

## วิจารณ์หนังสือ“หลักการโฆษณาและประชาสัมพันธ์” รองศาสตราจารย์ วิมลพรรณ อภาเวท”

อาจารย์กัลยกร นรภัทรทวีพร\*

ว่าไปแล้วความรู้ด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์ก็เป็นศาสตร์เก่าแก่ที่เกิดขึ้นในโลกนี้มานาน และยิ่งปัจจุบันการเติบโตอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีมีส่วนผลักดันให้เกิดสื่อใหม่ๆ ที่ช่วยพัฒนาศักยภาพในวงการนี้อย่างไม่หยุดยั้ง แต่ถึงอย่างไรก็มีส่วนใหญ่โดยเฉพาะผู้เริ่มต้นศึกษาที่ยังคงสับสนกับความเป็นโฆษณาและความเป็นประชาสัมพันธ์ว่าสองศาสตร์นี้เหมือนกันหรือไม่ และมีความแตกต่างกันอย่างไร รวมทั้งมีผู้ตั้งข้อสงสัยว่าเหตุใดในแต่ละปีจึงมีนักศึกษาสนใจเข้าเรียนทั้งสองสาขานี้ซึ่งอยู่ภายใต้ร่มเงาของคณะนิเทศศาสตร์อย่างท่วมท้น ที่สำคัญวงการธุรกิจก็อ้าแขนต้อนรับนักศึกษาที่จบในแขนงดังกล่าวอย่างมากมาย หนังสือเล่มนี้ช่วยคลายข้อสงสัยทั้งหมดได้

หนังสือ “หลักการโฆษณาและประชาสัมพันธ์” โดยรองศาสตราจารย์วิมลพรรณ อภาเวท เป็นตำราด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่อ่านและเข้าใจง่ายเหมาะสำหรับผู้ที่กำลังเริ่มต้นเข้าสู่วงการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ และผู้สนใจที่อยากทำความเข้าใจศาสตร์ยากๆ ด้วยภาษาง่ายๆ ซึ่งเรียบเรียงโดยนักวิชาการ

อาจารย์กัลยกร นรภัทรทวีพร\*

อาจารย์ประจำภาควิชาการประชาสัมพันธ์  
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

ผู้ทรงคุณวุฒิ รวมทั้งมืออาชีพที่ต้องการฟื้นฟูความรู้ด้านนี้ตั้งแต่เบื้องต้นอีกครั้งซึ่งหนังสือเล่มนี้ตอบใจหายได้อย่างดี

ผู้เขียนได้ปูพื้นฐานเพื่อสร้างความเข้าใจในเรื่องการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ตั้งแต่เบื้องต้น โดยเจาะลึกด้านโฆษณาในเรื่ององค์ประกอบของการโฆษณาว่ามีแบบใดบ้าง และกว่าจะออกมาเป็นชิ้นงานโฆษณาต้องผ่านกระบวนการอย่างไร มีกลยุทธ์ในการซื้อสื่อโฆษณาอะไรบ้าง ซึ่งผู้เขียนสามารถอธิบายได้อย่างละเอียดชัดเจนดี ที่สำคัญยังให้ความรู้ผู้สนใจที่อยากทำงานในวงการนี้ในหัวข้อเรื่องอุตสาหกรรมการโฆษณา ไม่ว่าจะเป็นด้านบริษัทตัวแทนโฆษณาหรือการบริหารงานโฆษณา

ส่วนเนื้อหาด้านการประชาสัมพันธ์ผู้เขียนเน้นในเรื่องกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งอธิบายแต่ละขั้นตอนได้อย่างละเอียด เริ่มตั้งแต่การวิจัยทางการประชาสัมพันธ์ การวางแผนการประชาสัมพันธ์ การสื่อสารประชาสัมพันธ์ และการประเมินผล ซึ่งในการอธิบายการเขียนแผนประชาสัมพันธ์ผู้เขียนได้ให้ตัวอย่างแผนการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบตารางที่อ่านเข้าใจง่ายเหมาะกับผู้เริ่มต้นในการศึกษาและผู้ที่ต้องการวางแผนประชาสัมพันธ์ในงบประมาณอันจำกัด

ในเรื่องสื่อสารประชาสัมพันธ์ ผู้เขียนได้เปรียบเทียบว่าเป็นเครื่องมืออันสำคัญในการเผยแพร่ บอกกล่าวและกระจายข่าวสารต่างๆของสถาบัน ผู้เขียนได้ไล่เรียงตั้งแต่สื่อยุคดั้งเดิม ไม่ว่าจะเป็นสื่อบุคคลและสื่อคำพูด รวมทั้งสื่อมวลชน เช่น สื่อวิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร ซึ่งผู้เขียนได้เรียบเรียงเนื้อหาอย่างละเอียด พร้อมทั้งบอกข้อดี ข้อเสียของสื่อแต่ละประเภท แต่ถ้าเพิ่มเติมเนื้อหาเรื่องสื่อสมัยใหม่เข้าไป ซึ่งปัจจุบันกลายเป็นเครื่องมืออันทรงพลังในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้าและองค์กรก็จะยิ่งทำให้เนื้อหาที่มีความทันสมัยและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ส่วนปิดท้ายของตำราเล่มนี้ที่เป็นส่วนสำคัญสำหรับผู้ศึกษาและผู้ที่กำลังก้าวเข้าสู่วงการเป็นเนื้อหาที่ด้วยข้อบังคับและจรรยาบรรณในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ซึ่งเป็นสิ่งที่ควรปลูกฝังตั้งแต่เริ่มต้นและควรกระตุ้นให้เกิดการนำไปปฏิบัติตั้งแต่ยังเป็นผู้ศึกษาจนถึงผู้ปฏิบัติงาน เพราะสิ่งเหล่านี้จะเป็นส่วนสำคัญในการประกอบอาชีพในสังคมอย่างสร้างสรรค์และยั่งยืน

การศึกษาหลักการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่อ่านน่าสนใจแล้ว การเป็นนักโฆษณาและนักประชาสัมพันธ์ที่ดีนั้นเป็นสิ่งที่ท้าทายมากกว่า

---