



## ทัศนคติของนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิตที่มีต่อภาพลักษณ์ของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา

### Attitudes of Rangsit University's Students towards the Image of General Prayut Chan-O-Cha

#### กนกวรรณ หมั่นแก้ว<sup>1</sup> และวีระ สมบูรณ์<sup>2</sup>

<sup>1</sup> หลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต, kanokwan.m56@rsu.ac.th

<sup>2</sup> คณบดีสถาบันรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต, vira.s@rsu.ac.th

#### บทคัดย่อ

การศึกษาทัศนคติของนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิตที่มีต่อภาพลักษณ์ของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ทัศนคติของนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิตที่มีต่อภาพลักษณ์ของพลเอกประยุทธ์ฯ (2) เปรียบเทียบทัศนคติของนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิตที่มีต่อภาพลักษณ์ของพลเอกประยุทธ์ฯ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และช่องทางการรับรู้ข่าวสารทางการเมือง โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต ระดับปริญญาตรี จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

ผลการวิจัยพบว่า ทัศนคติของนักศึกษาในระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยรังสิตโดยภาพรวมส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีผลการเปรียบเทียบทัศนคติของนักศึกษาที่มีต่อภาพลักษณ์ของพลเอกประยุทธ์ฯ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและช่องทางการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองมีกรณีสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ 3 ตัวแปร ดังนี้

1. ระดับชั้นปีการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีชั้นปีการศึกษาแตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อภาพลักษณ์ของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบว่า กลุ่มนักศึกษาชั้นปีที่ 1 และ 2 มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของพลเอกประยุทธ์ฯ แตกต่างจากนักศึกษาชั้นปีที่ 3 และ 4

2. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยแตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อภาพลักษณ์ของพลเอกประยุทธ์ฯ ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบว่า นักศึกษาที่มีรายได้ตั้งแต่ 5,001 – 10,000 บาท มีทัศนคติด้านภาวะผู้นำแตกต่างจากกลุ่มอื่น

3. การรับข้อมูลผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อสิ่งพิมพ์แตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อภาพลักษณ์ของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ภาพลักษณ์, ผู้นำทางการเมือง, ทัศนคติ

#### ABSTRACT

The objectives of this research were (1) to study the attitudes of Rangsit University students towards the image of General Prayut Chan-o-cha, (2) to compare the attitudes of Rangsit University students towards the image of General Prayut Chan-o-cha, and (3) to compare the attitudes of Rangsit University students towards the image of



General Prayut Chan-o-cha, classified by political news channels. In this research, the sample of 400 undergraduate students in Rangsit University was used. The research instrument was a questionnaire. Data collected were then analyzed using statistics, including frequency, percentage, mean, standard deviation, t-statistic and One-way ANOVA with a statistical significance level of 0.05 through SPSS.

The results of this research indicated that the attitudes of Rangsit University students towards the image of General Prayut Chan-o-cha was at a medium level. The results of comparing attitudes of Rangsit University students towards the image of General Prayut Chan-o-cha, classified by personal factors and information channels were consistent with the set hypotheses as follows:

1. The respondents with different university year had different attitudes towards the overall image of General Prayut Chan-o-cha with a statistical significance level of 0.05. There were the significant differences in attitudes towards the overall image of General Prayut Chan-o-cha between first-year student respondents and second-year student respondents from third-year student respondents and fourth-year student respondents.

2. The respondents with different average monthly income had different attitudes towards the overall image of General Prayut Chan-o-cha with a statistical significance level of 0.05. Respondents with monthly income between 5,001-10,000 baht had significantly different attitudes towards the leadership image of General Prayut Chan-o-cha from those with monthly income between 10,001 – 15,000 baht and those with at least 15,001 baht.

3. The respondents with different information exposure via printed media had different attitudes towards the overall image of General Prayut Chan-o-cha with a statistical significance level of 0.05.

**Keywords:** Image, Political Leader, Attitude

## 1. บทนำ

ประเทศไทยมีระบอบการเมืองการปกครองในระบบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข ซึ่งจะเห็นได้ว่า ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันผู้นำทางการเมืองของประเทศจะมีรูปแบบการขึ้นสู่ตำแหน่งผู้นำทางการเมืองอยู่ 2 วิธีด้วยกัน คือ (1) ผู้นำทางการเมืองที่มาจากการเลือกตั้ง เช่น นายชวช หลีกภัย นายบรรหาร ศิลปะอาชา พันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร และนางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร และ (2) ผู้นำทางการเมืองที่มาจากแต่งตั้งจากรัฐประหาร หรือการปฏิวัติ ความไม่แน่นอนผันผวนของที่มาของผู้นำทางการเมืองดังกล่าวทำให้ระบบประชาธิปไตยของประเทศไทยยังคงล้มลุกคลุกคลานมาจนปัจจุบัน และในทุกครั้งที่เกิดเหตุการณ์รัฐประหารก็สะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพของการเมืองไทยเป็นอย่างมาก นับจนถึงปัจจุบันรวมแล้ว 13 ครั้ง (มูลนิธิเสฐียร โกเศศ-นาคะประทีป, <https://www.snf.or.th/2019/2018/12/28/coup-detat-thai/>, พฤษภาคม 2563)

ในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2557 ประเทศไทยเกิดวิกฤตการณ์การเมืองเนื่องมาจากการคัดค้านร่างพระราชบัญญัติ นิรโทษกรรมฯ และก้าวจัตติพิผลทางการเมืองของนายทักษิณ ชินวัตร ผลจากเหตุการณ์ดังกล่าวที่ประชาชนเกิดความขัดแย้งที่ยืดเยื้อเป็นเวลานานทำให้เศรษฐกิจชะลอตัว คณะรักษาความสงบแห่งชาติ (ค.ส.ช.) ซึ่งนำโดยพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา เป็นหัวหน้าคณะจึงได้ประกาศโค่นล้มรัฐบาลรักษาการของนายนิวัฒน์ธำรง บุญทรงไพศาล ตามประกาศ



คณะรักษาความสงบแห่งชาติ ฉบับที่ 1/2557 เรื่อง การควบคุมอำนาจการปกครองประเทศ และประกาศให้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 สิ้นสุดลง คณะรัฐมนตรีรักษาการหมดอำนาจ ตลอดจนให้ยุบวุฒิสภา

ทั้งนี้ ได้มีกระแสข่าวสนับสนุนให้พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา เป็นนายกรัฐมนตรีคนกลาง และเสียงสนับสนุนจากกลุ่มแกนนำคณะกรรมการประชาชนเพื่อการเปลี่ยนแปลงปฏิรูปประเทศไทยให้เป็นประชาธิปไตยที่สมบูรณ์แบบอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข (กปปส.) นอกจากนี้ นิต้าโพล ได้เปิดเผยผลสำรวจความคิดเห็นของประชาชน เรื่อง “คสช. ควรเสนอชื่อใครเป็น นายกรัฐมนตรี” (สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิต้า), <http://nidapoll.nida.ac.th/index.php?op=polls-detail&id=242>, มกราคม 2562) ทำการสำรวจระหว่างวันที่ 20 - 21 มิถุนายน 2557 จากประชาชนทั่วประเทศ จำนวน 1,259 หน่วยตัวอย่าง พบว่า ร้อยละ 41.30 ระบุว่า คสช. ควรเสนอ พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา 2. ร้อยละ 8.50 นายอานันท์ ปันยารชุน 3. ร้อยละ 2.38 ดร.สุรินทร์ พิศสุวรรณ 4. ร้อยละ 1.43 ม.ร.ว.ปรีดิยาธร เทวกุล 5. ร้อยละ 1.19 ดร.สมคิด จาตุศรีพิทักษ์ 6. ร้อยละ 5.24 ระบุว่า ควรเสนอบุคคลอื่น ๆ 7. ร้อยละ 3.10 ระบุว่า เป็นใครก็ได้ ที่มีความซื่อสัตย์ สุจริต และสามารถแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ของประเทศชาติได้ และความมาจากการเลือกตั้ง 8. ร้อยละ 10.33 ระบุว่า ไม่มีใครเหมาะสม 9. ขณะที่ร้อยละ 26.53 ไม่ระบุว่าไม่แน่ใจ

บริบทของประเทศไทยในขณะนั้นจำเป็นต้องมีผู้นำที่มีคุณธรรมเพื่อนำพาประเทศออกจากสภาวะวิกฤตการณ์ทางการเมืองและเศรษฐกิจ การดำรงอยู่ของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ในระยะเวลาเกือบ 5 ปี (2557 - 2561) มีทั้งผู้ที่ชื่นชอบและไม่ชื่นชอบกับผลงานการบริหารประเทศ เนื่องจากประชาชนมองว่าเป็นการบริหารประเทศในรูปแบบเผด็จการทหาร โดยใช้อำนาจในตำแหน่งหัวหน้าคณะ คสช. ควบคุมกำกับบทบาทในตำแหน่งนายกรัฐมนตรี ประกอบกับบุคลิกภาพและอุปนิสัยของพลเอกประยุทธ์ จันทร์ โอชา คนส่วนใหญ่มองว่าดูไม่ค่อยเป็นมิตรนัก จึงมีการเรียกร้องให้รัฐบาลจัดการเลือกตั้งโดยเร็วที่สุด แต่แล้วเมื่อวันที่ 24 มีนาคม 2562 รัฐบาลพลเอกประยุทธ์ฯ ได้จัดให้มีการเลือกตั้งตาม Road map ซึ่งผลคะแนนเป็นมติเอกฉันท์ โดยพรรคที่ได้คะแนนสูงสุดคือ พรรคพลังประชารัฐ

พรรคพลังประชารัฐได้ร่วมหารือกับพรรคอื่น ๆ เพื่อจัดตั้งรัฐบาลผสม และสนับสนุนพลเอกประยุทธ์ฯ ขึ้นเป็นนายกรัฐมนตรีต่ออีก 1 สมัย เป็นนายกรัฐมนตรีคนที่ 29 ของไทยแสดงให้เห็นว่า พลเอกประยุทธ์ฯ ยังคงเป็นผู้มีบทบาททางการเมืองต่อไปในระบอบประชาธิปไตย ผู้วิจัยจึงต้องการที่จะศึกษาภาพลักษณ์ในด้านคุณธรรมจริยธรรมด้านผลงาน และด้านความเป็นผู้นำของพลเอกประยุทธ์ฯ ในตลอดระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา ซึ่งมีบริบทการเป็นผู้นำทางการเมืองทั้งในรูปแบบการแต่งตั้งและมาจากการเลือกตั้งว่า มีภาพลักษณ์เด่นในด้านใดบ้างในช่วงปี พ.ศ. 2557 - พ.ศ. 2561 โดยต้องการศึกษาทัศนคติในมุมมองของนักศึกษาในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยรังสิต ว่ามีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของพลเอกประยุทธ์ จันทร์ โอชาอย่างไรบ้าง และนักศึกษามีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อใดเป็นหลัก

## 2. แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### แนวคิดเกี่ยวกับภาวะผู้นำ

กิติ ตย์คานนท์ (2532) ได้อธิบายถึง “ผู้นำ” คือ บุคคลซึ่งถูกแต่งตั้งหรือได้รับการเชิดชูเป็นหัวหน้าเป็นผู้ตัดสินใจด้วยสาเหตุเนื่องจากเป็นคนที่มีความรู้ สามารถปกครองผู้ติดตามหรือกลุ่มคนไปในทิศทางเดียวกันกับตน โดยได้รับความไว้วางใจอย่างเต็มที่ อีกทั้งยังได้รับความเคารพนับถือความร่วมมือและความมั่นใจจากผู้ใต้บังคับบัญชาเหล่านั้น



เมื่อจัดประเภทของนำตามทฤษฎีของ Max Weber นั้น ผู้นำถูกแบ่งเป็น 3 ประเภท ดังนี้ (อ้างถึงใน วิสุทธิ์ โภธิแทน, 2548, น. 8 – 10) 1. ผู้นำตามกฎหมายและเหตุผล (Legal-rational Rulers) 2. ผู้นำตามจารีตประเพณี (Traditional Rulers) 3. ผู้นำบุญบารมี (Charismatic Leaders)

#### แนวคิดเกี่ยวกับคุณธรรมของนักการเมือง

ธีรภัทร์ เสรีรังสรรค์ (2549, น. 15) กล่าวว่า เมื่อนักการเมืองเกี่ยวข้องกับภารกิจที่สำคัญของประเทศ ได้แก่ การใช้อำนาจรัฐหรือการใช้อำนาจทางการเมืองซึ่งมีผลกระทบในขอบเขตที่กว้างและลึก เกี่ยวข้องโดยตรงต่อเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองของประเทศ ดังนั้น การเข้าสู่ตำแหน่งและการดำรงตำแหน่งทางการเมือง จึงมักต้องได้รับความไว้วางใจอย่างมากจากประชาชน และถูกมองจากประชาชนในลักษณะที่เข้มงวดเป็นพิเศษมากกว่าบุคคลทั่วไป โดยเฉพาะการนำมาตราฐานทางด้านศีลธรรม จริยธรรมเป็นเครื่องมือในการควบคุมตรวจสอบตัดสินใจ และการกระทำของนักการเมืองในฐานะบุคคลสาธารณะ

นอกจากนี้ นักการเมืองควรมีบทบาทในการเสริมสร้างธรรมาภิบาลให้กับระบบการเมืองโดยยึดถือประโยชน์สูงสุดของประชาชนเป็นที่ตั้ง รวมถึงป้องกันและลดปัญหาการทุจริตคอร์รัปชันให้ลดน้อยลงหรือหมดไป

หลักธรรมาภิบาล (Good Governance) อานันท์ ปันยารชุน (2541, หน้า 16) กล่าวว่า องค์ประกอบของธรรมาภิบาลประกอบด้วยหลักความรับผิดชอบและให้เหตุผลที่สามารถอธิบายได้ การมีส่วนร่วมของประชาชน ความโปร่งใสตรวจสอบได้ การมีกฎหมายที่ยุติธรรม หลักคุณธรรม และหลักความคุ้มค่า โดยต้องมีความเชื่อมโยงกันระหว่างองค์ประกอบดังกล่าว

1. หลักนิติธรรม เป็นการตรากฎหมายและกฎข้อบังคับให้ทันสมัยและเป็นธรรม
2. หลักคุณธรรม เป็นการยึดมั่นในความถูกต้องดีงาม

3. หลักความโปร่งใส เป็นการสร้างความไว้วางใจซึ่งกันและกันของคนในสังคมโดยปรับปรุงกลไกการทำงานขององค์กรทุกวงการให้มีความโปร่งใส มีการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์อย่างตรงไปตรงมาด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย ประชาชนเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้สะดวกและมีกระบวนการให้ประชาชนตรวจสอบความถูกต้อง

4. หลักความมีส่วนร่วม เป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมรับรู้และเสนอความเห็นในการตัดสินใจปัญหาสำคัญของประเทศ ไม่ว่าจะด้วยการแสดงความเห็น ประชาพิจารณ์ การแสดงประชามติ

5. หลักความรับผิดชอบ เป็นการตระหนักในสิทธิหน้าที่ ความสำนึกในความรับผิดชอบต่อสังคม การใส่ใจปัญหาสาธารณะของบ้านเมือง และกระตือรือร้นในการแก้ปัญหาตลอดจนการเคารพในความคิดเห็นที่แตกต่าง และความกล้าที่จะยอมรับผลการกระทำของตน

6. หลักความคุ้มค่า เป็นการบริหารจัดการและใช้ทรัพยากรที่มีจำกัดเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ส่วนรวม

#### แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมทางการเมือง

Gabriel Almond และ Sidney Verba เสนอว่า วัฒนธรรมการเมืองเป็นรากฐานสำคัญในการอธิบายถึงพัฒนาทางการเมืองในทุก ๆ ระบบ เนื่องจากวัฒนธรรมทางการเมืองเป็นส่วนประกอบของระบบกฎหมาย ระบบการเมืองของรัฐ การเสริมสร้างวัฒนธรรมทางการเมืองที่มีประสิทธิภาพ มีความสอดคล้องกับเป้าหมายหรืออุดมการณ์ทางการเมืองของสังคมนั้น ๆ จะส่งผลต่อพัฒนาทางการเมือง เช่น หากประชาชนในสังคมนั้น มีวัฒนธรรมทางการเมืองที่สอดคล้องกับเป้าหมายของอุดมการณ์ทางการเมืองแบบประชาธิปไตย จะส่งผลให้วัฒนธรรมการเมืองดังกล่าวเป็นวัฒนธรรมทางการเมืองแบบประชาธิปไตย การที่สังคมจะมีวัฒนธรรมทางการเมืองเป็นแบบใดนั้น



ขึ้นอยู่กับปัจจัยที่เป็นเหตุส่งเสริมให้เกิดวัฒนธรรมทางการเมืองซึ่งแยกออกเป็น 2 ประการ คือ (1) ปัจจัยทางจิตวิทยา และ (2) ปัจจัยที่เกี่ยวกับการอบรม ถ่อมเกลตาทางการเมืองในระดับต่าง ๆ ของสังคม (Almond และ Verba, 1965, อ้างถึงในสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร สำนักวิชาการ, 2559, น. 3)

### แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์

โดยทั่วไปแล้ว ภาพลักษณ์ของบุคคล คือ ความรู้สึกนึกคิดที่จะเกิดขึ้นได้จากผลของการกระทำของบุคคล นั้นร่วมกับความเชื่อถือและศรัทธาของประชาชน และการรับรู้ต่อสิ่งต่าง ๆ ที่แวดล้อมรอบคนจากประสาทสัมผัส ทั้ง 5 คือ การได้เห็น (Seeing) การได้ยิน (Hearing) การลิ้มรส (Taste) การดมกลิ่น (Smell) และการสัมผัส (Touch) ดังนั้น ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นในใจของแต่ละคนจึงต่างกัน หรือแม้ว่าการได้สัมผัสในลักษณะเดียวกันก็สามารถก่อให้เกิด ภาพลักษณ์ที่แตกต่างกันได้ในแต่ละปัจเจกบุคคล นอกจากนี้ การสร้างภาพลักษณ์ชัดเจนไม่สามารถปลูกฝังในจิตใจ ได้ในทันที หรือจากการเผยแพร่ผ่านสื่อเพียงไม่กี่ครั้ง แต่ขึ้นอยู่กับประสบการณ์หรือความถี่ของข้อมูลข่าวสาร ที่สาธารณชนได้รับ ภาพลักษณ์ที่จะจำติดตานั้นจะต้องสื่อสารไปในทุกช่องทางเท่าที่จะทำได้และกระทำอย่างต่อเนื่อง (Kotler, 1996 อ้างถึงในสุทธิลักษณ์ หวังสันติธรรม, 2548, น. 189)

นอกจากนี้ ภาพลักษณ์ยังรวมถึงพรรคการเมืองที่บุคคลนั้นสังกัด เพราะเป็นองค์กรของกลุ่มบุคคลที่รวมตัวกัน โดยมีความพยายามร่วมกันเพื่อส่งเสริมผลประโยชน์ภายใต้หลักการเฉพาะบางประการ โดยทำหน้าที่เป็นสื่อกลาง สำคัญสำหรับการปกครองในระบอบประชาธิปไตย ระหว่างรัฐบาลและประชาชนให้มีความเชื่อมโยงกัน โดยพรรคการเมือง จะเป็นผู้ที่ให้การศึกษา คำแนะนำ กระตุ้นผู้ออกเสียงเลือกตั้ง และจะติดต่อกับผู้ที่ไม่สนใจการเมือง พร้อมทั้งพยายาม ชี้นำบุคคลเหล่านี้ให้มีความตระหนักและยอมรับในนโยบายต่าง ๆ ของพรรคโดยผ่านทางสื่อสารมวลชนและสมาชิก พรรคในท้องถิ่นโดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงเวลาของการเลือกตั้งด้วยวิธีการต่าง ๆ เพื่อให้พรรคได้รับคะแนนเสียงมากขึ้น ดังนั้น ภาพลักษณ์ของพรรคการเมืองจึงสะท้อนอยู่บนสมาชิกของพรรคการเมืองนั้น ๆ ด้วยซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิดของจุฑาทิพย์ ชยางกูร (2541) ซึ่งพบว่า ภาพลักษณ์ของนักการเมืองมีผลต่อการตัดสินใจลงคะแนนเสียง และผู้ลงคะแนนเสียงมีความเห็นว่า ภาพลักษณ์ของนักการเมืองสำคัญกว่านโยบายที่ใช้ในการหาเสียง เพราะเหตุนี้ภาพลักษณ์ของนักการเมืองจึงมีความสำคัญในการสร้างความไว้วางใจและสามารถสร้างแรงบันดาลใจจากประชาชน

### แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง

การสื่อสาร เป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดความคิด ความรู้สึก ค่านิยม ความเชื่อของคนในสังคมจากคนหนึ่ง ต่อคนหนึ่งหรือจากฝ่ายหนึ่งไปยังอีกฝ่ายหนึ่ง หรือเรียกได้ว่าเป็นกระบวนการสร้างโดยใช้ช่องทางการสื่อสาร หรือเลือกนำเสนอข้อมูลข่าวสาร เพื่อเผยแพร่สู่สาธารณชนซึ่งหน้าที่พื้นฐานของระบบการเมืองเพื่อการดำรงไว้ ซึ่งโครงสร้างหรือเพื่อเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมการเมือง

ทั้งนี้ การสื่อสารมีหลายรูปแบบไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารในตัวบุคคล การสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสาร เฉพาะกลุ่ม และการสื่อสารมวลชนซึ่งคือใช้สื่อมวลชน เช่น สิ่งพิมพ์ วิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง และภาพยนตร์ ในส่วนของการสื่อสารทางการเมืองนั้น เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารกับการเมืองอาจอาศัยแนวทางการศึกษาได้หลายวิธี เช่น ในเรื่องของระบบ ภาษา สัญลักษณ์ หน้าที่ องค์กร และสภาพแวดล้อม โดยเป็นแนวทางการศึกษาที่ถูกนำมาใช้เพื่อการพัฒนาการเมือง และสะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมทางการเมืองและอุดมการณ์



ของประเทศและของโลกอีกทั้งเป็นการกิจทางการเมืองการปกครองที่เป็นกระบวนการชั้นนำและตรวจสอบพลังความพยายามของมนุษย์เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2544, หน้า 23,27)

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ขวัญชัย รุ่งฟ้าไพศาล (2548) ทำการศึกษาเรื่อง “กระบวนการสร้างภาพลักษณ์ของนายกรัฐมนตรีนายกรัฐมนตรี พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร ในความคิดเห็นของนักวิชาการสายสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์และนักวิชาชีพหนังสือพิมพ์ศึกษา” ผลการศึกษาพบว่า พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร เป็นผู้ที่มีภาพลักษณ์ในเชิงบวก คือ ภาพลักษณ์ของการเป็นผู้นำ ภาพลักษณ์ของความสามารถในการเป็นผู้บริหาร และภาพลักษณ์ของการมีวิสัยทัศน์ ในขณะที่ภาพลักษณ์ในเชิงลบของนายกรัฐมนตรีนายกรัฐมนตรี คือ มีความเชื่อมั่นในตนเองมากเกินไป ใช้อำนาจโดยไม่คำนึงถึงสิทธิเสรีภาพของการมีส่วนร่วม ปากไว ใช้อารมณ์ความรู้สึกนึกคิดของตนเป็นใหญ่ ส่วนกระบวนการสร้างภาพลักษณ์นั้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่า นายกรัฐมนตรีท่านนี้มีกระบวนการสร้างอย่างเป็นระบบมีการวางแผนอย่างเป็นขั้นตอน โดยมีการทบทวนความต้องการของประชาชนก่อนที่จะออกนโยบายและโครงการต่าง ๆ ที่ตอบสนองความต้องการเหล่านั้น อีกทั้งมีการประเมินติดตามผลงานอย่างใกล้ชิดเพื่อรักษาความเป็นที่นิยมของประชาชนที่มีต่อนายกรัฐมนตรีอย่างสม่ำเสมอ ในด้านการสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชนได้ให้ความสำคัญอย่างมากเสมือนเป็นเครื่องมือสื่อสารที่มีประสิทธิภาพที่จะพาข่าวสารต่าง ๆ จากตนเองและรัฐบาลไปสู่ประชาชน การสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชนมีตั้งแต่ในระดับของนายทุนเจ้าของสื่อ จนถึงระดับของผู้บริหารสื่อและระดับพนักงานหรือผู้สื่อข่าว การศึกษาของอิทธิเดช สุรพงษ์ (2553) ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรี” โดยศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ และศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและสภาพแวดล้อมทางการเมือง เศรษฐกิจและสังคมที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของนายอภิสิทธิ์ คือ เป็นผู้ที่มีความสมบูรณ์แบบพื้นฐานครอบครัว การศึกษานุกูลภาพหน้าตา แต่จุดอ่อน คือ ขาดประสบการณ์ในการบริหาร ขาดความเด็ดขาด มีความเชื่อมั่นในตัวเองสูง ทิมงานด้านการสื่อสารขาดความชำนาญ ซึ่งนายอภิสิทธิ์ในฐานะผู้ส่งสารได้ใช้กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการด้วยการใช้เครื่องมือสื่อสารหลายรูปแบบ แต่ก็ยังขาดการวางแผนและบริหารการใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงปัจจัยด้านเนื้อหาสาระที่จะถ่ายทอดให้ประชาชนรับรู้ ทำให้สื่อถูกนำไปใช้เพื่อการตอบโต้ทางการเมืองเป็นส่วนใหญ่ และด้วยความเชื่อมั่นในตนเองสูง ทำให้ได้รับฉายาค้านลบว่าเด็กดี หรือ หล่อ หลัก ลอย

### 3. วิธีดำเนินการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ แบบสอบถาม ผู้ศึกษาสร้างแบบสอบถามจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยกำหนดลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิดแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิตผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักศึกษา ประกอบด้วยคำถามแบบเลือกตอบ เช่น เพศ ชั้นปีการศึกษา กลุ่มคณะ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ภูมิลำเนา (ภูมิภาค)

ส่วนที่ 2 ช่องทางการรับรู้ข่าวสารทางการเมือง

ส่วนที่ 3 ภาพลักษณ์ของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ในความคิดเห็นของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยรังสิต



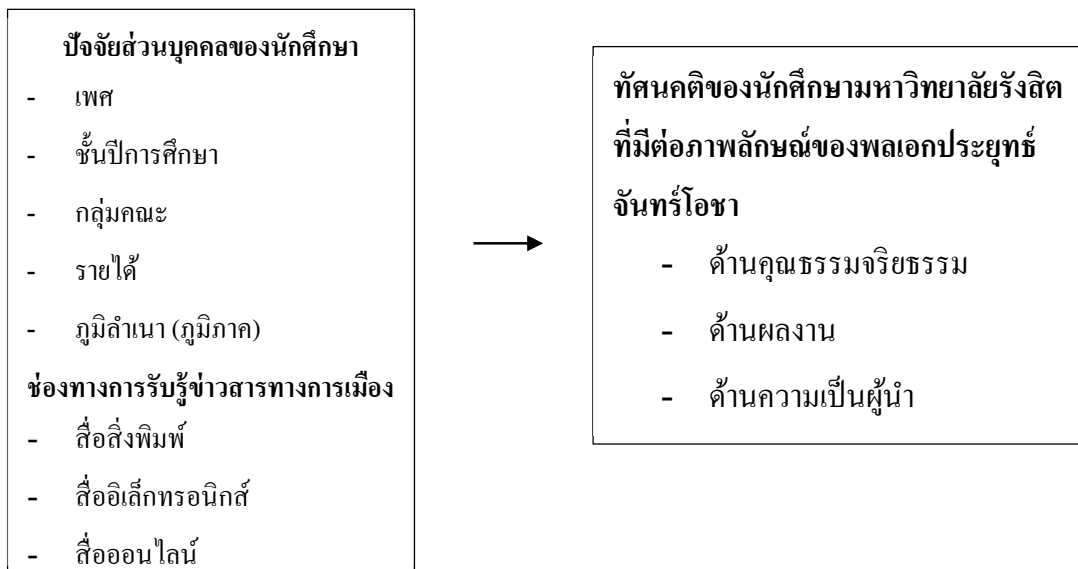
การกำหนดกฎเกณฑ์ในการวัดระดับภาพลักษณ์ของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ในความคิดเห็นของนักศึกษาในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยรังสิต ผู้ศึกษาได้กำหนดแบบ Likert Scale ออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

เลือกตอบหมายเลข 1	หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
เลือกตอบหมายเลข 2	หมายถึง ไม่เห็นด้วย
เลือกตอบหมายเลข 3	หมายถึง ปานกลาง
เลือกตอบหมายเลข 4	หมายถึง เห็นด้วย
เลือกตอบหมายเลข 5	หมายถึง เห็นด้วยที่สุด

เกณฑ์การแปลผลคะแนนเฉลี่ยระดับภาพลักษณ์ของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ในความคิดเห็นของนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต ดังนี้

4.21 - 5.00	หมายถึง มีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุด
3.41 - 4.20	หมายถึง มีความเห็นด้วยในระดับมาก
2.61 - 3.40	หมายถึง มีความเห็นด้วยในระดับปานกลาง
1.81 - 2.60	หมายถึง มีความเห็นด้วยในระดับน้อย
1.00 - 1.80	หมายถึง มีความเห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด

#### กรอบแนวคิดการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

#### 4. ผลการวิจัย

##### ข้อมูลทั่วไป

นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะส่วนใหญ่ คือ เป็นเพศหญิง จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 57.5 เป็นนักศึกษาชั้นปีการศึกษาปีที่ 3 จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 ศึกษาอยู่คณะในกลุ่มมนุษยศาสตร์



และสังคมศาสตร์ และคณะในกลุ่มสาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอย่างละเท่า ๆ กัน จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50 ทั้งสองกลุ่มคณะ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 และนักศึกษาส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถามมีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลางของไทย จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5

การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับช่องทางการรับรู้ข่าวสารทางการเมือง

จากการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า จากตารางที่ 4.2 นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับรู้ข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ จากหนังสือพิมพ์ มากที่สุด จำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 64.75

การวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติของนักศึกษาในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยรังสิต ที่มีต่อภาพลักษณ์ของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติของนักศึกษาในระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยรังสิต โดยภาพรวมส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- ด้านคุณธรรมจริยธรรม ในภาพรวมนักศึกษามีระดับทัศนคติเห็นด้วยในระดับปานกลาง โดยมีคะแนนเฉลี่ยที่ 2.78
- ด้านผลงาน ในภาพรวมนักศึกษามีระดับทัศนคติเห็นด้วยในระดับน้อย โดยมีคะแนนเฉลี่ยที่ 2.47
- ด้านความเป็นผู้นำ ในภาพรวมนักศึกษามีระดับทัศนคติเห็นด้วยในระดับปานกลาง โดยมีคะแนนเฉลี่ยที่ 2.67

## 5. การอภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ พบว่า ผลการเปรียบเทียบทัศนคติของนักศึกษาที่มีต่อภาพลักษณ์ของพลเอกประยุทธ์ฯ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและช่องทางการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองมีกรณีสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ 3 ตัวแปร ดังนี้

1. **ชั้นปีการศึกษา** จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า นักศึกษาแต่ละชั้นปีการศึกษาส่วนใหญ่มีพฤติกรรมทางการเมืองแตกต่างกัน ทั้งนี้ เมื่ออธิบายตามแนวคิดวัฒนธรรมทางการเมืองปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมทางการเมือง เช่น การรับรู้ ความรู้สึก การประเมินค่า การแสดงความคิดเห็น ทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อทางการเมือง ส่งผลให้กลุ่มนักศึกษาชั้นปีที่ 1 และ 2 ที่มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของพลเอกประยุทธ์ฯ แตกต่างจากนักศึกษาชั้นปีที่ 3 และ 4 เนื่องจากปัจจัยทางจิตวิทยา อาทิ (1) การรับรู้ข่าวสารทางการเมืองอาจยังไม่ได้รับความสนใจจากนักศึกษาชั้นปีที่ 1 และ 2 มากเท่ากับนักศึกษาที่อยู่ชั้นสูงกว่าที่เมื่อเริ่มโตขึ้นและกำลังเข้าสู่วัยทำงาน บางคนมีความต้องการเข้าดำรงตำแหน่งทางการเมืองหรือเข้าไปมีส่วนร่วมในกระบวนการทางการเมืองด้านใดด้านหนึ่งจึงมีการติดตามข่าวสารและวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะด้านภาพลักษณ์ของผู้นำทางการเมืองได้ดีกว่า ซึ่งส่งผลทำให้เกิด (2) ทัศนคติที่มีต่อภาพลักษณ์ของพลเอกประยุทธ์ฯ ในด้านต่าง ๆ ขัดแย้งกันได้ นอกจากนี้ ความเชื่อและค่านิยมในหมู่เพื่อนนักศึกษายังทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันในด้านทัศนคติที่แต่ละคนมีเกี่ยวกับการเมือง และยังมีผลมาจากปัจจัยที่เกี่ยวกับการกล่อมเกลาทางการเมืองในชั้นเรียนของนักศึกษาซึ่งในการเรียนการสอนของชั้นปีการศึกษาปีที่ 1 และ 2 ยังมีการเรียนการสอนวิชาเลือกทั่วไปอยู่ด้วย ตามคำอธิบายที่กล่าวว่า สถาบันการศึกษาเป็นกระบวนการกล่อมเกลาทางการเมืองแบบ τυδικυμική และมีลักษณะเป็นทางการ ทำหน้าที่กล่อมเกลาทางการเมืองโดยตรงผ่านกระบวนการศึกษาตามหลักสูตรการศึกษาในแต่ละระดับ

2. **รายได้** จากทฤษฎีภาวะผู้นำ บทบาททางการเมืองของนายกรัฐมนตรียังเป็นเครื่องสะท้อนภาพลักษณ์ภาวะผู้นำ และความนิยมของประชาชน การปฏิบัติงานเพื่อสังคมต่าง ๆ อย่างเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการ เช่น





การออกงานสังคม การจัดงานโยบายเร่งด่วนก็เป็นส่วนที่ส่งผลให้เกิดภาพลักษณ์ ความเลื่อมใสแตกต่างกันไปในแต่ละกลุ่มผลประโยชน์ ดังเช่น ในรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ที่มีนโยบายเร่งด่วนในการแก้ไขปัญหาความยากจนและความเหลื่อมล้ำ อาทิ การจัดสรรสวัสดิการเพื่อประชาชนกลุ่มต่าง ๆ เช่น เด็ก ผู้สูงอายุ คนพิการ ผู้มีรายได้น้อย เงินอุดหนุนผ่านบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ โครงการลดค่าครองชีพของประชาชน โครงการสนับสนุนค่าใช้จ่ายทางการศึกษาเป็นต้น ผลจากการดำเนินนโยบายในการเร่งแก้ปัญหาความยากจนและความเหลื่อมล้ำของรัฐบาล โดยการให้ความช่วยเหลือและเยียวยาแก่ผู้มีรายได้น้อย อยู่ในความสนใจของนักศึกษาที่มีรายได้น้อยตั้งแต่ 5,001 – 10,000 บาท และส่งผลให้มีทัศนคติด้านภาวะผู้นำแตกต่างจากกลุ่มอื่น

**3. ช่องทางการรับรู้ข่าวสารทางการเมือง** จากการสื่อสารทางการเมืองผ่านเครื่องมือสำคัญต่าง ๆ ในการเผยแพร่ภารกิจประจำวันและผลงานรัฐบาลในช่องทางต่าง ๆ อาทิ รายการคืนความสุขให้คนในชาติ รายการเดินหน้าประเทศไทย นอกจากนี้ ยังมีข่าวภารกิจประจำวัน การติดต่อสื่อสารระหว่างผู้นำต่างชาติ และความสามารถด้านต่าง ๆ ของพลเอกประยุทธ์ จันทร์ โอชา ทั้งข่าวที่เป็นแบบทางการและข่าวที่ไม่เป็นทางการ เช่น รายการดัง ๆ นำมาล้อเลียนได้แก่ รายการสะกิดข่าวทางช่อง 7 รายการเก็บตก ทางช่อง 3 เป็นต้น พาดหัวข่าวการทำภารกิจต่าง ๆ มีประเด็นการติดตามการทำข่าวและความน่าสนใจในทุกครั้ง เนื่องจากสื่อมวลชนสำนักข่าวต่าง ๆ ต่างสนใจทำข่าวภารกิจของผู้นำประเทศหลังการปฏิวัติ ทั้งการลงข่าวในหนังสือพิมพ์ และหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ซึ่งการสื่อสารในระบบออนไลน์สามารถให้ประชาชนเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ง่ายเข้าถึงได้ทุกสถานที่ นั่นทมนานันทวารโภสกล่าวว่า รายการเดินหน้าประเทศไทยเป็นรายการที่มีความหลากหลายในแต่ละวัน รูปแบบการนำเสนอ สั้น กระชับ มีประเด็นชัดเจน ถือเป็นรูปแบบรายการที่ดีไม่น่าเบื่อและการนำดารานักแสดงมาร่วมรายการก็เป็นสิ่งที่น่าสนใจ แต่เวลานำเสนอไม่เหมาะสมเป็นเวลาประชาชนไม่ได้มานั่งดูทีวี ทีวี (Thai PBS News, <https://news.thaipbs.or.th/content/277760>, ธันวาคม 2562)

ทั้งนี้ เห็นว่า ในระยะของการขึ้นมาเป็นผู้นำประเทศของพลเอกประยุทธ์ จันทร์ โอชา ในช่วงแรกของการปฏิวัติรัฐประหารสิ่งสำคัญคือการทำความเข้าใจกับประชาชนที่มีความคิดเห็นต่างขั้วทางการเมืองและเกิดความขัดแย้งทางความคิดทางการเมืองอย่างสุดโต่ง การทำรัฐประหารครั้งนี้ จึงจำเป็นต้องนำเสนอถึงความจำเป็นและภาวะผู้นำของพลเอกประยุทธ์ จันทร์ โอชา รวมทั้งความรู้ความสามารถด้านต่าง ๆ ดังจะเห็นได้ว่า พลเอกประยุทธ์ จันทร์ โอชา จะเป็นผู้ดำเนินรายการ เป็นผู้ตอบคำถามนักข่าวด้วยตนเอง ภาวะความเป็นผู้นำที่สื่อสารกับนักข่าวต่างชาติหรือผู้นำต่างชาติด้วยกัน มีการจัดทำเพลงประกอบเพื่อสื่อความหมายในการทำงานของการเข้ามาบริหารประเทศของ คสช. คือ เพลง “คืนความสุขให้ประเทศไทย” ที่แสดงถึงแนวคิดการทำงานและความห่วงใยต่อประชาชนจากลักษณะส่วนบุคคลและตำแหน่งสูงสุดในระบอบทหาร ในช่วงแรกของการรัฐประหาร และการเป็นผู้นำของ คสช. ทำให้ประชาชนเกิดความสนใจและสืบค้นว่าพลเอกประยุทธ์ จันทร์ โอชา คือใคร สื่อหลาย ๆ แขนงจึงนำเสนอประวัติและผลงานของพลเอกประยุทธ์ จันทร์ โอชา ออกมาเผยแพร่ทำให้ประชาชนได้รู้จัก และเกิดความนิยม และเลื่อมใสในพลเอกประยุทธ์ จันทร์ โอชา รวมทั้งอุปนิสัยส่วนตัวที่เป็นคนพูดจาตรงไปตรงมา ดังผลสำรวจของ นิต้า โพลเปิดเผยผลสำรวจความคิดเห็นของประชาชน เรื่อง “คสช. ควรเสนอชื่อใครเป็นนายกรัฐมนตรี” ทำการสำรวจระหว่างวันที่ 20 - 21 มิถุนายน 2557 จากประชาชนทั่วประเทศ จำนวน 1,259 หน่วยตัวอย่าง พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ร้อยละ 41.30 ระบุว่า คสช. ควรเสนอพลเอกประยุทธ์ จันทร์ โอชา ขึ้นเป็นนายกรัฐมนตรี สอดคล้องกับแนวคิดของ ชิริภัทร์ เสรีรังสรรค์ (2549) ที่เสนอว่า นักการเมืองซึ่งเป็นผู้เกี่ยวข้องกับภารกิจที่สำคัญของประเทศซึ่งมีผลกระทบในขอบเขตที่กว้างต่อสังคม จึงมักต้องได้รับความไว้วางใจอย่างมากจากประชาชนและถูกมองจากประชาชนในลักษณะ



ที่เข้มงวดเป็นพิเศษมากกว่าบุคคลทั่วไป โดยเฉพาะการนำมาตราฐานทางด้านศีลธรรม จริยธรรมเป็นเครื่องมือในการควบคุม ตรวจสอบตัดสินใจ และการกระทำของนักการเมืองในฐานะบุคคลสาธารณะ

แต่การดำรงอยู่ในวาระนายกรัฐมนตรี ภายในรัฐบาลที่มาจากการรัฐประหารกลับไม่ได้อยู่ในระยะ 2 ปี ดังที่ได้ให้สัญญาไว้หากแต่ต่อเนื่องมาจนถึงระยะเวลา 5 ปี ที่สภานิติบัญญัติไว้วางใจให้เป็นนายกรัฐมนตรี โดยในระยะเวลาการสื่อสารภาพลักษณ์ของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา จึงเริ่มมีทั้งภาพลักษณ์ที่ดี และภาพลักษณ์ที่ไม่พึงพอใจที่สื่อได้นำเสนอทำให้มีการวิพากษ์ภาพลักษณ์ของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา จากสื่อมากขึ้น ซึ่งการสื่อสารทางด้านลบเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่ทำให้นักศึกษาที่มีทัศนคติด้านความเป็นผู้นำ ด้านการรับฟัง ข้อเสนอแนะ มีความสามารถในการสื่อสาร มีความรอบรู้ในเรื่องต่าง ๆ รอบด้านในระดับน้อย สอดคล้องกับแนวคิด การสื่อสารทางการเมืองของ Brian Mcnair (อ้างใน สะดิระ เพือกประพันธ์, 2554, น. 259 – 260) ได้นิยามการสื่อสารทางการเมืองว่า ทุกอย่างปรากฏสู่สายตาประชาชน คือ การสื่อสารทางการเมืองไม่เพียงแต่การพูดการเขียนเท่านั้น การแต่งกาย ทรงผม ตราสัญลักษณ์ ล้วนเป็นองค์ประกอบของการสื่อสารทางการเมืองทั้งสิ้น อันจะนำไปสู่สัญลักษณ์ หรืออัตลักษณ์ของบุคคล โดยจุดเริ่มต้นของกระบวนการสื่อสารการเมืองก็คือ แหล่งสารซึ่งเกี่ยวข้องกับการเมือง เช่น บุคคลทางการเมืองและองค์การทางการเมืองจะสร้างสารทางการเมืองเพื่อให้ระบบการเมืองดำเนินต่อไปได้ โดยอาศัยสถาบันทางการเมือง สื่อมวลชน และประชาชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกันก่อให้เกิดผล คือ การทำหน้าที่ของระบบทางการเมือง ได้แก่ การกล่อมเกลารวมทางการเมืองการเลือกสรรบุคคลทางการเมือง การวางกฎ การใช้กฎ เป็นต้น และสอดคล้องกับแนวคิดของ สะดิระ เพือกประพันธ์ (2554) ที่กล่าวไว้ว่า ประชาชนผู้รับสารจากการสื่อสารทางการเมืองจะเลือกรับรู้ในสิ่งที่เขาชอบ หรือมักจะสนใจเป็นหลัก และจะเกิดขึ้นได้ในทุกขั้นตอนของกระบวนการรับรู้ ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับวิธีการหรือกลยุทธ์ในการรณรงค์การสื่อสารทางการเมืองเพื่อสร้างสรรคภาพลักษณ์ของนักการเมืองว่าจะสามารถดึงดูดความสนใจของประชาชนได้เพียงใด และภาพลักษณ์ที่ปรากฏนั้นตรงตามเป้าหมายที่ตั้งไว้หรือไม่ แต่การที่จะทำให้ประชาชนรับรู้ถึงบุคลิกภาพรวมถึงความสามารถในการทำงานต่าง ๆ ได้นั้น ความต่อเนื่องของสิ่งที่นำเสนอมาก่อนมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของประชาชนต่อ ๆ มา การประชาสัมพันธ์ที่มีความต่อเนื่องในการสร้างความรับรู้สำคัญมาก สื่อ ข้อความ และข้อมูลที่เผยแพร่ในลักษณะนี้จะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับนักการเมืองหรือพรรคนั้น ๆ เมื่อเกิดสภาวะวิกฤตจากข่าวลือด้านลบต่าง ๆ ผู้คนมักจะไม่ได้ตัดสินใจเชื่อว่าลือนั้นรวดเร็วเท่ากับบุคคลหรือพรรคที่ขาดการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้อย่างต่อเนื่อง นักการเมืองจำเป็นต้องใช้สื่อในการช่วยกระจายข้อมูลหรือภาพลักษณ์ที่ต้องการสื่อสารไปยังประชาชนหรือกลุ่มฐานเสียงของตน ในปัจจุบัน นักการเมืองนิยมใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ ได้แก่ Facebook Line Twitter ในพรรคการเมืองใหญ่ ๆ ยังใช้เป็นช่องทางหนึ่งเพื่อติดต่อกับประชาชนในการเผยแพร่นโยบายของพรรค กิจกรรมสำคัญ รวมถึงเปิดให้แสดงความคิดเห็นในการพัฒนาพรรคการเมืองด้วย

จากบุคลิกส่วนตัว อุปนิสัย และผลการดำเนินงานของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา และการนำเสนอภารกิจของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ตลอด 5 ปี ที่ผ่านมามีการนำเสนอผ่านสื่อต่าง ๆ ทั้งจากรายการโทรทัศน์ของรัฐบาล เช่น รายการคืนความสุข รายการเดินหน้าประเทศไทย และจากสื่อมวลชนทั้งในและนอกประเทศ ซึ่งมีการนำเสนอทั้งด้านบวกและด้านลบ ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ที่มีต่อประชาชน ทั้งนี้ ในส่วนของนักศึกษามหาวิทยาลัยรังสิตนั้นมีทัศนคติต่อพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ในด้านคุณธรรมจริยธรรม



สูงกว่าด้านอื่นแต่ยังอยู่ในระดับปานกลาง และมีทัศนคติต่อความเป็นผู้นำในระดับน้อยซึ่งเป็นไปได้ว่ามาจากการได้รับสารทางการเมืองจากสื่อต่าง ๆ

#### 6. ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. ในการแจกแบบสอบถามควรแจกกลุ่มตัวอย่างในระดับชั้นปีการศึกษาต่าง ๆ ให้เท่า ๆ กัน เพื่อให้ได้รับความเห็นที่มีความเสมอภาค ไม่เหลื่อมล้ำกันระหว่างปีการศึกษาต่าง ๆ เช่น แบ่งเป็นระดับชั้นปีการศึกษาละ 80 คน
2. ในการวิจัยครั้งต่อไปการใช้ตัวแปรที่เกี่ยวกับช่องทางการรับรู้ข่าวสารทางการเมือง เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อออนไลน์ อาจจะไม่ต้องแยกย่อยเป็นประเภทของสื่อ เนื่องจากจะทำให้เกิดความสับสนและขาดความทันสมัย เช่น ปัจจุบัน ความนิยมด้านการรับรู้ข่าวสารผ่านหนังสือพิมพ์ลดน้อยลง โดยประชาชนหันไปนิยมอ่านในรูปแบบออนไลน์มากขึ้น ทั้งนี้ ยังก่อให้เกิดความสับสนขึ้นได้เนื่องจากนิยามของหนังสือพิมพ์แบบใหม่ที่มาในรูปแบบออนไลน์

#### เอกสารอ้างอิง

- กิติ ดัชถกานนท์. (2532). *เทคนิคการสร้างภาวะผู้นำ*. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: บัดเตอร์ฟลาย.
- ขวัญชัย รุ่งฟ้าไพศาล. (2548). กระบวนการสร้างภาพลักษณ์ของนายกรัฐมนตรี พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย). สืบค้นจากโครงการเครือข่ายห้องสมุดในประเทศไทย (ThaiLIS).
- จุฬาทิพย์ ชยงกูร. (2541). อิทธิพลของโฆษณาทางการเมืองที่มีต่อทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง (นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย). สืบค้นจาก <https://cuir.car.chula.ac.th/xmlui/handle/123456789/12276>
- ธีรภัทร์ เสรีรังสรรค์. (2549). นักการเมือง : จริยธรรม ผลประโยชน์ทับซ้อน การคอร์รัปชัน สภาพปัญหา สาเหตุผลกระทบ แนวทางแก้ไข, กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์สายธาร.
- มูลนิธิเสฐียรโกเศศ-นาคะประทีป. (2561). *ย้อนรอยรัฐประหารในประวัติศาสตร์ไทย*. สืบค้นจาก <https://www.snf.or.th/2019/2018/12/28/coup-detat-thai/>
- วิสุทธี โพธิ์แท่น. (2548). *ผู้ปกครองที่พึงประสงค์กับการเมืองการปกครองของไทย*. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: บรรณกิจ 1991
- สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. (2560). *คสช. ควรเสนอชื่อใครเป็นนายกรัฐมนตรี*. สืบค้นจาก <http://nidapoll.nida.ac.th/index.php?op=polls-detail&id=242>
- สะถิระ เผือกประพันธุ์. (2554). การสื่อสารทางการเมืองของนายอุทัย พิมพ์ใจชน : ศึกษาในห้วงระหว่างปี พ.ศ. 2512 – 2549. (ดุษฎีนิพนธ์, มหาวิทยาลัยเกริก). สืบค้นจาก <http://uc.thailis.or.th/Catalog/BibItem.aspx?BibID=b00221699>
- สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร สำนักวิชาการ. (2559). *วัฒนธรรมทางการเมืองแบบประชาธิปไตย*. สืบค้นจาก [https://library2.parliament.go.th/ejournal/content\\_af/2559/sep2559-1.pdf](https://library2.parliament.go.th/ejournal/content_af/2559/sep2559-1.pdf)



- สุทธิลักษณ์ หวังสันติธรรม. (2548). กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์. ในเอกสารการสอนชุดวิชากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (หน่วยที่ 1 – 7). นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2544). การสื่อสารกับการเมือง (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: ประสิทธิ์กันท์ แอนด์พรีนติ้ง
- อานันท์ ปันยารชุน. (2541). ธรรมรัฐ: Good governance. ใน นานาทัศนะว่าด้วยการบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดี. นนทบุรี: สำนักงานพัฒนาข้าราชการพลเรือน.
- อิทธิเดช สุพงษ์. (2553). การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรี. (วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์). สืบค้นจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.).
- Thai PBS News. (2562). 5 ปี รายการ “พล.อ.ประยุทธ์” ปรับบ่อย แต่ไม่ปัง. สืบค้นจาก <https://news.thaipbs.or.th/content/277760>