

ชื่อหลักสูตร “นักประชาสัมพันธ์ดิจิทัล SMART PR”

โดย นางสาวนันทพร กอบธัญญกิจ
ตำแหน่ง นักวิชาการเกษตรชำนาญการ
หน่วยงาน ศูนย์ศึกษาวิธีการฟื้นฟูที่ดินเสื่อมโทรมเขาชะงุ้มฯ

วัตถุประสงค์

๑. เพื่อเสริมสร้างความรู้ ทักษะด้านการสื่อสารองค์กร การประชาสัมพันธ์ การผลิตสื่อดิจิทัล พัฒนาการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) และการสื่อสารในภาวะวิกฤต
๒. เพื่อนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ
๓. เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเครือข่ายประชาสัมพันธ์

สรุปรายละเอียดเนื้อหาของหลักสูตร

อบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตร “นักประชาสัมพันธ์ดิจิทัล SMART PR” จัดขึ้นระหว่างวันที่ ๒๔-๒๖ มิถุนายน ๒๕๖๙ โดยมีเนื้อหาที่สำคัญ ๕ หัวข้อ ดังนี้

๑. การสื่อสารองค์กรและประชาสัมพันธ์อย่างมืออาชีพ

การอบรมหัวข้อการสื่อสารองค์กรและประชาสัมพันธ์อย่างมืออาชีพ มุ่งเน้นให้ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์มีความเข้าใจเกี่ยวกับการวางแผนประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ โดยเริ่มจากการทำความเข้าใจองค์กร ทั้งประวัติ วิสัยทัศน์ พันธกิจ ผู้บริหาร ผลงาน จุดเด่น จุดอ่อน ตลอดจนวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) และกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้สามารถกำหนดประเด็นการสื่อสารและภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Identity: CI) ได้อย่างเหมาะสม

การประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพควรมีการวางแผนอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่การกำหนดเป้าหมาย กลุ่มเป้าหมาย ประเด็นสำคัญ ช่องทางการสื่อสาร และรูปแบบกิจกรรม โดยสามารถประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ ข่าวประชาสัมพันธ์ กิจกรรมองค์กร และสื่อภายนอก เพื่อสร้างการรับรู้และความสัมพันธ์ที่ดีกับประชาชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย นอกจากนี้ ยังเน้นความสำคัญของการทำงานเป็นทีม โดยแบ่งหน้าที่ เช่น ผู้วางแผนและผลิตเนื้อหา ช่างภาพและวิดีโอ ผู้ติดต่อและออกแบบกราฟิก รวมถึงผู้รับผิดชอบกิจกรรมประชาสัมพันธ์

องค์ความรู้ดังกล่าวสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการประชาสัมพันธ์ของศูนย์ศึกษาวิธีการฟื้นฟูที่ดินเสื่อมโทรมเขาชะงุ้มฯ โดยเฉพาะการนำเสนอองค์ความรู้ ผลงาน กิจกรรม และโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ให้มีเนื้อหาที่ชัดเจน น่าสนใจ และเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละประเภท

๒. Infographic for PR : อินโฟกราฟิกสำหรับงานประชาสัมพันธ์

การอบรมหัวข้อ Infographic for PR มุ่งเน้นการนำข้อมูลที่มีจำนวนมากหรือมีความซับซ้อนมานำเสนอในรูปแบบภาพ เพื่อให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจเนื้อหาได้ง่ายและรวดเร็ว โดยอินโฟกราฟิกเป็นการผสมผสานระหว่าง Information และ Graphic ซึ่งช่วยเพิ่มความน่าสนใจ ทำให้ข้อมูลจดจำง่าย และสามารถนำไปเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ประเภทของอินโฟกราฟิก ๘ รูปแบบ ได้แก่ Statistical, Informational, Timeline, Process, Geographic, Comparison, Hierarchical และ List ซึ่งแต่ละรูปแบบเหมาะสมกับลักษณะข้อมูลที่แตกต่างกัน รวมถึงหลักการเลือกใช้แผนภูมิ เช่น Bar Chart, Pie Chart, Line Chart, Timeline, Flowchart, Mind Map และ Table ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

กระบวนการออกแบบอินโฟกราฟิก ประกอบด้วย ๕ ขั้นตอน ได้แก่ การกำหนดเป้าหมายและกลุ่มเป้าหมาย การรวบรวมและคัดกรองข้อมูล การกำหนดแนวทางด้านภาพ (Visual Direction) การสร้างสรรค์ผลงาน และการเผยแพร่ให้เหมาะสมกับแต่ละแพลตฟอร์ม นอกจากนี้ ยังได้เรียนรู้การประยุกต์ใช้เครื่องมือดิจิทัล เช่น Canva และ AI ในการช่วยค้นหาแนวคิด ออกแบบ และจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์

๓. VDO Editing for PR : การตัดต่อวิดีโอสำหรับงานประชาสัมพันธ์

การอบรมด้านการผลิตและตัดต่อวิดีโอ มุ่งเน้นให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถวางแผนและผลิตสื่อวิดีโอเพื่อการประชาสัมพันธ์ได้อย่างเป็นระบบ โดยเรียนรู้กระบวนการผลิตแบบ ๓P Production ได้แก่ Pre-Production, Production และ Post-Production

ขั้นตอน Pre-Production เป็นการเตรียมความพร้อมก่อนการถ่ายทำ เช่น การกำหนดแนวคิด วัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย การเขียนสคริปต์ การจัดทำ Storyboard และการวางแผนด้านอุปกรณ์และงบประมาณ ขั้นตอน Production เป็นการถ่ายทำจริง โดยคำนึงถึงภาพ แสง ฉาก เสียง และการบันทึกข้อมูลให้ครบถ้วน ส่วน Post-Production เป็นขั้นตอนการนำไฟล์ภาพและเสียงมาตัดต่อ ใส่ข้อความ กราฟิก เอฟเฟกต์ ดนตรี และปรับปรุงคุณภาพก่อนเผยแพร่

อีกประเด็นสำคัญคือการเล่าเรื่อง (Storytelling) โดยวิดีโอที่ดีควรมีการเปิดเรื่องที่ดึงดูดความสนใจ นำเสนอเนื้อหาที่ต้องการสื่อสารอย่างกระชับ และมีการสรุปปิดท้ายที่ทำให้ผู้ชมจดจำสาระสำคัญได้ นอกจากนี้ ได้เรียนรู้การใช้ A-Roll ซึ่งเป็นภาพหรือเนื้อหาหลักที่ใช้ในการเล่าเรื่อง และ B-Roll ซึ่งเป็นภาพประกอบที่ช่วยเพิ่มบริบท อารมณ์ และช่วยปกปิดรอยต่อของการตัดต่อ

ในการฝึกปฏิบัติได้เรียนรู้การใช้โปรแกรม CapCut สำหรับการตัดต่อวิดีโอ เช่น การตัดต่อ และเรียงคลิป การปรับความเร็ว การใส่เสียง ข้อความ สติกเกอร์ Animation และ Effect รวมถึงการตั้งค่าความละเอียด Frame Rate และ Bit Rate ก่อนส่งออกไฟล์ ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการผลิตคลิปประชาสัมพันธ์ กิจกรรม ผลงาน และองค์ความรู้ของศูนย์ฯ สำหรับเผยแพร่ผ่าน Facebook, TikTok, YouTube และช่องทางออนไลน์อื่น ๆ

๔. AI Tools for PR : เครื่องมือ AI สำหรับงานประชาสัมพันธ์

การอบรมหัวข้อ AI Tools for PR ทำให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและแนวคิด Digital Mindset โดยเน้นการมี Growth Mindset ที่พร้อมเรียนรู้และพัฒนาตนเอง ควบคู่กับ Digital Awareness เพื่อให้สามารถปรับตัวและใช้เทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างเหมาะสม

ได้เรียนรู้การประยุกต์ใช้ AI ในงานประชาสัมพันธ์ เช่น การคิดประเด็นและแนวทางการสื่อสาร การเขียนข่าวและสคริปต์ การสร้างแนวคิดสำหรับภาพและวิดีโอ การวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้รับสาร และการช่วยจัดทำเนื้อหาสำหรับสื่อออนไลน์ ทั้งนี้ การใช้ AI จำเป็นต้องมีการตรวจสอบข้อมูลก่อนนำไปใช้ เนื่องจาก AI อาจเกิด Hallucination คือการสร้างข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง รวมถึงอาจมี Bias หรืออคติจากข้อมูลที่ใช้ในการเรียนรู้ และ Overconfidence หรือการนำเสนอคำตอบอย่างมั่นใจแม้ข้อมูลอาจไม่ถูกต้อง

นอกจากนี้ ยังได้เรียนรู้หลักการเขียน Prompt โดยใช้โครงสร้าง Persona – Task – Context – Format เพื่อให้ AI เข้าใจบทบาท งานที่ต้องการ บริบท และรูปแบบผลลัพธ์ได้ชัดเจน รวมถึงหลักการกำหนดคำสั่งสำหรับการสร้างภาพและวิดีโอ ซึ่งสามารถช่วยลดเวลาในการผลิตสื่อและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน

การใช้ AI ในหน่วยงานภาครัฐต้องคำนึงถึงจริยธรรม ความปลอดภัย และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล โดยเฉพาะหลักการของ PDPA การขอความยินยอมก่อนเก็บ ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล และต้องระมัดระวังการเผยแพร่ข้อมูลที่อาจก่อให้เกิดความเสียหาย รวมถึงการตรวจสอบแหล่งที่มาและความถูกต้องของข้อมูลทุกครั้งก่อนนำไปเผยแพร่

๕. Crisis Communication : การสื่อสารในภาวะวิกฤต

การอบรมหัวข้อ Crisis Communication มุ่งเน้นให้ผู้ปฏิบัติงานมีความเข้าใจเกี่ยวกับการสื่อสารเมื่อเกิดเหตุการณ์ที่อาจส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ขององค์กร โดยเรียนรู้ความหมายและประเภทของวิกฤต ความแตกต่างระหว่าง Emergency และ Crisis ตลอดจนวงจรของวิกฤต (Crisis Lifecycle)

การบริหารจัดการภาวะวิกฤต (Crisis Management) และการสื่อสารในภาวะวิกฤต (Crisis Communication) เป็นกระบวนการที่ต้องดำเนินการควบคู่กัน โดยองค์กรควรมีทีมงานที่รับผิดชอบอย่างชัดเจน มีแผนการสื่อสาร ช่องทางการสื่อสาร และผู้มีอำนาจในการให้ข้อมูล เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อสถานการณ์ได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง

ประเด็นสำคัญที่ได้เรียนรู้ คือ Golden Hour หรือช่วงเวลาสำคัญในช่วงแรกของเหตุการณ์เกิดวิกฤต ซึ่งองค์กรต้องรวบรวมข้อเท็จจริง ประเมินสถานการณ์ กำหนดผู้รับผิดชอบ จัดทำ Key Message และสื่อสารข้อมูลที่ถูกต้องแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างรวดเร็ว โดยควรมีการเตรียม Holding Statement สำหรับใช้เป็นถ้อยแถลงเบื้องต้นในกรณีที่ยังไม่สามารถให้ข้อมูลรายละเอียดทั้งหมดได้

การตอบคำถามของสื่อมวลชนและประชาชนควรให้ความสำคัญกับความถูกต้องและความน่าเชื่อถือ ไม่ควรคาดเดาข้อมูลหรือให้ข้อมูลที่ยังไม่ได้การยืนยัน และควรสื่อสารถึงแนวทางการแก้ไข และการดำเนินงานในอนาคต ไม่ใช่เพียงการชี้แจงสิ่งที่เกิดขึ้นในอดีต

ประโยชน์ที่ได้รับจากการฝึกอบรม

๑. ต่อตนเอง : ได้รับความรู้และทักษะด้านการประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัล ตั้งแต่การวางแผนสื่อ การออกแบบอินโฟกราฟิก การผลิตและตัดต่อวิดีโอ ตลอดจนการใช้ AI เพื่อช่วยสร้างสรรค์เนื้อหา และเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน รวมทั้งมีความรู้ในการสื่อสารและรับมือกับสถานการณ์วิกฤต สามารถนำมาพัฒนาทักษะ และประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างมั่นใจและเป็นมืออาชีพมากขึ้นประชาสัมพันธ์โครงการ อันเนื่องมาจากพระราชดำริไปสู่ทุกภาคส่วนได้อย่างกว้างขวาง

๒. ต่อองค์กร : สามารถนำองค์ความรู้ที่ได้รับมาพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานให้มีความทันสมัย เป็นระบบ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น โดยใช้สื่อดิจิทัล อินโฟกราฟิก วิดีโอ และ AI เป็นเครื่องมือในการนำเสนอภารกิจ ผลงาน องค์ความรู้ และกิจกรรมของศูนย์ฯ ตลอดจนช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือขององค์กร

๓. ต่อสาธารณะ : สามารถผลิต เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และองค์ความรู้ของหน่วยงานในรูปแบบที่เข้าใจง่าย น่าสนใจ และเข้าถึงได้สะดวกผ่านช่องทางออนไลน์ ช่วยให้ประชาชน เกษตรกร นักเรียน นักศึกษา และผู้สนใจเข้าถึงความรู้ด้านการพัฒนาที่ดิน การอนุรักษ์ดินและน้ำ และแนวพระราชดำริได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง และเกิดประโยชน์ต่อการนำไปใช้ในชีวิตจริงและการพัฒนาชุมชน

การนำองค์ความรู้ไปปรับใช้ในการปฏิบัติงาน

นำความรู้จากการอบรมมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของศูนย์ฯ โดยวางแผนการสื่อสารให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ผลิตสื่อ Infographic และ VDO ที่กระชับ น่าสนใจ และเข้าใจง่าย รวมถึงใช้ AI ช่วยในการคิดเนื้อหาและสร้างสรรค์สื่อ พร้อมตรวจสอบความถูกต้องและคำนึงถึง PDPA นอกจากนี้ นำความรู้ด้าน Crisis Communication มาใช้ในการเตรียมความพร้อม และวางแผนทางการสื่อสารในสถานการณ์วิกฤต เพื่อให้การประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพ ทันสมัย และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร

และสามารถนำแนวคิดดังกล่าวมาประยุกต์ใช้กับการดำเนินงานของศูนย์ฯ โดยเฉพาะกรณีที่เกิดเหตุการณ์หรือข่าวสารที่ส่งผลกระทบต่อความเข้าใจของประชาชน เช่น ข่าวลือเกี่ยวกับศูนย์ฯ การเกิดอุบัติเหตุในพื้นที่ หรือประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม และการดำเนินงานของหน่วยงาน โดยควรมีการเตรียมข้อมูลข้อเท็จจริง ผู้รับผิดชอบ และแนวทางการสื่อสารไว้ล่วงหน้า

แหล่งที่มา

หลักสูตร : “นักประชาสัมพันธ์ดิจิทัล SMART PR”

วิทยากร/ผู้ให้ความรู้ : ผศ.ดร.ทองแสงรัมย์ ธิณะแก้ว ผศ.ดร.รัตตมา รัตนวงศา คุณพัฒนพงศ์ ประภาศรี และดร.ภัทราภรณ์ แท้มสุวรรณ

หน่วยงานที่จัดอบรม : สำนักงานคณะกรรมการประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ

รูปแบบหลักสูตร : อบรมเชิงปฏิบัติการ หลักสูตร “นักประชาสัมพันธ์ดิจิทัล SMART PR”

ช่วงเวลาการฝึกอบรม : มิถุนายน ๒๕๖๔