



สรุปประเด็นการกล่าวมอบนโยบายเรื่อง  
"การเสริมสร้างความเชื่อมั่นในการสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทย"  
ของรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี (นายสาทิตย์ วงศ์หนองเตย)  
ในการประชุมเชิงปฏิบัติการ "เชื่อมั่นประเทศไทยกับการพัฒนาจังหวัดและกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ"  
วันพฤหัสบดีที่ 7 พฤษภาคม 2552 เวลา 11.10 – 11.55 น.  
ณ ห้องเจ้าพระยา ชั้น 2 หอประชุมกองทัพเรือ

- จากปัญหาวิกฤติต่าง ๆ ในขณะนี้ ทั้งในด้านการเมือง เศรษฐกิจและสังคมได้บั่นทอนความเชื่อมั่นต่ออนาคตของประเทศไทยทั้งในมุมมองจากภายในและภายนอกประเทศ ดังนั้นภารกิจที่สำคัญในขณะนี้คือการสร้างภาพลักษณ์กับประเทศอันเป็นกลไกที่สำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับประเทศไทย
- ภาพลักษณ์ (Image) เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากความรู้สึกของแต่ละบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ และมักจะเป็นความรู้สึกที่แต่ละคนสร้างขึ้นเองโดยมีข้อเท็จจริงเป็นหลักอ้างอิงอยู่ด้วย โดยการเกิดภาพลักษณ์ต้องอาศัยประสบการณ์การค้นคว้าหาความรู้ การคิด และการวิเคราะห์สิ่งต่าง ๆ จนทำให้เกิดความเชื่อ การรับรู้ การเข้าใจในสิ่งนั้น ๆ ประกอบกันขึ้นเป็นภาพลักษณ์ และแสดงออกในรูปของพฤติกรรม ซึ่งกระบวนการดังกล่าวจำเป็นต้องใช้ระยะเวลาในการทำให้เกิดภาพลักษณ์ตราตรึงอยู่ในความรู้สึกนึกคิดของประชาชน อย่างไรก็ตาม แม้ภาพลักษณ์จะเกิดขึ้นจากการรับรู้ที่สะสมในระยะยาว แต่การเกิดภาพลักษณ์สามารถใช้การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือช่วยที่สำคัญในการตอกย้ำ แก้ไข และสร้างภาพลักษณ์ให้เกิดได้
- คำว่าภาพลักษณ์ มักถูกทำให้บิดเบือนไปด้วยคำว่าสร้างภาพ ซึ่งจริง ๆ แล้ว การสร้างภาพลักษณ์เป็นการใช้เทคนิคการสื่อสารในการสร้างการรับรู้ โดยนำเสนอข้อมูลที่เป็นความจริง แต่เน้นนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์ และพยายามหลีกเลี่ยงข้อมูลที่เป็นโทษ จะไม่เหมือนกับการสร้างภาพ ซึ่งเป็นเทคนิคการสื่อสารในการสร้างการรับรู้ เพื่อให้บุคคลอื่น ๆ เกิดความเข้าใจในสิ่งที่ต้องการ โดยอาจมีการนำเสนอข้อมูลที่เป็นเท็จหรือเป็นจริงก็ได้
- แนวนโยบายการสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยที่อยากจะทำให้ผู้ว่าราชการจังหวัดใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการในการประชาสัมพันธ์ คือ ด้านความเป็นคนไทย หรือ Thainess ความเป็นสังคมไทย อาทิ ความงดงามในเรื่องของประเพณี วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ของประเทศไทย ความมีชื่อเสียงของอาหารไทย ความงดงามทางทรัพยากรธรรมชาติ เป็นต้น ซึ่งแต่ละภูมิภาคมีความเป็นจุดแข็งของตนเอง ที่ผู้ว่าราชการจังหวัดและคณะทำงานจะต้องพยายามหาให้เจอและนำเสนอออกมาในเชิงบวก



- ปัญหาความขัดแย้งด้านทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ต่าง ๆ ยิ่งจะทวีความรุนแรงมากขึ้นในระยะเวลาต่อจากนี้ไป และอาจเป็นรากฐานของความขัดแย้งทางการเมืองในอนาคต ซึ่งจะใช้การมีส่วนร่วมภาคประชาชนเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการแก้ไขปัญหา ไม่เพียงแต่รับฟังหรือเป็นคณะกรรมการร่วมกันเท่านั้น แต่ต้องเข้าไปพูดคุยแลกเปลี่ยนมุมมองเน้นการมีส่วนร่วมส่งเสริมจุดแข็งความเป็นไทยและแก้ไขวิกฤติความขัดแย้งด้านทรัพยากร การดำเนินการมีส่วนร่วมกับประชาชนควบคู่กับการประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพจะช่วยป้องกันไม่ให้เกิดความขัดแย้งที่รุนแรงและยากที่จะแก้ไข
- ในปัจจุบันช่องทางในการประชาสัมพันธ์มีอยู่หลายช่องทาง ซึ่งช่องทางที่น่าจะเป็นประโยชน์กับการประชาสัมพันธ์ในระดับจังหวัดได้แก่ 1) เคเบิลท้องถิ่น ซึ่งในอนาคตอันใกล้ช่อง 11 จะถูกเผยแพร่ผ่านทางเคเบิลท้องถิ่นโดยมีข่าวสารและสาระจากส่วนกลาง 50% และข่าวสารและสาระระดับท้องถิ่นอีก 50% 2) วิทยุชุมชน ซึ่งจะมีกลุ่มผู้ฟังที่ชัดเจนแต่หากผู้ว่าราชการจังหวัดสามารถใช้ช่องทางประชาสัมพันธ์ผ่านวิทยุชุมชนได้ทุกคลื่นในพื้นที่ ก็จะเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพมาก 3) โทรทัศน์ท้องถิ่น ซึ่งเป็นเทคโนโลยีใหม่ยังไม่แพร่หลายและยังไม่มีกฎระเบียบควบคุมที่ชัดเจน 4) ข่าวสารผ่านระบบ SMS เช่น M-News ซึ่งจะเข้าถึงประชาชนได้อย่างรวดเร็ว 5) ตัววิ่งหน้าจอโทรทัศน์ และ 6) ระบบเครือข่ายทางสังคมผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งเหมาะในการประชาสัมพันธ์กับกลุ่มวัยรุ่น เช่น Hi5 เป็นต้น
- โดยสรุปในการบริหารงานและการนำนโยบายต่าง ๆ ไปปฏิบัติผู้ว่าราชการจังหวัดจะต้องพิจารณาความสอดคล้องของความต้องการประชาชน ศักยภาพจังหวัดและกลุ่มจังหวัด ข้อมูลภาพลักษณ์เชิงบวกและเชิงลบในจังหวัดและกลุ่มจังหวัด และโครงสร้างพื้นฐานที่มีอยู่ประกอบกัน เพื่อนำมาพิจารณาประเด็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยและวางแผนเพื่อดำเนินการปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

-----