



“การสื่อสารสาธารณะ”



(Public communication)

ดร.เพ่ง บัวหอม

วิชาการ กลุ่ม 8



เป็นการสื่อสารเพื่อการเคลื่อนไหว
และเปลี่ยนแปลงทางสังคม

หลักการและเหตุผล

การสื่อสารไม่ได้เป็นเพียง “ตัวกลาง” แต่มีเป้าหมาย
ต้องวางแผน จัดการและสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ
บนฐานคิดที่การสื่อสารไม่ใช่แค่การสื่อสารในลักษณะ
ใคร ทำอะไร ที่ไหน อย่างไรและเมื่อไหร่ ต้องนำไปสู่
การเคลื่อนไหวและการเปลี่ยนแปลงทางสังคม

ภาพลักษณ์ของ “นักสื่อสารสาธารณะ” (Brand Image of Public communicator)



การสื่อสารสาธารณะ ถูกจัดอยู่ในเครื่องมือในการบริหารจัดการ

คุณสมบัติพื้นฐาน

1. มีความรู้ในเรื่องนั้นๆดีเพียงพอ

2. เข้าใจประเด็นและนัยต่างๆของเนื้อหาที่นำเสนออย่างเหมาะสมกับกาลเทศะนั้นๆ



คุณสมบัติ (ต่อ)

(3) ตระหนักถึงระดับแห่งความน่าเชื่อถือของแหล่งอันเป็นที่มาของ ข้อมูลและบทสรุปในข้อคิดเห็นที่น่าเสนอ

(4) ยอมรับว่าเรื่องราวที่น่าเสนออาจจะมีมุมมองอื่นๆ ได้อีกหลายด้านตาม หลักของความหลากหลายทางความคิด ไม่ใช่อะไรที่มีด้านเดียว แต่ไม่ได้ หมายความว่าทุกมุมมองมีความถูกต้องเท่าๆกัน

สภาพแวดล้อมที่มี ผลกระทบต่อการบริหาร



การบริหาร ประกอบด้วย เสาหลัก



P = Planning

การวางแผน



O = Organizing

การจัดระเบียบ



L = Learning

การเรียนรู้



C = Controlling

การควบคุม

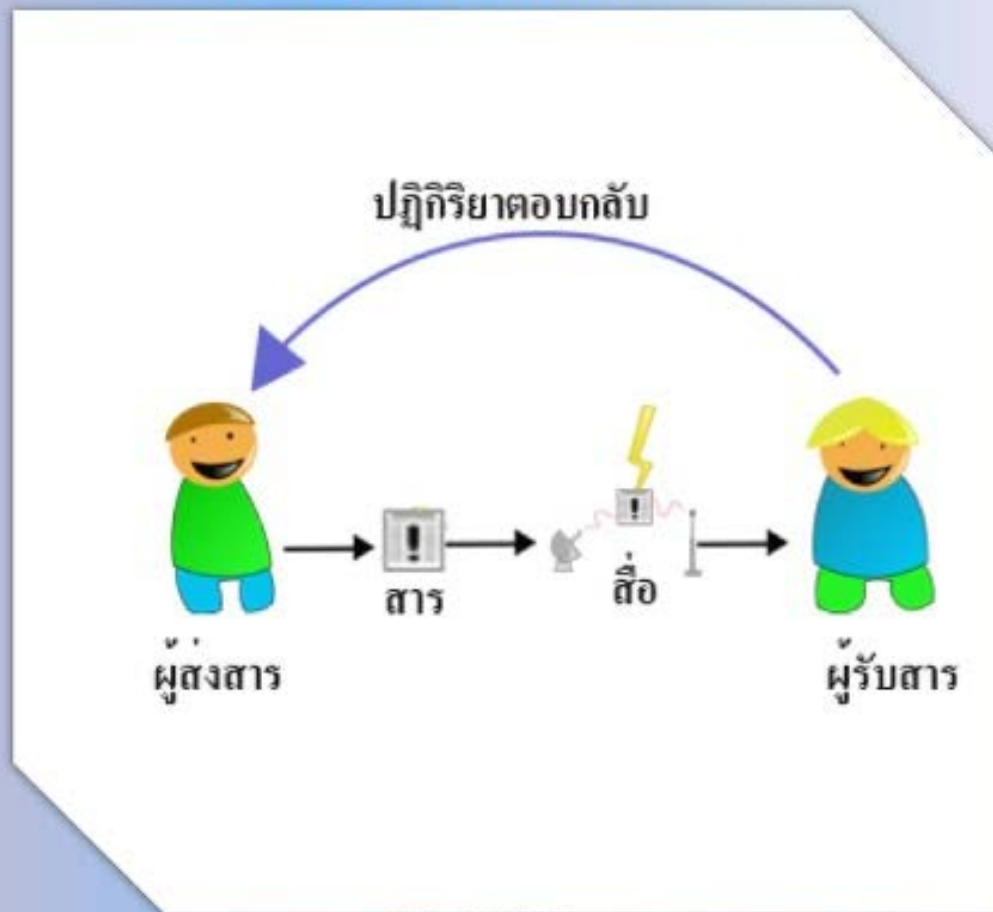




ทักษะผู้บริหาร

- ทักษะของการจัดการที่สำคัญ และต้องใช้กับผู้บริหารทุกระดับ คือ
Human Skill
- กระบวนการสื่อสาร ประกอบด้วย
- 1) ผู้ส่งสาร 2) สาร 3) ช่องทาง 4) ผู้รับสาร

บริบททางการสื่อสาร





การวิเคราะห์ผู้รับสารในการสื่อสารสาธารณะ (Audience Analysis in Public Communication)

Demographic Background พื้นฐาน

ประชากร ชื้อ อายุ ที่อยู่ ที่ติดต่อ อาชีพ

Psychographic Background พื้นฐาน

จิตวิทยา ชอบ ไม่ชอบ ความคิด วิสัยทัศน์ อุดมการณ์



การวิเคราะห์ผู้รับสารในการสื่อสารสาธารณะ (Audience Analysis in Public Communication)

Media Usage พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ เปิดรับอย่างไร อยากรับ ไม่อยากรับ รับเวลาใด อารมณ์ใด โอกาสใด จำนวนครั้ง

Consumer Behavior พฤติกรรมการบริโภค บ่อย นานๆครั้ง ประจำ เพิ่งครั้งแรก ครั้งสุดท้าย



การสื่อสารสาธารณะ

1. เสริมสร้างค่านิยมที่รู้เท่าทัน ปรับความคิดของประชาชนให้เป็นพลเมืองคุณภาพ ให้ตระหนักถึงสิทธิและหน้าที่ โดยให้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ที่รอบด้าน หลากหลาย ลุ่มลึกเชื่อมโยง และสมคูล เพื่อให้ประชาชนมีข้อสรุปที่สมเหตุสมผลในการตัดสินใจ



การสื่อสารสาธารณะ

2. เสริมสร้างค่านิยมสังคมอุดมปัญญาและการเรียนรู้ ด้วยการให้บริการหลากหลายรูปแบบ ทางด้านความรู้ (**knowledge**) และทักษะ (**skills**) ทั้งในระบบ นอกกระบบ ทุกระดับอายุ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้ที่อยู่ชายขอบ ผู้ขาดโอกาส หรือกลุ่มคนที่สังคมไม่เหลียวแล การสื่อสารสาธารณะต้องเป็นส่วนหนึ่งที่กระตุ้นให้สังคมตื่นตัวเรียนรู้ เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีกว่า



การสื่อสารสาธารณะ

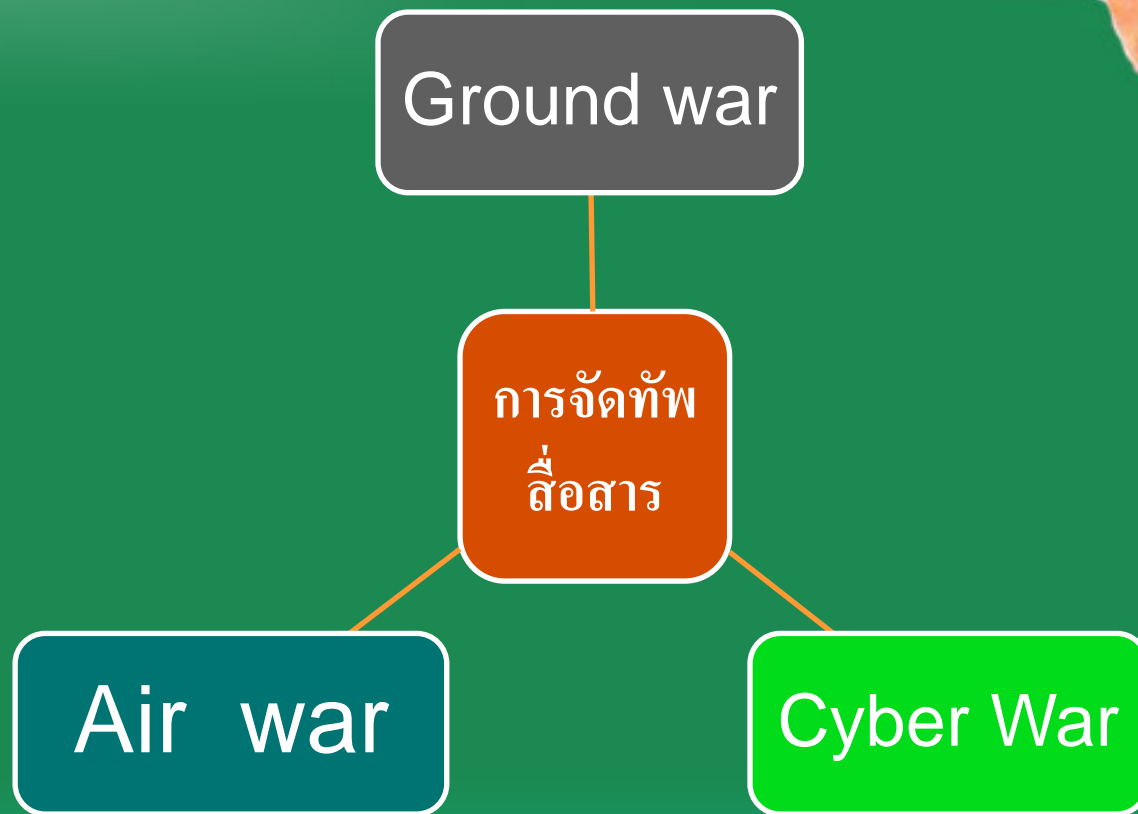
3. เสริมสร้างค่านิยมทางวัฒนธรรมและพลัง
สร้างสรรค์ เป็นต้นแบบและสร้างคนต้นแบบ
(originality) สร้างความแตกต่าง บ่มเพาะ
จินตนาการของกลุ่มชนสาธารณะ มวลชน



การสื่อสารสาธารณะ

4. เสริมสร้างค่านิยมสังคมชุมชน ทั้งระดับท้องถิ่น ระดับชาติและ นานาชาติ สื่อสารสร้างความเข้าใจ สร้าง การมีส่วนร่วมในหมู่นักกลุ่มต่าง ๆ ของสังคม ที่อาจจะ มีทั้งจุดร่วมและความแตกต่างหลากหลาย

การสื่อสารสาธารณะ ต้องทำควบคู่ไปกับการใช้ “สื่อ”
“ตัวสารที่เลือก”





นักสื่อสารสาธารณะ

- ต้องคัดเลือกสารและนำเสนอสารอย่างเป็นธรรมชาติ
- ไม่เจาะจงตกแต่งหรือบิดเบือนความคิดตามลีลาของนักโฆษณาชวนเชื่อ
- การสร้างความเสมอภาคแห่งโอกาสของความคิดต่างๆ
- ควรจะมีนิสัยที่ชอบไตร่ตรองเรื่องราวเกี่ยวกับสาธารณะประโยชน์ ให้มาก
- ต้องเต็มใจที่จะรับฟังข้อมูลและข้อคิดเห็นอื่นๆ ที่ไม่เหมือนกับของตนเอง



วัตถุประสงค์ของการพูดสื่อสารสาธารณะ

1. เพื่อจูงใจให้ยอมรับหรือเปลี่ยนแปลงความเชื่อและทัศนคติ (To Persuade)

2. เพื่อบอกเล่าเรื่องราวข่าวสาร (To Inform)

3. เพื่อจรรโลงใจ (To Entertain)

Social Network



แบบของการพูด

1. แบบจูงใจหรือชักชวน (Persuasive)
2. แบบบอกเล่าหรือบรรยาย (Informative)
3. แบบบันเทิง (Procreative)

วิชาผู้นำและจริยธรรมของผู้บริหาร

โดย รองศาสตราจารย์ ดร. อรุณี วัฒนชัยยิ่งเจริญ

ช่วงบ่าย



ประเภทของผู้นำแบ่งออกเป็น

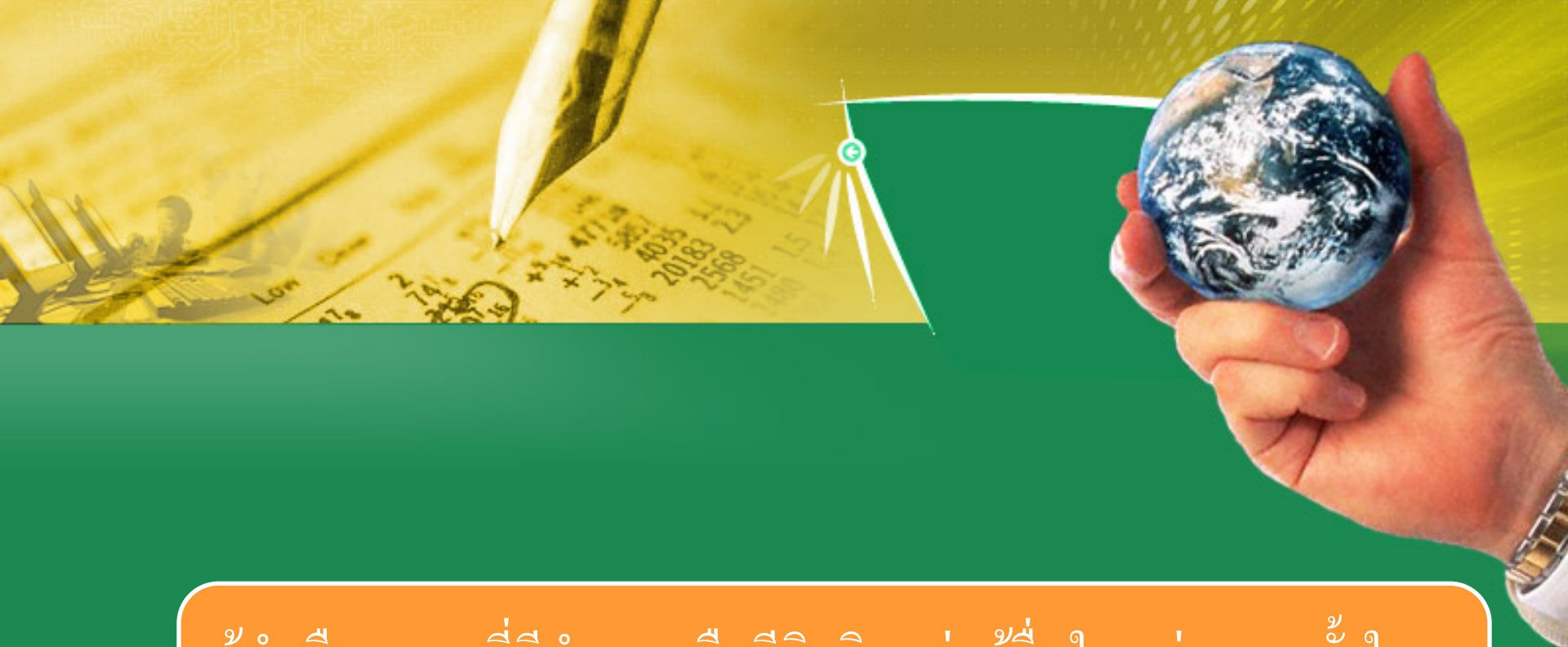
1. ผู้นำประเภทนักฉวยโอกาส ผู้นำประเภทนี้จะพยายามทุกวิถีทางให้ได้มาซึ่งประโยชน์ของตน
2. ผู้นำประเภทนักการทูต ผู้นำประเภทนี้จะพูดเก่งพูดดี มีความเรียบเฉย ไม่มีการขัดแย้งใดๆ ทำให้ไม่มีการพัฒนา
3. ผู้นำประเภทชำนาญการ กลุ่มนี้มักใช้ความลุ่มลึกของงานมาเป็นศักยภาพ



5. ผู้นำประเภทขี้แน่คนเดียว ผู้นำประเภทนี้จะทำตามรูปแบบการปฏิบัติเดิมๆ

6. ผู้นำประเภทนักยุทธศาสตร์ ผู้นำประเภทนี้จะมีการวางแผนล่วงหน้าในการทำงาน (ถ้าจะให้ดีควรมีการทบทวนความคิด และปรับเนื้อหาของงานอยู่เป็นระยะ)

7. ผู้นำประเภทนักสร้างสรรค์พัฒนาเป็นผู้นำประเภทคิดนอกกรอบ มีความสร้างสรรค์และมีการจัดการที่ดี



ผู้นำ คือ บุคคลที่มีอำนาจหรือมีอิทธิพลต่อผู้อื่นในหน่วยงานทั้งในแง่ความคิดและพฤติกรรมการทำงาน

ภาวะผู้นำ คือ การที่ผู้นำใช้อิทธิพลและอำนาจหน้าที่ที่มีอยู่ต่อผู้อื่นในสถานการณ์ต่างๆ เพื่อให้เกิดการปฏิบัติตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

ระบบความคิดของผู้ในยุคใหม่ของผู้ยุคใหม่

- - สร้างความต้องการการเปลี่ยนแปลงเฉพาะบุคคล กระตุ้นให้พนักงานอยากที่จะเปลี่ยนแปลง
- - เข้าใจความสำคัญของภาวะผู้นำในการผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลง
- - เข้าใจ รูปแบบภาวะผู้นำและขอบเขต การพัฒนาของลูกน้องแต่ละคน

คุณลักษณะสำคัญของคนเป็นผู้นำ

ผู้นำ ต้องมีพลัง ความทะเยอทะยาน มีความปรารถนาที่จะนำผู้อื่น มีความซื่อสัตย์ มีจริยธรรมยึดมั่นในหลักการ เชื่อมั่นในตนเอง มีความเฉลียวฉลาด และรอบรู้ในงาน

...การเป็นผู้บริหาร ต้องเรียนรู้คนและต้องรู้ว่าคนมีความรู้มีมุมมองไม่เท่ากัน

ผู้นำในอนาคต ต้อง มีความสามารถในการคิดเชิงซับซ้อน สามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง มีพฤติกรรมที่ ยืดหยุ่นมีความไวต่อการรับรู้ทางด้านวัฒนธรรมสามารถวิเคราะห์กระบวนการ (เลือกกระบวนการใดต้องตอบได้ว่าเลือกเพราะความจำเป็นอะไร) และผู้นำต้องมีความสามารถในการประกอบอาชีพอิสระ



คุณสมบัติของผู้บริหารและผู้นำที่ดี

- ต้อง เป็นผู้ที่รู้จักตนเองรู้จักการวิเคราะห์หาเหตุผลเป็นผู้เรียนรู้ตลอดเวลาตลอดกาล มีความเข้าใจในจิตวิทยาการบริหาร และเป็นคนดี (Good person)
- *** การเป็นคนดี Good person หมายถึง บุคลิกที่ผู้ตามคาดหวังให้เราเป็น (คนอื่นมองเรา)



หัวใจแห่งความสำเร็จในการเป็นผู้นำ

- ต้อง มีภาวะผู้นำ/ มีความสามารถในวางแผนและจัดการองค์กร/ มีความสามารถในการสื่อสาร/ ทำงานเป็นทีม/ สร้างแรงจูงใจให้ทีมงาน / บริหารเวลา/ แก้ไขปัญหาและมีความมั่นใจในตนเอง
- **งานสำคัญที่สุดในเวลางาน นอกเวลางานไม่ใช่
- *** ตำแหน่งนั่งได้แต่ต้องดูว่าเก้าอี้ ว่า **Support** เราได้หรือเปล่า เก้าอี้ขาแข็งแรงหรือเปล่า สิ่งแวดล้อมสำคัญ ขาเก้าอี้แต่ละข้างต้องแข็งแรง



จริยธรรม

- จริยธรรม หมายถึง การประพฤติปฏิบัติที่เป็นคุณงามความดีความถูกต้องบนพื้นฐานของคุณธรรมซึ่งเป็นที่ยอมรับและต้องการของสังคม
- - จริยธรรมกับองค์กร มององค์กรก่อน
- - จริยธรรมกับบุคคล มองบุคคลก่อน



ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของคน

- ปัจจัยภายใน ได้แก่ ความต้องการ อารมณ์ ความปรารถนาและความรู้สึกผิดชอบชั่วดี
- ปัจจัยภายนอก ได้แก่ โอกาส และการควบคุมของสังคมกฎหมาย
- ใน การตัดสินใจของผู้นำ ให้นึกถึงประโยชน์ส่วนรวมก่อนส่วนตัว และต้องระมัดระวังเรื่อง "ผลประโยชน์ทับซ้อน" (ผลประโยชน์ทับซ้อนในการตัดสินใจเรื่องนั้นๆ มีหลายมุมมอง ขึ้นอยู่กับบริบทรอบข้าง เช่น กฎหมายประเทศไทย กฎหมาย USA บริบทไม่เหมือนกัน ทัศนคติต่างกัน)



ปัจจัยการตัดสินใจของผู้นำ

- ปัจจัยภายนอก ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงของตลาด นวัตกรรมเทคโนโลยี การลำดับความสำคัญของรัฐบาล เงื่อนไขทางเศรษฐกิจ ความต้องการของลูกค้า หรือสาธารณะ การพัฒนาการเมือง
- ปัจจัยภายใน ได้แก่ ยุทธศาสตร์ใหม่ การปฏิรูปการบริหาร การบริหารจัดการใหม่ การเปลี่ยนแปลงสภาพ การขยายตัว การรวมอำนาจการกระจายอำนาจ กระบวนการใหม่ เทคโนโลยีใหม่



จริยธรรมของผู้นำกับองค์กร

- "จริยธรรมของผู้นำกับองค์กร" มันผูกพันกับสถานภาพวันนั้น เวลานั้น คนกลุ่มนั้น ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ดังนั้น เมื่อเวลาผ่านไป ผู้นำ ต้องสื่อสารและ **Rethink** (พิจารณาใหม่) กับลูกน้องตลอดเวลาว่าจะทำงานไปในทิศทางใด อย่างไร
- การประชุมประจำปีของแต่ละหน่วยไม่ใช่การทัศนศึกษาหรือเปลี่ยนที่กินเหล้า ควรใช้เป็นโอกาสในการ **Rethink** เป้าหมายร่วมกัน



...จบแล้ว.. ครับ
ขอบคุณที่รับฟัง...

งตถาม