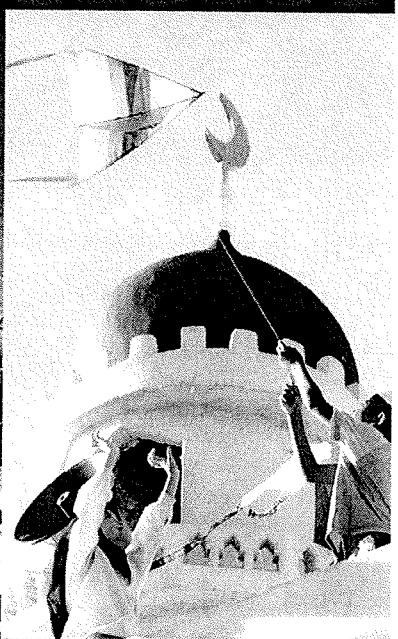
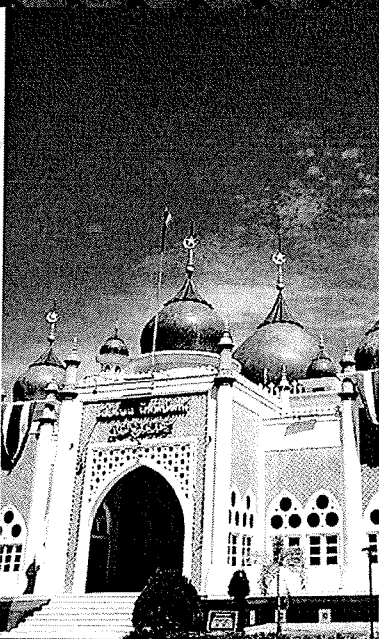
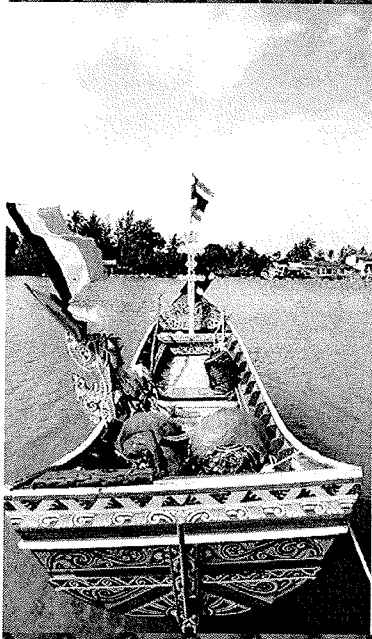


การแก้ปัญหาภาคใต้ ด้วยการประชาสัมพันธุ์



กรมประชาสัมพันธุ์ สำนักนายกรัฐมนตรี

คำนำ

หนังสือ "การแก้ปัญหาภาคใต้ด้วยการประชาสัมพันธ์" เล่มนี้ กรมประชาสัมพันธ์ รวบรวมและจัดทำขึ้น ด้วยตระหนักว่า การประชาสัมพันธ์มีบทบาทและความสำคัญยิ่งที่จะทำให้ประชาชนได้รับความรู้ ความเข้าใจต่อการ ดำเนินการแก้ไขปัญหาจังหวัดชายแดนภาคใต้ของรัฐบาล จนกระทั่งส่งผลต่อความเชื่อถือ ศรัทธา และให้ความร่วมมือ กับเจ้าหน้าที่ของรัฐ ในการแก้ไขปัญหา อันจะนำมาซึ่งความสุขสงบ สันติ ในจังหวัดชายแดนภาคใต้ในที่สุด

เนื้อหาสำคัญของหนังสือ "การแก้ไขปัญหาภาคใต้ด้วยการประชาสัมพันธ์" เล่มนี้ ประกอบด้วย การกล่าวถึง หลักการประชาสัมพันธ์ กระบวนการประชาสัมพันธ์ และช่องทางการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ รวมทั้งยุทธศาสตร์ พระราชทาน เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา ตลอดจนประวัติความเป็นมาของสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ตั้งแต่อดีตก่อนสมัยสุโขทัย จนถึงปัจจุบัน นอกจากนี้ยังมีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องศาสนาอิสลาม หลักการและคำสอนของศาสนาอิสลาม รวมทั้งยัง ได้รวบรวมเป้าหมายยุทธศาสตร์ร่วมของแผนปฏิบัติการขับเคลื่อนนโยบายและยุทธศาสตร์ การแก้ไขปัญหาจังหวัด ชายแดนภาคใต้ พ.ศ.2555-2557 ไว้ในภาคผนวกอีกด้วย

หนังสือ "การแก้ไขปัญหาภาคใต้ด้วยการประชาสัมพันธ์" เล่มนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความร่วมมือและสนับสนุน ของหลายฝ่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องขอขอบคุณปลัดกระทรวงวัฒนธรรม (นายสมชาย เสียงหลาย) ที่ได้กรุณาสับสนุน ข้อมูลด้วยมิติวัฒนธรรมฯ รวมทั้งผู้ว่าราชการจังหวัดปัตตานี (นายธีระ มินทราศักดิ์) ข้อมูลเกี่ยวกับศาสนาอิสลาม และทุกท่านที่มีส่วนช่วยสนับสนุน ร่วมมือร่วมใจ จนทำให้การจัดทำหนังสือเล่มนี้สำเร็จลงด้วยดี

ในการจัดทำหนังสือเล่มนี้ ถือว่าเป็นครั้งแรกที่มีการรวบรวมและเรียบเรียงจากเนื้อหาหลากหลาย เพื่อให้เกิด ประโยชน์แก่ผู้สนใจ และสามารถนำไปใช้อ้างอิง และปฏิบัติงานด้านการแก้ไขปัญหาด้วยวิถีการประชาสัมพันธ์ได้ หาก จะมีข้อผิดพลาดบกพร่องอยู่บ้าง คณะผู้จัดทำ ขออภัยและจะปรับปรุงแก้ไขให้ดียิ่งขึ้นในโอกาสต่อไป คณะผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่า หนังสือเล่มนี้จะสามารถนำไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ในการปฏิบัติงานได้บรรลุตามวัตถุประสงค์ต่อไป

ธีระพงษ์ ไสศาศรี

อธิบดีกรมประชาสัมพันธ์

ตุลาคม 2555

สารบัญ

บทที่ 1 ความเป็นมา

- สามจังหวัดชายแดนภาคใต้จากอดีตถึงปัจจุบัน 5
- การประชาสัมพันธ์สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ 6

บทที่ 2 หลักการและกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์

- กระบวนการประชาสัมพันธ์ 7
- ช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ 8
- ยุทธศาสตร์เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา 12
- ยุทธศาสตร์การพัฒนาภาคใต้ด้วยเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ 16

บทที่ 3 นานาสาระจากจังหวัดชายแดนภาคใต้

- สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ในประวัติศาสตร์ไทยก่อนสมัยสุโขทัยถึงปัจจุบัน 24
- วัฒนธรรมมลายูมุสลิมสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ 45
- ความหลากหลายที่ไม่หลากหลาย : การจัดการในการอยู่ร่วมกันของกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ 52
- การใช้มิติวัฒนธรรมแก้ปัญหาจังหวัดชายแดนภาคใต้ 73
- มลายู : วัฒนธรรมรากเหง้า 93
- ศึกษาประวัติศาสตร์ใหม่ : สยามกับปาตานีในระบบบรรณาธิการถึงการปกครองแบบพิเศษ 116
- การเข้าใจ เข้าถึง และพัฒนาผ่านประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมชุมชน 132
- รู้จักอิสลาม 149
- อิสลาม : ความจริงที่ต้องเปิดเผย 165

ภาคผนวก

173

บทที่ 1 ความเป็นมา



สามจังหวัดชายแดนภาคใต้จากอดีตถึงปัจจุบัน

คนไทยในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้และคนไทยทั่วไปควรภาคภูมิใจประการหนึ่ง ได้แก่ การปรากฏหลักฐานทางประวัติศาสตร์และโบราณคดีมากมายที่บ่งบอกถึงพัฒนาการทางสังคมของจังหวัดชายแดนภาคใต้ ตั้งแต่สมัยโบราณมาจนถึงปัจจุบัน แม้ว่าการอธิบายความสัมพันธ์ของกลุ่มเหตุการณ์ต่าง ๆ ในอดีตเป็นเรื่องยากและหมิ่นเหม่ต่อความรู้สึกขัดแย้งเกลียดชัง แต่ก็มีคามจำเป็นที่จะต้องอธิบายให้เข้าใจตรงกัน อารยประเทศทั้งหลายจึงเลือกที่จะให้มีการศึกษาประวัติศาสตร์ที่ถูกต้องตั้งแต่เยาว์วัย เมื่อเติบโตเป็นผู้ใหญ่จะได้ไม่ขัดแย้งกันอีก กรณีสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ก็เช่นเดียวกัน น่าจะถึงเวลาที่ทุกฝ่ายหันมาศึกษาเรียนรู้และเป็นเจ้าของประวัติศาสตร์ร่วมกัน ความรุนแรงบาดหมางต่าง ๆ ที่เคยมีมาและกำลังเป็นอยู่อาจบรรเทาเบาบางลงได้หากได้เข้าใจซึ่งกันและกัน คิดว่าต่างฝ่ายต่างเข้าใจและถือประวัติศาสตร์กันคนละฉบับแล้วราคันน้ำมันจุไฟโยนใส่กันและกันคงเช่นที่เป็นอยู่ทุกวันนี้

อนึ่งจากสถานการณ์ความรุนแรงของเหตุการณ์ได้ลุกลามส่งผลถึงจังหวัดใกล้เคียงรัฐบาล จึงได้ประกาศให้จังหวัดชายแดนภาคใต้ หมายความว่ารวมถึง จังหวัดปัตตานี ยะลา นราธิวาส สตูล และสงขลา

สถานการณ์ความรุนแรงในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้เป็นปัญหาที่มีลักษณะละเอียดอ่อน หลากหลาย และซับซ้อน การจัดการปัญหาจึงต้องเร่งแก้ไขให้เกิดความสงบด้วยความเป็นเอกภาพทางยุทธศาสตร์การรักษาความมั่นคงของรัฐ ในการบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ.2548-2551 เพื่อประชาชนทุกเชื้อชาติและศาสนาในจังหวัดชายแดนภาคใต้มีความเข้าใจถูกต้องตรงกัน และพร้อมที่จะเผชิญหน้าวิกฤตการณ์ร่วมกัน

การแก้ไขปัญหาคความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้อย่างยั่งยืน จำเป็นต้องสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกันในประเด็นสังคมพหุวัฒนธรรม (Multi — Cultural Society) ที่มีพัฒนาการยาวนานตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ปฏิกริยาของประชาชนที่แสดงออกมาในรูปแบบของการต่อต้านรัฐ การก่อความไม่สงบ โดยนำเอาประเด็นทางประวัติศาสตร์ความแตกต่างทางสังคมและวัฒนธรรมมาปลุกปั่นให้เกิดความแปลกแยกจากรัฐ จนอาจนำไปสู่ปัญหาที่รุนแรงและห่างไกลจากความหวังที่จะก่อให้เกิดสันติภาพและความมั่นคงในพื้นที่



การประชาสัมพันธ์สามจังหวัดชายแดนภาคใต้

ภายหลังจากเหตุการณ์ความรุนแรงกรณีการลักลอบเข้าโจมตีค่ายทหารที่จังหวัดนราธิวาสของกลุ่มก่อการร้ายเมื่อวันที่ 4 มกราคม พ.ศ.2547 เป็นต้นมา หลายหน่วยงานได้ระดมสรรพกำลังเข้าไปช่วยเหลือสนับสนุนเพื่อให้สถานการณ์คลี่คลายไปในทางที่ดีขึ้น แต่ดูเหมือนว่ากลับจะมีปัญหามากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ในส่วนของการสื่อสารประชาสัมพันธ์นั้นนับว่ามีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากว่าสามารถที่จะส่งผลกระทบทั้งทางบวกและลบ ยิ่งหากประชาชนเกิดความเชื่อถือนในข้อมูลข่าวสารจากช่องทางหลากหลายโดยขาดการไตร่ตรองหรือเป็นข้อมูลที่ตรงกันข้ามกับความเป็นจริงแล้วยิ่งจะทำให้เกิดความเข้าใจผิด จนกลายเป็นความเชื่อซึ่งยากที่จะลบล้างได้ กรมประชาสัมพันธ์เป็นอีกหน่วยงานหนึ่งของรัฐที่ได้ทำหน้าที่สื่อสารประชาสัมพันธ์สร้างความเข้าใจโดยใช้สื่อประชาสัมพันธ์ทั้งวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และสื่ออีกหลายรูปแบบทั้งในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ ส่วนกลางและทุกภูมิภาค แม้กระทั่งต่างประเทศ

จากผลการดำเนินงานที่ผ่านมาได้บูรณาการกับหลายหน่วยงานทั้งพลเรือน ตำรวจ ทหารปกครอง และเครือข่ายเอกชน ประชาชนกลุ่มต่าง ๆ โดยกระทำอย่างต่อเนื่อง แม้จะมีปัญหาอุปสรรคมากมาย แต่ก็สามารถดำเนินการได้ดีระดับหนึ่ง

ดังนั้น เพื่อความเข้มข้นของการสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่ต้องอาศัยข้อมูลข่าวสารเนื้อหาอย่างเป็นระบบ ตอบสนองนโยบายรัฐบาล กรมประชาสัมพันธ์จึงได้จัดทำ "หนังสือการแก้ไขปัญหาคาใจด้วยการประชาสัมพันธ์" ขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บุคลากรได้ใช้เป็นแนวทางในการประชาสัมพันธ์เชิงลึกอย่างจริงจัง เปิดเผย ค่อเนื่อง ซึ่งเป็นหัวใจหลักของการประชาสัมพันธ์

การจะประชาสัมพันธ์อย่างได้ผลจริงจังนั้น นอกเหนือจากรัฐบาล ผู้บังคับบัญชาจะต้องเอาใจใส่สนับสนุน ส่งเสริมอย่างจริงจังทั้งงบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ ความเจริญก้าวหน้าในวิชาชีพแล้ว ตัวผู้ปฏิบัติงานเองต้องมีใจรัก พร้อมที่จะทุ่มเท เสียสละ หมั่นศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมอยู่ตลอดเวลาและรู้จักใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ในการประชาสัมพันธ์สู่กลุ่มเป้าหมาย

บทที่ 2 หลักการและกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ คือ การสร้างความเข้าใจอันดี โดยใช้สื่อทุกรูปแบบ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานของรัฐกับประชาชน และระหว่างประชาชนกับหน่วยงานของรัฐ ทั้งนี้ การประชาสัมพันธ์จะต้องดำเนินการอย่างจริงจัง ต่อเนื่อง โดยยึดหลักความจริงเป็นหลัก

วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ มี 3 ประการคือ

1. ป้องกันชื่อเสียงมิให้เสื่อมเสีย ทั้งนี้หน่วยงานต่าง ๆ จะต้องประชาสัมพันธ์เชิงรุก โดยเผยแพร่ผลงาน ชี้แจงเหตุผลในการดำเนินการต่าง ๆ ทั้งก่อน ระหว่างหรือภายหลังดำเนินการโครงการต่าง ๆ
2. ก่อให้เกิดความเข้าใจอันดี ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์จะต้องคำนึงถึง การเกิดความเข้าใจอันดีระหว่างกันและกัน
3. แก้ไขความผิดพลาดหรือกฎระเบียบต่าง ๆ ปัญหาความไม่เข้าใจกันอย่างหนึ่งคือระบบราชการมักจะอ้างกฎ ระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ จึงทำให้การปฏิบัติงานขาดความรวดเร็วไม่ทันการ จึงเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้เกิดความเข้าใจผิดเสมอ ฉะนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องแก้ไขกฎระเบียบต่าง ๆ

กระบวนการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนคือ

1. การศึกษา สำรวจ วิจัย เป็นขั้นตอนแรกของการประชาสัมพันธ์ กล่าวคือ การจะดำเนินการต่าง ๆ จะต้องศึกษา สำรวจ วิจัย ปัญหา ทศนคติของเจ้าหน้าที่ ประชาชน ชุมชน หน่วยงานต่าง ๆ ว่ามีแนวคิดเกี่ยวกับงาน คน หน่วยงานต่าง ๆ ของเราในทางบวก ทางลบอย่างไร ทั้งนี้เพื่อเป็นข้อมูลในการดำเนินการขั้นต่อไป
2. การวางแผน เมื่อทราบปัญหา ทศนคติต่าง ๆ แล้ว จะต้องมีการวางแผนว่าจะดำเนินการรณรงค์อย่างไร เช่น วัน เวลา สถานที่ดำเนินการ กิจกรรมการใช้วัสดุ อุปกรณ์ กำลังคน งบประมาณ ฯลฯ เพื่อให้งานออกมามีประสิทธิภาพเป็นไปตามวัตถุประสงค์
3. การดำเนินการ เป็นขั้นตอนในการใช้สื่อ ช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมเกิดประโยชน์สูงสุด เช่น การนำชมสถานที่ จัดหน่วยประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ เผยแพร่ข่าว กิจกรรมผ่านสื่อมวลชนต่าง ๆ ฯลฯ
4. การประเมินผล สามารถประเมินผลการดำเนินงานได้ตลอดเวลาทั้งก่อนดำเนินการในระหว่างดำเนินงานหรือสิ้นสุดโครงการแล้ว ทั้งนี้เพื่อให้กิจกรรมนั้นประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่สุด

ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้นจะต้องยึดหลัก S M C R กล่าวคือ

1. Source หรือตัวเรา จะต้อง

1.1 มีความรู้ คือจะต้องรู้เรื่อง

- การประชาสัมพันธ์และมีทักษะ ประสิทธิภาพการสื่อสาร ถ่ายทอดพอสมควร
- บทบาทหน้าที่ ภารกิจหน่วยงานของเรา

- หน้าหลัก หน้าสำรอง ของเรา
- งานที่เราจะไปดำเนินการ และสภาพชุมชน แวดล้อมต่าง ๆ

1.2 มีความเข้าใจ คือจะต้องเข้าใจ

- จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส อุปสรรค ในการดำเนินงาน
- เจ้าหน้าที่ทุกคนในหน่วยงานมีความเข้าใจ สามารถอธิบาย ชี้แจง ได้ตอบได้ และมีเป้าหมายการทำงานอันเดียวกัน
- ชีตจำกัดในการดำเนินงาน เช่น กำลังคน งบประมาณ กฎระเบียบ ฯลฯ

2. Message หรือ เนื้อหา จะต้อง

- ศึกษา ค้นคว้า เนื้อหาสาระให้แม่นยำ สามารถอ้างอิงได้
- สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้
- สามารถเชื่อมโยงการดำเนินงานกับหน่วยงานอื่น

3. Channel หรือ ช่องทางการสื่อสาร มีมากมาย เช่น วิทยุ โทรศัพท์ หนังสือพิมพ์ การแข่งขัน การประกวด การพาชมสถานที่ การจัดหน่วยชุมชนสัมพันธ์ ฯลฯ ซึ่งการจะใช้ช่องทางใดในการสื่อสารนั้น ควรคำนึงถึง

- 3.1 ความเหมาะสมกับสภาพพื้นที่ ชุมชน ผู้คน
- 3.2 การรับรู้ ความเข้าใจของผู้คน
- 3.3 ประสิทธิภาพ ประสิทธิผล การเกิดประโยชน์สูงสุดและประหยัด

4. Receiver หรือผู้รับสาร มีความสำคัญที่สุดเนื่องจากเป็นจุดสุดท้ายในการสื่อสาร ซึ่งสามารถประเมินผลได้ว่าการประชาสัมพันธ์นั้นประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์หรือไม่

ช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ

เพื่อให้การประชาสัมพันธ์ดำเนินไปอย่างราบรื่น เกิดประโยชน์สูงสุดบรรลุวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมายที่ตั้งไว้ การเลือกช่องทางการประชาสัมพันธ์ (Channel) ที่ถูกต้องนับว่ามีความสำคัญที่สุดในที่นี้จะกล่าวถึงช่องทางการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร และช่องทางการประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์กร ดังนี้

1. ช่องทางการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ประกอบด้วย

1.1 กิจกรรมประจำ

- 1.1.1 สื่อบุคคล การสนทนา พูดคุย การติดต่อ-สอบถาม โทรศัพท์ภายใน
- 1.1.2 สื่อสิ่งพิมพ์ แผ่นพับ แผ่นปลิว จดหมายข่าว จดหมายเวียนคู่มือหนังสือเผยแพร่เล่มเล็ก เอกสาร แนะนำ จดหมายข่าวรายวันจดหมายข่าวรายสัปดาห์ อนุสาร วารสาร นิตยสาร
- 1.1.3 สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เสียงตามสาย อินเทอร์เน็ต
- 1.1.4 สื่ออื่น ๆ ป้ายประกาศภายใน ป้ายประกาศใหญ่ภายนอก ตู้อาการ ข้อมูล ข่าวสาร สติกเกอร์ กล่องรับความคิดเห็นคำขวัญ

1.2 กิจกรรมพิเศษ

- 1.2.1 สื่อบุคคล การบรรยาย การปาฐกถา การประชุม การสัมมนา การอภิปรายการฝึกอบรม
- 1.2.2 สื่อสิ่งพิมพ์ สิ่งพิมพ์เฉพาะกิจต่าง ๆ (แผ่นพับ แผ่นปลิว คู่มือ ฯลฯ) จดหมายข่าว จดหมายเวียน หนังสือพิมพ์กำแพง ปฏิทิน อนุทิน สมุดฉีก