

## กระบวนทัศน์การสื่อสารเพื่อการรณรงค์ส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมือง ของประชาชน

### The Paradigm of Campaign Communication to Promote People's Political Participation

ชมพูนุท นุตาคม<sup>1</sup> และ เสรี วงษ์มณฑา<sup>2</sup>

คณะวิทยาการจัดการ<sup>1</sup> และ บัณฑิตวิทยาลัย<sup>2</sup> มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

E-mail : ch\_nutakom@hotmail.com

---

#### บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์การดำเนินงานรณรงค์ส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน โดยสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง สถาบันพระปกเกล้า กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น และ คณะกรรมการรณรงค์เพื่อประชาธิปไตย เพื่อศึกษาแนวทางการดำเนินงานรณรงค์ส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน พัฒนาและสร้างกระบวนทัศน์การสื่อสารเพื่อการรณรงค์ส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน และแสวงหาแนวทางในการเพิ่มศักยภาพการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน โดยใช้วิธีการศึกษาเอกสาร การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผลการศึกษามีดังนี้ 1) องค์การทั้ง 4 องค์การดำเนินการรณรงค์ส่งเสริมการมีส่วนร่วมตามพันธกิจและใช้เครื่องมือรณรงค์หลายประเภท 2) แนวทางการดำเนินงานรณรงค์ส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองควรประกอบด้วยสาระสำคัญ 7 ประการคือ การออกแบบการรณรงค์ กลุ่มเป้าหมายของการรณรงค์ เครื่องมือที่ใช้ในการรณรงค์ เนื้อหาสาระของการรณรงค์ กลยุทธ์การรณรงค์ ปัจจัยเอื้ออำนวยความสำเร็จของการรณรงค์ และบทบาทขององค์กรในสังคม 3) กระบวนทัศน์การสื่อสารเพื่อการรณรงค์ส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนควรมีลักษณะเป็นการสื่อสารจากองค์กรรณรงค์เพื่อถ่ายทอดเนื้อหา รณรงค์ไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านเครื่องมือหลายประเภท 4) แนวทางการเพิ่มศักยภาพการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ประกอบด้วย การสร้างกลไกเกื้อหนุน CREAM และการสื่อสารรณรงค์ด้วยกระบวนทัศน์ Circle of 4 (BEST CAMPAIGN)

### Abstract

This study has four objectives: 1) to analyse the campaign communication for promoting people's political participation implemented by Election Commission of Thailand, King Prajadhipok's Institute, Department of Local Administration and Campaign for Popular Democracy, 2) to study campaign implementation for promoting people's political participation, 3) to develop and create a paradigm of campaign communication to promote people's political participation, and 4) to search for methods to increase the potential of people's political participation. Data collecting was undertaken through documentary research, informal interview and indepth interview. The results were as follows : 1) four organizations implemented the campaign for promoting political participation as their mission and used several campaign tools, 2) there are seven key factors i.e. campaign design, target groups, tools, message, strategies, accomplishment factors, and organizations' roles in society, for campaign implementation to promote people's political participation, 3) the paradigm of campaign communication to promote people's political participation is characterized in transferring messages or campaign issues from campaign organizers to target groups via various media, and 4) the methods for increasing the potential of political participation are CREAM and Circle of 4 (BEST CAMPAIGN).

### บทนำ

การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนเป็นหลักการสำคัญของการพัฒนาการเมืองในอารยประเทศที่มีระบอบการปกครองแบบประชาธิปไตย ซึ่งตามนัยของการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนตามระบอบการปกครองแบบประชาธิปไตยหมายถึง การกำหนดตัวผู้ปกครองโดยผ่านกระบวนการเลือกตั้ง การผลักดันการตัดสินใจของรัฐบาล การรวมตัวเรียกร้องต่อรอง การวิพากษ์วิจารณ์รัฐบาล การชุมนุมเคลื่อนไหวกว้างขวางในทางสนับสนุนหรือคัดค้านรัฐบาล (สมบัติ ชำรงชัยวงศ์, 2546: 374 ) สำหรับประเทศไทยนั้น สิทธิการมีส่วนร่วมของประชาชนได้มีการบัญญัติไว้ในรัฐธรรมนูญและกฎหมายที่เกี่ยวข้องมานานหลายทศวรรษ แต่มีสภาพจำกัดเนื่องจากเกิดการปฏิวัติรัฐประหารล้มล้างรัฐธรรมนูญบ่อยครั้ง ทำให้การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนกระทำได้เพียงระยะเวลาสั้นๆ (วัชรวิทย์ ไชยสาร, 2545: 51) จนกระทั่งมีรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2540 ที่ได้มีการปรับเปลี่ยนในเรื่องโครงสร้างทางการเมือง ตลอดจนการคุ้มครองสิทธิเสรีภาพของประชาชนซึ่งมีผลให้มีการเปลี่ยนแปลงไปสู่การเพิ่มบทบาทให้ประชาชนเข้ามามีสิทธิมีส่วนร่วมในกิจการบ้านเมืองในเรื่องการออกเสียงเลือกตั้งระดับชาติและระดับท้องถิ่น การตั้งพรรคการเมือง การออกเสียงแสดงประชามติ การรับฟังความคิดเห็นสาธารณะโดยวิธีประชามติ การเข้าชื่อเสนอกฎหมาย

การเข้าซื้ออสังหาริมทรัพย์จากผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมือง การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และการมีส่วนร่วมในการปกครองส่วนท้องถิ่น

เมื่อพิจารณาถึงแนวทางและรูปแบบการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนไทย พบว่าการมีส่วนร่วมทางการเมืองที่แสดงออกอย่างเป็นรูปธรรมมากที่สุดคือการ ไปเลือกตั้ง แต่อัตราการไปเลือกตั้งยังอยู่ในระดับต่ำเนื่องจากประชาชนยังขาดความรู้ความเข้าใจและขาดการตระหนักในคุณค่าของระบอบประชาธิปไตยแม้กระทั่งในกรุงเทพมหานครซึ่งประชาชนมีฐานะทางเศรษฐกิจและระดับการศึกษาเฉลี่ยสูงสุดในประเทศ (สมบัติ ช่างชัยวงศ์, 2546: 407) นอกจากนั้น คือการเป็นสมาชิกพรรคการเมือง การบริจาคเงินแก่พรรคการเมือง การรวมตัวเพื่อผลักดันการตัดสินใจในนโยบายและการดำเนินการของรัฐบาล จึงอาจกล่าวได้ว่าการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนยังอยู่ในวงจำกัด ความก้าวหน้าของการมีส่วนร่วมของประชาชนมีไม่มากนัก แม้ว่ารัฐธรรมนูญเปิดพื้นที่ให้แต่ในทางปฏิบัติไม่เกิดผล เช่น การทำประชาพิจารณ์ สิทธิการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของราชการ หรือการเสนอกฎหมาย (นิธิ เอียวศรีวงศ์, 2544: 31)

อย่างไรก็ตาม การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนนั้นเกิดจากปัจจัยเอื้ออำนวยหลายประการ แม้ว่ารัฐธรรมนูญจะได้มีการบัญญัติถึงสิทธิการมีส่วนร่วมของประชาชนในระบอบประชาธิปไตยไว้อย่างกว้างขวางเพียงใด หากประชาชนไม่เข้าใจ ไม่ตระหนักถึงความสำคัญ ไม่มีจิตสำนึกและวิถีชีวิตแบบประชาธิปไตย การมีส่วนร่วมทางการเมืองตามอุดมการณ์ประชาธิปไตยย่อมไม่อาจเกิดขึ้นได้อย่างแท้จริง ดังนั้น ระบอบประชาธิปไตยในประเทศไทยต้องเพิ่มระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนอีกมากเพื่อส่งเสริมให้ภาคประชาชนเข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองมากขึ้น (เสกสรร ประเสริฐกุล, 2548: 127) ซึ่งการที่ประชาชนจะมีพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองอย่างเป็นรูปธรรมได้นั้น ประชาชนในทุกระดับต้องมีความรู้ความเข้าใจด้านการเมือง เข้าใจถึงสิทธิความเป็นพลเมือง มีความสำนึกถึงการเป็นส่วนหนึ่งของระบบการเมืองและกระตือรือร้นที่จะร่วมมีบทบาทในทางการเมือง โดยที่ประชาชนต้องได้รับการกระตุ้นเร่งเร้า และเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ด้วยกลไกการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากการสื่อสารมีบทบาทสำคัญในการทำให้ประชาชนรับรู้ข่าวสารด้านการเมือง มีความรู้ความเข้าใจสภาพทางการเมือง และทำให้ประชาชนแสดงความคิดเห็นหรือแสดงออกทางการเมือง (McNair, 2003: 6) เมื่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนดำเนินไปอย่างกว้างขวางและเข้มแข็ง ในทุกระดับย่อมนำไปสู่การพัฒนาทางการเมืองของประเทศต่อไป

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อวิเคราะห์การดำเนินงานรณรงค์ส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน โดยสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง สถาบันพระปกเกล้า กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น และคณะกรรมการรณรงค์เพื่อประชาธิปไตย
2. เพื่อศึกษาแนวทางการดำเนินงานรณรงค์ส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน
3. เพื่อพัฒนาและสร้างกระบวนการทัศนัยการสื่อสารเพื่อการรณรงค์ส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน
4. เพื่อแสวงหาแนวทางในการเพิ่มศักยภาพการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน

### วิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่องนี้ใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งสำคัญ 2 แหล่ง คือข้อมูลจากเอกสารของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง สถาบันพระปกเกล้า กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น และคณะกรรมการรณรงค์เพื่อประชาธิปไตย และวิเคราะห์ให้ทราบถึงการดำเนินงานรณรงค์ส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของ 4 องค์กรดังกล่าว และข้อมูลจากบุคคลที่เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก (key informants) ด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (informal interview) กับผู้บริหารองค์กรทั้ง 4 องค์กร จำนวน 8 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานรณรงค์ส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของแต่ละองค์กร และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (indepth interview) กับผู้ทรงคุณวุฒิด้านการสื่อสารเพื่อการรณรงค์และด้านการมีส่วนร่วมทางการเมือง จำนวน 20 คน ซึ่งประกอบด้วยนักวิชาการด้านการสื่อสาร นักรณรงค์ นักวิชาการด้านการเมือง นักการเมือง และสื่อมวลชน เพื่อทราบทัศนัยเกี่ยวกับการรณรงค์ส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมือง

### ผลการศึกษา

จากการรวบรวมข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เอกสารและการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก 2 กลุ่ม ได้ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ตามลำดับดังนี้

1. การดำเนินงานรณรงค์ส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน โดยสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง สถาบันพระปกเกล้า กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น และคณะกรรมการรณรงค์เพื่อประชาธิปไตย

1.1 สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งดำเนินการรณรงค์ส่งเสริมให้ประชาชนไปเลือกตั้งและเข้ามีส่วนร่วมในกระบวนการเลือกตั้ง ทั้งการเลือกตั้งระดับชาติและระดับท้องถิ่นซึ่งถือเป็นภารกิจหลัก ส่วนการส่งเสริมอื่นๆ ที่เป็นภารกิจรอง คือ การเข้าชื่อเสนอกฎหมาย การเข้าชื่อถอดถอน การเสนอความเห็นในโครงการสาธารณะ และการเข้าเป็นสมาชิกพรรคการเมือง

กลุ่มเป้าหมายของการรณรงค์ได้แก่ ประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้ง อาสาสมัคร กต. องค์กรเอกชน นักเรียนนิสิตนักศึกษา ประชาคมจังหวัด และสื่อมวลชน

เนื้อหาสาระของการรณรงค์จะเป็นเรื่องประชาธิปไตย สิทธิและหน้าที่ของประชาชน ตามรัฐธรรมนูญ ข่าวสารการเลือกตั้ง วิธีการเลือกตั้ง การไม่ซื้อสิทธิขายเสียง ใช้เครื่องมือรณรงค์เช่น การจัดกิจกรรม การขอความร่วมมือจากองค์กรต่างๆ ร่วมรณรงค์ การใช้สื่อรณรงค์และเผยแพร่ ส่วนกลยุทธ์การรณรงค์มุ่งเน้นวิธีการที่ทำให้ผู้มีสิทธิเลือกตั้งรับรู้ด้วยการได้ยิน ได้เห็นเป็นหลัก และ สื่อสารรณรงค์ในประเด็นที่ทำให้ประชาชนสนใจด้วยรูปแบบและเนื้อหา

1.2 สถาบันพระปกเกล้าดำเนินการรณรงค์ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจถึงความสามารถในการเข้ามีส่วนร่วมของประชาชนตามระบอบประชาธิปไตย รณรงค์ส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองตามสถานการณ์และช่วงเวลา กลุ่มเป้าหมายของการรณรงค์ได้แก่ สมาชิกรัฐสภา ผู้บริหารองค์กรภาครัฐและภาคเอกชน ข้าราชการ ผู้บริหารพรรคการเมือง นักการเมือง สื่อมวลชน นักเรียนนิสิตนักศึกษา และประชาชนทั่วไป

เนื้อหาสาระของการรณรงค์คือเรื่องการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตย สิทธิและหน้าที่ของพลเมือง จิตสำนึกสาธารณะ การตรวจสอบอำนาจรัฐ การบริหารราชการแผ่นดิน การปกครองท้องถิ่น เครื่องมือรณรงค์ที่ใช้ เช่น การจัดอบรม การจัดทำโครงการพิเศษ การร่วมมือกับองค์กรอื่น การใช้สื่อเผยแพร่และรณรงค์ กลยุทธ์ที่ใช้คือการสร้างเครือข่ายภายในประเทศ แสวงหานวัตกรรมและความคิดใหม่เพื่อกำหนดกลุ่มเป้าหมายและเทคนิควิธีที่เหมาะสม ใช้การฝึกอบรมเป็นเครื่องมือหลักในการเผยแพร่ประชาธิปไตยและการมีส่วนร่วม

1.3 กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นดำเนินการส่งเสริมการไปเลือกตั้ง การแสดงความคิดเห็น การมีส่วนร่วม ในการบริหารงบประมาณของท้องถิ่น การถอดถอนผู้บริหารและสมาชิกขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การทำประชาพิจารณ์ในโครงการต่างๆ ของท้องถิ่น กลุ่มเป้าหมายของการรณรงค์ คือ ประชาชนในท้องถิ่นและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

เนื้อหาสาระของการรณรงค์จะเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สิทธิของประชาชนและการมีส่วนร่วม ข่าวสารการเลือกตั้ง ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมและโครงการของท้องถิ่น ใช้เครื่องมือรณรงค์ เช่น การสื่อสารผ่านองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การจัดกิจกรรม กระตุ้นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และการใช้สื่อเผยแพร่

1.4 คณะกรรมการรณรงค์เพื่อประชาธิปไตยดำเนินการรณรงค์ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในเรื่องการเลือกตั้ง การเสนอกฎหมาย การเสนอถอดถอน การทำประชาพิจารณ์ การรวมกลุ่มเคลื่อนไหวผลักดันภาครัฐ โดยกลุ่มเป้าหมายสำคัญคือประชาชนในท้องถิ่นและประชาชนชั้นกลาง

เนื้อหาสาระของการรณรงค์ เป็นเนื้อหาเกี่ยวกับรัฐธรรมนูญ สิทธิเสรีภาพของประชาชน ระบอบประชาธิปไตยและการปฏิรูปการเมือง การตรวจสอบนักการเมือง ความรู้เกี่ยวกับสื่อใช้เครื่องมือรณรงค์ เช่น การจัดกิจกรรม การดำเนินการร่วมกับองค์กรพันธมิตร การใช้เครือข่ายวิทยุชุมชน การใช้นักวิชาการหรือบุคคลที่มีชื่อเสียง และการรณรงค์ผ่านสื่อต่างๆ กลยุทธ์ที่ใช้คือใช้กิจกรรมเพื่อให้เกิดกระแสที่น่าสนใจ เน้นประเด็นรณรงค์ที่สำคัญเป็นประเด็นสาธารณะ และร่วมมือกับองค์กรพัฒนาเอกชนอื่นๆ

2. แนวทางการดำเนินงานรณรงค์ส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน  
แนวทางการดำเนินงานควรประกอบด้วยประเด็นที่เป็นสาระสำคัญ 7 ประการ ได้แก่

2.1 การออกแบบการรณรงค์ การดำเนินงานรณรงค์ควรมีการศึกษาวิจัยและวางแผน เพื่อให้สามารถออกแบบการสื่อสารรณรงค์ได้อย่างเหมาะสม โดยต้องพิจารณาจุดมุ่งหมายของการรณรงค์ กลุ่มเป้าหมาย ประเด็นรณรงค์ ระยะเวลา และสถานการณ์แวดล้อมต่างๆ เน้นการจัดหาข้อมูลที่หลากหลายให้แก่ประชาชน การรณรงค์ต้องออกแบบให้มีพลัง สามารถจูงใจให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม

2.2 กลุ่มเป้าหมายของการรณรงค์ การรณรงค์ต้องกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนเพื่อออกแบบการรณรงค์ กำหนดเครื่องมือรณรงค์ เนื้อหาสาระ รวมทั้งกลยุทธ์การรณรงค์ ซึ่งกลุ่มเป้าหมายอาจเป็นประชาชนทั่วไป ประชาชนกลุ่มภาคส่วนต่างๆ เยาวชนคนรุ่นใหม่ ประชาชนในท้องถิ่น ประชาชนชั้นกลาง โดยต้องมีการพิจารณาถึงอัตลักษณ์ที่แตกต่างกันของแต่ละกลุ่มเป้าหมาย

2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการรณรงค์ เครื่องมือรณรงค์ต้องมีฐานมาจากกลุ่มเป้าหมาย โดยมีวิธีการที่ปรับใช้ได้ทุกรูปแบบ ควรสร้างช่องทางการสื่อสารเพื่อให้ประชาชนเป้าหมายสามารถสื่อสารกลับได้ สื่อที่ใช้ต้องเข้าถึงประชาชนและประชาชนเข้าถึงสื่อได้ สื่อมวลชนมีความสำคัญที่ช่วยให้เรื่องที่รณรงค์ไปถึงประชาชนในวงกว้าง และสื่ออื่นๆ ที่จำเป็นได้แก่ สื่อบุคคล สื่อในชุมชนท้องถิ่น สื่อกิจกรรมที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรงและช่วยให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น สื่อสมัยใหม่ และช่องทางองค์กรเครือข่าย

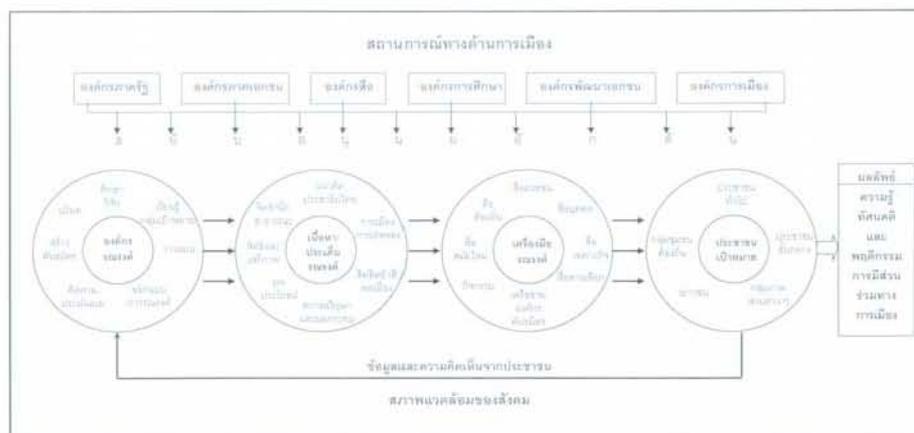
2.4 เนื้อหาสาระของการรณรงค์ เนื้อหาสาระควรเป็นเรื่องใกล้ตัวที่เกี่ยวข้องกับความเป็นอยู่และวิถีชีวิตของประชาชน สิทธิของประชาชน เนื้อหาที่ชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ที่ประชาชนจะได้รับจากการเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมือง เนื้อหาที่กระตุ้นจิตสำนึกส่วนรวม เนื้อหาการรณรงค์อาจแตกต่างกันขึ้นอยู่กับกลุ่มเป้าหมายและจุดมุ่งหมาย เนื้อหาควรเป็นข้อเท็จจริง และเชื่อมโยงให้เห็นเป็นรูปธรรม เข้าใจง่าย

2.5 กลยุทธ์การรณรงค์ การวางกลยุทธ์การรณรงค์ควรพิจารณาถึงจุดมุ่งหมาย กลุ่มเป้าหมาย สถานการณ์ทางการเมืองและบริบทในแต่ละช่วงเวลา กลยุทธ์ต่างๆ ได้แก่ การรณรงค์ที่เริ่มจากชุมชนและเชื่อมโยงเป็นเครือข่าย การสร้างกระบวนการกลุ่มและการเรียนรู้ในกลุ่ม การสร้างวาระด้านการเมือง การใช้สื่อมวลชนกระแสหลักเพื่อกระตุ้นให้ประชาชนเห็นความสำคัญของการมีส่วนร่วมทางการเมือง การกระตุ้นชนชั้นกลางเข้าร่วม การให้ข้อมูลข่าวสารด้านการเมืองอย่างต่อเนื่องและหลากหลาย และการกำหนดเจ้าภาพรณรงค์ที่เหมาะสม

2.6 ปัจจัยเอื้ออำนวยความสำเร็จของการรณรงค์ ในการรณรงค์ต้องพิจารณาถึงปัจจัยที่จะช่วยเอื้ออำนวยให้การรณรงค์ส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองประสบผลสำเร็จ ซึ่งได้แก่ ความเป็นอิสระของสื่อและการมีสื่อสาธารณะที่เข้าถึงประชาชนทุกกลุ่ม ความแข็งแกร่งของภาคประชาชน ระบบการสื่อสารที่ช่วยสร้างองค์ความรู้และวิสัยทัศน์ให้สังคมเพื่อให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจเรื่องการเมืองและการมีส่วนร่วมทางการเมือง และองค์กรที่เกี่ยวข้องต้องแสดงบทบาทในการสร้างกระแสทางการเมือง

2.7 บทบาทขององค์กรในสังคม องค์กรและสถาบันต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น องค์กรภาครัฐ องค์กรภาคเอกชน องค์กรทางการศึกษา องค์กรสื่อ องค์กรภาคประชาชน ควรร่วมมือบทบาทในการรณรงค์ส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมือง โดยต้องปรับการทำงานให้เอื้ออำนวยต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน สร้างวัฒนธรรมจิตสำนึกสาธารณะ ต้องฝึกกำลังเป็นพันธมิตร ใช้กลยุทธ์การสื่อสารเชิงรุก บูรณาการและสร้างเครือข่ายการสื่อสารและเครือข่ายทางการเมือง

### 3. กระบวนทัศน์การสื่อสารเพื่อการรณรงค์ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน



แผนภาพที่ 1 กระบวนทัศน์การสื่อสารเพื่อการรณรงค์ส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน

กระบวนการสื่อสาร ตามแผนภาพที่ 1 แสดงถึงลักษณะของการสื่อสาร เครื่องมือ เนื้อหาสาระ และองค์ประกอบต่างๆ ในการสื่อสารเพื่อรณรงค์ส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมือง ซึ่งผู้วิจัยได้พัฒนาและสร้างขึ้นจากทัศนะของผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยสามารถอธิบายได้ว่าการสื่อสารเพื่อการรณรงค์ส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองจะประกอบด้วย องค์การรณรงค์ในฐานะแหล่งสาร ที่สื่อสารเนื้อหาสาระการรณรงค์ผ่านเครื่องมือรณรงค์ไปยังประชาชนเป้าหมาย เพื่อให้เกิดผลลัพธ์คือประชาชนเป้าหมายเกิดพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมือง โดยที่องค์กรรณรงค์จะต้องมีการศึกษาวิจัยและหาข้อมูลสำหรับวางแผนและออกแบบการรณรงค์ให้เหมาะสม และที่สำคัญองค์กรรณรงค์ต้องสร้างหรือแสวงหาพันธมิตรเพื่อร่วมผนึกกำลัง ให้การรณรงค์ประสบผลสำเร็จ ส่วนเนื้อหาของสาระของการรณรงค์ที่จะสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายจะมีความแตกต่างกันไปตามจุดมุ่งหมายและกลุ่มเป้าหมาย โดยอาจเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับประชาธิปไตย การเมืองการปกครอง สิทธิเสรีภาพของประชาชน จิตสำนึกสาธารณะ ผลประโยชน์ที่ประชาชนจะได้รับ โดยใช้การสื่อสารผ่านสื่อมวลชน การสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารระหว่างกลุ่ม ผ่านสื่อหรือช่องทาง อาทิ สื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อในชุมชนท้องถิ่น สื่อสมัยใหม่ สื่อกิจกรรม ช่องทางเครือข่ายพันธมิตร รวมทั้งสื่อทางเลือกที่กลุ่มเป้าหมายเข้าถึงได้ กลุ่มเป้าหมายของการรณรงค์ คือ ประชาชนทั่วไป หรือประชาชนเฉพาะกลุ่ม เช่น ประชาชนชั้นกลาง เยาวชน ประชาชนในชุมชนท้องถิ่น ประชาชนในภาคส่วนต่างๆ เป็นต้น ทั้งนี้การสื่อสารรณรงค์จะอยู่ภายใต้สถานการณ์ทางการเมืองและสภาพแวดล้อมของสังคม โดยที่องค์กรหรือสถาบันต่างๆ ในสังคมจะต้องร่วมมือบทบาทในการสนับสนุนและผลักดันการรณรงค์ส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนด้วย

#### 4. แนวทางการเพิ่มศักยภาพการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน

จากข้อมูลที่พบ ผู้วิจัยเสนอแนวทางในการเพิ่มศักยภาพการมีส่วนร่วมทางการเมือง 2 แนวทาง ได้แก่ CREAM และ Circle of 4 (BEST CAMPAIGN)

แนวทางแรก : CREAM เป็นกลไกที่จะช่วยเกื้อหนุนและส่งเสริมให้การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนมีระดับที่เข้มข้นมากขึ้น สาระสำคัญของ CREAM ประกอบด้วย

C - Cooperation การประสานความร่วมมือ การที่ประชาชนจะมีศักยภาพในการมีส่วนร่วมทางการเมืองมากขึ้นต้องเกิดจากการประสานความร่วมมือระหว่างองค์กร หน่วยงาน และสถาบันต่างๆ ในสังคม เช่น องค์กรภาครัฐ องค์กรภาคเอกชน องค์กรการศึกษา องค์กรสื่อ องค์กรพัฒนาเอกชน องค์กรการเมือง เป็นต้น เพื่อร่วมสร้างความเข้มแข็งให้กับประชาชนภาคส่วนต่างๆ สร้างวิถีชีวิตและวัฒนธรรมการมีส่วนร่วมและพัฒนาการทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตย

R - Reformation การปฏิรูป การดำเนินการให้เกิดการปฏิรูปกลไกที่อาจเป็นอุปสรรคต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน อาทิ กลไกราชการ เพื่อให้พ้นจากความเป็นอำนาจนิยมและระบบอุปถัมภ์ กลไกด้านกฎหมายที่ช่วยส่งเสริมและไม่สร้างปัญหาความยุ่งยาก ในทาง

ปฏิบัติแก่ประชาชนในการเข้ามีส่วนร่วม กลไกการสื่อสาร ที่ต้องช่วยให้ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารด้านการเมืองและมีวิสัยทัศน์ด้านการเมือง

E – Education การศึกษา การให้การศึกษาแก่ประชาชนเพื่อให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจด้านการเมือง และการมีส่วนร่วมทางการเมือง สิทธิพลเมืองในระบบประชาธิปไตย และอื่นๆ ซึ่งจะส่งเสริมให้ประชาชนสามารถแสดงศักยภาพของตนเองและเข้ามีส่วนร่วมทางการเมือง โดยที่ การให้การศึกษาจำเป็นต้องทำในทุกรูปแบบทั้งการศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบ และ การศึกษาตามอัธยาศัย

A – Approach การเข้าถึง การส่งเสริมให้ประชาชนกลุ่มต่างๆ ในสังคมได้เข้าถึงกลไกที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง เช่น การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้านการเมือง สื่อและการใช้สื่อ กฎหมาย สิทธิชุมชน โอกาสการมีส่วนร่วม ในกิจกรรมทางการเมือง เป็นต้น ซึ่งความสามารถในการเข้าถึงกลไกการมีส่วนร่วมจะสร้างโอกาสการรับรู้แก่ประชาชน ช่วยลดทอนอุปสรรค และช่วยให้การมีส่วนร่วมทางการเมืองเกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม

M – Mobilization การระดมขับเคลื่อน การเพิ่มศักยภาพการมีส่วนร่วมทางการเมือง จำเป็นต้องมีกระบวนการระดมขับเคลื่อนสังคมและประชาชนเพื่อให้เกิดการตระหนักรู้ถึงสิทธิและบทบาทของประชาชนต่อการมีส่วนร่วมทางการเมือง โดยใช้การสื่อสารในลักษณะและรูปแบบต่างๆ เป็นเครื่องมือ เช่น การสื่อสารรณรงค์ การสื่อสารเชิงบูรณาการ การสื่อสารระหว่างบุคคล และการสื่อสารกลุ่มย่อย เป็นต้น

แนวทางที่สอง : Circle of 4 (BEST CAMPAIGN)

Circle of 4 (BEST CAMPAIGN) เป็นกระบวนการรณรงค์สื่อสารที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการรณรงค์และเพิ่มศักยภาพการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน

สาระสำคัญของ 4 (BEST CAMPAIGN) ประกอบด้วย

B ----- Benefits รณรงค์ประเด็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ของประชาชน

Better living เนื้อหาการรณรงค์ต้องชี้ให้เห็นว่าประชาชนจะมีชีวิตที่ดีขึ้นอย่างไรจากการเข้ามีส่วนร่วมทางการเมือง

Broad prospects การออกแบบการรณรงค์ต้องใช้มุมมองกว้างรอบด้าน

Bandwagon effects สร้างกระแสให้เกิดการทำตามแบบกัน โดยเริ่มด้วยการจูงใจคนที่มีชื่อเสียงหรือผู้นำกลุ่ม

E -----Events ใช้กิจกรรมรณรงค์ที่สามารถสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง

Easy to understand เนื้อหารณรงค์ต้องเป็นเรื่องที่กลุ่มเป้าหมายเข้าใจได้ง่าย

Evaluation ต้องมีการติดตามประเมินผลการรณรงค์

- Ethics วรรณรงค์ให้เห็นจริยธรรมทางการเมืองเพื่อจูงใจให้ประชาชน  
อยากมีส่วนร่วม
- S -----Segmentation แบ่งกลุ่มประชาชนเพื่อให้เห็นเป้าหมายที่ชัดเจน
- Small groups ใช้การสื่อสารกลุ่มเล็กเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้  
เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง
- Special media ใช้สื่อเฉพาะกิจที่จัดทำขึ้นตามความจำเป็นสำหรับการรณรงค์  
ในแต่ละเงื่อนไข
- Stakeholders ใช้กลยุทธ์การรณรงค์กับผู้มีส่วนได้เสียจะทำให้ได้ผลมากขึ้น
- T-----Two-way communication ให้ความสำคัญกับการสื่อสารสองทางเพื่อให้  
กลุ่มเป้าหมายได้ตอบหรือสะท้อนความคิดเห็นได้
- Timing การรณรงค์ต้องทำในจังหวะเวลาที่เหมาะสม
- Truth เนื้อหาสาระที่รณรงค์ต้องเป็นข้อเท็จจริงเป็นความจริง
- Trust สื่อบุคคล ในการรณรงค์ต้องเป็นที่น่าเชื่อถือไว้วางใจ
- C----- Creative กำหนดประเด็นเรื่องที่รณรงค์อย่างสร้างสรรค์
- Contexts การกำหนดประเด็นหรือเนื้อหาการรณรงค์ต้องคำนึงถึงบริบทของสังคม
- Concrete เนื้อหาสาระที่น่าเสนอแก่กลุ่มเป้าหมายต้องชี้ให้เห็นเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน
- Continuity การสื่อสารรณรงค์ต้องทำอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ
- A ----Adolescents ให้ความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเยาวชนคนรุ่นใหม่เพื่อ  
ปลูกฝังแนวคิดและมุมมองใหม่ด้านการเมือง
- Agenda setting ใช้การสร้างวาระข่าวสารด้านการเมืองและการมีส่วนร่วม  
ทางการเมืองเพื่อก่อความสนใจของสังคม
- Alliance สร้างพันธมิตรเพื่อร่วมผนึกกำลังในการรณรงค์
- Alteration การรณรงค์ต้องมุ่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม
- M ----Mission ต้องรักษาพันธกิจของการรณรงค์โดยการใช้สื่อมวลชนช่วยตลอด  
ระยะเวลาการรณรงค์
- Management of strategy ต้องมีการวางกลยุทธ์การบริหารจัดการกลุ่มเป้าหมาย
- Mass media การใช้สื่อมวลชนมีความจำเป็นเพื่อผลในวงกว้าง
- Middle class ใช้กลยุทธ์ดึงประชาชนชั้นกลางเข้าร่วมเพื่อเพิ่มพลังการรณรงค์
- P ---- Planning การรณรงค์ต้องมีการวางแผนงาน
- Priority ต้องจัดลำดับความสำคัญของประเด็นเรื่องที่จะรณรงค์

Public sphere ต้องเปิดพื้นที่สื่อเพื่อให้ประชาชนมีเวทีสาธารณะในการแสดงความคิดเห็น

Public Mindset การรณรงค์ต้องเสริมสร้างให้ประชาชนเกิดจิตสาธารณะในการให้ความสำคัญกับเรื่องส่วนรวม

A -----Access ใช้เครื่องมือรณรงค์ที่ประชาชนสามารถเข้าถึงได้ง่าย

Adjust มีวิธีการสื่อสารที่ยืดหยุ่นสามารถปรับใช้ได้ทุกรูปแบบ

Alternative media สร้างสื่อทางเลือกเพื่อให้ข่าวสารเข้าถึงประชาชนทุกกลุ่ม

Activation เนื้อหาสาระที่รณรงค์ต้องกระตุ้นความสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้

I ----- Investigation การออกแบบรณรงค์ต้องเริ่มจากการค้นคว้าหาข้อมูล

Impact การรณรงค์ต้องมีพลังโดนใจ ก่อให้เกิดผลกระทบกับกลุ่มเป้าหมาย

Interpersonal communication ใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยเฉพาะผู้นำความคิดสำหรับผลในเชิงลึก

IMC การรณรงค์จำเป็นต้องใช้การสื่อสารเชิงบูรณาการ

G ----- Group of people ให้ความสำคัญในการรณรงค์กับประชาชนภาคส่วนต่างๆ ของสังคม

Goals การรณรงค์ต้องมุ่งให้เกิดผลตามเป้าหมาย

Government supports การรณรงค์จำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ

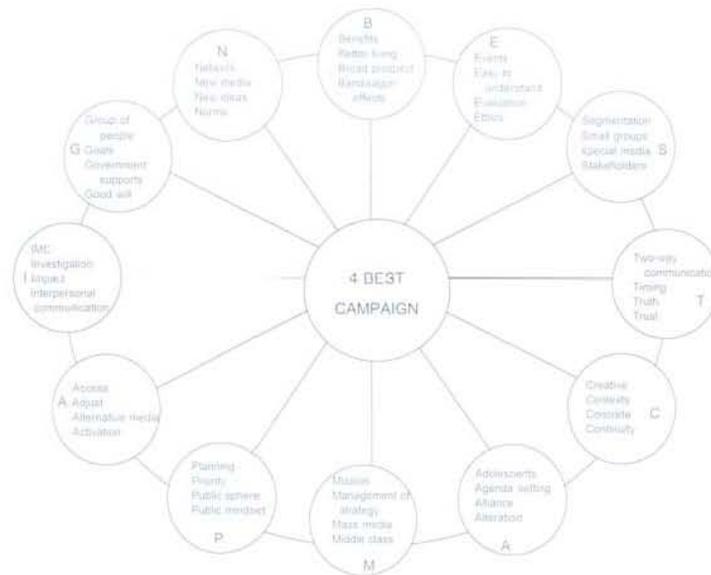
Goodwill ต้องทำให้ประชาชนเห็นความปรารถนาดีของผู้รณรงค์

N ----- Network ต้องเชื่อมโยงเครือข่ายการสื่อสารของประชาชนเป้าหมายกลุ่มต่างๆ

New media ใช้สื่อสมัยใหม่ โดยเฉพาะสื่อที่ประชาชนสามารถสื่อสารกันเองได้

New ideas การรณรงค์ต้องสามารถสร้างความคิดใหม่แก่ประชาชน

Norms การรณรงค์ต้องสร้างให้เกิดเป็นบรรทัดฐานของพฤติกรรม



แผนภาพที่ 2 Circle of 4 (BEST CAMPAIGN)

## สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

### 1. สรุปผลการศึกษา

สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง สถาบันพระปกเกล้า กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น และคณะกรรมการรณรงค์เพื่อประชาธิปไตย ดำเนินการรณรงค์ส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองตามพันธกิจโดยใช้เครื่องมือรณรงค์หลายประเภท

แนวทางการดำเนินงานรณรงค์ส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองควรประกอบด้วย การดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยสำคัญ 7 ประการ ได้แก่ การออกแบบการรณรงค์ กลุ่มเป้าหมายของการรณรงค์ เครื่องมือที่ใช้ในการรณรงค์ เนื้อหาสาระของการรณรงค์ กลยุทธ์การรณรงค์ ปัจจัยเอื้ออำนวยความสำเร็จของการรณรงค์ และบทบาทขององค์กรในสังคม

กระบวนการสื่อสารเพื่อการรณรงค์ส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองควรเป็นการสื่อสารจากองค์กรรณรงค์เพื่อถ่ายทอดเนื้อหาการรณรงค์ผ่านเครื่องมือหลายประเภท รูปแบบของการสื่อสารรณรงค์มีทั้งการสื่อสารผ่านสื่อมวลชน การสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารระหว่างกลุ่ม การสื่อสารผ่านเครือข่าย โดยที่การสื่อสารรณรงค์จะอยู่ภายใต้สภาพแวดล้อมของสังคม ซึ่งองค์กรต่างๆ ในสังคมจะต้องมีบทบาทสนับสนุนและผลักดันการรณรงค์

แนวทางการเพิ่มศักยภาพการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนสามารถดำเนินการใน 2 แนวทาง คือ การสร้างกลไก CERAM และการสื่อสารรณรงค์ด้วยกระบวนการสนับ Circle of 4 ( BEST CAMPAIGN)

## 2. ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ

2.1 สร้างกลไกการสื่อสาร ภาครัฐต้องสร้างกลไกด้านการสื่อสาร ส่งเสริมให้มีสื่อสาธารณะ และสื่อเสรี เพื่อให้ประชาชนมีความรู้และเข้าใจเรื่องการมีส่วนร่วมทางการเมืองในฐานะพลเมืองเพื่อเป็นการปลูกฝังค่านิยมและวิถีประชาธิปไตย

2.2 สร้างกลไกทางกฎหมาย ภาครัฐต้องสร้างกลไกทางกฎหมาย กลไกทางการปฏิบัติที่ลดทอนอุปสรรคหรือความยุ่งยาก เพื่อเอื้ออำนวยให้ประชาชนเกิดความสะดวกในการเข้ามีส่วนร่วมทางการเมือง

2.3 สนับสนุนบทบาทขององค์กรในสังคม ภาครัฐต้องส่งเสริมและสนับสนุนองค์กรในสังคมให้เข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน

## 3. ข้อเสนอแนะสำหรับองค์กรเข้าภาพการรณรงค์

3.1 รณรงค์แบบมืออาชีพ ดำเนินงานรณรงค์แบบมืออาชีพอย่างเป็นขั้นตอน และเป็นระบบ ตั้งแต่การวางแผนการรณรงค์ การปฏิบัติการรณรงค์ และการติดตามประเมินผลการรณรงค์

3.2 วางแผนด้วยมุมมองรอบด้าน องค์กรรณรงค์ต้องวางแผนด้วยการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพื่อเป็นฐานความรู้และก่อร่างความคิดในการวางแผน โดยคำนึงถึงปัจจัยและบริบทต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

3.3 ปฏิบัติการรณรงค์ครอบคลุมทุกองค์ประกอบ การปฏิบัติการรณรงค์ต้องมีการออกแบบอย่างครบถ้วนในสาระสำคัญเกี่ยวกับทุกองค์ประกอบของการสื่อสาร การบูรณาการเครื่องมือ การสร้างสรรค์เนื้อหาของรณรงค์ และ การวางกลยุทธ์การรณรงค์

3.4 รณรงค์ให้เห็นเป็นรูปธรรม องค์กรรณรงค์ต้องเชื่อมโยงเรื่องการเมืองและการมีส่วนร่วมทางการเมืองให้เป็นรูปธรรมที่ชัดเจน ซึ่งให้เห็นถึงผลประโยชน์ที่ประชาชนจะได้รับจากการเข้ามีส่วนร่วม

3.5 สร้างเครือข่ายการสื่อสาร การรณรงค์จะประสบความสำเร็จในวงกว้างต้องอาศัยการสร้างเครือข่ายการสื่อสาร ด้วยการแสวงหาพันธมิตร และสร้างช่องทางเครือข่ายเชื่อมโยงระหว่างองค์กรพันธมิตรเพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้และการแลกเปลี่ยนประสบการณ์การมีส่วนร่วมทางการเมือง

3.6 สร้างวาระด้านการเมือง การสร้างวาระแห่งชาติด้านการเมืองและการมีส่วนร่วมทางการเมืองเป็นยุทธวิธีในการสร้างกระแสความสนใจ และช่วยเพิ่มระดับการมีส่วนร่วม

### เอกสารอ้างอิง

- นิธิ เอียวศรีวงศ์. (2544). “การเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน ความยั่งยืนของประชาธิปไตย”.  
การเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในกระบวนการประชาธิปไตย. การประชุม  
วิชาการ สถาบันพระปกเกล้า ครั้งที่ 2.
- วิหรา ไชยสาร. (2545). การเมืองภาคประชาชน. กรุงเทพมหานคร: วีเจ พรินติ้ง.
- สมบัติ ชำรงชัญญ์. (2546). การเมือง แนวความคิดและการพัฒนา. พิมพ์ครั้งที่ 13. กรุงเทพมหานคร  
: เสมาธรรม.
- สุรพงษ์ โสชนะเสถียร. (2545). การสื่อสารกับการเมือง. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพมหานคร : ประติทัศน์  
แอนด์ พรินติ้ง.
- เสกสรร ประเสริฐกุล. (2548). การเมืองภาคประชาชนในระบอบประชาธิปไตย. กรุงเทพมหานคร:  
อัมรินทร์.
- McNair, Brian. (2003). *An Introduction to Political Participation*. 3<sup>rd</sup>. ed. New York : Routledge.