

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง (Political Communication Concept)

ชวินธร ม้าทอง

การสื่อสารทางการเมือง (Political Communication) เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นและอยู่ควบคู่กับการเมืองมาตลอด ตั้งแต่ในอดีตย้อนกลับไปถึงยุคกรีกโบราณ โดยเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการพัฒนาการเมือง เนื่องจากมีความสำคัญต่อการดำรงอยู่ของระบบการเมืองการปกครองของแต่ละสังคม เป็นตัวกลางในการสร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างผู้ปกครองกับผู้ใต้ปกครอง และระหว่างผู้ปกครอง หรือผู้ใต้ปกครองด้วยกันเอง ซึ่งอริสโตเติล ได้กล่าวไว้ว่า “การสื่อสารคือการแสวงหาวิธีการจูงใจทุกรูปแบบ”¹ แม้ว่าการสื่อสารทางการเมืองจะมีมาอย่างยาวนาน แต่ศาสตร์แห่งการสื่อสารทางการเมืองกลับเป็นเรื่องใหม่ที่มีศึกษาอย่างกว้างขวางเมื่อไม่นานมานี้ โดยในยุคแรกๆเป็นการศึกษาการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกาเมื่อปี ค.ศ. 1940 พบว่า ชาวสารจากสื่อมวลชนมีได้มีอิทธิพลโดยตรงต่อการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง การตัดสินใจส่วนใหญ่เกิดขึ้นจากการติดต่อพูดคุยกับบุคคลทั่วไป และบุคคลทั่วไปนี้ มักจะเป็นผู้ที่เปิดรับสื่อมวลชนมากกว่าคนอื่น ๆ² อาจกล่าวได้ว่าการสื่อสารทางการเมืองที่ได้รับการศึกษาในฐานศาสตร์นั้น เริ่มต้นพร้อมกับการเกิดขึ้นของสื่อโทรทัศน์ในช่วงทศวรรษที่ 1950 ทำให้นักการเมืองมองเห็นช่องทางสื่อสารที่มีอิทธิพลอย่างสูงต่อผู้ที่รับชมจึงนำมาใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารทางการเมือง โดยในปี ค.ศ.1956 นายพลไอเซนฮาวน์ ใช้ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งประธานาธิบดี ต่อมาในปี ค.ศ.1960 จอห์น เอฟ. เคนเนดี สามารถใช้สื่อโทรทัศน์ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด โดยจอห์น

¹ David K. Berlo. The Process of Communication. New York: Holt Rinehart and Winston, Inc.,1960.

² Paul Felix Lazarsfeld, Bernard Berelson, Hazel Gaudet, The people's choice: how the voter makes up his mind in a presidential campaign, New York : Columbia University Press, 1944.

เอฟ เคนเนดี ยังได้ใช้วิธีการโต้เถียง (Debates) กับรองประธานาธิบดีริชาร์ด นิกสัน จนทำให้เป็นที่รู้จักของชาวอเมริกันได้มากกว่าผู้ที่เคยลงสมัครรับเลือกตั้งคนอื่น และจากพลังอำนาจของสื่อโทรทัศน์ที่ทำให้ชาวอเมริกันกว่าร้อยล้านคนเห็นและประทับใจในบุคลิกภาพ รูปลักษณ์และน้ำเสียงที่โดดเด่น จึงส่งผลให้จอห์น เอฟ. เคนเนดี ได้รับชัยชนะในการเลือกตั้งเป็นประธานาธิบดีในที่สุด³ และทำให้ประเทศสหรัฐอเมริกาเปลี่ยนมาเป็น ต้นแบบของการศึกษาศาสตร์แห่งการสื่อสารทางการเมือง⁴ นอกจากความเป็นประเทศมหาอำนาจอันดับหนึ่งที่ทำให้คนทั่วโลกจับตามองแล้ว การสื่อสารทางการเมืองของสหรัฐอเมริกายังมีความแปลกใหม่ แตกต่างไปจากการสื่อสารทางการเมืองของประเทศอื่น ทั้งในส่วนของเนื้อหาสาระรวมถึงความเป็นผู้นำในการใช้สื่อใหม่ ๆ อีกด้วย และเหตุนี้เองที่บรรดาประเทศต่าง ๆ พากันศึกษาระบบการและพัฒนากการสื่อสารทางการเมืองตามสหรัฐอเมริกา ต้นแบบการสื่อสารทางการเมืองที่เห็นถึงประสิทธิภาพในการสื่อสาร ในฐานะศาสตร์แขนงหนึ่งอย่างจริงจัง โดยการศึกษาเน้นมุ่งไปสู่ความพยายามที่จะอธิบายองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสาร ผู้ส่งสาร ผู้รับสาร ตัวข้อมูลข่าวสาร และผลกระทบที่เกิดขึ้นจากกระบวนการสื่อสารนี้ โดยองค์ประกอบทั้งหมดจะมีส่วนสัมพันธ์กันทางการเมืองอย่างเป็นเนื้อเดียวกัน ในกระบวนการสื่อสารทางการเมือง องค์ประกอบที่สำคัญอีกองค์ประกอบได้แก่การศึกษาถึงสื่อมวลชน ผู้ที่ทำหน้าที่สำคัญในการถ่ายทอดข่าวสารทางการเมืองไปยังประชาชน ซึ่งสื่อมวลชนนั้นมีหลายประเภท ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ รวมไปถึงสื่อใหม่อันได้แก่ สื่อดาวเทียม และอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

ซึ่งในอดีตที่ผ่านมาการนำเสนอข่าวการเมืองเป็นเรื่องไม่น่าสนใจ จึงมีการเปลี่ยนแปลงการนำเสนอข่าวให้มีความน่าสนใจมากขึ้น โดยนำเอาความบันเทิงเข้ามาผสมผสานโดยปรับให้เข้ากับวัฒนธรรมประชานิยม (Popular Culture) เช่น การเล่าเรื่องข่าว ย่อยข่าวให้เข้าใจง่าย และมีการนำเสนอแบบถ่ายทอดสดทำให้

³ Bruce I. Newman. The marketing of the President. California: Sage Publications Ltd.,1994.

⁴ เสถียร เขยประทับ. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมืองในสหรัฐอเมริกา. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

คนทั่วไปสนุกและหันมาสนใจดูข่าวมากขึ้น⁵ จะเห็นได้ว่าการสื่อสารทางการเมือง จากอดีตจนถึงปัจจุบันมีวิวัฒนาการไปตามลำดับ จากการสื่อสารผ่านสื่อมวลชน ที่มีสื่อมวลชนกระแสหลักเป็นผู้กำหนดวาระเนื้อหาของข่าวสาร การนำเสนอ มาจนถึงสื่อใหม่ในปัจจุบัน ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยยะสำคัญทางการเมือง สื่อสารทางการเมือง เพราะเหตุที่อินเทอร์เน็ตนั้นแพร่ขยายไปในทุกครัวเรือน ทำให้ประชาชนสามารถรับข่าวสารโดยตรงจากนักรการเมืองได้โดยไม่ต้องผ่านสื่อมวลชน อื่น ๆ ซึ่งทำให้การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเป็นสิ่งที่ย่างและตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ขณะเดียวกันการบิดเบือนข่าวสารก็สามารถแพร่ขยายได้รวดเร็ว การสื่อสารทางการเมืองในยุคข้อมูลข่าวสารนั้น จึงเป็นการสื่อสารที่สะดวก รวดเร็ว แต่ป้องกันการบิดเบือนได้ยาก ดังนั้นทีมงานสื่อสารของนักรการเมืองทั้งหลายจึง ล้วนต้องมีความเป็นมืออาชีพมากขึ้น ไม่อาจใช้อาสาสมัครทั่วไปได้ เพราะการส่ง ข้อมูลข่าวสารไปยังประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งล้วนมีผลกระทบต่อคะแนน นิยมตลอดเวลา⁶

ดังนั้นความสำคัญของศาสตร์แห่งการสื่อสารทางการเมืองจึงมีความ สำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ จากการขยายตัวเป็นวงกว้างจากโลกตะวันตกแพร่กระจายไป ทุกภูมิภาคในโลกรวมถึงประเทศไทยที่ได้มีการศึกษาศาสตร์แขนงนี้อย่างกว้างขวาง ตั้งแต่ทศวรรษที่ 2540 เป็นต้นมา

ความสำคัญและความหมายของกระบวนการสื่อสารทางการเมือง

การสื่อสารทางการเมือง เป็นกระบวนการสื่อสารที่มีนักวิชาการให้ความสำคัญ หมายไว้หลากหลาย ดังต่อไปนี้

คาร์ล ดอยส์⁷ นักรัฐศาสตร์เชื้อสายเยอรมัน ที่สื่อให้เห็นถึงความสำคัญ ของการสื่อสารทางการเมือง โดยการอธิบายว่า การสื่อสารนั้นเปรียบเสมือนเส้นใย ประสาทของมนุษย์ ส่วนการสื่อสารทางการเมืองเปรียบดังเส้นใยสมองของรัฐบาล

⁵ David L. Altheide. “Media Logic and Political Communication” in Political communication. London: Sage Publications, 2008.

⁶ Dennis W. Johnson. No Place for Amateurs. London: Routledge, 2001.

⁷ Karl W. Deutsch. The Nerves of Government : Models of Political Communication and Control. New York: The Free Press, 1966.

ซึ่งเส้นใยสมองเป็นส่วนหนึ่งของเส้นใยประสาทของมนุษย์ ทำให้การเมืองเป็นเรื่องที่มีความสัมพันธ์อย่างแยกกันไม่ได้กับการสื่อสาร ไม่มีรัฐบาลใดสามารถดำเนินการใดๆ ได้เลยหากปราศจากซึ่งการสื่อสาร เพราะการสื่อสารนำมาซึ่งเสียงสนับสนุนจากประชาชน กระบวนการสื่อสารทางการเมืองจึงเป็นกระบวนการทางการเมืองที่มีความสำคัญในการช่วยให้เกิดความเห็นพ้องต้องกัน ช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างสภาพสังคมที่มีความแตกต่างกัน และสร้างค่านิยมและเป้าหมายร่วมกันให้เกิดขึ้นในสังคม การสื่อสารทางการเมืองจะทำหน้าที่ถ่ายทอดข่าวสารกลับไปกลับมา ระหว่างองค์กรทางการเมือง ผู้ปกครองหรือผู้ใต้ปกครอง เพื่อให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในนโยบายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ส่วนรวม รวมทั้งยังคงสอดส่องตรวจตราการบริหารงานของรัฐบาลด้วย

อัลมอนต์⁸ และพาวเวล กล่าวว่าการสื่อสารทางการเมืองเป็นวิธีการในการช่วยระบบการเมืองที่จะทำหน้าที่อื่น ๆ ของมันไม่ว่าจะเป็นการเรียกร้องผลประโยชน์ การรวบรวมผลประโยชน์ หรือการกำหนดนโยบายสาธารณะและการนำนโยบายไปปฏิบัติ

เดนตัน และ วูดเวิร์ด⁹ (Denton and Woodward) นิยามว่า การสื่อสารทางการเมืองคือ การถกเถียงของสาธารณะชน เกี่ยวกับการจัดสรรสาธารณประโยชน์ (รายได้) อำนาจหน้าที่ (ใครที่ทำหน้าที่ บริหาร นิติบัญญัติ ตุลาการ) และกำหนดกฎระเบียบในสังคม (การให้รางวัล และการลงโทษ)

มานูเอล ปาเรส ไอ ไมคัส¹⁰ (Manuel Pares I Maicas) ให้ความหมายของการสื่อสารการเมืองไว้ ดังนี้

1. การสื่อสารใด ๆ ที่สัมพันธ์ระหว่างการเมืองกับระบบสังคม อันได้แก่ รัฐบาล พรรคการเมือง กลุ่มกดดันทางการเมือง การเคลื่อนไหวของประชาชน ซึ่ง

⁸ G.A. Almond and Powell, G. Bingham Jr. (eds.). Comparative Politics Today: A World View. Boston: Brown and Company, 1980.

⁹ R.E. Denton, G.C. Woodward. Political Communication in America. New York : Praeger, 1990.

¹⁰ Manuel Pares I Maicas. Introduction a la communication social. Barcelona : ESRPPPU, 1992.

กลุ่มหรือบุคคลเหล่านี้ อาจเป็นทั้งผู้ส่งหรือผู้รับสาร

2. สื่อสารทางการเมืองเป็นเรื่องของการโน้มน้าวใจ จะกระทำหรือหลอกลวงเพื่อนำไปสู่ อำนาจ อุดมการณ์ ผลประโยชน์ ความขัดแย้ง ประชามติ ฯลฯ

3. การสื่อสารนี้อาจเป็นไปในรูปของข่าว เหตุการณ์เสมือนจริง การโฆษณาชวนเชื่อ การเบี่ยงเบนข้อเท็จจริง โดยวิธีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์

4. การสื่อสารทางการเมือง เกี่ยวข้องกับการตลาดทางการเมือง โดยเฉพาะกระบวนการเลือกตั้ง การหยั่งเสียง อันเป็นเครื่องมือสำคัญในระบอบประชาธิปไตยแบบตัวแทน

ไบรอัน แม็คแนร์¹¹ (Brian McNair) ได้อธิบาย คุณลักษณะที่จัดไว้ว่าเป็นการสื่อสารทางการเมืองใน 3 ข้อดังนี้

1. การสื่อสารทุกรูปแบบที่กระทำโดย นักการเมืองและผู้ที่เกี่ยวข้องทางการเมือง โดยมีวัตถุประสงค์ที่เฉพาะเจาะจง

2. การสื่อสารที่สื่อมวลชนและผู้เลือกตั้งส่งถึงนักการเมือง

3. กิจกรรมการสื่อสารที่สื่อมวลชนนำเสนอเกี่ยวกับการเมือง เช่น การรายงานข่าว บทบรรณาธิการ การวิพากษ์วิจารณ์ในคอลัมน์ต่าง ๆ ฯลฯ อาจกล่าวได้ว่า กิจกรรมทางการเมืองทั้งหมด คือ การสื่อสารทางการเมือง ไม่เพียงการพูด การเขียน แต่ทุกอย่างที่ปรากฏสู่สายตา ไม่ว่าจะเป็นการแต่งกาย ทรงผม ตราสัญลักษณ์ หรืออัตลักษณ์ของบุคคลเป็นต้น

โดยนันทนา นันทวโรภาส¹² ได้กล่าวถึง บรรดาผู้ที่เกี่ยวข้องในกระบวนการสื่อสารทางการเมือง มี 3 กลุ่มได้แก่ กลุ่มองค์กรทางการเมือง ทำการส่งผ่านข้อมูลข่าวสารของตนเองไปยังสื่อมวลชน เพื่อให้สื่อมวลชนถ่ายทอดข้อมูลเหล่านั้นผ่านสื่อต่าง ๆ ไปยังประชาชน ซึ่งสามารถอธิบายกระบวนการส่งและรับข้อมูลได้ดังนี้

¹¹ Brian McNair. An Introduction to Political communication. London : Routledge,1995.

¹² นันทนา นันทวโรภาส. สื่อสารการเมือง:ทฤษฎีและการประยุกต์ใช้. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : แมสมีเดีย, 2558.

1. องค์กรทางการเมือง ในฐานะองค์ประกอบแรกของ “สาร” ที่ต้องการส่งออกไป เพื่อให้มีอิทธิพลเหนือการตัดสินใจของประชาชนและรัฐบาลโดยองค์กรทางการเมืองต่าง ๆ ประกอบด้วย

- พรรคการเมือง เป็นองค์กรทางการเมืองที่เป็นที่รวมของคนที่มีแนวคิดคล้ายคลึงกัน มีแนวคิดอุดมการณ์ร่วมกัน พรรคการเมืองในประเทศประชาธิปไตยสมัยใหม่ มีพันธกิจในการบรรลุเป้าหมายตามรัฐธรรมนูญ คือ การชนะการเลือกตั้งหรือเป็นผู้บริหาร หรือเป็นผู้แทนในสภา ดังนั้นพรรคการเมืองจึงต้องพยายามสื่อสารหรือโน้มน้าวใจผู้เลือกตั้ง ให้เห็นว่าพรรคมีศักยภาพ มีจริยธรรม และมีนโยบายที่สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน แนวทางการสื่อสารของพรรคการเมือง มีทั้งการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การปั่นข่าว (Spinning) ทั้งนี้เพื่อให้สื่อมวลชนนำเสนอข่าวของพรรคในเชิงบวก โดยเฉพาะในช่วงเวลาของการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ซึ่งกระบวนการนี้จะกระทำโดยที่ปรึกษาด้านการสื่อสารทางการเมืองมืออาชีพ อันมีอยู่ในทุกพรรคการเมืองในปัจจุบัน

- องค์กรสาธารณะ (Public Organization) หรืออาจเรียกว่า องค์กรภาคประชาชน ได้แก่สภาพภาพแรงงาน กลุ่มผู้บริโภคและสมาคมวิชาชีพ กลุ่มองค์กรที่มีใช้ภาครัฐนี้เป็นองค์กรที่สื่อสาร เพื่อเป้าหมายเฉพาะขององค์กร บางครั้งอาจสนับสนุนพรรคการเมือง บางครั้งอาจจะต่อต้าน ขึ้นอยู่กับประเด็นและสถานการณ์

- กลุ่มกดดัน (Pressure Groups) เป็นการรวมตัวของบุคคลในประเด็นเฉพาะกิจ ไม่มีลักษณะเป็นสถาบัน แต่มีวัตถุประสงค์ทางการเมืองที่ชัดเจน มีการรวมตัวกันในช่วงเวลาหนึ่ง เพื่อกดดันให้มีการดำเนินการ หรือเปลี่ยนแปลงในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เช่น กลุ่มรณรงค์ปลดอาวุธนิวเคลียร์ กลุ่มอนุรักษ์ธรรมชาติ ฯลฯ กลุ่มเหล่านี้ต้องใช้การสื่อสารอย่างมาก เพื่อโน้มน้าวใจให้คนทั่วไปเห็นด้วย หรือคล้อยตามในประเด็นของกลุ่มที่นำเสนอ

- องค์กรก่อการร้าย (Terrorist Organizations) หมายถึงกลุ่มที่ใช้วิธีการรุนแรง การระเบิดในเมือง การจี้เครื่องบิน การลอบสังหาร การลักพาตัว เป็นเครื่องมือในการต่อสู้ เพื่อสื่อสารให้ประชาชนได้รู้ถึงความมีอยู่และวัตถุประสงค์ของกลุ่ม ยิ่งสื่อมวลชนนำเสนอข่าวความรุนแรงจากการกระทำของกลุ่มเหล่านี้มากเท่าไร ก็ยิ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของกลุ่มก่อการร้ายมากเท่านั้น กลุ่มเหล่านี้

ได้แก่ กลุ่มไออาร์เอ ในประเทศไอร์แลนด์เหนือ กลุ่มอัลเคดาร์ ในตะวันออกกลาง กลุ่มก่อการร้ายในภาคใต้ของไทย

2. สื่อมวลชน เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในฐานะผู้นำสารไปสู่ประชาชน และขณะเดียวกันก็ทำหน้าที่ในการส่งสารจากประชาชนไปยังนักการเมือง หรือองค์กรทางการเมือง ด้วยความกว้างใหญ่ของพื้นที่ประเทศ ประกอบกับจำนวนมหาศาลของประชาชนทำให้นักการเมืองไม่อาจติดต่อโดยตรงกับประชาชน ดังนั้น นักการเมืองและผู้แสดงทางการเมืองทั้งหลาย จึงต้องใช้ความพยายามอย่างยิ่งที่จะทำให้ตนเองและเรื่องราวต่าง ๆ ได้ปรากฏเป็นข่าวในสื่อมวลชน จะโดยช่องทางปกติ หรือใช้ความสัมพันธ์ส่วนตัวก็ตาม ซึ่งในการนำเสนอและวิพากษ์วิจารณ์ทางการเมืองของสื่อมวลชนนั้น ก็ถูกตั้งข้อสังเกตถึงความเป็นกลางและความมีอคติอยู่เสมอ ๆ

3. ประชาชน คือ กลุ่มเป้าหมายของการสื่อสารทางการเมือง หากไม่มีประชาชน การสื่อสารทางการเมืองก็ไม่อาจบรรลุวัตถุประสงค์ได้ ดังนั้น การสื่อสารทางการเมือง จึงมักจะนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ให้เข้าถึงประชาชนแต่ละกลุ่ม เพื่อให้ได้ผลตามที่มุ่งหวังไว้ และโดยที่ประชาชนนั้นมีความแตกต่างกันทั้งสถานะอาชีพ การศึกษา รายได้ ภูมิภาค ฯลฯ การเข้าถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมายทางการเมือง จึงเป็นเรื่องที่นักการเมืองจะต้องแสวงหาช่องทาง และวิธีการในการสื่อสารให้สอดคล้องอย่างเฉพาะเจาะจง

นอกจากนั้นในส่วนของ ดร. เสรี วงษ์มณฑา¹³ ยังได้มีการกล่าวถึงการสื่อสารที่มีผลต่อระบบการเมือง ดังนี้คือ

1. เป็นการสร้างทัศนคติทางการเมือง การพูดคุย การเผยแพร่ การประชุม การอบรมการแจกใบปลิว การติดป้ายประกาศ การแจกแผ่นพับ ข่าว และบทความทางวิทยุกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์และนิตยสาร สามารถที่จะช่วยสร้างสำนึกทางการเมือง ค่านิยมทางการเมือง และทัศนคติทางการเมืองให้แก่ประชาชนได้ การให้ข่าวสารเกี่ยวกับการทำงานของรัฐบาล เหตุผลของการออกกฎหมาย การออกนโยบาย การกำหนดโครงการต่าง ๆ ขึ้นมา จะทำให้ประชาชนรู้จักรัฐบาลดีขึ้น เข้าใจรัฐบาลดี และยอมรับรัฐบาลได้มากขึ้น ข่าวคราวเกี่ยวกับ

¹³ เสรี วงษ์มณฑา. “การประยุกต์ทฤษฎีในการสื่อสาร”. ในเอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร. พิมพ์ครั้งที่ 20. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2546.

นักการเมือง จะสร้างความรู้สึกให้แก่ประชาชนว่า ควรจะเข้าไปยุ่งเกี่ยวกับกิจกรรมทางด้านการเมืองมาน้อยเพียงใด

2. สร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการเมือง นอกเหนือจากการสร้างความสนใจแล้ว การสื่อสารยังถูกนำมาใช้สร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเมืองได้อย่างมาก การเผยแพร่ประชาธิปไตยโดยสื่อบุคคลก็ดี มวลชนก็ดี หรือการนำเสนอพระราชบัญญัติใหม่ที่ประชาชนต้องรับรู้และเข้าใจ เพื่อปฏิบัติตนในฐานะพลเมืองดีสู่ประชาชนด้วยการสื่อสาร สร้างบทบาททางการเมือง ความสนใจที่ก่อให้เกิดความรู้และทัศนคติอันจะนำไปสู่การกำหนดบทบาททางการเมือง ประชาชนในปัจจุบันได้รู้ถึงบทบาท สิทธิ หน้าที่ของตนในฐานะที่เป็นประชาชนดี ขึ้นการเขียนจดหมายถึงสื่อมวลชนก็เป็นการแสดงบทบาททางการเมือง การได้รับข่าวสารทำให้เรารู้บทบาททางการเมืองและการแสดงบทบาททางการเมืองก็เป็นการส่งข่าวสารไปยังผู้บริหารหรือรัฐบาลด้วยเช่นกัน

3. การสื่อสารเป็นการนำเอารัฐบาลเข้าไปอยู่ในบ้านของประชาชน นักรัฐศาสตร์จะมองว่าการสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นการสื่อสารที่มีความสำคัญเป็นอันดับแรก ส่วนการสื่อสารทางด้านสื่อมวลชนนั้นจะมีบทบาทสำคัญรองลงมา การที่นักการเมืองได้พบปะพูดคุยกับประชาชนนั้นย่อมดีกว่าการที่จะกระจายข่าวสารต่าง ๆ ออกไปทางสื่อมวลชน แต่ในกรณีที่มีการสื่อสารระหว่างบุคคลไม่สามารถกระจายไปได้อย่างทั่วถึง สื่อมวลชนจะเข้ามามีบทบาทที่สำคัญในการทำให้ประชาชนรู้จักพรรคการเมือง ผู้นำของรัฐบาลและผลงานของรัฐบาล โดยผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารที่รวดเร็วและทันสมัยในปัจจุบัน

4. การสื่อสารมวลชนทำให้ความสนใจของประชาชน มีลักษณะความเป็นนานาชาติโดยในปัจจุบันนี้โทรคมนาคม การส่งข่าวผ่านดาวเทียมทำให้ความสนใจของประชาชนเปลี่ยนไปนอกจากการสนใจแต่เพียงสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวเท่านั้น พวกเขาสนใจสิ่งที่อยู่ไกลตัว มีความคิดที่เป็นสากลกันมากยิ่งขึ้น ทำให้รัฐบาลต้องตื่นตัวกับการตอบสนองความต้องการของประชาชนตามมาตรฐานนานาชาติที่ประชาชนมีโอกาสดูพบเห็น

5. การสื่อสารถูกนำมาใช้ในการรับรองสถานภาพก่อนที่จะเป็นนักการเมือง คนบางคนไม่เป็นที่รู้จักเลย แต่การที่สื่อมวลชนเขียนถึงเขาบ่อย ๆ ในวง

สนทนามีคนพูดถึงเขาบ่อย ๆ คนที่ไม่มีความสำคัญก็มีความสำคัญขึ้น สถานภาพดังกล่าว เป็นอะไรก็จะได้รับการยอมรับขึ้นเพราะฉะนั้นในการเสนอนักการเมืองรับใช้ประชาชนนั้น พรรคการเมืองจะสร้างการยอมรับโดยการเสนอบุคคลดังกล่าวนั้น ในสื่อมวลชนด้วยความถี่สูงให้คนรู้จักคุณสมบัติและผลงานต่าง ๆ ของเขาแม้คนบางคนจะมีผลงานมากกว่า ความสามารถสูงกว่า แต่ถ้าไม่ได้รับการเสนอในข่าวของสื่อมวลชน ไม่มีการกล่าวขวัญถึง คนก็ไม่ยอมรับสถานภาพ นอกจากจะมีบทบาทสำคัญในการสร้างตัวบุคคลของนักการเมืองให้เป็นที่ยอมรับแล้ว รัฐบาลเองก็จำเป็นต้องใช้สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือในการนำเสนอข่าวของรัฐบาลไปสู่ประชาชน ไม่ว่าจะเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของรัฐบาล หรือการนำเสนอนโยบายต่าง ๆ ออกมาหรือแม้กระทั่งใช้สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือในการฟังเสียงสะท้อนกลับจากประชาชนในประเด็นต่าง ๆ ขณะเดียวกันประชาชนเองก็ได้รับทราบข้อมูลข่าวสารทางวงการเมืองจากสื่อมวลชน ที่สำคัญประชาชนยังสามารถใช้สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือในการนำเสนอข้อเรียกร้องต่าง ๆ ไปยังรัฐบาลหรือหน่วยงานราชการได้ด้วย

การสื่อสารของนักการเมือง มีความสำคัญต่อประชาชนผู้เลือกตั้งเพราะเป็นช่องทางในการที่จะได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ทางการเมืองเพื่อมาประกอบการตัดสินใจ ท่ามกลางการนำเสนอข่าวสารทางการเมืองของสื่อมวลชนนั้น อาจเป็นไปได้ด้วยความเป็นกลางสุจริต มีจรรยาบรรณ แต่สื่อมวลชนบางสื่อแอบแฝงนำเสนอข่าววิเคราะห์ข่าว วิพากษ์วิจารณ์ กระทำไปโดยมีวาระซ่อนเร้น ต้องการให้คุณให้โทษกับใคร กลุ่มใดเพราะหรือใช้สื่อของตนเป็นเครื่องมือทางการเมือง ดังนั้นก่อนที่จะเชื่อหรือคล้อยตามการนำเสนอข่าวของสื่อเหล่านั้น ๆ ประชาชนต้องใช้วิจารณญาณในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อด้วย สังคมในระบอบประชาธิปไตยนั้นนอกจากการสื่อสารทางการเมืองที่กระทำโดยนักการเมืองแล้ว การสื่อสารทางการเมืองโดยภาคประชาชนก็เริ่มมีบทบาทสำคัญเป็นสิ่งที่รัฐบาลต้องติดตามเพื่อให้รู้ว่าประชาชนต้องการอะไร ไม่ต้องการอะไร และจะตอบสนองความต้องการของประชาชนแต่ละกลุ่มได้อย่างไร การเดินขบวน การประท้วงเป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารทางการเมือง ซึ่งเป็นข้อเรียกร้องเป็นการยื่นข้อเสนอบางอย่างต่อผู้ปกครอง รัฐบาลต้องเรียนรู้วิธีการจัดการและการสื่อสารเพื่อคลี่คลายปัญหาในทุกสถานการณ์ทางการเมือง มีการสื่อสารและในทุก ๆ การสื่อสารมีความสำคัญ ที่อาจจะนำไปสู่การตอบ

รับ สนับสนุน การปฏิเธรการต่อสู้ขัดแย้ง หรือเป็นปฏิบัติต่อกันได้ในที่สุด

บทบาทของสื่อมวลชนในกระบวนการสื่อสารทางการเมือง

สื่อมวลชนทำหน้าที่ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารให้ประชาชนได้รับรู้ ว่าในขณะนี้กำลังเกิดอะไรขึ้นในสังคม ให้การศึกษาแก่ประชาชนถึงความหมายและความสำคัญของข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น เสนอประเด็นทางด้านนโยบายเพื่อให้มีการถกเถียง แลกเปลี่ยนทางการเมือง หรือแสดงความคิดเห็นสาธารณะ โดยเฉพาะต้องเปิดโอกาสต่อความคิดเห็นที่แตกต่าง หลากหลาย ซึ่งมีความสำคัญต่อวิถีประชาธิปไตย รวมถึงการตรวจสอบรัฐบาล และสถาบันทางการเมืองทั้งหลายให้ดำเนินการตามบทบาทหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายและเป็นช่องทางสำหรับสนับสนุนความคิดเห็นทางการเมือง เช่น พรรคการเมืองต้องการช่องทางในการนำเสนอ นโยบาย หรือโครงการต่าง ๆ ไปสู่การรับรู้ของประชาชน ดังนั้น สื่อมวลชนจึงเปรียบเหมือน “ตัวแสดง”(actor)ทางการเมืองด้วย บางครั้งสื่อมวลชนเลือกที่จะนำเสนอหรือไม่นำเสนอประเด็นทางการเมืองใด ทำให้เห็นว่าสื่อมวลชนทำหน้าที่เหมือนผู้กำกับหรือผู้กำหนดความเป็นจริงทางการเมือง บทบาทของสื่อมวลชนในทางการเมืองจึงมีสูงอย่างยิ่ง ดังต่อไปนี้

บทบาทในการกำหนดความจริงทางการเมือง

สื่อมวลชนเป็นผู้เลือกปรากฏการณ์ทางการเมืองมานำเสนอต่อผู้รับสาร ซึ่งปรากฏการณ์ที่ถูกเลือกนำเสนอ นั้น สื่อมวลชนหลาย ๆ แขนงอาจนำเสนอปรากฏการณ์เดียวกัน แต่นำเสนอด้วยมุมมองที่แตกต่างกันก็ย่อมทำให้ผู้รับสารรับรู้ข่าวสารด้วยทัศนะที่ไม่เหมือนกัน เช่น การศึกษางานวิจัย เรื่อง “การประกอบสร้างความจริงทางสังคม กรณีแนวร่วมประชาธิปไตยต่อต้านเผด็จการแห่งชาติ (นปช.) ผ่านหนังสือพิมพ์มติชนและหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการ : ศึกษาในช่วงวิกฤตการเมืองปี พ.ศ.2552-2556” ที่ผลการศึกษาพบว่า จากวิกฤตการณ์ทางการเมืองที่เกิดขึ้น สื่อมวลชนนำเสนอปรากฏการณ์ของกลุ่มนปช. ด้วยมุมมองที่ต่างกัน กล่าวคือหนังสือพิมพ์มติชนนำเสนอว่ากลุ่มนปช. เป็นกลุ่มกบฏทางการเมืองของคนรากหญ้า ที่ต่อสู้ตามแนวทางประชาธิปไตย ในขณะที่หนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการนำ

เสนอข่าวในมุมมองที่ว่า กลุ่มนปช.เป็นกลุ่มกดดันทางการเมืองรับจ้าง ต่อสู้ให้กับ นายทักษิณ ชินวัตร ซึ่งหากมีสื่อมวลชนที่สนับสนุนในแนวทางใดมากกว่า ก็ย่อมชี้้นำ สังคมไปในแนวทางนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า “ความจริง” ถูกกำหนดโดยสื่อมวลชน¹⁴

บทบาทในการกำหนดระเบียบวาระทางการเมือง

สื่อมวลชนอาจจะไม่สามารถทำให้คนเชื่อหรือคล้อยตามสิ่งที่นำเสนอได้ แต่มีความเป็นไปได้ที่ทำให้คนคิดเกี่ยวกับเรื่องนั้น ๆ ได้¹⁵ และนี่คือพลังของสื่อมวลชนในความสามารถที่จะกำหนดระเบียบวาระให้กับสังคมได้ หากมองในมุมมองของการสื่อสารทางการเมืองนั่นก็คือการกำหนดระเบียบวาระสาธารณะ (public agenda) เพื่อเป็นประโยชน์ต่อองค์กรทางการเมือง นักการเมืองที่รู้และเข้าใจจึงพยายามสร้างระเบียบวาระทางการเมืองเพื่อให้เป็นที่ยอมรับจากสื่อมวลชน และเมื่อสื่อมวลชนนำเสนอ ก็จะกลายเป็นระเบียบวาระของสังคม อย่างที่เราเห็นปรากฏในสื่อต่างๆ อยู่บ่อยๆ เช่น นักการเมืองที่ต้องการมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในสังคม หรือต้องการให้ประชาชนจำได้อยู่เสมอ ก็จะอาศัยพื้นที่ของสื่อมวลชนในการนำเสนอข่าว ให้เป็นวาระของสังคม หรือรัฐบาลต้องการที่จะให้นโยบายได้รับการสนับสนุนจากประชาชน ก็ต้องผลักดันให้สื่อมวลชนนำเสนอจนกลายเป็นวาระของสังคม แต่ทั้งนี้ การนำเสนอของสื่อมวลชนมิใช่ประเด็นที่เป็นด้านบวกเสมอไป บ่อยครั้งที่สื่อมวลชนตั้งใจนำเสนอวาระที่เป็นด้านลบ อันได้แก่ ข้อมูลการทุจริต พฤติกรรมอันไม่เหมาะสม ซึ่งนำไปสู่การวิพากษ์วิจารณ์ จนกลายเป็น “กระแส” การต่อต้านของสังคมไปในที่สุด เช่น นโยบายการรับจำนำข้าวของรัฐบาล นางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร ซึ่งเป็นนโยบายที่ได้รับความนิยมจากเกษตรกร จนทำให้พรรคเพื่อไทยชนะการเลือกตั้งในปี พ.ศ.2554 จนกลายเป็นวาระที่ทำให้คนชั้นกลางในเมืองพากันลุกขึ้นต่อต้านรัฐบาล จนนำไปสู่การชุมนุมทางการเมืองและการรัฐประหาร

¹⁴ มนตรี โพธิ์มิ่งคล. “การประกอบสร้างความจริงทางสังคม กรณีแนวร่วมประชาธิปไตยต่อต้านเผด็จการแห่งชาติ (นปช.) ผ่านหนังสือพิมพ์มติชนและหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการ : ศึกษาในช่วงวิกฤตการเมืองปี พ.ศ.2552-2556”. ดุษฎีนิพนธ์หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (สื่อสารการเมือง)¹⁵

¹⁵ Maxwell E, McCombs and Shaw, Donald L. “The Agenda Setting of Mass Media” in Public Opinion Quarterly. 36, (1972).

นอกจากนั้น การเลือกที่จะไม่นำเสนอข้อมูล ปรากฏการณ์ใด ๆ ก็ถือเป็นการกำหนดระเบียบวาระของสื่อมวลชนด้วยเช่นกัน เพราะการที่สื่อมวลชนเลือกที่จะไม่นำเสนอเรื่องราวใด ก็เหมือนกับการจงใจที่จะไม่ให้สังคมรับรู้เรื่องนั้น ๆ ตัวอย่างเช่น การที่สื่อมวลชนละเลยการนำเสนอเรื่องการทุจริตของนักการเมือง หรือข้าราชการบางคน ทั้ง ๆ ที่มีข้อมูล ก็ถือเป็นความตั้งใจปกปิดข้อมูลต่อสังคม ทำให้สังคมขาดข้อมูลในการตรวจสอบนักการเมือง ดังนั้น การกำหนดระเบียบวาระของสังคม จึงถือเป็นอำนาจอันทรงพลังของสื่อมวลชน ที่สามารถให้คุณให้โทษ แก่ นักการเมืองและองค์กรทางการเมืองเป็นอย่างมาก

กล่าวโดยสรุป ความหมายของการสื่อสารทางการเมือง คือ กระบวนการสื่อสารที่มีองค์ประกอบ 3 ฝ่าย ได้แก่ กลุ่มองค์กรทางการเมือง สื่อมวลชน และประชาชน โดยที่กลุ่มองค์กรทางการเมือง มีความต้องการส่งสาร ผ่านสื่อมวลชน ไปยังประชาชน สื่อมวลชนก็ทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการเผยแพร่ข่าวสารนั้น ภายใต้มุมมอง จุดยืน และอุดมการณ์ทางการเมืองที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งเป็นสิ่งที่ประชาชนผู้รับสารจะใช้วิจารณญาณ ในการพิจารณา และขณะเดียวกันประชาชนก็อาจส่งข้อมูลข่าวสารที่ตนเองได้รับ ไปยังกลุ่มองค์กรทางการเมือง เพื่อสนองแนวทางการแก้ไข เรียกร้อง ตลอดจนการต่อต้าน โดยผ่านไปยังสื่อมวลชน ซึ่งอาจเป็นจดหมาย ร้องเรียนต่างๆ หรือผ่านทางกรรงไต่สวน (Poll) ในประเด็นที่มีหลายหน่วยงานจัดทำขึ้น เช่น สวนดุสิตโพล นิดาโพล ฯลฯ และการวิพากษ์วิจารณ์ผ่านสื่อใหม่อย่าง Facebook Instagram ต่าง ๆ นอกจากนี้ในกระบวนการสื่อสารทางการเมืองนี้ สื่อมวลชนนอกจากจะทำหน้าที่ เป็นสื่อกลางในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของทั้ง 2 กลุ่มแล้ว ยังสามารถแสดงบทบาทเป็นผู้ส่งสารได้อีกด้วย โดยวิธีการนำเสนอ การแสดงความคิดเห็น การวิพากษ์วิจารณ์ และบทวิเคราะห์ผ่านคอลัมน์ต่าง ๆ รวมทั้งในเนื้อหาภายในของข่าว ที่มีการถกเถียงในการนำเสนอว่าจะจะเป็นข่าวใหญ่ ข่าวย่อย หรืออาจไม่นำเสนอเลยก็เป็นได้ ทั้งหมดที่กล่าวมานี้จึงเป็นแนวคิดการสื่อสารทางการเมืองที่กำลังเข้ามาบทบาทในสังคมปัจจุบันมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ. (2546). **สื่อสารมวลชนทฤษฎีและแนวทางการศึกษา**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ศาลาแดง.
- ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร. (2551). **ภาษากับการเมือง/ความเป็นการเมือง**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นันทนา นันทวโรภาส. (2558). **สื่อสารการเมือง:ทฤษฎีและการประยุกต์ใช้**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : แมสมิเดีย.
- มนตรี โปธิ์มงคล. (2559). “การประกอบสร้างความจริงทางสังคม กรณีแนวร่วมประชาธิปไตยต่อต้านเผด็จการแห่งชาติ (นปช.). ผ่านหนังสือพิมพ์มติชนและหนังสือพิมพ์เอเอสทีวีผู้จัดการ : ศึกษาในช่วงวิกฤตการเมืองปี พ.ศ.2552-2556”. **ดุชนิพนธ์หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (สื่อสารการเมือง) วิทยาลัยสื่อสารการเมือง มหาวิทยาลัยเกริก**.
- รจิตลักษณ์ แสงอุไร. (2548). **การสื่อสารของมนุษย์**. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ลิขิต ชีรเวคิน. (2552). **การเมืองไทยและประชาธิปไตย**. กรุงเทพฯ : มิสเตอร์ก๊อปปี.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2542). **การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ**. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหา วิทยาลัย.
- เสถียร หอมขจร. (2542). **การมีส่วนร่วมของมหาชนในการเมืองไทย**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- เสถียร เขยประทับ. (2540). **ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมืองในสหรัฐอเมริกา**. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2546). “การประยุกต์ทฤษฎีในการสื่อสาร”. ในเอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร. พิมพ์ครั้งที่ 20. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.