

- 1.2.3 สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เสียงตามสาย รายการวิทยุกระจายเสียง รายการวิทยุโทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต
- 1.2.4 สื่ออื่น ๆ ป้ายประกาศใหญ่ภายนอก บัตรอวยพรปีใหม่ บัตรแสดงความยินดีในโอกาสต่าง ๆ ของที่ระลึก ของชำร่วย ของแถม การจัดทัศนศึกษาการจัดแข่งขันกีฬา การนำชมหน่วยงานทั้งในและต่างประเทศ คำขวัญการประกวดต่าง ๆ การพบปะสังสรรค์ การจัดเลี้ยง

1.3 พนักงานสัมพันธ์และชุมชนสัมพันธ์ ประกอบด้วย การฝึกอบรมบุคลากร

การมอบทุนการศึกษาบุตรหลานบุคลากร การมอบรางวัลบุคลากรดีเด่น การฝึกภาคฤดูร้อนบุตรหลานของบุคลากร การฝึกสมาธิ การฝึกสอนดนตรีการฝึกพระธรรมเทศนา การฝึกสอนออกกำลังกาย การฝึกอบรมวิชาชีพการแข่งขันกีฬา โครงการอาสาพัฒนา การร่วมงานฉลองเทศกาลต่าง ๆ เช่นสงกรานต์ลอยกระทง

2. ช่องทางการประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์กร ประกอบด้วย

2.1 กิจกรรมประจำ

- 2.1.1 สื่อบุคคล การสนทนา พูดคุย การติดต่อ-สอบถาม โทรศัพท์
- 2.1.2 สื่อสิ่งพิมพ์ แผ่นพับ แผ่นปลิว วารสาร นิตยสาร คู่มือ หนังสือเผยแพร่เล่มเล็กเอกสารแนะนำจดหมายข่าวรายวัน จดหมายข่าวรายสัปดาห์ การส่งข่าวบทความ และสารคดีสำหรับสื่อมวลชน แฟ้มเอกสารประชาสัมพันธ์หน่วยงานสำหรับแจกสื่อมวลชนผู้เยี่ยมชมหน่วยงาน
- 2.1.3 สื่ออิเล็กทรอนิกส์ หอกระจายข่าว อินเทอร์เน็ต
- 2.1.4 สื่ออื่น ๆ ป้ายประกาศใหญ่ สติกเกอร์ กล่องรับความคิดเห็น คำขวัญการส่งข่าว บทความ สารคดีสำหรับสื่อมวลชน

2.2 กิจกรรมพิเศษ

- 2.2.1 สื่อบุคคล การบรรยาย การปาฐกถา การประชุม การสัมมนา การอภิปราย
- 2.2.2 สื่อสิ่งพิมพ์ สิ่งพิมพ์เฉพาะกิจต่าง ๆ ข่าวสำหรับสื่อมวลชน หนังสือพิมพ์กำแพงปฏิทิน อนุทิน สมุดฉีก หนังสือฉบับพิเศษ
- 2.2.3 สื่ออิเล็กทรอนิกส์ หอกระจายข่าว วิทยุกระจายเสียง รายการวิทยุโทรทัศน์ตามสาย อินเทอร์เน็ต
- 2.2.4 สื่ออื่น ๆ บัตรอวยพรปีใหม่ บัตรแสดงความยินดีในโอกาสต่าง ๆ ของที่ระลึกของชำร่วย ของแถมของรางวัล การจัดเยี่ยมชมหน่วยงาน การจัดทัศนศึกษาการจัดแข่งขันกีฬา คำขวัญ การประกวด การดูงานทั้งในและต่างประเทศการพบปะสังสรรค์ การเลี้ยงขอบคุณ การจัดรอบปฐมทัศน์สำหรับสื่อมวลชนการจัดเลี้ยงสื่อมวลชน การฉลองครบรอบปีของหน่วยงาน การฉลองใน วาระพิเศษ

2.3 พนักงานสัมพันธ์และชุมชนสัมพันธ์ ประกอบด้วย การมอบทุนการศึกษาบุคคลทั่วไป

การศึกษาดูงานหน่วยงาน การฝึกอบรมด้านวิชาชีพ การมอบรางวัลบุคคลดีเด่นในสังคม การสร้างหรือปรับปรุงสวนสาธารณะ การส่งเสริมกีฬาโครงการค่ายเยาวชน โครงการอาสาพัฒนา การทำนุบำรุงศาสนา และศิลปวัฒนธรรม การส่งเสริมสาธารณสุขการจัดงานแสดงดนตรีและบันเทิงเพื่อการกุศล การร่วมงานฉลองเทศกาลต่าง ๆ ของชุมชน การบริจาคเงินเพื่อการกุศล การจัดหน่วยประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่

สำหรับรายละเอียดการเผยแพร่ข่าวตามช่องทางการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ในสื่อหรือกิจกรรมต่าง ๆ นั้น มีดังนี้

1. แดลงข่าวสื่อมวลชน

- ส่วนกลาง
- ภายในจังหวัด

2. หนังสือพิมพ์ (ส่วนกลาง, ภายในจังหวัด)

- แจกข่าวการจัดงาน
- ข่าวเจาะคอลัมน์
- ข่าวเจาะความยิ่งใหญ่/ความพิเศษของงาน

3. นิตยสาร

- ข่าวแจก
- ข่าวเจาะคอลัมน์ตามสื่อเป้าหมาย
- ข่าวเจาะบุคคล
- ข่าวเจาะความยิ่งใหญ่/ความพิเศษของงาน

4. วิทย์โทรทัศน์

- ฟิวเจอร์ (สปอต)
- ข่าวเจาะความยิ่งใหญ่/ความพิเศษของงาน
- รายการพิเศษ เช่น ทอล์คโชว์ เกมโชว์
- เชิญรายการโทรทัศน์มาทำข่าว เช่น ข่าว 3 มิติ เรื่องเด่นเย็นนี้
- พุดท้ายข่าว
- คิวอักษรวิ่ง
- นำสัญลักษณ์การจัดงานตั้งไว้กับผู้ประกาศข่าว
- ถ่ายทอดสด/บันทึกเทป

5. วิทย์กระจายเสียง

- สปอต/เปิดเพลง
- ข่าวแจก
- เล่นเกมส์/ตอบคำถาม
- โทรศัพท์เข้ารายการ/รายงานสด
- ข่าวเจาะความยิ่งใหญ่/ความพิเศษของงาน
- ถ่ายทอดสด/บันทึกเทป

6. สื่อสิ่งพิมพ์

- สติกเกอร์
- โบว์ชัวร์
- โปสเตอร์
- ใบปลิว
- ปฏิทินพก

- สุจิบัตร
- บัตรเชิญ
- บัตรขาย

7. สื่ออื่น ๆ

- การจัดนิทรรศการ
- ป้ายคัทเอาท์
- การแข่งขันกีฬา
- สามล้อ
- การนำชมสถานที่
- ตัวอักษรวิ่ง
- การทัศนศึกษา
- ตู้เอ.ที.เอ็ม ของธนาคาร
- การอภิปราย/ไต่ถาม
- แสตมป์ไปรษณียากร
- รถแห่
- ผ้าปักตามเสาไฟฟ้า/พาดผ่านถนน-สะพานลอย
- โทรเข้าเพจเจอร์
- อินเทอร์เน็ต

8. ร่วมประชาสัมพันธ์กับห้างสรรพสินค้า

- สปอศ
- ดุงหิ้ว
- จัดรายการพิเศษ

9. สื่อบุคคล

- หมอลำ/ตลก/หางเครื่อง
- อปม.
- ลูกเสือชาวบ้าน/ทสปช.
- กลุ่มเกษตรกร/กลุ่มอนุรักษ์/กลุ่มเยาวชน
- นักเรียน นักศึกษา
- กลุ่มสโมสรไลออนส์, โรตารี, ซอนคา สอ.รค

10. สถานที่ประชาสัมพันธ์

- สนามบิน
- สถานีรถไฟโดยสาร
- โรงแรม
- สถานที่ราชการ/โรงเรียน
- จุดที่เกิดอุบัติเหตุ

- ศูนย์สาธารณสุขมูลฐานชุมชนประจำหมู่บ้าน
- วัด
- ห้างสรรพสินค้า
- สถานีบริการน้ำมัน
- ธนาคาร
- ศูนย์จำหน่ายรถยนต์/จักรยานยนต์
- โรงภาพยนตร์
- เสาไฟฟ้า/สะพานลอย

ยุทธศาสตร์เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา

จากการที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ได้พระราชทานพระราชดำรัส "เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา" เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาจังหวัดชายแดนภาคใต้ให้กับหน่วยงานรัฐบาลและผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายได้นำไปปฏิบัติ

เพื่อตอบสนองพระราชปณิธานดังกล่าว กรมประชาสัมพันธ์จึงได้กำหนดแนวทางวิธีการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพดังนี้

1. เข้าใจ ผู้ที่จะทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ในการแก้ไขปัญหาจังหวัดชายแดนภาคใต้จะต้องศึกษาทำความเข้าใจ ดังนี้

1.1 ด้านนโยบาย ให้ศึกษาทำความเข้าใจ

- (1) นโยบายรัฐบาล
- (2) นโยบายกรมประชาสัมพันธ์
- (3) นโยบายศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ศอ.บต.)
- (4) นโยบายกองอำนวยการรักษาความมั่นคงภายใน
- (5) นโยบายจังหวัด

1.2 ด้านบทบาท หน้าที่ ให้ศึกษาทำความเข้าใจ

- (1) บทบาท หน้าที่กรมประชาสัมพันธ์และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- (2) บทบาทหน้าที่สื่อมวลชน คุณสมบัติสื่อมวลชนแต่ละประเภทตลอดจนความต้องการทางสื่อมวลชนแต่ละประเภท
- (3) การบริหารสื่อมวลชนภาครัฐ และภาคเอกชน
- (4) ศักยภาพของตนเอง

1.3 ด้านประวัติความเป็นมา ให้ศึกษาทำความเข้าใจ

- (1) ประวัติศาสตร์ความเป็นมาภาคใต้ จังหวัดชายแดนภาคใต้
- (2) ศาสนาอิสลาม
 - (3) กลุ่มขบวนการที่ก่อเหตุการณ์
 - (4) ขนบธรรมเนียม ประเพณี ความเชื่อ วิถีชีวิต
 - (5) หน่วยงาน องค์กรสำคัญทั้งของรัฐและเอกชน
 - (6) บุคคลสำคัญ ผู้นำศาสนาที่สำคัญในพื้นที่

- (7) ประชาชน กลุ่มคน
- (8) ความต้องการของประชาชน กลุ่มคนต่าง ๆ
- (9) ปัญหา ผลกระทบที่เกิดขึ้น และอาจเกิดขึ้นในอนาคต

1.4 ด้านการสื่อสารมวลชน การประชาสัมพันธ์ ให้ศึกษาทำความเข้าใจ

- (1) หลักการ ทฤษฎี กระบวนการสื่อสารมวลชน การประชาสัมพันธ์
- (2) หลักการมีมนุษยสัมพันธ์
- (3) การทำงานแบบบูรณาการ
- (4) ผลการศึกษา สำนวน วิจัย และข้อเสนอแนะต่าง ๆ

2. เข้าถึง เมื่อได้ศึกษาทำความเข้าใจกับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ แล้วให้พยายามเข้าถึง

- 2.1 พื้นที่ เพื่อจะรับทราบข้อมูล ความจริง ความต้องการของประชาชนอย่างแท้จริงเพื่อนำมาวางแผน
ดำเนิน การประชาสัมพันธ์
- 2.2 ประชาชน เพื่อให้เกิดความไว้วางใจ มีความรู้สึกรัก ผูกพัน โดยคำนึงถึงกาลเทศะความเหมาะสมใน
ด้านต่าง ๆ
- 2.3 ผู้นำศาสนา ผู้นำหน่วยงาน องค์กร เพื่อประโยชน์ในการประสานงานทำงานร่วมกันในโอกาสต่อไป
- 2.4 เครือข่าย เพื่อสามารถเผยแพร่ข่าวสารได้อย่างกว้างขวาง แพร่หลายและสร้างพัฒนาเครือข่ายให้มี
ความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันตลอดไป
- 2.5 ข้อมูล ข่าวสาร ศึกษาทำความเข้าใจอย่างละเอียด ก่องแท้ กับผลการดำเนินงานการพัฒนาของหน่วยงาน
ต่าง ๆ ที่มีต่อประชาชน เพื่อสามารถนำไปขยายผลได้ในทุกพื้นที่ ทุกสถานการณ์อย่างมั่นใจและเหมาะสม

3. พัฒนา เมื่อได้เข้าใจ เข้าถึงแล้ว ขั้นตอนพัฒนานับเป็นขั้นตอนสำคัญเช่นกัน โดยนักประชาสัมพันธ์ต้องพัฒนา ดังนี้

- 3.1 ทักษะภาพตนเอง เพื่อให้มีภูมิปัญญา ความรู้ ทันเหตุการณ์ความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ สามารถเข้ากับ
ประชาชน กลุ่มคนได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 3.2 ข้อมูล ข่าวสาร เพื่อให้มีความทันสมัยใช้ได้กับแต่ละพื้นที่และแต่ละสถานการณ์ได้อย่างเหมาะสม
- 3.3 เครื่องมือ วัสดุอุปกรณ์การสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ เพื่อให้การดำเนินการประชาสัมพันธ์สามารถ
ครอบคลุมพื้นที่และกลุ่มบุคคลเป้าหมายอย่างกว้างขวาง แพร่หลายบรรลุวัตถุประสงค์

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของพระราชปณิธานดังกล่าว ในที่นี้จะกล่าวถึงเฉพาะในด้านที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นแนวทางสำหรับการสนองพระราชปณิธานเข้าใจ เข้าถึง พัฒนา ดังนี้

ปัญหาความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้ซึ่งเกิดขึ้นมาเป็นเวลาเกือบ 7 ปีและต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน ส่งผลกระทบต่อชีวิต ทรัพย์สิน สิทธิ เสรีภาพ ความเป็นอยู่ และการประกอบอาชีพของประชาชนในพื้นที่เป็นจำนวนมาก ในขณะที่เดียวกันพบว่าเหตุการณ์ความไม่สงบที่เกิดขึ้นนำมาซึ่งความหวาดกลัว ความหวาดระแวง และความไม่ไว้วางใจซึ่งกันและกันของทุกภาคส่วนของสังคม ทั้งระหว่างประชาชนกับเจ้าหน้าที่รัฐ ทั้งที่เป็นปัจเจกและความไม่ไว้วางใจต่อบางหน่วยงานของรัฐ ระหว่างชาวไทยพุทธกับชาวมุสลิมในจังหวัดชายแดนภาคใต้ระหว่างประชาชนในสังคมใหญ่ของประเทศกับประชาชนในจังหวัดชายแดนภาคใต้ ระหว่างเจ้าหน้าที่รัฐกับนักสิทธิมนุษยชนและนักสันติวิธี ตลอดจนหน่วยงานรัฐด้วยกันเอง ในขณะที่อีกด้านหนึ่งความหวาดระแวงและความไม่ไว้วางใจซึ่งกันและกันของคนในสังคมก็เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้เหตุการณ์ความไม่สงบเกิดขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

อนุกรรมการสร้างความรู้ความเข้าใจ และการสื่อสารเพื่อปรับกระบวนการทัศนการอยู่ร่วมกันด้วยสันติวิธี ใน คณะกรรมการวิสามัญเร่งรัด ติดตามประเมินผลการแก้ไขปัญหาและพัฒนาปัญหาความไม่สงบจังหวัดชายแดนภาคใต้ วุฒิสภา ได้ติดตามและประเมินผลด้านการสร้างความรู้ความเข้าใจและการปรับกระบวนการทัศนการอยู่ร่วมกันด้วยสันติวิธีของภาคส่วนต่าง ๆ ของสังคมจากแนวนโยบายของรัฐบาลในการแก้ไขปัญหาการสื่อสารเพื่อปรับกระบวนการทัศนการอยู่ร่วมกันด้วยสันติวิธี โดยพบว่า ปัญหาความไม่ไว้วางใจเชื่อมโยงโดยตรงกับผลที่ตามมาของความล้มเหลวในการปรับกระบวนการทัศนการอยู่ร่วมกันด้วยสันติวิธี โดยเหตุปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดสภาพการณ์ดังกล่าวเกี่ยวข้องกับประเด็นต่าง ๆ หลายประเด็น ในที่นี้จะกล่าวถึงช่องว่างการสื่อสารความเข้าใจและการทำหน้าที่ของสื่อและการปรับกระบวนการทัศนกับประชาชนในพื้นที่

ช่องว่างทางการสื่อสารความเข้าใจ

1. ภาครัฐยังไม่สามารถอธิบายความเป็นจริงหลายเหตุการณ์ที่เป็นข้อกังขาของประชาชนให้ปรากฏ และไม่เปิดช่องทางการแสวงหาความจริงร่วมกัน ทำให้ความจริงของเหตุการณ์ที่ฝ่ายรัฐเชื่อกับที่ประชาชนเชื่อเป็นความจริงคนละชุด เป็นผลให้เกิดความเข้าใจผิดและข่าวลือหรือข้อมูลในเชิงจินตนาการจึงมีอิทธิพลต่อความศรัทธาและความเชื่อของประชาชน
2. ประชาชนส่วนใหญ่ยังไม่พร้อมที่จะเปิดพื้นที่ในการสื่อสารกับเจ้าหน้าที่รัฐเนื่องจากไม่มั่นใจว่ารัฐจะสามารถให้ความคุ้มครองความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินได้ ในขณะที่ภาครัฐไม่ส่งเสริมการเปิดช่องทางการสื่อสารที่เป็นทางเลือกใหม่ระหว่างประชาชนกับรัฐ อาทิ การสื่อสารโดยผ่านองค์กรอิสระหรือองค์กรเอกชนที่ประชาชนไว้วางใจ ทำให้ภาครัฐมีข้อมูลที่จำกัดและกลายเป็นอุปสรรคสำคัญในการสื่อสารทำความเข้าใจ และการเข้าถึงประชาชน
3. บุคลากรทางศาสนาไม่สามารถมีบทบาทชัดเจนในการชี้แจงหลักศาสนาที่ถูกต้องแก่ประชาชน เนื่องจากผู้นำศาสนาบางรายถูกข่มขู่คุกคามจากผู้ไม่หวังดี ทำให้ต้องตกอยู่ในความหวาดกลัว
4. การสื่อสารกับประชาคมระหว่างประเทศแม้ภาครัฐมีช่องทางการสื่อสารที่ได้เปรียบ แต่มีจุดอ่อนเรื่องการประสานงานระหว่างหน่วยงานในพื้นที่กับหน่วยงานด้านการต่างประเทศในเรื่องข้อมูลความเป็นจริงของสถานการณ์ นอกจากนี้รัฐยังขาดการประชาสัมพันธ์ ทำให้สื่อสารความเป็นจริงต่อประชาคมโลกไม่ทันต่อสถานการณ์ ขาดพลังขาดความต่อเนื่องและขาดยุทธศาสตร์การจัดการด้านการสื่อสารความเข้าใจ

การทำหน้าที่ของสื่อ และการปรับกระบวนการทัศนกับประชาชนในพื้นที่

เนื่องจากการสื่อสารมีความสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง เพื่อพัฒนาสู่การสร้างความรู้ความเข้าใจ เพื่ออยู่ร่วมกันอย่างสันติ คณะอนุกรรมการฯ จึงเห็นถึงความสำคัญของสื่อมวลชนต่าง ๆ ซึ่งรวมถึงสื่อของรัฐในการทำหน้าที่ในการสื่อสารระหว่างกลุ่มบุคคล โดยเห็นว่า

1. สื่อมวลชนที่สร้างสื่อจะต้องเป็นผู้ที่มีความเป็นมืออาชีพ ควรจะมีความเข้าใจบริบททางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม วิถีชีวิต และพื้นฐานความคิดของประชาชนทั้งในและนอกพื้นที่เป็นอย่างดี ต้องเป็นผู้ที่มีจิตสำนึกของสื่อมวลชนที่ดี ต้องนำเสนอข้อเท็จจริงอย่างสร้างสรรค์ จึงจะสามารถทำหน้าที่เป็นสื่อกลางเพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจและความสมานฉันท์ของคนในสังคมได้

2. ในการขับเคลื่อนกลไกการสื่อสารทั้งหมดจะต้องกำหนดให้การสื่อสาร เพื่อปรับกระบวนการทัศนการอยู่ร่วมกัน ด้วยสันติวิธีเป็นยุทธศาสตร์หนึ่งในแผนยุทธศาสตร์ด้านความมั่นคงของชาติ รวมทั้งผลักดันให้มีการนำประเด็นดังกล่าว บรรจุไว้ในพระราชบัญญัติการบริหารราชการในจังหวัดชายแดนภาคใต้ พ.ศ 2553 เพื่อให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการ ขึ้นมาคณะหนึ่ง ซึ่งมีความเป็นอิสระทำหน้าที่อำนวยความสะดวกและกำกับทิศทางการปฏิบัติหน้าที่ของสื่อในทางสร้างสรรค์ รวมทั้งควรกำหนดไว้ในนโยบายและยุทธศาสตร์ความมั่นคงของจังหวัดชายแดนภาคใต้ด้วย

3. เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายที่ยากที่สุดในการสื่อสาร คือ เจ้าหน้าที่ภาครัฐซึ่งมีฐานความคิดและข้อมูลส่วนใหญ่ มาจากหน่วยข่าวหรือสื่อที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของภาคราชการ กระบวนการทำให้เจ้าหน้าที่รัฐตระหนักถึงความสำคัญของการสื่อสารเพื่อความสัมพันธ์ซึ่งเป็นเรื่องสำคัญควรจะมีกระบวนการทำให้เกิดความเข้าใจและการประสานงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและองค์กรสื่อทั้งหลาย เพื่อทำให้เกิดการเรียนรู้ซึ่งกันและกัน และสามารถประสานงานก่อให้เกิดการสื่อสารที่มีคุณภาพและบรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าวได้

4. ควรสนับสนุนมีการจัดตั้งคณะกรรมการขึ้นมาหนึ่งคณะ ซึ่งมีความเป็นอิสระ ทำหน้าที่อำนวยความสะดวกและสนับสนุนการปฏิบัติหน้าที่ของสื่อในทางสร้างสรรค์ เพื่อเป็นกลไกที่จะเป็นคานาคานงัดให้เกิดการสื่อสารอย่างสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโดยธรรมชาติ ทั้งนี้อาจจะใช้สื่อใหม่ เพื่อเปิดพื้นที่ให้เป็นพื้นที่สาธารณะของทุกภาคส่วนให้ทุกฝ่ายมีโอกาสการนำเสนอทั้งเรื่องราว ความคิด และความต้องการของคนออกสู่สาธารณะจะได้เป็นการถ่วงดุลการสื่อสาร และเป็นการสร้างทางเลือกใหม่ให้แก่ผู้ที่มีความเห็นต่างในการสะท้อนความต้องการผ่านสื่อแทนการเลือกใช้ความรุนแรง

5. เพื่อแก้ไขปัญหการสื่อสารระหว่างหน่วยงานรัฐ และระหว่างหน่วยงานรัฐกับภาคส่วนอื่น ๆ ทั้งฝ่ายบริหาร และฝ่ายนิติบัญญัติ ควรจะตั้งคณะกรรมการหรือคณะกรรมการสิทธิการวิสามัญเพื่อติดตามและส่งเสริมการสื่อสารเพื่อ ความเข้าใจและการอยู่ร่วมกันอย่างสันติ เพื่อทำหน้าที่ติดตาม เสนอแนะ และศึกษา ฯลฯ งานด้านนี้เป็นการเฉพาะ เพื่อให้กลไกในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ให้บรรลุผล

6. แม้ว่าสื่อมวลชนจะทำหน้าที่เป็นผู้สื่อสารระหว่างกลุ่มบุคคลที่หลากหลายในสังคมแต่ก็เป็นการยากหากจะ ต้องสื่อสารกับกลุ่มบุคคลที่คิดว่าไม่ได้เป็นพวกเดียวกันแล้ว ดังนั้น การสื่อสารในพื้นที่ที่กลุ่มบุคคลมีความรู้สึกที่ไม่ได้ เป็นพวกเดียวกัน เช่นในจังหวัดชายแดนภาคใต้ จะต้องมีการถ่วงดุลทั้งทางด้านภาษา วัฒนธรรม และศาสนา มีการ ใช้หลักการทางศาสนาเป็นต้นทุนทางสังคมในการต่อสู้กับการใช้ความรุนแรง รวมถึงเน้นการสื่อสารที่เป็นการยกระดับ ความรู้สึกทางบวกของประชาชนในพื้นที่

7. ในปัจจุบันการรายงานข่าวเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในจังหวัดชายแดนภาคใต้ของสื่อ มักจะเป็นการรายงาน โดยมีฐานข้อมูลที่มาจากเจ้าหน้าที่ภาครัฐเพียงฝ่ายเดียว โดยไม่ได้คำนึงถึงข้อมูลที่ประชาชนมี ทำให้ข่าวสารที่ถูกสื่ อออกมาคลาดเคลื่อนจากความเป็นจริงสร้างความไม่เป็นธรรมแก่ประชาชนผู้ได้รับผลกระทบ และเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ คนในสังคมทั้งระหว่างประชาชนในพื้นที่กับประชาชนในพื้นที่ ประชาชนในพื้นที่กับเจ้าหน้าที่รัฐในพื้นที่ และประชาชน ในพื้นที่กับประชาชนในสังคมใหญ่ มีความไม่เข้าใจกันและหวาดระแวงต่อกัน อันอาจเป็นการสร้างเงื่อนไขให้เกิด เหตุการณ์ความรุนแรงขึ้นได้ ดังนั้น จึงควรมีกลไกให้ทุกฝ่ายได้เปิดพื้นที่สื่อในการสื่อสารความจริงร่วมกันทั้งภาครัฐ และประชาชน (Truth Media) อย่างสร้างสรรค์ โดยคำนึงถึงศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ความเท่าเทียม และความเสมอภาคของคนในสังคม

ยุทธศาสตร์การพัฒนาภาคใต้ด้วยเครือข่ายการประชาสัมพันธ์

ระหว่างวันที่ 23-24 กรกฎาคม 2547 กรมประชาสัมพันธ์ได้เชิญผู้บริหารระดับสูงและสื่อมวลชนภาคใต้ จำนวน 270 คน สัมมนาเรื่องยุทธศาสตร์การพัฒนาภาคใต้ด้วยเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ ซึ่งจัดขึ้นที่โรงแรม บี พี สมิทธา บีช รีสอร์ท อ.เมือง จ.สงขลา ขณะเดียวกันก็มีสื่อมวลชนจากส่วนกลางอีกจำนวน 35 คน เข้าร่วมระดมสมองด้วย

ในที่สัมมนาได้แบ่งกลุ่มระดมสมองออกเป็น 5 กลุ่ม ผู้เขียนเห็นว่า เป็นข้อมูลที่น่าสนใจจึงขอเสนอผลการระดมสมองกันในหัวข้อต่าง ๆ มาเพื่อผู้สนใจจะใช้ประโยชน์ในการสื่อสาร จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ตามความเหมาะสม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 "ร่วมมือภาครัฐ พัฒนาภาคใต้" กลุ่มนี้ได้เสนอดังนี้

1. โครงการให้มีการคิดค้นดาวเทียมประจำมัสยิดและมีคณะกรรมการบริหารจัดการที่ชัดเจนเหตุผลเพราะว่าขณะนี้สื่อเหล่านี้จะสร้างความเข้าใจของท่านจุฬาราชมนตรี ที่มีความต้องการจะพบปะกับพี่น้องชาวมุสลิมในวันศุกร์ที่จะต้องทำละหมาด ในช่วงประมาณ 30 นาทีสื่อจะช่วยขยายผลจากการถ่ายทอดสดไปยังทุกมัสยิดผ่านระบบดาวเทียมรองรับอย่างชัดเจน ให้ได้รับฟังอย่างทั่วถึงซึ่งเป็นการนำเรื่องของเทคโนโลยีมาช่วยในการประชาสัมพันธ์
2. โครงการปรับปรุงพัฒนาสื่อท้องถิ่น ได้แก่ สื่อพื้นบ้าน อาทิ ลิเก ลำตัด หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นที่ออกเป็นภาษาชาวบ้าน
3. โครงการพัฒนาระบบเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ระดับจังหวัด จะต้องทำอย่างต่อเนื่อง วันนี้มีหลายหน่วยหลายองค์กรมาร่วมเดินหน้าการประชาสัมพันธ์ เราต้องเรียกผู้รับผิดชอบของแต่ละหน่วยงานมาบรณอย่างต่อเนื่องเพื่อร่วมกันหาหรือวางหลักเกณฑ์ กติกา ยุทธศาสตร์สำหรับให้พวกเหล่านั้นนำไปปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป
4. โครงการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างชุมชน อย่างน้อยการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างชุมชนจะพบความแตกต่างของแต่ละแห่งทางด้านศักยภาพ ด้านการศึกษาจากจำนวนประชากรหลากหลายที่มาพร้อมแลกเปลี่ยน จะรวบรวมจุดดีจากชุมชนหนึ่งแล้วนำมาประยุกต์ได้ในอีกหลายชุมชน
5. โครงการสำรวจความต้องการในการพัฒนา มีความสำคัญ เพราะจะสะท้อนความต้องการของพี่น้องประชาชน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ได้มีการลงสำรวจพื้นที่ทั้งรายหมู่บ้านและรายครัวเรือน เพื่อสะท้อนกลับว่าพี่น้องประชาชนมีปัญหา อะไรบ้าง ต้องการให้รัฐบาลช่วยเหลือเรื่องอะไรบ้าง โดยสำรวจไปถึง อายุ เพศ และวันนี้อยู่ในพื้นที่หรือไม่ เพื่อนำข้อมูลนี้เสนอต่อผู้มีอำนาจวางแผนตัดสินใจในการแก้ไขปัญหาต่อไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งบัตรสมารถการคัดค้านหลังจะมีข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งประชากรใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ทุกคนต้องทำบัตรสมารถการคัด
6. โครงการจัดตั้งศูนย์ประสานงานเครือข่ายประจำหมู่บ้านแต่ละกลุ่ม แต่ละหมู่ แต่ละเหล่า แต่ละองค์กรในหมู่บ้านจะมีศูนย์กลางที่มีการประสานสื่อสัมพันธ์ในเรื่องการประชาสัมพันธ์

สรุป กลุ่มที่ 1 "ร่วมมือภาครัฐ พัฒนาภาคใต้"

จากการประชุมกลุ่มตามหัวข้อ "ร่วมมือภาครัฐ พัฒนาภาคใต้" มีการเสนอความคิดเห็นถึงปัญหาและอุปสรรคด้านการประชาสัมพันธ์ของภาครัฐไปสู่กลุ่มเป้าหมาย คือ ประชาชน สรุปได้ดังนี้

- | | |
|---|--|
| 1. ไม่มีการจัดตั้งเครือข่ายที่ชัดเจน | 2. เครือข่ายที่มีอยู่ไม่เข้าใจหน้าที่ของตน |
| 3. ขาดการรับฟังความคิดเห็นจากประชาชนในพื้นที่ | 4. นโยบาย เป้าหมายของรัฐไม่ชัดเจน |
| 5. ขาดการเชื่อมโยง | 6. ขาดการประสานนโยบาย |
| 7. ขาดการบูรณาการ ต่างคนต่างทำ | 8. ขาดความร่วมมือระหว่างองค์กร |
| 9. งบประมาณไม่เพียงพอ | 10. ไม่มีผู้รับผิดชอบ ขาดเจ้าภาพ |

กลุ่ม 2 "สื่ออย่างไรให้ได้รับเกียรติ"

ปัญหาอุปสรรคด้านการประชาสัมพันธ์เรื่องเครือข่าย สื่อคืออะไร สื่อคือตัวกลางที่จะนำสิ่งหนึ่งไปสู่อีกสิ่งหนึ่ง คือ การนำข่าวสารข้อมูลที่ถูกต้องไปสู่กลุ่มเป้าหมาย คือ ประชาชนอย่างถูกต้องและชัดเจน เครือข่ายของสื่อคืออะไร มีอะไรบ้าง ได้แก่

สื่อมวลชน คือ วิทยุ โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์และอื่น ๆ สิ่งเหล่านี้เป็นสื่อที่นอกเหนือการควบคุม มีสิทธิตามรัฐธรรมนูญ สื่อเหล่านี้เป็นสื่อที่ยากจะควบคุม มีปัญหามากบางสื่อที่ออกไปจะเป็นภาพลบมากกว่าภาพบวก ซึ่งเราก็คือยอมรับกันแต่การควบคุมเป็นเรื่องนโยบายของหน่วยเหนือ ในการที่จะพิจารณาความรับผิดชอบของเจ้าของสื่อและเป็นจรรยาบรรณของเจ้าของสื่อ ส่วนสื่อมวลชนเป็นการควบคุมนอกเหนือจากที่ทางผู้ปฏิบัติจะนำเสนอ สื่อที่มีปัญหาคือสื่อบุคคล

สื่อบุคคล เป็นสื่อที่เข้าถึงกระจายได้รวดเร็ว แต่มีปัญหาพอควร การที่จะนำสื่อเข้าสู่บุคคลนั้นผู้ที่นำข้อมูลข่าวสารไปสู่บุคคลทั้ง 1 ล้าน 4 แสนคน ทั้ง 3 จังหวัดนั้นเป็นไปไม่ได้ต้องมีตัวแทน

ตัวแทน ต้องเป็นตัวแทนที่ประชาชนเคารพเชื่อถือในพื้นที่ อาทิ กำนันผู้ใหญ่บ้าน คือ บุคคลที่จะเป็นตัวแทนของเราที่จะนำข้อมูลข่าวสารไปสู่ประชาชน ก่อนที่ข้อมูลเหล่านั้นจะถึงบุคคลเหล่านี้ ก็มีสื่อกลางจากภาคีรัฐมาถึงจังหวัดไม่มีปัญหาเพราะเป็นคนของเราเอง แต่จากอำเภอลงสู่เป้าหมายคือ เกษนาคือ ท่านอธิบดีจะมีปัญหา ปัญหาที่หนึ่งคือ ภาษา เพราะทุกคนทราบที่ว่าอายุต่ำกว่า 35 ปี พอมายุกันไม่ได้ แต่เกินนั้นมีปัญหา และอายุของท่านอธิบดีก็จะเกินทั้งนั้น แต่บางท่านก็พูดได้ดี เพราะฉะนั้นการที่เราจะไปหาสื่อครั้งนี้ ปัญหาเป็นเรื่องเชื่อใจนายอำเภอ ประชุมอธิบดีแล้วเอาข้อมูลข่าวสารที่จะให้ท่านอธิบดีไปช่วยชี้แจงให้กับพี่น้องประชาชน แต่ถ้านายอำเภอขึ้นไปมีกลิ่นเหล้าหึ่ง หน้าแดง ตาแดง ผมยุ่ง การยอมรับไม่เกิดขึ้นแล้ว ท่านพูดไปเถอะ ท่านอธิบดีก็จะฟัง แต่ท่านจะไม่นำเอาสิ่งเหล่านี้ไปถ่ายทอดต่อเพราะขาดความเชื่อมั่น ความเชื่อถือของบุคคลที่นำข่าวมานี้เป็นปัญหาอีกอย่างหนึ่งในการแก้ไขสื่อที่เป็นบุคคล คนนั้นสำคัญที่สุด

สื่อที่เป็นบุคคล ศาสนาอิสลามมีข้อบัญญัติ 1 ใน 5 ที่สำคัญคือ การละหมาดวันละ 5 ครั้งสังเกตดูการละหมาดจะตรงกับช่วงเวลาที่มีการนำเสนอข่าวทุกครั้ง ทุกช่อง ทุกสถานี ทุกภาคส่วน ในช่วงระยะเวลานั้นเป็นเวลาที่พักผ่อนมุสลิมทั้งหลายอยู่ที่มีสัจด์ โดยเฉพาะวันศุกร์จะละหมาดใหญ่ เพราะฉะนั้นการทำข่าวเรื่องอะไรเขาไม่ทราบหรือคนสำคัญที่สุดในสถานะเช่นนี้ คือเครือข่ายที่จะเข้าไปนั่งคุยแลกเปลี่ยนเรื่องราวเนื้อหาข่าวสาร ในช่วงที่ละหมาดเสร็จแล้วมานั่งคุยกันในมัสยิด ปัญหาคือคนที่เขาจะเอาข้อมูลข่าวสารไปให้ตัวแทนที่เราไปสู่ประชาชนนั้นเขายอมรับนับถือหรือไม่ เครือข่ายที่สำคัญที่สุดคือ คนที่จะนำพาสื่อไปสู่ความถูกต้องชัดเจน

การประสานงานในพื้นที่ หน่วยต่าง ๆ ในพื้นที่เรามีเครือข่ายประชาสัมพันธ์มากมาย ทางสาธารณสุขก็มี อสม. เกษตร ฝ่ายปกครองมีทุกอย่าง เพราะฉะนั้นการประสานงานก่อนเหตุการณ์ ต่างคนต่างทำ ต่างคนต่างอบรมมา บางทีข้อมูลข่าวสารจะไม่เป็นไปในแนวทางเดียวกัน และถือว่ามีปัญหาในพื้นที่ที่ผ่านมาแต่ละปีสถานการณ์ค่อนข้างดีขึ้นเรื่อย ๆ

งบประมาณเรื่องสื่อ ทุกส่วนราชการทั้ง 20 กระทรวงมีงบประมาณด้านการประชาสัมพันธ์อยู่ในงบประมาณปกติอยู่แล้ว แต่ภาวะวิกฤตงบประมาณจะลงมามากมายทุกกระทรวงจะมีงบพิเศษ เพื่อแก้ไขงานประชาสัมพันธ์ในเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นต่าง ๆ และงบประมาณของทุกส่วนต่างคนต่างลงมา แต่ขาดเจ้าภาพทำการรวบรวมงบประมาณให้เป็นเอกภาพ คงต้องดำเนินการแก้ไขต่อไป และเรายังมีกองอำนวยการสร้างเสริมสันติสุขชายแดนภาคใต้ (กอ.สสส.จชต.) ซึ่งมีตัวแทนของกรมประชาสัมพันธ์ที่มีหน่วยงานรับผิดชอบในเรื่องการประชาสัมพันธ์อยู่แล้ว

ทรัพยากรบุคคล มีมากทั้งที่เป็นโดยอาสาสมัคร โดยตำแหน่งคือปลัด อบต. เจ้าหน้าที่อาสาสมัครต่าง ๆ ทุกอย่างมีหมด เพราะฉะนั้นทรัพยากรไม่มีปัญหา เพียงแต่การบริหารจัดการทำอะไรจะให้แก่นำเหล่านี้ ทรัพยากรเหล่านี้ ซึ่งจะเป็นตัวบุคคลที่จะนำข่าวสารไปสู่ประชาชนมีแนวความคิดเดียวกัน มีข่าวสารในแนวเดียวกัน รับมาในแหล่งเดียวกัน แล้วนำไปสู่การปฏิบัติเพื่อให้ประชาชนได้รับทราบข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องไปเป็นแนวทางเดียวกัน นี่คือการบริหารจัดการซึ่งตอนนี้เรายังไม่มี มีแต่ไม่เป็นเอกภาพ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ผู้ว่าฯ ถามว่า มีศูนย์ไหม มี แล้วถามว่า 3 ศูนย์นี้เหมือนกันไหม ไม่เหมือน แล้วลงไปถึงอำเภอ อำเภอทุกอำเภอมีศูนย์ ทุกอำเภอดำเนินการเรื่องประชาสัมพันธ์ เรื่องสื่อค่อพี่น้องประชาชนเหมือนกันไหม ไม่เหมือนบางอำเภอเน้นอีกอย่าง เช่น กาบังเน้นในเรื่องการเข้าไปถึงทุกที่ ทุกตำบล

ความสอดคล้องระหว่างพื้นที่กับส่วนกลางก็มีปัญหาบ้าง เพราะส่วนกลางมองภาพไกลหน่อย ความชัดเจนของภาพอาจจะไม่ชัดเจน ส่วนท้องถิ่นมองใกล้จะเห็นชัดเจน แต่งบประมาณการสั่งการจะมาจากส่วนกลาง เพราะฉะนั้นมาถึงท้องถิ่นแล้วบางครั้งอาจจะผิดพลาดได้ แต่ระยะเวลามีจำกัด การทำงานขณะนี้จากส่วนกลางส่งมาบางสิ่งบางอย่างไม่สอดคล้องกับในพื้นที่ แต่ปัจจุบันในพื้นที่ได้เสนอความถูกต้องต่าง ๆ ให้ส่วนกลางอันนี้ คือ ปัญหา 5 ประเด็นที่สรุปไว้

แนวทางแก้ไขเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ ดังนี้

การใช้ภาษาท้องถิ่นในการสื่อสารกันในพื้นที่ภาคใต้นั้น ใน 3 จังหวัดใช้ภาษามลายูท้องถิ่น ยาวี คือ ตัวหนังสือ เพราะฉะนั้นการใช้ภาษาในการสื่อสารมีความสัมพันธ์กัน เช่น นางงามบ้านเขาพอมาเจอเรายกมือไหว้สวัสดีค่ะ เราเห็นก็ต้องว่าน่ารักคู่ดี เช่นเดียวกัน ถ้าตัวแกนนำเราที่เป็นพี่น้องไทยพุทธไปบ้านเมืองเขาไปพบกับพี่น้องมุสลิมแต่เจอหน้าแล้วก็ทักทายด้วยภาษาของเขา ถึงจะพูดไม่เป็นประโยคก็ถือว่าเราพยายามแล้วที่จะเข้าไปหาเขา สนใจที่จะพบเขา เพราะฉะนั้นการใช้ภาษาท้องถิ่นในการสื่อสารกันก็คือแนวทางในการแก้ไข

ข้าราชการควรฝึกใช้ภาษาถิ่น ตอนนี้มืออยู่แล้วยังไม่กว้างขวางแล้วก็ได้รับความสนใจจากข้าราชการน้อย ตอนนี้ข้าราชการที่มาอยู่ใหม่จะมีการสัมมนาเรื่องการใช้ภาษา วัฒนธรรม ประเพณี แต่ว่าภาษามลายูท้องถิ่นค่อนข้างจะยาก ควรจะมีหลักสูตรที่ให้ได้มาพูดได้พอสมควร

มีการจัดตั้งศูนย์การประชาสัมพันธ์ประจำตำบลพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง ตอนนี้ได้รับการแก้ไขในบางส่วนแล้ว ในภาพรวมศูนย์ประชาสัมพันธ์นั้นไม่มีคือ ขาดเจ้าภาพระหว่างตำบล อำเภอก็มีนายอำเภอรับผิดชอบ แต่ตอนนี้เจ้าภาพระดับตำบลเรามีแล้วคือ ปลัดอำเภอผู้รับผิดชอบประจำตำบลในการทำงานทุกตำบลจะเป็นศูนย์กลางของทุกตำบล สื่อมวลชนควรมีการสอนภาษาท้องถิ่นสอดแทรกในรายการต่าง ๆ ควรใช้คนที่มีความรู้เหมือนกันและชาวบ้านเชื่อถือเป็นการแก้ไขปัญหาร่วมกันประชาชนต้องมีความรู้ การศึกษานี้เน้นการช่วยเพิ่มพูนความรู้ให้ทันต่อข้อมูลข่าวสารไม่หลงคำโฆษณาชวนเชื่อ การพัฒนาเครือข่าย เยาวชนทั้งในและนอกระบบนำเยาวชนไปทัศนศึกษาศิลปะพื้นบ้าน

การแก้ไขระยะสั้น 1 ปี จัดตั้งศูนย์ประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจเพื่อแก้ไขปัญหাজังหวัดชายแดนภาคใต้ทุกระดับ โดยใช้วิธีการทำงานแบบบูรณาการและขยายเครือข่าย อีกเรื่องคือ ยาเสพติดเหมือนกันทุกอย่าง เราจะสอดแทรกเข้าไปเหมือนเรื่องความมั่นคง ผมจะขอให้ท่านอธิบดีมาเป็นตัวแทนของผมทุกเดือนโดยคุยกัน ยกตัวอย่างเปรียบเทียบให้เขาเห็นว่าถ้าโรงเรียนถูกเผา ถามว่าใครคือครูสอน ก็คือพี่น้องประชาชนของเรา ลูกหลานของเราต้องไปนั่งเรียนในดินที่หากเผาตู้โทรศัพท์ พี่น้องเราก็คือครูสอนเรื่องการใช้โทรศัพท์ สถานือนามัยถูกเผา ใครคือครูสอน ก็ประชาชนที่เจ็บไข้ได้ป่วย ถูกงูกัดจะมาหาอนามัยเพื่อพยาบาลเบื้องต้นก่อนนำส่งโรงพยาบาลก็จะไม่ตาย ถ้ายังมีอนามัยอยู่

กลุ่มที่ 3 "สื่อพื้นบ้านประสานสัมพันธ์มวลชน"

ปัญหาและอุปสรรคด้านการประชาสัมพันธ์

- เป็นการสั่งการของทางราชการมากกว่าการประชาสัมพันธ์ และเป็นการสื่อสารทางเดียว
- ประชาชนไม่กล้าแสดงความคิดเห็น
- ปัจจุบันคนรุ่นใหม่ให้ความสนใจสื่อพื้นบ้านน้อย
- สื่อพื้นบ้านถูกมองในความบันเทิงมากกว่า
- บุคลากรในพื้นที่ขาดการพัฒนาด้านการประชาสัมพันธ์
- สื่อพื้นบ้านไม่ได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ไม่มีการจัดไว้เป็นระบบหมวดหมู่ โดนแทรกแซงจากสื่อตะวันตก

ข้อเสนอแนะแนวทางการแก้ไข

ระยะสั้น

- สนับสนุนให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมด้านต่างๆ (การประชาสัมพันธ์)
- จัดระบบสื่อพื้นบ้านให้เป็นหมวดหมู่ เพื่อแนะนำแนวทางการนำเสนอสาระ เพื่อความบันเทิงและให้มีการสนับสนุน เพื่อให้ศิลปินพื้นบ้านยังชีพได้
- สนับสนุนให้สื่อพื้นบ้านเป็นส่วนหนึ่งของการปลูกจิตสำนึกทางวัฒนธรรมให้เป็นส่วนหนึ่งของวาระแห่งชาติ
- พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์

ระยะยาว

- ส่งเสริมให้ประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจ ในการนำเสนอความคิดเห็น
- สร้างจิตสำนึกในการมีส่วนร่วมของประชาชน
- ปลูกฝังจิตสำนึกสื่อพื้นบ้านให้กับเยาวชน
- พัฒนาศักยภาพบุคลากรในด้านการประชาสัมพันธ์
- ปรับปรุงหอกระจายข่าวและระบบบริหารจัดการ

กิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์

ระยะสั้น

- ตั้งคณะกรรมการบริหารเพื่อการประชาสัมพันธ์
- ตั้งชมรมนักจัดรายการวิทยุกระจายเสียงทั้งระดับผู้ใหญ่และเยาวชนในตำบล
- จัดกิจกรรมโครงการรณรงค์สนับสนุนกิจกรรมสื่อพื้นบ้าน
- จัดเวทีประชาคมเพื่อนำเสนอการแสดงของศิลปินพื้นบ้านอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง
- จัดประกวดสื่อพื้นบ้านสาขาต่าง ๆ
- สำรวจและรวบรวมข้อมูลสื่อพื้นบ้านสาขาต่าง ๆ
- จัดทำสโปตวิทยุ โทรทัศน์ โดยใช้สื่อพื้นบ้าน
- จัดทำสตีกเกอร์ที่มีข้อความสนับสนุนสื่อพื้นบ้าน
- โครงการปลูกฝังกระแสนิยมสื่อพื้นบ้านแก่เยาวชน
- จัดประกวดสื่อพื้นบ้านเยาวชนในโรงเรียนต่าง ๆ ตั้งแต่ระดับตำบล อำเภอ จังหวัด ภาค
- สนับสนุนศิลปินพื้นบ้านของแต่ละท้องถิ่นตั้งแต่ระดับประถมศึกษาขึ้นไป