

บทที่ 2

สื่อโทรทัศน์กับการประชาสัมพันธ์

บทบาทและหน้าที่ของสื่อโทรทัศน์

ในปัจจุบันโทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่มีบทบาทและอิทธิพลในสังคมอย่างมาก เป็นเครื่องมือสื่อสารที่ไ้มลอย่างคึกยิ่ง และการให้บริการของโทรทัศน์ได้กระจายออกไปอย่างกว้างขวางขึ้นเรื่อย ๆ ดังนั้นจะกล่าวถึงบทบาทและหน้าที่ของโทรทัศน์ซึ่งมีหลักใหญ่ ๆ 4 ประการคือ

1. บทบาทและหน้าที่ในการให้ข่าวสาร มนุษย์มีความต้องการที่จะรู้เรื่องราวต่าง ๆ รอบตัว โดยเฉพาะสิ่งที่อาจกระทบกระเทือนถึงการดำเนินชีวิตของมนุษย์ในทันทีขณะหนึ่ง ดังนั้นมนุษย์จึงต้องการคนที่ทำหน้าที่สื่อส่งกุศล และรายงานเรื่องราวต่าง ๆ ให้ทราบตามความเป็นจริง และโทรทัศน์ก็เป็นสื่อที่มนุษย์สามารถส่งข่าวสารให้กันและกันได้อย่างรวดเร็วและทันเหตุการณ์ ซึ่งจะนำเสนอในรูปแบบรายการข่าว
2. บทบาทและหน้าที่ให้ความคิดเห็น ในสังคมย่อมมีปัญหาและความขัดแย้งเกิดขึ้นเสมอ และมนุษย์มีความต้องการที่จะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและแสดงความคิดเห็น โทรทัศน์จึงมีบทบาทในการ เป็นเวทีแลกเปลี่ยนและแสดงความคิดเห็นของคนในสังคม ซึ่งเราจะเห็นรายการลักษณะนี้เพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นรายการสัมภาษณ์ อภิปราย วิจารณ์ข่าว สารคดี เป็นต้น
3. บทบาทและหน้าที่ในการให้การศึกษา การให้การศึกษาเป็นความจำเป็นและความต้องการของคนที่จะถ่ายทอดวิทยาการ ขนบธรรมเนียม ประเพณีและวัฒนธรรม ปลูกฝังทัศนคติ และค่านิยมอันเหมาะสม เพื่อก่อให้เกิดความเจริญของงานในส่วนบุคคล โทรทัศน์จึงเป็นสิ่งสำคัญในการถ่ายทอดวิชาความรู้ต่าง ๆ เหล่านี้ไปสู่ผู้เรียนจำนวนมาก และยังสามารถให้การศึกษาไปได้อย่างไกล เราจะเห็นได้ว่าในปัจจุบันได้มีการพยายามพัฒนาการกระจายภาพและเสียงไปให้ไกลที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพื่อประโยชน์ทางการศึกษานั้นเป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาสังคม
4. บทบาทและหน้าที่ในการให้ความบันเทิง นอกจากสาระความรู้แล้ว มนุษย์ยังต้องการความบันเทิง การพักผ่อนหย่อนใจเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียด ให้ชีวิตมีความสุข โทรทัศน์เป็นสื่อที่มีคุณสมบัติเหมาะสมที่จะให้บริการด้านความบันเทิงได้เป็นอย่างดี ดังนั้นจึงมีภาณวลิตรายการบันเทิงขึ้นมากมาย เช่นรายการเพลง รายการละคร รายการเกมส์โชว์ เป็นต้น

การประชาสัมพันธ์

เบื้องหลังความสำเร็จขององค์กรไม่ว่าจะเป็นทางด้านการธุรกิจเอกชนและหน่วยงานของรัฐในปัจจุบัน นอกเหนือจากการบริการ การโฆษณาและการส่งเสริมการขายแล้ว ย่อมขึ้นอยู่กับ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่เปรียบเสมือนอาวุธคู่มือขององค์กรสถาบันต่าง ๆ ที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง

การประชาสัมพันธ์คืออะไรนั้น ได้มีผู้ให้ความหมายไว้มากมาย

อาจารย์สะอาท คัญฉุณนล อธิการบดีท่านแรกของโรงเรียนการประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรี ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า

" การประชาสัมพันธ์คือ วิธีการของสถาบันอันมีแผนการและการกระทำที่ต่อเนื่องกัน ในการที่จะสร้างหรือยังให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องมีความรู้ความเข้าใจ และให้ความสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกัน อันจะเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้นดำเนินงานไปโดยลุล่วงด้วยความมุ่งหมาย โดยมีประชาคมที่เป็นแนวบรรทัดฐานสำคัญด้วย "

ไอวี ลี (Ivy Lee) นักวิชาชีพการประชาสัมพันธ์ชาวอเมริกัน เจ้าของเสียงของสหรัฐอเมริกา และได้รับการยอมรับยกย่องให้เป็นบิดาแห่งการประชาสัมพันธ์ยุคใหม่ได้ให้ทัศนะต่อการประชาสัมพันธ์ว่า

" องค์กรหรือสถาบันควรมีการประชาสัมพันธ์กับประชาชน ไม่ควรปิดกั้นปิดทึบประชาชน หรือเพิกเฉยละเลยต่อประชาชน แต่ควรแถลงความจริงให้ประชาชนได้ทราบ หากองค์กรชี้แจงแถลงเรื่องราวต่าง ๆ ที่เป็นความจริงให้ประชาชนทราบอย่างถูกต้องและเหมาะสมแล้ว เมื่อนั้นประชาชนก็พร้อมเสมอที่จะเข้าใจองค์กรด้วยความเป็นธรรม "

เราสามารถสรุปได้ว่า

การประชาสัมพันธ์ คือ การปฏิบัติงานของหน่วยงาน องค์กรสถาบันในการเผยแพร่ชี้แจงข่าวสาร รวมทั้งการดำเนินงานวิธีการอื่น ๆ อย่างมีแผนการและกระทำการอย่างทอเนื่องกัน

1 สุโขทัยธรรมมาธิราช , มหาวิทยาลัย . สาขาวิชานิติศาสตร์ , หลักการโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ , (กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช) หน้า 18

2 สุโขทัยธรรมมาธิราช , มหาวิทยาลัย . สาขาวิชานิติศาสตร์ , หน้า 23 .

เพื่อช่วยเสริมสร้างบรรยากาศแห่งความเข้าใจอันดีแก่ทุกฝ่ายตลอดจนสร้างชื่อเสียงเกียรติคุณ ความเชื่อถือ ศรัทธาของหน่วยงาน องค์กร สถาบัน เพื่อภาพพจน์ที่ดีในสายตาของสาธารณชน (Public Image) และเชื่อความนิยม (Goodwill) ความร่วมมือสนับสนุน จากกลุ่มประชาชนอื่นจะมีส่วนในการสร้างสรรค์ความสำเร็จแก่การดำเนินงานของหน่วยงานนั้น ๆ

หลักการและวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

ในวงการธุรกิจปัจจุบัน การประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งจำเป็นอย่างมากสำหรับธุรกิจที่ต้องการความก้าวหน้า ความสำเร็จ จะขาดการประชาสัมพันธ์ไม่ได้ ถ้าไม่ได้รับความร่วมมือสนับสนุนจากประชาชน จะคงทำให้ประชาชนเข้าใจและรู้จักองค์กรให้มากที่สุด โดยการสร้างภาพพจน์อันดี ภาพพจน์ที่ดีให้เกิดขึ้น การประชาสัมพันธ์จึงเป็นสิ่งที่ควรศึกษาย่างยิ่ง

โดยทั่วไปแล้ว หลักการประชาสัมพันธ์มีหลักใหญ่ ๆ อยู่ 3 ประการด้วยกัน คือ

1. การบอกเล่าหรือชี้แจงเผยแพร่ให้ทราบ

เป็นการบอกเล่าชี้แจงให้ประชาชนให้ทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงานและผลงาน รวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ ความเคลื่อนไหวขององค์กรสถาบันให้ประชาชนและกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องให้ทราบ

โดยมีจุดมุ่งหมาย คือ

- ให้ข่าวสารความรู้ (To Educate)
- แจ้งข่าวสารให้ทราบ (To Inform)

การชี้แจงบอกกล่าวนี้ จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรสถาบัน คือ ได้รับความร่วมมือสนับสนุนจากประชาชน โดยประชาชนมีความเข้าใจ ศรัทธาในสถาบัน

2. การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด

ถือเป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกัน ซึ่งมีความสำคัญมาก เป็นการป้องกันแก้ไขความเข้าใจในตัวสถาบันไว้ล่วงหน้า

3. การสำรวจประชามติ

ต้องมีการสำรวจวิจัยประชามติ เพื่อดูถึงความรู้สึกนึกคิดของประชาชน ว่าเขา

ต้องการอะไร ชอบหรือไม่ชอบอะไร รวมถึงทำที่ใดที่ใดสถาบัน เพื่อองค์กรหรือสถาบันจะได้สนองตอบสิ่งต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับความรู้สึกนึกคิดและความต้องการของประชาชนได้

วัตถุประสงค์ทั่วไป ในการประชาสัมพันธ์

1. เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานกับประชาชน
2. เพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงานกับประชาชน
3. เพื่อปกป้องและรักษาชื่อเสียงสถาบันให้เสื่อมเสีย เกี่ยวกับภาพพจน์ขององค์กร

สถาบัน

4. เพื่อป้องกันแก้ไขความเข้าใจผิด และรักษาความเชื่อถือของประชาชนไว้
5. เพื่อช่วยเหลือแนะนำหน่วยงานในเชิงบริหาร เกี่ยวกับความประพฤติปฏิบัติให้ถูกต้องตามกฎระเบียบ ความยุติธรรม ศีลธรรม มารยาทอันดีของสังคม
6. เพื่อส่งเสริมอิทธิพลในการชักจูงใจประชาชนให้สนับสนุนหน่วยงาน

ความสัมพันธ์ของการประชาสัมพันธ์และสื่อมวลชน

การประชาสัมพันธ์ขององค์กรหรือหน่วยงานใด ๆ ก็ตาม ล้วนแต่มีความสัมพันธ์กับสื่อมวลชนจนยากที่จะแยกออกจากกันได้ โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์ในสังคมที่กว้างใหญ่นั้น สื่อมวลชนนับว่าเป็น เครื่องมือสำคัญและจำเป็นสำหรับงานประชาสัมพันธ์มาก

สื่อมวลชนทำหน้าที่เป็นกระบอกเสียงของการประชาสัมพันธ์ รับส่งข่าวสารและข้อเท็จจริงไปสู่มวลชนและองค์กรต่าง ๆ หน่วยงานธุรกิจรัฐบาล ตลอดจนสะท้อนมาสู่สื่อมวลชนเอง สื่อมวลชนต้องทำงานเกี่ยวข้องกับประชาชนตลอดเวลา กว้างเหวนี้สื่อมวลชน จึงเข้ามามีอิทธิพลและบทบาทในสังคมมาก สามารถชักจูงใจประชาชนคล้อยตามได้ สำหรับการประชาสัมพันธ์นั้น เป็นการเผยแพร่ข่าวสารจากกลุ่มประชาชนที่อยู่ในรูปแบบขององค์กร หน่วยงานต่าง ๆ ทั้งของรัฐบาลและเอกชน สมาคมและประชาชนทั่วไป สู่ประชาชนกลุ่มอื่น ๆ เพื่อให้ทราบข้อเท็จจริงและความเข้าใจอันดีต่อกัน แก้ไขความเข้าใจผิดที่มีต่อประชาชนหรือต่อหน่วยงาน โดยเผยแพร่ทางสื่อมวลชนนั่นเอง

กว้างเหวนี้ งานประชาสัมพันธ์และงานสื่อสารมวลชนจึงมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกัน และจำเป็นต้องร่วมมือซึ่งกันและกัน งานประชาสัมพันธ์และงานสื่อสารมวลชนนี้จะ เป็นเครื่องมือที่จะ

ช่วยพัฒนาประเทศไทยอย่างมาก หากข่าวลือที่ส่งออกไปสู่สื่อมวลชนนั้นจะมุ่งหมายผลประโยชน์แก่สังคมโดยรวม ช่วยพัฒนาทางจิตใจและความนึกคิดของประชาชนในชาติ นอกเหนือไปจากการมุ่งผลประโยชน์โดยส่วนตัวของหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง เท่านั้น

การใช้โทรทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์

ในการบริหารงานทุกระดับ ไม่ว่าจะใหญ่หรือเล็กย่อมต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจ ความเชื่อถือศรัทธา และการสนับสนุนจากประชาชนที่เกี่ยวข้อง องค์การ สถาบันจึงต้องพยายามสร้างความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนไว้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ จึงเป็นการดำเนินการทุกวิถีทาง เพื่อพัฒนาความรู้ความเข้าใจของประชาชนให้เห็นพ้องต้องกันด้วย ซึ่งจะเป็แรงผลักดันให้การดำเนินงานของหน่วยงานเป็นไปโดยสะดวก รวดเร็ว

นับว่าการประชาสัมพันธ์เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มประชาชนต่าง ๆ ซึ่งสามารถกระทำได้หลายวิธี เพื่อเผยแพร่ กระจายข่าวสารขององค์การ สถาบัน ไม่ว่าจะเป็นโยบาย การดำเนินงาน กิจกรรมต่าง ๆ ให้ประชาชนได้ทราบ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ขององค์การ สถาบันจึงจำเป็นต้องใช้สื่อต่าง ๆ ให้เป็นประโยชน์มากที่สุด ไม่ว่าจะเป็สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อมวลชน สื่อวิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนต์

ในบรรดาสื่อต่าง ๆ ที่ได้กล่าวมานี้ โทรทัศน์นับได้ว่าเป็นสื่อที่มีบทบาทและมีความสำคัญในการประชาสัมพันธ์อย่างมาก เนื่องด้วยคุณลักษณะของโทรทัศน์นี้ได้เปรียบสื่ออื่น ๆ คือ โทรทัศน์สามารถเผยแพร่ข่าวสาร ข้อมูลไปได้อย่างรวดเร็วและกว้างไกล สามารถส่งกระจายเสียงและภาพพร้อมกัน ทำให้เกิดความน่าสนใจ ถึงจุดดึงดูดใจผู้ชมได้ อีกทั้งการรับสื่อโทรทัศน์ของผู้ชมนั้นก็จะอยู่ภายในอาคารบ้านเรือน ขณะกำลังพักผ่อน อารมณ์โทรทัศน์ถือเป็นการพักผ่อนอย่างหนึ่ง ขณะเดียวกันก็ได้รับข่าวสารความรู้ไปช่วย ดังนั้นการผลิตรายการสารคดีซึ่งให้ทั้งความรู้และความบันเทิง จึงได้รับความนิยมจากผู้ชมเป็นจำนวนมาก และบรรจุกิจกรรมส่งเสริมในการประชาสัมพันธ์ได้เป็นอย่างดี

ลักษณะการใช้รายการโทรทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์

รูปแบบการนำเสนอ

การใช้รายการโทรทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ สามารถนำเสนอได้หลายรูปแบบดังนี้

1. เสนอแบบข่าวธุรกิจ ลักษณะรายการ เช่นนี้เป็นการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ โดยไม่มีการประกาศโฆษณาสินค้า ในการผลิตรายการดังกล่าวส่วนมากจะเป็นการผลิตรายการภาพยนตร์ แล้วนำภาพยนตร์นั้นออกฉายทางโทรทัศน์ ลักษณะที่ออกฉายนั้นจะเป็นการเข้าเวลาในรายการข่าวธุรกิจ ซึ่งส่วนมากหน่วยงานต่าง ๆ ของสถานีจะมีอยู่แล้วและได้นำภาพยนตร์ประชาสัมพันธ์ของบริษัทดังกล่าวมาฉาย การฉายภาพยนตร์นั้นจะเป็นการว่าจ้างในลักษณะแตกต่างกัน 2 ชนิด คือชนิดแรกทางบริษัทจะถ่ายทำเป็นภาพยนตร์มาเอง แล้วมาเข้าเวลาตีทในระยะเวลาความยาว เป็นวินาทีหรือนาที พร้อมทั้งให้คำบรรยายด้วย แต่เจ้าหน้าที่ของสถานีจะต้องเป็นคนอ่านเอง ชนิดที่ 2 บริษัทเหมาจ่ายในการถ่ายทำภาพยนตร์ การออกอากาศและการอ่านข้อความเสร็จสรรพ ภายในระยะเวลายาวเท่าใดนั้นแล้วแต่การตกลงในการถ่ายภาพยนตร์ประเภทหลังนี้ เจ้าหน้าที่ของสถานีจะเป็นผู้ถ่ายเอง บัดนี้ทุกข่าวเองทั้งหมด

การประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีนี้ ไม่จำเป็นต้องบอกสินค้าที่ทางบริษัทนั้นขายอยู่ หรือเป็นการแสดงคุณภาพของสินค้านั้น แต่อาจจะมาในลักษณะของความสำคัญอื่น ๆ เช่น ประธานของบริษัทใหญ่มาจากต่างประเทศและมาเยี่ยมชมบริษัทสาขาในประเทศไทย เป็นต้น นอกจากนั้นยังแสดงลักษณะประเภทกิจการของบริษัทใหญ่ประธานเห็นว่ามีความสมรรถภาพและมีกิจการที่น่าสนใจ ซึ่งทางบริษัทห้างร้านจัดขึ้น เพื่อเป็นการเรียกร้องความสนใจและความเชื่อถือจากประชาชน

2. เสนอในรูปแบบรายการอภิปราย

คนดูส่วนมากมักจะมีความอยากรู้อยากเห็นและอยากทราบความเป็นไปของเรื่องต่าง ๆ การผลิตรายการอภิปรายโดยใช้คนหลายคนพูดเรื่องเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวของบริษัท หรือเหตุการณ์ที่บริษัทมีส่วนช่วยนั้นจะเป็นผลให้ประชาชนได้ทราบ เหตุการณ์และเข้าใจบริษัทมากขึ้น เช่น การทำนา บริษัทอาจจะแนะนำวิธีการใหม่ ๆ ช่วยเหลือชาวนาให้ได้รับผลสำเร็จในการปลูกข้าวดียิ่งขึ้น

หรืออีกกรณีหนึ่งก็ให้มีการอภิปรายเป็นหลักการ เกี่ยวกับการอุตสาหกรรมของคน ซึ่งให้ความรู้และความเข้าใจแก่ประชาชน ทำให้ได้รู้เรื่องราวต่าง ๆ มากขึ้น ซึ่งเป็นประโยชน์กับประชาชน ทั้งยังเป็นประโยชน์แก่การศึกษาและไขการ เผยแพร่ชื่อเสียงธุรกิจของบริษัท

3. เสนอในรูปแบบรายการสัมภาษณ์

เป็นการสัมภาษณ์บุคคลสำคัญทางโทรทัศน์ เช่นกรณีที่มีบุคคลสำคัญจากต่างประเทศ มาเยือนไทย ก็อาจจะจัดให้มีการสัมภาษณ์ออกทางโทรทัศน์ เพื่อเป็นการเผยแพร่เกียรติคุณ และสร้างความคุ้นเคยกับคนดู ทำให้ประชาชนได้ทราบเกี่ยวกับความสำคัญของทางบริษัท หรือ อาจให้มีการจัดเชิญเจ้าหน้าที่ชั้นผู้ใหญ่ภายในบริษัท เองมาสัมภาษณ์ เมื่อได้กระทำความคิดความชอบพิเศษจนเป็นข่าวคราวมาก่อน เช่นกรณีที่คนทำความสะดวกของโรงแรมพบเครื่องเพชร ราคาแพงแล้วนำมาคืนเจ้าของ ก็เป็นการประชาสัมพันธ์อย่างหนึ่งที่เป็นผลดีและเป็นเกียรติยศ ต่อโรงแรม

นอกจากนี้ ก็ยังสามารถผลิตรายการแบบสัมภาษณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์โดยวิธีอื่น อีก คือหากบริษัทใดเกิดการวิจัย หรือค้นคว้าที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวมก็เชิญคนควาหรือทำวิจัย นั้นมาสัมภาษณ์เผยแพร่ให้ประชาชนได้ทราบ นับเป็นการสร้างเกียรติคุณและเผยแพร่ชื่อเสียงของ บริษัทได้เป็นอย่างดีคือ เป็นการประชาสัมพันธ์บริษัทไปในตัวด้วย

4. การเสนอแบบรายการภาพยนตร์สารคดี

องค์กรหรือสถาบันบางแห่งอาจมีหน่วยผลิตภาพยนตร์ของตนเองและมีภาพยนตร์ที่ได้ ถ่ายทำขึ้นมาเป็นเรื่องอยู่หลายเรื่อง อาจจะนำเรื่องนั้น ๆ มาเสนอต่อประชาชน หรืออาจซื้อ รายการสารคดีที่น่าสนใจจากต่างประเทศมาเสนอแก่ประชาชน ทั้งนี้เป็นการเผยแพร่ทางการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี และทำให้คนดูทั่วไปเห็นว่าบริษัทไม่ไ่มุ่งหวังทางธุรกิจอย่างเดียว แต่ได้เผยแพร่เรื่องราวที่น่ารู้ให้แก่ประชาชนด้วย

5. เสนอในรูปแบบรายการประกวดชิงรางวัล

อาจเป็นรายการที่เน้นหนักไปทางด้านความรู้รอบตัว การศึกษาหรือการแสดงออก ของนักเรียนหรือประชาชนทั่วไป เช่นการตอบปัญหาภาษาอังกฤษของบริษัท เชลล์ อีเอ็มดี และ มีประโยชน์ให้ความรู้แก่คนทั่วไป

นอกจากนั้น ยังสามารถจัดประกวดชิงรางวัลให้แก่ผู้มีความสามารถทางด้านอื่น ๆ และยังสามารถส่งเสริมขนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรมอีกด้วย เช่นการประกวดจักกอกไม้ การ

จัดประเภทกระทง เป็นต้น

6. การผลิตรายการด้านการศึกษา

เป็นการผลิตรายการเพื่อการศึกษาโดยตรง คล้ายกับ เป็นการสอนหนังสือให้คนดู
ทั่ว ๆ ไปได้ชม เป็นการให้ความรู้โดยทั่วไปแก่ประชาชน โดยความรู้ดังกล่าวอาจออกมาใน
รูปของเนื้อหาสาระ ข่าวสาร การบันเทิง หรือกีฬาก็ได้ การผลิตรายการเพื่อการศึกษาดัง
กล่าวจะ เป็นการให้บริการแก่ประชาชนและ เป็นการประชาสัมพันธ์อย่างหนึ่งที่ประชาชนได้มอง
ภาพลักษณ์ของบริษัทที่เสนอรายการในทางที่ดี

7. รายการถ่ายทอดพิธี ทั่ว ๆ หรือการกีฬา

เช่น การถ่ายทอดการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก การแข่งขันมวยชิงแชมป์เป็นโลก
การถ่ายทอดฟุตบอลประเพณีจุฬา - ธรรมศาสตร์ เป็นต้น บริษัทใหญ่ ๆ ที่มีธุรกิจกว้างขวาง
มีกำลังและงบประมาณด้านการประชาสัมพันธ์อาจจะ เป็นผู้อุปถัมภ์รายการได้ เพราะถือว่าเป็น
เกียรติแก่ผู้อุปถัมภ์รายการซึ่งไม่มีโอกาสนำสิ่งที่ประชาชนสนใจอย่างมากมาเสนอต่อผู้ชมโดยทั่วไป

8. รายการเพื่อการกุศล

เป็นอีกรูปแบบหนึ่งในการใช้โทรทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยผลิตรายการขึ้นมา
เพื่อให้การช่วยเหลือแก่องค์กรการกุศล โดยรับ เป็นผู้อุปถัมภ์รายการ เปิดโอกาสให้องค์กรการกุศล
นั้นขอความร่วมมือจากประชาชนได้ เช่นรายการรณรงค์ให้สูบบุหรี่ เป็นต้น ซึ่งเป็นการประ -
ชาสัมพันธ์บริษัทหรือองค์กรนั้น ๆ ที่โลกก่อให้เกิดประโยชน์แก่ประชาชน

9. รายการสาธิตประโยชน์แก่ประชาชนทั่วไป

เป็นการผลิตรายการ เพื่อเสนอเรื่องราวที่เป็นประโยชน์แก่ประชาชน เช่น เวลา
ไฟไหม้ควรทำอย่างไร หรือการสอนการจราจรทางโทรทัศน์ เพื่อให้คนดูได้ทราบถึงการปฏิบัติ
ตามกฎที่ถูกต้อง ทั้งนี้โดยการถ่ายภาพยนตร์เรื่องที่จะเสนอที่ละชั้น ๆ และแสดงให้เห็นว่าแต่ละ
ชั้นจะดำเนินการแก้ไขหรือปฏิบัติกันอย่างไร

10. เสนอในรูปแบบรายการบันเทิง

อาจเป็นลักษณะของกรแข่งขัน ประเภทเกมส์โชว์ ละคร หรือรายการวาไรตี้ ซึ่งรายการในลักษณะนี้จะมุ่งในเรื่องของความบันเทิง เพื่อให้ประชาชนได้รับความบันเทิง เพลิดเพลิน สนุกสนาน เพื่อเป็นการพักผ่อน

เนื้อหา

การใช้รายการโทรทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ ที่องค์กรสถาบันหรือบริษัท เป็นผู้สนับสนุน หรือนำเสนอนั้น ทางสถาบันจะเป็นผู้ให้งบประมาณในการผลิตหรือออกค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ทั้งสิ้น ซึ่งการกระทำเช่นนี้ย่อมมีผลต่อชื่อเสียงของ บริษัทในฐานะที่เป็นผู้สนับสนุนรายการอยู่แล้ว ดังนั้นในรายการที่นำเสนอจึงไม่นิยมที่จะนำเอาสินค้าหรือบริการของตนเข้าไปโฆษณาโดยตรงเพราะจะทำให้เกิดความรู้สึกไม่ดีขึ้นในหมู่ผู้ชม แต่อาจจะมีการกล่าวอ้างถึงเล็กน้อย เนื้อหาที่นำเสนออาจเกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการที่บริษัทนั้น ๆ จำหน่ายอยู่ก็ได้ เช่น รายการเช่นทรลัมมิ์คินน้อย เนื้อหาของรายการจะเป็นความรู้รอบตัวหรือทักษะง่าย ๆ สำหรับเด็ก โดยที่ไม่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการของทางห้างเลย แต่ทางห้างได้รับประโยชน์จากการได้รับความรู้สึกที่ดีจากผู้ชม ซึ่งจะมีผลโดยอ้อมต่อการให้บริการของประชาชนต่อไป

แต่อย่างไรก็ตาม บริษัทต่าง ๆ ส่วนมากมักจะนำเสนอรายการให้สอดคล้องหรืออย่างน้อยก็เกี่ยวข้องกับสินค้านั้น หรือบริการนั้น ๆ เช่น บริษัทจำหน่ายยางรถยนต์ ก็นำเสนอรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสวัสดิภาพและความปลอดภัยของจรรยาบรรณของถนน

การดำเนินงาน

ในเรื่องของการดำเนินงานผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ บางองค์กรสถาบัน ที่มีกำลังหรือหน่วยงานที่สามารถจัดทำรายการขึ้นเองได้ ก็จะมีการผลิตรายการขึ้นเองทุกชั้นตอน ทั้งแต่การเตรียมข้อมูลจนกระทั่งการถ่ายทำจนเสร็จสมบูรณ์ แต่ส่วนใหญ่แล้วนั้นทางหน่วยงานจะติดต่อให้บริษัทที่ดำเนินงานด้านการผลิตรายการโทรทัศน์โดยตรง เป็นผู้จัดทำรายการ โดยที่ทางองค์กร สถาบันจะเป็นผู้กำหนดวัตถุประสงค์ เนื้อหาและข้อมูลต่าง ๆ ซึ่งจะมีผู้ประสานงานของทั้ง 2 ฝ่าย เป็นตัวกลางในการดำเนินงานต่าง ๆ ใหญ่ล่องไปก็ยกย

การสนับสนุนรายการ

ในการสนับสนุนรายการหรือการนำเสนอรายการโทรทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ ทางบริษัทห้างร้านหรือองค์กรสถาบันที่เกี่ยวข้อง อาจจะเป็นผู้นำเสนอทั้งรายการ เช่น รายการกระจุกหกคาน นำเสนอโดยบริษัทบุรุษอภิวเวอริจำกัด หรืออาจจะเป็นผู้นำเสนอรายการกับหน่วยงานอื่นด้วย ซึ่งโดยมากแล้วจะไม่ใช้หน่วยงานที่เป็นคู่แข่ง หรือหน่วยงานที่ดำเนินงานด้านเดียวกัน เช่น รายการ 1 นาทีเพื่อชีวิต นำเสนอโดยโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ร่วมกับบริษัทกรุง - เทพประกันภัย จำกัด เป็นต้น แต่ในบางรายการที่มีการนำเสนอแบ่งเป็นหลาย ๆ ช่วง ทางหน่วยงาน องค์กร สถาบันก็อาจจะเลือกสนับสนุนในบางช่วงของรายการก็ได้ เช่น รายการทำพิธีสงฆ์ซึ่งมีการแบ่งออกเป็นช่วงต่าง ๆ มากมาย แต่ละช่วงของรายการก็จะมีผู้สนับสนุนรายการเป็นช่วง ๆ ไป เช่น ช่วงเบิทธิสารกับแมก 77 เป็นต้น¹

เราจะเห็นว่า การเสนอรายการสารคดีเพื่อการประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์นั้น บริษัท สถาบัน หรือหน่วยงานสามารถเลือกนำเสนอได้หลายรูปแบบ โดยเลือกผลิตรายการให้เหมาะสมกับลักษณะการดำเนินงานของหน่วยงาน สถาบัน วัตถุประสงค์และกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย และรายการโทรทัศน์ที่มีอยู่มากมายหลากหลายในปัจจุบัน ก็สามารถพูดได้ว่ารายการสารคดีเพื่อการประชาสัมพันธ์ เป็นรายการที่มีเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ และได้รับความนิยมจากประชาชนไม่น้อย

1 พรพวิภา พัทพงศ์กร , รายการสารคดีเพื่อการประชาสัมพันธ์ ศึกษาเฉพาะกรณี รายการใต้ฟ้าในรู้ , สารนิพนธ์คณะวารสารศาสตร์ สาขาวิทย์ - โทรทัศน์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ , 2533 , หน้า 14 - 19 .