

บทคัดย่อ

นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ เข้ารับตำแหน่งนายกรัฐมนตรีคนที่ 27 ของประเทศไทย ในช่วงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2551 ท่ามกลางปัญหาทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ที่รุมเร้าหลายด้าน โดยนายอภิสิทธิ์และรัฐบาลได้ใช้ความพยายามในการสื่อสารกับประชาชนด้วยเครื่องมือการสื่อสารหลายรูปแบบ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เป็นที่ยอมรับและไว้วางใจของประชาชน ซึ่งผลจากการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับภาวะผู้นำของนายอภิสิทธิ์ ภายหลังจากการบริหารประเทศ 1 ปี พบว่า ดัชนีสูงขึ้นแทบทุกตัวชี้วัด ผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาว่า นายอภิสิทธิ์ รัฐบาล และพรรคประชาธิปัตย์มีกระบวนการสื่อสารกับประชาชนอย่างไร โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษา 2 ประการ คือ

1. เพื่อศึกษาแนวทางการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและสภาพแวดล้อมทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ที่มีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรี

การศึกษานี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อทำความเข้าใจต่อกระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ โดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง (Political Communication) และแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ (Image) มาประยุกต์ในการวิเคราะห์หาคำตอบของการศึกษา และใช้วิธีเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ร่วมกับการค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร สื่อโทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ต

ผลการศึกษาพบว่านายอภิสิทธิ์ในฐานะผู้ส่งสารทางการเมืองเป็นผู้ที่มีความสมบูรณ์แบบทั้งฐานะครอบครัว การศึกษา บุคลิกภาพหน้าตา แต่มีจุดอ่อนคือ ขาดประสบการณ์ในการบริหาร ขาดความเด็ดขาด มีความเชื่อมั่นในตนเองสูง ที่มงานด้านการสื่อสารขาดความชำนาญ โดยในภาพรวมยังไม่สามารถครองใจคนโดยเฉพาะประชาชนในระดับรากหญ้าซึ่งเป็นคนส่วนใหญ่ของประเทศ ดังนั้น การสื่อสารของนายอภิสิทธิ์จึงได้นำเสนอสาร คือ "ประชาชนต้องมาก่อน" ที่เปรียบเสมือนเป็น Key Message หลัก โดยยึดประชาชนเป็นจุดขาย ผ่านนโยบายและโครงการต่าง ๆ ของรัฐบาล ทั้งนี้ ได้อาศัยกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication) ด้วยการใช้เครื่องมือการสื่อสารในหลากหลายรูปแบบ แต่การขาดการวางแผนและบริหารการใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพจึงทำให้สื่อถูกนำไปใช้เพื่อการตอบโต้ทางการเมืองเป็นส่วนใหญ่ จากกระบวนการสื่อสารทั้งหมดทำให้นักวิชาชีพและนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนรับรู้ภาพลักษณ์ด้านบวกของนายอภิสิทธิ์ว่า เป็นนักการเมืองรุ่นใหม่ มีความรู้ การศึกษาดี มีไหวพริบ

พูดจาฉลาด และซื่อสัตย์สุจริต ส่วนภาพลักษณ์ด้านลบนั้น นายอภิสิทธิ์มีความเชื่อมั่นในตนเองสูง จนทำให้ได้ฉายาว่า "เด็กดี" หรือ "หล่อ หล่ก ลอย" ส่วนภาพลักษณ์ในสายตาประชาชนพบว่า นายอภิสิทธิ์สามารถควบคุมอารมณ์ได้ดี มีความรู้ความสามารถ มีความเคร่งครัดต่อหลักศีลธรรม และมีความซื่อสัตย์สุจริต เป็นต้น แต่อาจจะเสียหายเพราะคนใกล้ชิดรอบข้าง การแก้ไขปัญหของรัฐบาลมีความล่าช้า และการให้ประโยชน์พวกพ้องของตนเองถือเป็นเรื่องอันตรายและเป็นสัญญาณเตือนภัยต่อสถานการณ์ภาพความเป็นผู้นำของนายกรัฐมนตรี ขณะเดียวกันรัฐบาลยังมีข้อจำกัดในการนำผลประโยชน์ไปใช้ประโยชน์เพื่อปรับปรุงและพัฒนาการสื่อสารของรัฐบาล

จากปัจจัยส่วนตัวของนายอภิสิทธิ์ที่กล่าวมาแล้วพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์คือ การศึกษาที่ดี มีความเป็นสากล ฉลาด และมีปฏิภาณไหวพริบ จึงทำให้คนกล่าวถึงคุณสมบัตินี้เหล่านี้อยู่บ่อยครั้ง อย่างไรก็ตามสภาพแวดล้อมทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม ในช่วงที่นายอภิสิทธิ์ดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรีนั้น เป็นช่วงที่เกิดความผันผวนอย่างรุนแรง ทั้งจากการต่อต้านของกลุ่ม นปช. สังคมเกิดความแตกแยก รวมทั้งปัญหาเศรษฐกิจที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจโลก ซึ่งล้วนแล้วแต่มีผลกระทบต่อการสื่อสารของนายอภิสิทธิ์และรัฐบาลทั้งสิ้น

โดยสรุปแล้ว กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรี มีข้อจำกัดอยู่ที่ตัวผู้ส่งสารซึ่งได้แก่ ตัวนายอภิสิทธิ์และทีมงานประชาสัมพันธ์ที่ขาดความเชี่ยวชาญ รวมทั้งปัจจัยในด้านเนื้อหาสาระที่จะถ่ายทอดให้ประชาชนได้รับรู้ ซึ่งหากสามารถแก้ไขในจุดบกพร่องนี้ได้ก็อาจจะช่วยให้นายอภิสิทธิ์มีภาพลักษณ์ที่ดีขึ้นในสายตาประชาชนได้