



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง "บทบาท หน้าที่และกลยุทธ์การสื่อสารของโฆษกพรรคประชาธิปัตย์" ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาศึกษาเพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิจัย ดังนี้

1. แนวคิดทางการสื่อสาร
2. แนวคิดทางการสื่อสารทางการเมือง
3. แนวคิดนโยบายสาธารณะ
4. แนวคิดเรื่องบทบาทและหน้าที่ของโฆษก
5. แนวคิดเรื่องบทบาทและหน้าที่ของโฆษกพรรคการเมือง
6. แนวคิดเรื่องการประเมินผลการสื่อสารทางการเมือง

แนวคิดทางการสื่อสาร

การสื่อสาร (Communications) เป็นคำที่มีรากศัพท์มาจากภาษาละตินว่า "Communis" ตรงกับภาษาอังกฤษว่า "Commonness" แปลว่ามีความหมายเหมือนกันหรือความเข้าใจร่วมกัน นั่นคือ เมื่อเราพิจารณาความหมายรากศัพท์ การสื่อสารจึงหมายถึงความเข้าใจร่วมกันหรือเหมือนกันระหว่างผู้ส่งและผู้รับสาร (วัลลภ ลำพาย, 2551, หน่วยที่ 3)

Wilbur Schramm (1961 อ้างถึงในสุรศักดิ์ จิรวัดรัมย์, 2551, หน่วยที่ 5) ระบุว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการนำข่าวสาร (Message) จากแหล่งกำเนิด (Source) ไปสู่จุดหมายปลายทาง (Destination)

Everett M. Rogers (1973) ให้นิยามว่า การสื่อสาร คือ กระบวนการถ่ายทอดสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร โดยผ่านช่องทางซึ่งสามารถนำสารไปถึงผู้รับได้

David, K. Berlo (1960) ได้คิดแบบจำลอง "The Source-Message-Receiver Model" (S-M-C-R Model) เพื่ออธิบายลักษณะของการสื่อสาร โดยอธิบายองค์ประกอบของการสื่อสาร ดังนี้



1. ผู้ส่งสาร (Source) หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มที่เป็นผู้ให้ข่าวสาร เป็นต้นตอของข่าวสาร ยกตัวอย่างในด้านสื่อมวลชน เช่น ผู้จัดทำหนังสือพิมพ์ ผู้จัดรายการโทรทัศน์ เป็นต้น

2. ตัวข่าวสาร (Message) หรือสารสนเทศ (Information) ได้แก่ ข้อเท็จจริง แนวคิด สัญลักษณ์ ความรู้สึก อารมณ์ ทั้งที่เป็นถ้อยคำภาษาและที่ไม่ใช่ถ้อยคำภาษา

3. ช่องทาง (Channel) หรือสื่อ (Media) หมายถึง ช่องทางหรือสิ่งที่จะช่วยให้การถ่ายทอดข่าวสารเป็นไปโดยสะดวก และถูกต้องชัดเจนตามความประสงค์ของผู้ส่งข่าวสาร ได้แก่ เครื่องมือที่จะช่วยให้ผู้รับข่าวสารมองเห็น ได้ยิน และสัมผัสกับข่าวสารมากที่สุด จึงเป็นการพูดอธิบาย เขียนจดหมาย โทรศัพท์ ทั้งนี้ ในปัจจุบันนิยมแบ่งช่องทางการสื่อสารออกเป็น 2 ประเภท คือ

ช่องทางแรก เป็นการสื่อสารผ่านช่องทาง Above The Line: ATL เป็นการสื่อสารผ่านช่องทางสื่อสารมวลชน (Mass Media) เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์และอินเทอร์เน็ต

ช่องทางที่สอง เป็นการสื่อสารผ่านช่องทาง Below The Line: BTL หรือช่องทางการสื่อสารนอกกรอบทั่วไป เช่น แผ่นพับ ใบปลิว ป้ายโฆษณา และปากต่อปาก เป็นต้น

4. ผู้รับสาร (Receiver) คือ บุคคลผู้ได้รับข่าวสารที่ผู้ส่งข่าวสารส่งมาให้ ผู้รับข่าวสารจากสื่อมวลชน คือ ผู้ชมโทรทัศน์ ผู้ฟังวิทยุ และผู้อ่านหนังสือพิมพ์ ตามปกติเมื่อผู้รับข่าวสารได้รับข่าวสารแล้วจะมีปฏิกิริยาเป็นข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) กระบวนการสื่อสารมวลชนจะได้ผลมากน้อยเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับผู้รับข่าวสารด้วย ถ้าผู้รับข่าวสารไม่สนใจ ไม่ตั้งใจที่จะดู ฟัง และรับข่าวสาร การสื่อความหมายก็จะไม่ได้ผลหรือปรากฏในทางที่ผิดไป

การสื่อสารจะต้องเริ่มจากองค์ประกอบของตัวผู้ส่งสารก่อน ซึ่งผู้ส่งสารจะส่งข้อมูลข่าวสารออกไป ไม่ว่าโดยการเผชิญหน้าหรือโดยการอาศัยสื่อใด ในการสื่อสารแต่ละครั้งจะเริ่มต้นขึ้นจากการมีแหล่งสารในฐานะผู้ส่งสาร ผู้ส่งสารอาจอยู่ในรูปของปัจเจกชน กลุ่มคน องค์การหรือสถาบันก็ได้ ภูมิหลังของผู้ส่งสารเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้รูปแบบของการสื่อสารแตกต่างกันไป ในทางการเมืองการปกครอง ผู้ส่งสารมักหมายถึงฝ่ายการเมือง เช่น รัฐบาล พรรคการเมือง ในทางตรงกันข้าม ผู้รับสารก็อาจเป็นได้ตั้งแต่ปัจเจกชนไปจนถึงสถาบัน ภูมิหลังของผู้รับสารเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้ส่งสารต้องส่งสารด้วยความระมัดระวัง เนื่องจากภูมิหลังของผู้รับสารที่ต่างกัน สำหรับข้อมูลข่าวสารเป็นเนื้อหาสาระที่ส่งออกมาจากแหล่งสาร เนื้อหาสาระอาจแตกต่างกันเนื่องมาจากเจตจำนงและประเภทของผู้ส่งสาร ข้อมูลข่าวสารที่ออกมาจากการสื่อสารบุคคลย่อมแตกต่างจากการสื่อสารสาธารณะ ข้อมูลข่าวสารที่ออกมาโดยรัฐบาลหรือพรรคการเมืองมักอยู่ในรูปแบบของข่าวสารบ้านเมือง ผลการตัดสินใจวิจัย นโยบายหรือ



ส่งเสริมภาพลักษณ์ของรัฐบาลหรือพรรคการเมือง ข้อมูลข่าวสารดังกล่าวย่อมเคลื่อนที่ไปโดยอาศัยช่องทางการสื่อสารเป็นสำคัญ ช่องทางการสื่อสารอาจแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ ช่องทางที่อาศัยสื่อพาไป และช่องทางที่ไม่อาศัยสื่อหรืออาจเรียกว่าการสื่อสารซึ่งหน้าหรือปากต่อปาก การอาศัยสื่อจะเป็นประเด็นสำคัญในการศึกษาเรื่องช่องทางการสื่อสารโดยเฉพาะสื่อที่เป็นมวลชน เนื่องจากสื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อสังคมค่อนข้างมากและกว้าง

โดยทั่วไปการสื่อสารมักถูกมองว่าเป็นศาสตร์และศิลป์ที่ว่าด้วยการเป็นเครื่องมือในการติดต่อระหว่างคนและกลุ่มคน แต่อันที่จริงแล้วอาจครอบคลุมเป้าหมายของสาระและสภาพแวดล้อมของการสื่อสารด้วย ซึ่งอาจเป็นทั้งเครื่องมือและเป้าหมายในการติดต่อระหว่างกัน การสื่อสารเป็นการติดต่อหรือการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร ซึ่งอาจใช้อุปกรณ์เป็นตัวช่วยในการติดต่อหรือแลกเปลี่ยนสารดังกล่าว ทั้งนี้ เพื่อสนองต่อการรับรู้และความเข้าใจ รวมไปถึงการยอมรับในสารที่ส่งหรือรับนั้น เช่น นาย ก ประกษาหรือกับนาย ข รัฐบาลอาศัยสื่อมวลชนเป็นเครื่องมือในการแพร่นโยบายไปยังประชาชนทั่วประเทศ

บทบาทและหน้าที่ของการสื่อสาร

วัลลภ ลำพาย (2551, หน่วยที่ 3) กล่าวว่า การสื่อสารเป็นการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างบุคคล การแลกเปลี่ยน หมายถึงการส่งและการรับข่าวสาร ส่วนตัวบุคคลที่รับส่งข่าวสารกันนั้นต่างมีความรู้สึกนึกคิด ความเชื่อ ค่านิยม อุดมการณ์ของตนเองเป็นพื้นฐานในการรับรู้ข่าวสาร เพื่อการตีความหมาย และการสนองตอบข่าวสารที่ตนได้รับมา

บทบาทของการสื่อสารโดยเฉพาะการสื่อสารมวลชนมีหลากหลายแตกต่างกันไป สุดแต่มุมมอง แต่บทบาทของการสื่อสารมวลชนมักจะรับรู้ตรงกันในการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจและพฤติกรรมผู้คนในสังคม เพื่อให้ประชาชนในฐานะผู้รับสารยอมรับรัฐบาลหรือพรรคการเมืองในฐานะผู้ส่งสาร สิ่งที่รับรู้และการรับรู้ของผู้รับสารอันเนื่องมาจากบทบาทและอิทธิพลของการสื่อสาร ได้แก่ ตัวข้อมูลข่าวสารที่ไหลเวียนไปในสังคม การขยายความข้อมูลข่าวสารรวมถึงการชี้นำเพื่อให้ผู้คนเห็นคล้อยตามการสื่อสาร การชวนเชื่อเพื่อมุ่งมันให้ผู้รับสารมีแบบแผนการดำเนินชีวิตตามรูปแบบผู้ส่งสาร (รัฐบาลหรือพรรคการเมือง) ต้องการและการโฆษณาซึ่งเป็นการสื่อสารที่ชัดเจนที่สุดในการตระหนักถึงผู้รับสารในแง่ความต้องการและนิยมชมชอบในสินค้า บริการและภาพลักษณ์ที่สื่อออกไป

บทบาทของการสื่อสารมวลชนดังกล่าวทำให้รัฐบาลในฐานะผู้ส่งสารอาจใช้เพื่อสร้างอิทธิพลในสังคม ทั้งนี้ เนื่องจากว่าสื่อมวลชนสามารถทำหน้าที่พื้นฐาน 4 ประการ ซึ่งทำให้ส่งผลกระทบในวงกว้างต่อผู้รับสารที่เป็นมวลชน

1. การสอดส่องแจ้งข้อเท็จจริงให้กับสังคม ในส่วนนี้เป็นการแจ้งข้อมูลข่าวสารซึ่งเป็นข้อเท็จจริงให้กับประชาชนได้รับทราบ เช่น การนำเสนอข่าวตามหน้าหนังสือพิมพ์และจอโทรทัศน์

2. การวิพากษ์วิจารณ์สังคม ในส่วนนี้อาจกล่าวได้ว่าเป็นส่วนที่ขยายจากข้อที่แล้ว กล่าวคือ นอกจากสื่อมวลชนจะนำเสนอแล้ว สิ่งที่น่าสนใจอาจเจอคุณค่าลงไปโดยการวิจารณ์ วิเคราะห์

3. การถ่ายทอดมรดกให้กับสังคม การนำเสนอการสื่อสารมวลชนเป็นการศึกษาไม่โดยตรงก็โดยอ้อมแก่ประชาชน โดยชี้ให้เห็นถึงสิ่งดีและสิ่งที่ไม่ดี ทั้งนี้ เพื่อจรรโลงวัฒนธรรมของสังคมให้ดำรงอยู่ไว้

4. ความบันเทิง การทำหน้าที่ส่วนนี้จะส่งผลกระทบต่อผู้รับสารได้อย่างลึกซึ้งเมื่อเทียบกับการนำเสนอส่วนอื่น เนื่องจากความบันเทิงเป็นที่ชื่นชอบของผู้รับสารส่วนใหญ่โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่น

โดยสรุป การทำหน้าที่ทั้ง 4 ประการของสื่อมวลชนทำให้สื่อมวลชนมีบทบาทต่อสังคมและผู้รับสารอย่างกว้างขวาง หากเนื้อหาสาระทางการเมืองเข้าไปผสมกับการทำหน้าที่ดังกล่าวแล้ว ก็จะทำให้สื่อมวลชนเป็นช่องทางการสื่อสารที่มีบทบาทอย่างกว้างขวางทั้งต่อรัฐและสังคม

แนวคิดทางด้านการสื่อสารทางการเมือง

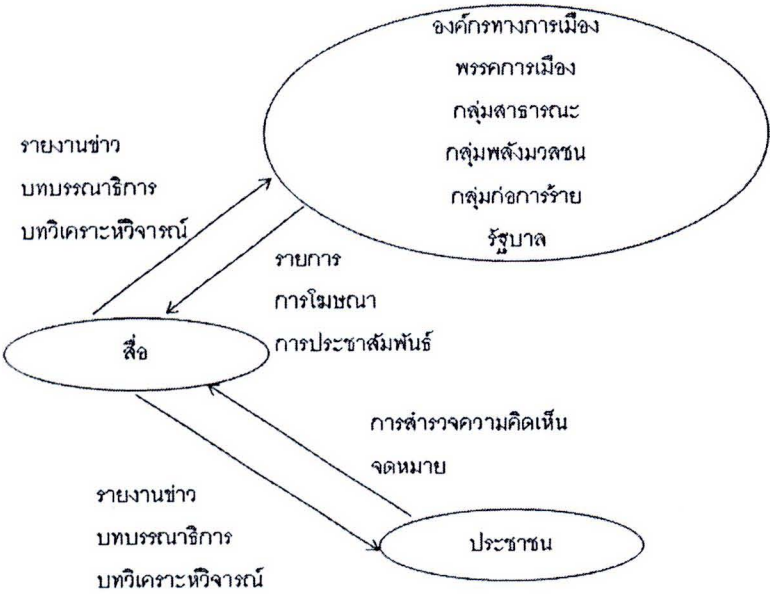
หากผู้นำในระบบการเมืองสามารถสื่อสารกับประชาชนในระบบการเมืองอย่างใกล้ชิดหรือเข้าใจตรงกันได้ จะนำไปสู่การร่วมมือเป็นอันดีในการดำเนินงานเพื่อความสำเร็จตามเป้าหมายของส่วนรวม หากพิจารณาในแง่ของการสื่อสารแล้ว การเมืองและการปกครองเป็นกระบวนการชี้นำและการสร้างความร่วมมือระหว่างประชาชนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ซึ่งการสื่อสารทางการเมืองนั้นเป็นกระบวนการทางการเมืองที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนข้อเท็จจริง ทศนะและความคิดเห็น ตลอดจนประสบการณ์ต่างๆ ในทางการเมืองระหว่างบุคคล การสื่อสารทางการเมืองนับเป็นกระบวนการที่ก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกของสังคม การเมืองและทำให้บุคคลสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ในสังคมการเมือง

Fagen (1966) ระบุว่าผลลัพธ์สุดท้ายของการสื่อสารทางการเมืองคือ การสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง (Political Image) ตามความหมายของ Fagen สามารถอธิบายเพิ่มเติมได้ว่า การสื่อสารทางการเมืองช่วยทำให้เกิดการรับรู้ ความคิด ความเชื่อ และทัศนคติทางการเมืองในหมู่ของผู้รับสารจนเกิดเป็นมโนภาพขึ้นในใจของกลุ่มคนเหล่านั้น

Rush and Althoff (1971) ได้ให้ความหมายว่า การสื่อสารทางการเมืองหมายถึง การถ่ายทอดข่าวสารทางการเมืองจากส่วนหนึ่งจากส่วนหนึ่งของระบบการเมืองไปยังอีกส่วนของระบบการเมือง และเป็นการถ่ายทอดระหว่างระบบสังคมกับระบบการเมือง

McNair (อ้างถึงในประทุม ฤกษ์กลาง, 2550) กล่าวว่า การสื่อสารทางการเมืองหมายถึง วาทะการเมืองทั้งในลักษณะคำพูดและข้อเขียน การอภิปรายในที่สาธารณะในเรื่องการจัดสรรทรัพยากรของปวงชน อำนาจอย่างเป็นทางการ เช่น อำนาจในการออกกฎหมาย การปกครอง อำนาจในการให้คุณประโยชน์หรือโทษ แต่ไม่รวมไปถึงการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์

แผนภาพที่ 2.1 แบบจำลองแสดงองค์ประกอบของการสื่อสารการเมือง
ของ McNair



ที่มา : ประทุม ฤกษ์กลาง. (2550). การประชาสัมพันธ์ทางการเมือง (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

บทบาทของการสื่อสารกับการเมือง

วัลลภ ลำพาย (2551, หน่วยที่ 3) กล่าวว่า กรอบความคิดการกระทำหน้าที่ทางการเมืองของการสื่อสารอาจแยกการศึกษาได้เป็น 3 ลักษณะ คือ กระบวนการสื่อสารทางการเมืองในฐานะพื้นฐานของความคิด การชวนเชื่อและสาธารณมติในฐานะที่เป็นกลยุทธ์สำคัญในการสื่อสารทางการเมือง กระบวนการสื่อสารทางการเมืองนั้นจะประกอบไปด้วย แหล่งสารหรือผู้ส่งสารทางการเมือง ข่าวสารทางการเมือง ช่องทางการสื่อสารทางการเมืองและผู้รับสารทางการเมือง การทำหน้าที่ทางการเมืองของกระบวนการสื่อสารดังกล่าวจะเชื่อมโยงต่อเนื่องกันไปจากแหล่งทางการเมืองไปจนถึงผู้รับสารทางการเมือง และแม้ว่าแหล่งสารทางการเมืองอาจมีหลายประเภท แต่ก็อาจกล่าวได้ว่าแหล่งสารทางการเมืองที่สำคัญที่สุดในการสื่อสารทางการเมือง คือ รัฐบาลและองค์การทางการเมืองการปกครอง เช่น พรรคการเมืองเป็นต้น หากแหล่งสารหมายถึงพรรคการเมืองแล้ว ข่าวสารทางการเมืองก็จะหมายถึงนโยบายของพรรคและผลงาน ส่วนช่องทางการสื่อสารทางการเมืองที่เป็นหลักคือสื่อมวลชน อย่างไรก็ตามการสื่อสารทางการเมืองสะท้อนให้เห็นถึงความพร้อมของแหล่งที่จะติดต่อสื่อสารไปยังผู้รับสารเพื่อให้เกิดการยอมรับต่อผู้ส่งสาร การยอมรับเป็นการรับรู้ถึงข้อมูลข่าวสาร การมีทัศนคติที่ดีต่อข้อมูลสารนั้น และถึงที่สุดคือพฤติกรรมเป็นไปตามเจตนารมณ์ของผู้ส่งสาร ในทางการเมืองหากประชาชนในฐานะผู้รับสารยอมรับรัฐบาลและพรรคการเมืองในฐานะผู้ส่งสารแล้ว ก็จะทำให้การบริหารงานบ้านเมืองเป็นไปโดยราบรื่นเนื่องจากประชาชนเข้าใจและให้การยอมรับ

การโฆษณาชวนเชื่อ การนำโฆษณาชวนเชื่อมาใช้อย่างจริงจังเริ่มมาจากคณะผู้สอนศาสนา การโฆษณาชวนเชื่อกลายเป็นเครื่องมืออันทรงพลังในการทำให้ประชาชนจำนวนมากเห็นคล้อยและปฏิบัติตามตัวผู้นำ การโฆษณาชวนเชื่อเป็นความเคลื่อนไหวหรือกิจกรรมของผู้นำโดยเฉพาะรัฐบาลหรือพรรคการเมือง เพื่อผลักดันให้ประชาชนยอมรับแนวทางความเชื่อหรืออุดมการณ์ รวมไปถึงตัวผู้นำ การชวนเชื่อจึงถูกมองว่ารับใช้เผด็จการทางการเมือง ทั้งนี้เนื่องจากการชวนเชื่อรองรับการอธิบายด้วยทฤษฎีเข้มงวดที่เชื่อว่าการส่งสารด้วยการชวนเชื่อจะส่งผลกระทบต่อผู้รับสารอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ สามารถส่งผลกระทบต่อผู้รับสารตามความเชื่อของนักสื่อสาร ในปัจจุบันการโฆษณาชวนเชื่อยังได้รับการนำไปปฏิบัติ แต่อยู่ในรูปที่ปรับปรุงแก้ไขให้สอดคล้องกับสมัยนิยมมากขึ้น เช่น การชวนเชื่อที่สมเหตุสมผลและใช้สถานการณ์ที่เอื้ออำนวย ซึ่งสอดคล้องกับสังคมและปัจเจกชนในการจูงใจ มิใช่การโฆษณาชวนเชื่อที่บีบบังคับและกวาดไปทั้งสังคมเช่นเดิม

สาธารณมติหรือมติมหาชน เป็นการแสดงเจตจำนงของประชาชนเพื่อให้รัฐบาลหรือผู้นำรับทราบถึงความต้องการ ทั้งนี้เพื่อให้รัฐบาลกำหนดนโยบายหรือแก้ปัญหาหรือดำเนินการให้สอดคล้องกับประชาชน ในต่างประเทศการหยั่งเสียงสาธารณมติโดยการวิจัยสำรวจเกิดขึ้นเมื่อคริสต์ศตวรรษที่ 20 และได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางในเวลาต่อมา ทั้งนี้เพราะการหยั่งเสียงโดยการวิจัยจากนักสำรวจประชามติจะทำให้สาธารณมติเป็นรูปธรรม ซึ่งมีผลการวัดที่แน่นอน มิใช่เกิดขึ้นจากการประมาณการตามความนึกคิดของรัฐบาล

สาธารณมติในทางการสื่อสารอาจกล่าวได้ว่าเป็นทั้งการส่งสารและย้อนกลับสารของประชาชน ในฐานะการส่งสารย่อมสะท้อนให้เห็นถึงเจตนารมณ์และความต้องการของประชาชน ในฐานะของการย้อนกลับสารเป็นการสะท้อนการปรับสมดุลของสังคมตามเสียงเรียกร้องของประชาชน เพื่อให้รัฐบาลปรับท่าทีให้สอดคล้องกับทิศทางของสังคม และการปรับสมดุลของสังคมดังกล่าวย่อมมีผลกระทบต่อค่านิยมของรัฐบาลและเสถียรภาพของรัฐบาล หากมีการเลือกตั้งครั้งต่อไป ด้วยเหตุนี้สาธารณมติจึงเป็นเครื่องมือและวิธีการที่แนบแน่นกับระบอบประชาธิปไตยและมักถูกนำไปใช้ประกอบการประชาสัมพันธ์ทางการเมือง หากรัฐบาลสามารถสนองต่อความต้องการของประชาชนได้ แรงสนับสนุนจะเป็นกำลังใจให้กับรัฐบาลในการปฏิบัติงานทั้งเสียงสะท้อนของความต้องการและแรงสนับสนุนมักปรากฏในขั้นต้นจากข่าวสารที่ปรากฏตามสื่อมวลชนซึ่งทำหน้าที่สอดส่องดูแลกระแสของสังคม

การประชาสัมพันธ์ทางการเมือง

การประชาสัมพันธ์ทางการเมือง (Political Public Relations) หมายถึง กระบวนการที่นักประชาสัมพันธ์ของสถาบันทางการเมืองการปกครองเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ นโยบาย การตัดสินใจ ฯลฯ โดยการศึกษาวิจัยเพื่อหาข้อมูลความรู้ในเรื่องต่างๆที่เกี่ยวข้อง นำมาคิดสร้างสรรค์วางแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ทำการสื่อสารและประเมินผลเพื่อการวัดผลสำเร็จและพัฒนาปรับปรุงแก้ไข โดยมุ่งหวังเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ ชื่อเสียง ความรู้ความเข้าใจที่ดีและถูกต้องในการดำเนินงานต่างๆ (ประทุม ฤกษ์กลาง, 2550)

อย่างไรก็ตามความหมายของการประชาสัมพันธ์ทางการเมืองในที่นี้ คือ ผู้ส่งสาร หมายถึงผู้ปกครองหรือรัฐบาลสื่อสารไปยังผู้รับสาร ซึ่งหมายถึงสาธารณชนหรือผู้ได้ปกครองเป็นสำคัญ การประชาสัมพันธ์ทางการเมืองจึงเป็นเรื่องที่รัฐบาลส่งสารเสนอทางทางการเมืองอันได้แก่นโยบายซึ่งสอดคล้องกับสภาพปัญหาหรือแนวทางของรัฐบาลไปยังประชาชนเพื่อหวังผลในความสำเร็จ นโยบายและภาพลักษณ์ของรัฐบาลในประเทศที่มีระบอบการปกครองซึ่งแตกต่างกัน



แนวทางการประชาสัมพันธ์ทางการเมืองในภาพกว้างก็จะแตกต่างกันไปตามอุดมการณ์ของรัฐที่ไม่เหมือนกัน การประชาสัมพันธ์ทางการเมืองในประเทศที่เป็นเผด็จการย่อมคำนึงถึงวิธีการชวนเชื่อเป็นหลัก ในขณะที่การประชาสัมพันธ์ทางการเมืองในประเทศที่เป็นประชาธิปไตยจะคำนึงถึงสาธารณชนเป็นสิ่งสำคัญ

กระบวนการในการประชาสัมพันธ์ทางการเมืองจะเริ่มต้นขึ้นจากการระดมความคิดเห็นของประชาชนเพื่อรวบรวมข้อมูลข่าวสารอันเป็นส่วนประกอบที่รัฐบาลจะนำไปวางแผนผ่านองค์กรของรัฐ การระดมความคิดเห็นซึ่งเป็นที่กล่าวขวัญเป็นพิเศษในปัจจุบันคือการจัดทำประชาพิจารณ์ เมื่อรัฐบาลสามารถกำหนดนโยบายได้แล้วก็จะนำนโยบายนั้นไปแปลงเป็นข่าวสารประชาสัมพันธ์

การดำเนินกิจกรรมของการประชาสัมพันธ์ทางการเมืองข้างต้นจำเป็นต้องได้รับการประเมินผลของการประชาสัมพันธ์ เพราะผลสำเร็จของการประชาสัมพันธ์ทางการเมืองจะส่งผลถึงความสำเร็จในการนโยบายสาธารณะและนำไปปฏิบัติ เนื่องจากประชาชนในฐานะผู้รับสารรู้ เข้าใจและมีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับนโยบายเหล่านั้น เนื่องด้วยนโยบายของรัฐบาลมีจุดเริ่มต้นมาจากประชาชนและผู้แทนประชาชน ดังนั้นการประเมินการประชาสัมพันธ์ทางการเมืองจึงต้องติดตามดูว่าการปฏิบัติงานนั้นเป็นไปตามขั้นตอนของแผนประชาสัมพันธ์หรือไม่ ยุทธวิธีของการประชาสัมพันธ์ทางการเมืองที่ปฏิบัติอยู่จริงเหมาะสมเพียงใด และวิเคราะห์การประชาสัมพันธ์ทางการเมืองทั้งระบบว่ามีภาพรวมที่ต้องปรับปรุงในส่วนใดหลังจากที่การบริหารงานประชาสัมพันธ์ทางการเมืองได้ดำเนินไประดับหนึ่งแล้ว

การประชาสัมพันธ์ทางการเมืองในประเทศไทยอาจจำแนกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ การประชาสัมพันธ์ของรัฐ โดยจัดให้มีคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ซึ่งมีนายกรัฐมนตรีหรือรัฐมนตรีที่นายกรัฐมนตรีมอบหมายเป็นประธานคณะกรรมการ มีบุคคลอื่นซึ่งคณะรัฐมนตรีแต่งตั้งในจำนวนที่เหมาะสมเป็นกรรมการ มีอธิบดีกรมประชาสัมพันธ์เป็นกรรมการและเลขานุการ และผู้แทนกรมประชาสัมพันธ์เป็นกรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ ทำหน้าที่เสนอแนะนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ กำกับ ดูแล ประสานงาน และให้ความเห็นชอบในการจัดทำแผนปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานรัฐให้สอดคล้องกับแผนประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ดูแล แนะนำและให้ความเห็นเกี่ยวกับการบริหารงานสื่อมวลชนของหน่วยงานของรัฐ ประสานงานการประชาสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานของรัฐกับงานประชาสัมพันธ์ของเอกชน ศึกษาวิเคราะห์และประเมินสถานการณ์เพื่อกำหนดมาตรการด้านการประชาสัมพันธ์ และระบบการบริหารสื่อมวลชนให้เหมาะสมและทันต่อเหตุการณ์ สนับสนุนและส่งเสริมให้มีการอบรม ประชุม หรือสัมมนาเพื่อ

ความเข้าใจและประสานที่ถูกต้องในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานของรัฐและเอกชน ปฏิบัติงานอื่นตามที่คณะรัฐมนตรีหรือนายกรัฐมนตรีมอบหมาย อย่างไรก็ตาม ภารกิจดังกล่าว ครอบคลุมงานประชาสัมพันธ์ตั้งแต่ระดับท้องถิ่นขึ้นมามาจนถึงระดับชาติ แม้ว่าบทบาทของการประชาสัมพันธ์แห่งชาติจะกว้างขวาง แต่ในทางปฏิบัติแล้วขอบเขตของบทบาทมิได้รุดหน้าไปเท่าที่ควรจะเป็น

การประชาสัมพันธ์ทางการเมืองอีกลักษณะหนึ่ง คือ การประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล การประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลแตกต่างจากการประชาสัมพันธ์ของรัฐ การประชาสัมพันธ์ของรัฐเป็นการประชาสัมพันธ์ของชาติในลักษณะที่การประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลเป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการทำงานของฝ่ายบริหารที่มาของนักการเมืองซึ่งได้รับความไว้วางใจให้ดำรงตำแหน่งดังกล่าว ฉะนั้นจึงจำเป็นต้องแยกการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลที่ดำเนินงานโดยกรมประชาสัมพันธ์เป็นแกนกลาง คณะโฆษกของรัฐบาลจึงทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ให้กับนักการเมืองที่เป็นรัฐบาล โดยมีสำนักโฆษกนายกรัฐมนตรีเป็นผู้ดำเนินการให้ คณะโฆษกมาจากนักการเมืองซึ่งดำเนินนโยบายภายใต้นโยบายของรัฐบาลของแต่ละชุดโดยปฏิบัติตามคำสั่งของนายกรัฐมนตรีเป็นสำคัญ ตัวอย่างบทบาทของโฆษก เช่น แถลงข่าว คำสั่ง ประกาศ การประชุม และผลงานของรัฐบาลและคณะรัฐมนตรี ประเมินสถานการณ์และความนิยมของประชาชนที่มีต่อรัฐบาลชี้แจงนโยบายและท่าทีของรัฐบาลทั้งภายในและต่างประเทศเพื่อให้ผู้รับสารภายในและภายนอกประเทศเข้าใจอย่างถูกต้อง ประสานงานกับนักสื่อสารมวลชนในการนำเสนอข่าว รวมทั้งประสานงานกับหน่วยงานของรัฐและเอกชนในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของรัฐบาล

โดยสรุป การประชาสัมพันธ์ทางการเมืองเป็นการสื่อสารทางการเมืองเพื่อรักษาภาพลักษณ์ของประเทศที่มาจากความสำเร็จในการดำเนินงาน อันประกอบด้วยผลการดำเนินงานที่มาจากรัฐและรัฐบาล ทั้งนี้ โดยอาศัยความร่วมมือจากงานสื่อสารมวลชนที่เป็นของภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อให้เกิดการรับรู้และยอมรับทั้งจากบุคคลภายในและภายนอกประเทศ การประชาสัมพันธ์ทางการเมืองจึงเป็นการรักษาคะแนนนิยมของประชาชนต่อนักการเมืองฝ่ายรัฐบาล (วัลลภ ลำพาย, 2551, หน่วยที่ 3)

ช่องทางการสื่อสารทางการเมือง

วัลลภ ลำพาย (2551, หน่วยที่ 3) กล่าวว่า ด้วยเหตุผลที่ว่าสื่อบุคคลนั้นเป็นสื่อที่มีความใกล้ชิดกับผู้รับสารมากกว่าสื่อมวลชน เพราะในการสื่อสารทางการเมืองส่วนใหญ่จะเป็นบุคคลที่มีถิ่นที่อยู่อาศัยหรือพื้นที่เดียวกับผู้รับสาร และยังเป็นผู้นำชุมชนหรือบุคคลที่เป็นที่รู้จักกัน

ในที่นี้ที่อยู่อาศัยหรือภูมิภาคเดียวกัน หรือระดับสูงขึ้นไปคือบุคคลที่เด่นดังในสังคม ซึ่งแนวโน้มให้ผู้รับสารเกิดความเชื่อถือและคล้อยตามสารที่ผู้ส่งประเภทสื่อบุคคลแบบนี้ทำการแลกเปลี่ยนข่าวสารได้ง่าย

ส่วนทางด้านสื่อมวลชนนั้นสามารถแทรกตัวของสื่อแต่ละประเภทเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของผู้รับสารได้อย่างโดยง่ายตาย เช่น สื่อโทรทัศน์ที่ปัจจุบันมีลักษณะเป็นสื่อสากลหรือสื่อระดับโลกไปแล้ว ผู้ส่งสารในทางการเมืองจะเป็นระดับรัฐบาลหรือระดับนักการเมือง สื่อโทรทัศน์ก็ยังทรงพลังในการสร้างการยอมรับตามกระบวนการการสื่อสารทางการเมืองจากการเสนอข่าวสารต่างๆ ทางนโยบาย การปฏิบัติตามนโยบาย การสื่อมวลชนเพื่อโฆษณาและโฆษณาชวนเชื่อให้กับผู้รับสารคือประชาชนทั่วไปในสังคมนั้นมากขึ้น อีกทั้งยังทำให้สื่อบุคคลได้เสนอภาพลักษณ์ของตนเองจากภาษาพูดและกิริยาต่างๆ บุคลิกจากการแต่งกายหรือสัญลักษณ์อื่นๆ ผ่านทางจอโทรทัศน์ของผู้รับสารหรือกลุ่มเป้าหมายได้สร้างความใกล้ชิดมากยิ่งขึ้น ถึงแม้ตัวจริงของผู้ส่งสารกับผู้รับสารจะอยู่ไกลกัน

ปัจจุบันได้หันมาพิจารณาแนวคิดเรื่องอิทธิพลของสื่อบุคคลและสื่อมวลชนที่สามารถอธิบายความเป็นพลังของสื่อหรือช่องทางการสื่อสารทางการเมืองได้ด้วยแนวคิดการกำหนดวาระของสารซึ่งเชื่อมโยงกับแนวคิดเรื่องนายทวารหรือผู้รักษาประตู (Gatekeeper) ของสื่อในการเป็นผู้กรองสาร โดยจะคัดเลือกข่าวสารบางเรื่องบางประเด็น บางความสนใจของผู้รับสาร นำเสนอผ่านสื่อประเภทต่างๆ ของตน ดังนั้นจากแนวคิดนี้ สื่อมวลชนและสื่อบุคคลสามารถสร้างสิ่งที่เรียกว่า “ความเป็นสาธารณะ” คือสร้างกลุ่มผู้รับสารที่สนใจเรื่องเดียวกัน สร้างกระแสการบอกต่อขยายผลแบบปากต่อปากหรือต่อต้านความขัดแย้งร่วมกันในเรื่องเดียวกัน ด้วยลักษณะดังกล่าวจึงทำให้สื่อมวลชนและสื่อบุคคลส่งสารทั้งในรูปของ “จุดประเด็นความสนใจหรือสร้างกระแส” และสร้างภาพลักษณ์ของตัวสื่อบุคคลในรูปแบบความเป็น “แหล่งข่าว” ได้

แนวคิดการนำอิทธิพลของสื่อในการกำหนดวาระของสารนั้นมุ่งวิเคราะห์การให้ข่าวสารจากการเลือกเน้นประเด็นสำคัญหรือหัวข้อของปัญหาที่จะจุดประเด็นความสนใจ หรือสร้างกระแสจากการพิจารณาเกี่ยวกับปัจจัยต่อไปนี้

1. บุคคลที่เป็นประเด็นหรือสร้างกระแส เช่น ตัวนายกรัฐมนตรี รัฐมนตรี หัวหน้าพรรคการเมือง
2. เหตุการณ์สำคัญของสถานที่ เนื้อหา วันเวลาที่เป็นประเด็นหรือสร้างกระแสได้ เช่น กรณีคลื่นยักษ์สึนามิ

3. การจัดลำดับความสำคัญโดยสื่อเป็นผู้จัดประเด็นหรือสร้างกระแส เช่น กรณีการจัดลำดับความหล่อของสมาชิกพรรคประชาธิปัตย์ เช่น หล่อใหญ่คือ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ หล่อกลางคือ นายอภิรักษ์ โกษะโยธิน

4. การจัดลำดับความสำคัญโดยการใช้นโยบายจากผู้มีอำนาจในการออกนโยบายหรือเป็นผู้มีส่วนได้เสียเป็นผู้จัดประเด็นหรือสร้างกระแสที่เรียกว่า Policy or Stakeholders Agenda เช่น การออกมาต่อต้านการแปรรูปไฟฟ้าฝ่ายผลิตของกลุ่มศิรัชัย ไม้งาม

5. การจัดลำดับความสำคัญโดยอ้างสาธารณะว่าเป็นผู้จัด หรือต้องตระหนักที่เรียกว่า "Public Reference Agenda" เช่น กรณีพรรคประชาธิปัตย์ใช้การรณรงค์หาเสียงและจัดระเบียบวาระสารด้วยการปลูกฝังสาธารณะด้วยการอ้างความจำเป็นในการร่วมมือกันยืนยันความ เป็นสิทธิเจ้าของประเทศ

การสื่อสารด้วยทางวาจาและด้วยลายลักษณ์อักษร

อรวรรณ ปิลันธน์โอวาท (2546) กล่าวว่า ผู้ส่งสารต้องพิจารณาถึงปัจจัยหลาย ประการก่อนจะตัดสินใจใช้ช่องทางใด เขาอาจจะเลือกการเขียนสาร การเสนอสารในภาวะที่เห็น หน้าพร้อมได้ยืนเสียง ก่อนที่จะเลือกสื่อสารด้วยวิธีใด ควรพิจารณาถึงปัจจัยต่อไปนี้

1. สารนั้นมีความยากอย่างไร พิจารณาตามเนื้อหาของสารแล้วการสื่อสาร ทางลายลักษณ์อักษรดีกว่าทางวาจา เพราะผู้อ่านสามารถรับรู้และเข้าใจได้ด้วยตนเองในขณะที่ สารนั้นถูกเสนอด้วยทางวาจาผู้ฟังต้องคอยฟังผู้พูดตลอดเวลาและต้องเข้าใจในเนื้อหาของสารนั้น ตั้งแต่เริ่มแรก

2. ทักษะทางภาษาของผู้รับสาร ยังมีประชากรที่ไม่รู้หนังสืออีกมากมาย ในกลุ่ม ของประชากรที่ไม่รู้หนังสือนี้ควรหลีกเลี่ยงการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจด้วยลายลักษณ์อักษร ถึงแม้ บางคนอ่านหนังสือได้แต่ต้องใช้ความพยายามมากจึงเป็นสิ่งที่ยากของเขา ดังนั้นจึงควรหลีกเลี่ยง การเสนอสารในรูปแบบการเขียนเพราะหากมีโอกาสเลือกรับสารอย่างอื่นแล้ว เขาจะปฏิเสธการ อ่าน

3. ประเภทของผู้รับสาร ขนาดของผู้รับสาร ในชุมชนที่มีขนาดใหญ่ ผู้ส่งสารไม่ อาจพบเห็นกับทุกคนได้ การเสนอด้วยวิทยุและโทรทัศน์ อาจไม่ทั่วถึงทุกคน ในภาวะเช่นนี้มักจะ รวมการสื่อสารทางลายลักษณ์อักษรกับทางวาจาเข้าด้วยกัน

4. งบประมาณที่ผู้ส่งสารมีอยู่ งบประมาณของผู้ส่งสารในอันที่จะใช้จ่ายเพื่อสารนั้น งบประมาณเป็นเรื่องสำคัญ ความสำเร็จของสารนั้นขึ้นอยู่กับจำนวนเงินเช่นกัน การเตรียมวิธีการเสนอสารให้มีคุณภาพสูงต้องเสียทั้งเวลาและเงิน เราต้องเสียเงินเป็นจำนวนมากต่อการเสนอสารทางโทรทัศน์เพียงไม่กี่วินาที ผู้ส่งสารอาจไม่ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ต้องการได้ ถ้าวิธีการส่งสารไปยังผู้รับไม่มีประสิทธิภาพดีพอ

5. ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร หากผู้ส่งสารหรือแหล่งสารนั้นไม่เป็นที่น่าเชื่อถือ ข่าวสารนั้นก็ไม่น่าสนใจ หากผู้ส่งสารเป็นบุคคลที่น่าเชื่อถือ สารนั้นก็จะเป็นที่สนใจและผู้รับสารให้ความสำคัญมากขึ้น ในภาวะที่ผลการโน้มน้าวใจของข่าวสารนั้นขึ้นอยู่กับความเชื่อถือของผู้ส่งสารแล้ว การติดต่อสื่อสารด้วยการพูดเป็นวิธีการที่ได้ผลดี

ในการตัดสินใจที่จะเลือกใช้วิธีการส่งสารไปยังผู้รับวิธีใดระหว่างการเขียนเป็นลายลักษณ์อักษร หรือการพูดด้วยวาจา ควรพิจารณาถึงประเภทของข่าวสารที่มีอยู่ การเลือกใช้วิธีการส่งสารให้เหมาะสมกับเรื่องนี้ๆ ประเภทของผู้รับสาร งบประมาณที่มี เพื่อนที่จะปรับปรุงการสื่อสารให้บรรลุผลตามเป้าหมาย

รูปแบบการดำเนินงานสื่อสารการเมือง

พนม คล้ายยา (2542) ศึกษาการดำเนินงานสื่อสารประชาสัมพันธ์ของพรรคการเมือง พบว่ารูปแบบการสื่อสารของพรรคการเมืองมีลักษณะเป็นวัฏจักรต่อเนื่อง 3 ช่วงระยะเวลา โดยมีรายละเอียดต่อไปนี้

ช่วงระยะเวลาที่ 1 : ก่อนการเลือกตั้ง ในช่วงนี้พรรคการเมืองจะมีบทบาททางการเมืองใน 2 ลักษณะ คือ เป็นพรรคที่อยู่ในคณะรัฐบาล ทำหน้าที่บริหารประเทศหรือเป็นพรรคที่อยู่ในฝ่ายค้าน ทำหน้าที่ตรวจสอบการบริหารงานของรัฐบาล การสื่อสารประชาสัมพันธ์จะเป็นแบบการเผยแพร่ข่าวสารและการให้ความรู้ โดยที่ฝ่ายรัฐบาลจะมีหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลเป็นผู้ทำหน้าที่เผยแพร่ข่าวสาร ตรวจสอบวิเคราะห์สถานการณ์และชี้แจงข้อเท็จจริง ในขณะที่ฝ่ายค้านจะทำการชี้แจงการตรวจสอบของรัฐบาล สำหรับบทบาทของนักการเมืองในพรรคจะเป็นการเตรียมการเพื่อการเลือกตั้งครั้งต่อไป โดยจะต้องทำการหาสมาชิกพรรคเพิ่มเติม และอธิบายถึงความตั้งใจของพรรคในการที่จะมีบทบาททางการเมืองและการเลือกตั้งครั้งต่อไป

ช่วงระยะเวลาที่ 2 : ระหว่างการเลือกตั้ง เป็นช่วงที่ทุกพรรคการเมืองจะต้องทำการหาเสียงเพื่อให้ได้รับเลือกจากประชาชนให้มากที่สุด เป็นช่วงที่มีข้อจำกัดในเรื่องของระยะเวลา

ในการหาเสียง ดังนั้นการประชาสัมพันธ์ของพรรคการเมืองจะต้องชัดเจน มีลักษณะโน้มน้าวใจให้ประชาชนสามารถตัดสินใจในการเลือกสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

ช่วงระยะเวลาที่ 3 : หลังการเลือกตั้ง การสื่อสารประชาสัมพันธ์ของพรรคการเมืองจะลดบทบาทลงถ้าพรรคการเมืองได้เป็นฝ่ายรัฐบาล เนื่องจากรัฐบาลซึ่งมีหน่วยราชการที่รับผิดชอบการประชาสัมพันธ์โดยตรงซึ่งจะเป็นไปในรูปของการเผยแพร่ข่าวสาร ผลงานของรัฐบาล ให้ความรู้เกี่ยวกับนโยบายของรัฐบาลแก่ประชาชน แต่อย่างไรก็ตาม พรรคการเมืองที่ไม่ได้เป็นรัฐบาลแต่อยู่ในสภาผู้แทนราษฎร ยังคงต้องให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ของพรรคต่อไป แต่รูปแบบการสื่อสารจะมีการเปลี่ยนแปลงจากช่วงการเลือกตั้ง สำหรับพรรคการเมืองที่ไม่ได้มีบทบาทในคณะรัฐบาลในการบริหารประเทศ จะมีการสื่อสารกับผู้เกี่ยวข้องกันนโยบายที่พรรคต้องการผลักดันให้เกิดผลในทางปฏิบัติในรูปแบบของการออกกฎหมาย

จะเห็นได้ว่า การสื่อสารทางการเมืองของพรรคการเมืองมีลักษณะการสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่อบุคคล การสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่อมวลชน การสื่อสารเชิงภาพลักษณ์ทางการเมืองและการสื่อสารทางการเมืองเชิงการตลาด โดยที่การสื่อสารของพรรคการเมืองมีหน้าที่สองส่วน คือ การสนับสนุนความสำเร็จในการดำเนินงานของพรรคเพื่อให้พรรคได้รับเลือกเป็นผู้บริหารประเทศ และนำนโยบายมาใช้บริหารประเทศ และอีกหน้าที่หนึ่งคือ การให้ความรู้แก่ประชาชนโดยการปลูกฝังทัศนคติและค่านิยมซึ่งเป็นหน้าที่สำคัญในฐานะสถาบันทางการเมือง

โครงสร้างส่วนงานด้านการสื่อสารของพรรคการเมือง งานด้านการสื่อสารของพรรคการเมืองจัดให้อยู่ภายใต้การดูแลของโฆษกพรรค ซึ่งการดำเนินงานด้านการสื่อสารของพรรคโดยรวมจะมี 2 ระดับ คือ ระดับกลยุทธ์และการวางแผน ซึ่งจะมีการสื่อสาร 2 ลักษณะ คือ การวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเมืองและการสื่อสารรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง สำหรับระดับการปฏิบัติการจะมีกองงานโฆษกทำหน้าที่ในลักษณะการสนับสนุนในเรื่องต่างๆเกี่ยวกับการสื่อสารของพรรค ที่สำคัญคือ โฆษกพรรคจะถือเป็นบุคคลหลักที่ทำหน้าที่ด้านการสื่อสารของพรรคและโฆษกพรรคยังมีตำแหน่งเป็นกรรมการบริหารพรรคอีกด้วย การกำหนดโครงสร้างงานลักษณะนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานสื่อสารของพรรค เพราะผู้ที่รับผิดชอบงานสื่อสารเป็นผู้นั่งที่ที่มีส่วนร่วมในการบริหารพรรค ในฐานะกรรมการบริหารพรรค จึงสามารถทราบแนวทางการดำเนินงานเพื่อนำมากำหนดวางแผนการสื่อสารให้สามารถสนับสนุนพรรคได้อย่างมีประสิทธิภาพ



หน้าที่และบทบาทของพรรคการเมือง

วิลเลียม กูดแมน (William Goodman, 1956) กล่าวว่า พรรคการเมืองคือ องค์กรอันเป็นที่รวมของสมาชิกที่มีความคิดเห็นคล้ายกัน โดยมีความมุ่งหมายอันแน่ชัดที่จะชนะการเลือกตั้งซึ่งจะทำให้เขามีสิทธิเข้าไปใช้อำนาจปกครอง เพื่อเขาจะได้รับผลประโยชน์จากการเข้าไปมีอำนาจทางการเมืองนั้น

นีล เอ. แมคโดนัลด์ (Neil A. McDonald, 1963) ให้ความเห็นว่า พรรคการเมืองมีความหมายทางวิชาการ 3 ประการ คือ

1. พรรคการเมือง หมายถึง กลุ่มบุคคลที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการปกครองบ้านเมืองคล้ายคลึงกัน หรือมีผลประโยชน์บางอย่างร่วมกัน รวมตัวกัน เพื่อดำเนินกิจการทางการเมืองร่วมกัน โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ได้มาซึ่งอำนาจในการปกครองรัฐในที่สุด ซึ่งในการดำเนินการเพื่อให้ได้มาซึ่งอำนาจในการปกครองรัฐนี้ กลุ่มบุคคลดังกล่าวอาจใช้วิธีการไม่เหมือนกัน กล่าวคือ บางกลุ่มอาจใช้วิธีการปฏิวัติหรือรัฐประหาร บางกลุ่มอาจใช้วิธีการเอาชนะการเลือกตั้งทั่วไป ฉะนั้นถ้ายอมรับความหมายนี้ กลุ่มนายทหารทำการปฏิวัติหรือรัฐประหารก็คือ พรรคการเมืองพรรคหนึ่งเหมือนกับพรรคการเมืองทั่วไปที่ทำการต่อสู้ในการเลือกตั้ง

2. พรรคการเมือง หมายถึง สถาบันของประชาชน ซึ่งรัฐธรรมนูญยอมรับรองในฐานะไว้เป็นพิเศษว่า มีอำนาจเข้าควบคุมสถาบันของรัฐ และบังคับให้เจ้าหน้าที่ของสถาบันของรัฐดำเนินการต่างๆตามที่ประชาชนส่วนใหญ่ต้องการได้ ประชาชนจึงควรให้การสนับสนุนพรรคการเมืองอย่างเต็มที่เพื่อผลประโยชน์ของประชาชนเอง

3. พรรคการเมืองหมายถึงองค์การที่มีการจัดการ และมีการปกครองบังคับบัญชาขึ้น เหมือนองค์กรอื่นๆของรัฐ มีหัวหน้า มีรองหัวหน้า มีเลขาธิการและมีเจ้าหน้าที่จำนวนหนึ่งดำเนินการต่างๆขององค์การตามอำนาจหน้าที่ที่ระเบียบหรือข้อบังคับขององค์การกำหนดไว้ นอกจากนั้นองค์กรที่ว่านี้อาจจะมีสมาชิกธรรมดาที่ไม่มีอำนาจหน้าที่ภายในองค์กรอีกเป็นจำนวนมาก ซึ่งจะคอยทำหน้าที่ช่วยเหลือและสนับสนุนกิจการขององค์การในด้านต่างๆ เช่น ส่งเงินบำรุงกิจการของพรรคหรือหาเสียงให้แก่สมาชิกที่พรรคส่งสมัครเข้ารับเลือกตั้ง เป็นต้น

พรรคการเมืองจึงถือเป็นองค์การหลักอันเป็นหัวใจสำคัญของการปกครองระบอบประชาธิปไตย เป็นช่องทางให้ประชาชนดำเนินกิจกรรมทางการเมืองตามอุดมการณ์ทางการเมืองของตนเอง ด้วยการรวมตัวกันจัดตั้งพรรคการเมืองขึ้นตามกฎหมาย ประเทศไทยมีพรรคการเมืองที่เก่าแก่คือ พรรคประชาธิปัตย์ เป็นพรรคการเมืองที่ก่อตั้งขึ้นตั้งแต่ พ.ศ. 2489 และดำเนินงานทางการเมืองอย่างต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน พรรคการเมืองจะมีองค์ประกอบสำคัญตามที่วิสุทธิ

โพธิ์แทน (2544) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบสำคัญของพรรคการเมืองว่า พรรคการเมืองประกอบด้วย องค์ประกอบ 4 ส่วน ส่วนแรกคือ บุคคล ซึ่งหมายถึงสมาชิกพรรค กรรมการบริหารพรรคและ เจ้าหน้าที่ประจำพรรค ส่วนที่ 2 คือ สถานที่ตั้ง สำนักงาน สาขา ตลอดจนอุปกรณ์เครื่องมือ เครื่องใช้ที่จำเป็น ส่วนที่ 3 คือ การกำหนดและจัดแบ่งโครงสร้างพรรคและส่วนสุดท้ายคือ ความคิด ความเชื่อหรืออุดมการณ์ร่วมกันซึ่งปรากฏอยู่ในข้อบังคับพรรคและนโยบายพรรค ซึ่งถือเป็นสิ่งที่จะเชื่อมบุคลากรในพรรคเข้าด้วยกัน

ปรีชา หงษ์ไกรเลิศ (2514) ได้สรุปบทบาทและหน้าที่ของพรรคการเมืองไว้ดังนี้

1. ให้การศึกษาทางการเมืองแก่ประชาชน เพื่อให้ประชาชนได้เห็นความสำคัญของตนเองในฐานะที่เป็นเจ้าของประเทศและเจ้าของอำนาจอธิปไตยและมีส่วนร่วมทางการเมือง การให้การศึกษาทางการเมืองอาจกระทำได้หลายรูปแบบ เช่น การแถลงนโยบายของพรรคในด้านต่างๆผ่านทางสื่อมวลชน อาทิ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ตลอดจนการเข้าหาประชาชนโดยตรง อาทิ การอภิปราย การบรรยายตามที่ต่างๆ นอกจากนี้พรรคการเมืองจะต้องให้ความรู้ทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตยที่ถูกต้อง

2. สรรหาบุคคลที่มีความรู้ความสามารถในการเป็นผู้แทนราษฎร ในระบอบประชาธิปไตยคุณสมบัติของผู้ที่สมควรเป็นผู้แทนราษฎรมีความสำคัญมาก เพราะเขาจะต้องเป็นตัวแทนที่เข้าไปทำหน้าที่รักษาผลประโยชน์ของประชาชนและกลุ่มผลประโยชน์ การสรรหาบุคคลที่มีคุณสมบัติที่เหมาะสมนั้นเป็นหน้าที่โดยตรงของพรรคการเมือง เมื่อถึงวันเลือกตั้งประชาชนจึงสามารถเลือกพรรคโดยคำนึงถึงนโยบายพรรคมากกว่าตัวผู้สมัคร เพราะตัวผู้สมัครนั้นพรรคได้เลือกไว้อย่างเหมาะสมแล้ว

3. ประสานประโยชน์ของกลุ่มอิทธิพลและกลุ่มผลประโยชน์ต่างๆ กลุ่มนี้จะมีบทบาทในการสร้างอิทธิพลต่อรัฐบาลในนโยบายสาธารณะ (public policy) เช่น การนัดหยุดงานของสหภาพแรงงาน การเดินขบวนประท้วงของกลุ่มเกษตรกรและนิสิตนักศึกษา เป็นต้น เพื่อเรียกร้องให้รัฐบาลทำตามข้อเรียกร้อง แต่กลุ่มผู้เสียผลประโยชน์ เช่น กลุ่มนายจ้างไม่ยินยอม เพราะรักษาผลประโยชน์ของกลุ่มตน ในกรณีนี้รัฐบาลจะรักษาผลประโยชน์ให้กับกลุ่มผลประโยชน์ต่างๆด้วยการเสนอให้มีกฎหมายแรงงานที่เป็นธรรมกับทั้งสองฝ่าย รวมทั้งกลุ่มผลประโยชน์อื่นๆด้วย หรือปรับปรุงกฎหมายแรงงานที่ดีแล้วให้ดีขึ้น รวมทั้งการเข้าควบคุมนโยบายดังกล่าวของรัฐบาลเพื่อให้เกิดประโยชน์และความพอใจกับกลุ่มผลประโยชน์ต่างๆและเป็นการลดความตึงเครียดทางการเมืองอีกทางหนึ่งด้วย

4. การระดมสรรพกำลังทางการเมือง พรรคการเมืองจะทำหน้าที่เป็นศูนย์พลังทางการเมืองเพราะเป็นที่รวมของกลุ่มผลประโยชน์ต่างๆและประชาชนที่มีความคิดสร้างสรรค์ทางการเมือง เศรษฐกิจและสังคมในแนวทางกว้างๆที่คล้ายคลึงกันเข้าด้วยกันเพื่อหาโอกาสเป็นรัฐบาล พรรคการเมืองจึงเป็นที่รวมในการระดมสรรพกำลังต่างๆเพื่อให้เกิดอำนาจต่อรอง เรียกร้องและรวบรวมความคิดเห็นจากประชาชน และกลุ่มของประชาชนต่างๆเพื่อนำมาบริหารประเทศในกรณีที่ เป็นรัฐบาล และถ้ามิได้เป็นรัฐบาลก็จะหาทางชี้แนะรัฐบาลให้ยอมรับเอาผลประโยชน์ดังกล่าวของประชาชนหรือกลุ่มประชาชนไปบริหารประเทศต่อไป

5. หน้าที่ในฐานะฝ่ายค้าน ในระบอบประชาธิปไตย พรรคการเมืองที่มีสมาชิกได้รับเลือกตั้งน้อยและไม่สามารถจัดตั้งรัฐบาลได้ก็จะทำหน้าที่เป็นฝ่ายค้าน ฝ่ายค้านนั้นถือว่าสำคัญในระบอบประชาธิปไตย เพราะจะทำหน้าที่เสมือนกระจกเงาของรัฐบาล คอยท้วงติงคัดค้านหรือยับยั้งมิให้รัฐบาลกระทำการเกินขอบเขตหรือกระทำการในสิ่งที่เป็นผลร้ายต่อประเทศ คอยควบคุมให้รัฐบาลทำตามนโยบายที่ได้แถลงไว้ต่อรัฐสภาและในกรณีที่รัฐบาลบริหารประเทศเป็นผลดี พรรคฝ่ายค้านก็จะสนับสนุน

6. เป็นศูนย์กลางของกลุ่มผลประโยชน์และสมาชิกพรรคการเมือง พรรคการเมืองเป็นที่รวมของบุคคลหลายกลุ่มหลายอาชีพมากมาย ฉะนั้นโอกาสที่จะทำให้เกิดความขัดแย้ง ความแตกแยกจึงมีอยู่เสมอ พรรคการเมืองจึงทำหน้าที่เสมือนเวทีของสมาชิกต่างๆของพรรคที่จะระบายความอัดอั้นตันใจของตนหรือกลุ่ม เพื่อนำไปสู่การตกลงกันด้วยสันติวิธี ก่อนที่จะนำปัญหาต่างๆไปอภิปรายในสภา พรรคการเมืองจึงเป็นศูนย์ในการประสานการติดต่อและสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างมวลสมาชิกของพรรค รวมทั้งระหว่างพรรคต่อพรรค ระหว่างพรรคต่อรัฐบาลและระหว่างพรรคการเมืองต่อประชาชนทั่วไปด้วย

7. การสรรหาผู้นำทางการเมือง ในประเทศประชาธิปไตยพรรคการเมืองจะเป็นสถาบันที่สร้างผู้นำทางการเมืองที่ดี เพื่อผลดีออกไปเป็นนักการเมืองอาชีพที่มีความสามารถพร้อมที่จะดำรงตำแหน่งผู้นำทางการเมืองในระดับต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น นายกรัฐมนตรี รัฐมนตรี นายกเทศมนตรี เป็นต้น พรรคการเมืองย่อมมีความเหมาะสมมากกว่าสถาบันอื่นๆในการผลิตผู้นำทางการเมือง

กระมล ทองธรรมชาติ (2519) กล่าวว่า พรรคการเมืองมีความสำคัญต่อประชาชนและต่อการปกครองในระบอบประชาธิปไตยดังนี้

1. พรรคการเมืองช่วยรวบรวมและทำให้ความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับปัญหาสาธารณะต่างๆ เช่น ปัญหาเศรษฐกิจ สังคมและอาชญากรรมเป็นต้น มีน้ำหนักน่ารับฟัง

พร้อมกันนั้นพรรคการเมืองต่างๆก็จะเสนอแนวนโยบายสำหรับใช้แก้ปัญหาสาธารณะนั้นๆมาให้ประชาชนพิจารณาเลือกแนวนโยบายที่ตนชอบมากที่สุด ซึ่งถ้าหากว่าแนวนโยบายของพรรคใดได้รับการสนับสนุนจากประชาชนส่วนใหญ่ พรรคนั้นก็จะได้เป็นรัฐบาล จะเห็นได้ว่าพรรคการเมืองทำหน้าที่รวบรวมเอาความคิดเห็นของประชาชนมากำหนดเป็นแนวนโยบายในการบริหารประเทศ

2. พรรคการเมืองทำหน้าที่เป็นตัวแทนด้านการเมืองของกลุ่มผลประโยชน์ต่างๆ เช่น กลุ่มกรรมกร กลุ่มชาวนา กลุ่มพ่อค้าและกลุ่มปัญญาชน เป็นต้น พร้อมกับนำเอาความคิดเห็นและความต้องการของกลุ่มเหล่านั้นมาตีแผ่ให้ประชาชนทั่วไปและเจ้าหน้าที่ของรัฐบาลได้ทราบ และตกลงใจว่าควรจะสนับสนุนความคิดเห็นและความต้องการของกลุ่มใด พรรคการเมืองซึ่งเป็นตัวแทนของกลุ่มผลประโยชน์ต่างๆพยายามใช้วิถีทางทางการเมืองในแนวทางสันติวิธีเพื่อแก้ไขปัญหา

3. พรรคการเมืองเป็นผู้ให้การศึกษาทางการเมืองแก่ประชาชนทั่วไปและช่วยให้ประชาชนทั่วไปมีความรู้ความเข้าใจในปัญหาของบ้านเมืองมากขึ้น เช่น พรรคการเมืองเสนอแนวนโยบายในการแก้ปัญหาสาธารณะแก่ประชาชน อภิปราย ปาฐกถาให้ประชาชนได้ทราบและมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเมือง

4. พรรคการเมืองช่วยปลุกและระดมมวลชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการปกครองและช่วยทำให้การปกครองเป็นของประชาชนและโดยประชาชนมากขึ้นซึ่งถ้าไม่มีพรรคการเมืองช่วยทำหน้าที่นี้ การปกครองจะถูกผูกขาดโดยชนกลุ่มน้อยที่มีอิทธิพลทางเศรษฐกิจหรือทางอาวุธ โดยชนกลุ่มน้อยจะพยายามรวมตัวกันเป็นกลุ่มทางการเมืองและดำเนินการคล้ายพรรคการเมืองคุมอำนาจในการปกครองประเทศตลอดเวลาโดยไม่ยอมให้ประชาชนเข้ามีส่วนร่วม

5. พรรคการเมืองช่วยให้มีการจัดตั้งรัฐบาลได้ง่าย และช่วยทำให้สมาชิกสภาทั้งที่เป็นและมิได้เป็นรัฐมนตรีทำงานประสานกันและสนับสนุนซึ่งกันและกัน พรรคที่มีสมาชิกสภาที่ได้รับเลือกมากกว่าครึ่งก็สามารถจัดตั้งรัฐบาลได้ รัฐบาลก็จะมีเสถียรภาพ และการออกกฎหมายตามแนวนโยบายที่พรรคได้เคยแถลงไว้ก็จะเป็นไปได้โดยสะดวกขึ้น

6. พรรคการเมืองช่วยควบคุมและเร่งรัดให้ข้าราชการประจำปฏิบัติตามนโยบายของรัฐบาลเพื่อสนองความต้องการของประชาชนอย่างจริงจัง รัฐบาลสามารถปฏิบัติตามนโยบายก่อให้เกิดผลดีต่อประชาชนอย่างจริงจังหรือไม่ ขึ้นอยู่กับว่ารัฐบาลสามารถควบคุมข้าราชการประจำให้ทำงานตามหน้าที่ได้อย่างจริงจังเพียงไร รัฐบาลจะสามารถควบคุมการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการอย่างได้ผล โดยที่รัฐบาลมีสมาชิกของพรรคให้การสนับสนุนตนในสภา คอยสอดส่อง

ดูแลการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่แล้วรายงานให้รัฐบาลทราบเป็นการภายใน นอกจากนี้สมาชิกพรรคฝ่ายค้านก็จะคอยควบคุมและเร่งรัดรัฐบาลโดยเปิดเผย

หากพิจารณาการสื่อสารของพรรคการเมืองแบ่งตามกระบวนการสื่อสารจะเห็นได้ว่าผู้ส่งสารคือบุคคลในพรรคการเมือง ซึ่งในที่นี้คือโฆษกประจำพรรค โดยมีเนื้อหาสาระคือเรื่องราวที่เกี่ยวกับพรรคโดยส่งผ่านช่องทางข่าวสารที่น่าเสนอในสื่อมวลชนหรือช่องทางสารที่เป็นสื่อใหม่ เช่น เว็บไซต์ไปยังผู้รับสาร นอกจากนี้พรรคการเมืองในฐานะสถาบันทางการเมืองยังจำเป็นต้องทำหน้าที่เชิงระบบในด้านการอบรมเรียนรู้เพื่อให้ระบบการเมืองดำเนินไปและดำรงอยู่ได้ ดังนั้นพรรคการเมืองจึงต้องทำการสื่อสารเพื่อปลูกฝังความคิด ทศนคติ ค่านิยมที่สนับสนุนการเมืองระบอบประชาธิปไตย เพื่อให้ระบบการเมืองของไทยดำเนินไปอย่างราบรื่น และดำรงรักษาให้ระบบการเมืองของไทยดำรงอยู่ตลอดไป

ความจำเป็นของพรรคการเมืองในระบอบประชาธิปไตย

ในระบอบประชาธิปไตยนั้น ราษฎรไม่อาจใช้อำนาจอธิปไตยโดยตรงเนื่องจากรัฐมีขนาดใหญ่และประชาชนมีจำนวนมากมาย จึงต้องให้มีการเลือกตั้งผู้แทนของตนเข้าไปเป็นปากเสียง รักษาผลประโยชน์แทนตนในรัฐสภา ราษฎรจะออกเสียงเลือกตั้งผู้แทนของตนซึ่งมีความคิดเห็นตรงกับตนหรือจะระวังรักษาผลประโยชน์ของตน ด้วยเหตุนี้ราษฎรจึงต้องแบ่งแยกออกเป็นพรรคการเมืองตามความคิดเห็นหรือตามวัตถุประสงค์ที่จะดำรงรักษาหรือให้ได้มาซึ่งประโยชน์ได้เสียที่ตนต้องการ (หยุด แสงอุทัย, 2517) พรรคการเมืองเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่พ้นในสังคมประชาธิปไตย เพราะมนุษย์ย่อมไม่เห็นพ้องในเรื่องวัตถุประสงค์ทางการเมืองและวิธีการของการเมืองเสมอไป

ในการปกครองระบอบที่รัฐบาลต้องรับผิดชอบต่อสภาผู้แทนราษฎรนั้น การมีพรรคการเมืองจึงเป็นความจำเป็น เพราะเป็นวิธีการอย่างเดียวที่จะทำให้รัฐบาลดำเนินการไปได้โดยราบรื่นและมีสมรรถภาพ ถ้าไม่มีพรรคการเมืองรัฐบาลที่ก่อตั้งขึ้นมาย่อมไม่สามารถทราบได้ว่าในขณะหนึ่งๆ รัฐบาลมีสมาชิกสภาผู้แทนจำนวนเสียงข้างมากหรือน้อยหรือไม่ รัฐบาลจึงอยู่ในฐานะไม่แน่นอน แต่หากมีพรรคการเมืองรัฐบาลย่อมรู้สึกว่าคุณอยู่ในฐานะมั่นคงทราบเท่าที่รัฐบาลดำเนินนโยบายตรงตามนโยบายของพรรคการเมืองที่สนับสนุนตนอยู่ในระบอบประชาธิปไตย พรรคการเมืองมีความสำคัญมาก เพราะเป็นกลไกอย่างหนึ่งสำหรับแก้ไขข้อขัดแย้งของบุคคลที่มีผลประโยชน์และความคิดเห็นต่างกัน และเป็นกลไกสำหรับเลือกบุคคลที่จะเข้ามามีอำนาจในการปกครองประเทศ นอกจากนั้นพรรคการเมืองยังแสดงออกให้เห็นถึงนโยบายการปกครองบ้านเมือง

ว่าจะดำเนินไปในทางใดและเป็นเครื่องมือสำหรับแสดงเจตจำนงของประชาชน ตลอดจนเป็นห่วงเชื่อมประชาชนกับกลไกของการปกครอง ซึ่งหากไม่มีพรรคการเมืองแล้ว การที่รัฐบาลจะรับผิดชอบต่อผู้เลือกตั้งย่อมเป็นเรื่องยาก แต่ถ้าเป็นพรรคการเมืองผู้เลือกตั้งสามารถปฏิเสธไม่สนับสนุนผู้สมัครของฝ่ายรัฐบาลได้ หากเห็นว่ารัฐบาลดำเนินนโยบายผิดพลาดหรือสนับสนุนถ้าเห็นว่ารัฐบาลทำได้ดีได้ถูกต้อง พรรคการเมืองจึงเปรียบเสมือนห่วงเชื่อมระหว่างสังคมกับรัฐ ในประเทศที่รัฐบาลเป็นของประชาชน บทบาทของพรรคการเมืองมีอยู่กว้างขวางและมีความสำคัญมาก โดยเฉพาะในขณะที่จะมีการเลือกตั้ง พรรคการเมืองทำให้ประชาชนตื่นตัวทางการเมือง และตระหนักถึงบทบาทของตนในฐานะราษฎรและกระตุ้นให้ประชาชนไปใช้สิทธิเลือกตั้งด้วย (มูธาอีร์ รักษาดิเรญ, 2525)

การสื่อสารทางการเมืองของพรรคการเมืองทั้งส่วนของการสนับสนุนความสำเร็จในการดำเนินงานของพรรค และการสนับสนุนให้ระบบการเมืองดำเนินไปและดำรงอยู่ได้นั้น สามารถดำเนินกิจกรรมการสื่อสารในลักษณะต่างๆ ได้หลายลักษณะ พนม คลีฉายา (2542) ได้ศึกษาการดำเนินงานสื่อสารประชาสัมพันธ์ของพรรคการเมืองซึ่งสามารถแสดงให้เห็นถึงการดำเนินงานสื่อสารทางการเมืองของพรรคการเมืองว่า เป็นการสื่อสารถ่ายทอดอุดมการณ์ทางการเมือง นโยบายการบริหารราชการแผ่นดิน การดำเนินงานของพรรคการเมืองไปสู่ประชาชน เพื่อให้ประชาชนยอมรับในอุดมการณ์และนโยบายการบริหารของพรรค เกิดความนิยมอันนำไปสู่การตัดสินใจลงคะแนนเสียงให้แก่พรรคการเมือง เพื่อพรรคการเมืองจะได้รับเลือกตั้งเข้าไปบริหารราชการแผ่นดินในฐานะรัฐบาลของประเทศ พรรคการเมืองจะจัดตั้งส่วนงานด้านการสื่อสารขึ้นเพื่อทำหน้าที่ในการสื่อสารระหว่างพรรคการเมืองกับประชาชน การจัดโครงสร้างส่วนที่รับผิดชอบด้านการสื่อสารของพรรคการเมืองมักจะแต่งตั้งเป็นโฆษกพรรคให้ดูแลงานด้านการสื่อสารของพรรค การจัดโครงสร้างงานไม่มีโครงสร้างถาวรขึ้นอยู่กับการบริหารของโฆษกพรรคเป็นหลัก โดยปกติมักใช้ผู้ปฏิบัติงานของสำนักเลขานุการพรรค ซึ่งเป็นส่วนงานที่ดูแลการดำเนินงานสำนักงานใหญ่ของพรรคเป็นผู้ปฏิบัติงานด้านการสื่อสาร งานด้านการสื่อสารของพรรคการเมืองมักจะอยู่ภายใต้การดูแลของโฆษกพรรค มีคณะกรรมการบริหารพรรคเป็นผู้ตัดสินใจขั้นสุดท้าย นอกจากนี้ยังมีการจัดตั้งคณะติดตามสถานการณ์ทางการเมืองหรือคณะทำงานวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งจะเป็นผู้ติดตามสถานการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อพรรค ดำเนินการชี้แจงโต้ตอบและกำหนดกลยุทธ์การสื่อสาร กิจกรรมการสื่อสารของพรรคการเมืองมีดังต่อไปนี้

1. กิจกรรมการสื่อสารของพรรคการเมือง

1.1 การเผยแพร่ข่าวสาร เป็นการเผยแพร่กิจกรรมการดำเนินงานของพรรคการเมืองเพื่อสร้างความเข้าใจกับประชาชนผ่านสื่อมวลชน เนื้อหาที่ทำการเผยแพร่เป็นเรื่องเกี่ยวกับนโยบายของพรรค ผลงานของพรรค สร้างความเข้าใจที่ดีของประชาชน ในด้านการสื่อสารนโยบายของพรรคออกไปสู่ประชาชน เป็นกระบวนการที่เริ่มต้นจากการที่บุคลากรของพรรคซึ่งเป็นผู้จัดทำนโยบายแล้วออกสู่ประชาชน การเผยแพร่ลักษณะนี้ต้องอาศัยความสัมพันธ์ที่ดีต่อสื่อมวลชน ซึ่งสามารถสร้างความสัมพันธ์ระหว่างพรรคการเมืองกับสื่อมวลชนด้วยการให้ข่าวสารที่สื่อมวลชนต้องการ ความสัมพันธ์ที่ดีนี้จะส่งผลช่วยให้พรรคการเมืองได้รับความร่วมมือในการให้สื่อมวลชนเป็นช่องทางในการเผยแพร่ข่าวสารของพรรคตนเองได้

1.2 การวิเคราะห์ตรวจสอบสถานการณ์และให้ข่าวสารเพื่อการชี้แจง พรรคการเมืองจำเป็นต้องสร้างและรักษาความนิยม ศรัทธาที่ประชาชนมีต่อพรรคและบุคคลในพรรค เพื่อรักษาความนิยมของพรรค หากพบว่ามิประเด็นที่ส่งผลกระทบต่อความนิยมพรรคจะได้ทำการสื่อสารให้ข้อมูลเพื่อชี้แจง สร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง การตรวจสอบสามารถดำเนินงานโดยตั้งคณะทำงานวิเคราะห์ข่าว จับกระแสความคิด ความรู้สึกของประชาชน เมื่อตรวจสอบสถานการณ์แล้วพบว่ามิประเด็นที่จะส่งผลกระทบต่อพรรคการเมืองก็ต้องรีบดำเนินการชี้แจงข้อเท็จจริงกับสื่อมวลชนด้วยการพูดคุยและการแถลงข่าวโดยโฆษกพรรคหรือรองโฆษกประจำพรรค

1.3 การรณรงค์การเลือกตั้ง ถือเป็นการดำเนินงานสื่อสารที่สำคัญลักษณะหนึ่งของพรรคการเมือง กระมล ทองธรรมชาติ (อ้างถึงในพนม คลีฉายา, หน่วยที่ 12, 2551) ได้ศึกษาการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของนักการเมืองที่สังกัดพรรคการเมืองและไม่สังกัดพรรคที่ประสบความสำเร็จในการรับเลือกตั้งเป็นผู้แทนราษฎร พบว่าการประสบความสำเร็จในการหาเสียงเลือกตั้งต้องมีการเตรียมตัวและวางแผนการรณรงค์อย่างมีประสิทธิภาพ

1.4 การเสริมสร้างภาพลักษณ์ ภาพลักษณ์เป็นภาพเกี่ยวกับพรรคการเมืองที่ประชาชนสร้างขึ้นในจิตใจของตนเอง ถ้าประชาชนมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อพรรคการเมือง จะนำไปสู่ความนิยมซึ่งจะช่วยให้พรรคได้รับคะแนนนิยมและคะแนนเสียงเลือกตั้งมากจนจัดตั้งรัฐบาลได้ การเสริมสร้างภาพลักษณ์สำหรับพรรคการเมืองจะเป็นการให้ความสำคัญกับพฤติกรรมและการแสดงออกของบุคคลในพรรค นั่นคือ ภาพลักษณ์ที่ดีจะเกิดจากการกระทำของบุคคลและผลงานทางด้านการเมืองของรัฐบาล โดยเน้นที่การแสดงออกของนักการเมืองเป็นสำคัญ

1.5 การสื่อสารภายในพรรคการเมือง การประชาสัมพันธ์ภายในมีความสำคัญต่อพรรคการเมืองในด้านที่จะต้องทำการสื่อสารเชื่อมโยงพรรคการเมืองกับสมาชิกพรรคที่กระจายอยู่ทั่วประเทศ และเชื่อมโยงระหว่างสำนักงานใหญ่ของพรรคกับสาขาพรรคที่ตั้งอยู่

ตามที่ต่างๆ พรรคการเมืองจะให้ความสำคัญกับการรับรู้ข่าวสารของบุคคลในพรรคให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นอกจากนี้ยังเป็นการสื่อสารเพื่อให้บุคคลของพรรคได้รับทราบและเข้าใจถึงนโยบายของพรรคที่ประกาศออกสู่สาธารณชน

1.6 การสื่อสารทางการเมืองเชิงการตลาด นิวแมน (อ้างถึงในพนม คล้ายยา, 2542) ได้ชี้ให้เห็นว่าการสื่อสารทางการเมืองเชิงการตลาดเป็นแนวคิดที่เกิดขึ้นมาจากการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของพรรคการเมือง พรรคการเมืองที่นำแนวคิดการตลาดมาใช้ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งจะมีการวิเคราะห์ผู้มีสิทธิเลือกตั้งในฐานะผู้บริโภคภายใต้สภาพการตลาดทางการเมือง เมื่อทราบปัญหาและความต้องการของประชาชนแล้ว จะนำมากำหนดนโยบายของพรรคและคัดเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งให้สอดคล้องกับความต้องการหรือเป็นแนวทางที่ประชาชนต้องการให้แก่ปัญหา และดำเนินการสื่อสารไปยังผู้มีสิทธิเลือกตั้ง

บทบาทของสื่อมวลชนในการพัฒนาประเทศด้านการเมือง

ธีรารักษ์ โปธิสุวรรณ (2548, หน่วยที่ 2) กล่าวว่ากระบวนการทางการเมืองในระบบประชาธิปไตยที่จะมีการพัฒนาไปในทิศทางที่ถูกต้องชอบธรรม สร้างความเจริญให้แก่ประเทศชาติ จะต้องประกอบด้วยปัจจัยหลักที่สำคัญ คือ ระบบโครงสร้างของสังคมที่เอื้อต่อการปกครอง ทศนคติของประชาชน รัฐบาลที่มาจากกรายยอมรับของประชาชน ระบบการสื่อสารที่มีอิสระเสรี โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อมวลชนที่มีเสรีภาพและความรับผิดชอบ ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าสื่อมวลชนมีบทบาทในการพัฒนาประเทศทางด้านการเมืองที่สำคัญดังนี้

1. การสร้างทัศนคติที่ถูกต้องเกี่ยวกับการเมือง
2. การกระตุ้นเร้าสร้างความสนใจทางการเมืองในระบบที่ถูกต้อง
3. ให้ความรู้ ข่าวสารทางการเมืองเพื่อให้ผู้รับสารนำไปอภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็น
4. ช่วยควบคุมพฤติกรรมของนักการเมืองให้ถูกต้องตามทำนองคลองธรรม
5. จุดความสนใจของประชาชนไปสู่ประเด็นทางการเมืองที่สำคัญ จนกระทั่งปัญหานั้นได้รับการแก้ไข
6. สร้างความใกล้ชิดระหว่างรัฐบาลกับประชาชน
7. ช่วยระดมพลังมวลชนในการสนับสนุนในสิ่งที่รัฐบาลได้ปฏิบัติอย่างถูกต้อง
8. สร้างบทบาททางการเมืองของประชาชนในการเป็นผู้มีสิทธิในการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งหรือการเรียกร้องในประเด็นปัญหาที่ไม่ชอบมาพากล

9. สร้างความเป็นสากลในการเมือง นั่นคือเมื่อประชาชนติดตามข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชนประเทศต่างๆ ประชาชนย่อมมีวิจารณญาณในการตัดสินใจในสิ่งที่ผู้นำของรัฐบาลต่างๆกระทำและสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในประเทศได้

สื่อมวลชนสามารถมีบทบาทในการพัฒนาทางการเมืองผ่านรายการวิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสารหรือแม้แต่ภาพยนตร์ ทั้งนี้สื่อมวลชนจะมีบทบาทในการพัฒนาประเทศด้านการเมืองมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับคุณภาพและประสิทธิภาพของสื่อมวลชนด้วย โดยในการใช้สื่อมวลชนเพื่อรณรงค์ให้ประชาชนมีส่วนร่วมทางการเมืองนั้น เป็นการให้ข้อมูลข่าวสาร ให้การศึกษา พัฒนาให้ประชาชนเข้าสู่สภาพการณ์ทางการเมืองแบบประชาธิปไตย คือมีความปรารถนาที่จะปกครองตนเองโดยมีขั้นตอนดังนี้ (สมานงามสนิท, 2549)

1. ให้ประชาชนสนใจการเมือง ได้แก่ การติดตามเหตุการณ์ทางการเมืองเป็นประจำ เช่น ติดตามการเลือกตั้ง การประชุมรัฐสภา สนับสนุนพรรคการเมือง เป็นสมาชิกพรรคและลงสมัครรับเลือกตั้ง

2. พัฒนาให้ประชาชนมีบุคลิกภาพประชาธิปไตย คือ พัฒนาให้ประชาชนมีบุคลิกภาพดังต่อไปนี้

2.1 ให้มีสำนึกในหน้าที่ทางการเมือง เพราะว่าปัจจุบันนี้การเมืองเป็นทั้งสิทธิและหน้าที่

2.2 พัฒนาให้ประชาชนชอบสังคม เป็นคนเปิดเผย สนทนาปัญหาบ้านเมืองและชุมชนของตน รวมกลุ่มเป็นชมรมหรือสมาคมเพื่อพิทักษ์สิทธิและผลประโยชน์ของกลุ่มตน

2.3 พัฒนาให้ประชาชนมีความเชื่อเพื่อเผื่อแผ่ โอบอ้อมอารี บุคลิกภาพนี้ทำให้คนอยู่ในสังคมอย่างเห็นอกเห็นใจกัน รู้แพ้ รู้ชนะ รู้อภัย ไม่เอาัดเอาเปรียบกัน ซึ่งเป็นวิถีชีวิตแบบประชาธิปไตย คือความผาสุกร่วมกันของประชาชนทั้งมวล

2.4 พัฒนาให้ประชาชนมีความรู้สึกปลอดภัยและไว้วางใจสังคมที่ตนอยู่ โดยเริ่มที่แต่ละคนในสังคมทำตนให้เป็นที่น่าไว้วางใจและปลอดภัยสำหรับคนอื่น เมื่อทุกคนในสังคมทำตนให้ปลอดภัยและไว้วางใจได้ สังคมนั้นโดยรวมก็จะปลอดภัยและไว้วางใจได้

2.5 ส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมทางการเมือง การปกครองส่วนท้องถิ่น และเป็นหน่วยงานตรวจสอบหน่วยงานภาครัฐ เช่น นายกเทศมนตรี องค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.) องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ผู้ว่าราชการจังหวัด

โดยเฉพาะผู้ว่าราชการจังหวัดซีอีโอ (Chief Executive Officer) ซึ่งมีอำนาจเบ็ดเสร็จในจังหวัด สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร คณะรัฐมนตรี เป็นต้น

การสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่อมวลชน

ไบรอัน แมคแนร์ (อ้างจากพนม คลีฉายา, 2551, หน่วยที่ 12) ให้ความหมายการสื่อสารทางการเมืองในสภาพสังคมที่สื่อมวลชนมีบทบาทอย่างมากในสังคมว่าเป็นการสื่อสารทางการเมืองที่เน้นการสื่อสารผ่านสื่อมวลชน โดยชี้ให้เห็นว่าการสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่อมวลชนเป็นการสื่อสารที่มุ่งหวังผลทางการเมือง “เป็นการสื่อสารอย่างมีเป้าหมายเกี่ยวกับการเมือง โดยหมายรวมถึงการสื่อสารทุกรูปแบบของนักการเมืองและบุคคลต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการเมืองที่มุ่งหวังจะบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ เป็นการสื่อสารที่มุ่งสื่อสารไปยังบุคคลที่มีใช้นักการเมือง เช่น ประชาชน สื่อมวลชน เป็นการสื่อสารที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับนักการเมืองและกิจกรรมทางการเมือง โดยเนื้อหาเหล่านี้จะปรากฏอยู่ในการรายงานข่าว บทบรรณาธิการ บทวิจารณ์ บทความ หรือรูปแบบอื่นๆของการรายงานข่าวการเมืองของสื่อมวลชน” ซึ่งสะท้อนว่าการสื่อสารทางการเมืองในระดับสาธารณชนผ่านสื่อมวลชนมีองค์ประกอบสำคัญ 3 ส่วน คือ ผู้กระทำการสื่อสาร ซึ่งก็คือ องค์การทางการเมือง สื่อมวลชน ซึ่งเป็นทั้งผู้รับสารจากองค์การทางการเมืองและทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการถ่ายทอดสารสู่สังคม และองค์ประกอบสุดท้ายคือ ประชาชน ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่องค์การทางการเมืองมุ่งหวังจะได้รับการสนับสนุน องค์ประกอบเหล่านี้มีความสัมพันธ์กันโดยองค์การทางการเมือง ได้แก่ พรรคการเมือง องค์การสาธารณะที่มีใช้พรรคการเมืองแต่มีการดำเนินงานเกี่ยวข้องกับการเมือง

กลุ่มกดดันซึ่งเคลื่อนไหวณรงค์เรื่องใดเรื่องหนึ่ง องค์การก่อการร้ายและรัฐบาลเป็นผู้ทำการสื่อสารเกี่ยวกับองค์การของตนเองในรูปแบบของการสื่อสารต่างๆ เช่น การปรากฏตัวทางสื่อมวลชน การให้ข่าว การให้สัมภาษณ์ การรณรงค์หาเสียง การโฆษณาองค์การ และการประชาสัมพันธ์องค์การผ่านสื่อมวลชน โดยสื่อมวลชนจะทำหน้าที่คัดเลือกและรายงานองค์การและการประชาสัมพันธ์องค์การผ่านสื่อมวลชน โดยสื่อมวลชนจะทำหน้าที่คัดเลือกและรายงานรวมทั้งแสดงความคิดเห็นและวิเคราะห์โดยนำเสนอในสื่อของตนเอง โดยมีประชาชนซึ่งเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนจะได้รับข่าวสารขององค์การทางการเมือง หลังจากนั้นประชาชนจะแสดงความคิดเห็นของตนต่อสื่อมวลชนในรูปแบบของการส่งจดหมายแสดงความคิดเห็นถึงกองบรรณาธิการ การให้สัมภาษณ์สื่อมวลชน รวมทั้งการแสดงความเห็นผ่านโพล ซึ่งจะเห็นได้ว่า การ

สื่อสารดังกล่าวเป็นการสื่อสารแบบสองทางระหว่างองค์การทางการเมืองกับประชาชน โดยมีสื่อมวลชนเป็นช่องทางการสื่อสาร

องค์ประกอบของการสื่อสารทางการเมืองเริ่มต้นที่องค์การการเมืองซึ่งถือเป็นผู้กระทำการสื่อสารที่มุ่งหวังผลเฉพาะตามที่ตนเองต้องการ โดยทั่วไปองค์การทางการเมืองล้วนมีอุดมการณ์ทางการเมืองเฉพาะของตนเองที่นำมาใช้เป็นแนวทางในการดำเนินกิจกรรมทางการเมือง ดังนั้น จึงทำการสื่อสารสู่ประชาชนเพื่อเกิดการยอมรับจากประชาชนและสังคมโดยรวม กล่าวคือ พรรคการเมืองมีอุดมการณ์ทางการเมืองและนโยบายเฉพาะของตนเองซึ่งแตกต่างกันไปแต่ละพรรค และทุกพรรคการเมืองมีเป้าหมายที่จะเข้ามาบริหารประเทศตามอุดมการณ์และนโยบายของตน จึงพยายามหาเสียงสนับสนุนจากประชาชนในกรลงคะแนนเสียงเลือกตั้งให้พรรคของตนมีจำนวนผู้แทนราษฎรมากที่สุด เพื่อจะเป็นแกนนำในการจัดตั้งรัฐบาลทำหน้าที่บริหารประเทศ ในขณะเดียวกันองค์การสาธารณะหรือกลุ่มกดดันต่างๆไม่ว่าจะเป็นกลุ่มอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม กลุ่มรณรงค์สุขภาพ ล้วนมุ่งหวังจะผลักดันให้รัฐบาลนำอุดมการณ์ แนวความคิดในการแก้ปัญหาของตนไปใช้เป็นนโยบายในการบริหารประเทศ จึงทำการสื่อสารผลักดันให้บรรลุผลดังกล่าวภายใต้การได้รับการสนับสนุนจากประชาชนและสื่อมวลชน จะเห็นได้ว่า การสื่อสารขององค์การทางการเมืองที่กล่าวมาเป็นการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจเพื่อให้ได้มาซึ่งการสนับสนุนจากประชาชน

จะเห็นได้ว่าการสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่อมวลชน เป็นการสื่อสารที่มีผู้ส่งสารคือองค์การทางการเมืองผ่านช่องทางการสื่อสาร คือ สื่อมวลชน โดยมีผู้รับสารเป็นประชาชนจำนวนมาก เป็นการสื่อสารจากองค์การไปยังคนจำนวนมาก โดยที่สื่อมวลชนมีบทบาทในฐานะผู้ที่จะนำเสนอความคิดขององค์การทางการเมือง สร้างวาระความสนใจในสังคม รวมทั้งเป็นช่องทางสะท้อนความเห็นของประชาชนที่มีต่อประเด็นดังกล่าว ซึ่งสามารถส่งผลต่อความคิด ความเชื่อ ทศนคติและพฤติกรรมของประชาชน

จากข้างต้นนี้ย่อมสามารถชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของการสื่อสารกับการเมืองในทุกระบบ ตั้งแต่ระดับบุคคลไปจนกระทั่งถึงระดับโลก แท้ที่จริงแล้วการสื่อสารเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นพร้อมกับความเป็นมนุษย์ความสามารถในการพูด เขียน แสดงออก เป็นต้น สิ่งดังกล่าวนี้ถือว่าการสื่อสารทั้งสิ้น และตราบไคที่มนุษย์ยังเป็นพลเมืองของรัฐของประเทศและของโลก ตราบนั้นมนุษย์ยังต้องข้องเกี่ยวกับการเมืองอยู่ดี โดยเฉพาะในสังคมโลกปัจจุบันที่ความเจริญด้านเทคโนโลยีของการสื่อสารมีความก้าวหน้ามากขึ้น ทำให้ขยายบทบาทของการสื่อสารมีความสลับซับซ้อนทันสมัยขึ้น และมีผลกระทบต่อนุชนิในทุกระดับสังคมมากขึ้น กลายเป็นปัจจัยแฝง

แห่งอำนาจทางการเมืองของผู้ปกครองเพื่อการควบคุมสังคมและประชาชนผู้ใต้ปกครอง ปัจจัยนำเข้า (Input) อย่างหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการอบรมกล่อมเกลாதองการเมือง (Political Socialization) การให้การศึกษาทางการเมือง (Political Education) การแลกเปลี่ยนข่าวสารทางการเมือง (Political Exchange of Message) เป็นต้น และรับกับบทบาทสำคัญแห่งความเป็นรัฐและรัฐบาล คือการพัฒนาการเมืองที่มุ่งสู่ความเป็นประชาธิปไตยเป็นสำคัญ

ดังนั้นศาสตร์ของการสื่อสารกับการสื่อสารทางการเมืองจึงได้รับความสนใจอย่างกว้างขวางมากขึ้นจากบุคคลทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นผู้นำการปกครอง ในฐานะที่เป็นผู้ใช้ประโยชน์จากการสื่อสารกับการเมืองมากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นทางการเผยแพร่ข่าวสารทางการเมือง เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างผู้ใต้การปกครอง คือ ประชาชนกับตน (Political Relationships) ใช้เพื่อทำการโฆษณาชวนเชื่อหรือชักจูง (Propaganda or Persuasion) ผู้ใต้การปกครองคือ ประชาชนให้หลงเชื่อยอมคล้อยตาม เห็นดีเห็นงามกับการกระทำของตนในกิจการต่างๆ และนโยบายการปกครองด้วย และผู้ใต้การปกครองในฐานะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากนโยบายและการบริหารการปกครองของผู้ปกครอง

แนวคิดนโยบายสาธารณะ

นอกจากการสื่อสารนั้นจะเกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางการเมืองทุกประเภทไม่ว่าจะเป็นระดับใด ล้วนกำเนิดมาจากความคิดอันเป็นกรอบนำทางว่าควรจะทำอะไร เมื่อใด ที่ไหน โดยใครและอย่างไร หากปราศจากความคิดที่ชัดเจน การกระทำที่ตามมาคงปราศจากทิศทางที่แน่นอนชัดเจนในการดำเนินกิจกรรมของรัฐบาล ความคิดหรือเจตนารมณ์ก็เกิดขึ้นก่อนเช่นเดียวกัน จากนั้นค่อยๆพัฒนาชัดเจนขึ้นกลายเป็นกรอบกำหนดทิศทางและแนวทางดำเนินกิจกรรมต่างๆของรัฐบาล ซึ่งในความหมายกว้างๆ คือ นโยบายของรัฐบาลหรือนโยบายสาธารณะ (public policy) ซึ่งแนวทางดำเนินกิจกรรมนี้ ในทางปฏิบัติ คือ ทางเลือกที่รัฐบาลได้กำหนดขึ้นเพื่อแก้ปัญหา บรรเทาปัญหา และ/หรือป้องกันปัญหาต่างๆตามภาระหน้าที่ของรัฐบาล ทางเลือกนี้ จะมีความชัดเจนเฉพาะเจาะจงมากน้อยเพียงใดย่อมขึ้นอยู่กับผู้กำหนดทางเลือก และระดับความซับซ้อนของปัญหาด้วย โดยทั่วไปนโยบายระดับชาติมักมีลักษณะครอบคลุมกว้างขวาง แต่ขาดความชี้ชัดเฉพาะเจาะจง นโยบายระดับล่างซึ่งจะต้องสอดคล้องและสนับสนุนนโยบายระดับสูงจะมีความแจ่มชัดและเฉพาะเจาะจงมากขึ้นเป็นลำดับ ขณะเดียวกันความครอบคลุมจะแคบเข้าเป็นเฉพาะเรื่องหนึ่งๆเท่านั้น

ส่วนคำว่า “กิจกรรมของรัฐ” หมายความว่า กิจกรรมนี้จะเกี่ยวข้องและมีผลกระทบต่อสาธารณชนมากบ้างน้อยบ้างสุดแล้วแต่ลักษณะของกิจกรรม นอกจากนี้ยังหมายความว่า เป็นกิจกรรมที่ดำเนินการหรือควบคุมดูแลการดำเนินการโดยองค์กรของรัฐ เพื่อประโยชน์สุขของสาธารณชนเป็นสิ่งสำคัญ แนวทางการดำเนินกิจกรรมของรัฐจำนวนหนึ่งอาจไม่มีการประกาศเป็นลายลักษณ์อักษร และ/หรือบันทึกไว้เป็นเอกสารชัดเจน แต่เป็นแนวทางที่ผู้บริหารยึดถือปฏิบัติสม่ำเสมอตลอดเวลาก็ดังกล่าวเป็นนโยบายสาธารณะเช่นเดียวกัน

นโยบายสาธารณะเป็นเรื่องที่มีขอบเขตกว้างขวาง ครอบคลุมกิจกรรมต่างๆ มากมาย เกี่ยวข้องกับหน่วยงานรัฐบาลทุกกระทรวง ทบวง กรม ในทุกระดับ และยังส่งผลต่อการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจทุกประเภท รวมทั้งเกี่ยวข้องกับแทบทุกกิจกรรมของประชาชนทั่วไป การศึกษาเรื่องนโยบายสาธารณะจึงทำได้หลายวิธี หลายแนวทาง ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ความสนใจ และความชำนาญ นโยบายสาธารณะสามารถจำแนกเป็นแนวทางที่สำคัญได้ 3 แนวทางด้วยกัน คือ แนวอธิบายนโยบาย แนววิเคราะห์นโยบายและแนวนโยบายศาสตร์

1. แนวอธิบายนโยบาย จุดเด่นของแนวทางนี้คือ การศึกษานโยบายสาธารณะเป็นเรื่องๆ เป็นรายกรณีไป กล่าวคือ มีการหยิบยกนโยบายหนึ่งขึ้นมาวิเคราะห์อย่างละเอียด การวิเคราะห์มักเน้นการพิจารณาจากทฤษฎีของผู้กำหนดนโยบายระดับสูง คือ รัฐบาล พรรคการเมืองและรัฐสภาเป็นสำคัญ

2. แนววิเคราะห์นโยบาย จุดเด่นของแนวทางนี้คือ มุ่งศึกษาโดยเน้นการวิเคราะห์นโยบายทั่วไป ไม่เน้นการพิจารณาเป็นรายกรณี และมักเน้นการนำเอาระเบียบวิธีการ เทคนิคและวิธีวิเคราะห์ของศาสตร์หลายแขนงมาประยุกต์ใช้ การวิเคราะห์ในที่นี้หมายถึงรวมถึงการพยายามแยกแยะ และแจกแจงปัญหานโยบายออกเป็นส่วนๆ

3. แนวนโยบายศาสตร์ จุดเด่นของแนวทางนี้คือเน้นการพัฒนา และสั่งสมองค์ความรู้เพื่อสร้าง “ศาสตร์” ของนโยบายสาธารณะ อย่างไรก็ตามการศึกษานโยบายสาธารณะตามแนวนี้นับปัจจุบันยังไม่ก้าวไปไกลเท่าที่ควร

การกำหนดนโยบายและการนำนโยบายไปปฏิบัติ

ศุภชัย ยาวะประภาส (2550) กล่าวว่า ขั้นตอนแรกของการกำหนดนโยบาย คือ การกำหนดนโยบาย ซึ่งเกี่ยวข้องกับการระบุประเด็นปัญหา การพัฒนาทางเลือกและการเสนอทางเลือก

1. การระบุประเด็นปัญหา ประเด็นแรกที่ต้องทำความเข้าใจ คือ ลักษณะหรือธรรมชาติของปัญหานโยบาย ซึ่งมักมีลักษณะพิเศษต่างจากปัญหาทั่วไปและประเด็นที่สองคือวิธีการต่างๆที่อาจช่วยในการจัดโครงสร้างของปัญหา หรือระบุประเด็นปัญหาได้ชัดเจนขึ้น

2. การพัฒนาทางเลือก โดยทั่วไปทางเลือกมักกำหนดได้ไม่ยากนักจากความรู้ทางทฤษฎี เทคโนโลยีสมัยใหม่ ประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับปัญหา ประเด็นสำคัญยิ่งกว่าการมองเห็นทางเลือกจำนวนมากและหลากหลาย เช่น การวิเคราะห์ให้ชัดเจนถึงผลดีและผลเสียต่างๆของทางเลือกแต่ละทาง ทั้งนี้เพื่อรวบรวมไว้เป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาเลือกที่เหมาะสมที่สุดไปกำหนดเป็นนโยบายต่อไป

3. การเสนอทางเลือก ในการเสนอทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งเพื่อให้ผู้กำหนดนโยบายตัดสินใจเลือกเป็นนโยบายนั้น ควรคำนึงถึงเกณฑ์ที่สำคัญหลายประการ ได้แก่

3.1 ประสิทธิภาพ หมายถึง ความสามารถในการบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของนโยบาย

3.2 ประสิทธิภาพ หมายถึง ความสามารถในการผลิตผลผลิตหรือให้บริการ โดยมีต้นทุนต่อหน่วยต่ำที่สุด

3.3 ความพอเพียง หมายถึง ความสามารถในการดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์ของนโยบายภายใต้เงื่อนไขทางทรัพยากรที่มีอยู่

3.4 ความเป็นธรรม เกณฑ์เรื่องนี้พิจารณาได้จากการกระจายตัวของผลของการดำเนินการตามทางเลือกที่มีต่อประชาชนกลุ่มต่างๆในสังคม ทางเลือกที่เป็นธรรมคือ ทางเลือกที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชนกลุ่มต่างๆโดยเท่าเทียมกัน

3.5 ความสามารถในการสนองตอบ เกณฑ์เรื่องนี้พิจารณาได้จากระดับความสามารถของทางเลือกในการตอบสนองความต้องการของกลุ่มต่างๆ ความชอบของกลุ่มต่างๆ และค่านิยมพื้นฐานของกลุ่มต่างๆ ทางเลือกที่มีความสามารถในการตอบสนองสูงคือ ทางเลือกที่สามารถทำให้กลุ่มที่มีความจำเป็นสูงได้รับผลจากทางเลือกนั้นด้วย

3.6 ความเหมาะสม เกณฑ์นี้นำเอาเกณฑ์อื่นๆหลายเกณฑ์มาพิจารณาพร้อมกัน เกณฑ์นี้พิจารณาลึกลงไปถึงคุณค่าและความเหมาะสมของเป้าหมายของทางเลือกที่กำหนดไว้แล้ว

หลังจากการกำหนดทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งที่เหมาะสมที่สุดเป็นนโยบายแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือการนำนโยบายที่กำหนดไว้นั้นไปปฏิบัติให้เกิดผล เพื่อให้เข้าใจการนำนโยบายไป

ปฏิบัติให้ชัดเจนขึ้น ควรพิจารณาลักษณะของการนำนโยบายไปปฏิบัติว่ามีลักษณะพิเศษอะไรบ้าง ในเรื่องนี้แรดล ริปเลย์และเกรซ แฟรงกลิน (Randall Ripley and Grace Franklin, 1982) ได้แยกแยะให้เห็นว่ามี 5 ประเด็นที่สำคัญคือ

1. ผู้เกี่ยวข้อง ในการนำนโยบายไปปฏิบัตินั้นใครก็ได้ที่ต้องการสามารถเข้ามามีส่วนร่วมได้ทั้งนั้น เมื่อเข้ามาแล้วจะเลือกอยู่ฝ่ายใดก็ย่อมทำได้

2. วัตถุประสงค์ วัตถุประสงค์ต่างๆของนโยบายหนึ่งๆมักมีลักษณะกระจายกระจาย มีจำนวนมากและมักสับสนไม่ชัดเจน จึงอาจกล่าวได้ว่าไม่เคยมีวัตถุประสงค์ใด วัตถุประสงค์หนึ่งๆที่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายเห็นพ้องกันโดยคุชฎีปราศจากข้อโต้แย้งใดๆทั้งสิ้น

3. การขยายตัวของรัฐบาลและโครงการต่างๆ จำนวนงบประมาณและข้าราชการที่เพิ่มตลอดเวลาสะท้อนให้เห็นถึงกิจกรรมต่างๆของรัฐบาลที่เพิ่มขึ้นตลอดเวลาตามไปด้วย ซึ่งอีกนัยหนึ่งคือการนำนโยบายไปปฏิบัติอันเป็นกิจกรรมที่ต่อเนื่องและเกี่ยวข้องกับนโยบายต่างๆต้องมีจำนวนและขอบเขตเพิ่มขึ้นอย่างแน่นอน

4. ความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานจากหลายกระทรวงในหลายระดับ นโยบายไม่ว่าจะเป็นระดับ ประเทศหรือระดับมลรัฐมักต้องมีหน่วยงานเข้ามาเกี่ยวข้องรับผิดชอบหลายหน่วยงานจากหลายกระทรวง นโยบายระดับชาติที่มีความสำคัญสูงมักไม่สามารถดำเนินการได้โดยอาศัยกระทรวงเพียงกระทรวงเดียว การที่มีหลายหน่วยงานจากหลายกระทรวง ทบวง กรมมาเกี่ยวข้องนี้เองที่ทำการนำนโยบายไปปฏิบัติมีลักษณะยุ่งยาก สลับซับซ้อนต้องอาศัยการประสานงานที่มีประสิทธิภาพ การสื่อสารที่ชัดเจนเข้าใจง่ายและที่สำคัญต้องอาศัยความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันระหว่างหน่วยงานที่เข้ามามีส่วนร่วมทุกหน่วยงาน

5. ปัจจัยที่อยู่นอกเหนือการควบคุม ปัจจัยเหล่านี้อาจได้แก่ การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองที่รวดเร็วและฉับพลัน ความผันผวนทางเศรษฐกิจของประเทศและ/หรือของโลก ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและความไม่แน่นอนของธรรมชาติเป็นต้น ข้อเท็จจริงนี้เองทำให้การนำนโยบายไปปฏิบัติมีลักษณะซับซ้อนและเปลี่ยนแปลงไปมากขึ้น

การประเมินผลนโยบาย

นโยบายสาธารณะเป็นแนวทางการดำเนินงานของรัฐบาล เมื่อนำนโยบายไปปฏิบัติแล้ว ผลของนโยบายที่เกิดขึ้นอาจสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ เมื่อแรกกำหนดนโยบาย อาจไม่บรรลุวัตถุประสงค์เลย อาจก่อให้เกิดผลข้างเคียงที่นำไปสู่ปัญหาของประเทศในด้านอื่น หรืออาจก่อให้เกิดผลในทางดีที่ไม่เคยคาดการณ์มาก่อน ผลของนโยบายทั้งผลทางตรง



ทางอ้อม ผลในระยะสั้นหรือระยะยาวล้วนมีความสำคัญต่อการกำหนดนโยบายของรัฐบาลในโอกาสต่อไป บทเรียนจากความสำเร็จหรือล้มเหลวที่เกิดขึ้นจะมีส่วนช่วยให้เกิดการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านเนื้อหาและวิธีการดำเนินงานของนโยบายให้รอบคอบรัดกุมขึ้น อย่างไรก็ตาม ผลดังกล่าวจะทราบได้ต่อเมื่อมีการประเมินผลนโยบายอย่างจริงจังและเป็นระบบ

ในเรื่องลักษณะสำคัญของการประเมินผลนโยบายนี้ โรเบิร์ต เอฟ คลาร์ก (Robert F. Clark, 1979) เสนอว่าโดยทั่วไปแล้วลักษณะร่วมที่สำคัญและเป็นที่ยอมรับในแวดวงวิชาการว่าเป็นลักษณะของการประเมินผลนโยบายที่ดีมี 3 ลักษณะด้วยกันคือ

1. การใช้วิธีการของการวิจัยเชิงทดลองในการประเมินผล (experimental design research) สำคัญของวิธีการนี้คือ

ประการที่หนึ่ง ต้องมีการกำหนดกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม

ประการที่สอง ใช้วิธีการสุ่มเพื่อกำหนดว่าผู้ใดจะต้องอยู่ในกลุ่มทดลองหรือกลุ่มควบคุม ไม่ใช้วิธีที่ตามความสมัครใจหรือกำหนดตามอำเภอใจ

ประการที่สาม การเลือกกลุ่มผู้ถูกศึกษามาจากมวลประชากรต้องใช้วิธีการสุ่มเช่นเดียวกัน

ประการที่สี่ ผู้ทำการประเมินต้องสามารถควบคุมตัวแปรต้นและตัวแปรตามในการประเมินผลได้ การประเมินผลโดยการทดลองนี้เป็นวิธีที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นวิทยาศาสตร์มากที่สุด ผลที่ถูกต้องและเที่ยงตรงกว่าการประเมินผลโดยวิธีอื่น อย่างไรก็ตามการประเมินผลโดยการทดลอง เป็นสิ่งที่เป็นไปได้ยากในทางปฏิบัติ โดยเฉพาะเรื่องงบประมาณ

2. การเปิดโอกาสให้ผู้รับผิดชอบในนโยบายเข้ามามีส่วนร่วมอย่างใกล้ชิดตั้งแต่การเริ่มวางแผนประเมิน การกำหนดยุทธวิธี การออกแบบวิธีการประเมินไปจนถึงการลงมือเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์และตีความข้อมูล

3. ผลที่ได้จากการประเมิน ในทางปฏิบัติโดยทั่วไปแล้วการประเมินผลมักไม่มีผลกระทบในทางปฏิบัติต่อนโยบายหรือโครงการใดๆ ผลการประเมินเป็นเพียงข้อมูลที่เย็บเล่มไว้สวยงาม แต่ถึงแม้จะไม่มีผู้สนใจต่อการประเมินมากนัก ผลที่ได้เมื่อสะสมกันมากขึ้นจะพอกพูนเป็นความรู้ เป็นข้อคิดเห็นที่มีประโยชน์ต่อการศึกษาและปฏิบัติในโอกาสต่อไป

แนวคิดเรื่องบทบาทและหน้าที่ของโฆษก

โฆษก (Spokesperson) คือบุคคลที่ทำหน้าที่ประกาศข่าวสารหรือข้อมูลต่างๆ ให้แก่สาธารณชนได้รับรู้ โดยในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ให้ความหมาย

ของคำว่าโฆษกว่า "ผู้ประกาศ ผู้โฆษณา เช่น โฆษกสถานีวิทยุ หรือ ผู้แถลงแทน เช่น โฆษกรัฐบาล โดยโฆษกส่วนมากจะทำหน้าที่ในงานพิธีสำคัญต่างๆ เป็นงานที่เป็นทางการ (วิกิพีเดีย, 2553)

โฆษก ภาษาอังกฤษใช้คำว่า Announcer และบางแห่งก็ใช้ Spokesman ไทยใช้คำว่า โฆษก ซึ่งใน พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 บอกความหมายไว้ว่า หมายถึง ผู้ประกาศ ผู้โฆษณา เช่น โฆษกสถานีวิทยุต่างๆ ผู้แถลงข่าวแทน เช่น โฆษกพรรคการเมือง

จะเห็นว่าสมัยก่อนจะใช้แต่คำว่า โฆษกอย่างเดียว ในการทำหน้าที่เป็นผู้ประกาศ โฆษณา ทุกงานและทุกอาชีพ เช่น โฆษกสถานีวิทยุ โฆษกสถานีโทรทัศน์ (สมัยก่อนหน้าห้องโฆษกจะมีป้ายติดไว้ว่า "ห้องโฆษก" เป็นห้องที่โฆษกเข้าไปพูดออกอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียง) ผู้ประกาศขายยาในรถแท็กซี่เรียกว่า "โฆษกขายยา" สรุปว่า เมื่อต้องพูด ต้องประกาศ ต้องบรรยายในงานใดๆ ก็เรียกว่าเป็นโฆษกงานนั้นๆ เสมอ

"โฆษก" มีหน้าที่เป็นผู้พูดแทนบุคคล 2 ฝ่าย คือ ฝ่ายที่จัดงาน (เจ้าของงาน เจ้าภาพ) กับผู้ที่ได้รับเชิญมาพูดหรือมาปฏิบัติ ส่วนใหญ่ผู้ได้รับเชิญมักออกมาปฏิบัติมากกว่าออกมาพูด หรือกล่าวอีกอย่างหนึ่งคือเป็นผู้ที่พูดแทนผู้ที่ได้รับเชิญกับผู้ฟัง ผู้ดู โดยโฆษกเป็นตัวกลางติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ได้รับเชิญ เจ้าของงานกับผู้ฟัง (ผู้ดู) แต่หากเป็นโฆษกพรรคการเมืองนั้น โฆษกก็มักจะเป็นตัวแทนของฝ่ายที่จัดงานหรือก็คือ พรรคการเมือง โดยผู้ที่ได้รับเชิญก็คือ นักข่าวและสื่อมวลชน และในเวลาที่เหลือถ้าไม่มีกิจกรรม โฆษกก็สามารถจะพูดไปเรื่อยๆ เท่าที่มีเวลา ไม่ปล่อยให้บรรยากาศของงานเงียบเหงา พูดตามที่เจ้าของงานต้องการให้พูด โดยโฆษกสามารถแทรกความคิดเห็นเพิ่มเติมในระหว่างที่พูดได้ การพูดของโฆษกค่อนข้างอิสระ ถ้าเวลามีพอก็สามารถพูดตามใจชอบได้โดยไม่ต้องไม่ทำให้บรรยากาศของงานเสีย โฆษกจะปรากฏตัวให้ผู้มาร่วมงานเห็นก็ได้ ไม่ต้องการให้เห็นก็ได้ อาจนั่งแอบพูดอยู่ที่ใดก็ได้ ขอให้เสียงที่พูดดังชัดเจนเราใจเข้ากับบรรยากาศของงานก็แล้วกัน ทั้งนี้ยกเว้นโฆษกรัฐบาล และโฆษกพรรคการเมืองซึ่งเป็นตำแหน่งในพรรคการเมืองต่างๆ มีหน้าที่แถลงข่าวของพรรคแต่ละพรรค การพูดจะค่อนข้างเป็นทางการมีขั้นตอน ไม่ได้พูดเรื่อยๆ เหมือนโฆษกงานต่างๆ (มัลลิกา, 2551)

สมปราชญ์ อัมมะพันธ์ (2529) กล่าวว่า การพูดในฐานะโฆษกนั้น โฆษกเป็นผู้ทำหน้าที่เป็นตัวกลางติดต่อสื่อความหมายระหว่างผู้รับเชิญกับผู้ฟังหรือผู้ชม ผู้ทำหน้าที่เป็นโฆษกนั้นจะต้องเป็นคนรอบรู้ มีปฏิภาณไหวพริบในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี จะต้องเป็นผู้มีอารมณ์ร่าเริง แจ่มใส มีความว่องไวและคล่องตัว

วิธีการพูดในฐานะโฆษก

1. พยายามทำตัวเป็นผู้มีบุคลิกภาพดี วางตัวเป็นสง่า มีสีหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส
2. รู้จักเลือกใช้ถ้อยคำและเรื่องที่จะนำมาพูด
3. อย่าพูดให้มากเกินไปและพยายามหลีกเลี่ยงการใช้ถ้อยคำที่ซ้ำซาก

งานทางด้านการพูดในที่ชุมนุมชนเป็นงานของสำนักโฆษก ซึ่งเป็นของฝ่ายประชาสัมพันธ์ หน้าทีโฆษก คือ รับสมัครและทำการฝึกปฏิบัติผู้พูด ทำการนัดเวลาพูด ช่วยฝ่ายจัดการเพื่อวางแผนการพูดในที่ชุมนุม การเขียนสุนทรพจน์ การวิจัยและการเตรียมอุปกรณ์โสตทัศนศึกษาเพื่อช่วยในการพูด

การรับสมัครผู้พูด (Recruiting Speakers) หน้าทีของงานโฆษก คือหาอาสาสมัครผู้พูด โดยมากรับจากผู้ควบคุมงาน (Supervisors) และพนักงานที่สนใจและมีคุณสมบัติที่จะพูดเกี่ยวกับนโยบายและกิจกรรมของบริษัท เรื่องวิชาการและหัวข้อที่เป็นที่น่าสนใจแก่สาธารณชน

งานโฆษก จะทำหน้าที่สำรวจหาผู้ที่มีความสามารถทางด้านการพูดในองค์กร ผู้พูดจะได้รับการประเมินผลในแง่ความรู้เกี่ยวกับเรื่องนั้นๆ ประสิทธิภาพการพูดในที่ชุมนุมชนและลักษณะพิเศษเฉพาะ ผู้พูดหรือโฆษกจะได้รับการคัดเลือกจากการปรึกษากับหัวหน้าฝ่าย และมีการประกาศให้ทราบในวารสารสำหรับพนักงาน ติดประกาศบนบอร์ดหรือติดต่อเป็นการส่วนตัวจากฝ่ายประชาสัมพันธ์ อย่างไรก็ตามควรมีแฟ้มที่เก็บเรื่องราวของผู้พูดแต่ละคน เช่น ประวัติภาพสำหรับสื่อมวลชน และรายงานการประเมินของผู้ฟัง

การฝึกหัดผู้พูด (Training Speakers) ถึงแม้อาสาสมัครบางคนมีทักษะในการพูด แต่ส่วนมากจะมีประสบการณ์ไม่มากและต้องการการฝึกหัดเพื่อให้สามารถสร้างความประทับใจแก่ผู้ฟังอาจจะให้พนักงานไปฝึกหัดที่สถาบันการพูดโดยบริษัทเป็นผู้出ค่าใช้จ่ายให้ หรือบริษัทอาจจ้างอาจารย์มาสอนถึงการเตรียมวาทนิพนธ์และการพูด

การเตรียมสุนทรพจน์ (Speech Preparation) ประสิทธิภาพของแผนงานพูดในที่ชุมนุมชนจะมีแค่ไหน นอกจากขึ้นอยู่กับผู้พูดที่ดีแล้ว ยังขึ้นอยู่กับคุณค่าและน่าสนใจของสาร หน้าทีของงานโฆษก คือ รวบรวมเนื้อหาและช่วยผู้พูดในการเลือกหัวเรื่องในองค์กรและเรียบเรียงเนื้อหาที่จะพูด บัญชีหัวข้อที่จะพูดอาจจะนำเสนอโดยผู้พูดและอนุมัติจากฝ่ายจัดการ เจ้าหน้าที่งานโฆษกมีหน้าที่ช่วยรวบรวมเนื้อหาของแต่ละเรื่อง สุนทรพจน์จากเจ้าหน้าที่ขององค์กรทั้งหมด จัดเก็บไว้ที่งานโฆษก ส่วนเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์มีหน้าที่เตรียมสุนทรพจน์มาตรฐานสำหรับอาสาสมัครซึ่งจะพูดตามที่เขียนทุกถ้อยคำ นักพูดบางคนใช้สุนทรพจน์มาตรฐานเป็นพื้นฐาน

สำหรับเขียนด้วยตัวเอง แต่บางคนจะเลือกที่จะเขียนสุนทรพจน์เอง คือ เลือกเนื้อหาเองและเพิ่มเติมเรื่องที่น่าสนใจอยู่ขณะนั้นได้ด้วย

การพิจารณาตรวจสอบสุนทรพจน์ (Speech Clearance) องค์การบางแห่งได้วางนโยบายไว้ว่าสุนทรพจน์จะต้องได้รับความเห็นจากฝ่ายประชาสัมพันธ์ก่อนการมีใช้ นโยบายดังกล่าวถือปฏิบัติกัน เคร่งครัดมากในอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันกันสูง และองค์กรทางด้านการทหาร The United States Arm Forces ออกกฎว่าสุนทรพจน์และข่าวสารที่จะส่งออกไปทั้งหมดต้องได้รับการตรวจก่อนในแง่ความถูกต้อง ความเหมาะสมและสอดคล้องกับนโยบายและเพื่อความมั่นคงของสถาบัน

หัวข้อสุนทรพจน์ (Speech Subjects) หัวข้อที่จะนำมาเป็นสุนทรพจน์มีหลายเรื่อง ทั้งนี้แล้วแต่ส่วนประกอบและความสนใจของผู้รับ และขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ขององค์กรที่สนับสนุนผู้พูด และผู้พูดมีความคุ้นเคยกับเรื่องแค่ไหน

หัวข้อที่จะพูดอาจเกี่ยวข้องกับโดยตรงกับผลิตภัณฑ์และบริการของธุรกิจหรืออุตสาหกรรมที่ให้การอุปถัมภ์หรืออาจไม่เกี่ยวข้องกันเลยก็ได้ ส่วนมากจะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับงานอดิเรกและสิ่งที่สนใจเป็นพิเศษของผู้พูด แต่องค์กรก็ยังได้ชื่อเสียงเพราะชื่อองค์กรจะได้รับการกล่าวถึงก่อนและหลังการพูด

คู่มือผู้พูด (Speaker's Guide) ฝ่ายประชาสัมพันธ์มีหน้าที่เตรียมคู่มือสำหรับผู้พูด คู่มือประกอบด้วยหัวเรื่องต่างๆที่จะพูด จะเตรียมสุนทรพจน์อย่างไร และรวมทั้งสุนทรพจน์ต่างๆ สังเขปสุนทรพจน์และเนื้อหาเกี่ยวกับภูมิหลังต่างๆ

การหาโอกาสสำหรับการพูด (Securing Engagement for Speeches) หน้าที่สำคัญอย่างหนึ่งของงานโฆษณา คือ หาโอกาสให้ผู้พูดได้พูด วิธีที่ได้ผลที่สุด คือ ติดต่อบริษัทกับประธานของโครงการและเจ้าหน้าที่ขององค์กรที่เป็นราชการ วัด องค์กรทางอาชีพ การศึกษาในบริเวณที่องค์กรตั้งอยู่ฝ่ายงานโฆษณาทำหน้าที่ส่งจดหมายไปยังหน่วยงานต่างๆที่ต้องการจะไปพูด จุลสารพร้อมด้วยภาพของผู้พูดพร้อมทั้งภูมิหลังของตัวผู้พูดและเรื่องที่จะพูด

การจัดการนัดหมาย (Handling Speaker Bookings) งานโฆษณাজัดเก็บข้อมูลสำหรับผู้พูดแต่ละคน รายชื่อหัวข้อที่ผู้พูดสามารถอภิปรายได้ ประวัติส่วนตัวรายการที่เคยพูดและรายงานการตอบสนองของผู้ฟัง ข้อมูลนี้จะนำมาใช้พิจารณาจัดผู้พูดที่เหมาะสมที่สุดเมื่อได้รับการร้องขอจากองค์กรอื่นๆจากนั้นก็ลงแบบฟอร์ม ชื่อผู้พูด หัวข้อที่จะพูด วัน เวลาที่พูด

เมื่อเลือกผู้พูดและนัดหมายกับผู้พูดได้แล้ว ต้องแจ้งให้ประธานโครงการขององค์กรที่ขอมาทราบ ถ้าผู้พูดไม่สามารถไปตามกำหนดนัดหมายได้งานโฆษกต้องจัดผู้พูดแทนและแจ้งให้ประธานโครงการทราบ

โสตทัศนูปกรณ์สำหรับการพูด (Visual Aids for Speakers) การพูดในที่ชุมนุมชนปกติต้องใช้โสตทัศนูปกรณ์เพื่อให้ผู้ฟังเข้าใจเรื่องได้อย่างแจ่มกระจ่าง เพื่อสร้างความสนใจและดึงดูดผู้ฟังให้ติดตามอุปกรณ์โสตทัศนที่ช่วยการพูด ได้แก่ ภาพวาด การ์ตูน แผนที่ ภาพจริง แผ่นพลิก แผ่นใส เป็นต้น เป็นหน้าที่ที่งานโฆษกจะจัดทำสื่อประกอบเหล่านี้

การติดตามผลการพูด (Follow up Speeches) หน้าที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของงานโฆษก คือ ติดตามดูว่าผู้พูดไปพูดตามกำหนดและได้ผลเป็นน่าพอใจหรือไม่ โดยการสอบถามถึงผลการประเมิน จากผลการประเมินอาจจะต้องเปลี่ยนเรื่องที่พูดหรือต้องทำการฝึกหัดผู้พูด เป็นต้น

นโยบายการพูดในที่ชุมนุม (Public Speaking Policy)

แผนงานการพูดในที่ชุมนุมชนต้องมาจากนโยบายขององค์กร นโยบายการพูดในที่ชุมนุมชนอาจจะดูได้จากไคเซอร์ อลูมิเนียมและเคมิกัล คอร์ปอเรชั่น ซึ่งกำหนดไว้ว่า

“บริษัทส่งเสริมให้พนักงานที่มีคุณภาพใช้การพูดเป็นวิธีที่จะเล่าเรื่องราวของบริษัทหรือเล่าถึงการดำเนินงานบางส่วนของบริษัท กิจกรรมเหล่านี้จะนำมาซึ่งชื่อเสียงและความก้าวหน้ามาสู่ทั้งตัวบุคคลและบริษัทและเพื่อประโยชน์สูงสุดของบริษัทสุนทรพจน์ทุกฉบับที่เกี่ยวข้องกับนโยบายจะต้องได้รับการตรวจสอบก่อน”

เมื่อพนักงานมีการนำเสนอสุนทรพจน์อย่างเป็นทางการในนามของบริษัท จะต้องให้บริษัทตรวจสอบสุนทรพจน์นั้นก่อนโดยเฉพาะในกรณีที่มีการพิมพ์สุนทรพจน์นั้น ถ้าสุนทรพจน์นั้นต้องได้รับการตรวจสอบเพราะเป็นเรื่องเกี่ยวกับนโยบายให้นำเสนอสุนทรพจน์แก่ฝ่ายรัฐกิจ (Public Affairs Department) ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบในเรื่องกฎหมายและนโยบายในกรณีที่มีการนำเสนอสุนทรพจน์อย่างไม่เป็นทางการแก่กลุ่มลูกค้า และชุมชนกลุ่มต่างๆโดยปกติ ไม่จำเป็นต้องได้รับการตรวจสอบล่วงหน้ายกเว้นกรณีที่เรื่องที่จะพูดนั้นอาจได้รับการรายงานข่าวในหนังสือพิมพ์

การเผยแพร่แผนการพูด (Publicity for a Speaker's Program)

ประสิทธิภาพของแผนงานพูด ขึ้นอยู่กับการเผยแพร่ที่วางแผนไว้อย่างดี งานโฆษก ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ผู้พูดและประธานโครงการต่างมีบทบาทต่อการเผยแพร่ในหนังสือมวลชน การเผยแพร่ทำโดยส่งข่าวแจกล่วงหน้าไปยังสื่อมวลชน แจ้งให้ทราบถึงหัวข้อ วัน เวลา และสถานที่ที่จะพูดพร้อมกับประวัติผู้พูดไปพร้อมกับภาพถ่ายของผู้พูดและในบางกรณีข่าวแจกดังกล่าวอาจส่งโดยตรงไปยังหนังสือพิมพ์ วิทยุ และสถานีโทรทัศน์หรือแก่ผู้พูดเองเพื่อแจกแก่สื่อมวลชน ควรแนบภาพถ่ายผู้พูดไปพร้อมกับข่าวแจกดด้วย หลังจากการพูดควรส่งข่าวสรุปสิ่งที่พูดไปยังสื่อมวลชนและไปยังวารสารของหน่วยงานที่ได้เชิญมา ในกรณีที่ผู้พูดเป็นผู้บริหารระดับสูง ควรแจ้งให้สื่อมวลชนเข้าร่วมรับฟังการพูดได้เพื่อเปิดโอกาสให้สื่อมวลชนถามคำถามเมื่อเสร็จสิ้นการนำเสนอสุนทรพจน์

แนวคิดเรื่องบทบาทและหน้าที่ของโฆษกพรรคการเมือง

ปัจจุบันนี้จะเห็นว่าประเทศที่มีการพูดและนิยมการพูดเกี่ยวกับการเมืองมากที่สุดก็เห็นได้แก่ ประเทศอังกฤษและประเทศสหรัฐอเมริกา โดยการพูดของอังกฤษที่นับว่าเจริญรุ่งเรืองสูงสุดอยู่ในสมัยที่สหรัฐอเมริกาและฝรั่งเศสได้มีการปฏิรูปประเทศครั้งยิ่งใหญ่ จะเห็นได้ว่า William Pitt ซึ่งเป็นนักพูดที่ยิ่งใหญ่คนหนึ่ง และได้เป็นนายกรัฐมนตรีของประเทศอังกฤษเมื่อมีอายุเพียง 23 ปีเท่านั้นและก็ได้เป็นผู้พูดคลุใจประชาชนให้ตื่นตัวอันเป็นสมัยที่ฝรั่งเศสมีการปฏิวัติครั้งใหญ่

บิดาของวิลเลียม พิตท์ซึ่งมีตำแหน่ง Earl of Catham ได้พูดเรื่อง "สันติภาพกับอเมริกาในค.ศ. 1777" (On Peace with America in 1777) ได้อย่างดีที่สุดในระยะเวลาใกล้เคียงกันนั้น Edmund Burke (ค.ศ. 1729 ถึง 1797) ก็ได้พูดเรื่อง "การผูกไมตรีกับอาณานิคม" (On Conciliation with the Colonies) (ฉลุย, ม.ป.ป.)

ในสมัยคริสต์วรรษที่ 20 เป็นยุคที่เครื่องมือสื่อสารมวลชนต่างๆ ได้พัฒนาก้าวหน้ามาก เช่น วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ อุปกรณ์สื่อสารมวลชนเหล่านี้ ดูเหมือนจะทำให้ความต้องการ ที่จะต้องพูดแบบมีพิธีน้อยกว่าการพูดแบบต่อหน้าชุมชน และถึงแม้ว่าปัจจุบันการพูดแบบ Oratory (การปราศรัย การแสดงสุนทรพจน์) ประชาชนมักเข้าใจว่าเป็นการพูดแบบสมัยโบราณ เพราะปัจจุบันนี้ได้ใช้การพูดแบบต่างๆ แทนการพูดแบบ Oratory มากขึ้น เช่น การพูดผ่าน

ทางวิทยุกระจายเสียง แต่สถานศึกษาบางแห่งก็ยังเรียกการพูดหรือการแข่งขันการพูดระหว่างกลุ่มนักเรียนว่า Oratory และนักการเมืองบางท่านก็ยังนิยมใช้วิธีการพูดแบบนี้ในการหาเสียงเลือกตั้ง

ประเทศไทยมีนักพูดทางการเมืองค่อนข้างน้อย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะระบบการบริหารประเทศยังอยู่ในระบบอำนาจส่วนบุคคลเหนือกฎหมายก็เป็นไปได้ ถ้ามีเช่นนั้นแล้วประเทศไทยจะมีนักพูดทางการเมืองมากกว่าที่เป็นอยู่ อย่างไรก็ดี นักพูดทางการเมืองที่กล้าพูดในที่ชุมชนก็ดูเหมือนจะมีเพียงไม่กี่คน ถึงจะมีบ้าง ก็มักจะเป็นนักการเมืองที่อยู่ในสถานภาพที่สูงอยู่แล้ว เช่น ม.ร.ว. เสนีย์ ปราโมช ฯพณฯดิเรก ชัยนาม ฯพณฯ พจน์ สารสิน ฯพณฯถนอม คอมันตร์ เป็นต้น

อนึ่งสำหรับนักพูดทางการเมืองที่ได้โอกาสพูดในที่ประชุมชนมากกว่าคนอื่น ๆ ได้แก่ ม.ร.ว. เสนีย์ ปราโมช อดีตนายกรัฐมนตรี ท่านได้แสดงปาฐกถาเรื่องต่างๆ เช่น เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับอเมริกากระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 2 แสดงที่หอประชุมจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อวันที่ 17 สิงหาคม พ.ศ. 2489 (ฉลุย, ม.ป.ป.)

อย่างไรก็ตามการพูดทางการเมืองนั้น คงไม่มีหลักสูตรในสถานศึกษาระดับอุดมศึกษาใด เข้าเปิดการเรียนการสอน แต่บุคคลที่ทำหน้าที่เป็นโฆษกของพรรคการเมืองควรจะต้องหยั่งรู้ได้ด้วยตนเอง ทั้งจากการสังเกตตลอดจนการสัมผัสประสบการณ์งานการเมืองมาพอสมควร และจะต้องเป็นบุคคลที่มีความชอบและความถนัดที่จะทำหน้าที่ตรงนี้เสริมตามไปด้วย คุณภาพของการเป็นโฆษกพรรคการเมือง อาจมีบางคนเห็นว่าไม่สำคัญมากนัก แต่ในความเป็นจริงแล้วโฆษกพรรคการเมืองกลับมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความมีเสถียรภาพของพรรคการเมืองนั้นๆ และหากพรรคการเมืองนั้นกำลังทำหน้าที่เป็นรัฐบาลด้วยแล้ว โฆษกพรรคการเมืองก็ยิ่งมีความสำคัญมากขึ้นเนื่องจากต้องทำหน้าที่หลักของตนเองอยู่แล้วคือการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวพรรคและในบางครั้งอาจต้องชี้แจงในส่วนของนโยบายพรรคที่ได้กล่าวในช่วงการหาเสียงเลือกตั้ง พร้อมทั้งแก้ปัญหาหรือตอบข้อโต้แย้งจากฝ่ายค้านหรือสื่อมวลชนสังเกตได้จากพรรคการเมืองบางพรรคที่แต่งตั้งโฆษกประจำพรรคที่ไม่มีความสามารถ ก็จะมีผลทำให้พรรคการเมืองนั้นๆ มีเสถียรภาพต่ำและทำให้ภาพลักษณ์ของพรรคจะดูไม่มีความน่าเชื่อถือตามไปด้วย

เสรี วงษ์มณฑา (2550) กล่าวว่าตามหลักการของการเลือกโฆษกเรื่องภาพลักษณ์ของพรรคนั้น อาจจะเลือกบุคคลซึ่งมีลักษณะดังต่อไปนี้

บุคคลที่มีอำนาจ ในกรณีที่ต้องการให้ทำตามคำแนะนำด้วย “ความกลัว” คนที่มีอำนาจ ได้แก่ คนที่มีบารมี มีตำแหน่งที่ให้คนให้โทษกับผู้อื่นได้

บุคคลที่มีเสน่ห์ ในกรณีที่ต้องการให้ผู้อื่นเกิดความรู้สึกอยากจะเลียนแบบด้วย “ความรัก” คนที่มีเสน่ห์จะได้แก่ คนที่หน้าตาดี มีคนรู้จักคุ้นเคย มีนิสัยดีและเป็นที่รับรู้ของผู้คนส่วนใหญ่

บุคคลที่มีความเชี่ยวชาญ ในกรณีที่ต้องการให้ผู้อื่นเกิดความคล้อยตามด้วย “ความเชื่อและความศรัทธา” คนที่มีความเชี่ยวชาญที่จะสร้างจิตวิทยาให้คนอื่นคล้อยตามด้วยความเชื่อและศรัทธาก็คือ ผู้ที่เป็นคนเก่ง มีความรู้ เป็นที่ยอมรับว่าเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ เป็นคนฉลาด

ในทางการเมืองนั้นจะหาโฆษณาของแบรนด์ในลักษณะใดลักษณะหนึ่งคงไม่ได้ ต้องหาโฆษณาที่มีลักษณะ 3 ครบถ้วน คือ 1. อย่าเอาคนที่ไม่มีบาร์มี ไม่เป็นที่ยอมรับของคนอื่นมาเป็นโฆษณา 2. อย่าเอาคนที่ดูเหมือนจะหน้าตาดี แต่พินิจแล้วไร้เสน่ห์มาเป็นโฆษณา 3. อย่าเอาคนโง่มาเป็นโฆษณา เพราะการให้คนโง่มาเป็นโฆษณาของพรรคนั้น มีแต่จะทำให้ภาพลักษณ์ของพรรคดูตกต่ำไปเรื่อยๆ เช่น บางพรรคที่เคยเป็นพรรคที่มีผู้คนชื่นชอบมากมาย มักเกิดความล้าพองคิดว่ามีประชาชนชื่นชอบเป็นจำนวนมาก จึงไม่สนใจว่าใครจะเป็นโฆษณาของพรรค จึงได้บุคคลที่ไม่มีความสามารถในการทำหน้าที่เป็นโฆษกพรรคการเมืองอย่างแท้จริงมาทำหน้าที่จะเห็นได้ว่า การต่อสู้วาทะทางการเมืองนั้น ไม่ว่าพรรคจะมีความแข็งแกร่งมากน้อยเพียงใด ก็ไม่ควรประมาท

นอกจากการให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นเหตุเป็นผลแล้ว โฆษกพรรคการเมืองยังต้องพยายามทำให้ประชาชนมีอารมณ์ความรู้สึกในเชิงบวกกับพรรคและต้องเลือกกลุ่มเป้าหมาย เพราะพรรคการเมืองที่ดีสำหรับประชาชนกลุ่มหนึ่ง อาจจะไม่ใช่พรรคการเมืองที่ดีสำหรับประชาชนกลุ่มอื่น ดังนั้นโฆษกพรรคและนักการเมืองจึงต้องเลือกที่จะเอาใจประชาชนให้ถูกกลุ่ม คือ ต้องเลือกกลุ่มที่ชอบในสิ่งที่พรรคนั้นๆเป็นและต้องเป็นกลุ่มใหญ่พอที่จะทำให้พรรคการเมืองนั้นๆชนะการเลือกตั้งด้วย

การที่โฆษกได้รับการยอมรับนั้นก็ต้องขึ้นอยู่กับศักยภาพหรือความพร้อมของพรรคการเมืองด้วย กล่าวคือ ข้อมูลข่าวสารที่น่าส่งไปนั้นต้องเข้าใจไม่ยาก มีระบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพรองรับและมีความชอบธรรมรวมทั้งความน่าเชื่อถือของรัฐบาลและพรรคการเมืองเองด้วย อย่างไรก็ตามการสื่อสารนั้นต้องเข้าใจความพร้อมของประชาชน ความพร้อมในที่นี้คือภูมิหลังของประชาชน การเข้าถึงพื้นที่ของสื่อและการมีสื่อที่สามารถเปิดรับได้ ด้วยเหตุนี้ในบางครั้งรัฐบาลและพรรคการเมืองจำเป็นต้องจัดการกับข้อมูลข่าวสารเป็นส่วนๆเพื่อให้เหมาะกับสภาพสื่อและการครอบคลุมพื้นที่โดยตระหนักถึงภูมิหลังของผู้รับสาร เพราะความสำเร็จของการสื่อสารอยู่

ที่สามารถนำข้อมูลข่าวสารไปถึงมือผู้รับสารได้เป็นผลสำเร็จ เนื่องจากข้อมูลข่าวสารตรงกับธรรมชาติของผู้รับสาร ทั้งด้านภูมิหลังด้านประชากรศาสตร์ ด้านจิตวิทยา ด้านการเปิดรับสื่อ

โฆษณาที่ดีจะต้องเชื่อในเรื่องของอำนาจการสื่อสาร ดังนั้นจึงต้องพยายามทำให้เรื่องราวของพรรคการเมืองปรากฏเป็นข่าวให้ได้มากที่สุดตามหลักการที่ว่า การเสนอหน้าคือที่มาของความสำเร็จ (Visibility is the key to success) การที่โฆษกและนักการเมืองสามารถนำเอาเรื่องราวที่ดีๆของตนเองและของพรรคให้ปรากฏในสื่อให้มากที่สุด เพื่อให้ได้ข่าวที่ดีอยู่ตลอดเวลา นั้น โฆษกและนักการเมืองก็ต้องพูดและปฏิบัติในสิ่งที่ดีเพื่อให้เรื่องราวที่ได้ปรากฏไปในสื่อต่างๆ นั้นอยู่บนรากฐานของความเป็นจริง และหากจะพูดกล่าวสิ่งใดนั้นก็ควรทำด้วยความระมัดระวัง เพราะคำพูดสามารถสะท้อนทั้งความคิดและจิตใจของนักการเมืองและมีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของพรรค ในบางครั้งการพูดต้องคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมาย เพราะคำพูดที่เข้าถึงคนกลุ่มหนึ่งอาจจะไม่ใช่คำพูดที่เข้าได้กับคนอีกกลุ่มหนึ่ง โฆษกต้องรู้ว่าประชาชนบางกลุ่มอาจชื่นชมในตัวเขา และกลุ่มอื่นๆอาจจะมีความรู้สึกที่ต่างกัน ดังนั้นโฆษกจะต้องสร้างสมดุลในเรื่องราวที่เขาเสนอ โดยต้องแสดงท่าทีสนใจในเรื่องราวของชนชั้นกลาง เพื่อไม่ให้ชนชั้นกลางวิพากษ์วิจารณ์ ในขณะที่เดียวกันก็ต้องทำให้ประชาชนรากหญ้าพอใจเช่นกัน

ในทางการเมือง นโยบายและโครงการต่างๆที่ได้ประกาศไว้ในตอนหาเสียง ถือได้ว่าเป็นการสื่อสารเรื่องราวของพรรคให้ประชาชนได้รับรู้ นโยบายและโครงการที่ใช้ในการหาเสียงนี้ ถือว่าเป็นสัญญาที่นักการเมืองคนนั้นจะต้องทำให้ได้ ประชาชนจะต้องได้รับสิ่งที่มีคุณค่าตามที่ได้หาเสียงไว้ ถ้าหากไม่ทำตามสัญญาก็ไม่อาจที่จะครองใจประชาชนได้อย่างยั่งยืน เพราะเมื่อประชาชนตระหนักได้ว่าพรรคไม่สามารถทำตามที่ได้ประกาศไว้ ประชาชนก็อาจไม่เลือกพรรคการเมืองนั้นๆอีก โดยจุดนี้โฆษกสามารถสร้างความโดดเด่นให้ตนเองโดยการกำหนดจุดยืนบางอย่างที่ต้องการสื่อสารไปให้ประชาชนได้รับรู้ว่าพรรคนั้นสนใจเรื่องอะไร เป็นห่วงเรื่องอะไร

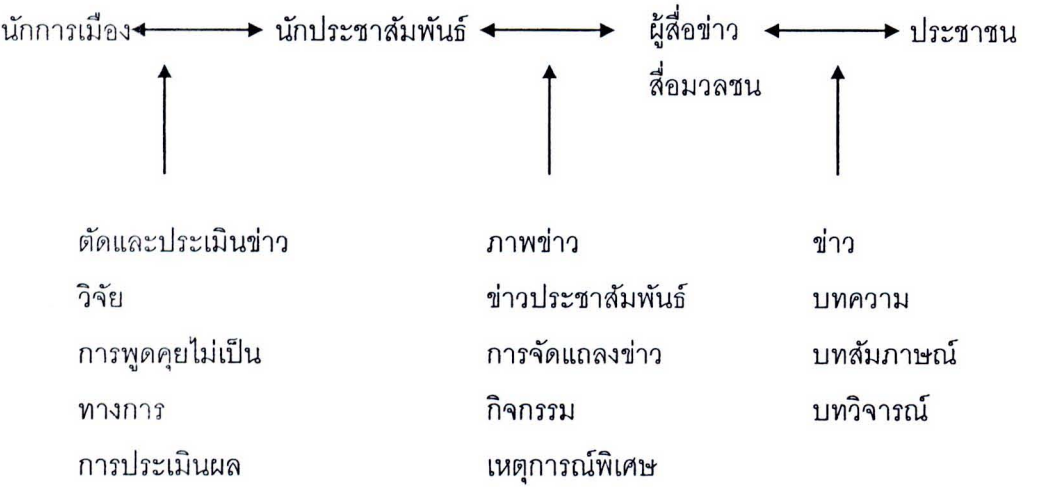
นอกจากนี้โฆษกยังต้องตระหนักถึงประเด็นที่อยู่นอกเหนือจากการดูแลของตนเอง นั่นก็คือการสื่อสารที่มาจากแหล่งอื่นภายนอกพรรคการเมือง เพราะนอกเหนือจากเรื่องราวที่โฆษกทำการสื่อสารออกไปแล้ว ข่าวที่ปรากฏในสื่อสารมวลชนที่เกิดจากการวิพากษ์วิจารณ์ของคนอื่น เช่น นักวิชาการ เหล่าวิศวกรสังคม ผู้นำทางความคิด ฝ่ายค้าน ผู้นำองค์กรเอกชน และนักวิจารณ์เจ้าของคอลัมน์ต่างๆ นั้นก็ส่งผลต่อทัศนคติของประชาชนที่มีต่อพรรคการเมืองนั้นด้วย ดังนั้นในการสื่อสารต้องคำนึงถึงการทำสงครามแย่งพื้นที่และเวลาในการนำเสนอข่าวด้วย โดยต้องพยายามเสนอเรื่องราวที่ดีๆให้ปรากฏในสื่อสารมวลชนมากที่สุดเท่าที่จะทำได้ ต้องให้คนที่ชื่นชมนักการเมืองคนนั้นได้ปรากฏตัวในสื่อต่างๆเพื่อพูดถึงนักการเมืองคนนั้นๆบ่อย ส่วนข่าวที่ไม่

ดีต้องทำให้หายหรือถูกเบียดตกไปจากพื้นที่สื่อมวลชน พรรคการเมืองและตัวนักการเมืองเองก็มีส่วนสำคัญในการสื่อสารเพราะการสื่อสารที่ดีก็ไม่สามารถช่วยทำให้พรรคการเมืองแข็งแกร่งหากนักการเมืองเป็นคนไม่ดี การมีชัยชนะในการทำสงครามข่าวก็เกิดขึ้นได้ยาก

ความสัมพันธ์ระหว่างโฆษกกับสื่อมวลชน

ในการดำเนินงานการสื่อสารทางการเมืองควรเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างนักการเมืองกับสื่อมวลชน ซึ่งสื่อมวลชนนับว่ามีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะเป็นผู้ที่จะส่งข่าวสารทางการเมืองไปยังประชาชน ซึ่งสรุปเป็นภาพได้ดังนี้ (อ้างจากประทุม ฤกษ์กลาง, 2550)

แผนภาพที่ 2.2 : ความสัมพันธ์ระหว่างนักการเมืองกับสื่อมวลชน



ที่มา : ประทุม ฤกษ์กลาง. (2550). *การประชาสัมพันธ์ทางการเมือง* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ทัศนคติและความคิดเห็นของโฆษกต่อบทบาทของสื่อมวลชน

โฆษกและนักการเมืองมักจะให้ความสำคัญต่อความสัมพันธ์ต่อตนเองและสื่อมวลชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งหนังสือพิมพ์ สื่อมวลชนจะมีอิทธิพลต่อขบวนการขั้นตอนการกำหนดนโยบาย ผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจและกำหนดนโยบาย จะอ่านหนังสือพิมพ์ทุกวันและ

เก็บข้อมูลหรือข่าวสารที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการทำงานของตน บุคคลเหล่านี้จะต้องพูดคุยและให้สัมภาษณ์ผู้สื่อข่าวตลอดเวลา โดยสื่อมวลชนจะมีบทบาทดังนี้คือ การแจ้งข่าวให้ประชาชนได้รับทราบกิจกรรมและงานของรัฐบาลและพรรคการเมือง การปกป้องผลประโยชน์ของประชาชน การเป็นสื่อกลางแจ้งให้รัฐบาลและพรรคการเมืองได้รู้ถึงความต้องการของประชาชน นอกจากนี้ สื่อมวลชนจะเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการบริการสาธารณะ

อย่างไรก็ตามในการดำเนินงานขององค์กรสื่อมวลชน สื่อมักดิ้นรนหาเสรีภาพเพื่อให้หลุดพ้นจากการควบคุมจากอำนาจทางการเมือง แต่ในทางปฏิบัติพบว่าสื่อมวลชนจำนวนไม่น้อยเมื่อพ้นจากพันธนาการจากอำนาจรัฐในระดับหนึ่งแล้ว ก็จะยอมเอาตัวเองไปอยู่ใต้การควบคุมของอำนาจทางธุรกิจและเงินตราเป็นผลให้เสรีภาพแท้จริงไม่สามารถเกิดขึ้นได้เพราะเป็นธรรมดาที่ว่า สื่อมักกับใช้ชนชั้นผู้เป็นเจ้าของ หรือมักเบี่ยงเบนอุดมการณ์หลักจากการรับใช้สาธารณะไปสู่การรับใช้กลุ่มผลประโยชน์บางกลุ่มอย่างแยบยลโดยมีการอ้างเพื่อสาธารณะบังหน้า (กฤษณ์ ทองเลิศ, 2540)

การสร้างความรู้ความเข้าใจและอิทธิพลต่อความเชื่อทางการเมือง

สื่อมวลชนมีหน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสารและให้ความรู้และการศึกษา เนื้อหาข่าวสาร รายการต่างๆของสื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ภาพยนตร์ อาทิ รายการข่าว รายการสนทนาปัญหามานเมืองของสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ ข่าวการเมืองในหน้าหนังสือพิมพ์ ล้วนมีบทบาทในการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในด้านการเมืองให้แก่ผู้รับสาร เป็นที่เชื่อกันว่าสื่อมวลชนสามารถใช้สื่อในการให้ข้อมูลข่าวสารเรื่องราวสาธารณะ ซึ่งนำไปสู่การมีความรู้ในเรื่องราวสาธารณะและประเด็นสาธารณะมากขึ้น ซึ่งอาจสรุปได้ว่าสื่อมวลชนมีประสิทธิภาพในการบอกกล่าวชี้แจงเรื่องราวทางการเมืองและสื่อมวลชนนั้นมีอิทธิพลต่อการรับรู้ความสำคัญของประเด็นทางการเมือง

ในอดีตนั้นได้มีหลักฐานจำนวนมากที่สนับสนุนว่า การเปิดรับหรือบริโภคสื่อมวลชนสามารถมีอิทธิพลต่อความเชื่อทางการเมืองในด้านต่างๆ เช่น ต่อนักการเมือง กลุ่มทางการเมือง สถาบันทางการเมือง ประเด็นปัญหาและแนวคิดมีหลักฐานที่แสดงว่าสื่อมวลชนสามารถทำให้ผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งตระหนักถึงประเด็นสำคัญของการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งรวมทั้งอื่นๆที่เกี่ยวข้อง นักรัฐศาสตร์ยังพบว่าหากบุคคลมีการรับรู้และความเชื่อทางการเมืองสูงเท่าใด โอกาสที่เขาจะเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองยังมีขึ้นเท่านั้น (ชัยอนันต์ สมุทวณิช, 2526)

นักการเมืองและโฆษกกับการวิพากษ์วิจารณ์การทำงานของสื่อมวลชน

1. เกี่ยวกับการเลือกสรรข่าว สื่อมวลชนมักนิยมเสนอข่าวหวือหวาและนำมาซึ่งความขัดแย้งโดยปราศจากเนื้อหาสาระที่สำคัญ ความขัดแย้งมักเกิดขึ้นตามมาหลังจากการเสนอข่าว ทั้งที่ความเป็นจริงมิได้มีความขัดแย้งมากถึงเพียงนั้น นักการเมืองบางคนวิจารณ์ผู้สื่อข่าวที่เสนอเรื่องราวในแง่มุมที่ตนไม่ต้องการเปิดเผยหรือเสนอข่าวที่ทำให้การทำงานของนักการเมืองไปไม่ถึงจุดหมายที่ตั้งไว้

2. เกี่ยวกับความไม่เป็นกลางในการเสนอข่าว นักการเมืองมักจะมองว่าการเสนอข่าวของสื่อมวลชนไม่เป็นกลาง และมักเขียนไปในทำนองไม่ดีเกี่ยวกับนักการเมือง ทำให้เสียภาพลักษณ์ในสายตาของประชาชน บางครั้งนักหนังสือพิมพ์มักจะถูกกล่าวหาและโจมตีว่ามีความลำเอียงและไม่เป็นธรรมในการเสนอข่าว ส่วนมากแล้วเมื่อใดก็ตามที่มีการเสนอข่าวหรือบทบรรณาธิการ หนังสือพิมพ์ที่มีเนื้อความไม่สนับสนุนการเมือง นักการเมืองมักจะมองผู้สื่อข่าวหรือตัวหนังสือพิมพ์ว่าขาดความเป็นกลาง

3. การขาดประสบการณ์และความรู้ด้านเทคนิคของสื่อมวลชน นักการเมืองมักจะตำหนิสำนักข่าวต่างๆว่าไม่มีประสิทธิภาพ และไม่สามารถจ้างนักข่าวที่มีประสบการณ์และความรู้มาทำงาน นักข่าวที่ขาดประสบการณ์และความรู้ในสายตาของนักการเมืองและผู้บริหารจะเป็นนักข่าวที่รายงานข่าวโดยมีข้อบกพร่องและความผิดพลาดในการตีความหรือวิเคราะห์บ่อยครั้งที่มีการรายงานข่าวและเขียนข่าวผิดพลาด โดยทำให้นักการเมืองได้รับความเสียหายด้านชื่อเสียงและความเชื่อถือ

4. การวิจารณ์นักเขียนบทบรรณาธิการ เมื่อนักการเมืองประเมินค่าของสื่อมวลชนประเภทต่างๆดูเหมือนว่าผู้เขียนบทบรรณาธิการของหนังสือพิมพ์จะได้รับการวิพากษ์วิจารณ์มากที่สุดผู้หนึ่ง โดยเฉพาะผู้เขียนบทบรรณาธิการที่มีได้มีข้อมูลปฐมภูมิหรือจากแหล่งข่าวโดยตรงที่ใช้ในการวิเคราะห์ แต่ได้รับข้อมูลมาจากแหล่งอื่นๆซึ่งอาจจะมีข้อผิดพลาดอยู่มาก ทำให้การวิจารณ์ของบรรณาธิการไม่ตรงกับความเป็นจริงมากนัก

5. การขาดความละเอียดของเนื้อหาข่าวและการตีความที่ไม่สมบูรณ์ โดยเฉพาะเรื่องเกี่ยวกับการปฏิบัติหน้าที่และปัญหาของรัฐบาลที่ทำการแก้ไข ทั้งนี้เพราะสื่อมวลชนอาศัยข้อมูลจากแหล่งเดียวเท่านั้น ไม่มีการวิเคราะห์จากข้อมูลหลายๆแหล่ง

การชมเชยการทำงานของสื่อมวลชนของนักการเมืองและโฆษก

ในบางครั้งการวิพากษ์วิจารณ์สื่อมวลชนของนักการเมืองก็จะรวมถึงการชมเชยในผลงานของสื่อมวลชนโดยเฉพาะในด้านความสามารถและประสิทธิภาพในการเสนอข่าว ทั้งนี้ การชมเชยสื่อมวลชนก็มักจะมีผลมาจากการที่นักการเมืองได้รับผลประโยชน์จากสื่อมวลชนนั้นๆ ในการชมเชยการทำงานของสื่อมวลชนนั้น นักการเมืองและโฆษกมักมุ่งไปที่คุณภาพของผู้รายงานข่าว นักการเมืองส่วนใหญ่มักจะนิยมชมชอบผู้สื่อข่าวว่าเป็นผู้มีความฉลาดและไหวพริบดี ตลอดจนมีความรู้อย่างกว้างขวางถึงระบบทางการเมืองของประเทศ นักการเมืองมักเห็นความสามารถของผู้สื่อข่าวหรือนักข่าวเป็นรายบุคคลมากกว่าเป็นกลุ่ม นอกจากนี้ นักการเมืองและโฆษกยังชื่นชมสื่อมวลชน เพราะสื่อมวลชนได้ช่วยให้พวกเขาทำงานอย่างประสบความสำเร็จ โดยสื่อมวลชนจะเป็นแหล่งข้อมูลต่างๆ ให้กับตน และยังเป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดนโยบายและกิจกรรมของนักการเมืองไปสู่ประชาชน ทำให้เกิดการสนับสนุนจากประชาชน

บทบาทของผู้สื่อข่าวกับนักการเมืองและโฆษก

โดยทั่วไปจะแบ่งออกเป็น 2 ประการคือ บทบาทในการให้ข้อมูลข่าวสารและความรอบรู้และบทบาทในฐานะที่ปรึกษาส่วนตัว นักการเมืองและโฆษกมักจะได้รับข่าวสารทั้งทางตรงและทางอ้อมจากผู้สื่อข่าว โดยผู้สื่อข่าวสามารถให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ทุกฝ่ายเนื่องจากบทบาทและหน้าที่ของตนที่จะต้องเข้าไปพัวพันและเกี่ยวข้องกับบุคคลหลายฝ่าย บ่อยครั้งที่นักการเมืองมักจะได้รับข้อมูลสำคัญๆ เกี่ยวกับความเคลื่อนไหวและความเป็นไปของนักการเมืองหรือกลุ่มนักการเมืองฝ่ายตรงข้ามจากผู้สื่อข่าวที่ตนคุ้นเคยหรือได้พูดคุยปราศรัยด้วย ข้อมูลเหล่านี้ นักการเมืองจะสามารถนำไปใช้เป็นประโยชน์ในการเตรียมการและดำเนินงานในพรรคของตนได้ ด้วยเหตุนี้บทบาทของผู้สื่อข่าวจึงมีความสำคัญต่อนักการเมืองอย่างมากในด้านการให้ข้อมูลข่าวสารที่แต่ละฝ่ายพยายามจะล่วงรู้จากฝ่ายตรงข้ามให้ได้มากที่สุด นอกจากนี้ จะให้ข้อมูลดังกล่าวแล้ว ผู้สื่อข่าวยังให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่นักการเมืองในเชิงสร้างสรรค์ในด้านอื่นๆ อีกมาก ทั้งนี้ เนื่องจากการที่ผู้สื่อข่าวมีประสบการณ์และได้เข้าไปมีส่วนร่วมในหลายวงการ ซึ่งมีความรอบรู้สามารถชี้แนะ และให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่นักการเมืองในหลายด้านเป็นอย่างดี

บทบาทของผู้สื่อข่าวในฐานะที่ปรึกษาส่วนตัวของนักการเมืองและผู้มีหน้าที่ในการกำหนดนโยบายนั้น ผู้สื่อข่าวสามารถช่วยเหลือในด้านการสร้างความสัมพันธ์ให้เกิดขึ้น

ระหว่างสื่อมวลชนอื่นๆ กับนักการเมืองหรือพรรคการเมืองนั้นๆ นอกจากนี้ผู้สื่อข่าวยังสามารถให้ข้อคิดเห็นพร้อมทั้งเสนอแนะและวิพากษ์วิจารณ์ในเชิงสร้างสรรค์ที่เป็นประโยชน์แก่นักการเมืองและโฆษกได้เป็นอย่างดี

นักการเมืองและโฆษกกับเป้าหมายการใช้สื่อมวลชน ซึ่งสามารถจำแนกได้ดังนี้

1. การสนับสนุนแผนงาน พรรคการเมืองและหน่วยงานราชการต่างมุ่งหวังพึ่งสื่อมวลชนในด้านการเผยแพร่ข่าวสารที่เป็นภาพลักษณ์ที่ดีให้กับพรรค ฝ่ายประชาสัมพันธ์หรือฝ่ายโฆษกของพรรคจะต้องประสานงานกับสื่อมวลชนด้วยการส่งข่าวสารและรายละเอียดต่างๆ เพื่อให้สื่อมวลชนนำไปเผยแพร่และเสนอในรูปของข่าว บทความและโดยเฉพาะบทบรรณาธิการ ซึ่งเป็นเสมือนกระจกสะท้อนให้เห็นถึงจุดยืนและนโยบายของหนังสือพิมพ์มีความสำคัญและมีอิทธิพลอย่างมากต่อความรู้สึกนึกคิดและความคิดเห็นของประชาชน การได้รับความร่วมมือจากสื่อมวลชนจะทำให้พรรคการเมืองบรรลุเป้าหมายและประสบความสำเร็จ

2. การเป็นที่รู้จัก สื่อมวลชนมีความสำคัญต่อนักการเมืองอย่างมากในด้านการเสนอข่าวเกี่ยวกับบุคคล ชื่อเสียง หน้าที่การงาน การเผยแพร่ของสื่อมวลชนในด้านนี้เป็นสิ่งจำเป็นและเป็นสิ่งที่นักการเมืองต้องการ เพราะจะทำให้ตนเป็นที่รู้จักและกว้างขวางในสังคม การที่มีชื่อและภาพปรากฏบ่อยๆ ในหน้าหนังสือพิมพ์และสื่อมวลชนอื่นๆ จะเป็นผลดีในด้านการประชาสัมพันธ์และเป็นที่รู้จักของสาธารณชน

3. การให้ข้อมูลข่าวสาร ซึ่งปกติแล้วจะเป็นหน้าที่ของโฆษกพรรคโดยตรง ซึ่งเป็นการพึ่งพาสื่อมวลชนในด้านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับงานประจำ กิจกรรมพิเศษ นโยบาย แผนงานตลอดจนข้อมูลที่เป็นเนื้อหาสาระที่จะเป็นประโยชน์ต่อประชาชน

4. การทดสอบความคิดเห็น บ่อยครั้งที่นักการเมืองหรือพรรคการเมืองจะปล่อยข่าวหรือให้ข่าวแก่ผู้สื่อข่าวในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เพื่อเป็นการหยั่งเสียงและความคิดเห็นว่าผู้สื่อข่าวมีความคิดเห็นอย่างไรบ้าง การให้ข่าวแต่เพียงบางส่วนนี้จะทำให้นักการเมืองสามารถปรับตัวเองหรือแผนงานได้ทัน เพื่อเป็นการป้องกันความผิดพลาดหรือความเสียหายที่จะเกิดขึ้น

5. การสนองตอบตามกระบวนการประชาธิปไตย ประชาชนกับสิทธิของการที่จะรู้เป็นสิ่งที่จำเป็นในโลกของประชาธิปไตย การประกาศชี้แจง และเผยแพร่ข่าวสารความคืบหน้าและการทำงานของพรรคเป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องได้รับการเผยแพร่ เพื่อให้ประชาชนได้รับรู้และ

เข้าใจในความเป็นมาในแต่ละเรื่อง พรรคการเมืองจึงมีความจำเป็นที่ต้องอาศัยสื่อมวลชนในการทำหน้าที่ดังกล่าว

วิธีและช่องทางการให้ข่าวสารแก่สื่อมวลชน

การเผยแพร่ข่าวสารให้แก่สื่อมวลชนนั้นเป็นหน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์หรือทีมงานฝ่ายโฆษกของพรรคการเมืองแต่ละพรรค โดยวิธีและช่องทางการให้ข่าวสารที่นักการเมืองและนักประชาสัมพันธ์ทางการเมืองสามารถนำไปใช้ได้มีหลายรูปแบบและหลายวิธี ดังนี้ 1. เอกสารข่าวแจก 2. กิจกรรม ประชุม อภิปรายและทัศนศึกษา 3. ประชุมระหว่างผู้บริหาร 4. แถลงข่าวสื่อมวลชน 5. พบปะบรรณาธิการ 6. บรรยายสรุป 7. พบปะผู้สื่อข่าว โดยความรู้ความเข้าใจนี้จะเป็นพื้นฐานสำคัญของการนำไปใช้ในการดำเนินงานทางด้านการสื่อสารทางการเมืองกับสื่อมวลชนได้อย่างประสบความสำเร็จ

บทบาทและหน้าที่ของโฆษกพรรคประชาธิปัตย์

ความสามารถในการคงอยู่ในระบบการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ คือความสามารถในการทำหน้าที่ของการเป็นสถาบันทางการเมือง การทำหน้าที่ของพรรคได้มีการระบุไว้ในอุดมการณ์ของพรรคประชาธิปัตย์ กล่าวคือ พรรคเชื่อมั่นในคุณค่า ศักดิ์ศรีและความสามารถของคนทุกคน พรรคจึงมุ่งส่งเสริมสิทธิเสรีภาพและความเสมอภาค มุ่งมั่นที่จะพัฒนาศักยภาพและสร้างหลักประกันอันมั่นคงให้แก่ประชาชนทุกสาขาอาชีพทุกกลุ่ม พรรคประชาธิปัตย์มุ่งสร้างความเป็นเลิศเพื่อสืบทอดภารกิจในการส่งเสริมระบอบประชาธิปไตยทั้งในระดับชาติและระดับท้องถิ่นให้ความรู้ ความเข้าใจ สร้างจิตสำนึกและอุดมการณ์ทางการเมืองแก่สมาชิกและประชาชนโดยทั่วไปและมุ่งเน้นการกระจายอำนาจการปกครองไปสู่ท้องถิ่น เพื่อให้ประชาชนมีส่วนร่วมในทางการเมืองและการปกครองอย่างจริงจัง รวมทั้งสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับพรรคการเมืองและกลุ่มประชาสังคมทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อบรรลุอุดมการณ์และภารกิจร่วมกัน

ตามข้อบังคับพรรคการเมืองพรรคประชาธิปัตย์ พ.ศ. 2552 ในหมวดของการบริหารงานนั้น ได้กล่าวว่าให้มีคณะกรรมการบริหารพรรคคณะหนึ่งซึ่งที่ประชุมใหญ่เลือกตั้งจากสมาชิกจำนวนสิบเก้าคนและหนึ่งในนั้นประกอบด้วย โฆษกพรรค โดยในการเลือกตั้งคณะกรรมการบริหารพรรคนั้นต้องมีการเลือกหัวหน้าพรรคหนึ่งคนก่อน และผู้ที่ได้รับเลือกตั้งเป็น



หัวหน้าพรรคก็จะเสนอชื่อสมาชิกเป็นโฆษกพรรคสองคนเพื่อให้ที่ประชุมใหญ่เลือกตั้งหนึ่งคน โดยวาระของกรรมการบริหารพรรคมีกำหนดคราวละสี่ปี อย่างไรก็ตามเนื่องจากโฆษกพรรครยังทำหน้าที่เป็นคณะกรรมการบริการพรรคด้วย นอกจากหน้าที่หลักของโฆษกพรรคนั้น คือการประชาสัมพันธ์งานของพรรคตามที่คณะกรรมการบริหารพรรคกำหนดแล้ว โฆษกพรรคประชาธิปไตยยังมีหน้าที่ดังต่อไปนี้คือ

1. ดำเนินกิจการของพรรคให้เป็นไปตามรัฐธรรมนูญ กฎหมาย อุดมการณ์ นโยบายพรรค ข้อบังคับพรรคและมติของที่ประชุมใหญ่ รวมทั้งประกาศและระเบียบของพรรค
2. ควบคุมไม่ให้สมาชิกกระทำการอย่างใดอย่างหนึ่ง อันเป็นการฝ่าฝืนรัฐธรรมนูญ กฎหมาย ระเบียบหรือประกาศของคณะกรรมการการเลือกตั้ง
3. ให้ความรู้ทางการเมืองแก่สมาชิกและประชาชนทั่วไป
4. รับผิดชอบกิจการทั้งปวงของพรรค
5. ควบคุมดูแล และให้คำปรึกษาแก่รัฐมนตรี สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ผู้บริหารท้องถิ่น และสมาชิกสภาท้องถิ่น
6. ประสานงานกับองค์กรต่างๆของพรรค
7. เมื่อได้มีการประกาศพระราชกฤษฎีกาให้มีการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรคณะกรรมการบริหารพรรคมีหน้าที่ต้องควบคุมไม่ให้ผู้ซึ่งพรรคส่งส่งเข้าสมัครรับเลือกตั้งกระทำการอย่างใดอย่างหนึ่งอันเป็นการฝ่าฝืนรัฐธรรมนูญ พระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรและการได้มาซึ่งสมาชิกวุฒิสภา ระเบียบหรือประกาศของคณะกรรมการการเลือกตั้ง ซึ่งอาจทำให้การเลือกตั้งมิได้เป็นไปโดยสุจริตและเที่ยงธรรม
8. เรื่องอื่นๆที่กำหนดให้เป็นหน้าที่ของคณะกรรมการบริหารพรรค ซึ่งตามข้อบังคับพรรคข้อที่ 41 คณะกรรมการบริหารพรรค อาจแต่งตั้งรองโฆษกพรรคหรือคณะโฆษกพรรค เพื่อทำหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์งานของพรรค

โฆษกพรรครยังจำเป็นต้องร่วมในการประชุมใหญ่ของพรรคซึ่งการประชุมใหญ่นั้นมีสองกรณี คือ การประชุมใหญ่สามัญ หมายถึง การประชุมที่คณะกรรมการบริหารพรรคจะต้องจัดให้มีขึ้นอย่างน้อยปีละหนึ่งครั้งภายในเดือนมีนาคมของทุกปี และการประชุมใหญ่วิสามัญ หมายถึง การที่คณะกรรมการบริการพรรคเรียกประชุมนอกเหนือจากการประชุมใหญ่สามัญหรือประธานสาขาพรรค โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการสาขาพรรคจำนวนหนึ่งในสามของจำนวนสาขาพรรคทั้งหมด และกรรมการบริหารพรรคจำนวนหนึ่งในสามของจำนวนสาขาพรรคทั้งหมด และกรรมการบริหารพรรคจำนวนหนึ่งในสามของจำนวนทั้งหมดหรือสมาชิกซึ่งเป็น

สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจำนวนไม่น้อยกว่าหนึ่งในสี่ของจำนวนสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร หรือสมาชิกจำนวนไม่น้อยกว่าหนึ่งในสิบของจำนวนสมาชิกทั้งหมดที่มีอยู่หรือไม่น้อยกว่าสองพันคน แล้วแต่จำนวนใดจะน้อยกว่ากันรวมกันทำหนังสือร้องขอต่อคณะกรรมการบริการพรรคให้เรียกประชุมเพื่อพิจารณาญัตติเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่เสนอในกรณีเช่นนี้ คณะกรรมการบริการพรรคจะต้องเรียกประชุมภายในเวลาไม่เกินหกสิบวัน นับแต่วันที่ได้รับหนังสือขอให้เรียกประชุม

คณะกรรมการบริการพรรคเป็นผู้กำหนดวัน เวลา สถานที่และระเบียบวาระการประชุมใหญ่ แต่สำหรับการประชุมวิสามัญ ระเบียบวาระให้เป็นไปตามญัตติที่ขอให้เรียกประชุม

ตามระเบียบบังคับข้อ 63 ระเบียบวาระในการประชุมใหญ่สามัญอย่างน้อยจะต้องบรรจุแผนยุทธศาสตร์ของพรรค รายงานการดำเนินงานกิจการของพรรคที่ได้ดำเนินการไปในรอบปีที่ผ่านมา แผนการดำเนินการสำหรับปีต่อไป โดยเฉพาะการหารายได้ การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในทางการเมือง และการพัฒนาบุคลากรทางการเมือง การแต่งตั้งผู้สอบบัญชี และการรับรองงบการเงินประจำปีของพรรคได้ด้วย ซึ่งตามระเบียบข้อบังคับนี้โฆษกประจำพรรคก็ต้องมีส่วนในการรับรู้การดำเนินงานของพรรคทั้งหมดเพื่อเป็นข้อมูลในการชี้แจงต่อสื่อมวลชนหรือพรรคฝ่ายค้าน

แนวคิดเรื่องการประเมินผลการสื่อสารทางการเมือง

การประเมินผลนับว่าเป็นขั้นตอนที่สำคัญ เพื่อให้รู้ว่านโยบายหรือโครงการสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับความหมายของการประเมินผล มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายไว้หลากหลายแตกต่างกันออกไป เช่น

แอลคิน (Marvin C. Alkin, 1972) ได้ให้ความหมายของการประเมินผลไว้ว่า หมายถึงกระบวนการของการตัดสินใจ การเลือกข้อมูลที่เหมาะสม และการเก็บข้อมูล รวมถึงการวิเคราะห์ เพื่อจะรายงานข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ตัดสินใจในการเลือกทางเลือก

สตฟฟิลด์ และชัคฟิลด์ (Stufbeam Daniel L. & Anthony J. Shinkfield, 1990) ได้กล่าวว่านิยามมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับโดยคณะกรรมการมาตรฐานเพื่อการประเมินการศึกษา ได้ให้ความหมายของการประเมินผลไว้ว่า การประเมินผล หมายถึง การกำหนดคุณค่าของสิ่งที่ต้องการประเมินอย่างเป็นระบบ

เกอร์สตัน (Gerston Larry N., 1997) กล่าวว่า นิยามที่ง่ายที่สุดของการประเมินผลก็คือ การประเมินประสิทธิผลของนโยบายเกี่ยวกับสิ่งที่ตั้งใจกับผลที่ได้รับ

ดาเย (Dye Thomas R., 2002) กล่าวว่า ประเมินผล โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประเมินนโยบาย หมายถึง การศึกษาเกี่ยวกับผลของนโยบาย หรือการประเมินนโยบาย คือ การประเมินโครงการว่าสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่ หรือการประเมินประสิทธิผลของสองโครงการหรือมากกว่า ว่ามีส่วนร่วมในการบรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกันหรือไม่

สมพร เฟื่องจันทร์ (2539) กล่าวว่า การประเมินผล คือ การวัดคุณค่าของกิจกรรมโดยมีวัตถุประสงค์เป็นสิ่งที่น่ารู้ ยิ่งกว่านั้นการประเมินผลยังจำเป็นต้องใช้เกณฑ์ที่สร้างขึ้นเป็นตัววัดอีกด้วย

สมบัติ อารังธัญวงศ์ (2540) ได้ให้ความหมายการประเมินผลไว้ว่า การประเมินผลซึ่งในที่นี้คือการประเมินนโยบาย หมายถึง กระบวนการวัดระดับความสำเร็จหรือล้มเหลวของนโยบายหรือโครงการ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ผลการวิเคราะห์มีความเที่ยงตรง น่าเชื่อถือ และสามารถตรวจสอบความถูกต้องได้ การประเมินผลจะครอบคลุมตั้งแต่การประเมินสิ่งแวดล้อมของนโยบาย การประเมินปัจจัยนำเข้า การประเมินผลกระทบของนโยบาย สิ่งที่ได้จากการประเมินจะช่วยให้ผู้ตัดสินใจสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการปรับปรุงนโยบายใหม่ หรืออาจเป็นข้อมูลในการยกเลิกนโยบาย

จากนิยามของการประเมินผลจากนักวิชาการ ทั้งจากนักการศึกษา นักวิเคราะห์นโยบาย สามารถสรุปความหมายของการประเมินผลจากนักวิชาการทั้งหลาย ได้ดังนี้

1. การประเมินผลเกี่ยวข้องกับกระบวนการวัดคุณค่าของผลการดำเนินงานตามนโยบาย เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้
2. การประเมินผลเกี่ยวข้องกับการประเมินประสิทธิผลและประสิทธิภาพของโครงการ
3. การประเมินผลเกี่ยวข้องกับการให้คำตัดสินอย่างเป็นระบบ มีลักษณะเป็นกระบวนการ หรือใช้ระเบียบวิธีวิจัยเกี่ยวกับผลลัพธ์ของโครงการ ทั้งที่พึงปรารถนาและไม่พึงปรารถนา

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2547) กล่าวว่า วัตถุประสงค์ของการประเมินผลอาจมีได้หลายประการ เช่น เพื่อสนองตอบการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ด้านนโยบายและแผนงาน เพื่อยืนยันความเหมาะสมของแผนงาน เพื่อทดสอบหลักการในการปฏิบัติงาน แต่ไม่ว่าจะด้วยเหตุผลประการใดก็ตาม เป้าหมายหลักของการประเมินผลคือการออกแบบวิธีการเพื่อตัดสินคุณค่าของงานที่เกิดขึ้น

ช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับการประเมินผล

ปุระชัย เปี่ยมสมบูรณ์ (2529) อธิบายความหมายของการติดตามประเมินผลว่า หมายถึงกระบวนการที่มุ่งแสวงหาคำตอบจากคำถามที่ว่า นโยบาย แผนงาน โครงการ บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ตั้งไว้ตั้งแต่ต้นหรือไม่ ระดับใด

ผู้วางแผนหรือผู้ปฏิบัติงานอาจกำหนดให้มีการประเมินผลได้ในขั้นตอนต่างๆ ของการทำงาน เช่น การประเมินการวิเคราะห์นโยบายและวางแผนงานหรือโครงการ ซึ่งเป็นการประเมินไปในขณะวางแผนก่อนการปฏิบัติงาน (Evaluation during planning) การติดตามผลการปฏิบัติงานตามแผนเป็นการประเมินไปในขณะที่การปฏิบัติงานตามโครงการหรือแผนงานยังคงดำเนินอยู่ (Ongoing evaluation) เป็นการประเมินความก้าวหน้าของงานตามโครงการ อาจเรียกว่าได้ว่าเป็นการประเมินผลระหว่างที่กำลังดำเนินงานเพื่อที่จะตรวจสอบและควบคุมว่าการดำเนินงานเป็นไปตามที่วางไว้หรือไม่เพียงใด ทำให้สามารถที่จะปรับปรุงแผนงานได้ทันทีเมื่อพบข้อผิดพลาด การปรับปรุงการสื่อสารนั้นสามารถกระทำได้ตั้งแต่ขั้นตอนของการวิเคราะห์ประเมินสถานการณ์ขององค์กรเพิ่มเติมกรณีเห็นว่าข้อมูลที่มีอยู่ไม่เพียงพอหรือมีความบกพร่อง จำเป็นต้องวิเคราะห์องค์กรเพิ่มเติม จนถึงขั้นตอนการกำหนดงบประมาณ

สำหรับการประเมินผลที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงานตามแผนเป็นการประเมินภายหลังจากที่โครงการได้เสร็จสิ้นลงไปแล้ว (Ex-post evaluation) เป็นการประเมินผลสำเร็จของแผนงานว่าประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้หรือไม่ เพียงใด มีปัญหาและอุปสรรคอะไรบ้าง เพื่อจะประเมินว่าแผนงานเหล่านั้นควรที่จะดำเนินต่อไปหรือต้องปรับปรุงแผนเพิ่มเติม การเลือกว่าควรกำหนดให้มีการประเมินผลในขั้นตอนใดบ้าง หรืออาจจะให้มีการประเมินในทุกขั้นตอนก็ได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ประการแรกคือเรื่องของเวลา ประการต่อมาคือทรัพยากร ได้แก่ งบประมาณและกำลังคนที่จะมาทำงานประเมินผลนี้ และสุดท้ายคือต้องมีระบบที่เหมาะสมสำหรับการจัดให้มีการประเมินด้วยระบบที่เหมาะสมคือ การกำหนดภาระงานนี้ไว้ให้ชัดเจนว่าเป็นหน้าที่ของใคร รวมทั้งการจัดงบประมาณไว้ให้เพียงพอ เพื่อผู้รับผิดชอบจะได้มีความเข้าใจและมองเห็นความสำคัญและความจำเป็นของกระบวนการนี้

การรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำเสนอการประเมิน

เมื่อได้ข้อมูลครบถ้วนตามที่กำหนด ผู้ประเมินก็สามารถนำข้อมูลทั้งหมดมารวบรวมเข้าด้วยกันและประมวลผลในเชิงปริมาณหรือคุณภาพ ขึ้นอยู่กับลักษณะของข้อมูลที่เก็บ

มาว่ามีการประเมินโดยให้ค่าเป็นตัวเลขหรือเป็นการให้ความหมาย จากนั้นก็จะนำผลการประเมินมานำเสนอเพื่อตอบคำถามที่ได้ตั้งไว้ในขั้นตอนแรกของการประเมิน

การประเมินผลผู้ปฏิบัติงาน สิ่งที่ผู้ปฏิบัติงานที่จะถูกประเมินมักถามตนเองอยู่เสมอเมื่อทราบว่าต้องมีการประเมินผลการปฏิบัติงาน คือควรให้ใครเป็นผู้ประเมินผลจึงจะเหมาะสมที่สุด ยุกพล เบญจรงค์กิจ (2547, หน่วยที่ 14) กล่าวว่าในการประเมินผลนั้นอาจพิจารณาว่ามีการประเมินได้ด้วยบุคคลต่อไปนี้

1. การประเมินโดยผู้ปฏิบัติงานเอง ในกรณีที่มิงบประมาณและเวลาจำกัด การประเมินผลโดยผู้ปฏิบัติงานเองนับว่าเป็นวิธีการที่ดี ผู้ปฏิบัติงานอาจใช้วิธีแจกแบบประเมินให้ผู้ตอบกรอกและส่งกลับคืนมาเพื่อประเมินผล วิธีการนี้มีข้อดีคือความประหยัดงบประมาณ แต่มีข้อเสีย คือ ผู้ปฏิบัติงานเองมักมีภาระงานมากเกินไปจนจะเพิ่มภาระการประเมินเข้ามาในงานประจำ นอกจากนี้ยังมีการมองว่าการให้ผู้ปฏิบัติงานประเมินผลการทำงานของตนเองจะมีความน่าเชื่อถือเพียงใด

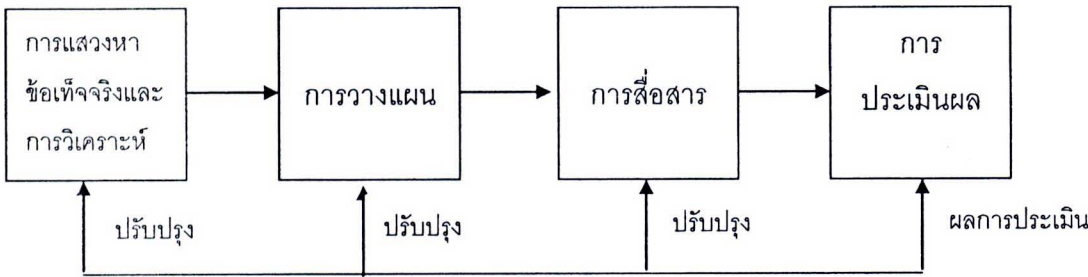
2. การประเมินโดยหน่วยงานภายในที่ทำหน้าที่ด้านการประเมินผล หากองค์กรมองเห็นความสำคัญของการประเมินและเห็นว่าควรมีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านนี้ และมีการพัฒนาบุคลากรระดับปฏิบัติการที่มาทำงานด้านนี้ องค์กรอาจลงทุนในการจัดตั้งหน่วยงานภายในที่ทำหน้าที่ประเมินผลการปฏิบัติงานให้ทุกหน่วยงานภายในองค์กร วิธีการนี้มีข้อดี คือ ผู้ประเมินมีความรู้ความชำนาญในการประเมินผลโดยตรง แต่ก็มักมีปัญหาจากการยอมรับการประเมินผลของหน่วยงานอื่นๆ เนื่องจากผู้ถูกประเมินมักเกิดปฏิกิริยาต่อต้านหากต้องตกเป็นฝ่ายถูกประเมินอยู่ตลอดเวลา

3. การประเมินผลโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการประเมินผลภายนอกหน่วยงาน การใช้ผู้เชี่ยวชาญด้านการประเมินผลจากหน่วยงานภายนอกมาเป็นผู้ประเมินได้รับความนิยมค่อนข้างมาก เนื่องจากเมื่อใช้บุคคลที่มีความรู้ด้านการประเมินและไม่มีส่วนได้เสียกับการปฏิบัติงานมาประเมินก็ย่อมปลอดจากอคติ ความน่าเชื่อถือจึงมีสูงกว่าวิธีการสองแบบแรก แต่อย่างไรก็ตามวิธีการนี้ใช้งบประมาณค่อนข้างสูง และในหลายกรณีก็มีการตั้งข้อสังเกตว่าผู้ประเมินภายนอกอาจไม่มีความรู้ด้านงานนั้นๆเพียงพอที่จะมาประเมินผลการปฏิบัติงาน

การประเมินผลจะเป็นการประเมินผลทั้งโครงการหรือเป็นการประเมินผลเฉพาะบางกิจกรรมก็ได้ กระบวนการประเมินผลนี้เป็นขั้นตอนที่ต้องปฏิบัติ ทั้งนี้เพราะจะช่วยให้ทราบว่าการสื่อสารที่ได้ทำไปแล้วนั้นมีข้อบกพร่องประการใด กลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้รับสารเกิดปฏิกิริยา

ตอบรับอย่างไรเพื่อที่จะได้นำผลการประเมินไปยกเลิกหรือปรับปรุงแผนการสื่อสารหรือการประชาสัมพันธ์เพื่อให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นต่อไป

แผนภาพที่ 2.3: ภาพแสดงความต่อเนื่องของกระบวนการประชาสัมพันธ์องค์การทางการเมือง



ที่มา : ประจวบ อินออดและชัชพร พูอินหลง. (2546). “การวางแผนงานประชาสัมพันธ์องค์การทางการเมือง” ในเอกสารการสอนชุดวิชาการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ หน่วยที่12. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, น. 251)

กระบวนการประชาสัมพันธ์องค์การทางการเมืองเป็นกระบวนการที่มีความต่อเนื่องเพราะการประเมินผลระหว่างดำเนินงานช่วยให้ทราบว่าแผนที่ใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขาดประสิทธิภาพหรือไม่ในขั้นตอนใด ทำให้ต้องมีการแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติม การปรับปรุงแผนยุทธวิธี การปรับปรุงกระบวนการสื่อสารและสื่อใหม่ การประเมินผลเมื่อโครงการประชาสัมพันธ์เสร็จสิ้นช่วยให้ทราบว่าองค์การมีความจำเป็นที่จะดำเนินการประชาสัมพันธ์ตามแผนเดิมหรือไม่อย่างไร

ความสำคัญของการประเมินผล

1. การประเมินจะช่วยให้การกำหนดวัตถุประสงค์และมาตรฐานของการดำเนินงานมีความชัดเจนขึ้น กล่าวคือ ก่อนที่โครงการจะได้รับการสนับสนุนให้นำไปใช้ย่อมจะได้รับการตรวจสอบอย่างละเอียดจากผู้บริหารและผู้ประเมิน ส่วนใดที่ไม่ชัดเจน เช่น วัตถุประสงค์หรือมาตรฐานในการดำเนินงานหากขาดความแน่นอนแจ่มชัด จะต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไขให้มี

ความถูกต้องชัดเจนเสียก่อน ฉะนั้น จึงกล่าวได้ว่าการประเมินโครงการมีส่วนช่วยทำให้โครงการมีความชัดเจน และสามารถที่จะนำมาปฏิบัติอย่างได้ผลมากกว่าโครงการที่ไม่ได้รับการประเมิน

2. การประเมินโครงการช่วยให้การใช้ทรัพยากรเป็นไปได้อย่างคุ้มค่าหรือเกิดประโยชน์เต็มที่ ทั้งนี้เพราะการประเมินโครงการจะต้องวิเคราะห์ทุกส่วนของโครงการ ข้อมูลใดหรือปัจจัยใดที่เป็นปัญหาจะได้รับการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้สามารถปฏิบัติงานหรือใช้ในการปฏิบัติงานอย่างเหมาะสม คุ้มค่า ทรัพยากรทุกชนิดจะได้รับการจัดสรรให้อยู่ในจำนวนหรือปริมาณที่เหมาะสมเพียงพอแก่การดำเนินงาน ทรัพยากรที่ไม่จำเป็นหรือมีมากเกินไปจะได้รับการตัดทอน และทรัพยากรใดที่ขาดก็จะได้มีการจัดหาเพิ่มเติม ฉะนั้น การประเมินโครงการจึงมีส่วนที่ทำให้การใช้ทรัพยากรเป็นไปอย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ

3. การประเมินโครงการช่วยให้แผนงานบรรลุวัตถุประสงค์ เนื่องจากโครงการเป็นส่วนหนึ่งของแผน ดังนั้นเมื่อโครงการได้รับการตรวจสอบ วิเคราะห์ ปรับปรุงแก้ไขให้ดำเนินการไปด้วยดี ย่อมทำให้แผนงานดำเนินไปด้วยดีและบรรลุถึงวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ หากโครงการใดโครงการหนึ่งมีปัญหาในการนำไปปฏิบัติ ย่อมกระทบกระเทือนต่อแผนงานทั้งหมดโดยรวม ฉะนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า การประเมินมีส่วนช่วยให้โครงการดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ ย่อมหมายถึงการประเมินโครงการมีส่วนช่วยให้แผนงานบรรลุวัตถุประสงค์และดำเนินไปด้วยดีเช่นกัน

4. การประเมินโครงการมีส่วนช่วยในการแก้ปัญหาอันเกิดจากผลกระทบของโครงการ และทำให้โครงการเกิดความเสียหายน้อยลง

5. การประเมินผลโครงการมีส่วนช่วยอย่างสำคัญในการควบคุมคุณภาพงาน ดังที่ได้กล่าวว่า การประเมินโครงการเป็นการตรวจสอบและควบคุมชนิดหนึ่งซึ่งดำเนินงานอย่างมีระบบ ทุกส่วนของโครงการจะได้รับการวิเคราะห์ทั้งข้อมูลนำเข้า กระบวนการและผลงาน จะได้รับการตรวจสอบประเมินทุกขั้นตอน ส่วนใดที่เป็นปัญหาหรือไม่มีคุณภาพจะได้รับการพิจารณาผลย้อนกลับเพื่อให้มีการดำเนินงานใหม่จนกว่าจะเป็นไปตามมาตรฐาน

6. การประเมินโครงการมีส่วนช่วยในการสร้างขวัญกำลังใจให้ผู้ปฏิบัติงานตามโครงการ เพราะการประเมินโครงการมิใช่เป็นการควบคุมบังคับบัญชาหรือสั่งการ แต่เป็นการศึกษาวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงแก้ไขและเสนอแนะวิธีการใหม่ๆ อันจะนำมาซึ่งผลงานที่ดี โดยลักษณะเช่นนี้ย่อมทำให้ผู้ปฏิบัติมีกำลังใจ

7. การประเมินโครงการช่วยในการตัดสินใจในการบริหารโครงการ กล่าวคือ การประเมินโครงการจะทำให้ผู้บริหารได้ทราบถึงอุปสรรค ปัญหา ข้อดี ข้อเสียและแนวทางในการปรับปรุงแก้ไข โดยข้อมูลดังกล่าวจะช่วยทำให้ผู้บริหารตัดสินใจว่าจะดำเนินโครงการนั้นต่อไปหรือ

จะยุติโครงการนั้นเสีย นอกจากนั้นผลของการประเมินโครงการอาจเป็นข้อมูลสำคัญในการวางแผนหรือการกำหนดนโยบายของผู้บริหารและฝ่ายการเมือง

จากความสำคัญของการประเมินผลโดยทั่วไป และหากพิจารณาความสำคัญของการประเมินผลการสื่อสารทางการเมืองแล้ว นับว่าการสื่อสารทางการเมืองเป็นการเก็บข้อมูลวิเคราะห์ข้อมูลหรือสารที่ส่งออกไปเพื่อนำข้อมูลที่ได้ อันเกิดจากตัวสาร ช่องทางการสื่อสาร และตัวผู้รับสารมาวิเคราะห์และเสนอผู้บริหารเพื่อตัดสินใจปรับเปลี่ยนวิธีในการสื่อสาร เพื่อให้การสื่อสารนั้นประสบความสำเร็จ

การประเมินประสิทธิภาพการสื่อสารทางการเมือง

การประเมินผลโดยทั่วไปแล้ว นอกจากจะต้องมีการวางแผนการประเมิน จำเป็นต้องมีการออกแบบการประเมินด้วย ในการออกแบบการประเมินนั้น การกำหนดเกณฑ์ในการประเมินนับว่าเป็นสิ่งสำคัญในการกำหนดความสำเร็จของนโยบายหรือการสื่อสารนั้น ดันน์ (Dunn, N. William, 1994) ได้เสนอเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมิน 6 เกณฑ์ด้วยกัน ได้แก่ ประสิทธิภาพ ประสิทธิผล ความพอใจ ความเป็นธรรม การสนองตอบความต้องการ ความเหมาะสม

โดยในการประเมินสัมฤทธิ์ผลการสื่อสารทางการเมืองนี้ จะได้อธิบายเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินผล 2 เกณฑ์ คือ เกณฑ์ประสิทธิภาพและเกณฑ์ประสิทธิผล

ประสิทธิภาพการสื่อสารทางการเมือง

สมหวัง พริยานุวัฒน์ (2544) ได้ให้ความหมายคำว่า ประสิทธิภาพ หมายถึง สภาพการดำเนินงานที่ได้ผลตามวัตถุประสงค์โดยใช้เวลาและการลงทุนน้อยที่สุด ประสิทธิภาพวัดจากความพยายามที่ใช้ในการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง ประสิทธิภาพเป็นเรื่องของหลักเหตุผลทางด้านเศรษฐกิจ ซึ่งนิยมวัดออกมาในรูปค่าใช้จ่ายที่เป็นตัวเงิน ดังนั้น โครงการที่มีประสิทธิภาพคือโครงการที่ปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วยค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด

ชัยยงค์ พรหมวงศ์ (อ้างจากศุภชัยและปิยากร, 2551) กล่าวว่า ประสิทธิภาพของการสื่อสาร หมายถึงคุณภาพของการถ่ายทอดไปยังผู้รับสารที่มีปริมาณและความชัดเจนเพียงพอที่จะทำให้ผู้รับสารได้ตามผู้ส่งตั้งจุดมุ่งหมายไว้



ดวงพร คำคุณวัฒน์และคณะ (2536) กล่าวว่า การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ หมายถึง การสื่อสารที่ผู้ส่งสามารถส่งสารผ่านสื่อได้อย่างเหมาะสมกับผู้รับ สามารถบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ การสื่อสารที่จะมีประสิทธิภาพ ผู้ส่งสารควรมีความรู้ความเข้าใจดังนี้

1. วัตถุประสงค์ในการสื่อสาร กล่าวคือ การสื่อสาร หากทราบวัตถุประสงค์ในการสื่อสารไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารที่โน่น กับใครและสื่อสารทำไม จะทำให้ผู้ส่งสารสามารถปรับวิธีการสื่อสารที่เหมาะสมได้

2. เนื้อหาสาระที่ต้องการส่ง ในการสื่อสาร หากผู้ส่งสารทราบว่ากำลังจะส่งสารในเรื่องใด ผู้ส่งมีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องนั้นเป็นอย่างดีก็ย่อมมีโอกาสที่จะสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการเตรียมสารนั้นให้เหมาะสมทั้งปริมาณและคุณภาพ

3. ประเภทและคุณสมบัติของสื่อ นั่นคือ ผู้ที่จะสื่อสารได้ดีต้องมีความรู้ ความเข้าใจในสื่อ เนื่องจากสื่อแต่ละประเภทมีข้อดี ข้อเสียต่างกัน การเลือกใช้สื่อผิดประเภทหรือใช้สื่อไม่เป็นอาจทำให้การสื่อสารนั้นไม่ประสบผลสำเร็จ

4. รายละเอียดเกี่ยวกับผู้รับ การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมีความจำเป็นอย่างยิ่งกับผู้รับสาร เพราะจะทำให้สามารถเลือกสารที่เหมาะสม ใช้สื่อที่ถูกใจผู้รับ โอกาสที่ผู้รับจะรับสารนั้นย่อมมีมากกว่าการสื่อสารโดยผู้ส่งที่เลือกสื่อตามใจตนเองโดยไม่คำนึงถึงผู้รับ

5. ศักยภาพของผู้ส่งสาร นอกจากการคำนึงถึงผู้ส่งสารและผู้รับสารแล้ว การสื่อสารให้มีประสิทธิภาพนั้นควรมีการสำรวจตนเองว่ามีความพร้อมที่จะดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใด การสำรวจความพร้อมของหน่วยงาน เช่น กำลังคน งบประมาณ ระยะเวลา เป็นต้น

สำหรับประสิทธิภาพในการสื่อสาร ชัยยงค์ พรหมวงศ์ (อ้างจากศุภชัยและปิยากร , 2551) กล่าวเพิ่มเติมว่า ประสิทธิภาพการสื่อสารยังขึ้นอยู่กับคุณภาพของอวัยวะรับรู้ ผู้รับสามารถรับสารมากน้อยต่างกันขึ้นอยู่กับประเภทของอวัยวะรับรู้ ความชัดเจนของสาร คุณภาพของสื่อและวิธีการถ่ายทอดสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สภาวะที่เอื้ออำนวยต่อการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพมี 4 สภาวะ คือ การที่ผู้รับสารมีส่วนร่วมอย่างกระฉับกระเฉง การมีส่วนร่วมทราบคำติชมทันที การมีประสบการณ์ที่เป็นความสำเร็จ และการได้รับสารที่ละน้อยตามลำดับขั้น และยังขึ้นอยู่กับคุณภาพของการรับรู้ในส่วนของผู้รับไม่น้อยกว่าคุณภาพของสื่อหรือช่องทางและวิธีการส่งหรือถ่ายทอดสาร นั้นหมายความว่า ประสิทธิภาพการสื่อสารทางการเมืองย่อมต้องขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ได้แก่ ผู้ส่งสาร ผู้รับสาร สารและช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ

ประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมือง

ขวัญเรือน กิตติวัฒน์ (2531, อ้างถึงในสุทธิภา วงศ์ยะลา, 2543) กล่าวว่า องค์ประกอบของการสื่อสารแต่ละองค์ประกอบนั้นจะเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดประสิทธิผลของการสื่อสารได้ดังนี้

1. ปัจจัยของผู้ส่งสาร ประกอบด้วย ทักษะในการสื่อสาร ทศนคติที่ดีต่อข่าวสาร และผู้รับสาร ระดับความรู้ในข่าวสารและสถานภาพทางสังคมและวัฒนธรรม ได้แก่ ตำแหน่งหน้าที่ ค่านิยม ความเชื่อ ฯลฯ
2. ปัจจัยของข่าวสาร ประกอบด้วย ลักษณะของสาร เนื้อหาของสาร การจัดรูปแบบสาร เพื่อให้สามารถถ่ายทอดไปยังผู้รับสารได้อย่างถูกต้องและง่ายแก่ความเข้าใจ
3. ปัจจัยของช่องทางการสื่อสารหรือสื่อ ได้แก่ ความเหมาะสมของสื่อที่ใช้ ซึ่งการเลือกสื่อให้เหมาะสมจะทำให้ข่าวสารไปถึงผู้รับได้ตามวัตถุประสงค์
4. ปัจจัยของผู้รับสาร ประกอบด้วย ทักษะในการสื่อสาร ทศนคติของผู้รับสาร ระดับความรู้และสถานภาพในระบบสังคมและวัฒนธรรมเช่นเดียวกับผู้ส่งสาร

ในกรณีที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารทางการเมือง การประเมินผลถือว่าเป็นการตัดสินคุณค่า ผู้ส่งสาร ช่องทางการสื่อสารและผู้รับสาร ในเรื่องประสิทธิภาพและประสิทธิผล กล่าวคือ สารที่ผู้ส่งสารต้องการสื่อให้ผู้รับสารทราบนั้นมีความชัดเจน กระชับ เข้าใจง่ายหรือไม่ การกำหนดช่องทางในการสื่อสารครอบคลุมทั่วถึงหรือไม่ เพียงใด ผู้ส่งสารเลือกช่องทางได้ถูกต้องเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายหรือไม่ จนนำมาสู่ความสำเร็จสามารถชักจูงให้ผู้รับสารตัดสินใจได้ในที่สุด การสื่อสารทางการเมืองที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลยังขึ้นอยู่กับผู้รับสารมีความรู้ ความเข้าใจในสารที่ผู้ส่งสารพยายามส่งมานาน้อยแค่ไหนด้วย

ดังนั้นการประเมินผลจึงนับว่ามีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากการประเมินผลทำให้ได้สารสนเทศที่เพียงพอต่อการตัดสินใจ เพื่อการปรับปรุงการดำเนินโครงการต่างๆ แก้ไขปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน เพื่อให้การดำเนินโครงการดังกล่าวสามารถประสบความสำเร็จในการปฏิบัติได้ การสื่อสารทางการเมืองก็เช่นเดียวกัน การประเมินผลนับว่าเป็นสิ่งที่ไม่สามารถละเลยได้ เพราะปัญหา อุปสรรคที่เกิดขึ้นในระหว่างการสื่อสารหากได้รับการติดตามและประเมินผลอย่างต่อเนื่อง จะสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การสื่อสาร และอาจนำมาซึ่งความสำเร็จในการสื่อสารได้ นอกจากนี้การติดตามประเมินผลก็เป็นกลยุทธ์ที่สำคัญอีกกลยุทธ์หนึ่งที่พรรคการเมืองจำนวนมากไม่ให้ความสำคัญอย่างเพียงพอหรือใช้ประโยชน์จากการติดตามประเมินผลน้อยมาก การติดตามประเมินผลเป็นกระบวนการวัดผลทั้งในระหว่างการดำเนินงาน

ตามแผนเพื่อมุ่งปรับปรุงการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดและเมื่อแผนการดำเนินงานนั้นปฏิบัติเสร็จแล้วเพื่อหาข้อยุติว่าจะดำเนินการใหม่หรือยุติการปฏิบัติการ การติดตามประเมินผลต้องกระทำอย่างเป็นระบบ มีความแม่นยำและมีความน่าเชื่อถือสูง และเป็นการดำเนินงานโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัยประเมินผล ผลที่ได้จึงจะเป็นประโยชน์แก่พรรคการเมืองสูงสุด

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เนื่องจากงานวิจัยฉบับนี้ได้ศึกษาเกี่ยวกับบทบาท หน้าที่และกลยุทธการสื่อสารของพรรคประชาธิปัตย์ ซึ่งเป็นเรื่องของการสื่อสารทางด้านนิเทศศาสตร์และเรื่องของการเมืองทางด้านรัฐศาสตร์ผสมกัน ผู้วิจัยจึงขอแบ่งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็น 2 ส่วน คือ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพรรคการเมือง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร

พลอยพรรณ จุลสุคนธ์ (2548) ศึกษาเรื่อง “ผลของการใช้โฆษณาในงานโฆษณาของธุรกิจบริการต่อรับรู้ โฆษณาของผู้บริโภค พบว่า ประเภทของโฆษณาในงานโฆษณาที่ต่างกันและประเภทของธุรกิจบริการในงานโฆษณาที่ต่างกันล้วนแล้วแต่ส่งผลต่อการรับรู้โฆษณาของผู้บริโภคในเรื่องของความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร ความดึงดูดใจของแหล่งสาร ทศนคติที่มีต่อโฆษณา และทศนคติที่มีต่อตราสินค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และประเภทของโฆษณาและประเภทของธุรกิจบริการที่ใช้ในงานโฆษณาส่งผลกระทบร่วมกันต่อการรับรู้ โฆษณาของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในเรื่องของความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร ความดึงดูดใจของแหล่งสาร ทศนคติที่มีต่อโฆษณา และทศนคติที่มีต่อตราสินค้า

กฤติยา ยิ่งยืน (2549) ศึกษาเรื่อง “การมีส่วนร่วมทางการเมืองของนิสิต นักศึกษาในวิกฤตการณ์ทางการเมืองยุคปลายรัฐบาลทักษิณ” พบว่า นิสิต นักศึกษามีการเปิดรับข่าวสารทางการเมือง ทั้งสื่อบุคคลและสื่อสื่อมวลชนอยู่ในระดับปานกลาง แต่มีจิตสำนึกประชาธิปไตยอยู่ในระดับสูงและมีมีส่วนร่วมทางการเมืองอยู่ในระดับต่ำ การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของนิสิต นักศึกษาโดยมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ และการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของนิสิต นักศึกษาโดยมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

อุกฤษฏ์ รอดบุญมี (2549) ศึกษาเรื่อง “กลยุทธการสื่อสารการตลาด แบบผสมผสานของศูนย์บริการโตโยต้า” พบว่า ศูนย์บริการโตโยต้ามีการศึกษาถึงความต้องการของผู้บริโภค หลังจากนั้นจึงทำการสื่อสารการตลาด โดยใช้เครื่องมือการสื่อสารต่างๆ คือ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การตลาดทางตรงและการตลาดเชิงกิจกรรมอย่าง

ผสมผสานและสอดคล้อง และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักศูนย์บริการโดยได้จากการสื่อสาร การตลาดทางตรงและการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์

สุทธิดา นาคเจริญ (2549) ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์การ ส่งเสริมการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่” พบว่า หลักการที่หน่วยงานต่างๆได้นำมาใช้ในการสื่อสารเพื่อ ประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่เป็นการดำเนินการสื่อสารภายในองค์กร คือ การจัดกิจกรรมในหน่วยงาน ของตนเอง เพื่อส่งเสริมให้กลุ่มเป้าหมายมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ที่ ถูกต้อง และจากการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนประชาสัมพันธ์พบว่าการรณรงค์เรื่อง การส่งเสริมการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ เริ่มมาจากการรณรงค์ขององค์การ UNICEF และองค์การอนามัยโลก (WHO) ดังนั้นการสนับสนุนและส่งเสริมการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่จึงเกิดขึ้นภายใต้ แนวคิดการดำเนินงานตามหลักของการเป็นโรงพยาบาลสายสัมพันธ์แม่-ลูกและการส่งเสริมการ เลี้ยงลูกด้วยนมแม่อย่างยั่งยืน

เชิษฐาวิญญู ภูษณงค์ (2549) ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารของกลุ่มชาวกู๋ที่ย้ายถิ่นฐานมา สู่ชุมชนเมืองในการปรับตัวและการแสดงอัตลักษณ์แห่งชาติพันธุ์” ซึ่งเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกร่วมกับการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม พบว่า ปัญหาที่เป็น อุปสรรคสำคัญทางการสื่อสารเกิดขึ้นเนื่องจากประสบการณ์และการเรียนรู้ทางภาษา วัฒนธรรม สังคมแตกต่างกันไปจากวัฒนธรรมใหม่ที่ครอบครัวชาวกู๋เข้าไปอาศัยอยู่ ปัญหาที่เกิดขึ้นจึงมีความ แตกต่างกันไปตามภูมิหลังของแต่ละคนจึงแก้ไขโดยการทำความเข้าใจในภาษาและวัฒนธรรมซึ่ง กันและกัน การให้ความรู้ ให้การศึกษา การใช้สื่อบุคคล สื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจ หลักเลี้ยงการ มองเหมารวมและมีอคติ การเอาใจเขามาใส่ใจเราและการสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลผู้สื่อสาร

กาญจนาถ อุดมสุข (2549) ศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารโครงการรับน้องปลอดภัย เหล้า ของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)” ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า โครงการรับน้องปลอดภัย เหล้า ใช้แนวคิดแบบ counter balance ที่ส่งเสริมให้นิสิตนักศึกษา คิดสร้างสรรค์กิจกรรมรับน้องเพื่อรณรงค์ลดการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยใช้กลยุทธ์การสื่อสาร รณรงค์และกลยุทธ์การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นหลักในการดำเนินการของโครงการ กลยุทธ์การ สื่อสารแบบมีส่วนร่วม สสส.วางเงื่อนไขกับนิสิตนักศึกษาผู้เข้าร่วมโครงการให้มีการสำรวจแหล่ง จำหน่ายเครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์รอบมหาวิทยาลัย สารที่ใช้เน้นสารเชิงบวก ใช้ถ้อยคำที่สะดุดหูเพื่อให้

เข้าถึงวัยรุ่น ประกอบกับใช้สื่อเฉพาะกิจ เช่น แบนเนอร์ ป้ายแขวนคือ เสื้อ ฯลฯ ที่มีสัญลักษณ์และสีสดดึงดูดใจเข้ามาเสริม

สมฤทัย เสือปาน (2549) ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่าบทบาททางการสื่อสารของผู้นำในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก พบว่า ผู้นำชุมชนมีบทบาททางการสื่อสารในด้านต่างๆ คือ การกระตุ้นความร่วมมือสมาชิกในชุมชนการประสานความร่วมมือกับภาคภายนอก การจัดระบบการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน การดูแลและการต้อนรับนักท่องเที่ยว การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว และการแก้ปัญหา/อุปสรรคในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน และสถานการณ์การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์พบว่ารูปแบบการสื่อสารในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารทางเดียวแบบเป็นทางการ การสื่อสารทางเดียวแบบไม่เป็นทางการและการสื่อสารสองทางแบบไม่เป็นทางการ

Michael Sponhour (ม.ป.ป.) ศึกษาเรื่อง “ The Essential Elements of Effective State Agency Communications” กล่าวว่า นักประชาสัมพันธ์หรือโฆษกที่เข้าร่วมการจัดการกลยุทธ์ในองค์กรมักจะคำนึงถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อม ซึ่งสามารถนำกระบวนการไปสู่การวางแผนเพื่อรับมือกับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น, การเตรียมที่ปรึกษาในภาวะวิกฤต, การจำแนกกลุ่มที่มีความกระตือรือร้น, การสร้างแผนการเมื่อมีการตัดสินใจเกิดขึ้นและการประเมินผลการสื่อสาร บางครั้งการสื่อสารนั้นจะทำหน้าที่ได้อย่างเป็นเลิศหากการสื่อสารได้แยกตัวออกจากผู้วางแผนกลยุทธ์การตัดสินใจและกลุ่มคนเหล่านี้ไม่สามารถที่จะแนะนำแนวทางในการประชาสัมพันธ์ศักยภาพในการตัดสินใจขององค์กร นักประชาสัมพันธ์หรือโฆษกนั้นจะมีคุณภาพด้อยลงหากต้องรอคำสั่งจากผู้วางแผนกลยุทธ์การตัดสินใจในการตัดสินใจจะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งเนื่องจากเปรียบเสมือนว่านักประชาสัมพันธ์หรือโฆษกมิได้มีบทบาทในด้านการสื่อสารแต่อย่างใด

จากงานวิจัยข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าการสื่อสารเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อกลุ่มเป้าหมายในด้านการมีส่วนร่วมและการลงมือปฏิบัติ โดยการสื่อสารนั้นมีการใช้เครื่องมือทางการสื่อสาร เช่น การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา การใช้กลยุทธ์ต่างๆ หรือสื่อสารผ่านทางสื่อมวลชนควบคู่ไปด้วย นอกจากนี้กลุ่มเป้าหมายที่มีความแตกต่างกันก็จะมีผลต่อการ

สื่อสารด้วย เช่น ภูมิหลังของแต่ละบุคคล วัฒนธรรมสังคม ผู้ส่งสารจึงควรต้องพิจารณาถึงความแตกต่างของกลุ่มเป้าหมายก่อนทำการสื่อสาร อย่างไรก็ตามตัวผู้ส่งสารเองก็มีบทบาทสำคัญในการทำให้กลุ่มเป้าหมายมีทัศนคติ การรับรู้และความน่าเชื่อถือต่อสารนั้นๆ นอกจากนี้ควรให้อำนาจแก่นักประชาสัมพันธ์หรือโฆษกในการตัดสินใจโดยไม่ต้องรอคำสั่งจากนักวางแผนด้วยเพื่อเป็นการแสดงศักยภาพในการทำหน้าที่ของตนเอง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเมือง

Andrea Rommele (2003) ศึกษาเรื่อง "Political Parties, Part Communication and new information and communication technologies" กล่าวว่าในโลกของประชาธิปไตยพรรคการเมืองนั้นเป็นสิ่งที่เชื่อมต่อนระหว่างพรรคการเมืองกับรัฐบาลเข้าด้วยกัน ตามที่ Sartori (1976) กล่าวว่าพลเมืองในการปกครองภายใต้ระบอบประชาธิปไตยจะแสดงออกผ่านทางพรรคการเมืองที่บุคคลเหล่านั้นเลือก Sarcinelli (1998) สันนิษฐานว่า การสื่อสารขึ้นอยู่กับบทบาทและหน้าที่ของพรรคการเมืองในกระบวนการประชาธิปไตย พรรคการเมืองแสดงให้เห็นว่าตนเองเป็นตัวกลางในการสื่อสารระหว่างรัฐกับประชาชน

ธวัชชัย รุ่งโรจน์ชนาทิพย์ (2542) ศึกษาเรื่อง "วัฒนธรรมองค์การของพรรคการเมืองไทย" พบว่า วัฒนธรรมองค์การที่เป็นอยู่ของพรรคการเมืองมีความแตกต่าง 5 ใน 7 ปัจจัย คือ ลักษณะความเป็นเพศชาย ลักษณะความเป็นปัจเจกบุคคล ลักษณะการใช้อำนาจ ลักษณะการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน และลักษณะเน้นอนาคต ในขณะที่ปัจจัยเกี่ยวกับลักษณะเน้นความมีมนุษยธรรมและลักษณะเน้นความสำเร็จไม่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยวัฒนธรรมองค์การที่ควรเป็นของพรรคการเมืองมีความแตกต่าง 4 ใน 7 ปัจจัย คือ ลักษณะความเป็นเพศชาย ลักษณะความเป็นปัจเจกบุคคลลักษณะการใช้อำนาจ และลักษณะการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน ในขณะที่ปัจจัยเกี่ยวกับลักษณะเน้นความมีมนุษยธรรม ลักษณะเน้นความสำเร็จและลักษณะเน้นอนาคตไม่มีความแตกต่างกัน ดังนั้นพรรคการเมืองควรตระหนักถึงบทบาทของวัฒนธรรมองค์การ โดยพัฒนาวัฒนธรรมองค์การที่เป็นอยู่ให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมที่ควรเป็น เพื่อให้พรรคการเมืองเป็นสถาบันการเมืองที่เข้มแข็ง

เพ็ญฤดี ธีรภูมิขวงค์ (2542) ศึกษาเรื่อง "การสื่อความหมายจากประเด็นทางการเมืองผ่านการตีความการเมือง" พบว่า วัตถุประสงค์ของการวิจัยเรื่องการสื่อความหมายจาก

ประเด็นทางการเมืองผ่านการตุนการเมืองนี้เพื่อศึกษาถึงเนื้อหาของการ์ตูนการเมือง ในระยะเวลาดังกล่าว การใช้วิธีการสื่อความหมายประเภทต่างๆ ของนักเขียนการ์ตูนการเมือง รวมทั้งวิธีการสร้างภาพจากการเปรียบเทียบ การเข้ารหัสและमुखของการตุนเหล่านั้น และยังได้ศึกษาถึงความคิดเห็นของผู้รับสารต่อการสื่อความหมายผ่านการตุนการเมืองในส่วนของผู้ส่งสารนั้น ผู้วิจัยพบว่า นักเขียนการ์ตูนทั้ง 6 คน ที่เป็นกรณีตัวอย่างล้วนมีวิธีการทำงานแตกต่างกันไป และทุกคนมีการสื่อความหมายอยู่ในความคิด โดยไม่ต้องอิงทฤษฎีใดๆ ตลอดจนวิสัยทัศน์ที่ผ่านมามีผลต่อการแสดงออกในการตุนอย่างเด่นชัดและปัญหาอุปสรรคและอิทธิพลของนักเขียนการ์ตูนส่วนใหญ่ก็คือ การนำเสนออันรุนแรงไปในบางครั้งหรือความคิดเห็นส่วนตัวที่แทรกซึมเข้าไปในงาน อันมักจะทำให้พวกเขาต้องแก้ไขงานให้ละมุนละม่อมลง

จาวรรรณ ปวรจารย์ (2543) "ศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการสื่อสารที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้นำทางการเมืองของประชาชนในภาวะวิกฤต" พบว่า ปัจจัยทางการสื่อสาร ได้แก่ การเปิดรับข่าวสารทางการเมือง ความรู้ทางด้านการเมืองและทัศนคติที่มีต่อการเมืองมีความสัมพันธ์กับเกณฑ์การตัดสินใจในการเลือกผู้นำทางการเมือง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด ส่วนสื่อบุคคลที่กลุ่มตัวอย่างพูดคุยเรื่องการเมืองมากที่สุด คือ คนในครอบครัวและเพื่อนและสื่อเฉพาะกิจที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารทางการเมืองมากที่สุด คือ โฆษณาทางโทรทัศน์ เนื่องจากเป็นสื่อที่มีการเผยแพร่ข่าวสารทางการเมืองได้รวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์

จุฑารัตน์ สัมฤทธิ์ผล (2545) ศึกษาเรื่อง "กระบวนการสื่อสารของนักการเมืองรุ่นใหม่ในการเข้าสู่อาชีพนักการเมือง" พบว่า การเข้าสู่อาชีพนักการเมืองของนักการเมืองรุ่นใหม่มีแรงจูงใจมาจากครอบครัว ความสนใจในงานหรือกิจกรรมด้านการเมือง ได้รับการชักชวนจากบุคคลในวงการการเมืองและภาวะกดดันที่ส่งผลกระทบต่อการประกอบอาชีพเดิมตามลำดับ โดยส่วนใหญ่ใช้ช่องทางการสื่อสารจากการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเมืองระดับท้องถิ่น การเข้าร่วมกิจกรรมการเมืองกับนักการเมืองและการสื่อสารกับแกนนำพรรคการเมือง หรือได้รับแรงจูงใจจากผู้นำ นโยบายและอุดมการณ์ทางการเมือง โดยส่วนใหญ่ใช้ช่องทางการสื่อสารในการเข้าสู่พรรค ได้แก่ การสื่อสารกับแกนนำพรรค การเข้าเป็นสมาชิกของพรรคและการสื่อสารกับสมาชิกในครอบครัวซึ่งเป็นนักการเมือง นักการเมืองรุ่นใหม่ได้รับการหล่อหลอมให้เข้าสู่การเป็นสมาชิกพรรคการเมืองโดยกระบวนการเรียนรู้ผ่านกิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้นโดยพรรคการเมืองและการสร้างความสัมพันธ์กับสมาชิกในพรรค

บุษอริ ยีหมะ (2547) ศึกษาเรื่อง “นโยบายหาเสียงแนวประชานิยมกับอำนาจทางเศรษฐกิจ : การศึกษาเชิงเศรษฐกิจการเมืองเกี่ยวกับความสำเร็จในการเลือกตั้งของพรรคไทยรักไทย” พบว่า ความสำเร็จในการเลือกตั้งของพรรคไทยรักไทยมาจากปฏิสัมพันธ์ที่สอดคล้องกันระหว่างบริบทเชิงโครงสร้างในขณะนั้นกับการดำเนินกลยุทธ์ทางการเมืองของพรรคกล่าวคือ พรรคไทยรักไทยเลือกใช้กลยุทธ์ทางการเมืองแบบประชานิยมโดยใช้หลัก 3 ประสานคือ 1. ชู พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตรหัวหน้าพรรคเป็นจุดขาย โดยเสนอตัวให้ประชาชนเห็นว่าเป็นเพียงผู้เดียวที่มีความเหมาะสมอย่างยิ่งในการเข้ามาแก้ไขวิกฤตเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น 2. ใช้นโยบายหาเสียงแนวประชานิยมในการสร้างจุดเด่น ชี้ให้ผู้มีสิทธิเลือกตั้งเห็นถึงความแตกต่างจากพรรคการเมืองอื่นว่านโยบายของพรรคเท่านั้นที่สามารถแก้ไขวิกฤตเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น 3. เน้นอดีตส.ส.เป็นจุดเสริม โดยพรรคเลือกอดีตส.ส.ที่ย้ายมาจากพรรคการเมืองอื่นเป็นผู้สมัครรับเลือกตั้งของพรรค อดีตส.ส. เหล่านี้ทำหน้าที่เผยแพร่ความรู้ ความสามารถของหัวหน้าพรรคและความโดดเด่นของนโยบายพรรคในพื้นที่เลือกตั้ง

สุพิชญา จารุพันธ์ (2549) ศึกษาเรื่อง “การเมืองในกระบวนการกำหนดนโยบายขององค์การบริหารส่วนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” พบว่า การกำหนดนโยบายขององค์การบริหารส่วนจังหวัดถูกกำหนดจากชนชั้นนำในองค์การบริหารส่วนจังหวัด กล่าวคือ ฝ่ายบริหาร และฝ่ายนิติบัญญัติขององค์การบริหารส่วนจังหวัด การกำหนดนโยบายขององค์การบริหารส่วนจังหวัด คือ การกำหนดนโยบายเพื่อการกระจาย และจัดสรรผลประโยชน์แก่สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดอย่างลงตัวจนเป็นที่พอใจกับทุกกลุ่ม นักการเมืองระดับชาติได้เข้ามามีบทบาทต่อองค์การบริหารส่วนจังหวัด เนื่องจากฐานคะแนนเสียง และผลประโยชน์ต่างๆ ของนักการเมืองระดับชาติ และนักการเมืองท้องถิ่นมีความทับซ้อนและเกี่ยวพันกัน

สำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี (ม.ป.ป.) กล่าวว่า โฆษกประจำสำนักนายกรัฐมนตรีมีแนวทางในการทำงานที่ไม่เพียงแต่เน้นการเผยแพร่ข่าวสารการประชุมคณะรัฐมนตรีที่ต้องมีความรวดเร็ว ถูกต้อง มีประสิทธิภาพ แล้วยังเป็นการทำงานในเชิงรุกที่สอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล โดยการทำงานจะเน้นที่ผลลัพธ์เป็นหลัก โดยมุ่งให้ประชาชนระดับรากหญ้ามีความเข้าใจในนโยบายและการทำงานของรัฐบาล มีการทำงานที่เน้นการมีส่วนร่วมของทุกฝ่าย ซึ่งแต่เดิมการเผยแพร่ข่าวสารมักจะเป็นการเสนอฝ่ายเดียว โดยเรื่องประชาสัมพันธ์แต่ละ

เรื่องต้องสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและเป็นประโยชน์ต่อสาธารณชนโดยรวม มีการให้ความสำคัญกับการตรวจสอบข่าวสารและข้อมูลต่างๆ เพื่อประโยชน์ในการชี้แจงและประเมินสถานการณ์และมีความรวดเร็วในการติดต่อกับประชาชนกรณีที่รัฐบาลจำเป็นต้องออกแถลงการณ์และแถลงข่าว

จากงานวิจัยข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าการสื่อสารทางการเมืองนั้นมีการคำนึงปัจจัยในส่วนของวัฒนธรรมองค์การพรรคการเมือง แต่โฆษกพรรคและรองโฆษกพรรคสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับบุคลิกลักษณะของแต่ละท่าน เพราะการทำการสื่อสารในบางครั้งก็มีการสอดแทรกความคิดเห็นส่วนตัวของผู้พูดลงไปด้วย แต่การสื่อสารนั้นก็ต้องคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีความแตกต่างกันด้วย เพราะนักการเมืองระดับชาติและนักการเมืองท้องถิ่นก็ต้องคอยเกื้อหนุนซึ่งกันและกัน นอกจากนี้ความสำเร็จในการสื่อสารยังขึ้นอยู่กับการดำเนินกลยุทธ์ทางการเมืองของพรรค เช่น การใช้นโยบายประชานิยมหรือการชูนักการเมืองในพรรคเป็นจุดขาย การสื่อสารทางการเมืองที่ดียังทำให้กลุ่มคนรุ่นใหม่มีความสนใจในการก้าวสู่อำชีพนักการเมืองประกอบกับการเปิดรับข่าวสาร ความรู้และทัศนคติทางการเมืองก็มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อทางการเมืองด้วย ซึ่งส่งผลให้สถาบันการเมืองดำรงอยู่ได้และทำให้พรรคการเมืองนั้นเป็นพรรคที่เก่าแก่และความแข็งแกร่ง

