

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรี” ได้นำข้อมูลที่ได้รับจากเอกสาร สื่อโทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) มาประยุกต์ใช้กับแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์และกระบวนการสื่อสารทางการเมือง เพื่อให้ได้ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้แบ่งเป็นประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

ส่วนที่ 1 แนวทางการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรี

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลและสภาพแวดล้อมทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมที่มีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรี

ส่วนที่ 1 แนวทางการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรี

การวิเคราะห์แนวทางการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรีนี้ ผู้ศึกษาจะใช้แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมืองในเชิงกระบวนการที่คล้ายคลึงกับกระบวนการสื่อสารโดยทั่วไปอันประกอบด้วย ผู้ส่งสาร สาร สื่อ ผู้รับสาร และผลกระทบที่เกิดจากการสื่อสาร จากนั้นจะได้แยกผลการศึกษาในส่วนของปัจจัยส่วนบุคคลและสภาพแวดล้อมทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่มีผลต่อกระบวนการสื่อสารไว้ในส่วนที่ 2

ผู้ส่งสารทางการเมือง

จากที่กล่าวมาแล้วว่าการวิเคราะห์ผู้ส่งสารทางการเมืองนั้นอาจใช้การประเมินสถานการณ์ หรือ SWOT Analysis มาเป็นเครื่องมือดำเนินการ เพื่อให้ทราบถึงจุดแข็ง (Strength) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunities) และอุปสรรคหรือภัยคุกคาม (Threat) ของนายอภิสิทธิ์ โดยการใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาประกอบกัน สำหรับการวิเคราะห์ SWOT Analysis ต่อไปนี้จะวิเคราะห์สถานการณ์ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรี และทีมงาน ในฐานะผู้ส่งสารทางการเมืองซึ่งเป็นองค์ประกอบแรกของการสื่อสารทางการเมือง

จุดแข็ง (Strength) ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ปรากฏขึ้นจากพื้นฐานครอบครัวและบุคลิกภาพของนายอภิสิทธิ์เอง ด้วยการพิจารณาจากข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นดังนี้

1. มีครอบครัวที่สมบูรณ์แบบ ฐานะมั่นคง

นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ เป็นบุตรชายคนเดียวในจำนวน 3 คน ของ ศาสตราจารย์ นายแพทย์อรรถสิทธิ์ เวชชาชีวะ อดีตรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงสาธารณสุข และอดีตอธิการบดีมหาวิทยาลัยมหิดลกับ ศาสตราจารย์ แพทย์หญิงสดีโส เวชชาชีวะ มีพี่สาว คือ ศาสตราจารย์ แพทย์หญิงอลิสา วัชรสินธุ ศาสตราจารย์หน่วยจิตเวชเด็ก ภาควิชาจิตเวชศาสตร์ คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านจิตเวชเด็ก และนางสาวงามพรรณ เวชชาชีวะ นักประพันธ์รางวัลซีไรต์ประจำปี พ.ศ. 2549 และผู้แปลวรรณกรรมเยาวชน

ตระกูล "เวชชาชีวะ" มีบรรพบุรุษเป็นชาวจีน โดยมีถิ่นกำเนิดมาจากฮากกา ซึ่งมีความสัมพันธ์อันดีกับชนชั้นสูงมาตั้งแต่ปลายคริสต์ศตวรรษที่ 18 ในสมัยรัชกาลที่ 6 สกุล "เวชชาชีวะ" (Vejjajiva) เป็นนามสกุลพระราชทานให้กับพระบำราศนราดูร (หลง เวชชาชีวะ) แพทย์ประจำจังหวัดลพบุรี กับนายจีนแสง (บิดา) นายเป้ง (ปู่) และนายก่อ (ปู่ทวด) เนื่องจากเป็นต้นตระกูลเป็นแพทย์ จึงมีคำว่า "เวช" อยู่ในนามสกุลด้วย (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, ย่อหน้าที่ 11)

ซึ่งปัจจัยดังกล่าวมานี้อาจเป็นข้อดีที่ทำให้ประชาชนเชื่อถือและไว้วางใจได้ว่า นายอภิสิทธิ์เป็นคนซื่อสัตย์สุจริตและจะไม่โกงกินบ้านเมือง

2. มีการศึกษาดี

ในด้านการศึกษา นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ จบการศึกษาจากโรงเรียนสาธิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โรงเรียนอีตัน (Eton College) ประเทศอังกฤษ และได้รับปริญญาตรี สาขาปรัชญา การเมืองและเศรษฐศาสตร์ (เกียรตินิยมอันดับ 1) จากมหาวิทยาลัยออกซ์ฟอร์ด (Oxford University) ประเทศอังกฤษ ปริญญาตรีสาขานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ปริญญาโทสาขาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยออกซ์ฟอร์ด ประเทศอังกฤษ และดุษฎีบัณฑิตกิตติมศักดิ์ทางนิติศาสตร์ จากมหาวิทยาลัยรามคำแหง

พี. เจ. เอ็น. ซินแคลร์ นักวิจัยและอาจารย์ประจำคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยออกฟอร์ดได้ยืนยันความสามารถของนายอภิสิทธิ์ว่า

...อภิสิทธิ์เป็นนักเศรษฐศาสตร์ที่มีพรสวรรค์โดดเด่นมาก แม้ว่าออกซ์ฟอร์ดจะไม่มี การออกไปประมวลผลการเรียนให้ แต่ผมสามารถรับรองว่าผลการเรียนของอภิสิทธิ์ นั้นอยู่ในระดับดีเยี่ยม ผลการสอบประจำปีครั้งที่ 1 ของเขาเป็นคะแนนที่ดีที่สุด ในบรรดานักเรียน 300 คนในมหาวิทยาลัย ในการสอบประจำปีครั้งที่ 2 เขาได้รับเกียรติ

นิยมอันดับที่หนึ่ง และผลการเรียนในวิชาเศรษฐศาสตร์ก็เป็นคะแนนที่สูงที่สุดในมหาวิทยาลัยอีกครั้ง... (ส.สุทธิพันธุ์, 2552, น. 22)

นอกจากนี้ คริสโตเฟอร์ บลิส อาจารย์วิชาเศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ วิทยาลัยนัฟฟิลด์ ยังกล่าวเช่นเดียวกันว่า งานของอภิสิทธิ์มีความชัดเจนและมีความสมบูรณ์เป็นพิเศษ การโต้แย้ง ถกเถียงของเขามักจะไปถึงระดับที่ไม่น่าเชื่อว่าจะมาจากนักเรียนที่มีประสบการณ์เช่นเขา

3. พุดจาฉลาดทันคน และมีความเป็นผู้นำ

พี. เจ. เอ็น. ซินแคลร์ กล่าวว่า “...พรสวรรค์ที่โดดเด่นของอภิสิทธิ์คือไหวพริบ ปฏิภาณ ความคิดที่เป็นอิสระและสร้างสรรค์ ความอุทิศตน มุ่งมั่นทุ่มเทให้กับงานอย่างมาก ความชัดเจนของกระบวนการความคิดทั้งในการพูดและงานเขียน. ...”

ในช่วงขึ้นปีสองที่มหาวิทยาลัยออกซ์ฟอร์ด นายอภิสิทธิ์ได้ลงสมัครรับเลือกตั้งเป็นประธานนักศึกษา โดยได้รับคะแนนเสียงอย่างท่วมท้นชนะขาดแบบถล่มทลาย เนื่องจากชื่อเสียงในแง่ของการเรียนเก่ง มีความรู้ความสามารถ งานกิจกรรมนักศึกษา นอกจากต่อรองกับผู้บริหารของมหาวิทยาลัย หนักไปทางประธาน แต่นายอภิสิทธิ์ก็ได้้นำการถกเถียงเข้าสู่วาระการประชุมสภา ไม่ว่าจะเป็นเรื่องหลักสูตรว่ามีความเหมาะสมหรือไม่ และเสนอไปยังผู้บริหารของมหาวิทยาลัย นอกจากนี้ ยังนำปัญหาทางการเมืองอันเข้มข้นเข้าวาทะถ้อยแถลงด้วย นายอภิสิทธิ์จึงได้รับการพูดถึงอยู่ตลอดเวลา (ถนอมศักดิ์ จิรายุสวัสดิ, 2552, น. 51)

คุณสมบัติในเรื่องของการพูดจาและวาทศิลป์ของนายอภิสิทธิ์มีมาตั้งแต่สมัยเป็นนักศึกษาจนเข้าสู่การเมือง การเลือกตั้งทั่วไปเมื่อวันที่ 22 มีนาคม พ.ศ. 2535 นายอภิสิทธิ์ ได้รับการเลือกตั้งเป็น ส.ส. สมัยแรก ห้าวันก่อนการลงคะแนน สถานีโทรทัศน์ ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. โดยรายการสนามการเลือกตั้งของสุทธิชัย หยุ่น เชิญผู้แทนพรรคการเมืองต่าง ๆ โดยมีหัวหน้าพรรคคนหนึ่งกับผู้สมัครหนึ่งคนไปออกรายการ มีผู้คนสนใจมาก นายอภิสิทธิ์ตอบคำถาม แสดงทัศนะอย่างสุภาพ เรียบร้อยแต่มุ่งมั่นจะฉาน ผลการออกอากาศวันนั้นชื่อของนายอภิสิทธิ์ก็เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากกว่าประชาชนในพื้นที่เลือกตั้ง การเดินทางเสี่ยงถัดจากนั้น มีประชาชนและคนกล่าวชมเชยว่า พุดจาดี มีการศึกษา และจะให้โอกาสเข้าสภา

จูเลียน เกียร์ริง (Julian Gearing) คอลัมน์นิสต์ของนิตยสารเอเชีย วีค (Asia Week) ได้เขียนถึงนายอภิสิทธิ์ไว้ว่า ในฐานะตัวแทนพลังใหม่ของอภิสิทธิ์ทำให้นักเรียนประทับใจกับวิสัยทัศน์เรื่อง การเมืองที่ปลอดธุรกิจ และสามารถจับใจหญิงสาวได้ด้วยความปลอดภัยแต่เขายังเป็นที่ชื่นชอบของผู้ฟังกลุ่มอื่น ๆ ด้วย ในการประชุมสมัชชาเศรษฐกิจโลก (World Economic Forum) ครั้ง

ล่าสุดที่ประเทศสิงคโปร์ อภิสิตีได้บรรยายถึงการฟื้นตัวของภูมิภาคได้อย่างน่าประทับใจ จนทำให้ผู้ฟังบางคนในที่ประชุมเกือบหลั่งน้ำตา (พรรคประชาธิปัตย์, 2553, ย่อหน้าที่ 13)

เมื่อเข้าทำงานในฐานะสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร นายอภิสิตีได้ทำหน้าที่อภิปรายในสภาได้อย่างเฉียบขาด มีเหตุผล และน่าเชื่อถือหลายต่อหลายครั้งจนเป็นยอมรับในความสามารถนี้ เช่น การอภิปรายเรื่องสัญชาติของบิดานายบรรหาร ศิลปอาชา หรือการชักฟอกนายสุริยะ จึงรุ่งเรืองกิจ ในกรณีความบกพร่องในการจัดซื้อเครื่องตรวจวัดโลหะเบ็ดเตล็ดนามบินสุวรรณภูมิ เป็นต้น

สำหรับบทพิสูจน์ความเป็นผู้นำของนายอภิสิตีนั้นสามารถเห็นได้จากการทำหน้าที่หัวหน้าพรรคประชาธิปัตย์และผู้นำฝ่ายค้านในสภาผู้แทนราษฎรที่ได้รับความไว้วางใจจากสมาชิกพรรคในขณะที่ยังมีวัยวุฒิน้อยอยู่

สิ่งนี้สามารถยืนยันได้จากผลการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนของสำนักวิจัยเอแบคโพลล์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ ได้สำรวจความคิดเห็นของประชาชนกลุ่มตัวอย่าง 17 จังหวัด จำนวน 1,109 คน เรื่อง "เสียงของสาธารณชนต่อดัชนีความเป็นผู้นำของนายอภิสิตี เวชชาชีวะ" ระหว่างวันที่ 12-13 กุมภาพันธ์ 2553 เปรียบเทียบกับผลสำรวจเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2552 พบว่า ผลคะแนนสูงกว่าช่วงเดือนสิงหาคมปีที่ผ่านมาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในเกือบทุกตัวชี้วัด เช่น ด้านการควบคุมอาชญากรรมได้ดี เดือนสิงหาคมปีที่ผ่านมาอยู่ที่ร้อยละ 73.8 และเดือนกุมภาพันธ์อยู่ที่ร้อยละ 86.1 ด้านความรู้ความสามารถ เดือนสิงหาคมปีที่ผ่านมาอยู่ที่ร้อยละ 61.8 และเดือนกุมภาพันธ์อยู่ที่ร้อยละ 84.3 ด้านความเคร่งครัดต่อหลักศีลธรรม เดือนสิงหาคมปีที่ผ่านมาอยู่ที่ร้อยละ 71.4 และเดือนกุมภาพันธ์อยู่ที่ร้อยละ 77.9 ด้านความซื่อสัตย์สุจริต เดือนสิงหาคมอยู่ที่ร้อยละ 68.2 และเดือนกุมภาพันธ์ อยู่ที่ ร้อยละ 75.4 ด้านความน่าเชื่อถือในสรีรภาพ เดือนสิงหาคมปีที่ผ่านมาอยู่ที่ร้อยละ 64.9 และผลสำรวจครั้งล่าสุดอยู่ที่ร้อยละ 74.1 นอกจากนี้ ยังมีความเป็นนักประชาธิปไตย ให้เกียรติแก่นำรัฐบาลด้วยกัน สื่อสารได้ดีกับประชาชนภายในประเทศ เป็นที่ไว้วางใจได้ของประชาชน สื่อสารได้ดีกับนานาชาติทั่วโลก เป็นที่ยอมรับของนานาชาติทั่วโลก เป็นต้น

4. เป็นนักการเมืองรุ่นใหม่ หน้าตาดี

นับตั้งแต่ นายอภิสิตีลงสมัครรับเลือกตั้งครั้งแรกก็ได้รับการกล่าวถึงว่าเป็นนักการเมืองหนุ่มรุ่นใหม่ หน้าตาดี ดร.เจริญ คันธวงศ์ ผู้สมัครรับเลือกตั้งเขต 6 กรุงเทพมหานคร ร่วมกับนายอภิสิตีเคยกล่าวว่า

ช่วงแจกใบปลิว ต่างคนต่างแจก พอถึงผมบางคนก็เฉย ไม่รับ แต่พอเป็นอภิสิตีแย่งกันรับใหญ่ บางคนก็รับของผม แต่ไปซ่อนไว้ พออภิสิตีเดินมารีบยื่นไปรับอีกรอบ

หรืออย่างบางทีตอนขึ้นป้ายหาเสียง เราแยกกันขึ้น ของอภิสิทธิ์หายหมด ไม่รู้หายไปไหน เขาถึงต้องออกข่าว อย่าเอาของผมออกเลย เดี่ยวคนจำไม่ได้ พอผมพาเข้าบริษัท เข้าโรงงาน รูปอภิสิทธิ์โผล่มาหมด ผู้หญิงสาว ๆ แอบเก็บรูปที่ติดตามถนนมาไว้ที่ตัว พออภิสิทธิ์มาก็ขอให้เซ็นชื่อ มิน่าเล่ารูปหายไปหมด เป็นอย่างนี้เอง ดร.เจริญเปรียบเทียบกับนายอภิสิทธิ์ว่า บุคลิกเขาเหมือนจอห์น เอฟ. เคนเนดี ภาษาอังกฤษเขาเรียกว่ามีคาริสม่า (Charisma) มาก คือว่าบุคลิกที่เห็นแล้วดึงดูดใจคน ชอบเลย รักเลย (ดิฉัน นิติกรวิบูล, 2548, น. 60)

ในทัศนะของนักการเมืองด้วยกันอย่างนายสุวัจน์ ลิปตพัลลภ ได้กล่าวถึงนายอภิสิทธิ์ว่า ถ้ามีโอกาสได้เข้ามาบริหารประเทศก็มีภาพของคนรุ่นใหม่ที่จะสามารถสร้างความเชื่อมั่น โดยเฉพาะความเชื่อมั่นด้านเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นงานที่ทำนายของรัฐบาลใหม่ที่จะสร้างความเชื่อให้กับประเทศได้ เพราะเรื่องนโยบายเศรษฐกิจและการบังคับใช้กฎหมาย เป็นสิ่งที่ต้องทำให้ประชาชนยอมรับให้ได้มากที่สุด (“สุวัจน์หนุน มาร์คนั่งนายก ระบุเป็นนักการเมืองรุ่นใหม่,” 2551, ย่อหน้าที่ 3)

สุลักษณ์ ศิวรักษ์ (อ้างถึงใน ส.สุทธิพันธ์, 2552, น. 84) นักวิจารณ์สังคมคนสำคัญกล่าวไว้ว่า เวลาที่เราพูดถึงผู้นำเลือดใหม่ รุ่นใหม่ เราเห็นอภิสิทธิ์เป็นดาวเด่นดวงหนึ่ง (ในบรรดาผู้นำเหล่านั้น)

ขณะที่ประเวศ วะสี ราชภัฏวชิรเวศ (อ้างถึงใน ส.สุทธิพันธ์, 2552, น. 84) ก็กล่าวเช่นเดียวกันว่า คุณอภิสิทธิ์ เป็นนักการเมืองพันธุ์ใหม่และเป็นพันธุ์ที่สังคมไทยต้องการ นักการเมืองพันธุ์ใหม่ที่สังคมไทยต้องการจะต้องมีทั้ง I.Q., E.Q. และ M.Q. I.Q. (Intelligence Quotient) = มีพลังทางปัญญา E.Q. (Emotional Quotient) = มีพลัง หรือ วุฒิสภาวะทางอารมณ์ M.Q. (Moral Quotient) = มีพลังทางศีลธรรม

ในปี พ.ศ. 2540 บทความเรื่อง “เสียงใหม่ ๆ เพื่อเอเชียใหม่” (New Voices for New Asia) ตีพิมพ์ในนิตยสารไทม์ (Time) ฉบับวันที่ 6 ตุลาคม พ.ศ. 2540 โดย ชาร์ลส์ อเล็กซานเดอร์ ได้พูดถึงนักการเมืองรุ่นใหม่ที่เป็นความหวังของภูมิภาคเอเชียไว้ 6 คน ด้วยกันคือ อันวาร์ อิบราฮิม จากมาเลเซีย ชุง มง จุน จากเกาหลีใต้ นาโอโตะ คาน จากญี่ปุ่น เมกาวัต ชุการ์โน บุตรี จากอินโดนีเซีย เฉิน ชุย เปียน จากไต้หวัน และอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ จากประเทศไทย

จากนั้นในปี พ.ศ. 2542 นิตยสารเอเชียวีค (Asiaweek) ได้คัดเลือกผู้นำสำหรับสหประชาชาติใหม่ใน 3 แขนง คือ สังคมและวัฒนธรรม ธุรกิจและการเงิน และการเมือง จำนวนแขนงละประมาณ 20 คน จากทั่วภูมิภาคเอเชียในส่วนของการเมือง มีชื่อของนายอภิสิทธิ์รวมอยู่ด้วย

และในปี พ.ศ. 2542 พ.ศ. 2543 และ พ.ศ. 2547 สถาบันเวิร์ล อีโคโนมิกส์ ฟอรัม (World Economic Forum) ยกย่องให้นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ เป็น Young Global Leader

จุดอ่อน (Weakness) ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ วิเคราะห์จากประสบการณ์ของ นายอภิสิทธิ์ และความสามารถของทีมงานด้านการสื่อสาร โดยพิจารณาจากข้อเท็จจริง ดังนี้

1. ขาดประสบการณ์ในการบริหาร

แม้ว่านายอภิสิทธิ์จะผ่านการทำงานด้านการเมืองมาตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2535 และได้ ดำรงตำแหน่งต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น โฆษกประจำสำนักนายกรัฐมนตรี รองเลขาธิการนายกรัฐมนตรี ฝ่ายการเมือง และรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรีแล้วก็ตาม แต่ก็ยังถูกมองว่า ประสบการณ์ ยังน้อยเกินไป

บุคลิกภาพส่วนตัวของนายอภิสิทธิ์ รวมถึงรูปร่างหน้าตาที่เกินมาตรฐานของ นักการเมือง เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้เกิดกระแส “อภิสิทธิ์ฟีเวอร์” มาแล้ว ดังนั้น นายอภิสิทธิ์น่าจะเป็นตัวอย่างของนักการเมืองสมบูรณ์แบบได้ เพราะมี ครอบครัวยุติธรรม มีความรู้ความสามารถ และความมุ่งมั่นตั้งใจ แต่ในความ สมบูรณ์แบบนั้น อาจมีข้อเสียเปรียบบางอย่างที่มีความสำคัญมากในการเมืองยุค ใหม่ เพราะยังขาดประสบการณ์ในงานด้านบริหาร โดยเฉพาะประสบการณ์ทาง “ธุรกิจ” ที่เป็นคุณสมบัติของนักการเมืองที่ประชาชนให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก ในยุคปัจจุบัน (ดิณ นิติกรวิบูล, 2548, น. 49)

2. ขาดความเด็ดขาดชัดเจน

ในการบริหารงานของนายอภิสิทธิ์นั้นประชาชนมักจะติดภาพของนายชวน หลีก ภัย อดีตนายกรัฐมนตรีและหัวหน้าพรรคประชาธิปัตย์ที่ขาดความเด็ดขาดชัดเจน อาจเนื่องมาจาก วัชวุฒิตและประสบการณ์ในการบริหารงาน อีกทั้งมีบุคลิกท่าทางและลีลาที่คล้ายคลึงกันโดยเฉพาะ การอภิปรายในสภาจนทำให้ประชาชนติดภาพดังกล่าวว่านายอภิสิทธิ์มีลักษณะเหมือนนายชวน

กรณีตัวอย่างสำคัญที่แสดงถึงความไม่เด็ดขาดของนายอภิสิทธิ์ในช่วงการดำรง ตำแหน่งนายกรัฐมนตรี เช่น ในฐานะประธานคณะกรรมการนโยบายตำรวจแห่งชาติ (ก.ต.ช.) นายอภิสิทธิ์ไม่สามารถแต่งตั้งผู้บัญชาการตำรวจแห่งชาติคนใหม่แทนพลตำรวจเอก พัชรวาท วงษ์สุวรรณ ซึ่งพ้นเก้าอี้ไปแล้วได้ ทั้ง ๆ ที่มีอำนาจเต็มในการเสนอชื่อผู้ดำรงตำแหน่งและมีเวลา พอสมควร

บุคลิกของคุณอภิสิทธิ์เป็นคนสุภาพ เพราะฉะนั้นก็จะมีลักษณะที่โผงผาง หรือว่า จะทำอะไรแบบเด็ดขาด แต่ว่าจะมีบุคลิกคล้าย ๆ คุณชวน คือ ประนีประนอม ไม่ ผลิผลามในการตัดสินใจ ซึ่งมองในมุมบวกก็ถือว่ารอบคอบ แต่ถ้ามองในมุมลบก็

มองว่าไม่เด็ดขาด ไม่กล้าตัดสินใจ ไม่มีภาวะผู้นำ ระหว่างที่ดำรงตำแหน่งมันก็มีหลายเหตุการณ์ที่ทำให้คุณอภิสิทธิ์ต้องยังตั้งอยู่ในภาพลักษณ์นี้ต่อไป ไม่ว่าจะเป็นการตั้ง ผบ.ตร. ซึ่งจริง ๆ มันเป็นเรื่องเล็ก ๆ แล้วนายกฯ สามารถตัดสินใจได้ แต่ในที่สุดพรรคร่วมก็มีอิทธิพลเหนือ ในที่สุดก็ต้องเป็นไปตามพรรคร่วม (นันทนา นันทวโรภาส, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2553)

แม้ว่านายอภิสิทธิ์จะเป็นนายกรัฐมนตรีที่มีหน้าตาดี การศึกษาดี มักประกาศจุดยืนและหลักการด้านประชาธิปไตย ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว และเมื่อเข้ารับตำแหน่งได้ประกาศกฎเหล็ก 9 ข้อให้คณะรัฐมนตรีมีความรับผิดชอบทางการเมืองมากกว่าความรับผิดชอบต่อกฎหมาย แต่เมื่อรัฐมนตรีบางคนมีปัญหาเรื่องข้อกฎหมาย หรือมีปัญหาเรื่องความไม่โปร่งใส กลับไม่ได้แสดงความรับผิดชอบต่อการเมือง นั่นเท่ากับไม่สามารถกำกับให้กฎเหล็กมีผลใช้บังคับได้ หลักที่เคยประกาศไว้จึงเหมือนคำพูดที่เลื่อนลอย ไม่เป็นไปตามหลักการที่วางไว้ จนได้รับสมญานามจากสื่อมวลชนว่า “หล่อ หลักร ลอย”¹

3. พรรคการเมืองที่สังกัดมีภาพลักษณ์ด้านลบ

ปัจจุบันประชาชนส่วนใหญ่ต้องการนักการเมืองที่มีความสามารถด้านการบริหาร รู้จักธุรกิจ มีไหวพริบฉลาดทันคน มีความคล่องตัวในการทำงานสูง และเป็นนักเจรจาต่อรองที่ดี รวมทั้งมีความเป็นผู้นำในระดับสากล ขณะเดียวกันคนส่วนใหญ่จะมีความพึงใจในด้านลบกับภาพนักการเมืองที่มีแต่ความซื่อสัตย์สุจริตแต่ทำอะไรไม่เป็น หรือจะทำอะไรก็ต้องรอรับรายงาน กว่าจะต้องปรึกษาหารือเพื่อตัดสินใจ ซึ่งสิ่งเหล่านี้คือภาพนักการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ในสายตาประชาชน ซึ่งก็รวมถึงนายอภิสิทธิ์ด้วยที่ถูกประชาชนส่วนใหญ่มองว่าเป็นนักการเมืองอย่างนั้น (ติณ นิติกวินกุล, 2548, น. 171)

การจะเปลี่ยนภาพลบที่ประชาชนส่วนใหญ่ยังฝังใจอยู่กับความเป็นประชาธิปัตย์นั้น เป็นสิ่งที่ต้องใช้เวลาและเป็นเรื่องที่ยากลำบากพอสมควร

ผลงานการวิจัย เรื่อง “การสร้างตราสินค้าของพรรคประชาธิปัตย์” ของขวัญข้าว ใจวัชรศักดิ์ (2552, น. 83) ได้ระบุถึงจุดอ่อนของพรรคประชาธิปัตย์ว่า มีภาพลักษณ์ด้านลบที่ทำให้

¹ เป็นฉายาที่สื่อมวลชนประจำทำเนียบรัฐบาลตั้งให้นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรี ในโอกาสบริหารงานครบ 1 ปี โดยการตั้งฉายานี้ถือเป็นธรรมเนียมปฏิบัติสืบเนื่องกันมา เพื่อสะท้อนความคิดเห็นของสื่อมวลชนต่อการทำงานของรัฐบาล จากประสบการณ์การทำงานที่ปรากฏต่อสื่อสาธารณะ โดยมีได้เป็นความเห็นส่วนตัวของผู้ใดผู้หนึ่ง แต่มาจากมติส่วนรวมของสื่อมวลชน สืบค้นจาก <http://www.bangkokbiznews.com> เมื่อวันที่ 19 เมษายน 2553.

ให้คนส่วนใหญ่นึกถึงความโดดเด่นในเรื่องความสามารถเฉพาะตัวของสมาชิกในการอภิปรายด้วย วาทะเชือดเฉือนและเสียดสีประชดประชัน บางคนมักใช้ลีลาชวนติดตามมากกว่าข้อมูล ในขณะที่ความเก่าแก่ของพรรคก็อาจถูกมองในด้านลบเช่นเดียวกับหลายองค์กรที่ถูกลักษณะของความเก่าแก่ทำให้ประสบกับปัญหาด้านการแข่งขัน ประกอบกับภาพลักษณ์ของการทำงานที่เป็นระบบของสถาบันการเมือง ทำให้การทำงานของพรรคและผู้นำพรรคมีความเชื่องช้า ต้องเป็นลำดับขั้นตอนจนบางครั้งไม่สามารถทำงานได้อย่างทันท่วงที รวมทั้งความไม่เด็ดขาดของผู้นำพรรค จึงมีผลให้การบริหารงานเกิดความล้มเหลว เช่น ในปี พ.ศ. 2540 แม้นายชวน หลีกภัย มีโอกาสเป็นนายกรัฐมนตรีสมัยที่ 2 และมีภาพลักษณ์ที่ชัดเจนถึงความซื่อสัตย์สุจริต แต่คนรอบข้างยังมีปัญหาโดยเฉพาะปัญหา “เกาเหลา” ในทีมเศรษฐกิจ จนทำให้คนจดจำกันว่าพรรคประชาธิปัตย์บริหารงานไม่เป็น รวมถึงการทำงานที่ยึดติดกับหลักการและการรอรายงานจนได้รับสมญานามว่า “ชวน เชื่อง ช้า”

4. ขาดความไว้วางใจในมืออาชีพเนื่องจากเชื่อมั่นในตนเองสูง

การเป็นผู้นำในยุคปัจจุบันจำเป็นต้องให้ความสนใจต่อภาพลักษณ์ของตนและองค์กร โดยต้องนำเอาความรู้ความสามารถมาผสมผสานกับความคิดสร้างสรรค์อยู่ตลอดเวลา เพราะภาพลักษณ์นั้นเหมือนสิ่งมีชีวิต หากไม่รู้จักดูแล พัฒนา หรือปล่อยวาง ไม่ใส่ใจ ก็สามารถกลายมาเป็นภาพลักษณ์ด้านลบได้เช่นกัน ผู้นำที่ดีจะต้องพร้อมเปิดรับการเปลี่ยนแปลงไปข้างหน้า แต่ผู้นำบางส่วนมักมีความเชื่อมั่นในตนเองสูง ขาดการยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น สิ่งเหล่านี้เป็นหลุมพรางเพื่อเตรียมพร้อมฝังตัวเองลงไป โดยเฉพาะการปรับเปลี่ยนทัศนคติที่เปิดกว้างมากขึ้นและการให้บุคลากรอื่นเข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีด้วย

นายอภิสิทธิ์ (อ้างถึงใน ส.สุทธิพันธุ์, 2552, น. 36) เคยกล่าวไว้ว่า

ผมเข้ามาวิทยาลัยที่เขาแย่งกันเข้าได้ และจบปริญญาตรีด้วยเกียรตินิยมอันดับ 1 ที่เล่าเพื่อจะบอกกับพี่น้องว่าคนไทยไม่เป็นรองใครในโลก ชีวิตผมที่มายุ่งกับการเมือง เพราะผมต้องการแก้ปัญหา เวลาเราอยากทำอะไรก็ต้องใช้มืออาชีพ เวลาเราอยากแก้ปัญหาบ้านเมืองเราก็ต้องใช้มืออาชีพ และตรงไหนที่ช่วยบ้านเมืองได้ ผมก็ช่วย...

แต่ในทางตรงกันข้ามสำหรับการสร้างภาพลักษณ์ของตนเองนั้น แม้ว่าพรรคประชาธิปัตย์จะใช้มืออาชีพในการวางแผนภาพลักษณ์ให้นายอภิสิทธิ์ แต่นายอภิสิทธิ์ยังมีความคิดว่าสิ่งใดที่ฝืนความรู้สึกของตนก็จะไม่ทำ

เช่นเดียวกับนายวงศ์ทอง ชัยณรงค์สิงห์ (2550, น. 145-146) ที่ได้สัมภาษณ์ว่าทางพรรคเคยจัดคนให้มาดูแลภาพลักษณ์หรือไม่ นายอภิสิทธิ์ยอมรับว่า เคยหลายคนอยากเข้ามา แต่ยอมแพ้ไปแล้วเพราะตนคือ ส่วนใหญ่ก็จะแนะนำเรื่องการแต่งตัว อยากให้ใส่เสื้อสีนูนสีนี้ แต่ถ้ามั่นไม่ใส่ตัวตนของนายอภิสิทธิ์ก็ไม่อยากใส่ รวมทั้งคำถามที่ว่า คุ้ยคุ้ยคุ้ยภาพแนะนำเรื่อง

อะไรอีกบ้าง นายอภิสิทธิ์ตอบว่า เขาก็อยากให้เราพูดแรง ๆ สะใจคนฟัง ซึ่งทำไม่ได้ เพราะตนเองมาจากสายวิชาการ เดียวนี้รู้สึกจะหายหน้าไปหมดแล้ว

เมื่อในขณะที่ประเทศไทยเกิดวิกฤตทางการเมืองก็ยังมีคำยืนยันจากศาสตราจารย์ อรรถสิทธิ์ เวชชาชีวะ บิดานายกรัฐมนตรีว่า เชื้อมันและเคาท์ดาวน์จิตใจของนายกรัฐมนตรีที่ต้องดูแลตัวเองตั้งแต่เด็ก แสดงให้เห็นว่านายอภิสิทธิ์ได้รับการฝึกฝนและหล่อหลอมให้มีความเชื่อมั่นในตนเองมาตั้งแต่วัยเด็กจนถึงปัจจุบัน

พิชัย รัตตกุล อดีตหัวหน้าพรรคประชาธิปัตย์ (อ้างถึงใน จ่านง ศรีนคร และ พงศ์พัฒน์ ปัญชาพันธ์, 2553, น. 11) กล่าวถึงนายอภิสิทธิ์ว่า ปัญหาของนายอภิสิทธิ์คือใช้คนไม่เป็น คนประชาธิปัตย์มีที่เก่ง ๆ และมีประสบการณ์มาก แต่ทำกันอยู่เพียงไม่กี่คนที่ปรึกษาหารือกัน

นอกจากนี้ ในหนังสือ Positioning นายอภิสิทธิ์ก็ยังได้เคยให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับการทำสื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของพรรคประชาธิปัตย์ว่า ในแง่ของการผลิต ทางพรรคเคยทำมาแล้ว ทุกพรรคก็จ้างมืออาชีพทั้งนั้น เพียงแต่ว่าจะเปิดเผยหรือไม่เปิดเผย แต่ในที่สุดพรรคจะเป็นผู้ที่ตัดสินใจ ที่เป็นส่วนผสมระหว่างการเมืองกับการตลาด พรรคจะไม่ไปบอกว่าให้โจทย์ว่าทำอย่างไรก็ได้ให้ชนะเลือกตั้ง แล้วออกมาไม่ใช่เป็นประชาธิปัตย์เลย แล้วก็เล่นไปตามนั้นไม่ได้ (สุกรี แมนชัยนิมิต, 2552, น. 93)

5. ทีมงานด้านการสื่อสารขาดความชำนาญ

ในต่างประเทศ นักการเมืองก็ไม่แตกต่างจาก “ผู้มีชื่อเสียง” (Celebrity) คนหนึ่งที่ต้องมีการสร้างภาพลักษณ์ให้ประชาชนจดจำ เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดจากบุคลิกส่วนตัวและภาพที่เกิดมาจากการสร้างสรรค์ เช่น นักการเมืองในสหรัฐอเมริกาจะมีผู้ดูแลด้านภาพลักษณ์ หรือ “Image Maker” ทำหน้าที่กำหนดบุคลิกและท่าทางเมื่ออยู่ต่อหน้าสาธารณชน เวลาไปเยี่ยมตามโรงเรียนก็จะมีกำหนดว่าต้องทักทายเด็กผิวสีก่อนเพื่อจะได้ภาพที่ดีออกมาและทำให้ประชาชนผิวสีที่มีอยู่จำนวนมากเลื่อมใสศรัทธา หรือเมื่อพบเด็กต้องดึงเข้ามากอด ทักทาย หรือถ้าเลือกทักทายคนหนุ่มสาวกับผู้สูงอายุควรจะเลือกผู้สูงอายุก่อน เพราะจะมีผลต่อความชื่นชมของผู้พบเห็น (กัลญาวรรพิตยุต, 2548, น. 174)

แต่ในขณะที่ประเทศไทยการรณรงค์หรือสร้างภาพลักษณ์ทางการเมืองดูจะเป็นเรื่องลับของแต่ละพรรคการเมือง การว่าจ้างที่ปรึกษาคนนอกจึงแทบจะไม่เกิดขึ้น

มันไม่ใช่เรื่องที่น่าอายหรือต้องปิดลับ เพราะว่าการสร้างภาพลักษณ์ก็คือการทำให้ภาพของนักการเมืองคนนั้นไปปรากฏต่อสาธารณชนอย่างชัดเจน เป็นไปตามที่คน ๆ นั้นต้องการให้เป็น หรือตัวตนเขาเป็นอย่างไรก็ฉายภาพออกมาให้ชัด ๆ มันไม่ใช่เป็นการบิดเบือน หรือไม่ใช่เป็นการเสแสร้ง แต่มันเป็นการทำให้ภาพมันชัดเจนในสายตา

ของประชาชน เพราะฉะนั้นจึงไม่ใช่เรื่องน่าอัปยศขายหน้าอะไร แต่ว่าอาจจะเป็นเพราะเมืองไทยใช้คำว่า “สร้างภาพ” จึงดูเหมือนว่าเป็นเรื่องโกหก เสแสร้ง เราก็เลยไม่กล้าเปิดเผยว่ามีทีมงานสร้างภาพลักษณ์ หรือแม้แต่พนักงานเมืองบางคนในเมืองไทยก็มีทีมสร้างภาพลักษณ์แต่ก็ไม่กล้าเปิดเผย อาจจะเป็นเพราะว่าสังคมไทยมองตรงนี้ดูเหมือนว่าเป็นเรื่องที่ไม่จริงใจ แต่ในทางการเมืองมันมีความจำเป็นที่ต้องจัดกระทำให้เข้าที่เข้าทางเพราะไม่อย่างนั้นมันก็จะออกมาสะเปะสะปะ สิ่งที่ประชาชนได้มันก็ไม่เต็มเม็ดเต็มหน่วย การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีจึงเป็นสิ่งที่ไม่น่าอาย แต่ควรจะทำ แล้วพนักงานเมืองแต่ละคนก็ควรจะมีจุดยืนของตัวเองที่ชัดเจน เพราะไม่อย่างนั้นก็จะไม่มีภาพลักษณ์ที่ชัดเจน จะทำอะไรก็ได้ วันนี้จะเปลี่ยนเป็นคนนี้ วันนี้จะเปลี่ยนใจไปพูดเรื่องนี้ก็ได้ วันนี้จะเปลี่ยนจุดยืนก็ได้ อันนั้นน่าอายมากกว่า (นันทนา นันทวโรภาส, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2553)

แม้แต่พรรคประชาธิปัตย์ที่เป็นพรรคการเมืองเก่าแก่ก็ไม่ได้มีการจ้างที่ปรึกษาด้านการรณรงค์ภายนอกมาก่อน จนเมื่อการเลือกตั้งเมื่อวันที่ 6 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2548 ทางพรรคจึงได้มีการว่าจ้างที่ปรึกษาคนนอกเข้ามาจัดทำแผนรณรงค์หาเสียงเป็นครั้งแรก พรรคประชาธิปัตย์ได้คณะทำงานที่จะต้องดูแลเชิงยุทธศาสตร์ว่าพรรคจะต้องทำอะไร มีการสร้างสื่อดังานสื่อต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งความสวยงามโดดเด่นในเชิงศิลปะ สามารถสร้างความเหนือกว่าคู่แข่งชั้น และในช่วงแรกของการดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรีของนายอภิสิทธิ์ การติดต่อขอสัมภาษณ์ผู้บริหารพรรค บุคคลสำคัญในพรรค หรือรัฐมนตรีต่าง ๆ ที่เป็นสมาชิกพรรคต้องผ่าน Agency ทั้งหมด โดยมีผู้จัดและบริหารเวลาให้ (ขวัญข้าว ใจวัจิระศักดิ์, 2552, น. 70)

อย่างไรก็ตาม การมีที่ปรึกษามืออาชีพเพื่อรณรงค์หาเสียงและสร้างภาพลักษณ์ของนายอภิสิทธิ์และพรรคประชาธิปัตย์ดังที่กล่าวมาแล้วก็ไม่ได้ช่วยให้พรรคประชาธิปัตย์และนายอภิสิทธิ์ได้รับการยอมรับเท่าที่ควร ดังเช่น ผลการเลือกตั้งเมื่อวันที่ 6 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2548 แม้ว่าพรรคประชาธิปัตย์จะใช้กระบวนการสื่อสารการตลาดเข้ามาช่วยในการหาเสียง โดยนำเสนอนโยบายที่เน้นการตอบสนองรากหญ้าเป็นจุดขาย ไม่ว่าจะเป็น นโยบายเรียนฟรีตั้งแต่อนุบาลจนถึง ม.6 รักษาฟรี มีคุณภาพ 60 ปี มีเบี้ยเลี้ยง ล้างหนี้ด้วยงาน ฯลฯ แต่ก็ต้องพ่ายแพ้แก่พรรคไทยรักไทยอย่างถล่มทลายด้วยคะแนนเสียง 377 ต่อ 96 ที่นั่ง (นันทนา นันทวโรภาส, 2549, น. 51)

เมื่อนายอภิสิทธิ์ เข้ามาดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรี ได้มีการมอบหมายให้นายสาทิพย์ วงศ์หนองเตย รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรีเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบงานด้านสื่อสารมวลชนของรัฐบาล โดยบังคับบัญชากรมประชาสัมพันธ์และบริษัท อสมท. จำกัด (มหาชน) ขณะที่รัฐบาลไม่ได้มีการแต่งตั้งโฆษกประจำสำนักนายกรัฐมนตรีอย่างเป็นทางการ เป็นเพียงการ

มอบหมายให้นายปณิธาน วัฒนายากร รองเลขาธิการนายกรัฐมนตรีฝ่ายการเมือง ที่ดูแลด้านสุนทรพจน์ ความมั่นคง และการต่างประเทศของนายกรัฐมนตรี ทำหน้าที่โฆษกประจำสำนักนายกรัฐมนตรี นอกจากนี้ นายอภิสิทธิ์ยังได้แต่งตั้งให้นายเทพไท เสนพงศ์ เป็นโฆษกประจำตัวหัวหน้าพรรคประชาธิปัตย์ เพื่อทำหน้าที่ให้ข้อมูลและตอบโต้ในเชิงการเมือง

การสื่อสารนี้ทำเป็นเรื่อง ๆ โดยถ้าต่อ public หรือสื่อที่เป็นวาระหรือทางการ ส่วนใหญ่ก็คุณสาทิพย์ ทีมงานคุณสาทิพย์ ต่อด้านต่างประเทศก็ทีมงานของ อ.ปณิธาน ด้านข้อมูลก็คุณศิริโชค ด้านการเมืองนี่ก็เป็นผม การทำงานก็มีการคุยกัน มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลกัน เช่น ในส่วนของผมเวลาจะนำเสนออะไร ก็ต้องดูว่า ธงนายฯ คิดยังไง แล้วก็ประเมินสถานการณ์หรือกระแสสังคมเป็นไงก็ปรึกษาคุณสาทิพย์ (เทพไท เสนพงศ์, สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2553)

ความคิดและการทำงานของผมนับจากก่อนข้างจะไปในทิศทางเดียวกัน พูดกันสักสองสามคำ ผมก็จะหาข้อมูลที่ท่านต้องการให้ได้ ส่วนใหญ่ ท่านจะใช้ผมหาข้อมูลให้ ข้อมูลไหน หากที่คนอื่นหาไม่ได้ ท่านจะใช้ผมเป็นประจำ โดยเฉพาะข้อมูลที่ต้องหาทางอินเทอร์เน็ต บางครั้ง ท่านก็หาข้อมูลเอง ซึ่งทุกวันในการทำงาน ท่านก็จะเปิดคอมพิวเตอร์ เพื่อดูข่าว ดูข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต (ศิริโชค โสภา, สัมภาษณ์, 2 พฤษภาคม 2553)

โดยที่การแต่งตั้งตำแหน่งต่าง ๆ เพื่อทำหน้าที่สื่อสารกับประชาชนแทนนายกรัฐมนตรี ทั้งโฆษกรัฐบาล โฆษกพรรค และโฆษกประจำตัวหัวหน้าพรรคนั้น ทำให้สังคมเกิดความสับสน และแสดงให้เห็นได้ว่าการทำหน้าที่ของโฆษกรัฐบาลและโฆษกพรรคอาจไม่มีประสิทธิภาพ จึงต้องตั้งอีกตำแหน่งหนึ่งขึ้นมาเพื่อช่วยแก้ไขปัญหาดังกล่าว

การตั้งตำแหน่งนี้ไม่ใช่เพราะการทำหน้าที่ของโฆษกพรรคหรือโฆษกรัฐบาลมีปัญหา แต่แต่งตั้งขึ้นมาเพื่อช่วยกันทำงาน ทำให้การทำงานระหว่างพรรคกับรัฐบาลนั้นง่ายขึ้น คุณเทพไทมีหน้าที่ดูแลข่าวต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับตัวหัวหน้าพรรคโดยตรง ซึ่งถ้าข้อมูลไม่ถูกต้อง คุณเทพไทก็ต้องเป็นผู้ชี้แจง (บุรณชัย สมุทร์, สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2553)

ทั้ง ๆ ที่ในความเป็นจริงการทำงานด้านประชาสัมพันธ์ควรจะต้องมีความเป็นเอกภาพและมีผู้นำที่สามารถกำหนดทิศทางของทีมงานได้อย่างชัดเจน

ปัญหาอีกอย่างคือ image แย่งกันทำไม่ได้ ทำเป็นทีมหรือไม่ conductor มีคนเดียว แต่มันมีทีมได้ หมายความว่า มันไปด้วยเสียงเดียวกัน อะไรคือ core image อะไรคือ pillar มี pillar หลักก็ด้าน ก่อนจะสร้าง brand image ได้ ต้องมีการ study แต่ผมไม่รู้

ว่าเขา study มากน้อยแค่ไหน ในด้านการสื่อความ ไม่รู้ว่าใครเป็นโฆษก สาทิตย์ ปรณาน หรือเทพไท แต่กลยุทธ์ที่วางรู้เรื่องกันเอง สังคมไม่รู้เรื่องด้วย อะไรก็แล้วแต่ถ้า ทำให้ซับซ้อนตั้งแต่แรก ก็ซับซ้อนไปเรื่อย ๆ (พจน์ ใจชาญสุขกิจ, สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2553)

แต่ภายใต้ความสับสนดังกล่าว สื่อมวลชนและคนทั่วไปมักรับรู้กันว่า นายสาทิตย์ วงศ์หนองเตย รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี คือบุคคลที่มีบทบาทสำคัญในการสร้าง ภาพลักษณ์ของนายอภิสิทธิ์และรัฐบาล จนเรียกได้ว่าเป็น "Image Maker"

จริง ๆ ไม่ได้มีทีมเฉพาะกิจมาดูแลด้านประชาสัมพันธ์ ท่านรัฐมนตรีสาทิตย์ในฐานะที่ กำกับดูแลสื่อของรัฐก็อาจจะเป็นคนหนึ่งที่ดูแลการนำเสนอเรื่องต่าง ๆ ของท่าน นายกฯ แต่ก็ไม่ได้เน้นเรื่องภาพลักษณ์ของท่าน โดยมีเว็บไซต์อันเดียวที่ดูแลคือ pm.go.th ส่วนที่เหลือก็จะเป็นส่วนของสำนักนายกฯ ไป แล้วก็ยังมีของพรรค เช่น abhisit.org (วิฑเณนทร์ มุตตามระ, สัมภาษณ์, 2 พฤษภาคม 2553)

นายสาทิตย์ ได้เคยให้สัมภาษณ์สื่อมวลชนถึงความสัมพันธ์กับนายอภิสิทธิ์ไว้ว่า "เราอาจจะผจญการเมืองมาด้วยกัน จนกระทั่งเราหลอมความคิดอ่านใจของอีกคนรู้ว่าคิดยังไง คือ นายกฯ อภิสิทธิ์เป็นคนที่ค่อนข้างเปิดกว้าง ประตุน้องทำงานที่สภาไม่เคยลิดลอค ใครจะเข้ามาหา ก็เคาะประตูแล้วไปนั่งคุย เห็นหนังสือไปนั่งคุยกันไป อย่างเวลาที่สงสัยอะไร ก็จะยกหูมาถามด้วย ตัวเอง รับโทรศัพท์ด้วยตัวเองและต่อโทรศัพท์ด้วยตัวเอง" (มติชน, "สาทิตย์ วงศ์หนองเตย อิมเมจ เมกเกอร์คู่หูอภิสิทธิ์," 2552, ย่อหน้าที่ 9)

นอกจากนี้ นายสาทิตย์ยังเป็นผู้เชี่ยวชาญการใช้ "อินเทอร์เน็ต" เพื่อประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ของนายอภิสิทธิ์ ตั้งแต่สมัยที่เป็นหัวหน้าพรรคประชาธิปัตย์จนกระทั่งเป็นนายกรัฐมนตรี เริ่มตั้งแต่การสร้างเว็บไซต์ "www.abhisit.org" แหล่งรวมสาระข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ นายอภิสิทธิ์ เว็บไซต์ "www.pm.go.th" ซึ่งเป็นเว็บไซต์ของตำแหน่งนายกรัฐมนตรีอย่างเป็นทางการหรือการใช้ เครื่องมือไฮเทคสุดฮิตแห่งยุค อย่าง "ไฮไฟว์" และ "ทวิตเตอร์" เพื่อเจาะฐานเสียงที่เป็นกลุ่มวัยรุ่น ก็ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี มีสมาชิกที่เป็นเพื่อนนับหมื่นคน รวมทั้งการคิดแผนปรับภาพลักษณ์ นายอภิสิทธิ์ นักเรียนนอก บนหอคอยงาช้างให้กลายเป็น "คนติดดิน" เข้าถึงรากหญ้า ในกิจกรรม การหาเสียง "อภิสิทธิ์ 24 ชั่วโมง" จนได้ใจประชาชนคนใช้แรงงานจำนวนมาก

ดังนั้น ตำแหน่ง "Image Maker" จึงกลายมาเป็นหน้าที่อย่างไม่เป็นทางการของ นายสาทิตย์ และแม้ว่านายสาทิตย์จะออกมาบอกปิด พร้อมระบุว่า เป็น "แค่คนเสนอแนะ" แต่ผลงาน ที่ผ่านมากลับสะท้อนผลงานของเขาได้

ไม่ทราบว่าคุณอภิสิทธิ์มี image maker ด้วย หรือจริง ๆ แล้วเป็นแค่ทีมประชาสัมพันธ์ ซึ่งก็ทำหน้าที่รวมไปหมดทั้งประชาสัมพันธ์พรรค รัฐบาล การสร้างภาพลักษณ์ของ นักการเมืองเราไม่สามารถที่จะทำในลักษณะของมือสมัครเล่น หมายถึง ไม่เต็มเวลา ทำบ้างเท่าที่มีเวลา ทำบ้างที่โอกาสอำนวย ดังนั้น ถ้าบอกว่า หัวหน้าทีม สร้างภาพลักษณ์ของนายกรัฐมนตรี คือรัฐมนตรีสาทิพย์ มันก็สะท้อนประสิทธิผลว่า มันออกมาแล้วไม่ดี เพราะว่าคนที่ทำเรื่องนี้มีความจำเป็นที่จะต้องทำแบบเต็ม เวลา และทุ่มเทเต็มที่ ประสิทธิภาพออกมาไม่เต็มร้อยเพราะงานในตำแหน่งรัฐมนตรี สำนักนายกฯ ก็มากมายก่ายกอง แ่ก่กับดูแลสื่อภาครัฐนี้ก็หนักหนาสาหัสอยู่แล้ว ดังนั้น จะมาดูภาพลักษณ์ของนายกฯ ของรัฐบาล ของพรรค มันเหมือนทำ part time มีเวลาก็กว้างไป ตรงนี้มันแตกต่างจากในต่างประเทศที่เขามีทีมงานที่จะทำภาพลักษณ์ โดยตรง แล้วพวกนี้ไม่ใช่มือสมัครเล่นมันจะเป็นกลุ่มของมืออาชีพทั้งสิ้น เพราะฉะนั้น ถ้าให้วิเคราะห์จากคนนอกที่มองเข้าไปก็ไม่ได้เห็นว่านายกฯ มีทีมงานสร้าง ภาพลักษณ์โดยตรงอย่างที่เป็นมืออาชีพ ส่วนใหญ่ก็ทำเหมือนกับว่าเป็นงานขอแรง จึง ไม่มีกระบวนการออกมาแบบที่มีทิศทาง (นันทนา นันทโรภาส, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2553)

เช่นเดียวกับนักวิชาการและนักวิชาชีพด้านสื่อสารมวลชนและการตลาดที่มองว่า ทีมงานประชาสัมพันธ์ของนายอภิสิทธิ์และรัฐบาลไม่มีความชำนาญในด้านนี้

ในส่วนของทีมงานโฆษกก็อาจจะบกพร่องบ้าง อาจารย์ปณิธานท่านอาจจะเป็น นักวิชาการเกินไป ทีมงานท่านอาจจะไม่แข็ง บวกไปกับคุณสาทิพย์ก็ยังไม่เก่ง เพียงพอ วิธีคิดในเชิงจิตวิทยามวลชน วิธีคิดในเรื่องสื่อสารการเมืองยังไม่เป็น คุณสาทิพย์เป็นเพียงแต่นักการเมืองเท่านั้นเอง วันดีคืนดีจับมาคุมงานด้านสื่อสาร มวลชนและสื่อสารของรัฐ คนทำงานด้านนี้ต้องมีประสบการณ์และเครือข่ายมาก เพียงพอ ถ้ามีไม่พอต้อง manage network ให้ได้ ต้องพบบปะกับสื่อสารมวลชน บังเอิญ คุณอภิสิทธิ์ก็เป็นคนเก็บตัว ไม่ชอบยุ่งกับใคร ยุ่งแต่คนใกล้ชิดตัว คุณสาทิพย์ก็ เหมือนกันก็เป็นคนเก็บตัว คนที่ทำงานด้านสื่อสารมวลชนจะต้องทำงานสองทาง interactive กล่าวคือ จะต้องรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากทุกภาคส่วน รวบรวมข้อมูลมา แล้วกระจายออกไปว่าทำอะไรอยู่ ต้องทำแบบนี้อยู่ตลอดเวลา (ไชยา ยิ้มวิไล, สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2553)

โดยที่จริงแล้วการทำงานด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะการสร้างภาพลักษณ์ของบุคคลหรือองค์กรนั้น มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องอาศัยผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์ในด้านนี้โดยตรง จึงจะช่วยให้การดำเนินการมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

“กระบวนการสร้างภาพลักษณ์ต้องดำเนินการโดย expertise คนที่มีความเชี่ยวชาญและชำนาญ แต่ทีมงานที่มีอยู่ผมว่าเขาไม่ใช่ expertise ทางด้าน image แต่ expertise ทางด้านการเมือง เขาจึงไม่แคร์เรื่อง image” (พจน์ ใจชาญสุขกิจ, สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2553)

โอกาส (Opportunities) ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ วิเคราะห์จากสิ่งที่อยู่ภายนอกตัวนายอภิสิทธิ์และพรรคประชาธิปัตย์ ด้วยการพิจารณาจากข้อเท็จจริง ดังนี้

1. ได้รับการสนับสนุนจากพรรคการเมืองร่วมรัฐบาล ชนชั้นกลาง และกองทัพ

การตั้งรัฐบาลของนายอภิสิทธิ์ได้รับการสนับสนุนจากพรรคการเมืองอีก 4 พรรค ได้แก่ พรรครวมใจไทยชาติพัฒนา พรรคเพื่อแผ่นดิน พรรคมหาชนไทย และพรรคชาติไทยพัฒนา โดยการทำงานร่วมกันนั้นแม้ว่าจะมีอุปสรรคอยู่บ้างแต่ก็ผ่านพ้นไปได้ด้วยดีทุกครั้ง และเมื่อกลุ่มแนวร่วมประชาธิปัตย์ต่อต้านเผด็จการแห่งชาติ (นปช.) ได้เรียกร้องให้นายอภิสิทธิ์ยุบสภาในช่วงเดือนเมษายน พ.ศ. 2553 พรรคร่วมรัฐบาลทุกพรรคต่างออกมายืนยันอย่างหนักแน่นว่าจะอยู่ร่วมกับรัฐบาลเพื่อให้สามารถทำงานได้ตามปกติ ดังเช่นที่นายชาญชัย ชัยรุ่งเรือง รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม ในฐานะหัวหน้าพรรคเพื่อแผ่นดิน ได้ให้สัมภาษณ์ไว้ว่า รัฐบาลยังคงมีความเป็นปึกแผ่น และมีความมั่นคงในการบริหารประเทศ โดยยืนยันว่าจะแก้ไขปัญหาด้วยความนุ่มนวล และเป็นมิตร การประชุมวอร์รูมไม่ได้เป็นการจับพรรคมาร่วมมาเป็นตัวประกันเพื่อให้อยู่ร่วมกับรัฐบาล แต่เป็นเรื่องทางการเมืองที่รัฐบาลต้องมาร่วมกันวิเคราะห์ถึงสถานการณ์ทางการเมืองเพื่อให้เกิดความมั่นคง เรียบร้อย และทำให้รัฐบาลสามารถทำงานได้ตามปกติ (Moneychannel, “วอร์รูมพรรคร่วมรัฐบาลเห็นพ้อง ไม่ยุบสภา,” 2553, ย่อหน้าที่ 2)

ในขณะที่สังคมก็มองเช่นเดียวกันว่ากองทัพให้การสนับสนุนรัฐบาลของนายอภิสิทธิ์ในการบริหารประเทศ รวมทั้งยังได้รับความนิยมจากชนชั้นกลางที่สังเกตได้จากกรณีที่คนกรุงเทพฯ ภาคกลาง และภาคใต้ ลงคะแนนเลือกพรรคประชาธิปัตย์ในการเลือกตั้งเมื่อวันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2550 จำนวน 111 ที่นั่ง จากทั้งหมด 190 ที่นั่ง (พรรคประชาธิปัตย์, 2553, ย่อหน้าที่ 22)

2. มีสื่อและช่องทางการสื่อสารอยู่ในมือ

รัฐบาลมีหน่วยงานที่กำกับดูแลสื่อหรือช่องทางการสื่อสารหลัก ๆ ได้แก่ กรมประชาสัมพันธ์ ที่มีสถานีโทรทัศน์ในภูมิภาค 12 สถานี สถานีวิทยุกระจายเสียง 140 สถานี บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) มีสถานีโทรทัศน์ 35 สถานี และสถานีวิทยุกระจายเสียงทั้งส่วนกลางและภูมิภาค 37 สถานี รวมทั้งสถานีวิทยุกระจายเสียงของกองทัพซึ่งใช้เพื่อความมั่นคง ประกอบด้วย

กองทัพบก 126 สถานี กองบัญชาการทหารสูงสุด 14 สถานี กองทัพอากาศ 36 สถานี กองทัพเรือ 21 สถานี และสำนักงานตำรวจแห่งชาติ 44 สถานี ทั้งนี้ ยังไม่รวมสื่อของหน่วยงานภาครัฐอื่น ๆ อีก เช่น กระทรวงศึกษาธิการ และกระทรวงสาธารณสุข เป็นต้น

3. ได้โอกาสพิสูจน์ฝีมือการบริหารจัดการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจที่ตกต่ำ และสังคมที่แตกแยก

ในช่วงที่รัฐบาลนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ เข้ามาบริหารประเทศ ขณะนั้นมีปัญหาทางด้านเศรษฐกิจที่มีสาเหตุมาจากวิกฤตเศรษฐกิจโลก รวมทั้งปัญหาความแตกแยกทางสังคมที่ประชาชนมีความเห็นแตกต่างทางความคิด สถานการณ์เช่นนี้ย่อมเป็นวิกฤตที่สามารถพลิกให้เป็นโอกาสได้ด้วยความสามารถในการบริหารจัดการของผู้นำรัฐบาล หากนายอภิสิทธิ์นำความรู้และประสบการณ์มาปรับใช้ในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ให้ลุล่วงไปได้ก็จะเป็นบทพิสูจน์ถึงภาวะผู้นำที่มีประสิทธิภาพและเป็นที่ยอมรับ

การตัดสินใจทางการเมืองหลายอย่างมันไม่สามารถทำให้นายกฯ ตัดสินใจได้ด้วยตัวเอง ขณะเดียวกันก็ไม่สามารถทำให้หลุดพ้นภาพที่คุณอภิสิทธิ์เหมือนกับอิงอยู่กับกลุ่มคนที่ทำให้ตัวเองขยับอะไรไปมากกว่านี้ไม่ได้ก็ต้องดำเนินการไปเหมือนทำงานประจำ เพราะฉะนั้นมันจึงไม่โดดเด่น แต่ถ้าเป็นภาวะปกติน่าจะทำอะไรได้มากกว่านี้ แต่ไม่รู้ว่ในสถานการณ์หนึ่ง ๆ จะทำหรือไม่ทำอะไร ตอนนั้นมันต้องไปแก้ปัญหาเรื่องม็อบ เรื่องอะไร มันก็ติดบึงเรื่องอื่น ๆ ทั้งหมด แต่ถ้ามองอีกมุมหนึ่งในเรื่องภาวะผู้นำ จังหวะนี้เป็นจังหวะดีที่สามารถแสดงภาวะผู้นำได้ (นันทนา นันทวโรภาส, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2553)

อุปสรรคหรือภัยคุกคาม (Threat) ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ วิเคราะห์จากสิ่งที่อยู่ภายนอกตัวนายอภิสิทธิ์และพรรคประชาธิปัตย์ ด้วยการพิจารณาจากข้อเท็จจริง ดังนี้

1. ประชาชนติดภาพฝ่ายค้าน

พรรคประชาธิปัตย์มีสถิติของการเป็นพรรคฝ่ายค้านในสภาผู้แทนราษฎร จำนวน 11 สมัย มากกว่าการเป็นพรรครัฐบาลซึ่งเคยเป็น 7 สมัย และช่วงเวลาของการเป็นฝ่ายค้านนั้นยาวนานติดต่อกันมากที่สุดถึง 8 ปี ทำให้ประชาชนจดจำภาพดังกล่าวได้ดี อีกทั้งขาดการสนับสนุนในด้านทุนจากภายนอก เพราะนักธุรกิจจะเข้าหาพรรคฝ่ายรัฐบาลมากกว่า

2. การต่อต้านของกลุ่มการเมืองฝ่ายตรงข้าม

นับตั้งแต่วันที่ 26 มีนาคม พ.ศ. 2552 กลุ่มแนวร่วมประชาธิปไตยต่อต้านเผด็จการแห่งชาติเริ่มชุมนุมเคลื่อนไหวกครั้งใหญ่เพื่อขับไล่รัฐบาลของนายอภิสิทธิ์ จนเกิดเหตุการณ์ความไม่สงบเมื่อเดือนเมษายน พ.ศ. 2552 รัฐบาลประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินขึ้นร้ายแรง และยกกำลัง

ทหารปิดล้อมผู้ชุมนุม จนต้องยุติการชุมนุมเมื่อ 14 เมษายน พ.ศ. 2552 และแกนนำ 3 คน ได้แก่ นายวีระ มุสิกพงศ์ นายณัฐวุฒิ ใสยเกื้อ และ นายแพทย์เหวง โตจิราการ ถูกควบคุมตัว จนกระทั่งรัฐบาลยกเลิกประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินในอีกหลายวันต่อมา โดยเหตุการณ์ในลักษณะดังกล่าวนี้ได้ดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง

ถ้าไม่มีอะไรที่มันมาจุกจิกกวนใจ การทำงานตามนโยบายที่ได้แถลงไว้ต่อสภา ผมคิดว่าประสบความสำเร็จค่อนข้างสูง 80-90% แม้กระทั่งมีวิกฤตอยู่ผมก็ว่าในส่วนผลงานของรัฐบาลท่านนายกฯ อภิลิทธิ์ก็เป็นที่ยอมรับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านเศรษฐกิจก็เป็นที่รู้ว่าทำให้มันดีขึ้นได้ ด้านนโยบายรัฐสวัสดิการก็เป็นที่ถูกใจของสังคม รวมไปถึงการเปลี่ยนโครงสร้างด้านเกษตรขนานใหญ่ก็คือ การประกันรายได้เกษตรกร ซึ่งก็เป็นนโยบายที่สำคัญ ภาพรวมคิดว่าสำเร็จเกินครึ่ง และอยากจะให้กลุ่มคนที่ไม่เห็นด้วยกับรัฐบาล เปิดใจรับฟังบ้าง เพราะปิดกั้นไม่รับฟังความเห็นของนายกฯ อภิลิทธิ์ เพราะเขาเสียสละเพียงอย่างเดียว (เทพไท เสนพงศ์, สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2553)

3. ขาดเครือข่ายและการสนับสนุนจากประชาชนระดับรากหญ้า

พรรคประชาธิปัตย์เริ่มก่อตั้งพรรคในปี พ.ศ. 2489 เคยผ่านความรุ่งเรืองด้วยการชนะเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรเข้ามานั่งในสภาได้ 123 คน ในการเลือกตั้งเมื่อวันที่ 17 พฤศจิกายน พ.ศ. 2539 และผ่านความตกต่ำโดยได้ที่นั่งในสภาเพียง 5 คน ในการเลือกตั้งเมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2500 และแม้ในการเลือกตั้งเมื่อวันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2550 พรรคประชาธิปัตย์จะได้ที่นั่งมากที่สุดเป็นประวัติการณ์ด้วยคะแนนเสียง 165 ที่นั่ง แต่เมื่อพิจารณาตัวเลขในภาคตะวันออกเฉียงเหนือซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีประชาชนในระดับรากหญ้าจำนวนมากแล้ว พรรคประชาธิปัตย์ได้เพียง 5 ที่นั่งจากทั้งหมด 135 ที่นั่ง

สิ่งที่คุณอภิลิทธิ์จะต้องทำขณะนี้ถ้าคุณอภิลิทธิ์เป็นนักธุรกิจ หรือว่าเป็นข้าราชการ เป็นอาจารย์ ภาพของความเป็นชนชั้นสูงนี้ไม่แปลก นักธุรกิจเขาก็ฉายภาพความร่ำรวย การอยู่ในสังคมที่มีระดับได้ แต่ว่าคนที่มาเป็นนักการเมือง ประเทศไทยมีชนชั้นกลางแค่ 20% มีรากหญ้า 80% ถ้ายังมีภาพลักษณ์ของคนที่อยู่ในระดับสูงมันก็จะทำให้กลุ่มอีก 80% รู้สึกว่าไม่ได้เป็นผู้นำของเขา เหมือนกับเท้าลอย ฉะนั้นภาพลักษณ์นี้สำคัญมากกับการที่ทำให้ตนเองมีภาพที่เป็นนักการเมืองของทุกคน ไม่แปลกเลยที่คุณอภิลิทธิ์จะเป็นนักการเมืองของประเทศอังกฤษหรือประเทศทางยุโรป ที่มีคนชั้นกลางเยอะ แต่มันจะแปลกสำหรับสังคมไทยที่มีชนชั้นรากหญ้าย่อยเหนือ

อีสานมันค่อนข้างประเทศ 60-70% ที่จำเป็นต้องตอบโจทย์ว่าจะทำอย่างไร (นันทนา นันทวโรภาส, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2553)

จากการวิเคราะห์สถานการณ์ของนายอภิสิทธิ์ทำให้สามารถมองเห็นทั้งจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค โดยเฉพาะจุดอ่อนที่เราสามารถนำมาในการพัฒนาหรือปรับปรุงการสร้าง ภาพลักษณ์ได้ การสร้างภาพลักษณ์ (Image) ในที่นี้มีความหมายเช่นเดียวกับการวางตำแหน่ง (Positioning) ทางการตลาด (นันทนา นันทวโรภาส, 2549, น. 77) ดังนั้น นอกจากการวิเคราะห์ ตนเองแล้ว การสร้างภาพลักษณ์จำเป็นต้องวิเคราะห์คู่แข่งอีกทางหนึ่งด้วย

ในการดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรีของนายอภิสิทธิ์จะพบว่า มีพันธมิตรวาทะ ทักษิณ ชินวัตร อดีตนายกรัฐมนตรีที่คอยสนับสนุนการเคลื่อนไหวของประชาชนที่ต่อต้านรัฐบาลมาโดยตลอดเป็นคู่แข่งคนหนึ่งในการแย่งชิงพื้นที่สื่อและความนิยมจากประชาชน แม้ว่าพันธมิตรวาทะ ทักษิณ จะถูกตัดสิทธิทางการเมือง 5 ปี และตกเป็นผู้ต้องหาในคดีสำคัญจนไม่สามารถเดินทาง กลับประเทศได้ แต่ต้องยอมรับความจริงว่าพันธมิตรวาทะ ทักษิณ เป็นบุคคลสำคัญที่อยู่เบื้องหลัง พรรค/กลุ่มการเมืองฝ่ายตรงข้ามกับรัฐบาล เพราะทั้งพรรคเพื่อไทยและกลุ่ม นปช. ต่างก็ดำเนินการ เพื่อช่วยเหลือพันธมิตรวาทะ ทักษิณ แทบทั้งสิ้น ดังนั้น ไม่ว่านักการเมืองคนใดเข้ามาสังกัดพรรคเพื่อ ไทยก็ย่อมแสดงให้เห็นว่าเขาเลือกข้างพันธมิตรวาทะ ทักษิณ และพร้อมที่จะได้รับคะแนนนิยมจาก ประชาชนที่นิยมพันธมิตรวาทะ ทักษิณ เช่นเดียวกันไปโดยปริยาย ส่วนหัวหน้าพรรคการเมืองฝ่ายค้าน อื่น ๆ แม้จะอยู่ในสถานะเท่าเทียมกับนายอภิสิทธิ์แต่ก็นับว่ามีอิทธิพลต่อการดำรงอยู่ของนายอภิสิทธิ์ ไม่มากนัก

1. จุดแข็งของคู่แข่ง

การก้าวเข้าสู่ชีวิตทางการเมืองของพันธมิตรวาทะ ทักษิณ ชินวัตร เป็นจังหวะและ ช่วงเวลาที่เหมาะสมคล้ายกับ “สถานการณ์สร้างวีรบุรุษ” มีภาพลักษณ์เป็นนักการเมืองขวัญใจ ของประชาชนอย่างแท้จริง แตกต่างจากนักการเมืองอื่นที่ผ่านมา เช่น พลตรีจำลองเป็นขวัญใจ คนกรุงเทพฯ นายอภิสิทธิ์ เป็นขวัญใจชนชั้นกลาง นายบรรหารเป็นขวัญใจคนสุพรรณบุรี เป็นต้น

ภาพลักษณ์ที่ “โดนใจ” คนไทยทั่วประเทศ เกิดจากการทำงานหนักเร่งสร้างผลงานที่เป็นนโยบายหาเสียงให้ออกมาเป็นรูปธรรมได้อย่างรวดเร็วและเห็นผล เปลี่ยนจากภาพลักษณ์ “นักธุรกิจการเมือง” มาเป็นภาพลักษณ์ “ตาตุ่มดาว ทำดีดิน” ทำให้ประชาชนเปรียบเทียบ การทำงานของพันธมิตรวาทะ ทักษิณ กับการทำงานของผู้นำในอดีตที่ทำงานด้วยความซื่อสัตย์ ไม่กล้า ตัดสินใจ ในสถานการณ์ที่ประเทศต้องการความเร่งด่วนในการแก้ปัญหา คนส่วนใหญ่จึงพร้อมที่จะ มองข้ามข้อเสียปลีกย่อยในตัวพันธมิตรวาทะ ทักษิณ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องปากไว หรือการกุมอำนาจ เบ็ดเสร็จในการบริหารงาน

“ที่ต้องยอมรับคุณทักษิณมาก ๆ คือ เขาเชื่อใน communication ว่ามันมีผลจริง ๆ แล้วเขาลงมือปฏิบัติ จำได้ไหมว่าตอนนั้น เราจะต้องเป็น hub of medical ทั้งหลาย เรื่องสปากี่เฟื่องฟู ธุรกิจด้านโรงพยาบาลหรืออื่น ๆ เข้ามารองรับ” (พจน์ ใจชาญสุขกิจ, สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2553)

การเลือกตั้งครั้งสุดท้ายเมื่อวันที่ 6 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2548 พรรคไทยรักไทยได้เสนอนโยบายที่ต่อเนื่อง ภายใต้แคมเปญ “4 ปีซ่อม 4 ปีสร้าง” ก่อนจะปรับมาเป็น “สร้างโอกาส” และขอกลับมาสานต่อการทำงาน ซึ่งเป็นการต่อสู้อย่างเข้มข้นและรุนแรงระหว่างสองแคมเปญของพรรคประชาธิปัตย์ คือ “เลือกให้ถึง 201 เสียง” กับ “สร้างโอกาส” ซึ่งผลการเลือกตั้งทำให้พรรคไทยรักไทยได้ “โอกาส” ที่ขอไว้ในกาหาเสียงอีกครั้ง

นอกจากนี้ พรรคไทยรักไทยยังได้วางตำแหน่งของตนเองเป็น “พรรคการเมืองที่ทำการเมืองอย่างสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชน” ความนิยมในตัวพันตำรวจโท ทักษิณ เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดจากธรรมชาติและส่วนหนึ่งก็เป็นภาพลักษณ์ที่มาจากการสร้างด้วยวิธีการของมืออาชีพ เมื่อออกเยี่ยมประชาชนหรือมีการประชุมคณะรัฐมนตรีสัญจรก็จะมีภาพของผู้นำที่ติดดิน “คำไหนนอนนั้น” ทำกับข้าวเก่ง ชงกาแฟได้ หรือเมื่อออกงานในระดับสากลก็ทำได้รวมทั้งการให้ความสำคัญกับเด็กและเยาวชนไม่ว่าจะเป็น “ครูทักษิณ” เข้าไปบรรยายวิชาคณิตศาสตร์ หรือภาพการเข้าไปนั่งชมการแสดงของศิลปินต่าง ๆ ตลอดจนการแข่งขันกีฬาหลายประเภท ทำให้พันตำรวจโท ทักษิณ ได้รับการชื่นชมจากเด็กวัยรุ่นเป็นจำนวนมาก

สื่อมวลชนกระแสหลักมักนิยมนำข้อมูลของคุณทักษิณมาพาดหัว มาขยาย จนเป็นประโยชน์แก่คุณทักษิณ คุณทักษิณใช้วิทยุแล้วก็ให้ทริวิชั่นถ่ายทอดสดโมเดลอาจสามารถ ซึ่งได้ผลกว่า คือ ปรับใช้ political marketing หลอกชาวบ้านให้ชื่นชม คือ ขนาดเขารวยเป็นหมื่นล้านเขายังมากางมุ้งนอน มาเดินตรวจตลาด ซื้อข้าวเกรียบกว่า 2,000 บาท ชาวบ้านก็ประทับใจ เพราะว่าวัฒนธรรมไทยคือว่า เจ้าใหญ่นายโตยังเมตตาเรา (สมเกียรติ อ่อนวิมล, สัมภาษณ์, 2 เมษายน 2553)

2. จุดอ่อนของคู่แข่ง

อย่างที่กล่าวมาแล้วว่าพันตำรวจโท ทักษิณ เป็นผู้ต้องหาในคดีสำคัญ ๆ มากมาย ซึ่งถือเป็นจุดอ่อนในด้านภาพลักษณ์ เนื่องจากมีพฤติกรรมทุจริตคอร์รัปชันโกงกินบ้านเมือง เช่น คดีประมูลซื้อที่ดินย่านรัชดาภิเษก พิกากษาจำคุก 2 ปี คดียึดทรัพย์ 7.6 หมื่นล้านบาท ที่พิพากษายึดทรัพย์ 46,373 ล้านบาท และยังมีคดีย่อย ๆ อีกหลายคดีที่พันตำรวจโท ทักษิณ ถูกตัดสินว่ากระทำความผิด ไม่ว่าจะเป็นคดีทุจริตโครงการออกสลากพิเศษแบบเลขท้าย 3 ตัว และ 2 ตัว หรือคดีห่วยบนดิน คดีธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (เอ็กซิมแบงก์) ปลอมเงินกู้ให้กับรัฐบาลพม่า คดีทุจริตออกกฎหมายแก้ไขค่าสัมปทานโทรศัพท์มือถือ-ดาวเทียม เป็นภาษีสรรพสามิต

เอื้อประโยชน์ธุรกิจบริษัทชินคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ทำให้รัฐเสียหาย 6.6 หมื่นล้านบาท คดีทุจริตซีทีอีเก็ท 9000 คดีธนาคารกรุงไทยอนุมัติเงินกู้ให้กับบริษัทในเครือกฤษฎาตามหานคร เป็นต้น

ผู้ที่ติดตามการเมืองมานานต่างลงความเห็นว่าคุณ่งทางการเมืองที่น่าเกรงขามที่สุดของพันตำรวจโท ทักษิณ ชินวัตร ก็คือ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ แต่ในขณะเดียวกันก็มีอีกหลายคนทีกล่าวว่า ถ้าเปรียบเทียบกับแล้วนอกจากเรื่องหน้าตาดี นายอภิสิทธิ์ยังไม่มีทางเทียบชั้นกับพันตำรวจโท ทักษิณ ได้ (กัลญ วรพิทุต, 2548, น. 171)

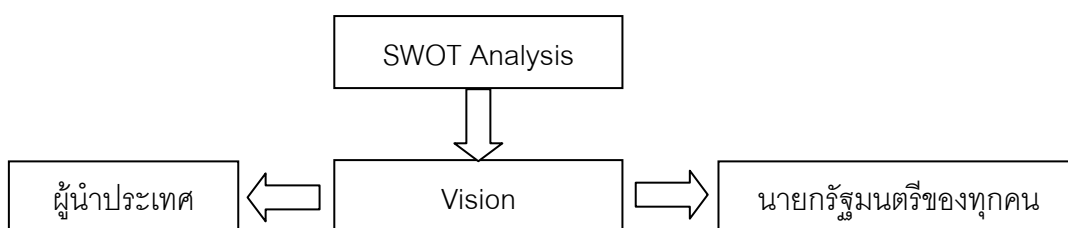
“ทุกวันนี้ผมคิดว่าคู่แข่งยังไม่มีปรากฏตัวที่ชัดเจนออกมา ดูจากหัวหน้าพรรคทุกพรรคก็ยังไม่เห็นใครที่จะมาเป็นคู่แข่ง” (เทพไท เสนพงศ์, สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2553)

ด้วยเหตุนี้เมื่อได้วิเคราะห์สถานการณ์ของนายอภิสิทธิ์และคู่แข่งถึงข้อได้เปรียบเสียเปรียบที่เกิดขึ้นในความรู้สึกของประชาชนส่วนใหญ่แล้ว ทำให้พบว่าสามารถนำ “จุดอ่อน” ของนายอภิสิทธิ์ โดยเฉพาะเรื่องของความน่าเชื่อถือหรือความไม่เป็นที่ยอมรับของคนรากหญ้ามาปรับเปลี่ยนให้เกิดการรับรู้ที่ดีขึ้น เช่น ต้องทำให้มีการบริหารทีมงานที่น่าเชื่อถือ การทำงานที่มีความรวดเร็ว เน้นหนักเรื่องการสื่อสาร และมุ่งเน้นประชาชนระดับรากหญ้า ฯลฯ สิ่งเหล่านี้จะช่วยในการปรับเปลี่ยนมุมมองของผู้รับสารหรือประชาชนในทิศทางที่ง่ายขึ้น เนื่องจากได้รู้ “เป้าหมาย (Goal)” แล้วนั่นเอง

ทั้งนี้ สามารถสรุปเป็นแผนผังในการวิเคราะห์หรือออกมาด้วยการเริ่มต้นจากการวิเคราะห์ SWOT Analysis เพื่อกำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) หรือตำแหน่งครองใจที่ต้องการให้เป็น คือ นายกฯ อภิสิทธิ์จะเป็นนายกรัฐมนตรีของคนไทยทุกคนและทุกระดับ ด้วยการสร้างภาพลักษณ์ขึ้นมาใหม่ เนื่องจากภาพลักษณ์เก่าคือ “ขาดการยอมรับจากประชาชนในระดับรากหญ้า”

ภาพที่ 4.1

กระบวนการสร้างภาพลักษณ์ใหม่



สารสนเทศทางการเมือง

ในช่วงการหาเสียงเลือกตั้ง เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม 2550 พรรคประชาธิปัตย์ได้นำเสนอสาร (Message) คือ “ประชาชนต้องมาก่อน” ที่เปรียบเสมือนเป็น “Key Message” หลัก โดยยึด “ประชาชน” เป็นจุดขาย เช่นเดียวกับที่พรรคไทยรักไทยเคยนำเสนอจุดนี้ “พรรคไทยรักไทย หัวใจคือประชาชน”

จะดีแค่ไหนถ้าประเทศไทยในวันพรุ่งนี้ไม่มีความแตกแยกในสังคม เด็ก ๆ ได้รับการศึกษาที่มีคุณค่า คนยากคนจนอยู่อย่างมีศักดิ์ศรี มีสวัสดิการและพึ่งตนเองได้ มีผู้นำที่ซื่อสัตย์ ทุ่มเททุกอย่างเพื่อประชาชน พร้อมสืบสานวัฒนธรรมที่ดีงามของไทย อภิสิตธิ์ เวชชาชีวะ ประชาชนต้องมาก่อน (“ประชาชนต้องมาก่อน วาระประชาชน-วาระอภิสิตธิ์,” 2550, ย่อหน้าที่ 11)

เป็นข้อความสารที่พยายามสร้างภาพลักษณ์ให้แก่ นายอภิสิตธิ์ เพราะนายอภิสิตธิ์ครองรักกับคู่ชีวิตมานานกว่า 18 ปี พร้อมด้วยลูก ๆ ที่น่ารัก 2 คน นี่คือนิสัยที่ทำให้เขาตระหนักดีว่าเด็ก ๆ คือทรัพยากรที่ล้ำค่าของชาติ พร้อมทั้งมีประสบการณ์ในฐานะสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรมานานกว่า 14 ปี มีผลงานโดดเด่นด้านการปฏิรูปการศึกษา เป็นรัฐมนตรีที่ผลักดันให้หน่วยงานปราบทุจริตบัญญัติโทษสูงสุดต่อการคอร์รัปชันในแวดวงราชการ ขณะเดียวกันท่ามกลางภาวะข้าวยากหมากแพง นายอภิสิตธิ์จะลดค่าครองชีพให้ต่ำลง จะเพิ่มค่าแรงให้สูงขึ้น และจะลงทุนเพื่อวันข้างหน้าที่ดีไส่ของลูกหลานไทย ผู้นำแนวใหม่ วิสัยทัศน์กว้างไกล

คนไทยวันนี้กำลังลำบาก ราคาน้ำมันสูงขึ้น ข้าวปลา อาหารแพงขึ้น รายได้ลดต่ำลง ข้าวของแพงขึ้นทุกวัน พี่น้องคนไทยเป็นหนี้เพิ่มขึ้น ผมมีนโยบายแก้ไขปัญหาคายากจน ผมจะปรับค่าแรงขั้นต่ำ ผมจะลดค่าครองชีพโดยการลดราคาน้ำมัน ก๊าซหุงต้ม และค่าไฟ ด้วยการจัดการผูกขาด และผมจะจัดตั้งกองทุนเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อเพิ่มรายได้ และความเข้มแข็งให้พี่น้องประชาชน อภิสิตธิ์ เวชชาชีวะ และพรรคประชาธิปัตย์ ประชาชนต้องมาก่อน

ดังนั้น จะเห็นได้ชัดเจนว่าสารที่สื่อไปยังประชาชนผู้รับสารนั้น เป็นความพยายามในการสร้าง “วาระอภิสิตธิ์” ให้ยึดติดอยู่กับ “วาระประชาชน” อย่างแยกไม่ออก

นโยบายชุดวาระประชาชนที่นำเสนอต่อประชาชน มีดังนี้

1. โครงการตามวาระประชาชนนี้ไม่ผูกพันกับคะแนนเสียง เช่น การจัดงบประมาณปีละกว่า 20,000 ล้านบาท เพื่อนำมาจัดซื้ออุปกรณ์การเรียนการสอน รวมทั้งตำราเรียนสำหรับ

นักเรียนทุกคนจนจบชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย เพื่อให้สมกับที่เรียกว่าเรียนฟรีจริง นักเรียนที่อยู่ในภาคใต้ ภาคอีสาน ภาคเหนือ ภาคกลาง ได้เช่นเดียวกันหมด

2. โครงการดูแลเด็กตั้งแต่อยู่ในครรภ์มารดา มีอาหารเสริมที่ครบบริบูรณ์สำหรับคุณแม่ เพื่อบำรุงสมองและเพิ่มไอคิวให้กับเด็กในครรภ์ เป็นการทุ่มงบประมาณเพื่อสร้างโอกาสให้กับเด็กไทยทุกคนตั้งแต่แรกเกิด เด็กไทยต้องฉลาดและแข็งแรง

3. การจัดสรรงบประมาณให้ผู้สูงอายุ 65 ปี ขึ้นไป เป็นเงินช่วยเหลือรายเดือน เนื่องจากในปัจจุบันประชาชนจำนวนมากโดยเฉพาะผู้มีรายได้น้อยอยู่นอกระบบประกันสังคม ทำให้ไม่มีหลักประกันในบั้นปลายของชีวิต จำเป็นที่รัฐบาลที่ดีต้องแก้ไขปัญหานี้โดยเข้าไปดูแลอย่างจริงจัง

4. จัดตั้งกองทุนเศรษฐกิจพอเพียงและมีการจัดสรรงบประมาณให้ทุกหมู่บ้าน โดยงบประมาณดังกล่าวจะต้องใช้เพื่อโครงการในการดำเนินชีวิตตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงนั้น

5. การจัดสรรงบประมาณของรัฐบาลในแต่ละปี ต้องคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดที่ประชาชนพึงจะได้รับ และใช้อย่างคุ้มค่า ป้องกันไม่ให้เกิดการทุจริตคอร์รัปชันในทุกระดับให้มากที่สุด

อย่างไรก็ตาม หลังจากที่ว่าระประชาชนดังกล่าวได้ถูกถ่ายทอดออกมาเป็นสปอตโฆษณาทางโทรทัศน์แล้วกลับมีผู้วิจารณ์ว่าเนื้อหาสาระที่ถูกถ่ายทอดแก่ประชาชนนั้น ยังขาดความเป็นรูปธรรม ทำให้ประชาชนส่วนใหญ่ไม่เข้าใจในสิ่งที่ต้องการจะนำเสนอ

...เรื่องเร่งด่วนที่เป็นจุดอ่อนคือสปอตโฆษณาทีวีที่พรรคประชาธิปัตย์ทุ่มงบประมาณไปไม่น้อยกว่า 60 ล้านบาท ผลิตสปอตโฆษณาทางโทรทัศน์แล้วซื้อเวลาไพรม์ไทม์ทุกช่องออกมาหลายชุด โดยใช้คุณอภิสิทธิ์เป็นตัวเดินเรื่องและพูดเองลงเสียงทั้งหมด แต่กลับไม่มีใครจดจำได้ว่าคุณอภิสิทธิ์นำเสนออะไรบ้างที่เป็นรูปธรรมจับต้องได้ พูดง่าย ๆ ภาษานักโฆษณาว่า "ไม่โดน" เลย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สโลแกนจี๊ดๆ "ประชาชนต้องมาก่อน" (เดี๋ยวนี) ที่มักถูกมือดีนำไปล้อเลียนว่า "ประชาชนต้องมาก่อน ประชาธิปัตย์มาทีหลัง" หรือเดิมคำว่า "พลัง" เข้าไปแค่นี้ก็กลายเป็น "พลังประชาชนต้องมาก่อน" สโลแกนนี้สื่อความหมายได้แย่กว่า "เราเชื่อมั่นในระบบรัฐสภา" เมื่อปี 2535/2... (อดิศักดิ์ ลิ้มปฐมนิกิจ, 2550, ย่อหน้า 17)

นักสื่อสารมวลชนอธิบายว่า ภาษาพูดของนายอภิสิทธิ์สื่อสารได้เฉพาะคนเมืองชนชั้นกลางเท่านั้น แต่ยังไม่สามารถสื่อสาร "โดนใจ" คนชนบทที่เป็นฐานเสียงใหญ่ในอีสาน แม้กระทั่ง "ชนชั้นกลาง" ในเขตเมืองบางส่วน ยังงง ๆ กับแคมเปญหาเสียงที่ยังไม่เป็นรูปธรรมจับต้องไม่ได้ เพราะโหมนำเสนอหลายเรื่องมากเกินไปในสปอตโฆษณาทีวีสั้น ๆ จนกลายเป็นการ "ยัดเยียด

นโยบาย" ที่ไว้เป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ว่ากำลังจะสื่อสารเพื่อสร้างความพอใจกับคนกลุ่มไหน (อดิศักดิ์ ลิ้มปรั่งพัฒนกิจ, 2550, ย่อหน้าที่ 24)

“ตัวนายกฯ ทำสปอตก็ไม่วีรค์ เพราะซื้อสื่อแล้วมันหายไป และการ communicate ข้อมูลก็ไปไม่ถึง” (สมเกียรติ อ่อนวิมล, สัมภาษณ์, 2 เมษายน 2553)

หลังจากที่นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ และพรรคประชาธิปัตย์ เข้ามารับหน้าที่เป็นรัฐบาล นายอภิสิทธิ์ได้แถลงต่อประชาชนในโอกาสรับตำแหน่งนายกรัฐมนตรี ณ พรรคประชาธิปัตย์ เมื่อวันที่ 17 ธันวาคม พ.ศ. 2551 โดยเนื้อหาที่นำเสนอเน้นยังคงยึด Key Message “ประชาชนต้องมาก่อน” หรือ “วาระประชาชน” เช่นเดิม

...ผมมีความตั้งใจอย่างเต็มที่ครับที่จะดูแลให้พี่น้องเกษตรกรของเราไม่ได้รับผลกระทบจากราคาพืชผลที่ตกต่ำอยู่ ไม่ว่าจะเป็นข้าว ข้าวโพด มันสำปะหลัง ยาง ปาล์ม ผมจะดูแลให้พี่น้องประชาชนที่อยู่นอกภาคเกษตรยังคงมีงานทำ มีรายได้ มีโอกาส และผมจะทำทุกวิถีทางที่จะลดภาระค่าของชีพของพี่น้องประชาชนตามแนวทางวาระประชาชนและแผนปฏิบัติการเร่งด่วนซึ่งผมได้เคยนำเสนอต่อพี่น้องประชาชนมาก่อนหน้านี้...

นอกจากนี้ นายอภิสิทธิ์ยังได้ตอกย้ำว่าตนเห็นความสำคัญของประชาชนทุกภูมิภาคตามนโยบายวาระประชาชน

...คุณค่าในแง่ของประสบการณ์ของนักการเมืองอาชีพที่สำคัญที่สุดก็คือความผูกพันกับพี่น้องประชาชน ผมเคยเป็นผู้แทนราษฎรของพี่น้องชาวกรุงเทพฯ 4 สมัย ผมไม่ลืมพี่น้องที่อยู่ในภาคกลาง ภาคตะวันออก ซึ่งผมได้ใช้เวลาหลายต่อหลายครั้งในการไปเยี่ยม รวมทั้งจัดทำวาระประชาชน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเศรษฐกิจหรือเรื่องสังคมหรือเรื่องอื่น ๆ ผมไม่ลืมพี่น้องชาวใต้ที่ยืนเคียงข้างกับผมในทางการเมืองมาโดยตลอด ผมไม่ลืมพี่น้องชาวเหนือที่ผมมีโอกาสได้ไปเยี่ยมเยียนหลายต่อหลายครั้ง และสำหรับพี่น้องชาวอีสาน ผมไปเยี่ยมเยียนท่านหลายครั้งได้รับรู้ปัญหาความทุกข์ ความยากจนของทุก ๆ ท่าน และไม่ว่าจะเป็นช่วงที่ได้ร่วมปั้นข้าวเหนียวข้างเขียงนาที่สนทนากันที่ไร่มันสำปะหลัง ผมไม่ลืม...

จากวาระประชาชนซึ่งเป็นหัวใจหลักของสารที่รัฐบาลนายอภิสิทธิ์ต้องการสื่อสารกับประชาชนได้ถูกแปลงไปเป็นนโยบายและผลงานของรัฐบาล และใช้การเผยแพร่ข่าวสาร ความรู้ผ่านรายการเชื่อมั่นประเทศไทยกับนายกฯ อภิสิทธิ์ ซึ่งออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย โดยผู้ศึกษาวิเคราะห์เนื้อหาสาระที่ออกอากาศในรายการ จำนวน 61 ตอน ตั้งแต่การออกอากาศครั้งแรกจนถึงเดือนเมษายน พ.ศ. 2553 ซึ่งเป็นช่วงที่หยุดออกอากาศเนื่องจากความ

วุ่นวายทางการเมืองพบว่า ข้อความที่นายอภิสิทธิ์ใช้ส่วนใหญ่นั้นเป็นข้อมูลเกี่ยวกับการทำงานของรัฐบาลประจำสัปดาห์ ผลงานตามนโยบายวาระประชาชนที่ได้สัญญาไว้

ตารางที่ 4.1
ประเด็นในรายการเชื่อมั่นประเทศไทยกับนายกฯ อภิสิทธิ์
(ระหว่างวันที่ 18 มกราคม 2552-14 มีนาคม 2553)

ประเด็น/หัวข้อ	จำนวนครั้ง*
การเมือง ความมั่นคง (เช่น การชุมนุมของกลุ่มคนเสื้อแดง การอภิปรายไม่ไว้วางใจ รมว.รงค์ ป้องกันและปราบปรามยาเสพติด ฯลฯ)	24
เศรษฐกิจ (เช่น มาตรการช่วยเหลือทางเศรษฐกิจ ปัญหาราคาข้าว การกระจายรายได้ แผนปฏิบัติการไทยเข้มแข็ง ฯลฯ)	43
สังคม (เช่น ปฏิรูปการศึกษา ประกันสังคม หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ฯลฯ)	32
ต่างประเทศ (เช่น การประชุมเอเปค ประชุมสุดยอดผู้นำอาเซียน การประชุม G20 การประชุม world economic forum ฯลฯ)	21

*จำนวนครั้ง หมายถึง จำนวนครั้งที่นายกรัฐมนตรีกล่าวถึงประเด็นต่าง ๆ โดยใน 1 ตอนอาจมีหลายประเด็น

แต่เมื่อวิเคราะห์ข้อความสารที่นายอภิสิทธิ์กล่าวมักเป็นถ้อยคำเชิงวิชาการ ซึ่งสอดคล้องกับบุคลิกและประสบการณ์ด้านวิชาการที่นายอภิสิทธิ์เคยมีมา ดังตัวอย่างเช่น แนวทางการแก้ไข ปัญหาเศรษฐกิจของรัฐบาล ออกอากาศในรายการเชื่อมั่นประเทศไทยฯ ครั้งแรก เมื่อวันที่ 18 มกราคม พ.ศ. 2552

...ผมและทีมเศรษฐกิจก็เดินหน้าเลย ไปพูดคุยกับธนาคารแห่งประเทศไทย เพื่อให้ นโยบายการเงินการคลังต่าง ๆ มีความสอดคล้องต้องกัน แล้วก็เริ่มทำแผนฟื้นฟู เศรษฐกิจที่วันนี้ผมอยากจะคุยกับพี่น้องประชาชน แผนฟื้นฟูเศรษฐกิจนี้คือแผนที่เรา จำเป็นจะต้องมีการช่วยเหลือพี่น้องประชาชนให้ครอบคลุมทุกกลุ่มมากที่สุดเท่าที่เรา

จะทำได้ เป็นแผนที่จะต้องใช้งบประมาณเพิ่มเติมจากที่ได้มีการจัดงบประมาณไปแล้ว และเป็นแผนที่จะต้องมีมาตรการอื่น ๆ ที่ออกมา ผมเรียนว่าบัดนี้ คณะรัฐมนตรีได้อนุมัติกรอบแผนฟื้นฟูเศรษฐกิจเป็นที่เรียบร้อยแล้ว บางมาตรการคงจะเริ่มต้นได้ บางมาตรการที่ต้องรอใช้งบประมาณ ก็ต้องรอ มีการเสนองบประมาณเป็นกฎหมายงบประมาณกลางปีเพื่อที่จะให้มีเงินใหม่ออกมา และเราก็คาดว่าจะเสนองบประมาณกลางปีนี้ได้ปลายเดือนมกราคม...

หรือตัวอย่างแนวทางการแก้ไขปัญหาให้แก่เกษตรกรที่นายอภิสิทธิ์สื่อสารกับประชาชน

ดังนี้

...ผมจะขอไล่ให้เห็นภาพว่าเรากำลังทำอะไร เริ่มจากกลุ่มเกษตรกรก่อน กลุ่มเกษตรกรอย่างที่เราเรียนว่า เดิมนั้นราคาพืชผลตกต่ำ รัฐบาลที่แล้วท่านได้มีโครงการแทรกแซงพืชผลอยู่ 3 ตัว คือ ข้าว มันสำปะหลัง แล้วก็ข้าวโพด โดยใช้ระบบการจำนำ แล้วได้มีการอนุมัติวงเงินไว้ 110,000 ล้านบาท ผ่านธนาคารต่าง ๆ ปรากฏว่าในวันที่ผมเข้ามา หรือจนถึงวันนี้เงินยอดนี้ใช้เกือบหมดแล้ว แต่ปรากฏว่าไม่พอ กรณีข้าวขณะนี้ยังพอบริหารจัดการได้ กรณีข้าวโพดอย่างที่เล่าไปเมื่อสักครู่ ตอนปลายปีต้องขยายโควตา แต่ยังพบว่าก็ยังไม่พออีก...

อย่างไรก็ดี ยังมีนักสื่อสารมวลชนอีกส่วนหนึ่งที่เห็นว่านายอภิสิทธิ์มีข้อดีในการใช้

ภาษาไทยที่ถูกต้อง

ในแง่ของแบบอย่างที่ดีในการใช้ภาษา หากสังเกตจะเห็นว่า นายอภิสิทธิ์นั้นหลักเลียงการพูดประเภท ไทยคำฝรั่งคำ แม้ว่านายอภิสิทธิ์จะไปเรียนเมืองนอกตั้งแต่เด็ก และใช้ภาษาอังกฤษได้แคล่วคล่องและชำนาญชาญ สละสลวยระดับเดียวกับเจ้าของภาษา แต่เมื่อพูดกับคนไทย สื่อสารกับคนไทย จะเห็นว่านายอภิสิทธิ์พยายามใช้ภาษาไทยล้วน ๆ และยังใช้ภาษาไทยได้ดีถูกต้องชัดเจน หลักเลียงภาษาอังกฤษ ซึ่งหากไปถามความเห็นของนักภาษาศาสตร์ เขาจะบอกว่าคนที่เก่งสองภาษาอย่างแท้จริงที่เรียกว่า bilingual นั้น จะเก่งและแน่นทั้งสองภาษา และเมื่อพูดภาษาใดเขาก็จะพูดภาษานั้นล้วน ๆ ไม่เอามาปะปนกันโดยไม่จำเป็น (นงนุช สิงหเดชะ, 2548, ย่อหน้าที่ 10)

หลังจากที่รัฐบาลบริหารงานครบ 6 เดือน (เดือนมกราคม-มิถุนายน 2552) นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรี ได้แถลงผลงานแก่ประชาชน เมื่อวันที่ 6 สิงหาคม พ.ศ. 2552 ภายใต้อาสา (Message) “6 เดือน กว่า 100 มาตรการ หลายล้านความสุข” “6 เดือน แห่งการดูแลคนไทย สังคมไทย เราสัญญา เราทำแล้ว” และ “ความสุขของคนไทย คือเป้าหมายของรัฐบาล” แสดงให้

เห็นถึงความเชื่อมโยงระหว่างสิ่งที่ได้สัญญาไว้กับสิ่งที่ทำจริง โดยผลงานที่ถูกสื่อออกมาเป็นข้อความนั้น ประกอบด้วย

- เรียนฟรี 15 ปี เด็กมีสุขกว่า 12 ล้านคน
- เบี้ยยังชีพสำหรับผู้สูงอายุ กว่า 3,500,000 คน
- เกษตรกรมีสุข (มาตรการรับจำนำและแก้ไขปัญหาหาคาสินค้าเกษตรหลักที่มีผล

ต่อรายได้และความเป็นอยู่ของเกษตรกรมากกว่า 1.57 ครอบครัวย

- โครงการดันกล้าอาชีพ (สร้างงานกว่า 140,000 คน ชะลอเลิกจ้าง 20,000 คน)
- มาตรการ 3 ลด 3 เพิ่ม (ลดการเลิกจ้าง ลดการเคลื่อนย้ายแรงงาน ลดค่าครองชีพลูกจ้างและผู้ว่างงาน เพิ่มการจ้างงานและตำแหน่งงาน เพิ่มทางเลือกในการประกอบอาชีพ เพิ่มทักษะฝีมือแรงงาน)

- เชื้อช่วยชาติ แบ่งเบาภาระประชาชนกว่า 9,000,000 คน
- ชุมชนพอเพียงเข้มแข็งด้วยโครงการกว่า 30,000 โครงการ
- ปลดปล่อยสินเชื่อช่วยเหลือ SMEs
- อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านทั่วประเทศ ในอัตราคนละ 600 บาทต่อเดือน
- ไทยเข้มแข็ง ลงทุนเพื่อคนไทย จากนั้นไปคนไทยจะมีความสุขเพิ่มขึ้นทุกวัน (สร้างและปรับปรุงแหล่งน้ำ รถไฟฟ้าคนกรุงเทพฯ ถนนไร้ฝุ่นปลอดภัยทุกชุมชน รถไฟรางคู่เชื่อมไทยทุกภาคส่วน ยกกระดับคุณภาพโรงเรียน ปรับปรุงห้องสมุด โรงพยาบาลมาตรฐานใกล้ทุกบ้าน ห้องแล็บแห่งชาติเพื่อคนไทย 392 โครงการขายแดนใต้สู่ความก้าวหน้า

- สร้างความเชื่อมั่นและฟื้นฟูภาพลักษณ์ไทยในสายตาชาวโลก
- สวัสดิการชุมชน บำนาญประชาชน โฉนดชุมชน ธนาคารที่ดิน
- ประกันราคาพืชผลทางการเกษตร
- เพิ่มความมั่นคงในการจัดหาพลังงานให้ประเทศ
- เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy)

การสื่อสารของนายอภิสิทธิ์และรัฐบาลได้ทำให้ประชาชนส่วนหนึ่งรับรู้ เข้าใจ และพึงพอใจในการที่ได้รับ โดยสำนักวิจัยเอแบคโพลล์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ ได้สำรวจความคิดเห็นของประชาชน เรื่อง “ประเมินผลงานรัฐบาลอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ในรอบ 6 เดือนแรกพบว่า

มาตรการด้านเศรษฐกิจของรัฐบาล ได้คะแนน 54.71 จาก 100 คะแนน โดยมาตรการที่ประชาชนพึงพอใจมากที่สุด อันดับ 1 ร้อยละ 60.2 คือ เบี้ยยังชีพแก่ผู้สูงอายุ 500 บาทต่อเดือน อันดับ 2 ร้อยละ 48.6 ค่าตอบแทน อสม. 600 บาทต่อเดือน และอันดับ 3 ร้อยละ 44.6 การลดค่าครองชีพของประชาชนในส่วนของทางรถไฟ รถเมล์ ก๊าซหุงต้ม ไฟฟ้า น้ำประปา

มาตรการรัฐบาลด้านสังคม ได้คะแนน 49.14 จาก 100 คะแนน โดยมาตรการที่ประชาชนพึงพอใจมากที่สุด อันดับ 1 ร้อยละ 62.8 คือ นโยบายเรียนฟรี 15 ปี อันดับ 2 ร้อยละ 44.8 พอใจต่อการเฝ้าระวัง ป้องกัน และควบคุมโรคหวัด 2009 และอันดับ 3 ร้อยละ 30.7 คือมาตรการแก้ไขปัญหาผู้หลบหนีเข้าเมือง

มาตรการด้านการเมืองและความมั่นคง ได้คะแนน 55.18 จาก 100 คะแนน โดยมาตรการที่ประชาชนพอใจมากที่สุด อันดับ 1 ร้อยละ 65.4 พอใจต่อการปกป้องและเทิดทูนสถาบันพระมหากษัตริย์ อันดับ 2 ร้อยละ 47.9 พอใจต่อการป้องกันประเทศ และอันดับ 3 ร้อยละ 45.8 พอใจต่อการพัฒนาความสัมพันธ์กับเพื่อนบ้าน

จากผลสำรวจดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ในภาพรวมประชาชนได้รับทราบนโยบายและการดำเนินงานของรัฐบาลตามวาระประชาชนที่ได้กำหนดขึ้น โดยมีคะแนนความพึงพอใจมาตรการในการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจและการเมืองเกินครึ่ง ส่วนมาตรการด้านสังคมนั้นอยู่ในระดับต่ำกว่าครึ่ง

ในขณะที่สวนดุสิตโพล มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ก็ได้สำรวจความคิดเห็นประชาชนเรื่อง การทำงานของรัฐบาลอภิสิทธิ์รอบ 6 เดือน เช่นเดียวกัน โดยผลงานยอดเยี่ยมของรัฐบาล 5 อันดับ ได้แก่ 1. โครงการเรียนฟรี 15 ปี อันดับ 2 การดูแลสวัสดิการผู้สูงอายุ คนชรา ผู้ด้อยโอกาส/เปราะบาง อันดับ 3 เชื้อ 2,000 บาทช่วยชาติ อันดับ 4 เรื่อง 5 มาตรการฟรี (น้ำประปา ไฟฟ้า รถไฟฟ้า 3 ก๊าซหุงต้ม รถเมล์) และอันดับ 5 ความตั้งใจในการปฏิบัติหน้าที่

ส่วนผลงานยอดเยี่ยม 5 อันดับ ได้แก่ 1. การแก้ไขระบบการเงิน การคลัง ของประเทศ/การกู้เงิน อันดับ 2 การแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ/สินค้าแพง/ค่าครองชีพสูง อันดับ 3 การดูแลภาคการเกษตร อันดับ 4 มาตรการป้องกันโรคไข้หวัด 2009 และอันดับ 5 การแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ยังไม่ชัดเจน

ทั้งนี้ นายสุชุม เฉลยทรัพย์ ระบุว่า รัฐบาลได้คะแนนในภาพรวม 5 จาก 10 คะแนน โดยถ้าเทียบในเชิงผลการเรียนก็ถือว่าผ่านแล้ว แต่ตามหลักสถิติจะนับเกณฑ์ผ่านที่ 5.5 คะแนนขึ้นไป ดังนั้น ผลงานโดยรวมของรัฐบาล 6 เดือนแรกนั้น ต้องถือว่าอยู่ในเกณฑ์ผ่านแบบคาบเส้น (สวนดุสิตโพล, 2552)

และเมื่อรัฐบาลได้บริหารงานครบ 1 ปี นายอภิสิทธิ์ก็ได้แถลงผลงานเมื่อวันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2552 โดยเนื้อหาสาระที่น่าเสนอยังคงมีความคล้ายคลึงกับการแถลงผลงานรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา

...ก่อนที่ผมจะมาดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรี ผมเคยหาเสียงและพูดถึงแผนปฏิบัติการเร่งด่วน 99 วัน มีคนชอบเอาไปพูดว่า 99 วันหรือ 1 ปีทำได้หรือไม่ได้ เอามาให้ดูชัด ๆ ผมบอก 99 วันจะทำเรียนฟรี 15 ปี ทำได้แล้วสำเร็จเรียบร้อยแล้ว 99 วันจะมีเงินตอบแทน อสม. ก็ทำได้เรียบร้อยแล้ว 99 วันโครงการชุมชนพอเพียงเริ่มโอนเงินได้ทำไปแล้ว 99 วันจะลดภาระค่าครองชีพ ตรึงราคาก๊าซหุงต้ม ทำได้ ส่วนเรื่องน้ำมันนั้นผมต้องยอมรับว่าปรับเปลี่ยนนโยบายซึ่งจะได้ชี้แจงต่อไป และในส่วนของภาคใต้แม้ว่าผ่านกฎหมายไม่ได้ ผมก็ตั้งองค์กรขึ้นมา เพื่อที่จะแก้ไขปัญหาจังหวัดชายแดนภาคใต้ภายใน 99 วัน เช่นเดียวกัน ไม่นับว่าจริง ๆ แล้วบางเรื่องไม่ได้อยู่ใน 99 วัน เช่น เบี้ยยังชีพ เพราะตอนที่คิดเรื่อง 99 วันเกรงว่าจะทำไม่ทัน เอาเข้าจริงภายใน 99 วันก็ทำได้...

ซึ่งการแถลงผลงานทั้งรอบ 6 เดือนและ 1 ปี ได้มีการถ่ายทอดทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยไปทั่วประเทศ โดยในการแถลงรอบ 1 ปีนี้ นายอภิสิทธิ์ได้เน้นย้ำให้ประชาชนเห็นถึงความสำเร็จในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจของรัฐบาล

...เวลาพูดถึงเรื่องเศรษฐกิจกันพอพูดถึงเรื่องผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (จีดีพี) เสร็จ ต้องมาพูดถึงเรื่องตัวเลขปัญหาการว่างงาน และพอเขาได้รับทราบของเราลดลงมาหลายเดือนแล้วอยู่ในระดับที่ต่ำแทบจะเรียกได้ว่าเทียบเคียงกับอัตราปกติ เขายอมรับว่านั่นคือความสำเร็จของการฟื้นฟูปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจในรอบนี้ เพราะฉะนั้น ตรงนี้ก็เป็นเรื่องของรูปธรรมของการก้าวพ้นวิกฤตเศรษฐกิจจากการทำงานของรัฐบาลในช่วงที่ผ่านมา การจ้างงานก็สูงขึ้น และที่สำคัญคือว่าเมื่อเราสามารถรักษาเศรษฐกิจภายในประเทศได้ดีพอสมควรระยะหนึ่ง เมื่อเข้าสู่ครึ่งปีหลังของปีนี้ โดยเฉพาะ 3 เดือนสุดท้าย เมื่อเศรษฐกิจโลกเริ่มฟื้นขึ้น ทุกอย่างก็จะรับกัน ถ้าดูเรื่องของการส่งออกก็เช่นเดียวกันในช่วงแรกก็จะเป็นการหดตัวที่ค่อนข้างจะรุนแรง แต่ว่าการส่งออกนั้นถ้าเทียบกับเดือนต่อเดือน ก็จะไม่ค่อย ๆ เพิ่มขึ้น แล้วก็น่าสุดในเดือนพฤศจิกายนอัตราการขยายตัวของการส่งออกปีต่อปีก็กลับมาเป็นบวกที่ร้อยละ 17 ทั้งหมดนี้ส่งผลให้ในที่สุดครับ ถ้าเรามาดูจีดีพีจะเห็นได้ว่าการฟื้นตัวได้เกิดขึ้นอย่างชัดเจนแล้ว ที่ต้นปีเดียวกันบอกจะเป็นตัว U ใหม่ จะเป็นตัว L ใหม่ เราก็ยืนยันว่าจะทำให้ใกล้เคียงตัว V ที่สุด...

จะเห็นได้ว่า เรื่องของเศรษฐกิจซึ่งเป็นเรื่องที่เข้าใจยากนั้น นายอภิสิทธิ์ก็ได้ใช้คำพูดที่ทำให้เข้าใจง่ายขึ้น ซึ่งอาจทำให้คนส่วนใหญ่โดยเฉพาะในระดับรากหญ้าไม่เข้าใจในสิ่งที่สื่อสาร

ตอนนี้นายกฯ มีปัญหาการสื่อสารกับคนรากหญ้ามาก เช่น นายกฯ พบประชาชนที่ปทุมธานี ชาวบ้านมีปัญหาเรื่องภัยแล้ง เรื่องปลูกข้าว นายกฯ บอกว่า ตอนนี้รัฐบาลกำลังเตรียมเรื่องนั้นเรื่องนี้ ผมให้โจทย์คลังไปแล้ว กำลังจะแก้เรื่องจีดีพี เดี่ยวราคาข้าวจะขึ้น ถามว่าผู้ใหญ่บ้านหรือ อบต. จะรู้เรื่องไหม ถ้าเป็นผมจะบอกให้ ธกส. มาอธิบายให้ชาวบ้านฟัง ความจริงนายกฯ เก่ง แต่บางเรื่องไม่จำเป็นต้องทำ ไม่ต้องพูดหรือชี้แจงทุกเรื่อง ปัญหาของคนเก่งคือ มีอีโก้ ไม่ไว้วางใจใคร จนเกิดความหวาดระแวง ระแวงว่าอาจจะพูดไม่ดีเท่าตัวเอง (พจน์ ใจชาญสุขกิจ, สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2553)

นอกจากการนำเสนอสารที่เข้าใจยากและจับประเด็นไม่ค่อยได้แล้ว ตลอดระยะเวลา 1 ปี ของการบริหารงาน เนื้อหาสาระของข้อมูลข่าวสารส่วนใหญ่ที่รัฐบาลเผยแพร่ออกไปมักถูกดึงไปเชื่อมโยงกับเรื่องทางการเมือง ไม่ว่าจะเป็นการตอบโต้ฝ่ายตรงข้าม ปัญหาระหว่างพรรคการเมือง หรือเหตุการณ์ความไม่สงบต่าง ๆ โดยเฉพาะในช่วงที่มีการชุมนุมหรือเกิดความขัดแย้งขึ้น จึงทำให้แทนที่ประชาชนจะรับรู้เรื่องผลงานของรัฐบาลแต่กลับถูกใช้ไปเป็นเครื่องมือทางการเมือง

1 ปีกว่า ๆ มีปัญหาที่ไปมุ่งเรื่องของการเมืองมากเกินไป เป็นเรื่องของการไล่ล่า และการประณามคุณทักษิณมากเกินไป ไม่ควรให้น้ำหนักให้ความสำคัญคุณทักษิณมากเกินไป วิธีการทำก็คือว่า เร่งฟื้นฟูเศรษฐกิจ เร่งกำหนดนโยบายที่ประชาชนชอบ ประชาชนนิยมจะทำก็ทำไปซึ่งขณะนี้ก็ทำตามตรง (ไชยา ยิ้มวิไล, สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2553)

สำนักวิจัยเอแบคโพลล์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ (2552, ย่อหน้าที่ 8) ได้สำรวจความคิดเห็นของประชาชน เรื่อง การรับรู้ข่าวสารและความทรงจำของประชาชนต่อผลงานรัฐบาลนายอภิสิทธิ์และรัฐบาล พ.ต.ท.ดร.ทักษิณ ในเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2552 พบว่า ข่าวสารเรื่องผลงานรัฐบาลนายอภิสิทธิ์ ในช่วง 30 วันที่ผ่านมา ประชาชนส่วนใหญ่หรือร้อยละ 61.1 รับรู้ว่ารัฐบาลประสบความสำเร็จแก้ปัญหาเศรษฐกิจระดับชาติได้น้อยถึงไม่มีเลย

และแม้แต่เรื่องรัฐบาลช่วยบรรเทาความเดือดร้อนเรื่องค่าใช้จ่ายของประชาชน ก็พบว่า ก้ำกึ่งกันคือร้อยละ 50.8 รับรู้ระดับมากถึงมากที่สุด แต่ร้อยละ 49.2 รับรู้น้อยถึงไม่รับรู้เลย และส่วนใหญ่หรือร้อยละ 70.3 รับรู้น้อยถึงไม่รับรู้เลยว่า รัฐบาลช่วยทำให้รายได้ของผู้ตอบแบบสอบถามหรือคนในครอบครัวเพิ่มขึ้น แต่ประชาชนส่วนใหญ่หรือร้อยละ 69.6 กลับรับรู้แต่ข่าวทะเลาะขัดแย้งกันระหว่างนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายสุเทพ เทือกสุบรรณ รองนายกรัฐมนตรี และพลตำรวจเอก พัชรวาท วงษ์สุวรรณ ผู้บัญชาการตำรวจแห่งชาติ

ขณะที่ทางด้านการบริหารอำนาจในทางการเมืองของนายกฯ อภิสิทธิ์นั้นยังจำเป็นที่จะต้องอาศัยสุเทพ เทือกสุบรรณ รองนายกฯ และในฐานะเลขาธิการพรรค เป็นตัวจักรสำคัญในการประสานและเจรจาต่อรองกับแกนนำภายในพรรคและแกนนำพรรคร่วมรัฐบาล มากกว่าที่อภิสิทธิ์จะเข้าไปดำเนินการเองมาตั้งแต่ต้น จนส่งผลเกิดรอยร้าวขึ้นภายในพรรคประชาธิปัตย์ ที่ไม่พอใจการยึดอำนาจของรองนายกฯ สุเทพ ไว้เพียงผู้เดียว โดยผ่านกลุ่มการเมือง “แก๊งค์ออฟโฟร์” สายตรงของเลขาธิการพรรค ที่มักแบ่งปันผลประโยชน์ไปให้เฉพาะกลุ่มเท่านั้น” (“อภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ The Survivor,” 2552, ย่อหน้า 14)

ส่วนฝีมือการบริหารจัดการอารมณ์ความรู้สึกเพื่อสร้างฐานสนับสนุนจากสาธารณชนต่อรัฐบาลนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ แตกต่างไปจากรัฐบาลพันธมิตรฯ ทักษิณอย่างมาก ในช่วงรัฐบาลพันธมิตรฯ ทักษิณพบว่า ประชาชนมีความทรงจำที่ดีหลายเรื่องที่เกิดขึ้นดั่งพอฟ ๆ กัน แต่รัฐบาลนายอภิสิทธิ์กลับเสียโอกาสในเรื่องเดียวกัน เช่น ด้านสุขภาพประชาชนที่รัฐบาลพันธมิตรฯ ทักษิณอาศัยโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าให้เป็นเรื่องเด่นดังขึ้นได้ โดยผู้หญิงคลอดลูกในโรงพยาบาลที่ทันสมัยแต่จ่ายเพียงสามสิบบาท ส่งผลให้อารมณ์ของคนไทยทั่วประเทศประทับใจในผลงาน

แต่รัฐบาลนายอภิสิทธิ์กลับไม่ใช้โอกาสทำให้ประชาชนทั่วประเทศเห็นว่า ประชาชนสามารถใช้สิทธิหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าเข้ารับรักษาไว้หวัด 2009 ในโรงพยาบาลที่ทันสมัย โดยไม่ต้องจ่ายเงินเลย ตรงกันข้ามในขณะที่ประชาชนส่วนใหญ่กำลังลำบากเดือดร้อน กลับมีแต่ภาพของการทะเลาะขัดแย้งกัน ที่แะไปกว่านั้นคือ ประชาชนส่วนใหญ่กำลังรับทราบข่าวทุจริตคอร์รัปชันก็เป็นการตอกย้ำความเชื่อของประชาชนไปอีกว่า ทุกรัฐบาลก็โกงด้วยกันทั้งนั้น แต่บางรัฐบาลโกงแล้วชาวบ้านได้ด้วย ก็เลยเป็นเรื่องที่ยอมรับได้ (มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ, 2552, ย่อหน้า 33)

นายเทพไท เสนพงศ์ โฆษกประจำตัวหัวหน้าพรรคประชาธิปัตย์ ยอมรับว่า ผลงานของรัฐบาลพันธมิตรฯ ทักษิณ ในอดีต ทำให้เกิดข้อเปรียบเทียบกับรัฐบาลชุดปัจจุบัน

ก็อาจจะทำให้ประชาชนเกิดข้อเปรียบเทียบกับรัฐบาลชุดโน้นมีนโยบายอะไรที่โดนใจเขา แล้วเรามีนโยบายอะไรที่ดีกว่าเขา มันก็เกิดข้อเปรียบเทียบกับธรรมดา แต่ว่าเราก็ไม่ได้ละทิ้งนโยบายของเขามิ เราพยายามสานต่อ แล้วเราก็เพิ่มนโยบายใหม่ ๆ ขึ้นมา อย่างเช่น เรียนฟรี 15 ปี เราก็เห็นว่าคนชอบ เบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ 60 ปี ทุกคนได้ เบี้ย อสม. อันนี้ก็ถือว่าเหมือนกับรัฐสวัสดิการที่คนชอบ ซึ่งก็ไปเทียบเคียงกับประชานิยมในยุคของพันธมิตรฯ ทักษิณได้ที่บอกว่า 30 บาทรักษาทุกโรค แล้วเราก็ไปต่อยอดว่าให้รักษาฟรีเลย (เทพไท เสนพงศ์, สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2553)

จากการวิเคราะห์สารสนเทศทางการเมืองที่ผ่านมาจะเห็นได้ว่า นายอภิสิทธิ์และรัฐบาลได้พยายามสื่อสารกับประชาชนโดยเน้นให้ประชาชนรับรู้ผลงานตาม “วาระประชาชน” ซึ่งเป็น key message ที่กำหนดไว้ แต่อย่างไรก็ตามสิ่งที่ถูกสื่อออกมานั้นยังคงไม่โดนใจประชาชนไม่เป็นรูปธรรม และเข้าใจยาก

นายกฯ ไม่สามารถแย่งชิงพื้นที่สื่อได้ เป็นรองอดีตนายกรัฐมนตรีที่ทำได้มากกว่า เพราะข่าวร้ายขายดี ข่าวฟรีเสียตังค์ ความเป็นข่าวมีน้อย ข้อมูลบางอย่างที่สื่อสารชาวบ้านไม่เข้าใจ ดังนั้น จะต้องมียุติเตียนที่ควรเตรียมไว้ แต่ต้องพูดออกมาจากใจจริง ไม่ใช่ script ในการทำพิธีารังหะในการสื่อสารมีความสำคัญ การวางแผนมีความสำคัญ (ดนัย จันทร์เจ้าฉาย, สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2553)

ช่องทางการสื่อสาร

สื่อหรือช่องทางที่นายอภิสิทธิ์ใช้ตั้งแต่เข้ารับตำแหน่งนายกรัฐมนตรีมีการใช้สื่อสารมวลชน สื่อโฆษณา รวมทั้งมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ สื่อสารไปยังประชาชน เพื่อสร้างภาพลักษณ์ดังนี้

1. การสื่อสารผ่านสื่อมวลชน

1.1 การให้ข่าวสารผ่านสื่อวิทยุ/โทรทัศน์

ทีมงานด้านการสื่อสารของนายอภิสิทธิ์ได้จัดทำรายการ “เชื่อมั่นประเทศไทยกับนายกฯ อภิสิทธิ์” โดยมีความหมายที่ต้องการสื่อสารจากนายกรัฐมนตรีในฐานะหัวหน้ารัฐบาลถึงประชาชน เพื่อให้เห็นว่าประเทศไทยในขณะนี้กำลังช่วยกันทุกฝ่าย รวมพลังในการฟื้นฟูประเทศให้พ้นจากวิกฤต ทั้งความขัดแย้งและวิกฤตเศรษฐกิจ ลักษณะการจัดรายการเป็นการนำเสนอผลงานในรอบสัปดาห์และตอบคำถามในประเด็นที่สังคมให้ความสนใจกับพิธีกรที่มีชื่อเสียงซึ่งสลับสับเปลี่ยนหมุนเวียนกันมา และบางสัปดาห์อาจมีการจัดรายการนอกสถานที่เพื่อเปิดโอกาสให้มีการซักถาม พูดคุย แสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนทัศนคติต่าง ๆ ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (ช่อง 11) และสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย FM 92.5 MHz ทุกวันอาทิตย์ เวลา 09.00-10.00 น.

เมื่อรายการออกอากาศไปแล้วก็มีเสียงวิพากษ์วิจารณ์ตามมาจากผู้ชมว่าขาดความน่าสนใจ รูปแบบรายการเรียบ ๆ ไม่หือหวา

นายกฯ ไม่ควรเป็นพรีเซนเตอร์ นายกฯ ควรให้สัมภาษณ์ ควรแถลง ให้สัมภาษณ์ ตามปกติ แถลงเฉพาะที่สำคัญ และต้องไม่มีรายการประจำ เป็นเจ้าของรายการ เพราะไม่ใช่ นักจัดรายการ จัดรายการเองอย่างนี้ไม่ได้ เพราะฉะนั้นรายการเชื่อมั่น ประเทศไทยกับนายกฯ อภิสิริ ก็คือเป็นรายการของนายกฯ อภิสิริ แต่ไม่รู้จะพูด กับใคร เพราะต้องหาคนถาม รูปแบบรายการนี้ก็ผิดแล้ว มันทำให้เสียฟอร์มของการ เป็นนายกฯ กลายเป็นแค่ นักจัดรายการ และจริง ๆ ก็ไม่ได้จัด วานคนอื่นมาถาม ตัวเองที่อยากตอบ ผมไม่ได้ดูบ่อย เพราะไม่รู้จะดูไปทำไม เพราะเราก็รู้อยู่แล้วว่าเขา ต้องโฆษณาชวนเชื่อ ก็จะมีแต่เรื่องดี ๆ ก็รู้อยู่แล้วว่าเขาไม่ได้โกหก ยิ่งไปดูลูกเล่น ก็ยิ่ง ไม่ใช่มืออาชีพ 100% แต่ถ้านายกฯ ต้องการสื่อสารไปยังประชาชนทุกสัปดาห์ก็แถลง เพราะฉะนั้นถ้าจะเอาชนะคุณทักษิณในเรื่องนี้ก็ต้องแถลง แต่ทำให้มากกว่าเขาก็ คือ ให้หัวหน้าฝ่ายค้านมาให้เวลาเท่ากัน (สมเกียรติ อ่อนวิมล, สัมภาษณ์, 2 เมษายน 2553)

เช่นเดียวกับนักวิชาการและนักวิชาชีพด้านสื่อสารมวลชนที่ระบุว่า เนื้อหา ของรายการไม่น่าสนใจและขาดเสน่ห์

คุณอภิสิริมีศิลปะในการพูดอยู่แล้ว แต่สิ่งที่ขาดก็คือ เสน่ห์ ทุกครั้งที่พูด ไม่ว่าจะพูด ออกสื่อ หรือพูดทุกวันอาทิตย์เป็นประจำ เชื่อมั่นประเทศไทยกับนายกฯ อภิสิริ สิ่งที่ คุณอภิสิริพูดไม่มีข้อโต้แย้ง ไม่มีข้อกังขา หรือข้อสงสัย เป็นเหตุเป็นผล มีสาระ ครบถ้วน ถูกต้องตามหลักภาษา หลักตรรกะ แต่สิ่งที่พูดไม่มีจุดน่าสนใจเลย มันจึงไม่ กลายเป็นข่าวในรอบบ่ายหรือวันรุ่งขึ้น มันก็จะเป็นอะไรที่สวयงามดูดี เรียกว่า ขาด จุดจูงใจในสาร เพราะถ้าวิเคราะห์สารก็จะพบว่า ดูดี มีเหตุผล ถูกต้อง แต่ไม่มีจุดจูงใจ ไม่เป็นข่าว บางทีก็เลื่อนเลยไป ไม่มีประเด็นที่นักข่าวจะนำมา challenge คนได้ ยกตัวอย่างเช่น นักข่าวต่างประเทศเขาต้อง monitor คุณทักษิณ ทุกครั้งที่พูดนายกฯ ทักษิณ คุยกับประชาชน ทุกวันเสาร์ เพื่อจะทำข่าว เพราะทุกครั้งจะมีประเด็น ดีบ้าง ไม่ ดีบ้าง ด่าเขาบ้าง ชมเขาบ้าง ชมตัวเองบ้าง แต่สำหรับคุณอภิสิริเขาไม่ monitor เพราะ ไม่เคยทำข่าวได้ (นันทนา นันทวิโรภาส, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2553)

“แม้จะมีรายการเชื่อมั่นประเทศไทยกับนายกฯ อภิสิริวันอาทิตย์เข้านี้ก็แปลก ที่คนก็ไม่ค่อยให้ความสนใจเท่าไร อาจจะเป็นเพราะรูปแบบเนื้อหาของรายการ” (ไชยา ยิ้มวิไล, สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2553)

ภายหลังการออกอากาศรายการระยะหนึ่ง สำนักงานสถิติแห่งชาติได้สำรวจความคิดเห็นของประชาชนที่ติดตามรายการ “เชื่อมั่นประเทศไทยกับนายกฯ อภิสิทธิ์” ในเดือนมกราคม พ.ศ. 2553 พบว่า ประชาชนร้อยละ 46.6 เห็นว่าควรปรับเปลี่ยนเนื้อหาสาระให้เข้มข้น ร้อยละ 20.9 เห็นว่า เวลาออกอากาศไม่เหมาะสมควรเปลี่ยนเวลาออกอากาศเป็น 18.00 น. และร้อยละ 11.5 เห็นว่า ควรประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนทราบเรื่องราวต่าง ๆ อย่างทั่วถึง เป็นต้น

นอกจากการผลิตรายการเชื่อมั่นประเทศไทยกับนายกฯ อภิสิทธิ์แล้ว รัฐบาลยังได้มีการจัดทำสปอตโฆษณาโทรทัศน์ที่บ่งบอกถึงงานที่รัฐบาลได้ทำตามสัญญาวาระประชาชนด้วย โดยมีนายอภิสิทธิ์เป็นผู้ดำเนินเรื่องด้วยตนเอง แต่การเผยแพร่สปอตดังกล่าวก็มีเสียงวิพากษ์วิจารณ์ว่า เป็นสปอตที่น่าสงสัย ไม่ชัดเจน และไม่สามารถสื่อให้ประชาชนโดยเฉพาะในระดับรากหญ้าเข้าใจได้

เป็นสปอตแบบเรียบ ๆ ไม่ตื่นเต้น ขาดสิ่งดึงดูดความสนใจจากประชาชน เพราะเมื่อประกาศว่าจะสนับสนุนการศึกษาฟรี 15 ปี แต่ไม่บอกว่าจะทำอย่างไร ใช้เงินเท่าไร หรือนำมาจากไหน จะเริ่มได้เมื่อไร และการประกาศเรื่องนี้ก็ทำได้เป็นเรื่องแปลกใหม่ เพราะรัฐธรรมนูญ 2540 มาตรา 43 ก็บัญญัติไว้ชัดเจน ถ้าคุณอภิสิทธิ์ยังไม่สามารถปรับตัวสื่อสารกับคนอื่นได้เอง ก็ควรจะผลิต “ชุดนโยบายอีสาน” มานำเสนอเป็นการเฉพาะให้เป็นเรื่องเป็นราวผ่านภาษาถิ่นและใช้สื่อท้องถิ่นที่เข้าถึงคนอีสาน จริง ๆ (อดิศักดิ์ ลิ้มปรงพัฒนกิจ, 2550, ย่อหน้าที่ 26)

1.2 การให้ข่าวและให้สัมภาษณ์แก่สื่อมวลชน

การสื่อสารในลักษณะนี้มีความต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เนื่องจากมีสื่อมวลชนที่ประจำอยู่ที่ทำเนียบรัฐบาล นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ มักจะให้สัมภาษณ์แก่สื่อมวลชนเป็นรายวัน และหลังจากประชุมคณะรัฐมนตรีทุกวันอังคาร เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบการทำงานของนายกรัฐมนตรีผ่านสื่อมวลชน โดยประเด็นที่ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่จะเกิดขึ้นจากการตั้งคำถามของสื่อมวลชน ซึ่งจะทำให้ประชาชนผู้รับสารได้รับทราบข้อมูลตามการกำหนดวาระสาร (Agenda Setting) ของสื่อมวลชน โดยเฉพาะปัญหาที่เกิดขึ้นเฉพาะหน้าในแต่ละวันไม่ว่าจะเป็นปัญหาทางการเมือง นโยบาย หรือมติคณะรัฐมนตรี

2. การสื่อสารผ่านสื่อสิ่งพิมพ์

2.1 การเผยแพร่ชีวประวัติและแนวคิดของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ

ภายหลังจากเข้ารับตำแหน่งนายกรัฐมนตรีอย่างเป็นทางการแล้ว มีการเผยแพร่ประวัติชีวิตของนายอภิสิทธิ์ ในหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊ก นิตยสาร และหนังสือพิมพ์ต่าง ๆ โดยมี

ทั้งหนังสือที่เกิดขึ้นจากการวางแผนการสื่อสารของพรรคประชาธิปัตย์และที่ผู้เขียนแต่ละคนขอเข้าสัมภาษณ์ เก็บข้อมูล เพื่อตีพิมพ์เผยแพร่ ได้แก่

หนังสือเบื่องลึก เบื่องหลังรัฐบาลโอบามาร์ค นายกรัฐมนตรีคนที่ 27 ของถนอม อ่อนเกตุพล เป็นหนังสือที่รวบรวมเรื่องราวที่เกิดขึ้นระหว่างการจัดตั้งรัฐบาล นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ที่เกิดการชิงไหวชิงพริบกันทางการเมือง จนพรรคประชาธิปัตย์สามารถรวบรวมเสียงข้างมากเป็นแกนนำจัดตั้งรัฐบาลได้เป็นผลสำเร็จเหนือความคาดหมาย ซึ่งหนังสือเล่มนี้เองเกิดขึ้นจากการวางแผนเพื่อสื่อสารสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ นายอภิสิทธิ์ของพรรคประชาธิปัตย์และสำนักพิมพ์เอกชน เนื่องจากนายถนอมผู้เขียนเป็นสมาชิกพรรคประชาธิปัตย์

หนังสือเล่มถัดไป คือ อภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ผู้นำเลือดใหม่หัวใจผู้กล้า ของ ส.สุทธิพันธ์ เป็นหนังสือที่กล่าวถึงความฝันในวัยเยาว์จากฐานะประชาชนสู่การเป็นนายก อบ.อภิสิทธิ์ที่บ้านใดแต่ละชั้นอาจเป็นบันไดได้ทุกขณะ แต่เมื่อความฝันนั้นเขียนด้วยหัวใจ และเจ้าของความฝันก็ได้ใช้หัวใจนำทาง ความสำเร็จจึงมิได้อยู่ที่ปลายฝันเท่านั้น หากแต่ได้หล่นร่วงอยู่ตามรายทาง รอให้เจ้าของฝันเก็บเกี่ยวเอาไป

หนังสือเส้นทางสู่ฝัน... นายกรัฐมนตรีคนที่ 27 อภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ของ ถนอมศักดิ์ จิรายุสสวัสดิ์ เป็นหนังสือที่สะท้อนถึงภาวะผู้นำ แนวคิด ชีวิต การงาน และเส้นทางทางการเมืองของนายอภิสิทธิ์ ที่กล้ายืนหยัดต่ออุดมการณ์ และถือเป็นเพชรเม็ดงามที่จรัสแสงอยู่ท่ามกลางแรงเสียดทานสูง

ส่วนหนังสืออภิสิทธิ์คนเดิมบนเก้าอี้ยกรัฐมนตรี เขียนโดย สมจิตต์ นวเครือสุนทร เป็นหนังสือที่เล่าถึงมุมมองของนักข่าวที่ติดตามงานการเมืองของนายอภิสิทธิ์มายาวนานกว่า 17 ปี จากนักการเมืองที่มีอนาคตไกล เมื่อก้าวถึงเป้าหมายชีวิตที่คิดเปลี่ยนแปลงประเทศตามความเชื่อและอุดมการณ์ของตัวเองแล้ว มีสภาพชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร รวมทั้งต้องเผชิญกับอะไรบ้าง

โดยหนังสือสามเล่มหลังนี้เกิดจากผู้เขียนเขียนขึ้นเอง โดยรวบรวมข้อมูล และสัมภาษณ์นายอภิสิทธิ์เพื่อตีพิมพ์เผยแพร่แก่ประชาชน

2.2 การแถลงผลงานของรัฐบาลโดยใช้เอกสารคู่มือ

รัฐบาลได้ผลิตเอกสารผลการดำเนินงานรอบ 6 เดือน ออกเผยแพร่แก่ประชาชนและสื่อมวลชน เช่น เรียนฟรี 15 ปี เปียยังชีพสำหรับผู้สูงอายุ เกษตรกรมีสุข โครงการต้นกล้าอาชีพ ฯลฯ รวมทั้งรายงานแสดงผลการดำเนินงานของคณะรัฐมนตรี ตามแนวนโยบายพื้นฐานแห่งรัฐ รัฐบาลนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ปีที่หนึ่ง (วันที่ 30 ธันวาคม 2551 ถึงวันที่ 30 ธันวาคม 2552) เพื่อเผยแพร่ให้ประชาชนรับรู้ข้อมูลรายละเอียดการดำเนินงานของรัฐบาลได้ชัดเจนขึ้น

2.3 การชี้แจงและตอบคำถามประชาชนผ่านหนังสือพิมพ์

ในรายการ “เชื่อมั่นประเทศไทยกับนายกฯ อภิสิทธิ์” ที่ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ทุกวันอาทิตย์ เวลา 09.00-10.00 น. นั้น ได้เปิดโอกาสให้ประชาชนโทรศัพท์เข้าไปสอบถามข้อมูลในรายการด้วย โดยมีเจ้าหน้าที่จากสำนักโฆษก สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี และกรมประชาสัมพันธ์เป็นผู้รับข้อมูล จากนั้นทางรัฐบาลจะนำคำถามดังกล่าวไปตอบในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ หน้า 2 ฉบับประจำวันศุกร์ทุกสัปดาห์ โดยทางหนังสือพิมพ์จัดพื้นที่โฆษณาให้ครึ่งหน้าโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย “ข้อมูลการตอบคำถามรายการเชื่อมั่นฯ ที่ลงหน้า 2 เดลินิวส์ ไม่ได้ซื้อเพื่อลง แต่เขาจัดพื้นที่ให้เราฟรี” (วิทย์นทร์ มุตตามระ, สัมภาษณ์, 2 พฤษภาคม 2553)

3. การสื่อสารผ่านสื่อโฆษณากลางแจ้ง

การใช้สื่อโฆษณากลางแจ้งนี้ มีทั้งในลักษณะของป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ที่ติดตั้งตามจุดที่มองเห็นได้ชัดเป็นป้ายที่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการติดตั้ง คัทเอทขนาดกลางติดตามถนน และไว้นิลติดริมฟุตบาทตามถนนตามแยกต่าง ๆ

โดยป้ายต่าง ๆ เหล่านี้จะเน้นการนำเสนอรูปภาพของนายกฯ อภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรี และข้อความที่บอกกับประชาชนว่ารัฐบาลได้ทำตามสัญญาที่ให้ไว้ก่อนเข้ามาเป็นรัฐบาลแล้ว เช่น “ผมสัญญา...เด็กไทยต้องได้เรียนฟรี ตามสัญญา เราทำแล้ว โครงการเรียนฟรี 15 ปี”

4. การสื่อสารผ่านสื่อใหม่

4.1 การแจ้งข่าวผ่านข้อความสั้น (SMS)

เมื่อนายอภิสิทธิ์เข้ารับตำแหน่งนายกรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 17 ธันวาคม พ.ศ. 2551 และได้แถลงการณ์ต่อประชาชนแล้ว มีการส่งข้อความสั้นผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปยังประชาชนเพื่อสร้างความใกล้ชิดกับประชาชนในลักษณะเช่นเดียวกับผู้นำต่างประเทศ มีใจความว่า “ผม นายกรัฐมนตรีคนใหม่ ขอเชิญท่านร่วมนำประเทศไทยออกจากวิกฤต/สนใจได้รับการติดต่อจากผม กรุณาส่งรหัสไปรษณีย์ของท่าน 5 หลักมาที่เบอร์ 9191 (3บ.) โดยผู้ส่ง Your_PM” เพื่อสร้างภาพลักษณ์ผู้นำที่ทันสมัยและสื่อสารกับประชาชนโดยตรง แต่กลับถูกองค์กรเพื่อผู้บริโภคกล่าวหาว่าเป็นการกระทำที่เข้าข่ายเป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล เนื่องจากโทรศัพท์เคลื่อนที่เป็นช่องทางการสื่อสารส่วนบุคคลเจ้าของจึงควรเป็นผู้มีสิทธิเลือกใช้ ไม่ควรถูกรุกล้ำในลักษณะมัดมือชก หากเจ้าของมิได้ให้ความยินยอม

4.2 การให้ข้อมูลผ่านเว็บไซต์

เมื่อวันที่ 6 สิงหาคม 2552 มีการเปิดตัวเว็บไซต์อย่างเป็นทางการของนายกรัฐมนตรีภายใต้ชื่อเว็บไซต์ www.pm.go.th สำหรับประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวของรัฐบาลและนายก-

รัฐมนตรี มีการรับฟังความคิดเห็น ตอบโต้พูดคุยกับนายกรัฐมนตรีได้โดยตรงในลักษณะกระดานสนทนา (Webboard) และให้ดาวน์โหลดรูปภาพนายกรัฐมนตรีและผลงานของรัฐบาล

นอกจากนี้ ยังมีการใช้สื่อออนไลน์อื่นทั้งทวิตเตอร์ (Twitter) และเฟซบุ๊ก (Facebook) ที่ใช้กันอยู่แล้วเข้ามาเสริม รวมทั้งที่มีอยู่แต่เดิมแล้วทั้งเว็บไซต์ส่วนตัว www.abhisit.org Hi5 และ YouTube

นายสาทิตย์ วงศ์หนองเตย รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี ได้ให้สัมภาษณ์นิตยสาร Positioning ไว้ว่า เว็บไซต์หลัก www.pm.go.th จะจัดเนื้อหาไว้อย่างเต็มที่โดยมีทวิตเตอร์รับบทเผยแพร่หัวข้อสั้น ๆ พร้อมลิงค์ไปยังคนจำนวนมาก ๆ พร้อมกัน ส่วนเฟซบุ๊กเหมาะสำหรับการสร้างชุมชนพูดคุยกันอย่างใกล้ชิดกว่าทวิตเตอร์ การใช้สื่อออนไลน์เหล่านี้ ต้องไม่เป็นราชการ ต้องใกล้ชิด อบอุ่น เป็นกันเอง ซึ่งมีที่มาจากจุดแข็งของนายกรัฐมนตรี คือ มีบุคลิกที่ร่าเริงผู้อื่น เป็นคนในซ์ และเป็นคนหนุ่มที่ทันสมัย ส่วนภาพถ่ายก็ต้องเป็นมุมแปลก ซึ่งเป็นที่มาของการมีช่างภาพส่วนตัวนายกรัฐมนตรี

“ทวิตเตอร์ของนายกฯ ท่านนายกฯ ไม่มีเวลา แต่มีทีมทำให้โดยผ่านความเห็นชอบจากท่าน” (“สาทิตย์ วงศ์หนองเตย อิมเมจ เมกเกอร์ คู่หู อภิสิทธิ์,” 2552, ย่อหน้าที่ 4)

การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพในยุคปัจจุบัน เพราะสามารถเสริมสร้างภาพลักษณ์ของความเป็นคนรุ่นใหม่ของนายกฯ อภิสิทธิ์ได้

สื่อ ณ ปัจจุบันมันมีช่องทางเยอะ ทั้งสื่อปกติ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วิทยุ นิตยสารต่าง ๆ ยังมี New Media อินเทอร์เน็ต hi5 twitter facebook สิ่งที่คุณอภิสิทธิ์ทำแล้วมีคนติดตามเยอะก็คือ new media ก็เป็นสิ่งที่ทำประจำ ก็แสดงถึงความเป็นคนรุ่นใหม่ ซึ่งมีผลต่อคะแนนนิยม (นันทนา นันทวโรภาส, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2553)

สื่อใหม่ผมว่าดีนะ ทั้งคุณทักษิณห่างไกล เพราะว่าสื่อใหม่ที่ทำนั้นเป็นไปตามจุดมุ่งหมายของสื่อ นั้นไม่ได้ใช้เป็นเครื่องมือปิดเบือน อย่างเช่น ทวิตเตอร์นี้ นายกฯ จะไม่ทวิต แต่จะมีกลุ่มของนายกฯ คอยทวิตแจ้งกิจกรรม เชิญชวน แต่ไม่มีข้อมูลหรือข้อความทางการเมืองที่ชวนให้เกิดความคิดขัดแย้งหรือรวมตัวกันสนับสนุนหรือต่อต้าน นายกฯ มีแต่จะบอกว่าจะไปไหน ทำอะไร แล้วก็บอกตั้งแต่ต้นว่าทวิตเตอร์ของนายกฯ จะเป็นทีม ใครจะเข้ามาติดตามก็เชิญ และทีมจะทวิตให้ เพราะฉะนั้นผมว่าก็ข้อดีที่ดีว่าใครทำ การสื่อสารทางการเมืองตามตำราก็คือ จะต้องให้ข้อมูลข่าวสารความรู้ ให้การศึกษา เป็นเวทีแลกเปลี่ยน เพื่อจูงใจ หรือนำประเด็นที่เป็นประโยชน์ แต่สื่อมวลชนกระแสหลักมักนิยมนำข้อมูลของคุณทักษิณมาพาดหัว มา

ขยาย จนเป็นประโยชน์แก่คุณทักษิณ ดังนั้น คนที่รับสื่อใหม่ ทวิตเตอร์ เฟสบุ๊ก หรืออย่างอื่น เราจะต้องรู้ว่ามัน class เดียวกับเรา คือ คิดเป็น ยิ่งถ้าเป็นภาษาอังกฤษ ยิ่งไม่ต้องทำอารมณ์ เพราะการศึกษาเราเท่ากัน วัฒนธรรมการคิดเท่ากัน ถ้าเราจะใช้ภาษาลูกทุ่งในทวิตเตอร์ ลูกทุ่งไม่ได้อ่าน เพราะคนที่เข้าทวิตเตอร์คือคนที่ใช้อินเทอร์เน็ต (สมเกียรติ อ่อนวิมล, สัมภาษณ์, 2 เมษายน 2553)

ในขณะที่นักวิชาการและนักวิชาชีพด้านสื่อสารมวลชนกล่าวว่า ทีมงานประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลควรจัดระบบช่องทางให้ดีกว่าที่เป็นอยู่

พื้นฐานความรู้คุณสมบัติไม่มีเรื่องสื่อสารมวลชน มันจะต้องมีกลุ่มทีมงาน เหมือนโอบามาที่คำว่า change เขามีทีมเป็นระบบ เคาะประตูหน้าบ้าน แลกเปลี่ยนข้อมูลทั่วประเทศ ส่ง sms ทำงานทั้งบนดินและใต้ดิน จุดอ่อนจุดหนึ่งของรัฐบาลคือไม่มีคนทำงานด้านนี้ให้ บังเอิญประชาธิปไตยนี้ค่อนข้างจะเป็นคนแคบ มันถึงได้เป็นปัญหา (ไชยา ยิ้มวิไล, สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2553)

5. การสื่อสารโดยการจัดกิจกรรม

5.1 การแถลงผลงานรอบ 6 เดือน และ 1 ปี

รัฐบาลได้จัดกิจกรรมแถลงผลการดำเนินงานรอบ 6 เดือน และ 1 ปี ณ ตึกสันติไมตรี ทำเนียบรัฐบาล โดยเชิญคณะรัฐมนตรี ข้าราชการระดับสูง และสื่อมวลชน ร่วมกิจกรรม มีการถ่ายทอดสดทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย และสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย

5.2 โครงการไทยสามัคคี ไทยเข้มแข็ง

โครงการ "ไทยสามัคคี ไทยเข้มแข็ง" เป็นโครงการเพื่อกระตุ้นให้ประชาชนได้มีโอกาสแสดงออกถึงความรักความสามัคคีกันโดยร้องเพลงชาติร่วมกันในเวลา 18.00 น. หมุนเวียนไปทุกจังหวัดวันละ 1 จังหวัด ถ่ายทอดสดผ่านโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจแห่งประเทศไทย

โครงการเคารพธงชาติ เป็นแนวคิดที่ดีมาก แต่นำมาใช้ผิดวิธี เพราะชาติเป็นเรื่อง sensitive ธงชาติเป็นเรื่อง sensitive ถ้านำมาเข้าวอร์รูม ต้องมีคนทักท้วง แล้วถามว่าจังหวัดหนึ่งมารวมใจกันร้องเพลงชาติอยู่วันเดียว แล้วงบประมาณจังหวัดละล้าน ความคิดดีแต่ หลังจากกิจกรรมนี้มันบอกอะไร สื่ออะไร แล้วได้อะไร (พจน์ ใจชาญสุขกิจ, สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2553)

5.3 โครงการฉันทรักประเทศไทย

วัตถุประสงค์ ของ www.ilovethailand.org (ฉันทรักประเทศไทย) คือ เพื่อให้คนไทยทุกคนมีส่วนร่วมในการแสดงออกถึงความรู้สึกของตนเองและส่งต่อไปยังประเทศไทยอันเป็นผืนแผ่นดินกำเนิดของเราทุกคน จนกลายเป็นศูนย์รวมของพลังอันยิ่งใหญ่ในการสรรค์สร้างสิ่งดี ๆ ให้เกิดขึ้นกับประเทศไทย โดยมีสโลแกนว่า “หนึ่งความคิดเห็นของคุณคือหนึ่งพลังอันทรงคุณค่า...ร่วมเป็น 63 ล้านดวงใจ รวมพลัง สร้างความเชื่อมั่นให้กับประเทศไทย”

5.4 งานเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

รัฐบาลได้จัดงานเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในโอกาสสมโภชกรุงรัตนโกสินทร์ 200 ปี พระชนมพรรษา 82 พรรษา 5 ธันวาคม 2552 เมื่อวันที่ 3-13 ธันวาคม 2552 บริเวณสนามหลวง ถนนราชดำเนิน และลานพระบรมรูปทรงม้า กรุงเทพมหานคร บริเวณลานพระราชวังดุสิต กระทรวงมหาดไทยจะจัดการฉายภาพยนตร์เฉลิมพระเกียรติ และการแสดง 4D Visual Light & Sound ในชื่อว่า ” พ่อ...The Greatest of The Kings The Greetings of The Land ” ณ พระที่นั่งอนันตสมาคมฯ รวมทั้งกิจกรรมที่ถนนราชดำเนินภายใต้แนวคิด “ความสุขของคนไทยได้แสงพระบารมี”

5.5 การปาฐกถาพิเศษในโอกาสต่าง ๆ

ในฐานะนายกรัฐมนตรี นายอภิสิทธิ์จะเข้าร่วมกล่าวปาฐกถาพิเศษในงานต่าง ๆ ที่มีผู้เชิญให้เป็นประธานเปิดงานและกล่าวถึงนโยบาย วิสัยทัศน์ และงานของรัฐบาล โดยทุกครั้งที่ไปร่วมงานจะมีการเผยแพร่ข่าวผ่านสื่อมวลชนซึ่งช่วยสร้างภาพลักษณ์การเป็นผู้นำที่มีความรู้ จนได้รับการกล่าวถึงว่า นายกษ ทำงานแต่หลังไฟเดียม

5.6 การเปิดโอกาสให้บุคคลต่าง ๆ เข้าพบ

นายกรัฐมนตรีจะเปิดโอกาสให้บุคคลและคณะบุคคลเข้าพบเมื่อมีโอกาสสำคัญ เช่น ทูตต่างประเทศเข้าพบเมื่อรับตำแหน่งหรืออำลาตำแหน่ง นักธุรกิจ นักวิชาการ และภาคประชาชน รวมทั้งผู้มีชื่อเสียงในแวดวงต่าง ๆ

5.7 การพบปะผู้นำประเทศและเข้าร่วมประชุมระหว่างประเทศ

ภาพลักษณ์ที่สำคัญอย่างหนึ่งของผู้นำประเทศ ก็คือ การแนะนำตัวกับผู้นำในต่างประเทศ เพื่อหารือข้อราชการต่าง ๆ ร่วมกัน ตลอดจนส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ โดยภารกิจสำคัญหลังจากเข้ารับตำแหน่งนายกรัฐมนตรีคือ การเดินทางเยือนประเทศอาเซียนทั้ง 10 ประเทศ นอกจากนี้ ในช่วงที่นายอภิสิทธิ์ดำรงตำแหน่งยังได้เข้าร่วมประชุมระหว่างประเทศหลายครั้ง เช่น การประชุม World Economic Forum ที่เมืองดาวอส ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ หรือการประชุมสมัชชาใหญ่ของสหประชาชาติ และการประชุม G20 ที่เมืองพิตส์เบิร์ก เป็นต้น

5.8 การแข่งขันกีฬา

นายอภิสิทธิ์มีความสนใจเกี่ยวกับกีฬาฟุตบอลตั้งแต่สมัยเด็ก โดยมีทีมฟุตบอลที่ชื่นชอบ คือ นิวคาสเซิล สามารถคุยและวิจารณ์ได้เป็นเรื่องเป็นราวกับหลาย ๆ คนที่ชอบดูฟุตบอลอังกฤษด้วยกัน (“สาทิพย์ วงศ์หนองเตย อิมเมจ เมกเกอร์ คู่หู อภิสิทธิ์,” 2547, น. 108)

ในช่วงที่เป็นนายกรัฐมนตรีนายอภิสิทธิ์ได้เดินทางไปร่วมพิธีเปิดซีเกมส์ ครั้งที่ 25 ณ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และนอกจากนั้นยังเข้าร่วมการแข่งขันฟุตบอลนัดพิเศษระหว่างทีมรัฐบาลกับทีมฟุตบอลหญิงทีมชาติไทยชุดใหญ่ ณ สนามราชวังมังกลาภิปราสาทนหัวหมาก กรุงเทพมหานคร เมื่อวันที่ 21 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2553

5.9 การลงพื้นที่พบปะประชาชน

การลงพื้นที่ของนายอภิสิทธิ์ในช่วงการดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรีเป็นภารกิจที่นายกรัฐมนตรีทำมาโดยตลอดทุกยุคทุกสมัย เพื่อสร้างความใกล้ชิดและรับฟังปัญหาความทุกข์ร้อนของประชาชน โดยตัวอย่างการลงพื้นที่ของนายอภิสิทธิ์ เช่น ลงพื้นที่จังหวัดสงขลา พบภาคเอกชน เมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2552 ลงพื้นที่มาบตาพุดเพื่อรับฟังปัญหาของประชาชน เมื่อวันที่ 16 มกราคม พ.ศ. 2553 เป็นต้น

6. การสื่อสารผ่านสื่อโฆษณาเบ็ดเตล็ด

6.1 การใช้ผลิตภัณฑ์เป็นสื่อ

การจัดทำโครงการฉันทะรักประเทศไทย รัฐบาลได้ผลิตเสื้อยืดคอกลมสีขาว ขนาด S M L มีลายธงชาติไทยอยู่ด้านหลัง พร้อมกับข้อความว่าฉันทะรักประเทศไทย ราคาตัวละ 150 บาท เพื่อรณรงค์ให้ประชาชนมีจิตสำนึกความรักประเทศชาติ และทำประโยชน์เพื่อชาติ

6.2 การใช้เพลงประกอบรายการ

รายการเชื่อมั่นประเทศไทยกับนายกฯ อภิสิทธิ์ ได้ใช้เพลง “เชื่อมั่นในฉัน” ของวง Jetsetter เป็นเพลงคั่นในระหว่างช่วงพักรายการ โดยนำเสนอภาพการปฏิบัติภารกิจของนายอภิสิทธิ์ในอิริยาบถต่าง ๆ ในช่วงดำรงตำแหน่งนายกฯ ที่ผ่านมา พร้อมกับนำเสนอตัวหนังสือซึ่งเป็นคำพูดของ นายอภิสิทธิ์ ที่โดดเด่นบางประโยค ที่เคยกล่าวไว้ในนโยบายตามสถานที่ต่าง ๆ อาทิ “ผมจะเป็นนายกรัฐมนตรีของคนไทยทั้งประเทศ ซึ่งไม่ว่าจะเลือกหรือไม่เลือกผมก็ตาม”

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่านายอภิสิทธิ์และรัฐบาลได้ใช้ช่องทางการสื่อสารหลากหลายรูปแบบนั่นก็คือการใช้กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการนั่นเอง แต่ในขณะเดียวกันหากเราจะจัดเป็นกลุ่มตามหลักการตลาดทางการเมืองก็จะสามารถแบ่งได้เป็น การตลาดแบบผลักดัน (Push marketing) ได้แก่ การสื่อสารผ่านสื่อโฆษณากลางแจ้ง ป้ายโฆษณา สื่อเบ็ดเตล็ด การสื่อสารโดยกิจกรรม การแถลงผลงาน การจัดโครงการไทยสามัคคี ไทยเข้มแข็ง โครงการฉันทะรักประเทศไทย

งานเฉลิมพระเกียรติ การปาฐกถาพิเศษ การให้บุคคลเข้าพบ การพบปะผู้นำประเทศ การเข้าร่วมประชุมระหว่างประเทศ การแข่งขันกีฬา และการลงพื้นที่พบปะประชาชน ส่วนการตลาดแบบดึงดูด (Pull Marketing) ได้แก่ การสื่อสารผ่านสื่อมวลชน ทั้งการให้ข่าวสารและสัมภาษณ์ผ่านสื่อวิทยุ/โทรทัศน์ สปอตโฆษณา รายการเชื่อมั่นประเทศไทยกับนายกฯ อภิสิทธิ์ การสื่อสารผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ทั้งการเผยแพร่ชีวประวัติ เอกสารคู่มือผลการดำเนินงานของรัฐบาล และตอบคำถามผ่านหนังสือพิมพ์ รวมทั้งการสื่อสารผ่านสื่อใหม่ด้วย

แต่มีสื่ออีกประเภทหนึ่งที่มีผู้วิจารณ์ว่าเป็นจุดอ่อนของนายอภิสิทธิ์และพรรคประชาธิปัตย์นั่นก็คือ “สื่อบุคคล” ซึ่งหมายถึง ผู้นำทางความคิด (Opinion Leader)

สิ่งที่ขาดก็คือ สื่อบุคคล ก็คือ คนที่จะเป็นผู้นำความคิด แล้วเอาสิ่งที่คุณอภิสิทธิ์ถ่ายทอดไปกระจายต่อยังผู้รับสารของเขา เว็บไซต์บ้านเรามีคนใช้อินเทอร์เน็ตน้อยมาก ต่างจังหวัดไม่ต้องพูด เพราะฉะนั้นคุณอภิสิทธิ์ก็จะได้แต่ชนชั้นกลางในเมือง ซึ่งก็เป็นกลุ่มแฟนของประชาธิปัตย์อยู่แล้วไม่ได้สร้างกลุ่มใหม่ขึ้นมา แต่คนต่างจังหวัดเขาสื่อสารโดยผ่านผู้นำทางความคิดที่เขาเรียกว่า two step flow of information ตรงนี้แหละที่คุณอภิสิทธิ์ไม่มี ไม่มีสื่อบุคคลที่จะไปถ่ายทอดข้อมูล step ที่สอง คนดูโทรทัศน์แล้วไง คนฟังวิทยุแล้วไง เขาอาจจะ ignore แต่มันต้องมีคนที่จะไปกระจายไปใส่ค่านิยม ไปบอกเขา ไปตีความกับสิ่งที่นายกฯ ทำ ไปกระจายต่อ ในต่างจังหวัดสื่อนี้มีผลมาก ในภาคใต้พอมี แต่ภาคอื่นไม่มี คุณอภิสิทธิ์ไม่สามารถเป็นนายกฯ ของคนภาคใต้หรือคนกรุงเทพฯ เท่านั้น แต่ต้องเป็นนายกฯ ของทุกคน (นันทนา นันทวโรภาส, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2553)

งานวิจัยของสุจิต บุญบงการและพรรคศักดิ์ ผ่องแผ้ว (2527, น. 220) ระบุว่า การเลือกตั้งของคนในภูมิภาคนั้นมีแนวโน้มที่จะลงคะแนนเสียงโดยคำนึงถึงตัวผู้สมัครมากกว่าพรรค และประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งในชนบทนั้นไปลงคะแนนเสียงมากกว่าคนกรุงเทพฯ เช่นเดียวกับความนิยมในตัวนักการเมืองที่คนในภูมิภาคมักชื่นชอบตัวบุคคลมากกว่าพรรค ที่เป็นเช่นนี้เพราะคนในชนบทเป็นตัวของตัวเองน้อยกว่าคนในเขตกรุงเทพมหานคร จึงมีโอกาสถูกชักจูงให้ชื่นชอบหรือถูกระดมไปลงคะแนนเสียงได้มากกว่า และผู้มีอิทธิพลสำคัญในการระดมประชาชนคือ กำนันผู้ใหญ่บ้าน

ข้อสรุปดังกล่าวยังอาจมีความจริงอยู่บ้างในยุคปัจจุบัน โดยเฉพาะอิทธิพลของกำนันผู้ใหญ่บ้าน ในการเป็นผู้นำความคิดของชาวบ้าน แต่อย่างไรก็ตามเมื่อยุคสมัยเปลี่ยนไปความนิยมพรรคการเมืองเป็นสิ่งที่ประชาชนคำนึงถึงพอ ๆ กับตัวผู้สมัคร เนื่องจากพรรคการเมืองก็มีส่วนช่วยสร้างภาพลักษณ์แก่ผู้สมัครด้วย

ในการวิเคราะห์ถึงช่องทางการสื่อสารจำเป็นต้องอธิบายให้เห็นถึงงบประมาณที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์ด้วย เพื่อให้เห็นถึงความสอดคล้องหรือไม่สอดคล้องของประสิทธิผลของงานกับงบประมาณที่ใช้ไป โดยงบประมาณที่ใช้ดำเนินการผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ในช่วงระยะเวลา 9 เดือนของรัฐบาลนายอภิสิทธิ์ มีการอนุมัติงบประมาณเพื่อการประชาสัมพันธ์จำนวน 7 โครงการ เป็นเงิน 141,890,000 บาท ประกอบด้วย

1. โครงการ “ฉันทรักประเทศไทย” วงเงิน 24,100,000 บาท บริษัท อินเด็คซ์ อีเว้นท์ เอเจนซี จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ดำเนินโครงการ
2. จัดจ้างที่ปรึกษาเพื่อประชาสัมพันธ์ของรัฐในการสร้างความเชื่อมั่นในประเทศ วงเงิน 1,500,000 บาท บริษัท สปลา-ฮาคุ โฮโด จำกัด เป็นผู้ดำเนินโครงการ
3. การจัดประชุม World Saxophone Congress XV 2009 วงเงิน 5,000,000 บาท วิทยาลัยดุริยางคศิลป์ มหาวิทยาลัยมหิดล เป็นผู้ดำเนินโครงการ
4. จัดจ้างทำโครงการยุทธศาสตร์ประชาสัมพันธ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต วงเงิน 1,010,000 บาท บริษัท ไธ มีเดีย จำกัด เป็นผู้ดำเนินโครงการ
5. จัดจ้างทำโครงการบริการพัฒนาระบบฐานข้อมูลเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ประเทศไทย ด้านนโยบายและการทำงานของรัฐบาลผ่านเว็บไซต์ วงเงิน 1,190,000 บาท บริษัท โอเพ่นดรีม จำกัด เป็นผู้ดำเนินโครงการ
6. จัดจ้างทำสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านทางโทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ และป้ายโฆษณา วงเงิน 39,590,000 บาท บริษัท วี แวงค์ค็อก จำกัด เป็นผู้ดำเนินโครงการ
7. จัดจ้างทำโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ภาพลักษณ์ของประเทศไทย ผ่านสื่อในต่างประเทศ วงเงิน 69,500,000 บาท บริษัทดับบลิวพีพี (ประเทศไทย) จำกัด สาขามีเดียคอม เป็นผู้ดำเนินโครงการ

นอกจากนี้ ยังมีการขออนุมัติโครงการประชาสัมพันธ์แผนปฏิบัติการไทยเข้มแข็งจำนวนเงิน 49,922,800 บาท โดยถึงแม้ว่าแผนประชาสัมพันธ์โครงการไทยเข้มแข็งยังไม่เห็นเป็นรูปร่าง แต่ก็พบว่ามีการติดป้ายหาเสียงของนายอภิสิทธิ์ที่มีเนื้อหาว่า “ผมสัญญา” ทั้งเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ และโครงการจ้างงานในแผนปฏิบัติการไทยเข้มแข็งทั่วกรุงเทพฯ รวมทั้งป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ และสื่อโฆษณาเคลื่อนที่ โดยหนึ่งในนั้นใช้สื่อที่เรียกว่า “เฮลโล โมบายล์ แอด” ซึ่งเป็นของบริษัท บางกอก ไตรวิชั่น จำกัด หรือ “เฮลโล แวงค์ค็อก” (“ข้าแหละคอนเนกชันยุค สาทิศย์ ฟาดงบ ปชส.รัฐ 141 ล้าน,” 2553, ย่อหน้าที่ 23)

สำหรับการใช้งบประมาณประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลนี้ มีผู้ให้ความเห็นว่าแม้จะใช้งบประมาณมากแต่ก็ไม่ได้ช่วยให้ประสิทธิภาพการสื่อสารของรัฐบาลดีขึ้น

จากการสำรวจของเอซีเนลสัน สำนักนายกฯ ติดท็อปเท็น ใช้จ่ายเยอะมาก มันไม่ใช่เรื่องที่รัฐบาลจะทุ่มเทใช้เงินมากมายไปกับการประชาสัมพันธ์ เพราะประเทศกำลังมีปัญหาเรื่องเศรษฐกิจอยู่ มันน่าจะเอาไปใช้แก้ปัญหากับคนยากจนมากกว่า ต้องบอกว่าการประชาสัมพันธ์ต้องอยู่บนพื้นฐานของการปฏิบัติจริงด้วย ถ้าเราเป็นนักประชาสัมพันธ์ เราจะทำประชาสัมพันธ์สิ่งที่ไม่ดีให้กลายเป็นสิ่งที่ดี มันเป็นไปได้ไม่ได้ แต่ถ้าเราประชาสัมพันธ์สิ่งที่ดีให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ให้เป็นที่ยอมรับมากขึ้น อันนั้นทำได้ (นันทนา นันทวรโรภาส, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2553)

ตราบไคที่รัฐบาลไม่เข้าใจเรื่องการสื่อสาร รัฐบาลก็ใช้เงินด้านการสื่อสารไม่เป็น ตอนนี้อยู่แต่กระทรวงซื้อ Ad ลงเต็มหน้าเพื่อบอกว่าตัวเองทำอะไร แต่กระทรวงจัด press tour แต่กระทรวงขึ้น cut out เต็มทางด่วนไปหมด แม้แต่กระทรวงไอซีทีก็บอกว่า “พบเว็บร้ายก็แจ้งดิฉันนะคะ” ผมบอกได้เลยว่ารัฐบาลนี้เรื่องพีอาร์ล้มเหลว ผมไม่ได้บอกว่าการซื้อพื้นที่เป็นเรื่องผิด แต่ถ้าไม่สามารถ manage content ให้มันน่าสนใจได้ ก็ต้องมานั่งซื้อพื้นที่ขนาดนี้ แล้วกระทรวงต้องการจะสื่อความอะไร ต้องไปดูว่าการพีอาร์นั้นให้ประโยชน์กับประเทศชาติมากน้อยแค่ไหน มันถึงทำให้สังคมเชื่อไม่ได้ อย่างเราจัดไทยเข้มแข็งใช้งบประมาณจัดเปิดตัวและถ่ายทอดสดถึงไม่ใช้เงินมากมายขนาดนี้ ถามว่ามันจะเดินหน้าต่อไปได้หรือไม่ (พจน์ ใจชาญสุขกิจ, สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2553)

ผู้เปิดรับสื่อในทางการเมือง

ในการแถลงข่าวต่อสื่อมวลชนหลังได้รับพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ แต่งตั้งเป็นนายกรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 17 ธันวาคม พ.ศ. 2551 นายอภิสิทธิ์ได้กล่าวตอนหนึ่งว่า “...ผมขอยืนยันว่า ผมจะทำงานให้กับคนไทยทุกคน ไม่ว่าจะเลือกผม หรือไม่เลือกผม ไม่ว่าจะสนับสนุนผม หรือไม่ แต่ต่อต้านผม ท่านจะเป็นใครก็ตาม หากท่านไม่คิดร้ายกับบ้านเมือง ท่านไม่ใช่ศัตรูของผม และท่านเป็นคนหนึ่งที่ผมจะต้องรับใช้อย่างเต็มความสามารถ...” (ถนอม อ่อนเกตุพล, 2552, น. 96)

การแบ่งกลุ่มเป้าหมายทางการเมืองหรือทางธุรกิจอื่น ๆ ต้องพิจารณาจากกลุ่มที่มีความภักดีต่อตราสินค้าสูง ในทางการเมืองก็คือกลุ่มที่นิยมชมชอบในตัวผู้สมัครและพรรคการเมืองนั้น ๆ เช่นตัวอย่างของนายอภิสิทธิ์และพรรคประชาธิปัตย์ไม่ว่าพรรคจะอยู่ตรงจุดใด กลุ่มชาวใต้ กลุ่มชนชั้นกลาง และกลุ่มที่ตรงข้ามฝ่ายพันธมิตรเพื่อไทย ทักษิณ ชินวัตร หรือกลุ่มที่เสียผลประโยชน์หรือนักวิชาการ ก็จะสนับสนุนนายอภิสิทธิ์และพรรคประชาธิปัตย์อย่างต่อเนื่อง

เมื่อพิจารณาจากประเภทของกลุ่มเป้าหมายทางการเมืองที่ผู้ศึกษาได้นำเสนอไว้ในบทที่ 2 ทั้งแนวคิดของ John Grant ที่ได้แบ่งกลุ่มเป้าหมายทางการเมืองเป็น 3 กลุ่ม คือ คนในยุคแรก หรือ “Scientific Selling” คนกลุ่มที่สองคือกลุ่ม “Fantasy Image” และคนกลุ่มที่สามคือ กลุ่มคนยุคใหม่ หรือ “Mind-altering marketing” กับการสร้างหมวดหมู่ของรูปแบบการใช้ชีวิตของสถาบัน Stanford Research หรือ SRI ที่ได้แบ่งกลุ่มเป้าหมายหรือผู้รับสารออกเป็น 8 กลุ่มนั้น ผู้ศึกษาเห็นด้วยกับที่กัลัญ วรพิทยุต (2548, น. 200) วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายหรือผู้รับสารของนายอภิสิทธิ์และพรรคประชาธิปัตย์ว่าแบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ “ชอบ” พรรคประชาธิปัตย์ กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ “เฉย ๆ” กับพรรคประชาธิปัตย์ และกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ “ไม่ชอบ” พรรคประชาธิปัตย์ เนื่องจากผู้ศึกษาเห็นว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตของประชาชนมีผลต่อความนิยมชมชอบนายอภิสิทธิ์และพรรคประชาธิปัตย์ไม่ว่าจะเป็นชนชั้นกลางหรือนักวิชาการผู้มีการศึกษาสูง เช่นเดียวกับที่นิยมชมชอบในตัวพันตำรวจโท ทักษิณ ชินวัตร อดีตนายกรัฐมนตรีและพรรคเพื่อไทยซึ่งได้แก่ประชาชนในระดับรากหญ้า

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ “ชอบ” นายอภิสิทธิ์และพรรคประชาธิปัตย์

1. กลุ่มที่ชอบเข้าสังคม (Actualizers) เป็นกลุ่มที่ประสบความสำเร็จในชีวิต ผ่านโลกมามากทำให้สามารถแยกแยะความมีเหตุมีผลได้ เช่น กลุ่มนักธุรกิจ เนื่องจากพรรคประชาธิปัตย์เป็นพรรคที่มีสมาชิกส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ประสบความสำเร็จจากแวดวงต่าง ๆ หลายสาขา มีการศึกษาที่ดี จึงเป็นที่คาดหวังและนิยมชมชอบจากกลุ่มนักธุรกิจ

2. กลุ่มที่ต้องการประสบความสำเร็จ (Fullfilleds) เป็นกลุ่มที่มีการศึกษาสูง มีหลักการ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีเหตุผลในลักษณะเช่นเดียวกับกลุ่มแรก เช่น กลุ่มนักวิชาการ

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ “เฉย ๆ” กับนายอภิสิทธิ์และพรรคประชาธิปัตย์

1. กลุ่มผู้ตาม (Believer) ชอบใช้สินค้าที่มีการลดราคา อนุรักษ์นิยม เป็นกลุ่มคนที่อยู่ในทั้งสองฝั่งคือพรรคประชาธิปัตย์และพรรคเพื่อไทย การตัดสินใจจะขึ้นอยู่กับการถ่วงดุลและปัจจัยหลายด้าน เช่น ตัวบุคคล นโยบายของพรรค การติดตามข่าวจากสื่อ และบุคคลรอบข้างมีอิทธิพลสูง เช่น กลุ่มที่เห็นว่านโยบายของรัฐบาลนายอภิสิทธิ์ดีทำให้ผู้สูงอายุมีรายได้ 500 บาทต่อเดือน ในขณะที่รัฐบาลพันตำรวจโท ทักษิณ ไม่มี เป็นต้น

ผมคิดว่าถ้าดูจากความนิยม คิดว่าตัวนายกฯ อภิสิทธิ์ได้รับความนิยมค่อนข้างสูง โดยดูจากการเลือกตั้งเมื่อปี 50 จะเห็นได้ว่า ความนิยมของนายกฯ อภิสิทธิ์ในภาคที่เรามีจุดอ่อนคือภาคอีสาน ก็ค่อนข้างน้อยประมาณ 4-5% แต่ในวันนี้มันสูงถึง 17-18% เท่ากับว่าประสบความสำเร็จ และบทบาทในการเป็นนายกฯ มันทำให้เสริมการยอมรับ

และความนิยมชมชอบของประชาชนมากยิ่งขึ้น (เทพไท เสนพงศ์, สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2553)

2. กลุ่มทะเยอทะยาน (Achievers) สนใจสินค้ามีระดับเพื่อบ่งบอกภาพลักษณ์ของตนเอง คนกลุ่มนี้จะ “แพ้นิยม” พอสมควร คือ ชื่นชอบนักการเมืองและพรรคการเมืองตามกระแส เช่น กลุ่มที่สนใจกระแสของนายอภิสิทธิ์ในช่วงที่เข้ารับตำแหน่งนายกรัฐมนตรีใหม่ ๆ ซึ่งเป็นช่วงเดียวกับนายบารัค โอบามา ประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกา เนื่องจากสื่อมวลชนให้นิยามนายอภิสิทธิ์ว่า “โอบามาโรค” ทำให้นายอภิสิทธิ์มีภาพลักษณ์ว่าเป็นผู้นำรุ่นใหม่ มีความเป็นสากล

กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ “ไม่ชอบ” นายอภิสิทธิ์และพรรคประชาธิปัตย์

1. กลุ่มผู้มีความพยายาม (Striver) สนใจภาพลักษณ์ของตนเองเป็นหลัก รายได้จำกัดเกือบจะเป็นกลุ่มคนระดับล่าง ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วจะชอบพรรคเพื่อไทยที่มีนโยบายโดนใจกลุ่มนี้ เช่น นโยบายพักชำระหนี้เกษตรกร นโยบายกองทุนหมู่บ้าน หรือโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เป็นต้น

วัฒนธรรมของคนภาคเหนือกับอีสานก็เป็นภาคเกษตรกรรมสูง ต้องยอมรับความจริงว่า พรรคประชาธิปัตย์ค่อนข้างห่างเหินเหมือนกัน อาจเพราะก่อนหน้านี้ผู้สมัครของพรรคมีไม่ครบทุกพื้นที่และตัวผู้สมัครเองก็ไม่ขยันขันแข็งพอ และช่องว่างของพรรคกับชาวบ้านก็ยังมียู (บุรณชัย สมุทร์, สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2553)

2. กลุ่มผู้แสวงหาประสบการณ์ (Experiencers) นิยมของแปลกใหม่ ตื่นเต้น คนกลุ่มนี้จะชอบอะไรใหม่ ๆ เช่น อาจจะชื่นชอบพรรคการเมืองใหม่ ชอบนายสนธิ ลิ้มทองกุลหรือพลตรีชิตติยะ สวัสดิ์ผล และไม่ชอบอะไรเก่า ๆ อย่างพรรคประชาธิปัตย์

3. กลุ่มผู้ปฏิบัติการ (Makers) และกลุ่มผู้สู้ดิ้นรน (Strugglers) ที่มีรายได้น้อยจะเป็นอีกกลุ่มที่ชอบพรรคเพื่อไทย เพราะนโยบาย “เอื้ออาทร” ทั้งหลาย เช่น บ้านเอื้ออาทรหรือแท็กซี่เอื้ออาทร ที่ให้ประโยชน์แก่คนกลุ่มนี้

โดยคนกลุ่มสุดท้ายนี้นายอภิสิทธิ์และพรรคประชาธิปัตย์ควรให้ความสำคัญมากขึ้น เพราะเป็นกลุ่มที่ไม่มีความจงรักภักดี หรือมีความจงรักภักดีในระดับที่ “ต่ำ” มาก โดยเฉพาะกลุ่มคนรากหญ้า ซึ่งมีประมาณ 80% ของประชากรทั้งหมด

ปัญหานี้ทำลายความสามารถของอภิสิทธิ์และพรรคประชาธิปัตย์มาก ที่ผ่านมานักวิชาการและนักวิชาการส่วนหนึ่งมองว่าพรรคประชาธิปัตย์ตอบสนองต่อปัญหาของคนจนหรือชนชั้นรากหญ้าช้ามาก หรือไม่ค่อยสนใจแก้ปัญหาให้เลย ขณะที่ทักษิณได้ใจจากคนรากหญ้ามามากมาย สิ่งนี้เป็นฐานรากอันแข็งแกร่งในการเคลื่อนไหวต่อสู้

ทางการเมืองของทักษิณ โดยใช้พลังเงินทุนของทักษิณเองและเงินทุนผ่านกลไกการบริหารงานของรัฐบาล (วัฒนวิธ, 2551, ย่อหน้าที่ 16)

อย่างไรก็ตาม นายอภิสิทธิ์และพรรคประชาธิปัตย์ก็มีความพยายามในการแก้ไขปัญหาด้วยการเจาะกลุ่มประชาชนที่อยู่ในภูมิภาคโดยเฉพาะในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ งานวิจัยของขวัญข้าว ใจวัชรศักดิ์ เรื่อง การสร้างตราสินค้าของพรรคประชาธิปัตย์ (2552, น. 72) ได้ระบุว่าประชาธิปัตย์พยายามที่จะใช้จุดแข็งของคนอีสาน ในแง่ของการเคารพนับถือ อุปถัมภ์ แล้วก็ผูกพันสัญญากัน เหมือนยายเนียมมอบแหวน นายอภิสิทธิ์จึงได้ยกตัวอย่างยายเนียมหลายครั้งในการหาเสียง และวันที่รับตำแหน่งก็พูดถึงแหวนหมั้นและคำที่ยายเนียมพูด มันเป็นคำที่กินใจคนอีสานมาก คนอีสานนับถือผู้หลักผู้ใหญ่มาก แต่อย่างไรก็ตาม แม้นายอภิสิทธิ์และพรรคประชาธิปัตย์จะพยายามเพิ่มความนิยมในภาคอีสานอย่างหนัก แต่ก็ยังไม่สามารถยึดพื้นที่ความนิยมได้อย่างภาคใต้

ในขณะที่นายสุเทพ เทือกสุบรรณ รองนายกรัฐมนตรี ได้กล่าวถึงเรื่องของยายเนียมกับการเมืองว่า การที่ยายเนียมพบกับนายกรัฐมนตรีได้พบก่อนที่จะเป็นนายกฯ และได้พูดคุยหรือติดตามแบบชาวบ้านที่อยากเห็นคนหนุ่มได้ขึ้นมาบริหารประเทศ ยายเนียมให้กำลังใจนายกฯ มาตลอด พรรคไม่ได้นำกรณีของยายเนียมมาเป็นประโยชน์ทางการเมือง เช่นเดียวกับนายอภิสิทธิ์ที่กล่าวว่า ขออย่าว่าผมไปร่วมงานศพ ไม่ใช่เรื่องการเมือง แต่เป็นการแสดงออกถึงความผูกพันระหว่างบุคคล (สมจิตต์ นวเครือสุนทร, 2552, น. 118-119)

ผลกระทบของการสื่อสารทางการเมือง

1. ภาพลักษณ์ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ และประสิทธิภาพด้านการสื่อสารของรัฐบาลในสายตาของนักวิชาชีพและนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน

1.1 ภาพลักษณ์ด้านบวก

- 1) เป็นนักการเมืองรุ่นใหม่ มีความรู้ การศึกษาดี มีไหวพริบ พูดจาฉลาด

นายอภิสิทธิ์เข้าสู่วงการเมืองตั้งแต่อายุ 27 ปี และก้าวขึ้นสู่ตำแหน่งสูงสุดทางการเมืองในช่วงอายุยังน้อย เมื่อพิจารณาจากประวัติการศึกษาและประสบการณ์แล้วจะเห็นได้ว่าเป็นผู้ที่มีพื้นฐานความพร้อมในระดับดี จึงสามารถแก้ไขปัญหาด้วยไหวพริบดีได้โดยเฉพาะการตอบคำถามในสิ่งที่ผู้อื่นสงสัยทั้งฝ่ายค้านและสื่อมวลชน ซึ่งคุณสมบัติในข้อนี้ นายอภิสิทธิ์สามารถฉายภาพได้ตรงกับการรับรู้และความพึงพอใจของผู้รับสาร

“นายกฯ เองก็ถือว่า เป็นนักการเมืองรุ่นใหม่ เป็นคนหนุ่มที่มีเจตนารมณ์ที่ดี มีหลักการ ยึดมั่นในความถูกต้อง เป็นนักเรียนนอก มีความรู้การศึกษาดี นอกจากนั้นยังเป็นคนที่พูดรู้เรื่อง มีความชัดเจน อธิบายเข้าใจง่าย” (ไชยา ยิ้มวิไล, สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2553)

“เป็นนักการเมืองหนุ่ม อายุน้อย จัดว่าเป็น young gen คนรุ่นใหม่ มีการศึกษาดี บุคลิก หน้าตาดี พูดจาสุภาพชัดเจน มีวาทศิลป์” (นันทนา นันทวโรภาส, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2553)

2) ชื่อสัตย์สุจริต

นับตั้งแต่นายอภิสิทธิ์เข้าสู่ถนนการเมืองได้ตั้งปณิธานว่าจะทำงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต โดยที่ผ่านมามีไม่เคยทุจริตประพฤติมิชอบหรือมีข่าวที่เสียหายในลักษณะนี้

“ที่สำคัญที่สุดของภาพลักษณ์อันหนึ่ง คือ ความซื่อสัตย์สุจริต เป็น family man อันนี้เป็นภาพบวกมาก ๆ ของคุณอภิสิทธิ์ ทำให้เกิดความชื่นชมขึ้นในส่วนของคุณายกฯ เอง จนเรียกว่าลามไปจนถึงคุ้มครองภาพรวมของรัฐบาลได้ก็เป็นความพึงพอใจของประชาชน” (ไชยา ยิ้มวิไล, สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2553)

“อีกส่วนหนึ่งในแง่ของความซื่อสัตย์ ความโปร่งใส ท่านค่อนข้างเคลียร์จริง ๆ” (พจน์ ใจชาญสุขกิจ, สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2553)

1.2 ภาพลักษณ์ด้านลบ

1) เชื้อมั่งมีในตนเองสูง ไม่ฟังใคร

เนื่องจากนายอภิสิทธิ์ได้รับการศึกษาจากต่างประเทศและรับผิดชอบตนเองตั้งแต่เด็ก ๆ จึงมีลักษณะที่เชื้อมั่งมีในตนเองสูง ประกอบกับการทำหน้าที่ผู้นำประเทศจึงมีอำนาจในการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ได้อย่างเต็มที่ สังคมจึงรับรู้ได้ถึงภาพลักษณ์นี้

มีบุคลิกอ่อนน้อมแข็งใน หรือคือ หมายความว่า ไม่มีลักษณะที่จะยอมรับคนอื่นได้มากนัก คุณอภิสิทธิ์ไม่ค่อยได้เชื่อใคร เพราะฉะนั้นทีมงานต่อให้มี image maker มา ถ้าคุณอภิสิทธิ์ไม่เชื่อก็ไม่มีประโยชน์อะไร เพราะการที่จะสร้างภาพหรือฉายภาพออกไป ก็จะต้องได้รับการยอมรับจากเจ้าตัวด้วย ซึ่งถ้าเจ้าตัวไม่ยอมรับหรือไม่เชื่อ การที่จะทำอะไรก็เกิดขึ้นไม่ได้อยู่แล้ว ซึ่งอาจจะต้องมีการปรับให้คนยอมรับมากขึ้น (นันทนา นันทวโรภาส, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2553)

ในฐานะที่เป็นนายกรัฐมนตรี ก็ต้องยอมรับตามตรงว่า คุณอภิสิทธิ์อาจจะยังอายุน้อย เพราะสังคมไทยยึดติดในระบบอาวุโส ในเรื่องของการบริหาร การแก้ไขวิกฤต ปัญหาเหตุการณ์ไม่สงบต่าง ๆ ในการประสานประโยชน์กับพรรคร่วมรัฐบาล มันก็ทำให้ภาพของการที่เป็นเป็นเด็กหรือยึดถือในหลักการมากมายกลายเป็นคนที่ไม่ฟังใคร

เสมือนว่าเป็นเด็กดี คุณอภิสิทธิ์เชื่อมั่นในตนเองสูง เนื่องด้วยเป็นเด็กนักเรียนนอก
มีการศึกษาที่ดี มาจากครอบครัวที่ดี (ไชยา ยิ้มวิไล, สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2553)

“มีความเชื่อมั่นในตัวเองค่อนข้างเยอะ ซึ่งเป็นบุคลิกที่ดีของผู้นำ แต่ถ้ามี
มากไปมันก็เป็นอีโก้ ถึงเป็นที่มาของฉายาของเด็กดี” (พจน์ ใจชาญสุขกิจ, สัมภาษณ์, 8 เมษายน
2553)

2) ขาดความเด็ดขาดชัดเจน

เนื่องจากนายอภิสิทธิ์ดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรีในขณะที่อายุน้อย
อาจยังขาดประสบการณ์ในการบริหารประเทศ ประกอบกับเป็นคนสุภาพเรียบร้อย ไม่เฝงฝาง และ
ประนีประนอม จึงทำให้ภาพลักษณ์การทำงานที่ผ่านมาขาดความเด็ดขาดชัดเจน

การฉายแววของการเป็นผู้นำ ผู้นำที่กล้าตัดสินใจที่มีความสามารถในการบริหาร
จัดการสื่อ บุคลิกของคุณอภิสิทธิ์เป็นคนสุภาพ เพราะฉะนั้นก็จะมีลักษณะที่
เฝงฝาง หรือว่าจะทำอะไรแบบเด็ดขาด แต่ว่าจะมีบุคลิกคล้าย ๆ คุณชวน คือ
ประนีประนอม ไม่ผลิผลามในการตัดสินใจ ซึ่งมองในมุมบวกก็ถือว่ารอบคอบ แต่
ถ้ามองในมุมลบก็มองว่าไม่เด็ดขาด ไม่กล้าตัดสินใจ ไม่มีภาวะผู้นำ ระหว่างที่
ดำรงตำแหน่งมันก็มีหลายเหตุการณ์ที่ทำให้คุณอภิสิทธิ์ต้องยังตั้งอยู่ใน
ภาพลักษณ์นี้ต่อไป ไม่ว่าจะเป็นการตั้ง ผบ.ตร. ซึ่งจริง ๆ มันเป็นเรื่องเล็ก ๆ แล้ว
นายกฯ สามารถตัดสินใจได้ แต่ในที่สุดพรรคพวกก็มีอิทธิพลเหนือ ในที่สุดก็ต้อง
เป็นไปตามพรรคพวก (นันทนา นันทวโรภาส, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2553)

ภาพในการบริหารจัดการไม่เบ็ดเสร็จเด็ดขาด ยกตัวอย่างเช่น ในการแต่งตั้งผู้
บัญชาการตำรวจแห่งชาติ อันนี้เป็นหนึ่ง case ที่สำคัญ ในขณะเดียวกันก็มี
ลักษณะว่าคิดคนเดียวกับกลุ่มเล็ก ๆ ทำงานคนเดียวกับกลุ่มเล็ก ๆ อย่างพวกวอล
เปเปอร์อะไรต่าง ๆ เหล่านี้ ถามว่าผิดไหม ถ้าบริหารองค์กรหรือหน่วยงานธรรมดา มัน
ก็ไม่ใช่ปัญหา แต่นี่เป็นนายกรัฐมนตรีเปรียบเสมือนเป็นประธานผู้บริหารสูงสุด
เป็นซีอีโอในการบริหารประเทศชาติ มันต้องประสาน จะต้องประนีประนอม จะต้อง
ตัดสินใจ ต้องดำเนินการในสิ่งต่าง ๆ ก็เลยถูกตำหนิว่าเป็นเด็กดี ยังขาด
ประสบการณ์ทางการเมือง แล้วก็ค่อนข้างเป็นตัวของตัวเองสูง (ไชยา ยิ้มวิไล,
สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2553)

เพราะว่าอภิสิทธิ์ก็ยังคงเป็นอภิสิทธิ์คนเดิมที่อ่อนน้อมถ่อม ประนีประนอม เอาใจคน สารพัด ไม่พินิจ ไม่โง่งมงาย ไม่มีถ้อยคำสำนวนที่ได้ดัดจริต ฟันธง อะไรดีอะไรไม่ดี จะมีคำขยาย มีคำวิเศษหรือคุณศัพท์ที่จะอธิบายสรรพนามหรือกิริยา สะท้อนว่า นายกฯ ไม่ชอบพินิจ เช่น “ถ้าเป็นอย่างนี้เราก็คงพูดกันไม่ได้” มีคำว่า “คง” “พอสมควร” “ทำนองว่า” “เห็นทีว่า” คำพวกนี้จะปรากฏอยู่ตลอดเวลา (สัมภาษณ์ อ่อนนิมิต, สัมภาษณ์, 2 เมษายน 2553)

1.3 ประสิทธิภาพของการสื่อสารของรัฐบาล

จากการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์นักวิชาการและนักวิชาชีพด้านการสื่อสาร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นว่า การสื่อสารของรัฐบาลขาดประสิทธิภาพ นับตั้งแต่ องค์ประกอบด้านผู้ส่งสารทางการเมือง สารสนเทศทางการเมือง ช่องทางการสื่อสาร และผู้รับสารทางการเมือง โดยมีปัจจัยในเรื่องของสภาพแวดล้อมเข้ามาเกี่ยวข้อง

ถึงไม่มีเหตุการณ์ใด ๆ ทั้งสิ้น ทุกอย่างสงบหมด ผมก็ว่าประสิทธิภาพในการทำงาน สื่อสารมวลชนของรัฐบาลมันก็ยังไม่ได้เต็มลูกสูบ ยังไม่มียุทธศาสตร์ ไม่มีมาตรการ ไม่มี mind map หรือ road map สิ่งที่สำคัญที่สุดจะต้องเข้าใจ social network เครือข่ายทางสังคมต้องแบ่งภาคส่วนออกมาให้ได้ แต่ละภาคส่วนจะสื่อกับเขาอย่างไร ผมก็คิดว่าการใช้งานด้านสื่อสารมวลชน ทั้ง social network mass media network หรือ กับฝ่ายตรงข้ามที่คิดไม่เหมือนเราจะอธิบายเขาอย่างไร การวิ่งเข้าหา interactive network อย่างไร ทุกอย่างมันต้อง manage ปัญหา คือ ไม่มีทีมงานหรือองค์คณะที่แท้จริง ๆ ในการทำงานด้านสื่อสารกับสาธารณชน เพราะฉะนั้น ผมคิดว่าต่อไปการวางแผนการจัดการในเรื่องพวกนี้มันต้องมีนักวางแผน นักยุทธศาสตร์ ในการทำงานจิตวิทยามวลชน สื่อสารการเมือง จะต้อง set ทีมอย่างนี้ขึ้นมาให้ได้ (ไชยา ยิ้มวิไล, สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2553)

สถานที่ที่คุณอภิสิทธิ์เข้ามาเป็นนายกฯ ในช่วงปีกว่า ๆ ถามว่ามีอะไรที่เปลี่ยนแปลง ชนิดที่ทำให้คนฮือฮาได้ไหม ไม่ จะเป็นการรักษาสถานะให้ดำรงอยู่ แล้วก็ภาพลักษณ์ของนายกฯ อภิสิทธิ์เอง อย่างที่บอกว่าไม่ได้เปลี่ยน เป็นภาพลักษณ์ที่ทำให้คนสบายใจได้ว่าซื่อสัตย์สุจริต แต่ไม่สามารถที่จะทำให้คนเชื่อได้ว่าทั้งพรรคสุจริต พรรคร่วมรัฐบาลสุจริต ที่ผ่านมามีเปลี่ยนแปลงอะไรมากมาย ถ้าวันนี้คุณชวนเป็นนายกฯ หรือคุณอภิสิทธิ์เป็นนายกฯ ไม่ต่างกัน เป็นภาพที่คนทั่วไปรับรู้แบบนี้ (นันทนา นันทวโรภาส, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2553)

คุณอภิสิทธิ์ก็ไม่มีทิศทางของตัวเอง ภาพลักษณ์ของประเทศก็ไม่มี ในขณะที่คุณอภิสิทธิ์เป็นซีอีโอ ซึ่งมันต้องมาตามหลังภาพลักษณ์องค์กร เมื่อไม่มีภาพลักษณ์องค์กรก็จะดันภาพลักษณ์ซีอีโออย่างมาก ถึงจะไม่มีปัญหาการเมือง แต่นายกฯ จะมีปัญหาเรื่องการสร้างทิศทางให้กับประเทศ เพราะอย่าลืมนะว่าประเทศก็เหมือนกับองค์กรที่ต้องมีบุคลิกที่ชัดเจนในแต่ละช่วง เราไม่ได้แก้ปัญหารายปัญหา ซึ่งอันนี้คุณอภิสิทธิ์ก็บริหารภาพลักษณ์ตัวเองไม่ต่างกับที่บริหารประเทศคือ แก้เป็นเรื่อง ๆ (พจน์ ใจชาญสุขกิจ, สัมภาษณ์, 8 เมษายน 2553)

2. ภาพลักษณ์ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ และประสิทธิภาพด้านการสื่อสารของรัฐบาลจากโพลสำรวจความคิดเห็นของประชาชน

2.1 ภาพลักษณ์ด้านบวก

ผลการสำรวจภาพลักษณ์ความเป็นผู้นำของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรี ของเอแบคเรียลไทม์โพล ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2553 โดยเปรียบเทียบกับผลสำรวจในช่วงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2552 พบว่าทุกตัวชี้วัดของความเป็นผู้นำมีคะแนนสูงขึ้น ดังนี้

- ด้านการควบคุมอารมณ์ได้ดี เดือนสิงหาคมปีที่ผ่านมาอยู่ที่ร้อยละ 73.8 และเดือนกุมภาพันธ์อยู่ที่ร้อยละ 86.1
- ด้านความรู้ความสามารถ เดือนสิงหาคมปีที่ผ่านมาอยู่ที่ร้อยละ 61.8 และเดือนกุมภาพันธ์อยู่ที่ร้อยละ 84.3
- ด้านความเคร่งครัดต่อหลักศีลธรรม เดือนสิงหาคมปีที่ผ่านมาอยู่ที่ร้อยละ 71.4 และเดือนกุมภาพันธ์อยู่ที่ร้อยละ 77.9
- ด้านความซื่อสัตย์สุจริต เดือนสิงหาคมอยู่ที่ร้อยละ 68.2 และเดือนกุมภาพันธ์ อยู่ที่ ร้อยละ 75.4
- ด้านความน่าเลื่อมใสศรัทธา เดือนสิงหาคมปีที่ผ่านมาอยู่ที่ร้อยละ 64.9 และผลสำรวจครั้งล่าสุดอยู่ที่ร้อยละ 74.1

นอกจากนี้ ยังมีตัวชี้วัดความเป็นผู้นำด้านอื่น ๆ อีกเช่น ความเป็นนักประชาธิปไตย การให้เกียรติแก่นำรัฐบาลด้วยกัน สื่อสารได้ดีกับประชาชนภายในประเทศ เป็นที่ไว้วางใจได้ของประชาชน สื่อสารได้ดีกับนานาประเทศทั่วโลก เป็นที่ยอมรับของนานาประเทศทั่วโลก การเข้าถึงจิตใจของประชาชนได้ทุกระดับชั้น และการบริหารจัดการแบบมืออาชีพที่ผลสำรวจค้นพบว่ามีจำนวนประชาชนมองตัวชี้วัดความเป็นผู้นำเหล่านี้สูงกว่าผลสำรวจครั้งก่อนหน้า

2.2 ภาพลักษณ์ด้านลบ

สำหรับภาพลักษณ์ด้านลบจากผลการสำรวจของเอแบคเรียลไทม์โพลล์ พบว่า ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 65.6 ที่มองว่า นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรี จะเสียหาย เสียความน่าเชื่อถือ เพราะคนใกล้ชิดรอบข้าง

นอกจากนี้ ประชาชนเพียงร้อยละ 47.3 ระบุว่า นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ มีความรวดเร็ว แก้ไขปัญหาเดือดร้อนของประชาชน และประชาชนจำนวนร้อยละ 45.1 ที่มองว่าการแต่งตั้งโยกย้ายข้าราชการ ให้ประโยชน์พวกพ้องของตนเองถือเป็นเรื่องอันตรายและเป็นสัญญาณเตือนภัยต่อสถานการณ์ภาพความเป็นผู้นำของนายกรัฐมนตรี

2.3 ประสิทธิภาพด้านการสื่อสารของรัฐบาล

สำนักงานสถิติแห่งชาติได้สำรวจความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล พ.ศ. 2552 นับตั้งแต่เข้าบริหารงานจนกระทั่งเดือนกันยายน พ.ศ. 2552 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2552) พบว่า

ประชาชนรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์นโยบาย โครงการหรือผลการดำเนินงานของรัฐบาลโดยรวมทั่วประเทศ อันดับสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่

- 1) โครงการจ่ายเบี้ยยังชีพให้แก่ผู้สูงอายุ 500 บาท/เดือน 97.8%
- 2) โครงการอาหารเสริม (นม) โรงเรียน 94.3%
- 3) โครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า 93.4%
- 4) โครงการเรียนฟรี 15 ปี 92.3%
- 5) โครงการเช็คช่วยชาติ 2,000 บาท 91.9%

สำหรับนโยบายๆ ของรัฐบาลที่ประชาชนเคยรับรู้ข่าวสารต่ำสุด 5 อันดับแรก ได้แก่

- 1) ผลการประชุมคณะรัฐมนตรี (ทุกวันอังคาร) 42.3%
- 2) มาตรการภาษีของรัฐบาล 59.2%
- 3) โครงการเพิ่มศักยภาพผู้ว่างงานเพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคม
ในชุมชน (โครงการต้นกล้าอาชีพ) 66.8%
- 4) การสนับสนุนส่งเสริมการใช้พลังงานทดแทน 70.05
- 5) โครงการจำหน่ายสินค้าราคาถูกให้ประชาชน 72.8%

ประชาชนเห็นด้วยต่อบริการ นโยบาย โครงการ หรือผลการดำเนินงานที่สำคัญ ๆ ของรัฐบาล พบว่า โครงการจ่ายเบี้ยยังชีพให้แก่ผู้สูงอายุ 500 บาท/เดือน มีประชาชนเห็นด้วยมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ โครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า โครงการเรียนฟรี 15 ปี และโครงการอาหารเสริม (นม) โรงเรียน

ประชาชนรับทราบข่าวสารการประชาสัมพันธ์นโยบาย โครงการ หรือผลการดำเนินงานของรัฐบาล จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ จากบุคคลรอบข้าง (ครอบครัว ญาติ เพื่อน ฯลฯ) วิทยุ หนังสือพิมพ์ และจากทางอินเทอร์เน็ต

ประชาชนส่วนใหญ่ร้อยละ 56.0 มีความคิดเห็นว่าการนำข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนโยบาย โครงการ หรือผลการดำเนินงานของรัฐบาลที่ได้รับทราบไปใช้ประโยชน์ได้ในระดับปานกลาง

ประชาชนมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการประชาสัมพันธ์ข่าวสารของรัฐบาล ว่า การประชาสัมพันธ์ควรผ่านสื่อประเภทอื่น ๆ ที่สามารถทำให้ชุมชนได้รับรู้และเข้าใจอย่างทั่วถึง เช่น ติดป้าย/โปสเตอร์เป็นภาษาท้องถิ่น ให้เจ้าหน้าที่ อสม. เป็นผู้ประชาสัมพันธ์รายละเอียดของข่าวสาร/โครงการและประโยชน์ที่จะได้รับให้ชุมชนทราบ ควรนำเสนอเนื้อหาสาระสำคัญของข่าวสารตามความเป็นจริง และต้องการให้เพิ่มโครงการที่ช่วยแก้ปัญหาความเดือดร้อนของประชาชน เป็นต้น

ปฏิกริยาย้อนกลับ

การประเมินผลการรับรู้ภาพลักษณ์หรือความนิยมในตัวนายอภิสิทธิ์และรัฐบาลอย่างเป็นระบบของทีมงานด้านการสื่อสารของรัฐบาลและพรรคประชาธิปัตย์นั้น ได้อาศัยการใช้ผลสำรวจจากโพลเป็นเครื่องมือสำคัญในการหั่งเสียงความนิยมของประชาชน ซึ่งนายอภิสิทธิ์ โสณกุล รองโฆษกพรรคประชาธิปัตย์ (อ้างถึงใน ขวัญข้าว ใจจริงศักดิ์, 2552, น. 127) ระบุว่า ก่อนมาเป็นรัฐบาล พรรคประชาธิปัตย์ก็ใช้โพล เพราะวิธีที่ทำแล้วแม่นยำที่สุดก็คือ ผลสำรวจจากโพล ซึ่งใช้ตัวอย่างมาก แต่ก่อนพรรคการเมืองแต่ละพรรคทำเป็นแผนตัวอย่างต่อครั้งต่ออาทิตย์ ขณะที่พรรคไม่มีเงินทุนก็ต้องใช้วิธีที่ 1 ตัวอย่างน้อยลง หรือ 2 ใช้วิธีที่ผู้แทนไปจับความรู้สึกของคน ก็ต้องยอมรับว่าไม่ใช่วิธีที่แม่นยำหรือถูกต้องแต่หลีกเลี่ยงไม่ได้ และเมื่อพรรคได้เข้ามาทำหน้าที่ฝ่ายรัฐบาลก็ได้ใช้ประโยชน์จากโพลของทางราชการนำมาเป็นข้อมูลประกอบกับโพลของพรรค เช่น โพลสันติบาล โพลตำรวจ โพลกรมการปกครอง กำนันผู้ใหญ่บ้าน ทำให้ได้ข้อมูลที่ลึกและละเอียดแม่นยำขึ้น

แต่เนื่องจากการทำวิจัยนั้นมีค่าใช้จ่ายสูง ก่อนหน้านั้นพรรคประชาธิปัตย์ได้อาศัยการทำ Focus group ซึ่งเป็นการนำคนกลุ่มเล็ก ๆ ที่เป็นตัวแทนของกลุ่มเป้าหมายมาพูดคุยกัน เรียกว่า “สมัชชาประชาธิปัตย์” โดยการดำเนินการนั้นเป็นการรวมประชาชนจากทุกสาขาอาชีพ ทุกเพศทุกวัยจากทั่วประเทศ มาร่วมกันคิดหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาของบ้านเมือง ในปัจจุบันยังมีการจัดสมัชชานี้อยู่อย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามนายอภิรักษ์กุล โสณกุล (อ้างถึงใน ขวัญข้าว ใจวีระศักดิ์, 2552, น. 128) กล่าวว่า การจัดสมัชชาก็คือ การรับฟังความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องมาถกเถียงกันแบบเดียวกับพรรค ประชาชนมีสิทธิที่จะสะท้อนได้ว่า ไม่ชอบอะไร ดังนั้น จึงเป็นจุดอ่อนหรือข้อจำกัดว่า สมัชชานี้ก็ไม่ได้กระจายไปสู่ประชาชนกลุ่มอื่น ๆ หรือกลุ่มที่ไม่นิยมพรรคประชาธิปัตย์นั่นเอง

อย่างไรก็ตาม ผลการประเมินจากโพล เช่น โพลของสำนักงานสถิติแห่งชาติได้มีการนำเข้าสู่คณะรัฐมนตรีเพื่อทราบ แต่ในทางปฏิบัติยังขาดการนำผลดังกล่าวไปพัฒนาหรือปรับปรุง การสื่อสารของนายอภิสิทธิ์และรัฐบาลให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ขณะที่รายการเชื่อมั่นประเทศไทยกับนายกฯ อภิสิทธิ์ ที่ออกอากาศทุกเช้าวันอาทิตย์นั้น ทีมงานผู้ผลิตเองก็ไม่ได้จัดทำระบบการประเมินที่จะนำไปสู่การปรับปรุงรูปแบบหรือการนำเสนอรายการเช่นเดียวกัน

“คงไม่ได้ประเมินเป็น report ชัดเจน เราดูในแง่การติดตามแต่ละครั้งมากกว่า ผมว่าโดยรวมรายการเชื่อมั่นฯ เป็นที่น่าพอใจ เพราะคนก็ติดตาม แล้วก็จับจ้องอยู่ตลอด ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ ด้วยว่ามีความร้อนแรงขนาดไหน” (วิทย์นทร์ มุตตามระ, สัมภาษณ์, 2 พฤษภาคม 2553)

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลและสภาพแวดล้อมทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ที่มีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรี

ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรี

จากภาพลักษณ์ที่นักวิชาการ นักวิชาชีพด้านสื่อสารมวลชน และประชาชนรับรู้เกี่ยวกับตัวนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรีที่ได้กล่าวมาแล้วในส่วนที่ 1 เมื่อนำไปวิเคราะห์ย้อนกลับโดยเปรียบเทียบกับผลการวิเคราะห์สถานการณ์โดยใช้ SWOT Analysis ตลอดจนข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ที่มีบทบาทในกระบวนการสื่อสารของนายอภิสิทธิ์และรัฐบาลพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ที่มีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์นั้นมีดังนี้ คือ

1. มีการศึกษาดี มีความเป็นสากล

ตามที่ได้กล่าวมาแล้วว่า นายอภิสิทธิ์จบการศึกษาจากมหาวิทยาลัยออกซฟอร์ด และสามารถใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารได้ดี ดังนั้น เหตุผลนี้จึงกลายเป็นที่มีของการนำเสนอ ภาพลักษณ์ความเป็นอินเตอร์ของนายอภิสิทธิ์

ผมคิดว่าก็ยังเป็นความหวังของคนไทย เป็นนายกฯ ที่มีความพร้อมในหลาย ๆ ด้าน แล้วก็หน้าตาของประเทศในการที่จะไปสู่ประชาคมโลก ผมว่าเป็นความภาคภูมิใจของคนไทย นายกฯ มีข้อได้เปรียบ คือ เรื่องบุคลิกภาพ ความฉลาดเฉียบแหลม การมีปฏิภาณไหวพริบ ความเป็นอินเตอร์ (เทพไท เสนพงศ์, สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2553)

2. ฉลาด มีปฏิภาณไหวพริบ

“ท่านนายกฯ เป็นคนอารมณ์ดี รับฟังความเห็น ฉับไวต่อการตัดสินใจปัญหา จับประเด็นเร็ว นำเสนอได้ดี แล้วก็ปฏิภาณไหวพริบในการตอบโต้ได้ดีมาก” (เทพไท เสนพงศ์, สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2553)

ท่านนายกฯ มีข้อเด่นคือ เป็นคนฉลาดมาก ท่านสามารถที่จะจดจำได้รายละเอียดได้ เยอะและรวดเร็ว สามารถเรียนรู้รวดเร็ว เวลาไปที่ต่าง ๆ ท่านรู้ข้อมูลได้ค่อนข้างเป๊ะ แม่นยำ และรู้จัก บางที่รู้มากกว่าข้าราชการที่ทำงานนั้น ๆ อีก เวลาท่านจัดรายการท่าน จะไม่ใช่ script เลย (วิฑูรย์ มุตตามระ, สัมภาษณ์, 2 พฤษภาคม 2553)

เป็นคนเก่ง ฉลาด มีความรู้ เป็นนักวิชาการ ชื่อสัตย์ นายกฯ หลายท่าน เวลาพูดอาจต้องพูดหลาย ๆ ครั้ง แต่ท่านอภิสิทธิ์พูดนิดเดียวก็เข้าใจ ไปพูดต่อได้เลย แล้วก็ให้ทำอะไรก็เอาด้วย เป็นคน active ความจำเป็นเลิศ ท่านจะรู้เรื่องหลายอย่าง เรื่องนั้นเรื่องนี้เข้าครม. ตัวเลขต่าง ๆ บางที่เราจำไม่ได้เลย (สมลักษณ์ ส่งสัมพันธ์, สัมภาษณ์, 2 พฤษภาคม 2553)

“ผมจะโดนทดสอบใจคิวเป็นประจำ บางที่ท่านอ่านหนังสือเกี่ยวกับคณิตศาสตร์ แล้วก็เอามาถามผม ท่านนายกฯ ฉลาดมาก เวลาคุยกันเรื่องโน้นเรื่องนี้ ก็จะมีอะไรมาหักล้างผมได้ตลอด” (ศิริโชค โสภา, สัมภาษณ์, 2 พฤษภาคม 2553)

สภาพแวดล้อมทางการเมืองที่มีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรี

เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2550 เป็นช่วงเวลาแห่งการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองครั้งสำคัญ เนื่องจากคณะตุลาการรัฐธรรมนูญได้อ่านคำวินิจฉัยให้ “ยุบพรรคการเมือง” อันเนื่องมาจากการเลือกตั้งเมื่อวันที่ 2 เมษายน พ.ศ. 2549 ซึ่งพรรคไทยรักไทยในขณะนั้นเป็นพรรคการเมืองเพียงพรรคเดียวที่ส่งผู้สมัครรับเลือกตั้งในหลายเขตเลือกตั้ง โดยที่พรรคประชาธิปัตย์ พรรคชาติไทย และ พรรคมหาชน ปฏิเสธการส่งผู้สมัครรับเลือกตั้งด้วยเหตุผลว่าเป็นการจัดการเลือกตั้งที่ไม่ถูกต้องตามหลักการที่ควร จนนำมาซึ่งการฟ้องร้องดำเนินคดีกับพรรคไทยรักไทยข้อหาทุจริตการเลือกตั้ง โดยการจ้างพรรคการเมืองขนาดเล็กลงสมัครรับเลือกตั้ง นอกจากนี้ยังได้ปลอมแปลงเอกสารฐานข้อมูลสมาชิกพรรค ส่วนพรรคไทยรักไทยก็ร้องเรียนกลับว่าถูกพรรคประชาธิปัตย์จ้างพรรคเล็กใส่ร้ายพรรคตน ซึ่งคำวินิจฉัยของตุลาการรัฐธรรมนูญสรุปว่า พรรคประชาธิปัตย์ไม่มีความผิดทุกข้อกล่าวหา ส่วนอีก 4 พรรคมีความผิดจริง จึงมีคำสั่งให้ยุบพรรคประชาธิปัตย์ไปโดยก้าวหน้า พรรคพัฒนาชาติไทย พรรคแผ่นดินไทย และพรรคไทยรักไทย รวมทั้งให้เพิกถอนสิทธิการเลือกตั้งกรรมการบริหารพรรคทั้ง 4 พรรค มีกำหนด 5 ปี

วันที่ 24 สิงหาคม พ.ศ. 2550 มีการประกาศใช้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 ซึ่งเป็นรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ฉบับที่ 18 ที่ร่างโดยสภาร่างรัฐธรรมนูญ (สสร.) ในระหว่าง พ.ศ. 2549-2550 ภายหลังการรัฐประหารโดยคณะปฏิรูปการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข (คปค.) เมื่อวันที่ 19 กันยายน พ.ศ. 2549 ซึ่งต่อมาเปลี่ยนชื่อคณะเป็น "คณะมนตรีความมั่นคงแห่งชาติ" (คมช.) รัฐธรรมนูญฉบับนี้เป็นกฎหมายไทยฉบับแรกที่ได้รับการเห็นชอบจากประชาชน

เนื่องจากในระหว่างการร่างรัฐธรรมนูญฉบับนี้เกิดความผันผวนทางการเมืองภายในประเทศ การร่างจึงดำเนินไปบนความร้อนแรงทางการเมือง เชนิณห์หน้าทั้งจากฝ่ายที่สนับสนุนให้มีการเห็นชอบในร่างรัฐธรรมนูญ และฝ่ายที่ต่อต้าน รวมถึงการวิพากษ์วิจารณ์ในประเด็นขั้นตอนการร่าง อาทิ ขาดการมีส่วนร่วมอย่างกว้างขวางจากประชาชน การที่ คมช. ผูกขาดการสรรหาสมาชิก สสร. และในเนื้อหาของร่าง อาทิ มีการกำหนดให้สมาชิกวุฒิสภาเกือบกึ่งหนึ่งของจำนวนทั้งมาจากการแต่งตั้ง การลดฐานอำนาจของฝ่ายบริหารและพรรคการเมือง การเพิ่มอำนาจของฝ่ายทหารและระบอบอมาตยาธิปไตย รวมถึงการนิรโทษกรรม คมช. เองในการก่อรัฐประหาร

หลังจากที่พรรคพลังประชาชนได้เป็นแกนนำจัดตั้งรัฐบาลในคราวการเลือกตั้งเมื่อวันที่ 23 ธันวาคม 2550 โดยมีนายสมัคร สุนทรเวช เป็นนายกรัฐมนตรี ได้มีความพยายามแก้ไข

รัฐธรรมนูญ ส่วนใหญ่เป็นการนำเนื้อหาจากรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 กลับมาใช้ และมีการแก้ไขเพิ่มเติมอีกหลายส่วน ซึ่งปรากฏว่าได้มีหลายฝ่ายออกมาคัดค้าน โดยระบุว่าอาจนำไปสู่วิกฤตทางการเมืองเพราะเป็นการแก้ไขรัฐธรรมนูญเพื่อประโยชน์ของตนเองและพวกพ้อง เป็นเหตุให้พันธมิตรประชาชนเพื่อประชาธิปไตยออกมาชุมนุมเคลื่อนไหวเพื่อคัดค้านตั้งแต่วันที่ 25 พฤษภาคม พ.ศ. 2551

จากนั้นไม่นานนายสมัคร สุนทรเวช ต้องสิ้นสุดความเป็นนายกรัฐมนตรี เนื่องจากศาลรัฐธรรมนูญได้วินิจฉัยว่านายสมัครกระทำการต้องห้ามขัดต่อรัฐธรรมนูญมาตรา 267 เรื่องคุณสมบัติของนายกรัฐมนตรี จากการรับเป็นพิธีกรกิตติมศักดิ์ของรายการ “ชิมไปบ่นไป” และ “ยกโขยง 6 โมงเช้า” โดยนายสมชาย วงศ์สวัสดิ์ ได้รับการคัดเลือกจากสภาผู้แทนราษฎรให้ดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรีต่อจากนายสมัคร แต่หลังจากที่รัฐบาลนายสมชายบริหารประเทศได้เพียงเดือนเศษ ศาลรัฐธรรมนูญได้วินิจฉัยให้ยุบพรรคพลังประชาชน พรรคชาติไทย และพรรคมหาชนไทยไปโดยอันเนื่องมาจากกรณีทุจริตการเลือกตั้งของนายยงยุทธ ติยะไพรัช โดยพรรคพลังประชาชนนั้นให้ตัดสิทธิทางการเมืองหัวหน้าพรรคและกรรมการบริหารพรรค 5 ปี ทำให้นายสมชายต้องพ้นจากตำแหน่งนายกรัฐมนตรีไปโดยปริยาย

ต่อมาในวันที่ 15 ธันวาคม พ.ศ. 2551 มีการประชุมสภาผู้แทนราษฎรเพื่อลงคะแนนเลือกนายกรัฐมนตรีขึ้นมาใหม่แทนนายสมชาย ผลปรากฏว่า นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ หัวหน้าพรรคประชาธิปัตย์ ได้รับเสียงสนับสนุนให้เป็นนายกรัฐมนตรีจัดตั้งรัฐบาลเพื่อบริหารประเทศร่วมกับพรรคร่วมรัฐบาลอีก 4 พรรค

พรรคประชาธิปัตย์ผ่านการเป็นรัฐบาลมาแล้ว 7 สมัย และเป็นฝ่ายค้านมา 11 สมัย จึงทำให้ความทรงจำของประชาชนว่าพรรคประชาธิปัตย์เป็นรัฐบาลลดลงเรื่อย ๆ เพื่อเป็นการสร้างการจดจำของประชาชนทางพรรคจึงได้พยายามแสดงจุดยืนทางการเมือง แยกตัวเองออกจากความขัดแย้งทางการเมืองทั้งที่เป็นปัญหาของประเทศ และเป็นสาเหตุทำให้คนผิดหวังกับการเมืองอย่างมาก ช่วงหลังพรรคประชาธิปัตย์มีการเปลี่ยนไปในลักษณะของการที่มีการต่อสู้แข่งขันด้านความคิด นโยบาย หาทองแก้ไขปัญหามากกว่าเพื่อเป็นสิ่งที่ทำให้ประชาชนมีความคาดหวังต่อพรรคการเมืองและต่อผู้นำการเมืองที่ดีขึ้น (ขวัญข้าว ไ้วจิระศักดิ์, 2552, น. 53)

กระนั้นก็ตาม กลุ่มการเคลื่อนไหวทางการเมืองที่สนับสนุนพันตำรวจโท ทักษิณ ชินวัตร และเป็นกลุ่มผู้ต่อต้านการรัฐประหาร พ.ศ. 2549 หรือแนวร่วมประชาธิปไตยต่อต้านเผด็จการแห่งชาติ หรือ นปช. (กลุ่มเสื้อแดง) ได้ชุมนุมเคลื่อนไหวครั้งใหญ่เพื่อขับไล่รัฐบาลนายอภิสิทธิ์ ในวันที่ 26 มีนาคม พ.ศ. 2552 จนเกิดเหตุการณ์ความไม่สงบในช่วงเดือน เมษายน พ.ศ. 2552 รัฐบาลประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินขึ้นร้ายแรง และยกกำลังทหารปิดล้อมผู้ชุมนุม จนต้องยุติการชุมนุม

เมื่อวันที่ 14 เมษายน พ.ศ. 2552 และแกนนำ 3 คน ได้แก่ นายวีระ มุสิกพงศ์ นายณัฐวุฒิ ใสยเกื้อ และนายแพทย์เหวง โตจิราการ ถูกควบคุมตัว จนกระทั่งรัฐบาลยกเลิกประกาศสถานการณ์ฉุกเฉิน ในอีกหลายวันต่อมา

กระทั่งในวันที่ 12 มีนาคม พ.ศ. 2553 กลุ่มแนวร่วมประชาธิปไตยต่อต้านเผด็จการแห่งชาติ ได้ชุมนุมครั้งใหญ่บริเวณสะพานผ่านฟ้าลีลาศและสี่แยกราชประสงค์ เพื่อเรียกร้องให้นายอภิสิทธิ์ประกาศยุบสภาเพื่อเลือกตั้งใหม่ โดยกล่าวว่านายอภิสิทธิ์เป็นนายกรัฐมนตรีที่ไม่ได้มาจากการเลือกตั้ง รวมทั้งไม่สามารถแก้ไขปัญหาของประเทศไทยได้ โดยในวันที่ 10 เมษายน พ.ศ. 2553 เกิดเหตุการณ์ปะทะกันระหว่างเจ้าหน้าที่ของรัฐกับกลุ่มผู้ชุมนุมบริเวณสะพานผ่านฟ้าลีลาศ ส่งผลให้มีผู้เสียชีวิตและบาดเจ็บจำนวนมาก

นายจาตุรนต์ ฉายแสง อดีตรักษาการหัวหน้าพรรคไทยรักไทย ได้กล่าวในหนังสือ ความจริงวิกฤตประชาธิปไตย 27 ประเด็นที่สังคมไทยต้องการคำตอบว่า ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา ได้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองครั้งใหญ่ทำให้ประเทศไทยไม่เป็นประชาธิปไตยตามแผนบันได้ 4 ขั้นของ คมช. แต่การเมืองไทยก็ไม่ได้อยู่ในจุดสมดุล ลงตัว หากแต่ยังมีความขัดแย้งแตกต่าง หรือ แม้แต่แตกแยกถึงขั้นที่เป็นวิกฤต ซึ่งมีแนวโน้มที่จะรุนแรงยิ่งขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากระบบและกติกาไม่เป็นธรรม และไม่เอื้ออำนวยต่อการแก้ปัญหาความขัดแย้งที่เกิดขึ้น สถานการณ์ที่ทำทายนี้นี้เป็น สถานการณ์ที่ซับซ้อน จำเป็นต้องมีการศึกษาสร้างความรู้ความเข้าใจ เพื่อสังคมไทยจะได้หาทาง ออกจากวิกฤตนี้ร่วมกัน (จาตุรนต์ ฉายแสง, 2552, น. ปกหลัง)

สภาพแวดล้อมทางการเมืองดังที่ได้กล่าวมาแล้วนั้นส่งผลต่อภาพลักษณ์ของนาย อภิสิทธิ์ในแง่มุมมองต่าง ๆ โดยเฉพาะในเรื่องของการทำงานและการตัดสินใจในสถานการณ์ที่ แตกต่างกัน

“ถ้าหากการเมืองมันนิ่ง เขาก็จะสนใจความเป็นผู้นำ การแก้ปัญหา หรือทำให้ ประเทศเจริญก้าวหน้าอย่างไร ทุกวันนี้เขาก็สนใจว่าจะแก้ปัญหาเฉพาะยังงี้ ปัญหาเฉพาะหน้า ทั้งนั้น” (สมลักษณ์ สงสัมพันธ์, สัมภาษณ์, 2 พฤษภาคม 2553)

สถานการณ์มีผลพอสมควร ในเรื่องการวางรูปแบบของรายการ สถานที่การถ่ายทำ เพราะในภาวะอย่างนี้เรื่องความปลอดภัย จะไปลงพื้นที่ก็ไม่ได้ ซึ่งก็เป็นเรื่องที่น่า เสียหาย เป็นการเสียโอกาสของประชาชน เพราะได้เห็นความคืบหน้าของการแก้ปัญหา ถ้านายกฯ สามารถไปได้ทุกที่ มันก็จะเป็นประโยชน์กับประชาชน นำนโยบายไปใช้ ได้แก้ปัญหา ความขัดแย้งทางการเมืองทำให้การผลักดันนโยบายต่าง ๆ ได้ยากขึ้น (วิทเณนทร์ มุตตามระ, สัมภาษณ์, 2 พฤษภาคม 2553)

การตัดสินใจทางการเมืองหลายอย่างมันไม่สามารถทำให้นายกฯ ตัดสินใจได้ด้วยตัวเอง ขณะเดียวกันก็ไม่สามารถทำให้หลุดพ้นภาพที่คุณอภิสิทธิ์เหมือนกับอิงอยู่กับกลุ่มคนที่ทำให้ตัวเองขยับอะไรไปมากกว่านี้ไม่ได้ก็ต้องดำเนินการไปเหมือนทำงานประจำ เพราะฉะนั้นมันจึงไม่โดดเด่น แต่ถ้าเป็นภาวะปกติน่าจะทำอะไรได้มากกว่านี้ แต่ไม่รู้ว่าเป็นสถานการณ์หนึ่ง ๆ จะทำหรือไม่ทำอะไร ตอนนี้มันต้องไปแก้ปัญหาเรื่องม็อบ เรื่องอะไร มันก็บดบังเรื่องอื่น ๆ ทั้งหมด แต่ถ้ามองอีกมุมหนึ่งในเรื่องภาวะผู้นำ จังหวะนี้เป็นจังหวะดีที่สามารถแสดงภาวะผู้นำได้ (นันทนา นันทวรภาส, สัมภาษณ์, 1 เมษายน 2553)

“เวลาผ่านไปไม่กี่เดือน แต่รู้สึกเหมือนเป็นปี เพราะสถานการณ์บ้านเมืองไม่ปกติ การเมืองนอกสภายังเป็นแนวทางที่ถูกใช้ รวมทั้งการใช้สื่อได้ดินเพื่อปลุกระดม หรือการให้การเมืองแบบใส่ร้าย เพื่อสร้างความแตกแยก” (บุรณชัย สมุทร์, สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2553)

สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรี

ในช่วงที่รัฐบาลนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ เข้ามาบริหารประเทศนั้น ภาวะทางเศรษฐกิจของประเทศไทยอยู่ในสภาพที่มีการขยายตัวลดลงอันเนื่องมาจากปัจจัยการเมืองภายในประเทศ และผลกระทบจากความตกต่ำของเศรษฐกิจโลก ไม่ว่าจะเป็นการตกต่ำของตลาดหุ้น การปรับลดลงของการส่งออก การปรับลดลงของราคาสินค้าเกษตร และปัญหาสภาพคล่องของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (เอสเอ็มอี) (ศุภวุฒิ สายเชื้อ, 2551, ย่อหน้า 6)

ทั้งนี้ มีสาเหตุมาจากวิกฤติเศรษฐกิจในต่างประเทศ เช่น การชะลอตัวของภาคอสังหาริมทรัพย์ของประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศที่มีสัดส่วนการพึ่งพาการส่งออกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาสูง ได้แก่ แคนาดา เม็กซิโก และกลุ่มประเทศในเอเชีย นอกจากนี้ ยังเกิดจากอุปทานการผลิตน้ำมันโลกที่ชะงักงัน และความเสี่ยงจากความไม่สมดุลของระบบเศรษฐกิจโลก (Global Imbalances)

นายอภิสิทธิ์ ได้เคยกล่าวต่อนักลงทุนสหรัฐอเมริกาในระหว่างการเดินทางเยือนสหรัฐอเมริกาในช่วงเดือนกันยายน พ.ศ. 2552 ว่า

รัฐบาลเข้ามาบริหารเมื่อต้นปีที่ผ่านมา โดยได้รับสืบทอดทั้งสภาวะเศรษฐกิจถดถอย และสถานการณ์การเมืองที่ซับซ้อน ถือเป็นความท้าทายคู่ (Twin Challenges) อย่างไรก็ตาม ความท้าทายนั้นก็ไม่สามารถขัดขวางหรือทำให้รัฐบาลเปลี่ยนแปลงไป

จากความตั้งใจได้ รัฐบาลจะดำเนินนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจระยะสั้นอย่างเร่งด่วน โดยมีเป้าหมายเพื่อช่วยคนที่อ่อนแอและมาตรการต่าง ๆ เพื่อให้มั่นใจว่า ประชาชนคนไทยจะได้รับประโยชน์มากที่สุด” (“นายกฯ อภิสิทธิ์ โวเศรษฐกิจไทยเริ่มมีสัญญาณเป็นบวก หวังดึงนักลงทุนสหรัฐฯ เข้ามาลงทุนในไทย,” 2552, ย่อหน้าที่ 4)

จากแนวทางดังกล่าว รัฐบาลของนายอภิสิทธิ์ได้ดำเนินการเปิดโครงการ “ประเทศไทยการลงทุนเพื่อไทยเข้มแข็ง ปี 2012” จัดโดยกระทรวงการคลัง โดยมีมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจที่ถือเป็นการลงทุนครั้งประวัติศาสตร์ เพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้กับเศรษฐกิจ เพิ่มความสามารถในการแข่งขันในระดับโลก ด้วยงบประมาณกว่า 45 พันล้านเหรียญสหรัฐ ถือเป็นส่วนร้อยละ 16 ของจีดีพีตลอด 3 ปี โดยเป็นการระดมทุนจากแหล่งทุนภายในประเทศ เพื่อลงทุนในสาขาต่าง ๆ ทั้ง เกษตรกรรม คมนาคม สาธารณสุขและการศึกษา ซึ่งคาดว่าจะสามารถสร้างงานได้กว่า 1.5 ล้านตำแหน่ง

อย่างไรก็ดี การจะอธิบายถึงสภาพแวดล้อมทางการเศรษฐกิจที่มีผลต่อความนิยมทางการเมืองหรือการรับรู้ภาพลักษณ์ของผู้นำประเทศได้นั้น จำเป็นต้องกล่าวถึงฐานะทางเศรษฐกิจของประชาชนในประเทศด้วย สำหรับภาวะความยากจนซึ่งวัดจากจำนวนและสัดส่วนของประชากรที่มีรายได้อยู่ใต้เส้นความยากจน ในปี พ.ศ. 2550 อยู่ที่ 1,443 บาท ต่อคนต่อเดือน มีสัดส่วนคนจนด้านรายได้ทั่วประเทศร้อยละ 10.54 จำนวน 6.7 ล้านคน คนกลุ่มที่รวยที่สุดมีรายได้มากกว่ากลุ่มคนที่จนที่สุดสูงถึง 14.66 เท่า ในปี พ.ศ. 2549 ซึ่งมากกว่าปี พ.ศ. 2531 (11.88 เท่า) ส่วนในปี พ.ศ. 2550 สัดส่วนดังกล่าวลดลงเป็น 12.81 เท่า

เมื่อพิจารณาทางด้านรายจ่ายพบว่า มีสัดส่วนคนจนด้านรายจ่ายทั่วประเทศในปี พ.ศ. 2550 อยู่ร้อยละ 8.48 จำนวน 5.4 ล้านคน ลดลงจากร้อยละ 42.21 (จำนวน 22.1 ล้านคน) ในปี พ.ศ. 2531 คนกลุ่มที่รวยที่สุดมีรายจ่ายมากกว่าคนกลุ่มที่จนที่สุด 7.07 เท่าในปี พ.ศ. 2550 นับว่าลดลงจากปี พ.ศ. 2531 (8.33 เท่า) สัดส่วนรายจ่ายระหว่างกลุ่มที่รวยที่สุดและกลุ่มที่จนที่สุดไม่ได้มีความต่างกันมากนักในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีสัดส่วนคนจนด้านรายได้มากที่สุดมาโดยตลอดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2531 เป็นต้นมา รองลงมาคือ ภาคเหนือ โดยในปี พ.ศ. 2550 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีสัดส่วนคนจนอยู่ร้อยละ 18.05 (3,914,420 คน) ขณะที่กรุงเทพมหานครมีสัดส่วนคนจนน้อยที่สุด (ร้อยละ 1.47 หรือ 82,940 คน) ภาคใต้และภาคกลางมีภาวะความยากจนที่น้อยกว่าภาคอื่น ๆ

หากพิจารณาภาวะความยากจนด้านรายจ่ายเป็นรายภาคจะพบว่า ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีสัดส่วนคนจนมากที่สุดมาโดยตลอดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2531 เป็นต้นมา รองลงมาคือ ภาคเหนือ และในปี พ.ศ. 2550 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีสัดส่วนคนจนอยู่ร้อยละ 13.05 (2,830,300 คน)

กรุงเทพมหานครมีสัดส่วนคนจนน้อยที่สุด (ร้อยละ 1.14 หรือ 64,400 คน) ภาคใต้และภาคกลางมีภาวะความยากจนที่น้อยกว่าภาคอื่น ๆ จะเห็นได้ว่าภาวะความยากจนรายภาคไม่ว่าจะพิจารณาด้านรายได้และรายจ่ายจะมีลักษณะภาวะความยากจนที่สอดคล้องกัน (ดวงมณี เลาวกุล, เชื้อมพร พิชัยสนธิ์, และ ปัทมาวดี ชูชุกิ, 2552, น. 146)

สำนักงานสถิติแห่งชาติได้สำรวจความต้องการของประชาชนเกี่ยวกับความต้องการจากรัฐบาล ในปี 2553 ได้ระบุว่า ของขวัญปีใหม่สำหรับประชาชนโดยรวมทั่วประเทศต้องการให้รัฐบาลดำเนินการในปี 2553 มากที่สุด 3 อันดับแรก คือ เรื่องปัญหาหนี้สินของประชาชน ร้อยละ 38.0 รองลงมาเรื่องปัญหาความยากจน ร้อยละ 32.3 เรื่องปัญหาราคาสินค้าอุปโภค/บริโภคและให้มีมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค ร้อยละ 32.2 เมื่อพิจารณาระดับภาค พบว่า ภาคตะวันออกเฉียงเหนือต้องการให้รัฐบาลดำเนินการเรื่องปัญหาหนี้สินของประชาชนมากที่สุด ร้อยละ 46.7 ขณะที่ภาคเหนือและภาคใต้ ต้องการให้ดำเนินการเรื่องประกันราคาผลผลิตการเกษตร ร้อยละ 41.9 และร้อยละ 34.6 ส่วนกรุงเทพมหานคร ให้ดำเนินการเรื่องปัญหาความยากจน ร้อยละ 39.4 และภาคกลาง เรื่องการแก้ปัญหาราคาสินค้าอุปโภค/บริโภคและให้มีมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค ร้อยละ 37.1 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2553, ย่อหน้า 2) ทั้งหมดนี้แสดงให้เห็นว่า เรื่องเศรษฐกิจปากท้องเป็นสิ่งสำคัญของประชาชน

จากการวิเคราะห์สถานการณ์นายอภิสิทธิ์ในฐานะผู้ส่งสารทางการเมืองนั้นจะพบว่า นายอภิสิทธิ์เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในด้านเศรษฐศาสตร์ ดังนั้น หากนายอภิสิทธิ์ใช้สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่กำลังประสบปัญหาอยู่เป็นโอกาสในการแสดงฝีมือในการบริหารงาน โดยอาจเลือกคนหรือจัดทีมเศรษฐกิจของรัฐบาลที่มีประสิทธิภาพเข้ามาดำเนินการแก้ไขปัญหาที่เน้นประชาชนในระดับรากหญ้าก็จะช่วยให้ภาพลักษณ์นายกรัฐมนตรีได้รับการยอมรับมากขึ้น

สภาพแวดล้อมทางสังคมที่มีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรี

ภาวะความยากจนซึ่งเป็นปัญหาเศรษฐกิจอย่างหนึ่งนั้น ส่งผลให้เกิดปัญหาอื่น ๆ ตามมาอีกมากมายโดยเฉพาะปัญหาสังคม เช่น การย้ายถิ่นฐานไปทำงานในเมือง ความอบอวนในครอบครัวหายไป ปัญหายาเสพติด และปัญหาเด็กแว้น ซึ่งจะกระทบต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนเหล่านั้น

คำว่า “คุณภาพชีวิต” ไม่ได้หมายความว่าถึงรายได้เพียงอย่างเดียว แต่หมายถึงเรื่องการศึกษา สาธารณสุข สภาพแวดล้อม สังคมมีความสุข อากาศธรรมชาติดี ความรุนแรงใน

ครอบครัวน้อย มนุษย์มีความสุข ความสุขไม่ได้มาจากเงินเพียงอย่างเดียว รายได้สูงก็อาจมีหนี้สินมาก ความหมายจะกว้างกว่าการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ (วิทยากร เชียงกูล, 2548, น. 169) ปัญหาใหญ่เรื่องเศรษฐกิจของไทยคือ การกระจายทรัพย์สินรายได้ไม่เป็นธรรม แม้ว่าบางช่วงเศรษฐกิจจะเติบโตก็ตาม แต่การกระจายรายได้ไม่ทั่วถึง ช่องว่างความแตกต่างมากขึ้น ประชาชนมีหนี้สินมากขึ้น

จากสภาพของการกระจายรายได้ที่ไม่เท่าเทียมกันประกอบกับการแสวงหาผลประโยชน์ของนักการเมืองและผู้มีอำนาจได้กลายเป็นชนวนเหตุให้เกิดปัญหาความขัดแย้งในสังคมครั้งที่รุนแรงที่สุดในประวัติศาสตร์ไทย โดยตั้งแต่เดือนกันยายน พ.ศ. 2548 คนชั้นกลางในเมืองและชนชั้นนำเดิมได้รวมตัวขึ้นภายใต้การนำของนายสนธิ ลิ้มทองกุล เพื่อต่อต้านรัฐบาลพันตำรวจโท ทักษิณ ชินวัตร เรียกว่าจนกระทั่งรัฐบาลนายสมัคร สุนทรเวช และนายสมชาย วงศ์สวัสดิ์ ในช่วงดังกล่าวมีการยึดพื้นที่ทำเนียบรัฐบาล ทำอากาศยานสุวรรณภูมิ และทำอากาศยานดอนเมือง โดยกลุ่มพันธมิตรประชาชนเพื่อประชาธิปไตยส่งผลให้เกิดความวุ่นวายและความสูญเสียทางเศรษฐกิจอย่างมากมายมหาศาล

ต่อมาเมื่อนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ขึ้นเป็นนายกรัฐมนตรี ในช่วงเวลานี้ก็มีเหตุการณ์จลาจลเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยกลุ่มแนวร่วมประชาธิปไตยต่อต้านเผด็จการแห่งชาติได้เข้าบุกทำลายรถของนายอภิสิทธิ์ในกระทรวงมหาดไทย รวมทั้งบุกเข้าไปในสถานที่จัดการประชุมสุดยอดผู้นำเอเชียตะวันออก ครั้งที่ 4 ซึ่งจัดขึ้น ณ เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ตลอดจนก่อเหตุความไม่สงบในช่วงเดือนเมษายน พ.ศ. 2552 และพ.ศ. 2553 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

สภาพดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงการแบ่งฝักแบ่งฝ่ายอย่างไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน สถานการณ์ความขัดแย้งในสังคมไทย ก่อให้เกิดความแตกแยกทางความคิดและมีแนวโน้มว่ารอยปริร้าวนี้กำลังฝังรากลึกลงไปอย่างต่อเนื่องในหมู่ประชาชนคนไทยเดินดินที่ไม่ได้เป็นแกนนำของแต่ละฝ่าย ด้วยการด่าว่ากันตามที่สาธารณะ ด้วยการโน้มน้าวชักจูงให้เลื่อมล้ำ (Polarization) ซึ่งจะเป็นจุดเริ่มต้นของลัทธิสุดโต่ง (Extremism) ในสังคม และด้วยการสร้างภาพความเป็นศัตรูเพื่อลดทอนความเป็นมนุษย์ (Dehumanization) ของอีกฝ่าย (เมธัส อนุวัตรอุดม, 2552, ย่อหน้าที่ 1)

ในขณะที่ความขัดแย้งดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง โอกาสที่จะผู้คนในสังคมจะเลื่อมล้ำ แบ่งขั้วแยกตัวออกจากกันและกันก็มีมากขึ้น ลดโอกาสที่จะสื่อสารทำความเข้าใจ ตอกย้าอคติและภาพลบของกันและกัน และก่อเกิดวงจรของความรุนแรง การเรียกร้องให้ผู้คนแบ่งพวกเลื่อมล้ำนั้น เป็นสิ่งที่ทำได้ไม่ยาก เพราะฝูงชนที่มีอารมณ์ร่วมอันเกิดจากการปลุกเร้าและสร้างความเกลียดชังฝ่ายตรงข้ามภายใต้สถานการณ์ความขัดแย้งที่ตึงเครียดอาจจะถูกชักนำได้ง่าย มือตบ และตีนตบกลายเป็นสัญลักษณ์ของการเลื่อมล้ำที่ชัดเจน นวัตกรรมตีนตบที่ถูกสร้างขึ้นมาตอบโต้มือตบมีนัยที่เป็นเครื่องมือหนึ่งในการตอกย้ำภาพของความเป็นคู่ตรงข้าม

มีปัญหาจนถึงนำหวั่นวิตกและนำหวาดผวว่า มันจะกลายเป็นประเทศที่แบ่งเป็นภาค ๆ ภาคเหนือ ภาคอีสาน ภาคตะวันออก ภาคกลาง ภาคใต้ ไม่มีเอกภาพ ความสามัคคีของความเป็นชาติ อันนี้น่ากลัว บังเอิญคุณอภิสิทธิ์เข้ามาในสภาวะความปั่นป่วนทางการเมือง บนสภาวะความเปราะบางของความรู้สึกของสังคมที่มันปริแยก จนถึงขั้นแตกแยก และอยู่ในช่วงที่ความเปราะบางของเศรษฐกิจโลกพอดีที่จะต้องฟื้นฟู พุดภาษาชาวบ้านก็คือว่า นายกษ อภิสิทธิ์และคณะเดินเข้ามาสู่ปัญหาของสารพัดที่จะต้องเข้าไปดับไฟตรงนั้น ไปทำตรงนี้ อะไรต่าง ๆ โดยที่ไม่ได้คิดว่าจะมาทำอย่างไร เพื่อสร้างความเข้าใจแก่ประชาชน (ไชยา ยัมวิไล, สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2553)

หลังจากเกิดเหตุการณ์ปะทะกันของเจ้าหน้าที่และผู้ชุมนุมกลุ่มเสื้อแดง เมื่อวันที่ 10 เมษายน พ.ศ. 2553 มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิตโดยสวนดุสิตโพลได้สำรวจความคิดเห็นของประชาชนพบว่า มีผลต่อความรู้สึกของประชาชน โดยประชาชนร้อยละ 74.12 รู้สึกเบื่อหน่ายการเมืองไทย ไม่รู้จะหันหน้าไปพึ่ง หรือเชื่อใครได้บ้าง ร้อยละ 54.18 ประชาชนมีความเครียดเพิ่มมากขึ้น ไม่รู้ว่าการเมืองไทยจะดำเนินไปในทิศทางใด ประชาชน ร้อยละ 40.37 เน้นทั้งสองฝ่ายแก้ไขปัญหาความขัดแย้งและเร่งสร้างความสมานฉันท์ให้เกิดขึ้นโดยเร็ว ร้อยละ 15.23 เ่งฟื้นฟูเศรษฐกิจเพื่อเรียกความเชื่อมั่นจากนักลงทุนให้กลับมาลงทุนในประเทศเหมือนเดิม และวิธีการแก้เครียดของประชาชน ร้อยละ 27.36 พบว่า ประชาชนจะหยุดติดตามข่าวการเมืองสักระยะ และร้อยละ 10.40 คิดจะหันหน้าเข้าหาธรรมะ ไปปฏิบัติธรรม ทำบุญ (สวนดุสิตโพล, 2553, ย่อหน้า 2)

โดยสรุปแล้ว จากการดำเนินงานด้านการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรีที่กล่าวมาทั้งหมด เพื่อให้ให้นายอภิสิทธิ์เป็นที่ยอมรับของประชาชน รวมทั้งช่วยเพิ่มความนิยมของพรรคประชาธิปัตย์ด้วยนั้นจะพบว่า มีการใช้แนวคิด วิธีการ และเครื่องมือต่าง ๆ ที่หลากหลาย ภายใต้สภาพแวดล้อมทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมที่มีข้อจำกัดพอสมควร แต่ปัจจัยในตัวผู้ส่งสารได้แก่ ตัวนายอภิสิทธิ์และทีมงานประชาสัมพันธ์ รวมทั้งปัจจัยในด้านเนื้อหาสาระที่จะถ่ายทอดให้ประชาชนได้รับรู้ น่าจะเป็นอุปสรรคที่สำคัญที่สุดของกระบวนการสื่อสารของรัฐบาล ซึ่งหากสามารถแก้ไขในจุดบกพร่องนี้ได้ก็อาจจะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของนายอภิสิทธิ์ในสายตาประชาชนให้ดีขึ้นได้

นอกจากนี้ จะเห็นได้ว่าไม่ใช่เพียงแคปัจจัยเกี่ยวกับผู้ส่งสาร สารสนเทศของการสื่อสาร ช่องทางการสื่อสาร และผู้เปิดรับสื่อเท่านั้น ที่จะทำให้การสื่อสารเกิดประสิทธิภาพ แต่สภาพแวดล้อมทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ก็ล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรี ภายใต้กรอบแนวคิดการสื่อสารทางการเมือง (Political Communication) แทบทั้งสิ้น ซึ่งผลการศึกษาทั้งหมดนี้ผู้ศึกษาจะได้สังเคราะห์ทฤษฎีเชื่อมโยงกับปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น โดยนำเสนอไว้ในบทที่ 5