



20

การประชาสัมพันธ์ งานสังคมสงเคราะห์

ภาณี เจริญเศรษฐม

หลายท่านคงจะสงสัยว่างานประชาสัมพันธ์ไปเกี่ยวข้องกับหลักการ “ช่วยให้เขาช่วยตนเองได้” (Help Them to Help Themselves) ในงานสังคมสงเคราะห์ได้อย่างไร คำตอบก็คือทั้งสองเรื่องนี้ต่างเน้นที่การทำงานเชิงรุก ไม่ใช่การตั้งรับกับปัญหานั้นเอง บทความนี้เขียนให้เห็นว่างานสังคมสงเคราะห์เชิงรุกกับงานประชาสัมพันธ์โรงพยาบาลเสริมส่งกันอย่างไร

ว่าด้วยการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) ตามความเห็นของ ดร.เสรี วงษ์มณฑาและผู้รู้ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศในสาขานี้ต่างให้ความหมายถึง “ความพยายามที่มีการวางแผนและเป็นการกระทำที่ต่อเนื่อง ในอันที่จะมีอิทธิพลเหนือความคิดจิตใจของประชาชนกลุ่มเป้าหมายโดยการกระทำสิ่งที่ดีมีคุณค่าให้กับสังคม เพื่อให้ประชาชนเหล่านี้เกิดทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงานกิจกรรม และบริการ หรือสินค้าของหน่วยงานนี้ และเพื่อที่จะได้รับการสนับสนุนและร่วมมือที่ดีจากประชาชนเหล่านี้ในระยะยาว” <1>

กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ก็มีลักษณะคล้ายกับงานสังคมสงเคราะห์ กล่าวคือมีขั้นตอนดังนี้:

1. ขั้นตอนการวิจัย – การรับฟัง (Research-Listening) ซึ่งเป็นเช่นเดียวกับกระบวนการ Fact Finding ในงานสังคมสงเคราะห์ ที่



ต้องสำรวจค้นหาปัญหาต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นความคิดเห็น ปฏิกริยา ทัศนคติ
ท่าที ความรู้สึกและอื่นๆ ของกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับการ
ปฏิบัติงานเผยแพร่ รวมทั้งข้อมูลเกี่ยวกับข้อเท็จจริงของหน่วยงานด้วย

2. ขั้นตอนการวางแผนตัดสินใจ-เตรียมปฏิบัติงาน
(Planning-Discision-Making) ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนการนำเอาข้อมูล
ที่ได้จากขั้นที่หนึ่งมาเป็นตัวกำหนดนโยบายและโครงการของหน่วยงาน

3. ขั้นตอนติดต่อสื่อสาร-การปฏิบัติการ (Communication-
Action) เป็นขั้นตอนของการเผยแพร่ข่าวสารนโยบายท่าที ตลอดจน
ความรู้สึกและข้อเท็จจริงต่างๆ ไปยังกลุ่มผู้ใช้บริการ

4. ขั้นตอนการประเมินผล (Evaluation) เป็นขั้นตอน
สุดท้ายในการประเมินผลโครงการต่างๆ ตลอดจนเทคนิคทั้งหลายที่ใช้
ในการประชาสัมพันธ์ เพื่อปรับปรุงแก้ไขในกรณีที่ไม่ได้ผลดีตาม
คาดหวังหรือเป็นแนวทางปฏิบัติในอนาคต

จึงกล่าวได้ว่านอกจากการประชาสัมพันธ์จะเข้ามามีบทบาท
ในการช่วยแก้ปัญหา แล้วยังมีอีกหนึ่งหลักการ **“ช่วยให้เขาช่วยตนเอง
ได้”** ที่สามารถนำมาปรับใช้ช่วยแก้ไขปัญหาในสังคมได้เป็นอย่างดี

ประชาสัมพันธ์งานสังคมสงเคราะห์

ในการบริหารงานประชาสัมพันธ์ของโรงพยาบาล ซึ่งเป็น
กิจกรรมเชิงรุกในการพัฒนาสุขภาพอนามัยของคนไข้และชุมชน
เกี่ยวพันกับการออกแบบข้อความสื่อความหมายเพื่อการประชาสัมพันธ์
บริหารจัดการสร้างสรรค์ทรัพยากรบุคคลเพื่อการประชาสัมพันธ์
หรือออกแบบโครงสร้างสื่อเพื่อเผยแพร่ภาพลักษณ์ให้องค์กร ผ่านการ
จัดกิจกรรม (Event) ในรูปแบบต่างๆ ที่ต้องพบปะติดต่อผู้คน
หลากหลายอาชีพเมื่อมีผู้คนมาขอความช่วยเหลือ ไม่ว่าจะเป็นการ
บริการทางวิชาชีพ การประชาสัมพันธ์ หรือการบริการอำนวยความสะดวก
สะดวกผู้เจ็บป่วย หรือการให้ความรู้เพื่อสุขภาพ

การประชาสัมพันธ์ยังเกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมชั้นนำสังคม
และส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม สำหรับผู้ที่ขอความช่วยเหลือซึ่ง



ประสบปัญหาในด้านต่างๆ กัน ได้สามารถผ่อนคลายทางจิตใจได้ ในการประชาสัมพันธ์ เราควรให้แนวคิด **“ช่วยให้เขาช่วยตนเองได้”** เหมือนเป็นจุดเริ่มต้นในการให้ข้อมูล ให้ข้อคิดที่เป็นแนวทางให้เกิด **“ทางเปิด”** ที่เขาเหล่านั้นเดินไปได้

“ทางเปิด” นี้แม้จะเป็นทางเล็กๆ หรือต้องไปไกลอีกหน่อย แต่ก็ผ่านไปได้ สามารถทำเองได้ และเมื่ออาศัยความต่อเนื่อง เป็นเวลายาวนานก็จะสร้างสมเป็นประสบการณ์ที่สามารถช่วยผู้อื่นได้อีกมากมาย ขณะเดียวกันก็เป็นการสร้าง **“ตัวช่วย”** เพิ่มขึ้นๆ หมายถึง กลุ่มคนในสังคมมีการช่วยให้เขาช่วยตัวเองมากขึ้นๆ สังคมก็จะเข้มแข็ง และแข็งแรงมากขึ้น

หลักการดำเนินงานตามแนวคิด

ในหลักการดำเนินงานที่ช่วยให้เขาช่วยตัวเองได้นั้น เราอาศัย:

1. การมีพื้นฐานความพึงพอใจร่วมกัน ทั้งผู้ที่จะช่วยและผู้ที่ต้องการความช่วยเหลือ
2. การจัดการที่เป็นกระบวนการอย่างมีแบบแผน มีเจตจำนงอย่างชัดเจน
3. มีกำหนดระยะเวลาแห่งผลสำเร็จ
4. การปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง และสร้างสรรค์ด้วยศิลปะของการสื่อสาร
5. การยึดถือระบบการสื่อสารสองทาง โดยรับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกัน

ยังมีผู้คนอีกมากมายที่ต้องการให้พวกเราช่วย จะช่วยได้แค่ไหน อย่างไร ก็คงไม่มีใครตำหนิ เพราะเราตั้งใจจะช่วยเขาจริง การช่วยให้เขาช่วยตนเองได้เป็นการช่วยอย่างมีหลักการ และใช้ได้กับทุกเรื่อง มีความทันสมัยอยู่เสมอ และไม่เคยล้าสมัย การทำงานในหน้าที่ใดก็ตาม เพื่อที่จะ **“ช่วยเขาให้ช่วยตนเองได้”** นั้น โดยเนื้อแท้แล้วเป็นงานปิดทองหลังพระที่ต้องสร้างสุขนิสัยใจดี และใจเย็น เราภาคภูมิใจที่หลักการในวิชาชีพสังคมสงเคราะห์ ไม่เพียงช่วยแก้ปัญหาสังคมเท่านั้น หากแต่ยังสามารถนำไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ในวิชาชีพอื่นด้วย



สรุป

หลักการ “ช่วยให้เขาช่วยตนเองได้” นี้ สอดคล้องกับการประชาสัมพันธ์ในด้านการทำงานเชิงรุกที่ไม่ใช่เพียงการแก้ไขปัญหาเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการป้องกันปัญหา การป้องกันและการแก้ไขปัญหา ระดับที่กว้างขวางขึ้นคือระดับชุมชนและสังคม นอกจากนี้หลักการดังกล่าวยังถือเป็นเนื้อหาสำคัญของการประชาสัมพันธ์เพื่อให้คนใช้ญาติ ชุมชนโดยรอบและสังคมโดยรวมได้นำไปถือปฏิบัติอีกด้วย

มาช่วยสังคมของพวกเราและของลูกหลานเรา ด้วยการ “ช่วยให้เขาช่วยตนเองได้” กันเถอะค่ะ

อ้างอิง

<1> หลักการประชาสัมพันธ์

<http://www.dca.rtaf.mi.th/keepdatabase/%E0%B9%80%E0%B8%AD%E0%B8%81%E0%B8%AA%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%81%E0%B8%AD%E0%B8%9A%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%80%E0%B8%A3%E0%B8%B5%E0%B8%A2%E0%B8%99%20%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B8%9E%E0%B9%89%E0%B8%99%E0%B8%90%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%8A%E0%B8%B2%E0%B8%AA%E0%B8%B1%E0%B8%A1%E0%B8%9E%E0%B8%B1%E0%B8%99%E0%B8%98%E0%B9%8C.doc>

นางภาณี เจริญเศรษฐมท (สุขมาก)

หัวหน้างานประชาสัมพันธ์ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล
นักประชาสัมพันธ์ (ชำนาญการ) ระดับ 8 สำเร็จสังคมสงเคราะห์ศาสตรบัณฑิต
(เกียรตินิยมดี) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ปีการศึกษา พ.ศ.2515 โทร.
0.2419.6917, 08.1173.7511 Email: sipcm@mahidol.ac.th