

กลยุทธ์การสื่อสารทางการเมืองของนโยบายประชานิยม

Political Communication Strategies of Populism Policy

สิริมาส หมื่นสาย¹ ธนาภรณ์ แสงทอง² ภวัต พัฒนนิภากร³

Sirimas Muensai, Thanaporn Swangthong, Phawat Phattananiphakorn

บทคัดย่อ (Abstract)

การสื่อสารทางการเมืองเป็นกระบวนการทางการเมืองที่ก่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกของสังคมการเมืองมีความสำคัญต่อระบบการเมือง เป็นกิจกรรมที่แพร่หลายทั่วไป ทั้งการสร้างเครือข่ายผลประโยชน์ การประสานผลประโยชน์การสร้างกฎ การประยุกต์ใช้กฎและการปรับเปลี่ยนกฎ รวมถึงเป็นการสื่อสารนโยบายทางการเมือง หรือที่เรียกว่านโยบายประชานิยม ของพรรคการเมืองต่างๆ ล้วนดำเนินไปโดยอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือด้วยกันทั้งสิ้น กลยุทธ์การสื่อสารทางการเมืองของนโยบายประชานิยมนั้นกลยุทธ์ที่นำมาใช้ในปัจจุบันมุ่งเน้นการสื่อสารทุกรูปแบบที่ดำเนินโดยนักการเมืองและผู้ที่เกี่ยวข้องทางการเมือง ซึ่งสามารถส่งข้อมูลถึงนักการเมืองได้โดยตรงและตอบสนองความต้องการของประชาชน มีลักษณะเป็นระบบของการแพร่ข่าวสารทางการเมืองไปยังสมาชิกของการเมืองและขณะเดียวกันก็เป็นกระบวนการในการนำเอาข้อเรียกร้องและความต้องการของประชาชนไปสู่รัฐบาลที่จะทำการกำหนดนโยบายและการตัดสินใจของรัฐบาลสอดคล้องและสนองตอบต่อความต้องการของประชาชนได้ดียิ่งขึ้น

คำสำคัญ (Keyword): การสื่อสารทางการเมือง; นโยบายประชานิยม; กลยุทธ์การสื่อสารทางการเมือง

Abstract

Political communication is a political process that gives rise to the interaction between members of the political society is important to the political system. It is a widespread activity. Both creating a network of interests coordination of interests, rule creation, application of rules and rule modification. Including the

Received: 2021-05-20 Revised: 2021-07-16 Accepted: 2021-07-17

¹ สาขาการบริหารการพัฒนาองค์กร คณะบริหารและการจัดการ มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา Organization Development Administration Branch Faculty of Administration and Management Chaopraya University. Corresponding Author e-mail: is.sirimas08@gmail.com

² คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา Faculty of Humanities and Social Science. Chaopraya University. e-mail: tpingpong@gmail.com

³ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา Faculty of Humanities and Social Sciences. Chaopraya University. e-mail: phawat.pha58@gmail.com

communication of political policy also known as populism policy of various political parties are all carried out by means of communication as a tool together. For the political communication strategy of populism policy, the strategy adopted today focuses on all forms of communication carried out by politicians and political stakeholders. Which can send information to politicians directly and meet the needs of the people. It is a systematic nature of the dissemination of political news to members of politics, and at the same time it is the process of bringing the demands and needs of the people to the government. That will make government policy formulation and decisions more consistent and better respond to the needs of the people

Keywords: Political communication; Populist policy; Political communication strategy

บทนำ (Introduction)

“ประชานิยม” เริ่มเป็นที่รู้จักในสังคมไทยมาตั้งแต่การเลือกตั้งในปี 2544 และได้ถูกกล่าวถึงบ่อยมากขึ้น โดยเฉพาะในช่วงการบริหารงานของรัฐบาล พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร และก็ได้มีการนำมาใช้กันแพร่หลายมากขึ้น ในสังคมไทยจนถึงปัจจุบัน นักวิชาการและปัญญาชนจำนวนหนึ่งได้วิพากษ์วิจารณ์นโยบายของรัฐบาลทักษิณว่า เป็นนโยบายประชานิยมแบบลาตินอเมริกาขณะที่รัฐบาลในยุคนี้ เรียกนโยบายที่ดำเนินการอยู่ว่าเป็นนโยบาย คู่ขนาน (Dual Track Policy) เป็นนโยบายเพื่อคนรากหญ้า เพื่อแก้ปัญหาความยากจน นอกจากนี้ประชานิยม มักจะถูกนำมาเอามาใช้และสร้างความเข้าใจในการเรียกนโยบายหรือโครงการต่าง ๆ ที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้ ประชาชนชื่นชอบหรือพึงพอใจ โดยประชาชนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักคือ ประชาชนที่มีฐานะยากจน การจัดทำนโยบายประชานิยมจึงมีทั้งด้านบวกและด้านลบ รวมทั้งได้กลายมาเป็นรูปแบบที่นักการเมืองใช้เป็นนโยบาย ในการหาเสียงกันมากที่สุดในปัจจุบัน

รัฐบาลในยุคต่อ ๆ มา ก็ไม่สามารถก้าวข้ามพ้นนโยบายประชานิยมได้เนื่องจากเป็นนโยบายที่ สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับประชาชนได้แต่นโยบายเหล่านี้ล้วนเป็นนโยบายที่สร้างภาระทางการคลังจำนวนมาก ในปัจจุบันและอนาคต ในการนำนโยบายประชานิยมมาใช้ รัฐบาลยังต้องดำเนินการแสวงหาเงินเพื่อมาใช้จ่าย ในการดำเนินนโยบาย แต่ในขณะเดียวกันรัฐบาล ก็ยังต้องดำเนินการอุดหนุนโครงการต่าง ๆ ของรัฐบาลที่มี อยู่อย่างต่อเนื่อง ด้วยเหตุนี้เองเพื่อให้ภาระในการหาเงินเพื่อมาใช้ในนโยบายต่าง ๆ รัฐบาล จึงจำเป็นต้อง ลดการอุดหนุนในด้านต่าง ๆ ลง ซึ่งในที่สุดนโยบายทางเศรษฐกิจสำคัญ ๆ ที่เคยใช้มาก็เริ่มจะล้มเหลว หรือไม่ประสบผลสำเร็จตามที่ตั้งไว้ซึ่งจะทำให้ความมั่นคงของรัฐบาลตกไปสู่ในสถานะที่อันตราย แต่ถ้าได้ดำเนินการแก้ไข ปัญหาเศรษฐกิจด้วยการรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจย่อมส่งผลดีในระยะยาวมากกว่า ซึ่งในด้านความมีเหตุมีผลทางเศรษฐศาสตร์แล้ว นักวิชาการบางกลุ่มได้แสดงความคิดเห็นว่านโยบายประชานิยม

นิยม เหล่านี้มีต้นทุนที่สูงมากและไม่คุ้มค่าที่จะดำเนินการอย่างต่อเนื่องและไม่เหมาะสมที่จะนำมาเพื่อแก้ไข ปัญหาความยากจนในประเทศไทยในระยะยาว (ชุตินันท์ ปราณีราษฎร์, 2561)

การศึกษาแนวคิดนโยบายประชานิยมและแนวคิดสำหรับการสื่อสารทางการเมืองนั้นเป็นการศึกษาเกี่ยวกับการดำเนินงานของรัฐบาลมุ่งที่จะทำให้ประชาชนอยู่ดีกินดีจริง ๆ ต้องทำให้ประชาชนอยู่ดีกินดีได้ต่อเนื่อง ผลแบบนี้เกิดขึ้นก็ต่อเมื่อนโยบายเศรษฐกิจสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจในระดับมหภาคทำให้ประชาชนมีรายได้ มีงานทำมีโอกาสที่จะยกฐานะความเป็นอยู่ของตนเองให้ดีขึ้นได้ ถ้าเศรษฐกิจเข้มแข็งความเป็นอยู่ของประชาชนก็จะดีขึ้นตาม (แพรวา ศรีธานี, 2557) ซึ่งการที่สังคมไทยจะก้าวข้ามพ้นประชานิยมได้นั้น ต้องสร้างระบบรัฐสวัสดิการเข้ามาแทนที่หากยังไม่มีความพร้อมทางฐานะทางการคลัง ควรมีการพัฒนาสังคมสวัสดิการ อันเป็นการจัดระบบสวัสดิการให้สังคมเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อลดภาระทางการคลังขึ้นมานอกจากนี้ยังต้องสร้างประชาธิปไตยที่มีรากฐานจากประชาสังคมและสำนึกพลเมืองเพื่อออกจากประชานิยม ซึ่งต้องอาศัยกระบวนการวิธีการสื่อสารทางการเมืองเข้ามาเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อน

นโยบายประชานิยมทำให้ทุกพรรคต้องขายนโยบายให้กับประชาชน ซึ่งปรากฏการณ์นี้ทำให้ทุกพรรคการเมืองจะต้องคิด วางแผน และออกแบบนโยบายที่ทำได้และเกิดประโยชน์กับประชาชนจริงๆ เพราะการเมืองหลังจากที่ไทยรักไทยเสนอนโยบายประชานิยมที่ทำได้จริง และประชาชนได้ประโยชน์ ถือว่าเป็นมาตรฐานใหม่ให้พรรคการเมืองทุกพรรคจะต้องให้ความสำคัญกับการกำหนดนโยบายก่อนการเลือกตั้ง อย่างไรก็ตาม ถึงแม้หลายพรรคการเมืองจะพากันขูนโยบายลักษณะประชานิยมเพื่อหวังคะแนนเสียงจากประชาชนก่อนการเลือกตั้ง นโยบายดังกล่าวควรออกแบบให้สามารถทำได้จริง คุ้มค่า มีประสิทธิภาพและเป็นธรรมกับคนทุกกลุ่มในสังคม ไม่ใช่แค่มุ่งใช้นโยบายเพื่อหวังผลทางการเมืองเท่านั้น (ชัยญานันต์ คุ่มดีและคณะ, 2563)

แต่นโยบายทำนองนี้ก็เป็นดาบสองคม คือ ด้านหนึ่งให้ประโยชน์แก่ประชาชน แต่อีกด้านหนึ่งเป็นภาระทางด้านการเงินกับรัฐบาล และประชาชนผู้เสียภาษีซึ่งจะต้องแบกรับภาระทางด้านการเงินเพิ่มขึ้นทุกปี ตามจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น และความรุนแรงของปัญหาความยากจนที่เพิ่มขึ้น รวมไปถึงปัญหาแทรกซ้อนอันเกิดจากนโยบายประชานิยมหรือนโยบายภายใต้ชื่ออื่นใด ซึ่งมีเนื้อหาในทำนองเดียวกัน เนื่องจากเหตุปัจจัยสำคัญ (นพดล กรรณิกา, 2559) กล่าวคือ การแก้ปัญหาความเดือดร้อนอันเกิดจากความยากจน ด้วยการให้เงินหรือแม้กระทั่งการเข้าไปแบกรับดอกเบี้ยแทนประชาชนผู้เป็นหนี้ ถึงแม้จะช่วยบรรเทาความเดือดร้อนได้บ้าง ก็เป็นเพียงระยะสั้นๆ แต่เป็นการปลูกฝังอุปนิสัยให้คนงอมืองอเท้า รอคอยความช่วยเหลือจากรัฐจนกลายเป็นอุปนิสัยประกอบกับประเทศไทยมิได้เป็นประเทศร่ำรวย มีฐานะการเงิน การคลังที่มั่นคงอยู่ในฐานะเป็นเจ้าหนี้ ตรงกันข้ามฐานะการเงิน การคลังของประเทศย่ำแย่ จะเห็นได้จากการมีหนี้เพิ่มขึ้น และเพิ่มขึ้นเนื่องจากการจัดเก็บรายได้ไม่พอที่จะนำมาบริหารประเทศ จะเห็นได้จากการตั้งงบประมาณขาดดุลติดต่อกันมาหลายปีแล้ว และรายจ่ายส่วนหนึ่งของงบประมาณก็คือ การจ่ายดอกเบี้ยและเงินต้นคืน (ภาวินศิริ ประภาณุกุล, 2558)

สำหรับบทความวิชาการฉบับนี้ผู้เขียนมุ่งเน้นอธิบายประเด็นสำคัญ 3 ประเด็นคือ 1) การศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดของนโยบายประชานิยมซึ่งประกอบด้วย กรอบแนวคิดของนโยบายประชานิยมและผลกระทบจากนโยบายประชานิยม 2) แนวคิดการสื่อสารทางการเมืองซึ่งประกอบด้วย ความหมายของการสื่อสารทางการเมือง ลักษณะของการสื่อสาร และความสำคัญของการสื่อสารทางการเมือง และประเด็นที่ 3) การวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการสื่อสารทางการเมืองของนโยบายประชานิยม ซึ่งเนื้อหาทั้ง 3 ส่วนอธิบายได้ดังนี้

แนวคิดของนโยบายประชานิยม

1.1 กรอบแนวคิดของนโยบายประชานิยม

โดยพื้นฐานแล้ว คำว่า “ประชานิยม” มีรากศัพท์มาจากภาษาละติน “Populus” หมายถึงประชาชนทั้งประเทศ หมายความว่า นโยบายประชานิยมแบบดั้งเดิม คือนโยบายที่เกิดขึ้นโดยประชาชนทั้งประเทศ และเพื่อประชาชนทั้งประเทศ ซึ่งจะตรงข้ามกับกลุ่มที่มีแนวความเชื่ออื่นๆ ที่มุ่งเน้นการบริหารจัดการโดยกลุ่มคนย่อยๆ ที่มีอำนาจเหนือคนอื่นๆ อาทิเช่น กลุ่มชนชั้นสูง (Elite) ด้วยเหตุนี้เอง ในอดีตคำว่าประชานิยม จึงเป็นเครื่องแสดงความเชื่อทางรัฐศาสตร์เพื่อแสดงถึงความคิดเห็นต่อวิธีการบริหารจัดการโดยภาครัฐ

นอกจากนี้ นโยบายประชานิยมแบบดั้งเดิมยังมีความหมายตรงกับการพัฒนาประเทศตามหลักการ พาเรโต (Pareto's improvement) ในทางเศรษฐศาสตร์ ซึ่งการพัฒนาดังกล่าวเป็นการจัดสรรทรัพยากรให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยผลประโยชน์ที่เพิ่มขึ้นจะถูกกระจายไปยังประชาชนทุกคนตัวอย่างเช่น การจัดสรรสินค้าสาธารณะ เป็นที่ทราบกันดีว่าสินค้าสาธารณะเป็นสินค้าที่ประชาชนสามารถบริโภคร่วมกันได้ และผู้บริโภคก็ไม่สามารถที่จะกีดกันผู้บริโภคอื่นไม่ให้ได้รับการบริโภคได้ เช่น ระบบป้องกันประเทศ หรือ เสาส่งกระแสไฟฟ้าตามท้องถนน ดังนั้น ผู้บริโภคจึงไม่มีแรงจูงใจที่จะลงทุนซื้อสินค้านี้ แต่ถ้ามีแรงจูงใจที่จะใช้สินค้านี้ดังกล่าว หากมีผู้อื่นซื้อมาใช้บริโภค ด้วยเหตุนี้เอง สินค้าสาธารณะจึงเป็นสินค้าที่ไม่มีผู้จัดซื้อตามกลไกตลาด เพราะฉะนั้น ภาครัฐจึงสามารถที่จะพัฒนาประเทศตามหลักการพาเรโตได้ โดยการรวบรวมเงินจากประชาชนผู้ที่ใช้บริการเข้าด้วยกัน เช่น การจัดเก็บภาษีอากรมาใช้ในการจัดสรรสินค้าสาธารณะต่างๆ เพื่อให้ประชาชนทุกคนได้รับประโยชน์จากการมีอยู่ของสินค้าสาธารณะเหล่านั้น (บุษบา สันสมบุรณ์, 2553)

อย่างไรก็ดี นโยบายเพื่อการพัฒนาประเทศในสภาพความเป็นจริงแล้ว นโยบายส่วนใหญ่ มักจะก่อให้เกิดผลดีกับประชาชนกลุ่มหนึ่ง ในขณะที่จะก่อให้เกิดผลเสียต่อคนอีกกลุ่มหนึ่ง ตัวอย่างเช่น นโยบายจำนำข้าว ซึ่งจะให้ประโยชน์กับกลุ่มเกษตรกร ในขณะที่ผลเสียจะเกิดกับคนที่เสียภาษีในรูปของเงินภาษีบางส่วนที่ต้องจ่ายเพื่ออุดหนุนนโยบายดังกล่าว หรือนโยบายการเก็บภาษีที่ดินจะให้ประโยชน์กับคนที่มียอดที่ดินน้อย ในขณะที่ผลเสียจะตกอยู่กับผู้ที่มีที่ดินจำนวนมาก เนื่องจากคนที่มียอดที่ดินน้อยมีภาระภาษีที่น้อยกว่า แต่ผลประโยชน์ จากเงินภาษีอากรจะตกถึงประชาชนทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน

1.2 ผลกระทบจากนโยบายประชานิยม

ผลกระทบที่เกิดจากการดำเนินนโยบายประชานิยม ทั้งที่เป็นผลกระทบทางเศรษฐกิจ ทางสังคมวัฒนธรรม และทางการเมือง แบบให้เห็นความเชื่อมโยงกันได้ นโยบายประชานิยมจะทำให้เพิ่ม หนี้ภาครัฐ และประชาชนมีหนี้สินเพิ่มขึ้น ไม่สามารถหลุดพ้นวงจรหนี้สิน และนั่นคือไม่อาจหลุดพ้นจาก ความยากจนได้เพราะเอาทุนไปใช้เพื่อการบริโภคมากกว่าการผลิต การบริโภคมากมี ส่วนทำให้กลุ่มธุรกิจ ที่สนับสนุนรัฐบาลมีความมั่งคั่ง ยิ่งขึ้น ส่งผลให้รัฐบาลมั่นคง และประชาชนก็ต้องขึ้นต่อรัฐบาลในรูปแบบของ ความสัมพันธ์เชิงอุปถัมภ์สมกับทุนนิยม สุดท้ายประชาชนจึงไม่อาจมีอำนาจที่แท้จริงในทางการเมืองและเศรษฐกิจตลอดไป

ในภาคสังคมและวัฒนธรรม โครงการประชานิยมต่าง ๆ จะส่งผลต่อการบริโภคที่ เพิ่มขึ้น อย่างมากมายผลที่เกิดขึ้นนี้ก็คือการขยายตัวของวัฒนธรรมบริโภคนิยม จริงอยู่ที่วัฒนธรรมบริโภคนิยม นั้น ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากแรงกระตุ้นของระบบทุนนิยมโลกโดยเฉพาะจากวัฒนธรรมตะวันตก ที่ผ่านมาทางเทคโนโลยี ข้อมูลข่าวสาร แต่การโอนเงินลงไปในชุมชนผ่านมือของปัจเจกบุคคลที่มีเสรีภาพ ที่จะใช้สอยย่อมเป็นการ เพิ่มโอกาสให้การบริโภคทำได้ง่ายขึ้น แต่การพัฒนาที่เอาเงินเป็นตัวต่ออาจจะนำมาซึ่งความล่มสลายของ ชุมชนได้เพราะว่า “ความเป็นชุมชนเป็นเรื่องของการวิ่งเข้าหากันของคนในชุมชน แต่ถ้าเงินเข้าไปคนจะ วิ่งเข้าหาเงิน จะไม่วิ่งเข้าหากัน” และการที่นโยบายของรัฐเน้นให้ประชาชนกู้เงินได้มากขึ้นนั้นกลายเป็น ดาบสองคม เพราะว่า “คนที่มีอาชีพการงานพอใช้ได้และรู้จักการบริหารการเงินที่ดีก็พอประคับประคอง ตัวเองได้หรือยกฐานะได้บ้าง คนที่มีอาชีพรายได้ไม่แน่นอนและการบริหารไม่ดียิ่งจะมีต้นทุนสูงขึ้นอีก เช่น เสียดอกเบี้ยเอกชนสูงเพื่อหมุนเงินมาใช้หนี้ธนาคารและมีภาระหนี้มากขึ้น” (บุรฉัตร พานธรักษ์, 2555)

ส่วนในด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องที่จะนำมาแก้ปัญหาเกี่ยวกับนโยบายประชานิยมซึ่งส่งผลกระทบต่อหนี้สาธารณะและส่งผลกระทบต่อฐานะการเงินการคลังของประเทศ โดยมีข้อเสนอแนะคือการปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายที่มีอยู่เดิม ได้แก่ พระราชบัญญัติวิธีการงบประมาณ พ.ศ. 2502 พระราชบัญญัติเงินคงคลัง พ.ศ. 2491 พระราชบัญญัติให้อำนาจกระทรวงการคลังก่อตั้งหรือยุบเลิกทุนหมุนเวียน พ.ศ. 2543 พระราชบัญญัติการบริหารหนี้สาธารณะ พ.ศ. 2548 และพระราชบัญญัติและระเบียบการเงินการคลังอื่นที่เกี่ยวข้อง และต้องยกร่างกฎหมายการเงินการคลัง ภาครัฐฉบับใหม่ เพื่อช่วยให้การใช้จ่ายเงินแผ่นดินของรัฐบาล อยู่ในกรอบวินัยการเงิน การคลังมากขึ้น เมื่อรัฐบาลใช้นโยบายประชานิยมในการหาเสียง และแถลงนโยบาย ต่อรัฐสภา ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจของประเทศ ควรที่จะต้องมีความชัดเจนในเรื่องของจำนวนเงินที่ จะนำมาใช้ระบุดึงแหล่งที่มา ซึ่งในบางครั้งรัฐบาลจะต้องกู้เงินมาดำเนินโครงการตามสัญญา ที่ให้ไว้กับประชาชน อาจส่งผลให้หนี้สาธารณะมีจำนวนเพิ่มขึ้น

ดังนั้นถ้าประเทศยังคงใช้นโยบายลด แลก แจก แถมต่อไป ไม่ว่าจะเรียกชื่ออะไร สักวันหนึ่งข้างหน้าประเทศไทยก็คงจะเหมือนหลายประเทศที่เคยใช้นโยบายประชานิยมคือลุ่มจมอยู่ในกองหนี้แน่นอนแต่การให้ความช่วยเหลือทั้งในรูปแบบของประชานิยมและประชารัฐ ไม่ได้เน้นการช่วยเหลือให้ประชาชนพึ่งตนเองได้อย่างถาวร แต่เน้นผลสำเร็จระยะสั้นๆ เพื่อหวังผลการเมือง และ

ยังทำให้ประเทศมีหนี้สินเพิ่มขึ้นด้วย แต่จะปฏิเสธไม่ได้หากไม่พัฒนาประเทศด้วยการกำหนดนโยบายประชานิยมออกมาเลย ซึ่งการกำหนดนโยบายออกมานั้นนอกจากปัจจัยต่างๆ ที่กล่าวมาแล้วสิ่งที่รัฐบาลต้องทำคือการสร้างความรู้ ความเข้าใจกับประชาชนในกระบวนการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับนโยบายประชานิยมที่ออกมาซึ่งจากความรู้ที่ผู้เขียนจึงได้สนใจและทำการวิเคราะห์หลักการประชานิยมที่เป็นอยู่ในปัจจุบันและการสื่อสารทางการเมืองระหว่างรัฐบาลไปยังประชาชนให้เกิดการรับรู้สร้างความเข้าใจและตระหนักถึงการนำไปปฏิบัติให้ตรงเป้าหมายที่นโยบายกำหนดไว้

แนวคิดการสื่อสารทางการเมือง

2.1 ความหมายของการสื่อสารทางการเมือง

การสื่อสารทางการเมือง (Political Communication) เป็นศาสตร์ที่มีจุดเริ่มต้นมาตั้งแต่มยุครีกิโบริอัน เน้นในเรื่องวาทวิทยา การเมืองและจริยธรรม เป็นการนำการโฆษณาชวนเชื่อมาผสมผสานกับเนื้อหาทางการเมืองและการสื่อสารเข้าด้วยกัน เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ในทางการเมือง โดยรูปแบบของการสื่อสารทางการเมือง เป็นแนวทางการศึกษาที่ตระหนักถึงการสื่อสาร ในฐานะเครื่องมือกำหนดยุทธศาสตร์ เพื่อนำไปสู่เป้าหมายทางการเมือง โดยอาศัยการสื่อสารสร้างแนวทางการยอมรับในกลุ่มประชาชนผู้รับสาร การสื่อสารทางการเมือง เป็นกระบวนการทางการเมืองที่เกี่ยวข้องต่อการแลกเปลี่ยนข้อเท็จจริง ทศนะและความคิดเห็น ตลอดจนประสบการณ์ทางการเมืองระหว่างบุคคล เป็นกระบวนการพิเศษที่ก่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกของสังคมการเมือง และทำให้บุคคลสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ในสังคมการเมือง เป็นกิจกรรมที่แพร่หลายทั่วไป (ธฤทธิ์ ดอกโธสง, 2555)

การสื่อสารทางการเมืองเป็นกระบวนการทางการเมืองที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนข้อเท็จจริง ทศนะและความคิดเห็น ตลอดจนประสบการณ์ทางการเมืองระหว่างบุคคล การสื่อสารทางการเมืองนับเป็นกระบวนการพิเศษ ที่ก่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกของสังคมการเมืองและทำให้บุคคลสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ในสังคมการเมือง และการสื่อสารทางการเมืองยังเป็น กิจกรรมที่แพร่หลายทั่วไป ตามความหมายของ อัลมอนด์ และโคลแมน (Almond & Coleman, 1960) ระบุว่า การสื่อสารทางการเมืองคือ กิจกรรมที่เผยแพร่ทั่วไป อันเป็นการทำหน้าที่ทั้งหลายดำเนินอยู่ในระบบการเมือง กระบวนการ สังคมประกิต การสร้างโครงข่ายผลประโยชน์ การประสานผลประโยชน์ การสร้างกฎ การประยุกต์ใช้กฎและการปรับเปลี่ยนกฎ ล้วนดำเนินไปโดยอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือ

นอกจากนี้การสื่อสารทางการเมือง หมายถึง การถ่ายทอดข่าวสารที่เกี่ยวกับการเมืองจากส่วนหนึ่งของระบบการเมือง ไปยังอีก ส่วนหนึ่งของระบบการเมือง และเป็นการถ่ายทอดระหว่างระบบสังคมกับระบบการเมือง (Rush & Althoff, 1971) ซึ่งการส่งข้อมูลข่าวสารจากบุคคลหนึ่งหรือกลุ่มบุคคลหนึ่งไปยังอีกคนหนึ่งหรืออีกกลุ่มหนึ่ง โดยใช้กระบวนการ (process) อย่างหนึ่งเช่นเดียวกับการพัฒนา หรือการเปลี่ยนแปลงทางสังคมกล่าวคือ เป็นกิจกรรมที่มีการเคลื่อนไหวอยู่

ตลอดเวลา ไม่อยู่นิ่งและไม่มีจุดเริ่มต้นหรือจุดจบที่เห็นชัดเจน (David K. Berlo, 1960) นอกจากนี้ การสื่อสารยังเป็นกระบวนการซึ่งปัจเจกแต่ละบุคคลในบริบทต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มเครือญาติ องค์กร และสังคมชุมชนมีปฏิสัมพันธ์ตอบสนองและสร้างข้อมูลข่าวสารเพื่อที่จะปรับตัวเองให้เข้ากับ บริบทหรือสภาพแวดล้อมและผู้อื่นในสังคม (จุฑาพรธ (จามจุรี) ผดุงชีวิต, 2551)

การสื่อสารทางการเมืองยังมีลักษณะเป็นระบบของการแพร่ข่าวสารทางการเมืองไปยัง สมาชิกของการเมือง ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่าการสื่อสารทางการเมืองเป็นแบบแผนหรือ กระบวนการแพร่ข่าวสารทางการเมืองระหว่างสมาชิกกับหน่วยต่าง ๆ ในระบบการเมือง หรือกล่าว อีกนัยหนึ่งได้ว่าการสื่อสารทางการเมืองมีบทบาทเป็นตัวกลางระหว่างประชาชนและรัฐบาล โดย เป็นช่องทางในการเสนอข้อมูลข่าวสารทางการเมืองต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการตัดสินใจและนโยบายของ รัฐบาลให้ประชาชนได้รับรู้ และขณะเดียวกันก็เป็นกระบวนการในการนำเอาข้อเรียกร้องและความ ต้องการของประชาชนไปสู่รัฐบาลที่จะทำการกำหนดนโยบายและการตัดสินใจของรัฐบาล สอดคล้องและสนองตอบต่อความต้องการของประชาชนได้ดียิ่งขึ้น (Shaffee, 1975) และหากมอง การสื่อสารทางการเมืองในความหมายเชิงกว้างและเชิงแคบ ในความหมายเชิงกว้างการสื่อสารทาง การเมืองหมายถึง กิจกรรมการสื่อสารที่มนุษย์กระทำขึ้นหรือเกิดขึ้นนอกบ้านเรือนของตน การยื่น ข้อเรียกร้องระหว่างประเทศ หรือการกล่าวคำปราศรัยของนักการเมืองย่อมหมายถึง การสื่อสารทาง การเมือง ส่วนในความหมายเชิงแคบนั้น การสื่อสารทางการเมือง หมายถึง กิจกรรมใด ๆ ของ สถาบันเฉพาะ ซึ่งถูกจัดตั้งขึ้นเพื่อทำหน้าที่ในการกระจายข้อมูลข่าวสาร ความคิด และทัศนคติ อัน เกี่ยวข้องกับเรื่องการเมืองการปกครองซึ่งส่วนใหญ่แล้ว การศึกษาเรื่องการเมืองการสื่อสารทางการเมือง มักจะ มองการสื่อสารทางการเมือง โดยนัยแห่งความหมายแคบนี้ เช่น การศึกษาเรื่องการรณรงค์หาเสียง ในการเลือกตั้ง อาจเน้นในเรื่องการใช้โทรทัศน์โปสเตอร์และการกล่าวคำปราศรัยของพรรคและ นักการเมือง เป็นต้น อาจกล่าวได้ว่า การสื่อสารทางการเมืองเป็นกระบวนการถ่ายทอด และการ แพร่ของข่าวสารทางการเมือง อันเกี่ยวกับการเมืองระหว่างผู้มีตำแหน่งทางการเมืองกับประชาชน หรือระหว่างนักการเมืองกับสถาบันทางการเมืองที่ครอบคลุมการสื่อสารในทุกกิจกรรมของมนุษย์ ทางสังคมและการเมือง รวมทั้งเป็นการจัดระเบียบทางสังคม เพื่อให้คนในสังคมเกิดความเข้าใจซึ่ง กันและกันและอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขในสังคมการเมือง เช่น การเข้าร่วมทางการเมืองการ เลือกสรรทางการเมือง (Pool, 1968)

สรุปได้จากนิยามดังกล่าวข้างต้นนั้นเป็นนิยามที่รวมทั้งภาษาที่เป็นการพูดและการเขียนที่ เป็นวาทศิลป์ทางการเมือง แต่ไม่รวมถึงการกระทำที่เป็นสัญลักษณ์ทางการเมือง แต่ในทัศนะของ แมคเนร์ การสื่อสารทางการเมืองจะรวมถึงสัญลักษณ์เพื่อที่จะเข้าใจกระบวนการทางการเมืองทั้งหมด เช่น คำนิยามของโดริส แกร็บเบอร์ (Doris Graber) ที่อธิบายการสื่อสารทางการเมืองนั้นรวมถึง ภาษาทางการเมือง (political language) ซึ่งไม่ได้มีเพียงการสื่อสารที่เป็นคำพูด หากรวมถึง การ สื่อสารที่ไม่เป็นคำพูด (paralinguistic) ด้วย ได้แก่ภาษาร่างกาย การกระทำทางการเมือง เช่น การ คว่ำบาตรและการประท้วง เป็นต้น

2.2 ลักษณะของการสื่อสาร

การสื่อสารมีลักษณะธรรมชาติที่ค่อนข้างซับซ้อนหลายประการสรุปลักษณะของการสื่อสารไว้อย่างน่าสนใจ ดังนี้

1. การสื่อสารเป็นกระบวนการแห่งพลวัต (Dynamic) การสื่อสารเป็นกิจกรรมที่ดำเนินต่อเนื่องไปเรื่อย ๆ ไม่หยุดยั้ง กล่าวคือ มนุษย์สื่อสารระหว่างกันด้วยคำพูดที่ส่งถึงกัน ท่าทางการเคลื่อนไหวของอากัปกริยา สีหน้า แววตาท่าทาง กระบวนการการแปรผลคำพูด หรือการกระทำในสมอง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของความเชื่อ การรับรู้ ค่านิยม โลกทัศน์ จะถูกกระทบหรือแทนที่ด้วยถ้อยคำและการกระทำของผู้อื่น ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในบริบทแห่งสัมพันธ์อยู่เสมอ

2. การสื่อสารเป็นสิ่งที่เปลี่ยนผ่านไม่ถาวรยั่งยืน (Transitory) คือ เมื่อเหตุการณ์หนึ่ง ๆ เกิดขึ้นแล้ว จะไม่สามารถเกิดขึ้นใหม่ได้อีก ไม่ว่าจะเป็นพูดหรือกระทำใด ๆ ลงไปแล้วก็จะไม่สามารถย้อนกลับคืนมาอีกได้

3. การสื่อสารทำให้มนุษย์วิเคราะห์ประเมินสถานการณ์และคนอื่นก่อนสะท้อนย้อนดูตัวเอง (Self-Reflective) เมื่อพิจารณาองค์ประกอบของบริบทการสื่อสารจะเห็นว่าปัจจัยนั้นไม่เพียงแต่รับและส่งสารเท่านั้น แต่ยังเฝ้าวิเคราะห์ข้อมูลและการสนองตอบของสิ่งที่อยู่รอบตัวไม่ว่าจะเป็นบริบทหรือบุคคลที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ประเมินการสื่อสารทั้งของตนเองและบุคคลที่เกี่ยวข้องที่สำคัญ มนุษย์มีความสามารถที่จะคิดใคร่ครวญเกี่ยวกับตัวเอง ความสามารถที่จะเฝ้ามองความเป็นไปของโลก และสะท้อนให้เห็นถึงอดีต ปัจจุบัน และอนาคต

4. การสื่อสารเป็นระบบแห่งสัญลักษณ์ (Symbolic) การสร้างและการบริโภคสัญลักษณ์เป็นความสามารถของการสื่อสาร เพราะสัญลักษณ์ทางการสื่อสารนั้นมีจำนวนมากและหลากหลายขึ้นอยู่กับสังคมวัฒนธรรม

5. การสื่อสารเป็นระบบ (Systemic) การสื่อสารได้รับอิทธิพลจากองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับระบบธรรมชาติของการสื่อสาร เช่น สถานที่ โอกาส เวลา และจำนวนบุคคล

6. การสื่อสารเกี่ยวพันกับการอนุมานอ้างอิง (Inferential) สืบเนื่องมาจากการที่มนุษย์ไม่สามารถเข้าถึงความคิดและความรู้สึกของคนอื่นได้อย่างแท้จริง จึงสามารถทำได้เพียงการอนุมานอ้างอิงจากประสบการณ์ของคนอื่นและตัวเองเท่านั้น

7. การสื่อสารยังผลให้เกิดผลลัพธ์ที่ตามมา (Consequent) เมื่อมนุษย์ได้รับข่าวสารอาจเกิดการตอบสนองต่าง ๆ ทั้งที่สังเกตได้และสังเกตไม่ได้ ดังนั้นการสื่อสารจึงมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงในบุคคล จึงควรมีการระมัดระวังใสการสื่อสาร เพราะอาจส่งผลกระทบต่อชีวิตคนอื่นได้ทั้งที่อาจไม่ตั้งใจให้เกิดขึ้นก็ได้

ลักษณะของการสื่อสารที่กล่าวข้างต้นนั้นสรุปได้ว่าลักษณะของการสื่อสารกระบวนการแห่งพลวัตการสื่อสารเป็นกิจกรรมที่ดำเนินต่อเนื่องไปเรื่อย ๆ ไม่หยุดยั้ง เป็นสิ่งที่เปลี่ยนผ่านไม่ถาวรยั่งยืน ทำให้มนุษย์วิเคราะห์ประเมินสถานการณ์และคนอื่นก่อนสะท้อนย้อนดูตัวเอง เป็นระบบแห่งสัญลักษณ์ ได้รับอิทธิพลจากองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับระบบธรรมชาติของการสื่อสาร และการสื่อสารให้ผลลัพธ์ที่ตามมาซึ่งอาจกระทบต่อชีวิตคนอื่นโดยรอบๆ ได้

2.3 ความสำคัญของการสื่อสารทางการเมือง

สำหรับความสำคัญของการสื่อสารทางการเมืองแนวคิดของลูเซียน พาย (Lucian W. Pye, 1972) เห็นว่าการสื่อสารโครงข่ายที่โยงใยสังคมมนุษย์ โครงสร้างของระบบการสื่อสารเปรียบเสมือนโครงกระดูกของสังคม เนื้อหาสาระ (content) ของการสื่อสารก็คือใจความสำคัญ (substance) ของการปฏิสัมพันธ์กันของมนุษย์ (intercourse) การไหลเวียนของสารสื่อสารจะกำหนดทิศทางและอัตราการพลวัตการพัฒนาของสังคม การสื่อสารแผ่ซ่านไปทั่วสังคมและพบเห็นได้ในทุกส่วนในวิถีสังคม ดังนั้นจึงมีความเป็นไปได้ที่จะทำการวิเคราะห์กระบวนการทางสังคมทั้งหมดโดยอาศัย โครงสร้างเนื้อหาสาระ และการไหลเวียนของการสื่อสาร พาย ได้พิจารณาบทบาทของการสื่อสารในการพัฒนาทางการเมือง โดยแบ่งสังคมออกเป็น 3 แบบ ได้แก่

1. สังคมโบราณ (Traditional Society) คือ เป็นสังคมซึ่งระบบการเมืองยังไม่พัฒนาอาจเป็นระบบหัวหน้าเผ่า (Tribal Leader) หรือเจ้าผู้ครองนครหรือราชาธิปไตย หรือคณาธิปไตยซึ่งคงรูปแบบแน่นอนในสังคมเช่นนี้การสื่อสารทางการเมืองเป็นไปตามระดับสถานะทางการเมืองซึ่งกำหนดแน่นอนตายตัวการถ่ายทอดข่าวสารและความคิดเห็นไปในทางเดียว คือ จากเบื้องบน (ผู้ครองอำนาจในแผ่นดิน) ลงมาสู่ประชาชน ไม่มีการถ่ายทอดย้อนกลับจากประชาชนไปสู่ผู้กุมอำนาจ ในการปกครองในสังคมแบบนี้ การสื่อสารมวลชนยังไม่กำเนิดขึ้น เพราะมวลชนยังไม่มีสิทธิมีเสียงในทางการเมือง มวลชนมีหน้าที่เพียงรับฟังคำสั่งและการณ์หรือคำชี้แจงจากรัฐบาลเท่านั้น

2. สังคมสมัยใหม่ (Modern Society) ในสังคมเช่นนี้ อำนาจทางการเมืองกระจายออกไป สังคมประกอบด้วยกลุ่มชนซึ่งมุ่งปกป้องรักษาสิทธิและผลประโยชน์ของตนเอง อำนาจทางการเมืองอาจเปลี่ยนแปลงได้โดยสันติ การสื่อสารทางการเมืองเป็นไปในลักษณะทิศทางที่สวนกันคือ ข่าวสารและความคิดเห็นถูกถ่ายทอดจากผู้กุมอำนาจทางการเมืองมาสู่มวลชนและจากมวลชนย้อนกลับ (Feedback) ขึ้นไปสู่เบื้องบนอีกครั้งหนึ่งในสังคมเช่นนี้การสื่อสารมวลชนเป็นสื่อสำคัญทางการเมืองเพราะเป็นสื่อถ่ายทอดข่าวสาร และเป็นตลาดเสรีของความคิดเห็น

3. สังคมซึ่งกำลังเปลี่ยนรูป (Transitional Society) เป็นสังคมซึ่งอยู่ในระดับระหว่างสังคมโบราณและสังคมสมัยใหม่ คือ สังคมที่กำลังพัฒนาจากสังคมโบราณแต่ยังไม่บรรลุถึงความสำเร็จที่จะเป็นสังคมสมัยใหม่อย่างแท้จริง ในสังคมชนิดนี้ อำนาจทางการเมืองยังไม่กระจายออกไปสู่ประชาชนอย่างแท้จริง แต่มวลชนเริ่มมีสิทธิมีเสียงในทางการเมือง (Political Participation) ในสังคมเช่นนี้ กลุ่มชนที่สำคัญ คือ ผู้นำสมัยใหม่ซึ่งอาจเป็นผู้ได้รับการศึกษาดีตระหนักในภาวะของการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ผู้นำสมัยใหม่เหล่านี้เป็นพลังสำคัญในสังคมแบบนี้ เพราะเป็นผู้ผลักดันมวลชนรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น เช่น กลุ่มประเทศที่กำลังพัฒนา ในสังคมซึ่งกำลังเปลี่ยนรูป การสื่อสารมวลชนเริ่มพิกัดตัวเกิดขึ้นฉะนั้นการปฏิบัติหน้าที่ของสื่อมวลชนอาจไม่สมบูรณ์เช่นในสังคมสมัยใหม่ คือ ยังไม่มีการถ่ายทอดสวนทิศทางระหว่างผู้กุมอำนาจกับมวลชนอย่างแท้จริง บทบาทของสื่อมวลชนในสังคมเช่นนี้ มักจะเป็นไปในรูปที่ผู้นำจะเป็นผู้ชี้ทางให้ประชาชนเข้าใจในสภาพความเปลี่ยนแปลงทางสังคม สำหรับสื่อมวลชนนั้นก็มีภาระหน้าที่เป็นพิเศษ คือเป็นผู้นำและผู้สอนให้เข้าใจในบทบาททางการเมืองของตน

การสื่อสารทางการเมืองในความหมายกว้างหมายถึงกิจกรรมการสื่อสารที่มนุษย์กระทำหรือเกิดขึ้นนอกบ้านเรือนของตนเอง การยื่นข้อเรียกร้องระหว่างประเทศ การกล่าวคำปราศรัยของนักการเมือง ความหมายเชิงแคบ หมายถึง กิจกรรมใดๆ ของสถาบันเฉพาะ ซึ่งถูกจัดตั้งขึ้นเพื่อทำหน้าที่กระจายข้อมูลข่าวสาร ความคิดและทัศนคติอันเกี่ยวกับเรื่องการเมืองการปกครอง การศึกษาการสื่อสารทางการเมืองส่วนใหญ่มักจะมองการสื่อสารทางการเมืองโดยนัยแห่งความหมายซึ่งประกอบด้วย การสื่อสารทุกรูปแบบที่ดำเนินโดยนักการเมืองและผู้ที่เกี่ยวข้องทางการเมือง โดยมีวัตถุประสงค์ที่เจาะจง การสื่อสารที่สื่อมวลชนและผู้มีสิทธิเลือกตั้งส่งถึงนักการเมือง และ กิจกรรมการสื่อสารที่สื่อมวลชนนำเสนอเกี่ยวกับการเมือง โดยผ่าน องค์กรทางการเมือง (political organization) ผ่านสื่อ (media) และผ่านประชาชน (citizens) หรือผู้รับสาร (audience) หน้าที่ของการสื่อสารทางการเมืองซึ่งจะทำให้เกิดการสร้างสรรค์ทัศนคติทางการเมือง การสร้างความสนใจในการเมือง การสร้างความรู้และความเข้าใจทางการเมือง และการสร้างบทบาททางการเมือง

โดยสรุปแล้วจะเห็นได้ว่า การสื่อสารทางการเมืองเป็นกระบวนการทางการเมืองที่ก่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกของสังคมการเมือง มีความสำคัญต่อระบบการเมือง เป็นกิจกรรมที่แพร่หลายทั่วไป ทั้งการสร้างโครงข่ายผลประโยชน์ การประสานผลประโยชน์การสร้างกฎการประยุกต์ ใช้กฎและการปรับเปลี่ยนกฎ ล้วนดำเนินไปโดยอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือด้วยกันทั้งสิ้น

การวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการสื่อสารทางการเมืองของนโยบายประชานิยม

การสื่อสารทางการเมืองเป็นกระบวนการทางการเมืองที่เกี่ยวข้องต่อการแลกเปลี่ยนข้อเท็จจริงทัศนคติและความคิดเห็นตลอดจนประสบการณ์ทางการเมืองระหว่างบุคคลเป็นกระบวนการพิเศษที่ก่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกของสังคมการเมืองและทำให้บุคคลสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ในสังคมการเมืองเป็นกิจกรรมที่แพร่หลายทั่วไป ประกอบด้วยกลยุทธ์ที่สำคัญดังนี้

- 1.การสื่อสารทุกรูปแบบที่ดำเนินโดยนักการเมืองและผู้ที่เกี่ยวข้องทางการเมือง ในการจูงใจให้เลือกนโยบายพรรคตนเอง สื่อได้เข้ามามีบทบาทต่อการดำรงชีวิตของคนไทยมากขึ้นเป็นลำดับ ทุกคนล้วนแล้วแต่ต้องการหรือได้รับบริโภคข่าวสารด้วยกันทั้งนั้น เมื่อมีความต้องการมากขึ้น โดยเฉพาะในยุคโลกาภิวัตน์ที่สื่อมีความก้าวหน้ามากขึ้น ความแตกต่างหลากหลายก็ย่อมมีมากตามไปด้วยตามแต่วัตถุประสงค์ของสื่อแต่ละแขนงที่ต้องการจะนำเสนอ หรือหาเป้าหมายของตนให้เป็นไปในรูปแบบไหน หรือ ลักษณะใด

- 2.การสื่อสารที่สื่อมวลชนและผู้มีสิทธิเลือกตั้งสามารถส่งถึงนักการเมืองได้โดยตรงและตอบสนองความต้องการของประชาชน เป็นกระบวนการทางการเมืองที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนข้อเท็จจริงทัศนคติและความคิดเห็นตลอดจนประสบการณ์ทางการเมืองระหว่างบุคคล การสื่อสารทางการเมืองนับเป็นกระบวนการพิเศษ ที่ก่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกของ

สังคม การเมืองและทำให้บุคคลสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ในสังคมการเมือง และการสื่อสารทางการเมืองยังเป็นกิจกรรมที่แพร่หลายทั่วไป การสื่อสารทางการเมืองคือกิจกรรมที่เผยแพร่ทั่วไป อันเป็นการทำหน้าที่ทั้งหลายดำเนินอยู่ในระบบการเมือง กระบวนการ สังคมประกิต การสร้างโครงข่ายผลประโยชน์ การประสานผลประโยชน์ การสร้างกฎการประยุกต์ใช้กฎและการปรับเปลี่ยนกฎล้วนดำเนินไปโดยอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือ

3.กิจกรรมการสื่อสารที่สื่อมวลชนนำเสนอเกี่ยวกับการเมืองเพื่อสนับสนุนพรรคการเมืองนั้นในการหาเสียง มีลักษณะเป็นระบบของการแพร่ข่าวสารทางการเมืองไปยังสมาชิกของการเมือง ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่าการสื่อสารทางการเมืองเป็นแบบแผนหรือกระบวนการแพร่ข่าวสารทางการเมืองระหว่างสมาชิกกับหน่วยต่าง ๆ ในระบบการเมืองหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่าการสื่อสารทางการเมืองมีบทบาทเป็นตัวกลางระหว่างประชาชนและรัฐบาล โดยเป็นช่องทางในการเสนอข้อมูลข่าวสารทางการเมืองต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการตัดสินใจและนโยบายของรัฐบาลให้ประชาชนได้รับรู้ และขณะเดียวกันก็เป็นกระบวนการในการนำเอาข้อเรียกร้องและความต้องการของประชาชนไปสู่รัฐบาลที่จะทำการกำหนดนโยบายและการตัดสินใจของรัฐบาลสอดคล้องและสนองตอบต่อความต้องการของประชาชนได้ดียิ่งขึ้น

กลยุทธ์สำหรับการสื่อสารทางการเมืองส่วนใหญ่นำมาใช้ในลักษณะของการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง จะอยู่ที่การผสมผสานการตลาดให้ผสมกลมกลืน ส่งเสริมซึ่งกันและกัน ต้องรู้จักการพลิกวิกฤตให้มาเป็นโอกาส ภายใต้แนวคิดประชานิยม ใช้กลไกของงบประมาณรัฐเพื่อสร้างภาพลักษณ์ และคะแนนนิยม ใช้ช่องทางการปรับเปลี่ยนโครงสร้างรัฐธรรมนูญให้เกิดประโยชน์สูงสุดและจงใจประชาชนด้วยผลประโยชน์เฉพาะหน้า ทั้งระยะสั้นและระยะยาวเพื่อที่จะทำให้การรณรงค์หาเสียงนั้นประสบความสำเร็จ ซึ่งการสื่อสารด้วยกระบวนการวิธีต่างๆ นั้นกล่าวคือข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ได้ถูกปรับเปลี่ยนให้เป็นรูปแบบเดียวกันทั้งหมดซึ่งสามารถอ่านและส่งผ่านได้รวดเร็วด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์แล้วยังสามารถ นำเสนอในลักษณะใดก็ได้ตามความต้องการใช้งานของผู้ใช้งาน ทำให้เกิดสื่อใหม่ (New Media) สื่อใหม่ที่เกิดขึ้นเกิดจากการหลอมรวมเทคโนโลยีการสื่อสารภายใต้พัฒนาการของภาษาระบบตัวเลข (Digital Language) เทคโนโลยีการสื่อสาร 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ เทคโนโลยีการพิมพ์ เทคโนโลยีแพร่ภาพและกระจายเสียงและเทคโนโลยีการสื่อสารโทรคมนาคม และคอมพิวเตอร์ ผลผลิตที่ได้จากการหลอมรวมในครั้งนี้ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ออนไลน์ โปรแกรมประยุกต์ต่าง ๆ เช่น เครือข่ายสังคม (Social Media Network) เป็นต้น

บทสรุป (Conclusion)

สำหรับนโยบายประชานิยมเป็นนโยบายที่ได้คะแนนเสียงไว้เป็นที่ชื่นชอบของประชาชนสามารถฝัง เข้าไปในจิตใจประชาชนได้ง่าย เนื่องจากหลงใหลได้ปลื้มกับความสุขสบายที่จะบังเกิดขึ้นเป็นเบื้องต้นที่รัฐ ได้หยิบยื่นให้กับประชาชน มีการเพิ่มรายได้ให้กับประชาชน ลดภาระค่าใช้จ่ายเพื่อให้มีชีวิตความเป็นอยู่ ที่ดีขึ้น ซึ่งนโยบายประชานิยมต้องใช้งบประมาณที่สูง แหล่งที่มาของรายได้ที่รัฐต้องหามาเพื่อใช้เพื่อทำ โครงการ คือ การกู้ การใช้จ่ายเงินในคลัง รวมถึงการเก็บภาษีรายได้

ในรูปแบบต่าง ๆ ที่เพิ่มขึ้นเพื่อมาชดเชย รายจ่ายที่เสียไปและในท้ายที่สุดจะส่งผลเสียต่อเศรษฐกิจ เช่น อัตราเงินเฟ้อ ฐานะการคลังของภาครัฐเอง ที่จะอ่อนแอ หนี้ภาครัฐจะมีมากขึ้นในกรณีที่มีการกู้ยืม หรือการที่สถาบันการเงินของภาครัฐปล่อยสินเชื่อ ให้ประชาชนในอัตราดอกเบี้ยต่ำและมาตรฐานการปล่อยสินเชื่ออาจไม่รัดกุมพอ ทำให้สถาบันการเงินที่ปล่อยกู้มีหนี้เสียมากขึ้น จนกระทบเงินกองทุน และกระทบความสามารถในการทำธุรกิจของสถาบันการเงินนั้น นโยบายประชานิยมจึงดูดีระยะสั้น ในระดับจุลภาค แต่สร้างความเสียหายในระดับมหภาคและระยะยาว

สำหรับกลยุทธ์การสื่อสารทางการเมืองของนโยบายประชานิยมนั้นกลยุทธ์ที่ได้มีการนำมาใช้ในปัจจุบันส่วนใหญ่มุ่งเน้นการสื่อสารทุกรูปแบบที่ดำเนินโดยนักการเมืองและผู้ที่เกี่ยวข้องทางการเมือง ซึ่งสามารถส่งถึงนักการเมืองได้โดยตรงและตอบสนองความต้องการของประชาชน มีลักษณะเป็นระบบของการแพร่ข่าวสารทางการเมืองไปยังสมาชิกของเมืองและขณะเดียวกันก็เป็นกระบวนการในการนำเอาข้อเรียกร้องและความต้องการของประชาชนไปสู่รัฐบาลที่จะทำการกำหนดนโยบายและการตัดสินใจของรัฐบาลสอดคล้องและสนองตอบต่อความต้องการของประชาชนได้ดียิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง (References)

- จุฑาพรรธ (จามจุรี) ผดุงชีวิต. (2551). *วัฒนธรรม การสื่อสารและอัตลักษณ์*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชัยญากานต์ คุ่มดีและคณะ. (2563). ประชาธิปไตย: กลไกการเสริมสร้างความมั่นคงด้านสวัสดิการสังคมแก่ผู้สูงอายุในประเทศไทย-ญี่ปุ่น. *วารสาร มจร การพัฒนาลังคม*. 5(2), 16-25
- ชุดินันท์ ปราณีราษฎร์ (2561). *การเมืองในนโยบายประชานิยมประเทศไทยพ.ศ. 2544-2557*. หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (การเมือง) มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- นพดล กรรณิกา. (2559). *เปรียบเทียบนโยบายประชานิยมรัฐบาลที่มาจากทางเลือกตั้งกับนโยบายประชารัฐของรัฐบาลคณะรักษาความสงบแห่งชาติ: มุมมองเชิงยุทธศาสตร์ที่ควรจะเป็น*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มาสเตอร์โพล.
- บุษบา สนิสมบูรณ์. (2553). *ผู้นำการเมืองไทยยุคโลกาภิวัตน์กับยุทธศาสตร์การบริหารเพื่อประสิทธิภาพสูงสุดที่ส่งผลกระทบต่อหลักธรรมาภิบาล: ศึกษาเฉพาะกรณี พ.ต.ท.ดร.ทักษิณ ชินวัตร พ.ศ. 2544-2549*. หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาภาวะผู้นำเชิงยุทธศาสตร์ความเป็นเลิศ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- บุรฉัตร พานธรักษ์. (2555). *การตลาดการเมืองของพรรคเพื่อไทยและพรรคประชาธิปัตย์ในการเลือกตั้งทั่วไปวันที่ 3 กรกฎาคม พ.ศ. 2554*. หลักสูตรปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการปกครอง ภาควิชาการปกครอง คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- แพรวา ศรีขำนิ. (2557). *ความล้มเหลวของพรรคเพื่อไทยในการใช้การตลาดทางการเมืองในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งทั่วไปปี พ.ศ. 2554 ในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์หลักสูตร

ปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการปกครอง คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ธฤทธิ์ ดอกไธสง. (2555). *การประเมินประสิทธิผลของนโยบายประชานิยมในการพัฒนาระดับท้องถิ่นในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดเพชรบูรณ์* หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ฯ.

ภาวินศิริ ประภาณุกุล. (2558). *ประชารัฐ-ประชานิยม*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. คณะเศรษฐศาสตร์.

Almond, G.A., & Coleman, J.S. (1960). *The Politics of the Developing Area*. Princeton: Princeton University Press.

David Ogilvy (1995). *The populist challenge to liberal democracy*. Retrieved June 23, 1995, from <http://www.fes.de/ipg/ONLINE3/ARTDECKER.PDF>

Pool. (1968)., *Ithiel de Sola. Communication Political. In David Shills (ed.)*. International Encyclopedia of Social Vol. 3, New York: The Macmillan company and the Free Press.

Rush, M., & Althoff, P. (1971). *An Introduction to Political Sociology*. London: Thomas Nelson and Sons.

Shaffer, David R. (1975). *Developmental Psychology: Theory. Research and Applications*. Montacy: Wad worth Inc.

