

วารสารรัชต์ภาคย์ ปีที่ 11 ฉบับที่ 24 กันยายน-ธันวาคม 2560

TCI กลุ่มที่ 2 มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

กลยุทธ์การสื่อสารของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา

THE COMMUNICATION STRATEGIES OF THE GOVERNMENT OF GENERAL PRAYUT CHANOCHA

¹เชือก โชติช่วย, ²ดร.กนกรัตน์ เลิศชูสกุล
นิสิตหลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะรัฐศาสตร์ อาจารย์ที่ปรึกษา ,จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

E-mail : chuekchotchuay@gmail.com

Abstract

This research aims to study the differences between the communication strategies of the government of GENERAL PRAYUT CHAN-O-CHA and communication strategies of the democratic government. This research uses qualitative research method especially content analysis. The results of this study showed that the government of GENERAL PRAYUT CHAN-O-CHA takes advantage of political communication as a tool for public relations and retaliation political issues, including creating propaganda for self-righteousness. He uses the special law to regulate media and reinforces the same issues in the pattern of Hypodermic needle Theory. For the content of communication, the government of GENERAL PRAYUT is usually claimed to solve old problems that have accumulated from the previous government and create an image of terror to those who resist. Moreover, the government has communicated several issues at a time as a result of confusing messages to the recipients.

Keywords: Communication strategies, NCPO, General PRAYUT CHAN-O-CHA

บทคัดย่อ

งานวิจัยชิ้นนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ว่ามีกลยุทธ์ เพื่อการดำรงไว้ซึ่งเป้าหมาย และมีข้อจำกัด เงื่อนไข หรือข้อได้เปรียบ ต่างจากรัฐบาลประชาธิปไตยอย่างไร โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative) อาศัยการเก็บข้อมูลจากการวิจัยเอกสาร (document research) การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เกี่ยวข้อง (in-depth interview) การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) ซึ่งผลการศึกษาพบว่า รัฐบาลนี้ได้ใช้ประโยชน์จากการสื่อสารทางการเมืองมาเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ผลงาน และตอบโต้ประเด็น รวมทั้งสร้างวาทกรรมชวนเชื่อสร้างความชอบธรรม โดยใช้ตัวผู้นำเป็นผู้ส่งสารหลัก ซึ่งมีทัศนคติที่ไม่สอดคล้องกับผู้นำในระบอบประชาธิปไตย ใช้ช่องทางการ



สื่อสารผ่านสื่อกระแสหลักจากการควบคุมโดยกฎหมายพิเศษ มีการกล่าวซ้ำ ๆ และย้ำประเด็นตามแบบทฤษฎี เข็มฉีดยา ส่วนเนื้อหาของสารมักใช้เหตุผลการเข้ามาแก้ปัญหาที่สะสมจากรัฐบาลก่อนอันเกิดจากนักการเมือง และการเลือกตั้ง พร้อมทั้งสร้างภาพของความหวาดกลัวให้เกิดแก่ผู้ที่ต่อต้าน นอกจากนี้ รัฐบาลพลเอก ประยุทธ์ ยังใช้การสื่อสารหลายประเด็นในแต่ละครั้ง ซึ่งก่อให้เกิดความสับสนแก่ผู้รับสาร

คำสำคัญ : กลยุทธ์การสื่อสาร, คสช., พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา

1. บทนำ

การสื่อสารทางการเมือง เป็นเครื่องมือที่สำคัญอย่างหนึ่งของรัฐบาลทุกยุคสมัยโดยเฉพาะการสื่อสารผ่านสื่อมวลชน (mass media) ฉะนั้น การเกิดขึ้นของรายการวิทยุ โทรทัศน์ ของผู้นำทางการเมืองจึงมีให้เห็นทั่วไป

ด้วยเหตุนี้ ภายหลังจากเข้ามายึดอำนาจการปกครองจากรัฐบาลนางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร ของคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) เมื่อ 22 พฤษภาคม พ.ศ. 2557 ที่นำโดยพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา และเรื่อยมาถึงการเข้ารับตำแหน่งนายกรัฐมนตรีในวันที่ 25 สิงหาคม พ.ศ. 2557 จนกระทั่งระยะเวลาต่อจากนั้น ได้สร้างช่องทางสื่อสารหลัก นอกจากการให้สัมภาษณ์สื่อมวลชนทั่วไป คือ การจัดรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” โดย พลเอกประยุทธ์เป็นผู้จัดรายการหลัก รวมถึงมีรายการ “เดินหน้าประเทศไทย” ซึ่งเป็นกรนำเสนอภารกิจด้านการปฏิรูปประเทศและผลงานรัฐบาลแยกออกมาอีกด้วย

ที่ผ่านมามีการศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมืองของรัฐบาลหรือตัวนายกรัฐมนตรีผ่านรายการต่าง ๆ แต่การศึกษาการสื่อสารทางการเมือง

ของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ยังเป็นเรื่องใหม่ ยังไม่พบการศึกษาดังกล่าวมากนัก ประกอบกับความน่าสนใจของการสื่อสารยุค คสช. ที่มีอำนาจมาก ดังนั้น เพื่อเติมเต็มช่องว่างทางวิชาการของงานศึกษาด้านนี้ จึงเป็นที่มาของงานวิจัยชิ้นนี้ที่ต้องการทราบกลยุทธ์การสื่อสารของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ ว่ามีวิธีการอย่างไร ภายใต้อโครงสร้างโอกาสทางการเมืองที่มีความแตกต่างจากรัฐบาลปกติหรือรัฐบาลก่อนหน้านี้ ซึ่งหากตั้งสมมุติฐานไว้ว่ารัฐบาลพลเอกประยุทธ์ มีลักษณะการสื่อสารแบบผู้นำในระบอบเผด็จการ ก็จะทำให้ทราบกลยุทธ์การสื่อสารของรัฐบาลเผด็จการในบริบทสังคมไทยว่าเป็นอย่างไร มีการปรับตัวหรือไม่อย่างไรด้วย

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาเป้าหมายการสื่อสารของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ผ่านบริบททางการเมืองว่ามีเป้าหมายและอุดมการณ์อย่างไร

2. เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ภายใต้อกรอบทฤษฎีการสื่อสารในสังคมประชาธิปไตย และสังคมที่ไม่เป็นประชาธิปไตย ว่ามีข้อจำกัด, เงื่อนไข, ข้อได้เปรียบอย่างไร



3. ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารของรัฐบาลทักษิณ 2” ของ พิรงรอง รามสูตร มองว่า กลยุทธ์การสื่อสารของรัฐบาลทักษิณ คือ วิธีการต่าง ๆ ที่รัฐบาลใช้ในการควบคุมสื่ออย่างใจแข็งและแยบยล ซึ่งวิธีการเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงกลยุทธ์ (strategy) ทั้งในเชิงโครงสร้าง (structure) และในเชิงปฏิบัติการ (action) เพื่อจัดการกับเสรีภาพทางข่าวสารผ่านสื่อมวลชน (พิรงรอง รามสูตร, 2540) นั้นหมายความว่า พิรงรอง นิยามคำว่ากลยุทธ์การสื่อสาร ไปในเชิงการควบคุมสื่อ ผ่านปฏิบัติการต่าง ๆ

เช่นเดียวกับงานของ เบญจา หวังพีระวงศ์ ที่ได้ศึกษา “บทบาท หน้าที่และกลยุทธ์การสื่อสารของโฆษกพรรคประชาธิปัตย์” โดย เบญจา ให้คำตอบว่า กลยุทธ์การสื่อสารของผู้ทำหน้าที่โฆษกพรรคประชาธิปัตย์ คือมีการแบ่งกลุ่มเป้าหมายตามสถานการณ์ มีการแบ่งหน้าที่ไปตามความถนัดของแต่ละคน มีการตั้งรองโฆษกให้สอดคล้องกับงานที่รับผิดชอบและลือกับรัฐบาล รวมทั้ง มีการเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ มากกว่าสื่อโทรทัศน์ (เบญจา หวังพีระวงศ์, 2553) ทั้งนี้ หากนิยามความหมายของกลยุทธ์การสื่อสาร ตามความเห็นของเบญจา ก็จะหมายถึงการแบ่งบทบาทหน้าที่ และการใช้สื่อที่เหมาะสมตามกลุ่มเป้าหมายนั่นเอง

อย่างไรก็ตามในงานชิ้นนี้ ผู้วิจัยเลือกวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารที่เริ่มจากตัวผู้ส่งสาร ไป

จนถึงผู้รับสาร อันผ่านช่องทางต่าง ๆ ของการสื่อสาร เพื่อให้ได้กลยุทธ์อย่างครอบคลุมครบถ้วนมากที่สุด

ทั้งนี้ ตามหลักทฤษฎีทางการสื่อสาร มีการแบ่งองค์ประกอบพื้นฐานของการสื่อสารของมนุษย์ไว้หลายรูปแบบ แต่ที่เป็นที่นิยมและเป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวาง คือ แบบจำลองการสื่อสารตามแนวคิดของเบอร์โล (berlo's SMCR model) ประกอบไปด้วย S (source or sender) คือ ผู้ส่งสาร, M (message) คือ สาร, C (channel) คือ ช่องทางการสื่อสาร, R (receiver) คือ ผู้รับสาร ซึ่งในกรณีของผู้ส่ง (source) ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะความชำนาญในการสื่อสารโดยมีความสามารถในการ “การเข้ารหัส” (encode) เนื้อหาข่าวสารด้วย (Berlo, 1960)

ขณะเดียวกัน อีกทฤษฎีที่จะนำมาใช้ศึกษา กลยุทธ์การสื่อสารของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ คือ ทฤษฎีภาวะผู้นำจากพื้นฐานของการใช้อำนาจหน้าที่ (leadership based on the use of authority) ของ Kurt Lewin นักจิตวิทยาชาวเยอรมันได้ศึกษารูปแบบพฤติกรรมของผู้นำ (leadership) ได้จัดแบ่งลักษณะผู้นำออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้ (Lewin, 1939)

1. ลักษณะผู้นำแบบเผด็จการ (authoritarian leadership or “autocratic”) หมายถึง ผู้นำที่มีลักษณะรวบรวมการตัดสินใจทั้งหมดไว้ที่ตัวผู้นำ ผู้กตติการตัดสินใจไว้ที่คนคนเดียว หรือใช้การตัดสินใจของตนไปควบคุมการตัดสินใจของกลุ่มบุคคลอื่น ๆ โดยผู้นำในลักษณะนี้ มักจะสั่งการในทุก ๆ เรื่องให้บุคคลอื่น ๆ ต้องทำตาม



2. ลักษณะผู้นำแบบประชาธิปไตย (participative leadership or “democratic”) ผู้นำแบบนี้จะ ใช้การควบคุมเมื่อสถานการณ์บังคับ และมักจะกระจาย การตัดสินใจและเปิดโอกาสให้ทุกคนเสนอแนวคิดได้ อย่างเสรี นอกจากนี้ ผู้นำแบบประชาธิปไตยยังใช้การ ตัดสินใจของกลุ่มเป็นขั้นตอนการตัดสินใจขั้นสุดท้าย ของกระบวนการตัดสินใจทั้งหมด ทำให้สมาชิกทั้งหมด รู้สึกมีส่วนร่วม

3. ลักษณะผู้นำแบบเสรี (delegative leadership or “laissez faire”) ผู้นำในลักษณะนี้ ก่อนข้างให้ความใส่ใจกับสมาชิกกลุ่มน้อยมาก โดยมี แนวคิดแบบให้อิสระเสรี (let people do that they like) โดยทั่วไปแล้ว ลักษณะผู้นำแบบเสรีจะไม่ค่อย พบในรูปแบบการปกครองแบบใด เนื่องจากไม่สามารถบริหารภาพรวมขององค์กรขนาดใหญ่ ระดับประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ (งานวิจัยนี้ จึง ไม่ได้ใช้แนวคิดลักษณะผู้นำแบบเสรีมาวิเคราะห์) นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังนำเอาทฤษฎี การชักชวนให้เชื่อ (propaganda) ของ Jacques Ellul ที่แบ่งการชักชวนให้ เชื่อออกเป็น 2 ลักษณะใหญ่ ๆ คือ

1. การชักชวนให้เชื่อ ด้วยการปลุกปั่น (propaganda of agitation) การชักชวนให้เชื่อ ใน ลักษณะนี้ เป็นการชักชวนให้เชื่อโดยการสร้างความ สับสนวุ่นวาย ด้วยการกระตุ้นให้ผู้รับสารวิตกกังวล ตื่นกลัว

2. การชักชวนให้เชื่อเพื่อสร้างความสามัคคี (propaganda of integration) เป็นการชักชวนให้เชื่อ เพื่อให้เกิดความสงบ สันติ สามัคคี ด้วยการทำให้

ผู้รับสารรู้สึกไว้วางใจที่จะมีชีวิตอยู่ในสังคม ภาวะ ดังกล่าวเป็นภาวะที่ง่ายต่อการปกครองและการรักษา เสถียรภาพของอำนาจ (ปวีณฯ หาญชนะ, 2555)

4. วิธีการศึกษา

การศึกษาวิจัยนี้ เลือกใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิง คุณภาพ (qualitative) อาศัยการเก็บข้อมูลจากการ วิจัยเอกสาร (document research) การสัมภาษณ์เชิง ลึกผู้เกี่ยวข้อง (in-depth interview) การวิเคราะห์ ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) โดย แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ช่วงคือ

1. เป้าหมาย (purposive) หรืออุดมการณ์ ของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ศึกษาผ่าน บริบททางการเมืองจากการค้นคว้าเอกสาร งาน วิชาการ คำสัมภาษณ์ และข่าวต่าง ๆ รวมทั้งเนื้อหา รายการคืนความสุขให้คนในชาติบางส่วน

2. การวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารของ รัฐบาลพลเอกประยุทธ์ ตามองค์ประกอบ SMCR model ภายใต้กรอบทฤษฎีการสื่อสารในสังคม ประชาธิปไตย และสังคมที่ไม่เป็นประชาธิปไตย คือ ทฤษฎีภาวะผู้นำจากพื้นฐานของการใช้อำนาจหน้าที่ และแนวคิดการชักชวนให้เชื่อ

โดยการวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารส่วนที่ 2 นี้ผู้วิจัยเลือกศึกษาผ่านรายการ “คืนความสุขให้คน ในชาติ” เป็นหลัก ซึ่งออกอากาศครั้งแรกเมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม 2557 ผ่านทางโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจ แห่งประเทศไทย ทุกวันศุกร์ เวลาประมาณ 20.00 น.



โดยมีพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรีและหัวหน้า คสช. ดำเนินรายการ

ทั้งนี้ เนื่องจากรายการคืนความสุข มีจำนวนตอนที่ออกอากาศจำนวนมาก แต่เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน ผู้วิจัยได้สุ่มตัวอย่างรายการคืนความสุข ในรอบ 2 ปี ตั้งแต่ปี 2557-2559 จำนวน 25 ตอน ประกอบด้วย การออกอากาศครั้งแรก 1 ตอน และเทปรายการในวันศุกร์สุดท้ายของเดือนอีก 24 ตอน โดยเหตุผลที่เลือกวันศุกร์สุดท้ายของเดือน เพราะคาดว่าเป็นสัปดาห์ที่นายกรัฐมนตรีจะสรุปเหตุการณ์และสารต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในรอบเดือนได้ดีที่สุด

5. ผลการศึกษา

ผลการศึกษาทฤษฎีการสื่อสารของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ แบ่งออกเป็น 5 ด้านประกอบด้วย 1. เป้าหมาย (purposive) 2. ผู้ส่งสาร (sender) 3. สาร (message) 4. ช่องทางการสื่อสาร (channel) 5. ผู้รับสาร (receiver) ดังนี้

5.1 เป้าหมาย (purposive)

พลเอกประยุทธ์ มักย้ำเสมอว่าการเข้ามาควบคุมอำนาจเพื่อขจัดความขัดแย้ง ป้องกันการสูญเสีย และเมื่อจัดการปัญหาแล้วก็จะคืนอำนาจแก่ประชาชน อันเป็นสูตรสำเร็จที่คณะรัฐประหารมักจะใช้เป็นข้ออ้าง ดังที่กล่าวว่า

“การเข้ามาควบคุมสถานการณ์ของ คสช. เป็นการเข้ามาเพื่อยุติความรุนแรง ปลดลอคข้อจำกัดเล็กน้อยต่าง ๆ ที่ค้างคั่งอยู่ในกระบวนการ รออนุมัติจากรัฐบาลที่ผ่านมามากมาย และเพื่อคืนความสุข

ให้ประชาชนคนไทยทั้งชาติ รวมทั้งแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนเร่งด่วนเฉพาะหน้าเป็นการชั่วคราว เพื่อให้ประเทศนั้นเดินหน้าต่อไปได้ และที่สำคัญที่สุดคือ เพื่อให้สถาบันพระมหากษัตริย์ทรงอยู่เหนือความขัดแย้งทั้งปวงตลอดมา ได้รับการปกป้องจากคนไทยทุกคน” (ประยุทธ์ จันทร์โอชา รายการคืนความสุขให้คนในชาติ, สัมภาษณ์ส่วนบุคคล วันที่ 30 พฤษภาคม 2557)เมื่อพลเอกประยุทธ์ ได้ก้าวสู่การเป็นหัวหน้า คสช. และนายกรัฐมนตรีแล้ว ยังคงกล่าวถึงปัญหาของระบอบประชาธิปไตย และพยายามสร้าง “ประชาธิปไตยแบบไทย ๆ” ที่เน้นเรื่องชาตินิยม ศีลธรรมจรรยา และสถาบันพระมหากษัตริย์ ผ่านแนวนโยบายและแผนงานต่าง ๆ อาทิ ค่านิยม 12 ประการ

“..อย่าสอนให้เสรีมากนัก คำว่าเสรีต้องมีขีดจำกัด อยู่ภายใต้กรอบกฎหมาย ไม่ทำให้คนอื่นเดือดร้อน ต้องรู้จักหน้าที่ ต้องรู้จักการให้เกียรติบุคคลอื่นบ้าง..เพราะถือว่าเป็นเรื่องของเสรีประชาธิปไตย ผมว่าอันตราย เพราะฉะนั้นเราน่าจะออกแบบให้เป็นประชาธิปไตยที่เหมาะสมกับคนไทย...” (ประยุทธ์ จันทร์โอชา รายการคืนความสุขให้คนในชาติ, สัมภาษณ์ส่วนบุคคล วันที่ 31 ตุลาคม 2557)

ส่วนการใช้อำนาจตามมาตรา 44 ในรัฐธรรมนูญฉบับชั่วคราว พ.ศ. 2557 ซึ่งเป็นอำนาจเบ็ดเสร็จเด็ดขาดและตีความได้อย่างกว้างขวาง จน “ปริญญา เทวานฤมิตรกุล” ระบุว่า “ที่มาของมาตรา 44 นี้คือมาตรา 17 ในธรรมนูญการปกครองราชอาณาจักร พ.ศ. 2502 ของจอมพลสฤษดิ์



TCI กลุ่มที่ 2 มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ชนะรัชต์ หรือมาตรา 17 ในตำนาน ที่จอมพลสฤษดิ์ใช้สั่งประหารชีวิตคนไป 11 ครั้ง โดยไม่ต้องขึ้นศาล ซึ่งมาตรา 44 นี้ลอกมา ต่างกันตรงที่ มาตรา 17 ให้อำนาจนายกรัฐมนตรี มีอำนาจในการสั่งการ หรือตุลาการ ดังนั้น มาตรานี้จึงมีอำนาจเยอะกว่าทุกฉบับที่ผ่านมา (ไทยรัฐออนไลน์, 2558) นอกจากนี้ ยังมีการใช้กลไกทางกฎหมายออกแบบสถาบันทางการเมืองผ่าน “แม่น้ำ 5 สาย” (คสช. + ครม. + สนช. + กมธ. หรือ กรธ. + สปช. หรือ สปท.) และควบคุมให้สถานการณ์ทางการเมืองให้เป็นไปในทิศทางที่ต้องการ คือ ประชาธิปไตยที่ไม่เต็มใบ อย่างที่ “ประจักษ์ ก้องกีรติ” มองว่า “ระบอบ คสช. เป็นระบอบที่ใช้อำนาจในช่วงเปลี่ยนผ่านแบบ จอมพลสฤษดิ์ เพื่อนำไปสู่การสถาปนากองเมืองแบบ พลเอกเปรม ติณสูลานนท์ ในระยะยาว” (มติชนออนไลน์, 2560)

ถึงกระนั้น เป้าหมายของพลเอกประยุทธ์ ก็ยังคงเผชิญกับการท้าทายด้วยบริบทประเทศไทยและบริบทโลกที่เปลี่ยนไป ที่สำคัญคือการเผชิญปัญหาเรื่อง “ความชอบธรรม” วิธีการผ่อนแรงปะทะคือการพยายามบอกว่า จะเร่งเดินหน้าโรดแมป (road map) เขียนรัฐธรรมนูญ เพื่อนำไปสู่การเลือกตั้งและการทำกิจกรรมทางการเมืองควบคู่กับการปฏิรูปด้านต่าง ๆ

แต่ถึงอย่างไรประจักษ์ ก้องกีรติ ยังมองว่า คสช. ยังคงมีเงื่อนไขในการคงอำนาจของกลุ่มทหารข้าราชการไว้ ควบคู่กับการสร้างสถาบันทางประชาธิปไตยที่ไม่สามารถทำงานได้อย่างเต็มที่ โดยมีรัฐธรรมนูญ ฉบับปี 2521 เป็นต้นแบบเพื่อนำพา

การเมืองกลับไปใน “ยุคเปรมโมเดล” จึงสรุปได้ว่าเป้าหมายของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ คือการเปลี่ยนแปลงองคาพยพทางการเมือง เพื่อนำไปสู่รูปแบบการปกครองที่คล้ายกับยุคประชาธิปไตยครึ่งใบ ดังนั้น เป้าหมายของการสื่อสารทางการเมืองของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จึงเป็นไปเพื่อการสร้างความชอบธรรมของอำนาจเผด็จการหรืออีกนัยหนึ่งคือ “คะแนนนิยม” เพื่อให้การทำงานของ คสช. เป็นไปอย่างราบรื่น ด้วยการชี้ให้เห็นถึงความ “จำเป็น” ในการเข้ามามีอำนาจ ที่แม้จะผิดหลักการประชาธิปไตย แต่ก็เพื่อให้ได้มาซึ่งความสงบเรียบร้อยและระบอบการปกครองที่สอดคล้องกับสังคมไทย

5.2 ผู้ส่งสาร (sender)

ในฐานะผู้ส่งสารหลัก ป้อยครั้งที่พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ถูกวิจารณ์เรื่องบุคลิกลักษณะ น้ำเสียง จังหวะในการพูด และกริยาอาการแบบซิงซัง โมโหร้าย เหล่านี้ไม่สอดคล้องตามหลักคุณสมบัติของผู้ดำเนินรายการหรือผู้ส่งสารที่ดี โดยเจ้าตัวก็ยอมรับว่า เป็นตัวตนของตัวเอง ดังที่กล่าวไว้ว่า

" ผมไม่ใช่นักการเมือง ผมก็พูดในความเชื่อ ในหลักการกฎหมายของผม ผมพูดบางครั้งที่จริงใจมากเกินไปหน่อย อาจจะไม่สุภาพ แต่เจตนาผมไม่ได้มีอะไรกับใคร...วันหน้าก็อาจจะมีโมโหอีก แต่มันเป็นตัวผมไง มันไม่ดีหรอก อย่าเอาเป็นตัวอย่าง แต่อันที่ดีก็มีเยอะพอสมควร" (ประชาชาติธุรกิจออนไลน์, 2559)



ทั้งนี้ "แบบจำลอง SMCR ของเบอร์ลิโธ ระบุถึงผู้ส่งสารที่ดี ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะความชำนาญในการสื่อสารโดยมีความสามารถในการ "การเข้ารหัส" (encode) เนื้อหาข่าวสาร มีทัศนคติที่ดีต่อผู้รับเพื่อผลในการสื่อสารมีความรู้เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารที่จะส่ง และควรจะสามารถในการปรับระดับของข้อมูลนั้นให้เหมาะสมและง่ายต่อระดับความรู้ของผู้รับ ตลอดจนพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับผู้รับด้วย ซึ่งจากการศึกษาสามารถวิเคราะห์พลเอกประยุทธ์ ในฐานะผู้ส่งสาร ในประเด็นทักษะในการสื่อสาร, ทัศนคติ, ระดับความรู้, ระบบสังคมและวัฒนธรรม ได้ว่า ผู้ส่งสารพูดค่อนข้างเร็ว ใช้วิธีการยื่นเฉยตลอดรายการ มีการสวมเครื่องแบบทหารมาพูดทำให้เกิดความรู้สึกเห็นห่างกับประชาชน มีทัศนคติต่อประชาชนที่แตกต่างจากนักการเมืองเพราะไม่ต้องสนใจฐานเสียง อีกทั้งพบว่าการหลีกเลี่ยงการอธิบายเรื่องเศรษฐกิจที่อาจเป็นเพราะไม่ใช่เรื่องที่ถนัดหรือมีความเชี่ยวชาญอย่างไรก็ตาม ด้วยสังคมการเมืองแบบชายเป็นใหญ่ทำให้บางคนให้การยอมรับพลเอกประยุทธ์ได้ แม้จะแสดงอาการก้าวร้าวดูดันต้อสื่อมวลชนก็ตาม ซึ่งในมุมมองอาจถูกมองว่าเป็นจุดเด่นประการหนึ่ง

5.3 สาร (message)

สารในรายการคืนความสุข โดยพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ในแต่ละตอน มักปรากฏวาทกรรมทั้งในเชิงสั่งการ ขอความร่วมมือ และอธิบายปรากฏการณ์ โดยสามารถสรุปเป็น 4 ประเด็นหลัก คือ

ย้ำความจำเป็นในการยึดอำนาจและโต้แย้งฝ่ายเห็นต่าง

ความคับหน้าโรดแมป เพื่อนำไปสู่การเลือกตั้งและการเมืองยุคปฏิรูป

การขับเคลื่อนงาน ทั้งในฐานะรัฐบาล และคสช.ประเด็นทั่วไป เช่น การกล่าวถึง เทศกาล วันสำคัญ หรือเหตุการณ์สำคัญ

ทั้งนี้ หากพิจารณาจากสารของพลเอกประยุทธ์ สามารถจัดเข้ากับหลักการชี้ชวนให้เชื่อ (Propaganda) ทั้ง 2 ลักษณะใหญ่ไปพร้อมกัน กล่าวคือ

1. กรณีการชี้ชวนให้เชื่อด้วยการปลุกปั่น โดยการกล่าวร้ายและสร้างวาทกรรมว่าช่วงก่อน 22 พฤษภาคม พ.ศ. 2557 บ้านเมืองมีความวุ่นวาย อันเป็นผลมาจากระบอบการปกครอง (ประชาธิปไตย) ที่มีปัญหา ทำให้เกิดการชุมนุม เกิดการปะทะ รัฐบาลขณะนั้นไม่สามารถรักษาความสงบหรือบริหารราชการแผ่นดินได้ ซึ่งนับเป็นปัญหาที่มีมายาวนานนับสิบปี คนไทยไม่มีความสุข เพราะเต็มไปด้วยความขัดแย้ง บ้านเมืองถึงทางตัน และการจลาจลจ้วงสถาบันพระมหากษัตริย์

นอกจากนี้ ระหว่างการอยู่ในอำนาจพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา จะสร้างความเชื่อที่ว่า หากรีบกลับไปสู่การเลือกตั้ง ความวุ่นวายก็จะตามมา จึงสั่งระงับการเลือกตั้งทุกระดับอันเป็นการสร้างความหวาดกลัว เพื่อให้ประชาชนยินยอมพร้อมใจภายใต้ความสงบราบคาบ มีการปลุก "ผีทักษิณ" อันหมายถึงกลุ่มอำนาจ (รัฐบาล)เก่า เป็นผู้สูญเสีย



TCI กลุ่มที่ 2 มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ผลประโยชน์ และรัฐบาลเก่ามักใช้นโยบาย ประชา
นิยมซึ่งทำให้ประเทศเสียหายจากนักการเมืองที่ขาด
วินัยทางการเงินการคลัง เต็มไปด้วยการทุจริต
คอร์รัปชัน

ตัวอย่าง “เมื่อเลือกตั้งเสร็จแล้วก็เรียกร้อง
ความต้องการจากรัฐบาลจนไม่มีความเพียงพอ เมื่อ
ไม่เพียงพอ รัฐบาลก็ต้องมาดูแลเป็นพิเศษ
ไม่อย่างนั้นเดี๋ยวมีปัญหาการบริหารราชการ ใช้ใหม่
คนอื่นก็ไม่ต้องได้ นี่แหละคือปัญหาของประชาธิปไตย
ไทย” (ประยุทธ์ จันทร์โอชา รายการคืนความสุขให้
คนในชาติ, การสัมภาษณ์ส่วนบุคคลวันที่ 27 มีนาคม
2558)

ขณะเดียวรัฐบาล คสช. ได้ใช้อำนาจพิเศษ
กดทับกิจกรรมทางการเมือง การเคลื่อนไหวของกลุ่ม
ต่างๆ พร้อมทั้งดำเนินคดีกับนักการเมืองฝั่งตรงข้าม
เพื่อให้เกิดบรรยากาศแห่งความกลัว ไม่กล้าต่อต้าน

2. กรณีการชี้ชวนให้เชื่อเพื่อสร้างความ
สามัคคี เป็นการชี้ชวนให้ร่วมกันสร้างความสามัคคี
ปรองดอง ภายใต้ระบอบการปกครองที่เหมาะสมกับ
บริบทสังคมไทย ให้หวนกลับไปเป็น “สยามเมืองยิ้ม”
ดังอดีต โดยระหว่างนี้ พลเอกประยุทธ์ ใช้กลยุทธ์โดย
การอ้างผลสำรวจและมักย้ำว่า ยุค คสช. บ้านเมือง
สงบสุข หลายปัญหาที่รัฐบาลปกติไม่สามารถจัดการ
ได้ แต่รัฐบาล คสช. ได้ใช้มาตรา 44 ตามรัฐธรรมนูญ
ฉบับชั่วคราว พ.ศ. 2557 เข้ามาแก้ไข ทั้งเรื่องการ
แต่งตั้งโยกย้ายข้าราชการ การปราบทุจริต การจัด
ระเบียบสังคม ตั้งแต่แก้ปัญหาราคาสลากกินแบ่ง

รัฐบาล ประมงผิดกฎหมาย การบินพลเรือน ไปจนถึง
โครงการก่อสร้างขนาดใหญ่

ส่วนความคิดวิไลซ์ทางเศรษฐกิจ ยุค คสช. ได้
กำเนิดนโยบาย “ประชารัฐ” ต้นแบบความร่วมมือ
จากทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคธุรกิจ และประชาชน
เพื่อความ “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” โดยถอดบทเรียน
จากนโยบายประชานิยมก่อนหน้า และผูกโยงกับหลัก
เศรษฐกิจพอเพียง

5.4 ช่องทางการสื่อสาร (channel)

ในช่วงแรกของการเข้ามายึด
อำนาจของ พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ได้ใช้
อำนาจพิเศษทางกฎหมายควบคุมสื่ออย่างเข้มข้น ทั้ง
การสั่งปิดสื่อ และการควบคุมเนื้อหา อีกทั้งในระยะ
ต่อมาที่ยังอยู่ในอำนาจ ก็ยังมีการควบคุมสื่อทั้งใน
สังกัดรัฐและเอกชน โดยการใช้การเผยแพร่สัญญา
ผ่านโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจแห่งประเทศไทย และ
ขอความร่วมมือให้สื่อวิทยุโทรทัศน์ทุกช่องต้องตัดเข้า
รายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” และ “เดินหน้า
ปฏิรูปประเทศไทย” สารเหล่านี้ ยังถูกขยายผลต่อไป
ยังสื่อมวลชนแขนงอื่น ๆ ที่นำเสนอข่าวอีกด้วย

ทั้งนี้ ความได้เปรียบของการสื่อสารของ
รัฐบาลพลเอกประยุทธ์ สามารถควบคุมเนื้อหาสื่อใน
กำกับของรัฐบาลได้อย่างเต็มที่ และจะตามมาด้วย
การขยายผลต่อเนื่องโดยสื่อเอกชนที่สนับสนุน ขณะที่
ช่องทางสื่อฝ่ายตรงข้ามแม้จะมีการวิพากษ์วิจารณ์
บ้าง แต่ก็ไม่สามารถทำได้เต็มที่เนื่องจากถูก
ควบคุมด้วยกฎหมายความมั่นคง และข้อตกลงความ



ร่วมมือ (MOU) กับ กสทช. อีกทั้ง เมื่อถึงเวลา
รายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” สื่อเกือบทุก
ช่องทางก็ต้องนำเสนอเนื้อหาดังกล่าวอย่างหลีกเลี่ยง
ไม่ได้

ขณะที่สื่อใหม่ (new media) และ
อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางที่รัฐบาล คสช. ไม่สามารถ
ควบคุมได้อย่างเบ็ดเสร็จเด็ดขาด จึงมีความพยายาม
ใช้ช่องทางกฎหมายเข้ามาควบคุมเสรีภาพสื่อ
ออนไลน์อย่างต่อเนื่อง เช่น กรณีการแก้ไข
พ.ร.บ. การกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์
พ.ศ. 2559 และพบการปิดกั้นเนื้อหาเว็บไซต์ภายหลัง
การรัฐประหารจำนวนมาก (iLaw, 2558)

ในกรณีรายการคืนความสุข ก็มีความ
แตกต่างจากรายการของรัฐบาลพลเรือน แม้กระทั่ง
รัฐบาลทหารในอดีต เพราะปกติ รายการของรัฐบาล
เช่นนี้ มักจะออกอากาศทางช่อง 11 และในวิหุขของ
รัฐบาลเท่านั้น แต่รายการดังกล่าวกลับออกอากาศ
ทุกช่องทางสื่อสารหลัก แม้จะเข้าสู่ช่วงคลี่คลาย
อำนาจของ คสช. แล้วมาใช้อำนาจของนายกรัฐมนตรี
แล้วก็ตาม จึงทำให้เชื่อว่า พลเอกประยุทธ์ ต้องการ
ควบคุมช่องทางการสื่อสารตลอดเวลา ส่วนเนื้อหา
ของสารก็มีลักษณะซ้ำ ๆ ประเด็นเดิม

มีแนวคิดที่กล่าวถึงปริมาณและความถี่ของ
เนื้อหาที่ถูกส่งไปยังผู้รับ นั่นคือ ทฤษฎีกระสุนปืน
(magic bullet theory) หรือ ทฤษฎีเข็มฉีดยา
(hypodermic needle theory) ซึ่งเป็นแนวคิดที่อยู่บน
พื้นฐานที่ว่า การปล่อยหรือฉีดเนื้อหาของข้อมูล
ข่าวสารแบบใดแบบหนึ่งเข้าไปยังผู้รับสารทุกกลุ่ม ที่

เปิดรับสารด้วยวิธีเดียวกัน และสามารถก่อให้เกิด
ผลลัพธ์โดยตรงและฉับพลันเช่นเดียวกับลักษณะของ
เข็มฉีดยา หรือการเปรียบเทียบข่าวสารคือกระสุนปืน
ที่ถูกยิงทะลุทะลวงเข้าสู่ความคิดและจิตใจของผู้รับ
สาร ซึ่งสามารถชี้้นำ จูงใจหรือโน้มน้าวผู้รับสารหรือ
สังคมโดยรวมได้ (พาธินี สุวรรณเกสร, 2553)

“วาสนา นาน่วม” (สัมภาษณ์ส่วนบุคคล
,วันที่ 6 กันยายน 2559) ผู้สื่อข่าวสายทหาร
หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์และโพสต์ทูเดย์ กล่าว
ยืนยันว่า พลเอกประยุทธ์ตั้งใจสื่อสารแบบย่ำ ๆ ซ้ำ
ๆ ผ่านทุกช่องทางเช่นนี้ โดยมองว่าเป็นข้อได้เปรียบ
ของพลเอกประยุทธ์คือ ไม่ต้องสนใจว่าประชาชน
อยากฟังหรือไม่อยากฟัง ถึงมีรายการอยู่จนถึงทุก
วันนี้”

ดังนั้น รัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา
ใช้กลยุทธ์การควบคุมสื่อทุกช่องทางให้มากที่สุด เพื่อ
กระจายแนวความคิด เนื้อหาของสาร เพื่อ
ประชาสัมพันธ์และโน้มน้าวให้ประชาชนเชื่อหรือ
คล้อยตาม โดยใช้ข้อมูลด้านเดียว ปิดกั้นฝ่ายตรงข้าม
ซึ่งสอดคล้องกับ ทฤษฎีกระสุน หรือ ทฤษฎีเข็มฉีดยา
ซึ่งนิยมใช้ในช่วงสงครามโลกครั้งที่สอง ในปฏิบัติการ
โฆษณาชวนเชื่อของอดอล์ฟ ฮิตเลอร์

5.5 ผู้รับสาร (receiver)

ผู้รับสารจากรายการคืนความสุข
ของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา หมายถึง
ประชาชนทั่วไปเป็นหลัก โดยรัฐบาลพลเอกประยุทธ์
ไม่จำแนกกลุ่มผู้รับสารออกเป็นกลุ่ม ๆ หรือแยกเนื้อหา
เป็นตอน ๆ จึงเห็นน้ำเสียงของผู้นำ ทั้งการ บ่น ชี้แจง



TCI กลุ่มที่ 2 มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

สั่งการ ขอความร่วมมือ ในคราวเดียวกัน แต่ทั้งหมดก็ เพื่อให้การประชาสัมพันธ์ทางการเมืองเป็นไปในปริมาณ ที่มากที่สุด ขณะเดียวกันหากแยกมุมมองที่หัวหน้า รัฐบาล มีต่อผู้รับสารที่เป็นเกษตรกรซึ่งเป็นคนส่วนใหญ่ พบว่ามีลักษณะมองประชาชนเป็นผู้รอรับความ ช่วยเหลือหรือเสพติดความช่วยเหลือ จึงหลีกเลี่ยงการ ใช้นโยบายด้านการอุดหนุนสินค้าเกษตรที่มองว่ามี ลักษณะประชานิยม

6. อภิปรายและสรุปผลการศึกษา

จาก ลักษณะ ของ ผู้นำแบบเผด็จการ (autocratic leader) ที่เน้นถึงการบังคับบัญชาและการ ออกคำสั่งเป็นสำคัญ มีการตัดสินใจและการสื่อสาร ด้วยตนเองเป็น ส่วนมาก และมีลักษณะเป็น ผู้บังคับบัญชา สั่งการผู้อยู่ใต้บังคับบัญชาอย่างเด่นชัด ผนวกกับมีการใช้อำนาจเป็นอย่างมากและจะสร้าง บรรยากาศของความหวาดกลัว จึงบ่งชี้ว่า ลักษณะ ผู้นำทางการเมืองสื่อสารของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์เป็น ผู้นำแบบเผด็จการ ทั้งในเชิงนิยามของรัฐบาลพลเอก ประยุทธ์และเชิงพฤติกรรมด้วย แม้จะพยายามส่งมอบ คืนประชาธิปไตย รัฐธรรมนูญ และการเลือกตั้ง หากแต่ เป้าหมายที่แท้จริงยังคงซ่อนระบอบอำนาจนิยมไว้ผ่าน การออกแบบสถาบันการเมือง สรุปได้เป็น 5 กลยุทธ์ คือ

1. เป้าหมาย (purposive) คือ ตั้งเป้าเพื่อ สร้างความชอบธรรมเพื่อเปลี่ยนแปลงการปกครองไปสู่ ประชาธิปไตยครึ่งใบ หรือรักษาไว้ซึ่งอำนาจเผด็จการ แม้จะอ้างรัฐธรรมนูญ การเลือกตั้ง แต่รัฐธรรมนูญ และการเลือกตั้งนั้นไม่มีความหมายอย่างจริงจัง

2. ผู้ส่ง (sender) คือ เน้นใช้ตัวผู้นำคือ พล เอกประยุทธ์เป็นหลัก ด้วยภาพลักษณ์ความเป็นทหารที่ ไม่ใช่ นักการเมือง และแอบอิงความชอบธรรมจาก สถาบันพระมหากษัตริย์ แต่มีจุดอ่อนคือบุคลิกลักษณะ ที่ขัดแย้งกับคุณสมบัติผู้ส่งสารที่ดี แม้จะพยายามพูด ทุกเรื่องก็ตาม ทั้งเรื่องน้ำเสียง ท่าทาง ระดับความรู้ และจังหวะการพูด ไม่อดทนอดกลั้นต่อการกระทำ ไต ๆ ที่เป็นศัตรูกับรัฐ มีการใช้กำลังที่รุนแรงกำจัดศัตรู

3. สาร (message) คือ การใช้หลักชวนให้เชื่อ (propaganda) ทั้งแบบปลุกกระตมและชี้ชวนให้เกิด ความสามัคคีไปพร้อมกัน โดยอุดมการณ์โน้มนำวให้ คนทั่วไปเห็นคล้อยตาม ให้จำเป็นต้องมี ศสช. ในยาม ที่บ้านเมืองตกอยู่ในภาวะวิกฤติ และจะนำมาสู่ความสงบเรียบร้อย

4. ช่องทางสื่อสาร (channel) คือ รัฐบาลพล เอกประยุทธ์ ควบคุมสื่อมวลชนกระแสหลักทุกช่องทาง ทั้งวิทยุ โทรทัศน์ และก้าวล่วงถึงอินเทอร์เน็ตด้วย เพื่อ ควบคุมและจงใจปล่อยข้อมูลข่าวสารสู่ผู้รับให้มากที่สุด แบบทฤษฎีเข็มฉีดยา

5. ผู้รับสาร (receiver) คือ ประชาชนทุก กลุ่ม กล่าวได้ว่า กลยุทธ์การสื่อสารของพลเอก ประยุทธ์ ในมิติผู้รับสาร ใช้หลักการพูดทุกเรื่องใน รายการตอนเดียว ซึ่งหมายถึงการพูดกับกลุ่มผู้รับ สารหลายกลุ่มในคราวเดียวกัน ไม่เจาะจง กลุ่มเป้าหมายในแต่ละตอน ต่างจากรัฐบาลก่อนหน้า นี้ อย่างรายการ “รัฐบาลยิ่งลักษณ์พบประชาชน” ของนางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร ที่จะแบ่งเนื้อหาแต่ละ



ตอนหรือแต่ละเทป เป็นประเด็น ๆ ในแต่ละสัปดาห์ เพื่อส่งสารไปยังกลุ่มผู้รับที่แตกต่างกัน

ทั้งนี้ กลยุทธ์การสื่อสารของรัฐบาลในยุค เผด็จการและประชาธิปไตยมีความแตกต่างกัน โดยจุด ได้เปรียบของรัฐบาลเผด็จการคือการมีอำนาจตามกฎหมายพิเศษเพื่อควบคุมเนื้อหาสาร ในการหวังผล ด้านอุดมการณ์ได้ ขณะที่การไม่สามารถบอกเป้าหมาย ที่แท้จริงได้ ทำให้การสื่อสารของรัฐบาลประเภทนี้ถูก มองว่าไม่มีความชัดเจน ต่างจากรัฐบาลประชาธิปไตย ที่ มีเป้าหมายเพื่อคะแนนนิยม ในการชนะการเลือกตั้ง

ฉะนั้น กลยุทธ์ของการสื่อสารของรัฐบาล คือ การนำเอาจุดเด่นของระบอบการปกครองในขณะนั้น ๆ ขึ้นมาเป็นกลยุทธ์ เปรียบเทียบได้กับการขายสินค้าที่ รัฐบาลประชาธิปไตยจะพยายามโน้มน้าวให้เห็นถึงข้อดี ของผลิตภัณฑ์เพื่อให้คนต้องการซื้อโดยสมัครใจ ขณะที่

รัฐบาลเผด็จการจะยึดเยียดสินค้าทั้งการบังคับและ กล่อมเกล้า

7. ข้อเสนอแนะ

การศึกษากลยุทธ์การสื่อสารของรัฐบาลพล เอกประยุทธ์ อาจมีข้อจำกัดในกรณีแหล่งข้อมูลในส่วน ใหญ่มีขอบเขตอยู่ที่รายการคืนความสุขให้คนในชาติ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการครบถ้วน การศึกษาองค์ประกอบ ด้าน อื่น ๆ เช่น เพลง คำขวัญ คำนิยาม 12 ประการ หรือกระทั่งการศึกษาในเชิงสัญญาวิทยาเป็นสิ่งที่ น่าสนใจสำหรับการวิจัยที่ครอบคลุมและลึกซึ้งใน อนาคต เนื่องจากการศึกษาผ่านกรอบ SMCR model อาจเป็นกรอบที่กว้างเกินไป

8. เอกสารอ้างอิง

ไทยรัฐออนไลน์. (2558). **ไขมาตรา 44 เหนือกฎอัยการศึก อำนาจครอบจักรวาล**. [ออนไลน์]

<http://www.thairath.co.th/content/489489> (สืบค้นเมื่อ 14 มกราคม 2560).

เบญจา หวังพิระวงศ์. (2553). บทบาท หน้าทีและกลยุทธ์การสื่อสารของโฆษกพรรคประชาธิปัตย์.

วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปวีณู หาญชนะ. (2555). การสื่อสารทางการเมืองของ ทักษิณ ชินวัตร ในช่วงปี พ.ศ. 2549-2552.

วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (2559). **"นายฯ" ได้กระแสเปรียบเทียบคล้าย "ทรัมป์" เผยตนพูดจริงใจ**

เกินไปไม่สุภาพ "อาจโมโหอีก แต่มั่นคือตัวผม". [ออนไลน์]

http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1479196626 (สืบค้นเมื่อ 14 มกราคม 2560).

พาทินี สุวรรณเกสร. (2553). อิทธิพลของภาพยนตร์โฆษณาบัตรเครดิต ต่อการตัดสินใจถือครองบัตรเครดิต ของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.



พิรงรอง รามสูต. (2549). “กลยุทธ์การสื่อสารของรัฐบาลทักษิณ 2”. วารสารสถาบันพระปกเกล้า ปี 4 ฉบับที่ 1, (ม.ค.-เม.ย. 2549) : น.47

มติชนออนไลน์. (2560). ‘ประจักษ์ ก้องกีรติ’ เหลียวหลัง แลหน้า “การเมืองไทย”.

[ออนไลน์] <http://www.matichon.co.th/news/422145> (สืบค้นเมื่อ 14 มกราคม 2560).

ประยุทธ์ จันทร์โอชา. โทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจ. “รายการคืนความสุขให้คนในชาติ”.

วาสนา นาน่วม. ผู้สื่อข่าวสายทหารหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์และโพสต์ทูเดย์. (การสัมภาษณ์ส่วนบุคคล, 6 กันยายน 2559).

Berlo, D., K.(1960) The Process of Communication. New York: Holt, Rinchart and Winston.

iLaw. (2558). รวมผลงาน การใช้อำนาจมาตรา 44 ตามรัฐธรรมนูญชั่วคราว.[ออนไลน์]

<https://www.ilaw.or.th/node/3679> (สืบค้นเมื่อ 14 มกราคม 2560)

Lewin, K., Lippit, R. & White, R. K. (1939). Patterns of aggressive behavior in experimentally created social climates. **Journal of Social Psychology**.



Name: Mr.Chuek Chotchuay

Address: 100/15 Ladprao 83, Klongjaokhunsingh,
Wangthonglang, Bangkok.

Education: Bachelor of Arts (Government), Faculty of Political Science,
Chulalongkorn University

Work: -