



เอกสารและวรรณคดีที่เกี่ยวข้อง

การประชาสัมพันธ์

ความหมายของการประชาสัมพันธ์

คำว่า "การประชาสัมพันธ์" มาจากคำว่า "ประชา" กับ "สัมพันธ์" ซึ่งตรงกับภาษาอังกฤษว่า "Public Relations" ศัพท์ของคำนี้ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 หมายถึง การติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกัน ซึ่งคำนี้ยังมีความหมายในเชิงวิชาการ และการปฏิบัติที่กว้างไกล กล่าวคือ

Scott M. Cutlip and Allen H. Center (1978) ผู้ซึ่งมีอิทธิพลต่อวิชาการประชาสัมพันธ์ในช่วงยี่สิบกว่าปีนี้ได้ให้ความหมายไว้ว่า

"การประชาสัมพันธ์คือ การติดต่อสื่อสาร และสื่อความนโยบายของหน่วยงานไปยังประชาชนที่เกี่ยวข้อง ขณะเดียวกันเป็นแนวทางตรวจสอบความคิดเห็น ความรู้ และความต้องการของประชาชนในหน่วยงาน หรือองค์การทราบ เพื่อสร้างความสนับสนุนอย่างแท้จริงให้เกิดประโยชน์แก่ทุกฝ่าย และให้สามารถปรับหน่วยงานให้สอดคล้องกลมกลืน ตามแนวคิดของสังคมได้"

John E. Marston (1979) นักวิชาการชาวอเมริกันที่มีชื่อเสียงมากผู้หนึ่งกล่าวว่า "การประชาสัมพันธ์นั้น เป็นการสื่อสารที่เน้นนำใจ โดยมีการวางแผนเพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อกลุ่มประชาชนที่สำคัญ"

สถาบันการประชาสัมพันธ์ (The Institute of Public Relations) ของประเทศอังกฤษ ได้ให้ความหมายของการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ว่า

" เป็นความพยายามที่สุจริตรอบคอบ มีการวางแผน และมีการติดตามผล เพื่อเสริมสร้างและรักษาไว้ซึ่งความเข้าใจอันดีต่อกัน ระหว่างองค์การกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย"

สอาด ตันสุภผล (2500) อาจารย์ผู้ซึ่งมีความสำคัญมากผู้หนึ่งในการวางรากฐานการเรียนการสอนวิชาการประชาสัมพันธ์ของไทยในปัจจุบันได้กล่าวว่า

"การประชาสัมพันธ์ คือ วิธีการของสถาบันอันมีแผนการและกระทำต่อเนื่องกันไป อันที่จะสร้างหรือยังให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชน เพื่อให้สถาบันและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องมีความรู้ ความเข้าใจ และให้ความสนับสนุนร่วมมือซึ่งกัน และกัน อันจะเป็นประโยชน์ให้สถาบันนั้นดำเนินงานไปได้ผลดีสมความมุ่งหมาย โดยมี ประชามติ เป็นแนวบรรทัดฐานอันสำคัญด้วย"

ชม ภูมิภาค (2516) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้

"การประชาสัมพันธ์คือ ความพยายามของหน่วยงานที่ได้กระทำโดยมีการวางแผน อย่างดี และปฏิบัติตามแผนนั้น เพื่อส่งสารให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องมีความ เข้าใจ มีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน และกิจการของหน่วยงาน โดยถือว่าทัศนคติและความ เข้าใจ ที่ดี เช่นนั้น จะทำให้หน่วยงานบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยังเป็นหน้าที่ ของหน่วยงานที่ต้องตรวจสอบทัศนคติหรือประชามติ เพื่อที่จะปรับปรุงกิจการและ นโยบายของหน่วยงาน เป็นผลดีต่อหน่วยงานและเป็นการสื่อสาร และรับสารจาก ประชาชนซึ่ง เป็นกระบวนการสองทาง"

จากคำจำกัดความข้างต้นพอสรุปได้ว่า สิ่งที่เรียกว่าการประชาสัมพันธ์นั้น จะต้อง ประกอบด้วยคุณลักษณะที่สำคัญดังนี้

1. เป็นการทำงานที่มีจุดมุ่งหมาย เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นระหว่างสถาบัน และประชาชน
2. เป็นการทำงานที่มีการวางแผน สุขุมรอบคอบ และมีการติดตามผล ตามแผนการที่ ได้กำหนดไว้
3. เป็นการทำงานในรูปของการสื่อสารซึ่ง เป็นการสื่อสารสองทาง และ เป็นการ สื่อสารที่มีจุดมุ่งหมาย เพื่อการโน้มน้าวใจ
4. เป็นการทำงานที่ต้องการมีอิทธิพลต่อความคิด เห็นหรือทัศนคติของประชาชน
5. เป็นการทำงานที่ต่อเนื่อง

การประชาสัมพันธ์โรงเรียน

ความหมายของการประชาสัมพันธ์โรงเรียน

กัญญา สาธร (2526) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า

"การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) หมายถึงการสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างกลุ่มบุคคลใดบุคคลหนึ่ง กับประชาชนซึ่งกลุ่มบุคคลนั้นมีหน้าที่ต้องรับใช้หรือให้บริการการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน (School Public Relations) เป็นกระบวนการไมตรีสัมพันธ์สองทาง (a two-way process) คือ โรงเรียนเป็นทั้งผู้ให้และผู้รับบรรดาความคิดเห็นต่าง ๆ สัมพันธ์กับประชาชนที่เกี่ยวข้อง"

ชม ภูมิภาค (2516) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์โรงเรียนว่า

"การประชาสัมพันธ์โรงเรียน เป็นขบวนการที่สร้างความสัมพันธ์กันในการทำงานแบบเป็นมิตร ระหว่างโรงเรียนและชุมชน เป็นการกระทำที่จะช่วยให้ชุมชนได้ทราบเรื่องราวของโรงเรียน ทราบถึงโครงการต่าง ๆ ของโรงเรียน"

ในขณะที่ นพพงษ์ บุญจิตราศุลย์ (2530) กล่าวว่า

"โรงเรียนในฐานะเป็นสิ่งคมนวชนหนึ่ง ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของสังคมใหญ่ มีหน้าที่ให้ความรู้ ส่งเสริม และพัฒนาสมาชิกที่ดี มีประสิทธิภาพให้กับสังคม ได้รับเงินสนับสนุนจากภาษีอากรของราษฎร และได้รับความไว้วางใจจากผู้ปกครอง ส่งบุคลากรคุณภาพเข้ามาศึกษาหาความรู้ ดังนั้นความเคลื่อนไหวทางการดำเนินการจัดการศึกษาของโรงเรียน ประชาชนจึงควรมีสิทธิที่จะต้องทราบจะต้องเข้าใจ และให้ความร่วมมือสนับสนุนทั้งทางด้านกำลังเงิน กำลังกาย และกำลังปัญญา ดังนั้นกระบวนการสื่อสารติดต่อสัมพันธ์สองทาง คือ โรงเรียนแจ้งข่าวสารความเคลื่อนไหวทางการดำเนินงานให้ประชาชนทราบ และประชาชนให้ข้อคิดเห็นและเสนอแนะและให้ความสนับสนุนต่อโรงเรียนในด้านต่าง ๆ จึงเป็นภารกิจที่ทั้งสองฝ่ายพึงมีต่อกัน เพื่อให้เกิดภาพพจน์ที่ดี มีความเชื่อถือศรัทธา และการสนับสนุนร่วมมือให้การศึกษานาชาติก้าวหน้าและมีคุณภาพ ประสิทธิภาพสูงขึ้น"

Kindred (1957) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์โรงเรียนว่า "การประชาสัมพันธ์โรงเรียน คือกระบวนการติดต่อสื่อสารสองทาง ระหว่างโรงเรียนกับชุมชน มีความประสงค์เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนได้มีความเข้าใจ และเห็นความจำเป็นในการปฏิบัติงานทางการศึกษา ทั้งนี้เพื่อให้ประชาชนที่มีความรู้ความสามารถเหล่านั้น มีความสนใจและร่วมมือในการปรับปรุงและพัฒนาโรงเรียน"

จากความหมายของการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนดังกล่าว สรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์โรงเรียนหมายถึง การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกลุ่มบุคคลภายในโรงเรียนและกลุ่มประชาชนภายนอกที่มีส่วนสัมพันธ์กับโรงเรียนหรือกลุ่มบุคคลอื่น ๆ ให้มีความเข้าใจที่ดีและร่วมมือสนับสนุนการดำเนินงานของโรงเรียน โดยกระบวนการไมตรีสัมพันธ์ทั้งสองทาง ซึ่งโรงเรียนเป็นทั้งผู้ให้และผู้รับบรรดาความคิดเห็นต่าง ๆ สัมพันธ์กับบุคคลที่เกี่ยวข้อง

ความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์โรงเรียน

Kindred (1957) ได้กำหนดความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์โรงเรียนไว้ 8 ประการ คือ

1. เพื่อพัฒนาให้คนในชุมชนมีความเข้าใจอันดีต่อการปฏิบัติงานของโรงเรียน
2. เพื่อต้องการประเมินว่าคนในชุมชนมีความรู้สึกเกี่ยวกับโรงเรียนอย่างไรและต้องการให้โรงเรียนปฏิบัติงานเพื่อความสำเร็จด้านใดบ้าง
3. เพื่อให้ได้รับความสนับสนุนทางการเงิน ในการจัดโครงการศึกษาอย่างเหมาะสม
4. เพื่อให้เกิดความเข้าใจอันดี ยอมรับ เชื่อถือ และเชื่อมั่นในบุคลากรของโรงเรียน ตลอดจนบริการที่โรงเรียนจัดให้
5. เพื่อให้ชุมชนเกิดความไว้วางใจในความจำเป็นของโรงเรียน ที่จะต้องมีการเปลี่ยนแปลงในสิ่งที่โรงเรียนจะต้องทำ เพื่อให้เกิดความเจริญก้าวหน้าของโรงเรียน
6. เพื่อให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาการศึกษาของโรงเรียน

7. เพื่อสร้างความมั่นใจในการให้ความร่วมมือกันระหว่างโรงเรียนกับชุมชน อันที่จะปรับปรุงสภาพชีวิตในชุมชนไปด้วย

พัส หันนาคินทร์ (2513) ได้กล่าวถึงความมุ่งหมายของการจัดประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้

1. แดงข่าวสารต่าง ๆ ที่ผู้ปกครองต้องทราบการดำเนินงานของโรงเรียน ซึ่งได้ส่งลูกหลานมาเข้าเรียน

2. หากความร่วมมือจากชุมชน ทำให้ชุมชนเข้าใจโรงเรียนดียิ่งขึ้น และดังนั้นย่อมจะสามารถจัดความคิดเห็นขัดแย้ง ระหว่างนโยบายของโรงเรียนกับความ เชื่อถือหรือความรู้สึกรักใคร่ของผู้ปกครองในชุมชนนั้นได้

3. ป้องกันความเข้าใจผิด และป้องกันการถูกโจมตี หรือวิพากษ์วิจารณ์อย่างไม่เป็นธรรมจากบุคคลที่ไม่เป็นมิตรต่อโรงเรียนหรือต่อบุคคลในโรงเรียน โดยเฉพาะครูใหญ่เอง

4. เป็นการสนับสนุนให้นักเรียนเห็นคุณค่าทางการศึกษา และพยายามที่จะเรียนต่อไป ในเมื่อทราบจุดหมาย วิชาที่สอนในโรงเรียน ตลอดจนแนวทางที่จะประกอบอาชีพหรือจะเรียนต่อใน เมื่อจบออกจากโรงเรียนนั้นไปแล้ว

5. ทำให้ผู้ปกครองเกิดความเชื่อมั่นในโรงเรียนมากยิ่งขึ้น เพราะได้ทราบข่าวคราวความเป็นไปและความเคลื่อนไหวอยู่เสมอ

สุพิชญา อีระกุล (2521) ได้กำหนดวัตถุประสงค์ทั่วไปของการประชาสัมพันธ์ดังต่อไปนี้

1. เพื่ออธิบายชี้แจงให้ประชาชนทราบเรื่องราวและความจริง

2. เพื่อเป็นการบอกกล่าว แดงข่าว เล่าเรื่องราวความเป็นไปให้ประชาชนทราบ

3. เพื่อเผยแพร่ แจงความ และประกาศ

4. เพื่อให้ประชาชนเกิดความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง

5. เพื่อให้เกิดความเข้าใจในเรื่องที่ประชาชนยังเคลือบแคลง สงสัย ขาดความรู้

ความเข้าใจและ เพื่อ เป็นสื่อสัมพันธ์

6. เพื่อ เป็นการให้การศึกษ เพื่อ ให้ประชาชนเกิดความเฉลียวฉลาด ยกระดับความรู้ และความเข้าใจให้สูงขึ้น

7. เพื่อชักจูงและ เกลี้ยกล่อมให้สนับสนุนการดำเนินงาน

8. เพื่อให้หน่วยงานให้บริการแก่สังคมได้ถูกต้อง เหมาะสมตามความต้องการของสังคมและประชาชน

9. เพื่อให้เกิดความเชื่อถือไว้วางใจ เพื่อความราบรื่นของการดำเนินงานของหน่วยงาน

10. เพื่อให้ประชาชนเกิดความเลื่อมใส ศรัทธาในสถาบัน

ภิญโญ สาร (2526) กล่าวว่า

"การประชาสัมพันธ์โรงเรียนมิได้มีความหมายแต่เพียงการที่โรงเรียนเสนอข้อเท็จจริงเกี่ยวกับโรงเรียนให้ประชาชนทราบ หรือ เป็นแต่เพียงการโฆษณาชื่อเสียงของโรงเรียนให้ประชาชนนิยมเท่านั้น วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์โรงเรียนมี 8 ประการคือ

1. เสนอรายงานให้ประชาชนทราบเกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ ของโรงเรียน
2. สร้างความเชื่อถือ ความมั่นใจ และความนิยมที่มีต่อโรงเรียน ให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชน
3. สนับสนุนให้ประชาชนเข้ามาช่วยเหลือ เกื้อกูลกิจการเกี่ยวกับการศึกษาต่าง ๆ ของโรงเรียนทั้งในด้านการเงิน วัสดุ แรงงานและกำลังใจ
4. ส่งเสริมให้ประชาชนมีความเข้าใจในความสำคัญของการศึกษา และให้ประชาชนเกิดความรู้สึกว่า เป็นหน้าที่ของประชาชนในระบอบประชาธิปไตยทุกคนที่จะต้องให้ความสนใจ และเข้ามามีส่วนร่วมดูแลการจัดการศึกษาของโรงเรียน
5. ส่งเสริมให้ครูกับผู้บริหารมีความเข้าใจใกล้ชิดกันยิ่งขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้การเรียนการสอนให้ผลดี ด้วยความร่วมมือกันทั้งทางโรงเรียนและที่บ้าน
6. สร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวระหว่างบ้าน โรงเรียนและชุมชนหรือท้องถิ่นที่โรงเรียนตั้งอยู่ให้เกิดขึ้น โดยมีโรงเรียนเป็นทั้งศูนย์ประชาคม ศูนย์การศึกษา และศูนย์วัฒนธรรมของชุมชนนั้น ๆ
7. ประเมินความต้องการของผู้ปกครองและประชาชนในท้องถิ่น เกี่ยวกับการศึกษา เพื่อให้โรงเรียนมีโอกาสสนองความต้องการอันแท้จริงของประชาชนได้จริง

8. แก้วไขปัด เป่าคลี่คล้ายบรรดาข้อข้อของใจ และสิ่งที่จะทำให้ประชาชน เข้าใจ โรงเรียนผิด ๆ ช่วยทำให้ประชาชนมองโรงเรียนในแง่ดี มีความ เข้าใจและเห็นใจ โรงเรียน มองครูและนักเรียนด้วยความ เชื่อถือนิยมยกย่อง"

วิจิตร อวาระกุล (2526) กล่าวว่า

"การประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนมิได้มีความหมายเพียงการโฆษณาชื่อเสียง กิจกรรมหรือ เผยแพร่ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับโรงเรียนให้ประชาชนทราบเท่านั้น ความมุ่งหมายของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนมีความหมายกว้างออกไปอีก 11 ประการ คือ

1. เพื่อให้ นักเรียน ครู อาจารย์ ผู้ปกครอง เข้าใจระเบียบ เหตุผล และความ จำเป็นที่จะต้องมีการ ระเบียบให้รู้ให้เข้าใจ เพื่อให้เกิดความร่วมมือในการปฏิบัติ
2. เป็นการรายงานให้ครู นักเรียน ผู้ปกครอง ประชาชน ได้ทราบเกี่ยวกับการ ดำเนินงาน และกิจกรรมต่าง ๆ ของโรงเรียน
3. เป็นการสร้างชื่อเสียง เกียรติคุณ ความ เชื่อถือ เลื่อมใส ความนิยมมั่นคงใจใน โรงเรียนให้เกิดในหมู่ประชาชนทั่วไป
4. ส่งเสริมให้ประชาชนตระหนักถึงความสำคัญของการศึกษา ให้ประชาชนเกิด ความรู้สึกว่าเป็นเจ้าของ เป็นหน้าที่ในฐานะประชาชนคนหนึ่งในท้องถิ่นที่จะต้องให้ ความร่วมมือ ความสนใจ เข้ามามีส่วนดูแลและช่วยจัดการศึกษาของโรงเรียน
5. เชิญชวน และส่งเสริมสนับสนุนให้ประชาชนได้ เข้ามามีส่วนช่วยเหลือ เกื้อกูล โรงเรียนในเรื่องของการศึกษา อาจเป็นการช่วยเหลือด้านกำลังกาย จิตใจ วัสดุ แรงงาน
6. ส่งเสริมให้ครูกับนักเรียน และผู้ปกครองมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกัน เพื่อช่วยกัน แก้ไขปัญหาการศึกษาของเด็ก ครู โรงเรียน และบ้าน
7. เพื่อให้โรงเรียนดำเนินนโยบายเปิดประตู โดย เป็นศูนย์กลางการบริการ ประชาคมทางด้านการศึกษา วัฒนธรรม และบริการ
8. เพื่อให้โรงเรียนได้มีโอกาสตอบสนองความต้องการของประชาชนในท้องถิ่น เกี่ยวกับการศึกษาและ เป็นประโยชน์ต่อชุมชนนั้นได้อย่างแท้จริง

9. ช่วยแก้ไขข้อขัดแย้งเพื่อความขัดแย้งบรรดาข้อข้องใจทั้งหลายในแง่ต่าง ๆ ที่นักเรียน ผู้ปกครอง ครู ประชาชน ที่มีต่อโรงเรียนให้สิ้นไป ให้ทุกฝ่ายมองตัวเองด้วยความชื่นชม มีความเชื่อถือและนิยมยกย่อง

10. เพื่อเป็นการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง ให้เกิดทั่วไปอย่างไม่จำกัด โดยถือว่าโรงเรียนเป็นของชุมชน เพื่อชุมชน บริหารโดยผู้ที่อยู่ในชุมชนนั้น

11. เพื่อเปิดโอกาสให้ฝ่ายต่าง ๆ ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา เสนอแนะ เพื่อปรับปรุงการศึกษาให้เป็นไปตามความคิด ความต้องการของสังคม ท้องถิ่น ชุมชน มิใช่เพียงแต่เป็นไปตามความต้องการของครูหรือโรงเรียนเท่านั้น"

เอกชัย กิสุพันธ์ (2527) ได้กำหนดความมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ 6 ประการ คือ

1. เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่าง ครู นักเรียน ผู้ปกครอง และ ประชาชนที่โรงเรียนตั้งอยู่
2. เพื่อเป็นการแถลง หรือแจ้งข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของโรงเรียนให้ประชาชนทราบ
3. ส่งเสริม หรือชักชวนให้ประชาชนเข้ามามีส่วนช่วยเหลือโรงเรียนในเรื่องการจัดการศึกษา
4. เพื่อขจัดปัญหาความไม่เข้าใจ ความขัดแย้งต่าง ๆ ที่ครู นักเรียน ผู้ปกครองและ ประชาชนมีต่อโรงเรียนให้หมดสิ้นไป
5. เพื่อสร้างความสำนึกให้เกิดขึ้นในหมู่ครู นักเรียน ผู้ปกครอง และประชาชน ว่าโรงเรียนเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน และชุมชนควรร่วมใจในการจัดการศึกษาของโรงเรียนด้วย
6. เพื่อสร้างความเชื่อถือ ความนิยม และความมั่นใจในโรงเรียนให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชน

นพพงษ์ บุญจิตราดุลย์ (2530) ได้กำหนดความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์โรงเรียน 10 ประการ ดังนี้

1. เพื่อ เสนอรายงานให้ประชาชนทราบความ เคลื่อนไหวความ เปลี่ยนแปลงต่าง ๆ เกี่ยวกับกิจกรรมของโรงเรียนและการจัดการศึกษา
 2. ส่ง เสริมให้ประชาชนตระหนักถึงความสำคัญของการศึกษา ให้รู้จัก เป็น เจ้าของ และ เป็นหน้า ที่ของประชาชนที่ต้องให้ความร่วมมือในการจัดการศึกษา
 3. ส่ง เสริมให้ครู นักเรียน และผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกัน ร่วมมือกัน ในการแก้ปัญหาของเด็กทั้งทางโรงเรียนและที่บ้าน
 4. สร้างความ เชื่อถือ ศรัทธา และความ เชื่อมั่น ความนิยมของประชาชนที่มีต่อ โรงเรียน
 5. ประเมินความต้องการของผู้ปกครองและประชาชนในท้องถิ่น ที่มีต่อการศึกษา เพื่อ โรงเรียนจะได้หาทางสนองตอบต่อความต้องการอย่างแท้จริง
 6. ช่วยแก้ไขข้อขัดแย้ง บรรเทาข้อข้องใจทั้งหลายในแง่ต่าง ๆ ที่ นักเรียน ผู้ปกครอง ครูและประชาชนที่มีต่อโรงเรียนให้หมดสิ้นไป ให้ทุกฝ่ายมองโรงเรียนด้วยความชื่นชม
 7. เพื่อ เปิดโอกาสให้ฝ่ายต่าง ๆ ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา เสนอแนะ เพื่อปรับปรุง ให้แนวความคิด มิใช่เพียงแต่เป็นความต้องการของครู หรือโรงเรียนเท่านั้น
 8. เพื่อให้ นักเรียน ครู ผู้ปกครอง เข้าใจในระเบียบ กฎเกณฑ์ และ เหตุผล ความจำเป็นที่ต้องมีกฎระเบียบให้เข้าใจตรงกัน เพื่อร่วมมือกันในการปฏิบัติ
 9. เพื่อ เชิญชวนให้ประชาชนสนับสนุนช่วยเหลือ เกื้อกูลโรงเรียนทางด้านกำลังกาย จิตใจ ปัญญา ความคิด วัสดุ-โรงงาน ตลอดจนด้านการเงินที่ขาดแคลน
 10. สร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันระหว่างบ้าน โรงเรียน และชุมชนที่อยู่ใกล้ชิด โรงเรียน เป็นทั้งศูนย์ประชาคม ศูนย์การศึกษา และศูนย์วัฒนธรรมของชุมชน
- จากการกำหนดความมุ่งหมาย และวัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์โรงเรียนของ นักวิชาการดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่าความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ โรงเรียนคือ

1. เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคลากรภายในโรงเรียน
2. เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างโรงเรียนและบุคคลภายนอก รวมทั้งสถาบันต่าง ๆ ทั้งที่เกี่ยวข้องและไม่เกี่ยวข้องกับโรงเรียน
3. เพื่อแสวงหาความร่วมมือร่วมใจและสนับสนุนโรงเรียนในด้านต่าง ๆ จากบุคคล ชุมชน และสถาบันที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาของโรงเรียน โดยมีเป้าหมายหลักเพื่อพัฒนาคุณภาพ การศึกษา
4. เพื่อสร้างความนิยมและความ เชื่อถือแก่โรงเรียน และป้องกันแก้ไขความ เข้าใจผิดซึ่งจะทำให้เกิดความ เสื่อม เสียชื่อเสียงของโรงเรียน
5. เพื่อจัดข้อขัดแย้งและปัญหาความ เข้าใจผิดในโรงเรียน

หลักการประชาสัมพันธ์

เนื่องจากโรงเรียน เป็นสถาบันหนึ่งของสังคม เราจะใช้หลักการจัดกิจกรรม เพื่อการ ประชาสัมพันธ์โรงเรียน โดยอาศัยหลักการจัดประชาสัมพันธ์ในองค์การสถาบันต่าง ๆ ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับความจำเป็น และความเหมาะสมของแต่ละสถาบันนั้น ๆ สมาคมการประชาสัมพันธ์ระหว่าง ประเทศ (IPR) ได้อธิบายถึงหน้าที่และขั้นตอนในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์ เป็นหน้าที่รับผิดชอบของฝ่ายบริหาร
2. เป็นการกระทำที่ต้องอาศัยการวางแผนและการกระทำอย่างต่อเนื่อง
3. เป็นการกระทำเพื่อสร้างสรรค์และดำรงไว้ซึ่งความ เข้าใจอันดี
4. ใช้การสำรวจและวิจัยเพื่อประเมินประชาคมติ
5. การนำผลการวิจัยมาใช้พิจารณาตัดสินใจในการกำหนดแผนงาน
6. ใช้วิธีการเผยแพร่กระจายข่าวสารสู่ประชาชน (วีรัช ลภีรัตนกุล, 2526)

สอาด ต้นศุภผล (2500) และ วีรัช ลภีรัตนกุล ได้กล่าวถึงหลักการประชาสัมพันธ์ไว้ สอดคล้องกัน 3 ประการ คือ

1. การบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ให้ทราบ หมายถึง การแจ้งนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน และผลงานให้ประชาชนทราบ

2. การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด โดยถือหลักว่าการป้องกันไว้ก่อนดีกว่าการแก้ไข

3. การสำรวจประชามติโดยการสำรวจวิจัยประชามติของประชาชน

วิทย์ ศิวะศรียานนท์ (2514) ได้กล่าวถึงหลักการประชามติไว้ดังนี้

1. มีเป้าหมายในการจัดการประชามติ โดยมุ่งประโยชน์ส่วนรวม เป็นใหญ่
 2. รู้สภาพจิตของกลุ่มต่าง ๆ เพื่อประโยชน์ในการประสานงาน
 3. รับผิดชอบส่วนงานที่ตนทำอยู่ และนโยบายของรัฐบาล
 4. รู้จักใช้เครื่องมือในงานด้านประชามติ
 5. ยึดหลักความเชื่อมั่น ความสุจริต เพื่อเป็นที่วางใจของคนทั่วไป
 6. บุคคลและอุปกรณ์ที่ใช้ควรมีคุณภาพสูง เพื่อผลในการปฏิบัติงาน
 7. ต้องกระทำต่อเนื่องกันโดยสม่ำเสมอ
 8. งานประชามติต้องกระทำโดยเปิดเผย
 9. ต้องพยายาม เข้าถึงบุคคลผู้ที่มีความคิดเห็น หรือการกระทำของเขาเป็นที่เชื่อถือของคนหมู่มาก ทั้งนี้เพื่ออาศัยการประชามติฝ่ายบุคคล เหล่านี้ไปสู่ชนหมู่มาก
- ส่วน เอกชัย กีสพพันธ์ (2527) ได้กล่าวถึงหลักการประชามติโรงเรียนไว้ว่า
1. การประชามติโรงเรียนควรถือเป็นหน้าที่ของครูทุกคนในโรงเรียนที่จะต้องร่วมรับผิดชอบ ถึงแม้โรงเรียนจะมอบหมายให้บุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งรับหน้าที่จัดการประชามติของโรงเรียนแล้วก็ตาม
 2. การประชามติต้องเป็นไปเพื่อสร้างความเข้าใจอันดี ระหว่างโรงเรียนกับชุมชน หรือผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย
 3. โรงเรียนต้องรู้จักเลือกสื่อกลางในการประชามติที่เหมาะสม เช่น สิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น
 4. การประชามติโรงเรียน เป็นงานที่ต้องกระทำอย่างต่อเนื่อง ตลอดปีการศึกษาและทุก ๆ ปี
 5. การประชามติโรงเรียนถือว่าเป็นกระบวนการสองทาง (Two-Way-Process) ดังนั้น โรงเรียนควรเปิดโอกาสให้ชุมชนและผู้เกี่ยวข้องได้แสดงความคิดเห็น

เห็นเกี่ยวกับการดำเนินงานของโรงเรียน ทั้งนี้โรงเรียนต้องรับฟังด้วยความเป็นธรรมและบริสุทธิ์ใจ

6. โรงเรียนจัดการให้มีการประเมินผลกิจกรรมประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนที่ได้จัดขึ้นในแต่ละปีอย่างต่อเนื่อง เพื่อจะได้นำผลการประเมินมาปรับปรุงวิธีดำเนินการด้านนี้ต่อไป

กิติมา ปรีดีติลล (2532) กล่าวว่า

"ความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับชุมชนจะดำเนินไปด้วยดีไม่ได้ ถ้าขาดการประชาสัมพันธ์ที่ดี ดังนั้นการประชาสัมพันธ์จึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับโรงเรียน และหลักการประชาสัมพันธ์ที่ดี มีหลักดังนี้

1. ผู้ร่วมงานต้องเข้าใจ เป้าหมาย และหน้าที่ของโรงเรียนในการให้การศึกษาอย่างแจ่มแจ้ง
2. ผู้ทำงานประชาสัมพันธ์จะต้องทราบกฎหมาย ระเบียบต่าง ๆ และอำนาจหน้าที่ทางการศึกษาที่ตนมีอยู่
3. โครงการประชาสัมพันธ์ต้องครอบคลุมชุมชนทั้งหมด
4. ต้องมีแผนทั้งระยะสั้นและระยะยาว และรับฟังข้อเสนอจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง มาปรับปรุงแผนงาน
5. ผลสำเร็จในการดำเนินงานของโรงเรียน ขึ้นอยู่กับความเชื่อถือของประชาชนที่มีต่อโรงเรียน
6. ความสนใจและทัศนคติของประชาชนเกี่ยวกับการศึกษา จะทราบได้โดยอาศัยข่าวสารที่ถูกต้องเท่านั้น
7. โครงการประชาสัมพันธ์ จะได้ผลเพียงใดขึ้นอยู่กับขวัญของคณะครู เป็นสำคัญ

8. โครงการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ควรควบคุมกิจกรรมทุกอย่างของโรงเรียน ตามอัตราส่วนที่เหมาะสม"

Sachs (1966) ได้กล่าวถึงหลักการประชาสัมพันธ์โรงเรียนไว้ 6 ประการ ดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์โรงเรียนต้องกระทำด้วยความซื่อสัตย์ บริสุทธิ์ใจ และจะต้องเชิญให้ประชาชนได้ เข้าร่วมรับรู้อย่างใกล้ชิด

2. การประชาสัมพันธ์โรงเรียนต้องมีโครงการที่เกิดจากความร่วมมือวางแผนโครงการจากผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย โครงการเหล่านั้นไม่ควรจะจัดทำจากโรงเรียนเพียงฝ่ายเดียว

3. การประชาสัมพันธ์โรงเรียนจะต้องกระทำอย่างต่อเนื่องโดยไม่มีการขาดตอน และมีการตรวจสอบความเห็น และความต้องการของประชาชนอย่างกว้างขวางในลักษณะที่เป็นปัจจุบันและทันต่อเหตุการณ์

4. การประชาสัมพันธ์โรงเรียนต้องทำในลักษณะเชิงบวก โดยต้องคำนึงถึงว่าประชาชนไม่ชอบการโต้แย้งจากผู้อื่นมากนัก ต้องเปิดใจกว้างสำหรับการแสดงความคิดเห็น และแสวงหาข้อเท็จจริงโดยปราศจากความลำเอียง และจะต้องทำทุกวิถีทางให้เกิดความร่วมมือร่วมกัน

5. การประชาสัมพันธ์โรงเรียนจะต้องตื่นตัวกับความต้องการของประชาชนอยู่เสมอ

6. พึงระลึกอยู่เสมอว่าการส่งข้อมูลข่าวสารจะต้องทำให้ผู้รับเข้าใจง่าย และเป็นเรื่องราวที่เป็นข้อเท็จจริง

จากหลักการประชาสัมพันธ์โรงเรียนดังกล่าวข้างต้น พอจะสรุป เป็นหลักการนำมาจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์โรงเรียนได้ดังนี้

1. การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ถือเป็นหน้าที่ของบุคลากรภายในโรงเรียนที่จะต้องรับผิดชอบและปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง โดยมีการวางแผน มีนโยบาย และโครงการ ตลอดจนวิธีการป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิดอันอาจจะเกิดขึ้นได้

2. การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ต้องอาศัยสื่อที่เหมาะสมในการเผยแพร่ข่าวสาร ความรู้ และข้อเท็จจริงต่าง ๆ ด้วยความบริสุทธิ์ใจ รับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีต่อกัน ถือเป็น การสื่อสารแบบสองทาง

3. ควรมีการประเมินผลกิจกรรม เพื่อนำมาปรับปรุงการดำเนินงานในครั้งต่อไป

กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้น นักวิชาการในสาขาวิชานี้ค่อนข้างจะมีความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกันมากนัก กล่าวคือ Cutlip and Center (1978) ได้กล่าวถึงกระบวนการประชาสัมพันธ์ว่าประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ

1. การวิจัย-การรับฟัง (Research-Listening) เป็นขั้นตอนแรกที่สำคัญโดยมีจุดหมายที่จะทำการสำรวจตรวจสอบถึงสภาพปัจจุบันของสถาบันว่าเป็นเช่นไร มีปัญหาอุปสรรคอะไรหรือไม่ เช่น ภาพพจน์เรื่องนั้นเรื่องนี้ไม่ดี ก็ให้นำข้อมูลมาประกอบการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ เพื่อปรับปรุงแก้ไขต่อไป

2. การวางแผนการตัดสินใจ (Planning-Decision Making) เป็นขั้นตอนที่จะศึกษาจากสถานภาพปัจจุบันที่พบในข้อ 1 นั้น ควรที่จะมีการวางแผนการสื่อสารเช่นไร ควรยกเลิกหรือกิจกรรมอะไรบ้าง เพื่อเสริมสร้างรักษาและแก้ไขภาพพจน์นั้น

3. การสื่อสาร (Communication) คือขั้นตอนลงมือปฏิบัติ โดยจะใช้เครื่องมือหรือสื่อเพื่อการสื่อสาร เลือกเนื้อหาสาระเพื่อใช้ในการสื่อสารที่เหมาะสม กำหนดประชาชนกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนขึ้น ฯลฯ ตามแผนการที่ได้กำหนดไว้ในข้อ 2

4. การประเมินผล (Evaluation) เป็นขั้นตอนสุดท้ายเพื่อตรวจสอบว่า จากแผนที่ได้กำหนดไว้และได้ปฏิบัติการสื่อสารไปแล้วนั้น ได้ผลออกมาอย่างไร มีอะไรดี อะไรไม่ดี และควรปรับปรุงแก้ไขอย่างไร ตลอดจนควรมีการดำเนินงานต่อไปในอนาคตเช่นไรด้วย

ส่วน Raymond Simon (1984) ได้แบ่งการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ไว้ 5 ขั้นตอน คือ

1. ประชาชนติ (Public Opinion)
2. การวิจัย (Research)
3. การวางแผนและการกำหนดโครงการ (Planning and Programming)
4. การสื่อสาร (Communication)
5. การวัดโดยการประเมินผลและการรายงานผล (Evaluation Measurement and Reporting)

John E. Marston (1979) ได้กล่าวถึงกระบวนการประชาสัมพันธ์ในสูตรที่เขาเรียกว่า "R-A-C-E" คือ

1. การวิจัย (Research)
2. การกระทำ (Action)
3. การสื่อสาร (Communication)
4. การประเมินผล (Evaluation)

จากกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ข้างต้น จะเห็นได้ว่ามีวิธีการคล้าย ๆ

กัน คือ

1. การวิจัย การรับฟังความคิดเห็น และการค้นคว้าหาข้อมูล
2. การวางแผนและการตัดสินใจ โดยนำข้อมูลที่ได้มาวางแผนดำเนินการตามขั้นตอน
3. การสื่อสารโดยเผยแพร่ตามที่วางแผนไว้ และพยายามใช้สื่อหลาย ๆ ทาง
4. การประเมินผล เพื่อทราบผลงานที่ทำได้แล้ว ว่ามีอุปสรรคอะไรบ้าง จะได้หาทางแก้ไขและปรับปรุงงานในโอกาสต่อไป

เมื่อนำหลักการประชาสัมพันธ์มารวมกับกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ นพพงษ์ บุญจิตราดุลย์ (2530) ได้เสนอที่จะจัดโครงการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนเป็นขั้นตอน ดังนี้

1. การทำให้ประชาชนได้รู้จัก (Identifying the Public) โดยการเรียนรู้เรื่องราวเกี่ยวกับประชาชนเหล่านั้น
2. ความเข้าใจถึงปัญหาในการสัมพันธ์กับชุมชน (Defining Problems) โดยการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อทราบความต้องการและปัญหา

3. การตั้งวัตถุประสงค์ (Formulating the Objectives) เน้นให้โรงเรียนมุ่งหามิตรและมุ่งพัฒนาคุณภาพการศึกษา
4. การเลือกวิธีดำเนินการ (Selection the Means) เป็นการเลือกวิธีที่จะบรรลุผล ให้สมควรมุ่งหมายขององค์การ
5. การร่างแผนงาน (Drafting the Plan) คือการเขียนแผนงานควรทำให้ง่ายที่สุด และสามารถปฏิบัติได้จริง

การประชาสัมพันธ์โรงเรียน มีองค์ประกอบที่แตกต่างไปจากการประชาสัมพันธ์ หรือการโฆษณาทางด้านธุรกิจ การประชาสัมพันธ์จะเน้นในด้านความสัมพันธ์ของบุคคลต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโรงเรียน การปฏิบัติติดต่อกันและกัน ตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ ที่จะจัดดำเนินงานโดยมุ่งความเข้าใจ เชื่อถือ ศรัทธา และความผูกพันโดยไม่หวังผลกำไร

ลักษณะของกิจกรรมประชาสัมพันธ์โรงเรียน

การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์โรงเรียนนั้น มีส่วนประกอบที่แตกต่างไปจากการโฆษณาทางด้านธุรกิจตามที่คนส่วนใหญ่เข้าใจกัน ในการจัดประชาสัมพันธ์โรงเรียนนั้น จะต้องอาศัยกิจกรรมดำเนินไปในรูปโครงการ ซึ่งไม่ใช่งานประจำธรรมดาเพียงอย่างเดียว แต่ขณะเดียวกัน การประชาสัมพันธ์ก็เกี่ยวข้องกับกระบวนการบริหาร เพราะการประชาสัมพันธ์ เป็นส่วนหนึ่งของการติดต่อสื่อสาร (communication) ในอันที่จะเสริมสร้างความเข้าใจอันดี และช่วยให้เกิดการประสานงาน (coordination) ได้สะดวกและง่ายขึ้น เพราะบุคคลภายในและภายนอกหน่วยงานได้ทราบความเคลื่อนไหวและนโยบายของโรงเรียน ซึ่งจะทำให้ความร่วมมือและปฏิบัติงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ได้

เนื่องจากโรงเรียนเป็นสถาบันทางสังคมประเภทบริการ ซึ่งต้องเกี่ยวข้องกับบุคคลทั้งภายในและภายนอกสถาบัน การประชาสัมพันธ์จึงต้องทำทั้งสองลักษณะ คือ การจัดประชาสัมพันธ์ภายในโรงเรียนและภายนอกโรงเรียน ซึ่ง ภิญญา สาร (2526) ได้กล่าวถึงลักษณะของกิจกรรมประชาสัมพันธ์ที่โรงเรียนควรจัด คือ

1. สร้างความสัมพันธ์ให้เกิดขึ้นในหมู่ครู โดยอาศัยแผนการประชาสัมพันธ์
โรงเรียนประสานงาน
 2. สร้างความสัมพันธ์ระหว่างศิษย์เก่า ศิษย์ปัจจุบัน และครู
 3. สร้างความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียน ครู กับผู้ปกครองของโรงเรียนให้เกิดขึ้น
 4. จัดตั้งสมาคมผู้ปกครองและครูให้เป็นศูนย์ประสานงานไมตรีสัมพันธ์ ระหว่าง
ผู้ปกครองและครู
 5. สร้างความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนและชุมชน หรือประชาชนทั่วไปในท้องถิ่น
คือพยายามให้โรงเรียนเข้าไปมีส่วนช่วยเหลือกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งที่เป็นกิจกรรมทั่วไป
กิจกรรมศาสนา และกิจกรรมประเพณีของท้องถิ่น
 6. จัดตั้งคณะกรรมการประชาชนขึ้น เพื่อให้ทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาของโรงเรียน
ในด้านต่าง ๆ
 7. จัดตั้งสมาคมต่าง ๆ ของชุมชนขึ้นตามความจำเป็นและเหมาะสม โดยใช้
โรงเรียนเป็นที่ตั้งสมาคมเหล่านั้น
 8. จัดตั้งสมาคมศิษย์เก่า สมาคมเกี่ยวกับการศึกษา สมาคมเกี่ยวกับครู และ
สมาคมเกี่ยวกับกิจกรรมหย่อนใจต่าง ๆ สำหรับประชาชน
 9. จัดส่งต่อไปนี้ให้กลายเป็นสื่อสารไมตรีสัมพันธ์กับประชาชนคือ
 - ก. กิจกรรมต่าง ๆ ของนักเรียน
 - ข. สิ่งพิมพ์และเอกสารต่าง ๆ ของโรงเรียน
 - ค. สื่อมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์
 - ง. อุปกรณ์โสตทัศนศึกษา
 - จ. กิจกรรมและบริการพิเศษต่าง ๆ ของโรงเรียน
 10. จัดรายการต่าง ๆ ของโรงเรียนทั้งในด้านการศึกษา การอาชีพ และการ
หย่อนใจให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมรับประโยชน์โดยตรงบ้างตามสมควร
- วิจิตร อาวะกุล (2526) กล่าวว่า
- งานและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ที่โรงเรียนควรจัดทำในโรงเรียนคือ
1. สร้างความสัมพันธ์ระหว่างครูด้วยกัน โดยอาศัยวารสารภายใน การประชุม

ชี้แจง การประกาศ จัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น กีฬา สังสรรค์ ฯลฯ

2. สร้างความสัมพันธ์กับโรงเรียนอื่น ๆ ในระหว่างครูทุกระดับ รวมทั้งกับนักเรียนให้มีความสัมพันธ์ดีอยู่เสมอและทุกคน

3. สร้างความสัมพันธ์ระหว่างการดำเนินงานของโรงเรียน ครู กับผู้ปกครองของนักเรียนให้เกิดขึ้น โดยตั้งสมาคมผู้ปกครองและครูขึ้น เพื่อเป็นสื่อเชื่อมและสนับสนุนการดำเนินงานของโรงเรียน

4. ให้โรงเรียนเป็นศูนย์กลางของประชาชนในท้องถิ่นเพื่อจัดกิจกรรมทั่วไป หรือพยายามให้โรงเรียนเข้าไปมีส่วนร่วมช่วยเหลือ หากชุมชนนั้นจัดขึ้นหรือร้องขอความช่วยเหลือหรือการให้ใช้อาคาร หรือบริเวณโรงเรียนจัดงาน ฯลฯ

5. จัดตั้งสมาคม ชมรม สโมสรที่จะเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดี และจะต้องเอาใจใส่การดำเนินงานของสมาคมเหล่านี้ให้บรรลุวัตถุประสงค์ด้วย เช่น สมาคมครู สมาคมศิษย์เก่า ชุมชนที่เกี่ยวกับการศึกษา

6. ให้ประชาชนได้มีโอกาสใช้สถานที่ของโรงเรียนบ้างตามสมควร เช่น ห้องประชุม สนามกีฬา บริเวณที่พักผ่อนนั่งเล่นตามสนามหญ้า สระว่ายน้ำ หรือให้ยืมเครื่องมือ เครื่องมือบางอย่าง จัดกิจกรรมที่เป็นส่วนรวมของชุมชน อาทิ เกอ จังหวัดอย่าให้มีลักษณะตระหนี่หวงแหนในเรื่องสถานที่ เครื่องมือ เครื่องมือที่พอเอื้อให้ได้

7. ใช้ทรัพยากรของโรงเรียนที่มีอยู่ให้สนับสนุนความสัมพันธ์กับชุมชน เช่น

ก. ใช้กิจกรรมของครู นักเรียน เสริมสนับสนุนกิจกรรมส่วนรวม เช่น การบำเพ็ญประโยชน์ การรักษาความสะอาด ความปลอดภัย ฯลฯ

ข. สิ่งพิมพ์และวารสารต่าง ๆ บทความต้องไม่ทำลายความสามัคคี แต่ช่วยเสริมให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ และราบรื่นยิ่งขึ้น

ค. อุปกรณ์กีฬา โสตทัศน สนาม บริเวณ ฯลฯ ให้มีโอกาสได้ใช้เพื่อความสามัคคีและสัมพันธ์

ง. กิจกรรมหรือบริการต่าง ๆ ที่โรงเรียนสามารถเอื้อเอื้อให้ได้

8. จัดกิจกรรมหรืองานต่าง ๆ เพื่อให้ประชาชนได้เข้ามาหรือเชิญชวนให้เข้ามา ร่วมหรือรับประโยชน์โดยตรงบ้าง เช่น การเชิญชวนตัดบาตรปีใหม่ งานรื่นเริง

ประเพณี การฉายภาพยนตร์ การแสดงเพื่อความบันเทิง ฯลฯ เป็นโอกาสให้ครู นักเรียน ประชาชน ได้พบกัน สัมพันธ์กันดียิ่งขึ้น

9. จัดตั้งผู้มีประสบการณ์ในชุมชนเป็นที่ปรึกษาหรือกรรมการอุปถัมภ์ กรรมการ การศึกษาของโรงเรียน อาจจะทำให้เป็นคณะกรรมการต่าง ๆ ของโรงเรียนก็ได้ โดย คัดเลือกจากชุมชนนั้น ๆ

10. จัดตั้งกลุ่มที่เป็นความร่วมมือระหว่างโรงเรียนกับชุมชน เช่น

ก. กลุ่มเกี่ยวกับวัฒนธรรม ประเพณี ศาสนา เช่น กลุ่มอาสาต่าง ๆ กลุ่ม แม่บ้าน กลุ่มกลสิกร กลุ่มคนหนุ่มคนสาวบำเพ็ญประโยชน์

ข. กลุ่มทางเศรษฐกิจ เช่น กลุ่มพ่อค้า แม่ค้า คหบดี สหกรณ์ ฯลฯ

ค. กลุ่มเกี่ยวกับความรักชาติ เพื่อส่งเสริมความสามัคคีป้องกันภัยของ ชุมชน และประเทศชาติ เป็นต้น"

กลุ่มประชาชน John E. Marston (1979) ได้แบ่งกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับ การประชาสัมพันธ์ไว้ 2 กลุ่ม คือ กลุ่มประชากรภายใน (Internal publics) และ กลุ่ม ประชาชนภายนอก (External publics)

1. กลุ่มประชากรภายนอก (Internal Publics) คือ กลุ่มบุคคลที่เป็นพนักงาน หรือเจ้าหน้าที่ในองค์การสถาบัน ซึ่งมีความผูกพันกับสถาบันอย่างใกล้ชิด กลุ่มประชาชนภายใน นับว่ามีความสำคัญต่อองค์การสถาบันมาก "เพราะหากความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มประชาชนภายใน เป็นไปด้วยความราบรื่น กิจกรรมขององค์การสถาบันนั้น ก็ย่อมประสบความสำเร็จ และเป็นการ เพิ่มพูนประสิทธิภาพของการบริหารให้ดียิ่งขึ้น และส่งผลผูกพันไปถึงการประชาสัมพันธ์ภายนอก องค์การอีกด้วย" (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2526)

2. กลุ่มประชาชนภายนอก (External Publics) คือ กลุ่มประชาชนที่อยู่ภายนอก สถาบัน วิรัช ลภีรัตนกุล ได้แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

ก. กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับองค์การโดยตรง อันเนื่องมาจากนโยบายวิธี การดำเนินงานหรืออาจเกี่ยวข้องกันทางด้านผลประโยชน์ หรือกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งของ สถาบัน เช่นกลุ่มนักวิชาการ สื่อมวลชน เป็นต้น

ข. กลุ่มประชาชนในท้องถิ่น คือกลุ่มประชาชนที่อยู่ในท้องถิ่นเดียวกันกับองค์การสถาบัน หรือสถานที่ ซึ่งสถาบันตั้งดำเนินการอยู่

ค. กลุ่มประชาชนทั่วไป คือกลุ่มประชาชนอื่น ๆ ซึ่งอาจจะไม่เกี่ยวข้องกับองค์การสถาบัน หรือได้รับประโยชน์โดยตรงจากสถาบัน

โรงเรียนซึ่งถือว่าเป็นสถาบันหนึ่งของสังคม ย่อมจะต้องเกี่ยวข้องกับกลุ่มประชาชนทั้ง 2 กลุ่ม เช่นเดียวกัน คือ

1. กลุ่มประชาชนภายในโรงเรียน ได้แก่ ครู คนงานภารโรง และนักเรียน
2. กลุ่มประชาชนภายนอกโรงเรียน ได้แก่

ก. กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียนโดยตรงอันเนื่องมาจากนโยบาย วิธีดำเนินการ และเกี่ยวข้องกันทางด้านผลประโยชน์ หรือกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งของสถาบัน เช่น สถาบันที่มีหน้าที่บังคับบัญชาโรงเรียน สถาบันการศึกษาอื่น ๆ ซึ่งมีนโยบาย วัตถุประสงค์ และการดำเนินงานคล้ายคลึงกัน สมาคมผู้ปกครอง สมาคมศิษย์เก่า

ข. กลุ่มประชาชนในท้องถิ่นที่โรงเรียนตั้งอยู่ หรือชุมชนในท้องถิ่น

ค. กลุ่มประชาชนทั่วไป ได้แก่กลุ่มประชาชนสถาบันอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องโดยตรงกับโรงเรียนโดยตรง เช่น กลุ่มสมาคมวิชาชีพ ชมรมสโมสรต่าง ๆ

โรงเรียนมีความจำเป็นที่จะต้องสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มประชาชนทุกกลุ่ม " เพราะการสร้างความเป็นมิตรไมตรีและความเข้าใจต่อประชาชนทั่วไปย่อมเป็นผลดีต่อองค์การเอง"

วิรัช สภีร์ตนกุล (2526)

ชม ภูมิภาค (2516) เห็นว่าโรงเรียนต้องสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคล 4 กลุ่มคือ

1. สร้างประชาสัมพันธ์ด้วยความสัมพันธ์กับนักเรียน
2. สร้างประชาสัมพันธ์ด้วยการติดต่อกับผู้ปกครอง
3. สร้างประชาสัมพันธ์ด้วยความร่วมมือกับชุมชน
4. สร้างประชาสัมพันธ์ด้วยความสัมพันธ์กับผู้ร่วมงาน

นพพงษ์ บุญจิตราดุลย์ (2530) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบสำคัญของการประชาสัมพันธ์-โรงเรียนที่จะต้องนำมาพิจารณาในการประชาสัมพันธ์ดังนี้

1. ความสัมพันธ์ของบุคคลแต่ละบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องต่อการจัดการศึกษา ได้แก่
 - 1.1 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารกับครู ครูต่อครู ครูต่อพนักงาน เจ้าหน้าที่
คนงาน ภารโรง
 - 1.2 ความสัมพันธ์ระหว่างครูกับนักเรียน ศิษย์เก่าต่อครูและโรงเรียน
 - 1.3 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปกครองกับครูและโรงเรียน
 - 1.4 ความสัมพันธ์ระหว่างประชาชนกับครูและโรงเรียน
2. ความสัมพันธ์ของกลุ่มบุคคล
 - 2.1 ความสัมพันธ์กับสมาคมผู้ปกครองและครูกับโรงเรียน
 - 2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างคณะกรรมการการศึกษากับโรงเรียน
 - 2.3 ความสัมพันธ์กับสมาคมต่าง ๆ ในชุมชน หรือกลุ่มอิทธิพลในชุมชนกับ
โรงเรียน
 - 2.4 ความสัมพันธ์กับสมาคมทางวิชาชีพครูกับโรงเรียน
3. เครื่องมือวัสดุอุปกรณ์ และช่องทางต่าง ๆ ในการสร้างการประชาสัมพันธ์ มี
 - 5 ประการ คือ
 - 3.1 กิจกรรมต่าง ๆ ของนักเรียน
 - 3.2 สิ่งพิมพ์และเอกสารต่าง ๆ ของโรงเรียน
 - 3.3 การให้ข่าว ออกข่าว แก่หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์
 - 3.4 การใช้สื่อเกี่ยวกับโสตทัศนูปกรณ์ เช่น การจัดนิทรรศการ การฉาย-
สไลด์ ภาพยนต์ แผ่นเสียง เทปบันทึกเสียง
 - 3.5 กิจกรรมในโอกาสพิเศษ และบริการพิเศษต่าง ๆ ของโรงเรียน เช่น
วันครบรอบการจัดตั้งโรงเรียน วันสำคัญของชาติ ศาสนา บริการ การใช้โรงเรียน
เป็นสถานที่ประกอบงานมงคล บริการด้านเครื่องมือ อาคารสถานที่เพื่อประกอบ
กิจกรรมทางสังคมของชุมชน

จะเห็นได้ว่า กลุ่มประชาชนที่กล่าวถึงทั้งสองกลุ่มนั้น คือกลุ่มประชาชนในองค์กร และ
กลุ่มประชาชนภายนอกองค์กรนั่นเอง

ส่วน Kindred et. al. (1984) ได้กล่าวถึงกลุ่มประชาชนที่โรงเรียนต้องสร้าง-
ความสัมพันธ์ด้วย คือ

1. นักเรียนและผู้ปกครอง (Pupils and Parents)
2. พนักงานและกลุ่มครู (Employees and Teacher Groups)
3. กลุ่มบุคคลในชุมชน (Community Groups) มีทั้งกลุ่มบุคคลโดยทั่วไป และ
กลุ่มที่สนับสนุนโรงเรียน ได้แก่
 - 3.1 สมาคมผู้ปกครองและครู (Parents-teacher or home and
school associations)
 - 3.2 กลุ่มบุคคลที่เป็นเพื่อนบ้านของโรงเรียน (Neighborhood asso-
ciations)
 - 3.3 กลุ่มที่ปรึกษา (Advisory groups)
 - 3.4 สมาคมศิษย์เก่า (Alumni associations)
 - 3.5 กลุ่มอิทธิพล (Pressure groups)

การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์โรงเรียน จึงต้องกระทำในลักษณะส่วนบุคคลและกลุ่ม
บุคคลทั้งภายในและภายนอกโรงเรียน ซึ่งอาจจะพิจารณาในรายละเอียดถึงวิธีการและกิจกรรม
เพื่อการประชาสัมพันธ์ ซึ่ง นพพงษ์ บุญจิตราดุลย์ (2530) ได้แบ่งประเภทไว้ดังนี้

ก. ความสัมพันธ์ส่วนบุคคลในองค์กร (Personal Relations) หมายถึง ความ
สัมพันธ์ของบุคคลแต่ละบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการศึกษา มี 4 ลักษณะ ดังนี้

1. ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรต่าง ๆ ในโรงเรียน (Staff Relations)
ได้แก่ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารกับครู คนงานภารโรง ครูต่อครู ครูต่อคนงานภารโรง และ
ระหว่างคนงานภารโรงด้วยกันเอง ความสัมพันธ์อันดีของบุคคลเหล่านี้ มีส่วนในการสร้างทัศนคติ
ของชุมชนที่มีต่อโรงเรียน ชุมชนจะมีทัศนคติที่ดีหรือเลวต่อโรงเรียน ขึ้นอยู่กับการกระทำของ
โรงเรียนที่จะต้องทำให้บุคคลเหล่านี้เป็นตัวกลางที่จะอธิบาย นโยบายการทำงานทางด้านการ
ศึกษาของโรงเรียนในทางที่ดี เพราะบุคคลเหล่านี้ต่างก็เป็นสมาชิกของชุมชน ย่อมมีโอกาสจะ
ถ่ายทอดเรื่องราวของโรงเรียนไปสู่ชุมชนภายนอกโรงเรียน "ถ้าบุคคลเหล่านั้นมีขวัญดี มีทัศนคติ

ที่ติดต่อโรงเรียนของตน ก็จะทำทอดเรื่องราวในทางที่ดีและในทางตรงกันข้ามถ้าบุคคลเกิดความแตกแยกหรือขัดแย้งกัน แตกความสามัคคี ไม่รวมมือ ขวัญเสีย ก็จะทำกล่าวในทางร้ายของโรงเรียนไปสู่ชุมชน" (นพพงษ์ บุญจิตราคุลย์, 2530) การนิโทษว่าร้ายกันของครู ตลอดจนการวิพากษ์วิจารณ์ การเอาเปรียบ หลีกเลี่ยงการรับผิดชอบ อัจฉาริษา แบ่งพรรคแบ่งพวก ใช้วิธีการไม่ยุติธรรมเพื่อให้ตนเองได้รับความดีความชอบ หรือนักเรียนไปทัศนศึกษาโดยไม่สนใจว่าจะกระทบกระเทือนต่อวิชาคนอื่น สิ่งเหล่านี้เป็นเพียงตัวอย่างของความขัดแย้งของครูซึ่งมีผลต่อความศรัทธาและความเชื่อมั่นของประชาชนทั่วไป (ชม ภูมิภาค, 2516) ส่วน Kindred et. al. (1984) ได้กล่าวว่าความสัมพันธ์ที่ไม่ดีของครูเกิดจาก

1. ขาดทิศทางการบริหาร (Lack of Administrative Direction)
2. การปฏิบัติการสอนของครู (Instructional Practice) ครูจะต้องเข้าใจในวิธีการสอนและปรัชญาของการเรียนการสอนให้สอดคล้องกัน
3. การปฏิบัติที่ขาดจรรยาบรรณของครู (Unethical Conduct)
4. การแบ่งงานรับผิดชอบ (Division Responsibility) ไม่มีความเหมาะสมกับสภาพความรู้ความสามารถหรือมากน้อยแตกต่างกัน
5. การเกาะกลุ่มกันของครู (Formation of Cliques) ได้แยกตัวออกไปเป็นกลุ่มย่อยตามความสนใจของแต่ละคนจนทำให้ขาดลักษณะความเป็นเพื่อนร่วมงาน (Colleagues)

การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีของบุคคลภายในกลุ่มเพื่อนร่วมงานจึงเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง ชม ภูมิภาค (2516) และ ไชยยศ เรื่องสุวรรณ (2522) มีความเห็นสอดคล้องกันว่า "การประชาสัมพันธ์ภายนอกที่ดี ย่อมอยู่บนรากฐานของการประชาสัมพันธ์ภายในที่ดี"

จากการศึกษารายละเอียดของวิธีการปฏิบัติและการจัดกิจกรรม เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีของผู้ร่วมงานของ ชม ภูมิภาค นพพงษ์ บุญจิตราคุลย์ วิจิตร อาวะกุล ภิญญา สาร และ Kindred et al. สรุปได้ดังนี้

1. สร้างความรู้สึกรักใคร่ให้เป็นเหมือนเพื่อนร่วมงาน (Colleagues) โดยการยอมรับความคิดเห็นตลอดจนข้อเสนอแนะของผู้ร่วมงาน

2. สร้างให้ผู้ร่วมงานเกิดความจงรักภักดี (Loyalty) และเกิดความสามัคคี (Unity) ภูมิวิจที่จะได้ใช้ความรู้ความสามารถตามความถนัด เช่น การตั้งคณะกรรมการทำงาน หรือกรรมการที่ปรึกษาของโรงเรียน (Internal Advisory Committee) เพื่อปฏิบัติงานจึงเป็นสิ่งที่พึงกระทำ

3. ให้มีคณะกรรมการกำหนดขอบเขตของงาน โดยได้รับการยอมรับจากผู้ร่วมงานถึงหน้าที่และความรับผิดชอบ (Division of Responsibility) อย่างเหมาะสมและยุติธรรม

4. จัดกิจกรรมยกย่องผู้ทำความดี โดยยอมรับในความสำเร็จของผู้ร่วมงานเหล่านั้น (Recognition of Accomplishments)

5. ให้เกียรติและยอมรับนับถือความสำเร็จของงานซึ่งกันและกัน ตลอดจนการรักษาสิทธิอันถูกต้องในงานที่สอน (Preserving the Right to Teach) ไม่ดูถูกเหยียดหยามซึ่งกันและกัน

6. การพิจารณาความดีความชอบมีหลักเกณฑ์ข้อมูลยุติธรรม เพื่อส่งเสริมผู้ทำความดี จะได้รับความดีความชอบพิเศษ ผู้ที่ไม่ได้รับความดีความชอบพิเศษก็ควรได้รับความเห็นอกเห็นใจและยกย่อง

7. ดูแลสวัสดิการและสิทธิอันพึงมีพึงได้ สิทธิพิเศษ ตลอดจนผลประโยชน์ แก่ผู้ร่วมงาน ให้ได้รับความสะดวกรวดเร็ว ตลอดจนขจัดปัดเป่าปัญหาทางด้านเศรษฐกิจและความเดือดร้อนอื่น ๆ ถ้าปฏิบัติได้

8. จัดสภาพการทำงานให้สะอาดสะดวก (Working Condition) เช่น ห้องพักครู การจัดหาวัสดุอุปกรณ์ ตลอดจนเอกสารตำรา เพื่อสนองความต้องการของครูที่จะใช้ให้เพียงพอ โดยที่ครูไม่ต้องซื้อเอง

9. จัดให้มีการพบปะสังสรรค์กัน เป็นครั้งคราวตามโอกาสที่เหมาะสม เช่น ในวันปิดภาคเรียน ปีใหม่ การปฐมนิเทศครูใหม่ (Orientation of New Teacher) การแข่งขันกีฬาระหว่างเพื่อนร่วมงาน

10. ระงับการปฏิบัติที่ผิดจรรยาบรรณ เช่น นินทาว่าร้ายกันในหมู่เพื่อนร่วมงาน

11. การจัดระบบการสื่อสารติดต่อที่ดี (Communication During Negotiation)

12. จัดเอกสารสิ่งพิมพ์ (Internal Publication) ให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องราวของโรงเรียน ตลอดจนความรู้ในด้านข่าวสารภายนอกโรงเรียน ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานของบุคลากร

13. สิ่งที่น่าสนใจอีกประการหนึ่งคือ เมื่อโรงเรียนเชิญวิทยากร (Substitutive Teacher) หรือรับครูฝึกสอน (Intern Teacher) ให้มาทำการสอนนักเรียนหรือฝึกอบรม โรงเรียนควรจะสร้างความประทับใจให้บุคคลเหล่านั้น เกิดความรู้ความเข้าใจ และมีทัศนคติที่ดีต่อโรงเรียน

2. ความสัมพันธ์ระหว่างครูกับนักเรียนและศิษย์เก่า (Pupil and Alumni Relations) นักเรียน ศิษย์เก่าและสมาคมศิษย์เก่า เป็นส่วนหนึ่งที่จะประชาสัมพันธ์โรงเรียนให้กับผู้ปกครอง และบุคคลในชุมชนได้ทราบถึงสภาพของโรงเรียน โรงเรียนจะได้รับความร่วมมือหรือต่อต้านจากผู้ปกครองและศิษย์เก่าเหล่านั้น สิ่งที่สำคัญคือ พฤติกรรมของโรงเรียนที่แสดงออกต่อนักเรียน Kindred et. al. (1984) นพพงษ์ บุญจิตราดุลย์ (2530) และ ชม ภูมิภาค (2516) มีความเห็นสอดคล้องกันว่า ความประทับใจที่เด็กได้รับจากโรงเรียนคือ "พฤติกรรมการสอนการปกครอง ประสบการณ์ที่ได้รับจากการรู้จักครูใหญ่ การบริการของโรงเรียนในด้านสุขภาพอนามัย และความสะอาดต่าง ๆ เรื่องต่าง ๆ เหล่านี้ นักเรียนจะนำไปบอกกล่าวแก่ผู้ปกครองและชุมชน" ดังนั้นในการจัดกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์ระหว่างครูกับนักเรียนและ

ศิษย์เก่าจะต้องคำนึงถึงสภาพแวดล้อม ซึ่ง นพพงษ์ บุญจิตราดุลย์ กล่าวว่า มี 4 ประการ คือ

1. บุคลิกภาพของครู มีอิทธิพลต่อแนวความคิดและความรู้สึกของนักเรียนที่มีต่อโรงเรียน นักเรียนจะชอบครูที่เข้าใจความต้องการของเด็ก มีความเป็นกันเอง และช่วยเหลือนักเรียนอย่างจริงจัง การทำให้นักเรียนได้ยอมรับนับถือบุคลิกภาพของครู (Respect of Personality) จะช่วยให้เป็นสิ่งเร้าในการเรียนและสร้างความร่วมมือร่วมใจแก่ครูและนักเรียนเป็นอย่างดี (Kindred et. al. 1984)

2. ระเบียบและกฎเกณฑ์ของโรงเรียน ระเบียบของโรงเรียนจะต้องไม่ขัดกับธรรมเนียมประเพณีและความนิยมของชุมชน ก่อนออกระเบียบควรมีการห้ย้งเสียงเพื่อให้เกิดการยอมรับ การเปลี่ยนแปลงต้องกระทำอย่างมั่นคงและยุติธรรม
3. หลักสูตรและการเปลี่ยนแปลงของหลักสูตร ต้องจัดให้เหมาะสมกับสภาพการณ์และความต้องการของผู้เรียน
4. การปฏิบัติและการใช้อำนาจของครูต่อนักเรียน โดยพิจารณาจากสิ่งต่อไปนี้
 - (1) ให้การยอมรับนับถือต่อบุคลิกภาพของเด็กทุกคนเหมือนกัน
 - (2) ระมัดระวังในปัญหาส่วนตัวและปัญหาในทางวิชาชีพของครู อย่าให้ขัดกัน
 - (3) ระวังอย่าให้เกิดความลำเอียง
 - (4) การลงโทษทางความประพฤติและวินัยนักเรียน ทำให้เหมาะสม
 - (5) เตรียมการสอนอย่างดี
 - (6) ใช้วิธีการสอนให้เหมาะสม
 - (7) ระมัดระวังในเรื่องประเด็นความขัดแย้ง เป็นกรณี
 - (8) ให้การบ้านอย่างเหมาะสม
 - (9) การให้คะแนนอย่างถูกต้องและเหมาะสม
 - (10) จัดการสอนให้ถูกต้องตาม เวลาและ เนื้อหาที่จะสอน
 - (11) ระมัดระวัง เรื่องการให้เด็กตกหรือ เด็กได้ พิจารณาด้วยความถูกต้องและยุติธรรม

Kindred et. al. (1984) ได้กล่าวถึงกิจกรรมที่โรงเรียนควรจัดทำให้นักเรียนเพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์โรงเรียนคือ

1. การบริการ ได้แก่ ห้องสมุด (Library) โรงอาหาร (Cafeteria) บริการทางแพทย์ (Medical Center) การอำนวยความสะดวกของสำนักงานโรงเรียน หรือห้องธุรการ (School Office) การเดินทาง (Transportation)

2. จัดการสำรวจความต้องการ และรับฟังความคิดเห็นของนักเรียนในลักษณะสื่อสารสองทาง (Two-Way Communication) เช่นสำรวจความคิดเห็นด้วยแบบสอบถาม จัดตู้ปัญหา การแจ้งข่าวสารให้นักเรียนทราบ
3. การจัดให้มีคณะกรรมการที่ปรึกษาของนักเรียน (Student Advisory Committee) เพื่อเสนอเรื่องราวและความคิดเห็นความต้องการให้โรงเรียนทราบ

ในด้านความสัมพันธ์ระหว่างศิษย์เก่ากับครูและโรงเรียน ควรกระทำในสิ่ง

ต่อไปนี้

1. ติดตามความก้าวหน้าเคลื่อนไหวของศิษย์เก่า
 2. เมื่อศิษย์เก่ามาขอความช่วยเหลือ ทางโรงเรียนควรอำนวยความสะดวก เช่น ขอใบสุทธิ ใบรับรอง
 3. ให้ออกาสศิษย์เก่ามาจัดงานชุมนุมที่โรงเรียน
 4. เชิญศิษย์เก่าที่ประสบความสำเร็จมาสนทนากับครูหรือนักเรียน
 5. เมื่อมีงานหรือกิจกรรมพิเศษของโรงเรียน ก็เชิญศิษย์เก่ามาร่วม
 6. ศึกษารูปภาพของศิษย์เก่าโรงเรียนที่ประสบความสำเร็จ ก้าวหน้าในหน้าที่
- การงานให้นักเรียนปัจจุบันได้ทราบและยึดถือ เป็นแบบอย่าง
7. ครูใหญ่หรือครูหาโอกาสเยี่ยม เยียนศิษย์เก่าบ้าง เมื่อมีโอกาส
 8. ให้ความช่วยเหลือในการแก้ปัญหา เมื่อได้รับการขอร้องจากศิษย์เก่า
 9. สนับสนุนให้จัดตั้งสมาคมศิษย์เก่าขึ้น
 10. ชักจูงให้มาหาความรู้เพิ่มเติมถ้าโรงเรียนเปิดสอนวิชาชีพ
 11. ส่งข่าวสารความเคลื่อนไหวของโรงเรียนให้ทราบเป็นประจำ ถ้ามี

งบประมาณทำได้

3. ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปกครองกับครูและโรงเรียน (Parent Relations)

Kindred et. al. (1984) ได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ของผู้ปกครองกับโรงเรียนไว้ว่า

"ผู้ปกครองเป็นผู้ทราบข้อมูลข่าวสารของนักเรียนเป็นอย่างดี ซึ่งครูสามารถที่จะนำมาใช้ประโยชน์ในการอบรมสั่งสอนนักเรียนได้ และในขณะเดียวกัน ครูก็พอจะทราบ

ทัศนคติและความนึกคิดของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียน การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครอง เป็นสิ่งหนึ่งที่โรงเรียนจะแสวงหาความร่วมมือร่วมใจ เพื่อความเจริญก้าวหน้าของโรงเรียน"

นพพงษ์ บุญจิตราดุลย์ (2530) ได้เสนอแนะวิธีแก้ปัญหาและอุปสรรคในการร่วมมือของผู้ปกครองไว้ดังนี้

- 1) สร้างทัศนคติที่ดีให้เกิดขึ้นกับผู้ปกครอง
- 2) ครุมีทัศนคติที่ดีต่อผู้ปกครองในอาชีพต่าง ๆ ไม่ดูถูกเหยียดหยามผู้ปกครองยากจน
- 3) ให้ทราบนโยบายและระเบียบปฏิบัติของโรงเรียนอย่างชัดเจน
- 4) จัดบริการด้านสวัสดิการนักเรียนให้ดี

กิจกรรมที่โรงเรียนควรดำเนินงานในการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ปกครอง เพื่อการประชาสัมพันธ์โรงเรียน จากการศึกษารายละเอียดตามที่ Kindred et. al. (1984) และ นพพงษ์ บุญจิตราดุลย์ (2530) สรุปได้ดังนี้

- 1) การออกเยี่ยม เยียนผู้ปกครอง เมื่อมีโอกาส
- 2) รายงานความก้าวหน้าทางการศึกษาของนักเรียนให้ผู้ปกครองทราบ แจ้งเรื่องทางที่ดีให้ทราบบ้าง ไม่ใช่แจ้งแต่ปัญหาและความเลวร้ายของนักเรียน
- 3) เชิญผู้ปกครองมาเยี่ยม เยียนโรงเรียนในโอกาสที่มีกิจกรรมต่าง ๆ ของนักเรียนและโรงเรียน
- 4) จัดการประชุมผู้ปกครองในโอกาสอันควร เป็นครั้งคราว
- 5) ส่งข่าวสาร จดหมายข่าว แจ้งความเคลื่อนไหวก้าวหน้า หรือการเปลี่ยนแปลงของโรงเรียนให้ทราบ
- 6) จัดนิทรรศการผลงานของนักเรียนและเชิญผู้ปกครองมาเยี่ยมชม
- 7) เชิญผู้ปกครองที่มีความเชี่ยวชาญมาให้ความรู้แก่เด็ก
- 8) เชิญผู้ปกครองมาเยี่ยมชมกิจกรรมพิเศษของโรงเรียน เช่น กีฬา ละคร

หรือดนตรี

9) จัดให้มีวัน "คุยกับครู" โดยเชิญผู้ปกครองมาสนทนากับครูประจำชั้น
อย่างน้อย เทอมละครั้ง

10) ผลักดันให้เกิดสมาคมผู้ปกครองและครูขึ้น

4. ความสัมพันธ์ระหว่างประชาชนในชุมชนกับครูและโรงเรียน (Community Relation) ความสัมพันธ์ของโรงเรียนกับชุมชนเป็นสิ่งสำคัญที่โรงเรียนจะต้องให้ความสนใจ เช่นเดียวกับกลุ่มบุคคลภายในโรงเรียน โรงเรียนกับชุมชนเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจะแยกออกจากกันได้ เพราะ "ชุมชนเป็นผู้กำหนดการดำเนินงานของโรงเรียน ความพยายามที่จะแยกโรงเรียนออกจากชุมชนจึงเป็นความคิดที่ไม่ถูกต้อง และจะนำความยุ่งยากไปสู่โรงเรียนและเด็ก ชุมชนและโรงเรียนจึงแยกจากกันไม่ได้" James B. Conant อ้างใน Merle Sumption and Douglas (1966) กล่าวว่า

"โรงเรียนมัธยมศึกษาจำเป็นต้องสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนเนื่องมาจาก

1. การลงทุนทางการศึกษาสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว (Increased costs)
2. การเปลี่ยนแปลงในการจัดการมัธยมศึกษา (Changing in Secondary education) ทำให้ประชาชนต้องการที่จะทราบถึงความเปลี่ยนแปลง และมักจะปฏิเสธความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนั้น ๆ ผู้บริหารและนักการศึกษาจึงมีความจำเป็นต้องทำให้โรงเรียนมีความใกล้ชิดกับชุมชน เพื่อสร้างความเข้าใจให้กับชุมชน และได้รับทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น
3. การวิพากษ์วิจารณ์โรงเรียน (Criticism of the Schools) โรงเรียนถูกวิพากษ์วิจารณ์มากขึ้นในหลาย ๆ ด้าน โรงเรียนจึงจำเป็นต้องหาทางผูกมิตรกับชุมชนเพื่อสร้างความเข้าใจที่ดีต่อโรงเรียน

ส่วนสมาคมการวิจัยการศึกษาแห่งชาติของสหรัฐอเมริกา (National Society for Study of Education, 1964) ได้กล่าวถึงความร่วมมือระหว่างประชาชนและโรงเรียน เพื่อสร้างคุณภาพการศึกษาให้เกิดขึ้นแก่โรงเรียนไว้ว่า

"โดยสภาพปกติทั่ว ๆ ไป ผู้ปกครองของนักเรียนจะสนใจในการศึกษาของบุตรหลานของตน ผู้ปกครองเหล่านั้นต้องการจะทราบว่าใครคือผู้สอนนักเรียน และสอน

อะไรให้กับนักเรียน และได้รับผลดีหรือไม่อย่างไร ตราบใดที่ผู้ปกครองเหล่านั้นยังเชื่อว่า การดำเนินงานของโรงเรียนยังเป็นไปด้วยดี ประชาชนก็จะไม่วิพากษ์วิจารณ์โรงเรียน แต่ถ้าผู้ปกครองเหล่านั้นเกิดความสงสัยไม่แน่ใจในความเจริญก้าวหน้าของโรงเรียน ซึ่งมีผลกระทบต่อเด็กของเขาเหล่านั้น ประชาชนเหล่านั้นจะแสดงออกด้วยการวิพากษ์วิจารณ์โรงเรียนอย่างเต็มที่ และจะไม่เป็นผลดีแก่โรงเรียนเลย"

Stoops, Rafferty and Johnson (1978) กล่าวว่า

"โรงเรียนกับชุมชนจะต้องมีความเกี่ยวข้องกันในฐานะที่โรงเรียนเป็นผู้รับใช้และเป็นผู้นำชุมชน"

ถนนอม มากะจันทร์ (2516) กล่าวว่า

"โรงเรียนกับชุมชน เป็นสิ่งที่แยกจากกันไม่ได้ โรงเรียนตั้งอยู่โดยไม่มีชุมชนอยู่ก็ไม่สามารถตั้งอยู่ได้ เพราะไม่มีคนเรียน แต่ถ้ามีแต่ชุมชนไม่มีโรงเรียน การจัดการศึกษาเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ก็ไม่มี โรงเรียนจะดำเนินการโดยโดดเดี่ยวโดยไม่มีคำนึงถึงสถานการณ์ในท้องถิ่นไม่ได้"

ตามความเห็นของนักวิชาการดังกล่าว สรุปได้ว่าการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับชุมชน เพื่อแสวงหาความร่วมมือร่วมใจระหว่างชุมชนกับโรงเรียนในฐานะผู้รับใช้และผู้นำชุมชน

การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับชุมชน

Douglas (1962) ได้กล่าวถึงวิธีการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับชุมชนไว้ดังนี้

1. นักเรียน (The students) เป็นกลุ่มชนส่วนใหญ่ของโรงเรียน พ่อแม่ผู้ปกครองของเด็กนักเรียน และคนในชุมชนจะรับฟังข่าวสารของโรงเรียนจากบุคลากร ซึ่งเป็นนักเรียนของโรงเรียนนั้น ๆ นักเรียนจึงมีบทบาทสำคัญในการประชาสัมพันธ์โรงเรียนได้เป็นอย่างดี โรงเรียนควรจะต้องหาความร่วมมือจากนักเรียนในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อชักจูงให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมของโรงเรียน

2. สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ (Publications) โรงเรียนควรจัดทำเอกสารสิ่งพิมพ์ของโรงเรียนหรือส่งข่าวของโรงเรียนไปลงหนังสือพิมพ์

3. การประชุมพบปะหรือ (Face-to face conferences) ถือว่าเป็นการสร้างความสัมพันธ์ส่วนตัวไปด้วย โรงเรียนควรจัดให้มีวันเยี่ยมโรงเรียน (School visitation day) และคืนเยี่ยมโรงเรียน (School visitation night)

4. การดำเนินชีวิตในชุมชนของนักการศึกษา (Community life of educators) ผู้บริหารโรงเรียนและครูอาจารย์จะต้องดำเนินวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ให้สอดคล้องกับคนในชุมชน

5. ต้องเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมกับกลุ่มบุคคลต่าง ๆ ในชุมชน (Participating) โดยไม่จำกัดลักษณะอาชีพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งบุคคลที่มีอาชีพรายได้ค่อนข้างต่ำ จะต้องสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับบุคคลเหล่านั้นด้วย

6. การจัดการศึกษาผู้ใหญ่และการใช้อาคารสถานที่ของโรงเรียน (Adult education and use building) เพื่อตอบสนองผู้พลาดโอกาสทางการศึกษาหรือมีความจำเป็นบางประการไม่มีโอกาสศึกษาเล่าเรียนเมื่อเป็นผู้ใหญ่ ไม่ควรจะมุ่งเฉพาะการจัดการศึกษาแก่นักเรียนในวัยเด็กเพียงอย่างเดียว

7. การร่วมมือกับผู้ปกครองในการจัดทำข้อมูลเพื่อลงทะเบียนนักเรียน (Cooperation with parents in the matter of students' school record) เพื่อที่จะให้ผู้ปกครองได้มีส่วนร่วมรับรู้ข้อเท็จจริงและให้ข้อเท็จจริงแก่โรงเรียนเพื่อส่งเสริมคุณภาพการเรียนของนักเรียน

นางเจลิยว สุมาวงศ์ (2517) กล่าวว่า

"การที่โรงเรียนกับชุมชนจะร่วมมือกันในการสร้างสรรค์ความเจริญให้แก่ชุมชนอาจทำได้โดยวิธีการต่อไปนี้

1. จัดให้มีกรรมการโรงเรียนโดยเลือกตั้งจากประชาชน
2. เปิดโอกาสให้ชุมชนใช้อาคารสถานที่ของโรงเรียนนอกเวลาเรียน หรือในวันหยุด เช่น เป็นที่สอนหนังสือผู้ใหญ่ เป็นที่ประชุมหรือจัดงานพิธีต่าง ๆ เป็นต้น

3. จัดหลักสูตรของโรงเรียนให้สัมพันธ์กับชุมชน เพื่อให้ความรู้ของนักเรียนมีความหมายมากขึ้น สามารถนำสิ่งที่เรียนไปใช้ได้ในชีวิตประจำวัน ทั้งนี้ต้องใช้อุปกรณ์ สื่อมวลชนและแหล่งวิชาต่าง ๆ ในชุมชน ให้เป็นประโยชน์ต่อการสอน เท่ากับ เป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับชุมชนในขณะเดียวกัน

4. จัดกิจกรรมต่าง ๆ ในโรงเรียน ซึ่งจะช่วยให้ชุมชนเข้ามามีบทบาทกับทางโรงเรียน เช่น การจัดนิทรรศการต่าง ๆ จัดแสดงละครประจำปี แข่งขันกีฬา นักเรียน ให้บริการแนะแนวอาชีพแก่นักเรียน เป็นศูนย์กลางของชุมชนในการจัดกิจกรรมของสังคม"

นพพงษ์ บุญจิตราคุลย์ (2530) ได้เสนอแนะการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับประชาชนไว้ดังนี้

1. เปิดโอกาสให้ประชาชนได้มาใช้บริการของโรงเรียน เช่น บริเวณสถานที่จัดงานมงคลต่าง ๆ ตามความเหมาะสม
2. สืบหาความต้องการทางด้านการศึกษาของประชาชนเป็นครั้งคราว
3. เมื่อมีกิจกรรมของโรงเรียน ควรเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้าร่วมด้วย โดยจัดที่นั่งให้กับประชาชนอยู่คนละข้างกับครูโดย เสมอหน้ากัน
4. เชิญประชาชนที่มีความสามารถในชุมชนมาให้ความรู้แก่นักเรียน หรือพานักเรียนไปเยี่ยมเยียนโรงงาน สวนไร่ หรือสถานที่ทำงานที่จะเป็นโอกาสให้นักเรียนได้ศึกษาโดยตรง
5. ชักจูงให้มาร่วมงานเป็นกรรมการต่าง ๆ ในกิจกรรมของโรงเรียน
6. เปิดโอกาสให้ใช้บริเวณโรงเรียนมาแสดงผลสัมฤทธิ์หรือผลผลิต เพื่อเผยแพร่และจำหน่ายกันเองในราคาถูก
7. ครูและโรงเรียนร่วมกิจกรรมและพิธีการต่าง ๆ ของชุมชนในโอกาสสำคัญ ๆ

จากวิธีการที่นักวิชาการเสนอแนะวิธีสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน สรุปได้ดังนี้

1. สืบหาและรวบรวมข้อมูล ข่าวสารข้อมูลข่าวสารในด้านสังคมวัฒนธรรม

เศรษฐกิจและการเมือง เพื่อเป็นข้อมูลของโรงเรียน โดยพยายามออกไปสัมผัสกลุ่มชนให้มากที่สุดทุกสาขาอาชีพ

2. ส่งข้อมูลข่าวสาร และการเคลื่อนไหวการดำเนินการของโรงเรียนให้ประชาชนในชุมชนทราบ และขณะเดียวกันก็รับฟังความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อโรงเรียนด้วย
3. การจัดบริการเพื่อให้ความรู้ทางวิชาชีพ วิชาการ หรือการจัดการศึกษาผู้ใหญ่ เพื่อเปิดโอกาสให้แก่ผู้ด้อยโอกาสทางการศึกษา
4. พยายามให้โรงเรียนและชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมของชุมชนและโรงเรียนร่วมกัน

ข. ความสัมพันธ์กับกลุ่มบุคคล (Relation with Groups) ในชุมชนต่าง ๆ และในสถาบันองค์การทั้งหลายที่มีบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป จะมารวมกลุ่มตามความสนใจหรือตามลักษณะอาชีพ เพื่อพิทักษ์คุ้มครองผลประโยชน์ในกลุ่มของตน หรือเพื่อเสาะแสวงหาความรู้ในสาขาวิชานั้น ๆ การรวบรวมกลุ่มดังกล่าว เมื่อมีจำนวนมากขึ้นจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจหรือการดำเนินงานของสถาบัน (Sumption, 1966) โรงเรียนเป็นสถาบันหนึ่งย่อมต้องเกี่ยวข้องกับบุคคลทั้งในสถาบันและนอกสถาบัน การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับบุคคลที่รวมกัน เช่นนั้นจึงเป็นส่วนหนึ่งของการประชาสัมพันธ์โรงเรียน

Kindred et. al. (1984) ได้เสนอแนะวิธีการสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มบุคคลในชุมชน (Community Group) ไว้ว่า

1. ต้องสำรวจเพื่อหาข้อมูลของกลุ่มบุคคลในชุมชน
2. จำแนกกลุ่มประชาชน (Community Groups) ที่น่าสนใจ ได้แก่
 - 2.1 กลุ่มประชาชน (Civic Groups) ที่รวมตัวกันเพื่อบริการสังคม เช่น สโมสรไลออนส์ สโมสรโรตารี ฯลฯ
 - 2.2 กลุ่มวัฒนธรรม (Cultural Groups) พบมากในสาขาคณิตศาสตร์ ศิลปะ สถาปัตยกรรม นักแสดงละคร นักวางรณกรรม ฯลฯ
 - 2.3 กลุ่มเศรษฐกิจ (Economic Groups) ได้แก่กลุ่มกรรมการสมาชิกกลุ่มการค้า (Chamber of Commerce) ฯลฯ
 - 2.4 กลุ่มข้าราชการ (Governmental)

2.5 กลุ่มการเมือง (Political) หรือพรรคการเมือง

2.6 กลุ่มวิชาชีพ (Professional) เช่น นักกฎหมาย แพทย์

ทันตแพทย์ กลุ่มนี้สนับสนุนการศึกษาของโรงเรียนได้ดี

2.7 กลุ่มศาสนา (Religions)

2.8 กลุ่มข้าราชการบำนาญ หรือคนงานที่ออกจากงานมาแล้วเพราะ
สูงอายุ (Retired Groups)

2.9 กลุ่มเยาวชน (Youth)

กลุ่มบุคคลเหล่านี้จะรวมตัวกันในรูปของชมรมสโมสร สมาคม ฯลฯ ถ้ามีการ
สร้างความสัมพันธ์ที่ดีก็จะ เป็นประโยชน์ต่อการประชาสัมพันธ์โรงเรียน

จากการศึกษารายละเอียดที่ Kindred et. al. (1984) และ นพพงษ์
บุญจิตราดุลย์ (2530) สรุปได้ว่ากลุ่มบุคคลที่โรงเรียนจะสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อการ
ประชาสัมพันธ์โรงเรียนไว้ 3 กลุ่ม คือ

1. ความสัมพันธ์กับสมาคมผู้ปกครองและครูกับโรงเรียน (Parent
Teacher Associations) โรงเรียนส่งเสริมให้จัดกิจกรรมดังนี้

1.1 อำนวยความสะดวกในด้านสถานที่ตั้งของสมาคม

1.2 สนับสนุนให้ครูร่วมงานกันกับสมาคม

1.3 จัดให้มีการอภิปรายทางวิชาการโดยให้สมาคม เป็นผู้จัด

1.4 ให้สมาคมได้มีโอกาสช่วยเหลือในด้านสุขภาพของเด็ก

1.5 ให้สมาคมได้จัดหาเงินทุนให้กับเด็กที่ยากจนขัดสน แต่ความ
ประพฤติดี

1.6 มีการแข่งขันกีฬาระหว่างสมาชิกสมาคมผู้ปกครองกับครู

1.7 จัดให้มีการอภิปรายปัญหาต่าง ๆ เกี่ยวกับเด็กและการดำเนินงาน
การบริหารของโรงเรียน

1.8 จัดให้มีการช่วยเหลือกันในหมู่สมาชิก เช่นการจำหน่ายสินค้าใน
ราคาถูก เป็นต้น

1.9 เชิญสมาชิกสมาคมเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ของนักเรียน และของโรงเรียน

1.10 ให้สมาคมมีบทบาทในด้านการจัดสอนวิชาชีพต่าง ๆ หรืองานศิลปวัฒนธรรมในโรงเรียน

2. ความสัมพันธ์กับสมาคมต่าง ๆ ในชุมชนหรือกลุ่มอิทธิพลในชุมชนกับ

โรงเรียน (Organized Community Groups) ผู้บริหารและครูจำเป็นต้องทราบ และมีความเข้าใจเกี่ยวกับสมาคมต่าง ๆ และกลุ่มอิทธิพลในชุมชนที่โรงเรียนตั้งอยู่ เพื่อหาทางดึงมาให้มีส่วนร่วมในการสนับสนุนในการจัดการศึกษาของโรงเรียน เช่น สโมสรโรตารี ไลออนส์ ลูกเสือชาวบ้าน สภาดำบล การสร้างความเข้าใจ ควรเป็นกระบวนการสองทางคือ โรงเรียนได้รับความช่วยเหลือสนับสนุนทางหนึ่ง และในทางกลับกัน โรงเรียนก็ให้การบริการทางด้านอาคารสถานที่และความร่วมมือช่วยเหลือบริการในกิจกรรมของสมาคม

3. ความสัมพันธ์กับสมาคมทางวิชาชีพครู (Educational Associations) เช่น ครูสภา สมาคมการศึกษาแห่งประเทศไทย สมาคมผู้บริหารการศึกษาแห่งประเทศไทย สมาคมคณิตศาสตร์ สมาคมครูวิทยาศาสตร์ สมาคมพลศึกษาสุขภาพและสันตนาการ ฯลฯ ความสัมพันธ์สร้างได้โดย

3.1 สนับสนุนให้ครู เป็นสมาชิกของสมาคม

3.2 ร่วม เป็นคณะกรรมการของสมาคม

3.3 รับวารสารของสมาคม

3.4 ร่วมการประชุมทางวิชาการของสมาคม

3.5 เขียนบทความให้กับสมาคม

3.6 ขอความร่วมมือในการจัดการอบรมจากสมาคมหรือ เชิญวิทยากรจากสมาคมมาให้ความรู้กับครู

3.7 บริการสถานที่ในโอกาสที่สมาคมจะมาขอใช้กิจกรรม

3.8 ปรึกษาปัญหาการบริหารหรือการปฏิบัติงานกับสมาคม เป็นต้น

เครื่องมือและสื่อในการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์จะได้รับความสำเร็จหรือมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากน้อยเพียงไรนั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่างด้วยกัน ปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดอย่างหนึ่งคือ สื่อ ถ้าสื่อมีเพียงสิ่งเดียว หรือมีไม่กี่ชนิด ความสลับซับซ้อนในการเลือกคงมีไม่มากนัก แต่ในความเป็นจริง สื่อที่สามารถนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์นั้นมีมากมายหลายอย่าง แต่ละอย่างก็มีคุณสมบัติที่เฉพาะเจาะจงตลอดจนสามารถดัดแปลงให้ใช้ในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้แตกต่างกันไป

Pat Bowman และ Nigel Ellis (อ้างใน พรทิพย์ วรกิจโกศาทร, 2530) ได้กล่าวเกี่ยวกับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์โดยยึดแนวคิดของการสื่อสารเป็นสำคัญดังนี้

1. การสื่อสารโดยบุคคล (Personal Communication) หมายถึงการสื่อสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง หรือหลายบุคคล โดยอาศัยตัวบุคคลเป็นสื่อ ประสิทธิภาพ หรือความสำเร็จของการสื่อสารจะขึ้นอยู่กับความรู้ความสามารถและทักษะการสื่อสารของบุคคลผู้ส่งสาร เป็นสำคัญ การสื่อสารประเภทนี้ครอบคลุมถึงการพูด การให้สัมภาษณ์ การเยี่ยมเยียน และการพบปะพูดคุยกันอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ
2. การสื่อสารโดยสิ่งพิมพ์ (Printed Communication) หมายถึงการสื่อสารที่อาศัยสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เป็นพาหนะที่จะนำข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร สื่อเหล่านี้ได้แก่ จดหมายโดยตรง หนังสือ แผ่นพับ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และสิ่งพิมพ์อื่น ๆ เช่น ประกาศ แผ่นปลิว โปสเตอร์ ฯลฯ
3. การสื่อสารด้วยการมองเห็น (Visual Communication) หมายถึงการสื่อสารที่อาศัยสื่อประเภทภาพเป็นพาหนะนำข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร สื่อเหล่านี้ได้แก่ รูปภาพ ภาพยนตร์ โทรทัศน์ นิตรรศการ
4. การสื่อสารด้วยการได้ยิน (Audio Communication) หมายถึงการสื่อสารที่อาศัยเครื่องส่งและเครื่องรับของระบบวิทยุกระจายเสียง เป็นตัวนำข่าวสารจากส่งไปยังผู้รับสาร
5. การสื่อสารพิเศษ (Specialized Communication) เป็นการสื่อสารที่มีความหมายครอบคลุมได้กว้างไกลกว่า และแตกต่างจากที่กล่าวไว้ข้างต้น ซึ่งได้แก่

กิจกรรมที่ส่งเสริมและสนับสนุนสาธารณประโยชน์ต่าง ๆ กิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน ข้าราชการหรือนักการเมือง และการจัดสัมมนา เป็นต้น

ส่วน David Wood, 1985 (อ้างในพรทิพย์ วรกิจโกศาการ: 2530) เน้นความหมายของสื่อเป็น 2 อย่าง คือ

1. เป็นวิธีการหรือพาหนะใดก็ได้ที่สามารถนำข่าวสารไปสู่ผู้รับสารได้ และ
2. เป็นการผสมผสานของวิธีการและพาหนะต่าง ๆ มาใช้ร่วมกันอย่างมีเป้าหมาย

โดยแบ่งประเภทของสื่อที่ใช้เป็น 8 ประเภท ดังนี้

- 2.1 สื่อคำพูด (Spoken word)
- 2.2 สื่อสิ่งพิมพ์ (Printed word)
- 2.3 สื่อโสตทัศน์ (Visual and Audio-Visual Aids)
- 2.4 กราฟิกสองมิติ (Two-Dimension Graphics)
- 2.5 สื่อสามมิติ (Three-Dimensional Media)
- 2.6 สื่อประสม (Composite Media)
- 2.7 การเป็นผู้อุปถัมภ์ (Sponsorship)
- 2.8 กิจกรรมทางด้านการศึกษา (Educational Activities)

Frank Jefkins (1977) ได้แบ่งสื่อออกเป็น 12 ประเภท คือ

1. หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และหนังสืออ้างอิง
2. สื่อโสตทัศน์ เช่น ภาพยนตร์ สไลด์ และวิดีโอ
3. วิทยุกระจายเสียง
4. โทรทัศน์
5. นิตรรศการ
6. Literature ซึ่งหมายถึง แผ่นพับ เอกสารเย็บเล่มเป็นคู่มือในการให้ความรู้ความเข้าใจต่าง ๆ

7. หนังสือเล่มต่าง ๆ (Book)
8. การส่งจดหมายโดยตรง (Direct Mail)
9. สื่อคำพูดหรือสื่อบุคคล
10. การให้ความอุปถัมภ์ (Sponsorship)
11. วารสารหน่วยงาน จุลสาร
12. หนังสือประชาสัมพันธ์ประเภทอื่น ๆ

เครื่องมือและสื่อในการประชาสัมพันธ์ วิทย์ ศิวะศรียานนท์ (2514) ได้กล่าวถึงเครื่องมือที่ใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ไว้ 8 ประเภท คือ ลมปาก เอกสาร หนังสือพิมพ์ ภาพและภาพยนตร์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ปาฐกถา และการแสดงพิพิธภัณฑ์ (Exhibition) และ ไชยยศ เรืองสุวรรณ (2522) ได้กล่าวถึงการใช้สื่อในการติดต่อสื่อสารเผยแพร่เพื่อการประชาสัมพันธ์ไว้คล้ายคลึงกับของ วิทย์ ศิวะศรียานนท์ คือการใช้คำพูด สิ่งพิมพ์ ภาพโฆษณา ภาพยนตร์ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ และนิทรรศการ ส่วน วิจิตร อวาทกุล (2526) ได้แบ่งประเภทของสื่อโดยพิจารณาจากรูปแบบของสื่อเป็นหลัก แบ่งออกได้เป็น 4 ประเภทคือ

1. ประเภทสื่อคำพูดลมปาก (the spoken word oral communication)
2. ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ (the printed word)
3. ประเภทแสงและเสียง (light and sound)
4. ประเภทกิจกรรม (Activities)

1. ประเภทสื่อคำพูดลมปาก คำพูดได้แก่ การพูดจากับประชาชนและผู้มาติดต่อในโอกาสต่าง ๆ เช่น การพูดโทรศัพท์ การติดต่อ การอบรม การบรรยาย การปาฐกถา การให้โอวาท การประชุมอภิปรายต่าง ๆ การประชุมชี้แจง การพบปะเยี่ยมเยียน ฯลฯ ลมปากเป็นเครื่องมือที่เก่าแก่ ทุนเวลา ประหยัด ได้ผล และเหมาะสมกับหมู่คนที่อ่านหนังสือไม่ออก หรือไม่ชอบอ่านหนังสือ การใช้ภาษาท่าทาง (Non Verbal Communication) ก็เป็นการใช้สื่อที่ได้รับผลดีมีประสิทธิภาพขึ้น เพราะการสื่อสารในสิ่งแรกคือท่าทาง (บาร์งสุข สีหะอำไพ, 2526)

2. ประเภทสิ่งพิมพ์ (The Printed Word) ประเภทสิ่งพิมพ์อาจแบ่งตามลักษณะงานประชาสัมพันธ์ได้ 3 แบบใหญ่ ๆ (type) ด้วยกันคือ

2.1 สื่อสัมพันธ์ภายใน (Internal Publication) เป็นหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ ที่ใช้ เป็นสื่อสัมพันธ์ภายในหน่วยงาน

2.2 สื่อสัมพันธ์ภายนอก (External Publication) เป็นหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ที่ใช้ เป็นสื่อสัมพันธ์ ระหว่างหน่วยงานกับบุคคลภายนอก

2.3 สื่อสัมพันธ์แบบผสม (Combination Internal and External) เป็นวารสารที่มีลักษณะของสื่อสัมพันธ์ ได้ทั้งภายในและภายนอกผสมกัน และใช้ เป็นสื่อสารสัมพันธ์ได้ทั้งภายในภายนอกในเวลาเดียวกัน

สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ ถ้าแบ่งตามลักษณะ เฉพาะแต่ละชนิดโดยทั่วไปมีดังนี้

1. แผ่นปลิว (leaflets) หรือที่เรียกว่า ใบปลิว มีลักษณะเป็นเอกสารแผ่นเดียว อาจมีขนาดแตกต่างกัน ตั้งแต่แผ่นยาวครึ่งแผ่น หรือแผ่นเล็กไม่พับ บางครั้งก็ เรียกว่าแผ่นประกาศ การทำแผ่นปลิวต้องใช้ เทคนิคพิเศษ เพื่อจูงใจให้ผู้รับสนใจที่จะอ่านและ เมื่ออ่านแล้ว บังเกิดความรุ้ ความ เข้าใจและคล้อยตาม

2. แผ่นพับ (folders) หรือแผ่นปลิวพับ มีลักษณะคล้ายแผ่นปลิว เป็นเอกสารแผ่นเดียวแต่พับให้ เป็นรูปต่าง ๆ อาจพับสอง พับสาม พับสี่ ออกแบบ จัดหน้าให้ดึงดูดความสนใจ มักไม่ เย็บกลาง เล่ม บางทีก็ เรียกว่าแผ่นปลิวพับ

3. หนังสือเผยแพร่เล่มเล็ก ๆ (pamphlets) เป็นหนังสือเล่มเล็ก ๆ คล้ายกับแผ่นพับ (folders) มีหน้ามากกว่าแผ่นพับ แต่มักมีจำนวนหน้าไม่เกิน 10 หน้า เป็นหนังสือเล่มเล็กบาง ๆ และมักจะเย็บกลางเล่ม

4. เอกสารแนะนำประกอบ (brochures) เป็นหนังสืออีกเล่มหนึ่ง คล้าย (pamphlets) แต่มีลักษณะการอธิบาย รายละเอียด เป็นคู่มือและสิ่งของ วิธีการหรือเรื่องราว กับหน่วยงาน กิจการ กิจกรรมต่าง ๆ มากกว่าการแนะนำอาชีพ

5. หนังสือเวียน (circular letters) เป็นจดหมายเหตุจากต้นต่อข่าวเพื่อ แจ้งไปยังผู้ เกี่ยวข้อง โดยใช้พิมพ์แผ่นเดียวเป็นการประหยัดเวียนกันอ่านหรือรับทราบ แต่ปัจจุบัน การพิมพ์จดหมาย เวียนแจกนี้มีลักษณะ เป็นแผ่นปลิวไป

6. จดหมายติดต่อ (correspondence) เป็นหนังสือหรือจดหมายติดต่อ โต้ตอบ สามถาม ฯลฯ หรือเป็นจดหมายถึงพนักงาน คนงาน หุ้นส่วน ผู้ร่วมงาน
7. หนังสือพิมพ์กำแพง (Wall street journal, wall newspaper) มักจัดทำแผ่นป้ายขนาดใหญ่ เขียนข่าวที่มีรายละเอียดค่อนข้างมาก เขียนตัวหนังสือขนาดสูงตั้งแต่ 2 นิ้วพุดขึ้นไป มีข่าวประกาศอะไรก็นำมาเขียนให้คนยืมอ่าน มีพาดหัวข่าวคล้ายกับหนังสือพิมพ์ขนาดใหญ่
8. เอกสารเผยแพร่ (bulletin) หมายถึงหนังสือของหน่วยงานที่พิมพ์ออกเผยแพร่เกี่ยวกับเรื่องราวกิจการทั่ว ๆ ไปของหน่วยงาน หรือเรื่องอื่น ๆ ทั่วไป
9. หนังสือต่าง ๆ (books) เป็นเอกสารที่จัดทำเป็นเล่มหนังสือทั่ว ๆ ไป เพื่อรายงานความก้าวหน้าของหน่วยงานหรืออื่น ๆ
10. จุลสาร (booklets) เป็นแบบลักษณะของหนังสือที่ทำให้มีขนาดเล็ก หน้าประมาณ 2-20 หน้า เพื่อสะดวกในการถือหรือค้น หรือเพื่อให้ดึงดูดความสนใจ ฯลฯ
11. แผ่นโฆษณา (poster) เป็นแผ่นแจ้งข่าวย่อ ๆ กระตุ้นให้คนสนใจ เตือนความทรงจำให้เข้าประชุม หรือไปร่วมรายการต่าง ๆ ไม่นิยมเขียนรายละเอียดมาก ควรมีลักษณะเมื่อคนเพียงผ่านไปก็สามารถอ่านเข้าใจข้อความทั้งหมด อาจทำด้วยกระดาษไม้อัด หรือผ้าตามลักษณะที่ต้องการ
12. หนังสือพิมพ์ฉบับพิเศษ (newspaper supplement) เป็นวิธีการที่หน่วยงานจัดขอหน้าพิเศษของหนังสือพิมพ์ อาจเป็น 1-2 หน้า หรือทั้งเล่ม หรือเป็นใบแทรก หรือหนังสือพิมพ์แทรกเป็นฉบับพิเศษ (Sunday supplement) เพื่อเผยแพร่กิจการของหน่วยงาน
13. หนังสือภาพ (photo books) เป็นหนังสือที่ส่วนมากเป็นภาพ เพื่ออธิบายเรื่อง อาจมีคำอธิบายบ้างเล็กน้อย ส่วนมากเป็นภาพ จึงควรใช้กระดาษที่มีคุณภาพดีและพิมพ์อย่างดี
14. นิตยสาร (journals) เป็นหนังสือที่ออกประจำของหน่วยงาน อาจเป็นรายเดือน ราย 2-3 เดือน เป็นการเสนอข่าวคราวความเคลื่อนไหว ความก้าวหน้าทางวิชาการในสาขางาน ตลอดจนประกาศต่าง ๆ ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มักจะมีลักษณะเป็นรูปเล่ม กระดาษดี และทนทานกว่าหนังสือพิมพ์

15. หนังสือคู่มือ (handbooks) เป็นหนังสือคู่มือในการปฏิบัติงานของพนักงานเจ้าหน้าที่ ข้าราชการ แล้วแต่ลักษณะงาน อาจมีเรื่องเกี่ยวกับระเบียบ วิธีการปฏิบัติงาน หรือรายละเอียดเกี่ยวกับเครื่องมือหรือสิ่งที่จะปฏิบัติ

16. แฟ้มหรือหนังสือคู่มือสำหรับแจกผู้สื่อข่าว (press kits) คือการจัดการทำแฟ้มขนาดกระทัดรัด เพื่อใส่รายละเอียดข่าวต่าง ๆ เกี่ยวกับหน่วยงาน เพื่อให้สื่อมวลชน นักหนังสือพิมพ์ได้นำไปเผยแพร่ ซึ่งผู้รับผิดชอบงานด้านนี้จะต้องติดตามศึกษาข้อมูลข่าวสารให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา

17. หนังสือรายงานประจำปี (yearbooks or annual reports) เป็นหนังสือรายงานหรือสรุปผลงานในรอบปีที่ได้ปฏิบัติมาว่า ได้ทำอะไรบ้าง มีความก้าวหน้าหรือมีข้อแนะนำ ข้อสังเกตอย่างไรบ้าง

3. ประเภทแสงและเสียง (Light and Sound) สื่อประเภทนี้ วิจิตร อวาทะกุล (2526) และ อนันต์ธนา อังกินันท์ (2521) ได้กำหนดไว้ดังนี้

1) วิทยุกระจายเสียง (radio) เป็นอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ได้แพร่หลายเพราะกลุ่มประชามติรับฟังได้ ระยะเวลาไม่เป็นอุปสรรคในการกระจายเสียง

2) โทรทัศน์ (Television) ได้เข้ามามีบทบาทที่สำคัญยิ่งในการเปลี่ยนความคิดและพฤติกรรมของคนเพราะสามารถเผยแพร่กิจกรรมผลงานให้ประชาชนได้ทราบ และได้สร้างความสนใจได้อีกด้วย

3) ภาพถ่ายรูปภาพกิจกรรม (press illustration) สามารถใช้เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ได้ดี เช่น ภาพนิ่งโปรสเตอร์ ภาพล้อ เป็นต้น ส่วนใหญ่ในการเผยแพร่ความคิดเห็นหรือนโยบายมักใช้ภาพประกอบคำอธิบาย

4) สไลด์ (slide) สามารถใช้เป็นสื่อเผยแพร่ประกอบคำอธิบาย ปรากฏภาพได้ดี แต่ต้องรู้จักใช้ให้สอดคล้องกับเรื่องราวที่จะบรรยาย

5) ภาพยนตร์ (film) เป็นสื่อที่สำคัญยิ่งชนิดหนึ่งที่ทำให้ความรู้ความบันเทิง และสามารถนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ได้เกือบทุกด้าน

6) เครื่องขยายเสียง (public address system)

- 7) เครื่องบันทึกเสียง (tape recorder)
- 8) แผ่นเสียง (disc)
- 9) อุปกรณ์โสตอื่น ๆ เช่น เครื่องบันทึกภาพ (วิดีโอเทป)

4. สื่อการประชาสัมพันธ์ประเภทกิจกรรม (Activities) วิจิตร อวาทะกุล

(2526) ได้แบ่งหมวดกิจกรรมออกเป็น 4 หมวด คือ

- 1) หมวดชุมชนสัมพันธ์ (community relations) ได้แก่การจัดหรือร่วมกิจกรรมของชุมชน เช่น กิจกรรมเกี่ยวกับศาสนาประเพณีวัฒนธรรม
- 2) หมวดการศึกษา การจัดกิจกรรมส่งเสริมการศึกษาทั้งในด้านวิชาการและทุนการศึกษา
- 3) หมวดความสำคัญของท้องถิ่น เช่นการจัดตั้งกลุ่มสโมสร สมาคม ชมรม การสงเคราะห์ผู้ประสบภัย
- 4) หมวดเกี่ยวกับสถาบันโดยตรง เช่นกิจกรรมที่ส่งเสริมขวัญกำลังใจของการทำงาน มอบรางวัลผู้ทำความดี และกิจกรรมเผยแพร่ผลงานและชื่อเสียงของสถาบัน เช่นการเปิดให้ชมกิจกรรม (press tour) การเปิดให้ชมกิจการ (open house) การให้สัมภาษณ์สื่อมวลชน (press conference) การประชาสัมพันธ์โอกาสพิเศษ (special events) และการจัดนิทรรศการ (exhibition)

กิจกรรมนักเรียนที่โรงเรียนน่าจะพิจารณาจัดทำเพื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียนและเป็นการให้การศึกษา และให้ประสบการณ์พิเศษแก่นักเรียนไปในตัวซึ่ง ภิญญู สาร (2526) ได้กล่าวไว้ 9 ประเภท คือ

1. การแข่งขันและการประกวด (Contests) การแข่งขันกีฬาและกรีฑา เป็นกิจกรรมที่ประชาชนส่วนใหญ่นิยม นอกจากนี้มีการโต้วาทะ การอภิปราย การประกวดกิจกรรม การประกวดทางศิลปะและการแสดงงานฝีมือต่าง ๆ ของนักเรียน
2. การแสดงละครและดนตรี (Entertainment) เป็นการแสดงที่ทำให้ประชาชนสนใจ ขณะเดียวกันเป็นการฝึกหัดให้นักเรียนรู้จักใช้ภาษาที่ถูกต้อง ฝึกหัดให้กล้าแสดงต่อหน้าประชาชนจำนวนมาก ๆ และฝึกความเป็นผู้นำไปในตัว ฝึกการกำกับเสียง แสง และการตกแต่งเวทีโดยนักเรียนเอง เปิดโอกาสให้รู้จักประยุกต์ความรู้

ทางวิชาวิทยาศาสตร์ สถาปัตยกรรม และศิลปะ

3. งานสังคม (Social Affairs) การจัดงานเลี้ยงอาหารที่โรงเรียนในโอกาสต่าง ๆ โดยเชิญผู้ปกครองและแขกผู้มีเกียรติมาร่วมด้วย นอกจากเป็นการหารายได้บำรุงโรงเรียนและประชาสัมพันธ์ให้โรงเรียนแล้ว ยังเป็นการฝึกหัดนักเรียนให้รู้จักเข้าสังคม

4. การออกวารสารของนักเรียน (Student Publications) เป็นสิ่งที่ควรส่งเสริม เพราะนอกจากจะเปิดโอกาสให้นักเรียนหัดเขียนและรู้จักแสดงความคิดเห็นอย่างสุภาพและเหมาะสมแล้ว ยังช่วยส่งเสริมชื่อเสียงของโรงเรียน และช่วยประชาสัมพันธ์ได้มาก โรงเรียนควรระวังข้อความและการดำเนินการมิให้ขัดต่อกฎหมาย ศีลธรรม และวัฒนธรรม ในด้านโรงเรียนอาจจะจัดทำวารสารของโรงเรียนอย่างเป็นทางการ อาจจัดทำคู่มือครู คู่มือผู้ปกครอง ตลอดจนระเบียบต่าง ๆ ของโรงเรียนให้ครู นักเรียน ผู้ปกครอง และประชาชนได้รู้จักโรงเรียนด้วยก็ได้ หรือจะจัดเป็นวารสารเพื่อความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครองขึ้นก็ได้ มีประโยชน์ในการสร้างความเข้าใจที่ดีระหว่างบ้านกับโรงเรียน

5. สโมสรหรือชมรมต่าง ๆ ของนักเรียน (Clubs and Societies) โรงเรียนควรเปิดโอกาสให้นักเรียนจัดตั้งชมรมต่าง ๆ เช่น ชมรมยุวพุทธ ชมรมภาษาไทย ชมรมดนตรี ชมรมการบริการ ชมรมวัฒนธรรมไทย สโมสรเพื่อการศึกษา วรรณคดีไทย หรือสโมสรอย่างอื่น เพื่อให้นักเรียนรู้จักใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ โดยจัดครูประจำชมรมต่าง ๆ ในฐานะที่ปรึกษาชมรมละ 1 คน และโรงเรียนให้ความช่วยเหลือและความสะดวกตามสมควร

6. สภานักเรียน (Student Council) ควรให้นักเรียนจัดตั้งสภานักเรียนเพื่อให้มีส่วนร่วมปกครองกันเอง ตามวิธีการประชาธิปไตย อาจขอให้ครูบางคนมาร่วมด้วยในฐานะที่ปรึกษาได้ หากการดำเนินงานเรียบร้อย สภานี้จะช่วยแก้ปัญหาเด็ก เกรและ การชุมนุมที่ไม่สมควรได้มาก ทำให้โรงเรียนไม่เสื่อมเสียชื่อเสียงเป็นการประชาสัมพันธ์ไปในตัว

7. การประชุมนักเรียน (Assembly Programs) โรงเรียนควรมีการประชุมฝึกรวม และให้ความรู้แก่นักเรียนเป็นประจำอย่างน้อยเดือนละครั้ง แต่ไม่ควรให้เป็นการประชุมเพื่อแจ้งข้อราชการ ควรให้เป็นการประชุมโดยเชิญผู้ปกครองบางคนมาบรรยายให้ความรู้บ้าง สุดแล้วแต่โอกาสและความเหมาะสม

8. การทัศนศึกษา (Sightseeing Tours) เป็นสิ่งที่โรงเรียนควรจัดให้นักเรียนเป็นครั้งเป็นคราวอย่างน้อยปีละครั้ง การได้เดินทางไปเปิดหูเปิดตาทำให้นักเรียนมีประสบการณ์กว้างขวาง และมีโอกาสสังคมกับเพื่อนนักเรียน และคณะครูอย่าง เป็นกันเอง ในระหว่างการเดินทาง นอกจากนี้ประชาชนต่างท้องถิ่นก็มีโอกาสรู้จักโรงเรียน

9. พิธีรับประกาศนียบัตร (Commencement Programs) เป็นความจำเป็นที่โรงเรียนควรจัดทำเป็นประจำทุกต้นปีการศึกษา เพื่อแจกรางวัลเรียนดี เป็นการให้เกียรติคนดี เป็นการพบปะผู้คนและแขกผู้มีเกียรติที่รับเชิญให้มาร่วมงาน ตอนค่ำอาจมีงานรื่นเริงประกอบด้วยพอสมควรก็ได้ ในงานนี้ควรให้นักเรียนร่วมจัดงานด้วย ควรมีปาฐกถาพิเศษจากคนเด่นในรอบปี ซึ่งอาจเป็นศิษย์เก่าผู้มีชื่อเสียง เพื่อกระตุ้นนักเรียนปัจจุบันให้พยายามสร้างชื่อเสียงให้โรงเรียน

สรุป จากการศึกษาถึงรายละเอียดต่าง ๆ ของการประชาสัมพันธ์ตามที่ได้กล่าวมาทั้งหมดแล้ว และจากแนวคิดการประชาสัมพันธ์พื้นฐานของ Leslie W. Kindred ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้

1. ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรในโรงเรียน
2. ความสัมพันธ์ระหว่างครูกับนักเรียน ศิษย์เก่าต่อครูและโรงเรียน
3. ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปกครอง ชุมชนและโรงเรียน
4. ความสัมพันธ์ระหว่างสมาคมผู้ปกครองและครู สมาคมศิษย์เก่า สมาคมวิชาชีพต่าง ๆ และกลุ่มอิทธิพลในชุมชนกับโรงเรียน
5. กิจกรรมของนักเรียน และกิจกรรมในโอกาสพิเศษต่าง ๆ
6. เครื่องมือ วัสดุ อุปกรณ์ และช่องทางต่าง ๆ ในการประชาสัมพันธ์โรงเรียน

งานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ในปี ค.ศ. 1968 สมาคมการวิจัยการศึกษาแห่งชาติของสหรัฐอเมริกา (National Education Association Research Division, 1968) ได้ทำการวิจัยเรื่อง "ผู้บริหารกับการประชาสัมพันธ์โรงเรียน (The School Public Relations Administrator) ได้สรุปหน้าที่หลักและความรับผิดชอบของผู้บริหารที่ควรจะทำดำเนินงานในด้านประชาสัมพันธ์โรงเรียนดังต่อไปนี้

1. ทำการติดต่อกับสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ เพื่อแถลงข่าวสารของโรงเรียน
2. เขียนข่าวของโรงเรียนเพื่อส่งให้แก่หนังสือพิมพ์ต่าง ๆ และสื่อมวลชน
3. จัดตั้งคณะบุคคลทำงานในด้านเอกสารสิ่งพิมพ์
4. ส่งสิ่งพิมพ์หรือจดหมายข่าวของโรงเรียนไปยังชุมชน
5. รณรงค์ให้มีการเลือกตั้งคณะบุคคลที่จะทำงานให้มีหลักฐานถูกต้อง
6. จัดทำรายงานต่าง ๆ ของโรงเรียน แจ้งให้แก่ผู้ตรวจการศึกษาคัดทราบ
7. ทำงานร่วมกับชุมชนและพนักงานของรัฐในสาขาอื่น ๆ ตลอดจนกลุ่มบุคคลในสาขาวิชาชีพทางด้านบริการอื่น ๆ
8. จัดโครงการพิเศษสำหรับโรงเรียนขึ้น
9. เผยแพร่โครงการของโรงเรียน
10. จัดให้มีบรรณาธิการสิ่งพิมพ์ในหน่วยงานกลางของโรงเรียน
11. จัดร่างสุนทรพจน์ ทำรายงานและเอกสารของหน่วยงาน
12. จัดให้มีสถานที่อื่นที่เหมาะสม เพื่อเชิญนักพูดหรือ เปิดโอกาสให้บุคลากรได้มีโอกาสพูด เพื่อให้ความรู้แก่บุคลากร
13. จัดให้มีการฝึกอบรมให้ความรู้ เรื่องการประชาสัมพันธ์แก่บุคลากรของโรงเรียน
14. จัดให้มีการประเมินผลทัศนคติของประชาชนที่มีต่อโรงเรียน
15. พัฒนาให้ครูได้มีส่วนร่วมในการแสวงหาวัสดุอุปกรณ์สำหรับใช้ในการศึกษา
16. จัดให้มีบริการเกี่ยวกับการบันทึกภาพในโอกาสต่าง ๆ

ในปี ค.ศ. 1972 Williams (1972) ได้ทำการศึกษาวิจัยเพื่อกำหนดหน้าที่ของครูใหญ่ซึ่งคัดเลือกจากโรงเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในอินเดียนา โดยกำหนดงานไว้ 3 ประเภทคือ

1. หน้าที่ในการประเมินผล เพื่อปรับปรุงการเรียนการสอน
2. หน้าที่ในการประเมินผลการทำงานและพัฒนาบุคลากร
3. หน้าที่ในการประชาสัมพันธ์โรงเรียน

ผลการวิจัยงานด้านประชาสัมพันธ์โรงเรียนพบว่า

1. ครูใหญ่ยังใช้ครูและนักเรียน เป็นส่วนน้อยที่มีส่วนร่วมในโครงการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียน
2. ครูและนักเรียนยอมรับว่าครูใหญ่ได้ปฏิบัติงานด้วยตนเองในการสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดผลดีแก่การประชาสัมพันธ์โรงเรียน
3. ครูใหญ่ได้รับการยอมรับว่าได้จัดให้มีการสื่อสารภายในโรงเรียนได้ดี
4. การเยี่ยม เยียนติดต่อระหว่างผู้ปกครองและโรงเรียนยังถูกจำกัดและกระทำไม่บ่อยนัก
5. ครูใหญ่มีความกระตือรือร้นในการเข้าไปมีส่วนร่วมกับกิจกรรมขององค์การอื่น ๆ ในชุมชนอยู่เสมอ

H. Douglas, Williams (1985) ได้วิจัยเรื่อง การระบุกลวิธีงานประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมในโรงเรียนสำหรับ North Central Association Commission (NCA) การวิจัยครั้งนี้มุ่งที่จะระบุถึงกลวิธีที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ซึ่งอาจมีผลทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น อันจะส่งผลให้โรงเรียนได้มีการปรับปรุงแก้ไขที่ตื้นเขิน เครื่องมือที่ใช้ วัดถึงความเข้าใจต่อความต้องการเร่งด่วนของการประชาสัมพันธ์ รวมถึงกลวิธีที่เหมาะสมที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ซึ่งเสนอไว้ 18 รูปแบบ และผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเสนอกลวิธีอื่น ๆ เพิ่มขึ้นได้

ผลการวิจัยพบว่า กลวิธีที่เหมาะสมที่ระบุไว้ในงานปรับปรุงการสื่อสารระหว่างคณะกรรมการบริหารโรงเรียน ผู้ตรวจการศึกษา และอาจารย์ใหญ่ คือ จุลสารรายเดือน หรือราย 4 เดือน (Newsletter) และเอกสารข้อมูลต่าง ๆ (Informational brochures) สำหรับ

ครูและนักเรียนควรรีใช้เอกสารข้อมูล สไลด์ เทป และวิดีโอ เทป สำหรับผู้ปกครองควรรีใช้ Newsletters ส่วนชุมชนและประชาชนในท้องถิ่นควรรีให้ข่าวสารต่าง ๆ (News releases)

Bernard Eugene, Dalrymple (1986) ได้วิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ความคิดเห็นของกรรมการบริหารโรงเรียน และผู้ตรวจการโรงเรียนที่มีต่อนโยบาย และการปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนที่ได้รับการเลือกสรรแล้ว การศึกษาครั้งนี้เพื่อวิเคราะห์และเปรียบเทียบความคิดเห็นของประธานบริหารโรงเรียน และผู้ตรวจการโรงเรียนที่มีต่อนโยบายและการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนที่เลือกสรรแล้ว พิจารณาโดยทั่วไปว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่ และศึกษาเฉพาะในเรื่องตัวแปรของกลุ่มประชากร อันได้แก่ประสบการณ์ ขนาดของกลุ่ม เพศ การศึกษา และ นโยบายการประชาสัมพันธ์

ผลการวิจัยพบว่า

1. ประธานกรรมการบริหาร และผู้ตรวจการ มีความเห็นพ้องกับข้อความในแบบสอบถามโดยทั่วไป
2. ประธานกรรมการบริหารที่มีประสบการณ์ 8-10 ปี และผู้ตรวจการที่มีประสบการณ์ 1 ปี หรือน้อยกว่าจะมีความคิดเห็นในทางบวกต่อแบบสอบถาม
3. ประธานกรรมการบริหาร และผู้ตรวจการจาก เขตโรงเรียนขนาดใหญ่ และขนาดกลาง มีความคิดเห็นในทางบวก ต่อข้อความที่สอบถามมากกว่า
4. ประธานกรรมการบริหารผู้หญิง จะมีความคิดเห็นต่อข้อความที่สอบถามในทางบวกมากกว่าประธานที่เป็นผู้ชาย
5. ผลการวิจัยชี้ว่า แม้จะไม่มีนัยสำคัญใน Scales ส่วนมาก แต่ประธานและผู้ตรวจการที่มีการศึกษาสูงกว่า จะมีความคิดเห็นในทางบวกมากกว่า
6. แม้ว่า 85.7% ของทั้งสองกลุ่มจะเห็นด้วยหรือเห็นด้วยอย่างยิ่งว่า การประชาสัมพันธ์โรงเรียน ควรเขียนเป็นนโยบายของคณะกรรมการบริหารโรงเรียนไว้ 64% ของผู้ตรวจการระบุว่า พวกเขาไม่มีนโยบายของการประชาสัมพันธ์โรงเรียนเป็นลายลักษณ์อักษร

จิระ สิทธิ (2519) ประจวบ วัจนรัตน์ (2519) และถวัลย์ บุญแสน (2522) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่องงานบริหารโรงเรียนมัธยมศึกษา พบว่า การศึกษางานทั้ง 5 ด้าน คือ

1. งานด้านวิชาการ
2. งานบุคคล
3. งานกิจการนักเรียน
4. งานธุรการ การเงินและบริการ
5. งานด้านความสัมพันธ์กับชุมชน

ผลการวิจัยของทั้ง 3 สอดคล้องกันว่า งานในลำดับที่ 5 คืองานความสัมพันธ์กับชุมชน เป็นงานที่อยู่ในลำดับสุดท้าย และโรงเรียนปฏิบัติได้น้อยมาก

สะอาด พรหมน้อย (2523) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การจัดประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษาจังหวัดอุดรธานี ผลการวิจัยพบว่า สภาพที่ปฏิบัติจริงซึ่งโรงเรียนทำอยู่ในเกณฑ์มากคือ ด้านความสัมพันธ์อันดีของบุคลากรในโรงเรียน และความสัมพันธ์อันดีกับนักเรียน สภาพที่ปฏิบัติอยู่ในเกณฑ์น้อยคือ ด้านความสัมพันธ์กับกลุ่มบุคคลและสมาคมวิชาชีพต่าง ๆ การใช้กิจกรรมนักเรียนและการบริการของโรงเรียน การใช้เอกสารสิ่งพิมพ์และสื่อมวลชน

ธนะศักดิ์ รอดเมฆ (2527) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ทั้ง 6 ด้าน ในโรงเรียนมัธยมศึกษาขนาดใหญ่ สังกัดกรมสามัญศึกษา เขตการศึกษา 6 พบว่า

1. กิจกรรมประชาสัมพันธ์โรงเรียนที่โรงเรียนปฏิบัติออกมาให้เห็นตามความคิดเห็นของประชากร 2 กลุ่ม อยู่ในระดับมาก มีอยู่ 2 ด้าน คือ กิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์อันดีกับนักเรียนและศิษย์เก่า กับการจัดกิจกรรมนักเรียนและบริการชุมชนของโรงเรียน
2. กิจกรรมประชาสัมพันธ์โรงเรียนด้านอื่น ๆ อีก 4 ด้าน คือ 1) กิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์อันดีของบุคลากรในโรงเรียน 2) กิจกรรมการใช้เอกสารสิ่งพิมพ์และสื่อมวลชน 3) กิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ปกครองและชุมชน 4) กิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลและสมาคมวิชาชีพ ความคิดรวมของประชากรทั้ง 2 กลุ่ม เห็นว่าโรงเรียนได้มีการปฏิบัติออกมาให้เห็นอยู่ในระดับน้อย
3. ปัญหาและอุปสรรคในการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ผู้บริหารและอาจารย์มีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่า มีปัญหาอยู่ในระดับน้อย