234489

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้พยายามยกระดับ *"การแถลงข่าว"* ซึ่งมักไม่ค่อยได้รับความสนใจในบริบทการประชาสัมพันธ์ทั้งในสังคมไทยและต่างประเทศให้กลายมาเป็นสารัตถะหรือประเด็นหลักในการวิจัย ทำให้แตกต่างจากการวิจัยการประชาสัมพันธ์อื่นที่เน้นวิจัยด้านภาพลักษณ์ ประสิทธิผลสื่อประชาสัมพันธ์และความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโครงสร้างของการสื่อสารในการแถลงข่าว เทคนิคและวิธีการที่ผู้แทนองค์กรและผู้สื่อข่าวใช้ในการแถลงข่าว การรักษาความเป็นกลางและการนิยามการแถลงข่าวโดยอาศัยวิธีวิทยาการวิเคราะห์การสนทนาเป็นวิธีวิทยาหลัก เก็บข้อมูลด้วยการบันทึกวีดิทัศน์และการสังเกตการแถลงข่าวจำนวน ๑๒ กรณีศึกษารวมทั้งสัมภาษณ์ระดับลึกผู้แทนองค์กรจำนวน ๘ คนและผู้สื่อข่าวจำนวน ๑๕ คน สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

๑) โครงสร้างของการสื่อสารในการแถลงข่าวธุรกิจและอุตสาหกรรมประกอบด้วย ๔ ขั้นตอน คือเปิดประเด็น ให้รายละเอียด ให้โอกาสในการถามและตอบและการยุติการแถลงข่าว

๒) ผู้แทนองค์กรและผู้สื่อข่าวใช้เทคนิคหลากหลายโดยผ่านระบบการผลัดเปลี่ยนการพูดคุยเพื่อการจัดการทางสังคม ผู้พูดใช้คำถามที่เป็นสมมติฐาน คำถามยืนยัน คำถามเสนอทางเลือก คำถามเชิงรับและมีความเป็นมิตร ใช้คำถามเงื่อนไขไปสู่คำถามเจาะ เทคนิคการให้ได้มาซึ่งข้อมูล เช่น การบอกเล่าความต้องการและการใช้เทคนิคเติมเต็มในบทพูด ในการตอบ คนตอบใช้เทคนิคการใช้คำจากภาษาต่างประเทศ การใช้คำวิเศษณ์ การสร้างความสมดุล การอ้างบุคคลอื่น การอ้างอิงบุคคลที่ ๓ หรือการอ้างที่มาของข้อมูล การใช้ชุดของเหตุผลซึ่งประกอบด้วยเหตุผล ๓ ประการ การเลี่ยงตอบคำถาม การแสดงความตั้งใจไม่ตอบคำถาม การตอบยืนยันและเทคนิคในการรับมือกับความผิดพลาดและความบกพร่องของตนเอง

๓) การรักษาความเป็นกลางเกิดขึ้นในการแถลงข่าวของไทย ผู้แทนองค์กรและผู้สื่อข่าวร่วมสร้างความเป็นกลางให้เกิดขึ้นเมื่อผู้สื่อข่าวไม่แสดงความคิดเห็นและประยุกต์ใช้การอ้างอิงบุคคลที่ ๓ ผู้แทนองค์กรและผู้สื่อข่าวร่วมกันนิยามการแถลงข่าวว่าคือการแถลงข่าวโดยผ่านระบบการผลัดเปลี่ยนกันพูด ร่วมกันทำให้การผลัดเปลี่ยนกันพูดมีความเฉพาะ ต่างจากการเปลี่ยนกันพูดในการสื่อสารแบบอื่นรวมทั้งความยาวของบทพูดของผู้พูด

234489

Abstract

Never before have press conferences been a topic in Thai public relations research. However, this project into talk-in-interaction takes them to be a research topic. It differs from other public relations research that was undertaken using ethnographic and quantitative methods to indicate the effectiveness of PR media, image or Corporate Social Responsibility-CSR.

The principal research objectives were to investigate the structure of talk during Thai press conference, an application of questions and techniques, maintenance of neutrality as journalistic norms including a social construct of meaning upon press conference. The methodology of Conversation Analysis (CA) was applied to the study of talk between business organization representatives and journalists. Data were derived from 12 press conference sessions. Ethnographic observation and in-depth interviews with 8 business organisation representatives and 15 journalists were also used to collect data. Results are as follows.

1) In the contextualized micro analysis, the structure of interaction of a formal press conference was found to fall into stages – opening, elucidating and information giving, question and answer, the exit from the press conference.

2) Different questions and techniques such as hypothetical questions, lists of three items, references to third parties, and extreme case formulation were used to continue interaction. Additionally, the use of assertiveness, evasiveness, and mistake handling were found.

3) Neutralism was found when journalists did not give opinionated remarks. The use of references to third party also made neutralism possible. The meaning of press conference was defined and socially constructed through a specific turn-taking system and turn size.