

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 โชติชูช่วย, ²ดร.กนกรัตน์ เลิศชูสกุล
นิสิตหลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะรัฐศาสตร์ อาจารย์ที่ปรึกษา ,จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

E-mail : chuekchotchuay@gmail.com

Abstract

This research aimed to study the differences between the communication strategies of the government of GENERAL PRAYUT CHAN-O-CHA and communication strategies of the democratic governments. This research used qualitative research method especially content analysis. The results of this study had shown that the government of GENERAL PRAYUT CHAN-O-CHA took advantage of political communication as a tool for public relations and retaliation political issues, including creating propaganda for self-righteousness. He used the special laws to regulate media and reinforce the same issues in the pattern of Hypodermic needle Theory. For the contents of communication, the government of GENERAL PRAYUT were usually claimed to solve old problems that had accumulated from the previous governments and created an image of terror to those who resisted. Moreover, the government had communicated several issues at a time to become 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 ใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อกระแสหลักจากการควบคุมโดยกฎหมายพิเศษ มีการกล่าวซ้ำ ๆ และย้ำประเด็นตามแบบทฤษฎีเข็มฉีดยา ส่วนเนื้อหาของสารมักใช้เหตุผลการเข้ามาแก้ปัญหาที่สะสมจากรัฐบาลก่อนอันเกิดจากนักการเมือง



และการเลือกตั้ง พร้อมทั้งสร้างภาพของความหวาดกลัวให้เกิดแก่ผู้ที่ต่อต้าน นอกจากนี้ รัฐบาลพลเอก ประยุทธ์ ยังใช้การสื่อสารหลายประเด็นในแต่ละครั้ง ซึ่งก่อให้เกิดความสับสนแก่ผู้รับสาร

คำสำคัญ : กลยุทธ์การสื่อสาร, คลสข., พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา

1. บทนำ

การสื่อสารทางการเมือง เป็นเครื่องมือสำคัญอย่างหนึ่งของรัฐบาลทุกยุคสมัยโดยเฉพาะการสื่อสารผ่านสื่อมวลชน (mass media) ฉะนั้น การเกิดขึ้นของรายการวิทยุ โทรทัศน์ ของผู้นำทางการเมืองจึงมีให้เห็นทั่วไป

ด้วยเหตุนี้ ภายหลังจากเข้ามามีอำนาจการปกครองจากรัฐบาลนางสาวยิ่งลักษณ์ 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” ซึ่งเป็นการนำเสนอภารกิจด้านการปฏิรูปประเทศและผลงานรัฐบาลแยกออกมาอีกด้วย

ที่ผ่านมาการศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมืองของรัฐบาลหรือตัวนายกรัฐมนตรีผ่านรายการต่าง ๆ แต่การศึกษาการสื่อสารทางการเมือง

ของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ยังเป็นเรื่องใหม่ ยังไม่พบการศึกษาดังกล่าวมากนัก ประกอบกับความน่าสนใจของการสื่อสารยุค คลสข. ที่มีอำนาจมาก ดังนั้น เพื่อเติมเต็มช่องว่างทางวิชาการของงานศึกษาด้านนี้ จึงเป็นที่มาของงานวิจัยชิ้นนี้ที่ต้องการทราบกลยุทธ์การสื่อสารของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ ว่ามีวิธีการอย่างไร ภายใต้โครงสร้างโอกาสทางการเมืองที่มีความแตกต่างจากรัฐบาลปกติหรือรัฐบาลก่อนหน้านี้ ซึ่งหากตั้งสมมุติฐานไว้ว่ารัฐบาลพลเอกประยุทธ์ มีลักษณะการสื่อสารแบบผู้นำในระบอบเผด็จการ ก็จะทำให้ทราบกลยุทธ์การสื่อสารของรัฐบาลเผด็จการในบริบทสังคมไทยว่าเป็นอย่างไร มีการปรับตัวหรือไม่อย่างไรด้วย

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาเป้าหมายการสื่อสารของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ผ่านบริบททางการเมืองว่ามีเป้าหมายและอุดมการณ์อย่างไร

2. เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ภายใต้กรอบทฤษฎีการสื่อสารในสังคมประชาธิปไตย และสังคมที่ไม่เป็นประชาธิปไตย ว่ามีข้อจำกัด, เงื่อนไข, ข้อได้เปรียบอย่างไร



3. ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารของรัฐบาลทักษิณ 2” ของ พิรงรอง รามสูต มองว่า กลยุทธ์การสื่อสารของรัฐบาลทักษิณ คือ วิธีการต่าง ๆ ที่รัฐบาลใช้ในการควบคุมสื่ออย่างจริงจังและแยบยล ซึ่งวิธีการเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงกลยุทธ์ (strategy) ทั้งในเชิงโครงสร้าง (structure) และในเชิงปฏิบัติการ (action) เพื่อจัดการกับเสรีภาพทางข่าวสารผ่านสื่อมวลชน (พิรงรอง รามสูต, 2540) นั้น หมายความว่า 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) ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะความชำนาญในการสื่อสารโดยมีความสามารถใน “การเข้ารหัส” (encode) เนื้อหาข่าวสารด้วย (Berlo, 1960)

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

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



TCI กลุ่มที่ 2 มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

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) การชักชวนให้ เชื่อใน 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

ผลการศึกษาการสื่อสารของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ 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 ดังที่กล่าวว่

“การเข้ามาควบคุมสถานการณ์ของ คสช. เป็นการเข้ามาเพื่อยุติความรุนแรง ปลดลี้คอข้อจำกัดเล็กน้อยต่าง ๆ ที่ค้างคั่งอยู่ในกระบวนการ รออนุมัติ

จากรัฐบาลที่ผ่านมาอีกมากมาย และเพื่อคืนความสุขให้ประชาชนคนไทยทั้งชาติ รวมทั้งแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนเร่งด่วนเฉพาะหน้าเป็นการชั่วคราว เพื่อให้ประเทศนั้นเดินหน้าต่อไปได้ และที่สำคัญที่สุดคือ เพื่อให้สถาบันพระมหากษัตริย์ทรงอยู่เหนือความขัดแย้งทั้งปวงตลอดมา ได้รับการปกป้องจากคนไทยทุกคน” (ประยุทธ์ จันทร์โอชา รายการคืนความสุขให้คนในชาติ, สัมภาษณ์ส่วนบุคคล วันที่ 30 พฤษภาคม 2557)เมื่อพลเอกประยุทธ์ ได้ก้าวสู่การเป็นหัวหน้าของระบอบประชาธิปไตย และพยายามสร้าง “ประชาธิปไตยแบบไทย ๆ” ที่เน้นเรื่องชาตินิยม ศีลธรรมจรรยา และสถาบันพระมหากษัตริย์ ผ่านแผนนโยบายและแผนงานต่าง 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 “ปริญญาก้าวหน้าถาวร” ระบุว่า “ที่มาของมาตรา 44 นี้คือ มาตรา 17 ในรัฐธรรมนูญ การปกครอง



TCI กลุ่มที่ 2 มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ราชอาณาจักร พ.ศ. 2502 ของจอมพลสฤษดิ์ ธีระรัชต์ หรือมาตรา 17 ในตำนาน ที่จอมพลสฤษดิ์ใช้ สั่งประหารชีวิตคนไป 11 ครั้ง โดยไม่ต้องขึ้นศาล ซึ่ง มาตรา 44 นี้ลอกมา ต่างกันตรงที่ มาตรา 17 ให้ อำนาจนายกรัฐมนตรีนี่มีอำนาจในการสั่งการ หรือ ตลาการ ดังนั้น มาตรา 17 นี้จึงมีอำนาจเยอะกว่าทุกฉบับ ที่ผ่านมา (ไทยรัฐออนไลน์, 2558) นอกจากนี้ ยังมี การใช้กลไกทางกฎหมายออกแบบสถาบันทางการเมืองผ่าน “แม่น้ำ 5 สาย” (คสช. + ครม. + สนช. + กมธ. หรือ กรธ. + สปช. หรือ สปท.) และควบคุม ให้สถานการณ์ทางการเมืองให้เป็นไปในทิศทางที่ ต้องการ คือ ประชาธิปไตยที่ไม่เต็มใบ อย่างที่ “ประจักษ์ ก้องกีรติ” มองว่า “ระบอบ คสช. เป็น ระบอบที่ใช้อำนาจในช่วงเปลี่ยนผ่านแบบ จอมพลสฤษดิ์ เพื่อนำไปสู่การสถาปนากองเมืองแบบ พลเอกเปรม ติณสูลานนท์ ในระยะยาว” (มติชนออนไลน์ , 2560)

ถึงกระนั้น เป้าหมายของพลเอกประยุทธ์ ก็ ยังคงเผชิญกับการท้าทายด้วยบริบทประเทศไทยและ บริบทโลกที่เปลี่ยนไป ที่สำคัญคือการเผชิญปัญหา เรื่อง “ความชอบธรรม” วิธีการผ่อนแรงปะทะคือการ พยายามบอกว่า จะเร่งเดินหน้าโรดแมป (road map) เขียนรัฐธรรมนูญ เพื่อนำไปสู่การเลือกตั้งและการทำ กิจกรรมทางการเมืองควบคู่กับการปฏิรูปด้านต่าง ๆ

แต่ถึงอย่างไรประจักษ์ ก้องกีรติ ยังมองว่า คสช. ยังคงมีเงื่อนไขในการคงอำนาจของกลุ่มทหาร ข้าราชการไว้ ควบคู่กับการสร้างสถาบันทาง ประชาธิปไตยที่ไม่สามารถทำงานได้อย่างเต็มที่ โดยมี

รัฐธรรมนูญฉบับปี 2521 เป็นต้นแบบเพื่อนำพา การเมืองกลับไปใน “ยุคเปรมโมเดล” จึงสรุปได้ว่า เป้าหมายของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ คือการ เปลี่ยนแปลงองคภาพทางการเมือง เพื่อนำไปสู่ รูปแบบการปกครองที่คล้ายกับยุคประชาธิปไตยครึ่ง ใจ ดังนั้น เป้าหมายของการสื่อสารทางการเมืองของ รัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จึงเป็นไปเพื่อการสร้าง ความชอบธรรมของอำนาจเผด็จการหรืออภินายหนึ่ง คือ “คะแนนนิยม” เพื่อให้การทำงานของ คสช. เป็นไปอย่างราบรื่น ด้วยการชี้ให้เห็นถึงความ “จำเป็น” ในการเข้ามามีอำนาจ ที่แม้จะผิดหลักการ ประชาธิปไตย แต่ก็เพื่อให้ได้มาซึ่งความสงบเรียบร้อย และระบอบการปกครองที่สอดคล้องกับสังคมไทย

5.2 ผู้ส่งสาร (sender)

ในฐานะผู้ส่งสารหลัก บ่อยครั้งที่ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ถูกวิจารณ์ เรื่อง บุคลิกลักษณะ น้ำเสียง จังหวะในการพูด และกิริยา อาการแบบซิงซัง โมโหร้าย เหล่านี้ไม่สอดคล้องตาม หลักคุณสมบัติของผู้ดำเนินรายการหรือผู้ส่งสารที่ดี โดยเจ้าตัวก็ยอมรับว่า เป็นตัวตนของตัวเอง ดังที่กล่าว ว่า

"ผมไม่ใช่ นักการเมือง ผมก็พูดในความเชื่อ ในหลักการกฎหมายของผม ผมพูดบางครั้งที่จริงใจ มากเกินไปหน่อย อาจจะไม่สุภาพ แต่เจตนาผมไม่ได้ มีอะไรกับใคร...วันหน้าก็อาจจะมีโมโหอีก แต่มันเป็น ตัวผมไง มันไม่ดีหรอก อย่าเอาเป็นตัวอย่าง แต่อันที่ดี ก็มีเยอะพอสมควร" (ประชาชาติธุรกิจออนไลน์, 2559)



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

5.3 สาร (message)

สารในรายการคืนความสุข โดยพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ในแต่ละตอน มักปรากฏวาทกรรมทั้งในเชิงสั่งการ ขอความร่วมมือ และอธิบายปรากฏการณ์ โดยสามารถสรุปเป็น 4 ประเด็นหลัก คือ

ย้ำความจำเป็นในการยึดอำนาจและโต้แย้งฝ่ายเห็นต่างความคืบหน้าโรดแมป เพื่อนำไปสู่การเลือกตั้งและการเมืองยุคปฏิรูปการขับเคลื่อนงาน ทั้งในฐานะรัฐบาล และ คสช.ประเด็นทั่วไป เช่น การกล่าวถึงเทศกาล 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 จะสร้างความเชื่อที่ว่าหากรีบกลับไปสู่การเลือกตั้ง ความวุ่นวายก็จะตามมา จึงสั่งระงับการเลือกตั้งทุกระดับอันเป็นการสร้างความหวาดกลัว เพื่อให้ประชาชนยินยอมพร้อมใจภายใต้ความสงบราบคาบ มีการปลุก "ผีทักษิณ" อันหมายถึงกลุ่มอำนาจ (รัฐบาล)เก่า เป็นผู้สูญเสียผลประโยชน์ และรัฐบาลเก่ามักใช้นโยบาย ประชานิยมซึ่งทำให้ประเทศเสียหายจากนักการเมืองที่ขาด



วินัยทางการเงินการคลัง เต็มไปด้วยการทุจริตคอร์รัปชัน

ตัวอย่าง “เมื่อเลือกตั้งเสร็จแล้วก็เรียกร้องความต้องการจากรัฐบาลจนไม่มีความเพียงพอ เมื่อไม่เพียงพอ รัฐบาลก็ต้องมาดูแลเป็นพิเศษไม่อย่างนั้นเดี๋ยวมีปัญหาการบริหารราชการ ใช้หมคนอื่นก็ไม่ต้องได้ นี่แหละคือปัญหาของประชาธิปไตยไทย” (ประยุทธ์ จันทร์โอชา รายการคืนความสุขให้คนในชาติ, การสัมภาษณ์ส่วนบุคคลวันที่ 27 มีนาคม 2558)

ขณะเดียวรัฐบาล คสช. ได้ใช้อำนาจพิเศษกดทับกิจกรรมทางการเมือง การเคลื่อนไหวของกลุ่มต่างๆ พร้อมทั้งดำเนินคดีกับนักการเมืองฝั่งตรงข้ามเพื่อให้เกิดบรรยากาศแห่งความกลัว ไม่กล้าต่อต้าน

2. กรณีการชี้ชวนให้เชื่อเพื่อสร้างความสามัคคี เป็นการชี้ชวนให้ร่วมกันสร้างความสามัคคีปรองดอง ภายใต้ระบอบการปกครองที่เหมาะสมกับบริบทสังคมไทย ให้หวนกลับไปเป็น “สยามเมืองยิ้ม” ดังอดีต โดยระหว่างนี้ พลเอกประยุทธ์ ใช้กลยุทธ์โดยการอ้างผลสำรวจและมักย้ำว่า ยุค คสช. บ้านเมืองสงบสุข หลายปัญหาที่รัฐบาลปกติไม่สามารถจัดการได้ แต่รัฐบาล คสช. ได้ใช้มาตรา 44 ตามรัฐธรรมนูญ ฉบับชั่วคราว พ.ศ. 2557 เข้ามาแก้ไข ทั้งเรื่องการแต่งตั้งโยกย้ายข้าราชการ การปราบทุจริต การจัดระเบียบสังคม ตั้งแต่แก้ปัญหาโรคสาธาลากินแบ่งรัฐบาล ประมงผิดกฎหมาย การบินพลเรือน ไปจนถึงโครงการก่อสร้างขนาดใหญ่

ส่วนความคิดวิไลซ์ทางเศรษฐกิจ ยุค คสช. ได้กำเนิตนโยบาย “ประชารัฐ” ต้นแบบความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคธุรกิจ และประชาชนเพื่อความ “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” โดยถอดบทเรียนจากนโยบายประชานิยมก่อนหน้า และผูกโยงกับหลักเศรษฐกิจพอเพียง

5.4 ช่องทางการสื่อสาร (channel)

ในช่วงแรกของการเข้ามายึดอำนาจของ พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ได้ใช้อำนาจพิเศษทางกฎหมายควบคุมสื่ออย่างเข้มข้น ทั้งการสั่งปิดสื่อ และการควบคุมเนื้อหา อีกทั้งในระยะต่อมาที่ยังอยู่ในอำนาจ ก็ยังมีการควบคุมสื่อทั้งในสังกัดรัฐและเอกชน โดยการใช้การเผยแพร่สัญญาผ่านโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจแห่งประเทศไทย และขอความร่วมมือให้สื่อวิทยุโทรทัศน์ทุกช่องต้องตัดเข้ารายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” และ “เดินหน้าปฏิรูปประเทศไทย” สารเหล่านี้ ยิ่งถูกขยายผลต่อไปยังสื่อมวลชนแขนงอื่น ๆ ที่นำเสนอข่าวอีกด้วย

ทั้งนี้ ความได้เปรียบของการสื่อสารของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ สามารถควบคุมเนื้อหาสื่อในกำกับของรัฐบาลได้อย่างเต็มที่ และจะตามมาด้วยการขยายผลต่อเนื่องโดยสื่อเอกชนที่สนับสนุน ขณะที่ช่องทางสื่อฝ่ายตรงข้ามแม้จะมีการวิพากษ์วิจารณ์บ้าง แต่ก็ไม่สามารถทำได้เต็มที่เนื่องจากถูกควบคุมด้วยกฎหมายความมั่นคง และข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) กับ กสทช. อีกทั้ง เมื่อถึงเวลารายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” สื่อเกือบทุก



ช่องทางก็ต้องนำเสนอเนื้อหาดังกล่าวอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ขณะที่สื่อใหม่ (new media) และอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางที่รัฐบาล คสช. ไม่สามารถควบคุมได้อย่างเบ็ดเสร็จเด็ดขาด จึงมีความพยายามใช้ช่องทางกฎหมายเข้ามาควบคุมเสรีภาพสื่อออนไลน์อย่างต่อเนื่อง เช่น กรณีการแก้ไข พ.ร.บ. การกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2559 และพบการปิดกั้นเนื้อหาเว็บไซต์ภายหลังการรัฐประหารจำนวนมาก (iLaw, 2558)

ในกรณีรายการคืนความสุข ก็มีความแตกต่างจากรายการของรัฐบาลพลเรือน แม้กระทั่งรัฐบาลทหารในอดีต เพราะปกติ รายการของรัฐบาล เช่นนี้ มักจะออกอากาศทางช่อง 11 และในวิหุขของรัฐบาลเท่านั้น แต่รายการดังกล่าวกลับออกอากาศทุกช่องทางสื่อสารหลัก แม้จะเข้าสู่ช่วงคลี่คลายอำนาจของ คสช. แล้วมาใช้อำนาจของนายกรัฐมนตรี แล้วก็ทำตาม จึงทำให้เชื่อว่า พลเอกประยุทธ์ ต้องการควบคุมช่องทางการสื่อสารตลอดเวลา ส่วนเนื้อหาของสารก็มีลักษณะซ้ำ ๆ ประเด็นเดิม

มีแนวคิดที่กล่าวถึงปริมาณและความถี่ของเนื้อหาที่ถูกส่งไปยังผู้รับ นั่นคือ ทฤษฎีกระสุนปืน (magic bullet theory) หรือ ทฤษฎีเข็มฉีดยา (hypodermic needle theory) ซึ่งเป็นแนวคิดที่อยู่บนพื้นฐานที่ว่า การปล่อยหรือฉีดเนื้อหาของข้อมูลข่าวสารแบบใดแบบหนึ่งเข้าไปยังผู้รับสารทุกกลุ่มที่เปิดรับสารด้วยวิธีเดียวกัน และสามารถก่อให้เกิดผลลัพธ์โดยตรงและฉับพลันเช่นเดียวกับลักษณะของ

เข็มฉีดยา หรือการเปรียบเทียบข่าวสารคือกระสุนปืนที่ถูกยิงทะลุทะลวงเข้าสู่ความคิดและจิตใจของผู้รับสาร ซึ่งสามารถชี้ นำ จูงใจหรือโน้มน้าวผู้รับสารหรือสังคมโดยรวมได้ (พาธินี สุวรรณเกสร, 2553)

“วาสนา นาน่วม” (สัมภาษณ์ส่วนบุคคล, วันที่ 6 กันยายน 2559) ผู้สื่อข่าวสายทหารหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์และโพสต์ทูเดย์ กล่าวยืนยันว่า พลเอกประยุทธ์ตั้งใจสื่อสารแบบซ้ำ ๆ ซ้ำ ๆ ผ่านทุกช่องทางเช่นนี้ โดยมองว่าเป็นข้อได้เปรียบของพลเอกประยุทธ์คือ ไม่ต้องสนใจว่าประชาชนอยากฟังหรือไม่อยากฟัง ถึงมีรายการอยู่จนถึงทุกวันนี้”

ดังนั้น รัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ใช้กลยุทธ์การควบคุมสื่อทุกช่องทางให้มากที่สุด เพื่อกระจายแนวความคิด เนื้อหาของสาร เพื่อประชาสัมพันธ์และโน้มน้าวให้ประชาชนเชื่อหรือคล้อยตาม โดยใช้ข้อมูลด้านเดียว ปิดกั้นฝ่ายตรงข้าม ซึ่งสอดคล้องกับ ทฤษฎีกระสุน หรือ ทฤษฎีเข็มฉีดยา ซึ่งนิยมใช้ในช่วงสงครามโลกครั้งที่สอง ในปฏิบัติการโฆษณาชวนเชื่อของอดอล์ฟ ฮิตเลอร์

5.5 ผู้รับสาร (receiver)

ผู้รับสารจากรายการคืนความสุขของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา หมายถึงประชาชนทั่วไปเป็นหลัก โดยรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ไม่จำแนกกลุ่มผู้รับสารออกเป็นกลุ่ม ๆ หรือแยกเนื้อหาเป็นตอน ๆ จึงเห็นน้ำเสียงของผู้นำ ทั้งการ บ่น ชี้แจง สั่งการ ขอความร่วมมือ ในคราวเดียวกัน แต่ทั้งหมดก็เพื่อให้การประชาสัมพันธ์ทางการเมืองเป็นไปในปริมาณ



ที่มากที่สุด ขณะเดียวกันหากแยกมุมมองที่หัวหน้ารัฐบาล มีต่อผู้รับสารที่เป็นเกษตรกรซึ่งเป็นคนส่วนใหญ่ พบว่ามีลักษณะมองประชาชนเป็นผู้รอรับความช่วยเหลือหรือเสพติดความช่วยเหลือ จึงหลีกเลี่ยงการใช้นโยบายด้านการอุดหนุนสินค้าเกษตรที่มองว่ามีลักษณะประชานิยม

6. อภิปรายและสรุปผลการศึกษา

จากลักษณะของผู้นำแบบเผด็จการ (autocratic leader) ที่เน้นถึงการบังคับบัญชาและการออกคำสั่งเป็นสำคัญ มีการตัดสินใจและการสื่อสารด้วยตนเองเป็นส่วนมาก และมีลักษณะเป็นผู้บังคับบัญชา สั่งการผู้อยู่ใต้บังคับบัญชาอย่างเด่นชัดผนวกกับการใช้อำนาจเป็นอย่างมากและจะสร้างบรรยากาศของความหวาดกลัว จึงบ่งชี้ว่า ลักษณะผู้นำทางการสื่อสารของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์เป็นผู้นำแบบเผด็จการ ทั้งในเชิงนิยามของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์และเชิงพฤติกรรมด้วย แม้จะพยายามส่งมอบคืนประชาธิปไตย รัฐธรรมนูญ และการเลือกตั้ง หากแต่เป้าหมายที่แท้จริงยังคงซ่อนระบอบอำนาจนิยมไว้ผ่านการออกแบบสถาบันการเมือง สรุปได้เป็น 5 กลยุทธ์คือ

1. เป้าหมาย (purposive) คือ ตั้งเป้าเพื่อสร้างความชอบธรรมเพื่อเปลี่ยนแปลงการปกครองไปสู่ประชาธิปไตยครั้งใบ หรือรักษาไว้ซึ่งอำนาจเผด็จการ แม้จะอ้างรัฐธรรมนูญ การเลือกตั้ง แต่รัฐธรรมนูญ และการเลือกตั้งนั้นไม่มีความหมายอย่างจริงจัง

2. ผู้ส่ง (sender) คือ เน้นใช้ตัวผู้นำคือ พลเอกประยุทธ์เป็นหลัก ด้วยภาพลักษณ์ความเป็นทหารที่ไม่ใช่เนักการเมือง และแอบอิงความชอบธรรมจากสถาบันพระมหากษัตริย์ แต่มีจุดอ่อนคือบุคลิกลักษณะที่ขัดแย้งกับคุณสมบัติผู้ส่งสารที่ดี แม้จะพยายามพูดทุกเรื่องก็ตาม ทั้งเรื่องน้ำเสียง ท่าทาง ระดับความรู้ และจังหวะการพูด ไม่อดทนอดกลั้นต่อการกระทำ ใด ๆ ที่เป็นศัตรูกับรัฐ มีการใช้กำลังที่รุนแรงกำจัดศัตรู

3. สาร (message) คือ การใช้หลักชวนให้เชื่อ (propaganda) ทั้งแบบปลุกกระตมและชี้ชวนให้เกิดความสามัคคีไปพร้อมกัน โดยอุดมการณ์โน้มหน้าให้คนทั่วไปเห็นคล้ายตาม ให้จำเป็นต้องมี คสช. ในยามที่บ้านเมืองตกอยู่ในภาวะวิกฤติ และจะนำมาสู่ความสงบเรียบร้อย

4. ช่องทางสื่อสาร (channel) คือ รัฐบาลพลเอกประยุทธ์ ควบคุมสื่อมวลชนกระแสหลักทุกช่องทาง ทั้งวิทยุ โทรทัศน์ และก้าวล่วงถึงอินเทอร์เน็ตด้วย เพื่อควบคุมและจงใจปล่อยข้อมูลข่าวสารสู่ผู้รับให้มากที่สุด แบบทฤษฎีเข็มฉีดยา

5. ผู้รับสาร (receiver) คือ ประชาชนทุกกลุ่ม กล่าวได้ว่า กลยุทธ์การสื่อสารของพลเอกประยุทธ์ ในมิติผู้รับสาร ใช้หลักการพูดทุกเรื่องในรายการตอนเดียว ซึ่งหมายถึงการพูดกับกลุ่มผู้รับสารหลายกลุ่มในคราวเดียวกัน ไม่เจาะจงกลุ่มเป้าหมายในแต่ละตอน ต่างจากรัฐบาลก่อนหน้านี้ 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 อาจมีข้อจำกัดในกรณีแหล่งข้อมูลที่ส่วน ใหญ่มีขอบเขตอยู่ที่รายการคืนความสุขให้คนในชาติ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการครบถ้วน การศึกษาองค์ประกอบ ด้าน อื่น ๆ เช่น เพลง คำขวัญ คำนิยาม 12 ประการ หรือกระทั่งการศึกษาในเชิงสัญญาวิทยาเป็นสิ่งที่ น่าสนใจสำหรับกรวิจัยที่ครอบคลุมและลึกซึ้งใน อนาคต เนื่องจากการศึกษาผ่านกรอบ SMCR model อาจเป็นกรอบที่กว้างเกินไป

8. เอกสารอ้างอิง

- ไทยรัฐออนไลน์. (2558). **โฆษณาตรา 44 เหนือกฎอัยการศึก อำนาจครอบจักรวาล**. [ออนไลน์]
<http://www.thairath.co.th/content/489489> (สืบค้นเมื่อ 14 มกราคม 2560).
- เบญจา หวังพิระวงศ์. (2553). บทบาท หน้าทีและกลยุทธ์การสื่อสารของโฆษกพรรคประชาธิปัตย์. วิทยานิพนธ์นิติศาสตร์มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปวีนุช หาญชนะ. (2555). การสื่อสารทางการเมืองของ ทักษิณ ชินวัตร ในช่วงปี พ.ศ. 2549-2552. วิทยานิพนธ์นิติศาสตร์มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (2559). **"นายกฯ" ได้กระแสเปรียบเทียบคล้าย "ทรัมป์" เผยตนพูดจริงใจ เกินไปไม่สุภาพ "อาจโมโหอีก แต่มั่นคือตัวผม"**. [ออนไลน์]
http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1479196626 (สืบค้นเมื่อ 14 มกราคม 2560).
- พาธินี 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: -