

คำว่า “ปรัชญา” หรือ Philosophy เป็นคำที่มาจากภาษากรีก คือ Phillia หมายถึง ความรัก (Love) และ sophia หมายถึงปัญญา หรือความฉลาด (Wisdom) ซึ่งหมายถึงการรักในความรอบรู้หรือความฉลาด (Love of wisdom)

ส่วนคำว่า “ปรัชญา” รูปศัพท์ที่ใช้ในภาษาไทยนี้ มาจากรากศัพท์สันสกฤต 2 คำ คือคำว่า ปรฺ และ ชญา ปรฺ หมายถึง ประเสริฐ และชญา หมายถึง ความรู้ ดังนั้นคำว่า ปรัชญา จึงหมายถึง ความรู้อันประเสริฐ

ปรัชญา ไม่ใช่เนื้อหาของความรู้และไม่ใช่เครื่องมือที่จะแสวงหาความรู้ แต่ปรัชญาเป็นแนวทางในการมองดูความรู้ที่เรามีอยู่แล้ว ให้รู้จักการรวบรวมความรู้เข้าด้วยกัน รู้จักการตีความหมาย การขยายความให้ชัดเจน และการวิพากษ์วิจารณ์สิ่งต่างๆ

โดยทั่วไป ปรัชญาจะเป็นไป ใน 2 ลักษณะ คือ การใฝ่หาความฉลาด และการใช้ปัญญา หรือความฉลาดในการแสวงหาความจริงหรือเหตุผล เพื่อที่จะอธิบายสิ่งต่างๆ เช่น ทำไมเราจึงต้องเรียนวิชาการประชาสัมพันธฺ์ เราจะสอนวิชาอะไรจึงจะดีที่สุด เราเรียนหนังสือกันทำไม เป็นต้น จะเห็นได้ว่า คำถามเหล่านี้เป็นคำถามในเชิงปรัชญาที่เกี่ยวกับธรรมชาติของมนุษย์ที่มุ่งให้เกิดความรู้ และให้มีชีวิตที่ดีขึ้น

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า ปรัชญาเป็นแนวความคิดที่เราเชื่อว่าดีที่สุด ซึ่งได้จากการวิเคราะห์รอบด้านอย่างถี่ถ้วนและลึกซึ้ง เพื่อที่จะสามารถยึดเป็นทางในการดำเนินงานใดๆ หรือในการดำเนินชีวิตของบุคคลได้

ปรัชญาจะพิจารณาข้อสมมุติฐานเบื้องต้นของความรู้แขนงอื่นๆ ด้วย เช่น เมื่อหันมาสนใจกับคำถามทางวิทยาศาสตร์ กฎหมาย การศึกษา การประชาสัมพันธฺ์ ก็ทำให้เกิดปรัชญาวิทยาศาสตร์ ปรัชญากฎหมาย ปรัชญาการศึกษา และปรัชญาทางการประชาสัมพันธฺ์ขึ้นตามลำดับ ดังนั้น ปรัชญาการประชาสัมพันธฺ์จึงเป็นแขนงหนึ่งของปรัชญา

ปรัชญาพยายามที่จะเข้าใจความจริงแท้ (reality) ทั้งหมด เพื่ออธิบายออกมาเป็นกฎเกณฑ์เป็นระบบ ดังนั้นปรัชญาการประชาสัมพันธฺ์จึงแสวงหาความเข้าใจในเรื่องของการประชาสัมพันธฺ์โดยตลอดอย่างทั่วถึง แล้วตีความออกมาเป็นความคิดรวบยอดอันจะนำไปสู่การปฏิบัติที่เป็นระบบ เช่น การเลือกจุดหมายหลักของการประชาสัมพันธฺ์ ซึ่งมีความหมายใหญ่ที่สุด กว้างขวางครอบคลุมมากที่สุดหรือการเลือกนโยบายที่ดีที่สุดของการประชา

สัมพันธ์ทั้งหลายและตีความหมายจากการค้นพบเหล่านั้นปรัชญาการประชาสัมพันธ์ต่างกับปรัชญาทั่วไปตรงที่จำกัดขอบเขตเฉพาะเรื่องของปัญหาทางการประชาสัมพันธ์เท่านั้น

**Encyclopedia Britanica 1958** ได้กล่าวถึงปรัชญาการประชาสัมพันธ์ โดยสรุปว่า สิ่งที่พบโดยแจ้งชัดปรากฏว่าความต้องการขั้นพื้นฐานของปรัชญาการประชาสัมพันธ์นั้นก็คือ การมุ่งให้ได้รับความนิยม เลื่อมใสและศรัทธาจากประชาชน ฉะนั้น หน่วยงานใด ๆ ก็ตามจึงต้องสร้างความสัมพันธ์และกระทำคุณความดีทุกวิถีทาง เพื่อให้ได้สิ่งที่มุ่งหวังข้างต้นอันจะเป็นผลสืบเนื่องให้การดำเนินงานของสถาบันแห่งนั้นเป็นไปโดยราบรื่นและมีประสิทธิผล

วิจิตร อวาทกุล ได้กล่าวถึงปรัชญาของการประชาสัมพันธ์ ซึ่งพอประมวลได้ดังนี้

1. การบอกกล่าวความจริงที่เกี่ยวข้องกับการดำรงชีวิตและสังคมจากสถาบันต่าง ๆ ให้ประชาชนทราบเป็นบ่อเกิดแห่งความรู้และความเข้าใจ เป็นการสร้างความนิยมเลื่อมใสและศรัทธาของประชาชนให้มีต่อสถาบันนั้น ๆ

2. สังคมหรือประเทศชาติจะเจริญก้าวหน้า มั่นคง ประชาชนในชาติจะต้องมีความสามัคคีกลมเกลียวกัน

3. สังคมหรือประเทศชาติจะเจริญก้าวหน้า ประชาชนในชาติต้องให้ความร่วมมือร่วมใจในการบริหารงานของสถาบันต่าง ๆ

4. ต้องขจัดปัญหาความขัดแย้งให้หมดไป และสามารถประสานประโยชน์ของกลุ่มชนต่าง ๆ ได้บนหลักของความถูกต้องและยุติธรรม

5. ฝ่ายปกครองบ้านเมืองต้องรายงานผลการปฏิบัติงานให้ประชาชนทราบข้อเท็จจริงอยู่เสมอ และขณะเดียวกันก็รับฟังความคิดเห็นของประชาชนด้วย (วิจิตร 2522, 9)

จากแนวความคิดดังกล่าวข้างต้น จึงสรุปได้ว่าปรัชญาของการประชาสัมพันธ์คือการสร้างความสัมพันธ์อันดีด้วยการกระทำคุณความดีทุกวิถีทางของสถาบันต่าง ๆ ต่อประชาชนและเผยแพร่ให้ทราบโดยทั่วไป เพื่อมุ่งหวังให้เกิดความนิยม เลื่อมใสและศรัทธาระหว่างสถาบันนั้น ๆ กับประชาชน อันจะเป็นผลสืบเนื่องให้การดำเนินงานของสถาบันใด ๆ ก็ตามเป็นไปโดยราบรื่นและมีประสิทธิผล

### 1.3.2 หน้าที่ของการประชาสัมพันธ์

โดยที่การประชาสัมพันธ์เป็นงานที่ต้องเกี่ยวข้องกับสถาบันทุกประเภท ทั้งภาครัฐบาลและเอกชน ต้องติดต่อเกี่ยวข้องกับประชาชนกลุ่มต่างๆ เพื่อเผยแพร่ข่าวสาร ความรู้ สร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีกับกลุ่มประชาชน โน้มน้าวให้มีการ สนับสนุนและร่วมมือในการทำงานของสถาบัน ในขณะที่เดียวกันสถาบันก็ต้องคอยฟังหรือคิด ตามปฏิกริยาสะท้อนกลับจากประชาชนว่ามีความรู้สึกรู้สีกคิดประการใดบ้างต่อสถาบัน ด้วย เหตุนี้ การประชาสัมพันธ์จึงมีลักษณะเป็นระบบ ยุคลวิธี หรือการสื่อสาร 2 ทาง คือ จาก สถาบันไปสู่ประชาชน และฟังเสียงจากประชาชนที่ย้อนกลับมาให้สถาบันทราบ โดยวิธีการ สสำรวจประชามติ เพื่อที่สถาบันจะได้นำผลสะท้อนกลับนี้มาปรับปรุงสิ่งที่เผยแพร่ให้ ประชาชนทราบถูกต้องตรงตามที่ประชาชนต้องการ สิ่งใดที่กลุ่มประชาสัมพันธ์ยังเข้าใจไม่ กระจ่างชัด ก็จะได้มีการชี้แจงปรับความเข้าใจเสียใหม่ โดยใช้เครื่องมือในการสื่อสารชนิด ต่างๆ ช่วยในการประชาสัมพันธ์

ลักษณะของการประชาสัมพันธ์ อาจแบ่งตามลักษณะงานกว้าง ๆ ได้ 2 ประเภทคือ

1. การประชาสัมพันธ์ภายใน (Internal Public Relations) คือการสร้าง ความเข้าใจ และความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายในสถาบันเอง อันได้แก่กลุ่ม เจ้าหน้าที่ เสมียน พนักงาน ลูกจ้าง รวมตลอดจนถึงนักการภารโรง คนขับรถ ภายในสถาบันให้เกิดมีความ รักใคร่กลมเกลียว สามัคคีกันในหมู่เพื่อนร่วมงาน รวมทั้งด้านการเสริมสร้างขวัญ และความ รักใคร่ผูกพัน จงรักภักดี (loyalty) ต่อสถาบัน

การประชาสัมพันธ์ภายในจึงมีความสำคัญมาก การประชาสัมพันธ์ภายนอกสถาบัน จะดีไปไม่ได้ หากการประชาสัมพันธ์ภายในสถาบันยังไร้ประสิทธิภาพเพราะความสัมพันธ์ อันดีภายใน สถาบันจะมีผลสะท้อนไปกับการสร้างความสัมพันธ์ภายนอกด้วย และการสร้าง ความสัมพันธ์อันดีภายในสถาบันยังเอื้ออำนวยในการบริหารและการดำเนินงานของสถาบัน เป็นไปด้วยความราบรื่น คล่องตัวและมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการที่พนักงานลูกจ้างใน สถาบันมีความเข้าใจนโยบายและการดำเนินงานของสถาบันเป็นอย่างดีก็จะเป็นกำลัง สำคัญในการสร้างประสิทธิภาพแก่การประชาสัมพันธ์ภายนอกด้วย

สำหรับสื่อและเครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ภายในนั้น อาจใช้การติดต่อสื่อสารด้วยวาจา แบบซึ่งหน้า (Face to Face) หรืออาจใช้สิ่งพิมพ์ภายในสถาบัน (House Journal) ช่วย เช่น หนังสือเวียน จดหมายข่าวภายใน วารสารภายใน เป็นต้น

2. การประชาสัมพันธ์ภายนอก (External Public Relations) คือการสร้างความเข้าใจ และความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนภายนอกกลุ่มต่างๆ อันได้แก่ ประชาชนทั่วไปและประชาชนที่สถาบันเกี่ยวข้อง เช่น ผู้นำความคิดเห็น ผู้นำในท้องถิ่น ลูกค้า ผู้บริโภค รวมทั้งชุมชนละแวกใกล้เคียง ฯลฯ เพื่อให้กลุ่มประชาชนเหล่านี้เกิดความรู้ ความเข้าใจในตัวสถาบัน และให้ความร่วมมือแก่สถาบันด้วยดี และโดยที่การประชาสัมพันธ์ภายนอกจำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับ ประชาชนที่มีกลุ่มขนาดใหญ่หรือจำนวนมาก จึงอาจใช้เครื่องมือสื่อสารต่างๆ เข้ามาช่วยเผยแพร่กระจายข่าวสารมวลชนด้วย อันได้แก่สื่อมวลชน (mass media) เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ เป็นต้น ซึ่งปัจจุบันสถาบันต่างๆ ก็นิยมใช้เครื่องมือสื่อสารมวลชนเหล่านี้เข้าช่วยในการประชาสัมพันธ์ภายนอกอย่างแพร่หลาย

หน้าที่ของการประชาสัมพันธ์ มีดังนี้ :-

### 1. หน้าที่ด้านข่าวสาร

หมายถึงการรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นหรือสิ่งแวดล้อมทั่วไปให้บุคคลอีกฝ่ายหนึ่งรับทราบ ลักษณะของสารที่ส่งออกไป เป็นการบรรยายเหตุการณ์หรือข้อเท็จจริงแบบตรงไปตรงมา เพื่อให้ฝ่ายผู้รับสารสามารถรับทราบเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นถูกต้องตรงตามความเป็นจริง ผู้ส่งสาร พยายามละเว้นแทรกความเห็นหรือแปลความหมายลงให้เนื้อหาของข่าวสารนั้น

### 2. หน้าที่ด้านความเห็นหรือการชักจูง

ในทางตรงกันข้ามกับหน้าที่ด้านข่าวสารที่เน้นการรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างตรงไปตรงมา แต่หน้าที่ด้านความเห็นนั้นมุ่งให้คำอธิบายความหมายหรือเสนอความเห็นเกี่ยวกับเหตุการณ์ข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น เพื่อให้ผู้รับสารเปลี่ยนแปลงความเชื่อ ทศนคติ หรือพฤติกรรม การเสนอความเห็นนี้อาจเป็นไปในทำนองชักชวนให้ผู้รับสารคล้อยตามหรือเป็นเพียงการเสนอแนะให้ผู้รับสารตัดสินใจเองก็ได้ เป้าหมายสำคัญอยู่ที่การเปลี่ยนแปลงความเชื่อ ทศนคติ หรือพฤติกรรมของผู้รับสาร

### 3. หน้าที่ด้านสาระความรู้หรือการศึกษา

หน้าที่ด้านนี้คล้ายคลึงกันมากกับหน้าที่ด้านข่าวสาร เพราะต่างก็มุ่งเสนอข้อเท็จจริงหรือสาระเรื่องราวที่เป็นประโยชน์ต่อผู้รับสาร เพื่อประกอบการตัดสินใจในชีวิตประจำวัน แต่มีข้อแตกต่างตรงที่ว่า หน้าที่ด้านการศึกษานี้เน้นการสร้างบรรยากาศหรือกิจกรรมการเรียนรู้ให้เกิดขึ้นกับผู้รับสาร มิใช่เพียงแต่เสนอข่าวอย่างตรงไปตรงมาเท่านั้น

### 4. หน้าที่ด้านบันเทิง

แม้หน้าที่ทั้ง 3 ประการดังกล่าวข้างต้น จะถือเป็นหน้าที่พื้นฐานสำคัญของการสื่อสารในทุกสังคมก็ตามหน้าที่การให้บริการบันเทิงได้ทวีความสำคัญและเป็นที่ยอมรับในสังคมสมัยใหม่ หน้าที่บันเทิงนี้แตกต่างจากหน้าที่ทั้งหมดที่กล่าวมาแล้วในแง่เนื้อหาและผล ของการสื่อสาร เนื้อหาของการสื่อสาร เพื่อการบันเทิงมุ่งเน้นให้ผู้รับสารเกิดความสงสัย คลุมเครือ ตลกขบขัน หรือวาดมโนภาพไปต่าง ๆ นานา การสื่อสารประเภทนี้มุ่งเร้าความรู้ ในการรับสารและอารมณ์ของผู้รับสารเสียมากกว่าเร้าความคิดและพฤติกรรม ด้วยเหตุนี้ผลที่เกิดขึ้นกับผู้รับสารจึงมักเป็นผลระยะสั้น คือรู้สึกตลกขบขันหรือเศร้าเสียใจชั่วครั้งชั่วคราว แล้วก็หายไป ไม่ใช่ผลระยะยาวตามที่กล่าวแล้วทั้ง 4 ประการ

#### กิจกรรมการเรียนรู้ 3

3.1 สรุปปรัชญาของการประชาสัมพันธ์

3.2 บอกหน้าที่ของการประชาสัมพันธ์

1.4. ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์โรงเรียน มีหัวข้อต่าง ๆ ที่ควรจะศึกษา ดังนี้

1.4.1 ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์

1.4.2 ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์โรงเรียน

1.4.3 การประชาสัมพันธ์เป็นวิชาชีพ

1.4.4 จรรยาบรรณของนักประชาสัมพันธ์

#### 1.4.5 บัญญัติ 10 ประการของการประชาสัมพันธ์

#### 1.4.6 คำศัพท์ เฉพาะสาขาของการประชาสัมพันธ์

#### 1.4.1 ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์

องค์การ บริษัท ห้างร้าน และสมาคมต่างๆ ที่มีอยู่ในสังคมนี้ไม่มีสถาบันใดอยู่ในสังคมอย่างโดดเดี่ยวโดยไม่มีข้อเกี่ยวข้องกับใครทุกสถาบันต่างก็เป็นองค์ประกอบส่วนหนึ่งของระบบสังคม ที่การกระทำทุกอย่างจะต้องกระทบกระเทือนสังคมในทำนองเดียวกันทัศนคติและพฤติกรรมของสังคมก็จะกระทบการทำงานของสถาบันต่างๆ เหล่านั้นด้วย เพราะฉะนั้นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างสถาบันและ บริษัท ห้างร้านต่างๆ กับประชาชนที่เกี่ยวข้องจะเป็นสิ่งที่ช่วยให้ระบบสังคมเป็นระบบที่มีประสิทธิภาพที่ องค์ประกอบต่างๆ ดำเนินงานอย่างประสมประสานมีความร่วมมือที่ดีต่อกัน ทำให้การอยู่ร่วมกันในสังคมนั้นๆ เป็นไปอย่างมีระเบียบมีลักษณะเป็นการเสริมสร้างที่ยังความเจริญก้าวหน้าให้แก่กันและกัน สังคมใดที่องค์ประกอบของระบบไม่เอื้ออำนวยแก่กัน ขาดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน ความเจริญก็เกิดขึ้นได้ยาก สถาบันต่างๆ ก็ไม่อาจจะดำเนินงานของตนให้ก้าวหน้า เพราะขาดความร่วมมือและมิได้รับการสนับสนุนเท่าที่ควร

การประชาสัมพันธ์เป็นเรื่องของการสร้างภาพพจน์และภาพพจน์นี้มีความสำคัญมากกับการกระทำของมนุษย์เราทุกคน เพราะภาพพจน์จะเป็นตัวกำหนดทิศทางและความหนักแน่นของพฤติกรรมของคนเรา ภาพพจน์คือ ความรู้สึกที่เกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งประกอบไปด้วยความรู้เกี่ยวกับข้อเท็จจริงและความรู้นั้นเกี่ยวข้องกับการประเมินค่าของเราเองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เพราะฉะนั้นการสร้างภาพพจน์ที่ดีจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นจะทำให้เราได้รับความร่วมมืออย่างดีจากประชาชนและทำให้ประชาชนมีพฤติกรรมที่ดีต่อสถาบันของเรา ภาพพจน์มิใช่สิ่งที่เกิดขึ้น ได้เองแต่เป็นสิ่งที่สร้างได้ภาพพจน์ที่คนเรามีกับสิ่งต่างๆ นั้น มีทั้งที่เป็นบวกเป็นลบและสลับภาพพจน์มิใช่สิ่งที่ตายตัวเปลี่ยนแปลงไม่ได้ ตามหลักจิตวิทยาแล้วภาพพจน์เปลี่ยนแปลงได้แต่เปลี่ยนได้ยากพอๆ กับเปลี่ยนทัศนคติ

ในกรณีที่คนยังไม่รู้จักสถาบันของเรา ก็ยังมีได้ประเมินค่าสถาบันนั้น เราจึงมีหน้าที่สร้างภาพพจน์และทัศนคติให้ประชาชนมองเห็นว่าสถาบันของเราดีมีคุณค่า สมควรแก่การคบหาและเข้าไปเกี่ยวข้องด้วย สมควรที่ประชาชนจะให้ความร่วมมือและสนับสนุน

แก่การคบหาและเข้าไปเกี่ยวข้องกับค้ำย สมควรที่ประชาชนจะให้ความร่วมมือและสนับสนุน กิจกรรมต่างๆ ที่สถาบันของเราทำ ภาพพจน์ในทำนองนี้จึงเป็นภาพพจน์ในทางบวกที่ สถาบันของเราสร้างขึ้น

ในกรณีที่ประชาชนที่เกี่ยวข้องกับสถาบันของเรา มีภาพพจน์และทัศนคติบางอย่างเกี่ยวกับสถาบันของเราไม่แจ่มชัด ในกรณีเช่นนี้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์จึงมีหน้าที่ทำให้ภาพสลัวเหล่านั้นกระจ่างชัดขึ้นมาในทางดี ถ้าภาพสลัวนั้นมีแนวโน้มที่จะเป็นในทางบวก การประชาสัมพันธ์จะช่วยย้ําให้ภาพของความเป็นบวกนั้นประจักษ์ชัดขึ้นมา แต่ถ้าภาพสลัวนั้นมีแนวโน้มในทางลบ งานประชาสัมพันธ์จะต้องทำหน้าที่แก้ไข พยายามทำให้ภาพสลัวนั้นเอนเอียงไปในทางบวก งานนี้ค่อนข้างยาก เพราะธรรมชาติของคนเรามักไม่อยากจะเปลี่ยนความคิด ทัศนคติหรือภาพพจน์อะไรง่ายๆ นอกจากจะได้รับฟังเหตุผลที่ดีเพียงพอ หรือได้ประสบการณ์ด้วยตนเอง ภาพพจน์ในทางลบจึงจะค่อยๆ เปลี่ยนแปลงไปได้บ้าง โดยจัดทำกรประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับภูมิหลังหรือความคิดดั้งเดิมของกลุ่มชนที่มีภาพพจน์ในทางลบต่อสถาบันของเรา โดยไม่ทำให้เขาเหล่านั้นมองเห็นความขัดแย้งระหว่างสิ่งที่เขาเชื่อกับสิ่งที่เราเสนอมากจนเกินไป โอกาสในการเปลี่ยนแปลงภาพพจน์ ก็พอจะมีทางอยู่บ้าง

อย่างไรก็ตามเมื่อมีสถาบันทางสังคมเกิดขึ้น สมาชิกของสังคมนั้นๆ จะต้องปฏิบัติตามระเบียบแบบแผนและกฎเกณฑ์ของสถาบันสังคมที่กำหนดไว้ ทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ของมนุษย์สลับซับซ้อนมากขึ้น ดังนั้น ความสัมพันธ์ของประชาชนกับสถาบันต่าง ๆ ของสังคมจึงมีความสำคัญดังต่อไปนี้

### 1. ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ในงานราชการ

การประชาสัมพันธ์ในวงงานราชการเกิดขึ้นจากความจำเป็นสองประการคือ

1.1 ความจำเป็นที่จะต้องประสานความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มชนต่างๆ ในสังคม และระหว่างกลุ่มชนเหล่านั้นกับรัฐบาล แม้มมนุษย์จะมีความขัดแย้งกันโดยเหตุต่างๆ ตามธรรมชาติแต่การที่จะอยู่ร่วมกันได้โดยสันติเป็นปึกแผ่นเพื่อความสุขความเจริญของบ้านเมืองแล้ว ก็จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือและสมัครสมานสามัคคีกัน

1.2 รัฐบาลในประเทศประชาธิปไตยจะตั้งอยู่ได้ด้วยความนิยมและเห็นชอบของประชาชน มิใช่ด้วยอำนาจค้ำดันถ้าไม่มีการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนเข้าใจในเรื่องใดๆ ที่ประชาชนควรจะต้องทราบและเข้าใจโดยกระจ่างชัดแจ้งก็อาจจะเกิดผลเสียขึ้นได้ในภายหลัง

รัฐบาลอาจไม่มีปัญหาในการสร้างความเข้าใจ และให้ข่าวสารความรู้กับข้าราชการมากเท่ากับด้านประชาชน ซึ่งมีจำนวนหลายร้อยล้าน รัฐบาลจะปฏิบัติอย่างไรจึงจะสามารถสร้างความสัมพันธ์ให้ติดต่อกันได้อย่างใกล้ชิดสร้างความเข้าใจให้ความรู้ในกิจการบ้านเมือง ตลอดจนการหยั่งรู้ประชามติเพื่อเก็บมาเป็นข้อมูลในการกำหนดนโยบายหรือปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น รวมทั้งการเรียกร้องเสียงสนับสนุนจากประชาชน สิ่งที่จะช่วยแก้ปัญหาในภาวะดังกล่าวนี้ได้ก็คือการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เพราะการประชาสัมพันธ์จะเป็นสะพานเชื่อมระหว่างรัฐบาลกับข้าราชการ ข้าราชการกับประชาชน และรัฐบาลกับประชาชน ให้มีความใกล้ชิดและเข้าใจซึ่งกันและกันได้

## 2. ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ในด้านเศรษฐกิจ

ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ในด้านนี้ อาจแบ่งออกเป็น

2.1 ในวงการธุรกิจ ในปัจจุบันการประชาสัมพันธ์ในวงการธุรกิจมีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าการประชาสัมพันธ์ในวงราชการ เพราะถ้าพิจารณาในด้านผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจแล้ว การประชาสัมพันธ์ในวงการธุรกิจจะมีความสำคัญกว่าการประชาสัมพันธ์ในวงราชการ ทั้งนี้เพราะกิจการธุรกิจเอกชนมีการแข่งขันกัน ไม่ว่าจะเป็นด้านการผลิต การจำหน่ายสินค้าหรือการบริการ จะมีการใช้เงินเป็นจำนวนมากเพื่อการประชาสัมพันธ์ และในวงการธุรกิจขนาดใหญ่จะมีฝ่ายประชาสัมพันธ์ทำงานควบคู่กับฝ่ายโฆษณาสินค้า ฝ่ายประชาสัมพันธ์มุ่งสร้างชื่อเสียงและความเข้าใจอันดีต่อกันระหว่างหน่วยงานธุรกิจของตนกับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ เช่น ให้ทุนการศึกษาแก่นักเรียน นิสิต นักศึกษา จัดพิมพ์เอกสารความรู้ที่พิจารณาแล้วว่ามิมีประโยชน์ต่อชนส่วนใหญ่ แจกจ่ายให้เปล่า เป็นต้น

2.2 ในด้านแรงงาน ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ในด้านนี้ ถ้าพิจารณาแล้วจะเห็นว่าในธุรกิจขนาดใหญ่ที่ต้องอาศัยแรงงานจากคนจำนวนมาก ปრაกฏการณ์ที่มักเกิดขึ้นเสมอ คือ ความขัดแย้งระหว่างผู้ประกอบการผลิตกับลูกจ้าง สมัยก่อนกิจการธุรกิจมี



ขนาดเล็ก ปัญหาเรื่องความขัดแย้งมีไม่มากและไม่รุนแรง แต่ปัจจุบันการประกอบธุรกิจมีขนาดใหญ่ มีคนงานเป็นร้อยเป็นพัน จึงก่อให้เกิดปัญหาด้านแรงงานขึ้นมา 2 ประการ คือ

2.2.1 คนงานอยู่ใต้อิทธิพลนายจ้าง

2.2.2 คนงานกับนายจ้างมีความขัดแย้งกัน และฝ่ายคนงาน เป็นฝ่ายเสีย

เปรียบเสมอ

ปัญหาดังกล่าว ทำให้คนงานรวมกำลังกันต่อสู้เพื่อยกฐานะของพวกตนให้ดีขึ้น ไม่ยอมให้นายจ้างกดขี่และเอารัดเอาเปรียบ มีการจัดตั้งสหภาพแรงงานขึ้น เพื่อใช้ในการต่อสู้และเสนอข้อเรียกร้องจากนายจ้าง หากไม่ได้ตามความต้องการก็มีการนัดหยุดงาน ฝ่ายนายจ้างก็ใช้วิธีปิดงานจ้าง ซึ่งวิธีการต่าง ๆ ดังกล่าวนี้นี้ล้วนแต่นำความเสียหายมาสู่วงการธุรกิจทั้งสิ้น

ฉะนั้นการแก้ปัญหาคความขัดแย้งระหว่างนายจ้างกับลูกจ้าง นอกจากจะใช้วิธีเจรจาตกลงกันแล้วยังใช้วิธีการที่เรียกว่า แรงงานสัมพันธ์ ซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์รูปหนึ่งที่จะดำเนินการป้องกันและระงับข้อพิพาทตลอดจนสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างนายจ้างกับคนงานให้เกิดขึ้น ปัญหาคความขัดแย้งก็จะหมดไป

### 8. ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ในด้านการศึกษา

การศึกษา เป็นกระบวนการพัฒนาบุคคลในด้านร่างกายจิตใจ และคุณสมบัติ อย่างอื่นกระบวนการของการศึกษาจะเป็นแนวทางให้ได้ประสบการณ์ที่เป็นประโยชน์ต่อไป นอกจากนั้นการศึกษายังเป็นเครื่องมือสำคัญของรัฐในการสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของพลเมือง เพื่อก่อให้เกิดความมั่นคงแก่ประเทศชาติตามที่รัฐต้องการทั้งในด้านสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจและการเมือง

ฉะนั้น การให้การศึกษาจึงหมายถึงการให้ความรู้ ความเข้าใจและแนวความคิด การทำให้มนุษย์มีสติปัญญา รู้แจ้งในสรรพสิ่งทั้งหลาย เป็นการพัฒนาคนให้เป็นคนที่มีคุณภาพ การให้การศึกษาจึงไม่มีการ โน้มน้าวใจให้คนต้องเชื่อหรือเกิดความประทับใจ หรือมีความผูกพันต่อกัน ผู้ให้การศึกษาเพียงแต่ทำหน้าที่สอนและชี้แนะตามเนื้อหาวิชา ผู้รับมีหน้าที่รับ โดยเสรีภาพในการคิดตลอดจนการศึกษาค้นคว้าแสวงหาโดยตนเองให้กว้างขวางออกไปตามที่ตนปรารถนา

อนึ่งการศึกษานั้นต้องมีวิธีและระเบียบแบบแผนในอันที่จะถ่ายทอดความรู้และก็มีได้หมายถึงการถ่ายทอดความรู้ที่ปฏิบัติกันอยู่ในโรงเรียนหรือสถาบันการศึกษาอื่นใดเท่านั้น การแสวงหาความรู้โดยตนเองจากประสบการณ์ต่าง ๆ ก็นับเป็นการศึกษาทั้งสิ้น

**ด้วยเหตุนี้การประชาสัมพันธ์จึงนับเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นมากในระยะเริ่มแรกของการให้การศึกษาในระบบแก่กลุ่มเป้าหมาย เพราะจะเป็นผลต่อเนื่องจากการได้รับฟังข่าวสารในเบื้องต้นมาเป็นการชักจูงให้สนใจที่จะเรียนและคอยติดตามการเสนอความรู้นั้นๆ ถ้าเราประชาสัมพันธ์ได้ดีและประสบความสำเร็จในขั้นแรก ซึ่งก็หมายถึงการดำเนินการงานขั้นที่สองที่จะนำความรู้เสนอต่อผู้ฟังเป็นขั้นตอนจะต้องตามมา ดังนั้น การประชาสัมพันธ์เพื่อโน้มน้าวกลุ่มเป้าหมายให้เห็นความสำคัญและสนใจที่จะติดตามการเสนอความรู้นั้นต่อไป จึงต้องอาศัยสื่อบางชนิดเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ด้วย**

#### 4. ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ในด้านศาสนา

ศาสนา หมายถึงคำสั่งสอน ซึ่งเป็นความเชื่อที่แน่นแฟ้น แต่ละศาสนาจะมีคำสั่งสอนเหมือนกันหรือคล้ายคลึงกัน หรืออาจมีความแตกต่างกันในด้านรูปลักษณะและหน้าที่ทางสังคม โดยมีจุดมุ่งหมายอย่างเดียวกัน คือสอนให้เป็นคนดี ให้เข้ากับสังคม หรือให้คนมีที่ยึดเหนี่ยวทางจิตใจ ศาสนามีประโยชน์ต่อสังคมหลายประการซึ่งพอสรุปได้ดังนี้

4.1 เป็นที่พึ่งและยึดเหนี่ยวทางใจของบุคคล เช่น สอนให้ตั้งอยู่ในความไม่ประมาท ฯลฯ เป็นต้น

4.2 ให้กฎเกณฑ์แห่งศีลธรรมซึ่งช่วยให้เกิดการกระทำดี เช่น สอนให้มีความเมตตากรุณาต่อกัน ฯลฯ

4.3 ก่อให้เกิดความสงบสุขทางสังคม ด้วยการสร้างทัศนคติที่ดี จิตใจที่งดงาม มีคุณธรรมและความสุจริต ฯลฯ

4.4 ปลุกฝังค่านิยมที่ถูกต้อง เช่น ให้ยึดมั่นในสิ่งดีงามทั้งปวง ฯลฯ คุณประโยชน์ของศาสนาดังกล่าวข้างต้น จะเป็นที่เข้าใจและประพฤติปฏิบัติตามได้ ก็ต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์กระจายความเข้าใจ และแนวทางที่ดีไปสู่ประชาชนการกระทำเช่นนี้จะช่วยแก้ปัญหาสังคม ไม่ว่าจะเป็นปัญหาเกี่ยวกับยาเสพติด ปัญหาวัยรุ่น อาชญากรรม การพนัน หรือปัญหาอื่นๆ ซึ่งจะมีผลช่วยลดปัญหาสังคมลงไปได้อย่างมาก

## 5. ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ในด้านนันทนาการ หรือการพักผ่อนหย่อนใจ

มนุษย์ไม่อาจจะมีชีวิตอยู่ได้ด้วยการทำงานโดยไม่มี การพักผ่อน ไม่ว่าจะในสังคมดั้งเดิม หรือสังคมปัจจุบัน สังคมดั้งเดิมการพักผ่อนเกี่ยวพันกับศาสนา ถ้าหากมีการฉลองทางศาสนาก็จะมีการเล่น เดินรำ ร้องเพลง ฯลฯ ในปัจจุบันการพักผ่อนเปลี่ยนมาในรูปของการไปเที่ยวตามที่ต่างๆ อ่านหนังสือ ฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์ และการเล่นกีฬาชนิดต่าง ๆ เพื่อสุขภาพอนามัยที่สมบูรณ์ เป็นต้น

ฉะนั้นไม่ว่าจะเป็นการพักผ่อนในรูปแบบใด ๆ หากจะให้ประชาชนเข้าใจถึงความสำคัญของการพักผ่อนด้วยการดูหรือเล่นอย่างถูกต้องแล้ว ก็จำเป็นต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องชี้แนะ สาธิตให้ดูและเตือนให้ประชาชนรู้จักการเล่น เพื่อการพักผ่อนที่ถูกต้องและปลอดภัยต่อร่างกายและชีวิต พักผ่อนตามควรแก่สภาพของบุคคล ความรู้ความเข้าใจเหล่านี้ล้วนแต่ต้องใช้วิธีการประชาสัมพันธ์ทั้งสิ้น

### 1.4.2 ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์โรงเรียน

การดำเนินชีวิตในภาวะการณ์ปัจจุบัน เศรษฐกิจมีส่วนบังคับให้พ่อบ้านแม่บ้านจำเป็นต้องช่วยกันทำมาหากิน ชีวิตประจำวันจึงเต็มไปด้วยความเร่งรีบ ทำงานแข่งกับเวลา ไม่มีเวลาพอที่จะเอาใจใส่กับครอบครัวเท่าที่ควร ภาวะในการอบรม สั่งสอนบุตรหลานให้มีความพัฒนาทางด้านสติปัญญา ร่างกาย อารมณ์ สังคมและศีลธรรมจึงตกอยู่กับโรงเรียนแทน ทั้งสิ้น

ดังนั้นโรงเรียนในฐานะเป็นเสมือนครอบครัวที่ 2 ของบุตรหลานและเป็นส่วนหนึ่งของสังคมต้องติดต่อกับประชาชนหลายกลุ่มได้แก่ ผู้ปกครอง นักเรียน ครู อาจารย์ ข้าราชการหน่วยงานอื่น ๆ ตลอดจนประชาชนในชุมชน จึงต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์ ซึ่งหมายถึงการสร้าง ความเข้าใจอันดีระหว่างกลุ่มบุคคลใดบุคคลหนึ่งกับประชาชน ซึ่งกลุ่มบุคคลนั้นมีหน้าที่ต้องรับใช้หรือให้บริการ (ภิญโญ สาร 2516, 240) การประชาสัมพันธ์จึงเป็นเครื่องมือที่จำเป็นอย่างยิ่งของโรงเรียน ในการส่งและรับข่าวสารความคิดเห็นเผยแพร่ผลการปฏิบัติงานของโรงเรียน การสร้างมิตรสัมพันธ์ของกลุ่มต่าง ๆ ขจัดข้อขัดแย้ง โดยเฉพาะบุคลากรในโรงเรียนควรให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก (สอาด พรหมน้อย 2524, 150-156) อันจะก่อให้เกิดความรู้สึก

เข้าใจและอยากมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของโรงเรียนทำให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างครู  
ในโรงเรียน ครูกับนักเรียน ผู้ปกครองและประชาชนที่สนใจเกี่ยวกับการดำเนินงานของโรงเรียน  
ได้รับทราบข่าวคราวความเคลื่อนไหวต่าง ๆ กันอย่างทั่วถึง

การประชาสัมพันธ์โรงเรียนไม่ได้มีความหมายเพียงการโฆษณาชื่อเสียง  
และเผยแพร่ข้อเท็จจริงเท่านั้น ยังมีความสำคัญอย่างมากต่อโรงเรียน ผู้ปกครองและ  
ประชาชนทั่วไป กระทรวงศึกษาธิการจึงได้กำหนดตำแหน่งหัวหน้างานประชาสัมพันธ์ไว้  
ในหลักเกณฑ์มาตรฐานการปฏิบัติงานของข้าราชการครู สังกัดกรมสามัญศึกษา พ.ศ. 2528  
ร่วมกับหัวหน้างานอื่นๆ ด้วย “หางเสือ” นักเขียนจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐได้เขียนถึงความ  
สำคัญของงานประชาสัมพันธ์ ในคอลัมน์คัดท้ายเรือจ้าง ประจำวันที่ 7 พฤศจิกายน 2529  
ว่า การประชาสัมพันธ์นั้นเป็นของดี เพราะมีเจตนารมณ์เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่าง  
สถาบัน กับประชาชน และเป้าหมายของประชาสัมพันธ์ก็คือการพยายามของสถาบันที่จะ  
แสวงหาความสัมพันธ์และความร่วมมือจากประชาชนและการธำรงไว้ ซึ่งทัศนคติที่ดีของ  
ประชาชนต่อสถาบันเพื่อสร้างสรรค์ ความรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อถือ ความศรัทธาให้  
บังเกิดแก่ประชาชน เพื่อความยอมรับสนับสนุนและความร่วมมืออย่างดียิ่งต่อไป (หางเสือ  
ไทยรัฐ 7 พฤศจิกายน 2529, 8)

ในด้านความสำคัญต่อโรงเรียน การประชาสัมพันธ์เป็นการเสนอรายงาน  
ให้ ครูนักเรียน ผู้ปกครอง ประชาชน ทราบถึงการดำเนินงานและกิจกรรมต่างๆ เข้าใจ  
ระเบียบเหตุผล ความจำเป็นที่จะต้องมีการระเบียบ ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามและใน  
บางครั้งอาจช่วยกันแก้ปัญหาการศึกษาของนักเรียน ช่วยคลี่คลายบรรดาข้อข้องใจและสิ่ง  
จะทำให้ประชาชนมองโรงเรียนในแง่ไม่ดี ช่วยให้มีใจเข้าใจ และเห็นใจโรงเรียนมองครู  
และนักเรียนด้วยความเชื่อถือและนิยมนยกย่อง

ในด้านความสำคัญต่อผู้ปกครอง การประชาสัมพันธ์เป็นการสร้างความ  
เป็นอันหนึ่งอันเดียว และให้ความร่วมมือกัน ทั้งบ้าน โรงเรียนและชุมชน ช่วยประเมิน  
ความต้องการมีโอกาสสนองตอบความต้องการอันแท้จริงของผู้ปกครองและประชาชนใน  
ท้องถิ่นได้

ส่วนความสำคัญต่อประชาชน โรงเรียนในฐานะเป็นสังคมหน่วยหนึ่ง ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของสังคมใหญ่ มีหน้าที่ให้ความรู้ส่งเสริมพัฒนาสมาชิกที่ดี มีประสิทธิภาพ ให้กับสังคมได้รับเงินสนับสนุนจากภาษีของราษฎร และได้รับความไว้วางใจจากผู้ปกครอง ส่งบุคลากร กุลธิดาเข้ามาศึกษาหาความรู้ ดังนั้นความเคลื่อนไหว ทางการค้าเนินการจัด การศึกษาของโรงเรียน ประชาชนจึงควรมีสิทธิจะต้องทราบ จะต้องเข้าใจ การประชา สัมพันธ์จะช่วยในการสร้างชื่อเสียง เกียรติคุณ ความเชื่อถือ เลื่อมใส ความนิยม มั่นใจใน โรงเรียน สนับสนุนให้ประชาชนเห็นความสำคัญของการศึกษาและมีความรู้สึกเป็นเจ้าของ มีส่วนดูแลช่วยเหลือด้วยกำลังกาย จิตใจ แรงงานและเงิน โดยโรงเรียนเป็นศูนย์กลางการ บริการ ประชาคมทางด้านการศึกษา วัฒนธรรมและบริการ

โรงเรียนต่างๆไปมีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โดยการจัดให้มีแผนก ประชาสัมพันธ์โรงเรียน เพื่อรายงานให้ทุกคนรู้ถึงความเคลื่อนไหวของผู้บริหารและกิจ กรรมต่างๆ ของโรงเรียน ทั้งเป็นการสร้างความสัมพันธ์ในหมู่ครูด้วยกัน ระหว่างศิษย์เก่า ศิษย์ปัจจุบัน และครู ระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครอง นอกจากนี้ยังมีการตั้งสมาคมผู้ปก ครองและครู ตั้งคณะกรรมการประชาชนทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาของโรงเรียน เพื่อสร้าง ความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับชุมชน ใช้โรงเรียนเป็นสถานที่ตั้งสมาคมต่างๆ เช่น สมาคมศิษย์เก่า สมาคมเกี่ยวกับการศึกษาและครู สมาคมเกี่ยวกับกิจกรรมการสันถนาการ และบริการพิเศษต่างๆ สำหรับประชาชน มีการจัดโปรแกรมต่างๆ ของโรงเรียนทั้งในด้าน การศึกษา การอาชีพ ให้ประชาชนได้มาร่วมรับประโยชน์ โดยผ่านทางสื่อมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ เอกสารต่างๆ และอุปกรณ์โสตทัศนศึกษาของ โรงเรียน

งานประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนมักจะบรรจุอยู่ในปฏิทินงานของโรงเรียน เช่น การปฐมนิเทศครูใหม่ และผู้ปกครอง งานไหว้ครูและแจกประกาศนียบัตรแก่นักเรียนที่ สำเร็จการศึกษา งานแห่เทียนพรรษา งานถวายบังคมรัชกาลที่ 5 และ 6 งานเทศกาลต่างๆ เช่น วันเข้าพรรษา วันสุนทรภู่ วันคริสต์มาส วันปีใหม่ ก็จะมีการถ่ายภาพบันทึกเหตุการณ์ ต่างๆ ทำรายงานประจำปี วารสาร ข่าวประจำ เขียนเป็นข่าวหรือบทความส่งไปลง หนังสือพิมพ์ หรือส่งไปอ่านทางวิทยุ โทรทัศน์ บางคราวจัดบรรยายพิเศษให้ครู นักเรียน

ผู้ปกครองและประชาชนในชุมชนนั้นฟัง เพื่อระดับสติปัญญา จัดเขียนเขียนคนสำคัญ  
ต่างๆ ร่วมแสดงความคิดเห็นในโอกาสต่างๆ ตลอดจนการเยี่ยมชมครูและนักเรียนเมื่อเจ็บป่วย  
ใช้โรงเรียนเป็นสถานที่เลือกตั้งผู้แทนราษฎร สมาชิกสภาต่างๆ ตลอดจนดำเนินงานเลือก  
ตั้งตำแหน่งต่างๆ ในโรงเรียน เช่น หัวหน้านักเรียน อาจารย์ประจำ ตำแหน่งต่างๆ การ  
สำรวจประชามติความเห็นของประชาชนเกี่ยวกับโรงเรียน เป็นต้น

จะเห็นได้ว่า การประชาสัมพันธ์โรงเรียนเป็นงานที่ต้องอาศัยความพยายาม  
ทำงานอย่างจริงจังของครูและผู้บริหารการศึกษา ที่สำคัญจะต้องเป็นไปอย่างต่อเนื่องไม่ขาด  
ระยะ โดยอาศัยความร่วมมือจากผู้เกี่ยวข้องทุกๆ ฝ่าย ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์โรงเรียน แม้  
จะไม่ได้รับแต่งตั้งหรือมอบหมายอย่างเป็นทางการ ดังหนังสือเขียนในคอลัมน์เดิมถึงเรื่องนี้  
ว่า บุคลากรของสถาบันใหญ่ ที่ทำงานเกี่ยวข้องกับมวลชน ไม่ว่าจะภาระหน้าที่การงานใด  
จำเป็นต้องมีการเพิ่มอีกด้านหนึ่ง คือการเป็นนักสื่อสาร หรือ communicator สามารถแนะนำ  
ให้ข่าวสารเบื้องต้นเกี่ยวกับสถาบันของตนได้ถูกต้อง (หนังสือ ไทยรัฐ 7 พฤศจิกายน  
2529, 8)

การประชาสัมพันธ์จะได้ผลดียิ่งขึ้น ถ้าโรงเรียนยินดีรับฟังข่าวสารและข้อ  
คิดเห็นจากชุมชนแทนที่จะเป็นผู้ให้ข่าวสารแต่เพียงฝ่ายเดียวเพราะจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อ  
โรงเรียนหลายอย่าง ดังนี้

1. โรงเรียนสามารถทราบผลการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนได้ผลหรือไม่ โรงเรียนกับชุมชนต่างๆ ใจตรงกันหรือไม่
2. โรงเรียนสามารถปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนให้เหมาะสมกับเวลาและสถานการณ์
3. สถานการณ์เปิดโอกาสให้โรงเรียนทำการแก้ข่าวหรือความเข้าใจผิดเกี่ยวกับ โรงเรียน ได้ทันต่อเวลา และแก้ปัญหาได้ตรงประเด็นยิ่งขึ้น
4. โรงเรียนทราบข้อมูลต่างๆ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการประชาสัมพันธ์โรงเรียนและการพัฒนาในด้านต่างๆ ของโรงเรียนให้ดียิ่งขึ้น

### 1.4.3 การประชาสัมพันธ์เป็นวิชาชีพ

การที่จะพิจารณาว่าวิชาใดเป็นวิชาชีพ (professional) หรือไม่นั้น ศาสตราจารย์ ดร.วิจิตร ศรีสะอ้าน อดีตปลัดทบวงมหาวิทยาลัย ได้ให้เกณฑ์ของวิชาชีพชั้นสูงไว้ จึงขอเปรียบเทียบเพื่อยืนยันให้เห็นว่า การประชาสัมพันธ์เข้าเกณฑ์ได้ทุก ๆ ข้อ ดังนี้

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบเกณฑ์ของวิชาชีพชั้นสูง กับ การประชาสัมพันธ์

เกณฑ์ของวิชาชีพชั้นสูง	การประชาสัมพันธ์
1. เป็นวิชาชีพที่บริการแก่สังคมโดยไม่ซ้ำซ้อนกับสาขาวิชาอื่น	1. เป็นวิชาชีพที่บริการข่าวสารแก่ประชาชนและสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของสถาบัน (จากความหมายที่กล่าวมาแล้วข้างต้น)
2. บริการที่ให้นั้นต้องใช้วิธีการแก้ปัญหาไม่ใช่โดยสามัญสำนึก	2. การวิจัยประชาสัมพันธ์เป็นวิธีแก้ปัญหาที่ต้องศึกษาและฝึกฝนจะใช้สามัญสำนึกไม่ได้
3. เป็นวิชาชีพที่มีความอิสระในการดำเนินการที่เกี่ยวกับวิชาชีพ	3. การประชาสัมพันธ์มีเสรีภาพในการวางแผนและดำเนินงาน
4. เป็นวิชาชีพที่ผ่านการศึกษาระดับสูง เพราะถือว่าอาชีพใดก็ตาม ผู้ประกอบจะทำได้ก็ต้องเรียนมาโดยเฉพาะ	4. การประชาสัมพันธ์ได้จัดสอนในมหาวิทยาลัยตั้งแต่ระดับปริญญาตรีจนถึงระดับปริญญาเอก
5. เป็นวิชาชีพที่มีจรรยาบรรณเป็นของตนเอง	5. มีจรรยาบรรณเป็นของตนเอง (ดังจะกล่าวในตอนต่อไป)
6. เป็นวิชาชีพที่มีสถาบันของตนเองเป็นแหล่งกลางคอยสร้างสรรค์จรรยาบรรณความมั่นคง	6. มีสมาคมการประชาสัมพันธ์แห่งประเทศไทย (PRST) สมาคมการประชาสัมพันธ์แห่งสหรัฐอเมริกา (PRSA) จัดกิจกรรม เช่น จัดอบรมประชุมสัมมนา ผลิตเอกสาร วารสาร การประชาสัมพันธ์รวมทั้งการสอบรับรองมาตรฐานผู้ประกอบวิชาชีพ

ผู้ที่มีความรู้ความสามารถในวิชาชีพก็จะเรียกว่า “มีอาชีพ” ซึ่งจะตรงกันข้ามกับ “มีสมัครเล่น”

จึงเห็นได้ว่าการประชาสัมพันธ์เข้าเกณฑ์เป็นวิชาชีพแขนงหนึ่งเป็นวิชาชีพที่มีการฝึกอบรมระดับสูงถึงระดับปริญญาเอก เป็นวิชาชีพที่เป็นทั้งศาสตร์และศิลปะพร้อมกันในตัวเอง กล่าวคือ การประชาสัมพันธ์ในลักษณะที่เป็น ศาสตร์ (science) หรือ วิทยาการที่ต้องอาศัยการศึกษา วิจัย ค้นคว้าเกี่ยวกับประชาคมติ ศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์กันระหว่างกลุ่มประชาชนกับองค์กร สถาบันที่เกี่ยวข้อง สำหรับการพิจารณาการประชาสัมพันธ์ในแง่ของศิลปะนั้น หมายถึงว่าการประชาสัมพันธ์มีลักษณะของการดำเนินงานที่ต้องอาศัยความรู้ความสามารถ ประสบการณ์และทักษะของแต่ละคนในลักษณะที่เป็นศิลปะและนำมาประยุกต์ (apply) ใช้ เพราะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์จะยึดถือกฎเกณฑ์ที่ตายตัวไม่ได้ จำเป็นจะต้องใช้ความสามารถพิเศษเฉพาะตัว โน้มน้าว ชักจูง ใจให้ประชาชนยอมรับและให้ความสนับสนุนร่วมมือ กิจกรรมต่างๆ ของสังคมจึงจะดำเนินไปบรรลุจุดมุ่งหมายอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

#### 1.4.4 จรรยาบรรณของนักประชาสัมพันธ์

จรรยาบรรณ (ethics) ของนักประชาสัมพันธ์ มีสถาบัน สมาคมกำหนดขึ้นในลักษณะจรรยาบรรณแห่งอาชีพของเครื่องมือสื่อสารบางชนิด เช่น หนังสือพิมพ์ นักข่าว การประชาสัมพันธ์โรงเรียนยังไม่มีกลุ่มใดกำหนดขึ้น

อรุณ งามดี (อรุณ 2527, 48-50) กล่าวว่า มีสมาคมนักประชาสัมพันธ์ระหว่างประเทศ (International Public Relations Association หรือ IPRA) จัดประชุมทุก 3 ปี หมุนเวียนเปลี่ยนที่ประชุมกันไปตามประเทศสมาชิก

ในการประชุมที่นครเวนิซประเทศอิตาลี เมื่อเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2504 สมาคมนักประชาสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ได้มีมติยอมรับจรรยาบรรณ 6 ประการของนักประชาสัมพันธ์ดังต่อไปนี้

1. นักประชาสัมพันธ์ต้องมีจิตใจสูงและปฏิบัติตามจรรยาบรรณของสมาคมนักประชาสัมพันธ์ระหว่างประเทศ
2. ในการปฏิบัติต่อผู้บริหารของบริษัทและลูกค้าในกรณีที่เป็นที่ปรึกษาจะต้องทำไปอย่างยุติธรรมและต้องรักษาความลับของผู้ที่เกี่ยวข้องด้วย



3. สมาชิกของสมาคมจะต้องไม่รับค่าบริการในการแก้ปัญหาการประชาสัมพันธ์ถ้าหากลูกค้าไม่พอใจเมื่องานเสร็จสิ้นแล้ว

4. สมาชิกของสมาคมจะปฏิบัติหน้าที่โดยคำนึงถึงประโยชน์ของประชาชน และไม่ล่วงละเมิดสิทธิส่วนบุคคล

5. สมาชิกจะไม่ให้ข่าวโดยบิดเบือนข้อเท็จจริง หรือใช้ช่องทางในการสื่อสารไปสู่ประชาชนโดยไม่บริสุทธิ์ใจ

6. สมาชิกจะไม่ทำอะไรให้เป็นที่เสื่อมเสียต่ออาชีพการประชาสัมพันธ์หรือชื่อเสียงของเพื่อนร่วมงานโดยตั้งใจ และจะช่วยกันคัดเตือนให้มีการปฏิบัติตามจรรยาบรรณของสมาคมด้วย

สมาคมการประชาสัมพันธ์แห่งอเมริกา (Public Relations Society of America หรือ PRSA) ซึ่งมีสมาชิกหลายพันคนทั้งที่อยู่ในสหรัฐอเมริกาและนอกประเทศได้ตระหนักถึงความจำเป็นที่จะต้องรักษามาตรฐานของอาชีพการประชาสัมพันธ์ จึงได้กำหนดจรรยาบรรณแห่งอาชีพไว้ดังนี้

สมาชิกของสมาคมนักประชาสัมพันธ์แห่งอเมริกายอมรับและประกาศให้ทราบทั่วกันว่า อาชีพการประชาสัมพันธ์ไม่ว่าจะเป็นการกระทำเพื่อลูกค้าหรือผู้บริหารของบริษัทซึ่งเป็นนายจ้างก็ตาม มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันดีและความร่วมมือระหว่างกันในการปฏิบัติหน้าที่ประชาสัมพันธ์ จึงขอปฏิญาณว่า

1. สมาชิกฯ จะปฏิบัติหน้าที่ต่อนายจ้าง ลูกค้า และ ประชาชนทั่วไปอย่างยุติธรรม

2. สมาชิกฯ จะปฏิบัติหน้าที่ไม่ให้ขัดต่อสวัสดิภาพของสังคม

3. สมาชิกฯ จะยึดหลัก ความถูกต้อง เป็นจริงและรสนิยมดีในการปฏิบัติหน้าที่

4. สมาชิกฯ จะไม่เข้าไปยุ่งเกี่ยวกับปัญหาข้อขัดแย้ง โดยที่ฝ่ายเกี่ยวข้องไม่เห็น

ขอไปด้วย

5. สมาชิกฯ จะรักษาความลับของฝ่ายบริหารหรือลูกค้า และจะไม่รับงานประชาสัมพันธ์ใหม่ที่อาจจะทำให้ต้องเปิดเผยความลับของฝ่ายบริหารและลูกค้าคนก่อน

6. สมาชิกฯ จะไม่เข้าไปเกี่ยวข้องกับกรกระทำซึ่งจะทำให้ช่องทางการติดต่อสื่อสาร ของประชาชนต้องถูกแทรกแซงรบกวน

7. สมาชิกฯ จะระวังไม่เผยแพร่ข่าวสารที่เป็นเท็จ คลาดเคลื่อนต่อความเป็นจริง
8. สมาชิกฯ จะไม่รับใช้องค์การใดที่ประกาศนโยบายอย่างหนึ่ง แต่ความจริงดำเนินธุรกิจเพื่อประโยชน์ที่ไม่ได้เปิดเผยอีกอย่างหนึ่ง
9. สมาชิกฯ จะไม่ทำให้อาชีพการประชาสัมพันธ์หรือธุรกิจของสมาชิกอื่นต้องเสียหาย ด้วยความตั้งใจ และถ้าหากปรากฏว่า สมาชิกผู้ใดไม่ปฏิบัติตามจรรยาบรรณฝ่าฝืนกฎหมายหรือเอาเปรียบผู้อื่น ก็ให้แจ้งให้เจ้าหน้าที่ ของสมาคมฯ ผู้รับผิดชอบทราบ
10. สมาชิกฯ จะไม่ใช้วิธีที่จะทำให้ นายจ้างหรือลูกค้า ธุรกิจ บริการหรือผลิตภัณฑ์ของนายจ้างหรือลูกค้าต้องเสียชื่อเสียง
11. สมาชิกฯ จะไม่รับค่าบริการหรือรางวัลตอบแทนจากผู้อื่น โดยนายจ้างหรือลูกค้าที่เกี่ยวข้องไม่เห็นชอบหรือรับรู้ด้วย
12. สมาชิกฯ จะต้องไม่เสนอข้อตกลงกับลูกค้าว่าจะคิดค่าบริการตามอัตราส่วน ถ้าหากว่างานบริการด้านประชาสัมพันธ์นั้น ไม่ประสบผลสำเร็จทั้งหมด
13. สมาชิกฯ จะไม่ก้าวก่ายการตกลงว่าจ้างระหว่างลูกค้ากับสมาชิกอื่น นอกจากจะได้อธิบายให้แต่ละฝ่ายต้องเสียผลประโยชน์กันแล้ว
14. สมาชิกฯ จะต้องบอกเลิกการตกลงว่าจ้างกับองค์การหรือหน่วยงานที่เชื่อว่าจะทำให้สมาชิกต้องกระทำผิดจรรยาบรรณของสมาคมฯ
15. สมาชิกฯ จะต้องไปปรากฏตัวเพื่อเป็นพยานในการพิจารณาเกี่ยวกับการบังคับตามจรรยาบรรณ ถ้าหากไม่ไปปรากฏและไม่มีเหตุผลเพียงพอที่จะต้องถูกตั้งกรรมการสอบสวนพิจารณาความผิดด้วย
16. สมาชิกฯ จะต้องร่วมมือกับสมาชิกอื่นเพื่อรักษาไว้ซึ่งจรรยาบรรณและการปฏิบัติตามจรรยาบรรณของสมาคมด้วย

ชม ภูมิภาค (ชม 2526, 7-8) ได้กล่าวถึงสถาบันการประชาสัมพันธ์แห่งสหราชอาณาจักร (The British Institute of Public Relations) ในประเทศอังกฤษ ได้กำหนดจรรยาบรรณแห่งอาชีพไว้ดังนี้

1. สมาชิกต้องปฏิบัติกิจกรรมวิชาชีพด้วยการเคารพต่อประโยชน์ของสาธารณชน

2. สมาชิกต้องปฏิบัติกรต่างๆ ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ยุติธรรมต่อลูกความต่อสมาชิกและต่อสาธารณชนทั่วไป

3. สมาชิกจะต้องไม่จงใจเสนอเรื่องราวหรือข่าวสารที่ผิดความจริงหรืออันจะก่อให้เกิดความเข้าใจผิด มีหน้าที่จะต้องรักษาความจริง ความถูกต้อง และระสนิยมที่ดี

4. สมาชิกต้องไม่ดำเนินการในทางที่จะทำให้ลายชื่อเสียงของสายการสื่อสารสาธารณะ

5. สมาชิกจะต้องไม่ให้บริการแก่สถาบันที่ไม่เปิดเผยการดำเนินการอันแท้จริง

6. สมาชิกต้องรักษาความลับของลูกความ

7. สมาชิกต้องไม่เสนอการขัดแย้งจนกว่าจะได้รับความยินยอมจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

8. สมาชิกจะต้องไม่รับค่าบริการในเรื่องเดียวกันที่จัดการอยู่กับอีกฝ่ายหนึ่งยกเว้นจะได้รับความยินยอมจากผู้จ้าง

9. สมาชิกจะต้องไม่กระทำการอันไม่เป็นการยุติธรรม

10. สมาชิกจะต้องไม่มีการตกลงรับค่าบริการในรูปแบบผลงานเป็นตอน ๆ

11. สมาชิกจะต้องไม่จงใจทำลายชื่อเสียงสมาชิกอื่น

12. สมาชิกต้องไม่ปฏิบัติการฝ่าฝืนมติของกรรมการอันได้พิจารณาแล้วว่าขัดกับ

วัตถุประสงค์ของสถาบัน

13. สมาชิกต้องไม่แย่งงานสมาชิกอื่น

14. สมาชิกต้องร่วมมือกันปฏิบัติตามจรรยาบรรณ

วิรัช ลภีรัตนกุล (วิรัช 2529, 472-474) ได้กล่าวถึงจรรยาบรรณของหนังสือพิมพ์และสมาคมนักข่าวแห่งประเทศไทยไว้ดังนี้

## **จรรยาบรรณหนังสือพิมพ์**

### **โดยบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั่วราชอาณาจักร**

เพื่อให้สถาบันหนังสือพิมพ์เป็นที่เชื่อถือของประชาชน จึงเห็นสมควรกำหนดจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์ขึ้นมาดังต่อไปนี้

1. การส่งเสริมและรักษาไว้ซึ่งเสรีภาพของหนังสือพิมพ์ เป็นภารกิจอันมีความสำคัญเหนืออื่นใดสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์
2. การเสนอข่าว ภาพหรือการแสดงความคิดเห็นต้องเป็น ไปด้วยความสุภาพสุจริต ปราศจากความมุ่งหวังในประโยชน์ส่วนตนหรืออามิสสินจ้างใด ๆ
3. การเสนอข่าวต้องเสนอแต่ความจริง พึงละเว้นการต่อเติมเสริมแต่งหากปรากฏว่าข่าวใด ๆ ไม่ตรงต่อความจริง ต้องรีบแก้ไขโดยเร็ว
4. การที่จะให้ได้ข่าว ภาพ หรือข้อมูลอย่างใด ๆ มาเป็นของตนต้องใช้วิธีการที่สุภาพและซื่อสัตย์
5. ต้องเคารพต่อความไว้วางใจที่ได้รับมอบหมายจากการปฏิบัติหน้าที่ในวิชาชีพของตน
6. ต้องปฏิบัติหน้าที่ของตนโดยถือเอาสาธารณประโยชน์เป็นสำคัญ ไม่ใช่ตำแหน่งหน้าที่ แสวงหาประโยชน์ส่วนตน หรือหุ่กณะโดยมิชอบ
7. ต้องไม่กระทำการใดๆ อันเป็นการบั่นทอนเกียรติคุณของวิชาชีพหรือความสามัคคีของเพื่อนร่วมวิชาชีพ

ประกาศ ณ วันที่ 21 สิงหาคม พ.ศ. 2519