

Abstract**Communication Policy and National Development***Sethaphorn Khusiphitak*

This paper deals with the communication policies with special emphasis on those which are considered to be the principles or practical methods regarded as operational guidelines on communications. Firstly, it attempts to define the term "communications" and then classify the major types of communications studied. Thailand's communication policies are also examined, covering those issued in the constitution, in the governments' statements, in the Communication Basic Plan (1982-1991), in the Fifth National Economic and Social Development Plan (1982-1986), as well as those derived from the Committee for Specific Purposes. The article is concluded with discussions on the utilization of communications for socio-economic and cultural development along with the communication policy in coordination with economic and security development plan.



สถาบันวิทยบริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

นโยบายการสื่อสารกับการพัฒนาประเทศ

เศรษฐพร คุศรพิทักษ์*

1. คำนำ

ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาในประเทศไทยเราได้มีความสนใจเกี่ยวกับนโยบายการสื่อสารกันมากทีเดียวจะเห็นได้จากการสัมมนาเกี่ยวกับนโยบายการสื่อสารของชาติมาแล้ว 3 ครั้ง มีการสัมมนาเรื่องการปรับปรุงการสื่อสารของประเทศ ซึ่งก็เกี่ยวข้องโดยตรงกับนโยบายการสื่อสารของชาติอีก 1 ครั้ง การสัมมนาเรื่อง นโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ 1 ครั้ง และมีการประชุมระดับชาติในด้านการประชาสัมพันธ์อีกไม่น้อยกว่า 4 ครั้ง ทางค่านักกิจกรรมหนังสือพิมพ์ก็มีการประชุมพิจารณาเกี่ยวกับเรื่องพระราชบัญญัติ การพิมพ์และสภากาหนดหนังสือพิมพ์หลายครั้งหลายแห่ง รวมทั้งมหาวิทยาลัยบางแห่งก็ได้เปิดหลักสูตรเกี่ยวกับนโยบายและการวางแผนการสื่อสารโดยเฉพาะด้วย ปรากฏการณ์ต่างๆ เหล่านี้ สะท้อนให้เห็นโดยชัดเจนว่ามีความสนใจอย่างกว้างขวางในค่านนโยบายการสื่อสาร

คำว่า "การสื่อสาร" นั้นมีความหมายกว้างขวางมาก ทั้งการสื่อสารในลักษณะเผชิญหน้าตัวต่อตัว การสื่อสารโดยผ่านสื่อหรือพาหะต่างๆ ทั้งในลักษณะที่เป็นสื่อพื้นบ้านตามขนบธรรมเนียมประเพณี ของท้องถิ่น เช่น ดิเก ลำตัด หมอลำ เพลงพื้นบ้าน และนิทาน เป็นต้น ไปจนถึงการสื่อสารสมัยใหม่ที่ใช้เทคโนโลยีทางโทรคมนาคมที่เจริญก้าวหน้าอย่างที่สุด เช่น การสื่อสารโดยดาวเทียม หรือการสื่อสารโดยแสง เป็นต้น

"การสื่อสาร" เป็นพฤติกรรมขั้นพื้นฐานของมนุษย์ซึ่งเกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ระหว่างบุคคล ในระดับต่างๆ ในสังคม นับตั้งแต่กลุ่มย่อย ครอบครัว ชุมชน องค์กร สถาบัน และประเทศ

อย่างไรก็ตามในเอกสารนี้ "การสื่อสาร" จะครอบคลุมถึง การสื่อสาร 3 ประเภท ดังนี้ คือ

1) การสื่อสารบริการสาธารณะ ได้แก่การสื่อสารที่จัดไว้สำหรับสาธารณชน ผู้ใดมีความประสงค์จะใช้บริการและพร้อมที่จะปฏิบัติตามระเบียบ หรือกฎเกณฑ์ที่หน่วยให้บริการกำหนดไว้ ก็สามารถใช้บริการได้โดยไม่จำกัดอายุ เพศ วัย หรืออาชีพ ฯลฯ

การสื่อสารบริการสาธารณะ แบ่งได้เป็น 2 ชนิด คือ

1.1 บริการไปรษณีย์

1.2 บริการโทรคมนาคม ซึ่งรวมถึง บริการโทรเลข โทรศัพท์ เทเล็กซ์ วิทยุคมนาคม การสื่อสารข้อมูล เป็นต้น

* เศรษฐพร คุศรพิทักษ์ ร.บ. (เกียรตินิยม จุฬาฯ), พ.บ. (เกียรตินิยม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์), M.A. (Government, Univ. of Florida) ผู้อำนวยการกองแผนงาน กรมไปรษณีย์โทรเลข

2) การสื่อสารเฉพาะกิจ ได้แก่ การสื่อสารที่หน่วยงานต่าง ๆ จัดไว้เพื่อใช้งานตามวัตถุประสงค์ของหน่วยงานนั้น ๆ โดยเฉพาะ บุคคลภายนอกไม่สามารถจะไปใช้ข้ายสื่อสารดังกล่าวได้ เช่น การสื่อสารของทหาร ตำรวจ หรือหน่วยราชการ และรัฐวิสาหกิจต่าง ๆ

3) สื่อสารมวลชน ได้แก่ การสื่อสารที่มีได้เฉพาะเจาะจงถึงผู้รับคนหนึ่งคนใด โดยเฉพาะเป็นการสื่อสารที่มุ่งถึงมวลชน ซึ่งหมายความรวมถึง วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ หนังสือพิมพ์ และสิ่งพิมพ์อื่น ๆ

ในเอกสารนี้ นโยบายการสื่อสาร หมายถึง “หลักและวิธีปฏิบัติซึ่งถือเป็นแนวดำเนินการด้านการสื่อสาร”

นโยบายการสื่อสารนั้น อาจแบ่งได้หลายระดับ เช่น นโยบายการสื่อสารของรัฐหรือของชาติ นโยบายการสื่อสารของรัฐบาล นโยบายการสื่อสารของหน่วยปฏิบัติ เช่น ของกระทรวง ทบวงกรมและรัฐวิสาหกิจต่าง ๆ เป็นต้น หรือ อาจแบ่งตามสาขาก็ได้ เช่น นโยบายการสื่อสารบริการสาธารณะ นโยบายสื่อสารมวลชน นโยบายการสื่อสารเพื่อความมั่นคง นโยบายการประชาสัมพันธ์ ฯลฯ

2. นโยบายการสื่อสารของประเทศไทย

นโยบายการสื่อสารนั้น อาจจะมีที่มาแตกต่างกัน เช่น อาจจะมีที่มาจากฝ่ายนิติบัญญัติ หรือจากฝ่ายบริหาร หรือจากกลุ่มอื่น ๆ เช่น กลุ่มวิชาชีพ นักวิชาการ หรือองค์การต่าง ๆ

นโยบายการสื่อสารเป็นเรื่องเกี่ยวกับหลักและวิธีปฏิบัติของบุคคลในสังคม ในด้านการสื่อสาร ดังนั้น นโยบายการสื่อสารในแต่ละสังคม จึงอาจจะมีอยู่อย่างเป็นระเบียบหรือมีอยู่อย่างกระจัดกระจาย และอาจจะครอบคลุมกิจกรรมการสื่อสารที่สำคัญ ๆ บางด้าน หรือครอบคลุมไว้ทุกด้าน โดยมีลักษณะที่อาจจะเห็นชัดแจ้งเป็นรูปธรรมและเป็นทางการ หรือที่มีอยู่อย่างไม่เป็นทางการหรือไม่ชัดแจ้งก็ได้

นโยบายการสื่อสารของประเทศไทย นั้นมีทั้งลักษณะที่ชัดเจนเป็นทางการ และที่ไม่ชัดแจ้งและแฝงเร้นอยู่ในส่วนหรือสาขาต่าง ๆ ของสังคม

2.1 นโยบายการสื่อสารที่ปรากฏในรัฐธรรมนูญ

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยทุกฉบับ จะมีอยู่ส่วนหนึ่งที่มอบบัญญัติเกี่ยวกับการสื่อสาร ซึ่งถึงแม้ในตัวของมันเองจะมีนโยบาย แต่ก็เป็นที่สะท้อนให้เห็นนโยบายการสื่อสารที่เกี่ยวข้องโดยตรงในเรื่องที่บัญญัติไว้ ดังจะพิจารณาได้จากบทบัญญัติในรัฐธรรมนูญฉบับต่าง ๆ

อย่างไรก็ดีในโอกาสนี้จะเสนอเฉพาะรัฐธรรมนูญฉบับที่ใช้อยู่ในปัจจุบันเท่านั้นคือ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2521 ซึ่งมีบทบัญญัติที่สะท้อนให้เห็นนโยบายการสื่อสารดังนี้ คือ

มาตรา 34 บุคคลย่อมมีเสรีภาพในการพูด การเขียน การพิมพ์ และการโฆษณา

การจำกัดเสรีภาพเช่นนี้จะกระทำมิได้ เว้นแต่โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายเฉพาะเพื่อรักษาความมั่นคงของรัฐหรือเพื่อคุ้มครองสิทธิ เสรีภาพ เกียรติยศ หรือชื่อเสียงของบุคคลอื่นหรือเพื่อรักษาความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน หรือเพื่อป้องกันหรือระงับความเสื่อมทรามทางจิตใจ หรือสุขภาพของประชาชน

เจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์ต้องเป็นบุคคลสัญชาติไทย ทั้งนี้ตามเงื่อนไขที่กฎหมายบัญญัติ
การให้เงินหรือทรัพย์สินอย่างอื่นอุดหนุนหนังสือพิมพ์ของเอกชน รัฐจะกระทำมิได้

มาตรา 39 บุคคลย่อมมีเสรีภาพในการสื่อสารถึงกันโดยทางที่ชอบด้วยกฎหมาย

การตรวจ การกัก หรือการเปิดเผยสิ่งสื่อสารที่บุคคลมีติดต่อกัน รวมทั้งการกระทำด้วยประการอื่น
ใดเพื่อให้ล่วงรู้ถึงข้อความในสิ่งสื่อสารทั้งหลายที่บุคคลมีติดต่อกันจะกระทำมิได้ เว้นแต่โดยอาศัยอำนาจตามบท
บัญญัติแห่งกฎหมายเฉพาะ เพื่อรักษาความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชนหรือเพื่อรักษาความมั่นคง
ของรัฐ

2.2 นโยบายการสื่อสารที่ปรากฏในคำแถลงนโยบายของรัฐบาล

รัฐบาลทุกรัฐบาลมักจะต้องแถลงนโยบายของรัฐบาลต่อฝ่ายนิติบัญญัติ ซึ่งบางครั้งได้แก่รัฐสภา บาง
ครั้งได้แก่สภาผู้แทนราษฎร บางครั้งได้แก่สภานิติบัญญัติแห่งชาติ และในบางรัฐบาลได้จัดให้รัฐมนตรีได้แถลง
นโยบายของแต่ละกระทรวงต่อประชาชนโดยผ่านทางวิทยุโทรทัศน์ด้วย

ในการแถลงนโยบายของรัฐบาลนั้น ส่วนใหญ่จะมีการแถลงนโยบายในส่วนที่เกี่ยวกับการสื่อสารอยู่ด้วย
ไม่มากก็น้อย รัฐบาลบางชุดได้แถลงนโยบายของรัฐบาลโดยไม่ได้อ้างถึงนโยบายด้านการสื่อสารเลยก็มี ดังจะ
พิจารณาได้จากรายละเอียดของการแถลงนโยบายของรัฐบาลต่าง ๆ

สำหรับรัฐบาลของพลเอกเปรม ติณสูลานนท์ นั้น ได้แถลงนโยบายต่อรัฐสภาครั้งหลังสุด เมื่อวันที่
20 พฤษภาคม 2526 มีส่วนที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร ดังนี้ คือ

1. (นโยบายเศรษฐกิจ) จะเพิ่มประสิทธิภาพของการสื่อสารและโทรคมนาคมทุกรูปแบบ เพื่อให้เกิด
ความสะดวก ความรวดเร็ว ความแน่นอน และสม่ำเสมอ
2. (นโยบายทางสังคม) จะปรับปรุงและดำเนินการด้านสุขภาพ โดยใช้เทคโนโลยีใหม่ ใช้ *สื่อมวลชน*
และใช้วิธีการศึกษาทั้งในและนอกระบบ เพื่อให้ประชาชนโดยเฉพาะนักเรียนชั้นประถมและมัธยมรู้จักปฏิบัติตนใน
การป้องกันโรค การส่งเสริมสุขภาพ และรักษาพยาบาลเบื้องต้นด้วยตนเอง
3. (นโยบายทางสังคม) จะส่งเสริมการพัฒนาหลักสูตร สื่อการเรียน และเทคโนโลยีใหม่ ๆ ตลอดจน
งาน *สื่อมวลชน* ทั้งภาครัฐและเอกชนมาใช้เพื่อกระจายโอกาสทางการศึกษาและพัฒนาสุขภาพ

2.3 นโยบายการสื่อสารที่ปรากฏในแผนหลักการสื่อสาร (2525-2534)

กระทรวงคมนาคมได้จัดทำแผนหลักการสื่อสารช่วง 10 ปี ระหว่าง พ.ศ. 2525-2534 ขึ้น และใน
แผนดังกล่าวก็ปรากฏนโยบายเกี่ยวกับการสื่อสารอยู่ด้วย โดยได้กำหนดนโยบายการสื่อสารไว้เป็น 2 ส่วน คือ

1. นโยบายหลักสำหรับการพัฒนาบริการการสื่อสาร

มีนโยบายแน่นอนที่จะขยายบริการสื่อสารทั้งบริการไปรษณีย์ โทรเลข และโทรศัพท์ให้เข้าถึงชนบท
และในขณะเดียวกันก็มีนโยบายที่จะปรับปรุงประสิทธิภาพและคุณภาพของบริการสื่อสารทุกชนิด ทั้งการสื่อสาร
ภายในประเทศและระหว่างประเทศให้ดียิ่งขึ้น

2. นโยบายหลักสำหรับการพัฒนาการบริหารกิจการสื่อสาร

แผนหลักการสื่อสาร กำหนดนโยบายในการพัฒนาการบริหารกิจการสื่อสารในทุกด้าน เช่น การบริหารความถี่วิทยุ การจัดระบบการสื่อสาร การวิจัยและพัฒนา การพัฒนาบุคลากร การแก้ไขปรับปรุงกฎหมาย และการเข้ามีส่วนร่วมของภาคเอกชน เป็นต้น

2.4 นโยบายการสื่อสารที่ปรากฏในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2525-2529)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 5 ได้กำหนดแนวนโยบายเกี่ยวกับการสื่อสารไว้ตามแนวทางของแผนหลักการสื่อสาร โดยมีสาระสำคัญสรุปได้ดังนี้ คือ

2.4.1 พัฒนากิจการสื่อสารทุกรูปแบบให้ประสานกันเพื่อลดการเดินทางและสอดคล้องกับนโยบายการกระจายรายได้และความเจริญไปสู่ภูมิภาคและชนบท

2.4.2 สนับสนุนให้เอกชนมีส่วนร่วมในการลงทุนผลิตอุปกรณ์โทรคมนาคมให้เพียงพอกับความต้องการ

2.4.3 ให้บริการวิทยุการบินที่มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการขนส่งทางอากาศ

2.5 นโยบายการสื่อสารที่ได้จากคณะกรรมการเฉพาะกิจ

นอกเหนือจากนโยบายการสื่อสารดังกล่าวข้างต้นแล้ว ยังปรากฏว่ามีนโยบายการสื่อสารระดับชาติ ที่คณะกรรมการเฉพาะกิจซึ่งได้รับแต่งตั้งขึ้นเพื่อรับผิดชอบในเรื่องนโยบายการสื่อสารเฉพาะด้านได้ร่างนโยบายระดับชาติเสร็จเรียบร้อยแล้ว คือ นโยบายการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ และนโยบายการพัฒนาหนังสือแห่งชาติ

สำหรับนโยบายการประชาสัมพันธ์แห่งชาตินั้น คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติได้นำเสนอคณะกรรมการรัฐมนตรี และคณะรัฐมนตรีได้พิจารณาอนุมัติให้ใช้เป็นแนวนโยบายแห่งชาติแล้วและอยู่ในระหว่างการร่างระเบียบสำหรับปฏิบัติต่อไป

ส่วนนโยบายการพัฒนาหนังสือแห่งชาตินั้น คณะกรรมการพัฒนาหนังสือได้เสนอให้บรรจุไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2530-2534) ทั่วแล้ว

2.5.1 แนวนโยบายการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ

1) รัฐพึงจัดให้การประชาสัมพันธ์ของชาติ ดำเนินไปเพื่อเป้าหมายและวัตถุประสงค์ดังนี้

- 1.1) ธำรงรักษาและเผยแพร่อุดมการณ์ วัตถุประสงค์ และเกียรติภูมิของชาติ
- 1.2) จรรโลงและพัฒนาระบอบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์เป็นองค์พระ-

ประมุข

1.3) พัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

1.4) สร้างเสริมเสถียรภาพและความมั่นคงของชาติ

1.5) สร้างเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างรัฐบาลกับประชาชน และส่งเสริมความร่วมมือ ประสานงานระหว่างภาครัฐบาลและภาคเอกชน

1.6) ส่งเสริมชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดีของประเทศในทัศนะของประชาคมโลก

2) เพื่อให้การประชาสัมพันธ์ของชาติ ดำเนินการไปอย่างได้ผล บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ดังกล่าว รัฐพึงพัฒนาและปรับปรุงระบบและโครงสร้างการประชาสัมพันธ์ของชาติให้มีเอกภาพและประสิทธิภาพ โดย

2.1) ให้มีคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ซึ่งประกอบด้วยผู้แทนของกระทรวง ทบวง กรม และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐบาลและเอกชน

2.2) ให้มีองค์กรกลางเป็นหน่วยงานหลัก ที่มีอำนาจบริหารงานประชาสัมพันธ์ของชาติ และดูแลการใช้เครื่องมือสื่อสารของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของรัฐ ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการสนับสนุนให้เกิดความร่วมมือ ประสานงานกับหน่วยงานหรือสื่อของภาคเอกชน

2.3) ให้มีสำนักข่าวแห่งชาติที่มีอิสระและเสรีภาพในการกระจายข่าวสารให้แก่สื่อมวลชนและประชาชน รวมทั้งเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐบาลกับประชาชนและต่างประเทศ

3) รัฐพึงส่งเสริมให้สื่อมวลชนมีความเจริญก้าวหน้าบนพื้นฐานของเสรีภาพและความรับผิดชอบในการเสนอข่าว เรื่องราว และความคิดเห็นที่ไม่กระทบกระเทือนต่อสิทธิเสรีภาพของบุคคลและความมั่นคงปลอดภัยของสถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์

4) สนับสนุนการศึกษาอบรมและวิจัยทางการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารมวลชน เพื่อให้เกิดประโยชน์ในการปรับปรุงแก้ไขการประชาสัมพันธ์ของชาติให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์

2.5.2 นโยบายการพัฒนาหนังสือแห่งชาติ

หนังสือเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในการพัฒนาคนซึ่งเป็นทรัพยากรที่สำคัญของชาติ โดยเฉพาะการพัฒนาความคิดสติปัญญาและจิตใจให้เจริญก้าวหน้าเป็นประโยชน์แก่ประเทศชาติ หนังสือจึงเป็นเสมือนหนึ่งอาหารบำรุงสมองและจิตใจของมนุษย์ การพัฒนาหนังสือเพื่อให้มีการผลิตหนังสือที่มีคุณภาพและปริมาณให้เพียงพอกับความต้องการของประเทศ และให้ทุกคนได้มีหนังสืออ่านในราคาเอาอย่างทั่วถึง โดยเฉพาะในชนบท จึงเป็นหน้าที่โดยตรงของคณะกรรมการพัฒนาหนังสือ ซึ่งได้รับการแต่งตั้งโดยคณะรัฐมนตรี ตั้งแต่ พ.ศ. 2515 เป็นต้นมา

ฉะนั้น เพื่อให้มีการสนับสนุนการพัฒนาหนังสืออย่างจริงจัง และกว้างขวางเป็นพิเศษ จนสามารถพัฒนาให้เป็นอุตสาหกรรมผลิตหนังสือได้ จึงกำหนดนโยบายการพัฒนาหนังสือแห่งชาติขึ้น เพื่อเป็นหลักการทำงานของหน่วยงานของรัฐบาลและเอกชน รวมทั้งประชาชนที่เกี่ยวข้องกับกิจการหนังสือ ซึ่งกำหนดตามนัยขององค์การศึกษา วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ ได้แก่ นักเขียน นักแปล นักวาดภาพพวกหนึ่ง สำนักพิมพ์และบรรณาธิการกิจพวกหนึ่ง โรงพิมพ์และการจัดพิมพ์พวกหนึ่ง ผู้จัดจำหน่ายแจกพวกหนึ่ง และบรรณารักษ์ผู้ส่งเสริมเผยแพร่หนังสือพวกหนึ่ง ดังต่อไปนี้

1. สนับสนุนการผลิตบุคลากรทุกแขนงในการพัฒนาหนังสือให้มีปริมาณเพียงพอและมีประสิทธิภาพ และส่งเสริมให้มีความรู้และประสบการณ์ เพื่อผลิตผลงานที่มีคุณค่าต่อการพัฒนาประเทศและจรรโลงจริยธรรม และวัฒนธรรมของสังคมไทย

2. ส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานของสำนักพิมพ์ บรรณาธิการกิจ และการจัดพิมพ์หนังสือที่มีคุณภาพ และราคาเป็นธรรมในปริมาณที่เพียงพอแก่ความต้องการของประเทศ และให้ความกว้างหน้าตัดที่เข้มนานาประเทศ

3. สนับสนุนการดำเนินธุรกิจทางการพิมพ์ให้ได้รับความสะดวก เป็นธรรม ส่งเสริมในเรื่องของการศึกษาวิจัยการผลิต การกำหนดมาตรฐานทางการพิมพ์ ขบวนการพิมพ์ การจัดการ การควบคุมคุณภาพการผลิต การขยายกิจการพิมพ์ไปสู่ภูมิภาค ตลอดจนสามารถพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมการพิมพ์ เพื่อการส่งออกต่างประเทศได้

4. ส่งเสริมการเผยแพร่หนังสือ ไปสู่ประชาชนทุกวิถีทาง จัดให้มีระบบจำหน่ายจ่ายแจกอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งภาคเอกชนและรัฐบาล เพื่อกระจายหนังสือออกสู่ชนบทประชาชนสามารถจัดหาซื้อได้ง่ายในราคาถูกเยา และหาทางขจัดอุปสรรคที่ทำให้การกระจายของหนังสือไม่แพร่หลาย และให้มีราคาถูกลง

5. ส่งเสริมการอ่านหนังสือของประชาชนทุกระดับทุกวัย ตลอดจนการผลิตบรรณารักษ์ผู้เผยแพร่หนังสือและการจัดห้องสมุดทุกรูปแบบแพร่หลายทั่วไปตลอดจนในชนบท

3. การใช้การสื่อสารเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรม

การสื่อสารมีบทบาทที่สำคัญยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 5 ได้กำหนดนโยบายเพื่อการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ไว้อย่างชัดเจนในหลายหัวข้อ เช่น การส่งเสริมการท่องเที่ยว การพัฒนาพลังงาน การพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี การพัฒนาบริเวณชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก การพัฒนาเมือง การพัฒนาโครงสร้างและการกระจายบริการสังคม การพัฒนาประชากร เป็นต้น

ในแผนนโยบายการพัฒนาต่าง ๆ เหล่านี้ ได้มีการกำหนดนโยบายและมาตรการของการสื่อสารสำหรับการพัฒนาไว้หลายประการด้วยกัน และมาตรการทางการสื่อสารรวมทั้งกิจกรรมที่ต่อเนื่องปรากฏอยู่ในทุกสาขาของแผนพัฒนา ไม่ว่าจะเป็นมาตรการทางการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว การเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้พลังงาน การประยุกต์พลังงาน การปรับปรุงโครงสร้างราคาน้ำมัน รวมทั้งมาตรการในการใช้การสื่อสารเพื่อการพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีด้วย

นอกจากนี้ในแผนพัฒนาฯ ยังได้กำหนดให้มีการใช้การสื่อสารเพื่อการพัฒนาพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก การพัฒนาเมืองหลัก ซึ่งมีผลโดยตรงทางด้านการพัฒนาเศรษฐกิจ

ส่วนมาตรการทางการสื่อสารที่กำหนดไว้ในแผนพัฒนาฯ และมีผลต่อการพัฒนาสังคมและวัฒนธรรมนั้น ได้มีการกำหนดไว้ในส่วนที่จะใช้การสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ กิจกรรมประชากร การพัฒนาโครงสร้างทางสังคม การกระจายบริการสังคม การพัฒนาค่านิยมที่ดีทางสังคม การศึกษา การพัฒนาจิตใจ การพัฒนาเด็กและเยาวชน การพัฒนาชาวเขา การพัฒนาค่านิยมวัฒนธรรม จริยธรรม และการเมืองด้วย

สำหรับมาตรการทางการสื่อสารที่กำหนดไว้เพื่อใช้ในการพัฒนาทางเศรษฐกิจสังคมและการเมือง ดังกล่าวข้างต้นนั้น ในแผนพัฒนา ฯ ฉบับที่ 5 ได้กำหนดไว้หลายรูปแบบด้วยกัน กล่าวคือ

1. การจัดตั้งหน่วยงาน เพื่อทำหน้าที่ในการรวบรวมข้อมูล เผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ เช่น ศูนย์ประสานและติดตามข้อมูล ศูนย์สำรวจและรวบรวมเอกสาร ศูนย์ข้อสนเทศ เป็นต้น
2. การขยายบริการ และปรับปรุงคุณภาพของบริการสื่อสารสาธารณะให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เช่น บริการโทรคมนาคม
3. การประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่ข่าวสารในสาขาที่จะพัฒนา
4. การระดมสรรพกำลัง และการประสานสื่อต่าง ๆ เพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพและมีผลต่อการพัฒนา
5. การจัดให้มีการอบรม สัมมนา เพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ รวมทั้งการแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็น
6. การศึกษา วิจัย และพัฒนาเทคนิคในการสื่อสาร
7. การรณรงค์ผ่านสื่อมวลชนต่าง ๆ

วิธีการต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้นแสดงให้เห็นโดยชัดเจนว่า ได้มีการยอมรับความสำคัญของการสื่อสารที่มีต่อการพัฒนา แทนที่เสียดยที่มาตรการและวิธีการที่กำหนดไว้ นั้น กระจุกกระจายกันอยู่ในเกือบจะทุกส่วนของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ฉบับที่ 5 จนดูเหมือนไม่มีความสำคัญ แท้ที่จริงแล้ว หากแผนพัฒนา ฯ จะใช้วิธีนี้ให้เห็นความสำคัญหรือให้ความสำคัญแก่การสื่อสารมากกว่านี้ก็อาจจะกระทำได้โดยกำหนดให้มีแผนการใช้การสื่อสารเพื่อการพัฒนาไว้โดยเฉพาะและระบุมาตรการว่า จะใช้การสื่อสารเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม การเมืองและการปกครองอย่างไรบ้าง ก็น่าจะทำให้มีผลในทางปฏิบัติมากขึ้น

4. นโยบายการสื่อสารกับการประสานแผนพัฒนาเศรษฐกิจและความมั่นคง

นอกจากนโยบายดังกล่าวข้างต้นแล้ว ยังเป็นที่น่ายินดีที่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 5 ได้มีการกำหนดนโยบายในการประสานแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมกับการรักษาความมั่นคงแห่งชาติ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและการประหยัดมากที่สุด

ในการประสานแผนพัฒนาเศรษฐกิจและความมั่นคงดังกล่าวข้างต้นนั้น ได้มีการกำหนดนโยบายและแผนด้านที่สำคัญ ๆ ไว้หลายด้านรวมทั้งการสื่อสารด้วย

นโยบายและแผนด้านการสื่อสารเพื่อการประสานแผนพัฒนาเศรษฐกิจและความมั่นคงนั้น ได้เน้นหนักในด้านการผลิตเครื่องมือสื่อสารขนาดเล็ก ทั้งนี้เนื่องจากการขาดอุตสาหกรรมพื้นฐานและเทคโนโลยีระดับสูงในประเทศ ทำให้ไม่สามารถพัฒนาอุตสาหกรรมสื่อสารสำหรับเครื่องมือสื่อสารขนาดใหญ่ได้ แต่ในกรณีเครื่องมือสื่อสารขนาดเล็ก เช่น simple walkie-talkie หรือ HF/SSB นั้น ผู้ผลิตภายในประเทศสามารถจะตอบสนองความต้องการได้อย่างเพียงพอ ทั้งนี้จึงมีนโยบายสนับสนุนการผลิตภายในประเทศเพื่อใช้ในการสนับสนุนการป้องกันประเทศในระบบนิวก้าว ซึ่งก็มีหลายหน่วยงานรับผิดชอบ และมีกำลังป้องกันประเทศในหลายรูปแบบ

เป้าหมายที่กำหนดไว้ก็คือสนับสนุนการใช้เครื่องมือสื่อสารขนาดเล็กที่ผลิตขึ้นได้ในประเทศให้ครบทุกพื้นที่ในหมู่บ้านอาสาพัฒนาและป้องกันตนเองเพื่อความมั่นคง (หมู่บ้าน, อพป.) และพัฒนาส่งเสริมการผลิต การการจัดส่งไปจำหน่ายในต่างประเทศ ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับการจัดระบบการป้องกันประเทศแบบพหุภาคีอย่าง ประหยัด และเสริมความพร้อมของการรับสถานการณ์ฉุกเฉิน

5. สรุป

จากข้อมูลที่ได้เสนอมาข้างต้นเป็นที่ยืนยันโดยชัดแจ้งว่าในประเทศไทยมี “นโยบายการสื่อสาร” อยู่แล้วทั้งในรัฐธรรมนูญ คำแถลงนโยบายของรัฐบาล แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และแผนหลัก ด้านการสื่อสาร นอกจากนี้ยังมีปรากฏอยู่ ณ ที่อื่น ๆ อีก ซึ่งผู้เขียนไม่สามารถนำมาเสนอ ณ ที่นี้ได้ทั้งหมด

นอกจากนี้ เป็นที่น่ายินดีที่รัฐบาลได้ตระหนักถึงความสำคัญของ “นโยบายการสื่อสารของชาติ” มากยิ่งขึ้น ดังจะเห็นได้จากการที่คณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ 15 มกราคม 2528 ให้จัดตั้ง “คณะกรรมการนโยบาย การสื่อสารของประเทศ” ขึ้น เพื่อทำหน้าที่ในการกำหนดนโยบายการสื่อสารของประเทศ รวมทั้งเสนอวิธีการ แก้ไขปัญหาต่าง ๆ เกี่ยวกับการสื่อสารทุกชนิด ฯลฯ คณะกรรมการนโยบายการสื่อสารของประเทศนี้ ประกอบด้วย กรรมการรวมทั้งสิ้น 34 คน โดยมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคม เป็นประธาน และผู้แทนระดับสูงจากส่วน ราชการ รัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงในด้านการสื่อสาร เป็นกรรมการ ขณะนี้คณะกรรมการดังกล่าวกำลังพิจารณากลับกรอกร่างนโยบายการสื่อสารแห่งชาติเพื่อนำเสนอคณะรัฐมนตรีพิจารณาอีก ครั้งหนึ่ง

ดังนั้น จึงเป็นที่น่าเชื่อมั่นว่าในอนาคตอันใกล้นี้ “นโยบายการสื่อสารแห่งชาติ” ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ที่เกี่ยวข้องในวงการสื่อสารทั้งหลายปรารถนาอย่างยิ่งนั้น คงจะเป็นความจริงอย่างแน่นอน ทั้งนี้เพราะนโยบายการ ประชาสัมพันธ์แห่งชาติ และนโยบายการพัฒนาหนังสือแห่งชาติก็เป็นรูปร่างเรียบร้อยแล้ว

บรรณานุกรม

1. คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงาน แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ห้า พ.ศ. 2525-2529. กรุงเทพฯ, 2524.
2. เศรษฐพร คุศรีพิทักษ์. “นโยบายการสื่อสารของประเทศไทย.” เอกสารประกอบการบรรยายลักษณะวิชา นโยบายการสื่อสาร และ การวางแผนการสื่อสาร ระดับปริญญาโท คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ปีการศึกษา 2528.
3. กมนาคม, กระทรวง แผนหลักการสื่อสาร 2525-2534. กรุงเทพฯ, 2524.
4. Sethaporn Cusripituck, Sifpachai Bijayendrayodhin and Theerawuti Kongpricha. “Communication Policies in Thailand.” A Study Report Submitted to UNESCO, March 1985.