



ที่มาและความสำคัญของปัญหา

กรมป่าไม้ เป็นหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นมาในระยะแรก เพื่อควบคุมทางด้านการทำไม้และของป่า ต่อมาเมื่อมีแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับแรก เมื่อ พ.ศ. 2504 จึงได้เริ่มมีนโยบายสงวนและรักษาพื้นที่ป่าไม้ แต่ก็มีการทำไม้และของป่ามาโดยตลอด เมื่อมีการเร่งรัดพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ โดยเฉพาะจากสินค้าทางการเกษตร และจำนวนประชากรเพิ่มขึ้นอีกทางหนึ่ง ทำให้พื้นที่ป่าไม้ถูกทำลายอย่างรวดเร็ว ทั้งเพื่อต้องการไม้และที่ดิน แม้รัฐจะได้มีมาตรการในการป้องกันรักษาป่าหลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการป้องกันและปราบปราม แต่ก็ไม่สามารถหยุดยั้งการบุกรุกทำลายป่าไม้ ต่อมาเมื่อนโยบายด้านการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้เริ่มให้ความสำคัญด้านอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมยิ่งขึ้น และกรมป่าไม้ก็ได้เพิ่มงานด้านการอนุรักษ์มากขึ้น แต่พื้นที่ป่าไม้ถูกทำลายไปมากเกินระดับมาตรฐานที่จะช่วยรักษาสภาพแวดล้อมให้ดีขึ้นได้ แม้จะได้มีการยกเลิกสัมปทานการทำไม้ และมีความพยายามในการรักษาและฟื้นฟูสภาพป่าไม้ด้วยมาตรการต่าง ๆ ก็กลายเป็นการสร้างความเดือดร้อนให้ผู้ประกอบอาชีพทำไม้ และราษฎรที่บุกรุกอยู่อาศัยทำมาหากินในพื้นที่ป่า เกิดภาพลักษณ์ของกรมป่าไม้ว่าล้มเหลวในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ และมีกำลังสร้างการเดือดร้อนให้แก่ประชาชนผู้ยากไร้¹

ในขณะที่สังคมปัจจุบันก้าวเข้าสู่ยุคสังคมข่าวสาร ประชาชนตื่นตัวในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ มากขึ้น การติดต่อสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญ กรมป่าไม้เริ่มให้ความสำคัญกับนโยบายเชิงรุกด้วยการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปสู่ประชาชนเป้าหมาย เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องให้กับกรมป่าไม้

การประชาสัมพันธ์ของกรมป่าไม้เริ่มต้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2473 และได้มีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงมาตลอด จนกระทั่งมาสังกัดสำนักสารนิเทศ ตามพระราชกฤษฎีกาแบ่งส่วนราชการกรมป่าไม้ พ.ศ. 2535 ในส่วนภูมิภาค กรมป่าไม้ได้ร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (ก.พ.) จัดทำแผนอัตรากำลัง 3 ปี ของกรมป่าไม้ ได้กำหนดให้มีงานสารนิเทศ ขึ้นกับฝ่ายบริหารทั่วไปของสำนักงานป่าไม้เขตทุกเขต และฝ่ายส่งเสริมและพัฒนาของสำนักงานป่าไม้จังหวัด

¹ จิระ จินตานุกุล, "การประชาสัมพันธ์ของกรมป่าไม้," เอกสารประกอบการฝึกอบรมหลักสูตรการประชาสัมพันธ์ รุ่นที่ 9 กรมป่าไม้ 20-30 กรกฎาคม 2535. (อัดสำเนา)

ทุกจังหวัด โดยเริ่มได้งบประมาณสำหรับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในส่วนภูมิภาค ตั้งแต่ปีงบประมาณ 2536 เป็นต้นมา

ด้วยเหตุที่กรมป่าไม้เป็นหน่วยงานราชการ ดังนั้นการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์จึงต้องอยู่บนพื้นฐานของแผนหรือนโยบายต่าง ๆ ของรัฐบาล นับตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 7 (พ.ศ.2535 - 2539) นโยบายของคณะรัฐบาล แผนปฏิบัติการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และนโยบายการป่าไม้แห่งชาติ ตลอดจนแผนงานของกรมป่าไม้เอง แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 7 (พ.ศ.2535 - 2539)

หมวดการบริหารและการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ ได้กำหนดแนวทางการพัฒนาและมาตรการไว้ข้อหนึ่ง ความว่า

"... จัดการควบคุมดูแลให้สามารถปฏิบัติตามแผนการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ ที่มีอยู่แล้ว เช่น แผนการจัดการอุทยานแห่งชาติ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า ป่าชายเลน และแหล่งปะการัง โดยเน้นการจัดสรรงบประมาณ และกำลังเจ้าหน้าที่พิทักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างเพียงพอ และการเสริมสร้างจิตสำนึกของประชาชน ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาตินั้น ๆ ตลอดจนการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน และการประเมินผลอัตราการทำลายทรัพยากรธรรมชาติอย่างเปิดเผยเป็นระยะ ๆ เพื่อปรับปรุงมาตรการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติให้ได้ผล..."

นโยบายของคณะรัฐบาลในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการป่าไม้

คำแถลงนโยบายของนายชวน หลีกภัย นายกรัฐมนตรี ต่อรัฐสภา เมื่อวันที่ 21 ตุลาคม 2535 ด้วยเหตุที่การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในทางเศรษฐกิจและสังคมในระยะที่ผ่านมา มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ รัฐบาลจึงได้กำหนดนโยบายด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ขึ้น "... 6. ปลุกฝังให้เด็ก เยาวชน และประชาชน ตระหนักในความสำคัญของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมรวมทั้งสนับสนุนองค์กรเอกชนที่ดำเนินการในเรื่องนี้ ..."

แผนปฏิบัติการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 7 (พ.ศ.2535 - 2539) ได้กำหนดแนวทางและมาตรการไว้ข้อหนึ่ง ความว่า "... 6. ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์เพื่อปลุกฝังจิตสำนึก และเสริมสร้างความรู้เรื่องป่าชายเลน ทั้งด้านการใช้ประโยชน์และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ..."

นอกจากนี้ คณะรัฐมนตรียังได้มีมติ เมื่อวันที่ 3 ธันวาคม 2528 กำหนดนโยบายการป่าไม้แห่งชาติ ขึ้น ซึ่งมีแนวทางข้อหนึ่งว่า

"... 11. เพื่อเป็นการปลุกฝังให้ประชาชนมีความรู้สึกรักและหวงแหนรู้จักใช้ทรัพยากรป่าไม้อย่างประหยัด รัฐจะต้องให้ความรู้ทัศนคติ ความสำนึก ความรู้สึก

และทักษะแก่ประชาชน เกี่ยวกับผลประโยชน์ที่จะได้รับจากทรัพยากรป่าไม้และผลเสียจากการตัดไม้ทำลายป่า การใช้สอยไม้อย่างฟุ่มเฟือย จัดให้มีการเผยแพร่ความรู้และความเข้าใจแก่ประชาชน เกี่ยวกับความสำคัญของทรัพยากรป่าไม้ที่มีต่อส่วนรวม ..."

งานสำคัญด้านหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ คือ การโฆษณาเผยแพร่ข่าวสาร ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับนโยบาย ความมุ่งหมาย วิธีการทำงาน หรือผลการทำงานของสถาบันใดสถาบันหนึ่ง ไปให้ประชาชนรู้และเข้าใจ การเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อมวลชน เป็นอีกหนทางหนึ่งที่นักประชาสัมพันธ์ไม่อาจมองข้าม เนื่องจากคุณสมบัติของสื่อมวลชนที่สามารถส่งข่าวสารไปสู่ประชาชนจำนวนมากที่อยู่คนละทิศละทาง คนละสถานที่ ในเวลาพร้อม ๆ กัน งานประชาสัมพันธ์และเผยแพร่การป่าไม้ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายอยู่ที่ประชาชนทั่วประเทศ จึงต้องอาศัยสื่อมวลชนเป็นตัวกลางในการเผยแพร่ข่าวสารอีกทางหนึ่ง

ดังนั้นนักประชาสัมพันธ์หรือเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์จะต้องรู้จักภูมิตรและสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน ทั้งนี้รองศาสตราจารย์วิจิตร อวาทะกุล² ได้ให้ความหมายของความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน (Press Relations) ว่า หมายถึง การทำความรู้จักคุ้นเคยสนิทสนมกับผู้สื่อข่าว ซึ่งนักประชาสัมพันธ์จะต้องพบและต้อนรับอยู่เสมอทุกครั้งที่เขามาทำข่าว หรือเขียนข่าวของหน่วยงานเรา ควรทำความรู้จักและสร้างความสัมพันธ์กันไว้ ได้แก่ ช่างภาพ นักข่าว นักเขียน นักวิจารณ์ ของหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ควรมีการพบปะสังสรรค์ เช่น เชิญรับประทานอาหารร่วมกัน หรือเลี้ยงของว่างบ้างบางโอกาส หรือถ้าหากทางฝ่ายสื่อมวลชนจัดงาน ถ้าได้รับเชิญหรือขอความร่วมมือ ควรไปร่วมสังสรรค์พบปะสร้างความสัมพันธ์อันดีไว้ เช่นเดียวกับที่เราปฏิบัติต่อเพื่อนสนิทของเรา และถือว่าเป็นเพื่อนร่วมอาชีพด้วย จะได้เป็นการสร้างความสัมพันธ์และความร่วมมือไว้เป็นการส่วนตัว ซึ่งมักจะให้ผลดีกว่าความสัมพันธ์ที่เป็นทางการอย่างเดียว

ทั้งนี้ในส่วนของแผนงานประชาสัมพันธ์ของกรมป่าไม้ ได้กำหนดงานสื่อมวลชนสัมพันธ์ไว้อย่างชัดเจน โดยในแผนการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของส่วนกลาง กำหนดไว้ 3 ประการ

1. ประสานงานเผยแพร่ข่าวสาร บทความและสารคดีป่าไม้ทางสื่อมวลชน
2. จัดแถลงข่าวแก่สื่อมวลชน
3. นำสื่อมวลชนศึกษาดูงานกิจการป่าไม้

² วิจิตร อวาทะกุล, การประชาสัมพันธ์หลักและวิธีการปฏิบัติ (กรุงเทพมหานคร : ไทโยพัฒนาพานิช, 2534), หน้า 146.

สำหรับแผนการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของส่วนภูมิภาค ได้กำหนดงานสื่อมวลชนสัมพันธ์ไว้ 3 ประการ เช่นเดียวกัน คือ

1. ประสานงานเผยแพร่ข่าวสาร บทความและสารคดีป่าไม้ทางสื่อมวลชน
2. ตรวจสอบข่าวสารความเคลื่อนไหวด้านป่าไม้ทางสื่อมวลชน
3. นำสื่อมวลชนศึกษาดูงานกิจการป่าไม้

นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมพิเศษที่กรมป่าไม้ได้กำหนดขึ้น เช่น กิจกรรมวันต้นไม้ประจำปีของชาติ กิจกรรมวันรักต้นไม้ กิจกรรมวันอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ กิจกรรมวันคุ้มครองสัตว์ป่า วันสถาปนากรมป่าไม้ ฯลฯ ซึ่งล้วนแล้วแต่ต้องอาศัยสื่อมวลชนเข้ามาช่วยเผยแพร่กิจกรรมด้วย

งานประชาสัมพันธ์และสื่อมวลชน จึงมีความเกี่ยวข้องและมีความจำเป็นต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ปัญหาที่มักจะเป็นอุปสรรคต่อความสัมพันธ์ของบุคคลทั้งสองฝ่ายก็คือ ความไม่เข้าใจถึงความต้องการของกันและกัน รวมทั้งในบางครั้งก็ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของกันและกันได้

นักสื่อสารมวลชนมักจะมองว่างานประชาสัมพันธ์นั้น เป็นการโฆษณาหน่วยงานมากกว่าจะเห็นแก่ประโยชน์ของประชาชน และมักคิดว่าข่าวต่าง ๆ ที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ส่งมานั้น เขาต้องการลงโฆษณาโดยไม่เสียเงิน สื่อมวลชนจึงจะเลเยต่อข่าวสารที่นักประชาสัมพันธ์ส่งมา นักประชาสัมพันธ์ก็เห็นว่าสื่อมวลชนส่วนใหญ่ขาดจรรยาบรรณในการเสนอข่าว มีอคติ ไม่ยุติธรรม มุ่งหากำไร ไม่ได้สร้างสรรค์สังคม หรือยกระดับค่านิยมของประชาชน ไม่ได้เป็นผู้นำความคิดที่ดี³

ถ้าเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์มีความรู้ ความสามารถ เข้าใจถึงจิตใจของสื่อมวลชน ว่าอะไรคือสิ่งที่สื่อมวลชนต้องการ ก็จะสามารถสนองความต้องการของสื่อมวลชนได้ หากเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์เป็นนักประชาสัมพันธ์เพียงแต่ชื่อ ขาดพื้นฐานความรู้ ความเข้าใจ ในงานหน้าที่ไม่รู้จักจิตใจของสื่อมวลชน และไม่รู้จักเทคนิคของงานสื่อมวลชนสัมพันธ์แล้ว เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ผู้นั้น ก็จะกลายเป็นอุปสรรคต่อสื่อมวลชน เป็นกำแพงกั้นมิให้ข่าวสารเรื่องราวของหน่วยงานเผยแพร่ออกไปสู่ประชาชนได้

งานสื่อมวลชนสัมพันธ์จึงไม่ใช่สิ่งที่ง่าย ดังที่ มร. เอลโก เค. พายาซาลมี⁴ กรรมการผู้จัดการ บริษัท เพรสโก้ นัปลิบลีเคชั่น จำกัด ได้กล่าวว่า "การทำงานเกี่ยวข้องกับสื่อมวลชน

³ชมชื่น ปัตติทาการ, "ความสัมพันธ์ระหว่างนักประชาสัมพันธ์กับสื่อมวลชนในสังคมไทย" นิเทศสาร ปีที่ 2 ฉบับที่ 6, (ธันวาคม 2516) : 44.

⁴มร. เอลโก เค. พายาซาลมี, "การประชาสัมพันธ์และการทำงานเกี่ยวข้องกับสื่อมวลชน" วารสารสื่อสารมวลชน ปีที่ 1 ฉบับที่ 2, (พฤศจิกายน 2524 - มีนาคม 2525) : 9.

นับเป็นงานที่ยากที่สุดงานหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ อีกทั้งยังเป็นงานที่สำคัญที่สุดด้วย" เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ จึงนับว่ามีบทบาทสำคัญต่อหน่วยงาน

กรมป่าไม้ ซึ่งเป็นหน่วยงานรัฐบาลที่มีหน้าที่สำคัญในการดูแลรักษาทรัพยากรป่าไม้สมบัติของชาติ ที่มีผลต่อประชาชนทั่วประเทศ งานประชาสัมพันธ์และเผยแพร่การป่าไม้ จึงต้องครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายประชาชนคนไทยทั่วประเทศ ในการนี้จึงได้จัดให้มีเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ส่วนภูมิภาค เพื่อความคล่องตัวในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ และทำหน้าที่ประสานงานกับสื่อมวลชนในท้องถิ่นด้วย

อย่างไรก็ตาม เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ ตลอดจนสื่อมวลชนสัมพันธ์ในส่วนภูมิภาคนั้น ยังไม่มีการกำหนดอัตรากำลังเฉพาะที่แน่นอน (อยู่ในระหว่างการพิจารณาจัดทำแผนอัตรากำลัง) ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่มีหน้าที่อื่นประจำอยู่แล้วทำให้ไม่สามารถปฏิบัติงานได้ต่อเนื่องในบางครั้ง และโดยมากไม่ใช่เจ้าหน้าที่ที่มีคุณวุฒิทางการสื่อสารมวลชนหรือนิเทศศาสตร์โดยตรง หากแต่เป็นเจ้าหน้าที่ทางด้านวิชาการป่าไม้ และสาขาวิชาอื่น ซึ่งกรมป่าไม้ได้จัดอบรมหลักสูตรการประชาสัมพันธ์ เพื่อเพิ่มทักษะให้กับเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์เป็นประจำทุกปี จนถึงปัจจุบันได้จัดอบรมมาแล้ว 12 รุ่น

สำหรับในส่วนกลางนั้น การดำเนินงานประชาสัมพันธ์มักเป็นไปตามนโยบายของผู้บริหารระดับสูง บางสมัยมีสายการบังคับบัญชาขึ้นตรงกับอธิบดีกรมป่าไม้ บางสมัยกลับไปขึ้นอยู่กับสำนักงานเลขานุการกรม ทำให้มีขีดจำกัดในการดำเนินงานโดยส่วนรวม ซึ่งในปัจจุบันได้มีการปรับโครงสร้างการแบ่งส่วนราชการกรมป่าไม้ โดยส่วนประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ได้มาสังกัดสำนักสารนิเทศ ขึ้นตรงต่อรองอธิบดีกรมป่าไม้ฝ่ายวิชาการ ทั้งนี้หน่วยงานบางหน่วยในสังกัดกรมป่าไม้ ได้จัดหน่วยงานงานส่งเสริมเผยแพร่ขึ้น ทั้งที่เป็นทางการและเฉพาะกิจขึ้น การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของกรมป่าไม้จึงค่อนข้างกระจัดกระจาย ไม่เป็นเอกภาพ ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ก็กระจายอยู่ตามหน่วยงานต่าง ๆ ที่รับผิดชอบกิจกรรมซึ่งเกี่ยวข้อง ก่อให้เกิดปัญหาและอุปสรรคในการเสนอหรือเผยแพร่แก่สื่อมวลชน นอกจากนี้สื่อมวลชนยังเกิดความสับสนในการติดต่อประสานงาน โดยในบางครั้งก็ติดต่อประสานงานผ่านเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ แต่ในบางครั้งก็ติดต่อประสานงานโดยตรงกับหน่วยงานเจ้าของเรื่อง ทำให้ขาดความเป็นระบบ และก่อให้เกิดปัญหาอื่นตามมา

ดังนั้นการจัดระบบภายในองค์กรจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ไม่อาจมองข้ามไป ในเรื่องของระบบจะประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 ประการ⁵ คือ สิ่งต่าง ๆ ที่ประกอบขึ้นเป็นองค์กรรวม คุณลักษณะเฉพาะ

⁵Stephenson W. Littlejohn, Theories of human communication.

3rd ed. California: Wadsworth Publishing Co., 1989, p. 35.

ความสัมพันธ์ และสภาวะแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อระบบ ซึ่งก่อให้เกิดแนวคิดที่เกี่ยวพันกัน คือ ทฤษฎีไชเบอร์เนติกส์ เป็นเรื่องเกี่ยวกับกระบวนการสารสนเทศ การติดต่อสื่อสาร และการควบคุมกฎเกณฑ์ที่ปฏิบัติอยู่ในระบบที่ไม่หยุดนิ่ง โดยเน้นที่การสะท้อนกลับของการติดต่อสื่อสาร

ในขณะที่ฝ่ายบริหารเริ่มให้ความสำคัญต่องานประชาสัมพันธ์มากขึ้น นักประชาสัมพันธ์ต้องแสดงบทบาท และความสามารถให้ผู้บริหารประจักษ์ ทั้งนี้บทบาทที่ฝ่ายบริหารปฏิบัติ และบทบาทที่เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ปฏิบัติ ย่อมแตกต่างกันตามภาระหน้าที่ความรับผิดชอบ อย่างไรก็ตามทั้งสองฝ่ายต่างก็คาดหวังในบทบาทของงานเช่นเดียวกัน

เพื่อให้สามารถเห็นการปฏิบัติจริง การมองกรอบของงาน ข้อดี ข้อเสีย ปัญหาและอุปสรรคของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ตลอดจนความคาดหวังของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ที่มีต่องานสื่อสารมวลชนสัมพันธ์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เผยแพร่การป่าไม้ต่อไป ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัย จึงได้เลือกทำการศึกษาวิจัย "ศึกษาเปรียบเทียบการปฏิบัติจริงและความคาดหวังในงานสื่อสารมวลชนสัมพันธ์ ของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์กรมป่าไม้" นี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับงานสื่อสารมวลชนสัมพันธ์ การมองกรอบของงานสื่อสารมวลชนสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์และผู้บริหารของกรมป่าไม้ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระหว่างการปฏิบัติจริงและความคาดหวังในเชิงปฏิบัติ ที่ต้องการต่องานสื่อสารมวลชนสัมพันธ์ ของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของกรมป่าไม้

สมมติฐานของการวิจัย

1. เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของกรมป่าไม้ในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค มีความเข้าใจในงานสื่อสารมวลชนสัมพันธ์แตกต่างกัน
2. การปฏิบัติจริงในงานสื่อสารมวลชนสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของกรมป่าไม้ในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคมีความแตกต่างกัน
3. เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของกรมป่าไม้ ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค มีความคาดหวังในงานสื่อสารมวลชนสัมพันธ์ไม่แตกต่างกัน

4. การปฏิบัติจริงในงานสื่อมวลชนสัมพันธ์ของส่วนภูมิภาค ระหว่างสำนักงานป่าไม้เขต และสำนักงานป่าไม้จังหวัด ที่มีผลการปฏิบัติงานในระดับสูง กลาง และต่ำ มีความแตกต่างกัน
5. ความคาดหวังในงานสื่อมวลชนสัมพันธ์ของส่วนภูมิภาค ระหว่างสำนักงานป่าไม้เขต และสำนักงานป่าไม้จังหวัด ที่มีผลการปฏิบัติงานในระดับสูง กลาง และต่ำ ไม่มีความแตกต่างกัน

ข้อตกลงเบื้องต้น

1. ผู้ตอบแบบสอบถามทุกคนตอบแบบสอบถามด้วยความจริงใจตามข้อเท็จจริง โดยมีอิสระในการตอบเป็นของตนเอง
2. ผู้ตอบแบบสอบถามทุกคน เป็นผู้มีส่วนร่วมอย่างใกล้ชิดต่องานสื่อมวลชนสัมพันธ์ของกรมป่าไม้ ในฐานะบุคลากรของหน่วยงานและมีความรับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ คำตอบจึงมีความเชื่อถือได้
3. กำหนดให้สำนักงานป่าไม้เขตอยู่ในส่วนภูมิภาค ตามลักษณะการทำงานและแผนงานประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้แม้ว่าในพระราชกฤษฎีกาแบ่งส่วนราชการกรมป่าไม้ พ.ศ.2535 จะกำหนดให้สำนักงานป่าไม้เขตอยู่ในส่วนของงานบริหารราชการส่วนกลางก็ตาม

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาการปฏิบัติจริงและความคาดหวังเกี่ยวกับงานสื่อมวลชนสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ในส่วนกลาง (สำนักสารนิเทศ) และในส่วนภูมิภาค คือ เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ของสำนักงานป่าไม้เขต 21 เขต และสำนักงานป่าไม้จังหวัด 75 จังหวัด โดยครอบคลุมถึง

1. ความรู้ความเข้าใจ และการมองกรอบของงานสื่อมวลชนสัมพันธ์
2. การปฏิบัติจริงของงานสื่อมวลชนสัมพันธ์
 - 2.1 องค์ประกอบของงานสื่อมวลชนสัมพันธ์
 - 2.1.1 บุคลากร
 - 2.1.2 งบประมาณ
 - 2.1.3 อาคารสถานที่ (สำนักงาน)
 - 2.1.4 วัสดุครุภัณฑ์ (เครื่องมือ)
 - 2.1.5 ภาวะแวดล้อมและความร่วมมือ
 - 2.2 ประสานงานเผยแพร่ข่าวสาร บทความและสารคดีป่าไม้ทางสื่อมวลชน

- 2.3 ตรวจสอบข่าวสารความเคลื่อนไหวด้านป่าไม้ทางสื่อมวลชน
 - 2.4 จัดแถลงข่าวแก่สื่อมวลชน
 - 2.5 นำสื่อมวลชนศึกษาดูงานกิจการป่าไม้
 - 2.6 กิจกรรมและการให้บริการแก่สื่อมวลชน
3. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการงานสื่อมวลชนสัมพันธ์

นิยามศัพท์

สื่อมวลชนสัมพันธ์ หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่ทำหน้าที่เป็นสื่อมวลชนกับเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ซึ่งระบุไว้ในแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ของส่วนกลาง ในงานสื่อมวลชนสัมพันธ์ 3 ประการ

1. ประสานงานเผยแพร่ข่าวสาร บทความและสารคดีป่าไม้ทางสื่อมวลชน
2. จัดแถลงข่าวแก่สื่อมวลชน
3. นำสื่อมวลชนศึกษาดูงานกิจการป่าไม้

และตามแผนปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของส่วนภูมิภาค ได้กำหนดงานสื่อมวลชนสัมพันธ์ไว้

3 ประการ คือ

1. ประสานงานเผยแพร่ข่าวสาร บทความและสารคดีป่าไม้ทางสื่อมวลชน
2. ตรวจสอบข่าวสารความเคลื่อนไหวด้านป่าไม้ทางสื่อมวลชน
3. นำสื่อมวลชนศึกษาดูงานกิจการป่าไม้

ทั้งนี้หมายรวมถึงความสัมพันธ์ในงาน ที่ไม่ได้กำหนดไว้ในแผนงานด้วย เช่น

1. งานบริการอำนวยความสะดวกแก่สื่อมวลชนในด้านต่าง ๆ
2. นำสื่อมวลชนรายย่อยศึกษาดูงานในพื้นที่ ตามความประสงค์ของสื่อมวลชน

การปฏิบัติจริง หมายถึง การดำเนินการสื่อมวลชนสัมพันธ์ของกรมป่าไม้ ที่ได้ปฏิบัติจริงในปัจจุบันตามบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ ซึ่งระบุไว้ในพระราชกฤษฎีกากำหนดส่วนราชการกรมป่าไม้ พ.ศ. 2535 แผนปฏิบัติการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และตามแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ของส่วนกลาง ในงานสื่อมวลชนสัมพันธ์ 3 ประการ และตามแผนปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของส่วนภูมิภาค ได้กำหนดงานสื่อมวลชนสัมพันธ์ไว้ 3 ประการ รวมทั้งงานที่ปฏิบัติจริงในปัจจุบัน แม้จะไม่มีระบุในแผนงานก็ตาม ตลอดจนองค์ประกอบของการปฏิบัติงานสื่อมวลชนสัมพันธ์ ได้แก่ บุคลากร งบประมาณ อาคารสถานที่ (สำนักงาน) วัสดุครุภัณฑ์ (เครื่องมือ) การจัดกิจกรรมและการให้บริการแก่สื่อมวลชน

ความคาดหวัง หมายถึง ความต้องการความมุ่งหวังเฉพาะตัวบุคคลที่มีต่อการดำเนินงานสื่อมวลชนสัมพันธ์ของกรมป่าไม้ ที่สนองต่อคำถามในแบบสอบถามเกี่ยวกับความคาดหวังในเชิงปฏิบัติที่ต้องการ ที่คาดว่าจะเป็นไปได้ในปัจจุบันและอนาคต โดยสอดคล้องกับแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์กรมป่าไม้

เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของกรมป่าไม้ หมายถึง ผู้บริหารกรมป่าไม้ (อธิบดี รองอธิบดี ผู้อำนวยการกอง ผู้อำนวยการสำนักต่าง ๆ เลขานุการกรมป่าไม้) ป่าไม้เขต 21 เขต ป่าไม้จังหวัด 75 จังหวัด เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ในสำนักงานนิเทศ และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ ในส่วนภูมิภาค คือ สำนักงานป่าไม้เขต 21 เขต และสำนักงานป่าไม้จังหวัด 75 จังหวัด

ระดับความรู้ความเข้าใจ หมายถึง ระดับของความรู้และความเข้าใจในงานสื่อมวลชนสัมพันธ์ ประเมินจากการตอบแบบสอบถามที่สร้างขึ้น โดยเกี่ยวกับหลักการของงานสื่อมวลชนสัมพันธ์

สำนักงานป่าไม้เขตและสำนักงานป่าไม้จังหวัด ที่มีผลการปฏิบัติงานในระดับสูง กลาง และต่ำ หมายถึง สำนักงานป่าไม้เขตและสำนักงานป่าไม้จังหวัด ที่มีผลการปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ โดยแบ่งผลการปฏิบัติงานเป็น 3 ระดับ คือ ระดับสูง ระดับกลาง และ ระดับต่ำ ทั้งนี้การจัดระดับกระทำโดยการจัดกลุ่มคะแนนของตัวเลขผลการดำเนินงานตามที่หน่วยงานในพื้นที่รายงานต่อกรมป่าไม้

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบการปฏิบัติจริงและความคาดหวังในงานสื่อมวลชนสัมพันธ์ของกรมป่าไม้ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการจัดการงานสื่อมวลชนสัมพันธ์ของกรมป่าไม้ต่อไปในอนาคต
2. เพื่อเป็นข้อมูลในการวางแผนและการใช้สื่อมวลชนสัมพันธ์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้กรมป่าไม้
3. เพื่อสะท้อนความคิดเห็นในงานสื่อมวลชนสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่สื่อมวลชนสัมพันธ์และผู้บริหาร ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค อันจะเป็นแนวทางในการปรับปรุงงานสื่อมวลชนสัมพันธ์ของกรมป่าไม้ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น