

ปัญหาและความสำคัญของปัญหา

"มนุษย์ในทุกส่วนของโลกมักจะอยู่ร่วมกันเป็นชุมชน และกิจกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์จะได้รับการกำหนดโดยวัฒนธรรมของการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมของมนุษย์" การที่มนุษย์มาอยู่ร่วมกันทำให้มนุษย์ต้องมีการปรับตัวเองให้เข้ากับสังคม ในปัจจุบันนี้จะพบว่าสังคมมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ทำให้สถาบันต่าง ๆ มีความยุ่งยากสลับซับซ้อนมากขึ้นเกิดแรงผลักดันให้เกิดความห่างเหินระหว่างบุคคล ภายในสังคมและสถาบันของสังคม"^๒ ความเข้าใจกันและเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่จะทำให้สังคมดำรงอยู่ได้ ซึ่งงานประชาสัมพันธ์ย่อมมีบทบาทต่อสังคมมาก ในปัจจุบันนี้การประชาสัมพันธ์ได้เข้าไปมีบทบาทสำคัญ ทั้งในหน่วยงานรัฐบาลและหน่วยงาน ของเอกชนมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งหน่วยงานที่มีการติดต่อกับบุคคลเป็นจำนวนมาก จึงมีความจำเป็นที่จะต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์เป็นตัวเชื่อมให้ทั้งสองฝ่ายมีความเข้าใจ ซึ่งกันและกัน ตำรวจก็เป็นหน่วยงานหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับประชาชนทุกวงการอาชีพจะต้อง สนใจเกี่ยวกับงานด้านประชาสัมพันธ์เพื่อที่จะก่อให้เกิดความเข้าใจอันดีและมีความสัมพันธ์ อันดี กับประชาชนสร้างภาพพจน์ที่ดีต่อประชาชน ทั้งนี้เพื่อต้องการ การสนับสนุนและความร่วมมือจากประชาชน

การปรับปรุงงานบริการของตำรวจและการสร้างภาพพจน์ของตำรวจนั้น ไม่อาจที่จะทำสำเร็จได้ภายในวันเดียว จะต้องดำเนินการให้ต่อเนื่องกันไป ในปัจจุบัน สถาบันตำรวจมีความสำคัญมากเพราะมีความเกี่ยวข้องกับประชาชนโดยตรง หากขาด การประชาสัมพันธ์ที่ดีแล้ว จะทำให้ประชาชนมองตำรวจในภาพพจน์ที่ไม่ดีได้ หากตำรวจ ได้รับการสนับสนุนจากประชาชนและมีเทคนิคที่จะทำให้ประชาชนนิยมได้ ประชาชนก็ยอม เป็นมิตรกับตำรวจ

ความสัมพันธ์ของตำรวจกับประชาชน ก่อให้เกิดการสนับสนุนและการให้ความร่วมมือซึ่งกันและกัน ซึ่งเป็นผลมาจากการสร้างทัศนคติที่ดีต่อกัน แต่ละฝ่ายจะต้อง มีทัศนคติที่ดีถูกต้องตรงกับทัศนคติของตำรวจ นั่นก็คือการให้ความสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์สื่อในการติดต่อขอเป็นสิ่งที่สำคัญ สื่อสำคัญในการติดต่อคือ

^๑ กรรณิกา อักษรกุล วัฒนธรรมและบุคคลิกภาพ, (กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง ๒๕๒๑) น.๘

^๒ John E. Marston, The Nature of Public Relation (New York: Mc Graw-Hill Company, Inc., ๑๙๖๓) p. ๓๖

คือการบอกเล่าต่อ ๆ กันไป จากคนหนึ่งไปสู่อีกคนหนึ่ง ในสังคมชนบทย่อมเป็นปัญหา
 มากเพราะสื่อมวลชน ไม่อาจจะแพร่เขาไปถึงใดทุกแห่ง นอกจากนั้น ปัญหาของการ
 ติดต่อระหว่างข้าราชการตำรวจกับประชาชน เป็นอุปสรรคสำคัญในการประชาสัมพันธ์
 การประชาสัมพันธ์จึงเป็นสิ่งจำเป็นมากเพื่อให้เกิดความสัมพันธและความเข้าใจ
 อันดีระหว่างตำรวจกับประชาชน ทั้งนี้ย่อมขึ้นอยู่กับบุคลิกนิสัยของตำรวจให้ความสนใจ
 แค่นั้นเพียงใด สารวัตรใหญ่หรือสารวัตรตามท้องที่ต่าง ๆ ย่อมมีบทบาทในการ
 ประชาสัมพันธ์มาก เพราะมีความเกี่ยวพันโดยตรงและใกล้ชิดกับประชาชนมากที่สุด

วัตถุประสงค์

ในการวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้คือ.-

๑. เพื่อศึกษาว่ากรมตำรวจให้ความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์หรือไม่
เพียงใด
๒. เพื่อที่จะทราบถึงการนำเอาหลักการประชาสัมพันธ์ไปใช้ในการบริหาร
งานของตำรวจแค่นั้นเพียงใด
๓. เพื่อที่จะกระตุกจูงใจให้มีการใช้หลักการประชาสัมพันธ์ในการปฏิบัติ
งานมากขึ้น
๔. เพื่อที่จะทราบว่า การใช้หลักการประชาสัมพันธ์ในการปฏิบัติงานนั้น
ทำให้งานของตำรวจได้ผลดีขึ้นหรือไม่เพียงใด

สมมติฐานในการศึกษา

เนื่องจากการศึกษาทางด้านการประชาสัมพันธ์ของตำรวจไทยมีอยู่น้อยมาก
 โดยเฉพาะการศึกษาในลักษณะของงานวิจัย ผู้ศึกษาได้ตั้งสมมติฐานกว้าง ๆ ไว ๒ ข้อ
 ควบกันคือ.-

สมมติฐานที่ ๑ "เจ้าหน้าที่ตำรวจส่วนใหญ่ได้ตระหนักถึงความสำคัญ
 ของงานประชาสัมพันธ์ และได้ใช้หลักการประชาสัมพันธ์เพื่อการเข้าถึงประชาชน"

ที่ตั้งข้อสมมติฐานเช่นนี้ เนื่องจากว่า งานในหน้าที่ตำรวจเป็นงานที่จะต้อง
 ติดต่อและบริการประชาชนอยู่เสมอ ความร่วมมือจากประชาชนมีความสำคัญต่อการ
 ปฏิบัติหน้าที่ของตำรวจ ตำรวจจึงต้องเข้าถึงประชาชนโดยใช้หลักการประชาสัมพันธ์

สมมติฐานที่ ๒ "การใช้หลักการประชาสัมพันธ์จะทำให้ข้าราชการตำรวจ
 เข้าถึงประชาชนได้ดียิ่งขึ้น"

เมื่อเจ้าหน้าที่ตำรวจใช้หลักการประชาสัมพันธ์แล้ว ประชาชนน่าจะมีความ
 เข้าใจตำรวจดีขึ้น และจะทำให้ตำรวจเข้าถึงประชาชนได้ดียิ่งขึ้น

ขอบเขตในการศึกษา ผู้ศึกษาได้กำหนดขอบเขตที่จะทำการศึกษาได้ดังนี้คือ

๑. ทำการศึกษาถึงการประชาสัมพันธ์เฉพาะของกรมตำรวจ ในหน้าที่ของตำรวจ ทั้งในแง่ของทฤษฎี นโยบาย และการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ของกรมตำรวจ

๒. ศึกษาเฉพาะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของตำรวจภูธร ๓ ภาค เท่านั้น คือภาคเหนือ ภาคกลาง และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

วิธีการศึกษา

ในการศึกษาเรื่องนี้มีวิธีการศึกษาดังนี้คือ.-

๑. ศึกษาจากเอกสารคำบรรยายและระเบียบคำสั่งต่าง ๆ ของทางราชการ (Documentary Research) และทำการศึกษาจากข้อมูลและเอกสารของกองกำกับการ ๒ สำนักงานเลขาธิการ กรมตำรวจ

๒. การวิจัยสนาม (Field Research) โดยใช้วิธีส่งแบบสอบถามไปยังข้าราชการตำรวจ กำนัน ผู้ใหญ่บ้านและครูประจำตำบล เพื่อทราบข้อมูลในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของตำรวจที่ทำการศึกษา ทั้งนี้ได้ทำการทดสอบล่วงหน้า (Pretest) ก่อนที่จะให้ ตัวอย่างกรอกข้อมูลในแบบสอบถาม

๓. การสัมภาษณ์ (Interview) โดยใช้วิธีสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ของตำรวจเพื่อทราบปัญหาข้อขัดข้อง

ระเบียบวิธีวิเคราะห์การศึกษ

ในการศึกษาถึงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของตำรวจจะทำการพิจารณาข้อมูล ทั้งที่สอดคล้องและขัดแย้งซึ่งกันและกันด้วยเหตุผล วิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ด้วยหลักวิชาและวิจารณ์อย่างเป็นกลาง โดยหาหลักเกณฑ์ตัดสิน (Judgement Criteria) อย่างเที่ยงธรรม เพื่อให้ได้ข้อเท็จจริงที่จะนำไปใช้ประโยชน์ต่อทางราชการและงานศึกษาทั่วไป ซึ่งระเบียบวิธีการศึกษาค้างนี้ได้ดำเนินการดังต่อไปนี้

๑. ประชากร ในการศึกษาค้างนี้ทำการศึกษาจากข้าราชการตำรวจ กำนัน ผู้ใหญ่บ้านและครูประจำตำบล โดยแยกแบบสอบถามออกเป็น ๒ ชุด ชุดแรกเป็นแบบสอบถามข้าราชการตำรวจ ชุดที่ ๒ เป็นแบบสอบถาม กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และครูประจำตำบล การที่เลือกศึกษาประชากรในชุดที่ ๒ ดังกล่าวก็เพราะว่าบุคคลดังกล่าว

มีความใกล้ชิดและเกี่ยวข้องกับประชาชนในท้องถิ่นและมีอิทธิพลในเรื่องความคิดเห็นต่อประชาชนในท้องถิ่น

วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา ทำการศึกษาเฉพาะส่วนภูมิภาค ๓ ภาค คือ ภาคเหนือ ภาคกลาง และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แล้วทำการสุ่มตัวอย่างเฉพาะสถานีตำรวจภูธร ชั้นที่ ๑ * โดยวิธี Random Sampling ที่ทำการศึกษาเฉพาะสถานีตำรวจชั้นที่ ๑ ดังกล่าว เพราะเป็นพื้นฐานสำคัญขั้นต้น ผลการสุ่มตัวอย่างได้ตัวอย่างที่จะทำการศึกษา ๓ อำเภอ คือ อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา และอำเภอเมือง จังหวัดน่าน ปรากฏรายละเอียดในตารางที่ ๑ และ ตารางที่ ๒

ตารางที่ ๑

ตารางแสดงจำนวนของข้าราชการตำรวจที่ลงแบบสอบถาม
เมื่อ พ.ศ. ๒๕๒๓

อำเภอ	ส่งไปทั้งหมด(ชุด)	ส่งกลับ(ชุด)	ส่งกลับมาคิดเป็นร้อยละ
พระนครศรีอยุธยา	๑๘๐	๑๕๖	๘๖.๖๗
เมือง จ.นครราชสีมา	๑๘๐	๑๒๐	๖๖.๖๗
เมือง จ.น่าน	๑๒๐	๑๑๑	๙๒.๕๐
รวม	๔๘๐	๓๘๗	๘๐.๖๗

* จัดขึ้นโดยคำสั่งกรมตำรวจที่ ๐๕๒๒/๓๒๙๙ ลงวันที่ ๑๘ ตุลาคม ๒๕๑๙ เรื่อง การจัดลำดับชั้นของสถานีตำรวจ และกองกำกับการทั่วประเทศ ชั้นที่ ๑ เป็นสถานีตำรวจที่มีระดับคดีอาญาและความเจริญของท้องถิ่นมากที่สุด

ตารางที่ ๒

ตารางแสดงจำนวน กำนัน ผู้ใหญ่บ้านและครูประชาบาลที่ส่งแบบสอบถาม
เมื่อ พ.ศ. ๒๕๒๓

อำเภอ	ส่งไปทั้งหมด(ชุด)	ส่งกลับ(ชุด)	ส่งกลับมาก็คิดเป็นร้อยละ
พระนครศรีอยุธยา	๒๐๐	๑๗๑	๘๕.๕๐
เมือง จ.นครราชสีมา	๒๐๐	๑๗๖	๘๘.๐๐
เมือง จ.น่าน	๑๕๐	๑๒๗	๘๔.๖๗
รวม	๕๕๐	๔๗๔	๘๖.๑๘

๒. การวิเคราะห์ข้อมูล ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตรวจสอบสมมติฐาน
ที่ได้ตั้งไว้ข้างต้นนั้นได้ทำการวิเคราะห์ดังนี้

ก. ข้อมูลต่าง ๆ ใ้วิธีคิดเป็นร้อยละ (Percent) เป็นหลักเพื่อ
สะดวกแก่การเปรียบเทียบและวิเคราะห์ข้อมูลนั้น ๆ โดยแยกศึกษาเป็นตารางเพื่อ
เห็นการเปรียบเทียบได้ชัดเจน

ข. ในการพิสูจน์สมมติฐานใช้หลักเปอร์เซ็นต์ไทล์ (Percentile)
โดยคิดเป็นจำนวนร้อยละ แล้วจึงทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบในการพิสูจน์สมมติฐาน
ต่อไป

นอกจากนี้ในการหาความสัมพันธ์ทำการวิเคราะห์โดยใช้หลักไค-สแควร์
(Chi-Square) หาค่าของระดับความสัมพันธ์ ซึ่งมีสูตรดังนี้.-

$$X^2 = \frac{(O - E)^2}{E}$$

เมื่อ $X^2 = \text{Chi - Square}$

$$E = \frac{CT. RT}{GT}$$

- เมื่อ
- O = คะแนนจริงในตาราง
 - E = ค่าคาดคะเน
 - CT = ผลรวมในแนวนิ่ง ที่ต้องการหาค่าคาดคะเน
 - RT = ผลรวมในแนวอน ที่ต้องการหาค่าคาดคะเน
 - GT = ผลรวมทั้งหมด

๓. วิธีการเก็บข้อมูลในการวิจัย ใช้วิธีสังเกตแบบสอบถามไปยังสารวัตรใหญ่หรือสารวัตร และขอความร่วมมือจากทางอำเภอให้ช่วยส่งข้อมูลไปยังข้าราชการตำรวจในท้องที่ กำหนด ผู้ใหญ่บ้าน และครูประจำตำบล อธิบายการกรอกแบบสอบถาม โดยผู้ศึกษาได้ไปประสานงานด้วยตนเอง ทำให้แบบสอบถามมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากทุกท้องที่ที่ทำการวิจัย แล้วให้เจ้าหน้าที่ตั้งกลารรวบรวมส่งกลับคืน

๔. ลักษณะคำถามในแบบสอบถาม ในการออกแบบสอบถามผู้ศึกษาได้แบ่งเป็นข้อมูลส่วนตัวและข้อมูลเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ในหน้าที่ตำรวจ ตอนท้ายได้ให้ผู้กรอกแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็น (คุณนก น) ซึ่งได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี โดยเฉพาะครูประจำตำบลในท้องที่ได้แสดงความคิดเห็นโดยอิสระ

๕. การสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน ทำการสัมภาษณ์เฉพาะหัวหน้าส่วนบางคนและผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ในหน้าที่ตำรวจโดยตรง ซึ่งได้แสดงความคิดเห็น และขอเสนอแนะในการปรับปรุงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในหน้าที่ตำรวจเป็นอย่างดี และมีประโยชน์ต่อการบริหารงานของตำรวจมาก

๖. การศึกษาจากตำราและเอกสารวิชาการ ส่วนใหญ่อ้างอิงตำราและคำบรรยายจากต่างประเทศ และคำบรรยายของผู้ประสภารณ์ในด้านการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งเอกสารทางราชการได้แก่กฎหมาย ระเบียบข้อบังคับ คำสั่ง นโยบาย และแผนการปฏิบัติงาน เอกสารวิจัย ทางราชการ

การเสนอเรื่อง

การศึกษาวิทยานิพนธ์ในเรื่องนี้ ได้วางเค้าโครงเรื่องแต่ละบทไว้ดังนี้ -
บทที่ ๑ จะได้ศึกษาถึง ปัญหาและความสำคัญของปัญหา วัตถุประสงค์และขอบเขตของการศึกษา วิธีการศึกษา สมมติฐานในการศึกษา วิธีการศึกษา ระเบียบวิธีว่าด้วยการศึกษา การเสนอเรื่อง ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา และนิยามศัพท์ของคำบางคำ

บทที่ ๒ จะได้ศึกษาถึงวิวัฒนาการและแนวความคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ โดยจะกล่าวถึงวิวัฒนาการของการประชาสัมพันธ์ ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ หลักการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ลักษณะของงานประชาสัมพันธ์ การติดต่อสื่อสารและสื่อในการประชาสัมพันธ์ และประชาคมติ

บทที่ ๓ จะได้ทำการศึกษาดังแนวความคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ ในหน้าที่ตำรวจ โดยจะไดกล่าวถึงบทบาทของการประชาสัมพันธ์ของตำรวจ วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ในหน้าที่ตำรวจ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในหน้าที่ตำรวจ ทัศนคติของตำรวจ และทัศนคติของประชาชน ความสัมพันธ์ระหว่างตำรวจกับสื่อมวลชน

บทที่ ๔ จะได้ทำการศึกษาดังการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของกรมตำรวจไทย โดยศึกษาดัง ประวัติการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของกรมตำรวจ ขอบเขตการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ กรมตำรวจในปัจจุบัน การฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ตำรวจ หลักสูตรการประชาสัมพันธ์ และแผนงานโครงการประชาสัมพันธ์ของกรมตำรวจ

บทที่ ๕ จะได้ทำการศึกษาดังการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในหน่วยงานตำรวจ โดยจะศึกษาดังทัศนคติของข้าราชการตำรวจเกี่ยวกับเรื่องการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ทัศนคติของกำนัน ผู้ใหญ่บ้านและครูประชาบาลเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของตำรวจ

บทที่ ๖ จะได้ทำการวิเคราะห์และศึกษาดังการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของตำรวจ โดยวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของประชากรที่ทำการศึกษา การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของตำรวจ และการทดสอบสมมติฐาน

บทที่ ๗ เป็นบทสรุปที่ชี้ให้เห็นปัญหาของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในหน้าที่ตำรวจ พร้อมทั้งเสนอความคิดเห็นและจบลงด้วยขอเสนอแนะ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

๑. ทราบถึงประวัติและความเป็นมาของการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งแนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

๒. ทราบถึงการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ในหน้าที่ตำรวจว่ามี การดำเนินการประชาสัมพันธ์แค่ไหนเพียงใด และกรมตำรวจให้ความสนใจในเรื่องนี้แค่ไหนเพียงใด

๓. ทราบถึงวิธีการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ของตำรวจว่าควรจะใช้สื่อแบบใดจึงจะเหมาะสมและเข้ากับสถานการณ์ปัจจุบัน
๔. ทราบถึงการปรับปรุง แก้ไขปัญหาข้อขัดข้อง รวมทั้งขอเสนอแนะเพื่อเป็นประโยชน์ต่อกรมตำรวจ วงการราชการ และวงการศึกษากันทั่วไป
๕. ทราบถึงความสำคัญในการอบรมเจ้าหน้าที่ให้มีความรู้ในเรื่องการประชาสัมพันธ์
๖. มีประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานของตำรวจโดยทั่วไป

นิยามศัพท์

๑. การประชาสัมพันธ์ (Public Relations)

การประชาสัมพันธ์ เป็นวิชาการสมัยใหม่และยังไม่มีผู้ให้คำนิยามได้อย่างถูกต้องสมบูรณ์นักประชาสัมพันธ์ แต่ละคนก็ให้ความหมายแตกต่างกันออกไป จึงจำเป็นต้องศึกษาถ้อยคำของผู้เชี่ยวชาญในงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีผู้กล่าวไว้หลายท่านด้วยกัน ดังนี้.-

เอ็ดเวิร์ด แอล เบอ์เนย์ (Edward L. Bernays) คนสำคัญในวงการประชาสัมพันธ์ แห่งสหรัฐอเมริกา ได้กล่าวว่

การประชาสัมพันธ์มีความหมาย ๓ ประการ คือ เป็นการติดต่อเผยแพร่ข่าวสารแก่ประชาชนทั้งหลายเพื่อทราบเรื่องราวต่าง ๆ อย่างหนึ่ง กับเป็นเครื่องมือเชิญชวนประชาชนให้สนับสนุนการดำเนินงานด้วยการสร้างความคิดเห็นคล้อยตามกันทั้งสองฝ่าย ในประการสุดท้ายหมายถึงการดำเนินการปรับแนวทางความคิดระหว่างองค์การกับประชาชนให้สอดคล้องในทิศทางเดียวกัน เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องต่อกัน^๓

สก็อตทราจารย์ สก็อตต์ เอ็ม คัตลิป (Scott. M.Cutlip) แห่งมหาวิทยาลัยมลรัฐวิสคอนซิน ได้กล่าวไว้ว่า

การประชาสัมพันธ์คือการติดต่อชักนำเผยแพร่ข่าวสารนโยบายของหน่วยงานไปยังประชาชนที่มีความสัมพันธ์ สัมพันธ์กันเพื่อเป็นแนวทางของหน่วยงานที่จะตรวจสอบความคิดเห็น ความรู้ ความต้องการของประชาชน ด้วยกันสนับสนุนอย่างจริงจังที่จะสร้างสรรค์ผลประโยชน์ร่วมกัน และจะช่วยให้สถาบันมีการปรับตัวเองให้ประสานกลมกลืนกับประชาคมได้^๔

^๓ Edward L. Bernays, Public Relations, (Norman: University of Oklahoma Press, ๑๙๕๒) p. ๓

^๔ Scott M. Cutlip and Allen H. Center, Effective Public Relations, ๕th edition, (Prentice-Hall Inc, New Jersey, ๑๙๖๔) p. ๔

สถาบันการประชาสัมพันธ์แห่งประเทศไทย (The Institute of Public Relations) ซึ่งเป็นสมาคมแห่งเดียวในประเทศไทย ได้ให้นิยามความหมายของการประชาสัมพันธ์ ในแง่การปฏิบัติไว้ว่า "คือการจัดทำอย่างสุ่มรอบคอบและอย่างมีแผน ตลอดจนควยความอดทนอย่างไม่ลดละ เพื่อที่จะสร้างและรักษาไว้ซึ่งความเข้าใจอันดีซึ่งกันและกัน ระหว่างสถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง"^๕

สมาคมการประชาสัมพันธ์แห่งสหรัฐอเมริกา (The Public Relation Society of America) ได้นิยามคำจำกัดความของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า

การประชาสัมพันธ์ คือการดำเนินงานของโรงงาน สหภาพ บริษัท ธุรกิจ วิชาชีพ รัฐบาลและสถาบันอื่นใดในอันที่จะสร้าง หรือยังให้เกิดความสัมพันธ์ในเชิงก่อให้เกิดประโยชน์และเกิดปกติสุขกับกลุ่มประชาชนต่าง ๆ เช่น ลูกค้า พนักงาน ผู้ถือหุ้น ประชาชนโดยทั่วไป โดยการปรับปรุงตนเองของสถาบันให้เข้ากับสภาพแวดล้อม และให้เป็นที่เข้าใจแก่ประชาชนที่เกี่ยวข้องเหล่านั้น^๖

อาจารย์ สะอาด ศัมพคุณ ได้ประมวลความหมายของการประชาสัมพันธ์ ในหนังสือการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า

การประชาสัมพันธ์ คือ วิธีการของสถาบันอันมีแผนการ และกระทำต่อเนื่องกันไป ในอันที่จะสร้างหรือยังให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชน เพื่อให้สถาบัน กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง มีความรู้ความเข้าใจ และให้ความสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน อันจะเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้นดำเนินงานไปโดยลี้สมความมุ่งหมายโดยมีประชาคมติเป็นแนวมันต์ฐานอันสำคัญด้วย^๗

สำหรับผู้ศึกษามีความเห็นว่าการประชาสัมพันธ์เป็นการดำเนินงานของสถาบัน หรือหน่วยงานต่าง ๆ ที่จัดทำขึ้นเพื่อให้เกิดความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีต่อกันและกันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง และการดำเนินการนี้จะต้องทำอย่างต่อเนื่องกันไปและมีแผนโดยใช้หลักการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) และอาศัยประชาคมติเป็นมันต์ฐานในการดำเนินงาน จะเห็นได้ว่างานประชาสัมพันธ์ย่อมมีความสำคัญต่อการดำเนินงานของสถาบันต่าง ๆ มาก

^๕ สะอาด ศัมพคุณ การประชาสัมพันธ์ (พระนคร โรงพิมพ์มงคลการพิมพ์,

๒๕๑๓) น.๗๖

^๖ เรื่องเดียวกัน

^๗ เรื่องเดียวกัน น.๗๗

เมื่อก้าวโดยสรุป การประชาสัมพันธ์ คือ การดำเนินงานซึ่งสถาบันหรือหน่วยงาน โดยมีแผนและต้องกระทำต่อเนื่องกันไป โดยใช้หลักการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง เพื่อให้เกิดความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีต่อกันและกันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องให้โดยลึกลับเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล ในการดำเนินงาน ทั้งนี้โดยอาศัยประชาสัมพันธ์เป็นบันทัดฐานในการปฏิบัติด้วย

๒. ทัศนคติ (Attitude)

ทัศนคติเป็นความรู้สึก ความคิดเห็น "ทัศนคติเชื่อกันว่ามาจาก ๓ สิ่ง คือคนหรือตัวการที่ทำให้เกิดความรู้สึกต่อสิ่งนั้น ๆ เป็นความนึกคิด ต่อจากนั้นก็พิจารณาว่าสิ่งนั้นดีหรือไม่ดี และสุดท้ายคือแนวโน้มหรือทิศทางที่จะเกิดปฏิกิริยาต่อสิ่งนั้น หมายถึงว่าจะรักษาไว้หรือขจัดออกไป"^๘

จูเลียส กูลด์และวิลเลียม แอล. คอลบ์ (Julius Gould and William L.Kolb) ได้ให้ความหมายของคำว่า "ทัศนคติ" ไว้ว่า "ทัศนคติในความหมายรวม ๆ เป็นลักษณะของความเห็น ความรู้สึก ซึ่งแต่ละบุคคลย่อมแตกต่างกันไป ตามความรู้และประสบการณ์ที่สะสมขึ้นมาของแต่ละบุคคลนั้น ๆ ด้วย"^๙

อาจารย์พิทยา สุวรรณชฎ ได้สรุปความหมายของคำว่า "ทัศนคติ" ไว้ว่า ทัศนคติ หมายถึงความรู้สึกนึกคิด หรือความรู้สึกนึกคิดที่ถือเป็นแนวทางปฏิบัติ หรือแบบการมองของบุคคลในบุคคลหนึ่ง ต่อสิ่งเร้าอันใดอันหนึ่ง หรือสิ่งที่ประเมินโดยตีความความรู้สึกนึกคิด หรือแบบการมองนี้จะเป็นการประเมินค่าของสิ่งนั้นโดยใช้มาตรฐานของบุคคลนั้นเป็นเครื่องวัด"^{๑๐}

สำหรับผู้ศึกษาที่มีความเห็นว่าทัศนคติเป็นความคิดเห็นของบุคคลที่มีต่อบุคคลอื่น สิ่งอื่นหรือสถานการณ์ต่าง ๆ ความคิดเห็นอันนี้อาจจะเป็นไปในทางที่ดีหรือไม่ดีต่อสิ่งนั้น การจะรับสิ่งนั้นหรือไม่ยอมรับขึ้นอยู่กับความรู้และประสบการณ์ที่บุคคลแต่ละคนได้สะสมอยู่ในตัว ซึ่งทัศนคดีย่อมเป็นมาตรฐานประเมินผลออกมาในทางเป็นมิตรหรือศัตรู

^๘ Hugh M.Culbertson, "What is an Attitude", Journal of Cooperative Extension, Summer ๑๙๖๘, p. ๓๕

^๙ Julius Gould and William L.Kolb, A Dictionary of Social Sciences (New York, The Free Press, ๑๙๖๔) pp. ๕๐ - ๕๑

^{๑๐} พิศยา สุวรรณชฎ "ทัศนคติของนักศึกษารัฐประศาสนศาสตรบัณฑิตการบริหารราชการไทย" วารสารรัฐประศาสนศาสตร์ ปีที่ ๗ ฉบับที่ ๗ (ตุลาคม ๒๕๑๐) น.๖๔๗

สรุปได้ว่าทัศนคติเป็นความรู้ลึกนักคิดที่สร้างขึ้นโดยมีต้นตอหรือตัวการ
ความคิดเห็นนี้อาจจะเป็นไปในทางที่ดีหรือไม่ดี และจะรับสิ่งนั้นหรือไม่ยอมแตกต่าง
กันไปตามความรู้และประสบการณ์ที่บุคคลแต่ละคนได้สะสมไว้ในตัวของตัวเอง ย่อมขึ้น
อยู่กับขีดขั้นของความรู้ลึก หากชอบมากก็สามารถตัดสินใจได้เร็วขึ้น แต่หากชอบน้อยก็
อาจเกิดความลังเลใจขึ้น

๓. ภาพพจน์ (Image)

ในวงการประชาสัมพันธ์ระยะหนึ่งนิยมนำเอาคำภาพพจน์เข้ามาใ้ใช้อยู่เสมอ
และบ่อย ๆ เพราะภาพพจน์และการประชาสัมพันธ์นั้นมีความใกล้ชิดกันมาก ความจริง
ภาพพจน์นี้มีชีวิต วัตถุประสงค์จากความรู้ลึกเช่นเดียวกับทัศนคติ การจะสร้างภาพพจน์ให้ดังงาม
ต้องเกิดจากการใช้เทคนิคในการโฆษณาชวนให้เกิดความประทับใจ

ตามพจนานุกรมของ เวบสเตอร์ ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า "ภาพพจน์"
ไว้ว่า "ภาพพจน์เป็นการแสดงออกทางจิตของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และไม่เป็นแค่เพียงการแสดงความ
ความรู้ลึกเท่านั้น"^{๑๑}

ศาสตราจารย์ แดเนียล เจ. บอร์สติน (Daniel J. Boorstin)
ได้กล่าวเกี่ยวกับภาพพจน์ไว้ตอนหนึ่งว่า "ภาพพจน์เป็นการสร้างความหวังให้เกิดขึ้นแก่
คนเรา เช่นประวัติศาสตร์ที่เราได้เรียนในห้องเรียน แสดงถึงความเก่งกล้าสามารถ
ของบรรพบุรุษ การสั่งสอนอบรม ครูรุ่นหลังให้รักษามนธรรมนิยมประเพณีก็เป็นการ
สร้างภาพพจน์ให้แก่คนรุ่นใหม่ โดยนำเอาประเพณีเป็นแบบฉบับ เป็นการชี้ให้เห็นว่า
คนเรานั้นหลงอยู่ในภาพพจน์จริง ๆ"^{๑๒}

สำหรับผู้ที่ศึกษา มีความเห็นว่า ภาพพจน์เป็นการแสดงออกทางจิตใจต่อสิ่ง
ใดสิ่งหนึ่ง ในการที่จะสร้างภาพพจน์ที่ดีย่อมขึ้นอยู่กับการใช้เทคนิคในการโฆษณาชวนให้
เกิดความประทับใจ ถ้าหากทัศนคติเป็นไปในทางที่ดีงามภาพพจน์ทางดีงามก็จะเกิดขึ้น
ทำนองเดียวกันถ้าทัศนคติไปในทางลบภาพพจน์จะไม่ดีเลย

^{๑๑} Webster's New Collegiate Dictionary (Springfield, Mass; G or C. Merriam Company, ๑๙๖๑) p. ๘๑๓

^{๑๒} จงจิต ศรีพรหม แนะนำหนังสือเรื่อง The Image ของ Daniel J. Boorstin ๑๙๖๑วารสารมนุษยศาสตร์ ปีที่ ๘ ฉบับที่ ๒ พฤษภาคม - สิงหาคม ๒๕๒๑