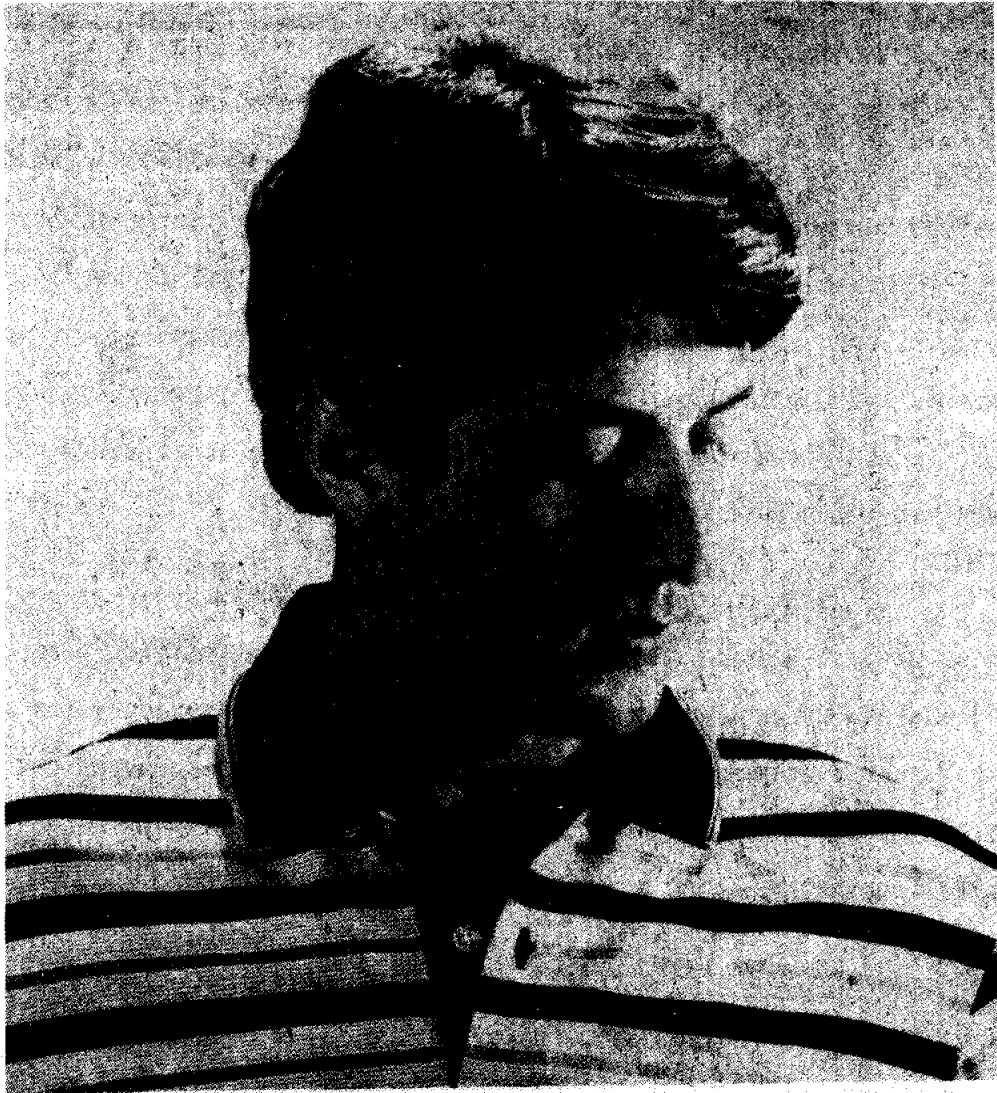


บทที่ ๕

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์



คำที่มีความหมายใกล้เคียงกับการประชาสัมพันธ์

คำต่างๆ ที่จะกล่าวต่อไปนี้มีความหมายใกล้เคียงกับการประชาสัมพันธ์ จนกระทั่งบางครั้ง มีผู้เข้าใจว่านั่นคือการประชาสัมพันธ์ไปเลยก็มี แต่แท้ที่จริงแล้วไม่ใช่เป็นงานประชาสัมพันธ์โดยตรง แต่หากมีส่วนเกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างมาก อาจจะเป็นในลักษณะเอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกัน คำต่างๆ เหล่านี้คือ

1. การโฆษณาเผยแพร่ (Publicity) การโฆษณาเผยแพร่นี้ใช้กันมากในหน่วยงานของทางราชการเป็นส่วนใหญ่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการโฆษณาเผยแพร่ความรู้ที่เป็นประโยชน์ให้แก่ประชาชนโดยทั่วไป เพื่อให้ประชาชนได้รู้ความหมายของหน่วยงานของกรมกองอะไรบางที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชน เช่น การโฆษณาเผยแพร่ผลงานของรัฐบาลโดยโฆษกรัฐบาล มีลักษณะเป็นการแถลงผลงานต่างๆ แสดงความคืบหน้าของงานที่กำลังทำ เพื่อที่จะได้รับการวิพากษ์วิจารณ์ ในที่สุดก็จะก่อให้เกิดทิศทางที่รัฐบาลควรจะทำเนืองงาน การโฆษณาเผยแพร่นี้โดยทั่วไปแล้วมักจะไม่ว่าเกี่ยวกับเงินที่จะต้องคำนึงถึง มีตัวอย่างของการโฆษณาเผยแพร่ของหน่วยราชการในระดับรองๆ ลงมา เช่น การโฆษณาเผยแพร่เกี่ยวกับการวางแผนครอบครัว การโฆษณาเผยแพร่เกี่ยวกับประโยชน์ของการออกกำลังกาย และ การโฆษณาเผยแพร่เกี่ยวกับโทษของยาเสพติด และ การป้องกันรักษา ฯลฯ

2. การโฆษณาสินค้า (Advertising) การโฆษณาสินค้านี้เป็นงานที่ทำกันอยู่ในวงการค้าและบริการ เพื่อให้สินค้านั้นๆ ขายได้จำนวนมากที่สุด หรือ มีผู้มาใช้บริการมากที่สุด เพื่อให้ได้ผลตอบแทนเป็นจำนวนเงินที่มากที่สุด มีกำไรมากที่สุด ฉะนั้นบางครั้งจึงมีความจำเป็นที่จะต้องกล่าวถึงสรรพคุณของสินค้าและบริการนั้นๆ ให้เกินไปจากความเป็นจริงบ้าง ปักบังข้อเท็จจริงบางอย่างเอาไว้บ้าง เพื่อประโยชน์ในการค้าที่มีความจำเป็นต้องทำ ซึ่งมีอยู่หลายบริษัทที่การโฆษณาสินค้าหรือบริการนั้นๆ อาจออกมาในรูปที่ผิดศีลธรรมก็มี

3. การส่งเสริมสินค้าและบริการ (Sale Promotion) งานส่งเสริมสินค้าและบริการนี้นิยมทำกันอยู่ในหน่วยงานที่รับผิดชอบในการสนับสนุนการขายสินค้าชนิดต่างๆ เช่น สมาคมผู้ส่งสินค้าออก สมาคมผู้ผลิตน้ำตาล สมาคมชาวโรมันสำปะหลัง ฯลฯ

หน่วยงานเหล่านี้ไม่มีสินค้าของตนเองที่จะต้องทำการขายโดยตรง มีแค่สมาชิกของหน่วยงาน หรือสมาคมที่เสียเงินบำรุง หน่วยงานหรือสมาคมเหล่านี้มีหน้าที่ส่งเสริมการขายของสมาชิก ให้ได้จำนวนมากที่สุดเท่าที่จะทำได้ มีการเผยแพร่คุณภาพของสินค้า แจกแจกเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ไปยังผู้ซื้อ เป็นผู้ประสานงานในการซื้อขายทั้งภายในประเทศและภายนอก ประเทศ

4. การโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda) การโฆษณาชวนเชื่อนี้ยังถูกใช้อยู่ทั้งในระดับบริหารประเทศ และในระดับชาวบ้าน การโฆษณาชวนเชื่อนี้มีหลักเพียงว่าทุกคนอะไร ก็ไต่จะเป็นความจริงหรือไม่ ไม่เป็นสิ่งสำคัญ ขอให้ผู้ฟังเกิดความเชื่อถือและเห็นคล้อยตาม ประพฤติและปฏิบัติตามในสิ่งที่เราต้องการก็เป็นเท่านี้พอแล้ว ปัจจุบันการโฆษณาชวนเชื่อ ยังนิยมใช้อยู่ในหมู่คนที่ได้รับการศึกษาน้อยโดยทั่วไป โดยเฉพาะประเทศที่ยังไม่พัฒนา ตัวอย่างเช่นวิธีการที่นิยมการปกครองในระบบคอมมิวนิสต์ใช้อยู่ในระบบคอมมิวนิสต์มีหลัก อยู่ว่าลัทธินี้จะประสบความสำเร็จก็ต่อเมื่อประเทศต่างๆ ทั่วโลกมีการปกครองตามระบบนี้หมด แล้ว ฉะนั้นคอมมิวนิสต์จึงนิยมเข้าไปแทรกแซงกิจการในประเทศต่างๆ คอมมิวนิสต์จะใช้วิธีการตามลำดับขั้น โดยเริ่มตั้งแต่ การโฆษณาชวนเชื่อ แทรกซึมเข้าไปในกิจการต่างๆ บ่อน ทำลายความสามัคคีภายในกลุ่มต่างๆ หลังจากนั้นก็จะก่อวินาศกรรมให้อลเวงไปทั่ว แล้วจึง เข้ายึดครองประเทศนั้นในที่สุด ดังปรากฏผลให้เห็นในประเทศต่างทางย่าน ยุโรปกลางและ ตะวันออก แอฟริกา และ ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เช่น ประเทศเวียดนาม ลาว และ กัมพูชา การโฆษณาชวนเชื่อที่นิยมใช้กันอยู่นั้น เริ่มจากการปล่อยข่าวที่เป็นความจริงบ้าง ไม่เป็นความจริงบ้างปะปนกัน เพื่อให้บุคคลภายในชาติมีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน เกิดความ ไม่สามัคคีกันเนื่องจากมีผลประโยชน์ที่ขัดกัน คอมมิวนิสต์จะใช้ความรู้ทางจิตวิทยาเพื่อชี้ให้เห็น จุดอ่อนตามธรรมชาติให้บุคคลภายในชาติได้แลเห็น เกิดความไม่ไว้วางใจซึ่งกันและกัน มีการยุยงให้เกิดความแตกแยกกัน เท่าที่ผ่านมากการโฆษณาก็ยังใช้ได้ผลอยู่ในประเทศไทย ปัจจุบัน ในสังคมประชาธิปไตยก็ต้องหันกลับมาใช้วิธีการอย่างเดียวกันในการต่อสู้กับคอมมิวนิสต์ โดยเฉพาะ ในสังคมชนบทที่อยู่ห่างไกลออกไป ความเจริญและกฎหมายยังเข้าไปไม่ถึง

5. การบริการตอบคำถามหรือการสารนิเทศ (Information Service) การบริการตอบคำถามหรือการสารนิเทศคือการให้ข้อมูลต่างๆ ที่ผู้มาติดต่อกับหน่วยงานหรือ

บริษัทมาตาม ตามหน่วยงานต่างๆ เช่น โรงเรียน โรงแรม บริษัท ฯลฯ เขาจะมีแผนกดังกล่าว
นี้จะอยู่ที่บริเวณทางเข้า เมื่อเข้าไปหน่วยงานต่างๆ จะพบแผนกบริการตอบคำถามนี้ที่ชั้นล่างของ
อาคาร บางครั้งจะเขียนคำว่า "ประชาสัมพันธ์" แต่ถ้าจะวิเคราะห์ตามลักษณะของการทำงาน
แล้วไม่ใช่งานประชาสัมพันธ์ อาจจะถูกกล่าวหาว่าทำหน้าที่เพียงส่วนเดียวของการประชาสัมพันธ์
เท่านั้น

ปัจจุบันการบริการตอบคำถาม หรือ งานสารนิเทศนี้ได้มีการพัฒนาไปเป็นอย่างมาก
มีทั้งในรูปของ "ศูนย์สารนิเทศ" ซึ่งมีลักษณะคล้ายห้องประชุม หากแต่มีอุปกรณ์ต่างๆ ทางโสต-
ทัศนศึกษาไว้ใ้ภายในห้อง เช่นมีจอที่ติดกับผนังสำหรับใช้กับเครื่องฉายประเภทต่างๆ ได้
มีกระดานสำหรับเขียนด้วยชอล์กหรือปากกาปลายสักหลาด มีกระดานนิเทศสำหรับติดแผนภูมิ แผน
สถิติ หรือแผนที่ มีระบบที่สามารถใช้เครื่องฉายได้ทันที ไม่ว่าจะเป็ภาพยนตร์ สไลด์หรือ
ฟิล์มสตริป

นอกจากนั้นศูนย์สารนิเทศนี้ยังมีเอกสารต่างๆ ที่ได้รวบรวมเอาไว้ เพื่อที่จะนำ
เสนอหรือแจกผู้เยี่ยมชมได้ทันที ในปัจจุบันนี้มีหน่วยงานต่างๆ ได้จัดทำศูนย์สารนิเทศกันเป็น
อันมาก เช่น ตามมหาวิทยาลัยต่างๆ ตามกระทรวง ทบวง กรม ต่างๆ

จากแนวความคิดในเรื่องการสารนิเทศ หรือ การบริการข่าวสารนี้เอง ได้มี
บริษัทที่จัดตั้งขึ้นเพื่อบริการข้อมูลต่างๆ ให้กับบริษัทที่กำลังทำการโฆษณาสินค้า ซึ่งจำเป็น
ต่อธุรกิจข้อมูลต่างๆ ของบริษัทที่ขายสินค้าประเภทเดียวกัน บริษัทประเภทนี้จะศึกษาวិธีการ
โฆษณาสินค้าของบริษัทต่างๆ ที่ใช้สื่อมวลชนประเภทต่างๆ เป็นสื่อในการโฆษณา ทั้งวิทยุ
หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ตามโรง และ โทรทัศน์ มีทั้งสินค้าประเภท น้ำอัดลม ผงซักฟอก
รถยนต์ เครื่องทำความเย็น ตู้เย็น นาฬิกา ฯลฯ บริษัทประเภทนี้จะบันทึกการโฆษณา
ของประเภทต่างๆ ทางสื่อมวลชนไว้อย่างละเอียด ถ้าเป็นโฆษณาในหน้าหนังสือพิมพ์ ก็มีการ
ตัดกรอบโฆษณาเอาไว้ให้ดูด้วย ถ้าเป็นวิทยุก็ทำการบันทึกเสียงเอาไว้ด้วย และ ถ้าเป็น
โทรทัศน์ก็จะทำการบันทึกเป็นวิดีโอเทปเอาไว้ด้วย

บริษัทประเภทนี้จะรับหน้าที่ในการติดตามงานโฆษณาของบริษัทต่างๆ ที่ใช้สื่อมวล
ชนว่าสื่อมวลชนแต่ละแห่งได้ทำตามข้อตกลงโดยตลอดหรือไม่ หรือถ้าบริษัทของเราจะผลิตสินค้า
เพื่อออกใหม่จะมีคู่แข่งชั้นใดบ้าง และจะต้องแข่งขันในการโฆษณาในรูปแบบใด บริษัทประเภทนี้

จะรับเป็นที่ปรึกษา

6. การเป็นตัวแทนหนังสือพิมพ์ (Press Agency) ในวงการหนังสือพิมพ์ในปัจจุบันโดยเฉพาะในหน้าข่าวต่างประเทศ หรือข่าวรอบโลก การหาข่าวต่างประเทศ โดยเฉพาะที่เป็นข่าวใหม่และทันสมัย หากหนังสือพิมพ์ในแต่ละฉบับจะมีนักข่าวของตนเองนั้น เป็นเรื่องที่ทำใยากและจะค่อนข้างงบประมาณมาก ฉะนั้นจึงมีบริษัทที่ทำหน้าที่หาข่าวต่างๆ ทั่วโลก โดยมีสำนักงานข่าวและผู้สื่อข่าวของตนเองในประเทศต่างๆ ไม่ว่าจะมิข่าวเกิดขึ้นในที่แห่งใดในโลก ขาวนั้นจะถูกส่งมายังศูนย์รวมข่าวของบริษัท บริษัทชายข่าวเหล่านี้ได้แก่ ชาวจาก โอ.ที.เอ็น., เอ็น.เอช.เค., ฯลฯ ชาวเหล่านี้เมื่อถูกส่งมายังศูนย์รวมข่าวแล้ว ขาวจะถูกส่งต่อไปยังลูกค้าทั่วโลก เช่นตามหนังสือพิมพ์ใหญ่ๆ ในประเทศไทยจะมีเครื่องโทรพิมพ์ที่จะรับข่าวประเภนี้ โดยถูกส่งมาเป็นเนื้อข่าวทางโทรพิมพ์เป็นภาษาอังกฤษ ผู้ที่รับผิดชอบในหน้าข่าวต่างประเทศนี้จะแปลออกมาเป็นภาษาไทย และสรุปให้เพียงพอกับเนื้อที่ที่กำหนดไว้ในหนังสือพิมพ์ในแต่ละวัน ยกเว้นบางข่าวอาจจะนำมาเป็นข่าวในหน้าหนึ่งใดเช่น ข่าวประธานาธิบดีรีแกนถูกลอบยิงบาดเจ็บ หรือ ขางสันตปาปาแห่งกรุงวาติกันถูกลอบยิงบาดเจ็บ หรือ ข่าวประธานาธิบดีซาคัคแห่งอิจิปต์ถูกยิงตาย ฯลฯ

ในปัจจุบันระบบโทรพิมพ์ โทรภาพ และ ระบบการสื่อสารควาเทียมได้ถูกนำมาใช้กันอย่างแพร่หลายไม่เฉพาะตามสำนักงานหนังสือพิมพ์ต่างๆ แมแต่ตามสถานีโทรทัศน์ สถานีวิทยุ และ ตามธนาคาร ตามบริษัทเงินทุน ฯลฯ ต่างก็นำเครื่องประเภนี้มาใช้ให้เป็นประโยชน์ด้วยกันทั้งสิ้น

งานต่างๆ ที่ได้อกล่าวมาแล้วทั้งหมดนี้ จะเห็นว่ามีความใกล้เคียงกับงานประชาสัมพันธ์เป็นอย่างมาก บ่อยครั้งที่ผู้ที่เคยเรียนมาทางคามประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องไปปฏิบัติงานบางอย่าง ก็สามารถทำงานใหม่บรรลุเป้าหมายไปด้วยดี

ลักษณะของงานประชาสัมพันธ์

นักประชาสัมพันธ์จะต้องทำงานในตำแหน่ง เป็นคำถามที่มักจะได้รับเสมอ เกี่ยวกับลักษณะของงานประชาสัมพันธ์เป็นเรื่องที่ค่อนข้างกว้าง แล้วแต่ผู้ที่ต้องไปปฏิบัติงาน บางคนต้องไปทำงานในตำแหน่งการพูดเป็นส่วนใหญ่ แต่บางคนอาจจะไม่มีโอกาสพูดเลย แต่มีผลงานออกมาในรูปของสิ่งพิมพ์ ซึ่งก็ได้รับความนิยมสำเร็จเป็นอย่างดีในการทำงาน จากลักษณะของงานประชาสัมพันธ์เท่าที่ได้เห็นอยู่ทั่วไปในปัจจุบันนี้อาจจะสรุปได้ดังนี้

(1) งานเขียนหนังสือ

นักประชาสัมพันธ์จะต้อง เป็นผู้ที่มีโอกาสเขียนหนังสือบ่อยกว่าผู้ที่อยู่ในอาชีพอื่นๆ หนังสือที่เขียนมีอยู่หลายลักษณะ ทั้งแก่การเขียนโฆษณาเพื่อส่งไปลงในหนังสือพิมพ์ พุทธออกวิทย์ และโทรทัศน์ การเขียนบทความเพื่อร่วมแสดงความคิดเห็นในปัญหาต่างๆ อาจจะทำเป็นเอกสารออกเผยแพร่ด้วยตนเอง หรืออาจจะลงในหนังสือพิมพ์ ฉะนั้นผู้ที่อาจจะจะเป็นนักประชาสัมพันธ์ที่ดีควรฝึกตัวเองให้เป็น ผู้ที่มีความสามารถในการเขียนหนังสือ

(2) งานบรรณาธิการ

นักประชาสัมพันธ์จะต้องรับหน้าที่ในการออกหนังสือ อาจจะเป็นรูปของจดหมายข่าววารสาร หรือรายงานประจำปีของหน่วยงานที่เราสังกัด หน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ที่จะต้องมาทำหน้าที่คือคัดเลือกเรื่องที่จะพิมพ์หนังสือ รวบรวมงานเขียนของผู้ทรงคุณวุฒิไปขอบทความหรือเรื่องมาลงหนังสือ วางรูปเล่ม ทรวางแก้คำผิด บ่อยครั้งต้องขอสปอนเซอร์ในกรณีที่หน่วยงานตนเองไม่มีงบประมาณ นักประชาสัมพันธ์ต้องหันกลับมาทำหน้าที่บรรณาธิการหรือ สารนิยายกร

(3) การวางตำแหน่งงาน

โดยปกติแล้วการวางตำแหน่งงานควรจะเป็นหน้าที่ของผู้บริหาร แต่บ่อยครั้งภาระนี้ต้องมากอยู่กับนักประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้อาจจะเพราะผู้บริหารไม่มีความรู้ในเรื่องการแบ่งสายงาน หรืองานที่ทำนั้นเป็นแบบทำกันภายในครอบครัว นักประชาสัมพันธ์ต้องแจ้งให้ได้ว่าลักษณะงานที่ทำกันอยู่นั้นควรวางสายงานกันอย่างไร จึงจะถูกทั้งตามแบบสากล ทั้งนี้เพราะว่านักประชาสัมพันธ์จำเป็นที่จะต้องนำเอาระบบงานของหน่วยงานต่างๆ ออกเผยแพร่ การทำงานกับฝ่ายต่างๆ ก็จะต้องทำอย่างใกล้ชิด มีการสอบถามและรับคำทอบอย่างรวดเร็ว

(4) การให้ความสนับสนุน

เนื่องจากนักประชาสัมพันธ์จะต้องทำงานประสานงานกับฝ่ายต่างๆ การให้ความสนับสนุนอาจจะมีหลายลักษณะ ตั้งแต่การช่วยนำข้อความโฆษณาของฝ่ายต่างๆ ไปส่งยังสื่อมวลชน การช่วยเผยแพร่กิจการที่ดีเด่นของฝ่ายต่างๆ บ่อยครั้งที่นักประชาสัมพันธ์ต้องทำหน้าที่เป็นตัวแทนประกอบ รวมทั้งการช่วยถ่ายรูป จัดเครื่องขยายเสียง เขียนโปสเตอร์ ติดท่อนั่งสื่อพิมพ์ เพื่อเป็นการสนับสนุนงานของหน่วยงานต่างๆ ให้ก้าวหน้า

(5) งานพูด

บ่อยครั้งที่นักประชาสัมพันธ์จะพูดกับเชิญไปพูดในที่ต่างๆ เช่นการอภิปราย การบรรยาย การโต้วาที นักประชาสัมพันธ์บางคนต้องทำงานพิเศษในการเป็นโฆษกรายการต่างๆ ทั้งทางวิทยุ โทรทัศน์ นักประชาสัมพันธ์ด้านการประสบความสำเร็จในการทำงานจะต้องฝึกตนให้เป็นนักพูด สามารถพูดได้ในทุกโอกาส

(6) งานผลิต

วัสดุที่ใช้ในงานประชาสัมพันธ์มีอยู่หลายชนิด ทั้งแคปซูลโปสเตอร์ เอกสารประกอบการฝึกอบรม สไลด์สำหรับออกโทรทัศน์ ใตเทิลสำหรับรายการโทรทัศน์ สิ่งเหล่านี้เป็นของนักประชาสัมพันธ์จะต้องทำให้ได้

(7) การวางโครงการ

การวางโครงการประชาสัมพันธ์อาจจะมีหลายลักษณะ เช่นการโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ การร่วมงานออกบ้านในงานกาชาด การมอบทุนเรียนดีแก่มหาวิทยาลัย การสรุปผลงานของหน่วยงานประจำปี นักประชาสัมพันธ์จะต้องทำงานออกมาในลักษณะที่เป็นโครงการต่างๆ เหล่านี้ซึ่งจะมีผลสะท้อนมายังงานประชาสัมพันธ์อีกทีหนึ่ง

(8) การโฆษณาหน่วยงาน

การโฆษณาหน่วยงานเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ในแง่ที่ช่วยให้งานประชาสัมพันธ์ลุล่วงไปด้วยดี การโฆษณามีหลักอยู่ว่าจะต้องพยายามเลือกเฉพาะในส่วนที่ดีของหน่วยงานออกเผยแพร่ต่อประชาชนให้ได้ ส่วนที่ไม่ดีก็จำเป็นจะต้องซ่อนเร้นเอาไว้เพื่อไม่ให้ลวงรู้ไปสู่ภายนอก เพราะจะเกิดทัศนคติในทางที่ไม่ถูกต้องต่อหน่วยงาน

ความหมายและปรัชญาของการประชาสัมพันธ์

สถาบัน หน่วยงาน บริษัท หรือห้างร้านต่างๆ มีหน้าที่บริการและดำเนินงานอยู่ในสังคม โดยมีความรับผิดชอบต่อประชาชนและสังคม เมื่อมีความสัมพันธ์กับประชาชน ก็มีความจำเป็นที่จะต้องดำเนินการให้มีความสัมพันธ์ไปอย่างราบเรียบ ชัดเจน ชัดเจน ชัดเจนที่อาจเกิดขึ้น ฉะนั้นเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว เราจึงจำเป็นที่จะต้องศึกษาถึงวิธีดำเนินการและการจัดระบบ เพื่อให้ความสัมพันธ์กับมวลชนเป็นไปอย่างถูกต้องตามหลักการ

นักประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องมีความสัมพันธ์กับประชาชนโดยทั่วไป ทั้งนี้เพราะประชาชนอาจจะมีส่วนในการให้ความสนับสนุนหรือต่อต้านกับการดำเนินงานของหน่วยงานก็ได้ ถ้าประชาชนให้ความสนับสนุน การดำเนินงานของสถาบัน หน่วยงาน บริษัท ห้างร้าน ก็จะเป็นไปอย่างราบรื่นและรวดเร็ว แต่ถ้าประชาชนมีมติขัดแย้งหรือมีทัศนคติไม่ดีต่อหน่วยงาน ก็จะทำให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างไม่ราบรื่น มีอุปสรรค ขาดความร่วมมือจากประชาชน และผู้ร่วมงาน อาจเกิดการต่อต้าน ขัดแย้ง ขาดความร่วมมือประสานงานกัน ซึ่งไม่สามารถทำให้งานลุล่วงไปได้

เท่าที่และความรู้สึกนึกคิดของประชาชน จะมีผลต่อความสำเร็จหรืออุปสรรคของหน่วยงานเป็นอย่างมาก การประชาสัมพันธ์จึงให้ความสนใจเกี่ยวกับการให้ความร่วมมือของประชาชนเป็นอย่างมาก ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องรับทราบ ประชามติ หรือ มติมหาชน เพราะสิ่งนี้จะช่วยให้ได้ทราบถึงแนวทางในการตัดสินใจว่า เราควรดำเนินงาน หรือมีวิธีการทำงานไปในทิศทางใด จึงจะได้รับการยอมรับจากสังคม

ในหน่วยงานบางแห่งมีความตั้งใจและบริสุทธิ์ใจในการดำเนินงานเพื่อเป็นประโยชน์ต่อสังคม แต่หากขาดการโฆษณาเผยแพร่ และชี้แจง ทำให้ความเข้าใจกับประชาชนก็อาจถูกมวลชนมีความเข้าใจผิดและเกิดทัศนคติในทางที่ไม่ดี ถูกโจมตีโดยไม่มีมูลความจริง ซึ่งก็จะเป็นผลเสียต่อการทำงานของหน่วยงานเป็นอย่างมาก

มนุษยสัมพันธ์เป็นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับบุคคล แต่การประชาสัมพันธ์เป็นความสัมพันธ์ที่มีระดับสูงกว่ามนุษยสัมพันธ์อีกชั้นหนึ่ง เพราะการประชาสัมพันธ์เป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานกับบุคคล และสิ่งแวคล้อมที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงาน หรือเป็น

ความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันกับสังคม อาจอธิบายอย่างง่ายๆ ว่า การประชาสัมพันธ์ คือ " การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสถาบัน บุคคล หน่วยงาน กับ บุคคล กลุ่มคน หรือประชาชน โดยทั่วไป หรือสังคมนั่นเอง "

การประชาสัมพันธ์เป็นการดำเนินงานทุกวิถีทาง ทั้งการเผยแพร่ การอธิบาย อธิบาย การให้ข่าวสาร ความรู้ แนวความคิด นโยบาย และการวางโครงการ ฯลฯ เพื่อปรับปรุงสัมพันธ์ภาพอันดีระหว่างสถาบันกับทุกคนที่เกี่ยวข้อง ทั้งภายในและภายนอกสถาบัน

ไอวี ลี (IVY LEE) ซึ่งได้รับการยกย่องว่าเป็นบิดาของการประชาสัมพันธ์ กล่าวว่า " การดำเนินงานอะไรก็ตาม ถ้าได้มีการสร้างความสัมพันธ์กับประชาชน เผยแพร่ ออกไปให้ประชาชนทราบ ให้ประชาชนได้เข้าใจถึงการดำเนินงานของเรา ให้ประชาชน ได้มีส่วนรู้เห็นการดำเนินงานของเรา ประชาชนก็จะให้การสนับสนุน " แต่ถ้าไม่มีการ เผยแพร่ ประชาชนก็อาจจะคิดหรือเข้าใจการดำเนินงานของเราไปในแง่ที่ไม่ดีหรือเข้าใจไปในทางที่ผิด เพราะลักษณะของสังคมมักจะมองการปกปิดเป็นเรื่องที่น่าสงสัยอยู่เสมอ ฉะนั้นถ้าการดำเนินงานของเราเป็นไปโดยสุจริตยุติธรรมแล้ว ก็สมควร เป็นสิ่งที่นำมาเผยแพร่ได้

การประชาสัมพันธ์นั้นมุ่งสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันกับกลุ่มคนที่เกี่ยวข้อง โดยพิจารณาให้เห็นว่าสถาบันเป็นส่วนรวมของทุกคนในสถาบัน ถ้าหากสถาบันได้รับการยกย่อง มีเกียรติยศและชื่อเสียง โดยได้รับความเชื่อถือของประชาชนโดยทั่วไปแล้ว บุคคลในสถาบัน ก็ย่อมมีส่วนได้รับประโยชน์ จากความมีเกียรติและมีชื่อเสียงของสถาบันนั้นไปด้วย แต่ถ้าบุคคลในสถาบันต่างมุ่งหาความดีเด่นเฉพาะตัว หรือเอาตัวรอดเพียงผู้เดียว ละเลยที่จะสร้างเกียรติยศและความเชื่อถือให้แก่สถาบันโดยส่วนรวมแล้ว สถาบันนั้นก็อยู่ไม่ได้ บุคคลในสถาบันก็อยู่ไม่ได้ โดยจะมีผลกระทบกระเทือนถึงกันไปหมด

รากศัพท์ของคำว่า การประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์มาจากคำในภาษาอังกฤษว่า " PUBLIC RELATIONS " ซึ่งมีความหมายชัดเจนอยู่ในตัวเองแล้ว

ประชา (PUBLIC) หมายถึง ประชาชน สาธารณชน หรือ กลุ่มชน
สัมพันธ์ (RELATIONS) หมายถึง ความสัมพันธ์ เกี่ยวข้องด้วย

ฉะนั้นการประชาสัมพันธ์จึงหมายถึง "ความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับประชาชน สาธารณชน หรือ กลุ่มชน" ความสัมพันธ์อันนี้หมายถึงความสัมพันธ์ระหว่างสถาบัน(หน่วยงาน กรม กอง บริษัท ห้างร้าน ฯลฯ) กับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง หรืออาจจะกล่าวได้ว่าการประชาสัมพันธ์หมายถึง "ความพยายามของสถาบันในอันที่จะแสวงหาความสัมพันธ์และความร่วมมือจากประชาชน ตลอดจนชาวไร่ชาวนาซึ่งทัศนคติที่ดีของประชาชนต่อสถาบัน เพื่อสร้าง สรรค์ความรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อถือ ความศรัทธา ฯลฯ ให้เกิดขึ้นแก่ประชาชน เพื่อให้ประชาชนยอมรับ สนับสนุน ให้ความร่วมมือในการดำเนินงานไปตามกระบวนการ วัตถุประสงค์ นโยบาย และความเคลื่อนไหวของสถาบันหรือหน่วยงานนั้นๆ"

ตามความหมายของคำว่า "สถาบัน" ในที่นี้หมายถึง หน่วยงาน องค์การรัฐบาล กระทรวง ทบวง กรม หน่วยงานราชการ หน่วยงานปกครอง จังหวัด อำเภอ เทศบาล โรงพยาบาล โรงเรียน มูลนิธิ สมาคม กองทัพ บริษัท ห้างร้าน ฯลฯ ที่ได้ก่อตั้งขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ ความรับผิดชอบในบริการ ที่ระบุไว้แน่นอน เป็นการผูกพันระหว่างสมาชิก ในการแสดงความรู้สึกที่มีอยู่ต่อสังคม และ ประชาชน มีกฎเกณฑ์และระเบียบข้อบังคับ มีวิธีการดำเนินงานอย่างมีระบบและระเบียบแบบแผน

สถาบันองค์การ หน่วยงาน และอิทธิพลต่อการดำเนินงานในสังคม

เนื่องจากองค์การหรือหน่วยงาน ประกอบด้วยกลุ่มคนที่ทำงานร่วมกัน คือเป็น "การรวมของกลุ่มคน" อาจจะมีตั้งแต่ ๒ คนขึ้นไป เป็นการทำงานร่วมกันอย่างมีจุดมุ่งหมาย หรือวัตถุประสงค์ มีการแบ่งหน้าที่กันรับผิดชอบ มีการจัดส่วนงานออกไปตามสาขาและความชำนาญของแต่ละบุคคล

ในการปกครองในสมัยโบราณ หัวหน้าหรือผู้ปกครองบ้านเมืองมักจะปกปิดเรื่องราวต่างๆ ไม่ให้ประชาชนรู้ บางครั้งประชาชนก็ได้รับการดูถูกเหยียดหยาม เพราะเห็นว่าการที่ประชาชนได้มีส่วนรับรู้ในเรื่องราวต่างๆ แล้วทำให้เกิดความวุ่นวาย การปกครองในลักษณะดังกล่าวจึงมีลักษณะเป็น "เผด็จการ" แต่การปกครองในปัจจุบันเป็นแบบ "ประชาธิปไตย" แนวความคิดของหัวหน้าหรือผู้ปกครองบ้านเมืองได้เปลี่ยนแปลงไป มีความเห็นว่าการที่ประชาชนได้มีส่วนรับรู้ เป็นผลดีต่อการปกครองบ้านเมือง เพราะประชาชนจะได้มีส่วน

ในการช่วยแก้ปัญหา โดยให้หลักว่าหลาย ๆ คนคิดย่อมจะดีกว่าการคิดโดยลำพังคนเดียว

มีคำถามว่า "ทำไมองค์กร สถาบัน รัฐบาล บริษัท ห้างร้าน หน่วยงาน จึงจำเป็นต้องให้ความสนใจในประชาชน" คำตอบก็มีอยู่ว่า เพราะ "สถาบันจะต้องให้บริการแก่ประชาชน มีอะไรจะต้องบอกให้ประชาชนได้รับทราบ เพื่อให้รับบริการ นอกจากนี้ประชาชนยังเป็นผู้ที่ก่อให้เกิดประสามติ ถ้าหน่วยงานสามารถสร้างหรือปรับปรุงความสัมพันธ์ที่ดีกับประชาชน ประสามติของประชาชนก็จะสนับสนุนผลักดันการดำเนินงานของหน่วยงานให้เจริญรุดหน้า ให้สามารถบริการประชาชนได้ดียิ่งขึ้น ในทางตรงกันข้ามถ้าประชาชนมีมติคัดค้านต่อการดำเนินงาน ก็จะทำให้การดำเนินงานต้องหยุดชะงัก ล่าช้า หรือหน่วยงานอาจจะถึงกับหยุดกิจการหรือเลิกลัมกิจการ ไปในที่สุด



การสร้างความเชื่อถือเป็นหลักสำคัญในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

ความสำคัญของความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับประชาชน

สาเหตุที่ในการประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรกับประชาชน เนื่องจากสาเหตุ ๘ ประการคือ

๑. การบริหารงานขององค์กรหรือหน่วยงาน จะสำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายได้นั้นจะต้องอาศัยความร่วมมืออันดีของบุคคลในหน่วยงาน ซึ่งหมายถึงเจ้าหน้าที่พนักงานของหน่วยงาน กับบุคคลภายนอก ซึ่งหมายถึงประชาชนโดยทั่วไป ซึ่งจำเป็นต้องรับบริการบริการจากองค์กรหรือหน่วยงาน

๒. พฤติกรรมขององค์กร หรือ หน่วยงาน ที่แสดงออกโดยบุคคลที่อยู่ในองค์กร หรือ หน่วยงาน ย่อมก่อให้เกิดความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดีของประชาชน ซึ่งจะมีผลต่อการปฏิบัติงานของหน่วยงานหรือองค์กร

๓. ความเชื่อถือ ศรัทธา ของประชาชนที่มีต่อองค์กรและหน่วยงาน ย่อมมีผลต่อความราบรื่นในการดำเนินงาน รวมถึงการได้รับการร่วมมือสนับสนุนจากประชาชน ต่อสถาบันและหน่วยงานด้วย

๔. ไม่มีสถาบัน หรือ หน่วยงานใด จะสามารถดำรงอยู่ในสังคมได้โดยปราศจากความร่วมมือสนับสนุนจากประชาชนในสังคม

๕. คน เหตุการณ์ และ สังคมจะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ดังนั้นสถาบันหรือหน่วยงานจะต้องยืดหยุ่น ปรับปรุงเปลี่ยนแปลง จึงจะมีเสถียรภาพมั่นคงยั่งยืนอยู่ในสังคม

๖. นักบริหารหรือผู้ประกอบการจะแข่งขันแข่งหรือกมหน้ากมตาทำงานแต่เพียงอย่างเดียวไม่พอ จำเป็นต้องให้ความสนใจในเสถียรภาพและความชยุรอกของหน่วยงานด้วย งานประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งที่ช่วยให้ทราบถึงแนวการดำเนินงาน ว่าควรจะมีนโยบายอยู่ในแนวทิศทางใด โดยการยึดถือตามประชามติของประชาชนที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานได้สร้างขึ้นมา

๗. การดำเนินงานประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องให้หน่วยงานหรือองค์กรให้ความสนใจในประชาชน เพราะประชาชนเป็นผู้ก่อให้เกิดประชามติ หากประชาชนได้ให้การสนับสนุนกิจการของหน่วยงานหรือองค์กร การดำเนินงานก็จะเป็นไปอย่างราบรื่น ถ้าประชาชนมีมติต่อต้าน กิจการขององค์กรหรือหน่วยงานก็จะหยุดชงักหรือเลิกดำเนินกิจการไป

ความสำคัญขององค์การ สถาบัน และ หน่วยงาน

องค์การ หน่วยงาน สถาบัน มูลนิธิ สังคม ฯลฯ ตลอดจนกลุ่มต่างๆ ที่ตั้งขึ้นมาในสังคม ย่อมมีวัตถุประสงค์ที่จะรับใช้บริการ สังคมและมีประโยชน์ต่อสังคมทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานใด ดังตัวอย่างเช่น กรมตำรวจก็เป็นเครื่องช่วยให้ประชาชนในสังคมมีสวัสดิภาพ พ้นจากภัยของโจรผู้ร้าย บ้านเมืองก็อยู่อย่างร่มเย็นเป็นสุข สภาพอากาศก็มี ส่วนช่วยประชาชนที่ได้รับความทุกข์ยากต่างๆ เช่น เมื่อยามเจ็บป่วยและไม่มีเงินทองที่จะให้ค่ารักษา สภาพอากาศก็มีส่วนช่วยค่าใช้จ่ายในโรงพยาบาลต่างๆ ที่เป็นของรัฐ องค์การสวนสัตว์ก็มีส่วนในเรื่องการให้ความรู้และการสงวนสัตว์ประเภทต่างๆ ให้ประชาชนได้เห็น ได้มีโอกาสพักผ่อนในยามว่างจากการทำงาน ส่วนมูลนิธิต่างๆ ก็มีส่วนในการสนับสนุน การศึกษา หางานต่างๆ ของรัฐที่พึงมีต่อประชาชน ดังนั้นจะเห็นได้ว่าองค์การ สถาบัน และหน่วยงานต่างๆ มีความสำคัญต่อสังคมและประเทศชาติเป็นอย่างมาก การที่ขาดสิ่งใดสิ่งหนึ่งไปก็จะทำให้การดำเนินชีวิตของประชาชนเป็นไปอย่างไม่ราบเรียบ

องค์การ หน่วยงาน สถาบัน มูลนิธิ สังคมเหล่านี้มีกิจการอะไร และสนองความต้องการของประชาชนในเรื่องใด จำเป็นจะต้องให้ประชาชนได้มีส่วนรับรู้ โดยมีการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ หรือออกกล่าวให้ประชาชนทราบ รวมทั้งการที่ให้หน่วยงานได้มีส่วนช่วยสังคมในการมีความรับผิดชอบต่อการประพฤติปฏิบัติ มีกฎเกณฑ์ ระเบียบ ขนบธรรมเนียม ประเพณีอันดีต่อสังคม

การที่จะให้องค์การ เหล่านี้ได้ยืนยงคงอยู่ ก็จำเป็นต้องให้ได้มีส่วนในการบริการรับใช้สังคม กล่าวกันว่าหน่วยงานจะยืนหยัดอยู่ได้ในสังคมนั้นก็ด้วยการรู้จักปรับตัว และ รู้จักการยืดหยุ่น ให้เข้ากับภาวะแวดล้อมของสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งสิ่งเหล่านี้ต้องอาศัยวิถีการประชาสัมพันธ์ เป็นอย่างยิ่ง

สภาพทั่วไปขององค์การหรือหน่วยงาน

องค์การ สถาบัน หน่วยงาน บริษัท ห้างร้าน ฯลฯ โดยทั่วไปแล้วมักมีความสัมพันธ์ที่ไม่ใคร่ ตีกับประชาชนโดยทั่วไป มีความขัดแย้งกันทั้งบุคคลภายใน อันหมายถึงบุคคลภายในขององค์การ หรือหน่วยงาน อันได้แก่ ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่และพนักงานภายในหน่วยงาน และกับบุคคลที่เข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งหมายถึงประชาชนโดยทั่วไปที่มีส่วนในการใช้บริการขององค์การหรือหน่วยงาน ซึ่งมีผลไปถึงความก้าวหน้าขององค์การหรือหน่วยงาน การทำงานมักพบกับอุปสรรคและปัญหาตลอดเวลา หากเราได้ใช้ความพินิจพิจารณาข้อบกพร่องต่างๆ แล้วมักเกิดจากสาเหตุ ๔ ประการที่จะกล่าวต่อไปนี้

๑. องค์การหรือหน่วยงานโดยทั่วไป ขาดการกระตุ้นเตือน เผยแพร่นโยบายวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานขององค์การแก่ประชาชนและผู้ร่วมงาน หรือถ้ามีก็เพียงเล็กน้อยและไม่มีระเบียบแบบแผน

๒. ผู้ที่ทำงานในหน่วยงานหรือองค์การ ขาดความสามารถในการให้ความรู้ความเข้าใจในการดำเนินงานแก่ผู้ร่วมงานและประชาชน มีการเลิกเฉยคอข้อผิดพลาดเมื่อเกิดปัญหาค้างๆ ก็เก็บงำและปิดบังซ่อนเร้นจนเกิดความเคียดชัง ไม่ได้นำเรื่องดังกล่าวไปพูดเผยแพร่หรือชี้แจงให้ผู้ที่เกี่ยวข้องได้ทราบ เพื่อทำความเข้าใจกัน ไม่มีการปรับความเข้าใจกัน ไม่เป็น ขบวนการสื่อสารแบบสองทาง (TWO WAY COMMUNICATION)

๓. ภาวะแวดล้อม ปัจจัยต่างๆ ทำความยุ่งยากในการแก้ปัญหาและมีความเกี่ยวข้องกันอย่างมาก ขาดความสุจริตและจริงใจ มีการแก้ปัญหาย่างฉิวเฉียด เมื่อมีแนวความคิดเห็นที่ขัดแย้งกัน ก็ไม่ได้มีการชี้แจงทำความเข้าใจกัน กลับถูกเก็บกดนิ่งเฉยเสีย

๔. บุคคลที่ทำงานในตำแหน่งและระดับที่แตกต่างกัน มักสร้าง ช่องว่าง ของความสัมพันธ์ให้เกิดขึ้น วินิจฉัยสั่งการด้วยความเคียดชัง ค่ายประเพณีและประเพณีของตนเอง มีความลำเอียงและขาดความยุติธรรม แทนที่จะใช้พลังของกลุ่มให้เป็นประโยชน์ จึงขาดความมีส่วนร่วม ขาดข่าวสาร ข้อมูล ตลอดจนคำแนะนำอย่างเพียงพอ ทำให้ผู้บริหารกับผู้นปฏิบัติงานตามนโยบายเกิดความขัดแย้งกัน ทั้งในเรื่องการดำเนินงาน ผลงานและความมุ่งหมายไม่ตรงกัน

๕. ผู้บริหารรู้สึกใกล้ชิด เกี่ยวข้อง การข่าวสารและคำแนะนำในการประพฤติ หรือปฏิบัติคนเพื่อให้เข้ากับสังคมได้ หรือเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างถูกต้องตามระเบียบ หรือนโยบาย ตามวัตถุประสงค์ที่ใดก็ได้

๖. ขาดการยอมรับนับถือ และการให้เกียรติซึ่งกันและกัน ในการดำเนินงาน เป็นไปอย่างขาดดุลยพินิจ ทั้งนี้เนื่องมาจากหน่วยงานขาดความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน

๗. บุคคลแต่ละคนมักมุ่งไปในเรื่องความต้องการส่วนตัว จนกระทั่งลืมความ สำคัญของหน่วยงานหรือองค์การซึ่งเป็นส่วนรวม ทำให้เกิดความไม่เป็นธรรมในสังคม

๘. ผู้ที่ทำงานเกิดการแข่งขันกัน ขาดความร่วมมือกัน เกิดความอิจฉาริษยา กัน ทำให้ขาดความรับผิดชอบ ขาดความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน หวาดระแวงและไม่ได้ วางใจกัน ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการทำงานก็มีความไม่สบายใจด้วยกันทั้งสองฝ่าย

เมื่อปัญหาเหล่านี้เข้ามาประดังกันมากๆ เข้า บุคคลต่างๆ ในหน่วยงานก็จะ เกิดความถดถอยลง ละทิ้งหรือไม่สนใจที่จะสร้างความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ไม่มีแรงจูงใจ ที่จะสร้างผลงานให้ทันสมัย ทันไปสร้างผลงานหรือความดีให้กับตนเอง เมื่อเกิดการละ ทิ้งหน่วยงานหรือสถาบันไปเช่นนี้ สถาบันหรือหน่วยงานก็จะเสื่อมโทรม ไม่เจริญก้าวหน้า มีแต่เสื่อมลงและสลายไปในที่สุด

หากจะพิจารณาถึงความสำคัญระหว่างบุคคลกับสถาบัน จะเห็นได้ว่าบุคคล เป็นผู้ที่เข้ามาอาศัยสถาบันอยู่ในชั่วระยะเวลาหนึ่งแล้วก็ผ่านไป โดยบุคคลนั้นอาจจะออกไป จากสังคมหรือตายไปจากสังคม แต่สถาบันหรือหน่วยงานนั้นยังจะต้องยืนอยู่ในสังคม ทำหน้าที่ รับผิดชอบสังคมต่อไปในอนาคต ทั้งตัวอย่าง เช่น มหาวิทยาลัย ศาล มูลนิธิ บริษัท ห้างร้าน ฯลฯ ซึ่งต่างก็เป็นมรดกตกทอดกันต่อมาในสังคม มีการเปลี่ยนแปลงไปกลุ่มแล้วกลุ่มเล่า ฉะนั้น การสร้างสถาบันหรือหน่วยงานให้เจริญงอกงาม จึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก และเป็น มรดกอันล้ำค่าตกทอดไปยังอนุชนรุ่นหลัง

สถาบันนั้นจำเป็นจะต้องมีการประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องช่วย เพื่อสร้างความสัมพันธ์ ระหว่างสถาบัน หน่วยงาน กับ ประชาชนหรือสังคม เพื่อระดมปัญหา อุปสรรค หรือข้อขัดแย้งต่างๆ ระหว่างบุคคลกับบุคคล ระหว่างบุคคลกับหน่วยงาน เพื่อให้สามารถดำเนินงาน

ของตนไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถดำเนินงานให้ลุล่วงตามวัตถุประสงค์ที่ไว้วางไว้

เหตุใดหน่วยงานหรือองค์การจึงจำเป็นต้องมีการประชาสัมพันธ์

สถาบัน หน่วยงาน บุคคล จะอยู่ในสังคมไม่ได้ หากไม่ได้รับความร่วมมือสนับสนุนจากประชาชนในสังคม ซึ่งถ้าจะมองถึงความจำเป็นในการดำเนินงานทางการประชาสัมพันธ์ อาจมองได้เป็น ๒ ระดับคือ ระดับองค์การ หรือ หน่วยงาน กับระดับประเทศชาติ

สำหรับปัญหาเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์โดยตรงของสถาบันนั้น การดำเนินงานของหน่วยงานหรือองค์การ ตลอดจนร้านค้าต่างๆ ไป เมื่อเริ่มจัดตั้งใหม่ๆ มักมีต้นทุนจึ้นน้อย จึงมีความอ่อนแอทางด้านความสัมพันธ์กับประชาชนหรือสังคม ถ้าจะเปรียบเหมือนเด็กสอนเดิน ก็เป็นระยะล้มลุกคลุกคลาน ซึ่งก็มีปัญหาต่างๆ ทางด้านประชาสัมพันธ์นี้

๑. ประชาชนไม่รู้จักชื่อ เสียง เกียรติคุณและไม่เห็นคุณค่าหรือประโยชน์ของกิจการของหน่วยงานหรือสถาบันนั้นๆ และไม่มีความรู้หรือความเข้าใจในหน่วยงานนั้นๆ

๒. หน่วยงานที่ได้จัดตั้งขึ้นมาและกำลังดำเนินงานอยู่ขาดการยอมรับ ประชาชนไม่ให้ความสนใจ ไม่ให้การสนับสนุนกิจการของหน่วยงาน โดยสรุปคือหน่วยงานยังเข้าไม่ถึงประชาชน ขาดความสัมพันธ์กับประชาชน

๓. ประชาชนเกิดความเข้าใจผิด เนื่องจากความไม่เข้าใจ ไม่ได้รับข่าวสารหรือได้รับข่าวสารที่ไม่ตรงกับข้อเท็จจริง ตลอดจนข่าวสารที่จัดส่งไปไม่ทั่วถึง มีลักษณะขาดแคลนข่าวสาร มีความเข้าใจผิดหรือเข้าใจหน่วยงานไปในทางที่เสื่อมเสีย

๔. เมื่อประชาชนเกิดความเข้าใจผิดหรือเกิดความไม่เข้าใจ ก็จะเกิดปฏิกิริยาต่อต้าน ชักแย้ง และเกลียดชัง ชักขวางการดำเนินงานของสถาบันและจะทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น จนเป็นอันตรายต่อเสถียรภาพ เกียรติยศ และ ชื่อเสียง ของหน่วยงาน เป็นอุปสรรคในการดำเนินงานและความมั่นคงของสถาบัน

๕. หน่วยงานมีปัญหามาในเรื่องการทำความเข้าใจกับประชาชนที่เกี่ยวข้องในเรื่องการเผยแพร่ข่าวสาร เช่น ไม่มีการเผยแพร่ข่าวสารหรือกิจกรรมของสถาบันเพื่อให้เกิดความเข้าใจแก่ประชาชน หรือการเผยแพร่ข่าวสารเป็นไปอย่างไม่ถูกวิธี ไม่มีประสิทธิภาพ ไม่

ทั่วถึง การขาดความรู้ของผู้ดำเนินการประชาสัมพันธ์ทำให้เกิดความเข้าใจผิด เกิดการต่อต้าน ชัดแย้ง เกิดข้อขัดแย้ง ไม่ได้รับการสนับสนุนในสถาบันเจริญก้าวหน้าไปเท่าที่ควร

๖. มักเกิดช่องว่างระหว่างผู้บริหารกับบุคคลที่ปฏิบัติงานในหน่วยงานนั้นๆ เนื่องจากการขาดความรู้ ความเข้าใจขั้นพื้นฐาน เนื่องจากมีประสบการณ์ไม่เท่ากัน ทำให้เกิดความขัดแย้งในด้านความคิด มีปากเสียงทะเลาะวิวาท การดำเนินงานก็มีอุปสรรคและไม่ราบรื่น

๗. เกิดการแข่งขันกันในการบริการธุรกิจ การดำเนินงานที่เหมือนกันหรือคล้ายกัน อีกฝ่ายหนึ่งสามารถสร้างความสัมพันธ์ ความเชื่อถือและศรัทธา ได้รับความนิยมจากประชาชนมากกว่าอีกฝ่ายหนึ่ง ทั้งๆ ที่สินค้าและบริการก็เป็นอย่างเดียวกัน หรือมีการให้รายจ่ายจากฝ่ายตรงข้าม เพื่อแย่งชิงผลประโยชน์กัน

๘. ผู้บริหารตลอดจนผู้ปฏิบัติงานในหน่วยงานหรือสถาบัน ต้องการคำแนะนำในการประพฤติหรือปฏิบัติตน เพื่อปรับปรุงตนเองให้เหมาะสมและสร้างความสัมพันธ์อันดีกับประชาชน เพื่อสามารถปฏิบัติกิจการผสมผสานเป็นอย่างดีกับประชาติและความต้องการของมหาชนในสังคมนั้น เพื่อให้เป็นผลดีต่อการดำเนินงานของสถาบันนั้นๆ

พันเอกโรเบิร์ต สจวต ประธานกรรมการบริหารบริษัทแอสตันคาร์ค ออยล์ แห่งมลรัฐอินเดียนา ได้กล่าวข้อความตอนหนึ่งว่า "การใช้วิธีการโฆษณาสินค้าอย่างเดียวยังไม่เป็นการเพียงพอ เราควรจะให้หาวิธีการอื่นๆ อีกที่จะทำให้ประชาชนมีความคุ้นเคยและซาบซึ้งในความสุจริตใจและความซื่อสัตย์ของบริษัท สิ่งเหล่านี้จะเป็นรากฐานอันสำคัญของบริษัทที่ประชาชนควรจะได้รับทราบ ซึ่งไม่ใช่จะจำเฉพาะบริษัทที่ใหญ่โตมีเงินทุนมากมายเป็นร้อยล้านบาท แม้บริษัทหรือธุรกิจเล็กๆ ก็ยังเป็นสิ่งจำเป็นด้วยเหมือนกัน"

ถ้าหากบริษัทใดไม่ได้รับการสนับสนุนจากประชาชนโดยทั่วไปแล้ว ก็จะมีอุปสรรคและปัญหาต่างๆ คอยขวางหน้าอยู่เสมอ จึงไม่มีธุรกิจใดๆ ที่จะมีความเจริญก้าวหน้าไปได้ หากไม่ได้รับความเห็นชอบจากมหาชน"

ถ้อยคำกล่าวข้างต้นนี้จะเห็นได้ว่า สถาบัน หน่วยงาน บริษัท ร้านค้า ห้างร้าน จะดำรงอยู่ได้ต่อไปนั้น ควรตระหนักถึงความสำคัญของประชาชนที่เกี่ยวข้อง

สภาพแวดล้อมที่ทำให้ของกำเนิงการประชาสัมพันธ์

มีประโยคอยู่ประโยคหนึ่งมีข้อความว่า "กิจการงานใดที่ปราศจากการสนับสนุนของประชาชนแล้ว ก็เปรียบเสมือนเป็นชีวิตที่ปราศจากแสงอาทิตย์" ทั้งนี้เพราะแสงอาทิตย์เป็นสิ่งที่ช่วยให้สิ่งที่มีชีวิตต่างๆ ดำเนินไปได้ และทำให้คนเราสามารถมองเห็นวัตถุประสงค์ของต่างๆ ในกิจการต่างๆ ก็เช่นเดียวกัน จะต้องได้รับการสนับสนุนจากประชาชน เช่นถ้าเป็นห้างร้านต่างๆ ก็จะต้องมีประชาชนมาซื้อสินค้า หรือใช้บริการ ถ้าเป็นหน่วยงานราชการหรือองค์การก็ตาม ประชาชนก็จะต้อง เป็นผู้ให้การสนับสนุน กิจการนั้นๆ จึงจะสามารถอยู่ได้

สภาพที่ช่วยทำให้การประชาสัมพันธ์ได้รับความสนใจและเจริญก้าวหน้าตลอดมา ได้แก่สิ่งที่จะกล่าว เป็นข้อๆ ต่อไปนี้

๑. การแสดงออกประชาชนในค่านิยมรู้สึกนึกคิด ความคิดเห็น ทัศนคติ ในระบอบประชาธิปไตย มีอิทธิพลต่อการแสดงประชามติมากขึ้นทุกวัน

๒. ความเจริญก้าวหน้าทางวิชาการ วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี ทำให้เกิดเครื่องมือสื่อสารที่มีประสิทธิภาพต่างๆ ประเภทต่างๆ มีความก้าวหน้าทางวิชาการซึ่งจำเป็นต้องมีการนำออกเผยแพร่

๓. ความเจริญก้าวหน้าของการติดต่อสื่อสาร ทั้งทางค่านวิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ ฯลฯ ซึ่งนำไปใช้ในการประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

๔. การรวมกันอยู่อย่างหนาแน่นของประชากร และการเพิ่มจำนวนพลเมือง ทำให้เกิดช่องว่างเกี่ยวกับความรู้ และความเข้าใจ ทำให้เกิดการขัดแย้งกัน จำเป็นต้อง ใช่วิธีการประชาสัมพันธ์เข้ามาช่วยเพื่อให้เกิดความเข้าใจกันในทางที่ดีขึ้น

๕. เกิดการแข่งขันกันในการสร้างชื่อเสียงเกียรติคุณและการให้บริการ โดยเฉพาะในค่านธุรกิจการค้า

การประชาสัมพันธ์มีประโยชน์ต่อหน่วยงานบริหารอย่างไร

การประชาสัมพันธ์มีประโยชน์ต่อหน่วยงานบริหารอยู่ ๔ ประการคือ

๑. ทำให้มองเห็นโอกาสในการสร้างควมนิยม ชื่อเสียง และเกียรติคุณ เพื่อให้เกิดความเชื่อถือ ศรัทธา เพื่อจะบริการสังคมให้ดีขึ้น
๒. มองเห็นภัยที่จะคุกคามงานและเสถียรภาพของหน่วยงาน อันเกิดจากกระแสของประชาชาติ
๓. สามารถมองเห็นทางเลือกและแนวความคิดใหม่ๆ แปลกๆ ในการนำหน่วยงานให้รู้คนหน้า บริการสังคมได้ดีกว่าโดยที่ผู้อื่นมองไม่เห็น
๔. สามารถแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ เพื่อนำมาเป็นประโยชน์ในการประสานแนวความคิด ทักษะ และพฤติกรรมของบุคคลที่มาในทิศทางต่างๆ ให้ไปสู่เป้าหมายของการประชาสัมพันธ์ อันจะเป็นผลดีต่อหน่วยงานในที่สุด



กิจการของหน่วยงานจะดำเนินไปได้เป็นอย่างดีจะต้องได้รับความร่วมมือจากประชาชน

ปรัชญาของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์เป็นงานที่กว้างขวาง มีความลึกซึ้งและละเอียดอ่อน ดังนั้น หากได้ศึกษาจากปรัชญาของการประชาสัมพันธ์แล้ว ก็จะช่วยให้เกิดความเข้าใจในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ได้ดียิ่งขึ้น

คำว่า "ปรัชญา" ตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า " PHILOSOPHY " ซึ่งมีความหมายว่า " แนวความรู้ลึกลับลึกซึ้งของบุคคล ที่ทำให้บุคคล เกิดแนวปฏิบัติ" เมื่อกล่าวถึงปรัชญาของการประชาสัมพันธ์แล้ว สามารถสรุปเป็นข้อๆ ได้ ๔ ประการดังนี้

๑. การ เผยแพร่ข่าวและการบอกกล่าวตามความเป็นจริงให้ประชาชนยอมเป็น
บ่อเกิดแห่งความรู้ความเข้าใจ โอวาลี ผู้ซึ่งได้รับการยกย่องว่าเป็นบิดาแห่งการประชาสัมพันธ์สมัยใหม่ได้กล่าวว่า "ในการดำเนินกิจการงานใด หากได้เปิดเผย เผยแพร่ให้ประชาชนหรือผู้ร่วมงานได้ทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ รวมทั้ง เรื่องอื่นๆ ตามสมควร และจงใจให้เขาเห็นด้วยหรือให้เขาได้มีส่วนร่วมแล้วไซ้ กิจการนั้นๆ จะได้รับความสนับสนุนและความร่วมมือจากประชาชนโดยทั่วไป" การเผยแพร่ในการประชาสัมพันธ์จึง เป็นเรื่องเปิดเผยความจริงอย่างสุจริตใจ เป็นการสร้างความเชื่อถือและศรัทธาให้เกิดขึ้นกับประชาชน

๒. สังคมหรือประเทศชาติจะเจริญก้าวหน้ามั่นคง ประชาชนในชาติจะต้องมีความ
สัมพันธ์กลมเกลียว เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน การประชาสัมพันธ์ก็เป็นสิ่งที่ช่วยสร้างหรือชำระไว้ซึ่งความสัมพันธ์อันดีของหน่วยงานกับประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจร่วมกัน และเป็นความสัมพันธ์อันดีต่อกันระหว่างประชาชนกับประชาชน เพื่อให้เกิดความสามัคคีกลมเกลียวกัน ดังกล่าวที่ว่า "สามัคคีในหมู่คณะย่อมทำให้เกิดสุข"

๓. สังคมหรือประเทศชาติจะเจริญก้าวหน้า ประชาชนในชาติจะต้องร่วมมือร่วม
ใจกันด้วยความเต็มอกเต็มใจ การประชาสัมพันธ์จึง เป็นสิ่งที่ช่วยก่อให้เกิดความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดี อันจะช่วยให้เกิดการกระทำหรือการแสดงออกของความร่วมมือนที่ดี รวมถึงการพยายามหาความเอื้อเฟื้อช่วยไมตรีจิต รวมทั้งความเคารพนับถือ การให้เกียรติซึ่งกันและกันในสังคม

๔. ในประชาคมหนึ่งย่อมมีกลุ่มผลประโยชน์อยู่มากรวมๆ กัน เช่น สถาบันหรือ

ธุรกิจ หรือการดำเนินงานที่มีการแข่งขัน ย่อมเป็นธรรมดาที่จะต้องเกิดการขัดแย้ง เห็นแก่ประโยชน์อันพึงมีพึงได้ของกลุ่มตน ในสังคมที่สนับสนุนกันจึงมีปัญหาและความขัดแย้งกันในเรื่องผลประโยชน์ ถ้าสามารถประสานประโยชน์ของกลุ่มต่างๆ ได้ก็ย่อมจะทำให้บังเกิดความราบรื่นและสันติสุขได้

การดำเนินงานทางด้านการประชาสัมพันธ์ จึงเป็นเรื่องของการประสานความเข้าใจอันดีระหว่างกัน รักษาผลประโยชน์ของทุกฝ่ายบนหลักการของความถูกต้องและยุติธรรม เพื่อความสงบและราบรื่นของสังคม โดยยึดหลักประโยชน์ของสังคมส่วนรวมและประเทศชาติเหนือประโยชน์ส่วนตัว ทั้งนี้จึงมีอยู่บ่อยครั้งที่รัฐบาลจำเป็นต้องเข้าไปแทรกแซงกิจการของเอกชน เพื่อป้องกันมิให้เกิดการผูกขาด เอาจริงเอาจังเปรียบ ทำความเดือดร้อนให้กับประชาชนโดยส่วนรวม เช่นกิจการของรถเมล์ การควบคุมราคาเครื่องอุปโภคบริโภคให้จำหน่ายตามราคาควบคุม ทั้งนี้เพื่อป้องกันการค้ำกำไรเกินควร เพื่อป้องกันสถานการณ์ทางเศรษฐกิจของประเทศมิให้เกิดเหตุการณ์วิกฤติ ตลอดจนการออกกฎหมายควบคุมกิจการของเอกชนบางอย่างประเภท ที่ขัดต่อศีลธรรม วัฒนธรรม ความสงบ และสันติสุขของประชาชน เพื่อให้ดำเนินไปในแนวทางที่จะยังประโยชน์แก่ส่วนรวมให้มากที่สุด ทั้งนี้โดยพิจารณาประโยชน์ของประเทศชาติหรือประชาชนโดยส่วนรวมเหนือประโยชน์ของบุคคลโดยส่วนตัว นั่นคือเมื่อรัฐบาลมีอำนาจสูงสุดในการบริหารประเทศ บางครั้งจึงจำเป็นต้องใช้ความเด็ดขาดในบางเรื่อง แต่ก็จะต้องมีการชี้แจง เหตุผลและความจำเป็นที่ต้องทำเช่นนั้น เพื่อให้ประชาชนโดยทั่วไปได้รับทราบ เพื่อจงใจให้ประชาชนเห็นด้วยและให้ความสนับสนุน การดำเนินงานก็จะผ่านไปด้วยความราบรื่น

๕. มีการยอมรับนับถือในสิทธิเสรีภาพของประชาชนในคำความคิดเห็น ปัจจุบันสภาพของสังคมกำลังพัฒนาไปสู่การปกครองในระบอบประชาธิปไตย โดยยอมรับว่ารัฐบาลหรือหน่วยงานเป็นของประชาชน คำนิยามปกครองโดยประชาชน และเพื่อความสุขและประโยชน์ของประชาชน ในระบอบประชาธิปไตยนั้นจะต้องมีรากฐานอยู่บนศีลธรรมอันดี มีความเคารพในความเป็นธรรม เหตุผล เมตตาธรรม มีความศรัทธาในมนุษยชาติ และเคารพในเกียรติภูมิแห่งความเป็นมนุษย์ ฉะนั้นจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่รัฐบาล "จะต้องให้ประชาชนได้ทราบข้อเท็จจริง" คือประชาชนจะต้องได้รับทราบการท่างาน การดำเนินงานของหน่วยงานว่า บ้าน

เมืองปกครองกันอย่างไร สถานการณ์ของบ้านเมืองเป็นอย่างไร รัฐบาลได้ทำอะไรไปแล้ว ในเรื่องการบริหารบ้านเมือง การส่งเสริมอาชีพแก่ประชาชน การให้การศึกษา การรักษาความปลอดภัยให้กับประชาชนให้รอดพ้นจากภัยของโจรผู้ร้าย ฯลฯ ตลอดจนการใช้งบประมาณแผ่นดินไปในเรื่องใด เนื่องจากภาษีอากรต่างๆ เป็นเงินที่รัฐบาลจัดเก็บมาจากประชาชน จึงเป็นหน้าที่ของรัฐบาลที่จะต้องรายงานให้ประชาชนได้รับทราบอยู่ตลอดเวลา พร้อมทั้งรับฟังความคิดเห็นจากประชาชนโดยทั่วไปด้วย

ปัจจุบันสถาบันและหน่วยงานต่างๆ ของสังคมได้ให้ความสนใจในเรื่องการให้บริการแก่ประชาชน จะต้องมีความรับผิดชอบในผลงานของตน ต้องยอมรับสภาพ ค่านิยม วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี ซึ่งจะมีผลกระทบกระเทือนต่อบุคคลทุกคนที่อยู่ในสังคม

การยอมรับฟังความคิดเห็น ประชามติของประชาชนในวันนี้ อาจจะถูกกลายเป็นแนวปฏิบัติในอนาคต ฉะนั้นในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีความเฉลียวฉลาด คล่องแคล่วว่องไว และรู้จักการนำเอาเทคโนโลยี เครื่องมือ และ อุปกรณ์ที่ทันสมัย เข้ามาใช้ในการประชาสัมพันธ์

ถ้าเป็นการปกครองในระบอบเผด็จการแล้ว ก็ไม่จำเป็นที่จะต้องมีการประชาสัมพันธ์ เพราะการดำเนินงานใดๆ หรือการสั่งการใดๆ ของผู้บริหารก็ไม่จำเป็นที่จะต้องมีการชี้แจง ไม่จำเป็นจะต้องมีการสร้างความเข้าใจ ซึ่งจะมีผลทำให้เกิดช่องว่างระหว่างผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการณ์ ซึ่งจะเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ และอาจจะถึงจุดระเบิดได้ในที่สุด

ฉะนั้นในการดำเนินงานทางด้านการประชาสัมพันธ์ หน่วยงานควรตระหนักถึงความสำคัญของประชามติ ตลอดจนการแสดงความคิดเห็นของประชาชน ซึ่งจะมีอิทธิพลและเป็นแรงผลักดันให้หน่วยงานไปปฏิบัติและดำเนินงานไปในทิศทางดังกล่าว ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า "ประชาสัมพันธ์เป็นรากฐานของการปกครองในระบอบประชาธิปไตย"

ความหมายของการประชาสัมพันธ์

ความหมายของการประชาสัมพันธ์นั้น ถ้าตีความทางคำภาษา จะมีความหมายใน ๓ แง่ด้วยกันคือ

๑. หมายถึงความสัมพันธ์ระหว่าง (สถาบันหรือบุคคล) กับกลุ่มบุคคลหรือประชาชน
๒. หมายถึงช่องทางหรือเครื่องมือที่ใช้เป็นสื่อในการสร้างความสัมพันธ์
๓. หมายถึงปริมาณ สภาพ คุณภาพ หรือฐานะของความสัมพันธ์ของสถาบัน หรือบุคคลกับบุคคลหรือประชาชน

ส่วน เอกเวก แอล. เบอ์ เนส์ (Edward L. Bernays) ได้ให้ความหมายของคำว่าประชาสัมพันธ์ไว้เป็น ๓ ประการด้วยกันคือ

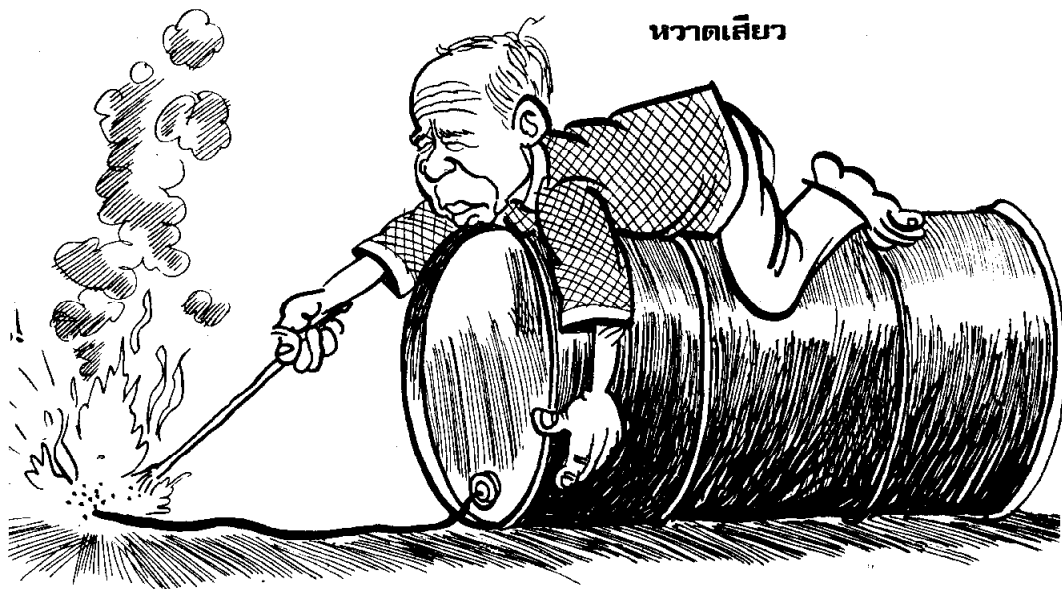
๑. คือการดำเนินงานของโรงงานอุตสาหกรรม สหพันธ์ บริษัทธุรกิจ รัฐบาล และสถาบัน ในอันที่จะสร้างและยังให้เกิดความสัมพันธ์ในเชิงก่อและความมั่นคงกับกลุ่มประชาชน อันได้แก่ลูกค้า คนงาน ช่างราชการ ผู้ถือหุ้น ประชาชนที่เกี่ยวข้อง โดยการปรับสถาบันให้เข้ากับสภาพแวดล้อมและประชาชนในกลุ่มต่างๆ
๒. คือสถานะหรือระดับแห่งความสำเร็จ เพื่อเพิ่มพูนความเข้าใจในการปรับปรุงงานทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของสถาบันกับกลุ่มประชาชน
๓. เป็นวิชาชีพที่ใช้ศิลปะในการบริหารหรือพัฒนาสถาบัน

ส่วน อาจารย์สะอาค ศัมศุภยล อดีตผู้อำนวยการโรงเรียนประชาสัมพันธ์ ได้ให้ความหมายไว้ตอนหนึ่งในหนังสือ "การประชาสัมพันธ์ของนักบริหาร" ว่า

งานประชาสัมพันธ์คือ "งานต่างๆ นับตั้งแต่เรื่อง เล็กๆน้อยๆ เช่นการต้อนรับ ประชาชนที่มาติดต่อ มารยาทการพูดกับประชาชนทางโทรศัพท์ การแสดงใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส การพูดจาไพเราะเพราะพริ้ง การแสดงความเห็นอกเห็นใจ การอธิบายตอบผู้มาซักถาม ให้เข้าใจได้ง่ายๆ การมีมารยาทและให้ความพอใจแก่ประชาชน... ไปจนถึง เรื่องที่ท่าเพื่อแก้ปัญหาสำคัญๆ ของฝ่ายบริหารสถาบัน

ถ้าประชาชนเดินผ่านสถานที่ทำงานของสถาบันใดแล้ว มีความรู้สึกว่าจะอยากจะแวะเข้าไปเยี่ยมเข้าไปชม หรืออยากจะทำไปติดต่ออย่าง เป็นกันเอง แสดงว่าสถาบันนั้น

ทำงานประชาสัมพันธ์ได้ผลดี แต่ถ้าประชาชนกลัวหรือเกลียด เวลาจะผ่านไปก็ต้องเดิน
หลีกให้ห่าง หรือไม่แสดงความสนใจเลย ก็แสดงว่างานประชาสัมพันธ์แล้ว"



นักประชาสัมพันธ์ที่ดีจะต้องไม่ทำในสิ่งที่เป็นอันตรายต่อหน่วยงาน

คำจำกัดความของคำว่า "การประชาสัมพันธ์"

จากการสัมมนาทางวิชาการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ครั้งที่ ๑ ระหว่างวันที่ ๑๔ ถึง ๒๐ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๑๔ ณ กรมประชาสัมพันธ์ ที่ประชุมได้พิจารณาขอบเขตและ ความมุ่งหมายทั่วไปของการประชาสัมพันธ์ในการบริหารราชการไว้ว่า การประชาสัมพันธ์คือ "การดำเนินงานของหน่วยราชการ (กระทรวง ทบวง กรม และหน่วยราชการ) โดยวิธีอื่นใดที่จะช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดีและชื่อเสียงเกียรติคุณของหน่วยราชการนั้นไปสู่ประชาชน เพื่อให้ได้รับความร่วมมือและความนิยมจากประชาชนฝ่ายต่างๆ ในการสร้างสรรค์ผลสำเร็จแก่งานใดๆ ของหน่วยราชการนั้น"

เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ในวงการธุรกิจการค้า ได้ให้คำจำกัดความของคำว่าประชาสัมพันธ์คือ "การดำเนินงานของหน่วย(บริษัท ร้านค้า โรงงานอุตสาหกรรมและรัฐวิสาหกิจ) โดยวิธีโฆษณาเผยแพร่และชี้แจงเกี่ยวกับนโยบายและงาน ตลอดจนโดยวิธีอื่นใดที่จะช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดี และชื่อเสียงเกียรติคุณของหน่วยงานสู่ประชาชน เพื่อให้ได้รับความร่วมมือและความนิยมจากประชาชนฝ่ายต่างๆ ในการสร้างสรรค์ความสำเร็จแก่งานใดๆ ของหน่วยนั้น" ซึ่งแตกต่างจากการโฆษณาสินค้าที่มุ่งเพื่อให้ขายสินค้าหรือขายบริการของหน่วยงานนั้น

สำหรับคำจำกัดความโดยทั่วไปนั้น ได้มีผู้ให้คำจำกัดความของ "การประชาสัมพันธ์" ไว้มากมายหลายคำจำกัดความด้วยกัน คือ

๑. หมายถึง "การส่งเสริมที่เกี่ยวข้องกับชื่อเสียงระหว่างบุคคล บริษัท ห้างร้าน หรือ สถาบัน กับ กลุ่มบุคคลทั่วไปอย่างกว้างขวาง โดยวิธีการเผยแพร่ต่างๆ หรือ การพัฒนาเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง"

๒. แพลคคาร์คและแมล็กมอน ได้กล่าวว่า "การประชาสัมพันธ์เป็นปรัชญาในทาง การบริหารงานขององค์การหนึ่ง"

๓. อีเมอร์สันกล่าวว่า "การประชาสัมพันธ์เป็นผลรวมแห่งความรู้สึกทั้งหลาย ที่ก่อให้เกิดขึ้นโดยสถาบันเอง และบุคคลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสถาบันนั้น"

๔. เจอร์ ทิมลอตต์ กล่าวว่า "การประชาสัมพันธ์คือวิธีการอย่างหนึ่ง ซึ่งยังให้เกิดความกลมเกลียวประสานกัน ในระหว่าง สถาบันกับประชาชนที่เกี่ยวข้องกับสถาบันนั้น"

๕. การประชาสัมพันธ์คือ "การดำเนินการประเมินผลทัศนคติของกลุ่มชน จนสามารถให้ข้อแนะนำในการดำเนินนโยบายแก่สถาบันหรือบุคคล เพื่อให้ได้รับความเข้าใจ และเป็นที่ยอมรับของประชาชน"

๖. การประชาสัมพันธ์คือ "ผลรวมแห่งความรู้สึกทั้งหลายที่เกิดขึ้นโดย สถาบันเองและบุคคลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสถาบันนั้น"

๗. การประชาสัมพันธ์คือ "การจัดทำอย่างสุ่มรอบคอบและอย่างมีแผน ตลอดจน จับความออกตอนอย่าง ไม่ลคละ เพื่อที่จะสร้างและรักษาไว้ซึ่งความเข้าใจอันดีซึ่งกันและกัน ระหว่าง สถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง"

๘. ประชาสัมพันธ์คือ "การดำเนินการเพื่อชักจูงใจ หรือความคิดเห็นของ ประชาชนตามแผนการที่กำหนดไว้โดยใช้วิธีการบุคคลวิถี"

จากคำจำกัดความข้างต้น ทำให้สามารถสรุปหน้าที่ของการประชาสัมพันธ์ได้ ๓ ประการด้วยกันคือ

๑. การประเมินทัศนคติที่ถูกต้องของกลุ่มชน
๒. ให้คำปรึกษาแก่ฝ่ายบริหารในการดำเนินงานเกี่ยวกับทัศนคติที่เกิดขึ้น
๓. ใช้การสื่อสาร เพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

นอกจากนี้ยังมีคำจำกัดความอื่นๆ ที่จะช่วยให้เข้าใจการประชาสัมพันธ์ในแง่ต่างๆ อีกหลายประการ เช่น

๑. การประชาสัมพันธ์เป็นการกระทำที่ประชาชนยอมรับ (โดยประชาสัมพันธ์จะต้องทำหน้าที่คอยคัดค้านการกระทำที่สังคมไม่ยอมรับ คัดค้านและประณามการกระทำที่นอกกฎ นอกทางอยู่เสมอ)

๒. การประชาสัมพันธ์คือการสำรวจดูว่า ประชาชนชอบอะไร เกี่ยวกับตัวเรา

แล้วทำสิ่งนั้นให้มากขึ้น และสำรวจดูว่าประชาชนไม่ชอบอะไรเกี่ยวกับตัวเรา แล้วทำสิ่งนั้น
ให้น้อยลง

๓. การประชาสัมพันธ์เป็นศิลปะและศาสตร์ ที่ทำให้หน่วยงาน บริษัท หรือห้าง
ร้าน เป็นที่นิยมชมชอบและเชื่อถือ โดยดูจาก ลูกค้า ประชาชนที่เกี่ยวข้อง

๔. การประชาสัมพันธ์เป็นการดำเนินการถ่ายทอดความคิดไปยังคนกลุ่มต่างๆ
อย่างมีความมุ่งหมาย เพื่อให้เกิดผลในเชิงจิตวิทยาและความปรารถนา

๕. การประชาสัมพันธ์ได้แก่ การกระทำ คำพูด ข้อเขียน หรือสถานการณ์
ใดๆ ก็ได้ที่มีอิทธิพลในการชักจูงใจให้ประชาชนเห็นด้วย และให้ความช่วยเหลือสนับสนุน

๖. การประชาสัมพันธ์เป็นการเผยแพร่ข่าวสารให้แก่ประชาชนให้ได้รับทราบ
ชักจูงให้เห็นด้วยและความสนับสนุน โดยประสานแนวความคิดของเราให้สอดคล้องกับประ-
ชาชน

๗. การประชาสัมพันธ์เป็นการดำเนินงานอันมีแผนและการกระทำต่อเนื่องกันไป
เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างประชาชนกับสถาบัน ด้วยวิธีการที่ประชาชนยอมรับและมี
การสื่อสารสัมพันธ์ความคิดเห็นคิดทอไปมาทั้งสองฝ่าย

๘. การประชาสัมพันธ์คือแผนที่ได้วางไว้ เพื่อให้เกิดการสื่อสารสัมพันธ์ในเชิงจิต
ตอกกลุ่มชนอย่างไต่ผล

๙. อาจารย์สะอาค คัมภุณฺส ได้ประมวลความหมายต่างๆ ของการประชาสัมพันธ์
และให้คำจำกัดความไว้ว่า การประชาสัมพันธ์คือ "วิธีการของการประชาสัมพันธ์อันมีแผน
การ และกระทำต่อเนื่องกันไป ในอันที่จะสร้างหรือยังให้เกิดความสัมพันธ์กับกลุ่มประชาชน
เพื่อให้สถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องมีความรู้ ความเข้าใจ และสนับสนุนร่วมมือซึ่งกัน
และกัน อันจะเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้นดำเนินงานไปด้วยดีด้วยความมุ่งหมาย โดยมีประชา-
มติเป็นแนวบรรทัดฐาน"

๑๐. ฮาร์รี เอ. บัลลิส ได้กล่าวไว้ว่าประชาสัมพันธ์คือ "การปฏิบัติต่อประชาชน
ในทางวิชาการ มนุษย์สัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์เป็นการติดต่อเนื่องที่จะเอาชนะคนมา
ตั้งแต่โบราณกาล ทุกบริษัทไม่ว่าจะเป็นบริษัทที่มีขนาดใหญ่หรือเล็กอย่างไร ย่อมมีการปฏิบัติ
ที่เกี่ยวข้องกับประชาชนเป็นอันมาก เป็นจำนวนพันๆ คนและทุกๆ วัน นั่นคือความสัมพันธ์กับ

ประชาชน เป็นคนว่าพนักงานขายของบริษัททำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ นั่นก็คือการ
ประชาสัมพันธ์ เมื่อพนักงานต้อนรับหรือพนักงานโทรศัพท์แสดงอารมณ์คือออกมา นั่นก็คือการ
ประชาสัมพันธ์ เมื่อลูกค้าเกิดความพึงพอใจอย่างแท้จริงในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ไปซื้อไป นั่น
ก็คือการประชาสัมพันธ์ เมื่อประชาชนได้อ่านข่าวในหน้าหนังสือพิมพ์ว่าท่านกำลังตั้งโรงงาน
ใหม่และจะมีตำแหน่งงานใหม่ๆ ขึ้น ประชาชนที่อยู่ในย่านนั้นย่อมเกิดความพึงพอใจ นั่นก็คือ
การประชาสัมพันธ์ หรือเมื่อท่านให้ยืมรถยนต์คันที่ดีที่สุดของท่านไปช่วยงานของสภาอากาศใน
กรณีเร่งด่วน ก็ถือว่าเป็นการประชาสัมพันธ์ด้วยเหมือนกัน"

สรุปลักษณะสำคัญของการประชาสัมพันธ์

จากคำจำกัดความของคำว่า "การประชาสัมพันธ์" พอจะสรุปลักษณะของการ
ประชาสัมพันธ์ได้ดังต่อไปนี้

๑. มีสถาบันเป็นผู้รับผิดชอบ สถาบันนี้หมายถึง องค์การ หน่วยงาน สมาคม
มูลนิธิ รัฐบาล หน่วยงาน อาเภอ เทศบาล โรงเรียน บริษัท ห้างร้าน ที่ก่อตั้งขึ้น
โดยมีความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ระบุไว้แน่นอน มีกฎเกณฑ์ระเบียบข้อบังคับ มีวิธีดำเนินงาน
อย่างมีระบบระเบียบถูกต้องตามกฎหมายและวัฒนธรรมของสังคม

๒. มีการสื่อสารสัมพันธ์แบบทางคู่หรือยุดวิติ ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์นั้น
มิใช่เพียง เผยแพร่ ประกาศมุ่งเรียกความสนใจหรือสื่อสารออกจากสถาบันไปยังประชาชนแต่
เพียงฝ่ายเดียวเท่านั้น แต่สถาบันยังจะต้องรับฟังหรือคอยสคยกับรับฟัง สังเกตความรู้สึก
ปฏิกิริยาหรือความต้องการของประชาชน ทั้งนี้เพื่อรักษาสัมพันธ์ภาพและการบริการของสถาบัน
ให้ตรงกับความต้องการของประชาชน เป็นที่พอใจของประชาชน คือมีการส่งออกไปและรับ
เข้ามาเปลี่ยนแปลง แล้วส่งไปอีกกลับมาอีก

๓. มีการจูงใจและโน้มน้าวด้วยความรู้สึก การที่บุคคลจะเชื่อถือ เลื่อมใส และ
ศรัทธา จนกระทั่งให้ความสเมสนุน จะต้องเกิดจากการชี้แจงความเข้าใจในเรื่องต่างๆ
บนรากฐานของความเป็นจริง ความซื่อสัตย์สุจริต การประชาสัมพันธ์จึงต้องอาศัยวิธีการจูง
ใจคนเพื่อให้เปลี่ยนทัศนคติ ความสนใจของประชาชนจะทำให้เกิดความร่วมมือกับสถาบันใน
การดำเนินกิจการต่างๆ ของสถาบัน

๔. มีการวางแผน ไตร่ตรอง และใคร่ครวญ ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ จะต้องไม่ใช่เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นโดยความบังเอิญ แต่จะต้องมีการตั้งใจ ทั้งวัตถุประสงค์ วางแผนนโยบาย กำหนดเป้าหมาย และมีการวางแผนในการดำเนินงาน ตลอดจนมีการจัดองค์การ การจัดยุทธศาสตร์ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ด้วย

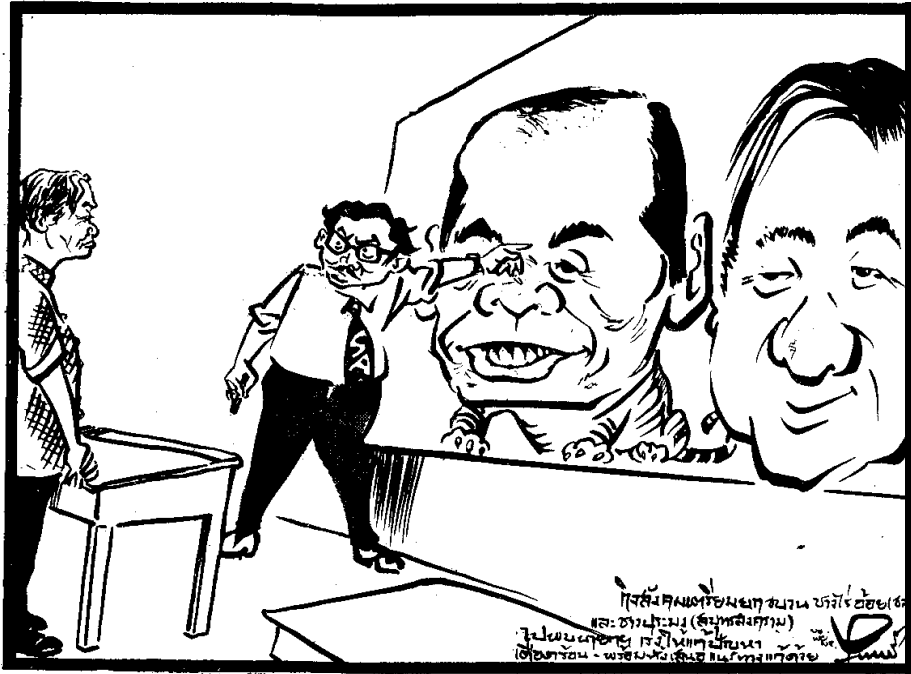
แผนการประชาสัมพันธ์ต้องทำให้เกิดผลดีหรือได้ผลตามเกณฑ์ที่ใดตั้งไว้ เพราะบางเรื่องบางโอกาสและบางสถานการณ์อาจจะไม่เอื้ออำนวย ให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์บรรลุเป้าหมาย หากผิดพลาดไปก็จะทำให้เกิดผลเสียหายและเกิดความสับสนเปลี่ยน

๕. มีการสื่อสารสัมพันธ์กับกลุ่มชน การประชาสัมพันธ์จะต้องมีลักษณะเป็นการสื่อสารสัมพันธ์กับมวลชนที่เป็นกลุ่ม เป็นหมู่ มากกว่าเป็นรายบุคคลและ มีการใช้สื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ มากกว่าการใช้จดหมายหรือโทรศัพท์ ฯลฯ

๖. เป็นการกระทำที่ต่อเนื่องกัน ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ จะต้องกระทำอย่างต่อเนื่อง ทั้งในส่วนที่เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับบุคคล เหตุการณ์ และการบริหาร ซึ่งจะต้องมีปัญหาเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลาไม่มีวันสิ้นสุด ดังนั้นการดำเนินการประชาสัมพันธ์จะต้องไม่หยุดนิ่ง ต้องคอยตรวจกระแสประชาคม ทิศนาคติ และเหตุการณ์ต่างๆ ตลอดจนการดำเนินงานว่าเป็นไปอย่างราบรื่นหรือไม่ เมื่อมีอาการหรือสิ่งบอกเหตุอันใดที่จะมีผลต่อกิจการของสถาบัน จะต้องรีบดำเนินการแก้ไขทันทีก่อนที่จะลุกลามต่อไป หรือหากเหตุการณ์เป็นไปอย่างปกติก็มีใจจะอยู่นิ่งเฉย จะต้องดำเนินการเผยแพร่ เสริมสร้างชื่อเสียงและเกียรติคุณ ตลอดจนการสร้าง ความเชื่อถือและศรัทธา ให้เกิดขึ้นกับหน่วยงานต่อไปอย่าให้ขาดตอน ไม่ใช่จะดำเนินการประชาสัมพันธ์เฉพาะในขณะที่เกิดปัญหาขึ้นเท่านั้น ทั้งนี้เพื่อเป็นการขจัดช่องว่างของความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันกับประชาชนให้หมดสิ้นไป การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ไม่ใช่เป็นสิ่งที่จะได้เห็นผลในระยะเวลานั้นสั้น แต่จะต้องอาศัยความพากเพียร การสร้างสรรค์ การสะสมคุณงามความดีไปทีละเล็กละน้อย โดยมีลักษณะค่อยเป็นค่อยไป

๗. มีประชาธิปไตยเป็นบรรทัดฐาน ในการพิจารณาการดำเนินการประชาสัมพันธ์นั้น จำเป็นจะต้องมีสถาบัน และกลุ่มประชาชนเข้ามาเกี่ยวข้อง และเป็นธรรมชาติของกลุ่มคนจำนวนมาก จะต้องมีความรู้สึกนึกคิดแตกต่างกันออกไป ย่อมมีทั้งฝ่ายที่เห็นด้วยและไม่เห็น

ด้วยเมื่อมีปัญหาต่างๆ เกิดขึ้น หน้าทีของนักประชาสัมพันธ์จะต้องมีการตรวจสอบประสามติว่า
คนส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเป็นอย่างไร อะไร เป็นสิ่งที่ถูกต้องตามท่านองคลองธรรม ก็เลือก
ปฏิบัติไปตามนั้น



การใช้ภาพประกอบคำพูดช่วยให้เกิดความเข้าใจได้ดียิ่งขึ้น

คำกล่าวที่ให้ความหมายในเรื่องของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ได้เข้ามามีส่วนเสริมสร้างและเกื้อกูลในงานทุกสาขา ไม่ว่าจะ เป็นหน่วยราชการ การบริหารธุรกิจการค้า ตลอดจนความมั่นคงของประเทศไทย ฯลฯ ทั้งนี้เพราะเพื่อขจัดความไม่ราบรื่นของการทำงานในวงการซึ่งจะเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลาให้หมดไป การประชาสัมพันธ์นั้นเป็นงานที่มีลักษณะกว้างขวาง แต่ละคนอาจจะมองการประชาสัมพันธ์ในแง่ที่แตกต่างกัน อาจสรุปได้เป็นข้อๆ ดังนี้

๑. สถาบัน หน่วยงาน และกิจการใดๆ หากปราศจากการประชาสัมพันธ์ ก็เปรียบ เหมือนกับบุคคลที่ขาด "มนุษยสัมพันธ์" ย่อมไม่มีผู้ใคร่อยากคบหาสมาคมด้วย หรือมีความสัมพันธ์ ด้วย (เป็นการมองในแง่ หน่วยงาน สถาบัน จะต้องมีความสัมพันธ์กับประชาชนและสังคม คือ (ทุกสิ่งทุกอย่างในโลกจะต้องมีความสัมพันธ์กัน)

๒. ผู้ที่มองไม่เห็นความสำคัญของเพื่อน ก็เหมือนกับสถาบัน องค์การ บริษัท ห้างร้าน ที่มองไม่เห็นความสำคัญของความเกี่ยวข้องของลูกค้ายับประชาชน (มองในแง่ของการให้ความสำคัญของความสัมพันธ์ระหว่างประชาชนกับหน่วยงาน)

๓. การประชาสัมพันธ์เปรียบ เสมือนสะพานที่เชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานกับกลุ่ม ประชาชนที่เกี่ยวข้อง ให้ได้มีโอกาสมีความสัมพันธ์กัน(มองในแง่ของการประชาสัมพันธ์เป็น เครื่องมือในการสื่อสารและการให้ข่าวสารในลักษณะสื่อสัมพันธ์แบบสองทางหรือบุคคลวิดี)

๔. การประชาสัมพันธ์เปรียบ เสมือนผู้ที่คอยให้ความช่วยเหลือ ในการให้ความรู้ ความเข้าใจ ตลอดจนความรู้สึกนึกคิดของหน่วยงานไปให้ประชาชน และรับฟังความคิดเห็นของประชาชนมาให้หน่วยงานได้รับทราบ (มองในแง่ของการให้และรับความรู้ ความเข้าใจของหน่วยงานกับประชาชน)

๕. การประชาสัมพันธ์เปรียบ เสมือนสื่อกลางที่คอยประสานแนวความคิดของหน่วยงาน ให้ผสมกลมกลืนกับแนวความคิดของประชาชน อันจะยังผลให้เกิดความสามัคคี ร่วมมือ ความเลื่อมใสศรัทธา ทำให้ประชาชนมีความเชื่อถือในสถาบัน ซึ่งจะช่วยการดำเนินงานของสถาบันเป็นไปอย่างราบรื่น (มองในแง่ของการประสานแนวความคิดของหน่วยงาน ให้ประชาชนยอมรับและให้การสนับสนุน)

๖. การประชาสัมพันธ์เปรียบ เสมือนแสงสว่างที่ส่องให้ประชาชนได้มองเห็นหน่วย

งานและหน่วยงานไ้มมอง เห็นประชาชน (มองในแง่การศึกษาอัครับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และกระแสประชามติของประชาชนที่มีต่อหน่วยงาน รวมทั้งการดำเนินการโดยการ เปิดรับ ข้อเสนอแนะ เพื่อการปรับการทำงานให้ดีขึ้น)

๙. การประชาสัมพันธ์เป็นความพยายามของสถาบัน ที่จะใช้พลังทางความคิด เอาชนะกันด้วยความคิดและความถูกต้อง แทนการใช้กำลังต่อสู้กัน หรือ ด้วยอาวุธในสงคราม (มองในแง่ของการประชาสัมพันธ์คือการ ใช้ความพยายามในการ เปลี่ยนแปลงความคิดของคน ไปในแนวทางที่ถูกต้องของ สถาบันโดยไม่ใช้กำลังแต่ด้วยสันติ)

๑๐. การประชาสัมพันธ์เปรียบเสมือนจิกรที่คอยแนะนำ ตกแต่ง แก้ไข ปรับปรุงหน่วยงาน เพื่อให้ผลงานของสถาบันมีความเด่น มีเกียรติยศและชื่อเสียง เป็นที่นิยมชมชื่นและชมชื่น นำศรัทธาในสายตาของประชาชน(มองในแง่การสร้างภาพพจน์ เกียรติยศชื่อเสียง แก่หน่วยงาน)

๑๑. ถ้าจะเปรียบสถาบัน องค์การ หน่วยงานเป็นคอนกรีต ซึ่งประกอบไปด้วย ปัจจัยในการบริหาร อัมมัตถิ นกรวค ทราย เหล็ก และซีเมนต์ การประชาสัมพันธ์ก็เปรียบเสมือนซีเมนต์และน้ำที่เป็นตัวประสานให้หินกรวดทรายเหล็ก โค้งค้ประสานกันเป็นรูปร่างที่คง การ เชน เป็นตึก อาคาร ถนน ฯลฯ โดยที่เรามักไม่ค่อยมองเห็นซีเมนต์หรือน้ำปรากฏอยู่ เลย (มองในแง่ประโยชน์ของการประชาสัมพันธ์ที่เกื้อกูลงานต่างๆ ในดำเนินไปด้วยความเรียบร้อยและราบรื่น การประชาสัมพันธ์อาจจะถูกมองข้ามไปต่างๆ ที่มีความจำเป็น)

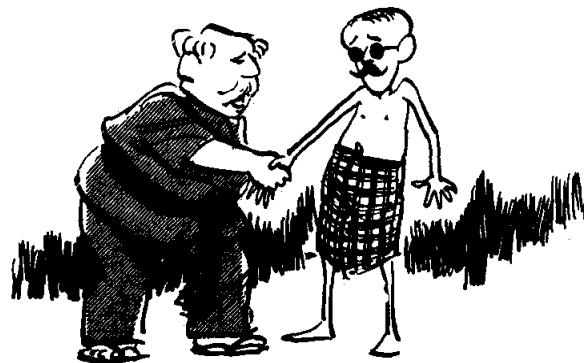
๑๒. การประชาสัมพันธ์เป็นการสร้างความศรัทธาให้เกิดขึ้นแก่ประชาชน ซึ่งความศรัทธาที่จะต้องอยู่บนรากฐานของความซื่อสัตย์สุจริต ความจริงใจ ฯลฯ ที่ได้สร้างขึ้นมาแล้ว เล็กน้อย นานวันเข้าก็จะทำให้สถาบันนั้นมีชื่อเสียง เกียรติคุณ และมีความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนเป็นเวลาอันยาวนาน(มองในแง่การประชาสัมพันธ์เป็นงานที่ละเอียดอ่อน ต้องใช้เวลา ความอดทน และความพากเพียร ในการสร้างสมคุณงามความดี และจะต้องมีการกระทำที่ต่อเนื่องกันไป)

๑๓. ถ้าเปรียบกลไกในการบริหารและการบริการ เป็นเครื่องจักรหรือเครื่องยนต์ การประชาสัมพันธ์ก็เปรียบเสมือนเป็นน้ำมันหล่อลื่นที่มีความจำเป็นและต้องการที่จะช่วยให้เครื่องจักรหรือเครื่องยนต์เหล่านั้น ไต่เดินไปด้วยความแคล้วคล่องและราบรื่น

(มองในแง่ของการประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องช่วยขจัดความไม่เข้าใจ ความขัดแย้ง และ
ความเคลือบแคลงสงสัย และช่วยให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างราบรื่น)



การเลี้ยงสังสรรค์ระหว่างเพื่อนร่วมรุ่นก็มีประโยชน์ต่อการประชาสัมพันธ์เช่นกัน



ความจริงจังซึ่งกันและกันก็เป็นผลดีต่อการประชาสัมพันธ์

วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

วัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์ของ สถาบันหรือหน่วยงานโดยทั่วไป อาจแบ่งออกได้เป็น ๓ ประการด้วยกันคือ

๑. วัตถุประสงค์ทั่วไป
๒. วัตถุประสงค์เฉพาะงานหรือเฉพาะกิจ
๓. วัตถุประสงค์เพื่อการบริหาร

๑. วัตถุประสงค์ทั่วไป

วัตถุประสงค์ทั่วไปของการประชาสัมพันธ์ อาจสรุปเป็นข้อๆ ได้ดังนี้

๑. อธิบายหรือชี้แจง ในกรณีที่ประชาชนมีปัญหาใดๆ นักประชาสัมพันธ์จะต้องทำหน้าที่ตอบปัญหาต่างๆ จนกระทั่งหายข้องใจ และเกิดความเข้าใจในทางที่ถูกต้อง
๒. แสดงข่าว ในกรณีที่สถาบันหรือหน่วยงานมีข่าวที่เกี่ยวข้องกับประชาชน และเป็นเรื่องที่ประชาชนโดยทั่วไปควรทราบ นักประชาสัมพันธ์ก็ควรนำข่าวนั้นๆ ออกมาเผยแพร่
๓. โฆษณาเผยแพร่ หากหน่วยงานมีสิ่งที่น่าสนใจใหม่ๆ หรือมีข้อเสนอแนะต่างๆ ที่ควรให้ประชาชนได้รับทราบ ก็จะต้องนำสิ่งนั้นออกมาเผยแพร่
๔. ให้ความรู้ เพื่อยกระดับให้ประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจดีขึ้น การให้ความรู้ อาจจะอยู่ในรูปของ วารสาร การอบรม และ การฝึกงาน ก็ได้
๕. การชักชวนใจ เพื่อเกลี้ยกล่อมบุคคลในหน่วยงาน และประชาชนโดยทั่วไป ได้การสนับสนุนการทำงานของหน่วยงาน เพื่อให้การทำงานเป็นไปอย่างราบรื่น
๖. ให้บริการ นักประชาสัมพันธ์ควรตระหนักในข้อที่ว่า หน่วยงานจะอยู่ไถ่ก็ด้วยการให้ความสนับสนุนของประชาชน เป็นหน้าที่ของหน่วยงานโดยทั่วไปที่จะต้องให้บริการต่อสังคมในรูปต่างๆ
๗. สร้างความเชื่อถือและไว้วางใจ โดยชักชวนความเคลือบแคลงต่างๆ อันพึงจะเกิดขึ้น และสร้างความศรัทธาไว้วางใจให้แก่ประชาชน

๒. วัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์เฉพาะงานหรือเฉพาะกิจ

วัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์เฉพาะงานหรือเฉพาะกิจในที่นี้หมายถึง งานประชาสัมพันธ์ในหน่วยงานย่อยๆ ออกไป เช่น การประชาสัมพันธ์โรงเรียน สมาคม ธุรกิจการค้า หน่วยปฏิบัติงานเพื่อให้เข้าถึงประชาชน การยอมรับของทหาร การประชาสัมพันธ์เฉพาะที่ ฯลฯ ย่อมมีวัตถุประสงค์เฉพาะงานหรือหน่วยงานเพื่อเสริมสร้าง แก่ไข และ ป้องกัน ซึ่งจะเน้นหนักในรายละเอียดที่แตกต่างกันไป วัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์เฉพาะเฉพาะกิจมักมีลักษณะดังนี้

๑. เพื่อเป็นการสร้างสรรความสัมพันธ์อันดี และแสวงหาความร่วมมือร่วมใจระหว่างหน่วยงานกับประชาชน สมานฉันท์ความสามัคคีระหว่างบุคคลในสถาบันด้วยกัน และบุคคลภายในสถาบันกับบุคคลที่อยู่ภายนอกสถาบัน เพื่อให้หน่วยงานดำรงอยู่ยั่งยืนสืบไป
๒. เพื่อเปิดเผยถึงคุณความดี และฐานะอันสูงส่งของหน่วยงานและผลงานที่ได้ผลิตรายออก เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบ เพื่อให้ประชาชนเกิดความศรัทธาและเชื่อถือ
๓. เพื่อส่งเสริมและเพิ่มอิทธิพลในการชักจูงใจกลุ่มชน ตลอดจนเกลี้ยกล่อมชักจูงให้มวลชนเกิดความเลื่อมใสศรัทธา เพื่อสนับสนุนการทำงานของหน่วยงานให้ดียิ่งๆ ขึ้น
๔. เพื่อป้องกันความเข้าใจผิดในเรื่องที่เกี่ยวกับชื่อเสียง เกียรติคุณ มิให้ถูกทำลายไป รวมทั้งการดำเนินงานเพื่อค้นหาสาเหตุของความเข้าใจผิด เพื่อที่จะไขข้อซักถามเข้าใจผิดนั้นๆ ซึ่งจะช่วยให้ประชาชนหันมาให้ความสนับสนุนหน่วยงานเหมือนเช่นเดิม
๕. เพื่อการเสริมสร้างชื่อเสียงและเกียรติคุณของหน่วยงาน เพื่อเป็นการป้องกันและรักษาชื่อเสียงและเกียรติคุณ โดยการสร้างความนิยมเลื่อมใส ความเชื่อถือ และความศรัทธาในผลงาน ตลอดจนการประชาสัมพันธ์เพื่อความดีเหล่านั้น เป็นเกราะป้องกันความเสียหายในเรื่องชื่อเสียงซึ่งสืบเนื่องมาจากการถูกให้ร้ายป้ายสี เพื่อให้เกิดภาพพจน์ที่ดีแก่หน่วยงาน อันเป็นประโยชน์ต่อสังคมและสถาบันรวมกันด้วย
๖. เพื่อเป็นการสร้างรักษาความสัมพันธ์อันดี โดยการสร้าง เกียรติสัมพันธ์ให้กระชับ เกลียวมากยิ่งขึ้น เป็นการรักษาความรู้ ความเข้าใจ รักษาความเป็นมิตรกับหน่วยงาน ให้ดำเนินงาน โครงการ ให้เป็นไปตามนโยบายที่ได้กำหนดไว้

พลตรีประกอบ จารุมณี อดีตอธิบดีกรมประชาสัมพันธ์ ได้กล่าวไว้ว่าในการ
ดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของรัฐ จะต้องมียุทธศาสตร์ดังต่อไปนี้

๑. เพื่อเสถียรภาพของรัฐบาล
๒. เพื่อความสามัคคีในชาติ คือ เพื่อนึกกำลังและการอยู่ร่วมกันระหว่างประ-
ชาชนในชาติ

๓. เพื่อส่งเสริมศีลธรรมและการประพฤติปฏิบัติของประชาชน
๔. เพื่อฟื้นฟูศีลธรรม
๕. เพื่อความปลอดภัยในชาติ
๖. ส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีกับต่างประเทศ

ส่วนคณะกรรมการศึกษาและวิจัยแห่ง สหประชาชาติของ สหรัฐอเมริกา
ได้ประมวลความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ตามโครงการประชาสัมพันธ์ของบริษัทการค้า องค์
การใหญ่ๆ รวม ๒๕ แห่ง ได้แนวความคิดสรุปไว้ว่า การประชาสัมพันธ์ของบริษัทต่างๆ
ดังกล่าวดำเนินไปโดยมีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

๑. เพื่อส่งเสริมและชำรงไว้ซึ่งชื่อเสียง เกียรติคุณ และฐานะของบริษัท
๒. เพื่อให้แนวทางในการบริหารให้เป็นประโยชน์แก่สาธารณะ และ สังคม
ส่วนรวม
๓. เพื่อเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจ และยอมรับโครงการการดำเนินงานของ
บริษัท เพื่อเพิ่มปริมาณการขายและการให้บริการให้มากยิ่งขึ้น
๔. เพื่อให้พนักงานหรือเจ้าหน้าที่ของบริษัท ได้มีความรู้ความเข้าใจในนโยบาย
และการทำงานของบริษัท
๕. เพื่อแสดงถึงภารกิจ ความรับผิดชอบของบริษัทที่มีต่อส่วนรวมหรือสังคม
๖. เพื่อช่วยส่งเสริมให้ระบบธุรกิจเสรีนิยมอยู่อย่างมั่นคงตลอดไป
๗. เพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ ในเรื่องธุรกิจที่มีความสำคัญต่อระบบ
เศรษฐกิจให้แก่ประชาชน
๘. เพื่อสำรวจความคิดเห็น และ ประมาณท่าทีและความรู้สึกของประชาชนที่มี
ต่อบริษัท เพื่อนำผลนั้นไป เป็น เครื่องกำหนดนโยบายและการดำเนินงานของบริษัท

๘. เพื่อเป็นการโฆษณาเผยแพร่สินค้าและผลงานของบริษัท ให้ได้รับความนิยมน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

จะเห็นได้ว่าวัตถุประสงค์ของรัฐและวัตถุประสงค์ของบริษัทการค้าตั้งที่โลกกว้างไปแล้วข้างต้นนั้น เป็นเรื่องของวัตถุประสงค์เฉพาะงานหรือเฉพาะกิจ นั้นเอง

๓. วัตถุประสงค์เพื่อการบริหาร

เป็นเรื่องของการใช้การประชาสัมพันธ์มาเป็นประโยชน์ต่อการบริหารกิจการ เพื่อให้การดำเนินงานของหน่วยงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยกำหนดวัตถุประสงค์ไว้เป็นข้อๆ ดังนี้

๑. เพื่อเรียกร้องความร่วมมือร่วมใจจากผู้ร่วมงาน เจ้าหน้าที่พนักงาน และประชาชน ในอันที่จะปรับปรุงแก้ไขกิจการงานต่างๆ ให้เป็นไปอย่างถูกต้องยิ่งขึ้น

๒. เพื่อสร้างสัมพันธภาพอันดีและมีการยกย่องนับถือกันตามลำดับขั้น ตำแหน่งและอาวุโส ทั่วระหว่างฝ่ายบริหารกับพนักงาน เจ้าหน้าที่กับประชาชน เพื่อเสริมสร้างทัศนคติที่ดีในการทำงาน รู้จักให้เกียรติและเคารพนับถือซึ่งกันและกัน

๓. เพื่อลดความตึงเครียดหรือข้อขัดแย้ง ตลอดจนความไม่เข้าใจกันในระหว่างผู้ร่วมงาน โดยการนำเอาการสันทนการ เข้ามาช่วยสร้างความเข้าใจซึ่งกันและกันให้ดีขึ้น

๔. เพื่อให้ความรู้และข่าวสารต่างๆ จากผู้บริหารไปสู่ผู้ปฏิบัติงาน และเพื่อให้เจ้าหน้าที่ได้รับทราบนโยบาย วัตถุประสงค์ ของการดำเนินงานของบริษัท เพื่อให้พนักงานจะได้อำนาจปฏิบัติงานอย่างถูกต้อง ตามระเบียบข้อบังคับที่กำหนดไว้

๕. เพื่อพัฒนาและรักษาคุณภาพระบบการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรให้เป็นอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งวิธีการรวบรวมข่าวสาร การรับทราบปฏิบัติการต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร

๖. เพื่อเป็นการสร้างขวัญในการทำงานของบุคคลที่อยู่ในหน่วยงาน โดยเป็นผู้นำให้บุคคลทุกคนในหน่วยงานได้รับทราบสิทธิและหน้าที่ของตน ทั้งในเรื่องการตอบแทนความดีความชอบแก่ผู้ที่มีความขยันหมั่นเพียรในการทำงาน และมีการยกย่องให้เป็นที่ยอมรับ

โนสังคม

๙. เพื่อพัฒนาให้เกิดความสำนึกว่าองค์การ เป็นศูนย์รวมของทุกคน ทุกคนจะต้องทำหน้าที่เป็นตัวแทนที่ดีขององค์การ ในเรื่องการประพฤติ การปฏิบัติตัวให้ถูกต้องและเหมาะสม เพื่อเป็นการ เชิดชูเกียรติคุณและชื่อเสียงขององค์การ

๑๐. เพื่อเป็นการ เสริมสร้าง ช่วยเหลือ แนะนำแก้ไข และปรับปรุงการดำเนินงานของหน่วยงานให้ดีขึ้น หากหน่วยงานยังมีข้อบกพร่องหรือจุดอ่อนในเชิงการบริหารบางจุด จะต้อง เป็นผู้เสนอแนะข้อแก้ไขจุดอ่อนนั้นๆ ให้ลุล่วงไป ในการแก้ไขนี้จะต้องอยู่บนพื้นฐานของ กระแสประชาชาติที่ได้รับฟังมา

๑๑. เพื่อเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีโอกาสเสนอแนะ แสดงความคิดเห็น เกี่ยวกับ การดำเนินงานของสถาบัน ตลอดจนกิจการ สิ่งใดที่ประชาชนจะขอให้ทางหน่วยงานบริการ เพิ่มมากขึ้น ก็ให้ประชาชนได้มีโอกาสเสนอมาได้

๑๒. เพื่อประเมินผลงานของหน่วยงานในรูปของทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิด ของ ผู้ทำงานในหน่วยงานและประชาชนซึ่งมาใช้บริการของหน่วยงาน เพื่อประโยชน์ในการปรับปรุงระบบการทำงานให้ดียิ่งขึ้น

๑๓. เพื่อระมัดระวังภัยอันตรายต่างๆ อันอาจเกิดขึ้นจากกระแสประชาชาติ ซึ่งอาจเกิดจากคณะผู้ปฏิบัติงาน หรือประชาชนผู้มาใช้บริการโดยทั่วไป



การจัดกิจกรรมร่วมกันระหว่างผู้บริหารและพนักงานของหน่วยงานเป็นการลดช่องว่างระหว่างกัน

การพัฒนาทางสังคมกับการประชาสัมพันธ์

ในสมัยโบราณมนุษย์เรามีความเป็นอยู่กันอย่างง่าย ๆ และอยู่ในวงแคบมาก เริ่มตั้งแต่ในรูปของ "ครอบครัวแบบเบ็คเสร์จ" โดยมีสถาบันต่างๆ ของสังคมในตัวเอง เช่น การปกครอง เศรษฐกิจ ศาสนา การศึกษา และ สวัสดิการ อยู่พร้อมในครอบครัวหนึ่ง ต่อมาจากรอบครัวหนึ่ง ได้มีลูกหลานค่อยๆ กันมา จึงได้มีการขยายออกไปเป็นหลายๆ ครอบครัว กลายเป็น หมู่บ้าน ตำบล เมือง และ ประเทศ สถาบันต่างๆ ก็ได้ขยายกว้างออกไป ขอบข่ายของการควบคุม และการบริหารก็ยุ่งยากและซับซ้อนมากขึ้น ทำให้สมาชิกของสังคมต้องมีภาระเพิ่มขึ้น และปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อมอันยุ่งยากได้ไม่สมบูรณ์ เพราะเกิดช่องว่างระหว่างสถาบันกับประชาชน ถ้าเราสามารถจะสร้างสะพานเชื่อมโยงระหว่างมนุษย์กับสภาพแวดล้อมทางการเมืองได้ก็ด้วย "การประชาสัมพันธ์"

ในอดีตกาลนักปราชญ์ชาวกรีกผู้หนึ่งนามว่า "อริสโตเติล" ได้เคยตั้งปัญหาไว้ว่า "สภาพแวดล้อมอันยุ่งยากซับซ้อน กับ มนุษย์ซึ่งมีความสามารถทางการเมืองอย่างจำกัด และไม่ลึกซึ้ง เราจะสร้างสะพานเพื่อเชื่อมโยงช่องว่างนี้ได้อย่างไร" ณ บัดนี้ได้เป็นที่ยอมรับกันแล้วว่า สิ่งซึ่งจะช่วยเชื่อมโยงช่องว่างนั้นก็คือการประชาสัมพันธ์

ความเจริญก้าวหน้าทางสังคม กับ การประชาสัมพันธ์

ในปัจจุบันความเป็นอยู่ของประชาชนในสังคมได้มีการพัฒนาไปเป็นอย่างมาก ในทุกๆ เรื่อง ตั้งแต่ความเจริญก้าวหน้าในวงการธุรกิจ สภาพการใช้แรงงาน วิชาการ ทางการเกษตร กลุ่มอาชีพ การบริหารงานของรัฐบาล ขบวนการติดต่อสื่อสาร สิ่งเหล่านี้ได้มีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งมีผลต่อการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างมาก ซึ่งจะได้นำมา กล่าวในรายละเอียดต่อไป

1. ความเจริญก้าวหน้าในวงการธุรกิจ ในสมัยก่อนวงการธุรกิจยังอยู่ในวงแคบมาก เช่น งานช่างไม้ ช่างเหล็ก ฯลฯ ก็ผลิตสิ่งของเพื่อจำหน่ายตามความต้องการของชาวบ้านในละแวกนั้น มีลักษณะเป็นอุตสาหกรรมภายในครอบครัว เจ้าของกิจการแทบรู้จักลูกค้าของคนทุกคนเป็นอย่างดี สินค้าก็ไม่จำเป็นจะต้องโฆษณาเพราะไม่มีคู่แข่ง ถ้าไม่ซื้อกับเราแล้วก็ไม่ทราบว่าจะไปซื้อกับใคร แต่ในปัจจุบันนี้ในวงการธุรกิจได้เจริญก้าวหน้าไปมาก

จากลักษณะของอุตสาหกรรมภายในครัวเรือน ได้มีการขยายกลายเป็นโรงงาน เฉพาะบุคคลที่อยู่ในครอบครัวก็ไม่เพียงพอที่จะช่วยกันทำงาน จำเป็นต้องจ้างพนักงานเข้ามาช่วยในกิจการ มีการแบ่งหน้าที่กัน ส่วนสินค้าที่ผลิตได้ก็มีปริมาณมากขึ้น จำนวนผู้คนเฉพาะในหมู่บ้านไม่เพียงพอที่จะรับซื้อสินค้าที่ผลิตออกมาได้ทั้งหมด จำเป็นต้องมีพนักงานขนานำสินค้าไปขายยังหมู่บ้านอื่นๆ ตำบลอื่นๆ และ เมืองอื่นๆ และในที่สุดก็นำออกจำหน่ายยังต่างประเทศ ในวงการธุรกิจก็เริ่มมีการแข่งขันกันในการการค้า กิจการของบริษัทหรือห้างร้านบางแห่งก็ได้รับความเชื่อถือเป็นอย่างดี ส่วนบางแห่งอาจจะไม่ได้รับความเชื่อถือ สินค้าที่ผลิตมาได้ก็จำหน่ายไม่หมด ทำให้ขาดเงินทุนไปหมุนเวียน บริษัทห้างร้านเหล่านี้จึงเห็นความจำเป็นที่จะต้องหาผู้ทำหน้าที่โฆษณาสินค้า หรือ ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์กิจการต่างๆ ของบริษัทให้เป็นที่ยอมรับของประชาชนโดยทั่วไป

2. ความสัมพันธ์ระหว่างคนงานกับนายทุน ทั้งนี้มีผลเนื่องมาจากกิจการต่างๆ ของผู้ผลิตได้กลายเป็นโรงงานขนาดใหญ่ และต้องใช้คนงานเป็นจำนวนมากเพื่อทำงานในโรงงาน สภาพของเจ้าของกิจการขนาดเล็ก หรือ อุตสาหกรรมภายในครอบครัวก็ได้เปลี่ยนแปลงไปกลายเป็นโรงงานขนาดใหญ่ เจ้าของกิจการก็ได้ชื่อว่าเป็น "นายทุน" ปัญหาระหว่างนายทุนและคนงานในโรงงาน ก็มักเกิดขึ้นอยู่บ่อยๆ เนื่องจากความไม่เข้าใจซึ่งกันและกัน ฝ่ายนายทุนก็อยากที่จะกำไรให้มากขึ้นให้เหมาะสมกับเงินที่ได้ลงทุนไป บางครั้งอาจจะไปก่อกวนชนาการมาและจะต้องเสียค่าดอกเบี้ย ฉะนั้นจึงพยายามจ้างแรงงานในราคาถูกให้ทำงานมากชั่วโมง และ คัดสวัสดิการในรูปแบบต่างๆ ออก ส่วนทางฝ่ายผู้ใช้แรงงานก็เห็นว่าค่าแรงงานที่ตนได้รับนั้นถูกเกินไป บริษัทมีกำไรมากแต่ไม่มีสวัสดิการต่างๆ ให้แก่คนงาน จึงมีการเรียกร้องขึ้น ควบเหตุนี้เองทางบริษัทจึงเห็นว่ามีความจำเป็นที่จะต้องหาผู้ที่มารับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ ทำหน้าที่สร้างความเข้าใจอันดีระหว่างนายจ้างกับผู้ใช้แรงงาน เป็นผู้คอยฟังความคิดเห็นจากผู้ใช้แรงงานมารายงานให้นายจ้าง บางส่วนเมื่อนายจ้างเห็นว่าคนสามารถแบ่งผลกำไรไปใช้ในสวัสดิการต่างๆ ได้บางก็ควรทำ ฝ่ายผู้ใช้แรงงานก็จะได้อโอกาสเข้าใจสภาพที่ถูกต้องของบริษัท ว่าไม่ได้เข้าใจอะไรมาช้านาน เพราะว่าจะต้องใช้จ่ายในเรื่องต่างๆ อยู่มาก เช่น เสียภาษี เสียค่าดอกเบี้ยจากเงินที่กู้มา ฯลฯ

3. ความเจริญก้าวหน้าทางการเกษตร การเกษตรกรรมได้มีการขยายตัวก้าวหน้าขึ้นไปเรื่อยๆ ทั้งนี้เนื่องมาจากความต้องการการผลิตผลทางการเกษตร ประกอบกับได้มีการมีเครื่องมือทันสมัย เช่น รถไถนา มาช่วยทำให้สามารถผลิตพืชผลได้มากขึ้น จึงทำให้มูลค่าทั้งภายในประเทศและต่างประเทศได้เพิ่มจำนวนขึ้นมาเป็นอันมาก นอกจากนี้ยังมีการรวมตัวเป็นกลุ่มอาชีพทางการเกษตรขึ้น เพื่อให้มีอิทธิพลและรักษาสถิติประโยชน์ของตนเองไว้ เช่น กลุ่มชาวนา กลุ่มชาวไร่ อ้อย กลุ่มผู้ผลิตน้ำตาล กลุ่มชาวสวนยาง เป็นต้น ความสัมพันธ์ระหว่างเกษตรกรเหล่านี้จะต้องมีกับนายทุน นายธนาคาร หน่วยงานของรัฐบาล เพื่อขอเงินอุดหนุน จึงมีความต้องการนักประชาสัมพันธ์ เพื่อทำหน้าที่ในการเป็นตัวแทนประสานงานกันระหว่างกลุ่ม เพื่อให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างกันขึ้น

4. เกิดการรวมกลุ่มเพื่อต่อรอง เมื่อประชาชนกลุ่มต่างๆ มาทำงานร่วมกัน ย่อมจะต้องมีปัญหาต่างๆ เกิดขึ้น มีการขัดกันในเรื่องของผลประโยชน์ พวกที่มีปัญหาคล้ายๆ กัน หรือมีผลประโยชน์ร่วมกันจึงจำเป็นต้องรวมตัวกันเป็นกลุ่มขึ้น เช่น กลุ่มอาชีพเดียวกัน กลุ่มการเมือง กลุ่มคนผิวเดียวกัน ฯลฯ เพื่อให้มีอิทธิพลในการรักษาสถิติประโยชน์ของกลุ่มตน ผู้ที่จะทำหน้าที่ประสานความเข้าใจระหว่างกลุ่มนี้จึงจำต้องมีขึ้น ทั้งที่เป็นของหน่วยงานของรัฐบาลและของเอกชน

5. ความต้องการของผู้บริหารประเทศ ในสมัยโบราณ การปกครองยังอยู่ภายในวงแคบ เมื่อสังคมได้ขยายตัวขึ้นและมีประชากรมากขึ้นก็รวมตัวกันเป็นประเทศ มีการบริหารงานการปกครองในประเทศไทยในสมัยโบราณนั้น แบ่งออกได้เป็น 4 กรมที่เรียกว่า "จตุสดมภ์" อันได้แก่ กรมเวียง กรมวัง กรมคลัง และ กรมนา จนกระทั่งในสมัยรัชกาลที่ 5 พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้ทรงนำเอาระบบการปกครองสมัยใหม่มาใช้ โดยการแบ่งระบบการบริหารออกเป็น กระทรวง ทบวง กรม คล้ายๆ กับประเทศไทยในปัจจุบัน ภายหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 ระบบการบริหารก็ได้เปลี่ยนแปลงไป องค์การต่างๆ ของรัฐบาลก็ได้ขยายตัวออกไป และภายหลังการปฏิวัติ-ปฏิรูปประชาธิปไตยในปี พ.ศ. 2502 ในสมัยจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ เป็นนายกรัฐมนตรี ก็ได้มีการวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมเป็นระยะๆ โดยกำหนดระยะเวลา 5 ปี ปัจจุบันกำลังอยู่ในแผนพัฒนาฉบับที่ 4 หน่วยงานใหม่ๆ ของรัฐบาลจึงเกิดขึ้นตามโครงการนี้ และเพื่อให้บุคคลในหน่วยงานต่างๆ ได้ทำงานประสานกัน จึงจำเป็นต้องมีผู้รับผิดชอบทางด้านการประชาสัมพันธ์

6. ความเจริญของระบบการสื่อสาร ในสมัยโบราณกาลมนุษย์ใช้คำพูดเป็นสื่อในการติดต่อสื่อสารกัน พร้อมกันนั้นก็ใช้วิธีการทาง เช่น การขยิบตา การโบกมือ ซึ่งเรียกว่าภาษาใบ เป็นสัญญาณในการสื่อความหมายกัน นอกจากนั้น ก็ยังมีการใช้สัญญาณควันไฟในหมู่พวกอินเดียน การตีเกราะเคาะไม้ในการเรียกประชุมลูกบ้าน ตลอดจนการเป่าเซาควายของพวกที่อยู่ตามหุบเขา เมื่อมนุษย์มีความเจริญมากขึ้น ก็มีการคิดภาษาเขียนเพื่อใช้ในการติดต่อ มีการพิมพ์หนังสือ มีการโทรเลข โทรศัพท์ สัญญาณวิทยุ วิทยุกระจายเสียง และ วิทยุโทรทัศน์ ซึ่งล้วนแต่มีประสิทธิภาพในการติดต่อไต่รวดเร็วและกว้างขวาง เนื้อหาที่ใช้ในการติดต่อก็ได้มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้เป็นที่น่าสนใจแก่ผู้รับมากยิ่งขึ้น ระบบการติดต่อสื่อสารเหล่านี้ได้กลายมาเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ที่สำคัญ ระหว่างสถาบันกับประชาชน

ผลที่เกิดจากความเจริญทางสังคม

ผลที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพของสังคมซึ่งได้เจริญก้าวหน้าขึ้นมาตามลำดับนี้ อาจจำแนกออกได้เป็นหัวข้อใหญ่ๆ 4 ประการคือ

1. ความเจริญในพลังประชาคม พลังประชาคมได้เป็นที่รู้จักของมนุษย์มาตั้งแต่โบราณกาลแล้ว ในสมัยกรีกและโรมันโบราณก็เคยปกครองบ้านเมืองด้วยประชาคมมาแล้ว แม้ว่าการก่อมา คุณค่าของประชาคมจะขบเขาไปชั่วระยะเวลาหนึ่ง แต่ก็กลับลุกโผลงขึ้นมาอีกและทวีพลังมากขึ้นเรื่อยๆ จนถึงปัจจุบันนี้

ตามความหมายของคำว่า "ประชาคม" นั้นหมายถึงกระแสความคิดเห็นของกลุ่มชนที่มีต่อสถาบันหรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง "รูสโซ" นักปราชญ์ชาวฝรั่งเศสผู้มีบทบาทคนหนึ่ง ในสมัยปฏิวัติฝรั่งเศสได้กล่าวไว้เมื่อประมาณ 200 ปีมาแล้วว่า "ใครก็ตามที่ทำเจตจำนงค้ของมวลชนเป็นธุรกิจของเขาที่จะสร้างกฎหมายขึ้น เขาก็รู้ว่าจะไม่ยอมทำอะไร และโดยประชาคมนั้นแหละ ที่จะสามารถปกครองจิตใจคนทั้งหลายได้" หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งกฎหมายใดถ้าปราศจากความสนับสนุนจากประชาคมแล้ว ก็เป็นเพียงอัฐิที่บรรจุไว้ในโกธุนั้นเอง

ส่วนอับราฮัม ลินคอล์น ได้เคยกล่าวไว้ในสุนทรพจน์เมื่อตอนแข่งขันเลือกตั้งเป็นประธานาธิบดีว่า "ความรู้สึกนึกคิดและความเห็นชอบของประชาชนนั้นเป็นทุกสิ่งทุกอย่าง ถ้ามี

สิ่งนี้แล้วก็จะไม่มีการทำกิจการใดล้มเหลวได้เลย และถ้าหากสิ่งนี้ไปก็จะไม่มีกิจการใดสำเร็จได้เลย

ส่วนอดีตประธานาธิบดี แฮร์รี เอส. ทรูแมน ใต้เคยกล่าวไว้ว่า "ท่านใต้เคยไต่ ยินประชาชนพูดถึงอำนาจของประธานาธิบดี อำนาจของประธานาธิบดีนั้นในที่สุด ย่อมขึ้นอยู่กับ ความสำเร็จของเขา ที่มีต่องานประชาสัมพันธ์ไม่น้อยทีเดียว อำนาจของประธานาธิบดีนั้นมีมาก แต่เขาต้องรู้เลยว่า ทำอย่างไรจึงจะให้ประชาชนสมัครสมานกับเขาด้วย"

ทุกวันนี้ความเจริญทางสังคมเต็มไปด้วยบรรยากาศของการปกครองในระบบ ประชาธิปไตย ประชาชนได้รับการศึกษาศึกษาขั้น มีเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารดีขึ้น ทำให้มีโอกาสรู ขาวสารต่างๆ และ ความเคลื่อนไหวในเหตุการณ์ต่างๆ ของโลกได้อย่างกว้างขวางทั่วถึง และมีโอกาสรวมกลุ่มพลังความคิดเห็นได้ง่าย ซึ่งสามารถจะผลักดันวิธีการทำงานของสถาบันต่างๆ ให้ เป็นไปในแนวทางเพื่อความเจริญก้าวหน้าของสังคมได้

2. การพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ภายหลังจากการปฏิวัติอุตสาหกรรม ทำให้มนุษย์ เปรียบเสมือนตัวจักรชิ้นเล็กๆ ที่ประกอบกันอยู่ภายใน เครื่องจักรขนาดมหึมาอันเต็มไปด้วยความสลับ ซับซ้อน ตัวจักรแต่ละชิ้นย่อมต้องพึ่งพาอาศัยกันกับตัวจักรอื่นๆ ความยุ่งยากเสียหายที่มักเกิดขึ้นกับ ณ ที่แห่งหนึ่ง ย่อมมีผลกระทบกระเทือนต่อสังคมอื่นๆ ด้วย คนใดในสังคมไม่อาจกำหนดคนโดยง่าย และโชคชะตาของตนอย่างใดก็เกี่ยวข้องได้ ต้องมีความรู้สึกรับผิดชอบต่อกิจกรรมของส่วนรวม ความ เจริญรุ่งเรืองนี้จำเป็นต้องมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดมากขึ้น

3. ความต้องการมีส่วนร่วม สังคมในปัจจุบันนี้มีลักษณะทางเห็นกัน เป็นอย่างมาก ในสมัยก่อนทุกคนที่อยู่ในระแวกบ้านเดียวกัน มักรู้จักสนิทสนมกันและมีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ซึ่งกันและ กัน แต่เมื่อสังคมใดกลายเป็นสังคมอุตสาหกรรมหรือสังคมเมืองหลวง ทำให้คนเรามีความห่างเหิน กัน แม้จะอยู่ใกล้บ้านเรือนเคียงกันก็ไม่รู้จักกัน ไปไหนก็เจอแต่คนแปลกหน้าทำให้แต่ละคนมีความ รู้สึกอ้างว้างและเปล่าเปลี่ยว ที่มีความเกี่ยวข้องกันก็เฉพาะผู้รวมกลุ่มผลประโยชน์เดียวกัน มนุษย์ได้พยายามที่จะหาความมั่นคงในการยอมรับเป็นพวกพ้อง และมีความเคารพในความภาคภูมิใจ ของแต่ละคน เพราะฉะนั้นการประชาสัมพันธ์อาจจะช่วยให้สมาชิกในสังคมมีความรู้สึกว่าคุณเอง นั้นมีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของในสังคมนั้น และจะสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างหัวหน้าผู้บริหาร งานกับประชาชน

4. สังคมที่พัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ความยุ่งยากในสังคมที่ทวีความซับซ้อน ความเจริญของสังคมได้เป็นไปอย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดความยุ่งยากสับสนในการปรับตัวของมนุษย์ เพื่อให้ทันกับความเจริญ ปัจจุบันความเจริญทางค่านวิทยาศาสตร์เป็นไปอย่างรวดเร็ว มีการใช้เครื่องมือต่างๆ เพิ่มขึ้น จนกระทั่งสามารถเดินทางไปยังดวงจันทร์ได้ ความเจริญทางวิทยาการต่างๆ นี้ ทำให้มนุษย์จำเป็นต้องปรับตัวให้เข้ากับสิ่งประดิษฐ์ใหม่ๆ จำเป็นต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์เข้ามาช่วยในการแก้ปัญหา



บุคคลที่อยู่ในสังคมเดียวกันจะต้องมีความร่วมมือกันและมีความสามัคคีกัน