

การสื่อสารประชาสัมพันธ์ในสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว

นภวรรณ ตันติเวชกุล

Abstract

The research's main objective is to study public relations communication during the reign of King Rama IV using documentary research method. The time of King Rama IV was Siam's transition period to modernization under the threat of Western Imperialism, and it was widely known as the first time that printing media was officially used by the country's ruler to communicate with the mass.

Research results are as follows: the most important cause, which stimulated political, economic, and social changes during King Rama IV's reign, was the Threat from Western countries to colonize Siam. King Rama IV communicated to all three stakeholders; namely the nobles (Khun-nang), the commoners (Phrai), and the Westerners. King Rama IV realized that he needed to prepare his people both the nobles and the commoners for the approaching changes as well as to send a message to Westerners that Siam as a country of equal state and civilization. The study revealed that the King's communications and uses of media were goal-oriented and purposeful. His implementation was equivalent to modern public relations strategies widely used, such as publicity, newsworthiness, and transparency. The King wisely utilized all possible media he could find in order to educate his people and deals with rumours based on rationales and scientific explanation. Instead of relying solely on traditional verbal messages and oral announcements like what had been used in the past, the king incorporated the use of his royal compositions, commands, recripts and letters. Moreover, he directed the use of print materials as royal edicts and royal gazettes as well as the printed announcement posted in public. Moreover, the king himself was the first Thai ruler who composed his own

นภวรรณ ตันติเวชกุล (นศ.ด. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2543) ปัจจุบันดำรงตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งจากผลงานวิจัยเรื่อง "การสื่อสารประชาสัมพันธ์ในสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว" ซึ่งได้รับงบประมาณสนับสนุนจากทุนอุดหนุนการวิจัยของคณะนิเทศศาสตร์ ประจำปี 2555

royal rescripts and used them mainly to provide guidelines for the royal work operations of the officials. Most importantly, King Rama's IV was the first Thai who officially used print media in disseminating information to the mass, and he was also the first king of Thailand who employed

photographs for communication purposes. Moreover, King Rama IV composed and delivered information about Thailand to book writer and foreign newspapers. This mentioned strategy was found similar to the practice of modern public relations.

ความสำคัญและความเป็นมาของงานวิจัย

ช่วงปลายรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว หรือรัชกาลที่ 3 ของราชวงศ์จักรี นับเป็นหัวเลี้ยวหัวต่อสำคัญที่นำไปสู่ยุคสมัยใหม่แห่งประวัติศาสตร์ชาติไทย² อังกฤษได้แต่งตั้งให้เซอร์ เจมส์ บรู๊ค (Sir James Brooke) เป็นผู้แทนเข้ามาเจรจาแก้ไขสนธิสัญญาเบอร์นี แต่การเจรจาดังกล่าวไม่ประสบผลสำเร็จ เนื่องจากเสนอร่างสนธิสัญญาที่จะแก้ไขใหม่นั้นมีลักษณะเอาเปรียบและขัดต่อระเบียบทางการค้าและการเมืองของไทยอย่างยิ่ง (ปิยนาด บุนนาค, 2550) ต่อมา ในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวซึ่งเป็นรัชสมัยที่เกิดการปรับปรุงและการเปลี่ยนแปลงประเทศในด้านต่างๆ หลายด้าน ในรัชสมัยนี้ประเทศไทยได้ลงนามในสนธิสัญญาเบาว์ริงว่าด้วยการค้าเสรีที่จัดเป็นระเบียบใหม่ของโลกยุคนั้นแต่เดิม ตั้งแต่สมัยสุโขทัยเรื่อยมาจนรัตนโกสินทร์ตอนต้น ประเทศไทยจะต้องส่งบรรณาการไปยังเมืองจีนเพื่อถวายแก่จักรพรรดิจีน แต่เมื่อจีนถูกบีบบังคับด้วยแสนยานุภาพของกองทัพเรือให้เปิดประเทศและเปิดการค้าเสรีเมืองท่าชายทะเลให้กับประเทศตะวันตก³ การส่งบรรณาการไปยังประเทศจีนจึงได้สิ้นสุดลงในสมัยรัชกาลที่ 4 โดยการส่งบรรณาการครั้งสุดท้ายไปปักกิ่งเกิดขึ้นก่อนการลงนามในสนธิสัญญาเบาว์ริงเพียง 2 ปี และอำนาจทางการเมืองของชาวตะวันตกโดยเฉพาะอังกฤษ ก็เริ่มทวีความสำคัญมากขึ้น (ชาญวิทย์ เกษตรศิริ และกัมพูทิศา ศรีอุดม, 2547)

ในสมัยรัชกาลที่ 4 ประเทศไทยเกิดการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงประเทศในหลายด้านจากเหตุที่มาจากปัจจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ ประกอบด้วย ความล่าช้าทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และการปกครองของไทย (ตามแนวคิดของชาติตะวันตก) และกระแสของการยึดครองประเทศอื่นเพื่อแสวงหาประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ขยายอิทธิพลทางการเมือง และเพื่อการเผยแพร่อารยธรรมของประเทศตน หรือที่รู้จักกันว่าลัทธิจักรวรรดินิยม (กิตติ ตันไทย, 2550) เพื่อให้การปรับปรุงประเทศบรรลุผล การศึกษาสถานะและความต้องการของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกประเทศ จึงมีความสำคัญยิ่ง โดยการปรับปรุงประเทศอย่างจำเป็นและเร่งด่วนนั้นจำเป็นต้องคำนึงถึงกลุ่มคน 3 กลุ่มหลักๆ ได้แก่ ราษฎร ชนชั้นปกครอง และชาวตะวันตก การสื่อสารประชาสัมพันธ์จึงเป็นเสมือนเครื่องมือหนึ่งที่พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงนำมาใช้เพื่อเผยแพร่ข่าวสาร และชี้แจงข้อมูลรวมถึงการสร้างการยอมรับเกี่ยวกับการปรับปรุงด้านต่างๆ ที่เกิดขึ้น ณ ขณะนั้น ตลอดจนการเผยแพร่ภาพลักษณ์ความเป็นอารยประเทศไปยังกลุ่มคนที่เป็นเป้าหมาย

ย้อนไปในสมัยยุคฟื้นฟูศิลปวิทยา มีการค้นพบประดิษฐ์กรรมใหม่ที่ถือว่ามามีผลกระทบต่อมนุษยชาติอย่างมาก นั่นคือ การค้นพบวิธีการพิมพ์หนังสือด้วยเครื่องพิมพ์จากการประดิษฐ์ของจอห์น กูเตนเบิร์ก (John Gutenberg)

²ในงานวิจัยนี้ ใช้คำว่า ไทย ชาติไทย ประเทศไทย และประเทศสยาม ในความหมายเดียวกัน นั่นคือ หมายถึง ประเทศไทย ความเป็นชาติของไทย และดินแดนที่เรียกว่า สยาม ในอดีตนั่นเอง

³ตรงกับสมัยรัชกาลที่ 3

ซึ่งการค้นพบนี้ทำให้เราสามารถเผยแพร่ข่าวสารต่างๆ ได้ในรูปแบบของหนังสือและสิ่งพิมพ์ต่างๆ ที่เข้าถึงประชาชนได้เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์ด้วยการพิมพ์

ประเทศไทยได้เริ่มมีการพิมพ์หรือการผลิตหนังสือตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 3 เป็นต้นมา อย่างไรก็ดี กิจกรรมการพิมพ์ในสมัยรัชกาลที่ 3 ไม่ได้มีการเผยแพร่หรือมีการใช้อย่างแพร่หลายมากนัก จนมาถึงในสมัยรัชกาลที่ 4 จึงได้มีการริเริ่มการพิมพ์หนังสือ “ราชกิจจานุเบกษา” ซึ่งยังคงมีการตีพิมพ์เป็นหนังสือราชการอยู่จนถึงปัจจุบัน (วิรัช อภิรัตน์กุล, 2549) และในสมัยรัชกาลที่ 4 นี้เอง ประเทศไทยได้มีการปรับปรุงประเทศหลายด้าน ทั้งการเปิดประเทศด้านการค้า การใช้สื่อสิ่งพิมพ์เข้ามาช่วยในการเผยแพร่ข่าวสาร มีการพิมพ์ประกาศต่างๆ ตลอดจนมีการวางพื้นฐานการโทรเลข ที่ถือเป็นพื้นฐานการโทรคมนาคมสมัยใหม่ที่ช่วยแพร่กระจายข่าวสารอย่างเป็นระบบให้กับสังคมไทย (ปิยนดา บุนนาค และทิพย์พพร อินคุ้ม, 2553)

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่องการสื่อสารประชาสัมพันธ์ในสมัยรัชกาลที่ 4 อันเป็นรัชสมัยที่เป็นจุดเริ่มต้นของการดำเนินงานด้านการพิมพ์มีการนำการพิมพ์มาใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารสู่มวลชนอย่างชัดเจนในประเทศไทย ทั้งช่วงนี้ยังเป็นช่วงแรกที่ประเทศมีการปรับตัวเข้าสู่ยุคใหม่ภายใต้อิทธิพลของลัทธิจักรวรรดินิยม โดยมุ่งศึกษาการสื่อสารที่พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ในฐานะผู้นำประเทศใช้ในการบริหารประเทศเพื่อสร้างและดำรงเอกราชของสยามในช่วงเวลานั้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาการสื่อสารประชาสัมพันธ์ในสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวด้วยวิธีการศึกษาเอกสารเชิงประวัติศาสตร์ โดยมีประเด็นที่เกี่ยวข้องเป็นคำถามนำวิจัยดังต่อไปนี้

- เหตุสำคัญที่ทำให้เกิดการปรับปรุงประเทศในสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวคืออะไร และเหตุใดและการปรับปรุงประเทศที่นำไปสู่การใช้สื่อเพื่อสื่อสาร

ประชาสัมพันธ์ นั้นประกอบด้วยการปรับปรุงหรือปรับเปลี่ยนประเทศที่เกี่ยวกับการเมืองการปกครอง เศรษฐกิจ และสังคมในลักษณะใดบ้าง

- กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทางการสื่อสาร ประกอบด้วยกลุ่มขุนนางราชกรหรือไพร่ กลุ่มชาวตะวันตกมีความเกี่ยวข้องกับการปรับปรุงประเทศดังกล่าวอย่างไร

- สื่อหรือเครื่องมือการสื่อสารที่พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงใช้ในการสื่อสารประชาสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประกอบด้วยอะไรบ้าง และทรงนำไปใช้อย่างไร

การสื่อสารประชาสัมพันธ์: ทบทวนแนวคิดเกี่ยวกับความหมาย กลุ่มเป้าหมาย และกลยุทธ์

ก. ความหมาย

ย้อนไปในปี 1923 Edward Bernays (Cited in Seitel, 2011: 36) ได้อธิบายเกี่ยวกับหน้าที่หนึ่งของธุรกิจการให้คำปรึกษาด้านประชาสัมพันธ์ไว้ว่า เป็นการให้ข้อมูลแก่สาธารณะโดยการโน้มน้าวใจ มุ่งให้สาธารณะได้ปรับเปลี่ยนทัศนคติและการกระทำของสถาบันหนึ่งในกลุ่มสาธารณะ กล่าวคือ ความพยายามที่จะบูรณาการทัศนคติและการกระทำของกลุ่มสาธารณะกับสถาบัน และ Bernays (1952: 3 อ้างถึงใน วิรัช อภิรัตน์กุล, 2549: 17) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์มีความมุ่งหมาย 3 ประการด้วยกัน คือ

1. เผยแพร่ชี้แจงให้ประชาชนทราบ
2. ชักชวนให้ประชาชนมีส่วนร่วมด้วย และเห็นด้วยกับวัตถุประสงค์และวิธีการดำเนินงานของสถาบัน
3. ประสานความคิดเห็นของกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องให้เข้ากับจุดมุ่งหมาย

ขณะที่ Ivy Lee ให้ความสำคัญกับข้อมูลสาธารณะ (Public Information) การเผยแพร่และกระจายข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นจริง การเปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณชน และการสื่อสารอย่างเปิดเผยกับสื่อมวลชน เพื่อคุณค่าและประโยชน์ต่อสังคม (Wilcox, Cameron, Reber and Ship, 2011: 69-70) คล้ายคลึงกับที่ Black and Sharpe (1983: 5) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์เป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ของการทำให้เกิดความราบรื่นและกลมกลืน

ภายใต้สภาพแวดล้อม ผ่านความเข้าใจร่วมกันบนฐานของข้อมูลที่เปิดเผยและเป็นจริง ขณะที่ Todd Hunt และ James E. Granig (1984: 6) ได้กล่าวไว้สั้นๆว่า การประชาสัมพันธ์เป็นการจัดการการสื่อสารระหว่างองค์กรหรือหน่วยงานกับกลุ่มสาธารณะ Cutlip, Center and Broom (2006: 5) ได้กล่าวถึงการประชาสัมพันธ์ไว้ว่าเป็นหน้าที่ทางการบริหารที่จะสร้างและรักษาความสัมพันธ์อันดีร่วมกัน ระหว่างหน่วยงานและประชาชนกลุ่มต่างๆ ซึ่งมีอิทธิพลต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวของหน่วยงาน นอกจากนี้ การประชาสัมพันธ์ยังเป็นกระบวนการวางแผนเพื่อมีอิทธิพลต่อความเห็นของสาธารณะ ผ่านบุคลิกลักษณะและการปฏิบัติงานที่เหมาะสม บนพื้นฐานการสื่อสารแบบสองทางที่มีความพึงพอใจโดยเท่าเทียมกัน(Seitel, 2001: 36) โดย Wilcox และ Cameron (2006: 6,39) ได้สรุปไว้ว่า คำที่พบได้ร่วมกันเมื่อได้พิจารณาคำนิยามของการประชาสัมพันธ์ที่มีผู้นิยามไว้ต่าง ๆ กัน คือ การประชาสัมพันธ์เป็นการกระทำที่ผ่านการวางแผนและโดยตั้งใจ (Planned and Deliberate) บนแนวนโยบายที่แท้จริงและมีการปฏิบัติจริง (Actual Policies and Performance) เพื่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกันทั้งสองฝ่าย (Public Interest) โดยการใช้การสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) และเป็นข้อมูลสำคัญในการตัดสินใจด้านการบริหารจัดการ (Management Function) จากสาระของคำจำกัดความข้างต้นจึงสามารถสรุปได้ว่า งานประชาสัมพันธ์มีความเกี่ยวข้องกับกลุ่มสาธารณะทุกกลุ่มที่องค์กรหรือสถาบันมีการติดต่อสื่อสารด้วย และที่สำคัญเป็นกลุ่มคนที่องค์กรหรือสถาบันมีความสัมพันธ์ด้วย (Black and Sharpe, 1983) ดังคำจำกัดความที่อ้างไว้ได้สะท้อนให้เห็นถึงบทบาทของการประชาสัมพันธ์ ในฐานะที่เป็นทั้งงานในหน้าที่ด้านการบริหารจัดการ การสื่อสารอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจที่ดีระหว่างองค์กร สถาบัน กับสังคม และเพื่อภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรในสายตาสาธารณชนนั่นเอง

อย่างไรก็ดี งานวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาหลักฐานเชิงประจักษ์และย้อนกลับไปในอดีตก่อนที่จะมีการ

บัญญัติศัพท์คำว่า Public Relations การสื่อสารประชาสัมพันธ์ สำหรับการวิจัยครั้งนี้จึงหมายถึงการสื่อสารผ่านสื่อหรือเครื่องมือการสื่อสารประเภทต่างๆโดยผู้ปกครองประเทศหรือผู้ส่งสารไปยังกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหรือผู้รับสาร เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจให้เกิดทัศนคติที่ดี และเสริมสร้างความสัมพันธ์ตลอดจนภาพลักษณ์โดยมุ่งศึกษาการสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวใช้ในการสื่อสารเกี่ยวกับการปรับปรุงประเทศไทยในด้านต่างๆ เพื่อสร้างและดำรงเอกราชตลอดจนความเป็นชาติ

ข. กลุ่มเป้าหมาย

การประชาสัมพันธ์มีความเกี่ยวข้องอย่างแนบแน่นกับการสื่อสารสู่กลุ่มสาธารณชน (Publics) และการสร้างความสัมพันธ์ (Relationship) กระนั้นสำหรับการสื่อสารประชาสัมพันธ์สาธารณะไม่ได้หมายถึงประชาชนทั่วไป ดังที่ Guth and Marh (2000) ได้กล่าวไว้ว่า public หมายถึงกลุ่มคนที่มีความสนใจและคำนึงร่วมกันภายใต้สถานการณ์หนึ่งๆ โดยกลุ่มคนเหล่านั้นประสงค์ที่จะแสดงออกซึ่งการกระทำที่เกี่ยวข้องกับความสนใจและคุณค่าที่ตนยึดถืออยู่นั้น เมื่อกลุ่มสาธารณะ กลุ่มคนกลุ่มเป้าหมายนั้นมีความสัมพันธ์กับองค์กร หรือสถาบันก็จะถือว่าเป็นกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กร สถาบันตามที่ภาษาอังกฤษใช้คำว่า Stakeholder ซึ่งหมายถึงกลุ่มคนที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับหน่วยงานหรือกับประเด็น (issue) ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร หรือหน่วยงานนั้นๆ นอกจากนี้กลุ่มสาธารณชนในการประชาสัมพันธ์ยังหมายถึง “กลุ่มคนที่มีส่วนได้ส่วนเสีย มีส่วนร่วม ได้รับผลกระทบจากประเด็นใดประเด็นหนึ่ง องค์กรใดองค์กรหนึ่ง หรือความคิดใดความคิดหนึ่งร่วมกัน (a public is a group of people with a stake in an issue, organization, or idea)” (Seitel, 2011:43) ดังนั้น สาธารณชนในที่นี้จึงไม่ใช่สาธารณชนทั่วไป แต่จัดเป็นสาธารณชนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์นั่นเองโดยแนวทางหนึ่งในการจำแนกกลุ่มเป้าหมายการประชาสัมพันธ์ คือ การจำแนกเป็นกลุ่มภายในและภายนอกองค์กร (Internal

and external) กลุ่มภายใน หมายถึง กลุ่มที่อยู่ภายในองค์กร ขณะที่กลุ่มภายนอก หมายถึง กลุ่มที่ไม่มีการเชื่อมโยงหรือมีความสัมพันธ์โดยตรงกับองค์กร เช่น กลุ่มสื่อมวลชน กลุ่มนักวิชาการ กลุ่มผู้ค้าปลีก เป็นต้น (Sietel, 2011) การกำหนดหรือจัดแบ่งกลุ่มเป้าหมายมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการวางแผน และการดำเนินการสื่อสารประชาสัมพันธ์ เนื่องจากจะส่งผลต่อการกำหนดกิจกรรม และการเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมในการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม ตลอดจนเพื่อให้การกำหนดวัตถุประสงค์การสื่อสารได้อย่างเหมาะสมอีกด้วย

สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ กำหนดเปรียบเทียบให้ประเทศเป็นเสมือนสถาบันหรือองค์กร โดยกลุ่มเป้าหมายภายในประเทศประกอบด้วยกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก คือ กลุ่มขุนนางหรือชนชั้นปกครอง ที่หมายรวมถึง พระบรมวงศานุวงศ์ที่มีหน้าที่เกี่ยวกับการปกครองประเทศ และกลุ่มประชาชนทั่วไปหรือไพร่ หรือราษฎรนั่นเอง ขณะที่ชาวต่างประเทศที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับประเทศไทย จัดเป็นกลุ่มเป้าหมายภายนอก ตามแนวทางที่ Tantivejakul และ Manmin (2011) ได้จัดแบ่งไว้ก่อนหน้านี้

ก. กลยุทธ์

Cutlip, Center and Broom (2006: 377-388) ให้แจ้งความหมายของกลยุทธ์ (Strategy) ไว้ว่า กลยุทธ์ หมายถึง แผนหลักสำหรับทำให้การณรงค์บรรลุผลสำเร็จ ขณะที่ยุบล เบญจรงค์กิจ (2554: 1) ได้เขียนไว้ว่า กลยุทธ์ มาจากภาษาอังกฤษว่า Strategy หมายถึง แผนหรือการวางแผนเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ขณะที่ ประจวบอินออด (2548: 81) ให้ความหมายไว้ว่า “การวางแผนกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์” คือ “การกำหนดแนวทางกว้างๆ ในการประชาสัมพันธ์ไปสู่จุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ทางการประชาสัมพันธ์ที่ได้กำหนดไว้ โดยวัตถุประสงค์ทั่วไปของการประชาสัมพันธ์พอสรุปได้ 3 ประการ ดังนี้ (Black, 1975: 18-19)

1. เพื่อสร้างความนิยมให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชน ประกอบด้วยการปลูกเร้าเพื่อสร้างและธำรงไว้ซึ่งความนิยม เชื่อถือ ศรัทธาจากประชาชน ซึ่งจะช่วยให้การดำเนินงาน

ของสถาบันเป็นไปด้วยความสะดวก รวดเร็ว และบรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมาย

2. เพื่อปกป้องและรักษาชื่อเสียงสถาบันมิให้เสื่อมเสีย ชื่อเสียงของสถาบันย่อมมีส่วนเกี่ยวพันเชื่อมโยงไปถึงภาพลักษณ์ ขององค์กรสถาบันด้วย

3. เพื่อสร้างความสัมพันธ์ภายใน หมายถึงความสัมพันธ์ของกลุ่มประชาชนภายในหน่วยงาน หรือบุคลากรขององค์กรสถาบัน ซึ่งความสัมพันธ์อันดีภายในหน่วยงาน ช่วยเอื้อให้การบริหารและการดำเนินงานเป็นไปอย่างราบรื่นและส่งผลต่อประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์จากภายในสู่ภายนอกด้วย

ที่สำคัญ การวางแผนกลยุทธ์ คือ วิธีการบริหารความเปลี่ยนแปลง ซึ่งเกิดขึ้นจากสถานการณ์ทั้งภายนอกและภายในองค์กร (Taylor, 1990 อ้างถึงใน ยุบล เบญจรงค์กิจ, 2554: 2)

Ronald D. Smith (2009) ได้กล่าวถึงกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เชิงรุกคือกลยุทธ์ที่องค์กรริเริ่มขึ้นโดยไม่ต้องรอให้เกิดสถานการณ์หรือเหตุการณ์ใดๆ จัดเป็นกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด เพราะเป็นการดำเนินการหรือนำมาใช้ปฏิบัติตามแผนขององค์กรมากกว่าที่จะเป็นการดำเนินการเพื่อใช้โต้ตอบกับการกดดันจากสภาพแวดล้อมภายนอกและความคาดหวังจากสาธารณชนเท่านั้น โดยกลยุทธ์การสื่อสาร (Communication Strategies) ซึ่งเป็นกลยุทธ์เชิงรุกรูปแบบหนึ่งประกอบด้วยวิธี 3 วิธี คือ

1. การเผยแพร่ข่าวสาร (Publicity) เป็นการเผยแพร่ข่าวสารที่เกี่ยวกับองค์กร บุคคล เหตุการณ์พิเศษ สินค้าหรือบริการ โดยผ่านทางสื่อมวลชน

2. การเน้นคุณค่าของข้อมูลข่าวสาร (Newsworthy information) เนื้อหาข่าวต้องเป็นข้อมูลที่มีความสำคัญและมีคุณค่าของการเป็นข่าว

3. การสื่อสารที่โปร่งใส (Transparent Communication) คือ เป็นการสื่อสารที่ชัดเจนและเปิดเผยจะช่วยให้สาธารณชนมีความเข้าใจในองค์กรและสนับสนุนกิจกรรมการดำเนินงานขององค์กร การสื่อสารที่ชัดเจน เปิดเผยตรงไปตรงมา มุ่งตอบสนองวัตถุประสงค์ในการเพิ่ม

ความรู้และความเข้าใจให้แก่สาธารณชนได้มากขึ้น

ดังนั้น กลยุทธ์จึงเป็นการดำเนินการเพื่อให้ถึงจุดมุ่งหมาย หรือบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ เป็นการดำเนินการบนสถานการณ์ปัจจุบันและการคาดการณ์ถึงการเปลี่ยนแปลงในอนาคต ซึ่งรวมทั้งการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร กลยุทธ์ทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์จึงเป็นการดำเนินการที่เน้นเป้าหมายของการสื่อสาร โดยองค์กรต้องสร้างช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อต่างๆ ไปยังกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องอย่างเหมาะสมรวมทั้งมีการนำข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับการรับรู้และความเข้าใจของประชาชนในประเด็นต่างๆ มาพิจารณาปรับเปลี่ยนนโยบายและแนวทางการดำเนินงานด้านต่างๆ ขององค์กรในระยะต่อไปด้วย

หนึ่งเนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาการสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่ผู้นำประเทศใช้ในการบริหารประเทศ กลยุทธ์การสื่อสารประชาสัมพันธ์จึงหมายถึง การดำเนินการด้านการสื่อสารเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายของผู้ส่งสารหรือผู้นำประเทศ คือ พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เป็นการดำเนินการบนสถานการณ์ปัจจุบันและการคาดการณ์ถึงการเปลี่ยนแปลงในอนาคต ที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายในและภายนอกประเทศ ผ่านสื่อหรือเครื่องมือการสื่อสารไปยังกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ประวัติการสื่อสารประชาสัมพันธ์: จุดเริ่มต้นในโลกตะวันตกและประเทศไทย

ก. จุดเริ่มต้นของการสื่อสารประชาสัมพันธ์ในโลกตะวันตก

มองย้อนกลับไปในอดีต จุดเริ่มต้นของแนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์หรือรากของการประชาสัมพันธ์เกี่ยวพันกับการที่ผู้นำในแต่ละสังคมหรืออาณาจักรที่ยิ่งใหญ่ในประวัติศาสตร์เข้าใจความสำคัญของสาธารณชน และเรียนรู้ที่จะมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของสาธารณะผ่านการโน้มน้าวใจตั้งแต่ครั้งยุคอารยธรรมตอนต้นก่อนยุคกรีกและโรมันโบราณ นักโบราณคดีได้ค้นพบหลักฐานบันทึกเกี่ยวกับการทำนา

ทำไร่ในประเทศอิรักเมื่อ 1,800 ปีก่อนคริสต์ศักราช ซึ่งนับว่าเป็นบันทึกหลักฐานที่แนะนำให้มนุษย์สมัยนั้นรู้จักวิธีการด้านการเกษตรกรรม รวมทั้งทำให้มนุษยชนรุ่นหลังได้ทราบเรื่องราวต่างๆ ด้วย (Cutlip และ Center อ้างถึงใน Grunig & Hunt, 1984: 15) จากบันทึกหลักฐานของอียิปต์โบราณ อาณาจักรแอซซีเรียและเปอร์เซีย บ่งชี้ว่าในสมัยนั้นมีการเผยแพร่ข้อเขียนและงานศิลปะที่เป็นการยกย่องสรรเสริญสดุดีบรรดาหัวหน้า ผู้นำและผู้ปกครอง นอกจากนี้ การสร้างอนุสาวรีย์หรือภาพแกะสลักของตนเองรวมถึงงานสร้างสรรค์ประเภทร้อยกรองและบทกวีนิพนธ์เหล่านี้ล้วนส่งผลทางจิตวิทยาในแง่การสร้างความรักชาติเลื่อมใสและเคารพยำเกรง และให้ผลในทางการปกครอง โดยในยุคสมัยอาณาจักรกรีกและโรมันโบราณ การสื่อสารประชาสัมพันธ์ได้รับการยอมรับหรือนับเข้าไปว่าเป็นส่วนหนึ่งของการปกครองด้วย (Black, 1975) ดังที่พบจารึกคำขวัญของชาวโรมันตามกำแพงเมืองว่า เช่น “S.P.Q.R” ที่หมายถึง “รัฐสภาและประชาชนชาวโรมัน” รวมทั้งการพบคำศัพท์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์และประชมติ รวมไปถึงคำขวัญที่เกิดขึ้นในยุคนั้นที่ว่า “Vox populi, Vox die” ที่แปลได้ความหมายว่า “เสียงของประชาชน คือ เสียงของพระเจ้า” ซึ่งมีความหมายสอดคล้องกับแนวคิดประชมติในสมัยปัจจุบันนี้ด้วย (วิรัช ลภรัตนกุล, 2549) อย่างไรก็ดี ผู้นำหรือหัวหน้าชุมชนในอดีตที่นำกิจกรรมหรือรูปแบบการสื่อสารต่างๆ มาใช้เพื่อแจ้งข่าวสารหรือโน้มน้าวใจ คงไม่ได้กำหนดใช้คำว่า การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) หากแต่เป็นการดำเนินกิจกรรมหรือเสนอข่าวสารบนฐานของวัตถุประสงค์ในการสื่อสารอย่างใดอย่างหนึ่งผ่านกิจกรรมการสื่อสารที่คล้ายกิจกรรมประชาสัมพันธ์ (Public relations - like activities) (Grunig and Hunt: 1984)

หลังจากที่โรมเสื่อมอำนาจลง อารยธรรมต่างๆ ของโลกก็เริ่มเสื่อมตามและโลกก็เข้าสู่ยุคมืด (Dark Age) ซึ่งจัดเป็นยุคที่ประชาชนขาดความรู้ การพัฒนาด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์และประชมติก็หยุดชะงัก จนกระทั่งถึงยุคที่มนุษย์ย้อนกลับมาสนใจศิลปวิทยาการกันใหม่ ซึ่งจัดเป็น

ยุคหัวเลี้ยวหัวต่อที่สำคัญของมนุษย์ โดยเฉพาะชาวตะวันตก ซึ่งนั่นก็คือ ยุคฟื้นฟูศิลปวิทยา (Renaissance) ซึ่งจุดเริ่มต้นของการฟื้นฟูศิลปวิทยาเริ่มขึ้นที่แหลมอิตาลี จากนั้นจึงขยายไปในฝรั่งเศส เยอรมัน เบลเยียม เนเธอร์แลนด์และอังกฤษ ในสมัยยุคฟื้นฟูศิลปวิทยา มีการคิดค้นประดิษฐ์กรรมใหม่ขึ้นมาสิ่งหนึ่ง ซึ่งมีผลกระทบต่อวิธีการสื่อสารของมนุษย์ นั่นคือ การค้นพบวิธีการพิมพ์หนังสือด้วยเครื่องพิมพ์ โดยนักประดิษฐ์ชาวเยอรมัน คือ จอห์น กูเตนเบิร์ก (John Gutenberg) ซึ่งส่งผลให้การสื่อสารประชาสัมพันธ์เจริญรุดหน้ายิ่งขึ้น เพราะช่วยให้เกิดการตีพิมพ์ข่าวสารต่างๆ เผยแพร่ไปสู่ประชาชนอย่างกว้างขวาง ช่วยให้หนังสือพิมพ์และสิ่งพิมพ์ต่างๆ มีราคาย่อมเยาและเข้าถึงกลุ่มประชาชนจำนวนมากในเวลาอันรวดเร็วยิ่งขึ้น ทั้งยังส่งผลต่อการสร้างประชาคมและการโฆษณาชวนเชื่อ โดยผู้ปกครองหรือรัฐบาล ตลอดจนมีส่วนช่วยในการสร้างประชาคมผ่านทางข้อเขียนของผู้นำทางความคิดเห็นในแต่ละยุค (วิรัช ลิทธิ์รัตนกุล, 2549 ; Fang, 1997: 20-22) นอกเหนือจากพัฒนาการที่เกิดขึ้นในทวีปยุโรป เมื่อศีกษาย้อนถึงสมัยที่ชาวอเมริกาเริ่มก่อร่างสร้างชาติใหม่ทางแถบชายฝั่งตะวันออกของทวีปอเมริกาในคริสต์ศตวรรษที่ 16 ชาวอเมริกันได้ใช้วิธีการเผยแพร่ข่าวสาร (Publicity) ในการสื่อสารประชาสัมพันธ์กับประชาชนกลุ่มต่างๆ โดยเฉพาะในแวดวงธุรกิจการพาณิชย์ มีการออกจุลสารการขยายทุนโดยมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด เมื่อปี ค.ศ. 1641 ที่นับเป็นจุลสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ฉบับแรกที่ตีพิมพ์เผยแพร่เป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ มหาวิทยาลัยโคลัมเบียยังได้ผลิตข่าวแจก (Press Release) และใช้เป็นครั้งแรก เมื่อปี ค.ศ. 1758 เพื่อเผยแพร่ข่าวการประกาศปฏิญญาบัตร โดยจัดส่งให้แก่หนังสือพิมพ์ฉบับต่างๆ ในนครนิวยอร์ก (Cutlip, Center, and Broom, 2006) และในช่วงสงครามปฏิวัติของชาวอเมริกัน พบว่ามีการนำเครื่องมือสื่อสารและเทคนิคในการประชาสัมพันธ์ในการรณรงค์ทางการเมืองและการแพร่กระจายข่าวสารเพื่อสร้างและปลูกฝังประชาคม มีการใช้หนังสือพิมพ์ เอกสารสิ่งพิมพ์และจุลสารต่างๆ เป็นเครื่องมือในการเข้าถึงและสื่อสารกับประชาชน ในที่สุดจึงได้มีการ

ก่อกำเนิดประเทศสหรัฐอเมริกา โดยการประชาสัมพันธ์ได้เริ่มทวีความสำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ ในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 สหรัฐอเมริกามีการปฏิบัติงานทางด้านการณรงค์ข่าวสารโดยตรงและครอบคลุมทั้งงานการสื่อสารของกองทัพ ธุรกิจอุตสาหกรรมและกลุ่มพันธมิตรร่วมสงคราม จนประสบความสำเร็จและได้รับชัยชนะในที่สุด (วิรัช ลิทธิ์รัตนกุล, 2549 ; Wilcox and Cameron, 2006) อย่างไรก็ตาม เทคนิคและวิธีการสื่อสารเหล่านี้มีความคาบเกี่ยวกับแนวทางการโฆษณาชวนเชื่อ การประชาสัมพันธ์สมัยใหม่ ซึ่งได้รับการพัฒนาอย่างเป็นระบบและจริงจังเมื่อตอนต้นคริสต์ศตวรรษที่ 20 จึงมุ่งสนับสนุนให้เกิดการสื่อสารแบบสองทางและตอบสนองต่อแนวคิดเกี่ยวกับประชาธิปไตย (Black and Sharpe, 1983) เมื่อสงครามโลกครั้งที่ 2 เสร็จสิ้นลง หลักการของการประชาสัมพันธ์สมัยใหม่ได้แพร่ขยายเข้าไปยังประเทศต่างๆ ในทวีปยุโรป โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศอังกฤษ ซึ่งบริษัทธุรกิจที่มีกิจการขนาดใหญ่หลายแห่ง เริ่มเล็งเห็นถึงความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ มีการตื่นตัวและรับรู้ถึงความจำเป็นในการติดตามข่าวสารความเคลื่อนไหวทั้งทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และธุรกิจการค้า เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลประกอบการกำหนดเป็นนโยบายและแนวทางในการดำเนินงานองค์กร (วิรัช ลิทธิ์รัตนกุล, 2549)

ข. ประวัติการสื่อสารประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย

เมื่อศีกษาย้อนไปในอดีตสมัยสุโขทัย ปรากฏหลักฐานชิ้นสำคัญในประวัติศาสตร์ไทย ได้แก่ ศิลาจารึกของพ่อขุนรามคำแหงมหาราช พระมหากษัตริย์แห่งกรุงสุโขทัย ที่พระองค์ทรงนำเอาเทคนิคการประชาสัมพันธ์เข้ามาใช้ร่วมกับการปกครอง เพื่อเสริมสร้างให้เกิดความกลมเกลียว ราบรื่น และสันติสุขร่วมกันกับบรรดาราษฎรของพระองค์ในกรุงสุโขทัย อาทิ การแขวนกระดิ่งไว้หน้าประตูวัง เพื่อให้พสกนิกรได้ร้องทุกข์เรื่องเดือดร้อนของตน ที่นับว่าเป็นการจัดให้มีช่องทางในการสื่อสารกับประชาชนและพระมหากษัตริย์ทางหนึ่ง และเป็นการเริ่มต้นการใช้เทคนิคการประชาสัมพันธ์ (วิรัช ลิทธิ์รัตนกุล, 2549)

นอกจากนี้ ในยุคสมัยสุโขทัยและกรุงศรีอยุธยา เรื่อยมาจนถึงสมัยธนบุรีและกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้น พบหลักฐานที่บ่งชี้ว่ามีการใช้การสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อผลในทางการปกครอง มีการใช้การสื่อสารกับประชาชนด้วย บทกวีนิพนธ์ บทประพันธ์ต่างๆ รวมไปถึงพิธีกรรมทางศาสนา การเขียนบันทึกและพงสาวดาร โดยเฉพาะในสมัยกรุงศรีอยุธยานั้น อาณาจักรไทยได้รับอิทธิพลจากขอม ซึ่งพบได้จากระเบียบการปกครอง กฎหมาย วรรณคดี ระเบียบราชสำนัก ศิลปการก่อสร้าง และแม้กระทั่งประเพณีทางพุทธศาสนาด้วย ตลอดจนพิธีพราหมณ์ที่สร้างบรรยากาศของพระมหากษัตริย์ให้สูงเด่น ได้แก่ พระราชพิธีถือน้ำพิพัฒน์สัตยา เป็นต้น การประชาสัมพันธ์ส่วนมากยังใช้คำพูดเป็นสื่อ เช่น การป่าวประกาศตามท้องถนน หรือตามที่ชุมชน ตลอดจนการประชุมลูกบ้าน ในยุคนี้การพิมพ์หนังสือยังไม่มีแต่ใช้วิธีการเขียนหนังสือ หรือจารลงในสมุดข่อยหรือใบลาน ซึ่งวิธีนี้ได้ใช้กันมาตั้งแต่สมัยกรุงสุโขทัย อย่างไรก็ตาม การเขียนใส่ในใบลานหรือสมุดข่อย โดยคัดเผยแพร่กันไปเป็นทอดๆ นั้นเผยแพร่ไปสู่ประชาชนกลุ่มต่างๆ ได้ช้า เนื่องจากยังไม่มีระบบการพิมพ์ในการช่วยเผยแพร่ข่าวสารในวงกว้างและรวดเร็ว (อุบลวรรณ ปิติพัฒนะ โฆษิต, 2543) ในสมัยกรุงธนบุรี เป็นยุคของการกอบกู้บ้านเมืองที่ระส่ำระสายและทรุดโทรมจากการเสียกรุงครั้งที่ 2 สมเด็จพระเจ้าตากสินต้องใช้กลยุทธ์การสื่อสารในการสร้างเมืองและเสริมขวัญกำลังใจให้กับประชาชน ด้วยการดำเนินการสื่อสารผ่านวรรณกรรมและพิธีกรรมทางศาสนา การฟื้นฟูพระศาสนาและประกาศนโยบายทางการค้าเชิงรุกเพื่อฟื้นฟูประเทศและรวบรวมใจของประชาชนให้เป็นหนึ่งเดียวกัน (Tantivejakul and Manmin, 2011)

อย่างไรก็ดี การสื่อสารประชาสัมพันธ์ของไทยเริ่มมีวิวัฒนาการและเจริญก้าวหน้าอย่างเห็นได้ชัดเจนในช่วงสมัยที่มีการนำเอาเครื่องมือสื่อสารที่ทันสมัยหรือสื่อมวลชนต่างๆ เข้ามาใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ ได้แก่

หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์และการพิมพ์ต่างๆ โดยเริ่มมีการพิมพ์หรือผลิตหนังสือเกิดขึ้นตั้งแต่ในสมัยรัชกาลที่ 3 การรวบรวมเนื้อหาจากคำราชอง วิรัช ลภรัตนกุล (2549) และงานวิจัยของ อุบลวรรณ ปิติพัฒนะ โฆษิต (2543) เกี่ยวกับประวัติการประชาสัมพันธ์ในประเทศไทยระบุว่า ในช่วงสมัยรัชกาลที่ 3 และรัชกาลที่ 4 ไทยได้เริ่มมีการนำเครื่องมือสื่อสารที่สำคัญอย่างหนึ่งเข้ามาใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารสู่ประชาชน นั่นคือ เทคโนโลยีการพิมพ์ซึ่งทำให้เกิดการพิมพ์ประกาศ การผลิตหนังสือและหนังสือพิมพ์ โดยนักสอนศาสนาชาวอเมริกันผู้หนึ่งชื่อ ดร.แดน บีช แบรดลีย์ (Dr. Dan Beach Bradley) หรือที่คนไทยเรียกกันว่า “หมอบรัดเลย์” ได้คิดประดิษฐ์ตัวพิมพ์อักษรไทยขึ้น โรงพิมพ์ของ ดร.แบรดลีย์ ได้พิมพ์ประกาศของรัฐบาลไทย (สมัยรัชกาลที่ 3) ที่ระบุนการห้ามสูบและค้าฝิ่นในรูปใบปลิวจำนวน 9,000 ฉบับ เมื่อวันที่ 27 เมษายน พ.ศ. 2382 ประกาศนี้นับเป็นเอกสารราชการที่พิมพ์ขึ้นเป็นครั้งแรกในประเทศไทย

อนึ่ง กิจกรรมพิมพ์ในระยะเริ่มแรกส่วนมากเป็นเรื่องเกี่ยวกับการสอนศาสนาคริสต์ของชาวต่างประเทศ แต่ก็มีผู้พิมพ์หนังสือเกี่ยวกับพุทธศาสนาแข่งกับชาวต่างประเทศด้วยผู้หนึ่งคือ พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เมื่อครั้งยังทรงผนวชอยู่ที่วัดบวรนิเวศวิหาร และใน พ.ศ. 2401 พระองค์ได้ทรงจัดการให้ติดตั้งเครื่องพิมพ์ขึ้นในบริเวณพระบรมมหาราชวัง บริเวณโรงแสงต้น (ในบริเวณพระที่นั่งภาณุมาศจรัญญู) เป็นตึก 2 ชั้น และพระราชทานนามว่า “โรงอักษรพิมพ์การ” (สยามพิมพ์การ, 2549) เพื่อพิมพ์หนังสือ “ราชกิจจานุเบกษา”⁴ (Government Gazette) ฉบับปฐมฤกษ์ นับเป็นวารสารของทางราชการฉบับแรกที่ลงข่าวเกี่ยวกับราชสำนัก ประกาศกฎหมาย และเรื่องสำคัญอื่นๆของทางราชการ (วิรัช ลภรัตนกุล, 2549) แม้หนังสือ “ราชกิจจานุเบกษา” ที่พิมพ์ในปีแรกนั้น จะมีการเสนอข่าวอยู่บ้าง แต่เนื่องจากไม่มีกำหนดการพิมพ์เป็นเวลาแน่นอน จึงยังไม่นับว่าเป็น

⁴ หนังสือนี้พิมพ์อยู่ได้เพียงปีเดียวก็ต้องหยุด มาเริ่มพิมพ์อีก เมื่อวันที่ 17 พฤษภาคม พ.ศ. 2417 ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว และยังคงพิมพ์เป็นหนังสือราชการอยู่จนกระทั่งทุกวันนี้

หนังสือพิมพ์⁵ (สุกัญญา สดบรรทัด, 2547) นอกจากนี้ ในรัชกาลที่ 4 เป็นต้นมาได้เกิดการใช้สื่อเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์อีกหลายประเภท และหนึ่งในนั้นคือ ภาพถ่าย (Still Photography) (ศักดิ์ สิริพันธุ์, 2535) ซึ่งพบว่าได้รับการกล่าวถึงอยู่ในวงจำกัดเท่านั้น

สำหรับงานวิจัยในบริบทของประเทศไทย พบว่า มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับวิวัฒนาการของการประชาสัมพันธ์ในประเทศไทยเพียงเรื่องเดียว (อุบลวรรณ บิณฑิพัฒน์, 2543) ซึ่งงานวิจัยนี้เป็นการวิจัยจากเอกสารที่มุ่งรวบรวมข้อมูลเชิงกว้าง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิวัฒนาการของการประชาสัมพันธ์ที่เริ่มมีขึ้นในประเทศไทยตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึง พ.ศ. 2543 ผลของการวิจัยระบุว่าวิวัฒนาการของการประชาสัมพันธ์ออกเป็น 4 ยุค ประกอบด้วย

ยุค 1 ยุคเริ่มต้นการประชาสัมพันธ์ในประวัติศาสตร์ไทยช่วงต่างๆ (ยุคพูนรามคำแหง พ.ศ. 1826 - พ.ศ. 2475)

ยุค 2 เริ่มต้นการประชาสัมพันธ์สมัยใหม่ (พ.ศ. 2476 - พ.ศ. 2499) ซึ่งนับจากการเปลี่ยนแปลงการปกครองและเริ่มก่อตั้งหน่วยงานด้านการประชาสัมพันธ์หรือกรมโฆษณาการ

ยุค 3 ยุคที่การประชาสัมพันธ์เติบโตและเริ่มต้นการประชาสัมพันธ์ภาคธุรกิจ (พ.ศ. 2500 - พ.ศ. 2525)

ยุค 4 ยุคทองของการประชาสัมพันธ์เติบโตและเริ่มต้นการประชาสัมพันธ์ภาคธุรกิจ (พ.ศ. 2526 - พ.ศ. 2543)

นอกจากนี้ ยังมีงานบทในหนังสือ (Chapter in book) ของ Ekachai และ Komolsevin (2004) เกี่ยวกับวิวัฒนาการของวิชาชีพประชาสัมพันธ์ในประเทศไทยที่จับจุดตัดแบ่งของการเริ่มต้นวิชาชีพประชาสัมพันธ์สมัยใหม่ ประมาณปี 1933 หรือปี พ.ศ. 2476 ที่มีการจัดตั้งหน่วยงานเกี่ยวกับการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลของรัฐบาลหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองเป็นระบอบ

ประชาธิปไตย (ปี พ.ศ. 2475) โดยบทความนี้สรุปไว้ว่า การปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ของไทยพัฒนาจากการรณรงค์เพื่อเผยแพร่ข่าวสารและโฆษณาชวนเชื่อของรัฐบาล จนกระทั่งได้ขยายและปรับมาเป็นอุตสาหกรรมระดับโลกเต็มรูปแบบในเวลาต่อมา

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงประวัติศาสตร์ด้วยวิธีศึกษาเอกสาร (Documentary Research) เก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Source) และแหล่งข้อมูลเชิงทุติยภูมิ (Secondary Source) โดยรวบรวมข้อมูลจากเอกสารต้นฉบับ หนังสือและตำราวิชาการทางประวัติศาสตร์ รวมถึงเอกสารอ้างอิงประเภทอื่นๆ ที่มีผู้รวบรวมไว้ ตลอดจนเอกสารที่มีการเผยแพร่และ/หรือตีพิมพ์อย่างเป็นทางการอย่างไรก็ดี เนื่องจากต้นฉบับของเอกสารแหล่งปฐมภูมิบางชิ้นเป็นเอกสารหายากและมักไม่อนุญาตให้ถ่ายเอกสาร ผู้วิจัยจึงค้นคว้าและศึกษาด้วยการเทียบเคียงประเด็นระหว่างต้นฉบับและเอกสารชุดที่ได้รับการรวบรวมเพื่อเผยแพร่โดยบุคคลหรือคณะบุคคลอื่นๆ เพื่อให้มั่นใจในความเที่ยงตรงของข้อมูลมากขึ้น

เพื่อให้การวิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิและแหล่งข้อมูลปฐมภูมิมีความเหมาะสม เที่ยงตรงและเชื่อถือได้ ผู้วิจัยจึงติดต่อขอสัมภาษณ์นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์และการสื่อสารสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวเพื่อขอคำแนะนำเรื่องแหล่งข้อมูล การตีความข้อมูลและการกำหนดประเด็นประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเอกสาร จำนวน 3 ท่าน ดังนี้ (เรียงลำดับตามวันที่สัมภาษณ์)

1. ดร. อนุชา ทิรคานนท์ อาจารย์ประจำสาขาวิชาหนังสือพิมพ์และสื่อสิ่งพิมพ์ คณะวารสารศาสตร์และ

⁵ โดยผู้ที่ตั้งหนังสือพิมพ์ที่แท้จริงฉบับแรกในประเทศไทย คือ ดร.เบรคคีย์ ที่พิมพ์หนังสือพิมพ์ภาษาไทยรายปักษ์ชื่อ “บางกอกริคอร์เดอร์” เริ่มเมื่อวันที่ 4 กรกฎาคม พ.ศ. 2387 แต่พิมพ์อยู่ได้เพียงปีเดียวก็เลิก ต่อมาเมื่อวันที่ 12 มีนาคม พ.ศ. 2407 จึงได้เริ่มพิมพ์ใหม่เป็นรายเดือน และในอีก 2 ปีต่อมา ดร.เบรคคีย์ก็เลิกกิจการหนังสือพิมพ์ฉบับนี้

สื่อสารมวลชนและผู้อำนวยการสถาบันไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม พ.ศ. 2555

2. ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.ปิยนดา บุนนาค ภาควิชาประวัติศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 18 กรกฎาคม พ.ศ. 2555 และ 3 ตุลาคม พ.ศ. 2555

3. คุณวราณี โอสธารมย์ นักวิจัยและนักวิชาการผู้เชี่ยวชาญประวัติศาสตร์ สมัยรัชกาลที่ 4 สถาบันไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 27 กรกฎาคม พ.ศ. 2555

หลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารแล้ว ผู้วิจัยวิเคราะห์และประมวลข้อมูลโดยจัดเรียงข้อมูลตามสาระสำคัญและใช้วิธีการเขียนเชิงบรรยายเพื่อตอบคำถามนำวิจัยแต่ละข้อ โดยการวิจัยครั้งนี้กำหนดให้ประเทศชาติหรือประเทศไทย คือ สถาบันหรือหน่วยการศึกษา และคนในชาติหรือที่อาศัยในประเทศสยาม ณ ขณะนั้น เป็นกลุ่มเป้าหมายภายในประเทศ ประกอบด้วยกลุ่มขุนนางและกลุ่มราษฎรหรือไพร่ ขณะที่ชาวต่างชาติหรือชาติตะวันตกเป็นกลุ่มเป้าหมายนอก โดยการวิเคราะห์วัตถุประสงค์ทางการสื่อสารขึ้นอยู่กับกลุ่มเป้าหมายหลักทั้งสองกลุ่มซึ่งเป็นกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียคือกลุ่มเป้าหมายภายในและภายนอกประเทศ ประกอบกับการศึกษาประเภทสื่อหรือเครื่องมือสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวใช้ในการสื่อสารกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่ม ทั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์รายบุคคลจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่านเป็นแนวทางตรวจสอบความเที่ยงตรง กำหนดประเด็น และรายงานข้อค้นพบ

สรุปผลการวิจัย

ก. เหตุสำคัญและการปรับปรุงประเทศที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์

จากการศึกษาเอกสารและข้อมูลจากการสัมภาษณ์

พบว่า เหตุสำคัญที่ทำให้เกิดการปรับปรุงประเทศในสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ซึ่งนำไปสู่การใช้สื่อเพื่อสื่อสารประชาสัมพันธ์กับคนกลุ่มต่างๆ คือ กระแสการคุกคามของชาติตะวันตกและการแพร่ขยายลัทธิจักรวรรดินิยม ส่วนการปรับปรุงประเทศที่พระองค์ทรงใช้การสื่อสารประชาสัมพันธ์ช่วยให้เกิดความรู้และความเข้าใจ ตลอดจนการแนะแนวทางปฏิบัติที่เหมาะสมต่อสถานการณ์นั้น ประกอบด้วยการปรับปรุงหรือปรับเปลี่ยนประเทศที่เกี่ยวกับการเมืองการปกครอง เศรษฐกิจ และสังคมต่อไปนี้

การปรับปรุงธรรมเนียมและจารีตปฏิบัติดั้งเดิม เป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกี่ยวข้องกับการปกครองและระเบียบปฏิบัติที่ใช้กันมานานในราชสำนัก เป็นการปรับปรุงธรรมเนียมและจารีตต่างๆ เพื่อลดภาพความเป็นบ้านป่าเมืองเถื่อนในสายตาชาวต่างชาติและเพื่อรักษาความจงรักภักดีในหมู่ข้าราชการและบรรดาขุนนาง รวมทั้งเพื่อสร้างเสริมสัมพันธ์ที่ดีกับราษฎร (ปิยนดา บุนนาค และทิพย์พาพร อินคัม, 2553) ประกอบด้วยการยกเลิกธรรมเนียมดั้งเดิมต่างๆ อาทิ ธรรมเนียมการเข้าเฝ้าโดยไม่สวมเสื้อ ธรรมเนียมการหมอบคลาน รวมไปถึงการร่วมถือน้ำพิพัฒน์สัตยาของกษัตริย์กับขุนนางและมีการอนุญาตให้ราษฎรเฝ้าได้ในทางเสด็จพระราชดำเนิน เป็นต้น (กองวรรณกรรมและประวัติศาสตร์, 2542ก ; ชาญวิทย์ เกษตรศิริ, 2547)

การปรับปรุงช่องทางการสื่อสารกับราษฎรและเพิ่มช่องทางตรวจสอบและกำกับการทำงานของขุนนางในการบริหารราชการแผ่นดิน พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงโปรดให้ราษฎรถวายฎีการ้องทุกข์ต่อพระมหากษัตริย์ได้ง่ายขึ้น มีการลดขั้นตอนการยื่นถวายฎีกา ตลอดจนการกำหนดหลักปฏิบัติในการถวายฎีกาเพื่อให้ถือว่า เป็นสิทธิของพลเมืองที่จะกระทำได้ ทรงกำหนดแบบแผนการเขียน และลงชื่อในฎีกาอย่างถูกต้อง (ชาญวิทย์ เกษตรศิริ, 2547; พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว, 2548ข) อีกทางหนึ่ง ยังถือเป็นการปรับปรุงช่องทาง

และวิธีการตรวจสอบการทำงานของขุนนางเพื่อประโยชน์สุขของราษฎร (ปิยนาด บุนนาค และทิพย์พาพร อินคุ้ม, 2553) นอกจากนี้พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวยังทรงปรับเปลี่ยนบุคคลที่รับเรื่องฎีกาของราษฎรเป็นตัวพระองค์เอง เป็นเหตุหนึ่งที่ทำให้ราษฎรสามารถร้องเรียนเพื่อพึ่งพระบารมีในเรื่องกระบวนการยุติธรรมได้โดยตรง (กองวรรณกรรมและประวัติศาสตร์, 2542ก) จัดเป็นความพยายามปรับรูปแบบสัมพันธภาพระหว่างกษัตริย์กับราษฎร และเป็นจุดปรับเปลี่ยนที่แตกต่างไปจากแผ่นดินอื่นๆ ก่อนหน้า (วารุณี โอสธารมย์, 2548)

การปรับปรุงระบบการศาลและปรับปรุงกฎหมายเพื่อความชัดเจนในการบริหารงานและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของราษฎร สืบเนื่องจากระบบการศาลของไทยในยุคนั้นไม่เป็นที่ยอมรับของชาติตะวันตก พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวเล็งเห็นความสำคัญของประเด็นเหล่านี้ จึงทรงปรับปรุงการบังคับใช้กฎหมายปลี่ยนโยให้มีความเป็นธรรมมากขึ้น (กิตติ ดันไทย, 2550) ทรงออกประกาศและปรับปรุงแก้ไขกฎหมาย เพื่อพระองค์ทรงสามารถตรวจสอบการใช้อำนาจของขุนนางและศาลเพื่อให้ราษฎรได้รับความเป็นธรรม มีการปรับเปลี่ยนวิธีการร้องเรียน การฎีกา ตลอดจนการออกประกาศที่เกี่ยวข้องกับภาษี การซื้อขายที่ดิน สิทธิและเสรีภาพพลเมืองเพื่อมิให้ล่าช้าและไม่ขัดหลักกฎหมายต่างประเทศ ซึ่งล้วนแต่เป็นการปรับเปลี่ยนที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างสังคมในรัชกาลต่อมา (ปิยนาด บุนนาค และทิพย์พาพร อินคุ้ม, 2553)

การดำเนินการเพื่อความมั่นคงในประเทศและการทำสนธิสัญญากับมหาอำนาจจากฝั่งตะวันตก พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงโปรดให้มีการฝึกทหารแบบตะวันตก โดยโปรดเกล้าฯ ให้จัดตั้งกองทหารรักษาพระองค์ ปืนปลายหอก ข้าหลวงเดิม และกองทหารอื่นๆ ตามแบบชาติตะวันตก มีการฝึกเป็นทหารปืนใหญ่และจัดให้มีทหารสำหรับเรือรบหรือทหารเรือ (กิตติ ดันไทย, 2550) นอกจากนี้ พระองค์ยังทรงจัดระเบียบควบคุม

ชาวต่างชาติให้มีความรัดกุม โดยเฉพาะกลุ่มชนชาติในภูมิภาคเดียวกันที่อพยพมาพึ่งพระบรมโพธิสมภารและกลุ่มที่ถูกกวาดต้อนมาจากการรบในอดีตโดยจัดให้อยู่รวมกันเป็นชุมชนภายใต้ระบบการบริหารเดียวกัน และแต่งตั้งผู้นำชุมชนเป็นผู้ดูแลและให้ขุนนางไทยกำกับดูแลอีกที ส่งผลให้ชาวต่างชาติเหล่านี้อยู่ร่วมกันอย่างสงบ ไม่เป็นเหตุวุ่นวายที่ชาวตะวันตกสามารถใช้เป็นข้ออ้างในการรุกรานประเทศไทยได้ (กองวรรณกรรมและประวัติศาสตร์, 2542ก) ในเชิงความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ สยามดำเนินนโยบายกับต่างประเทศโดยยึดจุดมุ่งหมายหลัก 2 ประการคือ ประการแรก เพื่อป้องกันอำนาจอธิปไตยและความมั่นคงของประเทศทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง ประการที่สอง เพื่อความอยู่รอดของประเทศ (เพ็ญศรี ตึก, 2527:2) อนึ่ง หลังจากการลงนามในสนธิสัญญาเบาว์ริงกับสหราชอาณาจักรเมื่อปี พ.ศ.2398 สยามก็มีการลงนามในสัญญากับประเทศตะวันตกอื่นๆ ด้วยเป็นเหตุให้มีการขยายตัวทางการค้าอย่างมาก ส่งผลถึงระบบศักดินาและระบบการผลิตเพื่อยังชีพและการค้าแบบผูกขาดเปลี่ยนแปลงเป็นระบบการผลิตเพื่อการค้าจนทำให้เกิดผลต่อเนื่องในเรื่องการปรับปรุงระบบการยุติธรรม ระบบเงินตราและภาษีอากร ฯลฯ (ปิยนาด บุนนาค, 2550)

การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมทางน้ำและทางบกเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ ในรัชสมัยนี้ มีการขยายตัวของพระนครเนื่องจากการที่บ้านเมืองเจริญขึ้นและมีผู้คนมากขึ้น มีการขุดคลองรอบพระนครชั้นนอกขึ้นใหม่ ตลอดจนการสร้างป้อมตามแนวคลอง สำหรับหัวเมือง พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงมีพระราชดำริให้ขุดคลองเชื่อมเพื่อให้การเดินทางคมนาคมทำได้สะดวกขึ้น ซึ่งการขุดคลองสายต่างๆ ไปยังภูมิภาคตะวันตกนั้นเกิดขึ้นก่อนสนธิสัญญาเบาว์ริง 2-3 ปี และหลังจากสนธิสัญญาเบาว์ริงแล้ว เส้นทางเหล่านี้จึงมีบทบาทใหม่ในการตอบสนองการค้าขายกับชาวตะวันตก โดยเฉพาะ

การปลูกข้าวเพื่อส่งออก นอกจากนี้พระองค์ได้ทรง
ดำเนินการตัดถนนสายยาวและปรับพื้นผิวเป็นแบบแข็ง
ไม่มีฝุ่น และไม่เป็นหล่มปลักในฤดูฝนขึ้นเป็นครั้งแรก
อีกด้วย(กองวรรณกรรมและประวัติศาสตร์, 2542ข)
โดยสรุป อาจกล่าวได้ว่า การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน
ทางการคมนาคมทั้งทางบกและทางน้ำนั้นเกิดจาก
กระแสความเจริญของตะวันตกที่แพร่เข้ามาและมี
อิทธิพลเกี่ยวข้องกับความมั่นคงของประเทศด้วย
(มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, 2547)

**การประกาศเมืองใหม่และการกำหนดขอบเขต
ประเทศที่ชัดเจน** นอกจากการขุดคลองเชื่อมโยงหัวเมือง
ด้านตะวันตกแล้ว พระองค์ยังทรงประกาศเมืองใหม่
อีกหลายเมือง ที่เห็นได้ชัดเจนก็คือ เมืองที่อยู่สองด้าน
ของเขตอ่าวไทย อันเป็นการแสดงขอบเขตของสยามที่
ประชิดกับอิทธิพลของประเทศตะวันตกสองฟาก คือ
อังกฤษในพม่า กับฝรั่งเศสในกัมพูชา นอกจากนี้ ยังพบ
การสร้างพระราชวังบนภูเขาตามแบบแผนของตะวันตก
ที่จังหวัดเพชรบุรี คือ พระนครคีรี หรือเขาวัง การตั้งเมืองใหม่ๆ
เหล่านี้มาจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจมีการขยายตัว
ของชุมชนการผลิตเกิดการแลกเปลี่ยนซื้อขายในหัวเมือง
ที่ห่างไกล (กองวรรณกรรมและประวัติศาสตร์, 2542ข)
ซึ่งตามแบบแผนเท่านั้น ความเป็นราชอาณาจักรมิได้มี
ขอบเขตอาณาจักรที่ชัดเจนแน่นอน เพราะพระบารมี
ของพระเจ้าแผ่นดินนั้นจะแผ่ออกไปทุกสารทิศ ดังนั้น
การประกาศเมืองใหม่ในรัชสมัยของพระองค์ในทางหนึ่ง
จึงเป็นการกระชับพระราชอำนาจ และแสดงถึงอำนาจ
อธิปไตยเหนือขอบเขตแห่งรัฐที่มีพรมแดนหรืออาณาเขต
ที่ชัดเจน เพื่อรับมือกระแสการคุกคามของตะวันตก
(อรุณจักร์ สัตยานุรักษ์, 2555)

**การปรับเปลี่ยนที่เกี่ยวข้องกับระบบการค้าแบบใหม่
เงินตรา และภาษี** สนธิสัญญาเบาว์ริงระหว่างสยาม
และอังกฤษได้นำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ
ที่เด่นชัดหลายด้าน โดยเฉพาะการผลักดันให้ประเทศ
สยามก้าวไปสู่ระบบการค้าเสรี ที่ตามแบบแผนเก่าของ
ระบบศักดินาไม่อาจรองรับได้ ขณะเดียวกันระบบการค้า

ที่เปิดกว้างย่อมเกี่ยวข้องไปถึงระบบเงินตรา และในที่สุด
ก็เชื่อมโยงต่อไปยังการเปลี่ยนแปลงในกระบวนการผลิต
โดยเฉพาะการปลูกข้าวนำสังคมสยามก้าวเข้าสู่ระบบ
เศรษฐกิจแบบทุนนิยมตามแบบอย่างชาติตะวันตก
ส่งผลให้การทำนาถายมาเป็นอาชีพ (ปิยนาด บุนนาค,
2550 ; นอกจากนี้ ประเด็นสำคัญอีกประการ คือ เรื่อง
กลไกราคา และกลไกตลาดที่เชื่อมโยงกับเรื่อง
การจัดเก็บภาษีอากรสินค้าที่กลายเป็นรายได้สำคัญ
ของแผ่นดิน (กิตติ ตันไทย, 2550)

**การให้ความสำคัญกับราษฎรด้วยการพัฒนาสิทธิ
พลเมืองและให้ความรู้แก่ราษฎร** พระบาทสมเด็จพระ
จอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงตัดสินพระทัยดำเนินการ
ปรับปรุงพัฒนาการบริหารประเทศเนื่องมาจาก
ประสบการณ์การเสด็จพระราชดำเนินไปยังหัวเมือง
ห่างไกล เมื่อครั้งที่ทรงผนวชอยู่ในเพศบรรพชิต
นานถึง 27 ปี และได้ออกธุดงค์ไปทั่วแผ่นดิน ทำให้
พระองค์ได้ทรงพบปะพูดคุยกับประชาชนทรงพบเห็น
ชีวิตความเป็นอยู่ที่แท้จริงของประชาชน เมื่อผนวก
กับความสนพระทัยในวิทยาการแผนตะวันตก จึงทรง
เล็งเห็นจากเหตุการณ์โดยรอบพระราชอาณาจักรว่า
ถึงเวลาที่ต้องเปลี่ยนวิเทโสบายเพื่อความปลอดภัย
ของประเทศ และเป็นการปรับปรุงประเทศให้ทันสมัย
จึงทรงออกประกาศต่างๆ ที่ช่วยเสริมสร้างความใกล้ชิด
ระหว่างพระองค์กับราษฎรของพระองค์ให้มากขึ้นรวมถึง
เป็นการพัฒนาสิทธิพื้นฐานของประชาชน (ปิยนาด บุนนาค
และทิพย์พาพร อินคัม, 2553)

การกำหนดให้ใช้เวลาตามมาตรฐานสากล ด้วยเหตุ
ที่ทรงมีความรู้และความเข้าใจวิทยาศาสตร์และดาราศาสตร์
พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวจึงออกประกาศ
ที่กำหนดเรื่องการตีบอรัทษาเวลาที่แน่นอนได้มาตรฐาน
ซึ่งการกำหนดมาตรฐานเวลาได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง
เชิงสังคมที่สำคัญ เพราะเป็นจุดเริ่มต้นทำให้การรักษา
เวลาของชาวสยามนั้นเปลี่ยนแปลงไปในทางที่เป็น
มาตรฐานสากลยิ่งขึ้นและสามารถอ้างอิงได้ ที่สำคัญ
ความถูกต้องแม่นยำในการชานเวลามีความจำเป็น

และเกี่ยวพันไปถึงการกำหนดตำแหน่งทางการเดินเรือที่เป็นสากล ตลอดจนเกี่ยวข้องกับวิธีบอกและนับวัน เดือน ปี และศักราช(มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, 2547; วารุณี โอสธามย์, 2548)

การนำเทคโนโลยีการพิมพ์มาใช้ในการแจ้งข่าวสาร ตลอดจนการปรับปรุงแบบแผนการใช้ภาษาไทย วิธีการเขียนภาษาไทยและการบันทึกเชิงประวัติศาสตร์ พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงเป็นคนไทยคนแรกที่เป็นเจ้าของโรงพิมพ์ ได้โปรดให้จัดพิมพ์หนังสือราชกิจจานุเบกษาขึ้น ซึ่งเป็นวารสารราชการฉบับแรกที่ได้มีการจัดพิมพ์ในประเทศไทย⁶ (วิรัช ลภรัตนกุล, 2549 ; สยามพิมพ์การ, 2549) สื่อสิ่งพิมพ์ที่เกิดขึ้นในยุคนั้นไม่เพียงถ่ายทอดคำอธิบายของพระเจ้าแผ่นดินไปยังราษฎรได้โดยตรงผ่านการพิมพ์เผยแพร่ได้คราวละมากๆ ยังช่วยตัดปัญหาเรื่องความผิดพลาดในการคัดลอก ช่วยลดขั้นตอนของการสื่อสารกับราษฎรโดยไม่ต้องผ่านตัวแทนหรือพิธีกรรมตามประเพณีเดิม การพิมพ์จึงเป็นเครื่องมือหนึ่งในการจัดระเบียบทางสังคมผ่านการสื่อสารที่รับฟังและดูซ้ำได้ (ปิยนถ บุนนาค และทิพย์พาพร อินคุ้ม, 2553) สืบเนื่องจากระบบการพิมพ์และบรรดาพระราชนิพนธ์ในรูปแบบต่างๆ ที่มีการบันทึกไว้เป็นลายลักษณ์อักษรและเป็นระบบ ได้ก่อให้เกิดแบบแผนของภาษาไทยแห่งของรูปแบบการเขียน ไวยากรณ์ภาษา การสร้างศัพท์และความหมายใหม่ อีกทั้งยังเป็นครั้งแรกที่มีการกำหนดลักษณะการบันทึกลงในกระดาษสมุดฝรั่ง (วารุณี โอสธามย์, 2548) ที่สำคัญ พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวได้ทรงค้นพบศิลาจารึกพ่อขุนรามคำแหงและพระมหาธรรมราชาลิไทตั้งแต่ครั้งยังผนวชและทรงร่วมกับนักปราชญ์พยายามอ่าน และตีความข้อความในศิลาจารึกจนนำมาซึ่งความสนใจศึกษาประวัติศาสตร์ชาติไทย นอกจากนี้ยังทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯให้มีการชำระและเขียน

พงศาวดารขึ้นใหม่ด้วยทรงเห็นว่า หนังสือพระราชพงศาวดารของไทยมีลักษณะเป็นนิทานมากกว่าเอกสารทางประวัติศาสตร์ (ปิยนถ บุนนาค, 2550)

การจัดระเบียบพระสงฆ์และปฏิรูปพระพุทธศาสนา
ตลอดจนการกำหนดวันสำคัญทางศาสนา ในท่ามกลางกระแสกดดันโดยรอบทิศจากตะวันตก พระองค์ทรงริเริ่มการสร้างการรับรู้ทางประวัติศาสตร์และการสร้างสำนึกความเป็นชาติที่มีศาสนาประจำชาติของตนเองเป็นสิ่งยึดเหนี่ยว กอปรกับสภาพการณ์ในช่วงนั้นที่ประชาชนบางส่วนเริ่มหมดศรัทธาในศาสนา พระองค์จึงทรงก่อตั้งคณะสงฆ์ธรรมยุติกนิกาย ซึ่งเริ่มต้นขึ้นตั้งแต่ยังอยู่ในเพศบรรพชิต เนื่องจากทรงเห็นว่าสงฆ์ไทยประพฤติผิดไปจากพระวินัยที่พระพุทธเจ้าบัญญัติ โดยทรงแก้ไขวัตรปฏิบัติของพระสงฆ์ไทยให้สมบูรณ์ทั้งพระธรรมและพระวินัย (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, 2547) นอกจากนี้ ธรรมเนียมวันสำคัญทางศาสนา ทั้งวันวิสาขบูชา วันมาฆบูชาในแบบที่เป็นอยู่ก็ถูกกำหนดขึ้นในรัชสมัยของพระองค์ (ชาญวิทย์ เกษตรศิริ, 2547; พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว, 2548ข)

ข. การมีส่วนได้ส่วนเสียของกลุ่มขุนนาง ราษฎร และกลุ่มชาวตะวันตก

สำหรับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อันประกอบด้วยกลุ่มขุนนางหรือชนชั้นปกครอง กลุ่มราษฎรหรือไพร่ และกลุ่มชาวตะวันตกนั้น นั้นมีความเกี่ยวข้องกับการปรับปรุงประเทศในด้านต่างๆ ดังนี้

กลุ่มขุนนาง เป็นกลุ่มชนชั้นปกครองที่มีอำนาจและมีบทบาทสำคัญในสังคมสยามช่วงต้นกรุงรัตนโกสินทร์ เนื่องมาจากระบบการปกครองแบบศักดินาที่รับสืบทอดมาจากกลุ่มเสนาบดี ขุนนางเป็นกลุ่มมีบทบาททั้งด้านเศรษฐกิจ ความมั่นคง ตลอดจนบทบาททางสังคม เพราะเป็นกลุ่มชนที่กำกับมวลชน (ราษฎรหรือไพร่) ส่วนใหญ่ในแผ่นดิน

⁶ หนังสือราชกิจจานุเบกษาที่จัดพิมพ์ในสมัยรัชกาลที่ 4 พิมพ์อยู่เพียงปีเดียวก็หยุด และมาเริ่มพิมพ์อีกครั้งในรัชกาลที่ 5 และพิมพ์ต่อเนื่องเป็นหนังสือราชการจนถึงปัจจุบัน (วิรัช ลภรัตนกุล, 2549)

สำหรับในกลุ่มเสนาบดี ข้าราชการที่ระบุถึงนี้ มิได้หมายถึงเฉพาะเสนาบดี ขุนนาง มีศักดินาสูงเท่านั้น แต่ยังรวมถึงบรรดาขุนนางระดับกลาง จนถึงระดับล่างด้วยเนื่องจากอยู่ในฐานะเป็นผู้ที่รับพระบรมราชโองการไปปฏิบัติ อนึ่งเมื่อประมวลจากประกาศรัชกาลที่ 4 (ชาญวิทย์ เกษตรศิริ, 2547 ; พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว, 2548ข) และพระราชหัตถเลขาในรัชกาลที่ 4 (พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว, 2548ก) อาจกล่าวได้ว่า กลุ่มเสนาบดี และข้าราชการ เป็นกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ได้รับผลกระทบโดยตรงในการปรับปรุงประเทศในด้านต่างๆ ในรัชสมัยของพระองค์ และเป็นไปได้ว่า อาจเกิดกระแสต่อต้านขึ้นในกลุ่มคนหัวเก่า หากมาตรการที่ทรงนำมาปรับใช้ไม่รัดกุมเพียงพอ (กองวรรณกรรมและประวัติศาสตร์, 2542ก ; ปิยนาด บุนนาค และทิพย์พาพร อินคัม, 2553) แต่พระองค์ทรงใช้การอธิบายความ การชี้ให้เห็นความจำเป็น และแนวทางออก (วราวุธ โอสธารมย์, 2548) ซึ่งจัดได้ว่า เป็นการนำเอาการสื่อสารมาประยุกต์ใช้ในการสถานการณ์ที่จำเป็นต้องมีเครื่องมือในการรับมือปัญหาที่ได้ผลแม้จะมีปัญหาย่อยบ้าง แต่โดยรวมก็ถือว่าเป็นไปด้วยดีบนฐานของความสัมพันธ์แบบประสานประโยชน์ซึ่งกันและกัน (ปิยนาด บุนนาค, 2550: 20 ; ปิยนาด บุนนาคและทิพย์พาพร อินคัม, 2553)

สำหรับ**กลุ่มราษฎรหรือไพร่** จัดเป็นคนส่วนใหญ่ในสังคมสยามในช่วงนั้น คนเหล่านี้เป็นฐานกำลังในการขับเคลื่อนสังคม ทั้งจากการถูกเกณฑ์ไปใช้แรงงาน ซึ่งหมายถึงงานหลวงทั้งปวง ภายหลังการลงนามสนธิสัญญาเบาว์ริง การมีอยู่ของไพร่ในสังคมไทยได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมีนัยสำคัญทั้งในเชิงการเมืองระหว่างประเทศทางเศรษฐกิจ และสังคม เพราะไพร่เป็นหน่วยผลิตที่ก่อให้เกิดความมั่งคั่งแก่รัฐ ในเชิงการเมืองระหว่างประเทศนั้น (ปิยนาด บุนนาค, 2550; อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์, 2555) เนื่องจากในสังคมตะวันตกให้ความสำคัญกับสิทธิของพลเมือง และมีได้มีความเข้าใจในระบบราชาธิปไตย

ตะวันออกอย่างลึกซึ้ง การเกณฑ์แรงงานไพร่และทาสมาเข้าแรงงานให้หลวงหรือมูลนาย หรือกำหนดเป็นคนชั้นล่าง ทำให้ประเทศสยามถูกมองว่าไม่เป็นอารยะ รวมทั้งชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนทั่วไปตลอดจนการเชื่อมภายในเรื่องไสยศาสตร์และโหราศาสตร์ทำให้ภาพลักษณ์โดยรวมของประเทศสยามเป็นประเทศบ้านป่าเมืองเถื่อนในสายตาชาวตะวันตก พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวจึงจำเป็นต้องสื่อสารให้ความรู้และสร้างความเข้าใจกับบรรดาราชกรของพระองค์เกี่ยวกับการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงภายในประเทศที่กำลังเกิดขึ้นอันเป็นผลมาจากกระแสกดดันจากประเทศฝั่งตะวันตก (ปิยนาด บุนนาค, 2542 และ 2550) ซึ่งนั่นรวมไปถึงการสื่อสารเพื่อไม่ให้เกิดการแพร่กระจายของข่าวลือ การปฏิบัติตามแนวทางปฏิบัติหรือห้ามปฏิบัติที่พระองค์ทรงแนะนำ ตลอดจนเพื่อสร้างการยอมรับและเชื่อถือจากราษฎรของพระองค์ (วราวุธ โอสธารมย์, 2548 ; ปิยนาด บุนนาค และทิพย์พาพร อินคัม, 2553)

สำหรับ**ชาวตะวันตก** การลงนามสนธิสัญญาเบาว์ริง เมื่อ พ.ศ.2398 ได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในหลายๆ ด้าน และทำให้ชาวตะวันตกเข้ามามีบทบาทมากขึ้นส่งผลต่อการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงประเทศ (ปิยนาด บุนนาค, 2550) สนธิสัญญาเบาว์ริงทำให้เกิดภาวะเศรษฐกิจขยายตัว และส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระบบการผลิตข้าวซึ่งกลายเป็นสินค้าหลักของประเทศสยาม ในแง่ของการผลิตเพื่อส่งออก การผลิตเป็นไปเพื่อให้ได้ปริมาณมากพอสำหรับส่งขายซึ่งเชื่อมโยงไปสู่การปรับเปลี่ยนระบบเงินตราและปรับปรุงระบบภาษีอากร (กิตติ ตันไทย, 2550) นอกจากนี้ ในด้านเศรษฐกิจสนธิสัญญาเบาว์ริงยังมีผลผูกพันไปถึงคนในบังคับของอังกฤษ ในการได้รับสิทธิที่จะทำการค้าอย่างเสรีและขอบเขตอำนาจศาลตลอดจนการมีสิทธิสภาพนอกอาณาเขต⁷ อนึ่ง หลังจากสนธิสัญญาเบาว์ริง ฝ่ายสยามได้ลงนามสนธิสัญญากับอังกฤษว่ากันเกี่ยวกับชาติตะวันตก

⁷สิทธิสภาพนอกอาณาเขต หมายถึงสิทธิของคนในบังคับของชาติตะวันตกในการขึ้นศาลหรืออยู่ภายใต้กระบวนการยุติธรรมของชาตินั้นๆ แม้จะกระทำใดๆ ในเขตรัฐสยามก็ตาม

ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส เดนมาร์ก โปรตุเกส เนเธอร์แลนด์ และปรัสเซีย (ปิยนาด บุนนาค และทิพย์ พาวร อินคัม, 2553) ดังนั้น ชาวตะวันตกที่เดินทางเข้ามาในสยามในเวลานั้นจึงมาจากหลายประเทศ ที่นอกจากการค้าขาย การแสวงหาแหล่งวัตถุดิบ และความต้องการการขยายอำนาจแล้ว ยังมีชาวตะวันตกที่เข้ามาในสยามเพื่อเผยแพร่คริสต์ศาสนาอีกด้วย (กองวรรณกรรมและประวัติศาสตร์, 2542ก) โดยสรุป ชาวตะวันตกที่มีความเกี่ยวข้องกับการปรับปรุงประเทศในสมัยนั้นจึงประกอบไปด้วยชาวตะวันตกที่เข้ามาทำกินหรือติดต่อค้าขายหรือสอนศาสนาให้กับชาวไทย และชาวตะวันตกที่มีอิทธิพลระดับสูงในแต่ละประเทศในฐานะผู้มีอำนาจตัดสินใจในที่ท่าของประเทศตนต่อประเทศไทย อาทิ ขุนนางหรือเสนาบดีระดับสูง และผู้เป็นผู้บริหารสูงสุดของแต่ละประเทศ อาทิ กษัตริย์ ประธานาธิบดี เป็นต้น

ค. สื่อหรือเครื่องมือการสื่อสารที่พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวใช้ในการสื่อสารประชาสัมพันธ์กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

เมื่อพิจารณาสภาพการณ์แวดล้อมที่เกิดขึ้นกับดินแดนอื่นๆโดยรอบประกอบกับปัจจัยภายในประเทศที่เกี่ยวข้องกัน คือ บรรดาขุนนางและราษฎรเองก็ยังขาดความรู้ ความเข้าใจและสำนึกในหน้าที่ตลอดจนความรับผิดชอบของตน ทั้งในระดับพื้นฐานอย่างที่เราเรียกว่าสิทธิพลเมืองและหน้าที่ขุนนางต่อบ้านเมืองและประชาชน และในระดับชาติคือสำนึกของความเป็นชาติร่วมกัน พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวจึงทรงเตรียมการที่จะปฏิรูปและเปลี่ยนแปลงกฎเกณฑ์ต่างๆ เพื่อเตรียมความพร้อมและวางรากฐานการพัฒนาประเทศตามแนวทางตะวันตกให้กับสังคมไทย (ปิยนาด บุนนาค และทิพย์พาวร อินคัม, 2553: 101-106) โดยวัตถุประสงค์ในการสื่อสารที่พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวใช้ในการสื่อสารกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกประเทศคือ การเตรียมความพร้อมในกลุ่มขุนนางและราษฎรสำหรับการเปลี่ยนแปลงตามแนวทาง

ประเทศตะวันตก การสร้างความศรัทธาในพระองค์ในฐานะผู้นำประเทศ ตลอดจนการสร้างการยอมรับในพระองค์และสยามประเทศให้เกิดขึ้นในหมู่ชาวตะวันตก (ปิยนาด บุนนาค, สัมภาษณ์, 18 กรกฎาคม 2555) นอกจากนี้ พระองค์ยังทรงพยายามในการสร้างอัตลักษณ์ให้เกิดความเป็นชาติไทยในหมู่พสกนิกรของพระองค์และให้ปรากฏแก่สายตาชาวต่างชาติด้วย (อนุชา ทิรคานนท์, สัมภาษณ์, 17 กรกฎาคม 2555)

การสื่อสารกับขุนนางด้วยหมายรับสั่ง พระราชหัตถเลขาประกาศและราชกิจจานุเบกษา

การเปลี่ยนแปลงที่เกี่ยวกับการเมืองการปกครองประเทศทั้งช่วงก่อนและหลังสนธิสัญญาเบาว์ริงเป็นการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลกระทบต่อโครงสร้างสังคมแบบดั้งเดิมอย่างมากซึ่งอาจเกิดกระแสต่อต้านจากฝ่ายขุนนางที่ได้รับผลกระทบโดยตรง ด้วยเหตุนี้ การสื่อสารประชาสัมพันธ์จึงถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือสำคัญเพื่อสร้างฐานการยอมรับ ก่อให้เกิดความเข้าใจ ลดแรงปะทะจากกระแสความไม่พอใจ และนำมาซึ่งความชอบธรรมของพระองค์ในการใช้อำนาจ ดังนั้น ในการสื่อสารกับชนชั้นสูงหรือระดับขุนนางนอกเหนือไปจากการสื่อสารระหว่างบุคคล พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงบูรณาการสื่อหลายลักษณะ ประกอบด้วย ประกาศที่เป็นพระราชหัตถ์ซึ่งก็คือกฎหมายในทางปฏิบัติ หมายรับสั่ง และพระราชหัตถเลขาในการบริหารราชการงานเมืองและการแนะแนวทางตลอดจนนโยบายการปฏิบัติราชการ ทั้งในแง่การปฏิบัติงานทั่วไป การเกณฑ์กำลังไพร่พล ตลอดจนเรื่องการเงิน การภาษีอากร การติดตามทำงานของบรรดาหัวเมืองต่างๆ งานด้านศาลและการยุติธรรม (ชาญวิทย์ เกษตรศิริ, 2547 ; พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว, 2548ข) ที่สำคัญ พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวยังทรงริเริ่มการตีพิมพ์ประกาศ และการตีพิมพ์หนังสือราชกิจจานุเบกษาที่ถือเป็นวารสารฉบับแรกของประเทศไทยที่ส่วนราชการหรือราชสำนักเป็นผู้ตีพิมพ์ (ลำดวน เทียรณนิธิกุล, 2547) โดยเรื่องส่วนใหญ่ในหนังสือราชกิจจานุเบกษาเป็นประกาศต่างๆ รวมทั้ง

ยังมีเนื้อหาเกี่ยวกับการแฉงความ กาแต่งตั้งข้าราชการ
ข่าวเตือนสติ ข่าวการประสูติตลอดจนข่าวการตายของ
เชื้อพระวงศ์และข้าราชการ ตลอดจนข่าวเพลิงไหม้ ข่าว
น้ำฝน และเรื่องอื่นๆ ตามที่เป็นประเด็นสำคัญในช่วงนั้น
(ราชกิจจานุเบกษาในรัชกาลที่ 4, 2540)

นอกเหนือไปจากการใช้ประกาศและหนังสือราชกิจจานุเบกษาสำหรับการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อกำหนดแนวทางปฏิบัติในกลุ่มข้าราชการน้อยใหญ่ พระองค์ทรงใช้หมายรับสั่งและพระราชหัตถเลขาอีกด้วย⁸ ซึ่งส่งผลให้การปฏิบัติงานของข้าราชการมีความชัดเจนและได้รับการบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร ต่างไปจากที่เคยปฏิบัติมาในกาลก่อน พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงเป็นพระมหากษัตริย์ของไทยพระองค์แรกที่พระราชานิพนธ์พระราชหัตถเลขาขึ้นในพระราชกิจเฉพะพระองค์ โดยพระราชหัตถเลขาในพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวที่ทรงพระราชนิพนธ์ขึ้นระหว่างรัชกาลโดยเฉพาะที่เป็นภาษาไทย มีมากกว่า 100 ฉบับจดหมายเหล่านั้นเป็นจดหมายที่พระองค์ทรงส่งถึงพระบรมวงศานุวงศ์ ข้าราชการบริพาร ขุนนางผู้ปฏิบัติราชการแผ่นดิน ตลอดจนผู้ปกครองหัวเมืองประเทศราชต่างๆ (สุปานี พัดทอง, 2535) อาทิ พระราชหัตถเลขาถึงพระบาทสมเด็จพระปิ่นเกล้าเจ้าอยู่หัว พระราชหัตถเลขาถึงองค์พระนโรดม ณ กรุงกัมพูชา พระราชหัตถเลขาถึงเจ้าไชยลังการ เจ้านครลำพูน พระราชหัตถเลขาถึงพระยาสุรวงศ์ไวยวัฒน์ พระราชหัตถเลขาถึงพระศรีสุนทรโวหาร พระยาวิชิตสรไกร เจ้าพระยาศรีสุริยวงศ์ สมเด็จเจ้าฟ้าหมามาลา กรมหลวงเทเวศร์วัชรินทร์ พระองค์เจ้าปัทมราช พระยามนตรีสุริยวงศ์ หม่อมราโชทัย เจ้าหมื่น

สรรพเพรชภักดี ตลอดจนคณะทูตานุทูต (ที่ไปประเทศอังกฤษ) เป็นต้น (พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว, 2548ก) ที่สำคัญ เมื่อพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงขึ้นครองราชย์ พระองค์ได้ทรงเปลี่ยนแปลงวิธีการให้สัตย์ปฏิญาณในพระราชพิธีถือน้ำพิพัฒน์สัตยาเสียใหม่ ด้วยการที่พระองค์ทรงเป็นผู้นำในการดื่มน้ำพิพัฒน์สัตยา เป็นพระองค์แรกก่อนขุนนาง เพื่อเป็นการสื่อสารต่อขุนนางว่า พระองค์เองก็ทรงให้คำสาบานต่อขุนนางทั้งปวง ด้วยว่าจะมีความซื่อสัตย์ต่อพวกเขา นับเป็นครั้งแรกที่มีการให้คำมั่นสัญญาระหว่างพระมหากษัตริย์กับขุนนางว่าต่างจะซื่อสัตย์ต่อกัน บ่งชี้ให้เห็นว่าพระองค์ทรงมีหน้าที่ต่อขุนนาง เฉกเช่นเดียวกับที่ขุนนางมีหน้าที่ต่อพระองค์ และทั้งพระองค์และขุนนางต่างก็มีหน้าที่ต่อประชาชนและบ้านเมือง (ปิยนาด บุนนาคและทิพย์พาพร อินคุ้ม, 2553) แม้ไม่มีหลักฐานที่ยืนยันอย่างแน่ชัดว่า ความพยายามในการบริหารประเทศและการแก้ไขปัญหาต่างๆ ด้วยการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในดินแดนสยามประสบผลเพียงใด แต่หากพิจารณาจากบรรยากาศการค้าขายกับตะวันตกที่ขยายตัวอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน การเจรจาสนธิสัญญากับประเทศมหาอำนาจจากฝั่งตะวันตกโดยไม่มีการใช้กำลังและไม่ปรากฏความรุนแรงหรือกระด้างกระเดื่องจากเสนาบดีที่ทรงอำนาจ อีกทั้งเหล่าขุนนางยังสนับสนุนพระราชโอรสของพระองค์ให้ขึ้นครองราชย์ดังที่ทรงฝากฝังก็น่าจะกล่าวได้ว่า พระองค์ทรงใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการจัดการสังคมช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อได้อย่างเหมาะสม (ปิยนาด บุนนาค, สัมภาษณ์, 18 กรกฎาคม 2555 และ 3 ตุลาคม 2555)

⁸ หมายรับสั่ง คือ คำสั่งในการปฏิบัติงานอันเกี่ยวกับพระราชกรณียกิจของพระมหากษัตริย์ ส่วนใหญ่เป็นหมายรับสั่งการเสด็จประพาสหรือเสด็จพระราชดำเนินทรงเป็นประธานในพระราชพิธีต่างๆ ส่วนผู้รับสนองพระบรมราชโองการเป็นข้าราชการชั้นผู้ใหญ่รับไปสั่งเจ้าหน่ที่ที่เกี่ยวข้อง (ประชุมหมายรับสั่ง ภาค 5 ตอนที่ 1 สมัยกรุงรัตนโกสินทร์ รัชกาลพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว จ.ศ. 1213, 2548) ขณะที่พระราชหัตถเลขา คือจดหมายซึ่งพระมหากษัตริย์พระราชทานขึ้นเอง บางทีทรงพระอักษรด้วยพระองค์เองด้วย และทรงลงพระนามด้วยพระหัตถ์ในจดหมายนั้น ไปถึงผู้หนึ่งผู้ใด (สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระยาดำรงราชานุภาพ, 2506 อ้างถึงใน สุปภาณี พัดทอง, 2535 : 4)

การสื่อสารประชาสัมพันธ์สู่ประชาชนด้วยประกาศราชกิจจานุเบกษา พร้อมทั้งเปิดช่องทางการสื่อสารให้ประชาชนได้ถวายฎีกาต่อพระองค์เอง

เอกสารการสัมมนาทางวิชาการ เรื่อง "ภาพสังคมสยาม จากประชุมประกาศรัชกาลที่ 4" ระบุประเด็นที่น่าสนใจว่า พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงใช้ประกาศเป็นเครื่องมือสื่อสารระหว่างพระองค์กับผู้อยู่ใต้ปกครองกลุ่มต่าง ๆ อย่างที่ไม่เคยมีมาก่อนในประวัติศาสตร์ และประกาศเหล่านี้มีความกว้างขวางและสามารถเข้าถึงราษฎร (ผู้รับสาร) ได้มากกว่าสมัยก่อน ทั้งนี้เพราะการมีเครื่องพิมพ์ของราชการเองในสมัยพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว และพระองค์ทรงพยายามดำเนินพระบรมราโชบายเลิกเช่นผู้นำแห่งรัฐสมัยใหม่ที่สื่อสารกับผู้อยู่ใต้ปกครอง คือ ราษฎร โดยสร้างความเข้าใจกับประชาชนว่าเหตุใดจึงต้องสั่งให้ทำเช่นนั้น เช่นนี้ หรือห้ามกระทำ หรือเหตุใดต้องลงโทษ เพราะทั้งหมดเพื่อให้เกิดความอยู่เย็นเป็นสุข หรือเกิดความเป็นธรรม โดยพระองค์ทรงมีทักษะสำคัญที่ต่างไปจากพระมหากษัตริย์พระองค์อื่น คือ เป็นผู้มีความรู้สูงในวิชาการสมัยใหม่ (วราวุธ โอสดารมย์, ธเนศ อาภรณ์สุวรรณ, จลนง สุนทราวณิชย์, อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์, ช้างศักดิ์ เพชรเลิสนันต์ และ ชาญวิทย์ เกษตรศิริ, 2548: 141-145) ด้วยเหตุที่พระองค์ท่านทรงเป็นผู้รู้ ผู้อ่านเขียน รอบรู้ทั้งภาษาไทยและภาษามคธ จากการบวชนาน 27 พรรษา และสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษได้ ขณะเดียวกัน มีเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่สามารถรองรับความเป็นเอกของพระองค์ท่านในด้านนี้ ก็คือ เทคโนโลยีการพิมพ์ (กองวรรณกรรมและประวัติศาสตร์, 2542ก) อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาบริบทสังคมสยามในเวลานั้นที่จำนวนผู้ที่รู้หนังสือยังมีไม่มากนัก ในทางปฏิบัติจึงมีปัจจัยหรือเงื่อนไขที่ควบคุมไม่ได้ คือ ผู้ที่อ่านหนังสือได้มาทำหน้าที่ถ่ายทอดความไปยังประชาชน ซึ่งในทางหนึ่งอาจเกิดคลาดเคลื่อน หรือบิดเบือนไปตามแต่พื้นฐานความเข้าใจของแต่ละคน และแม้จะมีการพิมพ์แต่การเผยแพร่ก็ยังใช้วิธีการร้องป่าว เหมือนเช่นประเพณีการประกาศราชกฤษฎีกาแต่โบราณ (วราวุธ โอสดารมย์ และคณะ, 2548: 141-145) กระนั้น การเตรียมความพร้อม

และสร้างความเข้าใจให้เกิดขึ้นในหมู่ราษฎรในช่วงเวลาหลังจากลงนามในสนธิสัญญาเบาว์ริงก็เกิดขึ้นต่อเนื่อง ดังปรากฏประกาศหลายฉบับที่เกี่ยวข้องกับเรื่องทางเศรษฐกิจและการเงิน ตลอดจนความพยายามในการรับมือ และจัดการกับข้าวลื้อในรูปแบบต่างๆ โดยพระองค์ก็สามารถคลี่คลายลงได้ โดยใช้จุดแข็ง คือการเป็น “ผู้รู้” ซึ่งในประกาศลำดับต่างๆ ที่เกี่ยวข้องนั้นพระองค์จะชี้แจงด้วยหลักเหตุและผล ไม่ว่าจะเป็นเรื่องประกาศที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดเวลา วันเดือนปี วันสำคัญทางศาสนา ระบบภูมิอากาศที่มีได้แสดงออกมาในรูปอิทธิฤทธิ์ปาฏิหาริย์ แต่เป็นการแสดงถึงความรู้ของพระองค์ (วราวุธ โอสดารมย์, 2548) ในบางกรณี ที่เป็นประเด็นกระทบความรู้สึกของราษฎร เช่น การเก็บภาษีต่างๆ การออกประกาศเก็บภาษี นอกจากระบุพิสดารจัดเก็บอย่างชัดเจน ยังมีการอธิบายหลักการคำนวณ บอกถึงเหตุผลความจำเป็นที่ต้องเก็บเพื่อให้ในหลวงมีทรัพย์ไปพัฒนาบ้านเมือง แม้แต่ในงานที่เป็นพระราชพิธีบางประการ ก็ทรงไม่อาจดำเนินการได้โดยไม่คำนึงถึงเสียงวิพากษ์วิจารณ์ พระองค์จะทรงอธิบายถึงพระราชประเพณีที่ดำเนินสืบมาที่มีความสำคัญ (ชาญวิทย์ เกษตรศิริ, 2547 ; พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว, 2548ข)

ด้วยเหตุที่เป็นการสื่อสารภายในประเทศสู่กลุ่มประชาชนคนสามัญ และเป็นการสื่อสารกับกลุ่มคนขนาดใหญ่และมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างบรรทัดฐานใหม่ให้กับสังคมในระยะเปลี่ยนผ่าน ซึ่งคนเหล่านี้มีความแตกต่างอย่างมากในเรื่องการศึกษา ความเชื่อ โลกทัศน์ จิตวิญญาณ และรายได้ทางเศรษฐกิจ กลยุทธ์การสื่อสารประชาสัมพันธ์ของพระองค์จึงเป็นไปเพื่อให้ราษฎรมีความรู้ความเข้าใจ รวมไปถึงการชี้แจงเพื่อลดกระแสข้าวลื้อที่ไม่ถูกต้อง ตลอดจนเพื่อโน้มน้าวใจหรือชักจูงใจให้เกิดการยอมรับและเชื่อถือในตัวพระองค์เอง ซึ่งจะเห็นได้จากประกาศรัชกาลที่ 4 ที่ประกาศโดยส่วนใหญ่เป็นเรื่องที่ออกไปสู่สังคมที่เป็นบรรดาสามัญชน และเป็นไปเพื่อชี้แจงหรือบอกกล่าว ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบประกาศทั่วไปหรือการให้พระบรมราโชวาท

การใช้สื่อพระราชหัตถเลขา พระราชสาส์น พระบรมสาธิตลักษณ์และพระบรมฉายาลักษณ์ ในการสื่อสารประชาสัมพันธ์กับกลุ่มชาวตะวันตกตลอดจนการเป็นผู้สนับสนุนข้อมูลข่าวสารสำหรับการเผยแพร่ในหนังสือและบทความในหนังสือพิมพ์

จากสถานการณ์การคุกคามของลัทธิจักรวรรดินิยม พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวในฐานะผู้นำประเทศทรงเล็งเห็นถึงความจำเป็นในการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับประเทศสยาม ตลอดจนการจูงใจผู้รับสาร (ซึ่งคือประเทศมหาอำนาจตะวันตกทั้งหลาย) ให้เกิดการยอมรับและความนิยมในตัวพระองค์เอง อันจะเชื่อมโยงไปสู่ภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศสยามว่า ประเทศสยามไม่ใช่บ้านป่าเมืองเถื่อนที่ชาวตะวันตกจำเป็นต้องถือเป็นภาระในการเข้ามาช่วยพัฒนาให้เจริญขึ้น โดยเฉพาะวิธีการหนึ่งที่จักรวรรดินิยมตะวันตก⁹ ใช้ในการบีบบังคับประเทศต่างๆ คือ การใช้นโยบายเรือปืน (Gunboat Policy) เพื่อยึดครองดินแดนเหล่านั้นเป็นอาณานิคม (ปิยนาด บุนนาค และทิพย์พพร อินคุ้ม, 2553)

นอกเหนือจากการออกคำประกาศเปลี่ยนแปลงกฎเกณฑ์ต่างๆ ทั้งในเรื่องภาษี กำหนดวันเดือนปีและเวลา ประเพณีการเข้าเฝ้า ตลอดจนการปรับปรุงเส้นทางคมนาคมทางน้ำและทางบก ฯลฯ อย่างเป็นรูปธรรมเพื่อสื่อสารถึงการปรับเปลี่ยนต่างๆ ภายในประเทศ พระองค์ยังทรงใช้จดหมายหรือพระราชหัตถเลขาและพระราชหัตถเลขาฉบับถ่ายทอดพระราชดำรัส¹⁰ เพื่อสร้างความเข้าใจแก่ชาวต่างประเทศและเพื่อขอการสนับสนุนและความช่วยเหลือในการดำเนินงานของประเทศสยาม อาทิ พระราชหัตถเลขาที่ทรงมีถึงเซอร์จอห์น เบาว์ริง พระราชหัตถเลขา พ.ศ. 2407 (ค.ศ. 1864 ถึงนายดี เค เมสัน (D.K.Mason ภายหลังเป็นพระสยามธุระพาหะ) กงสุลไทยในประเทศเดนมาร์ก พระราชหัตถเลขาส่งถึงพระสยามธุระพาหะ (กงสุลไทยในประเทศอังกฤษ

คนเดียวกับนายดี เค เมสัน) ณ กรุงลอนดอน เมื่อปี พ.ศ. 2411 (ค.ศ. 1867) รวมไปถึงพระราชหัตถเลขาที่ติดต่อกับตัวแทนบริษัทเอกชน คือ บริษัทบอร์เนียวเกี่ยวกับเรื่องการให้บริษัทบอร์เนียวมาทำงานในประเทศไทย ซึ่งเป็นการชักชวนให้ชาวต่างชาติมาลงทุนในประเทศ เป็นอีกพระบรมราโชบายในการสร้างความเจริญให้แก่ประเทศ (พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว, 2548ก) นอกจากนี้ พระองค์ยังทรงนิพนธ์พระราชสาส์นถึงประมุขและผู้นำประเทศต่างๆ ประกอบด้วย อังกฤษ ฝรั่งเศส เดนมาร์ก เยอรมัน สอติลันดา และสหรัฐอเมริกา รวบรวมได้ทั้งสิ้น 14 ฉบับ อาทิ พระราชสาส์นถึงสมเด็จพระนางวิกตอเรีย มหาราชินีแห่งอังกฤษ พระราชสาส์นถึงพระเจ้าโนโปเลียนที่ 3 แห่งฝรั่งเศส พระราชสาส์นถึงประธานาธิบดีอเมริกา พระราชสาส์นถึงพระราชาธิบดีเดนมาร์ก พระราชาธิบดีเยอรมัน และพระราชาธิบดีสอติลันดา เป็นต้น (สุปภาณี พัดทอง, 2535 ; พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว, 2548ก) พระราชหัตถเลขาโดยเฉพาะพระราชสาส์นที่ส่งถึงผู้ปกครองแผ่นดินหรือประเทศต่างๆ นั้นเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ด้านสื่อที่พระองค์นำมาใช้ เพราะในพระราชสาส์นเหล่านั้น ไม่เพียงมีเนื้อความที่เป็นทางการ ยังมีการได้ถามโต้ตอบเรื่องราวต่างๆ รวมไปถึงการชี้แจงเรื่องราวที่สำคัญบางเรื่อง ตลอดจนเป็นโอกาสที่สำคัญที่พระองค์ทรงใช้ชี้แจงถึงความเป็นชาติที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาอันยาวนานของสยาม การใช้พระราชสาส์นจึงเป็นกุศโลบายหนึ่งในการสร้างภาพลักษณ์ของพระองค์ให้แตกต่างไปจากพระเจ้าแผ่นดินทุกรัชกาลก่อนหน้านั้นและแตกต่างไปจากผู้นำเอเชียชาติอื่นๆ ในขณะนั้นที่มักมีบุคลิกเกือบเนื้อเกือบตัวและหวาดระแวงชาวตะวันตก และหลายชาติ อาทิ จีน ญี่ปุ่น ได้ใช้นโยบายปิดประเทศมาเป็นเวลานานเพื่อปกป้องตนเอง (ไกรฤกษ์ นานา, 2547: 49) ซึ่งในช่วงเวลาเดียวกัน หลายประเทศในทวีปเอเชียโดยเฉพาะประเทศเพื่อนบ้านกำลังเผชิญกับการคุกคามของ

⁹ลัทธิจักรวรรดินิยมตะวันตกเริ่มแพร่ขยายเข้ามาถึงประเทศไทยในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว)

¹⁰เป็นพระราชหัตถเลขาที่ทรงโปรดเกล้าฯ ให้ผู้หนึ่งผู้ใดจดตามและใช้นามของผู้อื่น

ชาติตะวันตกและลัทธิจักรวรรดินิยมเช่นกัน มีการตอบโต้โดยใช้กำลังและเกิดผลเสียหายรุนแรงต่ออธิปไตยของประเทศ (ปิยนาค นุนนาค, 2550)

ทั้งนี้ กลยุทธ์การสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่สำคัญของพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวอีกประการหนึ่ง คือ ภาพวาดเหมือนจริงและภาพถ่ายที่ถูกเชิญไปพร้อมกับพระราชสาสน์ไปยังกษัตริย์ ผู้นำคนสำคัญของประเทศต่างๆ โดยภาพสำคัญที่ถูกอ้างอิงถึงและเป็นภาพเหมือนจริงภาพแรกของพระมหากษัตริย์ไทย ที่ทรงให้วาดเพื่อวัตถุประสงค์ในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ก็คือภาพหรือพระบรมสาทิสลักษณ์ที่พระราชทานให้กับเซอร์จอห์น เบาว์ริง พร้อมลายพระบรมนามาภิไธย S.P.P.M. Mongkut Rex Siamensium จัดเป็นภาพพระมหากษัตริย์ไทยภาพแรกที่ทรงให้วาดขึ้นตามลักษณะภาพเหมือนแบบชาวตะวันตกและได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในหนังสือของเซอร์จอห์น เบาว์ริง คือ The Kingdom and People of Siam ที่พิมพ์ในกรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ เมื่อ ค.ศ. 1857 หรือ พ.ศ.2400 ซึ่งเป็นปีเดียวกับที่พระองค์โปรดเกล้าฯ ให้ส่งคณะทูตที่มีพระยามนตรีสุริยวงศ์เป็นราชทูตเดินทางไปเฝ้าสมเด็จพระนางเจ้าวิกตอเรียที่ประเทศอังกฤษ (ชาญวิทย์ เกษตรศิริ และกณฐิกา ศรีอุดม, 2547) นอกจากนี้ พระองค์ยังทรงพระราชทานพระบรมสาทิสลักษณ์และพระบรมฉายาลักษณ์ของพระองค์เองที่ฉายโดยใช้ระบบดาแกร์ไทป์แก่ประมุขของประเทศสำคัญในยุโรป เช่น อังกฤษ ฝรั่งเศส อิตาลี และสหรัฐอเมริกา ตลอดจนผู้นำทางศาสนา อาทิ พระสันตะปาปาที่ 9 แห่งกรุงวาติกัน ค.ศ. 1861 ซึ่งล้วนแต่เป็นประเทศมหาอำนาจฝั่งตะวันตกทั้งสิ้น (ไกรฤกษ์ นานา, 2547: 56-57) เนื่องจากการถ่ายภาพระบบดาแกร์ไทป์และแบบกระจกเปียกที่ใช้กันในยุคนั้น ผู้ถ่ายภาพต้องเข้าใจหลักฟิสิกส์และเคมีที่เกี่ยวข้องในกระบวนการถ่ายภาพเป็นอย่างดี พระบรมสาทิสลักษณ์และพระบรมฉายาลักษณ์ของพระองค์จึงเป็นทั้งสื่อเจริญพระราชไมตรี และเป็นการส่งสารไปยังประมุขของประเทศต่างๆว่า ประเทศสยามซึ่งอยู่ใน

ดินแดนที่ห่างไกลจากอารยประเทศในยุโรปได้เริ่มมีการพัฒนาทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแล้วนั่นเอง (ศักดา ศิริพันธุ์, 2535)

นอกจากภาพถ่ายหรือพระบรมฉายาลักษณ์ การวิจัยยังพบข้อมูลที่อ้างอิงภาพทรงฉายที่หว่ากอประจวบคีรีขันธ์ พร้อมด้วยคณะทูตานุทูตและนักดาราศาสตร์ชาวตะวันตก เมื่อวันอังคารที่ 18 สิงหาคม พ.ศ.2411 ที่มีรายละเอียดบางประการที่น่าสนใจ โดยเฉพาะการจัดชมและเชิญร่วมพิสูจน์การเกิดสุริยุปราคาจากการคำนวณของพระองค์กับคณะทูตานุทูตและนักดาราศาสตร์ชาวตะวันตก รวมถึงเซอร์แฮร์รี ออด ผู้สำเร็จราชการสิงคโปร์ที่ไปร่วมพิสูจน์ด้วย ซึ่งปรากฏว่า พระองค์ทรงสามารถคำนวณวัน เวลา และสถานที่เกิดสุริยุปราคาล่วงหน้าถึง 2 ปี เป็นการพิสูจน์ผลการศึกษาวิจัยครั้งแรกของชาติไทยในวงการดาราศาสตร์โลก (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, 2547) โดยการพิสูจน์ครั้งนี้มีการบันทึกภาพพระองค์ร่วมกับคณะทูตานุทูตและผู้ร่วมเดินทางชาวต่างประเทศ ที่พร้อมเผยแพร่ไปยังกลุ่มประเทศต่างๆ เพื่อยืนยันความมีอารยะและความก้าวหน้าเชิงดาราศาสตร์ของประเทศสยาม อย่างไรก็ดี พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวไม่สามารถใช้ประโยชน์เชิงการสื่อสารภาพลักษณ์ประเทศสยามจากภาพเหตุการณ์ดังกล่าวได้อย่างเต็มที่ เนื่องจากหลังจากพระราชดำเนินกลับกรุงเทพฯ พระองค์ทรงประชวรด้วยพระโรคไข้จับสันอย่างรุนแรงและเสด็จสวรรคตภายหลังจากกลับจากหว่ากอได้ไม่นานเมื่อวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2411 (ทิพากรรสมหาโกษาธิบดินดี (จำนูนาค), เจ้าพระยา, 2548 ; พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวและนิเทศศาสตร์ไทย, 2546)

กลยุทธ์ที่สำคัญอีกประการที่เป็นกลยุทธ์ที่อยู่เบื้องหลังการเจรจาสนธิสัญญากับชาติตะวันตกคือการที่พระองค์ทรงสนับสนุนข้อมูลเกี่ยวกับสยามและเหตุการณ์ต่างๆ ในสยามเพื่อเผยแพร่ทั้งในหนังสือและในหนังสือพิมพ์ โดยเฉพาะในหนังสือ The Kingdom and

People of Siam ที่เซอร์จอห์น เบาว์ริง เขียนขึ้นหลังจากเสร็จสิ้นภารกิจที่ประเทศสยาม ในหนังสือเล่มนี้ มีความน่าสนใจอย่างยิ่งตรงที่ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของประเทศสยามนั้นพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงเป็นผู้พระราชทานให้ โดยทรงแปลเป็นภาษาอังกฤษให้ด้วย (ชาลส์ วิทท์ เกษตรศิริ และกัญญิกา ศรีอุดม, 2547) ดังที่ปรากฏในพระราชหัตถเลขาภาษาอังกฤษที่พระราชทานไปยังเซอร์จอห์น เบาว์ริง เมื่อปีเถาะ พ.ศ. 2398 (พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว, 2548ก: 183 ; วรุณี โอสธามย์, สัมภาษณ์, 27 กรกฎาคม พ.ศ. 2555) ในหนังสือของเซอร์จอห์นเบาว์ริงจึงบรรจุไว้ด้วยข้อมูลที่สำคัญมากมายเกี่ยวกับสยามรวมถึงภาพสำเนาหลักศิลาจารึกหลักที่หนึ่งที่ได้รับพระราชทานจากพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวอีกด้วย จึงนับได้ว่าเป็นครั้งแรกที่ข้อมูลเกี่ยวกับหลักศิลาจารึกได้รับการนำเสนอต่อชาวโลก และสยามได้แสดงตนในฐานะชนชาติที่มีความยาวนานทางประวัติศาสตร์หลายร้อยปีต่อชาวต่างชาติ (ชาลส์ วิทท์ เกษตรศิริ และกัญญิกา ศรีอุดม, 2547) จัดเป็นส่วนสำคัญของการสร้างการรับรู้ประวัติศาสตร์ไทยแบบใหม่ (อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์, 2555) ทั้งยังเป็นความพยายามของพระองค์ในการสร้างสำนึกความเป็นชาติให้เกิดขึ้นในหมู่คนไทยอีกด้วย (ปิยนดา บุนนาค และทิพย์พาพร อินคัม, 2553)

นอกเหนือไปจากการพระราชทานข้อมูลเกี่ยวกับประเทศสยามให้เซอร์จอห์น เบาว์ริง พระองค์ยังทรงใช้สื่อหนังสือพิมพ์ในการชี้แจงข้อมูลและสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับประเทศสยามหรือชาติไทย ตั้งแต่ครั้งทรงผนวชที่วัดบวรนิเวศวิหารนั้น พระองค์ได้ทรงนิพนธ์บทความทั้งไทยและอังกฤษไปลงในหนังสือพิมพ์ โดยเฉพาะเพื่อเป็นการแจ้งข่าวต่างๆ¹¹ เนื่องจากพระองค์เองเห็นว่าสื่อหนังสือพิมพ์มีอิทธิพลต่อผู้อ่าน ทั้งนี้ พระองค์จึงส่งข่าวและบทความไปลงในหนังสือพิมพ์หลายฉบับไม่เฉพาะแต่ของหมอบรัดเลย์เท่านั้น โดยในช่วงที่

พระองค์เสด็จขึ้นครองราชย์ใหม่ๆ นั้น พระองค์ได้ขอให้หมอบรัดเลย์เขียนบทความเฉลิมพระเกียรติยศรัชกาลที่ 4 ไปลงในหนังสือพิมพ์ Strait Time ของสิงคโปร์ ซึ่งนับเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างภาพลักษณ์ให้กับพระองค์เองในฐานะพระมหากษัตริย์ในระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชที่รักษาระบอบประชาธิปไตย (พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวและนิเทศศาสตร์ไทย, 2546: 31-32) ตลอดจนพบหลักฐานที่พระองค์ทรงตีพิมพ์ประกาศและส่งข่าวในลักษณะข่าวแจก (Press release) เพื่อให้ข้อมูลและชี้แจงข่าวลือให้แก่ชาวต่างประเทศ อาทิ ข่าวแจกเรื่องการสิ้นพระชนม์ของกรมหมื่นมเหศวรศิวลาส ที่พบว่า เป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นประมาณปี ร.ศ.85 หรือ พ.ศ. 2410 (ค.ศ. 1867) (ที่มา: หอจดหมายเหตุแห่งชาติ)

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยข้างต้นจะเห็นได้ว่า พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงสื่อสารกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกประเทศ เพื่อบรรลุเป้าหมายหลักในการบริหารประเทศ คือ การเตรียมความพร้อมในกลุ่มขุนนางและราษฎร สำหรับการเปลี่ยนแปลงตามแนวทางประเทศตะวันตก พระองค์ทรงใช้การสื่อสารเผยแพร่ข่าวสารและชี้แจงข้อมูลเกี่ยวกับการปรับปรุงประเทศในด้านต่างๆ รวมทั้งเพื่อสร้างความเชื่อถือ ศรัทธาในตัวพระองค์เองในฐานะผู้ปกครอง/ผู้นำประเทศ ขณะเดียวกัน พระองค์ทรงจำเป็นต้องสร้างการยอมรับในพระองค์และสยามประเทศในฐานะอารยประเทศ ตลอดจนเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของพระองค์และประเทศสยามในสายตาของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกประเทศ หรือกลุ่มประเทศฝั่งตะวันตก ผู้คุกคาม การสื่อสารของพระองค์เป็นไปโดยมีจุดประสงค์หรือเป้าหมายที่ชัดเจนและคำนึงถึงกลุ่มผู้รับสาร สอดคล้องกับความมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์ที่ Black (1975) ระบุไว้ว่า เป็นไปเพื่อสร้างและธำรงไว้ซึ่งความนิยม

¹¹ทรงเป็นพระมหากษัตริย์ไทยพระองค์แรกที่ทรงพระราชนิพนธ์บทความไปลงในหนังสือพิมพ์

ความเชื่อถือ ความศรัทธาในหมู่ประชาชนทั้งยังเป็นการปกป้องและรักษาภาพลักษณ์ตลอดจนชื่อเสียงสถาบัน รวมทั้งเพื่อสร้างและรักษาความสัมพันธ์ของกลุ่มคนภายในสถาบัน โดยพบว่า แนวทางหรือวิธีการสื่อสารที่พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวใช้ในการสื่อสารประชาสัมพันธ์กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ มีความคล้ายคลึงกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์สมัยใหม่ อาทิ การเผยแพร่ข่าวสาร (Publicity) การใช้คุณค่าข่าวสาร (Newsworthy) ซึ่งเป็นการเผยแพร่เรื่องราวที่อยู่ในความสนใจ มีผลกระทบ และเป็นประโยชน์ต่อชีวิตของขุนนางและราษฎรผ่านสื่อประเภทต่างๆ ตลอดจนความพยายามสร้างความโปร่งใสในการสื่อสาร (Transparency) (Smith, 2009) ที่เน้นการให้ความรู้และการอธิบายให้เข้าใจบนหลักเหตุผลและผล

ต่อประเด็นการใช้สื่อเพื่อสื่อสารกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักทั้งสามกลุ่มของพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวนั้น ความสำคัญอยู่ที่การริเริ่มการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งเป็นสื่อใหม่สำหรับสมัยนั้นร่วมกับสื่อประเภทอื่นๆ อย่างผสมผสาน พระองค์ทรงเป็นบุคคลแรกในไทยที่เห็นความสำคัญของสื่อสิ่งพิมพ์ในฐานะสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารสู่มวลชน (ปิยนาด บุนนาค, สัมภาษณ์ 18 กรกฎาคม 2555) และทรงเป็นกษัตริย์ไทยพระองค์แรกที่นำสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อภาพถ่ายมาใช้ในการสื่อสารอย่างเป็นรูปธรรม (ศักดา ศิริพันธุ์, 2535; อนุชา ทิรคานนท์, สัมภาษณ์ 17 กรกฎาคม 2555) ซึ่งจัดได้ว่าเป็นการนำสื่อใหม่ (สำหรับช่วงเวลานั้น) มาใช้อย่างชาญฉลาด จากเดิมที่มีการใช้สื่อดั้งเดิมคือ การตีพิมพ์ร้องป่าว พระองค์ทรงริเริ่มใช้สื่อลายลักษณ์และสื่อการเขียน ประกอบด้วย หมายรับสั่ง พระราชหัตถเลขาและพระราชสาสน์ในการบริหารกิจการภายในและภายนอกประเทศ รวมไปถึงการพิมพ์ราชกิจจานุเบกษา และการพิมพ์ประกาศเพื่อใช้ติดตามสถานที่ชุมนุม ทั้งนี้ มีนักวิชาการด้านการสื่อสารประวัติศาสตร์ที่ได้ให้แง่คิดแย้งการใช้ประกาศว่า อาจทำให้ประชาชนได้รับรู้ข่าวสารจริง แต่อาจไม่สามารถเข้าถึงราษฎรในทุกระดับได้ เพราะคนในยุคนั้นมีข้อจำกัดเรื่องความรู้หนังสือ

(วารุณี โอสธามย์, สัมภาษณ์ 27 กรกฎาคม 2555, อนุชา ทิรคานนท์, สัมภาษณ์ 17 กรกฎาคม 2555) ขณะที่การตีพิมพ์ราชกิจจานุเบกษาในสมัยนั้นก็มิใช่อะไรเรื่องความต่อเนื่อง (สุกัญญา สดบรรทัด, 2537) กระนั้น การที่พระองค์ทรงนำสื่อสิ่งพิมพ์มาใช้ก็ถือได้ว่ามีความโดดเด่นและมีความสำคัญในฐานะที่เป็นการริเริ่มการสื่อสารถึงประชาชนโดยตรง เป็นจุดเริ่มต้นของการตีพิมพ์วารสารราชการไทยที่มีอายุยาวนานจนถึงทุกวันนี้ซึ่งต้องถือว่ามีความสำคัญไม่น้อย ที่สำคัญการริเริ่มใช้สื่อสิ่งพิมพ์ของพระองค์ถือเป็นช่องทางในการเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของราษฎร ตลอดจนการกำกับแนวทางการทำงานของขุนนางอีกทางด้วย (ปิยนาด บุนนาค, สัมภาษณ์ 18 กรกฎาคม 2555) นอกจากนี้ การที่พระองค์ทรงเป็นผู้ให้/นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับประเทศไทยเพื่อให้ผู้นำไปตีพิมพ์ (อาทิ หนังสือของเซอร์จอห์น บาวริง) และการที่ทรงพิมพ์ประกาศในลักษณะข่าวแจกเพื่อให้ข้อมูลและชี้แจงข่าวลือแก่ประชาชนและหนังสือพิมพ์ต่างประเทศไปจนการเผยแพร่อักษรไทยและศิลาจารึกสมัยพ่อขุนรามคำแหง เพื่อให้ประชาชนและชาวต่างชาติรับรู้ชาชาติไทยนี้มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาอันยาวนาน มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลยุทธ์ในการเผยแพร่ข่าวสาร การประชาสัมพันธ์สมัยใหม่ ที่สำคัญ พระองค์ทรงพยายามสร้างอัตลักษณ์ของชาติ ตลอดจนสนับสนุนให้เกิดช่องทางการสื่อสารโดยตรงระหว่างพระองค์และราษฎรผ่านการถวายฎีกา ซึ่งช่วยเพิ่มความรู้สึกใกล้ชิดในความสัมพันธ์ระหว่างพระองค์และราษฎรของพระองค์ จัดเป็นการเพิ่มช่องทางการตอบกลับทางการสื่อสารอีกลักษณะหนึ่งด้วย

เมื่อคำนึงถึงเหตุสำคัญที่ทำให้พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงปรับปรุงประเทศ คือ การแพร่ขยายอำนาจของประเทศตะวันตกเพื่อล่าอาณานิคม จึงอาจกล่าวได้ว่า การสื่อสารของพระองค์กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ น่าจะประสบผลในระดับหนึ่ง เนื่องจากประเทศไทยนับเป็นประเทศแรก

ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ที่มีการตกลงเจรจา กับประเทศมหาอำนาจตะวันตกและมีการลงนาม ในสนธิสัญญาพระราชไมตรีกันแต่โดยดีในรัชสมัย ของพระองค์ อาจกล่าวได้ว่าเป็นครั้งแรกที่ประเทศ สยามมีโอกาสสื่อความเป็นชาติให้โลกตะวันตกเห็น และยอมรับในความป็นรัฐเอกราชผ่านกลยุทธ์ ในการสื่อสารและการใช้สื่อต่างๆ ดังกล่าวข้างต้น จน รอดพ้นการเป็นอาณานิคม ดำรงความเป็นเอกราช จนตลอดรัชสมัยซึ่งผู้วิจัยพบว่ามีความสอดคล้องตาม แนวทางการศึกษาที่ L'Etang (2008a) เสนอไว้ว่า กรอบการศึกษาประวัติศาสตร์ประชาสัมพันธ์ของประเทศ ต่างๆ รูปแบบหนึ่ง คือ การศึกษาวิวัฒนาการของการ ประชาสัมพันธ์ในฐานะการเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างชาติ กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ชาติ หรือแม้กระทั่งการต่อสู้ เพื่ออิสรภาพและหลุดพ้นจากการเป็นอาณานิคม และ แม้ว่าคำว่า “Public Relations” จะเกิดขึ้นเมื่อต้นศตวรรษ ที่ 20 หรือเมื่อปลายสงครามโลกครั้งที่ 2 โดยชาวอเมริกัน แต่มีการศึกษาหลายชิ้นงานที่พบหลักฐานบ่งชี้ร่องรอย ของการมีอยู่ของปรัชญาการประชาสัมพันธ์ซึ่งรวมถึง การมีกิจกรรมการสื่อสารอย่างมีจุดหมายที่คล้ายคลึงการ ประชาสัมพันธ์ในประเทศต่างๆ อย่างเยอรมัน สเปน รัสเซีย ออสเตรเลีย ได้เกิดขึ้นแล้วก่อนหน้านั้นบนบริบททางการ สื่อสารที่แตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ (Kunczik, 1990; Kunczik, 2009; L'Etang, 2008b; Puchan, 2006; Salcedo, 2008; Raaz&Wehmeier, 2011)

งานวิจัยเรื่อง วิวัฒนาการของการประชาสัมพันธ์ ในประเทศไทย (อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโมยิต, 2543) ที่ ศึกษาวิวัฒนาการของการประชาสัมพันธ์ตั้งแต่สมัยสุโขทัย จนถึง พ.ศ. 2543 ระบุว่า จุดเริ่มของการประชาสัมพันธ์ ของไทยนั้นย้อนกลับไปถึงสมัยสุโขทัย ขณะที่จุดเริ่มต้น ของการประชาสัมพันธ์สมัยใหม่อยู่ในช่วงหลังประเทศไทย เปลี่ยนระบบการปกครองจากระบอบสมบูรณาญาสิทธิราช เป็นระบอบประชาธิปไตย ที่ผู้ปกครองประเทศหรือรัฐบาล เน้นการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการปกครองในระบอบใหม่นี้ แก่ประชาชน ซึ่งเป็นจุดเริ่มที่คล้ายคลึงกับที่เสนอในงาน

ของ Ekachai&Komolsevin (2004) ซึ่งศึกษาพัฒนาการ วิชาชีพ/การปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย หลังจาก พ.ศ. 2475 โดยใช้จุดเริ่มของการประชาสัมพันธ์ สมัยใหม่ หลังจากการเปลี่ยนแปลงการปกครองเป็น ระบอบประชาธิปไตย และมีการจัดตั้งกรมโฆษณาการ (กรมประชาสัมพันธ์ในปัจจุบัน) อย่างไรก็ดี สำหรับงาน วิจัยในครั้งนี้ ขอเสนอว่าการประชาสัมพันธ์สมัยใหม่ น่าจะมีจุดเริ่มต้นจากการใช้การสื่อสารสู่ประชาชนหรือ มวลชนโดยไม่ยึดเอาช่วงเวลาเริ่มต้นตามการเปลี่ยนแปลง ระบอบการปกครอง หรือจัดตามการเกิดของกรม โฆษณาการ และเราควรศึกษาการประชาสัมพันธ์ เชิงประวัติศาสตร์ ในแง่มุมของการสื่อสารที่มีวัตถุประสงค์ หรือมีเป้าหมายเป็นตัวขับเคลื่อนและมีจุดเริ่ม ของการพัฒนาที่ชัดเจนจากการนำสื่อหลากหลาย ประเภทและสื่อมวลชนเข้ามาใช้เป็นเครื่องมือใน การประชาสัมพันธ์กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ

ข้อจำกัดของงานวิจัย

เนื่องจากข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยต้องใช้แหล่งข้อมูล และหลักฐานต่างๆ ในทางประวัติศาสตร์ย้อนหลังไป เป็นเวลา 100 กว่าปี จากการค้นคว้าข้อมูล ผู้วิจัยพบว่า แหล่งข้อมูลเชิงประวัติศาสตร์ของไทยในช่วงเวลานั้น หายากและมีน้อย อีกทั้งยังพบอุปสรรคในการเข้าถึง แหล่งข้อมูลปฐมภูมิซึ่งส่วนใหญ่เป็นเอกสารหายาก การวิจัยในครั้งนี้จึงต้องใช้ข้อมูลที่พบจากแหล่งข้อมูล เชิงทุติยภูมิประกอบการวิเคราะห์ไปพร้อมๆ กัน นอกจากนี้ งานวิจัยโดยเฉพาะในสาขาวิชานิติศาสตร์ และการประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับงานครั้งนี้ มีน้อย จึงทำให้มีข้อจำกัดในเรื่องการอธิบาย เชื่อมโยงงานวิจัยในสาขาเดียวกัน แต่ในอีกทางหนึ่ง ทำให้เห็นได้ว่า การศึกษาวิจัยในครั้งนี้จะมีความ สำคัญในการบุกเบิกการศึกษาการประชาสัมพันธ์ ในเชิงประวัติศาสตร์ โดยเฉพาะในบริบทของ ประเทศไทย

แนวทางและข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย การประชาสัมพันธ์เชิงประวัติศาสตร์ในอนาคต

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นไปที่การวิเคราะห์การสื่อสารประชาสัมพันธ์และการใช้สื่อของพระมหากษัตริย์ไทยในการสื่อสารเกี่ยวกับการปรับเปลี่ยนประเทศในด้านต่างๆสู่กลุ่มเป้าหมายในประเทศ ซึ่งก็คือ กลุ่มขุนนางและกลุ่มราษฎรหรือไพร่ และการสื่อสารเพื่อแสดงความเป็นชาติอารยะ มุ่งรักษาความเป็นเอกราชของชาติไว้ท่ามกลางกระแสคุกคามของลัทธิจักรวรรดินิยม โดยไม่ศึกษาประเด็นเกี่ยวเนื่องกับศาสนา ดังนั้น การวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารผ่านแนวคิดและพิธีกรรมทางศาสนาในเชิงลึกจึงน่าจะเป็นประเด็นที่น่าสนใจให้ได้ศึกษาต่อไป เนื่องจากในประเทศไทย ระบบการเมือง สังคม และวัฒนธรรมตลอดจนอุดมการณ์เกี่ยวกับพระมหากษัตริย์และระบบความเชื่อถูกหล่อหลอมรวมด้วยพุทธศาสนาและศาสนาพราหมณ์อย่างแทบจะเป็นเนื้อเดียวกัน นอกจากนี้ยังมีประเด็นการศึกษาอื่นๆ ที่น่าสนใจ อาทิ การศึกษาประเด็นเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อสร้างอัตลักษณ์ของชาติ เป็นต้น

ที่สำคัญ หากผู้สนใจต้องการศึกษาเรื่องการสื่อสารประชาสัมพันธ์และการใช้สื่อของพระมหากษัตริย์ไทยที่เกี่ยวกับเหตุเดียวกัน คือ การดำรงความเป็นเอกราชของ

ชาติไว้ท่ามกลางกระแสคุกคามของลัทธิจักรวรรดินิยม ผู้สนใจควรศึกษาต่อเนื่องไปยังรัชสมัยต่อมา คือ รัชกาลที่ 5 หรือพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ที่ภัยคุกคามจากมหาอำนาจตะวันตกรุนแรงขึ้นมาก จนเป็นเหตุให้ไทยต้องเสียดินแดนบางส่วนให้กับประเทศอังกฤษและฝรั่งเศส แม้ท้ายที่สุด ประเทศไทยยังคงดำรงความเป็นเอกราชและไม่ตกเป็นอาณานิคมของมหาอำนาจตะวันตกที่เข้ามาคุกคาม นอกจากนี้ ผู้สนใจน่าจะได้ศึกษาการสื่อสารประชาสัมพันธ์ในรัชสมัยต่อๆ มา ที่ประเทศไทยเริ่มมีการสื่อสารด้วยสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อมวลชนประเภทอื่นๆ มาใช้ในการสื่อสารระดับชาติอย่างเป็นกิจจะลักษณะ โดยเฉพาะช่วงก่อนการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 ซึ่งมีผู้ศึกษาวิจัยไว้ไม่มากนัก สำหรับการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารของพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวโดยตรง ผู้สนใจสามารถศึกษาเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อแต่ละประเภทของพระองค์ในเชิงลึกได้ ด้วยการเลือกศึกษาสื่อแต่ละประเภท หรือเจาะลึกเฉพาะเหตุการณ์ที่สำคัญ โดยผู้สนใจควรวิเคราะห์บริบททางสังคม เศรษฐกิจและการเมืองที่มีผลต่อการสื่อสาร การใช้สื่อ และ/หรือเหตุการณ์ที่ศึกษาในเชิงลึกให้มีความเข้มข้น และประเด็นที่เจาะลึกเฉพาะเหตุการณ์ให้ได้แง่มุมการวิเคราะห์ที่ชัดเจนแหลมคมยิ่งขึ้น

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กิตติ ดันไทย. (2550). **ประวัติศาสตร์ไทย**. สงขลา: โรงพิมพ์ภาพพิมพ์.
- กองวรรณกรรมและประวัติศาสตร์. (2542ก). **ประชุมพงศาวดารฉบับกาญจนาภิเษก เล่ม 4**. กรุงเทพฯ: กองวรรณกรรมและประวัติศาสตร์ กรมศิลปากร.
- กองวรรณกรรมและประวัติศาสตร์. (2542ข). **ประชุมพงศาวดารฉบับกาญจนาภิเษก เล่ม 5**. กรุงเทพฯ: กองวรรณกรรมและประวัติศาสตร์ กรมศิลปากร.
- ไกรฤกษ์ นานา (2547). **การเมือง “นอกพงศาวดาร” รัชกาลที่ 4 พระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว “มิตรภาพอาบยาพิษ”**. กรุงเทพฯ: มติชน.
- คณะกรรมการอำนวยการจัดงานเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว. (2548). **ประชุมหมายเหตุรับสั่ง ภาค 5 ตอนที่ 1 สมัยกรุงรัตนโกสินทร์ รัชกาลพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว จ.ศ. 1213**. กรุงเทพฯ: คณะอนุกรรมการพิจารณาต้นฉบับจดหมายเหตุกรุงรัตนโกสินทร์ในคณะกรรมการชำระประวัติศาสตร์ไทย.

- จอมเกล้าเจ้าอยู่หัว, พระบาทสมเด็จพระ. (2548ก). **รวมพระราชนิพนธ์ในพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เรื่อง พระราชหัตถเลขาในพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว**. กรุงเทพฯ: องค์การค้าของคุรุสภา.
- จอมเกล้าเจ้าอยู่หัว, พระบาทสมเด็จพระ. (2548ข). **รวมพระราชนิพนธ์ในพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เรื่อง ประชุมประกาศรัชกาลที่ 4**. กรุงเทพฯ: องค์การค้าของคุรุสภา.
- ชาลววิทย เกษตรศิริ. (2547). **ประชุมประกาศรัชกาลที่ 4**. กรุงเทพฯ: มูลนิธิโคโยต้าประเทศไทย: มูลนิธิโครงการตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์.
- _____. (2547). คำนำเสนอ (บรรณาธิการ). ในเซอร์จอห์น เบาว์ริง. ราชอาณาจักรและราษฎรสยามเล่ม 1 และ 2. แปลจากเรื่อง **The kingdom and people of Siam** โดย นันทนา ตันติเวสส และคนอื่นๆ. กรุงเทพฯ: มูลนิธิโคโยต้าประเทศไทย: มูลนิธิโครงการตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์.
- _____. (2548). เอกสารสรุปการสัมมนาวิชาการเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ในโอกาสวันพระบรมราชสมภพครบรอบ 200 ปี (พ.ศ. 2347-2547) พระเจ้ากรุงสยามกับเซอร์จอห์น เบาว์ริง. กรุงเทพฯ: มูลนิธิโคโยต้าประเทศไทย: มูลนิธิโครงการตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์.
- ทิพากรวงศมหาโกษาธิบดี (ขำ บุนนาค), เจ้าพระยา (2548). **พระราชพงสาวดารกรุงรัตนโกสินทร์รัชกาลที่ 4**. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- ประจวบ อินออด. (2548). หน่วยที่ 2 หลักการบริหารงานประชาสัมพันธ์. ใน **เอกสารการสอนชุดวิชาการบริหารงานประชาสัมพันธ์** (พิมพ์ครั้งที่ 2), กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ปิยนาด บุนนาค. (2542). “สิทธิพลเมือง” ของไพร่ภายใต้การปรับปรุงประเทศเป็นแบบสมัยใหม่ในรัชสมัย พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ในการประชุมวิชาการ เรื่อง **คว้นหลังจากการประชุมไทยศึกษานานาชาติ ครั้งที่ 7**. กรุงเทพฯ: สถาบันไทยศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- _____. (2550). **ประวัติศาสตร์ไทยสมัยใหม่ (ตั้งแต่การทำสนธิสัญญาเบาว์ริง ถึง “เหตุการณ์ 14 ตุลาคม” พ.ศ. 2516)**. กรุงเทพฯ: โครงการเผยแพร่ผลงานวิชาการ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปิยนาด บุนนาค และทิพย์พาพร อินคัม. (2553). พัฒนาการการสื่อสารของไทย (สมัยรัชกาลที่ 4) ใน ปิยนาด บุนนาค และคณะ. (2553). **รายงานผลการวิจัยเรื่อง พระมหากษัตริย์กับการสื่อสารโทรคมนาคม**. กรุงเทพฯ: คณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ.
- ปิยนาด บุนนาค. อดีตอาจารย์ประจำภาควิชาประวัติศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. สัมภาษณ์, 18 กรกฎาคม 2555 และ 3 ตุลาคม 2555.
- พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวและนิเทศศาสตร์ไทย**. 2546. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, พิมพ์การ. (2548). **รัชกาลที่ 4 สถาปนาโรงพิมพ์แห่งแรกของ ‘คนไทย’ ชาวสยามที่วัดบวรนิเวศ**. มติชน, 28, 34.
- เพ็ญศรี คุ้ม. (2527). **การต่างประเทศกับเอกราชและอธิปไตยของไทย**. กรุงเทพฯ: เจ้าพระยาการพิมพ์.
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี. (2547). **พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว**. กรุงเทพฯ: บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2554). **การวางแผนและการประเมินผลการสื่อสารเชิงกลยุทธ์**. โครงการตำรา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ: 21 เซ็นจูรี่
- ราชกิจจานุเบกษาในรัชกาลที่ 4**. (2540). (พิมพ์ครั้งที่ 5), กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ต้นฉบับ.
- ลำดวน เทียนนิธิกุล. (2547). **ราชกิจจานุเบกษาในรัชกาลที่ 4**. **วิทยารวฐานุสรณ์สาร**, 23, 58-62.

- วารุณี โอสธารมย์. (2548). ประชุมประกาศรัชกาลที่ 4 กับจักรพรรดิราชสมัยใหม่. ใน เอกสารสรุปการสัมมนาวิชาการ เฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ในโอกาสวันพระบรมราชสมภพครบรอบ 200 ปี (พ.ศ.2347-2547) พระเจ้ากรุงสยามกับเซอร์จอห์น เบาว์ริง. กรุงเทพฯ: มูลนิธิโตโยต้าประเทศไทย: มูลนิธิโครงการตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์.
- วารุณี โอสธารมย์, ธเนศ อาภรณ์สุวรรณ, นลอง สุนทรวาณิชย์, อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์, ธำรงค์ศักดิ์ เพชรเลิศอนันต์ และ ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. (2548). ภาพสังคมสยามจากประชุมประกาศรัชกาลที่ 4. ใน เอกสารสรุปการสัมมนาวิชาการเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ในโอกาสวันพระบรมราชสมภพครบรอบ 200 ปี (พ.ศ. 2347-2547) พระเจ้ากรุงสยามกับเซอร์จอห์น เบาว์ริง. กรุงเทพฯ: มูลนิธิโตโยต้าประเทศไทย: มูลนิธิโครงการตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์.
- วารุณี โอสธารมย์. นักวิจัยและนักวิชาการผู้เชี่ยวชาญประวัติศาสตร์ สมัยรัชกาลที่ 4 สถาบันไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. สัมภาษณ์, 27 กรกฎาคม พ.ศ. 2555.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2549). การประชาสัมพันธ์. (พิมพ์ครั้งที่ 11.). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศักดา ศิริพันธุ์. (2535). กษัตริย์และกล้อง วิวัฒนาการการถ่ายภาพในประเทศไทย พ.ศ. 2388-2535. กรุงเทพฯ: ด้านสุทธาการพิมพ์.
- สยามพิมพ์การ: (2549). ประวัติศาสตร์การพิมพ์ในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: มติชน.
- สุกัญญา สุคบรรทัด. (2547). หมอบรัดเลย์กับการหนังสือพิมพ์แห่งกรุงสยาม. กรุงเทพฯ: มติชน.
- สุภาณี พัดทอง. (2535). พระราชหัตถเลขาพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว: การศึกษาวิเคราะห์ทางสังคมและวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ: โครงการวิจัยเสริมหลักสูตร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์. (2555). การเปลี่ยนแปลงโลกทัศน์ของชนชั้นผู้นำไทยตั้งแต่รัชกาลที่ 4 ถึงพุทธศักราช 2475 (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อุบลวรรณ ปิติพัฒน์มโนมิต. (2544). วิวัฒนาการและสถานภาพขององค์ความรู้สาขาการประชาสัมพันธ์ในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- อนุชา ทิรคานนท์. อาจารย์ประจำสาขาวิชาหนังสือพิมพ์และสื่อสิ่งพิมพ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน และผู้อำนวยการสถาบันไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. สัมภาษณ์, 17 กรกฎาคม 2555.

ภาษาอังกฤษ

- Black, S. (1975). **Practical Public Relations**. Bath: Pitman Publishing.
- Black.S.& Sharpe, M.L. (1983). **Practical Public Relations**. New Jersey: Prentice-Hall.
- Curtin, P.A. (2008). Fred Harvey Company public relations and publicity (1876-1933). **Journal of Communication Management**, 12(4), 359-373.
- Cutlip, S.M., Center, A.H., & Broom, G.M. (2006). **Effective Public Relations**. (9th ed.). New Jersey: Pearson Prentice-Hall.
- Ekachai, D. & Komosevin, R. (2004). From propaganda to strategic communication: the continuing evolution of the public relations profession in Thailand. In K.Sriramesh (Eds.). **Public Relations in Asia** (283-320). Singapore: Thomson.

- Fang, I.E. (1997). **A history of information revolutions**. Massachusetts: Butterworth Heinemann.
- Grunig, J.G., & Hunt, T. (1984). **Managing Public Relations**. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Guth, D.W., & Marh, C. (2000). **Public Relations: A Values-Driven Approach**. Boston: Allyn and Bacon.
- Kunczik, M. (1990). Images of nations and international public relations. Godesberger Allee: Friedrich-Ebert-Stiftung.
- Kunczik, M. (2009). Transnational Public Relations by Foreign Governments. In Sriramesh, K., and Veri, D. (Eds.), **The Global Public Relations Handbook Theory, Research, and Practice**. New York and London: Routledge.
- L'Etang, J. (2008a). **Public Relations: Concepts, Practice, and Critique**. Los Angeles: Sage.
- L'Etang, J. (2008b). **Writing PR History: Issues, Methods, and Politics**. *Journal of Communication Management*, 12(4), 319-335.
- Puchan, H. (2006). An Intellectual History of German Public Relations. In L'Etang, J., and Pieczka, M. **Public Relations Critical Debates and Contemporary Practice**. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates
- Raaz, O. & Wehmeier, S. (2011). Histories of Public Relations: Comparing the Historiography of British, German and US public relations. *Journal of Communication Management*, 15(3), 256-275.
- Salcedo, N.R. (2008). Public relations before "public relations" in Spain: An early history (1881-1960), *Journal of Communication Management*, 12(4), 279-293.
- Seitel, F.P. (2011). **The Practice of Public Relations**. (11th ed.). New Jersey: Pearson Education Inc.
- Smith, R.D. (2009). **Strategic Planning for Public Relations**. (3rd ed.). New York: Routledge.
- Tantivejakul, Napawan., & Manmin, Prichaya. (2011). The practice of public relations in building national unity: A historical view of the kingdom of Thailand In **The proceedings of the international history of public relations conference 2011**. UK: Bournemouth University.
- Wilcox, D.L., & Cameron, G.T. (2006). **Public Relations**. (8th ed.). Boston: Pearson Education.
- Wilcox, D.L., Cameron, G.T., Reber, B.H., & Jae-Hwa Shin. (2011). **Think Public Relations**. Boston: Pearson Education.