



# การประชาสัมพันธ์ของ มสธ. จากอดีตสู่ปัจจุบัน ในมุมมองอธิการบดีผู้ก่อตั้ง ศาสตราจารย์ ดร.วิจิตร ศรีสอาน<sup>1</sup>

อมรพรรณ ชุ่มโชคชัยกุล<sup>2</sup>

## บทนำ

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช เป็นมหาวิทยาลัยเปิดที่จัดการศึกษาในระบบทางไกล มีกลุ่มเป้าหมายหลักหรือกลุ่มเป้าหมายภายในซึ่งคือนักศึกษาทั่วประเทศซึ่งลงทะเบียนในปี 2547 - 2550 ปีละประมาณ 300,000 คน (ธีรารักษ์ โพิธสุวรรณ และคณะ อ้างถึงในแผนพัฒนา มสธ. ระยะ 5 ปี 2552 - 2556 บทที่ 1: 6) และบุคลากร มสธ. ทั่วประเทศจำนวน 2,000 คน นอกจากนี้ยังมีกลุ่มเป้าหมายภายนอกที่เป็นประชาชนทั้งในประเทศและต่างประเทศ ศิษย์เก่า สถาบันการศึกษาต่างประเทศ กลุ่มเป้าหมายภายนอกเหล่านี้จำเป็นต้องใช้การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือในการสื่อสาร สร้างความผูกพันให้แน่นแฟ้นและความภาคภูมิใจต่อองค์กร สำหรับกลุ่มเป้าหมายภายในก็ต้องใช้การประชาสัมพันธ์เพื่อนำมาใส่ใจให้สมัครเรียน และสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรในแง่เป็นมหาวิทยาลัยของปวงชนที่เปิดโอกาสให้ทุกคนได้ศึกษาตามความสนใจและยึดหลักการศึกษาลดตลอดชีวิต

แนวความคิดการประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันได้มีการปรับเปลี่ยนโดยมุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์ที่แสดงให้เห็นความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างต่อเนื่อง

เนื่องและยั่งยืนหรือ CSR (Corporate Social Responsibilities) เป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์แก่องค์กรในระยะยาว การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราชจำเป็นต้องพัฒนาและปรับเปลี่ยนตามกระแสโลกและดำเนินภารกิจให้สอดคล้องกับนโยบายพันธกิจ วิสัยทัศน์ และความต้องการของกลุ่มเป้าหมายของ มสธ. (ธีรารักษ์ โพิธสุวรรณ และคณะ, 2552) ศาสตราจารย์ ดร.วิจิตร ศรีสอาน อธิการบดีผู้ก่อตั้งมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราชได้ให้ทัศนะและมุมมองที่น่าสนใจเกี่ยวกับแนวทางการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ทั้งในอดีตที่ประสบความสำเร็จจนทำให้ มสธ. ก้าวขึ้นมาเป็นมหาวิทยาลัยเพื่อปวงชนได้ รวมถึงแนวทางการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันและอนาคตต่อไป

## ยุคเริ่มต้น

ศาสตราจารย์ ดร.วิจิตร ศรีสอาน อธิการบดีผู้ก่อตั้งมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราชได้อธิบายว่าประเด็นการประชาสัมพันธ์ต้องแตกต่างกันตามยุคสมัย ไม่ใช่ประเด็นเดียวตลอด ในสมัยที่

<sup>1</sup> ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ศ. ดร.วิจิตร ศรีสอาน ในการวิจัยเรื่องสภาพปัญหาและแนวทางการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช โดย รศ.ธีรารักษ์ โพิธสุวรรณ ผศ. ดร.อัจฉราวรรณ อิศรากร ณ อุทยาน ผศ.อมรพรรณ ชุ่มโชคชัยกุล ผศ.ก่าจร หลุยยะพงศ์

<sup>2</sup> นศ.ม. (การสื่อสารมวลชน) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช



เริ่มก่อตั้งมหาวิทยาลัยนั้น เนื่องจากมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราชเปิดสอนในระบบทางไกล ซึ่งเป็นเรื่องใหม่มากในสมัยเมื่อ 30 ปีกว่าที่ผ่านมา นับเป็นนวัตกรรมใหม่ด้านการศึกษาของประเทศไทยในขณะนั้น ฉะนั้นประการแรกที่ต้องทำประชาสัมพันธ์คือต้องทำอะไรให้ประชาชนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเข้าใจถึงระบบและวิธีการจัดการศึกษาที่เรียกว่าระบบการศึกษาทางไกล ซึ่งกลยุทธ์ในการดำเนินการมีหลายวิธี

1. จัดการประกวดเพลงประจำมหาวิทยาลัย โดยมีสาระเรื่องระบบการศึกษาทางไกล อยู่ในเพลง

2. จัดประกวดโลโก้สัญลักษณ์และคำขวัญประจำมหาวิทยาลัย ที่บอกว่า

“อยู่ที่ไหนก็เรียนได้ เรียนทางไกลกับ มสธ.”

“การศึกษาถึงบ้าน บริการถึงตัว”

ซึ่งในสมัยนั้นต้องเน้นอย่างยิ่งก็คือทำอย่างไรจะให้ประชาชนเข้าใจและเข้าถึงระบบและวิธีการจัดการศึกษาที่เรียกว่าทางไกล จึงต้องรณรงค์ด้วยวิธีการประชาสัมพันธ์เพื่อให้นักเข้าใจและเข้าถึง

ประการที่สองต้องประชาสัมพันธ์ให้นักยอมรับ เนื่องจากระบบการศึกษาทางไกลแบบนี้ในประเทศไทยยังไม่เป็นที่ยอมรับ มีคำถามว่าบัณฑิต มสธ. มีคุณภาพหรือไม่ หรือตั้งขึ้นมาเพื่อเป็นโรงงานผลิตปริญญา การจัดการศึกษาแบบนี้มีคุณภาพมาตรฐานเช่นไร เหล่านี้ทั้งหลายทั้งปวงล้วนเป็นข้อกังขาทั้งสิ้น เพราะฉะนั้นจึงนำไปสู่ประเด็นที่ว่าต้องประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนยอมรับ ยอมรับว่าระบบการศึกษาทางไกลสามารถจัดการศึกษาที่มีคุณภาพมาตรฐานและเชื่อถือได้ ซึ่งวิธีการที่ทำให้เกิดการยอมรับก็ดำเนินการในหลายรูปแบบ ได้แก่ การเรียนเชิญผู้ทรงคุณวุฒิจากมหาวิทยาลัยต่างๆ เช่น มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเข้ามาร่วมผลิตเอกสารการสอนชุด

วิชาของมหาวิทยาลัย และผู้ทรงคุณวุฒิเหล่านี้เมื่อมาร่วมผลิตเอกสารการสอนชุดวิชาต่างๆ แล้วก็จะเข้าใจในระบบและสนับสนุนมหาวิทยาลัยนำไปอ้างอิงในทางที่ดี ฉะนั้นวิธีการจึงต้องอาศัยบุคคลอื่นมาช่วยสร้างความเชื่อถือ ไม่ใช่ มสธ. อย่างเดียว นอกจากนี้ที่เน้นเป็นพิเศษในระยะแรกก็คือการคัดเลือกรองอธิการบดีจำนวน 3 ท่านที่จบการศึกษาในระดับปริญญาเอกทั้งหมด ซึ่งเป็นคนที่มีชื่อเสียงจากมหาวิทยาลัยต่างๆ เช่น ศาสตราจารย์ ดร.เทียนฉาย กีระนันท์ จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ศาสตราจารย์ ดร.ปรีชญา เวลารักษ์ จากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ รองศาสตราจารย์ ดร.ทองอินทร์ วงศ์ไสสร จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งทุกคนล้วนเป็นบุคคลที่วงการศึกษานักให้การยอมรับ

การประชาสัมพันธ์จึงไม่ใช่เป็นเพียงการพูดประชาสัมพันธ์อย่างเดียว แต่ต้องกระทำให้เห็นเป็นรูปธรรมด้วย จึงจะเป็นกระบวนการประชาสัมพันธ์ที่ได้ผล ประเด็นเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ให้เกิดการยอมรับจึงไม่ได้อยู่แค่การเข้าใจระบบและวิธีการศึกษาเท่านั้น แต่ที่ว่าต้องตรวจสอบว่าผู้รับบริการมีความพึงพอใจแค่ไหน และระบบการศึกษานี้มีประโยชน์มากน้อยแค่ไหนอีกด้วย

ประเด็นต่อมาที่ดำเนินการประชาสัมพันธ์คือการนำเด็กในระดับมัธยมศึกษามาเรียนวุฒิบัตร ซึ่งเรื่องนี้กลายเป็นข่าวใหญ่ขึ้นหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์เลยทีเดียว หรือการรับสมัครผู้ที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 3 เข้ามาเรียน มสธ. ได้ หรือแม้กระทั่งผู้ที่ติดคุกก็สามารถเรียน มสธ. ได้ ซึ่งการบุกเบิกนำระบบการศึกษาทางไกลเข้าไปในคุกได้กลายเป็นข่าวใหญ่ทำให้เห็นว่าระบบการศึกษาทางไกลเป็นระบบที่เข้าถึงและเป็นของคนทุกคนได้ ทำให้เกิดการยอมรับโดยทำเป็นตัวอย่างให้เห็นว่าเข้าถึงได้จริง ไม่ว่าจะคนพิการหรือบุคคลอื่นๆ ที่ด้อยโอกาสในสังคม ซึ่งกลุ่มต่างๆ เหล่านี้เขารู้สึกว่าเขาได้รับ



โอกาส ถ้าไม่มี มสธ. เขาก็ไม่มีวันนี้ บุคคลเหล่านี้ก็คือตัวแทนประชาสัมพันธ์ที่ดีของมหาวิทยาลัย จากปากต่อปาก เพราะฉะนั้นเมื่อมาเยือนดูการดำเนินการประชาสัมพันธ์ในยุคต้น ๆ จึงเป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เข้าใจระบบวิธีการศึกษา และทำให้เกิดการยอมรับว่า มหาวิทยาลัยในระบบเปิดสามารถทำได้มากกว่ามหาวิทยาลัยในระบบปิดในการจะเข้าถึงปวงชนและให้โอกาสแก่บุคคลได้เรียน หรือการขยายไปต่างประเทศให้คนไทยซึ่งอยู่ที่ไหนก็เรียนได้ในต่างประเทศ

สรุปในระยะแรกที่ก่อตั้งมหาวิทยาลัย ประเด็นหลักที่ต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์ จึงมี 3 เรื่องคือ ประการแรก การสร้างความเข้าใจ เรื่องระบบการเรียนการสอน ประการที่สอง การสร้างการยอมรับ และประการที่สาม การเข้าร่วมโดยสมัครเข้ามาเรียน นั่นคือการให้ข้อมูล (inform) เพื่อให้เข้าใจเข้าถึงเรื่องที่กำลังประชาสัมพันธ์อยู่และเห็นความสำคัญ ประเด็นต่อมาคือการโน้มน้าว (persuade) ให้เห็นดีเห็นงามตามไปด้วย และการเข้าร่วม (integrate) ทำอย่างไรจะทำให้เขารู้สึกอยากมาร่วม อยากมีส่วนร่วมเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของ มสธ.

ฉะนั้นประเด็นการประชาสัมพันธ์จึงต้องดูว่าภารกิจสำคัญของมหาวิทยาลัย คืออะไรในแต่ละช่วง จากนั้นนำไปถ่ายทอดเป็นวิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัย การประชาสัมพันธ์ ชูตัวบุคคล หรือประชาสัมพันธ์ในกิจกรรมอื่น ๆ มากมาย อาจไม่ได้ผลอะไรเพราะประชาชนไม่สนใจ หากแต่ต้องดูว่ามีความเปลี่ยนแปลงอะไรที่เป็นเรื่องใหม่ๆ เช่น มีเทคโนโลยีใหม่เข้ามา หรือมีอะไรที่เป็นนวัตกรรมใหม่เข้ามา ก็ดำเนินการประชาสัมพันธ์ตรงนั้น

### ยุคปัจจุบันและอนาคต

อธิการบดีผู้ก่อตั้งยังได้อธิบายเพิ่มเติมอีกว่าขณะนี้ประเด็นการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยจะต้องเปลี่ยนไปเน้นเรื่อง

บทบาทของมหาวิทยาลัย โดยยึดประชาชนเป็นฐาน เพื่อดูว่ามหาวิทยาลัยสามารถทำอะไรให้กับกลุ่มเป้าหมายของมหาวิทยาลัย ซึ่งปัจจุบันจะหลากหลายไปกว่าเดิม เช่น องค์กรส่วนท้องถิ่น องค์กรภาคเอกชน โดยดำเนินการในลักษณะที่ทำให้เกิดผลกระทบ (impact) ในลักษณะที่ทำให้เห็นว่าได้มีบทบาทเพิ่มเติมไปจากเดิม เช่น โครงการความร่วมมือที่เคยไปร่วมกับกระทรวงมหาดไทยเพื่อให้ความศึกษาแก่กำนันผู้ใหญ่บ้าน นำกลับมาทำใหม่ หรือโครงการที่เคยไปร่วมมือกับภาคอุตสาหกรรมต่าง ๆ เหล่านี้ประเด็นของการประชาสัมพันธ์จะต้องเป็นประเด็นที่ก้าวทันกับความต้องการแบบใหม่ และเป็นประเด็นที่ค่อนข้างจะเป็นนวัตกรรมสิ่งใหม่ๆ ที่ทำแล้วเกิดผลดีต่อสังคมส่วนรวม

นอกจากนี้ยังมีบทบาทของมหาวิทยาลัยในเรื่องการให้บริการทางวิชาการแก่สังคม โดยระบบการศึกษาทางไกลของมหาวิทยาลัยสามารถเข้าไปต่อยอดการพัฒนาในด้านต่างๆ เช่น การให้การศึกษากับกลุ่มคนพิการ ซึ่งขณะนี้กลุ่มคนพิการกำลังได้รับการสนับสนุนจากกระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ มสธ. ต้องพิจารณาว่าจะมีบทบาทในการพัฒนากลุ่มคนพิการแบบครบวงจรด้วยระบบทางไกลได้อย่างไร เพราะกลุ่มคนพิการเหล่านี้ถูกละทิ้ง ถูกละเลยจากสังคมเหมือนกับผู้ต้องขังในคุก เมื่อ มสธ. เข้าไปจัดการศึกษาให้เป็นรายแรกทำให้มีชื่อเสียงมาจนปัจจุบัน เนื่องจาก มสธ. พิสูจน์แล้วว่าสามารถทำได้ ซึ่งในตอนแรกๆ ถูกโจมตีมากมาย แต่ในที่สุดคนก็ยอมรับ หรือกรณีเด็กชาติดเสริมสมองซึ่งเป็นการนำเด็กเรียนดีในระดับมัธยมศึกษาและให้ทุนการศึกษาจนเรียนจบปริญญา โดยในปัจจุบันกลายเป็นกลุ่มที่มีพลังมากที่เข้ามาสนับสนุนมหาวิทยาลัย โครงการต่างๆ เหล่านี้เมื่อฉายภาพออกไป ประชาชนจะบอกว่า มสธ. ทำประโยชน์เพื่อสังคม ฉะนั้นจึงต้องแยกกลุ่มเป้าหมายว่าเป็นใคร และต้อง

ประชาสัมพันธุ์ไปถึงกลุ่มเป้าหมายด้วย ไม่ใช่ประชาสัมพันธุ์ออกไปมากมายเรื่อย ๆ ถึงใครก็ไม่รู้การประชาสัมพันธุ์จึงต้องทำให้ถูกต้อง

หลักของการประชาสัมพันธุ์จึงต้องให้ข้อมูลข่าวสารแก่สาธารณชน ให้เขาเห็นความสำคัญ ยอมรับ และเข้าร่วม ให้เขามีความรู้สึกว่าอยากมีส่วนร่วม หรืออยากจะสนับสนุนหรืออยากที่จะเป็นส่วนหนึ่งของ มสธ. นี่คือนี่สิ่งที่ต้องทำให้ได้ และประเด็นของการประชาสัมพันธุ์แต่ละช่วงของการพัฒนาของมหาวิทยาลัยจะไม่เหมือนกันต้องปรับเปลี่ยนไป เรื่องใดที่ทำแล้วไม่ต้องประชาสัมพันธุ์เพิ่มเติม ยกเว้นว่ามีการเปลี่ยนแปลงที่มีนัยสำคัญ เช่น เรื่องระบบการจัดการศึกษาไม่จำเป็นต้องทำประชาสัมพันธุ์แล้ว เพราะว่าสิ่งเหล่านี้ประชาชนยอมรับได้แล้ว แต่ถ้าจะทำการดำเนินการประชาสัมพันธุ์เรื่องใหม่ ๆ หรือเป็นเรื่องที่เราทำได้ดีหรือเรื่องที่คุณคนเขายังทำไม่ได้ ยกตัวอย่างตัวของท่าน จะมี 2 เรื่องเด่น ๆ ที่ท่าน ได้บุกเบิก คือเป็นคนบุกเบิก

ระบบการศึกษาทางไกล และเป็นคนบุกเบิกเรื่องมหาวิทยาลัยในกำกับ เพราะฉะนั้นจึงเป็นเหตุผลว่าทำไมคนจึงคิดถึงท่านใน 2 เรื่องนั้น เพราะท่านเป็นคนแรกที่บุกเบิกในเรื่องนี้ ฉะนั้นอะไรก็ตามเป็นสิ่งที่คนอื่นยังไม่ได้ทำ หรือทำไม่ได้ แต่เราทำได้และทำได้ดีตรงนี้คือประเด็นที่ควรจะรณรงค์ประชาสัมพันธุ์ เพื่อให้เกิดความเชื่อถือ เพราะถ้าคนไม่เชื่อถือ ไม่เชื่อมั่นก็ไม่มาเข้าร่วมไม่มาเรียน แต่ถ้าองค์การเป็นที่เชื่อถือ เชื่อมั่นคนจะเข้าร่วมเหมือนในยุคหนึ่งสมัยหนึ่งที่มีการเชิญผู้ทรงคุณวุฒิมาผลิตเอกสารการสอนชุดวิชา จะรู้สึกว่าเป็นเกียรติ เพราะเชื่อว่าผลผลิตออกไปดีเอกสารการสอนของ มสธ. มีคุณภาพ

ทั้งหมดที่กล่าวมา ล้วนเป็นทักษะและมุมมองที่สำคัญในเรื่องประชาสัมพันธุ์จากอดีตจนถึงปัจจุบัน ซึ่งผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปปรับใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธุ์ของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราชได้ทั้งในปัจจุบันและอนาคต ■

## บรรณานุกรม

- กองแผนงาน แผนพัฒนามหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2552 - 2556) นนทบุรี สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช 2552
- ธีรารักษ์ โทธิสุวรรณ และคณะ (2552) **สภาพปัญหาและแนวทางการดำเนินงานประชาสัมพันธุ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช** มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช นนทบุรี
- วิจิตร ศรีศอาน (2552, 27 มีนาคม) สัมภาษณ์โดย ธีรารักษ์ โทธิสุวรรณ อัจจรวรรณ อิศรางกูร ณ อยุธยา อมรพรรณ ชุ่มไชยชัยกุล กำจร หลุยยะพงศ์ อดีตอธิการบดีผู้ก่อตั้ง มสธ. นนทบุรี