

บทที่ 2

วรรณคดีที่เกี่ยวข้อง

ปัจจุบันกล่าวได้ว่า การประชาสัมพันธ์เป็นหัวใจที่สำคัญที่สุดของทุกหน่วยงานและองค์การต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นของรัฐและเอกชน เพราะการประชาสัมพันธ์ทำให้มีการแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ อันนำมาซึ่งความรู้ความเข้าใจที่ดีแก่ประชาชน และความรู้สึกนึกคิดที่ดีมีคุณค่าซึ่งกันและกัน เป็นประโยชน์ในการสร้างสรรค์สัมพันธ์ภาพกลมเกลียวราบรื่นระหว่างหน่วยงาน หรือองค์การสถาบัน กับกลุ่มประชากรที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้การประชาสัมพันธ์สนับสนุนนโยบายและการดำเนินงานขององค์การสถาบันเสริมสร้าง และรักษาชื่อเสียงเกียรติคุณความนิยมเชื่อถือศรัทธา และความร่วมมือสนับสนุนจากประชาชนที่พึงจะมีต่อหน่วยงานสถาบันของตน

ไอรี ลี (Iry Lee) บิดาแห่งการประชาสัมพันธ์ กล่าวว่า "การดำเนินงานอะไรก็ตาม ถ้าได้มีการสร้างความสัมพันธ์กับประชาชน เผยแพร่ออกไปให้ประชาชนทราบให้ประชาชนเข้าใจถึงการดำเนินงานของเรา ให้ประชาชนมีส่วนร่วมรู้เห็นในการดำเนินงานของเรา ประชาชนก็จะให้การสนับสนุน" (วิจิตร อาระกุล, 2526 : 5)

อดีตประธานาธิบดีลินคอล์นแห่งสหรัฐอเมริกา ได้แสดงทัศนะความคิดเห็นกับนาย Stephen Douglas เมื่อวันที่ 21 สิงหาคม พ.ศ. 2401 ดังนี้ (วิรัช ลภรัตนกุล, 2529 : 143)

"ความรู้สึกนึกคิดของประชาชน หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่าง ถ้าสิ่งใดประชาชนพึงพอใจแล้วจะไม่มีคำว่าล้มเหลว แต่ถ้าประชาชนปราศจากความพึงพอใจแล้ว ก็ไม่มีคำว่าสำเร็จเช่นกัน" (Public sentiment is everything. With public sentiment nothing can fail. Without is nothing can succeed)

ดังนั้น การเผยแพร่ข่าวสารสู่ประชาชนกลุ่มต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์การสถาบันด้วยวิธีการบอกกล่าวชี้แจงให้ประชาชนได้ทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ และสิ่งซึ่งองค์การสถาบันได้กระทำลงไปนั้น สามารถดำเนินการประชาสัมพันธ์ในลักษณะรูปแบบต่าง ๆ เช่น วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ ภาพยนตร์ สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เป็นต้น ต่อไปนี้จะได้กล่าวถึงการสื่อสารประเภทต่าง ๆ คือ

1. การสื่อสาร (Communication)

มาจากรากศัพท์ภาษาละตินว่า Communis แปลว่าเหมือนกัน ร่วมกันหรือคล้ายคลึงกัน เราสื่อสารร่วมกันเพื่อการมีส่วนร่วมรับรู้ข้อมูล ข่าวสารและเรื่องราวต่าง ๆ ระหว่างกันในความหมายของสารที่ตรงกัน สำหรับนักวิชาการสาขาวิทยาศาสตร์ และสาขาอื่น ๆ ได้ให้คำนิยาม "การสื่อสาร" ตามความสนใจและวัตถุประสงค์ของนักวิชาการแต่ละกลุ่มดังนี้

มูตันและแมคโดนัลด์ (Mouton and McDonald) ให้ความหมายการสื่อสารว่า เป็นการกระทำร่วมกันหรือแลกเปลี่ยนกันเกี่ยวกับความคิด ความรู้สึก และถ้อยคำบอกกล่าวสัญลักษณ์ผ่านสื่อ (Mouton, Eugene and Held, McDonald, 1976 : 5)

โรเจอร์และชูเมคเกอร์ (Roger and Shoemaker) กล่าวว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการถ่ายทอดข่าวสารจากผู้ส่งไปยังผู้รับ (Roger Everett and Shoemaker, 1976 : 11)

สวณิต ยมาภัย กล่าวว่า การสื่อสาร หมายถึง การติดต่อระหว่างมนุษย์เพื่อให้รับรู้เรื่องราวอันมีความหมายร่วมกัน และเกิดการตอบสนองต่อกัน (สวณิต ยมาภัย, 2526 : 12)

ปรมะ สตะเวทิน ให้ความหมายการสื่อสาร คือ กระบวนการของการถ่ายทอดข่าวสารจากบุคคลหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้ส่งสารไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่าผู้รับสารโดยผ่านการสื่อ (ปรมะ สตะเวทิน, 2527 : 14)

2. การสื่อสารมวลชน (Mass Communication)

เป็นการติดต่อสื่อสารไปยังผู้รับสารหรือมวลชนจำนวนมาก ซึ่งมีความแตกต่างกันทั้ง เพศ อายุ การศึกษา ฐานะ เป็นต้น และกระจายอยู่ตามที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศให้ได้รับสารในเวลาพร้อม ๆ กัน หรือในเวลาใกล้เคียงกันโดยการถ่ายทอดผ่านสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ นิตยสาร วารสาร หนังสือพิมพ์ เป็นต้น

พระเจ้าวรวงศ์เธอกรมหมื่นนราธิปพงศ์ประพันธ์ ทรงกล่าวถึงการสื่อสารมวลชนไว้ว่า 'การสื่อสารมวลชน เป็นเครื่องช่วยการสื่อสารเฉพาะหน้ากันแต่จะเป็นอุปกรณ์ใช้แทนกันที่เดียวหาได้ไม่ สารอันใดที่คนจะไม่ต้านทาน แต่พร้อมที่จะรับเอา ย่อมเป็นการเหมาะสมสำหรับการสื่อสารมวลชน สารอันใดจะมีการต้านทาน และจะต้องลุล่วงอุปสรรคนั้นให้ได้แล้วยอมเป็นสารเหมาะสมสำหรับการสื่อสารเฉพาะหน้า ด้วยเหตุนี้การบันเทิงย่อมเหมาะสมสำหรับสื่อมวลชน เพราะทุกคนชอบไม่มีใครต้านทานการแกลงข่าว เมื่อข่าวสดน่าสนใจก็เหมาะสมสำหรับสื่อมวลชน การส่งเสริม ถ้าส่งเสริมสิ่งที่คุณอื่นไม่ชอบก็อาจจะประสบการต้านทาน แต่ถ้าส่งเสริมกิจกรรมที่คุณพอจะรับเอาได้ ก็เป็นการเหมาะสมสำหรับสื่อมวลชน การศึกษาก็เช่นเดียวกัน ถ้าให้การศึกษาที่เป็นข้อความคิดเห็นใหม่ ๆ ก็อาจมีการต้านทาน ซึ่งจะต้องลุล่วงไปให้ได้ ถ้าใช้สื่อมวลชน ก็จะต้องใช้ความพยายามลุล่วงอุปสรรคให้จงได้ ส่วนการโฆษณาชวนเชื่อ นั้น ย่อมเป็นการชวนให้เชื่อความคิดเห็นและวิธีปฏิบัติใหม่ ๆ จึงจะต้องเตรียมพร้อมที่จะเผชิญการต้านทาน และถ้าสื่อมวลชนก็ต้องลุล่วงอุปสรรคเนื่องจากการต่อต้านนั้น' (2507)

3. สื่อมวลชน (Mass Media)

สื่อมวลชน (Mass Media) หมายถึง เครื่องมือของการสื่อสารมวลชนซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ

1. วิทยุกระจายเสียง
2. โทรทัศน์
3. ภาพยนตร์
4. สิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสารต่าง ๆ

หน้าที่ของสื่อมวลชน มีหลายประการดังนี้

1. เผยแพร่ข่าวสารแก่ประชาชน ซึ่งข่าวสารนั้นต้องเป็นข้อเท็จจริงและเป็นสิ่งที่ต้องเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ผู้รับ สามารถนำไปให้เกิดประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ได้

2. เสนอข้อคิดเห็นของมวลชน คือ เปิดโอกาสให้ประชาชนได้เสนอและแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อมวลชน ความคิดเห็นนั้นจะต้องไม่เกิดโทษหรือพิษภัยแก่บุคคลใด หรือไม่ควรมีแนวโน้มไปในทางที่จะปลุกฝังค่านิยม หรือการสร้างเชื่อและทัศนคติที่ผิด ๆ ให้แก่สังคม

3. ให้การศึกษาและถ่ายทอดวัฒนธรรม ประเพณี

4. ให้ข้อมูลด้านต่าง ๆ ประสพการณ์ ข้อเสนอแนะแก่ประชาชน เพื่อนำมาพิจารณาให้มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและทัศนคติเพื่อการพัฒนาต่อไป

5. ให้ความบันเทิง

ดังนั้น สื่อมวลชนทุกชนิดจึงเป็นประโยชน์ในการส่งสาร และยังช่วยเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ใหม่ให้แก่ชีวิตตลอดไปจนถึงที่สุด (Lifelong Education) เช่น การสอนโดยวิทยุ หรือโทรทัศน์ ในโรงเรียนชุมชน หรือในท้องถิ่นชนบท การฝึกทักษะงานวิชาชีพบางอย่าง การเรียนรู้ทางการเกษตรและการสาธารณสุข เป็นต้น

4. สื่อต่าง ๆ เพื่อการประชาสัมพันธ์ (The Tools of Communication)

1. วิทยุกระจายเสียง เป็นสื่อมวลชนที่มีเทคโนโลยีระดับกลาง และเป็นที่แพร่หลายมาก เพราะสามารถส่งสารได้รวดเร็ว และไกลที่สุดในพื้นที่กว้างขวางทุกหนทุกแห่งทั่วประเทศตลอดจนถึงคนทุกเพศทุกวัย แม้แต่ผู้อ่านหนังสือไม่ออก มีอิทธิพลต่อผู้รับมาก สามารถโน้มน้าวใจหรือเร้าอารมณ์ผู้ฟัง นอกจากนี้มีความใกล้ชิดกับผู้ฟังมาก สามารถนำติดตัวไปได้ทุกหนทุกแห่ง

2. โทรทัศน์ เป็นสื่อที่ก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมหลายประการ คือ สร้างความสนใจเข้าใจได้มากกว่าสื่อมวลชนอื่น เพราะทั้งได้ยินเสียงและเห็นภาพพร้อมไปด้วยทำให้ผู้ชมเข้าใจเรื่องต่าง ๆ ได้ดีซึ่งเป็นการส่งเสริมความรู้ของผู้ชมรายการให้สูงขึ้น รวมทั้งส่งเสริมความก้าวหน้าทางด้านวิชาการต่าง ๆ และความบันเทิงพร้อมกันไปด้วย

3. สิ่งพิมพ์ เช่นหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร โปสเตอร์ ใบประกาศ ใบปลิว ใบแทรก จดหมายข่าว แผ่นพับ เป็นต้น สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เหล่านี้สำคัญมากคือ สามารถประชาสัมพันธ์ได้ทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน เป็นสื่อมวลชนที่สามารถเข้าถึงประชาชนจำนวนมาก เพราะมีระยะเวลากำหนดออกที่แน่นอนเป็นประจำสม่ำเสมอ ทำให้ประชาชนสามารถติดตามข่าวสารเรื่องราวต่าง ๆ ได้อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง นอกจากนี้หนังสือพิมพ์ยังมีภาพถ่ายประกอบช่วยดึงดูดความสนใจ ช่วยให้เข้าใจข่าวสารต่าง ๆ ได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งสื่อบางชนิดไม่มีคุณลักษณะดังกล่าว เช่น วิทยุ เป็นต้น และหนังสือพิมพ์สามารถเข้าถึงประชาชนได้หลายกลุ่มหลายอาชีพ เนื่องจากเรื่องราวข่าวสารหลายประเภท

4. ภาพยนตร์ เป็นสื่อที่ถูกนำมาใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างกว้างขวาง สามารถสร้างความสัมพันธ์และความรู้ความเข้าใจแก่กลุ่มประชาชนเป้าหมาย

จากบทบาทของสื่อมวลชนที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นนั้น การส่งเสริมภาษาไทยโดยใช้สื่อมวลชนย่อมเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาการเรียนรู้ และการเผยแพร่ภาษาไทยของประชาชนในท้องถิ่น ให้มีความรู้ความสามารถในการสื่อสารซึ่งกันและกัน ตลอดจนความเข้าใจนโยบายขององค์กรและสถาบันต่าง ๆ อย่างถูกต้องอันนำมาซึ่งการพัฒนาคุณภาพชีวิต อาชีพ ทางด้านเศรษฐกิจต่อไปในอนาคต

บทบาทของสื่อมวลชนในการเผยแพร่ภาษาไทย คือ

1. การเผยแพร่ข่าวสารและการเผยแพร่ความรู้ภาษาไทยไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมาย เช่น การเรียนรู้ภาษาไทย และการฝึกทักษะงานวิชาชีพทางวิทยุหรือโทรทัศน์

2. การโน้มน้าวจิตและการชักจูงใจให้คล้อยตามและปฏิบัติตามในเรื่องต่าง ๆ เพื่อเปลี่ยนทัศนคติและให้เกิดพฤติกรรมที่ดี เช่น การเผยแพร่ข่าวสาร การรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย การรณรงค์งดสูบบุหรี่หรือสิ่งเสพติดอื่น ๆ เช่น ภัยคุกคาม เฮโรอีน ยาเสพติด เป็นต้น การส่งเสริมกีฬาต่าง ๆ

3. การเสนอข่าวด่วนปัจจุบัน ข่าวของสังคมในท้องถิ่นประจำวันเพื่อเป็นการกระตุ้นให้ประชาชนได้ทราบและเข้าใจสถานการณ์ต่าง ๆ ของชุมชน จังหวัด ประเทศ อันนำมาซึ่งการเปิดโอกาสที่กว้างทางด้านจิตใจและการพัฒนาการรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ