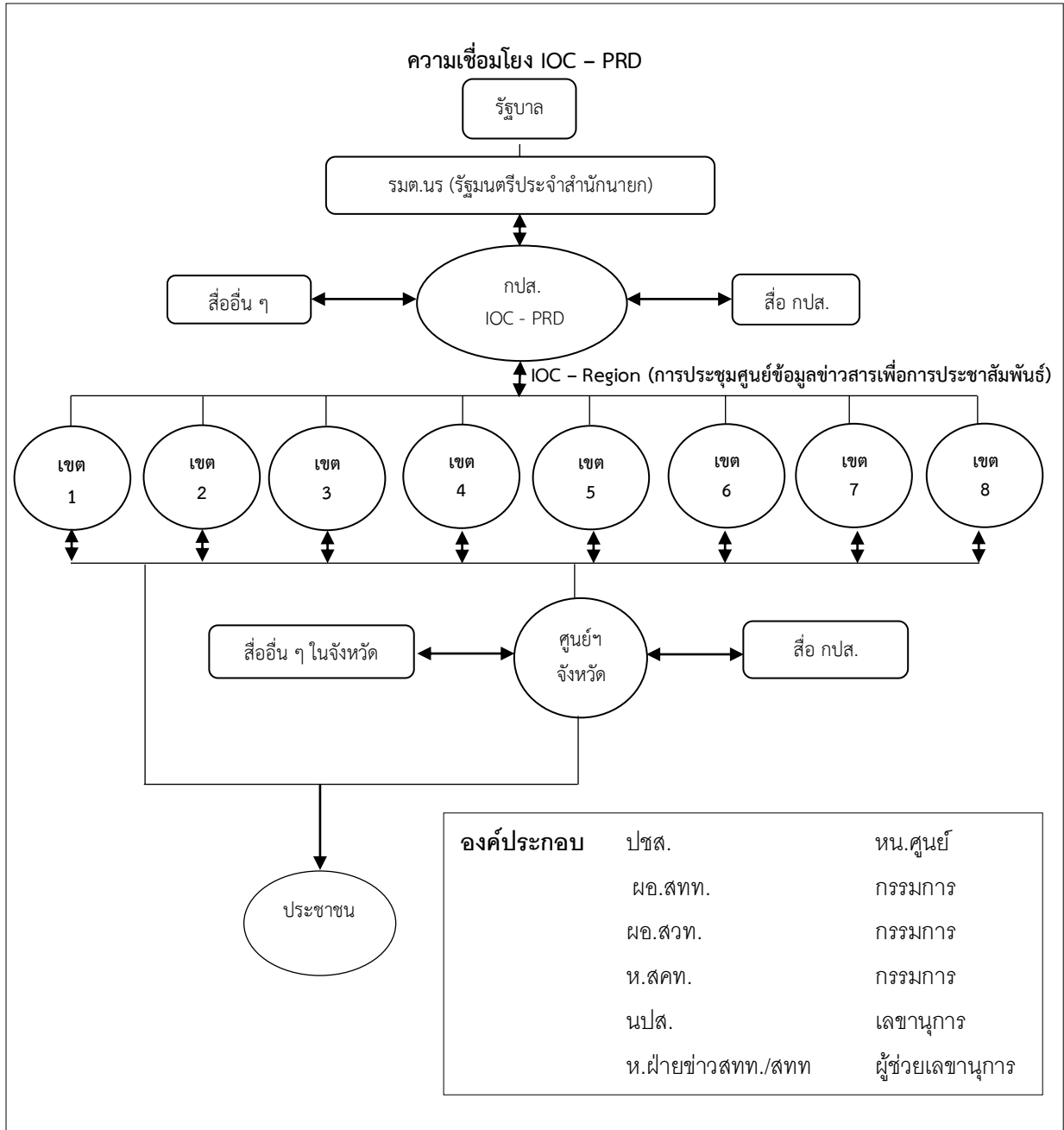
ในส่วนของประเทศไทยมีกรมประชาสัมพันธ์ที่ทำหน้าที่ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของรัฐบาลให้แก่ประชาชนเช่นเดียวกัน โดยมีการส่งต่อข่าวสารไปยังหน่วยงานในสังกัดทั่วประเทศ สำนักประชาสัมพันธ์เขต 1 จังหวัดขอนแก่น เป็นหนึ่งในหน่วยงานของภาครัฐที่ทำหน้าที่ในการบริหารงานด้านสื่อประชาสัมพันธ์และเป็นศูนย์ปฏิบัติการข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ในระดับภูมิภาค โดยมีหน้าที่ในการติดตามและวิเคราะห์ข่าวสารที่ถูกนำเสนอในพื้นที่รับผิดชอบ ทั้ง 11 จังหวัดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ศูนย์ปฏิบัติการข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ทุกภาคส่วนจะแลกเปลี่ยนและสรุปหัวข้อข่าวที่ต้องนำเสนอ

ในแต่ละสัปดาห์ ผ่านการประชุมศูนย์ข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ (IOC) (Teleconference) จากนั้นจะนำข่าวที่ได้รับมาไปเผยแพร่ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น วิทยุทัศน์ อินโฟกราฟิก สื่อวิทยุ และเครือข่ายอาสาสมัครชุมชน

จากการเข้าปฏิบัติสหกิจศึกษาในส่วนของแผนงานและพัฒนางานประชาสัมพันธ์ ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 1 จังหวัดขอนแก่น ผู้วิจัยมีหน้าที่รับผิดชอบในการเข้าร่วมสังเกตการณ์ และผลิตสื่อเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ตามหัวข้อข่าวที่ได้รับมาจากการประชุมศูนย์ข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ (IOC) (Teleconference) ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 1 ขอนแก่น ตลอดระยะเวลาที่ปฏิบัติสหกิจศึกษา จึงมีความสนใจที่จะศึกษาข่าวสารที่ถูกนำเสนอตั้งแต่เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2563 ถึง เดือนมีนาคม พ.ศ. 2564 เพื่อทำการจัดหมวดหมู่และวิเคราะห์ การนำเสนอ ข่าวสาร เพื่อให้ทราบถึงประเด็นการนำเสนอข่าวในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมาว่าเป็นไปในทิศทางใด การศึกษาจะเป็นการจัดฐานข้อมูลให้ระบบและเสนอแนะต่อการนำเสนอข่าวของหน่วยงาน ต่อไป บทความนี้จะนำเสนอทั้งหมด 3 ส่วน ส่วนแรกจะเป็นการกล่าวถึงความเป็นมาของศูนย์ ปฏิบัติการข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์และรูปแบบการเผยแพร่ข่าวสาร ส่วนที่สองเกี่ยวกับการ จัดหมวดหมู่และวิเคราะห์ข่าว และส่วนสุดท้ายจะเป็นการสรุปและข้อเสนอแนะ

1) ความเป็นมาศูนย์ปฏิบัติการข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสำนักประชาสัมพันธ์ เขต 1 จังหวัดขอนแก่น

ศูนย์ปฏิบัติการข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของกรมประชาสัมพันธ์เป็นศูนย์ที่จัดตั้ง ขึ้นเพื่อตอบสนองการทำงานของกรมประชาสัมพันธ์ในด้านการสื่อสาร การสร้างความเข้าใจระหว่าง รัฐบาลกับประชาชนและทำหน้าที่ในการติดตามและรวบรวมข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ แล้วสรุป เป็นประเด็นข่าว โดยข่าวที่ถูกนำเสนอมีที่มาจากรัฐบาลส่งต่อผ่านคณะรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี สื่อต่าง ๆ และสื่อการประชาสัมพันธ์ (กปส.) นำไปสู่การประชุมสรุปของศูนย์ปฏิบัติการข้อมูล ข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ส่วนกลาง ก่อนจะถูกส่งต่อไปยังระดับภูมิภาคและระดับจังหวัด โดยภารกิจหลักของหน่วยงาน ได้แก่ (1) การบริหารการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร จากภาครัฐสู่ประชาชนอย่างรวดเร็วและถูกต้องตามความเป็นจริง (2) บริหารข้อมูลข่าวสารในภาวะ วิกฤตทุกรูปแบบในการส่งเสริมความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกันเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ ประเทศ (3) สร้างและบริหารเครือข่ายการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ โดยกระบวนกรมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน และ (4) ตรวจสอบและรับฟังความคิดเห็นของประชาชน ผ่านสื่อทุกรูปแบบและสะท้อนกลับสู่ภาครัฐอย่างรวดเร็วด้านกระบวนการดำเนินงานของศูนย์ ปฏิบัติการข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย กระบวนการหลัก 2 กระบวนการ ได้แก่ (1) การติดตามข้อมูลข่าวสาร โดยจะติดตามข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ทั้งในภาวะปกติ วิกฤต และเร่งด่วน ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ผ่านยุทธศาสตร์ชาติ นโยบายรัฐ คณะรัฐมนตรี เป็นต้น (2) การบริหารประเด็น จะเป็นการวิเคราะห์ข่าวสารที่ได้รับมาก่อนที่จะนำไปเผยแพร่สู่ประชาชน ซึ่งการจัดการประชุมถือเป็นการเชื่อมโยงประเด็นข่าวสารจากเหตุการณ์และสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ในประเด็นให้ประชาชนเกิดความเข้าใจตรงกัน โดยมีความเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างกัน ดังนี้



ในส่วนของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 1 จังหวัดขอนแก่นเป็นศูนย์ปฏิบัติการข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ระดับภูมิภาค ซึ่งมีทำหน้าที่ในการบริหารงานด้านสื่อประชาสัมพันธ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนทั้ง 11 จังหวัด ได้แก่ มหาสารคาม ขอนแก่น อุดรธานี เลย ชัยภูมิ กาฬสินธุ์ สกลนคร หนองคาย หนองบัวลำภู นครราชสีมาและบึงกาฬ โดยจะประสานงานระหว่างเครือข่ายเพื่อสร้างความเข้าใจและประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ ของภาครัฐ รวมถึงจัดทำสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์จากการประชุมศูนย์ข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ (IOC) (Teleconference) เพื่อเผยแพร่ให้ประชาชนได้รับรู้ต่อไป

2) การจัดหมวดหมู่และวิเคราะห์การนำเสนอข่าวจากการประชุมศูนย์ข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์

ในหัวข้อนี้ จะทำการรวบรวมข้อมูลข่าวสารที่ได้จากการประชุมศูนย์ข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ (IOC) (Teleconference) ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 1 จังหวัดขอนแก่น ตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. 2563 ถึง เดือนมีนาคม พ.ศ. 2564 รวมทั้งหมด 117 ข่าว และนำมาจัดหมวดหมู่ได้ 8 ประเด็น ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 จำนวนและประเด็นที่ถูกนำเสนอข่าว (ข่าว)

เดือน/ประเด็น	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	รวม
1. มาตรการช่วยเหลือและเยียวยาประชาชนของรัฐและโควิด	12	13	11	10	10	9	65
2. กิจกรรมและการทำงานของรัฐ	4	2	8	1	-	1	16
3. สถานการณ์ทางการเมือง	1	2	-	-	-	-	3
4. ภัยพิบัติและมลพิษ	2	1	1	-	-	1	5
5. การส่งเสริมและพัฒนาประเทศ	4	-	-	-	-	-	4
6. ข่าวในพระราชสำนัก	1	3	-	-	-	-	4
7. การเลือกตั้ง	2	-	-	1	-	-	3
8. การเปลี่ยนแปลงร่างกฎหมาย	-	2	1	-	2	2	7
9. อื่น ๆ	2	-	4	-	2	1	9
สรุปจำนวนข่าวในแต่ละเดือน	29	23	25	12	14	14	117
สรุปจำนวนประเด็นที่พบ	7	6	4	3	2	4	-

ตารางที่ 1 : จำนวนและประเด็นที่ถูกนำเสนอข่าว (พิมพ์ปวีณ์ อนุสุริยา, 2564)

หมายเหตุ ในส่วนที่ 9 อื่น ๆ เป็นหัวข้อข่าวที่ไม่ได้ถูกนำเสนอในสื่อของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 1 จังหวัดขอนแก่น เนื่องจากอยู่นอกเขตพื้นที่ควบคุมและดูแลในการนำเสนอและกระจายข่าว

จากตารางสามารถสะท้อนให้เห็นว่า ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา มีการนำเสนอข่าวทั้งหมด 117 ข่าว โดยสามารถจัดหมู่ข่าวได้ 8 ประเด็น ดังนี้

ประเด็นที่ 1 มาตรการช่วยเหลือและเยียวยาประชาชนของรัฐและโควิด จำนวน 65 ข่าว ประเด็นนี้ถูกนำเสนอมากที่สุด เนื่องจากศูนย์ปฏิบัติการข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ถือเป็นหน่วยงานของรัฐ จึงมีการนำเสนอข่าวที่เกี่ยวข้องและมีผลต่อความเป็นอยู่ของประชาชน โดยข่าวที่ถูกนำเสนอในส่วนนี้จะเป็ข่าวประชาสัมพันธ์ประเภทแจ้งให้ทราบ (Announcement Release) เพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสารให้กับผู้รับสารได้รับรู้ถึงรายละเอียดของข้อมูล (วรินทร์ ภาคภูมิและคณะ, 2555) ซึ่งตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. 2563 ถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2564 ประเทศไทยยังคงมีการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลให้ข่าวประเภทนี้มีความสำคัญมาก เพราะรัฐบาลจำเป็นต้องประชาสัมพันธ์ข่าวเหล่านี้เพื่อสร้างความเข้าใจระหว่างประชาชนกับภาครัฐ จะสังเกตได้ว่า ข่าวที่ถูกนำเสนอส่วนใหญ่จะเชื่อมโยงกับสถานการณ์ในช่วงเวลาขณะนั้น เช่น *รัฐบาลคุมเข้มโควิด-19* หลังจากที่มีการกลับมาแพร่ระบาดอีกครั้งในเดือนธันวาคม และ *มาตรการช่วยเหลือเกษตรกร*

ชาวสวนยาง หรือ มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ (ประเด็นการประชุม IOC ประจำวันที่ 9-15 ธันวาคม 2563) เพื่อช่วยเหลือเกษตรกรและประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากโควิด-19 เป็นต้น

ประเด็นที่ 2 กิจกรรมและการทำงานของรัฐบาล จำนวน 16 ข่าว โดยประเด็นนี้ถูกนำเสนอมาจากรองลงมาจากในประเด็นแรก ซึ่งจะกล่าวถึงการทำงานและกิจกรรมของรัฐบาลในช่วงขณะนั้น โดยเนื้อหาจะเป็นแบบ “5 w 1 H” คือ ใคร(Who), ทำอะไร(What), ที่ไหน(Where), เมื่อไหร่(When), ทำไมและอย่างไร(Why and How) เช่น นายกรัฐมนตรีลงพื้นที่จังหวัดสมุทรสงครามวันที่ 2 ธ.ค. 63 ขับเคลื่อนธุรกิจท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เพื่อตรวจเยี่ยมประชาชนและช่วยเหลือธุรกิจเชิงท่องเที่ยวให้มีรายได้และอาชีพ (ประเด็นการประชุม IOC ประจำวันที่ 2-8 ธันวาคม 2563) และ เปิดสายด่วนรัฐบาล 1111 ให้ประชาชนแจ้งเบาะแสโดยตรงถึงนายกรัฐมนตรี (ประเด็นการประชุม IOC ประจำวันที่ 13-19 มกราคม 2564) ถือว่าเป็นข่าวที่แสดงให้เห็นถึงความจริงใจและความพร้อมที่จะรับฟังเสียงประชาชนของรัฐบาล และนอกจากปัจจัยทางองค์กรที่มีผลต่อการนำเสนอข่าว จะเห็นได้ว่าการนำเสนอข่าวในประเด็นนี้ อาจมีการสอดแทรกแนวคิดกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์เข้ามาใช้เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี โดยใช้สื่อเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญ (จิตลดา คณิกุล, 2561: 14-16) ยกตัวอย่างเช่น เนื้อหาข่าวมีการแสดงให้เห็นความห่วงใยของรัฐบาลต่อสถานการณ์และปัญหาที่เกิดขึ้นในประเทศ อีกทั้งการนำเสนอข่าวสารของศูนย์ปฏิบัติการข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์สามารถกระจายข้อมูลข่าวสารได้หลายทาง ทั้งสื่อวิทยุ คลิปวีดิทัศน์ สื่อออนไลน์ และเครือข่ายอาสาของสมัครชุมชน ยิ่งเพิ่มโอกาสให้ประชาชนจำนวนมากเข้าถึงข่าวสารเกี่ยวกับรัฐบาล จนอาจส่งผลให้ความน่าเชื่อถือของประชาชนที่มีต่อรัฐบาลเพิ่มมากขึ้น

ประเด็นที่ 3 การปรับเปลี่ยนร่างกฎหมาย จำนวน 7 ข่าว พบว่า ข่าวที่นำเสนอยังคงเป็นไปในลักษณะของข่าวแจ้งให้ทราบ (Announcement Release) เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้รับรู้ถึงการเปลี่ยนแปลงด้านกฎหมายและนำไปสู่การปฏิบัติตาม โดยในประเด็นนี้จะขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของภาครัฐหรือส่วนกลาง ซึ่งอาจมาจากความต้องการที่จะเปลี่ยนแปลงกฎหมายให้เข้ากับสังคมหรือการดำเนินชีวิตของประชาชนที่มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาจากเดิม ดังนั้น ข่าวในประเด็นนี้จะแตกต่างจากประเด็นอื่น ๆ ตรงที่สถานการณ์จะไม่มีผลต่อข่าวที่ถูกนำเสนอมากนัก

ประเด็นที่ 4 ภัยพิบัติและมลพิษ จำนวน 5 ข่าว ประเด็นนี้ถือเป็นข่าวที่จำเป็นสำหรับประชาชน เนื่องจากเป็นข่าวที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบ (Consequence) ที่มีการอธิบายถึงผล (Result) ของเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้น (พรนรี สายโสภาศ, 2560: 10) เพราะเนื้อหาที่ถูกนำเสนอจะกล่าวถึงการแจ้งเตือนเกี่ยวกับภัยธรรมชาติและการเตรียมรับมือต่อสถานการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต รวมถึงการนำเสนอข่าวมลพิษทางอากาศโดยเฉพาะปัญหาฝุ่น PM 2.5 ที่เกิดขึ้นหลายพื้นที่ในประเทศ โดยเนื้อหาข่าวจะเป็นการกล่าวถึงความพยายามในการจัดการและควบคุมฝุ่นละออง ทั้งด้านกฎหมายและชุมชน จะเห็นว่า การนำเสนอข่าวจะเชื่อมโยงกับสถานการณ์หรือปัญหาที่เกิดขึ้นในขณะนั้น ถึงแม้ว่าการนำเสนอข่าวประเด็นนี้จะมีขีดจำกัดในเรื่องของพื้นที่ แต่ถือว่าเป็นข่าวที่มีความสำคัญและมีผลต่อความเป็นอยู่ที่จำเป็นต้องประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้รับรู้

ประเด็นที่ 5 ข่าวในพระราชสำนัก จำนวน 4 ข่าว พบว่า เนื่องจากเป็นข่าวส่วนกลางจึงมีการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับพระราชกรณียกิจและกิจกรรมของพระมหากษัตริย์และราชวงศ์ผ่านข่าวในพระราชสำนัก โดยเฉพาะช่วงเดือนตุลาคมและธันวาคม พ.ศ. 2563 ที่มีวันสำคัญ

ทั้งวันคล้ายวันสวรรคต วันชาติและวันพ่อ โดยประเด็นนี้จะเข้าไปในลักษณะของข่าวประกอบกิจกรรมพิเศษทางการประชาสัมพันธ์ (Created News Release) ซึ่งการที่ข่าวในประเด็นนี้ถูกนำเสนอผ่านสื่อของรัฐที่นอกเหนือจากข่าวในพระราชสำนักจะช่วยทำให้ข่าวสารต่าง ๆ เข้าถึงประชาชนมากขึ้น เนื่องจากพฤติกรรมการรับสื่อของคนเปลี่ยนไปจากเดิมที่จะเน้นเข้าถึงสื่อทางออนไลน์ (เอกรงค์ บัณฑิต, 2559) ดังนั้น เพื่อให้ประชาชนได้เข้าถึงสถาบันพระมหากษัตริย์จึงจำเป็นที่จะต้องมีการนำเสนอในสื่อที่มีความหลากหลาย นอกจากข่าวในพระราชสำนักที่มีขีดจำกัดของเวลาและการเข้าถึงสื่อเข้ามาเกี่ยวข้อง

ประเด็นที่ 6 การส่งเสริมและพัฒนาประเทศ จำนวน 4 ข่าว พบว่า การนำเสนอข่าวประเด็นนี้ในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมา จะเกี่ยวข้องกับความเคลื่อนไหวปัจจุบันในด้านต่าง ๆ เช่น เทคโนโลยี คมนาคม และวัฒนธรรม ซึ่งจะมีการกล่าวถึงมติเห็นชอบของคณะรัฐมนตรีในการส่งเสริมและพัฒนาพื้นที่ต่าง ๆ รวมถึงแนวทางในการทำงาน โดยการนำเสนอข่าวในประเด็นนี้ จะมีความคล้ายคลึงกับประเด็นอื่น ๆ ที่มีความเชื่อมโยงกับภาครัฐ ดังนั้น ประเด็นนี้อาจเป็นการมุ่งเน้นความเข้าใจและความร่วมมือของประชาชนในการปฏิบัติตามคำแนะนำของรัฐ

ประเด็นที่ 7 สถานการณ์ทางการเมือง จำนวน 4 ข่าว พบว่า การที่ปรากฏข่าวเกี่ยวกับประเด็นทางการเมืองเป็นผลมาจากสถานการณ์ชุมนุมเรียกร้องประชาธิปไตยของนักเรียนและนักศึกษาในช่วงต้นปี 2563 จากความไม่พอใจในการทำงานของรัฐบาลและคำตัดสินที่ไม่เป็นธรรมต่อการยุบพรรคอนาคตใหม่ ทำให้ในช่วงปลายปีตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. 2563 เกิดการนัดหมายชุมนุมของประชาชนขึ้นอีกครั้ง หลังจากที่ต้องยุติลงจากการแพร่ระบาดของโควิด - 19 จนนำไปสู่การนำเสนอข่าวในประเด็นนี้และด้วยปัจจัยทางองค์กร ทำให้ข่าวที่ออกมามีจำนวนเพียงแค่นั้นตอนและผลที่เกิดขึ้นในการพิจารณาเพื่อหาแนวทางแก้ไขของภาครัฐที่มีต่อสถานการณ์เท่านั้น โดยมีการนำเสนอเพียง 4 ข่าว ซึ่งถือว่าเป็นจำนวนที่น้อยมาก อีกทั้งการนำเสนอข่าวในประเด็นอื่น ๆ ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นไปตามสถานการณ์และบริบทของสังคมขณะนั้น แต่ประเด็นนี้ก็มีการนำเสนอข่าวจำนวนไม่มากนักเมื่อเปรียบเทียบกับเหตุการณ์และความรุนแรงที่เกิดขึ้น

ประเด็นที่ 8 การเลือกตั้ง จำนวน 3 ข่าว พบว่า ประเด็นสุดท้ายจะเป็นการนำเสนอข่าวที่อยู่ในลักษณะของการแจ้งให้ทราบ (Announcement Release) เช่นเดียวกับประเด็นอื่น ๆ โดยจะเป็นการประชาสัมพันธ์ถึงการเลือกตั้งที่จะถูกจัดขึ้น เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้รับรู้และออกมาใช้สิทธิในการเลือกตั้ง ดังนั้น การนำเสนอในประเด็นนี้ก็จะเป็นเพียงแค่การแจ้งและส่งสารถึงประชาชนเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติและเตรียมพร้อมเพื่อใช้สิทธิของตนในการเลือกตั้ง

จากการจัดหมวดหมู่ข่าวทั้งหมด 117 ข่าวได้ 8 ประเด็นในรอบ 6 เดือน ระหว่างเดือนตุลาคม 2563 - มีนาคม 2564 ของการปฏิบัติสหกิจศึกษา เมื่อนำประเด็นเหล่านั้นมาวิเคราะห์จะเห็นว่า มากกว่าร้อยละ 50 ของข่าว เน้นนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับมาตรการช่วยเหลือและเยียวยาประชาชนของรัฐในช่วงโควิด ทั้งนี้เป็นเพราะช่วงที่ผ่านมาเป็นช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิดระลอกที่ 2 นอกจากนี้แล้ว เราจะเห็นว่าประเด็นการนำเสนอถัดมาเป็นเรื่องเกี่ยวกับกิจกรรมและการทำงานของผู้นำประเทศ การเลือกตั้ง โดยสะท้อนให้ภาพลักษณ์ที่ดีของผู้นำและรัฐบาล การสร้างบรรยากาศประชาธิปไตยผ่านการเลือกตั้ง เป็นต้น ตลอดจนถึงการนำเสนอข่าวทั่วไปที่เกี่ยวกับสังคม สิ่งแวดล้อม ข่าวในพระราชสำนัก เหตุการณ์บ้านเมืองเช่นการชุมนุมประท้วง

แต่ไม่ใช่ลักษณะของการวิเคราะห์ข่าวเชิงลึก และเป็นการสื่อสารทางเดียวที่มาจากภาครัฐโดยเป็นเพียงการส่งสารถึงผู้รับสารฝ่ายเดียว

4) บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ประการแรก: จากหัวข้อเรื่อง การวิเคราะห์การนำเสนอข่าวจากการประชุมศูนย์ข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ (IOC) (Teleconference) ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 1 จังหวัดขอนแก่น สามารถจัดหมวดหมู่ได้ 8 ประเด็น โดยประเด็นส่วนใหญ่ที่ถูกนำเสนอข่าวอยู่ภายใต้บริบทสถานการณ์บ้านเมืองในขณะนั้น เช่น สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด - 19 การจัดการเลือกตั้งท้องถิ่น สถานะที่เตรียมพร้อมสำหรับการเกิดภัยพิบัติและการรับมือกับมลพิษ กิจกรรมการทำงานของรัฐบาลในช่วงเวลาขณะนั้นและสถานการณ์ทางการเมืองต่อการออกมาเรียกร้องประชาธิปไตยของประชาชน

ประการที่สอง: จะสังเกตได้ว่า การที่ศูนย์ปฏิบัติการข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์เป็นศูนย์ข่าวที่มาจากส่วนกลาง ดังนั้น การนำเสนอข่าวของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 1 จังหวัดขอนแก่น จึงเป็นการนำเสนอภาพลักษณ์ที่ดีของภาครัฐ โดยเป็นไปในลักษณะการนำเสนอข่าวด้านเดียวคือจากภาครัฐสู่ประชาชนฝ่ายเดียว แต่จะไม่พบข่าวจากด้านของประชาชนที่มีต่อภาครัฐหรือการดำเนินงานของรัฐ อีกทั้งยังเห็นได้ว่าการนำเสนอข่าวนี้จะเน้นการนำเสนอภาพลักษณ์ที่ดีของภาครัฐเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือศรัทธานำไปสู่ความร่วมมือที่ดีของประชาชน รวมถึงการนำเสนอข่าวส่วนใหญ่จะเน้นการแก้ไขปัญหาภายในประเทศมากกว่าที่จะกล่าวถึงการนำเสนอวิสัยทัศน์เพื่อสร้างความทันสมัยและยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ จากประเด็นข่าวทั้งหมดที่พบ ทำให้เห็นว่าหน่วยงานยังมีช่องว่างของการนำเสนอข่าวหรือควรมีการนำเสนอข่าวด้านอื่น ๆ เช่น ผลกระทบต่อประชาชนที่เป็นผลจากมาตรการหรือโครงการต่าง ๆ ของภาครัฐว่าเป็นอย่างไร การเพิ่มพื้นที่ของการนำเสนอข่าวในแต่ละพื้นที่เพิ่มมากขึ้นซึ่งมิใช่เฉพาะข่าวที่มาจากส่วนกลาง เพราะการนำเสนอข่าวที่มีความหลากหลาย ย่อมสร้างสีสันให้กับการนำเสนอข่าว การเพิ่มพื้นที่ให้ประชาชนมีส่วนร่วมกับพื้นที่ข่าวและการปรับรูปแบบการนำเสนอข่าวหรือเพิ่มข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- ขจรจิต บุณนาค. (2562). *นักข่าวความทำอะไรเมื่อพบกับการสร้างข่าว How Reporters Should Respond To News Setting Situation. Executive Journal*, 150-161.
- จิตลดา คณีกุล. (2561). *กลยุทธ์การสื่อสารภาพลักษณ์องค์กรในยุคประเทศไทย 4.0 กรณีศึกษากรมวิทยาศาสตร์บริการ*. วิทยานิพนธ์ศึกษานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- นิตยา ศิษฏ์รัตนกุล. (2560). *แนวทางการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรของสำนักงานพัฒนาชุมชน อำเภอ บ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี*. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- พรเทพ อินพรหม. (2558). *การนำเสนอข่าวภัยแล้ง พ.ศ. 2558: กรณีเปรียบเทียบหนังสือพิมพ์ไทยรัฐและหนังสือพิมพ์ข่าวสด*. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พรนรี สายโอภาศ. (2560). *จริยธรรมและการนำเสนอข่าวโดยการใช้เฟซบุ๊กไลฟ์ของสำนักข่าว*. วิทยานิพนธ์ศึกษาวารสารศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศุภย์ปฏิบัติการณ์ข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์. (2563). *นายกรัฐมนตรีลงพื้นที่จังหวัดสมุทรสงครามวันที่ 2 ธ.ค. 63 ขับเคลื่อนธุรกิจท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์*. การประชุมศูนย์ข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ (IOC) (Teleconference) ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 1 ประจำวันที่ 2-8 ธันวาคม 2563.
- ศุภย์ปฏิบัติการณ์ข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์. (2563). *รัฐบาลคุมเข้มโควิด-19*. การประชุมศูนย์ข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ (IOC) (Teleconference) ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 1 ประจำวันที่ 9-15 ธันวาคม 2563.
- ศุภย์ปฏิบัติการณ์ข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์. (2563). *มาตรการช่วยเหลือเกษตรกรชาวสวนยาง*. การประชุมศูนย์ข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ (IOC) (Teleconference) ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 1 ประจำวันที่ 9-15 ธันวาคม 2563.
- ศุภย์ปฏิบัติการณ์ข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์. (2563). *มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ*. การประชุมศูนย์ข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ (IOC) (Teleconference) ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 1 ประจำวันที่ 9-15 ธันวาคม 2563.
- ศุภย์ปฏิบัติการณ์ข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์. (2563). *เปิดสายด่วนรัฐบาล 1111 ให้ประชาชนแจ้งเบาะแสโดยตรงถึงนายกรัฐมนตรี*. การประชุมศูนย์ข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ (IOC) (Teleconference) ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 1 ประจำวันที่ 13-19 มกราคม 2564.
- วรินทร์ ภาคภูมิและคณะ. (2555). *หลักการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ [ออนไลน์]*. ค้นเมื่อ 9 มีนาคม 2564 จาก <https://sac.kku.ac.th/kmsac/news/n2.pdf>.
- วิริยาภรณ์ ทองสุข. (2559). *การวิเคราะห์การนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบทของเว็บไซต์*. วิทยานิพนธ์ศึกษาวารสาร ศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เอกรงค์ ปั่นพงศ์. (2559). *โซเชียลทีวี กับ โลกทัศน์ใหม่ในการรับชมกีฬาฟุตบอล Social TV and New Vision of Exposure to Soccer Sport*. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม, 10(2), 1-17.