



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “บทบาท หน้าทีและกลยุทธ์การสื่อสารของโฆษกพรรคประชาธิปัตย์” มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบถึงความสำคัญของบทบาทและหน้าที่ของโฆษกพรรคในการสื่อสารทางการเมืองทราบถึงกลยุทธ์การดำเนินงานทางการเมืองการสื่อสารทางการเมืองของโฆษกพรรคประชาธิปัตย์และเพื่อให้ทราบถึงวิธีการวัดประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของโฆษกพรรคประชาธิปัตย์

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยแบ่งการเก็บข้อมูลการวิจัยออกเป็น 3 ส่วนด้วยกัน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นการเก็บข้อมูลในส่วนของสื่อและเอกสาร (Document Analysis)

โดยทำการเก็บข้อมูลจากหนังสือพิมพ์รายวัน 5 ฉบับ ได้แก่ 1. หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ 2. หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ 3. หนังสือพิมพ์ข่าวสด 4. หนังสือพิมพ์มติชน 5. หนังสือพิมพ์คมชัดลึก โดยพิจารณาจากยอดสูงสุดในการจำหน่าย และการเก็บข้อมูลข่าวจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์คือเว็บไซต์ของพรรคประชาธิปัตย์ (www.democrat.or.th) ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลคือตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2553 ถึงเดือนมกราคม 2554 ในส่วนนี้ข้อมูลที่ได้จะอยู่ในรูปของกฤตภาค (clipping) และทำให้เห็นถึงบทบาท หน้าทีและกลยุทธ์การสื่อสารของโฆษกและรองโฆษกพรรคประชาธิปัตย์ที่มีต่อสาธารณะ

ส่วนที่ 2 การเก็บข้อมูลในส่วนของสื่อบุคคลโดยการวิจัยสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) โฆษกและรองโฆษกพรรคประชาธิปัตย์ 5 ท่าน คือ

- | | |
|-------------------------------|-------------------------------------|
| 1. นายแพทย์บุรณชัย สมุห์รักษ์ | โฆษกประจำพรรคประชาธิปัตย์ |
| 2. นายเทพไท เสนพงศ์ | โฆษกประจำตัวหัวหน้าพรรคประชาธิปัตย์ |
| 3. นายบุญยอด สุขถิ่นไทย | รองโฆษกพรรคประชาธิปัตย์ |

- | | | |
|-----------------|-------------|-------------------------|
| 4. นายแพทย์วงศ์ | เดชกิจวิกรม | รองโฆษกพรรคประชาธิปัตย์ |
| 5. นายอรรถวิษฐ์ | สุวรรณภักดี | รองโฆษกพรรคประชาธิปัตย์ |

การเก็บข้อมูลในส่วนของผู้บุคคลโดยการวิจัยสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) สื่อมวลชนสายการเมือง 5 ท่าน คือ

- | | |
|---------------------------|---|
| 1. นางสาวดาวิ ไชยศิริ | ผู้สื่อข่าวประจำรัฐสภาสำนักข่าวไทย
สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี |
| 2. นางสาวเสาวภา ชาติก้อน | ผู้สื่อข่าวสายการเมือง องค์การกระจายเสียง
และแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ทีวีย
ไทย) |
| 3. นางสาวเมตตา เชื้อนธรรม | ผู้สื่อข่าวการเมืองฝ่ายทำเนียบรัฐบาล
หนังสือพิมพ์ข่าวสด |
| 4. นายสุเมธ สมคะเน | ผู้สื่อข่าวแผนกข่าวส่วนกลาง หนังสือพิมพ์
ไทยรัฐ |
| 5. นายสืบพงษ์ อุนรัตน์ | ผู้ดำเนินรายการวิทยุคลื่น FM 92.25 วันจันทร์
วันศุกร์ในรายการวิจารณ์บ้าน-วิจารณ์เมือง
เวลา 20.05 - 22.00 และวันเสาร์ในรายการ
สืบเสาะเจาะข่าวเวลา 16.05 - 18.00 |

ส่วนที่ 3 การเก็บข้อมูลในส่วนของการสนทนากลุ่ม (Focus Group)

โดยเก็บข้อมูลจากประชาชนทั่วไปที่มีความสนใจและไม่มีความสนใจทางด้านการเมืองจำนวน 16 ท่าน โดยมีการจัดทำเกณฑ์คะแนนสูงสุด คือ 19 คะแนนและคะแนนต่ำสุดคือ 0 คะแนน โดยผู้ที่ได้คะแนนมากกว่า 6 ขึ้นไปจะจัดอยู่ในกลุ่มที่มีความกระตือรือร้นทางด้านการเมือง (Active) โดยพิจารณาจากหัวข้อ “มีส่วนร่วมในการเลือกตั้งทั้งในระดับชาติและในระดับท้องถิ่นเป็นประจำ” และ “มีการเปิดรับสื่อทางด้านการเมืองน้อยกว่า 4 ครั้งต่อสัปดาห์” (ดูเกณฑ์การให้คะแนนในบทที่ 3) เพื่อให้ทราบถึงแง่มุมของบทบาทและหน้าที่ของโฆษกและรองโฆษกพรรคการเมืองที่มีต่อการสื่อสาร

การวิจัยครั้งนี้สามารถสรุปผลการวิจัยได้เป็น 3 ส่วน คือ

- ส่วนที่ 1 ความสำคัญของบทบาทและหน้าที่ของโฆษกพรรคในการสื่อสารทางการเมือง
- ส่วนที่ 2 กลยุทธ์การดำเนินงานทางด้านการสื่อสารทางการเมืองของโฆษกพรรคประชาธิปัตย์
- ส่วนที่ 3 วิธีการวัดประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของโฆษกพรรคประชาธิปัตย์

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ความสำคัญของบทบาทและหน้าที่ของโฆษกพรรคในการสื่อสารทางการเมือง

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลเพื่อหาข้อสรุปในการศึกษาเรื่องบทบาท หน้าที่และกลยุทธ์การสื่อสารของโฆษกพรรคประชาธิปัตย์จาก 4 แหล่งในเฉพาะส่วนที่มีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของโฆษกและรองโฆษกพรรคประชาธิปัตย์ทั้ง 5 ท่านตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2553 ถึงเดือนมกราคม 2554

1. การรวบรวมข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ 5 ฉบับได้แก่

1. หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ
2. หนังสือพิมพ์เดลินิวส์
3. หนังสือพิมพ์ข่าวสด
4. หนังสือพิมพ์มติชน
5. หนังสือพิมพ์คม ชัด ลึก

2. การรวบรวมข้อมูลจากเว็บไซต์พรรคประชาธิปัตย์ ในเฉพาะส่วนที่มีความเกี่ยวข้องกัโฆษกและรองโฆษกพรรคประชาธิปัตย์ทั้ง 5 ท่าน

3. การรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงเจาะลึกผู้ทำหน้าที่โฆษกพรรคประชาธิปัตย์ 5 ท่านและผู้ปฏิบัติงานด้านสื่อ 5 ท่าน รวมเป็น 10 ท่าน

4. การรวบรวมข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม (Focus Group) จากประชาชนที่มีความสนใจทางด้านการเมือง 8 ท่านและประชาชนที่ไม่มีความสนใจทางด้านการเมือง 8 ท่านรวมเป็น 16 ท่าน

ผลจากการศึกษาผู้วิจัยพบว่าบทบาท หน้าที่และการสื่อสารต่อสาธารณะของโฆษกและรองโฆษกพรรคประชาธิปัตย์นั้นในส่วนของโฆษกพรรคประชาธิปัตย์จะมีการแบ่งหน้าที่ออกเป็น 2 ท่านคือนายแพทย์บุรณชัย สมุทรักษ์และนายเทพไท เสนพงศ์ โดยนายแพทย์บุรณชัยจะพูดเกี่ยวกับพรรค มติพรรค การทำงานของพรรคและท่าทีของพรรค ส่วนนายเทพไทซึ่งดำรงตำแหน่งโฆษกประจำตัวหัวหน้าพรรคประชาธิปัตย์นั้น จะพูดเกี่ยวกับขอบเขตของหัวหน้าพรรคเป็นหลัก โดยบทบาทหลักของโฆษกและรองโฆษกคือ การนำนโยบายของพรรคส่งผ่านไปยังประชาชนเพื่อสร้างความเข้าใจให้ได้มากที่สุด มีการสื่อความหมาย ท่าทีแนวคิดของพรรคให้ประชาชนได้รับทราบ หากมีข้อกล่าวหาต่างๆ ทีมโฆษกจะทำหน้าที่สื่อสารให้ประชาชนมีความเข้าใจในข้อกล่าวหาต่างๆ ทั้งยังเป็นผู้ชี้แจงนโยบายของพรรค ผลการดำเนินงานของพรรค การแก้ต่างให้พรรคในกรณีที่พรรคหรือบุคคลในพรรคถูกพาดพิง มีการนำเสนอทั้งด้านดีและปัญหาของพรรคเพื่อให้ประชาชนได้รับทราบและเข้าใจอย่างตรงไปตรงมาและเปิดเผย ทันเหตุการณ์ นอกจากนี้ต้องมีความรู้รอบด้าน มีปฏิภาณไหวพริบ มีเหตุมีผลในการโต้ตอบและการให้ข่าวสามารถควบคุมอารมณ์ตนเองในขณะที่แถลงข่าวและต้องศึกษาปัญหาให้ถ่องแท้ รู้ให้จริง ถ้าเรื่องใดที่ยังไม่มีความมั่นใจหรือความกระจ่างชัดก็ควรแจ้งให้ประชาชนได้ทราบว่าอยู่ในระหว่างการดำเนินการ ไม่ควรผ่านเรื่องใดเรื่องหนึ่งไป ต้องใจเย็น รู้นโยบายของพรรค สามารถที่จะบอกและสื่อสารได้ตรงประเด็น ควรสื่อสารให้คนทุกระดับเข้าใจ สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี มีทักษะการพูดจาที่ดี มีจริยธรรมในการให้ข่าว

โฆษกและรองโฆษกยังจำเป็นต้องอัปเดตข้อมูลให้ดีที่สุด มีการเรียงลำดับข้อมูลมีเหตุผล ต้องระมัดระวังในเรื่องที่อาจถูกถามแทรกหรือถามเพิ่มเติมและข้อมูลที่ให้ต้องมีความถูกต้องเพราะถ้าให้ข้อมูลผิดจะยากต่อการแก้ไขและทำให้ตัวผู้พูดเสื่อมลงด้วยซึ่งจะเป็นสิ่งที่ผิดพลาดมากของคนทำหน้าที่โฆษกพรรค ก่อนทำการสื่อสารต้องมีข้อมูลพร้อม ซึ่งมีการเตรียมข้อมูลที่มาจากพรรค นโยบายพรรคและข้อมูลจากกระทรวง ทบวง กรมต่างๆที่มีการนำนโยบายของพรรคไปปรับใช้ กล่าวคือเมื่อทำการสื่อสารต้องสื่อสารทั้งนโยบายและแนวทางปฏิบัติจริง ซึ่งจะทำให้ประชาชนมีความเข้าใจ หากพูดแต่นโยบาย แต่ไม่มีแนวทางปฏิบัติและไม่มีข้อมูล ก็จะทำให้การสื่อสารนั้นไปไม่ถึงกลุ่มเป้าหมาย เพราะสิ่งที่ประชาชนจะได้สัมผัสคือแนวทางปฏิบัติ ไม่ใช่

นโยบาย จึงต้องมีการอธิบายความเชื่อมโยงระหว่างนโยบายกับความชัดเจน จนไปถึงภาคปฏิบัติ ว่าภาคนโยบายและภาคปฏิบัติมีความเหมือนกันหรือไม่ มีความชัดเจนหรือไม่

นอกจากนี้โฆษกและรองโฆษกมีการประชุมเพื่อทำความเข้าใจเพื่อหาประเด็นของการสื่อสารเพราะหยิบทุกเรื่องออกมาพูดไม่ได้ มีการแบ่งงานกันทำ โดยการพูดต้องไปในทิศทางเดียวกันซึ่งต้องเอามาจากพรรค ไม่ได้เอามาจากความคิดตนเองว่าจะพูดอย่างไร และต้องระวังเรื่องกฎหมายพรรคการเมือง เช่น การให้ร้ายฝ่ายตรงข้าม พูดนโยบายที่ไม่สามารถทำได้จริง หากเป็นข้อมูลเชิงเจาะลึกมีการมอบหมายงานให้ทีมงานโฆษก โดยวิธีการสังเกต (monitor) ข่าวจากสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์

และในขณะนี้พรรคประชาธิปัตย์นั้นเป็นผู้นำรัฐบาล ทีมโฆษกมีหน้าที่สนับสนุนนโยบายและชี้แจงให้ประชาชนเข้าใจ มีหน้าที่เหมือนกระบอกเสียงของพรรคที่ต้องคอยให้ข้อมูลข้อเท็จจริงและให้ความกระจ่างกับเรื่องราวต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับพรรคการเมืองที่สังกัด รวมไปถึงชี้แจง แก้อัปเดตข่าว ปัญหาภายในพรรคและมีการตอบโต้หากมีการบิดเบือนข้อเท็จจริงที่ทำให้พรรคเสียหาย การทำหน้าที่ดังกล่าวยังเปรียบเสมือนตัวแทนของพรรคที่เป็นสื่อกลางในการสื่อสารข้อมูลจากพรรคการเมืองไปยังประชาชน โฆษกและรองโฆษกยังทำหน้าที่ในการชี้แจงภารกิจแนวทางนโยบายของพรรคให้สาธารณชนและสังคมได้รับทราบว่าทิศทางของพรรคจะดำเนินไปในรูปแบบใด ถ้าหากพรรคการเมืองนั้นเป็นฝ่ายบริหารหรือฝ่ายรัฐบาลก็ต้องชี้แจงและเป็นส่วนเสริมข้อมูลที่เป็นผลบวกให้แก่ฝ่ายบริหารอย่างเต็มที่ มีการติดตามข้อมูลข่าวสารให้ทันทั่วทั้งที่และควรนำความจริงมาพูด พูดแล้วควรจะมีน้ำหนักและพูดความจริง ส่วนรองโฆษกก็จะมีการแบ่งย่อยเป็นฝ่ายเพื่อทำหน้าที่ช่วยเสริมโฆษกในการแถลงข่าว

ส่วนที่ 2 กลยุทธ์การดำเนินงานทางด้านการสื่อสารทางการเมืองของโฆษกพรรคประชาธิปัตย์

โฆษกและรองโฆษกมีการจัดแบ่งกลุ่มเป้าหมายตามสถานการณ์ มีการแบ่งหน้าที่ไปตามความถนัดของแต่ละคนเพื่อให้การสื่อสารนั้นไม่ซ้ำซ้อนกัน และพรรคก็ได้ตั้งรองโฆษกขึ้นเพื่อให้มีความสอดคล้องกับงานที่ตนเองรับผิดชอบเหมือนเป็นการล้อกับรัฐบาล กล่าวคือมีการแบ่งงานของโฆษกตามกระทรวงที่พรรคประชาธิปัตย์ดูแลอยู่ ถึงแม้ว่าพรรคประชาธิปัตย์จะไม่ได้คุมโดยตรง เช่น กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงมหาดไทย และเนื่องจากมวลชนแต่ละกลุ่มมีความต้องการและความรู้สึกแตกต่างกัน ทำให้พรรคมีโฆษกประจำพรรคและรองโฆษกที่ดูในแต่ละด้านเช่น รองโฆษกสังคม รองโฆษกเศรษฐกิจ รองโฆษกสาธารณสุขซึ่งจะทำให้การสื่อสารในแต่ละ

ละเรื่องเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เช่น หากพูดเรื่องเศรษฐกิจก็จะเน้นไปยังกลุ่มคนที่มีความสนใจในเรื่องนี้ ซึ่งการแบ่งแบบนี้จะทำให้ข้อมูลนั้นค่อนข้างลึกและได้รายละเอียดพอสมควร ซึ่งหากมีการแบ่งกันพูดโอกาสในการนำเสนอข่าวสารและโอกาสในการลงสื่อจะมีมาก การแบ่งกลุ่มเป้าหมายยังขึ้นอยู่กับประเด็นที่โฆษกและรองโฆษกพรรคต้องการสื่อสาร ถ้าเป็นการเมืองสนามใหญ่ก็จะไม่มีกลุ่มเป้าหมายเพราะต้องการสื่อสารให้สาธารณชนทั่วไปได้รับฟังรับรู้ แต่หากเป็นการเมืองสนามเล็ก การเมืองท้องถิ่นก็อาจจะเจาะกลุ่มไปที่ชุมชนเพราะโฆษกพรรคไม่ได้มีหน้าที่แถลงข่าวเพียงอย่างเดียว แต่อาจมีการช่วยส.ส. ส.ก.-ส.ข.ในการหาเสียงด้วย

การที่โฆษกและรองโฆษกทำให้ถ้อยคำกระจายไปสู่กลุ่มบุคคลเป็นจำนวนมาก จำเป็นที่ต้องเลือกใช้สื่อแบบผสมผสานให้เข้ากับกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงตัวเนื้อหาสาระด้วย เนื่องจากทุกสื่อมีความสำคัญแล้วแต่บุคลิกของสื่อ ทั้งนี้สื่อแต่ละประเภทมีเสน่ห์ในการนำเสนอในตัวเองและทุกช่องทางก็มีความเหมาะสมในการสื่อสารเพราะทุกช่องทางมีกลุ่มผู้รับสารอยู่ในตัวเอง

ผู้รับสารเองก็มีความหลากหลาย โดยสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเป็นอย่างดี คือ สื่อโทรทัศน์ เพราะเป็นสื่อที่เห็นทั้งภาพเคลื่อนไหวและเสียง จึงเป็นสาเหตุให้นักการเมืองชอบออกโทรทัศน์ เพราะออกสื่อเพียงครั้งเดียวแต่ทำให้ผู้รับสารจำนวนมากเห็นได้พร้อมกันทั้งท่าทางและอาการปฏิกิริยา และหากเป็นการถ่ายทอดสดก็จะรวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์จริงที่เกิดขึ้น ส่วนสื่อที่มีความเหมาะสมในการสื่อสาร คือ สื่อแบบผสมผสาน สื่อที่สามารถลงสาระทางการเมืองได้มากที่สุดโดยมากจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ แต่โดยธรรมชาติของคนไทยไม่ค่อยอ่านแต่ชอบฟัง เมื่อออกอากาศไปก็จะขยายผลได้มากกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ แต่หากจะให้ลึกไปถึงชาวบ้าน สื่อวิทยุชุมชนจะใกล้ชิดกับชาวบ้านมากกว่า ส่วนสื่ออินเทอร์เน็ตหรือ SMS ทางโทรศัพท์มือถือจะมีความรวดเร็ว แต่หากต้องการทราบในส่วนของรายละเอียดเพิ่มเติม สื่อหนังสือพิมพ์ก็สามารถตอบสนองได้ดีกว่าในด้านเนื้อหา หากมีการแบ่งให้ชัดเจนลงไปจะมีการแบ่งเป็น 2 กลุ่มคือ 1. กลุ่มฮาร์ดคอร์ ซึ่งชอบการเมืองแบบรุนแรงวิวาทะ 2. กลุ่มไม่ฮาร์ดคอร์ ซึ่งชอบในแนววิชาการ พูดโดยใช้เหตุและผลเป็นหลัก

การดำเนินการสื่อสารทางการเมืองของโฆษกและรองโฆษกนั้นมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางเว็บไซต์เป็นหลัก และมีการใช้เว็บไซต์ที่มี RSS Feed เฟซบุ๊กและทวิตเตอร์ของท่านนายกรัฐมนตรีและของรัฐบาลซึ่งในขณะนี้พรรคประชาธิปัตย์เป็นแกนนำในการจัดตั้ง กล่าวคือมีการใช้สื่อที่มีความทันสมัยในการที่จะสื่อสารกับประชาชน มีการสื่อสารไปยังประชาชนโดยตรง เช่น การออนแอร์รายการโทรทัศน์หรือรายการวิทยุ และหากประเด็นมีความน่าสนใจ

สื่อก็จะโทรมาให้ไปออกรายการ นอกจากนี้ก็มีการสื่อสารทางสื่อหนังสือพิมพ์ด้วย โดยปกติหลังจากแถลงข่าว ทีมโฆษกจะทำการสรุปคำแถลงข่าวและนำขึ้นเว็บไซต์ของพรรคประชาธิปัตย์ ซึ่งหากผู้ใดต้องการติดตามการแถลงข่าวของพรรคก็สามารถดูได้ที่เว็บไซต์ และทางฝ่ายโฆษกจะมีฝ่ายเลขาทำการจดชวเลขและรายงานจะถูกส่งไปยังอีเมลล์ของนักข่าว นักข่าวที่เข้ามาร่วมฟังในห้องแถลงข่าวจะมีการเขียนข่าวขึ้นเอง แต่สำหรับนักข่าวที่ไม่ได้มาร่วมนั้นก็จะมีการส่งภาพและข้อความไปยังสถานีข่าวและสำนักพิมพ์ต่างๆ ซึ่งข่าวสารส่วนที่พรรคส่งไปให้ก็จะถูกใช้เป็นวัตถุดิบในการเขียนหรือเล่าข่าว

การเลือกเนื้อหาสารมีการวางแผนว่าวันนี้เสนอข้อมูลเพียงเท่านี้แล้วอีกวันค่อยขยายประเด็นต่อโดยหาข้อมูลเพิ่ม มีการวางแผนว่าในเรื่องหนึ่งควรนำเสนอจำนวนเท่าไหนอย่างไร มีการเล่นให้เป็นประเด็นข่าวในกึ่งวัน และการจัดลำดับของเนื้อหา ก็เปรียบเสมือนการเขียนเรียงความ คือมีค่านำ เนื้อหาและสรุปแต่สื่อมวลชนจะไม่ชอบอะไรที่ยืดยาว จึงต้องบอกประเด็นไปเลยเป็นข้อๆ ในส่วนของเนื้อหาในการนำเสนอที่สามารถตอบสนองกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุดก็คือ สถานการณ์ปัจจุบัน หรือ Hot Issue ซึ่งเป็นเรื่องที่อยู่ในกระแส มีผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน รวมถึงกระทบต่อส่วนรวมหรือประเทศ ก่อนที่จะจัดลำดับเสนอประเด็นอื่น โดยเนื้อหาต้องมีความกระชับ อ่านแล้วไม่ต้องตีความหรือแปลอีกรอบ เพราะการเล่นคำนั้นจะใช้สำหรับพาดหัว หรืออาจใช้การทวิตเตอร์เรียกความสนใจก่อน หรือการสัมภาษณ์ลอยๆ เพื่อเปิดประเด็น ซึ่งจากในอดีตคือการพาดหัวอย่างเดียวแต่ในปัจจุบันก็มีวิธีหลากหลายมากขึ้น

ปัญหาหรืออุปสรรคในการสื่อสารในการทำหน้าที่เป็นโฆษกและรองโฆษกนั้นมีหลากหลาย ได้แก่ วิธีการนำเสนอของสื่อมวลชนในปัจจุบัน เช่น การคุยข่าว การพาดหัว การโปรยข่าว บางครั้งเป็นการนำทัศนคติของผู้นำเสนอที่อาจจะตรงหรือไม่ตรงกับผู้พูดผสมลงไปด้วย ซึ่งหากไม่รุนแรงมากก็อาจทำให้เกิดความเข้าใจผิด แต่หากมีความรุนแรงก็อาจจะนำไปสู่การฟ้องร้อง ทำให้มีความจำเป็นที่ต้องมีการบันทึกคำพูดทุกคำและมีการถอดเทปทุกครั้งเพื่อเป็นหลักฐานว่าก่อนที่จะมีการสื่อสารนั้นมีที่มาอย่างไร ตัวผู้พูดเองก็ต้องมีความรับผิดชอบต่อคำพูดของตนเองทุกคำ แต่ไม่อาจรับผิดชอบต่อการนำเสนอที่ไม่ตรงกับคำพูดของตนเองได้ อย่างไรก็ตามหากมีการฟ้องร้องก็มักจะโดนฟ้องร่วมกัน คือ ฟ้องตัวบุคคล ฟ้องพรรคและฟ้องสื่อ แต่หากมีหลักฐานว่าผู้พูดพูดหรือแสดงออกอย่างไร ผู้พูดก็จะรับผิดชอบต่อเฉพาะส่วนที่พูด นอกจากนี้ผู้พูดต้องมีความแม่นยำในข้อมูล เพราะถ้าไม่จริง พูดแล้วไม่ถูกทิศทางก็จะทำให้เกิดผลเสียต่อตัวผู้พูดเอง บางเรื่องต้องอธิบายแต่ถ้ายาวเกินไปสื่อก็จะไม่ชอบ ทำให้ต้องหาวิธีการรวบรัดตัดตอนหรือ

อธิบายให้มีความกระชับ แต่ทางที่ดีก็ควรจะออกรายการโทรทัศน์ให้พิธีกร ทางโฆษกจะได้มีการอธิบายเพิ่มเติม

ส่วนที่ 3 วิธีการวัดประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของโฆษกพรรค ประชาธิปไตย

วิธีการวัดประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการสื่อสารของโฆษกและรองโฆษกเป็นเรื่องสำคัญที่จะเป็นตัวประเมินว่า การสื่อสารสัมฤทธิ์ผลหรือไม่ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยวัดความสำเร็จของการสื่อสารและเกิดการทบทวนบทบาทในการสื่อสารซึ่งนำไปสู่การปรับเปลี่ยนที่ดีขึ้นในอนาคต ส่วนมากจะวัดจากผลการสำรวจ (ผลโพล) และมีการวัดจากสื่อต่างๆ โดยการดูจากจำนวนชิ้นข่าวและการโทรเข้ามาสอบถามของสื่อมวลชน ทั้งสื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ การโทรศัพท์เชิญไปออกรายการ

การวัดประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการสื่อสารมีอยู่ 3 ลักษณะคือ 1. การประเมินตนเอง เช่น สิ่งที่สื่อสารออกไปตรงกับความตั้งใจหรือไม่ วิธีการสื่อสารสามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ฟังหรือไม่ คำพูดมีความถูกต้องรวมทั้งมีการนำเสนอดีหรือไม่ นอกจากนี้มีการดูแลตอบรับ (feedback) จากนักข่าวและบุคคลอื่นที่ติดตามข่าวสารของทางพรรคด้วย 2. การประเมินจากปริมาณสื่อที่ออกไปสู่สาธารณะโดยใช้วิธี media monitor เช่น การลงหนังสือพิมพ์ การออกโทรทัศน์ การออกวิทยุ เป็นประเด็นที่คนพูดต่อหรือไม่ มีรายการหรือการให้สัมภาษณ์เพื่อขยายผลหรือไม่ อย่างไรก็ตามบางครั้งการปรากฏผ่านสื่อเพียงอย่างเดียวไม่ได้สะท้อนหรือบ่งบอกว่าผู้รับฟังมีความรู้สึกอย่างไรต่อสารที่ทำการสื่อสารออกไป เพราะการปรากฏผ่านสื่ออาจจะเป็นไปได้ทางบวกหรือทางลบก็ได้ เช่น ภาพของการโต้เถียง คนอาจจะพบเห็นบ่อยแต่เกิดความรู้สึกเบื่อหน่าย 3. การประเมินโดยการสำรวจความคิดเห็นหรือการทำโพล แต่วิธีนี้ก็จะมีความยุ่งยากและลำบากและมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง แต่ก็มีการใช้ผลสำรวจของสำนักอื่นๆควบคู่ไปด้วย

นอกจากนี้การวัดประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการสื่อสารยังขึ้นอยู่กับความเชื่อ ภาพลักษณ์ขององค์กรที่ผู้พูดสังกัดอยู่ บางพรรคสื่อสารออกไปแล้วคนไม่ค่อยเชื่อเนื่องจากในอดีตทำอะไรก็ไม่ค่อยประสบความสำเร็จ จึงต้องใช้เวลาในการพิสูจน์ ขณะที่หากพรรคการเมืองที่เคยบทบาทฝ่ายบริหารมาแล้วและแสดงให้เห็นว่าสามารถทำได้ จึงสามารถกล่าวได้ว่าการวัดประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการสื่อสารนั้นยังขึ้นอยู่กับภูมิหลังและพื้นฐานของพรรคการเมืองแต่ละพรรคว่าในอดีตนั้นประสบความสำเร็จและเป็นที่ยอมรับของประชาชนหรือไม่

แม้กระทั่งผลการสำรวจของสถาบันศึกษาก็เป็นองค์ประกอบหนึ่งด้วยในการช่วยเสริมข้อมูลสิ่งที่ชาวบ้านรู้สึกต่อสิ่งที่พรรคการเมืองสื่อสารออกมา

วิธีการวัดประสิทธิภาพและประสิทธิผลการสื่อสารของพรรคประชาธิปัตย์ยังทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของทีมโฆษก กล่าวคือ พรรคประชาธิปัตย์มีการปรับเปลี่ยนทีมโฆษก ลดการโต้ตอบหรือการวิวาทะลง และพูดเรื่องนโยบายมากขึ้นและการประเมินผลสามารถบอกได้ว่าสิ่งที่ได้สื่อสารออกไปทั่วถึงหรือไม่ และประชาชนมีปฏิกิริยาจากการสื่อสารดังกล่าวอย่างไรเพราะโฆษกหรือคนที่อยู่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ บางครั้งเมื่อสื่อสารอะไรออกมาแล้ว วันรุ่งขึ้นหากสื่อไม่ตอบรับหรือถูกวิพากษ์วิจารณ์ในทางลบก็ต้องปรับแนวทางและวิธีการชี้แจง ต้องหาจุดอ่อนของตนเองว่าอะไรเป็นปัญหาเพื่อจะทำให้การชี้แจงในอนาคตไม่เกิดปัญหาเหมือนที่เคยล้มเหลว

อภิปรายผลการวิจัย

จากการสรุปผลวิจัยที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยพบว่าประเด็นที่น่าสนใจที่จะนำมาอภิปรายผลแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

- ส่วนที่ 1 ประเด็นความสำคัญของบทบาทและหน้าที่ของโฆษกพรรคในด้านการสื่อสารทางการเมือง
- ส่วนที่ 2 ประเด็นกลยุทธ์การดำเนินงานทางด้านการสื่อสารทางการเมืองของโฆษกพรรคประชาธิปัตย์
- ส่วนที่ 3 ประเด็นวิธีการวัดประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของโฆษกพรรคประชาธิปัตย์

ส่วนที่ 1 ประเด็นความสำคัญของบทบาทและหน้าที่ของโฆษกพรรคในด้านการสื่อสารทางการเมือง

ประเด็นเรื่องบทบาทของโฆษกและรองโฆษกพรรคประชาธิปัตย์ จากการวิจัยพบว่า พรรคประชาธิปัตย์เปรียบเสมือนองค์กรหนึ่งที่มีโครงสร้างระบบบริหารงานคล้ายคลึงกับองค์กรอื่นทั่วไปที่มีฝ่ายประชาสัมพันธ์ทำหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสารแก่บุคคลภายในองค์กรและบุคคลภายนอกองค์กร เพียงแต่หากเป็นองค์กรทางด้านพรรคการเมืองจะไม่มีโครงสร้างที่แน่นอนเหมือนองค์กรทั่วไป กล่าวคือ โฆษกพรรคจะเป็นผู้ที่หัวหน้าพรรคเสนอชื่อและต้องได้รับการโหวต

จากคณะกรรมการพรรคอีกทีหนึ่งโดยมีวาระในการดำรงตำแหน่งคราวละ 4 ปีซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของพนม คลีฉายา (2542) ที่กล่าวว่าการจัดโครงสร้างส่วนที่รับผิดชอบด้านการสื่อสารของพรรคการเมืองมักจะแต่งตั้งเป็นโฆษกพรรคให้ดูแลงานด้านการสื่อสารของพรรค การจัดโครงสร้างงานไม่มีโครงสร้างถาวรขึ้นอยู่กับการบริหารของโฆษกพรรคเป็นหลัก นอกจากนี้โฆษกและรองโฆษกพรรคยังเป็นแหล่งข่าวที่สำคัญในการให้ข้อมูลแก่สื่อมวลชนก่อนที่จะสื่อมวลชนจะนำไปเผยแพร่ถึงแม้ว่าจะมีแหล่งสารทางการเมืองประเภทอื่น อย่างไรก็ตามผู้วิจัยพบว่าข้อมูลที่มาจากโฆษกและรองโฆษกโดยตรงนั้นจะเป็นแหล่งสารที่มีความน่าเชื่อถือและมีความถูกต้องมากที่สุด เพราะโฆษกและรองโฆษกได้กลั่นกรองก่อนทำการแถลงและต้องการนำเสนอข่าวให้ประชาชนมีความเข้าใจและเกิดความรู้สึกบวกต่อพรรคมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของวัลลภ ลำพาย (2551) ที่กล่าวว่า แหล่งสารทางการเมืองที่สำคัญที่สุดในการสื่อสารทางการเมือง คือ พรรคการเมือง โดยข่าวสารทางการเมืองหมายถึงนโยบายของพรรคและผลงาน ส่วนช่องทางการสื่อสารทางการเมืองที่เป็นหลักคือสื่อมวลชน

เมื่อพิจารณาถึงบทบาทและหน้าที่ของโฆษกและรองโฆษกพรรคการเมือง ผู้วิจัยมีความเห็นว่าบทบาทที่แท้จริงของโฆษกและรองโฆษกพรรคการเมืองเป็นผู้ทำการสื่อสารกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย การแถลงความเคลื่อนไหวภายในพรรค การชี้แจงเหตุการณ์เรื่องราวที่สังคมกำลังจับตามอง การให้ความคิดเห็นในนามของพรรคทั้งในเชิงบวกและเชิงลบรวมถึงการตอบโต้ฝ่ายตรงข้าม หากฝ่ายตรงข้ามพาดพิงถึง ดังที่เสรี วงษ์มณฑา (2550) กล่าวว่า โฆษกพรรคการเมืองมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความมีเสถียรภาพของพรรคการเมืองนั้นๆ โดยการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวพรรคและในบางครั้งอาจต้องชี้แจงในส่วนของนโยบายพรรคที่ได้กล่าวในช่วงการหาเสียงเลือกตั้ง พร้อมทั้งแก้ปัญหาหรือตอบข้อโต้แย้งจากฝ่ายค้านหรือสื่อมวลชน และยังสอดคล้องกับแนวคิดของประทุม ฤกษ์กลาง (2550) ที่กล่าวถึงการประชาสัมพันธ์ทางการเมืองว่าเป็นกระบวนการที่นักประชาสัมพันธ์ของสถาบันทางการเมืองการปกครองเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ นโยบาย การตัดสินใจ

อย่างไรก็ตามจากการสัมภาษณ์โฆษกพรรคในประเด็นเรื่องบทบาทหน้าที่ของโฆษกและรองโฆษกเฉพาะเรื่องประเด็นเรื่องการส่งเสริมสร้างภาพลักษณ์ให้แก่พรรคการเมืองนั้น กลับพบว่าโฆษกและรองโฆษกไม่ได้กล่าวถึงประเด็นนี้จึงอาจเป็นไปได้ว่าในความจริงแล้วนั้น โฆษกพรรคที่ผู้วิจัยทำการศึกษาไม่ได้เป็นผู้ที่มีบทบาทการสร้างภาพลักษณ์ให้แก่พรรคซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยจากการสนทนากลุ่มที่พบว่าประชาชนส่วนใหญ่ไม่สามารถจดจำชื่อของโฆษกพรรคประชาธิปไตยได้ ในทางกลับกันประชาชนทั้งหมดสามารถจดจำชื่อหัวหน้าพรรค

ประชาธิปไตยได้ ผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่าผู้ที่ทำหน้าที่ในการส่งเสริมภาพลักษณ์ของพรรคประชาธิปไตยคือหัวหน้าพรรค ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของพนม คลีฉายา (2542) ที่กล่าวว่า ภาพลักษณ์เป็นภาพเกี่ยวกับพรรคการเมืองที่ประชาชนสร้างขึ้นในจิตใจของตนเอง ถ้าประชาชนมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อพรรคการเมือง จะนำไปสู่ความนิยมซึ่งจะช่วยให้พรรคได้รับคะแนนนิยมและคะแนนเสียงเลือกตั้งมากจนจัดตั้งรัฐบาลได้ อย่างไรก็ตามจากแนวคิดของเสรี วงษ์มณฑา (2550) ที่กล่าวว่า พรรคการเมืองที่แต่งตั้งโฆษกประจำพรรคที่ไม่มีความสามารถ ก็จะมีผลทำให้พรรคการเมืองนั้นมีเสถียรภาพต่ำและทำให้ภาพลักษณ์ของพรรคดูไม่มีความน่าเชื่อถือต่อไปด้วยก็มีความถูกต้องเนื่องจากผู้ทำหน้าที่โฆษกนั้นถือว่าอยู่ในฐานะนักการเมืองที่มีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ของพรรคการเมืองที่ตนเองสังกัด หากภาพลักษณ์ของผู้ทำหน้าที่โฆษกไม่ดี ก็จะส่งผลต่อภาพลักษณ์ของพรรคด้วย

ผู้วิจัยได้พบว่าบทบาทและหน้าที่ของการสื่อสารของโฆษกและรองโฆษกพรรคประชาธิปไตยนั้นยังมีความเกี่ยวข้องกับสื่อมวลชนเป็นสำคัญ เนื่องจากสื่อมวลชนทำหน้าที่เป็นตัวกลางที่กระจายข่าวสารไปยังประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมาย พร้อมทั้งแจ้งข้อเท็จจริงให้กับสังคมได้รับทราบ เช่น การนำเสนอข่าวในหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุและเว็บไซต์ ทั้งนี้สิ่งที่สื่อมวลชนนำเสนออาจมีการใส่ความคิดเห็นในแง่ลบของการวิจารณ์หรือการวิเคราะห์ลงไปด้วยซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของวัลลภ ลำพาย (2551) ที่กล่าวถึงหน้าที่ของสื่อมวลชนว่าสื่อมวลชนมีหน้าที่ในการสอดส่องแจ้งข้อเท็จจริงรวมถึงการวิพากษ์วิจารณ์สังคมให้แก่ประชาชนและสอดคล้องกับแนวคิดของธีรารักษ์ โพธิ์สุวรรณ (2548) ซึ่งกล่าวว่าสื่อมวลชนมีบทบาทในการพัฒนาประเทศทางด้านการเมืองโดยการให้ความรู้ ข่าวสารทางการเมืองเพื่อให้ผู้รับสารนำไปอภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

อย่างไรก็ตามสื่อมวลชนและโฆษกมักจะมีคุณสมบัติเหมือนเพื่อนร่วมงาน เนื่องจากโฆษกและรองโฆษกก็ต้องการให้สารที่ตนเองได้สื่อออกไปถึงผู้รับสาร และสื่อมวลชนก็ต้องการได้ข่าวสารเพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลในการเผยแพร่ให้ประชาชนได้รับรู้และมีความเข้าใจในประเด็นนั้นๆ ดังที่ประทุม ฤกษ์กลาง (2550) ได้กล่าวในแนวคิดการชมเชยการทำงานของสื่อมวลชนของนักการเมืองไว้ว่าสื่อมวลชนได้ช่วยให้พวกเขาทำงานอย่างประสบความสำเร็จ โดยสื่อมวลชนจะเป็นแหล่งข้อมูลต่างๆให้กับตน และยังเป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดนโยบายและกิจกรรมของนักการเมืองไปสู่ประชาชน ทำให้เกิดการสนับสนุนจากประชาชน

นอกจากนี้บทบาทและหน้าที่ของโฆษกและรองโฆษกของพรรคประชาธิปไตยสามารถส่งผลต่อการรับรู้ ความน่าเชื่อถือ ความดึงดูดใจและทัศนคติของกลุ่มเป้าหมายได้

เนื่องจากโฆษณาของพรรคมีสองท่านจึงมีกลุ่มที่ชื่นชอบการแถลงข่าวในลักษณะการชี้แจงและแถลงข่าวของนายแพทย์บุรณชัย สมุห์ทรีและกลุ่มที่ชื่นชอบลักษณะการแถลงข่าวของนายเทพไท เสนพงศ์ซึ่งมักจะเน้นการเสียดสีและคำพูดรุนแรง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพลอยพรรณ จุลสุคนธ์ (2548) ศึกษาเรื่อง “ผลของการใช้โฆษณาในงานโฆษณาของธุรกิจบริการต่อรับรู้ โฆษณาของผู้บริโภค พบว่า ประเภทของโฆษณาในงานโฆษณาที่ต่างกันและประเภทของธุรกิจบริการในงานโฆษณาที่ต่างกันล้วนแล้วแต่ส่งผลต่อการรับรู้โฆษณาของผู้บริโภคในเรื่องของความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร ความดึงดูดใจของแหล่งสาร ทักษะการที่มีต่อโฆษณา และทัศนคติที่มีต่อตราสินค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ส่วนที่ 2 ประเด็นกลยุทธ์การดำเนินงานทางด้านการสื่อสารทางการเมืองของโฆษกพรรคประชาธิปัตย์

ประเด็นเรื่องการดำเนินงานด้านการสื่อสารทางการเมือง มีหลักในการสื่อสารตามที่ David K. Berlo (1960) กล่าวไว้คือ The Source-Message-Channel-Receiver Model (S-M-C-R Model) โดย 1. ผู้ส่งสาร (Source) คือ โฆษกและรองโฆษกของพรรคประชาธิปัตย์ จะทำหน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสาร ชี้แจงและตอบโต้ฝ่ายตรงข้าม 2. ตัวข่าวสาร (Message) คือ สารที่โฆษกและรองโฆษกนำมาใช้ในการสื่อความหมายไปยังสาธารณชน ได้แก่ ข้อเท็จจริง ความคิดเห็น ความรู้สึก 3. ช่องทาง (Channel) ซึ่งโดยมากเป็นการสื่อสารผ่านช่องทาง Above the Line (ALT) หรือสื่อสารมวลชนได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์และอินเทอร์เน็ต 4. ผู้รับสาร (Receiver) คือกลุ่มเป้าหมายและประชาชนทั่วไป การสื่อสารจะต้องเริ่มจากองค์ประกอบของผู้ส่งสารก่อน ซึ่งผู้ส่งสารจะส่งข้อมูลข่าวสารออกไป ซึ่งในที่นี้คือ โฆษกและรองโฆษกพรรคประชาธิปัตย์

ผู้วิจัยพบว่าการดำเนินงานด้านการสื่อสารยังมีความเกี่ยวข้องกับการแบ่งกลุ่มเป้าหมายและการใช้สื่อ จากการแบ่งกลุ่มเป้าหมายทางโฆษกและรองโฆษกพรรคมิได้แบ่งกลุ่มเป้าหมายออกเป็นกลุ่มแยกจากกันอย่างชัดเจน เพราะเนื้อหาสามารถเป็นตัวบ่งบอกกลุ่มเป้าหมายได้เอง อีกทั้งเรื่องที่แถลงโดยทั่วไปแล้วเป็นเรื่องที่ต้องการให้ประชาชนทุกคนได้รับรู้ ดังนั้นจึงไม่ได้มีการเจาะจงไปที่กลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเป็นพิเศษ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของอรรถวน ปิณฑนโรวาท (2546) ที่กล่าวว่าในกลุ่มของประชากรที่ไม่รู้หนังสือควรหลีกเลี่ยงการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจด้วยลายลักษณ์อักษร ถึงแม้บางคนอ่านหนังสือได้แต่ต้องใช้ความพยายามมากจึงเป็นสิ่งที่ยากและสอดคล้องกับงานวิจัยของเชษฐาวิญญู ภูษณงค์ (2549) ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารของกลุ่ม

ชาโกที่ย้ายถิ่นฐานมาสู่ชุมชนเมืองในการปรับตัวและการแสดงอัตลักษณ์แห่งชาติพันธุ์" พบว่าอุปสรรคสำคัญทางการสื่อสารเกิดขึ้นเนื่องจากประสบการณ์และการเรียนรู้ทางภาษาปัญหาที่เกิดขึ้นจึงมีความแตกต่างกันไปตามภูมิหลังของแต่ละคน และตามแนวคิดของเสรี วงษ์มณฑา (2550) ที่กล่าวว่าโหมะกและรองโหมะกต้องเลือกกลุ่มเป้าหมายเพราะพรรคการเมืองที่ดีสำหรับประชาชนกลุ่มหนึ่ง อาจจะไม่ใช่พรรคการเมืองที่ดีสำหรับประชาชนกลุ่มอื่น โหมะกพรรคและนักการเมืองจึงต้องเลือกที่จะเอาใจประชาชนให้ถูกกลุ่มนั้นก็มีความถูกต้อง เพราะพรรคการเมืองอาจไม่ได้แบ่งกลุ่มเป้าหมายที่เป็นประชาชนอย่างชัดเจนแต่ก็ได้ใช้ตัวสารซึ่งสามารถแบ่งแยกกลุ่มเป้าหมายที่ผู้ทำหน้าที่โหมะกต้องการไว้อย่างชัดเจนได้เช่นกัน

สำหรับสื่อที่ใช้จนถึงแม้ว่าปัจจุบันสื่อออนไลน์จะมีความรวดเร็วมากที่สุดและมีการใช้เป็นเครื่องมือหลักในการแถลงข่าวของโหมะก สื่อที่ยังคงเข้าถึงผู้รับสารได้ดีที่สุดยังคงเป็นสื่อโทรทัศน์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของจากรุวรรณ ปวรจารย์ (2543) ที่กล่าวว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด และสื่อเฉพาะกิจที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารทางด้านการเมืองมากที่สุด คือ โฆษณาทางโทรทัศน์ เนื่องจากเป็นสื่อที่มีการเผยแพร่ข่าวสารทางการเมืองได้รวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์และ สอดคล้องกับแนวคิดของ Sarah Oates (2008) ที่กล่าวว่าอินเทอร์เน็ตไม่ได้เข้ามาแทนที่สื่อมวลชนดั้งเดิม แต่ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนดั้งเดิมและสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสิ่งเสริมซึ่งกันและกันในการทำงาน

สำหรับการสื่อสารทางการเมืองในช่วงของก่อนการเลือกตั้ง ระหว่างการเลือกตั้ง และหลังการเลือกตั้งก็มีความแตกต่างกันไป กล่าวคือ ในช่วงก่อนการเลือกตั้งมักจะเป็นการแถลงเพื่อเรียกคะแนนนิยม มีการกล่าวถึงนโยบายเพื่อให้ประชาชนได้รับรู้ว่าพรรคต้องการจะทำอะไรในอนาคต ช่วงระหว่างการเลือกตั้งจะเป็นการพาดพิงฝ่ายตรงข้ามและเสนอนโยบายของพรรคอย่างเต็มที่เสมือนเป็นการประชาสัมพันธ์พรรคและนโยบายของพรรคในโค้งสุดท้ายก่อนการเลือกตั้ง และหลังการเลือกตั้งมักจะกล่าวถึงเหตุผลแพ้-ชนะ โดยช่วงนี้โหมะกจะลดบทบาทลงเนื่องจากจะให้การมาธิการพรรคเป็นคนแถลงข่าวซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพนม คลี่ฉายา (2542) ที่กล่าวว่าช่วงก่อนการเลือกตั้ง การสื่อสารประชาสัมพันธ์จะเป็นแบบการเผยแพร่ข่าวสารและการให้ความรู้โดยที่ฝ่ายรัฐบาลจะมีหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลเป็นผู้ทำหน้าที่เผยแพร่ข่าวสารตรวจสอบวิเคราะห์สถานการณ์และชี้แจงข้อเท็จจริง ช่วงระหว่างการเลือกตั้ง เป็นช่วงที่ทุกพรรคการเมืองจะต้องทำการหาเสียงเพื่อให้ได้รับเลือกจากประชาชนให้มากที่สุด มีลักษณะโน้มน้าวใจให้ประชาชนสามารถตัดสินใจในการเลือกสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ช่วงหลังการเลือกตั้ง การสื่อสารประชาสัมพันธ์ของพรรคการเมืองจะลดบทบาทลงถ้าพรรคการเมืองได้เป็นฝ่ายรัฐบาล

เนื่องจากรัฐบาลซึ่งมีหน่วยราชการที่รับผิดชอบการประชาสัมพันธ์โดยตรงซึ่งจะเป็นไปในรูปของการเผยแพร่ข่าวสาร ผลงานของรัฐบาล ให้ความรู้เกี่ยวกับนโยบายของรัฐบาลแก่ประชาชน

ในด้านของนโยบายสาธารณะผู้วิจัยพบว่าภายในพรรคประชาธิปัตย์จะมีทีมงานคณะนโยบายของพรรคที่ทำหน้าที่ในการสำรวจความคิดเห็นประชาชนก่อนที่จะมาจัดทำเป็นนโยบายโดยโฆษกและรองโฆษกมีหน้าที่ในการนำนโยบายเหล่านี้ไปแถลงให้แก่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายให้ได้รับทราบและมีความเข้าใจซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Randall Ripley and Grace Franklin (1982) ที่กล่าวว่าเพื่อให้เข้าใจการนำนโยบายไปปฏิบัติให้ชัดเจนขึ้น ควรพิจารณาถึงผู้เกี่ยวข้องและวัตถุประสงค์ด้วยโดยการนำนโยบายไปปฏิบัติเป็นกิจกรรมที่ต่อเนื่องและเกี่ยวข้องกันนโยบายต่างๆต้องมีจำนวนและขอบเขตเพิ่มขึ้นอย่างแน่นอน

ส่วนที่ 3 ประเด็นวิธีการวัดประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของโฆษกพรรคประชาธิปัตย์

ประเด็นเรื่องวิธีการประเมินผลการสื่อสารของโฆษกและรองโฆษกพรรคประชาธิปัตย์ ผู้วิจัยพบว่ามักเป็นการประเมินผลโดยผู้ปฏิบัติงานเอง โดยใช้วิธีพิจารณาจากผลตอบรับ (feedback) จากนักข่าวและบุคคลอื่นที่ติดตามข่าวสารของทางพรรค พิจารณาจากการติดตามและปริมาณสื่อที่ออกไปสู่สาธารณะโดยใช้วิธี media monitor เช่น การลงหนังสือพิมพ์ การออกโทรทัศน์ การออกวิทยุ การให้สัมภาษณ์ทางรายการ และมีการประเมินผลโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการประเมินผลภายนอกหน่วยงาน คือ มีการดูผลจากการสำรวจความคิดเห็นของประชาชน (ผลโพล) จากสถาบันต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของยุบล เบญจรงค์กิจ (2547) ที่กล่าวว่าการประเมินผลนั้นสามารถประเมินได้ด้วยบุคคล คือ การประเมินโดยผู้ปฏิบัติงานเอง และการประเมินผลโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการประเมินผลจากหน่วยงานภายนอกและสอดคล้องกับแนวคิดของสมปราชญ์ อัมมะพันธุ์ (2529) กล่าวว่า หน้าที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของงานโฆษก คือ การติดตามผลการพูด (Follow up Speeches) โดยติดตามดูว่าผู้พูดพูดแล้วได้ผลเป็นน่าพอใจหรือไม่ โดยการสอบถามถึงผลการประเมิน

ทั้งนี้การประเมินผลการสื่อสารของโฆษกและรองโฆษกพรรคประชาธิปัตย์ มักจะเกิดขึ้นจากการปฏิบัติงานที่เป็นการประเมินผลหลังจากที่การสื่อสารนั้นได้เสร็จสิ้นลงไปแล้ว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของประชัย เปี่ยมสมบูรณ์ (2529) ซึ่งกล่าวว่าการประเมินผลหลังจากที่โครงการได้เสร็จสิ้นลงไปแล้ว (Ex-post evaluation) เป็นการประเมินผลสำเร็จของแผนงานว่า

ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้หรือไม่ มีปัญหาและอุปสรรคอะไรบ้าง เพื่อจะประเมินว่าแผนงานเหล่านั้นควรที่จะดำเนินต่อไปหรือต้องปรับปรุงแผนเพิ่มเติม

อย่างไรก็ตามในบางครั้งการปรากฏผ่านสื่อเพียงอย่างเดียวไม่ได้สะท้อนหรือบ่งบอกว่าผู้รับฟังมีความรู้สึกอย่างไรต่อสารที่ทำการสื่อสารออกไป เพราะการปรากฏผ่านสื่ออาจจะเป็นไปในทางบวกหรือทางลบก็ได้ เช่น ภาพของการโต้เถียง คนอาจจะพบเห็นบ่อยแต่เกิดความรู้สึกเบื่อหน่าย ดังนั้นกรณีนี้จึงไม่ใช่การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ตามที่ดวงพร คำคุณวัฒน์ และคณะ (2536) กล่าวว่า การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ หมายถึง การสื่อสารที่ผู้ส่งสามารถส่งสารผ่านสื่อได้อย่างเหมาะสมกับผู้รับ สามารถบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ในส่วนของการประเมินผลด้านการสื่อสารจึงต้องพิจารณาจากการสำรวจความคิดเห็น (ผลโพล) ควบคู่ไปด้วยอีกทั้งประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการสื่อสารยังขึ้นอยู่กับความเชื่อ ภาพลักษณ์ขององค์กรที่ผู้พูดสังกัดอยู่ กล่าวคือ ภูมิหลังและพื้นฐานของพรรคการเมืองแต่ละพรรคในอดีตก็มีความสำคัญในการเป็นส่วนหนึ่งเมื่อมีการทำการประเมินผล ตามที่ชัยยงค์ พรหมวงศ์ (อ้างจากศุภชัยและปิยากร, 2551) กล่าวเพิ่มเติมว่า ประสิทธิภาพการสื่อสารยังขึ้นอยู่กับคุณภาพของอวัยวะรับรู้ ผู้รับสามารถรับสารมากน้อยต่างกันขึ้นอยู่กับประเภทของอวัยวะรับรู้ ความชัดเจนของสาร คุณภาพของสื่อและวิธีการถ่ายทอดสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สภาวะที่เอื้ออำนวยต่อการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพมี 4 สภาวะ คือ การที่ผู้รับสารมีส่วนร่วมอย่างกระฉับกระเฉง การมีส่วนร่วมทราบคำติชมทันที การมีประสบการณ์ที่เป็นความสำเร็จ และการได้รับสารทีละน้อยตามลำดับขั้น และยังขึ้นอยู่กับคุณภาพของการรับรู้ในส่วนของผู้รับไม่น้อยกว่าคุณภาพของสื่อหรือช่องทางและวิธีการส่งหรือถ่ายทอดสาร นั้นหมายความว่า ประสิทธิภาพการสื่อสารทางการเมืองย่อมต้องขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ได้แก่ ผู้ส่งสาร ผู้รับสาร สารและช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้หากกล่าวถึงการวัดประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการประเมินผลแล้ว ผู้วิจัยยังพบว่า ทุกคนในทุกตำแหน่งหน้าที่ยังมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่าการประเมินผลเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากเพราะทำให้ผู้ส่งสารทราบว่าสารที่ส่งออกไปมีความชัดเจนสามารถทำให้ผู้รับสารเกิดความเข้าใจได้หรือไม่ ทั้งยังเป็นการสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงข้อผิดพลาดหรือข้อบกพร่องในการส่งสารครั้งนั้นเพื่อที่จะได้สามารถหลีกเลี่ยงความผิดพลาดนั้นได้ในการสื่อสารครั้งต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของขวัญเรือน กิติวัฒน์ (2531, อ้างถึงในสุทธิภา วงศ์ยะลา, 2543) ที่กล่าวว่า การประเมินผลนับว่ามีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากการประเมินผลทำให้ได้สารสนเทศที่เพียงพอต่อการตัดสินใจ เพื่อการปรับปรุงการดำเนินโครงการต่างๆ แก้ไขปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน เพื่อให้การดำเนินโครงการดังกล่าวสามารถประสบ

ความสำเร็จในการปฏิบัติได้ การสื่อสารทางการเมืองก็เช่นเดียวกัน การประเมินผลนับว่าเป็นสิ่งที่ไม่สามารถละเลยได้ เพราะปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นในระหว่างการสื่อสารหากได้รับการติดตามและประเมินผลอย่างต่อเนื่อง จะสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การสื่อสาร และอาจนำมาซึ่งความสำเร็จในการสื่อสารได้และสอดคล้องกับแนวคิดของประทุม ฤกษ์กลาง (2550) ที่กล่าวว่า การดำเนินกิจกรรมของการประชาสัมพันธ์ทางการเมืองจำเป็นต้องได้รับการประเมินผลของการประชาสัมพันธ์ เพราะผลสำเร็จของการประชาสัมพันธ์ทางการเมืองจะส่งผลถึงความสำเร็จในการนโยบายสาธารณะและนำนโยบายไปปฏิบัติ เนื่องจากประชาชนในฐานะผู้รับสารรู้ เข้าใจและมีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับนโยบายเหล่านั้น ดังนั้นการประเมินการประชาสัมพันธ์ทางการเมืองจึงต้องติดตามดูว่าการปฏิบัติงานนั้นเป็นไปตามขั้นตอนของแผนประชาสัมพันธ์หรือไม่ ยุทธวิธีของการประชาสัมพันธ์ทางการเมืองที่ปฏิบัติอยู่จริงเหมาะสมเพียงใด และวิเคราะห์การประชาสัมพันธ์ทางการเมืองทั้งระบบว่ามีภาพรวมที่ต้องปรับปรุงในส่วนใดหลังจากที่การบริหารงานประชาสัมพันธ์ทางการเมืองได้ดำเนินไประดับหนึ่งแล้ว

บทบาทหน้าที่และกลยุทธ์การสื่อสารของโฆษกพรรคประชาธิปัตย์

โฆษกประจำพรรคมีบทบาทและหน้าที่อย่างไรในด้านการสื่อสาร

นายแพทย์บุรณชัย สมุทรักษ์ ดำรงตำแหน่งโฆษกพรรคประชาธิปัตย์ จะแถลงเกี่ยวกับพรรค มติพรรค การทำงานของพรรคและท่าทีของพรรค ซึ่งเป็นการกล่าวถึงภาพรวมของพรรคเป็นส่วนมาก โดยหากต้องการเน้นหนักไปที่ประเด็นใดประเด็นหนึ่งก็จะมีการกระจายงานให้แก่รองโฆษกด้วย

นายเทพไท เสนพงศ์ ดำรงตำแหน่งโฆษกประจำตัวหัวหน้าพรรคประชาธิปัตย์ จะแถลงเกี่ยวกับขอบเขตของหัวหน้าพรรค ซึ่งปัจจุบันดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรี นอกจากนี้ยังมีการกล่าวถึงดร.ปณิธาน วัฒนากรซึ่งดำรงตำแหน่งโฆษกประจำสำนักนายกรัฐมนตรี ซึ่งจะพูดเกี่ยวกับคณะรัฐมนตรี ภาพรวมของรัฐบาลและข่าวที่กระทบกับภาพรวมของรัฐบาล ดังนั้นนายเทพไทนั้นจะทำงานคาบเกี่ยวในงานส่วนของพรรคและรัฐบาล

นายบุญยอด สุขถิ่นไทย ดำรงตำแหน่งรองโฆษกพรรค จะแถลงเกี่ยวกับประเด็นของสื่อและสังคม เนื่องจากเคยทำหน้าที่สื่อมวลชนมาก่อนและปัจจุบันได้ดำรงตำแหน่งกรรมาธิการสามัญพัฒนาการเมือง การสื่อสารมวลชนและการมีส่วนร่วมของประชาชนควบคู่ไปด้วย

นายแพทย์วรศักดิ์ เดชกิจวิกรม ดำรงตำแหน่งรองโฆษกพรรค จะแถลงเกี่ยวกับประเด็นทางด้านสาธารณสุขและสังคม นอกจากนี้จะมีการพูดเพิ่มเติมในส่วนของประเด็นต่างๆที่ได้รับมอบหมาย เช่น การสรุปประเด็นหลังจากการประชุมพรรค เป็นต้น

นายอรรถวิรัช สุวรรณภักดี ดำรงตำแหน่งรองโฆษกพรรคและเป็นทีมเศรษฐกิจของพรรคประชาธิปัตย์ จึงจะเน้นการแถลงไปทีนโยบายทางด้านเศรษฐกิจ นอกจากนี้ยังมีการให้แถลงในส่วนของพรรค องค์การจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม (พรบ.กสทช.) ด้วย

กลยุทธ์การดำเนินงานทางด้านการสื่อสารกับสาธารณะของโฆษกพรรคประชาธิปัตย์เป็นอย่างไร

กลยุทธ์การดำเนินงานด้านการสื่อสารของโฆษกพรรคประชาธิปัตย์นั้นมิได้ดำเนินการตามขั้นตอนหรือทฤษฎีของนักวิชาการหรืออย่างไร เพียงแต่เป็นการดำเนินกลยุทธ์โดยคิดถึงผลลัพธ์เป็นสำคัญ กล่าวคือ ต้องการให้ประเด็นที่ตนนำเสนอเป็นที่แพร่หลายและอยู่ในกระแสข่าวควบคู่ไปกับการสร้างความเข้าใจให้แก่ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้ต้องมีการศึกษาและเตรียมข้อมูลมาเป็นอย่างดี เพื่อที่จะสามารถกำหนดประเด็นข่าวได้ว่าข่าวใดควรให้อยู่ในการแสดเป็นระยะเวลานานเท่าใด มีการคิดรูปแบบของประเด็นข่าวเพื่อให้สื่อมวลชนมีความสนใจและนำข่าวนั้นไปถ่ายทอดให้แก่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายอีกทีหนึ่ง และมีการเผยแพร่ข้อมูลทางเว็บไซต์ของพรรคเป็นหลักเพื่อให้ประชาชนสามารถติดตามข่าวย้อนหลังได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว

หลังจากโฆษกทำการสื่อสารแล้ว วิธีการวัดประสิทธิผลของการสื่อสารด้วยวิธีใดอย่างไร

การประเมินผลของการสื่อสารสามารถประเมินได้ 3 วิธีคือ 1. การประเมินตนเอง โดยพิจารณาด้วยตนเองว่าสิ่งที่ต้องการสื่อออกไปตรงกับความตั้งใจของผู้ทำหน้าที่โฆษกหรือไม่ มีการนำเสนอทำให้ประชาชนเกิดความเข้าใจและภาพของการนำเสนอที่ดีหรือไม่ 2. การดูปริมาณสื่อที่ออกสู่สาธารณะโดยใช้วิธี media monitor กล่าวคือ ข่าวที่นำเสนอออกไปเป็นประเด็นที่อยู่ในกระแสหรือไม่ ประชาชนนำไปพูดต่อหรือไม่ 3. การสำรวจความคิดเห็นหรือการทำโพล โดยมีการสำรวจความคิดเห็นที่พรรคจัดทำขึ้นเองทั้งยังพิจารณาจากการสำรวจความคิดเห็นจากสำนักวิชาการต่างๆควบคู่ไปด้วย

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. พรรคประชาธิปัตย์ควรแถลงผ่านสื่อถึงความชัดเจนในการแบ่งหน้าที่ของผู้ทำหน้าที่โฆษกภายในพรรคเพื่อเป็นการขยายพื้นที่ข่าวและทำให้ประชาชนมีความเข้าใจในบทบาทและหน้าที่ของโฆษกพรรค

2. จากผลการศึกษาวิจัยชี้ให้เห็นว่าในทางการเมือง นอกจากรัฐบาลเป็นผู้ส่งสารที่สำคัญแล้ว พรรคการเมืองยังเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญในการทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร โดยนักการเมืองทุกคนภายในพรรคสามารถเป็นผู้ส่งสารได้ แต่หากแนวทางอาจจะไม่เป็นไปในทางเดียวกัน เป็นสาเหตุผู้รับสารหรือกลุ่มเป้าหมายเกิดความสับสน ดังนั้นพรรคการเมืองจึงต้องมีตำแหน่งโฆษกพรรค และรองโฆษกพรรคเพื่อทำหน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสาร การชี้แจง อธิบาย การตอบโต้ข้อขัดแย้งจากฝ่ายตรงข้ามเพื่อให้เกิดความเข้าใจเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

3. ผู้ทำหน้าที่โฆษกและรองโฆษกของพรรคประชาธิปัตย์ควรเพิ่มและเน้นย้ำบทบาทของตนเองในการออกสื่อให้มีความชัดเจนมากขึ้น เนื่องจากหัวหน้าพรรคและนักการเมืองที่อยู่ในพรรคมานานกว่านั้นดูเหมือนจะทำหน้าที่เป็นกระบอกเสียงของพรรคได้มากกว่าตำแหน่งโฆษกพรรคซึ่งเป็นตำแหน่งหลักในการทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ให้แก่พรรค นอกจากนี้ผู้ทำหน้าที่โฆษกควรแบ่งหน้าที่ออกจากกันให้ชัดเจน เพื่อเป็นการกระจายสารในการลงสื่อต่างๆ และทำให้กลุ่มเป้าหมายมีความชัดเจนอีกทั้งผู้ทำหน้าที่โฆษกเองก็จะต้องมีความแม่นยำในข้อมูลส่วนที่ตนเองรับผิดชอบมากขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

1. การศึกษาวิจัยในครั้งต่อไปควรศึกษาเปรียบเทียบระหว่างบทบาท หน้าที่และกลยุทธ์การสื่อสารของโฆษกพรรคการเมืองที่ทำหน้าที่เป็นฝ่ายรัฐบาลกับโฆษกพรรคการเมืองที่ทำหน้าที่เป็นฝ่ายค้านว่ามีความเหมือนหรือความแตกต่างกันอย่างไร

2. การศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาเฉพาะบทบาท หน้าที่ กลยุทธ์การสื่อสารและการประเมินผลของโฆษกพรรคประชาธิปัตย์ ซึ่งผู้ที่สนใจในธุรกิจบริการอาจใช้วิธีวิจัยเดียวกันนี้ ศึกษาเพิ่มเติมจากองค์กรธุรกิจอื่นๆ ซึ่งอาจจะเป็นองค์กรธุรกิจทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจว่าโฆษก ฝ่ายประชาสัมพันธ์ หรือฝ่ายที่ดำเนินการด้านการสื่อสารองค์กรมีวิธีการสื่อสารเหมือนหรือแตกต่างกันจากพรรคการเมืองอย่างไร และในเชิงประสิทธิผลนั้นให้ผลเช่นเดียวกับที่ได้ศึกษาจากบริบทพรรคการเมืองหรือไม่

3. การศึกษาวิจัยในครั้งต่อไปควรศึกษาเพิ่มเติมถึงเครื่องมือในการสื่อสารทั้งหมดที่พรรคการเมืองใช้ในการสื่อสารกับสาธารณะชน เพื่อที่จะได้เห็นถึงความสำคัญและประโยชน์ของเครื่องมือในการสื่อสารของพรรคการเมือง เพื่อที่จะนำมาใช้ในการปรับปรุงการสื่อสารทั้งองค์กร ภาครัฐและองค์กรภาคเอกชน

4. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้อยู่วิจัยได้ศึกษาวิจัยในเชิงคุณภาพ ซึ่งในครั้งต่อไปควรศึกษาเพิ่มเติมในเชิงปริมาณ เพื่อที่จะเป็นการเน้นย้ำถึงความบทบาท หน้าที่และความสำคัญของการสื่อสารของโฆษกพรรคการเมืองที่มีต่อประเทศไทยที่มีการปกครองโดยระบอบประชาธิปไตย

