



การจัดการความรู้สถาบันภาษา
มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ประจำปีการศึกษา ๒๕๖๕

เรื่อง
การสร้างสื่อประชาสัมพันธ์
โครงการต่าง ๆ ของสถาบันภาษา
มหาวิทยาลัยรามคำแหง



Knowledge Management of
Ramkhamhaeng Institute of Languages
Ramkhamhaeng University
Academic Year 2022

on

The Construction of Public Relations
Media for Ramkhamhaeng Institute of
Languages Courses

คำนำ

การจัดทำคู่มือการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์โครงการต่าง ๆ ของสถาบันภาษามหาวิทยาลัยรามคำแหง (The Construction of Public Relations Media for Ramkhamhaeng Institute of Languages Courses) ฉบับนี้ เพื่อให้บุคลากรสถาบันภาษาใช้เป็นคู่มือในการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์โครงการต่าง ๆ ของสถาบันภาษาผ่านระบบออนไลน์ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-๑๙ ซึ่งตรงกับพันธกิจของสถาบันภาษา ข้อที่ ๔ ว่าด้วยการส่งเสริมการผลิตบัณฑิตและพัฒนาบุคลากรของมหาวิทยาลัยให้มีทักษะทางภาษาเพิ่มขึ้น รวมทั้งส่งเสริมการจัดการความรู้ด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องให้แก่บุคลากรสถาบันภาษา และข้อที่ ๗ ว่าด้วยการส่งเสริมและพัฒนากิจการบริการจัดการตามแนวทางของการบริการกิจการบ้านเมืองที่ดี และวัตถุประสงค์ข้อที่ ๙ เพื่อเปิดโอกาสให้นักศึกษาที่ไม่มีโอกาสเข้าชั้นเรียน ได้มีแหล่งข้อมูลที่จะฝึกทักษะทางภาษาอย่างมีประสิทธิภาพโดยการศึกษาด้วยตนเอง และข้อที่ 10 เพื่อพัฒนาระบบการเรียนการสอนภาษาในมหาวิทยาลัยแบบตลาดวิชาเพื่อมวลชนให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยผู้จัดทำได้รวบรวมรายละเอียดหลักการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ การใช้โปรแกรมออนไลน์ต่าง ๆ สำหรับสร้างสื่อการประชาสัมพันธ์

ผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่า คู่มือดังกล่าวฉบับนี้ จะช่วยให้บุคลากรสถาบันภาษาใช้เป็นแนวทางในสร้างสื่อประชาสัมพันธ์โครงการต่าง ๆ ของสถาบันภาษามหาวิทยาลัยรามคำแหง ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คณะผู้จัดทำ

คำนำ

สารบัญ

รายนามผู้จัดทำ

ความหมายการจัดการความรู้

การจัดการความรู้สถาบันภาษา

บทที่ ๑ ภูมิหลังสถาบันภาษา และโครงการที่เปิดอบรม

บทที่ ๒ ความรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

๒.๑ ความหมายของการประชาสัมพันธ์

- สถาบัน (Institution or Organization)
- กลุ่มประชาชน (The Public)
- ความสัมพันธ์อันดี (Good Relationship)
- ประชามติ (Public Opinion)

๒.๒ ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ที่มีต่อองค์กรและสถาบัน

๒.๓ ประเภทของการประชาสัมพันธ์

- การประชาสัมพันธ์ภายใน (internal public relations)
- การประชาสัมพันธ์ภายนอก (external public relations)

๒.๔ องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์

- หน่วยงาน องค์กร และสถาบัน
- ข่าวสารในการประชาสัมพันธ์
- สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์
- กลุ่มประชาชนเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์

บทที่ ๓ ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

๓.๑ ภูมิหลังอินเทอร์เน็ต

๓.๒ คำศัพท์ที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตควรทราบ

๓.๓ เครือข่ายออนไลน์

๓.๔ โปรแกรมสำหรับใช้ในการประชุมผ่านระบบออนไลน์

๓.๕ โปรแกรมสำหรับใช้ในการจัดการเรียนการสอนผ่านระบบออนไลน์

๓.๕.๑ ระบบหรือซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการจัดการห้องเรียน

๓.๕.๒ ซอฟต์แวร์ที่ใช้ผลิตสื่อการสอนออนไลน์

๓.๕.๓ ซอฟต์แวร์หรือเทคนิคอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

บทที่ ๔ โปรแกรมที่นิยมใช้สร้างสื่อประชาสัมพันธ์

๔.๑ การเลือกโปรแกรมออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์

๔.๒ โปรแกรมที่เป็นที่นิยมใช้ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์

๔.๓ ป้ายประชาสัมพันธ์ออนไลน์ โครงการต่าง ๆ ของสถาบันภาษา

แหล่งที่มาของข้อมูลและอ้างอิง

แบบทดสอบ

-PRETEST

-POSTTEST

ภาคผนวก

-การใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศและอินเทอร์เน็ตอย่างปลอดภัย

รายนามคณะกรรมการผู้จัดทำคู่มือการจัดการความรู้สถาบันภาษา
เรื่อง การสร้างสื่อประชาสัมพันธ์โครงการต่าง ๆ ของสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยรามคำแหง
(The Construction of Public Relations Media for Ramkhamhaeng Institute of
Languages Courses)

รองศาสตราจารย์ ดร.ระพีณ ทรัพย์เอนก

อาจารย์สิริลักษณ์ หิริโด้ปปะ

นายต่อเกียรติ เงินทอง

ว่าที่เรือเอก ธงทิพ ปฏิสังข์

นางสาววิษณุรัตน์ ฉันทนารกุลชัย

นางสาววิญญา นวรัตน์ ณ อยู่ธยา

นางสาวณฐมน เรืองแก้ว

นางสาวสิริรัชต์ ไพลินจิราวัฒน์

นายสถาพร น้อยผุด

นางสาววรารักษ์ พรหมพุด

นางสาวสุภาณี เงินทอง

นายชภัทร ศิริวัฒน์

การจัดการความรู้ (Knowledge Management)

การจัดการความรู้ หรือ เคเอ็ม (KM = Knowledge Management) หมายถึง การรวบรวมองค์ความรู้ที่มีอยู่ในองค์กร ซึ่งกระจัดกระจายอยู่ในตัวบุคคลหรือเอกสาร มาพัฒนาให้เป็นระบบ เพื่อให้ทุกคนในองค์กรสามารถเข้าถึงความรู้ และพัฒนาตนเองให้เป็นผู้รู้ รวมทั้งปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะส่งผลให้องค์กรมีความสามารถในเชิงแข่งขันสูงสุด โดยจำแนกความรู้ออกเป็น ๒ ประเภท คือ (๑) ความรู้ที่ฝังอยู่ในคน (Tacit Knowledge) เป็นความรู้ที่ได้จากประสบการณ์ พรสวรรค์หรือสัญชาตญาณของแต่ละบุคคลในการทำความเข้าใจสิ่งต่าง ๆ เป็นความรู้ที่ไม่สามารถถ่ายทอดออกมาเป็นคำพูดหรือลายลักษณ์อักษรได้โดยง่าย เช่น ทักษะในการทำงาน งานฝีมือ หรือการคิดเชิงวิเคราะห์ บางครั้ง จึงเรียกว่าเป็นความรู้แบบนามธรรม (๒) ความรู้ที่ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) เป็นความรู้ที่สามารถรวบรวม ถ่ายทอดได้ โดยผ่านวิธีต่าง ๆ เช่น การบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร ทฤษฎี คู่มือต่าง ๆ และบางครั้งเรียกว่าเป็นความรู้แบบรูปธรรม

เป้าหมายของการจัดการความรู้ คือ การที่กลุ่มคนที่ดำเนินการจัดการความรู้ร่วมกัน มีชุดความรู้ของตนเอง ที่ร่วมกันสร้างเอง สำหรับใช้งานของตน โดยตั้งเป้าหมายไว้ ๓ ประเด็น คือ (๑) งาน พัฒนางาน (๒) คน พัฒนาคน และ (๓) องค์กร เป็นองค์กรการเรียนรู้

องค์ประกอบสำคัญของการจัดการความรู้ (Knowledge Process) คือ (๑) คน เป็นองค์ประกอบสำคัญที่สุด เพราะเป็นแหล่งความรู้ และเป็นผู้นำความรู้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ (๒) เทคโนโลยี เป็นเครื่องมือเพื่อให้คนสามารถค้นหา จัดเก็บ แลกเปลี่ยน รวมทั้งนำความรู้ไปใช้ได้โดยง่าย รวดเร็ว และ (๓) กระบวนการความรู้ เป็นการบริหารจัดการ เพื่อนำความรู้จากแหล่งความรู้ไปให้ผู้รู้ เพื่อทำให้เกิดการปรับปรุง และนวัตกรรม โดยองค์ประกอบทั้ง ๓ ส่วนนี้ จะต้องเชื่อมโยงและบูรณาการอย่างสมดุล (เรียบเรียงจาก www.thaiall.com)

การจัดการความรู้ของสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยรามคำแหง เป็นไปตามพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. ๒๕๔๖ ที่กำหนดให้ส่วนราชการมีหน้าที่พัฒนาความรู้ในส่วนราชการ เพื่อให้มีลักษณะเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้อย่างสม่ำเสมอ โดยต้องรับรู้ข้อมูลข่าวสารและสามารถประมวลผลความรู้ในด้านต่าง ๆ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติราชการได้อย่างถูกต้อง รวดเร็วและเหมาะสมต่อสถานการณ์ รวมทั้งต้องส่งเสริมและพัฒนาความรู้ ความสามารถ สร้างวิสัยทัศน์ และปรับเปลี่ยนทัศนคติของข้าราชการในสังกัดให้เป็นบุคลากรที่มีประสิทธิภาพและมีการเรียนรู้ร่วมกัน

การจัดการความรู้สถาบันภาษา

เรื่อง การสร้างสื่อประชาสัมพันธ์โครงการต่าง ๆ ของสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยรามคำแหง (The Construction of Public Relations Media for Ramkhamhaeng Institute of Languages Courses)

สถาบันภาษา มหาวิทยาลัยรามคำแหง เป็นหน่วยงานราชการที่ปฏิบัติงานในหลายมิติทั้งด้านการบริการวิชาการที่จัดอบรมโครงการต่าง ๆ รวมถึงให้บริการการแปล/ล่าม ซึ่งดำเนินการผ่านคณะกรรมการจำนวน 3 คณะ ประกอบด้วย คณะกรรมการดำเนินงาน คณะกรรมการบริหารงาน และคณะกรรมการอำนวยการ โดยเฉพาะคณะกรรมการบริหารงานที่ต้องพิจารณาการนำเสนอแผนการปฏิบัติราชการจากคณะกรรมการดำเนินงาน แล้วจึงนำมติที่ประชุมเสนอคณะกรรมการอำนวยการพิจารณาต่อไป

ด้วยสถานการณ์ปัจจุบันเกิดโรคระบาดจากเชื้อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ ในทุกประเทศส่งผลกระทบต่อทุกภาคส่วน โดยรัฐบาลได้กำหนดมาตรการต่าง ๆ โดยมีการประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินในทุกเขตท้องที่ทั่วราชอาณาจักร ตั้งแต่วันที่ ๒๖ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๓ เพื่อป้องกันและแก้ไขสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัส โคโรนา ๒๐๑๙ เนื่องจากเป็นโรคที่ติดต่อง่ายและเปราะบางอย่างมากต่อชีวิตของผู้ได้รับเชื้อ และมีผู้ติดเชื้อ และผู้เสียชีวิตจากโรคดังกล่าวเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากทั่วโลก การระบาดของโรคดังกล่าว จึงเป็นสถานการณ์อันกระทบต่อความสงบเรียบร้อยและความปลอดภัยของประชาชน ซึ่งต้องเฝ้าระวังมาตรการเข้มงวดและเร่งด่วน เพื่อควบคุมมิให้โรคแพร่ระบาดออกไปในวงกว้าง ซึ่งสถาบันภาษาได้ปฏิบัติตามประกาศมาตรการต่าง ๆ อย่างเคร่งครัด จากปัญหานี้ทำให้จำนวนผู้สมัครอบรมลดลง ทำให้ต้องมีการปรับเปลี่ยนการบริหารจัดการภายในสถาบันเพื่อให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น โดยมุ่งเน้นงานด้านการประชาสัมพันธ์

ในที่ประชุมคณะกรรมการดำเนินงานสถาบันภาษา ได้มีมติให้จัดทำการจัดการความรู้สถาบันภาษา ประจำปีการศึกษา ๒๕๖๕ เรื่อง การสร้างสื่อประชาสัมพันธ์โครงการต่าง ๆ ของสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยรามคำแหง (The Construction of Public Relations Media for Ramkhamhaeng Institute of Languages Courses) โดยจำแนกประเด็นความรู้ให้คณะกรรมการไปศึกษาค้นคว้าหาข้อมูล และเชิญวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิมาให้ความรู้ในประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เป็นการเสริมความรู้ ทำให้การจัดการความรู้มีเนื้อหาที่สมบูรณ์และมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น แล้วนำข้อมูลต่าง ๆ ที่คณะกรรมการได้ศึกษาค้นคว้ามารวบรวม รวมถึงองค์ความรู้เสริมที่ได้จากวิทยากรรับเชิญ มาจัดทำเป็นคู่มือการจัดการความรู้ เพื่อให้บุคลากรของสถาบันภาษา ใช้เป็นคู่มือในการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์โครงการต่าง ๆ อีกทั้งยังได้เผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ www.ril.ru.ac.th ให้ผู้ที่สนใจนำคู่มือไปปรับใช้ในบริบทงานของตนเอง อันเป็นการบริการวิชาการซึ่งตรงกับพันธกิจของมหาวิทยาลัยและสถาบันภาษา โดยในคู่มือดังกล่าวได้จำแนกประเด็นความรู้

ออกเป็น ๔ บท ซึ่งแต่ละบทประกอบด้วยองค์ความรู้ย่อยที่คณะผู้จัดทำได้รวบรวมและเรียบเรียงจากแหล่งที่มาที่เชื่อถือได้ ดังรายละเอียด ต่อไปนี้

บทที่ ๑ ภูมิหลังสถาบันภาษา และโครงการที่เปิดอบรม

บทที่ ๒ ความรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

๒.๑ ความหมายของการประชาสัมพันธ์

- สถาบัน (Institution or Organization)
- กลุ่มประชาชน (The Public)
- ความสัมพันธ์อันดี (Good Relationship)
- ประชาชาติ (Public Opinion)

๒.๒ ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ที่มีต่อองค์กรและสถาบัน

๒.๓ ประเภทของการประชาสัมพันธ์

- การประชาสัมพันธ์ภายใน (internal public relations)
- การประชาสัมพันธ์ภายนอก (external public relations)

๒.๔ องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์

- หน่วยงาน องค์กร และสถาบัน
- ข่าวสารในการประชาสัมพันธ์
- สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์
- กลุ่มประชาชนเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์

บทที่ ๓ ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

๓.๑ ภูมิหลังอินเทอร์เน็ต

๓.๒ คำศัพท์ที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตควรทราบ

๓.๓ เครือข่ายออนไลน์

๓.๔ โปรแกรมสำหรับใช้ในการประชุมผ่านระบบออนไลน์

๓.๕ โปรแกรมสำหรับใช้ในการจัดการเรียนการสอนผ่านระบบออนไลน์

๓.๕.๑ ระบบหรือซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการจัดการห้องเรียน

๓.๕.๒ ซอฟต์แวร์ที่ใช้ผลิตสื่อการสอนออนไลน์

๓.๕.๓ ซอฟต์แวร์หรือเทคนิคอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

บทที่ ๔ โปรแกรมที่นิยมใช้สร้างสื่อประชาสัมพันธ์

๔.๑ การเลือกโปรแกรมออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์

๔.๒ โปรแกรมที่เป็นที่นิยมใช้ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์

๔.๓ ป้ายประชาสัมพันธ์ออนไลน์ โครงการต่าง ๆ ของสถาบันภาษา

บทที่ ๑

ภูมิหลังสถาบันภาษา และโครงการที่เปิดอบรม

สถาบันภาษา มหาวิทยาลัยรามคำแหง ก่อตั้งขึ้นโดย รองศาสตราจารย์ รังสรรค์ แสงสุข อดีตอธิการบดี มหาวิทยาลัยรามคำแหง เมื่อวันที่ ๖ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๔๔ ด้วยเล็งเห็นว่า ภาษาต่างประเทศโดยเฉพาะภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากลที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร การศึกษา การค้าและการพัฒนาประเทศ จึงดำริให้มีการจัดตั้งสถาบันภาษาขึ้นที่ชั้น ๔ อาคารสุโขทัย ประกอบกับมหาวิทยาลัยรามคำแหงได้รับความช่วยเหลือแบบให้เปล่าจากรัฐบาลประเทศญี่ปุ่น ด้วยการมอบเครื่องโสตทัศนูปกรณ์ห้องปฏิบัติการภาษาให้แก่มหาวิทยาลัย จำนวน ๔ ห้อง รวม ๑๖๐ ที่นั่ง

สถาบันภาษา เริ่มเปิดดำเนินการเมื่อเดือน มีนาคม พ.ศ. ๒๕๔๕ โดยจัดการทดสอบวัดระดับพื้นฐานความรู้ภาษาอังกฤษก่อนเข้ารับการอบรมในระดับ ๑ ถึง ๖ การอบรมมุ่งเน้นการสื่อสารทั้ง ๔ ทักษะ คือ การพูดควบคู่กับการฟัง และการอ่านควบคู่กับการเขียน เพื่อเปิดโอกาสให้นักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหงมีทักษะยุทธเพิ่มเติมนอกเหนือจากการเรียนในชั้นเรียนปกติ การเรียนเสริมเพิ่มเติมในห้องเรียนขนาดเล็ก ทำให้ผู้เข้ารับการอบรมมีโอกาสใกล้ชิดกับผู้สอนและมีปฏิสัมพันธ์กับผู้เข้ารับการอบรมอื่น ๆ มากขึ้น เมื่อเข้าอบรมและสอบผ่านครบทั้ง ๖ ระดับแล้ว สถาบันฯ จะส่งผลให้มหาวิทยาลัยนำผลสอบบันทึกลงในทรานสคริปต์เพื่อเป็นประโยชน์ในการสมัครงานหลังสำเร็จการศึกษา

สถาบันภาษามหาวิทยาลัยรามคำแหง เป็นหน่วยงานสนับสนุนอิสระหารายได้เลี้ยงตัวเอง ภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการอำนวยการ คณะกรรมการบริหารงาน และคณะกรรมการดำเนินงานสถาบันภาษา

การบริการทางวิชาการ

การบริการทางวิชาการเป็นภารกิจหลักของสถาบันภาษา ซึ่งดำเนินนโยบายการจัดหลักสูตรการบริการทางวิชาการ โดยคำนึงถึงประโยชน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง กล่าวคือ นักศึกษาที่เข้ามาเรียนในมหาวิทยาลัยรามคำแหงส่วนใหญ่มีความรู้ภาษาต่างประเทศในระดับที่แตกต่างกัน สถาบันฯ จึงได้จัดหลักสูตร Intensive English Courses เพื่อช่วยเหลือให้นักศึกษาสามารถเรียนต่อในระดับมหาวิทยาลัยได้ดีขึ้น และจัดทำหลักสูตร Listening/Speaking และ Reading/Writing สำหรับนักศึกษาที่ต้องการเพิ่มพูนความรู้ภาษาอังกฤษโดยเฉพาะเพื่อเตรียมตัวออกไปทำงานหรือเรียนต่อในระดับที่สูงขึ้นได้ สถาบันฯ คิดอัตราค่าอบรมทุกหลักสูตรในราคาร่อมเยา และยังจัดทำหลักสูตรภาษาอังกฤษและภาษาอื่น ๆ ในรายชื่อยุติธรรมสำหรับบุคคลทั่วไปด้วย ซึ่งนักศึกษาสามารถเลือกเรียนได้เช่นเดียวกัน

นอกจากให้บริการแก่นักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหงแล้ว ยังให้บริการแก่บุคคลทั่วไป ด้วยโดยเปิดอบรมหลักสูตรภาษาอังกฤษ และภาษาอื่น ๆ ได้แก่ ภาษาจีน ภาษาเกาหลี ภาษาญี่ปุ่น ภาษาฝรั่งเศส ภาษาอินโดนีเซีย และภาษาไทยสำหรับชาวต่างชาติ รวมทั้งรับแปล เอกสารภาษาต่าง ๆ แปลและตรวจแก้ไขบทความวิทยานิพนธ์ให้นักศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษาด้วย

สถาบันภาษาดำเนินการตามนโยบายการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมของมหาวิทยาลัย โดยการจัดงานตามประเพณี จัดการแสดงแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมไทยกับชาวต่างชาติ และจัด กิจกรรมส่งเสริมวัฒนธรรมในองค์กร

สถาบันภาษามีการร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกในการให้บริการจัดอบรมและจัดหาครู ชาวต่างประเทศ ดังต่อไปนี้

องค์การบริหารส่วนจังหวัดนนทบุรี ดำเนินโครงการจัดหาครูชาวต่างประเทศเพื่อสอน ภาษาอังกฤษในโรงเรียนต่าง ๆ ในพื้นที่การศึกษาจังหวัดนนทบุรี ตั้งแต่ปีการศึกษา พ.ศ. ๒๕๔๘ จนถึงปัจจุบัน (พ.ศ. ๒๕๖๕)

ร่วมมือกับมูลนิธิตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จัดบริการสอนภาษาอังกฤษด้วย Ellis Program

ร่วมมือกับกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงาน จัดทำหลักสูตรและสื่อการฝึกอบรม ภาษาต่างประเทศ

ร่วมมือกับกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงาน จัดทำโครงการเพิ่มศักยภาพด้าน ภาษาเพื่อการทำงาน

ร่วมมือกับกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงาน ในการเป็นที่ปรึกษาโครงการเพื่อ พัฒนาเอกสารประกอบการฝึกอบรมหลักสูตรการฝึกยกระดับฝีมือ สาขาภาษาอาเซียนเพื่อการ สื่อสาร (ภาษาอินโดนีเซีย และภาษาอังกฤษ) และเป็นที่ปรึกษาโครงการเพื่อพัฒนาเอกสาร ประกอบการฝึกอบรมหลักสูตรการฝึกยกระดับฝีมือ สาขาภาษาอาเซียนเพื่อการสื่อสาร (ภาษาจีน กลาง (สาธารณรัฐสิงคโปร์) ภาษาฟิลิปปิน (สาธารณรัฐฟิลิปปินส์) ภาษาลาว (สาธารณรัฐ ประชาธิปไตยประชาชนลาว) ภาษาเขมร (ราชอาณาจักรกัมพูชา) ภาษาเกาหลี และภาษาญี่ปุ่น)

ร่วมมือกับสำนักงานตำรวจตรวจคนเข้าเมือง จัดสอบวัดระดับความรู้ภาษาอังกฤษและจัด อบรม

ร่วมมือกับบริษัท มิตรชูบิชิ อิเล็กทริก กันยงวัฒนา จำกัด จัดอบรมภาษาอังกฤษ

ร่วมมือกับสำนักงานตรวจเงินแผ่นดิน จัดอบรมภาษาอังกฤษ

ร่วมมือกับบริษัท รถไฟฟ้า ร.ฟ.ท. จำกัด จัดอบรมภาษาอังกฤษ

การอำนวยความสะดวก

สถาบันภาษาอำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้ารับการอบรม โดยเปิดให้บริการทุกวันในเวลา
ราชการ ๐๘.๓๐ – ๑๖.๓๐ น. และนอกเวลาราชการ ๑๖.๓๐ – ๒๑.๐๐ น. โดยไม่มีการพัก
กลางวัน และปิดทำการเฉพาะวันหยุดนักขัตฤกษ์

การคัดเลือกวิทยากร

สถาบันภาษาคัดเลือกวิทยากรทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีคุณภาพ มีความชำนาญ
ด้านการสอน โดยต้องมีคุณวุฒิตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไป และโดยเฉพาะวิทยากรชาว
ต่างประเทศต้องเป็นผู้ที่มีสำเนียงการออกเสียงภาษาอังกฤษและภาษาเฉพาะที่สอนที่เป็น
มาตรฐานและมีประสบการณ์การสอนมากกว่า ๒ ปีขึ้นไป

การทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม

สถาบันภาษาดำเนินการตามนโยบายการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมของมหาวิทยาลัย
โดยการจัดงานตามประเพณี จัดการแสดงแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมไทยกับชาวต่างชาติ และจัด
กิจกรรมส่งเสริมวัฒนธรรมในองค์กร

วิสัยทัศน์ (Vision)

สถาบันภาษา มุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพด้านภาษาต่างประเทศ เป็นศูนย์ทดสอบ
ภาษาต่างประเทศและเป็นศูนย์การแปลและล่าม

ค่านิยมองค์กร (Organization Value)

ซื่อสัตย์ โปร่งใส ใส่ใจบริการ

ปรัชญา (Philosophy)

เป็นแหล่งเรียนรู้ภาษาต่างประเทศที่หลากหลายเพื่อการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม

ปณิธาน (Ambition)

มุ่งพัฒนาศักยภาพด้านภาษาต่างประเทศให้แก่นักศึกษา บุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง
และบุคคลทั่วไป

อัตลักษณ์ (Identities)

การสื่อสารข้ามวัฒนธรรมเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จในสังคมยุคไร้พรมแดน

เอกลักษณ์ (Uniqueness)

แหล่งการเรียนรู้และการให้บริการด้านภาษาที่มีประสิทธิภาพ

พันธกิจ (Mission)

๑. เป็นศูนย์การอบรมภาษาต่างประเทศ ด้วยหลักสูตรระยะสั้นและระยะยาว
๒. เป็นศูนย์ทดสอบวัดระดับภาษาต่างประเทศที่ได้มาตรฐาน
๓. เป็นศูนย์การแปลและล่ามที่มีมาตรฐานสากล
๔. ส่งเสริมการผลิตบัณฑิตและพัฒนาบุคลากรของมหาวิทยาลัยให้มีทักษะทางภาษาเพิ่มขึ้นรวมทั้งส่งเสริมการจัดการความรู้ด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องให้แก่บุคลากรสถาบันภาษา
๕. ส่งเสริมและดำเนินการวิจัยตามบริบทของหน่วยงานเพื่อนำผลมาปรับปรุงการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพ
๖. ส่งเสริมรวมทั้งปลูกจิตสำนึกให้บุคลากรและบุคคลทั่วไปตระหนักถึงคุณค่าในการอนุรักษ์ การทำนุบำรุงศาสนาและศิลปวัฒนธรรมไทย
๗. ส่งเสริมและพัฒนาการบริหารจัดการตามแนวทางของการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดี

รายชื่อผู้บริหารของหน่วยงาน

- คณะกรรมการอำนวยการสถาบันภาษา
- คณะกรรมการบริหารงานสถาบันภาษา
- ผู้อำนวยการสถาบันภาษา
(รศ.ดร.ระพีณ ทรัพย์เอนก)
- รักษาการแทนหัวหน้าสำนักงานเลขานุการสถาบันภาษา
(นายต่อเกียรติ เงินทอง)

โดยมีคณะกรรมการดำเนินงานเป็นผู้ดำเนินงานตามนโยบายของคณะผู้บริหารสถาบันภาษา ประกอบด้วย

- | | |
|---------------------------------|-----------------------------|
| ๑. รศ.ดร.ระพีณ ทรัพย์เอนก | ที่ปรึกษา |
| ๒. นายต่อเกียรติ เงินทอง | ประธานคณะกรรมการ |
| ๓. ว่าที่เรือเอก ธงทิพ ปฏิสังข์ | รองประธานคณะกรรมการ คนที่ ๑ |
| ๔. น.ส.วิษญารัตน์ ฉันทนารกุลชัย | รองประธานคณะกรรมการ คนที่ ๒ |

๕. น.ส.วรัญญา นวรัตน์ ณ อยู่ธยา	รองประธานคณะกรรมการ คนที่ ๓
๖. น.ส.วราภรณ์ พรหมพุท	กรรมการ
๗. นายสถาพร น้อยผุด	กรรมการ
๘. น.ส. สิริรัชต์ ไพสินจิราวัฒน์	กรรมการ
๙. น.ส. สุภาณี เงินทอง	กรรมการ
๑๐.นายชภัทร ศิริวัฒน์	กรรมการ
๑๑.น.ส. ณฐมน เรืองแก้ว	กรรมการและเลขานุการ

จำนวนนักศึกษา

โดยเฉลี่ยประมาณ 2,000 คนต่อปี

จำนวนอาจารย์

1. Mr. Lawrence Whitmore
2. น.ส. สิริลักษณ์ ทิริโอต๊ะปะ
3. Mr. Mark June Lantaca Oro

จำนวนบุคลากร

ลำดับ	ชื่อ-สกุล	วุฒิการศึกษา	ตำแหน่ง	ระดับ	หน้าที่รับผิดชอบ
1	นายต่อเกียรติ เงินทอง	ศศ.ม. (ไทยศึกษา)	นักวิชาการ ศึกษา	ปฏิบัติการ	รับผิดชอบงานประกัน คุณภาพการศึกษา งานทำนุบำรุงศิลปะ และวัฒนธรรม และ งานราชการอื่นตามที่ ผู้อำนวยการสถาบันฯ มอบหมาย
2	น.ส. วิษญารัตน์ ฉันทนารกุลชัย	ศศ.บ. (สื่อสาร มวลชน)	นักวิชาการ ศึกษา	ปฏิบัติการ	รับผิดชอบงานการเงิน และบัญชี งานบริการ ทางวิชาการ และงาน ราชการอื่นตามที่ ผู้อำนวยการสถาบันฯ มอบหมาย
3	ว่าที่เรือเอก ธงทิว ปฏิสังข์	ร.ม. (รัฐศาสตร์)	นักวิเคราะห์ นโยบายและ แผน	ปฏิบัติการ	รับผิดชอบงานนโยบาย และแผน และงาน ราชการอื่นตามที่ ผู้อำนวยการสถาบันฯ มอบหมาย
4	น.ส. วรัญญา นวรัตน์ ณ อยุธยา	ศศ.บ. (ภาษา อังกฤษ)	เจ้าหน้าที่ บริหารงาน ทั่วไป	ปฏิบัติการ	รับผิดชอบงาน สารบรรณและธุรการ และงานราชการอื่น ตามที่ผู้อำนวยการ สถาบัน ฯ มอบหมาย
5	น.ส. ณฐมน เรืองแก้ว	ร.ม. (รัฐศาสตร์)	นักวิชาการ ศึกษา	ปฏิบัติการ	รับผิดชอบงานพัสดุ ครุภัณฑ์ และงาน ราชการอื่นตามที่ ผู้อำนวยการสถาบันฯ มอบหมาย
6	น.ส. วราภรณ์ พรหมพุท	ศศ.บ. (สื่อสาร มวลชน)	นักวิชาการ ศึกษา	ปฏิบัติการ	รับผิดชอบงานบริการ ทางวิชาการ และงาน ราชการอื่นตามที่ ผู้อำนวยการสถาบันฯ มอบหมาย

7	นายสถาพร นัยผุด	น.ม. (กฎหมาย)	นักวิชาการ ศึกษา	ปฏิบัติการ	รับผิดชอบงาน สารบรรณและธุรการ และงานราชการอื่น ตามที่ผู้อำนวยการ สถาบันฯ มอบหมาย
8	น.ส. สิริรัชต์ ไพธินจิราวัฒน์	บธ.ม. (บัญชี)	เจ้าหน้าที่ การเงินและ และบัญชี	ปฏิบัติการ	รับผิดชอบงานการเงิน และบัญชี และงาน ราชการอื่นตามที่ ผู้อำนวยการสถาบันฯ มอบหมาย
9	น.ส. สุภาณี เงินกอง	ร.ม. (รัฐศาสตร์)	นักวิชาการ ศึกษา	ปฏิบัติการ (เจ้าหน้าที่ โครงการ พิเศษ)	โครงการจัดหาครูชาว ต่างประเทศเพื่อสอน ภาษาอังกฤษใน โรงเรียนต่าง ๆ ในพื้นที่ การศึกษาจังหวัด นนทบุรี และงาน ราชการอื่นตามที่ ผู้อำนวยการสถาบันฯ มอบหมาย
10	นายชภัทร ศิริวัฒน์	วท.บ. (วิทยาศาสตร์)	นักวิชาการ ศึกษา	ปฏิบัติการ (เจ้าหน้าที่ โครงการ พิเศษ)	โครงการจัดหาครูชาว ต่างประเทศเพื่อสอน ภาษาอังกฤษใน โรงเรียนต่าง ๆ ในพื้นที่ การศึกษาจังหวัด นนทบุรี และงาน ราชการอื่นตามที่ ผู้อำนวยการสถาบันฯ มอบหมาย
11	นายสมศักดิ์ ปิ่นสันเทียะ	มัธยมศึกษา ตอนปลาย	พนักงาน ขับรถยนต์	-	รับผิดชอบงานขับ รถยนต์ของสถาบันฯ และงานราชการอื่น ตามที่ผู้อำนวยการ สถาบันฯ มอบหมาย

อาคารสถานที่

อาคารสุโขทัย ชั้น 4	มหาวิทยาลัยรามคำแหง มีรายละเอียดดังนี้
ห้อง 0407	ห้องทำงานของผู้อำนวยการ รองผู้อำนวยการ และเลขานุการผู้อำนวยการ
ห้อง 0408	ห้องสำนักงาน รับสมัคร ห้องเก็บพัสดุ และห้องกาแฟ
ห้อง 413	ห้องอบรม
ห้อง 414	ห้องอบรม
ห้อง 415	ห้องเก็บเครื่องดนตรี และอบรม
ห้อง 416	ห้องอบรม
LAB 1, 2, 3, 4	ห้องอบรม
ห้อง 4A, 4B, 4C, 4D	ห้องอบรม
ห้อง 0405	ห้องอบรม
ห้อง 0406	ห้องทำงานของอาจารย์ชาวต่างประเทศ

เอกลักษณ์วัฒนธรรม

- สวัสดิ์ดีทักทายกันระหว่างเพื่อนร่วมงาน คณาจารย์ และผู้มาติดต่อ
- แต่งกายชุดกากีทุกวันจันทร์ และแต่งกายด้วยผ้าไทยทุกวันพุธ

โครงการที่เปิดอบรม

ปัจจุบัน สถาบันภาษาจัดเตรียมโครงการอบรมทั้งสิ้น ๒๒ โครงการ จัดอบรมตามความเหมาะสมและตามความต้องการของผู้บริโภค มิได้จัดอบรมทั้งหมดในเวลาเดียวกันแต่อาจเปิดอบรมบางโครงการและบางโครงการเตรียมไว้สำหรับเปิดในอนาคต จากหลักสูตรที่เตรียมไว้นี้ ปัจจุบัน (ช่วงเดือนกรกฎาคม ๒๕๖๔ – เดือนมิถุนายน ๒๕๖๕) สถาบันฯ ได้เปิดอบรมจำนวน ๑๕ หลักสูตร/โครงการ ได้แก่

- ๑.โครงการทดสอบความรู้ภาษาอังกฤษสำหรับนักศึกษาและบุคคลทั่วไป (RIL Placement Test)
- ๒.โครงการฝึกอบรมภาษาอังกฤษสำหรับนักศึกษาและบุคคลทั่วไป (English Courses) ๔๘ ชม.ต่อระดับ
- ๓.โครงการฝึกอบรมฟื้นฟูภาษาอังกฤษสำหรับนักศึกษาและบุคคลทั่วไป (Remedial Course) ๔๘ ชม.
- ๔.โครงการฝึกอบรมภาษาอังกฤษสำหรับผู้เริ่มต้นเรียน (English for Beginners) ๓๖ ชม.
- ๕.โครงการฝึกอบรมภาษาอังกฤษสำหรับเด็ก (English for Kids) ๓๐ ชม.
- ๖.โครงการฝึกอบรมไวยากรณ์ภาษาอังกฤษ ๑, ๒, ๓ สำหรับนักศึกษาและบุคคลทั่วไป (English Grammar Courses) ๒๐ ชม.ต่อระดับ
- ๗.โครงการฝึกอบรมการเขียนภาษาอังกฤษ ๑, ๒, ๓ สำหรับนักศึกษาและบุคคลทั่วไป (English Writing Courses) ๒๐ ชม.ต่อระดับ
- ๘.โครงการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพด้านภาษาอังกฤษสำหรับนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง และบุคคลทั่วไป ๖๐ ชม. (อ่านและไวยากรณ์) (พูดและฟัง)
- ๙.โครงการฝึกอบรมภาษาอังกฤษธุรกิจ (Business English) ๒๐ ชม.
๑๐. โครงการฝึกอบรมภาษาอังกฤษเพื่อเตรียมสอบ TOEIC (Test of English for International Communication Course) ๒๐ ชม.
๑๑. โครงการฝึกอบรมภาษาเกาหลี ๑, ๒, ๓ สำหรับนักศึกษาและบุคคลทั่วไป (Korean Courses) ๓๖ ชม.ต่อระดับ
๑๒. โครงการฝึกอบรมภาษาญี่ปุ่น ๑, ๒, ๓ สำหรับนักศึกษาและบุคคลทั่วไป (Japanese Courses) ๓๖ ชม.ต่อระดับ
๑๓. โครงการฝึกอบรมภาษาจีน ๑ - ๑๒ สำหรับนักศึกษาและบุคคลทั่วไป (Chinese Courses) ๓๖ ชม.ต่อระดับ
๑๔. โครงการฝึกอบรมภาษาอังกฤษระดับกลางสำหรับนักศึกษาระดับปริญญาเอก (ส่วนกลาง , ภูมิภาค) (Intermediate English for Ph.D. Candidates) ๔๘ ชม.

๑๕. โครงการฝึกอบรมภาษาอังกฤษระดับสูงสำหรับนักศึกษาปริญญาเอก (ส่วนกลาง, ภูมิภาค) (Advanced English for Ph.D. Candidates) ๔๘ ชม.

บทที่ ๒

ความรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์มีบทบาทสำคัญ ในการที่จะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่หน่วยงาน องค์กร และสถาบัน ให้มีความรู้ความเข้าใจ ตลอดจนรายงานข่าวสาร กิจกรรม และการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ของสถาบัน องค์กร และหน่วยงาน ในขณะเดียวกันการประชาสัมพันธ์ก็เปรียบเสมือนประตูที่เปิดรับความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อ องค์กร นั้น ๆ งานด้านการประชาสัมพันธ์จึงเป็นที่ยอมรับและได้จัดดำเนินการกันอย่างกว้างขวางทั้งในหน่วยงานภาครัฐและเอกชน จึงจำเป็นที่บุคลากรในสถาบัน องค์กร และหน่วยงาน ต้องศึกษาถึงการประชาสัมพันธ์ เพื่อที่จะรู้จัก เข้าใจ และสามารถนำการประชาสัมพันธ์ไปใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างความสำเร็จ

๒.๑ ความหมายของการประชาสัมพันธ์

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๔๒ (๒๕๔๖, หน้า ๖๕๗) ได้ให้ความหมาย "การประชาสัมพันธ์ว่า "การติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกัน" ส่วนนักวิชาการและนักวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์ได้ให้ความหมายของคำว่า การประชาสัมพันธ์ ดังนี้

วิรัช ลภีรัตนกุล (๒๕๔๖, หน้า ๔) กล่าวว่า คำว่า "การประชาสัมพันธ์" เป็นคำที่แปลมาจากภาษาอังกฤษว่า "Public Relations" กล่าวคือ Public แปลว่า ประชา ได้แก่ ประชาชน สาธารณชน กลุ่มชน Relations แปลว่า สัมพันธ์ ได้แก่ ความสัมพันธ์หรือความเกี่ยวข้องด้วยหรือการผูกพัน ดังนั้น คำว่าการประชาสัมพันธ์จึงหมายถึง ความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับประชาชน สาธารณชนหรือกลุ่มชน

เสรี วงษ์มณฑา (๒๕๔๑, หน้า ๗) ให้ความหมายว่าการประชาสัมพันธ์เป็นการกระทำที่เกิดจากการวางแผนล่วงหน้าในการที่จะสร้างความเข้าใจกับสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อก่อให้เกิดทัศนคติที่ดี ภาพพจน์ที่ดี อันจะนำไปสู่สัมพันธภาพที่ดีระหว่างหน่วยงานและสาธารณชน ก่อให้เกิดการสนับสนุนและความร่วมมือ

เสาวณีย์ ลิกขาบัณฑิต (๒๕๔๐, หน้า ๑๐๕) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นการสื่อสารแนวคิด ข่าวสาร ข้อเท็จจริง ระหว่างหน่วยงาน สถาบัน กับประชาชน เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกัน การประชาสัมพันธ์จึงอยู่บนรากฐานของการสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงาน หรือสถาบัน กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง หน่วยงานหรือสถาบันก็ต้องมีการเผยแพร่ข่าวสารให้ประชาชนหรือ

ผู้เกี่ยวข้องทราบ และรับฟังความคิดเห็นของประชาชน เพื่อให้เกิดความเข้าใจ ยอมรับ ร่วมมือ ศรัทธา อันจะบังเกิดผลดีต่อการดำเนินงานด้วยความราบรื่น ปราศจากปัญหาข้อยุ่งยากต่าง ๆ

พรทิพย์ พิมลสินธุ์ (๒๕๔๐, หน้า ๓๓) ได้ให้ความหมายการประชาสัมพันธ์ คือ "การปฏิบัติกิจกรรมต่าง ๆ ตามแผนการของการสื่อสารที่ได้กำหนดไว้ เพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้อง ตรงกัน ในอันที่จะสร้างความเชื่อถือ ศรัทธา และความร่วมมือระหว่างสถาบันกับประชาชน กลุ่มเป้าหมาย โดยเป็นการปฏิบัติกิจกรรมที่ต่อเนื่องและหวังผลระยะยาว"

วิจิตร อวาทกุล (๒๕๓๙, หน้า ๙) กล่าวว่า "การประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามที่จะแสวงหาความสัมพันธ์และความร่วมมือจากประชาชน ตลอดจนจรรจำไว้ซึ่งทัศนคติที่ดีของประชาชนต่อสถาบันเพื่อสร้างสรรค์ ความรู้ ความเข้าใจ เชื่อถือ ศรัทธา ให้เกิดแก่ประชาชน เพื่อให้ประชาชนยอมรับสนับสนุนให้ความร่วมมือในการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ นโยบายและความเคลื่อนไหวของสถาบันหรือหน่วยงานนั้น ๆ"

ทิพวรรณ วีระสิงห์ (๒๕๓๒, หน้า ๗) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นกิจกรรมที่ปฏิบัติ ต่อเนื่องตามแผนที่ได้วางไว้เพื่อส่งเสริมความเชื่อ ศรัทธาในบุคคลและสถาบัน โดยปกติการ ประชาสัมพันธ์จะเป็นไปเพื่อองค์กร สถาบัน

โบวีและทิว (Bovee and Thill, ๑๙๙๒, p.๕๒๔) ให้นิยามการประชาสัมพันธ์ว่าเป็นความ พยายามที่มีการวางแผนล่วงหน้าเพื่อสร้างอิทธิพลต่อความคิดเห็นของประชาชน โดยอาศัย หลักการที่ดีและการกระทำอย่างมีความรับผิดชอบ ด้วยวิธีการสื่อสารสองทางในอันที่จะสร้าง ความเข้าใจซึ่งกันและกัน

มาร์สตัน (Marston, ๑๙๗๙, p. ๓) การประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารที่โน้มน้าวใจ โดยมี การวางแผนเพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อกลุ่มประชาชนที่สำคัญ

เบอร์เนย์ (Bernays, ๑๙๕๒, p. ๓) นักประชาสัมพันธ์ที่นำผลงานประชาสัมพันธ์เข้าสู่ สถาบันการศึกษาในสหรัฐอเมริกาเมื่อปี ค.ศ. ๑๙๒๓ แสดงความคิดเห็นว่าการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การเผยแพร่ชี้แจงให้ประชาชนทราบ และชักชวนให้ประชาชนมีส่วนร่วม หรือเห็นด้วย กับวัตถุประสงค์และวิธีการดำเนินงานของสถาบัน รวมทั้งเป็นการประสานความคิดเห็นของกลุ่ม ประชาชนที่เกี่ยวข้องให้เข้ากับจุดมุ่งหมายและวิธีการดำเนินงานของสถาบัน

จากคำจำกัดความที่ยืดยาวกล่าวไว้ข้างต้น สามารถสรุปความหมายของการประชาสัมพันธ์ได้ว่าเกี่ยวข้องกับคำ ๔ คำ คือ

๑. สถาบัน (Institution or Organization)

สถาบัน หมายถึง กิจกรรมที่บุคคลหรือคณะบุคคลได้จัดทำขึ้นโดยประสงค์ที่จะดำเนินการใด ๆ ในสังคมให้ลุล่วงไปตามความปรารถนาของบุคคลหรือคณะบุคคลนั้น เช่น ถ้าเป็นกิจการด้านการเมืองการปกครอง สถาบันอาจมีรูปเป็นรัฐบาล กระทรวง ทบวง กรม และหน่วยราชการ ถ้าเป็นกิจการด้านสังคมสงเคราะห์ หรือองค์การสาธารณกุศล สถาบันอาจมีรูปเป็นมูลนิธิ หรือสถานสงเคราะห์ นอกจากนี้ยังมีกิจการด้านธุรกิจ ซึ่งสถาบันอยู่ในรูปของบริษัท ห้างร้าน และธนาคาร รวมทั้งกิจการด้านการศึกษาด้วย สถาบันอยู่ในรูปของมหาวิทยาลัย วิทยาลัย และโรงเรียน เป็นต้น หน่วยงาน องค์กร และสถาบันเหล่านี้จะต้องดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายของสถาบัน โดยถูกต้องตามกฎหมาย มีระเบียบ กฎเกณฑ์ ข้อบังคับ ตลอดจนเป็นสถาบันที่เกี่ยวข้องกับประชาชน

๒. กลุ่มประชาชน (The Public)

กลุ่มประชาชน หมายถึง กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับสถาบัน อาจแบ่งตามลักษณะต่าง ๆ เช่น ความสนใจ ระดับการศึกษา ความรู้ เพศ วัย ฐานะ และ รายได้ ฯลฯ กลุ่มของประชาชนจะเป็นกลุ่มใดนั้นขึ้นอยู่กับลักษณะและประเภทของสถาบันนั้น ๆ กลุ่มประชาชนมีความสำคัญต่อสถาบันอย่างยิ่ง เพราะมีอิทธิพลที่จะทำให้สถาบันเจริญก้าวหน้า ถ้ากลุ่มประชาชนให้ความร่วมมือและสนับสนุน ตรงกันข้ามถ้ากลุ่มประชาชนไม่ให้ความร่วมมือก็จะเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานของสถาบัน ดังนั้นสถาบันจะต้องยืดหยุ่น เปลี่ยนแปลงให้เข้ากับกลุ่มประชาชนและสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เพื่อความเจริญรุ่งเรืองของกิจการ

๓. ความสัมพันธ์อันดี (Good Relationship)

ความสัมพันธ์อันดี คือ ความเกี่ยวข้องสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงาน องค์กร และสถาบันกับกลุ่มประชาชนเป้าหมายของสถาบัน กิจกรรมใด ๆ ของสถาบันที่ได้จัดทำขึ้นนับตั้งแต่เริ่มจัดตั้งสถาบัน จนกระทั่งได้ดำเนินงานของสถาบัน ควรจะให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชน หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ทำให้กลุ่มประชาชนมีความนิยม เกิดความพึงพอใจ เกิดความเข้าใจในนโยบายและการดำเนินงานของสถาบัน รวมทั้งเต็มใจที่จะให้ความสนับสนุนร่วมมือ การที่จะให้ดำเนินงานได้ผลดี เช่นนั้น หน่วยงาน องค์กร และสถาบันจำต้องศึกษาถึงสภาพของกลุ่มประชาชน ตลอดจนศึกษาความรู้สึกนึกคิดต่าง ๆ ที่ประชาชนมีต่อสถาบันและกิจการของสถาบัน สรุปแล้วก็คือ ทำให้เกิดความเข้าใจอันดี (good understanding) ซึ่งกันและกันนั่นเอง เมื่อเกิดความเข้าใจ

อันดี หรือความสัมพันธ์อันดีแล้วโอกาสที่จะได้รับความร่วมมือสนับสนุนจากประชาชนก็จะติดตามมา

๔. ประชาชน (Public Opinion)

ประชาชน เป็นความคิดเห็นของกลุ่มประชาชนที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งมีความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์ ในแง่ของการให้ความร่วมมือ สนับสนุน เนื่องจากความรู้สึกนึกคิดของแต่ละบุคคล อาจมีความแตกต่างกันหรือเหมือนกันก็ได้ ดังนั้นสถาบันควรศึกษาความคิดเห็นของประชาชนว่าสนใจ เห็นด้วย ให้การสนับสนุน คัดค้าน หรือยอมรับ เมื่อสถาบันได้ศึกษาสภาพความคิดเห็นของประชาชนแล้วก็จะได้หาทางแก้ไขความขัดแย้ง หรือความเข้าใจผิดของประชาชนบางคนในกลุ่มให้หมดไป

๒.๒ ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ที่มีต่อสถาบัน องค์กรและหน่วยงาน

ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ต่อสถาบัน องค์กรและหน่วยงาน สามารถอธิบายได้ดังนี้ (วิมลพรรณ ตั้งจิตเพิ่มพูน, ๒๕๔๓, หน้า ๘)

๑. การประชาสัมพันธ์ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์และสร้างค่านิยม การประชาสัมพันธ์ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์และสร้างค่านิยม หมายถึง การประชาสัมพันธ์ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์และสร้างค่านิยมของหน่วยงาน องค์กร และสถาบันได้ ด้วยการทำให้บุคคลหลาย ๆ กลุ่ม เช่น ลูกจ้าง ลูกค้า ผู้บริโภค ชุมชน พ่อค้าและรัฐบาล เกิดความรู้สึกประทับใจต่อหน่วยงานนั้น ๆ โดยการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มชนเหล่านี้ รวมทั้งเผยแพร่ชี้แจงข่าวสารให้ประชาชนเห็นคุณค่า ให้เกิดความเลื่อมใส ศรัทธา และสร้างความผูกพันทางใจ เช่น การที่หน่วยงานประสบความสำเร็จมีผลกำไร และแบ่งผลกำไรคืนให้กับพนักงานในรูปของเงินเดือนที่สูงพอควร ตลอดจนมีสวัสดิการต่าง ๆ ให้เหมาะสมตามอัตรา ขณะเดียวกันหน่วยงานก็เป็นสมาชิกที่มีความรับผิดชอบต่อชุมชน เป็นเพื่อนบ้านที่ดี มีนโยบายส่งเสริมพนักงานให้มีตำแหน่งและความรับผิดชอบที่สูงขึ้น มีการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน เป็นต้น

๒. การประชาสัมพันธ์ช่วยป้องกันรักษาชื่อเสียงของหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน การประชาสัมพันธ์ช่วยป้องกันรักษาชื่อเสียงของหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน หมายถึง การประชาสัมพันธ์ช่วยป้องกันรักษาชื่อเสียงให้แก่หน่วยงาน องค์กร และสถาบันได้ โดยช่วยให้หน่วยงาน องค์กร และสถาบันมีการพัฒนาปรับปรุงตัวเอง รวมทั้งสินค้าและบริการต่าง ๆ ให้ตรงกับความต้องการของประชาชนแล้วโอกาสที่ประชาชนจะได้รับความไม่สะดวก เกิดความเข้าใจผิด หรือมองในแง่ร้าย ซึ่งจะเป็นผลในการนำไปวิพากษ์วิจารณ์ให้เกิดเสียชื่อเสียงยอมไม่มี หรือมีน้อย

มาก เพราะหน่วยงานได้ตรวจสอบความคิดเห็นทัศนคติของประชาชนและทำการปรับปรุงอยู่เสมอแล้ว

๓. การประชาสัมพันธ์ช่วยสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง

การประชาสัมพันธ์ช่วยสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง หมายถึง การประชาสัมพันธ์จะให้ข่าวสาร และข้อเท็จจริงที่ถูกต้อง อันมิได้เป็นการโฆษณาชวนเชื่อด้วยกลวจา เพื่อทำให้เกิดความร่วมมือขึ้นระหว่างกลุ่มประชาชน หน่วยงาน องค์กร สถาบัน และสังคม รวมทั้งทำให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างบุคลากรภายในหน่วยงาน องค์กร และสถาบันกับฝ่ายบริหาร ดังนั้น จึงเกิดความร่วมมือร่วมใจกันทุกฝ่าย และส่งผลดีต่อหน่วยงาน องค์กร และสถาบันในภาพรวม

๔. การประชาสัมพันธ์ช่วยการขายและการตลาด

การประชาสัมพันธ์เป็นการสร้างค่านิยมและทัศนคติที่ดีให้เกิดกับหน่วยงาน เมื่อประชาชนมีค่านิยมและความรู้สึกที่ดีแล้วก็มีใจพร้อมที่จะรับฟังข่าวสาร ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า หรือบริการต่างๆ ของหน่วยงาน ซึ่งเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดความต้องการอยากได้และตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการดังกล่าวในที่สุด นอกจากนี้ การประชาสัมพันธ์ยังมีการตรวจสอบทัศนคติ ความคิดเห็น ค่านิยมของกลุ่มเป้าหมาย จึงมีส่วนช่วยฝ่ายการตลาด โดยฝ่ายการตลาดสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนงานด้านการขายและการตลาดได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

๒.๓ ประเภทของการประชาสัมพันธ์

โดยทั่วไปการประชาสัมพันธ์ อาจแบ่งตามลักษณะงานกว้าง ๆ ได้ ๒ ประเภท (Bly, ๑๙๙๓, p. ๑๕) คือ

๑. การประชาสัมพันธ์ภายใน (internal public relations)

เป็นการสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายในหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน เช่น กลุ่มเจ้าหน้าที่ เสมียน พนักงาน ลูกจ้าง รวมไปถึงจนถึงนักการภารโรง คนขับรถภายในหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน เป็นต้นให้เกิดมีความรักใคร่ กลมเกลียว สามัคคีกันในหมู่เพื่อนร่วมงาน รวมทั้งด้านการเสริมสร้างขวัญ และความรักใคร่ผูกพัน จงรักภักดี (loyalty) ต่อหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน การประชาสัมพันธ์ภายในมีความสำคัญและมีผลต่อการประชาสัมพันธ์ภายนอกด้วย กล่าวคือ การประชาสัมพันธ์ภายนอกหน่วยงาน องค์กร และสถาบันจะดีไปไม่ได้เลย หากการประชาสัมพันธ์ภายในหน่วยงาน องค์กร และสถาบันยังไร้ประสิทธิภาพ เพราะความสัมพันธ์อันดีภายในหน่วยงานจะมีผลสะท้อนไปกับการสร้างความสัมพันธ์ภายนอกด้วย และการสร้างความสัมพันธ์อันดีภายในหน่วยงานยังเอื้ออำนวยให้การบริการ และการ

ดำเนินงานของหน่วยงาน องค์กร และสถาบันให้เป็นไปได้ด้วยความราบรื่น คล่องตัว และมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการที่พนักงาน ลูกจ้างภายในสถาบันมีความเข้าใจในนโยบายและการดำเนินงานของสถาบันเป็นอย่างดีจะเป็นกำลังสำคัญในการสร้างประสิทธิภาพแก่การประชาสัมพันธ์ภายนอกด้วย

๒. การประชาสัมพันธ์ภายนอก (external public relations)

เป็นการสร้างความเข้าใจ และความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนภายนอกกลุ่มต่าง ๆ เช่น ประชาชนทั่วไป ประชาชนที่หน่วยงาน องค์กร และสถาบันเกี่ยวข้อง ผู้นำความคิดเห็น ผู้นำในท้องถิ่น ลูกค้า ผู้บริโภค รวมทั้งชุมชนละแวกใกล้เคียง เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อให้กลุ่มประชาชนเหล่านี้เกิดความรู้ ความเข้าใจในตัวหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน และให้ความร่วมมือแก่สถาบันด้วยดี การทำการประชาสัมพันธ์ภายนอกต้องเกี่ยวข้องกับประชาชนที่มีกลุ่มขนาดใหญ่หรือจำนวนมาก จึงอาจจะใช้สื่อมวลชนและสื่อต่าง ๆ เข้ามาช่วยเผยแพร่กระจายข่าวสารสู่สาธารณชน ปัจจุบันหน่วยงาน องค์กร และสถาบันต่าง ๆ นิยมใช้เครื่องมือสื่อสารมวลชนเหล่านี้เข้าช่วยในการประชาสัมพันธ์กับการประชาสัมพันธ์

๒.๔ องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์

อาจกล่าวได้ว่างานประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการสื่อสารรูปแบบหนึ่งที่มีองค์ประกอบครบถ้วนตามองค์ประกอบของการสื่อสาร ๕ ประการ ได้แก่ ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสาร ผู้รับสารและปฏิกิริยาตอบสนอง ซึ่งอธิบายในแต่ละองค์ประกอบได้ ดังนี้

๑. หน่วยงาน องค์กร และสถาบัน

องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์ในอันดับแรกและสำคัญมากคือ ต้องมีหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน ซึ่งถ้าไม่มีแล้วก็ไม่ทราบว่าจะทำการเผยแพร่ข่าวสารของใคร องค์ประกอบแรกของการประชาสัมพันธ์นี้ เมื่อเปรียบเทียบกับองค์ประกอบของการสื่อสารก็คือผู้ส่งสาร (sender) นั่นเองนักประชาสัมพันธ์จึงเป็นเสมือนผู้ส่งสารของหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน นักประชาสัมพันธ์หรือบุคคลผู้ดำเนินงานเพื่อสร้างสรรค์และธำรงไว้ซึ่งความสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงาน องค์กร และสถาบันกับกลุ่มประชาชนควรจะเป็นคนที่มีความสุขุมรอบคอบ มีความอยากรู้อยากเห็นและกระตือรือร้นอยู่เสมอ และมีความสามารถในการวิเคราะห์ปัญหาต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี

๑.๑ งานด้านต่าง ๆ ของนักประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์จะทำงานส่วนใหญ่ใน ๘ ด้าน ดังนี้ (วิรัช ลภีรัตนกุล, ๒๕๔๖, หน้า ๔๕๑ - ๔๕๔)

๑.๑.๑ งานด้านการเขียน (writing) นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีความรู้ความสามารถในการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี

๑.๑.๒ งานบรรณาธิการ (editing) นักประชาสัมพันธ์อาจต้องรับหน้าที่ในการผลิตสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ สำหรับเผยแพร่ประชาชนทั้งกลุ่มประชาชนภายในและภายนอกหน่วยงาน องค์กร และสถาบันด้วย

๑.๑.๓ งานการกำหนดตำแหน่งหน้าที่ (placement) นักประชาสัมพันธ์จะต้องติดต่อกับสื่อมวลชน จึงควรทราบถึงตำแหน่งหน้าที่ต่าง ๆ ในการส่งข่าวหรือติดต่อกับสื่อมวลชนเหล่านั้น

๑.๑.๔ งานด้านการส่งเสริม (promotion) นักประชาสัมพันธ์จะต้องจัดงานต่าง ๆ ได้ เช่น จัดงานเหตุการณ์พิเศษ (special events) จัดนิทรรศการ จัดงานฉลองครบรอบปี จัดงานแสดงพิเศษต่าง ๆ จัดงานเลี้ยงและแถลงข่าวแก่สื่อมวลชน เป็นต้น

๑.๑.๕ งานด้านการพูด (speaking) นักประชาสัมพันธ์จะต้องพูดเป็น เพราะอาจจะต้องพูดแทนผู้บริหาร เพื่อชี้แจงประชาชนในบางครั้ง

๑.๑.๖ งานด้านการผลิต (production) นักประชาสัมพันธ์ควรมีความรู้เกี่ยวกับการผลิตสื่อและสร้างสารประชาสัมพันธ์ เช่น ออกแบบและจัดทำโปสเตอร์ จุลสาร และแผ่นพับ เป็นต้น

๑.๑.๗ งานด้านการวางโครงการ (programming) นักประชาสัมพันธ์จะต้องรู้จักการวางและเขียนโครงการประชาสัมพันธ์ ให้สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายของหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน

๑.๑.๘ งานด้านการโฆษณาสถาบัน (institutional Advertising) นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับการใช้การโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ (public relations advertising) หรือการโฆษณาเพื่อหวังผลทางด้านการประชาสัมพันธ์ในการสร้างชื่อเสียง ศรัทธา และภาพลักษณ์ (image) ของหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน

๑.๒ หน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ ในการทำงานทั้ง ๘ ด้านดังกล่าวข้างต้นทำให้นักประชาสัมพันธ์มีหน้าที่หลายประการ ดังนี้

๑.๒.๑ หน้าที่ในการเป็นผู้ฟัง (listener) นักประชาสัมพันธ์จะต้องทำการสำรวจวิจัยหรือรับฟังความรู้สึกนึกคิดและความต้องการของประชาชน เพื่อจะได้สามารถทำการประชาสัมพันธ์ได้สอดคล้องกับประชนชาติ

๑.๒.๒ หน้าที่ในการเป็นที่ปรึกษา (counselor) นักประชาสัมพันธ์จะต้องให้

คำปรึกษาแนะนำในด้านการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ต่อฝ่ายบริหารจัดการของหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน เพื่อให้หน่วยงาน องค์กร และสถาบันกำหนดนโยบายให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน

๑.๒.๓ หน้าที่ในการเป็นผู้ติดต่อสื่อสาร (communicator) นักประชาสัมพันธ์จะต้องทำหน้าที่เป็นสื่อกลาง หรือเป็นผู้ติดต่อสื่อสารเพื่อเชื่อมโยงความเข้าใจแก่กลุ่มประชาชนทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน

๑.๒.๔ หน้าที่ในการเป็นผู้ประเมินผล (evaluator) นักประชาสัมพันธ์จะต้องติดตามและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ที่ดำเนินการไปแล้ว ว่าได้ผลบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่

๒. ข่าวนสารในการประชาสัมพันธ์

ในหน่วยงาน องค์กร และสถาบันต่าง ๆ จะมีข่าวนสารหลากหลายที่นักประชาสัมพันธ์ต้องการจะนำเสนอและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ โดยทั่วไปข่าวนสาร ข้อมูลที่หน่วยงาน องค์กร และสถาบันต้องการประชาสัมพันธ์ (รุ่งรัตน์ ชัยสำเริง, ๒๕๔๖, หน้า ๖๒) ได้แก่

๒.๑ ประเภทของข่าวประชาสัมพันธ์

๒.๑.๑ ข่าวแจ้งให้ทราบ (announcement release) จะเป็นข่าวที่แจ้งให้ทราบถึงรายละเอียดต่าง ๆ ของสิ่งที่เกิดขึ้นหรือจะมีขึ้น เช่น แจ้งเกี่ยวกับนโยบายใหม่ วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน การเปิดสาขา การแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ ผลประกอบการล่าสุด ผลการวิจัย และพัฒนาใหม่ ๆ ในด้านการตลาด เป็นต้น ข่าวที่นำมาเสนอเป็นประจำในลักษณะนี้จะมีเนื้อหา รายละเอียดสั้น ๆ

๒.๑.๒ ข่าวประกอบกิจกรรมพิเศษทางการประชาสัมพันธ์ (created news release) บางครั้งหน่วยงานอาจต้องการให้เรื่องบางเรื่องได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนเป็นพิเศษ โดยแทนที่จะเปิดเผยในลักษณะแจ้งให้ทราบอย่างธรรมดา ก็สามารถทำได้โดยการจัดเป็นกิจกรรมพิเศษ (formal ceremony / event) ขึ้น เช่น จัดคอนเสิร์ต แรลลี่ รวมถึงโครงการรณรงค์เพื่อสังคมขององค์กรต่าง ๆ ฯลฯ เพื่อช่วยเสริมให้มีสีสัน และดึงดูดความสนใจ โดยมุ่งมั่นให้เกิดความนิยมต่อหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน และนักประชาสัมพันธ์ค่อนข้างมั่นใจได้ว่า ข่าว นั้น ๆ จะได้รับการเผยแพร่ทางสื่อมวลชน

๒.๑.๓ ข่าวเหตุการณ์เร่งด่วน (spot news release) ในกรณีที่เกิดเหตุการณ์ฉุกเฉิน หรือมีเหตุการณ์เร่งด่วนที่สำคัญ นักประชาสัมพันธ์ควรแจ้งให้ประชาชนได้ทราบอย่างรวดเร็วโดยอาจไม่มีการเสนอรายละเอียดมาก แต่เน้นที่ความฉับไว เช่นการเปลี่ยนแปลงกำหนดการบางอย่าง หรือบุคคลที่สำคัญ เกิดเหตุการณ์เครื่องบินขัดข้อง ไม่สามารถออกเดินทางตามกำหนดได้ เกิดอุบัติเหตุโรงงานระเบิด เป็นต้น

๒.๑.๔ ข่าวโต้ตอบเหตุการณ์ (response news release) อาจมีบางเรื่องที่เกี่ยวข้องของหน่วยงานที่รับรู้ไปถึงสื่อมวลชน โดยมีได้ออกมาจากนักประชาสัมพันธ์และกลายเป็นประเด็นที่ถูกหยิบยกขึ้นมาวิพากษ์วิจารณ์

๓. สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ หมายถึง เครื่องมือต่าง ๆ ที่ใช้เป็นตัวกลางหรือช่องทางการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ แบ่งออกเป็น ๓ ประเภทใหญ่ ๆ คือ สื่อบุคคล (personal media) สื่อมวลชน (mass communication media) และสื่อสมัยใหม่ (modern media)

๓.๑ สื่อบุคคล (personal media) สื่อบุคคลเพื่อการประชาสัมพันธ์ คือ ตัวบุคคลที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดเรื่องราวต่าง ๆ สื่อบุคคลมีความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์ คือ คนส่วนใหญ่จะรู้สึกเชื่อใจและไว้วางใจบุคคลที่เขารู้จักและสนิทสนม จึงทำให้บุคคลที่ทำหน้าที่เป็นตัวแทนของหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน ซึ่งกลุ่มเป้าหมายรู้จักนั้น มีอิทธิพลต่อความคิดและความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายได้ ตัวอย่างคุณลักษณะของสื่อบุคคลที่ดี เช่น มีความน่าเชื่อถือ (credibility) มีบุคลิกภาพดี ชวนมอง (attractively) เป็นบุคคลที่เป็นที่ชื่นชอบ (likeability) เป็นบุคคลที่น่าไว้วางใจ (trustworthy) เป็นบุคคลที่มีความเที่ยงธรรมและเป็นกลาง (objectivity) และเป็นบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญ (expertise) เป็นต้น

๓.๒ สื่อมวลชน (mass media) สื่อมวลชน เป็นสื่อสำคัญในการประชาสัมพันธ์ และเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมายจำนวนมากได้ สื่อมวลชนในปัจจุบันมีหลายประเภท โดยทั่วไปจะแบ่งออกเป็น ๔ ประเภท คือ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุโทรทัศน์ และสื่อภาพยนตร์

๓.๒.๑ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อมวลชนที่สำคัญในการประชาสัมพันธ์ และเป็นสื่อที่มีความถาวรสูง ให้รายละเอียดได้มาก สื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ เช่น นิตยสาร หนังสือพิมพ์ และเอกสารประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เป็นต้น

๓.๒.๑.๑ หนังสือพิมพ์ หนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่สำคัญอย่างหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ และยังเป็นเครื่องมือที่ทรงอิทธิพลในการสร้างกระแสประชาชาติได้อีกด้วย

๓.๒.๑.๒ นิตยสาร นิตยสารเป็นสิ่งพิมพ์ที่มีลักษณะรูปเล่มกะทัดรัดและทนทานกว่าหนังสือพิมพ์ และยังมีรูปภาพ ประกอบด้วยเรื่องราว ข่าวสาร สารคดี รวมทั้งนวนิยายก็มีอยู่หลายรูปแบบ จึงทำให้ได้รับความสนใจจากบุคคลทั่วไปมาก

๓.๒.๑.๓ เอกสารประชาสัมพันธ์ เอกสารประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งพิมพ์ที่สถาบันต่าง ๆ จัดทำขึ้น เพื่อเป็นสื่อในการโฆษณาเผยแพร่ข่าวสาร ความรู้ นโยบาย บริการ การดำเนินงาน รวมทั้งผลงานไปสู่ประชาชน ซึ่งสามารถเผยแพร่มุ่งตรงสู่เป้าหมายได้เป็นอย่างดี เอกสารประชาสัมพันธ์ แบ่งออกได้ ๒ ประเภทใหญ่ ๆ คือ เอกสารการประชาสัมพันธ์ทั่วไป และวารสารประชาสัมพันธ์ (บุญเกื้อ ควรหาเวช, ๒๕๓๙, หน้า ๘๑) เอกสารประชาสัมพันธ์ทั่วไป เช่น ข่าวแจก จุลสาร จดหมายข่าวแผ่นปลิว แผ่นพับ สมุดภาพ และหนังสือ เป็นต้น ส่วนวารสารประชาสัมพันธ์จะเป็นเอกสารที่หน่วยงาน องค์กร และสถาบันจัดพิมพ์ออกมาเป็นระยะ ๆ ติดต่อกัน ไม่ว่าจะเป็นวารสารประชาสัมพันธ์ภายใน วารสารประชาสัมพันธ์ภายนอก หรือวารสารประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกก็ตาม

๓.๒.๒ วิद्यุกระจายเสียง วิद्यุกระจายเสียงเป็นสื่อที่สามารถส่งข่าวได้รวดเร็วและกว้างขวาง ถึงแม้ผู้รับข่าวสารจะอ่านหนังสือไม่ออกก็สามารถรับข่าวสารได้ และยังเป็นสื่อที่ประชาชนให้ความเชื่อถือมากรองมาจากวิทยุโทรทัศน์ แต่เหนือกว่าหนังสือพิมพ์

๓.๒.๓ วิทยุโทรทัศน์ วิทยุโทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของประชาชนในปัจจุบัน ทั้งยังมีพลังในการหันเหความคิด ความเชื่อถือได้มากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อมวลชนชนิดอื่น ๆ

๓.๒.๔ ภาพยนตร์ ภาพยนตร์เพื่อการประชาสัมพันธ์ สามารถทำได้ทั้งแบบภาพยนตร์สารคดี ภาพยนตร์เพื่อการศึกษา ภาพยนตร์ข่าวและเบ็ดเตล็ด

๓.๓ สื่อสมัยใหม่ (modern media) สื่อสมัยใหม่เป็นสื่อที่นิยมใช้กันในยุคสังคมข้อมูลข่าวสารหรือยุคสารสนเทศ (information age) ตามกระแสโลกาภิวัตน์ (globalization) ประเภทของสื่อสมัยใหม่ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ เช่น

๓.๓.๑ ดาวเทียม (satellite) หรือสถานีทวนสัญญาณไมโครเวฟที่ลอยอยู่เหนือพื้นโลก ใช้ในการสื่อสารระหว่างประเทศ

๓.๓.๒ อินเทอร์เน็ต (internet) ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตมีบทบาทในชีวิตประจำวัน และในหน้าที่การทำงานของคนเราเป็นอย่างมาก อาชีพต่าง ๆ รวมทั้งนักประชาสัมพันธ์ต่างใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อการติดต่อสื่อสาร อินเทอร์เน็ตที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่ผ่านทางอีเมล (e-mail) หรือระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และระบบข้อมูลจากเวิร์ลด์ ไวด์ เว็บ (world wide web หรือ www) โดยการจัดทำเป็นเว็บไซต์ (website) ของแต่ละหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน ให้ประชาชนเข้าไปดูและติดตามข้อมูลต่าง ๆ ได้

๓.๓.๓ สื่อประสมหรือมัลติมีเดีย (multimedia) มัลติมีเดียเป็นสื่อสมัยใหม่ที่สำคัญมากอย่างหนึ่งในจำนวนเทคโนโลยีสารสนเทศทั้งหลาย กล่าวคือ เป็นการนำคอมพิวเตอร์เพื่อนำเอาข้อความ ภาพ และเสียง ในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งถูกบันทึกไว้ในรูปของข้อมูล มาแสดงผล แปลงกลับเป็นข้อความ ภาพ และเสียง ทางจอภาพ และลำโพง ผสมผสานกัน รวมทั้งควบคุมการแสดงผลของสื่อเหล่านั้นโดยใช้โปรแกรมสั่งงานทางคอมพิวเตอร์ ทำให้สื่อประสมนี้มีลักษณะพิเศษขึ้น มีพลังในการสื่อสารอย่างมีชีวิตชีวา มากกว่าที่เกิดจากการใช้อุปกรณ์อื่น ๆ อย่างไรก็ตาม มัลติมีเดียอาจมีความหมายง่าย ๆ เพียงแค่การแสดงออกของข้อความ ภาพ และเสียงพร้อม ๆ กัน ในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง โดยใช้อุปกรณ์อื่น ๆ เช่น วิดีโอเทกซ์ ภาพยนตร์ และสไลด์ประกอบเสียง ร่วมกันก็ได้ เป็นต้น

๔. กลุ่มประชาชนเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ (public for public relations)

กลุ่มประชาชนเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ เมื่อเปรียบเทียบกับองค์ประกอบของการสื่อสาร คือ ผู้รับสาร (receiver) กลุ่มประชาชนเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์แบ่งออกเป็น ๒ ประเภท (วิมลพรรณ ตั้งจิตเพิ่มพูนดี, ๒๕๔๓, หน้า ๕๙) ดังนี้

๔.๑ กลุ่มประชาชนภายใน (internal publics) คือ กลุ่มบุคคลที่เป็นพนักงาน หรือเจ้าหน้าที่ที่ทำงานในหน่วยงาน องค์กร และสถาบันนั้น ๆ มักจะมีความเกี่ยวข้องผูกพันกับหน่วยงานองค์กร และสถาบันอย่างใกล้ชิด

๔.๒ กลุ่มประชาชนภายนอก (external publics) คือ กลุ่มประชาชนที่อยู่ภายนอกหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน จะแบ่งออกได้อีก ๓ กลุ่ม ได้แก่

๔.๒.๑ กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับองค์กรโดยตรง ทั้งนี้อาจเป็นด้วยนโยบายหรือการดำเนินงานที่องค์กรต้องเกี่ยวข้องกับประชาชนเหล่านี้ หรืออาจเกี่ยวข้องกันทางด้านผลประโยชน์หรือกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งของหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน เช่น กลุ่มผู้ถือหุ้น กลุ่มนักวิชาการกลุ่มผู้บริโภค และกลุ่มสื่อมวลชน เป็นต้น

๔.๒.๒ กลุ่มประชาชนในท้องถิ่น คือ กลุ่มประชาชนที่อยู่ในละแวกเดียวกันหรือท้องถิ่นเดียวกันกับหน่วยงาน องค์กร และสถาบัน หรือสถานที่ที่หน่วยงาน องค์กร และสถาบันตั้งดำเนินการอยู่ กลุ่มประชาชนในท้องถิ่นนี้จึงมีลักษณะเป็นชุมชนในท้องถิ่น (community public) หรือชุมชนในละแวกใกล้เคียง

๔.๒.๓ กลุ่มประชาชนทั่วไป คือ กลุ่มประชาชนอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมาแล้วข้างต้น กลุ่มประชาชนทั่วไปนี้จะไม่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือผูกพันกับหน่วยงาน องค์กร และสถาบันเหมือนอย่างกลุ่มประชาชนภายใน

<https://www.gotoknow.org/posts/๑๘๘๖๗๖>

บทที่ ๓

ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

๓.๑ ภูมิหลังอินเทอร์เน็ต

อินเทอร์เน็ต (Internet) เป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่มากที่เชื่อมโยงเครือข่ายคอมพิวเตอร์ทั่วโลกเข้าด้วยกัน เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ไซเบอร์สเปซ (Cyberspace) ทำให้การเคลื่อนย้ายและส่งผ่านข่าวสาร ข้อมูลจากที่หนึ่งไปอีกที่หนึ่งกระทำได้ง่าย โดยไม่จำกัดเรื่องระยะทาง และเวลา สามารถส่งข้อมูลได้หลากหลายรูปแบบ เช่น ส่งเป็นแบบข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียง โดยอาศัย เครือข่ายโทรคมนาคม เป็นตัวเชื่อมต่อเครือข่าย

การเชื่อมโยงเครือข่ายจะใช้เครือข่ายสื่อสารโทรคมนาคม เช่น สายสัญญาณโทรศัพท์ โยแก้วนำแสง (Fiber Optic) สัญญาณไมโครเวฟ สัญญาณจากดาวเทียม ทำให้การส่งผ่านข้อมูลจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งเป็นไปด้วยความรวดเร็ว อินเทอร์เน็ตเป็น แหล่งรวบรวมข้อมูลแหล่งใหญ่ที่สุดของโลก และเป็นที่ยอมรับทั้งบริการและเครื่องมือสืบค้นข้อมูลหลายประเภท จนกระทั่งกล่าวได้ว่าอินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือสำคัญอย่างหนึ่งในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ทั้งในระดับบุคคลและ องค์กร การเชื่อมต่อเข้าเป็นอินเทอร์เน็ตอาศัยการบริหารแบบกระจายอำนาจ อินเทอร์เน็ตจึงไม่มีใครเป็นเจ้าของ หรือควบคุมดูแลอย่างแท้จริง เครือข่ายแต่ละส่วนในอินเทอร์เน็ตต่างบริหารเครือข่ายของตนเองอย่างเป็นอิสระ โดยรับผิดชอบ ค่าใช้จ่ายติดตั้งระบบ และการเช่าวงจรสื่อสารเพื่อต่อเชื่อมเข้าด้วยกัน แต่ในทางปฏิบัติแล้ว อินเทอร์เน็ตมีองค์กรระหว่างประเทศ ที่จัดตั้งขึ้นเพื่อประสานความร่วมมือระหว่างสมาชิกองค์กรนี้ได้แก่ สมาคมอินเทอร์เน็ต ISOC (Internet Society) ซึ่งเป็นองค์กรเพื่อความร่วมมือและประสานงานของสมาชิกอินเทอร์เน็ตระหว่างประเทศ เป็นองค์กรที่ไม่แสวงผลกำไร และมีนโยบายสนับสนุนการใช้ อินเทอร์เน็ตเป็นโครงสร้างพื้นฐานอย่างหนึ่งสำหรับการศึกษาและงานวิจัย และทำหน้าที่ส่งเสริมและเผยแพร่ความรู้ให้แก่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วไป ISOC ยังทำหน้าที่ในการพัฒนามาตรฐานและเทคโนโลยี เพื่อใช้ในอินเทอร์เน็ต ภายใน ISOC มีคณะทำงานอาสาสมัครร่วมวางแผนทางพัฒนาอินเทอร์เน็ต ให้สมาชิกถือปฏิบัติ แต่ไม่มีหน้าที่ดูแลหรือควบคุมการบริหารเครือข่ายแต่อย่างใด

อินเทอร์เน็ต (Internet) เป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ซึ่งเริ่มก่อตั้งโดยกระทรวงกลาโหมสหรัฐอเมริกา อินเทอร์เน็ตในยุคแรกๆ ประมาณปี พ.ศ. ๒๕๑๒ เป็นเพียงการนำคอมพิวเตอร์จำนวนไม่กี่เครื่องมาเชื่อมต่อกัน โดยสายส่งสัญญาณเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างเครื่องคอมพิวเตอร์ ภารกิจหลักเพื่อใช้ในการงานวิจัยทางทหาร โดยใช้ชื่อว่า "อาร์ปา" (ARPA : Advanced

Research Project Agency) รูปแบบเครือข่ายอาร์พาเน็ตไม่ได้ต่อเชื่อมโฮสต์ (Host) คอมพิวเตอร์เข้าถึงกันโดยตรง หากแต่ใช้คอมพิวเตอร์ เรียกว่า IMP (Interface Message Processors) ต่อเชื่อมถึงกันทางสาย โทรศัพท์เพื่อทำหน้าที่ด้านสื่อสารโดยเฉพาะ ซึ่งแต่ละ IMP สามารถเชื่อมได้หลายโฮสต์

กำเนิดอาร์พาเน็ต วันที่ ๒ กันยายน พ.ศ. ๒๕๑๒ ได้มีการทดลองเชื่อมโยง IMP ระหว่างมหาวิทยาลัย ๔ แห่ง โดยมีโฮสต์ต่างชนิดกัน ที่ใช้ในระบบปฏิบัติการต่างกัน คือ มหาวิทยาลัยแคลิฟอร์เนีย แห่ง ลอสแอนเจลิส ใช้เครื่อง SDS Sigma ๗ ภายใต้ระบบปฏิบัติการ SEX (Sigma EXecutive) สถาบันวิจัยสแตนฟอร์ด ใช้เครื่อง SDS ๙๔๐ และระบบปฏิบัติการ Genie มหาวิทยาลัยแคลิฟอร์เนีย แห่ง ซานตา บาร์บารา มีเครื่อง IBM ๓๖๐/๗๕ ทำงานภายใต้ระบบปฏิบัติการ OS/MVT มหาวิทยาลัยยูทาห์ ที่ซอลต์เลคซิตี ใช้เครื่อง DEC PDP-๑๐ ภายใต้ระบบปฏิบัติการ Tenex ปี ๒๕๑๕ หลังจากที่เครือข่ายทดลองอาร์พา ประสบความสำเร็จ ก็ได้มีการปรับปรุงหน่วยงานจาก อาร์ปา มาเป็น ดาร์พา DARPA (Defense Advanced Research Projects Agency) ต่อหลังเปลี่ยนเป็น Defence Communication Agency ปัจจุบันคือ Defense Informations Systems Agency ในปี ๒๕๒๖ อาร์ปาเน็ตได้แบ่งเป็น ๒ เครือข่าย ด้านงานวิจัยใช้ชื่อว่า อาร์ปาเน็ต เหมือนเดิม ส่วนเครือข่ายของกองทัพใช้ชื่อ มิลเน็ต (MILNET: Military Network) ซึ่งมีการเชื่อมต่อโดยใช้โปรโตคอล TCP/IP (Transmission Control Protocol/ Internet Protocol) เป็นครั้งแรก ในปี ๒๕๒๘ มูลนิธิวิทยาศาสตร์แห่งชาติอเมริกา (NSF) ได้ให้เงินทุนในการสร้างศูนย์ซูเปอร์คอมพิวเตอร์ ๖ แห่ง และใช้ชื่อว่า NSFNET และ ในปี ๒๕๓๓ อาร์ปาเน็ตไม่สามารถที่จะรองรับภาระที่เป็นเครือข่ายหลัก (Backbone) ของระบบได้ อาร์ปาเน็ตจึงได้ยุติลง และเปลี่ยนไปใช้ NSFNET และเครือข่ายอื่น ๆ แทน มาจนเป็นเครือข่ายขนาดใหญ่ จนกระทั่งถึงทุกวันนี้ โดยเรียกเครือข่ายว่า อินเทอร์เน็ต (Internet) โดยเครือข่าย ส่วนใหญ่จะอยู่ในอเมริกา และปัจจุบันนี้มีเครือข่ายย่อยมากมายทั่วโลก

อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย เริ่มขึ้นเมื่อ พ.ศ. ๒๕๓๐ โดยการเชื่อมต่อมินิคอมพิวเตอร์ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และสถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย (AIT) ไปยังมหาวิทยาลัยเมลเบิร์น ประเทศออสเตรเลีย แต่ในครั้งนั้นยังเป็นการเชื่อมต่อ โดยผ่านสายโทรศัพท์ ซึ่งสามารถส่งข้อมูลได้ช้าและไม่เป็นการถาวร จนกระทั่งในปี พ.ศ. ๒๕๓๕ ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) ได้ทำการเชื่อมต่อคอมพิวเตอร์เข้ากับมหาวิทยาลัย ๖ แห่ง ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย (AIT) มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ สถาบันเทคโนโลยีและคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เข้าด้วยกันเรียกว่า "เครือข่ายไทยสาร" โดยสำนักวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้เช่าวงจรสื่อสารความเร็ว ๙๖๐๐ บิตต่อวินาที จากการสื่อสารแห่งประเทศไทย เพื่อเชื่อมต่อเข้าสู่อินเทอร์เน็ตที่ "บริษัท ยูยูเน็ตเทคโนโลยี ประเทศสหรัฐอเมริกา"

ในปี ๒๕๓๖ NECTEC ได้เช่าวงจรสื่อสารความเร็ว ๖๔ กิโลบิตต่อวินาทีจากการสื่อสารแห่งประเทศไทยเพื่อเพิ่มความสามารถในการขนส่งข้อมูล ทำให้ประเทศไทยมีวงจรสื่อสารระดับ ที่ให้บริการแก่ผู้ใช้ไทยสารอินเทอร์เน็ต ๒ วงจร ในปัจจุบันวงจรเชื่อมต่อไปยังต่างประเทศที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และ NECTEC ได้รับการปรับปรุงให้มีความ เร็วสูงขึ้นตามลำดับ นับตั้งแต่นั้นมาเครือข่ายไทยสารได้ขยายตัวกว้างขึ้น และมีหน่วยงานอื่นเชื่อมเข้ากับไทยสารอีกหลายแห่ง ในช่วงต่อมา เครือข่ายไทยสารเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีมหาวิทยาลัยและหน่วยงานราชการ เข้ามาเชื่อมต่อกับเครือข่ายนี้ เพิ่มขึ้นอีกจำนวนมาก จะเห็นได้ว่าอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยขณะนั้นยังจำกัดอยู่ในวงการศึกษาและการวิจัยเท่านั้น ไม่ได้เป็นเครือข่ายที่ให้บริการในรูปของธุรกิจ แต่ทางสถาบันนั้น ๆ จะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายเอง

ต่อมาในพ.ศ. ๒๕๓๗ ความต้องการในการใช้อินเทอร์เน็ตจากภาคเอกชนมีมากขึ้น การสื่อสารแห่งประเทศไทย (กสท.) จึงได้ร่วมมือกับบริษัทเอกชน เปิดบริการอินเทอร์เน็ตให้แก่บุคคลผู้สนใจทั่วไปได้สมัครเป็นสมาชิก ตั้งขึ้นในรูปแบบของบริษัท ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตเชิงพาณิชย์ เรียกว่า "ผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต" หรือ ISP (Internet Service Provider) ข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตจะถูกส่งผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ และระบบการสื่อสารซึ่งในแต่ละพื้นที่ หรือแต่ละประเทศ ซึ่งจะต้องรับผิดชอบกันเอง เพื่อเชื่อมต่อกับระบบใหญ่ของโลกให้ได้ ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (ISP) ซึ่งได้แก่ องค์กรที่ทำหน้าที่ให้บริการเชื่อมต่อสายสัญญาณจากแหล่งต่าง ๆ ของผู้ใช้บริการ เช่น จากที่บ้าน สำนักงาน สถานบริการ และแหล่งอื่น ๆ เพื่อเชื่อมต่อกับระบบใหญ่ออกไปนอกประเทศได้

๓.๒ คำศัพท์ที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตควรทราบ

คำศัพท์	ความหมาย
Web Site	แหล่งเก็บข้อมูล ประกอบด้วย Web Page หลาย ๆ Web Page แล้วรวบรวมเว็บเพจเหล่านี้เข้าด้วยกันเพื่อจัดตั้งขึ้นเป็น Web Site โดยเว็บไซต์นั้นจะต้องมีรหัสหรือชื่อโดเมน ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารเพื่อการเชื่อมโยงเข้าหา Web Site บนอินเทอร์เน็ต
Web Page	หน้าเว็บแต่ละหน้าที่ประกอบไปด้วยข้อมูล รูปภาพ เสียง และวิดีโอ โดยเป็นข้อมูลแบบสื่อผสมหรือมัลติมีเดีย ในเว็บไซต์หนึ่งจะมี Web Page หลาย ๆ หน้า เปรียบเสมือนกับหน้าหนังสือในหนึ่งเล่มที่ถูกแบ่งเป็นหน้า ส่วนจะมีกี่หน้านั้นก็จะขึ้นอยู่กับเนื้อหาของแต่ละ Web Site นั้น
Home Page	Web Page หน้าแรกของข้อมูลใน Web Site เมื่อเปิดเว็บไซต์ ขึ้นมาแล้วก็จะปรากฏเป็นหน้า Web Page เว็บเพจหน้าแรกนี้เรียกว่า Home Page โดยมีลิงก์ไปยังเว็บเพจ หน้าต่าง ๆ ทั้งในเว็บไซต์เดียวกันและก็ต่าง Web Site ได้ด้วย
Web Browser	เป็นโปรแกรมประยุกต์ที่ใช้สำหรับอ่านและแสดงข้อมูลที่เป็นภาษา HTML เพื่อให้ผู้ใช้เครื่องคอมพิวเตอร์สามารถเห็นผลลัพธ์ของเว็บเพจนั้น ๆ ได้ โดยปัจจุบันมีโปรแกรมที่ได้รับความนิยมอยู่สองโปรแกรมคือ Internet Explorer และ Netscape Navigator
Web editor	โปรแกรมหรือเครื่องมือที่ใช้ในการสร้าง แก้ไข จัดการ Web ทั้งที่เป็น Text Editor เช่น Notepad , Word pad และโปรแกรมสำเร็จรูปทั่วไป เช่น namo , font page , Macromedia Dreamweaver
upload	การโอนย้ายข้อมูลหรือโปรแกรมคอมพิวเตอร์ผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์จากระบบที่เล็กกว่าไปยังระบบที่ใหญ่กว่า
Download	การโอนย้ายข้อมูลหรือโปรแกรมคอมพิวเตอร์ผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์จากระบบที่ใหญ่สู่ระบบที่เล็กกว่า

Host	เครื่องคอมพิวเตอร์ศูนย์กลางที่ต่อเข้ากับ Network, Internet เพื่อบริการใด ๆ
Protocol	วิธีปฏิบัติที่เป็นมาตรฐานในการจัดส่งผ่านข้อมูลระหว่างเครื่องคอมพิวเตอร์ หรือ เรียก วิธีการที่ใช้ในการสื่อสาร ข้อมูลคอมพิวเตอร์
IP address	หมายเลขอินเทอร์เน็ต หรือหมายเลขประจำตัวของคอมพิวเตอร์
HTTP	(Hypertext Transfer Protocol) เป็นชื่อโปรโตคอลที่ใช้ในการรับส่งข้อมูล ไฮเปอร์เท็กซ์ โดยขณะที่ บราวเซอร์เรียกไปยังเว็บเซิร์ฟเวอร์ จะใช้โปรโตคอลนี้ในการรับส่งข้อมูลกับเซิร์ฟเวอร์

เรียบเรียงจาก <http://www.bkp-ssk.ac.th/html/๐๐๑-๐๐๒.htm>

๓.๓ เครือข่ายออนไลน์

แนวคิดเรื่อง (Social Network) หรือเครือข่ายสังคมออนไลน์ มักปรากฏให้เห็นในลักษณะของการนำมาใช้เพื่อดำเนินงานหรือกิจกรรมต่าง ๆ โดยมีตัวบุคคลหรือหน่วยงานร่วมกันเป็นเครือข่าย เพื่อให้สามารถใช้ทรัพยากรร่วมกัน แลกเปลี่ยนแบ่งปันทรัพยากร ข้อมูลข่าวสาร ฯลฯ แต่ปัจจุบันคำว่า (Social Network) จะหมายถึงระบบเครือข่ายบนโลกออนไลน์ หรือการติดต่อสื่อสารถึงกันผ่านอินเทอร์เน็ต Wikipedia (๒๐๐๙) ให้ความหมาย (Social Network) ว่าเป็นโครงสร้างสังคมที่ประกอบด้วยโนด (Node) ต่าง ๆ เชื่อมต่อกัน ซึ่งแต่ละโนดที่เชื่อมโยงกันก็อาจมีความสัมพันธ์กับโนดอื่น ๆ ด้วย โดยอาจมีระดับของความสัมพันธ์กัน มีความซับซ้อน มีเป้าหมาย (Social Network) จึงหมายถึงการที่มนุษย์สามารถเชื่อมโยงถึงกัน ทำความรู้จักกัน สื่อสารถึงกันได้ ผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งหากเป็นเว็บไซต์ที่เรียกว่าเป็นเว็บ (Social Network) ก็คือเว็บไซต์ที่เชื่อมโยงผู้คนไว้ด้วยกันนั่นเอง โดยเว็บไซต์เหล่านี้จะมีพื้นที่ให้ผู้คนเข้ามา รู้จักกัน มีการให้พื้นที่ บริการเครื่องมือต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในการสร้างเครือข่าย สร้างเนื้อหาตามความสนใจของผู้ใช้ ปัจจุบันมีเว็บไซต์ประเภท (Social Network) เกิดขึ้นจำนวนมาก ทั้งที่มีเป้าหมายเชิงพาณิชย์ และไม่แสวงหากำไร เช่น Facebook LinkedIn Twitter YouTube Google+ Pinterest Instagram Flickr MySpace (ปี ๒๕๕๗) นอกจากจะใช้ในการติดต่อสื่อสารเพื่อความสนุก เพลิดเพลิน บันเทิงแล้วยังเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่น่าสนใจเพื่อการศึกษาได้

บทบาทของ Social network

ลักษณะสำคัญของ Social network คือ การมีปฏิสัมพันธ์ของคนในระบบเครือข่าย จึงไม่ใช่เรื่องแปลกนักที่เมื่อมีปริมาณคนในเครือข่ายจำนวนมากจะนำไปสู่การสร้างการเปลี่ยนแปลงสำคัญ ๆ ให้เกิดขึ้นในสังคมจริงได้ ซึ่งหากจะจำแนกลักษณะของ Social network ที่ถูกนำเสนอผ่านทาง Social media สามารถสรุปได้ ดังนี้

๑. การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลหรือภายในเครือข่าย โดยผู้ใช้สร้างโปรไฟล์ของตนเอง และมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน เช่น Facebook, My space

๒. การเผยแพร่ความรู้ความเชี่ยวชาญ ซึ่งจะอยู่ในลักษณะของเว็บบล็อกต่าง ๆ

๓. การเผยแพร่ข้อความสั้น ๆ เช่น twitter

๔. การเพิ่มเติมข้อมูลความรู้ต่าง ๆ เช่น เว็บ Wikipedia

๕. การเผยแพร่เนื้อหาเฉพาะเจาะจง การเผยแพร่ภาพ เสียง วิดีโอ เช่น เว็บ YouTube, Flickr

การใช้ Social network เพื่อการเรียนการสอน เป็นการใช้อินเทอร์เน็ตในการติดต่อสื่อสารระหว่างคณาจารย์และนักศึกษาสถาบันการศึกษาทุกระดับชั้น ไม่ว่าจะเป็นการส่งการบ้าน นัดหมาย อภิปราย แลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่าง ๆ รวมทั้งการแจกจ่ายที่อยู่ทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือที่อยู่บน www.เนื่องจากมีความสะดวก คือใช้เวลาเพียงไม่กี่นาทีเท่านั้น

การจัดการเรียนการสอนผ่านระบบออนไลน์ยังเป็นการส่งเสริมให้นักศึกษา ได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อ ในลักษณะที่แตกต่างไปจากเดิม เช่น จากการอภิปรายผ่านอีเมล การเสนอความคิดเห็นในกลุ่มสนทนา หรือการนำเสนอข้อมูลบนเว็บไซต์

ประโยชน์ของการใช้อินเทอร์เน็ตกับการศึกษา

๑. การใช้เป็นระบบสื่อสารส่วนบุคคล ผ่านอีเมล (E-mail) ซึ่งเปรียบเสมือนมีตู้จดหมายเป็นของตัวเองสามารถส่งข้อความถึงกันผ่านในระบบนี้โดยส่งไปยังตู้จดหมายของกันและกันระหว่างเพื่อนหรือส่งการบ้าน

๒. การใช้เพื่อสืบค้นข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ บนอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลขนาดใหญ่ที่เชื่อมโยงกัน และติดต่อกับห้องสมุดทั่วโลก ทำให้การค้นหาค้นหาข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ทำได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

๓. ฐานข้อมูลเครือข่ายใยแมงมุม (World Wide Web) เป็นฐานข้อมูลแบบเอกสาร (Hypertext) และแบบมีรูปภาพ (Hypermedia) ซึ่งปัจจุบัน ฐานข้อมูลเหล่านี้ได้พัฒนาขึ้นจนเป็นแบบมัลติมีเดีย (Multimedia) โดยมีทั้งข้อความ รูปภาพและวีดิทัศน์

๔. การใช้ทรัพยากรที่ห่างไกลกัน ผู้เรียนอาจเรียนอยู่ที่บ้านและเรียกใช้ข้อมูลที่เป็นทรัพยากรการเรียนรู้ของโรงเรียน หรือมหาวิทยาลัยได้ และยังสามารถขอใช้ทรัพยากรคอมพิวเตอร์ในต่างมหาวิทยาลัยได้

ข้อพึงระวังในการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการศึกษา

๑. การสืบค้นข้อมูล ต้องพิจารณาแหล่งที่มาที่เชื่อถือได้ รวมถึงความถูกต้องของเนื้อหาในข้อมูลนั้น

๒. การติดต่อสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต ต้องสุภาพ รักษามารยาทในการสื่อสาร โดยเฉพาะการพิมพ์ข้อความที่ต้องคำนึงถึงผู้รับว่าควรใช้ภาษาระดับใด เช่น อาจารย์ ผู้อาวุโส บุคคลที่ไม่รู้จัก หรือเพิ่งรู้จัก และข้อความต้องชัดเจน กระชับ ถูกกาลเทศะ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ และป้องกันการเข้าใจผิดในการสื่อสาร

๓. การเผยแพร่ข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ต ต้องมีจรรยาบรรณ โดยตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อผู้อื่น และหลีกเลี่ยงการนำเสนอข้อมูลที่ไม่เหมาะสม คลาดเคลื่อน เป็นเท็จ หรือข้อมูลที่อาจส่งผลกระทบสร้างความเสียหายต่อผู้อื่น

ผลกระทบของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์

ผลกระทบเชิงบวก

๑. เป็นเวทีที่นำเสนอผลงานของตนเอง และแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ
๒. เป็นสื่อที่ใช้ในการแบ่งปันข้อมูล รูปภาพ ความรู้ซึ่งกันและกัน
๓. เป็นเครื่องมือในการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน
๔. เป็นเครื่องมือที่แจ้งข่าวสารการช่วยเหลือหรือการพัฒนาสังคมในมิติต่าง ๆ
๕. ใช้เป็นสื่อในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ หรือให้บริการในทางธุรกิจ
๖. ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย

ผลกระทบเชิงลบ

๑. เป็นช่องทางในการถูกละเมิดลิขสิทธิ์ผลงานด้านต่าง ๆ ที่เผยแพร่ผ่านอินเทอร์เน็ต
๒. หากผู้ใช้หมกมุ่นกับการเข้าร่วมเครือข่ายสังคมออนไลน์มากเกินไปอาจส่งผลเสียต่อสุขภาพองค์รวม
๓. เป็นช่องทางที่สามารถวิพากษ์วิจารณ์กระแสสังคมในเรื่องเชิงลบ
๔. ภัยคุกคามจากผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในทางทุจริตโดยเฉพาะกลุ่มมิจฉาชีพ

เรียบเรียงจาก http://csmju.jowave.com/cs100_v2/lesson4-6.html

๓.๔ โปรแกรมสำหรับใช้ในการประชุมผ่านระบบออนไลน์

การเว้นระยะห่างทางสังคม (social distancing) ด้วยการประชุมออนไลน์ เพื่อลดความเสี่ยงในการระบาดของโควิด-๑๙ โดยการทำงานที่บ้าน และงดการนัดพบปะสังสรรค์กัน หรือการรวมกลุ่มที่มีผู้คนมากมาย หนึ่งในตัวช่วยในการทำงานที่บ้าน คือ การใช้รูปแบบการประชุมออนไลน์ ซึ่งในปัจจุบันมีการพัฒนาเทคโนโลยีช่วยให้สะดวกยิ่งขึ้น และมากไปด้วยฟังก์ชันการใช้งานสำหรับการประชุม โดยแต่ละโปรแกรมนั้นมีความแตกต่างกัน ทั้งราคา และฟังก์ชันการใช้งาน ดังรายละเอียด ต่อไปนี้

ZOOM Cloud Meetings

สามารถเชื่อมต่อกับเพื่อนร่วมงานในทุกสถานที่ทุกเวลา หรือร่วมประชุมออนไลน์แบบเห็นหน้าก็ได้ มีฟังก์ชันการแชร์ภาพหน้าจอแบบคุณภาพสูง รวมถึงระบบการส่งข้อความหากันระหว่างเพื่อนร่วมงาน แชร์ภาพหน้าจอ รูปภาพ หน้าเว็บ ไฟล์ใน Google Drive ไฟล์ใน Dropbox ไฟล์ใน Box ได้ เข้าร่วมประชุมได้ทั้งในรูปแบบที่มีการพูดคุยโต้ตอบ หรือเข้าร่วมในฐานะผู้รับชมก็ได้ โดยรองรับผู้เข้าร่วมมากถึง ๑,๐๐๐ คน แต่สำหรับการใช้งานแบบฟรี มีข้อจำกัดคือ สร้างการประชุมแบบ ๑ : ๑ เท่านั้น และสำหรับการประชุมแบบกลุ่มจำกัดเวลาที่ ๔๐ นาที

Google Hangouts Meet

สามารถแชตกับเพื่อน ดูแบบเห็นหน้าได้ทั้งแบบเดี่ยวและกลุ่ม เชื่อมต่อได้ทั้งคอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต หรือใช้กับสมาร์ทโฟน โดยลงชื่อเข้าใช้ด้วยบัญชีของ Google เพิ่มอีโมจิ และภาพเคลื่อนไหวแบบ GIF รับส่งข้อความ SMS/ MMS มีแจ้งเตือน เก็บบันทึกไว้หลังประชุมจบ

ได้ อีกทั้งยังสามารถแชร์โลเคชันปัจจุบันได้ รองรับจำนวนผู้เข้าร่วมสูงสุด ๕๐ คน โดยเปิดใช้ฟรีทั้งหมด ไม่เสียค่าใช้จ่าย

Skype

โปรแกรมแชตและโทรผ่านเน็ต และสนทนาที่ได้รับความนิยมที่สุด สามารถส่งไฟล์ สนทนาแบบวิดีโอ ทั้งยังสามารถพูดคุย ส่งข้อความ แบบพิมพ์หากันได้โดยคู่สนทนาต้องมีโปรแกรมดังกล่าวเช่นกัน รองรับระบบคอมพิวเตอร์ มือถือ แท็บเล็ต มีระบบการปรับระดับเสียงอัตโนมัติ แบบฟรีไม่สามารถประชุมเกิน ๑๐ คนได้ หากใช้ Skype for Business สามารถประชุมได้มากถึง ๒๕๐ คน

Join.me

สามารถประชุมทางเสียงและวิดีโอทางโทรศัพท์ผ่านอินเทอร์เน็ตได้ทันทีจากทุกที่ เพียงพิมพ์รหัสการประชุม แชร์หน้าจอกับผู้เข้าร่วมประชุมได้ ซึ่งผู้เข้าร่วมประชุมสามารถเห็นหน้าจอโทรศัพท์หรือแท็บเล็ต ได้ทันที ดูว่ามีใครเข้าร่วมบ้าง และยังสามารถล็อกการประชุมเพื่อความปลอดภัย นอกจากนี้ยังสามารถเปิดเอกสาร ชีตสไลด์ เว็บไซต์ได้พร้อมกัน สามารถซูมเข้าและดูรายละเอียดได้ ผู้เข้าร่วมสูงสุด ๑๐ คน สามารถทดลองใช้ฟรีได้ ๑๔ วัน

Cisco Webex

สามารถประชุมทางวิดีโอและเสียง กำหนดเวลาการประชุมได้ สามารถแชร์ได้ทั้งหน้าจอ เอกสาร แอปพลิเคชัน หรือ สเปรดชีตให้ผู้เข้าร่วมประชุมด้วยฟังก์ชันแชร์ เล่นวิดีโอ หรือ ภาพเคลื่อนไหว และเขียนไวต์บอร์ด วาดไอเดียเพื่อให้คนที่ร่วมประชุมเห็นได้ และหัวหน้าการประชุมสามารถบันทึกการประชุมได้ รองรับผู้ร่วมประชุมจำนวน ๒๕ คน และยังมีฟังก์ชันรองรับการพูดคุยกว่า ๑,๐๐๐ ราย

Blizz by TeamViewer

เป็นโปรแกรมที่พัฒนาโดย TeamViewer เข้าร่วมการประชุมออนไลน์โดยไม่ต้องลงทะเบียน สามารถเลือกคุณภาพการสนทนาได้ รองรับระบบ Android Windows, Mac และอุปกรณ์ iOS (ต้องใช้ iOS ๑๐.๐ ขึ้นไป) สามารถแชร์หน้าจอบนคอมพิวเตอร์ได้ และมีรหัสเข้าร่วมการประชุมเพื่อความปลอดภัย โดยทำงานคล้ายกับ TeamViewer ที่สามารถดูหน้าจอของกันละกันได้

Blue jeans

เป็นโปรแกรมที่สามารถเข้าร่วมการประชุมผ่านวิดีโอได้ทุกที่ เข้าร่วมได้สูงสุด ๕ คน สำหรับแบบฟรี และเสียค่าบริการจะเข้าประชุมได้สูงสุด ๑๕๐ คน สามารถเลือกหัวข้อในการประชุมได้ ซึ่งหัวข้อสามารถจัดเรียงเค้าโครงของผู้เข้าร่วมการประชุม เพื่อให้เหมาะสมกับความ ต้องการได้ แบ่งปัน หรือดูเนื้อหาร่วมกัน สามารถซูมเข้าและดูรายละเอียดได้ และผู้เข้าร่วมประชุม ไม่จำเป็นต้องมีบัญชี

Discord

เป็นแอปพลิเคชันสำหรับเกมเมอร์ชื่อดังที่มีฟังก์ชันแชตออนไลน์ฟรี คิวเสียง และวิดีโอคอลได้สูงสุด ๑๐ คน ใช้งานได้ทั้งบนคอมพิวเตอร์ บนบราวเซอร์ และในมือถือ แท็บเล็ต ของทั้ง iOS และ Android และมีระบบล็อกความปลอดภัย สมาชิกต้องถูกเชิญเข้ามาเท่านั้น สามารถแชร์ หน้าจอ คิวเสียง และส่งไฟล์ได้ ล่าสุดในสถานการณ์โควิด-๑๙ Discord เพิ่มฟังก์ชันพิเศษ โดยเพิ่มลิมิตให้วิดีโอคอลได้สูงสุด ๕๐ คน

เรียบเรียงจาก <https://themomentum.co/online-meeting-apps-for-social-distancing/>

GoTo Meeting

เป็นโปรแกรมประชุมออนไลน์ ที่เน้นใช้งานง่าย ประชุมพร้อมกันสูงสุด ๓๐ คน (สำหรับการใช้งานฟรี)รองรับการใช้งานทุกอุปกรณ์ สามารถแชร์หน้าจอ ไฟล์ต่าง ๆ พร้อมบันทึก และถอดเสียงการประชุมได้

Lifesize

เป็นโปรแกรมประชุมออนไลน์ความละเอียดสูงระดับ ๔ K ประชุมพร้อมกันสูงสุด ๕๐๐ คน รองรับการใช้งานทุกอุปกรณ์สามารถแชร์หน้าจอ ไฟล์ต่าง ๆ และบันทึกการประชุมได้ครั้งละ ๑ ชั่วโมง ทำสตรีมมิงถ่ายทอดสด Events รองรับคนดูได้สูงสุด ๑๐,๐๐๐ คน สามารถเข้าร่วมผ่าน Link โดยไม่ต้องลงทะเบียน

UberConference

เป็นโปรแกรมที่ใช้ประชุมพร้อมกันสูงสุด ๑๐ คน (สำหรับการใช้งานฟรี) รองรับการใช้งานทุกอุปกรณ์สามารถแชร์หน้าจอ ไฟล์ต่าง ๆ ร่วมกันได้ มีฟังก์ชัน Voice Intelligence สามารถถอดเสียงการประชุม การปรับแต่งเสียงรอสาย และบันทึกการประชุมเป็น MP๓ ได้

เรียบเรียงจาก <https://www.digital2home.com/10-โปรแกรมประชุมออนไลน์/>

๓.๕ โปรแกรมสำหรับใช้ในการจัดการเรียนการสอนผ่านระบบออนไลน์

๓.๕.๑ ระบบหรือซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการจัดการห้องเรียน

๑. Google classroom คือ แอปพลิเคชันสำหรับผู้ที่มิมีปัญหา Google ส่วนบุคคล โดยจะช่วยให้ผู้เรียนและผู้สอนเชื่อมต่อกันได้นอกจากนี้ยังช่วยประหยัดเวลาและลดการใช้กระดาษและสามารถสร้างชั้นเรียน แจกจ่ายงาน สื่อสารและจัดการสิ่งต่าง ๆ ให้ระเบียบตลอดเวลาได้

๒. Microsoft Teams คือ แอปพลิเคชันสำหรับบริการแชตแบบกลุ่มสำหรับองค์กรมีจุดเด่นตรงที่การเชื่อมต่อกับแอปในชุด Office ทั้งหมด รองรับการคุยด้วยเสียง-วิดีโอ

๓.๕.๒ ซอฟต์แวร์ที่ใช้ผลิตสื่อการสอนออนไลน์

๑. Zoom คือ แอปพลิเคชันสำหรับประชุมทางไกลผ่านระบบคลาวด์รองรับการโทรปกติและการแชร์หน้าจอ ที่สำคัญคือความง่ายในการใช้งาน

๒. Google Meet คือ แอปพลิเคชันสำหรับการประชุมทางวิดีโอความละเอียดสูง เข้าถึงได้ง่ายเพียงแค่แชร์ลิงก์ให้ทุกคนเข้าร่วมได้ด้วยคลิกเดียว

๓. Microsoft Teams คือ แอปพลิเคชันสำหรับบริการแชตแบบกลุ่มสำหรับองค์กรมีจุดเด่นตรงที่การเชื่อมต่อกับแอปในชุด Office ทั้งหมด รองรับการคุยด้วยเสียง-วิดีโอ

๔. Facebook Live คือ ขั้นตอนการถ่ายทอดสดการเรียนการสอนผ่านทาง Facebook โดยผู้ที่ติดตามเพจของ Facebook สามารถร่วมชมการถ่ายทอดสดไปพร้อมกันได้

๕. Live Stream คือ ขั้นตอนการ Live Stream จาก Zoom Meeting ไปยัง Facebook Workplace และ Youtube

๖. Active Presenter คือ โปรแกรมที่จับภาพหน้าจอ หรืออัดวิดีโอในขณะที่กำลังใช้งานโปรแกรมต่าง ๆ บนคอมพิวเตอร์

๗. Loom คือ โปรแกรมที่ใช้ในการบันทึกวิดีโอการสอนจับภาพหน้าจอ และแบ่งปันวิดีโอได้อย่างง่าย

๘. OBS Studio คือ โปรแกรมเครื่องมือฟรีที่ใช้ในงานอัดวิดีโอและวิดีโอถ่ายทอดสด (live streaming) เหมาะสำหรับนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบวิดีโอและเสียง

๙. PowerPoint คือ โปรแกรมนำเสนอในชุดโปรแกรมไมโครซอฟท์ออฟฟิศ สามารถบันทึกการสอน เป็น Video ได้

๓.๕.๓ ซอฟต์แวร์หรือเทคนิคอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

๑. Open Shot คือ แอปพลิเคชันสำหรับตัดต่อวิดีโอแบบโอเพินซอร์สที่อนุญาตให้สามารถนำไปใช้งานได้ฟรี

๒. Handbrake คือ แอปพลิเคชันสำหรับการบีบอัดไฟล์วิดีโอให้มีขนาดเล็กลงก่อนนำไปใช้สำหรับแปลงไฟล์วิดีโอจากแผ่นดีวีดี บลูเรย์ หรือไฟล์วิดีโอในฟอร์แมตหนึ่งไปเป็นรูปแบบอื่น เพื่อใช้ในการตัดต่อหรือนำไปดัดแปลงอุปกรณ์พกพาชนิดต่าง ๆ ได้

๓. Youtube คือ เว็บไซต์แลกเปลี่ยนภาพวิดีโอโดยในเว็บไซต์นี้ผู้ใช้สามารถอัปโหลดภาพ วิดีโอเข้าไปเปิดดูภาพวิดีโอที่มีอยู่และแบ่งภาพวิดีโอเหล่านี้ให้คนอื่นดูได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

เรียบเรียงจาก <https://e.sc.kku.ac.th/online-learning/>

บทที่ ๔

โปรแกรมที่นิยมใช้สร้างสื่อประชาสัมพันธ์

ปัจจุบันสื่อออนไลน์มีบทบาทอย่างยิ่งต่อการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์บริการต่าง ๆ โดยสื่อออนไลน์อยู่ในหลากหลายรูปแบบและหลากหลายช่องทาง ทั้งการประชาสัมพันธ์บนสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เว็บไซต์ จอประชาสัมพันธ์ เป็นต้น ดังนั้นการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจจะช่วยดึงดูดให้ผู้พบเห็นเข้าถึงบริการได้มากขึ้น และสำหรับการผลิตสื่อกราฟิก เดิมทีการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์นิยมใช้งานโปรแกรมเฉพาะทางที่จำเป็นต้องอาศัยความรู้ความเข้าใจ และทักษะของผู้ปฏิบัติงาน อาจใช้งานยากสำหรับผู้เริ่มต้นเรียนรู้การผลิตสื่อใหม่ ๆ หรือผู้ที่ไม่ได้ใช้งานอยู่เป็นประจำ แต่ปัจจุบันได้มีการพัฒนาวิธีการให้ง่ายต่อการใช้งานมากขึ้น โดยอยู่ในรูปแบบของเว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชัน ลดขั้นตอนและความยุ่งยากของการใช้งานลง เหมาะสมกับผู้ใช้งานทั่วไป อีกทั้งยังมีฟังก์ชันการใช้งานบางอย่างที่เพิ่มความซับซ้อนสำหรับผู้ที่มีความรู้เดิมหรือมีความเชี่ยวชาญอยู่แล้วที่จะช่วยพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ให้อยู่ในรูปแบบที่น่าสนใจ มีลูกเล่น หรือเพิ่มคุณภาพของสื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์

๔.๑ การเลือกโปรแกรมออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์

การเลือกโปรแกรมสำหรับการออกแบบมีความสำคัญอย่างยิ่ง กล่าวคือ เช่น การออกแบบป้ายอย่างง่าย ๆ ด้วยตัวเอง การประยุกต์ใช้เทมเพลตสำเร็จรูปจากโปรแกรมออกแบบป้ายออนไลน์จะช่วยให้ชิ้นงานดูสวยโดดเด่นมากขึ้น ซึ่งโปรแกรมสำหรับออกแบบป้ายออนไลน์มีหลากหลาย การเลือกใช้โปรแกรมใดโปรแกรมหนึ่งนั้น มีวิธีการเลือกง่าย ๆ ดังนี้

๑. เลือกโปรแกรมออกแบบป้ายออนไลน์ที่มีเทมเพลตหลากหลายให้เลือกใช้งานโปรแกรมออกแบบป้ายเป็นตัวช่วยสำคัญในการสร้างสรรค์ผลงานและการออกแบบให้มีความโดดเด่นน่าสนใจ รวมถึงภาพลักษณ์ที่เป็นที่จดจำได้ง่ายมากยิ่งขึ้น ซึ่งการเลือกโปรแกรมที่มีเทมเพลตให้เลือกใช้งานได้หลากหลายจะช่วยให้ประหยัดเวลา โดยเฉพาะมือใหม่ที่ไม่มีพื้นฐานด้านการออกแบบมาก่อน เทมเพลตต่าง ๆ ในโปรแกรมจะช่วยให้สามารถออกแบบได้ง่ายขึ้น ที่สำคัญบางโปรแกรมยังมีฟีเจอร์พิเศษ ไอคอน และฟอนต์ต่าง ๆ ให้เลือกใช้เพิ่มเติม สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในงานออกแบบได้หลากหลาย

๒. เลือกโปรแกรมออกแบบป้ายสำหรับงานปรี๊นหรือเว็บไซต์

ในปัจจุบัน นอกจากการออกแบบป้ายสำหรับงานปรี๊นตัวอย่างป้ายเมนู ป้ายหน้าร้าน หรือโปสเตอร์แล้ว การออกแบบป้ายสำหรับช่องทางออนไลน์ก็มีความสำคัญไม่แพ้กัน เช่น การออกแบบรูปหน้าปกเฟซบุ๊ก ทำหน้าปกสำหรับร้านค้าออนไลน์ ออกแบบแบนเนอร์เพื่อโปรโมตร้านค้า รวมถึงการทำโพสต์คอนเทนต์ลงบน Social Media สำหรับการออกแบบป้ายแต่ละประเภท ควรเลือกตั้งขนาดของชิ้นงานให้เหมาะสมกับแต่ละแพลตฟอร์ม เพราะจะทำให้เวลาอัปโหลดชิ้นงาน ภาพมีความคมชัด ขนาดพอดีกับหน้าจอ เป็นมิตรกับผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์

๓. เลือกโปรแกรมออกแบบป้ายออนไลน์ที่มีฟีเจอร์การตกแต่งเพิ่มเติม

ฟีเจอร์การตกแต่งเพิ่มเติมถือว่าเป็นเครื่องมือตัวช่วยพิเศษที่สามารถช่วยสร้างสรรค์ผลงานให้ออกมามีเอกลักษณ์โดดเด่น ซึ่งฟีเจอร์ของแต่ละโปรแกรมออกแบบป้ายยังมีข้อแตกต่างที่ไม่เหมือนกัน ดังนั้นควรเลือกให้เหมาะกับจุดประสงค์และสไตล์ในการใช้งาน โดยฟีเจอร์ของโปรแกรมออกแบบป้ายบางโปรแกรมยังสามารถรองรับการออกแบบระดับสูงและยังมีเครื่องมือในการเปลี่ยนสี เทมเพลตและฟอนต์ต่าง ๆ ได้

๔. เลือกโปรแกรมที่มีฟอนต์ภาษาไทยให้เลือกใช้

ฟอนต์เป็นส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญในงานออกแบบกราฟิก เพราะเป็นส่วนที่สื่อสารข้อมูลกับผู้อ่านโดยตรง แต่ยังคงไว้ซึ่งความสวยงามและไปด้วยกันกับอาร์ตเวิร์ก โปรแกรมออกแบบป้ายนั้นมีหลากหลายให้เลือกใช้ แต่มักจะเป็นเว็บไซต์ต่างชาติเป็นส่วนใหญ่ แม้ว่าจะมีฟอนต์ให้เลือกใช้หลากหลาย แต่ก็มักจะเป็นฟอนต์ภาษาอังกฤษ หากต้องการใส่ภาษาไทยเข้าไป การเลือกใช้โปรแกรมออกแบบป้ายออนไลน์ที่สามารถรองรับฟอนต์ภาษาไทยหรือโปรแกรมออกแบบที่สามารถอัปโหลดไฟล์ฟอนต์ได้ จะเพิ่มความหลากหลายให้กับตัวอักษรได้มากขึ้น

๔.๒ โปรแกรมที่เป็นที่นิยมใช้ออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์

โปรแกรมออกแบบป้ายประชาสัมพันธ์ออนไลน์ที่เป็นที่นิยม ทั้งแบบใช้งานได้ฟรีและแบบเสียค่าใช้จ่าย และกรณีที่ต้องการอัปเดตเพื่อใช้งานฟีเจอร์อื่น ๆ มีดังนี้

๑. Canva

เป็นโปรแกรมออกแบบป้ายและโลโก้ที่เป็นที่นิยมใช้งานในการออกแบบสื่อต่าง ๆ ทั้งแบนเนอร์โซเชียลมีเดีย, แบนเนอร์เว็บไซต์, นามบัตร, โบรชัวร์, โปสเตอร์, หน้าปก, เรซูเม่ ซึ่งถือว่าเป็นโปรแกรมออกแบบที่สามารถใช้งานได้หลากหลาย ทั้งยังมีเทมเพลตและลูกเล่นต่าง ๆ ให้เลือกใช้มากมาย ทำให้ง่ายสำหรับมือใหม่ที่ไม่มีทักษะด้านการออกแบบ โปรแกรมนี้สามารถรองรับภาษาไทย ทำให้ใช้งานได้ง่ายขึ้นและยังมีให้ทดลองใช้ได้ฟรีถึง ๓๐ วัน

๒. Tutorial

เป็นโปรแกรมช่วยออกแบบป้ายที่สามารถใช้งานได้ทั้งบน Desktop, มือถือ และ Ipad โดยจะช่วยให้สร้างงานกราฟิกได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น ผ่านการลากและวาง พร้อมทั้งคลังรูปภาพและกราฟิกหลากหลาย ซึ่งใครที่มี Adobe Creative Cloud อยู่แล้วก็สามารถใช้งานได้ฟรี โปรแกรมนี้ยังมี Tutorial ช่วยอธิบายการทำงานของเครื่องมือที่จำเป็น ดังนั้นมือถือจึงไม่ต้องกังวลว่าจะใช้งานยาก ที่สำคัญยังรองรับฟอนต์ภาษาไทยหลายรูปแบบ และยังมีเทมเพลตและ UI Kits ให้ดาวน์โหลดด้วย

๓. Vistacreate

เป็นโปรแกรมออกแบบป้ายออนไลน์ที่ใช้งานง่าย สามารถเลือกขนาดของอาร์ตเวิร์กได้ตามลักษณะการใช้งาน ทั้ง Instagram Post, งานนำเสนอ, Facebook Ad, Youtube Thumbnail โปรแกรมเชื่อมต่อกับ Stock รูปภาพ มีรูปภาพให้เลือกใช้งานได้หลายรูปแบบ หลายสไตล์ สามารถนำรูปภาพมาใช้อย่างง่ายดาย นอกจากการออกแบบป้ายแล้ว ยังรองรับการทำกราฟิกแบบเคลื่อนไหวและงานนำเสนอได้ และยังสามารถอัปโหลดฟอนต์ได้ตามที่ต้องการใช้งาน

๔. Fotor

เป็นโปรแกรมสำหรับ Edit รูปภาพและทำกราฟิกบนเว็บไซต์ สามารถเลือกฟอร์แมตของชิ้นงานและอัปโหลดฟอนต์ภาษาไทยได้ สามารถปรับแต่ง Alignment ได้ การใช้งานค่อนข้างไว นอกจากการออกแบบป้ายและกราฟิกแล้ว โปรแกรมยังมีฟังก์ชันในการแก้ไขตกแต่งรูปภาพ ลบ รื้อรอย การทำพื้นหลังใส ปรับสี นอกจากนั้นยังสามารถรวมภาพแบบ Collage ได้อีกด้วย สามารถเข้าใช้งานผ่าน Browser หรือผ่านทางแอปพลิเคชันโทรศัพท์มือถือได้

๕. Figma

เป็นโปรแกรมออกแบบป้ายที่มีรูปแบบการใช้งานคล้ายคลึงกับโปรแกรม Illustrator ซึ่งเหมาะสมสำหรับคนที่ทำงานดีไซน์โดยเฉพาะหรือมีพื้นฐานการใช้งานโปรแกรมกราฟิกมาบ้าง โดยจุดเด่นของโปรแกรมนี้นี้คือ สามารถแชร์งานออนไลน์ แก้ไขไฟล์แบบเรียลไทม์ และสามารถแปลงเป็นโค้ด CSS ได้อีกด้วย ส่วนเครื่องมือที่ใช้ยังมีความคล้ายกับ Adobe XD แต่มีการใช้งานที่ง่ายกว่า และที่สำคัญยังสามารถเซฟเป็นไฟล์งานออกแบบเป็น SVG โดยที่ย่อหรือขยายแล้วภาพไม่แตก

๖. Befunky

เป็นโปรแกรมออกแบบป้ายที่สามารถทำงานได้ทั้งบนคอมพิวเตอร์ สามารถดาวน์โหลดในรูปแบบแอปพลิเคชันสำหรับใช้บน Ipad และโทรศัพท์มือถือ ในด้านการใช้งาน มี Template ให้เลือกมากมาย หน้าตาโมเดิร์น สามารถใช้งานได้ทั้งงานพริ้นต์ไปจนถึงการออกแบบสำหรับโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ทั้งเฟซบุ๊ก อินสตาแกรม การนำเข้ารูปภาพและตัดพื้นหลังออกเพื่อนำไปใช้งาน นอกจากนี้ยังมาพร้อมกับความสามารถในการตกแต่งรูปภาพและทำรูปภาพแบบ Collage อีกด้วย ค่าใช้จ่ายในการอัปเกรดเป็น Pro อยู่ที่ประมาณ ๒๐๐ บาทไทย

๗. Pixlr

เป็นโปรแกรมสารพัดประโยชน์ที่สามารถใช้งานได้หลากหลายประเภทตั้งแต่การตกแต่งรูปภาพ ออกแบบโลโก้ ป้าย และการตัดต่อทำภาพประกอบ กรณีที่เน้นการตกแต่งรูปภาพ โดยเฉพาะก็สามารถใช้งานผ่านโปรแกรม Pixlr E – Photo Editor ได้เลย สำหรับจุดเด่นของโปรแกรมนี้นี้ คือ การทำงานบน Web Browser ที่สะดวกสบาย และยังมีเทมเพลตตัวอย่างให้เลือกสำหรับสายกราฟิกดีไซน์โดยเฉพาะ ทำให้สามารถทำงานออกแบบได้รวดเร็ว และยังสามารถใช้งานได้ทั้ง Windows และ Mac ด้วย

๘. Over

เป็นแอปพลิเคชันยอดนิยมอย่าง Over ได้ต่อยอดสู่ GoDaddy Studio ซึ่งสามารถใช้งานได้ทั้งบนโทรศัพท์มือถือและคอมพิวเตอร์ เหมาะสำหรับผู้ที่ทำคอนเทนต์ออนไลน์ ร้านค้าขายของออนไลน์ เพราะมีเทมเพลตสำหรับทำป้าย ทำรูปประกอบบทความ ทำหน้าปกเฟซบุ๊ก มีฟอนต์ภาษาอังกฤษ ให้เลือกมากมาย สามารถอัปโหลดภาพ .png เพื่อนำเข้าไปทำงานบน GoDaddy Studio ได้อีกด้วย โปรแกรมนี้ใช้งานง่าย ใช้เพียงโทรศัพท์มือถือหรือคอมพิวเตอร์ก็สามารถออกแบบป้ายได้ง่าย

๙. Looka

เป็นโปรแกรมช่วยออกแบบป้ายออนไลน์ที่สามารถสร้างผลงานได้อย่างรวดเร็ว และสามารถใช้งานผ่านเว็บไซต์โดยไม่จำเป็นต้องดาวน์โหลดโปรแกรมลงเครื่อง ซึ่งการออกแบบก็มีขั้นตอนง่าย ๆ เพียงไม่กี่ขั้นตอน โดยทำการกรอกชื่อที่ต้องการออกแบบ และจากทางเว็บไซต์จะมีเทมเพลตให้เลือก ซึ่งขั้นตอนนี้สามารถปรับแต่งสีหรือรูปแบบได้ตามต้องการ แต่ก็มีข้อจำกัดในการปรับแต่งอยู่บ้าง หากต้องการปรับแต่งอย่างละเอียดจะต้องทำการสมัครสมาชิกก่อนถึงจะสามารถใช้งานได้เต็มที่รูปแบบ

เรียบเรียงจาก <https://my-best.in.th/๕๒๖๕๗>

๑๐. Photoshop

เป็นโปรแกรมในตระกูล Adobe ที่ใช้สำหรับตกแต่งภาพถ่ายและภาพกราฟิก ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งงานด้านสิ่งพิมพ์ นิตยสาร และงานด้านมัลติมีเดีย อีกทั้งยังสามารถ retouching ตกแต่งภาพและสร้างภาพ ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมมากในขณะนี้ สามารถนำโปรแกรม Photoshop ในการแต่งภาพ การใส่ Effect ต่าง ๆ ให้กับภาพและตัวหนังสือ การทำภาพขาวดำและการทำภาพถ่ายเป็นภาพเขียน การนำภาพต่าง ๆ มารวมกัน การ Retouch ตกแต่งภาพ เป็นต้น นอกจากนี้แล้ว โปรแกรม Photoshop ยังสร้างและแก้ไขรูปภาพอย่างมืออาชีพโดยเฉพาะนักออกแบบในทุกวงการย่อมรู้จักโปรแกรมตัวนี้ดี โปรแกรม Photoshop เป็นโปรแกรมที่มีเครื่องมือมากมายเพื่อสนับสนุนการสร้างงานประเภทสิ่งพิมพ์ งานวิทัศน์ งานนำเสนอ งานมัลติมีเดีย ตลอดจนงานออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์

๑๑. Powtoon

เป็นโปรแกรมสำหรับการทำวิทัศน์เพื่อนำเสนอแบบสั้น ๆ ทำให้สื่อมีความน่าสนใจมากขึ้นด้วย การ์ตูน ภาพเคลื่อนไหวต่าง ๆ สามารถใช้งานได้แบบไม่เสียค่าใช้จ่ายและเป็นระบบ มีเครื่องมือที่ช่วยให้สามารถใช้งานได้ง่าย บนพื้นฐานเดียวกันกับการใช้งานโปรแกรมสำหรับสร้างวิทัศน์ และการสร้างสื่อนำเสนอ Power point สามารถส่งไฟล์ (export) ออกมาในรูปแบบของ .MP4 .pdf .ppt หรือเผยแพร่ไปยัง Social network อย่าง Facebook หรือ Youtube ได้นอกจากนั้น ยังใช้งานได้สะดวกทุกที่ทุกเวลาผ่านระบบออนไลน์บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้สำหรับการทำสื่อการเรียนรู้ หรือสื่อประชาสัมพันธ์ได้

เนื่องจากเป็นระบบโปรแกรมที่กำลังพัฒนา และเป็นการใช้งานแบบไม่มีค่าใช้จ่าย จึงมีข้อจำกัดหลายอย่าง เช่น สร้างวีดิทัศน์ความยาวได้เพียง ๒ นาที การรองรับอักขรภาษาไทยยังไม่ได้เท่าที่ควร สัญลักษณ์ของ Powtoon ที่ไม่สามารถลบออกได้ หรือความละเอียดของวีดิทัศน์ที่เผยแพร่อยู่ในระดับสูงสุดที่ได้ก็คือ HD Quality ๗๒๐p เท่านั้น

๑๒. Piktochart

เป็นเว็บไซต์ที่มีจุดเด่นคือเทมเพลตฟรีที่ออกแบบมาให้อ่านง่ายสบายตา มาพร้อมเครื่องมือครบครัน ไม่ว่าจะเป็นรูปภาพลายเส้นน่ารักกว่าร้อยละ ๖๐ ช่วยคุณโทนให้ชิ้นงานออกมาสวยงามกลมกลืน แผนภูมิที่ประเทศต่าง ๆ แผนภูมิ ๑๖ แบบที่สามารถป้อนข้อมูลผ่านเว็บได้ทันที แม้จะไม่มีประสบการณ์ด้านการออกแบบมาก่อน ก็สามารถใช้งานได้

๑๓. Biteable

เป็น Infographic ในรูปแบบคลิปวิดีโอสั้น ๆ แม้จะเป็นมือใหม่ด้านการตัดต่อก็สามารถทำได้ เพราะในเว็บมีเทมเพลตให้เลือกอย่างจุใจ เพียงแค่ปรับแก้ไขข้อมูล อัปโหลดรูปภาพ ใส่ดนตรีประกอบ เท่านั้นคลิป Infographic ก็พร้อมเซฟและแชร์ทันที ไม่ว่าจะเป็นคลิปให้ความรู้ คลิปประชาสัมพันธ์, Presentation หรือคลิปโฆษณาทำได้ นอกจากนี้ ยังมีคลังรูปภาพและวิดีโอ รวมถึงเพลงประกอบให้ใช้ฟรีอีกด้วย

๑๔. Infogram

เป็นโปรแกรมทำ Infographic ฟรี ที่มีเครื่องมือสำเร็จรูปภาพและลูกเล่นหลากหลาย Infogram ไม่ได้มีเพียงเทมเพลตพร้อมใช้งานให้เลือกมากมายเท่านั้น แต่ยังมีเครื่องมือสำเร็จรูปมากมาย ไม่ว่าจะเป็นกราฟและแผนภูมิที่มีมากกว่า ๑๐ รูปแบบ, แผนภูมิโลกสำเร็จรูป, Flowchart, Diagram, Layout จัดวางรูปพร้อมคำบรรยายในตัว ยิ่งไปกว่านั้น ยังสามารถเพิ่มเพื่อนร่วมทีมให้เข้ามาช่วยกันแก้ไขชิ้นงานผ่านเว็บได้ด้วย

๑๕. Visme

เป็นโปรแกรมทำ Infographic ที่น่าสนใจสำหรับผู้ที่ไม่มีความรู้พื้นฐานด้านการออกแบบมาก่อน เพราะมีเครื่องมือต่าง ๆ เตรียมพร้อมไว้ให้เรียบร้อยแล้ว เพียงแค่คลิกเลือก จัดวาง และแก้ไขข้อมูลหรือรูปภาพก็เป็นอันเสร็จสิ้น โดยผู้ใช้สามารถเลือกเทมเพลตที่มีมาปรับแก้ไขในแบบที่ต้องการได้เลย แต่หากยังไม่เจอเทมเพลตที่ตอบโจทย์ ก็สามารถเลือกชิ้นส่วนสำเร็จรูปแต่ละส่วนที่ทางโปรแกรมมีให้ เช่น กล่องข้อความ, เส้น Timeline, แผนภูมิ มาประกอบเข้าด้วยกันเป็นชิ้นงานใหม่ได้

๑๖. Snappa

เป็นโปรแกรมทำ Infographic ออนไลน์ที่เปิดให้ใช้งานได้ฟรี เหมาะสำหรับผู้ที่ไม่มีพื้นฐานด้านการออกแบบและมือใหม่ โดยมีเทมเพลตที่ผ่านการจัดวาง Layout มาแล้วเรียบร้อย อ่านง่าย สวยงาม เป็นระเบียบ อีกจุดเด่นของเว็บไซต์ Snappa คือ มีคลังรูปภาพและภาพกราฟิกแบบจัดเต็ม เลือกใช้ได้อย่างฟรี ๆ แม้ไม่ได้สมัครสมาชิกรายเดือน แต่สำหรับผู้ใช้งานฟรีจะมีข้อจำกัดเล็กน้อย คือ สามารถดาวน์โหลดชิ้นงานได้เพียง ๓ ชิ้นต่อเดือนเท่านั้น

๑๗. easelly

เป็นโปรแกรมทำ Infographic ฟรีที่ใช้งานง่ายและมีเครื่องมือครบครัน เป็นเทมเพลตฟรีที่มีหลายประเภทให้เลือกใช้ รูปไอคอนหลากหลายหมวดหมู่ และฟอนต์หลากหลาย ภายในโปรแกรม อีกทั้งยังมีเครื่องมือสร้างแผนภูมิมากถึง ๕ รูปแบบ ได้แก่ แผนภูมิคอลัมน์, แผนภูมิแท่ง, แผนภูมิเส้น, แผนภูมิเรดาร์ และแผนภูมิแบบ Pictogram เหมาะสำหรับการทำ Infographic นำเสนอข้อมูลทางสถิติเป็นพิเศษ นอกจากนี้ ยังปรับขนาดของชิ้นงานได้ง่าย เพียงคลิกเดียว

๑๘. Animaker

เป็น Infographic รูปแบบคลิปวิดีโอด้วยเว็บไซต์ ฟีเจอร์ของเว็บไซต์นี้เรียกว่าแปลกใหม่และน่าสนใจ ด้วยเครื่องมือสร้างตัวละคร ให้สามารถออกแบบคาแรกเตอร์ของผู้ใช้ใส่ลงในชิ้นงาน พร้อมดนตรีประกอบให้เลือกใช้ฟรี ยิ่งไปกว่านั้น ยังสามารถดาวน์โหลดชิ้นงานให้อยู่ในไฟล์วิดีโอคุณภาพระดับ HD ได้อีกด้วย แต่หากเป็นแพกเกจฟรีจะมีลายน้ำประทับอยู่ในคลิป

๔.๓ ป้ายประชาสัมพันธ์ออนไลน์ โครงการต่าง ๆ ของสถาบันภาษา



ENGLISH FOR KIDS



ภาษาอังกฤษสำหรับเด็ก (30 ชั่วโมง)

 **รับสมัครตั้งแต่บัดนี้ - 13 ก.ค. 2566** 

อายุ 6-8 ปี
Room 1
 วันเสาร์ 13.00 - 16.00 น.
 อบรมวันที่ 15 ก.ค. - 30 ก.ย. 66

Room 2
 วันอาทิตย์ 09.00 - 12.00 น.
 อบรมวันที่ 16 ก.ค. - 1 ต.ค. 66

อัตราค่าอบรม
 - บุคคลทั่วไป 2,600.-บาท
 - นักเรียนสาธิตรวมค่าแหวง/ บุตรบุคลากร มร. 2,300.-บาท

อบรมภาษาอังกฤษทั้ง 4 ทักษะ คือ ฟัง พูด อ่าน และเขียน โดยฝึกสนทนาเกี่ยวกับชีวิตประจำวัน การร้องเพลง พัฒนาทักษะคำศัพท์ โดยใช้เกม รูปภาพ และบทอ่านประเภทต่าง ๆ ที่มีโครงสร้างไม่ซับซ้อน สอนโดยอาจารย์ชาวต่างชาติ

*** ผ่านการอบรม ได้รับประกาศนียบัตร ***

อายุ 9-11 ปี
 วันเสาร์ 09.00 - 12.00 น.
 อบรมวันที่ 15 ก.ค. - 30 ก.ย. 66

อบรมภาษาอังกฤษทั้ง 4 ทักษะ คือ ฟัง พูด อ่าน และเขียน โดยฝึกสนทนาเกี่ยวกับชีวิตประจำวัน การร้องเพลง พัฒนาทักษะคำศัพท์ โดยใช้เกม รูปภาพ และบทอ่านประเภทต่าง ๆ ที่มีโครงสร้างไม่ซับซ้อน สอนโดยอาจารย์ชาวต่างชาติ

*** ผ่านการอบรม ได้รับประกาศนียบัตร ***

www.ril.ru.ac.th
 Tel. 02-310-8903-4






Register now



ENGLISH COURSE

LISTENING & SPEAKING

LEVEL 2

(สำหรับผู้ผ่านระดับ 1 หรือสอบวัดระดับได้)

รับสมัครตั้งแต่บัดนี้ - 20 ก.ค. 2566

หลักสูตร 48 ชั่วโมง (On-Site)
อบรมทุกวันเสาร์ 13.00 - 17.00 น.
เริ่ม 22 ก.ค. - 28 ต.ค. 2566

ราคา
 บุคคลทั่วไป 2,700.-บาท

REGISTER NOW




- ราคาดังกล่าวไม่รวมค่าเอกสารประกอบการอบรม
 - อบรมผ่านตามเกณฑ์รับวุฒิปัส
 - นักศึกษาและบุคลากร มร. รับส่วนลด 300.-บาท

www.ril.ru.ac.th
 Tel. 02-310-8903-4



CHINESE COURSE

LEVEL 1 (ON-SITE)

รับสมัครตั้งแต่บัดนี้ - 31 ส.ค. 2566

อบรมทุกวันอาทิตย์ 08.30 - 12.30 น.

เริ่ม 6 ส.ค. - 8 ต.ค. 66

ราคาค่าธรรมเนียม (ไม่รวมค่าเอกสาร)

- บุคคลทั่วไป 3,100.- บาท
- นักเรียน/นักศึกษา/บุคลากร มหาวิทยาลัยรามคำแหง 2,800.- บาท

รายละเอียด

- จำนวน 36 ชั่วโมง
- ฝึกออกเสียง (pinyin) อักษรจีน (hetizi) ไวยากรณ์ สอนภาษา คำศัพท์และประโยคที่ใช้ในชีวิตประจำวันขึ้นพื้นฐาน
- ผ่านการอบรม ได้รับวุฒิบัตร



LINE

REGISTER NOW



ลงทะเบียนเพื่อสมัครเข้าอบรม

CONTACT US

สถาบันภาษา มหาวิทยาลัยรามคำแหง โทร. 02-310 8903-4

2

DECADES OF RIL



TOEIC

คอร์สเรียนภาษาอังกฤษออนไลน์

รับสมัครตั้งแต่บัดนี้ - 20 ก.ค. 66

• จำนวน 20 ชั่วโมง

• อบรมทุกวันอาทิตย์ เวลา 08.30 - 12.30 น.

• เริ่ม 23 ก.ค. - 3 ก.ย. 66

• ราคา บุคคลทั่วไป 2,600.- บาท/ นักศึกษา-บุคลากร มร. 2,300.- บาท



LINE



ลงทะเบียนเพื่อสมัครเข้าอบรม

www.ril.ru.ac.th

CALL US ! TEL 02-310-8682-3



คอร์สภาษาเกาหลี ระดับ 1

KOREAN COURSE LEVEL 1

On-Site

รับสมัครตั้งแต่วันที่ - 20 ก.ค. 66

- * จำนวน 36 ชั่วโมง
- * อบรมทุกวันอาทิตย์ เวลา 13.00 - 17.00 น.
- * เริ่ม 23 ก.ค. - 1 ต.ค. 66

- ราคาดังกล่าวไม่รวมค่าเอกสารประกอบการอบรม
- อบรมผ่านตามเกณฑ์ที่รับวุฒิบัตร
- นักศึกษาและบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงรับส่วนลด 300.- บาท



ราคา 3,100.-บาท

APPLY NOW

สนใจติดต่อ โทร. 02-310-8682-3 รายละเอียดเพิ่มเติม www.ril.ru.ac.th

คอร์สฟื้นฟูภาษาอังกฤษ

REMEDIAL COURSE

รับสมัครตั้งแต่วันที่- 6 ก.ค. 66

- หลักสูตร 48 ชั่วโมง (On-Site)
- ทุกวันอาทิตย์ 08.30 - 12.30 น.
- เริ่ม 9 ก.ค. - 8 ต.ค. 66

CONTACT US
Ins 02-310-8903-4

**ราคาดังกล่าวไม่รวมค่าเอกสารประกอบการอบรม

www.ril.ru.ac.th

ราคา 2,800.-



CHINESE COURSE

LEVEL 2 (ON-SITE)

รับสมัครตั้งแต่บัดนี้ - 20 ก.ค. 2566

อบรมทุกวันเสาร์ 13.00 - 17.00 น.

เริ่ม 22 ก.ค. - 30 ก.ย. 66



NI-HAO
你好
CHINA

ราคาต่ออบรม (ไม่รวมค่าเอกสาร)

- บุคคลทั่วไป 3,300.-บาท
- นักเรียน/นักศึกษา/บุคลากร มหาวิทยาลัยรามคำแหง 3,000.-บาท

รายละเอียด

- จำนวน 36 ชั่วโมง
- สำหรับคนที่อบรมผ่านระดับ 1 แล้ว หรือทดสอบวัดระดับได้ ระดับ 2
- ผ่านการอบรม ได้รับวุฒิบัตร



LINE @ril.ac.th

REGISTER NOW



สแกนเพื่อสมัครเรียน

CONTACT US

สถาบันภาษา มหาวิทยาลัยรามคำแหง โทร. 02-310-8903-4



Writing course

LEVEL 1 (On-Site)

จำนวน 20 ชั่วโมง

อบรมทุกวันอาทิตย์ 13.00 - 17.00 น.

ระหว่างวันที่ 23 ก.ค. - 3 ก.ย. 66

รับสมัครตั้งแต่บัดนี้ - 20 ก.ค. 66



ราคา

- บุคคลทั่วไป 1,900.-
- นศ. / นร. รามคำแหง 1,600.-

WRITING



ราคา

- บุคคลทั่วไป 1,900.-
- นศ. / นร. รามคำแหง 1,600.-



LINE @ril.ac.th

APPLY NOW



สแกนเพื่อสมัครเรียน

APPLY NOW

www.ril.ru.ac.th/ / Tel. 02-310-8682-3

BEGINNER COURSE

ภาษาอังกฤษสำหรับผู้เริ่มต้นเรียน

2 DECADES OF RIL

2,500.-

รับสมัครตั้งแต่บัดนี้
ถึง 20 ก.ค. 66

หลักสูตร 36 ชั่วโมง (On-site)
อบรมทุกวันอาทิตย์ 13.00 - 17.00 น.
เริ่ม 23 ก.ค. - 1 ต.ค. 2566.

ราคาดังกล่าวไม่รวมค่าเอกสารประกอบการอบรม
อบรมผ่านตามเกณฑ์รับวุฒิบัตร

www.ril.ru.ac.th / 02-310-8682-3

SIGN UP NOW

JAPANESE COURSE

ภาษาญี่ปุ่น ระดับ 1

(จำนวน 36 ชั่วโมง)

รับสมัครตั้งแต่บัดนี้ - 17 ส.ค. 2566

อบรมทุกวันเสาร์ 13.00 - 17.00 น.
เริ่ม 19 ส.ค. - 21 ต.ค. 66

3,100.-บาท
นักศึกษา มร. ลด 300.-บาท

บรรยายสดโดยอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญ
อบรมตามเกณฑ์ที่ได้รับวุฒิบัตร
* ราคานี้ไม่รวมค่าเอกสารประกอบการอบรม

สนใจแอดไลน์หรือโทร 02-310-8682-3
สถาบันภาษา มหาวิทยาลัยรามคำแหง

KONNICHIWA
こんにちは
JAPAN

REGISTER NOW



INTENSIVE COURSE



ภาษาอังกฤษเร่งรัด 60 ชั่วโมง

ONLINE
COURSE

รับสมัครตั้งแต่วันที่ - 17 ก.ค. 2566

- ▶ อบรมทุกวันจันทร์ พุธ ศุกร์
- ▶ เวลา 18.00 - 21.00 น.
- ▶ 24 ก.ค. - 13 ก.ย. 2566



- ช่วงที่ 1 อบรมอ่านและไวยากรณ์ จำนวน 30 ชั่วโมง
 - ช่วงที่ 2 อบรมการพูดและการฟัง จำนวน 30 ชั่วโมง
 - บรรยายสดโดยอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญ
 - อบรมครบตามเกณฑ์ได้รับวุฒิมัธยมศึกษา มร. ลงทราณสคริป)
- ** ราคาไม่รวมค่าเอกสารประกอบการอบรม **

บุคคลทั่วไป 1,800.-บาท
พิเศษ!
นักศึกษา/ บุคลากร มร.
1,200.-บาท

APPLY NOW



LINE @
รณรงคพัฒนวิเทศ



สแกนเพื่อ
สมัครเข้าอบรม

www.ril.ru.ac.th
Tel. 02-310-8903-4



แหล่งที่มาของข้อมูลและอ้างอิง

<https://www.gotoknow.org/posts/๑๘๘๖๓๖>

https://mooc.anamai.moph.go.th/course_intro.php?aab๓๒๓๘๙๒๒bcc๒๕๖f๖๐๖eb๕๒๕ffdc๕๖

<https://my-best.in.th/๕๒๖๕๓>

รายงานการประชุมคณะกรรมการดำเนินงานสถาบันภาษา ครั้งที่ ๔/๒๕๖๖ วาระที่ ๓.๑๑)

ภาคผนวก

การใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศและอินเทอร์เน็ตอย่างปลอดภัย

๑. ภัยคุกคามจากการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการป้องกัน

การใช้งานไอที (Information Technology: IT) การติดต่อสื่อสารและการเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ต้องใช้ด้วยความระมัดระวัง ซึ่งถ้าขาดความรอบคอบอาจก่อให้เกิดปัญหาการหลอกลวง รวมทั้งเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมได้

๑.๑ วิธีการคุกคาม

- การคุกคามโดยใช้หลักจิตวิทยา เป็นการคุกคามที่ใช้การหลอกลวงเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ต้องการโดยไม่ต้องใช้ความรู้ความชำนาญด้านไอที เช่น การหลอกเอาระหัสผ่าน โดยส่งข้อความหรือโทร
- การคุกคามด้วยเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม เช่น ข้อมูลความรุนแรง การยุยงให้เกิดความวุ่นวาย การพนัน สื่อลามกอนาจาร เนื้อหาหมิ่นประมาท การกระทำผิดต่อกฎหมายและจริยธรรม
- การคุกคามโดยใช้โปรแกรม เป็นการคุกคามโดยใช้โปรแกรมเป็นเครื่องมือสำหรับก่อปัญหาด้านไอที เรียกว่า มัลแวร์ (malicious software: malware) เช่น ไวรัสคอมพิวเตอร์ (computer virus) เวิร์ม (worm) ประตูกล (backdoor/trapdoor) ม้าโทรจัน (trojan horse virus) ระเบิดเวลา (logic bomb) โปรแกรมดักจับข้อมูล หรือสปายแวร์ (spyware) โปรแกรมโฆษณา หรือแอดแวร์ (advertising supported software) โปรแกรมเรียกค่าไถ่ (ransomware)

๑.๒ รูปแบบการป้องกันภัยคุกคามการป้องกันภัยคุกคามด้านไอที คือการตรวจสอบและยืนยันตัวตนของผู้ใช้งาน โดยดำเนินการได้ ๓ รูปแบบ คือ

๑.๒.๑ ตรวจสอบจากสิ่งที่ผู้ใช้รู้ ได้แก่ บัญชีผู้ใช้ (user) และรหัสผ่าน (password)

๑.๒.๒ ตรวจสอบจากสิ่งที่ผู้ใช้มี ได้แก่ บัตรสมาร์ทการ์ด โทเคน

๑.๒.๓ ตรวจสอบจากสิ่งที่เป็นส่วนหนึ่งของผู้ใช้ เช่น ม่านตา ลายนิ้วมือ ใบหน้าเสียง

๑.๓ ข้อเสนอแนะในการตั้งและใช้งานรหัสผ่าน

- ควรตั้งให้เป็นไปตามเงื่อนไขตามระบบที่ใช้งาน รหัสผ่านที่ดี ประกอบด้วยตัวอักษรพิมพ์ใหญ่ พิมพ์เล็ก ตัวเลข สัญลักษณ์ เช่น YonG@zcd
- หลีกเลี่ยงการตั้งรหัสผ่าน ด้วย วันเดือนปีเกิด ชื่อผู้ใช้ ชื่อจังหวัด ชื่อตัวละคร สิ่งของต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
- ตั้งใช้จดจำง่าย แต่คาดเดายาก ด้วยบุคคลหรือโปรแกรม
- บัญชีแต่ละระบบ ควรใช้รหัสผ่านที่แตกต่างกัน
- ไม่บันทึกหรือพิมพ์รหัสผ่านแบบอัตโนมัติ

- ไม่บอกรหัสผ่านของตนเองให้ผู้อื่น ไม่ว่ากรณีใด ๆ
- หลีกเลี่ยงการบันทึกหรือการถ่ายโอนข้อมูลลงกระดาษ สมุดโน้ต
- หมั่นเปลี่ยนรหัสผ่านเป็นประจำ
- ออกจากระบบทุกครั้งเมื่อเลิกใช้งานบริการต่าง ๆ

๒. การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

๒.๑ การศึกษาเงื่อนไขการใช้งาน การใช้งานทุกระบบมีการกำหนดเงื่อนไขในการใช้งานทั้งเว็บไซต์และแอปพลิเคชันต่าง ๆ มีการแจ้งเตือนเงื่อนไขก่อนติดตั้งและใช้งาน เช่น ข้อกำหนดที่ต้องรับโฆษณา การอนุญาตเข้าถึงภาพถ่าย หรือข้อมูลรายชื่อในสมาร์ทโฟน เงื่อนไขการใช้งาน อาจถูกกำหนดด้วยข้อตกลงในลักษณะต่าง ๆ เช่น

- ลิขสิทธิ์ (copyright) หมายถึง สิทธิแต่เพียงผู้เดียวที่จะกระทำการใด ๆ เกี่ยวกับงานที่ผู้สร้างสรรค์ได้ริเริ่มโดยการใช้สติปัญญาความรู้ ความสามารถ และความวิริยะอุตสาหะของตนเอง ในการสร้างสรรค์ โดยไม่ลอกเลียนงานของผู้อื่น โดยงานที่สร้างสรรค์ต้องเป็นงานตามประเภทที่กฎหมายลิขสิทธิ์ให้คุ้มครอง โดยผู้สร้างสรรค์จะได้รับความคุ้มครองทันทีที่สร้างสรรค์โดยไม่ต้องจดทะเบียน

- Creative Commons หรือ สัญญาอนุญาตแบบเปิด เป็นลิขสิทธิ์ประเภทหนึ่งที่เปิดโอกาสให้สาธารณะได้ทำผลงานนั้นไปใช้ได้โดยไม่ต้องขออนุญาต ไม่เป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ แต่ผู้นำผลงานไปใช้จะต้องทำตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้บนผลงาน ผ่าน ๔ สัญลักษณ์ที่แทนแต่ละเงื่อนไข

๒.๒ การปกป้องความเป็นส่วนตัว ความเป็นส่วนตัว (privacy) เป็นสิทธิพื้นฐานที่สำคัญของมนุษย์ทุกคน ความเป็นส่วนตัวของข้อมูลและสารสนเทศ เจ้าของสามารถปกป้องและควบคุมการเปิดเผยข้อมูลของตนเองให้กับผู้อื่นและสาธารณะได้

การเข้าถึงข้อมูลในเอกสารหรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของผู้อื่นโดยไม่ได้รับอนุญาต เป็นการละเมิดความเป็นส่วนตัว เช่น เว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันบางตัวที่ติดตามความเคลื่อนไหว หรือพฤติกรรมของผู้ใช้เพื่อเรียนรู้พฤติกรรมสำหรับปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ นอกจากจะถูกละเมิดแล้ว ผู้ใช้อาจยินยอมที่จะเปิดเผยข้อมูลส่วนตัว เนื่องจากรู้เท่าไม่ถึงการณ์

๒.๓ แนวทางการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างปลอดภัย

- ศึกษาเงื่อนไขและข้อตกลงก่อนการติดตั้งหรือใช้งานไอที
- มีความรู้ความเข้าใจและความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อให้ใช้งานได้อย่างถูกต้อง และมีประสิทธิภาพ
- เข้าใจกฎกติกา และมารยาททางสังคมในการใช้งานอินเทอร์เน็ต
- ไม่ใช้บัญชีร่วมกับผู้อื่น เนื่องจากไม่สามารถควบคุมความปลอดภัยได้ และเสี่ยงต่อการรั่วไหลของรหัสผ่านและข้อมูลส่วนตัว
- หลีกเลี่ยงการใช้งานเว็บไซต์ที่ไม่เหมาะสม หรือไม่แน่ใจว่าเป็นหน่วยงานใด

- สำรองข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ และเก็บไว้หลายแหล่ง เมื่อมีเหตุการณ์สูญหาย ก็จะสามารถนำข้อมูลที่สำรองมาใช้งานได้
- ปรับปรุงระบบปฏิบัติการและโปรแกรมต่าง ๆ ให้ทันสมัยอยู่เสมอ
- ติดตั้งซอฟต์แวร์เท่าที่จำเป็น และไม่ติดตั้งโปรแกรมที่ดาวน์โหลดจากแหล่งที่น่าเชื่อถือ
- สังเกตสิ่งผิดปกติที่เกิดขึ้น จากการใช้งาน เช่น โปรแกรมแปลกปลอมปรากฏขึ้น
- ระงับการใช้งานไอทีเมื่ออยู่ในที่สาธารณะ เช่น WIFI อัตโนมัติ

๒.๔ การใช้ไอทีอย่างสร้างสรรค์

การใช้ไอทีอย่างสร้างสรรค์ คือ การใช้งานไอทีให้เกิดประโยชน์อย่างเหมาะสม ผู้ใช้จำเป็นต้องมีความสามารถในการคิดวิเคราะห์ เพราะไอทีช่วยให้เข้าถึงข้อมูลและเนื้อหาจำนวนมากอย่างรวดเร็ว

จริยธรรม หมายถึง ธรรมที่เป็นข้อประพฤติปฏิบัติ ศีลธรรม กฎศีลธรรม ตามที่กำหนดในพจนานุกรม ดังนั้น จริยธรรมด้านไอที จึงหมายถึง การประพฤติที่ดีในการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับไอที เช่น ไม่ทำให้ผู้อื่นเดือดร้อน ไม่ละเมิดความเป็นส่วนตัว ไม่ละเมิดลิขสิทธิ์หรือทรัพย์สินทางปัญญา

(รายงานการประชุมคณะกรรมการดำเนินงานสถาบันภาษา ครั้งที่ ๔/๒๕๖๖ ว

