

การสื่อสารทางการเมืองของรัฐบาล : กระบวนการสื่อสารและปัญหาการสื่อสารทาง  
การเมืองผ่านสื่อใหม่ (NEW MEDIA) ในสมัยรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา

**Government Political Communication : Communication Process and  
Political Communication Problems Through New Media in the  
Government of General Prayut Chan-Ocha**

พีระพงศ์ สุจริตพันธ์ และ วายุกฤษ์ ทาบุญมา

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

**Peerapong Sutcharitpan and Vayupak Thaboonma**  
Nakhon Si Thammarat Rajabhat University, Thailand  
Corresponding Author E-mail : Vayupak\_tab@nstru.ac.th

\*\*\*\*\*

### บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสื่อสารทางการเมืองของรัฐบาลและปัญหาการสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่อใหม่ (New Media) ของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา พบว่า 1) กระบวนการสื่อสารทางการเมืองของรัฐบาลเป็นไปตามทฤษฎีของเดวิด เค. เบอร์โล ในโมเดล S M C R ในส่วนของผู้ส่งสาร (Source) หมายถึง รัฐบาลสมัยพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา คณะรัฐมนตรี และสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ฝ่ายรัฐบาลวาระแรกและวาระสอง สาร (Message) หมายถึง ข้อมูลและข่าวสารที่ส่งจากรัฐบาลไปยังประชาชนและภาคส่วนต่าง ๆ มีมิติด้านสังคม มิติด้านการเมือง มิติด้านเศรษฐกิจ สื่อหรือช่องทางในการส่ง (Channel) หมายถึง ช่องทางการส่งข่าวสารของรัฐบาลผ่านสื่อใหม่ (New Media) เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) อินสตาแกรม (Instagram) ตี๊กตอก (TikTok) หรือแม้กระทั่งการส่งคลิปวิดีโอเพื่อเผยแพร่ไลฟ์ (Live) หรือคลิปผ่านช่องทางเว็บไซต์ยูทูป (YouTube) และยังมี การสื่อสารผ่านสื่อบุคคล เช่น นักวิชาการ ครู อาจารย์ ศิลปิน นักการเมือง และประชาชนทั่วไป ผู้รับสาร (Receiver) หมายถึง ผู้รับสารจากรัฐบาลหรือประชาชนทั่วไป นักเรียน นักศึกษา นักวิชาการ ข้าราชการ พนักงานเอกชน ผู้สูงอายุ เป็นต้น 2) ปัญหาการสื่อสารของรัฐบาลผ่านสื่อใหม่ พบว่ามีปัญหาของการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์หรือสื่อใหม่ (New Media) ดังนี้ ปัญหาของสื่อสังคมออนไลน์หรือสื่อใหม่ (New Media) อาจไม่เป็นกลางทางการเมือง ปัญหาสื่อสังคมออนไลน์หรือสื่อใหม่ (New Media) มีความเป็นทางการตายตัวไม่ยืดหยุ่น ปัญหาการใช้สื่อสังคมออนไลน์หรือสื่อใหม่ (New Media) ของรัฐบาลมีข้อจำกัด ปัญหาการคุกคามผ่านสื่อออนไลน์ (Cyber

\* วันที่รับบทความ : 22 พฤศจิกายน 2565; วันแก้ไขบทความ 3 ธันวาคม 2565; วันตอบรับบทความ : 6 ธันวาคม 2565

Received: November 22, 2022; Revised: December 3, 2022; Accepted: December 6, 2022

Bullying)หรือสื่อใหม่ (New Media) ปัญหาการโจรกรรมเอกลักษณ์บุคคล (Identity Theft) ปัญหาการบังคับใช้พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560

**คำสำคัญ:** การสื่อสารทางการเมือง; การสื่อสารของรัฐบาล; สื่อใหม่ (New Media)

## Abstracts

This academic paper aims to study the political communication of the government and the problem of political communication through the new media of General Prayut Chan-ocha's government. It was found that 1) the government's communication process was based on the theory of David K. Berlo in the model S M C R (Source) refers to the government of General Prayut Chan-ocha, the Cabinet and members of the House of Representatives for the first and second terms. (Message) means information sent from the government to the people and various sectors. There are social dimensions, political dimensions. The economic dimension (Channel) refers to the channel for sending government news through new media such as Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, or even Sending video clips for broadcasting live (Live) or clips via YouTube channels. It also communicates through personal media such as academics, teachers, artists, politicians and the general public. (Receiver) means recipients from the government or the general public, students, academics, government officials, private employees, elderly people, etc. 2) Problems in communication of the government through new media. It was found that there were problems of communication via online media or new media as follows: social media problems may not be politically neutral. Social media problems are formal and less regulated, lack of flexibility. The government's use of social media is limited. Problems of cyber bullying, identity theft, and enforcement of the Computer Crime Act B.E. 2560 (2017).

**Keywords:** Political Communication; Government Communications; New Media

## บทนำ

การสื่อสาร (communication) หมายถึง กระบวนการถ่ายทอดข่าวสาร ข้อมูล ความรู้ ประสบการณ์ ความรู้สึก ความคิดเห็น ความต้องการจากผู้ส่งสารโดยผ่านสื่อต่าง ๆ ที่อาจเป็นการพูด การเขียน สัญลักษณ์อื่นใด การแสดงหรือการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ไปยังผู้รับสาร ซึ่งอาจจะใช้กระบวนการสื่อสารที่แตกต่างกันไปตามความเหมาะสม หรือความจำเป็นของตนเองและคู่สื่อสาร โดยมีวัตถุประสงค์ให้เกิดการรับรู้ร่วมกันและมีปฏิริยาตอบสนองต่อกัน บริบททางการสื่อสารที่เหมาะสมเป็น ปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้การสื่อสารสัมฤทธิ์ผล การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิต มนุษย์จำเป็นต้องติดต่อสื่อสารกันอยู่ตลอดเวลา การสื่อสารจึงเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งนอกเหนือจากปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิตของมนุษย์ การสื่อสารมีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์มาก การสื่อสารมีความสำคัญอย่างยิ่งในปัจจุบัน ซึ่งได้ชื่อว่าเป็นยุคดิจิทัลเป็นยุค

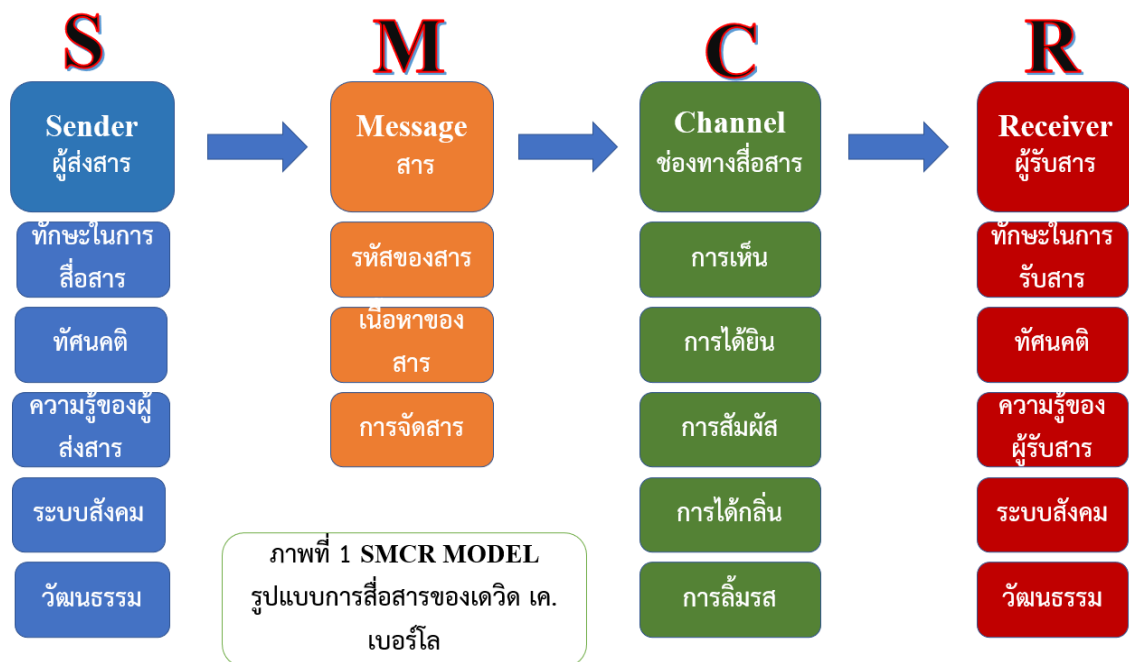
ของสื่อเทคโนโลยีที่ไร้พรมแดนของการสื่อสาร การสื่อสารจึงถือว่าเป็นสิ่งสำคัญต่อการสื่อสารของบุคคลและสื่อสารไปสู่สังคม การสื่อสารทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่และทำให้คนมีความรู้มากขึ้น การสื่อสารจึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการพัฒนาความเจริญรุ่งเรืองของบุคคล สังคมและประเทศชาติ ทำให้มนุษย์สามารถถ่ายทอดการเรียนรู้ การรับรู้ และการพัฒนาสังคม วัฒนธรรมและประเทศได้ (ปรมะ สตะเวทิน, 2527 : 14)

การสื่อสารการเมือง (Political Communication) เป็นการผสมผสานระหว่างทฤษฎีทางด้านนิเทศศาสตร์กับทฤษฎีทางด้านรัฐศาสตร์เข้าด้วยกันโดยใช้สื่อต่างๆ ในการถ่ายทอด ไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อสาธารณะ และสื่อใหม่ การสื่อสารถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือเพื่อสร้างความสำเร็จทางการเมืองมาตั้งแต่กรีกโบราณ เช่น การเมือง ศาสนา ความเชื่อ ความดี ความชั่ว เป็นการนำการโฆษณาชวนเชื่อ (propaganda) มาผนวกกับการเมือง ทำให้เกิดผลสำเร็จทางการเมืองการปกครองpiliti การสื่อสารทางการเมืองจึงเป็นแนวทางการศึกษาที่ตระหนักถึงการสื่อสารในฐานะเครื่องมือของการกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อนำไปสู่เป้าหมายทางการเมือง โดยอาศัยการสื่อสารสร้างแนวทางการยอมรับขึ้นในกลุ่มประชาชน ผู้รับสาร ซึ่งในการดำเนินการทางการเมืองการปกครองของทุกสังคมจะมีความเกี่ยวข้องกับกิจกรรมการสื่อสารทางการเมืองไม่ลักษณะใดก็ลักษณะหนึ่ง ทำให้เกิดการทำหน้าที่ของระบบการเมือง (สุภาภรณ์ ดิ่งอินทร์, 2553 : 1) แนวโน้มการเมืองไทยกับสื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบัน ที่เปลี่ยนแปลงเข้าสู่ยุคการเมืองดิจิทัล (Politics Digital) ทั้งนี้สื่อสังคมออนไลน์หรือสื่อใหม่ (New Media) กลายเป็นเครื่องมือที่สำคัญของนักการเมืองในการรณรงค์หาเสียง การสร้างคะแนนนิยมและการสื่อสารกับประชาชน และยังพบว่ามีแนวโน้มการกระทำผิดจากการแสดงออกทางการเมืองในสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากความเกลียดชังและการแบ่งฝักแบ่งฝ่ายอย่างรุนแรง จนบางครั้งนำไปสู่อาชญากรรมทางการเมืองในโลกออนไลน์หรือกระตุ้นให้เกิดอาชญากรรมทางการเมืองในโลกจริงได้ (คันธิรา ฉายาวงศ, 2564: 97) จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาตั้งที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้เขียนมีความสนใจเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมืองของรัฐบาลผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์หรือสื่อใหม่ (New Media) ผลที่ได้รับจากการศึกษาจะเป็นการพัฒนาการศึกษากระบวนการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร เพื่อสื่อสารทางการเมืองของรัฐบาลกับประชาชนในการเรียกร้องสิทธิทางการเมืองหรือกลุ่มผู้ชุมนุม รวมถึงสร้างความสนใจกิจกรรมทางการเมือง สร้างการมีส่วนร่วมทางการเมืองและสร้างบทบาททางการเมืองของประชาชนและเป็นแนวทางในการพัฒนาการสื่อสารทางการเมืองของรัฐบาลสู่ของประชาชน

จากสถานการณ์การเมืองไทยในปัจจุบัน พบว่ามีปัญหาการสื่อสารทางการเมืองของรัฐบาลและฝ่ายตรงข้ามผ่านช่องทางเครือข่ายสังคมออนไลน์หรือที่เรียกว่าสื่อใหม่ (New Media) กระบวนการสื่อสารทางการเมืองสามารถพิจารณาได้จากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารและโทรคมนาคม ที่สำคัญการสื่อสารทางการเมืองไทยได้มีการนำเอากระบวนการที่เรียกว่าสื่อใหม่ (New Media) มาใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการเมืองและต่อสู้ทางการเมืองของรัฐบาลและฝ่ายตรงข้าม นั่นก็คือการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อแสดงความคิดเห็นทางการเมืองและการสื่อสารทางการเมืองของแต่ละฝ่าย

## เนื้อหา

แนวคิดการสื่อสาร (Communication) เป็นกระบวนการที่เกิดจากกระบวนการคิด การใช้ภาษา การส่งสารและการรับสาร รวมถึงการแลกเปลี่ยนข่าวสารเพื่อความเข้าใจตรงกันทฤษฎีของ เดวิด เค. เบอร์โล (David Berlo, 1960 : 12) ได้อธิบาย กระบวนการสื่อสาร คือ ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยขององค์ประกอบการสื่อสาร ประกอบด้วย แหล่งสารหรือผู้ส่งสาร (Source) สาร (Message) สื่อหรือช่องทางในการส่ง (Channel) และผู้รับสาร (Receiver) ซึ่งเรียกว่า S M C R Model ซึ่งแต่ละองค์ประกอบมีปัจจัย 5 ด้าน ดังนั้น การสื่อสารจะประสบความสำเร็จได้ ขึ้นอยู่กับปัจจัยของการสื่อสารแต่ละขั้นตอน โดยเฉพาะความสามารถผู้ส่งสาร และผู้รับสารที่มีทักษะการสื่อสาร ทักษะคนดี ความรู้ สังคมและวัฒนธรรม และปัจจัยของช่องทางการสื่อสาร ที่จะส่งผลต่อประสิทธิภาพของการสื่อสาร เพราะฉะนั้นกระบวนการสื่อสารทางการเมืองของรัฐบาล โดยใช้ทฤษฎีการสื่อสารของ เดวิด เค. เบอร์โล (Berlo, 1960 : 12) ได้พัฒนาทฤษฎีที่ผู้ส่งจะส่งสารอย่างไร และผู้รับจะรับแปลความหมายและมีการโต้ตอบกับสารนั้นอย่างไรทฤษฎีการสื่อสารแบบ S M C R ประกอบด้วยสิ่งต่อไปนี้



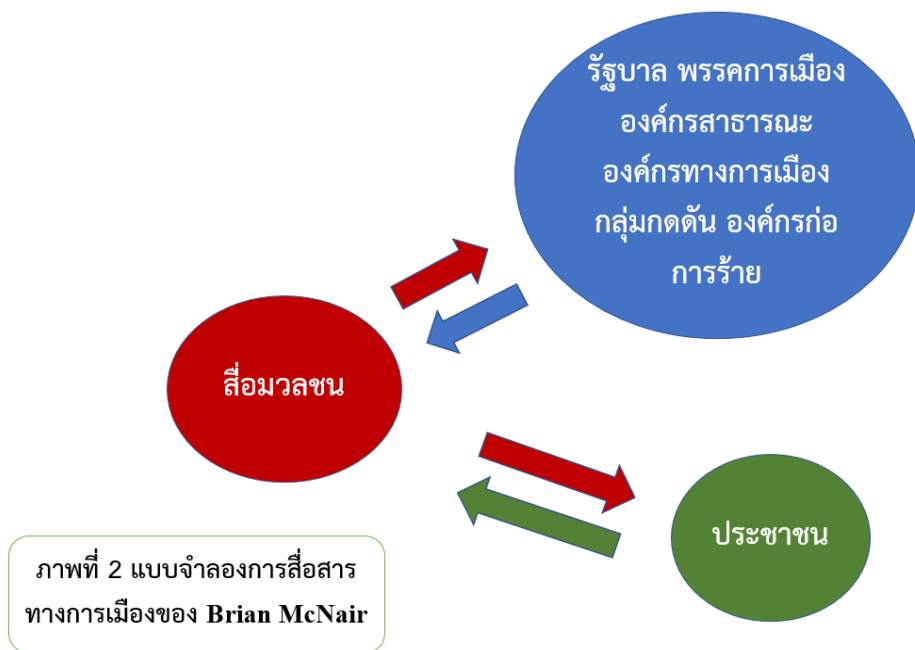
ที่มา : ดัดแปลงจาก (Berlo, 1960 : 12)

ทฤษฎีการสื่อสารของ Brian McNair ได้อธิบายไว้ว่า การสื่อสารทางการเมือง เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการสนทนาสาธารณะ (Public Discussion) (McNair, Brian, 1999 : 60) มีความเกี่ยวข้องข้องกับจัดสรรอำนาจหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ของรัฐ การปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่รัฐ รวมถึงการจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่ของรัฐ

จึงเรียกว่าการสื่อสารทางการเมือง หรือ ภาษาทางการเมือง (Political Language) การสื่อสารทางการเมืองไม่เพียงเป็นวาจาหรือข้อความเท่านั้น แต่ยังหมายถึงเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ต่างๆ เช่น ภาพวาด ภาษากาย (Body Language) ภาพถ่าย หรือการเดินขบวนประท้วง การต่อต้านการทำงานรัฐบาล การเรียกร้องความเท่าเทียม เป็นต้น (สุรพล สุยะพรหมและนันทนา นันทวโรภาส, 2561 : 23)

การสื่อสารทางการเมือง (Political Communication) เป็นกระบวนการทางการเมืองที่ต้องมีการวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อเท็จจริงของสารที่รัฐบาลต้องการสื่อถึงประชาชน รวมถึงทัศนคติและความคิดเห็น วัฒนธรรม การปลูกฝังเลี้ยงดู ค่านิยม ตลอดจนประสบการณ์ต่าง ๆ ในทางการเมืองระหว่างบุคคล การสื่อสารทางการเมืองจึงเป็นกระบวนการที่พิเศษมากกว่าปกติ เพราะผู้ส่งสารต้องมีความสามารถที่จะส่งข้อมูลให้ผู้รับสารเข้าใจได้โดยไม่ต้องตีความ โดยการสื่อสารจะต้องเป็นการสร้างความเข้าใจให้บุคคลสังคมในนั้นๆ และทำให้บุคคลเหล่านั้นดำรงชีพอยู่ได้ในสังคม โดย Brian McNair ได้ให้ความหมายของการสื่อสารทางการเมืองไว้ 3 ประการ ดังนี้ (Brian McNair, 1999 : 60) 1) การสื่อสารที่สื่อจะต้องนำเสนอข่าวที่เกี่ยวกับทางการเมือง เช่น การรายงานข่าวเกี่ยวกับรัฐบาล การแถลงนโยบายของรัฐบาล 2) การสื่อสารทุกประเภท ที่สื่อสารผ่านรัฐบาลและหัวหน้ารัฐบาลหรือตัวแทนของนักการเมืองฝ่ายรัฐบาล โดยมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน 3.) การสื่อสารที่ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งและสื่อมวลชนส่งถึงองค์กรทางการเมือง นักการเมืองหรือผู้ปกครอง

Brian McNair ได้นำเสนอแบบจำลองการสื่อสารทางการเมือง โดยแบ่งผู้เกี่ยวข้องออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้ (Brian McNair, 1999 : 119-120)



ที่มา : ดัดแปลงมาจาก (นันทนา นันทวโรภาส , 2563 : 98 และ Brian McNair, 1999 : 119-120)

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารและการสื่อสารทางการเมืองของรัฐบาล ภายใต้การนำของ พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ผู้เขียนได้นำเอาทฤษฎีการสื่อสารของ David K. Berlo มาใช้เป็นหลักในการวิเคราะห์การสื่อสารทางการเมืองของรัฐบาลผ่านสื่อใหม่ (New Media) : ศึกษาในห้วง (24 สิงหาคม พ.ศ. 2557 - 24 สิงหาคม พ.ศ. 2565) โดยวารสารการดำรงตำแหน่งของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา แบ่งออก เป็น 2 วาระดังนี้

- 1) รัฐบาลสมัยพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา วาระแรก – เกิดขึ้นหลังจากทำรัฐประหาร ก่อนจะผลักดันตัวเองผ่านสภานิติบัญญัติแห่งชาติ ขึ้นมาเป็นนายกรัฐมนตรี ในวันที่ 24 สิงหาคม 2557 ถึง 9 มิถุนายน 2562
- 2) รัฐบาลสมัยพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา วาระสอง – เกิดขึ้นหลังจากการเลือกตั้งทั่วไปในปี 2562 โดยพรรคพลังประชารัฐ ได้เสนอชื่อ พล.อ.ประยุทธ์ เป็นนายกรัฐมนตรี สมัยที่สอง ในวันที่ 9 มิถุนายน 2562 จนถึงปัจจุบันปี 2565

ทฤษฎีของ เดวิด เค. เบอร์โล (David Berlo, 1960 : 45) อธิบายว่า กระบวนการสื่อสาร ต้องมีองค์ประกอบการสื่อสาร ดังนี้ แหล่งสารหรือผู้ส่งสาร (Source) สาร (Message) สื่อหรือช่องทางในการส่ง (Channel) และผู้รับสาร (Receiver) ซึ่งเรียกว่า S M C R Model

### 1. กระบวนการการสื่อสารทางการเมืองของรัฐบาล

จากการศึกษากระบวนการสื่อสารทางการเมืองของรัฐบาลในสมัยรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา สามารถอธิบายกระบวนการในการสื่อสารทางการเมืองได้ ดังนี้

**ผู้ส่งสาร (Source)** หมายถึง รัฐบาลสมัยพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา วาระแรก (ภายหลังรัฐประหาร) และ รัฐบาลสมัยพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา วาระสอง(ภายหลังการเลือกตั้ง) นายกรัฐมนตรี คณะรัฐมนตรี สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรฝ่ายรัฐบาล ผู้ส่งสารจะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ทักษะ มีความชำนาญในการสื่อสารและมีความสามารถในการส่งสาร รวมถึงความสามารถใน “การเข้ารหัส” (encode) เนื้อหาข่าวสาร มีทัศนคติที่ดีต่อผู้รับสาร เพื่อผลประโยชน์ในการสื่อสารทางการเมือง และมีความรู้ความเข้าใจอย่างถ่องแท้เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารที่จะส่ง และควรจะสามารถในการอธิบายข้อมูลที่ยากให้เป็นเรื่องที่ย่อย หรือให้เหมาะสมต่อระดับความรู้ของผู้รับสาร ตลอดจนพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรม ทัศนคติที่สอดคล้องกับผู้รับสารด้วย

**สาร (Message)** หมายถึง ข้อมูลและข่าวสารที่ส่งจากรัฐบาลไปยังประชาชนและภาคส่วนต่าง ๆ โดยเน้นเนื้อหาข่าวสารที่ส่งผ่านสื่อใหม่ (New Media) ในห้วงเวลา 24 สิงหาคม พ.ศ. 2557 - 24 สิงหาคม พ.ศ. 2565 โดยสามารถแบ่งสารออกเป็นมิติได้ ดังนี้

1. มิติด้านการเมือง รัฐบาลได้สื่อสารทางการเมืองไปยังประชาชน เพื่อสนับสนุน ส่งเสริมการปฏิรูปการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข รัฐบาลมีเป้าหมายของการปฏิรูปทางการเมืองการปกครองของรัฐบาลที่เข้ามาบริหารประเทศหลังจากการรัฐประหารยึดอำนาจ

รัฐบาลพลเรือนของนางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร และมีการจัดทำรัฐธรรมนูญฉบับปี พ.ศ. 2560 รัฐบาลได้สื่อสารผ่านวิสัยทัศน์ในการเข้ามาแก้ไขปัญหาความขัดแย้งการเมืองที่ดำเนินมาตั้งแต่ในอดีต เพื่อให้เกิดความสงบสุขในสังคม และสร้างความปรองดองสมานฉันท์ทางการเมืองขึ้น รัฐบาลภายหลังการเลือกตั้ง ยังสนับสนุนให้มีรัฐบาลที่มีความเป็นธรรมาภิบาลในการบริหารราชการแผ่นดิน ต้องการสร้างระบบธรรมาภิบาลในการบริหารบ้านเมือง มีการกำหนดภารกิจที่เหมาะสม และมอบหมายในการทำงานของส่วนกลาง ภูมิภาค และท้องถิ่น ดังนั้นจึงต้องให้ทุกคนทุกภาคส่วน ทั้งนักการเมืองและพรรคการเมือง มีคุณธรรม จริยธรรม คำนึงถึงผลประโยชน์ประเทศชาติและประโยชน์สาธารณะเป็นสำคัญ ส่วนประชาชนเองก็ต้องมีความรับผิดชอบ คือจะต้องไม่สนับสนุนนักการเมืองที่เห็นแก่เงิน หรือ ใช้เงินในการลงทุนเพื่อเข้าสู่การเมืองเพื่อแสวงหาผลประโยชน์ให้ได้ในอนาคต รวมทั้งการดำเนินการตามแนวทางการพัฒนาสู่ประชาธิปไตยตามแนวทางที่รัฐบาลได้วางไว้ รัฐบาลสื่อสารเรื่องการยุบสภาและการเลือกตั้งในปี 2566 และการชุมนุมจากบุคคลผู้เห็นต่างทางการเมืองโดยสงบโดยปราศจากอาวุธ

2. มิติด้านสังคมและการสร้างความสมานฉันท์ รัฐบาลได้สื่อสารทางการเมืองเพื่อเชิดชูสถาบันพระมหากษัตริย์ในฐานะศูนย์รวมจิตใจและที่เคารพสักการะของคนในชาติ รวมทั้งน้อมนำศาสตร์พระราชามาสื่อสารในรายการและเปลี่ยนชื่อรายการเป็น “ศาสตร์ พระราชาสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน” และได้มีการสื่อสารเพื่อยกย่องคนไทยจากการชนะการแข่งขันในระดับนานาชาติ รัฐบาลได้มีการสื่อสารเพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดระเบียบทางสังคม เช่น การปราบปรามผู้มีอิทธิพล ปราบปรามยาเสพติด การจัดตั้งหน่วยเคลื่อนที่เร็วสำหรับแก้ไขปัญหาในเชิงรุกปฏิบัติทันที การใช้ กลไกทางสังคม “บวร” บ้าน วัด โรงเรียน ร่วมมือกันแก้ไขปัญหาเชิงพื้นที่ การถอดบันทึกผลการปฏิบัติเป็น “แผนบทเรียน” หรือแผนการฝึกในส่วนองที่เป็นพลเรือน ตำรวจ ทหาร เพื่อใช้ในการปฏิบัติภารกิจช่วยเหลือผู้ที่ติดถ้ำ เรือล่ม และเหตุกราดยิง รัฐบาลได้สื่อสารด้านการสร้างความเป็นธรรมในสังคมโดยการตรากฎหมายให้เกิดความเสมอภาคเท่าเทียมกันในสังคม และสื่อสารด้านการแก้ไขสถานการณ์โรคระบาดโควิด 2019 ภัยพิบัติธรรมชาติ และภัยสงครามในทางระหว่างประเทศ เป็นต้น

3. มิติด้านเศรษฐกิจและเทคโนโลยี รัฐบาลได้สื่อสารทางการเมืองดังกล่าวเพื่อสื่อไปยังนักลงทุนและนักธุรกิจที่สนใจการลงทุนในภาคส่วนต่างๆ ทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศ ว่ารัฐบาลได้มีการเตรียมความพร้อมและมีนโยบายสนับสนุนการลงทุนให้แก่ักลงทุนอย่างดี มีการเพิ่มสิทธิประโยชน์ต่างๆ ให้เพื่อจะสร้างแรงจูงใจให้นักลงทุนต่างชาติเข้ามาลงทุนในไทยมากขึ้น เช่น มาตรการให้นักลงทุนต่างชาติสามารถที่จะถือครองที่ดินเพื่อที่อยู่อาศัยได้ไม่เกิน 1 ไร่ มีการผลักดันการค้าการลงทุนระหว่างประเทศ เน้นการสร้าง “หุ้นส่วนทางยุทธศาสตร์” และการส่งเสริมการค้าชายแดน โดยการส่งเสริมการลงทุน การสร้างโรงงาน ธุรกิจบริการ สร้างงานสร้างอาชีพ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ถนน ระบบราง รวมถึงมีนโยบายส่งเสริมเศรษฐกิจของรัฐบาลที่ได้มีการพัฒนาประเทศในการที่จะให้เป็นศูนย์กลางการค้า การเดินทาง การเชื่อมต่อเส้นทางการเดินทาง การลงทุน การท่องเที่ยว การขนส่ง โลจิสติกส์ นอกจากนี้ รัฐบาลยังมีนโยบายกระตุ้น

เศรษฐกิจผ่านมาตรการภาษีในช่วงเทศกาลต่างๆ เช่น คนละครึ่ง เราเที่ยวด้วยกัน ช้อปช่วยชาติ มีมาตรการลดภาระค่าครองชีพของ ประชาชนโดยเฉพาะผู้มีรายได้น้อย ผู้ใช้แรงงาน เกษตรกร โดยผ่านโครงการต่าง ๆ เช่น โครงการร้านธงฟ้าประชารัฐ มีการพัฒนาโชห่วยทั่วประเทศภายใต้โครงการ “ฉลาดซื้อ ประหยัดใช้” และโครงการส่งเสริมคุณภาพชีวิตผู้มีรายได้น้อยทุกกลุ่มตามการลงทะเบียนเพื่อรับสวัสดิการแห่งรัฐ ตามที่เกิดขึ้น และส่งเสริมเศรษฐกิจ ฐานรากในระดับชุมชนให้เข้มแข็ง มีโครงการประชารัฐลงไปชุมชน เกิดโครงการ “ร้านประชารัฐสุขใจ” เพื่อเป็นศูนย์จำหน่ายสินค้าโอท็อป OTOP, SME เป็นต้น

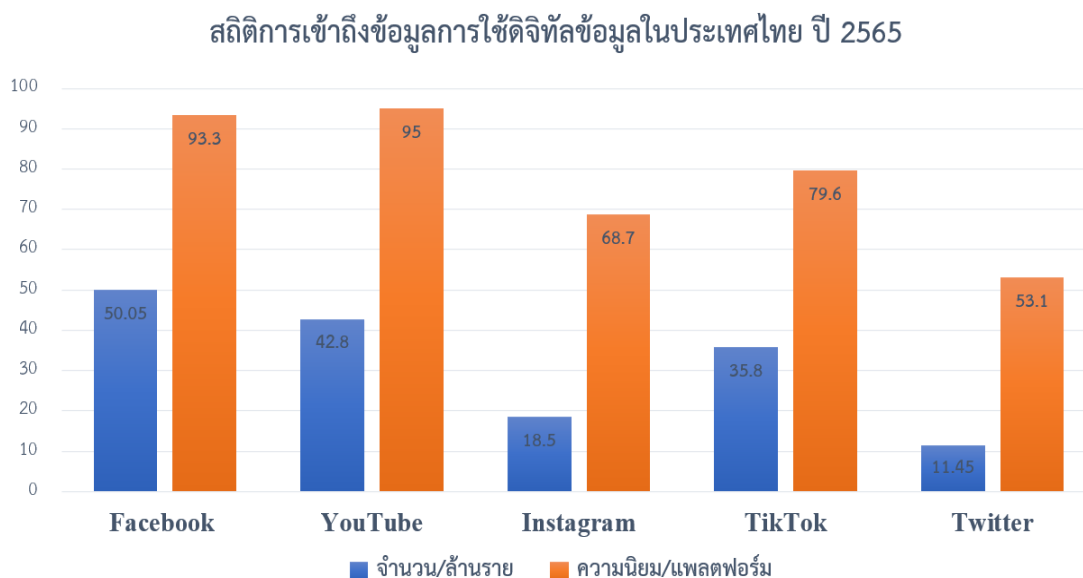
4. มิติด้านการทหาร รัฐบาลสื่อสารทางการเมืองให้ทุกส่วนราชการในสังกัดกระทรวงกลาโหม ตลอดจนองค์การรัฐวิสาหกิจในความควบคุมและหน่วยงานในกำกับของ กระทรวงกลาโหม ให้ความสำคัญกับการขับเคลื่อนนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาลเพื่อสานต่อแนวทางการขับเคลื่อนประเทศภายใต้นโยบาย “รวมไทยสร้างชาติ” และการพัฒนา ศักยภาพของกระทรวงกลาโหม ด้วยการบูรณาการร่วมกับทุกภาคส่วนในห้วงเวลาของการฟื้นฟูเศรษฐกิจและขับเคลื่อนประเทศภายหลังความแตกแยกทางการเมืองและภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของ โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID - 19) เพื่อให้ประเทศไทยสามารถพัฒนาต่อไปได้อย่างมั่นคง ปลอดภัย และยั่งยืนประกอบด้วย 1) การเสริมสร้างความมั่นคงและปลอดภัยของประเทศ 2) การพัฒนากองทัพและการส่งเสริมการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาล และ 3) การสนับสนุนรัฐบาล ในการแก้ไขปัญหาที่สำคัญของชาติ เช่น ให้ความสำคัญเร่งด่วนสูงสุดในการพิทักษ์รักษา ปกป้องและเทิดทูน สถาบันพระมหากษัตริย์ ดำรงการเสริมสร้างศักยภาพของกองทัพ และระบบการป้องกันประเทศ ให้มีความพร้อมอยู่เสมอด้วยการบูรณาการกับทุกภาคส่วน เช่น การจัดซื้อยุทโธปกรณ์ทางการทหารและงบกองทัพที่เพิ่มขึ้น เป็นต้น

สื่อหรือช่องทางในการส่ง หมายถึง ช่องทางการส่งข่าวสารของโดยรัฐบาลรัฐบาลผ่านสื่อใหม่ (New Media) เช่น สื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook) เพจไทยคู่ฟ้า , เพจประยุทธ์ จันทร์โอชา Prayut Chan-o-cha (Channel) รัฐบาลสื่อสารผ่านอินสตาแกรม (Instagram) เช่น บัญชีประยุทธ์ Prayut Chan-o-cha (@prayutofficial) รัฐบาลสื่อสารผ่านทวิตเตอร์ (Twitter) เช่น บัญชีประยุทธ์ จันทร์โอชา Prayut Chan-o-cha (@prayutofficial) รัฐบาลสื่อสารผ่านช่องทางเว็บไซต์ยูทูบ (YouTube) เช่น บัญชีไทยคู่ฟ้า ทำเนียบรัฐบาล และติ๊กต็อก (TikTok) หรือแม้กระทั่งการส่งคลิปวิดีโอเพื่อเผยแพร่ไลฟ์ (Live) ผ่านแพลตฟอร์มอื่นๆ โดยมีการสื่อสารผ่านเพจของรัฐบาล เพจของกระทรวง และเพจส่วนตัวของนักการเมืองฝ่ายรัฐบาล โดยให้ผู้ใช้ได้รับข่าวสารข้อมูล โดยผ่านประสาทสัมผัส ทั้ง 5 หรือเพียงส่วนใดส่วนหนึ่ง คือ การได้ยิน การดู การสัมผัส การลิ้มรส หรือการได้กลิ่น

โดยจากสถิติการเข้าถึงข้อมูลการใช้ดิจิทัลในประเทศไทย พบว่าประเทศไทยมีจำนวนผู้ใช้โซเชียลมีเดีย ปรากฏว่าประเทศไทยมีผู้ใช้สูงถึง 56.85 ล้านราย จำนวนโซเชียลมีเดียที่คนไทยใช้โดยเฉลี่ยจะอยู่ที่ 7.6 แพลตฟอร์ม โดยแพลตฟอร์มที่เป็นเบอร์หนึ่งในการใช้งานคือ Facebook ที่ 93.3%, TikTok 79.6%, Instagram 68.7% และ Twitter 53.1% เมื่อสอบถามแพลตฟอร์มที่คนไทยชอบ พบว่า Facebook ยังเป็น



เบอร์หนึ่งถึง 40.8%, TikTok 15.7%, Instagram 10.4%, และ Twitter 4.6% ทั้งนี้จำนวนผู้ใช้ในแต่ละแพลตฟอร์มในบ้านเรามี ดังนี้ Facebook 50.05 ล้านราย, YouTube 42.8 ล้านราย, Instagram 18.5 ล้านราย, TikTok 35.8 ล้านราย, และ Twitter 11.45 ล้านราย



ภาพที่ 3 สถิติการเข้าถึงข้อมูลการใช้ดิจิทัลในประเทศไทย ปี 2565

ที่มา : <https://www.bangkokbiznews.com/columnist/989552>

จากข้อสติดังกล่าวทำให้เห็นว่ารัฐบาลได้นำเอาช่องทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ มาเป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการเมืองสมัยใหม่หรือที่เรียกว่าสื่อใหม่ (New Media) ในการต่อสู้และโต้ตอบเพื่อแย่งชิงพื้นที่ในการนำเสนอข้อมูลของรัฐบาลและสนับสนุนฝ่ายการเมืองของรัฐบาล ซึ่งสังคมออนไลน์นี้มีลักษณะเป็น “สังคมเสมือน” (Virtual Community) ที่มีสมาชิกหลากหลายทุกเพศทุกวัย ทุกเชื้อชาติ ศาสนา ทุกระดับการศึกษา ทุกสาขาอาชีพ ซึ่งสมาชิกเหล่านี้ไม่จำเป็นต้องมีการพบปะปฏิสัมพันธ์กันแบบซึ่งหน้าโดยตรง เพียงแต่มีแนวความคิดหรือวัตถุประสงค์ที่เหมือนกันและรวมตัวกันทางชุมชนออนไลน์

ผู้รับสาร (Receiver) หมายถึง ผู้รับสารจากรัฐบาล ผู้รับสารต้องมีความชำนาญในการสื่อสาร มีความสามารถในการ "ถอดรหัส" เป็นคนที่มีทัศนคติเดียวกัน ระดับความรู้ รากฐานทางสังคมและวัฒนธรรม เหมือนกับผู้ส่งสาร ทำให้การสื่อสารมีความหมายและมีประสิทธิภาพ แต่ทัศนคติทางการเมืองของผู้รับสารอาจมีความแตกต่างกัน เช่น 1) กลุ่มเด็กเยาวชน 2) ข้าราชการ 3) วัยแรงงาน 4) ผู้สูงอายุ

### สรุปกระบวนการสื่อสาร

ดั่งนั้นจากการวิเคราะห์การสื่อสาร ทางการเมืองของรัฐบาล จึงเป็นไปตามทฤษฎี S M C R สรุปได้ตามภาพ



ภาพที่ 4 สรุปรูปแบบการสื่อสารทางการเมืองของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ผ่านสื่อใหม่ (NEW MEDIA)

ที่มา : ดัดแปลงจากแนวคิดของ เดวิด เค เบอร์โล

### 2) ปัญหาการสื่อสารทางการเมืองของรัฐบาลไทยในช่วงปี 24 สิงหาคม พ.ศ. 2557 - 24 สิงหาคม พ.ศ. 2565 ผ่านสื่อใหม่ (New Media)

ในสื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) หรือสื่อใหม่ (New Media) จัดเป็นบริการออนไลน์ซึ่งอยู่บนพื้นฐานของการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลอันสะท้อนถึงความสนใจที่คล้ายคลึงกันหรือมีความเกี่ยวข้องกันในสังคม เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) อินสตาแกรม (Instagram) ตี๊กตอก (TikTok) หรือแม้กระทั่งการส่งคลิปวิดีโอเพื่อเผยแพร่ไลฟ์ (Live) ผ่านช่องทางเว็บไซต์ยูทูป (YouTube) รวมทั้งการไลฟ์ (Live) ผ่านสื่อใหม่ (New Media) รูปแบบอื่นๆ หรือเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์อื่นๆ ในขณะที่เทคโนโลยีการสื่อสารได้รับการพัฒนาอย่างก้าวล้ำ สื่อสังคมออนไลน์หรือสื่อใหม่ (New Media) กลับส่งอิทธิพลต่อชีวิตประจำวันและความสัมพันธ์ของคนในสังคมอย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้นจนกลายเป็นประเด็นทางสังคม ที่ทั้งสื่อ บทกฎหมาย และประชาชนเองจะต้องให้ความสำคัญในการป้องกันและแก้ไขปัญหาเหล่านี้

1. ปัญหาความไม่เป็นกลางทางการเมืองของสื่อสังคมออนไลน์หรือสื่อใหม่ (New Media) ซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบในวงกว้างทั้งด้านความคิด อารมณ์ ความรู้สึกของสมาชิกหรือผู้รับสื่อสังคมออนไลน์ หรือสื่อใหม่(New Media) ผลกระทบที่เกิดขึ้นอาจมีทั้งข้อดีและข้อเสียและไม่สามารถควบคุมได้ เช่น กรณีที่เผยแพร่ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ ผู้สร้างข้อมูลสามารถเปลี่ยนแปลง แก้ไขและสามารถกำหนดเงื่อนไข ความรับผิดชอบ การควบคุมเนื้อหาสาระได้ ขณะที่การเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ผู้เผยแพร่ไม่สามารถเป็นผู้กำหนดขอบเขตความรับผิดชอบได้เอง แต่ผู้ให้บริการสื่อสังคมออนไลน์จะเป็นผู้กำหนดขอบเขตความรับผิดชอบ ผู้ใช้ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงข้อมูลได้ ซึ่งมีทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ โดยรัฐบาลอาจปิดกั้นสื่อไม่ให้นำเสนอข้อมูลที่จริงหรือนำเสนอข้อมูลด้านที่ตีด้านเดียว เช่น ปิดช่อง Voice TV ,เว็บไซต์ประชาไท, The reporters, The Standard, และเยาวชนปลดแอก-Freeyouth หากไม่ปฏิบัติตามสิ่งที่รัฐบาลต้องการอาจทำการปิดสื่อ นั้น จึงทำให้สื่อต้องเป็นฝ่ายเดียวกันกับรัฐบาลเพื่อความอยู่รอด

2. ปัญหาความเป็นทางการตายตัวไม่ยืดหยุ่นของสื่อสังคมออนไลน์หรือสื่อใหม่ (New Media) มีแต่เปิดกว้าง ทำให้ขาดข้อเท็จจริงที่น่าเชื่อถือ ขาดการเคารพกฎหมาย การสื่อสารและการแลกเปลี่ยนข้อมูลมีการเคลื่อนที่รวดเร็วกว่าสื่อแบบเดิม ก่อให้แรงกระเพื่อมต่อสังคมในด้านต่างๆ ทั้งทางบวกและทางลบ การละเมิดลิขสิทธิ์ขั้นพื้นฐานของบุคคล จนนำไปสู่อาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์ และกระทบต่อความมั่นคงในชีวิตทรัพย์สิน และความมั่นคงของรัฐในที่สุด เช่น ปัญหาการสร้างข่าวเท็จ (Fake News) การใส่ร้ายป้ายสีทางสังคมและทางการเมือง การสร้างข่าวเพื่อหวังผลประโยชน์ทางการเมือง ซึ่งเป็นหน้าที่ของรัฐบาล หรือหน่วยงานของรัฐ เช่น รัฐสภา รัฐบาล ที่จะนำมาประยุกต์ใช้ เป็นต้น

3. ปัญหาข้อจำกัดของรัฐบาลในการใช้สื่อสังคมออนไลน์หรือสื่อใหม่ (New Media) เพราะรัฐบาลจะต้องกำหนดว่าบทบาทของตนเองว่าหน่วยงานของตนอยู่ในตำแหน่งใดของสังคมออนไลน์หรือสื่อใหม่(New Media) โดยหากกำหนดระดับความเป็นทางการในการสื่อสารสื่อสังคมออนไลน์หรือสื่อใหม่ (New Media) ไว้สูง โอกาสที่จะมีการเข้าถึงของผู้ใช้จะน้อยลงด้วย แต่หากกำหนดระดับความเป็นทางการในการสื่อสารสื่อสังคมออนไลน์หรือสื่อใหม่ (New Media) ไว้ในระดับที่ต่ำ ความน่าเชื่อถือของรัฐบาลก็จะลดลงตามไปด้วยในการนำสื่อสังคมออนไลน์หรือสื่อใหม่ (New Media) ไปใช้ในหน่วยงานของรัฐบาล จะต้องรักษาสมดุลระหว่างผลประโยชน์ ผลกระทบ ข้อมูล รวมถึงความเสมอภาคทางการเมือง ในกรณีที่ข้อมูลในสื่อใหม่(New Media) กลายเป็นประเด็นสังคม รัฐบาลจะต้องสื่อสาร โดยอธิบายหรือแก้ไขสารที่ผิดพลาดให้ถูกต้อง เพื่อไม่ให้เกิดความขัดแย้ง เช่น สารเกี่ยวกับการยุบสภา สารเกี่ยวกับการจัดตั้งรัฐบาล สารเกี่ยวกับการรัฐประหาร สารเกี่ยวกับการสลายการชุมนุม สารเกี่ยวกับการค้าการลงทุน สารเกี่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจ

4. ปัญหาการคุกคามผ่านสื่อออนไลน์ (Cyber Bullying) หรือสื่อใหม่ (New Media) คือการคุกคามหรือรังแกกันผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศ ทั้งอีเมลแชตหรือแบล็คเมลล์ การส่งข้อความทางโทรศัพท์ การแชตทางโทรศัพท์ โปรแกรมออนไลน์ การสร้างข่าวเท็จ การสร้างบัญชีเท็จ และชัดเจนที่สุดคือการคุกคามผ่านสื่อสังคมออนไลน์หรือสื่อใหม่ (New Media) แม้ว่าการคุกคามกันบนโลกออนไลน์หรือสื่อใหม่ (New

Media) จะไม่ใช้การทำร้ายร่างกายหรือมีใครได้รับบาดเจ็บ แต่เป็นการทำร้ายทางอารมณ์ความรู้สึกซึ่งสามารถสร้างบาดแผลที่รุนแรงมากในทางจิตวิทยาอันจะส่งผลให้เกิดอาการหวาดระแวง ซึมเศร้า หดหู่ ไปจนถึงการฆ่าตัวตายในที่สุด (พระอธิการแสงอรุณ ขยาภินนโท (อ้อยผดุง) , พระครูโสภณปริยัติสุธี , สหทยาวิเศษ, 2565 : 11) สำหรับในสื่อสังคมออนไลน์หรือสื่อใหม่ (New Media) แล้ว การคุกคามในรูปแบบนี้กลายเป็นปัญหาที่นับวันจะทวีความรุนแรงมากขึ้น ตามจำนวนของเยาวชนที่เข้ามาเป็นสมาชิกของเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เพิ่มมากขึ้น เพราะเครือข่ายสังคมออนไลน์หรือสื่อใหม่ (New Media) กลายเป็นเครื่องมือให้มือมืดใช้พูดว่าคนอื่นอย่างที่ไม่สามารถทำได้ต่อหน้าจริงๆ ในสภาวะนิรนามโดยมีสื่อออนไลน์หรือสื่อใหม่ (New Media) เป็นดั่งกำแพงกั้นระหว่างผู้กระทำและผู้ถูกกระทำ อย่างไรก็ตามข้อความว่าร้ายหรือข่มขู่ก็สามารถสร้างผลเสียให้กับคนที่ถูกคุกคามอย่างสาหัส การคุกคามผ่านออนไลน์หรือสื่อใหม่ (New Media) จะเพิ่มจำนวนของการคุกคามเชิงกายภาพได้อย่างง่ายดายเพราะทำได้ง่ายทุกที่ทุกเวลา เช่น การตำทอใส่ร้ายหรือดูหมิ่นบุคคลที่มีความเห็นต่างทางการเมือง เพื่อให้บุคคลผู้นั้นถูกเกลียดชังเพื่อหวังผลทางการเมือง

5. ปัญหาการโจรกรรมเอกลักษณ์บุคคล (Identity Theft) ทางสื่อสังคมออนไลน์หรือสื่อใหม่ (New Media) ได้กลายเป็นปัญหาใหญ่ทั้งในสังคมไทยและประเทศอื่นๆ ทั่วโลก และยังเป็นอีกสาเหตุของการเติบโตอันรวดเร็วของจำนวนสมาชิกที่เพิ่มขึ้นบนเครือข่ายสังคมออนไลน์หรือสื่อใหม่ (New Media) เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เอื้ออำนวยให้เกิดการโจรกรรมเอกลักษณ์หรือข้อมูลส่วนบุคคลได้อย่างง่ายดายด้วยเครื่องมือ “แก้ไขข้อมูลส่วนตัว” (Edit your profile) ซึ่งจะแสดงทั้งชื่อ นามสกุล ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ ความสนใจส่วนตัว อีเมล รายชื่อเพื่อนสนิท หรือแม้กระทั่งข้อมูลส่วนตัวมากๆ อย่างสถานะความสัมพันธ์กับคนรัก (พระอธิการแสงอรุณ ขยาภินนโท (อ้อยผดุง)และคณะ, 2565 : 11) เช่น การสร้างบัญชีเท็จเพื่อโพสต์ข้อมูลหรือเพื่อสร้างความเสียหายให้บุคคลเพื่อหวังผลทางการเมือง หรือ หารแฮ็กข้อมูลเพื่อเข้าบัญชีบุคคลที่มีชื่อเสียงต่างๆ เพื่อสร้างความเสียหายให้กับเจ้าของบัญชี ยกตัวอย่าง เฟสบุ๊ก (Facebook) ซึ่งเป็นเครือข่ายสังคมที่ให้สมาชิกได้ “เช็คอิน” (Check-In) ตามสถานที่ต่างๆที่ตัวเองเดินทางไป แต่การเช็คอินนั้นก็ทำให้ผู้อื่นรู้ว่าเรากำลังทำอะไรที่ไหนอยู่บ้าง เหล่าหวัชโหมยก็จะอาศัยข้อมูลจากสื่อออนไลน์ตรงนี้ในการดูต้นทางในการขึ้นบ้านเพื่อไปลักขโมยทรัพย์สินมีค่าได้อย่างสะดวกทันทีที่รู้ว่าเจ้าของบ้านไม่อยู่ ดังนั้นเราจึงไม่ควรใส่ข้อมูลส่วนตัวที่มากจนเกินไปของเราลงบนเครือข่ายออนไลน์

6. ปัญหาการบังคับใช้พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ.2560 ปัญหาผลกระทบที่ได้กล่าวมาจากสื่อสังคมออนไลน์หรือสื่อใหม่ (New Media) เหล่านี้แทบจะไม่ได้ครอบคลุมอยู่ในตัวบทกฎหมายเลย กฎหมายว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ทั้ง 27 มาตรากล่าวถึงบทลงโทษกรณีความผิดฐานที่มีลักษณะอันลามก หรือข้อมูลอันเป็นความผิดเกี่ยวกับความมั่นคงแห่งราชอาณาจักรหรือความผิดเกี่ยวกับการก่อการร้าย ฯลฯ แต่ไม่ได้พูดถึงผลกระทบภายนอกอย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตามสิ่งที่พลเมืองในสังคมสามารถทำได้ในการป้องกันภัยที่มาจากสื่อสังคมออนไลน์หรือสื่อใหม่ (New

Media) ก็คือความรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) โดยต้องเข้าใจสภาพของสังคมสื่อออนไลน์หรือสื่อใหม่ (New Media) ว่าเป็นสังคมอีกรูปแบบหนึ่งซึ่งมีทั้งพื้นที่ส่วนตัวและพื้นที่สาธารณะ เรียนรู้ธรรมชาติของการสื่อสารและการมีปฏิสัมพันธ์บนโลกออนไลน์กับชีวิตจริงว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร และมีความระมัดระวังรอบคอบในการจะแสดงความคิดเห็น ข้อมูลส่วนตัว หรือภาพถ่ายต่างๆ ลงสู่เครือข่ายออนไลน์และเช่นเดียวกับปัญหาอื่นๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมภายนอก เช่น การหมิ่นประมาท การดูหมิ่น การแฮ็คข้อมูล การนำเข้าสู่ข้อมูลอันเป็นเท็จเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ ฯลฯ

**สรุปปัญหาการสื่อสารทางการเมืองของรัฐบาลไทย** สาเหตุของปัญหาที่แท้จริงของสื่อออนไลน์หรือสื่อใหม่ (New Media) นั้นอยู่ที่คนในสังคมขาดความเข้าใจในสิทธิและหน้าที่ ตลอดจนจิตสำนึกอันดีงาม ทั้งปัญหาการโจรกรรมทรัพย์สินในโลกแห่งความเป็นจริงหรือการโจรกรรมข้อมูลและเอกลักษณ์ส่วนตัวบนออนไลน์ การรังแกหรือคุกคามกันที่ในเครือข่ายสังคมออนไลน์หรือสื่อใหม่ (New Media) เหล่านี้ล้วนแล้วเป็นเพราะคนไม่คำนึงถึงสิทธิของบุคคลอื่น หากแต่คำนึงถึงแต่ตนเองเป็นสำคัญ ขาดศีลธรรมจรรยาอันดีงามในสังคม (Codes of Ethics) และไม่เคารพกฎหมาย

## สรุป

การสื่อสารทางการเมืองของรัฐบาล : กระบวนการสื่อสารและปัญหาการสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่อใหม่ (New Media) ในสมัยรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา พบว่ารัฐบาลใช้กลยุทธ์ในการสื่อสารโดยรัฐบาลใช้การสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์หรือสื่อใหม่ (New Media) มีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นมาก โดยรัฐบาลได้สื่อสารผ่านพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี คณะรัฐมนตรี สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรฝ่ายรัฐบาล ซึ่งถือว่าเป็นผู้ส่งสารไปยังประชาชนชาวไทย โดยเนื้อหาของสารส่วนใหญ่ครอบคลุมมิติด้านการเมือง มิติด้านสังคมและการสร้างความสมานฉันท์ มิติด้านการพัฒนาเศรษฐกิจและเทคโนโลยี และมิติด้านการทหาร โดยผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์หรือสื่อใหม่ (New Media) เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเด็กเยาวชน ข้าราชการ วิทยุ แรงงาน ผู้สูงอายุ โดยใช้ช่องทางการส่งข่าวสารของรัฐบาลผ่านสื่อใหม่ (New Media) เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) อินสตาแกรม (Instagram) ตี๊กต็อก (TikTok) หรือแม้กระทั่งการส่งคลิปวิดีโอเพื่อเผยแพร่ไลฟ์ (Live) หรือคลิปผ่านช่องทางเว็บไซต์ยูทูบ (YouTube) เพื่อความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูล โดยเนื้อหาของสารส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องของปลูกฝังค่านิยมให้กับคนไทยได้ยึดมั่น ซาติ ศาสน์ กษัตริย์ สร้างความรักใคร่ ประองตอง และสามัคคีของคนในชาติ รวมถึงสร้างความเชื่อมั่นให้ถึงกลุ่มทุนทั้งในประเทศและต่างประเทศ เชื่อมั่นในระบบเศรษฐกิจของประเทศ ส่งเสริมการค้าการลงทุนของนักธุรกิจและด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ด้านการทหาร เป็นต้น จากจากข้อค้นพบของงานวิจัยชิ้นนี้สะท้อนให้เห็นว่าการสื่อสารทางการเมืองผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์นับได้ว่าเป็นช่องทางการสื่อสารของโลกยุคใหม่ที่ทรงอิทธิพล และได้รับความนิยมแพร่หลายอย่างรวดเร็วไปทั่วโลก เพราะสามารถเข้าถึงกลุ่มคนเป้าหมายทุกเพศ

ทุกวัย ในรูปแบบสังคมออนไลน์ที่สามารถเชื่อมโยงถึงกันได้อย่างไม่มีที่สิ้นสุด จนเกิดเป็นสังคมเสมือนที่เปิดโอกาสให้ผู้คนเข้าไปใช้งาน เผยแพร่ข้อมูลส่วนตัว บทความ รูปภาพ ผลงาน ตลอดจนเป็นเวทีแสดงความคิดเห็น เพื่อใช้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ตลอดจนความสนใจ หรือทำกิจกรรมต่าง ๆ จึงเป็นช่องทางให้เกิดปัญหาและผลกระทบต่อสังคม เช่น ปัญหาของสื่อสังคมออนไลน์อาจไม่เป็นกลางทางการเมือง ปัญหาสื่อสังคมออนไลน์มีความเป็นทางการตายตัวไม่ยืดหยุ่น ปัญหาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของรัฐบาลมีข้อจำกัด ปัญหาการคุกคามผ่านสื่อออนไลน์ (Cyber Bullying) ปัญหาการโจรกรรมเอกลักษณ์บุคคล (Identity Theft) ปัญหาการบังคับใช้พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560

### ข้อเสนอแนะ

จากการสื่อสารทางการเมืองของรัฐบาล : กระบวนการสื่อสารและปัญหาการสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่อใหม่ (New Media) ในสมัยรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ผู้เขียนมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. รัฐบาลควรส่งเสริมให้ประชาชนผู้รับข้อมูลข่าวสาร มีการคิด วิเคราะห์ แยกแยะ เนื้อหาข้อมูลข่าวสารโดยใช้วิจารณญาณ รวมทั้งสร้างความเข้าใจในหลักการทางประชาธิปไตย หลักนิติรัฐ และนิติธรรม
2. รัฐบาลควรมีการควบคุมสื่อและผู้ส่งสาร (Sender) ในการรายงานข้อเท็จจริง กรณีที่ผู้สื่อข่าวหรือผู้ส่งสารหลักติดตามความเคลื่อนไหวทางการเมือง แขนงนักวิจารณ์สังคม หรือนักกิจกรรมเคลื่อนไหวทางสังคม เพื่อไม่ให้เกิดความขัดแย้งในสังคมหรือใช้สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือทำลายชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของฝ่ายตรงข้าม โดยใช้มาตรการทางกฎหมายเพื่อสร้างความเป็นธรรมในสังคม
3. รัฐบาลควรบังคับใช้พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560 ให้เกิดเป็นรูปธรรมและสร้างความเป็นธรรมให้ทุกฝ่ายไม่ว่าจะเป็นฝ่ายที่เห็นต่างทางการเมืองกับรัฐบาลหรือฝ่ายที่สนับสนุนรัฐบาล ไม่ใช้กฎหมายกลั่นแกล้งฝ่ายที่เห็นต่างจากรัฐบาล

### เอกสารอ้างอิง

- คันธิดา ฉายาวงศ. (2564). แนวโน้มการเมืองไทยกับสื่อสังคมออนไลน์ในศตวรรษที่ 21. *วารสารเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร*. 6 (1), 97-107.
- นันทนา นันทวโรภาส. (2558). “ดร.นันทนา” วิพากษ์สื่อสารการเมืองของผู้นำจากยุคทักษิณถึงนายกฯ ประยุทธ์. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อวันที่ 3 พฤศจิกายน 2565 แหล่งที่มา [http://www.isranews.org/isranews/item/37935-interview\\_580415.html](http://www.isranews.org/isranews/item/37935-interview_580415.html).
- นันทนา นันทวโรภาส. (2558). *สื่อสารการเมือง ทฤษฎีและการประยุกต์ใช้*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แมสมิเดีย.
- ประมะ สตะเวทิน. (2527). *หลักนิเทศศาสตร์*. กรุงเทพมหานคร: รุ่งเรืองการพิมพ์.

- พระอธิการแสงอรุณ ชยาภินนโท (อ้อยผดุง), พระครูโสภณปริยัติสุธี, สหทยา วิเศษ. (2565). การสื่อสารทางการเมืองผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของประชาชนเขตอำเภอเมือง พะเยา จังหวัดพะเยา. *วารสารวิจัยวิชาการ*. 5 (3), 1-14.
- สุภาภรณ์ ตึงอินทร์. (2553). *กลยุทธ์การสื่อสารของสมาชิกรัฐสภา (ส.ว.) ที่เคยดำรงตำแหน่งกำนัน*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุรพล สุยะพรหม และนันทนา นันทวโรภาส. (2562). การสื่อสารทางการเมืองของพระเทพปฏิภาณวาที (เจ้าคุณพิพิธ): ศึกษาในช่วงเวลา พ.ศ. 2540-2560. *วารสารมหาจุฬานาครทรรศน์*. 6 (5), 2501-2518.
- Berlo, D. (1960). *The Process of Communication*. New York : Holl, Reneheart and Winston, Inc. McNair, B. (2011). *An Introduction to Political Communication*. 3rd ed. New York : Routledge.