

การประชาสัมพันธ์หลักสูตร

การประชาสัมพันธ์หลักสูตร คือ การวางแผนดำเนินการใช้หลักสูตร เพื่อการสื่อสารสองทาง และเสริมสร้างให้ผู้ที่เกี่ยวข้องเกิดความรู้สึที่ดีต่อหลักสูตร ป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด ขจัดและลดสาเหตุแห่งการขัดแย้งต่าง ๆ รวมทั้งสนับสนุนนโยบายการดำเนินงานการใช้หลักสูตร ซึ่งเป็นภารกิจสำคัญของคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

การวางแผนงานประชาสัมพันธ์หลักสูตร

การวางแผนงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรเป็นเสมือนหัวใจของการดำเนินงาน การประชาสัมพันธ์ที่ดีช่วยให้เกิดการประสานงาน ขจัดอุปสรรค และปัญหาซ้ำซ้อน ถ้าขาดการวางแผนก็ยากที่งานใช้หลักสูตรจะดำเนินไปตามวัตถุประสงค์ การวางแผนการประชาสัมพันธ์หลักสูตรควรจัดเป็น ๓ ระยะเวลา คือ ก่อนการใช้หลักสูตร ระหว่างการใช้หลักสูตร และภายหลังการใช้หลักสูตร หลักการวางแผนการประชาสัมพันธ์หลักสูตรมีดังต่อไปนี้

๑. การกำหนดวัตถุประสงค์ จะต้องกำหนดหรือระบุสิ่งที่ต้องการประชาสัมพันธ์ไว้อย่างชัดเจน ว่าเพื่ออะไรบ้าง และต้องการสร้างความเข้าใจในสิ่งใด

๒. การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย จะต้องระบุให้แน่ชัดว่า กลุ่มเป้าหมายคือใคร มีพื้นฐานการศึกษาหรือภูมิหลังอย่างไร รวมทั้งรายละเอียดต่าง ๆ เช่น พื้นฐานทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม รวมทั้งว่าใครจะสามารถเป็นผู้นำความคิดหรือมีอิทธิพลต่อการเผยแพร่ข่าวสารหลักสูตรไปสู่ประชาชน

๓. การกำหนดหัวเรื่อง จะต้องกำหนดให้แน่นอนว่า แนวหัวเรื่องเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์หลักสูตรจะเน้นไปทางใด ตลอดจนการกำหนดสัญลักษณ์หรือข้อความที่จะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้รวดเร็ว

๔. การกำหนดระยะเวลา จะต้องมีการกำหนดช่วงระยะเวลา หรือจังหวะเวลาที่เหมาะสมที่สุด ในการปฏิบัติงานให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น อาจจะ

เริ่มทำการเผยแพร่เกี่ยวกับหลักสูตรใหม่ล่วงหน้าเป็นการกระตุ้นความสนใจ

๕. การกำหนดสื่อและเทคนิคต่าง ๆ จะต้องกำหนดลงไปว่าจะใช้สื่อหรือเครื่องมือใดบ้าง รวมทั้งเทคนิคอื่น ๆ

๖. การกำหนดงบประมาณ จะต้องกำหนดงบประมาณที่จะใช้ในการดำเนินงานให้ชัดเจน การกำหนดงบประมาณรวมทั้งกำหนดบุคลากรที่จะต้องใช้ในการดำเนินงาน

ประเภทและลักษณะกิจกรรมการประชาสัมพันธ์หลักสูตร

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์หลักสูตร จะสัมฤทธิ์ผลมากน้อยเพียงใด ควรจะต้องแยกลักษณะกิจกรรมให้ชัดเจน เพื่อความสะดวกในการปฏิบัติงาน ประเภทและลักษณะของกิจกรรมการประชาสัมพันธ์หลักสูตรแบ่งออกเป็น ๓ ประเภท คือ

๑. การประชาสัมพันธ์ภายใน คือ การสร้างความเข้าใจอันดีกับกลุ่มเป้าหมายในสถาบัน หรือหน่วยงาน เพื่อช่วยสนับสนุนการใช้หลักสูตรลดความขัดแย้ง ความไม่เข้าใจในบรรยากาศของการปฏิบัติงาน รวมทั้งการให้ข่าวสารความรู้เกี่ยวกับการใช้หลักสูตรแก่บุคลากร

๒. การประชาสัมพันธ์ภายนอก คือ การสร้างความเข้าใจอันดีกับกลุ่มเป้าหมายนอกหน่วยงาน ได้แก่ ประชาชนส่วนราชการหรือหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องกับการใช้หลักสูตร การประชาสัมพันธ์ภายนอกอาจจัดทำในรูปแบบของการแพร่ข่าวสารผ่านสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการใช้หลักสูตร

๓. การประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจ คือ การประชาสัมพันธ์ที่จัดขึ้นให้เหมาะสมตามลักษณะของวัตถุประสงค์เฉพาะ เพื่อติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายได้ทันที เช่น การประชาสัมพันธ์คุณลักษณะ และความสามารถของผู้ที่จบหลักสูตรให้กับหน่วยงานที่ต้องการใช้ผลผลิต เพื่อให้

เกิดความรุ้ความเข้าใจที่ถูกต้องและตัดสินใจที่จะเลือกใช้ผลผลิตหลักสูตร

กระบวนการประชาสัมพันธ์หลักสูตร

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรมีปัจจัยที่เป็นส่วนประกอบอยู่ 4 ประการคือ การสำรวจข้อมูล การวางแผนงาน การติดต่อสื่อสาร และการประเมินผล ดังรายละเอียดต่อไปนี้

การสำรวจข้อมูล ได้แก่ การศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจว่า ใครเป็นกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับการใช้หลักสูตร อาจแบ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่จะต้องประชาสัมพันธ์ภายใน ได้แก่ ผู้บริหาร หัวหน้าภาควิชา หัวหน้าหมวดวิชา คณาจารย์ และกลุ่มเป้าหมายเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายนอก ได้แก่ ผู้ปกครอง ชุมชน สถานศึกษาอื่น ๆ รวมทั้งผู้ใช้ผลผลิตของหลักสูตร

การวางแผนงานประชาสัมพันธ์หลักสูตร คือนำข้อมูลที่ศึกษามาเตรียมวางแผนว่าจะทำอะไรบ้าง การวางแผนงานจะต้องชัดเจน เป็นระบบและต่อเนื่อง กำหนดกลุ่มเป้าหมาย ระยะเวลา วิธีการและประเภทของสื่อรวมทั้งงบประมาณ กำหนดวิธีปฏิบัติว่าจะทำอย่างไร และเมื่อใด

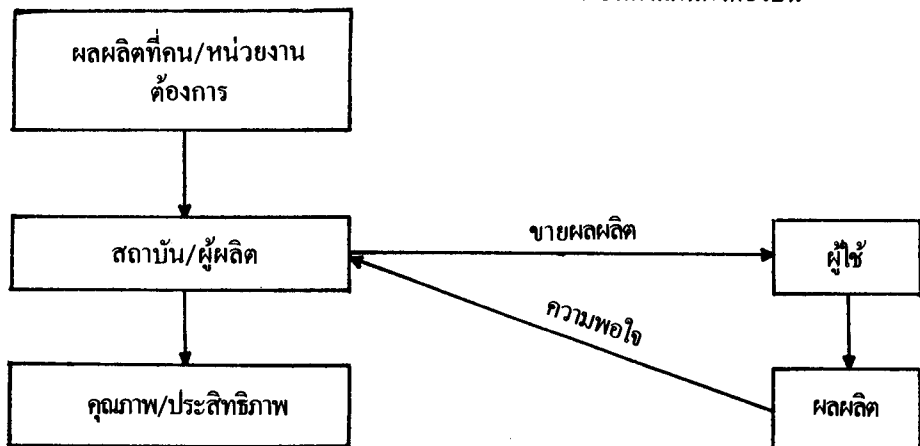
การติดต่อสื่อสาร ได้แก่ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์หลักสูตรตามแผน คณะกรรมการบริหารหลักสูตรจะต้องศึกษาธรรมชาติการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ของแต่ละกลุ่มเป้าหมาย ระยะเวลาและวิธีการนำเสนอการจัดทำการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วารสาร และเอกสารเพื่อการประชาสัมพันธ์

ภายในและภายนอก การทำเอกสารเพื่อการประชาสัมพันธ์นั้นมีความแตกต่างกับการจัดทำเอกสารเผยแพร่ ซึ่งมีวิตดุประสงค์เพื่อการสื่อสารทางเดียว ส่วนเอกสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ มีจุดประสงค์เพื่อการสื่อสารสองทางและกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกที่ดีต่อหลักสูตร

การประชาสัมพันธ์ก่อนการใช้หลักสูตร ถ้าจะมีการจัดประชุมสัมมนา จะต้องศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับการออกแบบและวิธีการจัดจำนวนกลุ่มเป้าหมายเพื่อการสื่อสารได้ตรงจุดและเกิดความรู้สึกที่ดีต่อหลักสูตร

การใช้วารสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ระหว่างการใช้หลักสูตร รวมทั้งเอกสารเพื่อประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้อาจจัดการสาธิตพิเศษ เพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตรในประเด็นที่น่าสนใจ หรือลักษณะเด่นของหลักสูตรว่ามีประโยชน์มีคุณค่าและความหมายต่อผู้ที่เกี่ยวข้องอย่างไร

การประเมินผลการประชาสัมพันธ์หลักสูตร จะใช้วิธีการอย่างไร จึงทราบว่าการประชาสัมพันธ์แต่ละระยะนั้นบรรลุวัตถุประสงค์ การใช้งบประมาณแต่ละครั้งการใช้ทรัพยากร คุณภาพของสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายภายในและภายนอกเพียงใด การประสานงานกับหน่วยงานใดที่จะต้องปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น การวิเคราะห์ในแง่ของความสัมพันธ์ผู้ใช้ผลผลิตของหลักสูตรกับสถาบันผู้ผลิตว่าเกิดความพึงพอใจในผลผลิตมากน้อยเพียงใด ซึ่งอาจจะใช้กรอบในการวิเคราะห์ดังแผนผังต่อไปนี้



แผนผังแสดงขั้นตอนความสัมพันธ์ ระหว่างผู้ใช้ผลผลิตและสถาบันผู้ผลิตหลักสูตร

ประโยชน์ของการประชาสัมพันธ์หลักสูตร

ปัจจุบันคณะกรรมการบริหารหลักสูตรส่วนมากได้พยายามปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพ การประชาสัมพันธ์หลักสูตรในอนาคตมีแนวโน้มไปในทางที่สถาบันการศึกษา ต้องแสดงให้เห็นสังคมประจักษ์ว่า พฤติกรรมหรือสิ่งที่สถาบันทำอยู่นั้น เป็นความรับผิดชอบ ต่อสังคม พลังร่วมการส่งเสริมการใช้หลักสูตร คือ การ

ประชาสัมพันธ์ ซึ่งคณะกรรมการบริหารหลักสูตรไม่ควรมองข้ามไป และถ้าจะทำการประชาสัมพันธ์หลักสูตรให้มีประสิทธิภาพจะต้องมีความสามารถในการเขียนหนังสือ เขียนบทความ มีความรู้ ในเรื่องพฤติกรรมศาสตร์ และความสามารถในการสื่อสาร มีความจริงใจและรับผิดชอบต่องานประชาสัมพันธ์หลักสูตร จึงจะส่งผลให้การใช้หลักสูตรเป็นไปอย่างราบรื่น บรรลุตามเจตนารมณ์ของหลักสูตร

วิชัย วงษ์ใหญ่

บรรณานุกรม

- ประจวบ อินอ้อด. “เขาประชาสัมพันธ์กันอย่างไร,” กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มณฑนาสถาปัตย์, ๒๕๓๒.
 วิชัย วงษ์ใหญ่. “การพัฒนาหลักสูตรแบบครบวงจร,” กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๓๒.
 Sharpes, Denald K. **Curriculum Traditions and Practices** London: Billing & Sons Ltd, 1988.