

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

โดยที่การปกครองของประเทศไทยในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข ได้ดำเนินการมากกว่า 75 ปี นับตั้งแต่ 24 มิถุนายน 2475 เป็นต้นมา ได้มีความเคลื่อนไหวทางการเมืองเกิดขึ้นเป็นระยะ ไม่ว่าจะเป็นการประกาศใช้และแก้ไขเพิ่มเติมรัฐธรรมนูญหลายครั้ง เพื่อให้เหมาะสมกับสถานการณ์ของบ้านเมืองและยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป และเมื่อวันศุกร์ที่ 3 พฤศจิกายน 2549 รัฐบาลโดยพลเอกสุรยุทธ์ จุลานนท์ นายกรัฐมนตรี ได้แถลงนโยบายต่อสภานิติบัญญัติแห่งชาติ เกี่ยวกับนโยบายปฏิรูปการเมือง การปกครองและการบริหารว่า การเมืองเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การบริหารราชการแผ่นดินเป็นไปอย่างราบรื่น สะท้อนความต้องการของประชาชน แต่สถานการณ์ทางการเมืองและการบริหารในช่วงเวลาที่ผ่านมา ก่อให้เกิดวิกฤตต่อศรัทธาประชาชน ดังนั้น เพื่อแก้วิกฤตทางการเมืองและการบริหาร รัฐบาลจึงกำหนด นโยบายสนับสนุนการจัดทำรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ฉบับถาวร เพื่อปฏิรูปการเมือง โดยเน้นความสำคัญที่ทำให้ประชาชนในทุกระดับมีส่วนร่วม รวมทั้งส่งเสริมและจัดให้มีการรับฟังความคิดเห็นจากประชาชนอย่างกว้างขวางทุกชั้นตอน

กรมประชาสัมพันธ์ซึ่งเป็นหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลมีหน้าที่เสริมสร้างความเข้าใจระหว่างหน่วยงานรัฐกับประชาชนและระหว่างประชาชนกับประชาชนด้วยกันโดยวิธีการให้ความรู้ ความเข้าใจ ข้อเท็จจริงและในขณะเดียวกัน รับฟังความคิดเห็นของประชาชนเพื่อเสนอรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ ยังทำหน้าที่ชักจูงประชาชนเพื่อก่อให้เกิดความร่วมมือแก่รัฐบาล หน่วยงานราชการต่างๆ ตามแนวทางที่ถูกที่ควรในระบอบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข โดยมีกรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นที่ตั้งสำนักงานใหญ่อยู่ในกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ ยังมีสำนักประชาสัมพันธ์เขต (สปข.) อีก 8 สำนัก ได้แก่

1. สำนักประชาสัมพันธ์เขต 1 (สปข.1) ที่จังหวัดขอนแก่น
2. สำนักประชาสัมพันธ์เขต 2 (สปข.2) ที่จังหวัดอุบลราชธานี
3. สำนักประชาสัมพันธ์เขต 3 (สปข.3) ที่จังหวัดลำปาง
4. สำนักประชาสัมพันธ์เขต 4 (สปข.4) ที่จังหวัดพิษณุโลก
5. สำนักประชาสัมพันธ์เขต 5 (สปข.5) ที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี
6. สำนักประชาสัมพันธ์เขต 6 (สปข.6) ที่จังหวัดสงขลา
7. สำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 (สปข.7) ที่จังหวัดระยอง
8. สำนักประชาสัมพันธ์เขต 8 (สปข.8) ที่จังหวัดกาญจนบุรี

นอกจากนี้ ยังมีสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด ในทุกจังหวัดทั่วประเทศ ดังนั้น เพื่อให้การเผยแพร่ ประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วมของกรมประชาสัมพันธ์ สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล กรมประชาสัมพันธ์ จึงได้จัดโครงการ การประชาสัมพันธ์สนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการร่างรัฐธรรมนูญผ่านสื่อ ต่าง ๆ กำหนดเป็นยุทธศาสตร์ในการจัดทำแผนและงบประมาณประจำปี 2550 โดยมอบหมายให้สำนัก พัฒนาการประชาสัมพันธ์ เป็นผู้รับผิดชอบในการกำหนดกิจกรรมต่าง ๆ มีระยะเวลาดำเนินการตั้งแต่เดือน ตุลาคม 2549 ถึงเดือน กันยายน 2550 เป็นแนวทางการปฏิบัติงาน เพื่อให้โครงการบรรลุวัตถุประสงค์ โดย ผ่านสื่อต่าง ๆ ที่อยู่ในความรับผิดชอบ เช่น สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ สื่อบุคคล สื่อพื้นบ้าน สื่อเฉพาะกิจ ฯลฯ เพื่อสร้างจิตสำนึก ให้ความรู้ ความเข้าใจ กระตุ้นให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ไปใช้สิทธิ์ด้วยความเข้าใจ ไม่ตก อยู่ภายใต้อิทธิพลของผู้ใด

#### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์สนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนใน การร่างรัฐธรรมนูญผ่านสื่อต่าง ๆ
2. เพื่อศึกษาปัญหา/อุปสรรค ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์สนับสนุนการมีส่วนร่วมของ ประชาชนในการร่างรัฐธรรมนูญผ่านสื่อต่าง ๆ ของกรมประชาสัมพันธ์

#### ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูล จากผู้บริหาร และผู้ปฏิบัติงานที่รับผิดชอบโครงการ ฯ จาก 2 ส่วน ดังนี้

1. ส่วนกลาง ประกอบด้วย กรมประชาสัมพันธ์ สถานีวิทยุกระจายเสียง สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่ง ประเทศไทย

2. ส่วนภูมิภาค ประกอบด้วยสำนักประชาสัมพันธ์ เขต 1 ถึง เขต 8 ได้แก่

- 2.1 สำนักประชาสัมพันธ์เขต 1 (สปข.1) ที่จังหวัดขอนแก่น
- 2.2 สำนักประชาสัมพันธ์เขต 2 (สปข.2) ที่จังหวัดอุบลราชธานี
- 2.3 สำนักประชาสัมพันธ์เขต 3 (สปข.3) ที่จังหวัดลำปาง
- 2.4 สำนักประชาสัมพันธ์เขต 4 (สปข.4) ที่จังหวัดพิษณุโลก
- 2.5 สำนักประชาสัมพันธ์เขต 5 (สปข.5) ที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี
- 2.6 สำนักประชาสัมพันธ์เขต 6 (สปข.6) ที่จังหวัดสงขลา
- 2.7 สำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 (สปข.7) ที่จังหวัดระยอง
- 2.8 สำนักประชาสัมพันธ์เขต 8 (สปข.8) ที่จังหวัดกาญจนบุรี

**นิยามศัพท์**

**การประเมินผล** หมายถึง การวิเคราะห์ เปรียบเทียบการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ความรู้ ความเข้าใจ ความคิดเห็นของประชาชนต่อการประชาสัมพันธ์การร่างรัฐธรรมนูญ ของกรมประชาสัมพันธ์ รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคของนักประชาสัมพันธ์ระดับปฏิบัติการและผู้บริหารสื่อประชาสัมพันธ์ หัวหน้าฝ่ายรายการวิทยุกระจายเสียง หัวหน้าฝ่ายรายการวิทยุโทรทัศน์ของกรมประชาสัมพันธ์ สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย และสำนักประชาสัมพันธ์เขต 1 ถึง เขต 8

**ผู้ส่งสาร** หมายถึง ผู้วางแผนประชาสัมพันธ์การจัดทำร่างรัฐธรรมนูญของกรมประชาสัมพันธ์

**นักประชาสัมพันธ์** หมายถึง บุคลากรผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์โครงการประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการมีส่วนร่วมในการร่างรัฐธรรมนูญ

**ผู้บริหารสื่อประชาสัมพันธ์**

หมายถึง บุคลากรผู้ทำหน้าที่การบริหารการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์โครงการประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการมีส่วนร่วมในการร่างรัฐธรรมนูญ

**ผู้รับสาร** หมายถึง ประชาชนชาวไทยที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และจังหวัดที่เป็นที่ตั้งของสำนักประชาสัมพันธ์เขต (สปข.) 1 – 8 ของ กรมประชาสัมพันธ์ ได้แก่ จังหวัด ขอนแก่น อุบลราชธานี เชียงใหม่ พิษณุโลก สุราษฎร์ธานี สงขลา จันทบุรี และ กาญจนบุรี โดยเป็นผู้ที่มี สิทธิออกเสียงลงประชามติ ในวันที่ 19 สิงหาคม 2550

### สำนักประชาสัมพันธ์เขต

หมายถึง หน่วยงานราชการที่กำกับดูแลสื่อประชาสัมพันธ์ของรัฐรวมทั้งสื่อทาง วิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุโทรทัศน์ที่ผลิตรายการต่างๆ โดยมีชื่อเรียกย่อๆ ว่า สปข. ซึ่งมีทั้งหมด 8 เขต ได้แก่ สปข. 1 (ขอนแก่น) สปข.2 (อุบลราชธานี) สปข.3 (เชียงใหม่) สปข.4 (พิษณุโลก) สปข. 5 (สุราษฎร์ธานี) สปข. 6 (สงขลา) สปข. 7 (จันทบุรี) และ สปข. 8 (กาญจนบุรี)

**สื่อประชาสัมพันธ์** หมายถึง สื่อและกิจกรรมต่าง ๆ ที่ใช้ดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โครงการ ประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการมีส่วนร่วมในการร่างรัฐธรรมนูญ ประกอบด้วยกิจกรรม ต่าง ๆ โดยจำแนกประเภทสื่อเป็น 3 ประเภท คือ

1. **สื่อมวลชน** หมายถึง สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุ โทรทัศน์ ป้ายประชาสัมพันธ์ โปสเตอร์ โปสการ์ด แผ่นซีดี สื่อ อินเทอร์เน็ต โดยเป็นสื่อที่ทุกพื้นที่ใช้บ่อย
2. **สื่อบุคคล** หมายถึง ผู้นำชุมชน ปราชญ์ชาวบ้าน อาสาสมัคร นักวิชาการ
3. **สื่อเฉพาะกิจ** หมายถึง สื่อที่กรมประชาสัมพันธ์และสำนัก ประชาสัมพันธ์เขตใช้ประชาสัมพันธ์เฉพาะพื้นที่การดำเนิน โครงการประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการมีส่วนร่วมในการร่าง รัฐธรรมนูญ เท่านั้น ได้แก่ สื่อพื้นบ้าน รถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ และคอนเสิร์ต

## ประโยชน์คาดว่าจะได้รับ

1. กรมประชาสัมพันธ์และสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) สามารถนำข้อมูลที่ได้รับเป็นแนวทางในการวางแผนเพื่อเผยแพร่และรณรงค์ทางการเมืองในระดับประเทศและระดับท้องถิ่นอย่างมีประสิทธิภาพ
2. ผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์สำหรับผู้บริหารในการวางแผนกิจกรรมในการจัดทำยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในการรณรงค์การเลือกตั้งตามระบอบประชาธิปไตยต่อไป
3. ผลการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ในการใช้ข้อมูลเพื่อการอ้างอิงในการวิจัยการประชาสัมพันธ์เพื่อการพัฒนา
4. ผลของการวิจัยครั้งนี้สามารถใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการศึกษาวิจัยในเรื่องลักษณะเดียวกันกับสื่อมวลชนประเภทอื่น ๆ ต่อไป

