

**ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อรัฐบาลและนายกรัฐมนตรี
พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา กับพฤติกรรมการติดตามรายการ
“คืนความสุขให้คนในชาติ”**

The Relationship between Attitudes toward the Government and General Prayuth
Chan-ocha, the Prime Minister and Viewing Behaviors of the Program
“Return Happiness to Thai Citizens”

เสรี วงษ์มณฑา^{1*}, ชุษณะ เตชคณา²

Seri Wongmonta¹, Jusana Techakana²

¹วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา กรุงเทพมหานคร

²มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

*ผู้พิมพ์หลัก e-mail: aerm2503@yahoo.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะ (1) ศึกษาพฤติกรรมการติดตามรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ที่นำเสนอโดยนายกรัฐมนตรี พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ของกลุ่มประชาชนที่มีทัศนะทางการเมืองที่หลากหลาย และ (2) วิเคราะห์ผลของการติดตามรับชมในเรื่องทัศนคติที่มีต่อรัฐบาลและนายกรัฐมนตรี (3) เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงแนวทางการดำเนินรายการดังกล่าวให้มีผลในการสร้างความนิยมให้รัฐบาลและนายกรัฐมนตรี การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบสำรวจเชิงปริมาณด้วยการใช้แบบสอบถามที่มีโครงสร้างกับกลุ่มตัวอย่างในกรุงเทพ 400 คน ในเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร โดยสุ่มเขต 10 เขตในกรุงเทพมหานครจากพื้นที่ 50 เขต แล้วเก็บตัวอย่างแบบสะดวกเขตละ 40 คน กรอบทฤษฎีในการวิจัยครั้งนี้คือ Cognitive Dissonance (Festinger), Media Exposure (Finn), The Effects of Mass Communication (Klapper), Agenda Setting (McComb and Shaw), The Uses and Gratifications of Mass Media (Mc Quail and Gurevitch) ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าประชาชนส่วนใหญ่ได้รับชมรายการดังกล่าวด้วยความบังเอิญมากกว่าตั้งใจ และเห็นว่ารายการดังกล่าวควรจะออกอากาศในช่องของรัฐบาลเท่านั้น และเวลาในการนำเสนอควรจะเป็น 30 นาที โดยให้มีนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับสาระที่พูดมาร่วมนำเสนอ ประชาชนที่ติดตามดูรายการนี้ได้ติดตามข่าวสารบ้านเมือง แต่ไม่ค่อยได้นำไปใช้ประโยชน์ทางอื่น เช่น ไม่ได้นำไปเป็นบทสนทนากับผู้อื่น ไม่ได้นำไปเป็นข้อแนะนำในการปฏิบัติตน ในการทดสอบสมมุติฐานพบว่า อายุ รายได้ การศึกษา อาชีพ การสังกัดพรรค และการได้ติดตามรับชมมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีนายกรัฐมนตรีและรัฐบาล คนที่มีอายุมาก คนที่มีรายได้ปานกลางถึงสูง คนที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป คนที่ทำอาชีพส่วนตัว คนที่เป็นข้าราชการ คนที่เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ คนที่เป็น

พนักงานเอกชน คนที่เป็นเกษตรกร คนที่เป็นกรรมกร คนที่สังกัดพรรคประชาธิปัตย์ และคนที่ไม่สังกัดพรรคใดเลย มีความชื่นชมยกย่อง พอใจ และมั่นใจในการทำงานของนายกรัฐมนตรีและรัฐบาลมากกว่า คนที่มีอายุน้อย คนที่มีการศึกษาน้อย คนที่มีรายได้ต่ำ คนที่เป็นนักศึกษา และคนที่สังกัดพรรคเพื่อไทย รายการดังกล่าวตอกย้ำทัศนคติเชิงบวกที่มีต่อนายกรัฐมนตรีและรัฐบาลได้ แต่ไม่อาจจะเปลี่ยนใจคนที่มีทัศนคติเชิงลบต่อนายกรัฐมนตรีและรัฐบาลได้ สิ่งที่ต้องปรับปรุงคือทำรายการให้สั้นลงไม่เกิน 30 นาที และควรจะออกอากาศเฉพาะช่องที่เป็นของรัฐคือ ช่อง 5 ช่อง 9 และ ช่อง 11 เพียงช่องใดช่องหนึ่งเท่านั้น และควรให้มีรัฐมนตรีคนอื่นที่เกี่ยวข้องกับงานมาร่วมเป็นผู้นำเสนอด้วย ในขณะเดียวกันจะต้องตระหนักว่าการใช้รายการดังกล่าวสื่อสารกับประชาชน สามารถที่จะตอกย้ำและดำรงความชื่นชอบนายกรัฐมนตรีและรัฐบาลในกลุ่มประชาชนที่มีความคิดที่เป็นบวกกับนายกรัฐมนตรีและรัฐบาลมาก่อนแล้วเท่านั้น ไม่อาจจะใช้รายการดังกล่าวเปลี่ยนความคิดที่เป็นลบของประชาชนบางกลุ่มได้ หากจะเป็นทัศนคติของคนกลุ่มหลังนี้จะต้องใช้วิธีการอื่นๆ

คำสำคัญ : ความสัมพันธ์, รัฐบาล, นายกรัฐมนตรี, พฤติกรรมการติดตามรับชม, ทัศนคติ, รายการคืนความสุขให้ประชาชน

ABSTRACT

The objectives of this research were (1) to study viewing behaviors among people with diverse political ideas, regarding the TV program “Retuning Happiness to Thai People” program, presented by the Prime Minister, General Prayuth Chan-ocha, and (2) to analyze the impact of viewing in terms of their attitudes towards the Prime Minister and the Government. It was also (3) aimed at discovering ways to improve the program in order to create popularity for the Prime Minister and the Government. The method used was a quantitative survey research with a structured questionnaire being distributed among 400 respondents in Bangkok. Ten districts were randomly selected from the total of 50 districts, and 40 persons were selected by means of convenience sampling in each selected district. The theoretical framework of the study included Cognitive Dissonance (Festinger), Media Exposure (Finn), The Effects of Mass Communication (Klapper), Agenda Setting (Mc Comb and Shaw, The Uses and Gratifications of Mass Media (Mc Quail and Gurevitch) The findings revealed that most people were exposed to the program by accident rather by intention to watch, and they wanted the program to be televised on only one channel. It could be Channel 5, Channel 9, or Channel 11, which are stated-owned

stations. An appropriate duration of the program should be no longer than 30 minutes, and presenters should be the Prime Minister and other Ministers responsible for the issues discussed in the program. The only gratification they got from viewing the program was to keep up with political news; they did not use what they gained from the program as contents for interpersonal communication or as guidance for their behaviors. Age, income, occupation, education, political party affiliation, and exposure to the program were proved to be related to attitudes towards the Prime Minister and the Government. People with higher ages, with higher incomes, with higher education levels, working people, Democrat Party members, non partisans, and frequent viewers were more likely to have positive attitudes towards the Prime Minister and the Government than those with younger ages, with low incomes, with low education levels, students, and Pheu Thai Party members. The program could reinforce positive attitudes towards the Prime Minister and the Government, but could not reverse attitudes among those who held negative attitudes against the Prime Minister and the Government. The researcher recommended that the program be improved as follows: the duration should not exceed 30 minutes, televised on one of the state-owned channels, namely Channel 5, Channel 9, or Channel 11, the Prime Minister and other Ministers responsible for relevant issues should be presenters. It should be realized that the program is capable of reinforcing existing positive predispositions towards the Prime Minister and the Government, but it is not capable of reversing negative predispositions. If the Government wants to reverse negative attitudes, other measures are deemed necessary.

Keywords : Relationship; Government; Prime Minister; Viewing Behavior; Attitude; Return Happiness to Thai Citizens” program presented by the Prime Minister; General Prayuth Chan-ocha

บทนำ

หลังจากมีการจัดตั้งรัฐบาลโดยคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชาในฐานะนายกรัฐมนตรีได้จัดให้มีรายการ “คืนความสุขให้ประชาชน” โดยที่ท่านนายกรัฐมนตรีจะเป็นผู้ออกมารายงานการทำงานของรัฐบาล ทั้งสิ่งที่

ทำไปแล้ว และสิ่งที่ตั้งใจจะทำ แม้ว่าจะมีประชาชนบางกลุ่มติดตามรับชมการนำเสนอของนายกรัฐมนตรี แต่ก็มีเสียงบ่นบ้างว่านายกรัฐมนตรีพูดนานเกินไป อยากให้พูดน้อยกว่านี้ ลีลาในการพูดของนายกรัฐมนตรีเหมือนท่านกำลังพูดกับทหารได้บังคับบัญชา อยากให้ท่านพูดด้วยลีลาที่นุ่มนวลมากกว่านี้

ในขณะที่มีเสียงบ่น แต่ก็มีเสียงชมไม่น้อย เช่นเดียวกัน คำชมที่ได้พบเห็นบ่อยๆ ก็คือนายกรัฐมนตรีเป็นคนพูดเก่ง แม้บางคนจะดูออกว่า ท่านอ่านจากบทที่เขียนไว้ก่อน แต่ท่านสามารถ รายงานให้เป็นลีลาการพูดมากกว่าการอ่าน ลีลาการพูดของนายกรัฐมนตรีมีความจริงใจ ไม่แสดแสร้ง ทำให้สิ่งที่ท่านพูดมีความน่าเชื่อถือ และหลายคนแสดงความนิยมลีดาลังกล่าว สิ่งที่ท่านนายกรัฐมนตรีนำมารายงานนั้น ทำให้ ประชาชนจำนวนมากมองเห็นความตั้งใจจริง ในการเข้ามาทำงานของท่าน และเห็นว่าท่าน แก้ไขปัญหาต่างๆ ที่สังคมมานานไปได้หลายเรื่อง

การที่ปฏิริยาการตอบรับการนำเสนอ การทำงานของรัฐบาลผ่านรายการ “คืนความสุขให้ประชาชน” มีทั้งที่ชื่นชมและมีทั้งที่บ่น จึงทำให้เกิดคำถามที่จะต้องหาคำตอบ เพื่อที่จะนำมาใช้เป็นข้อมูลในการบริหารจัดการ การจัดรายการและการดำเนินรายการ “คืนความสุขให้ประชาชน” ทั้งในด้านผู้นำเสนอ (source) เนื้อหาที่จะนำเสนอ (messages) ช่องทางในการนำเสนอ (channels) และช่วงเวลา ในการนำเสนอ (schedule and duration) เพื่อให้รายการดังกล่าวเป็นเครื่องมือในการ ประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลที่มีประสิทธิภาพและ ประสิทธิผล ตรงตามเจตนาของการจัดให้มี รายการดังกล่าว

วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้ (1) เพื่อ วิเคราะห์การติดตามรับชมรายการ “คืนความสุขให้ประชาชน” ของประชาชน (2) เพื่อวิเคราะห์ ทศนคติของประชาชนที่มีต่อรัฐบาลและ นายกรัฐมนตรีหลังจากที่ได้ติดตามชมรายการ

“คืนความสุขให้ประชาชน” (3) เพื่อวิเคราะห์ พฤติกรรมของประชาชนในการนำเอาข้อมูลที่ได้รับจากรายการ “คืนความสุขให้ประชาชน” ไป ใช้ (4) เพื่อหาแนวทางในการปรับปรุงการการ ดำเนินงานรายการ “คืนความสุขให้ประชาชน” (5) เพื่อเพิ่มคะแนนนิยมให้กับรัฐบาลและนายกรัฐมนตรีจากการนำเสนอรายการ “คืนความสุขให้ประชาชน

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

อิทธิพลของสื่อสารมวลชน (Mass Media Effects) มี 3 ทฤษฎีหลัก คือ

1. ทฤษฎีเข็มฉีดยา (Hypodermic Needle Theory) เป็นทฤษฎีที่เก่าแก่ที่สุด ที่เชื่อว่าสื่อสารมวลชนมีอิทธิพลต่อผู้รับสาร เหมือนกับการฉีดยาเพื่อกำหนดอาการ ของประชาชนว่าจะให้เป็นเช่นไร ทฤษฎีนี้ จะเป็นจริงได้ก็ต่อเมื่อผู้ส่งสารสามารถผูกขาด ช่องทางการสื่อสารได้เท่านั้น ถ้าหากไม่มีการ ผูกขาดช่องทางการสื่อสารอิทธิพลของสื่อสาร มวลชนจะมีอย่างจำกัด

2. แนวความคิดของทฤษฎีอิทธิพล อันจำกัดของสื่อสารมวลชน (Limited Effects Theory) ที่กล่าวว่าสื่อสารมวลชนมีอิทธิพล ต่อผู้รับสารอย่างจำกัด ทั้งนี้เพราะประชาชนมี เครื่องกรองในการพิจารณาข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่ได้รับจากสื่อสารมวลชน สื่อสารมวลชนมักจะ มีอิทธิพลในการตอกย้ำ (Reinforce) ความเชื่อ เดิม ทศนคติเดิม ความคิดเห็นเดิม มากกว่าการ มีอิทธิพลในการเปลี่ยน (Change or reverse) ความรู้ ความเชื่อ ทศนคติ และความคิดเห็นที่ผู้รับ สารมีอยู่ก่อนที่จะได้รับข่าวสารจากสื่อสารมวลชน

3. ทฤษฎีอิทธิพลเฉพาะเรื่องเฉพาะกลุ่ม

(Specific Effects Theory) ทฤษฎีนี้ยอมรับทั้ง 2 ทฤษฎีข้างต้น ในบางกรณีคนบางกลุ่ม กับเรื่องบางเรื่อง พวกเขาจะเชื่อสิ่งที่ได้รับจากสื่อสารมวลชนโดยไม่มีมีการคัดกรองใดๆ เพราะพวกเขามีแนวโน้มที่จะยอมรับสื่อนั้นๆ อยู่แล้ว อาจจะเป็นเพราะพวกเขชอบสื่อนั้น มองสื่อนั้นด้วยภาพลักษณ์ที่ดี หรือพวกเขาอาจจะชอบผู้นำเสนอในสื่อนั้น เช่นชอบคนอ่านข่าวในรายการวิทยุหรือรายการโทรทัศน์ หรือคนเขียนบทความในสื่อสิ่งพิมพ์ ในบางครั้งผู้รับสารจะเชื่อเรื่องบางเรื่องที่นำเสนอโดยสื่อบางราย อาจจะเป็นเพราะเขาเชื่อว่าสื่อดังกล่าวมีความรู้ความชำนาญในการติดตามเสนอข่าวเรื่องนั้นได้อย่างถูกต้องและลึกซึ้ง แต่ในขณะเดียวกัน ถ้าหากเป็นเรื่องอื่นๆ ในสื่อเดียวกัน เขาอาจจะไม่เชื่อโดยทันที อาจจะมีการคัดกรองเนื้อหาสาระเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวที่ได้รับจากสื่อนั้น คนอ่านข่าว คนทำรายการวิทยุบางคน และคนที่เขียนบทความในสื่อสิ่งพิมพ์บางคน จะเป็นที่ยอมรับและเชื่อถือเมื่อเขาพูดหรือเขียนถึงบางเรื่อง แต่หากการพูดหรือการเขียนของเขาเป็นเรื่องอื่น ผู้รับสารอาจจะไม่เชื่อถือเขาก็ได้ เพราะเขาไม่มีภาพเป็นผู้นำความคิดทางด้านนั้นๆ เพราะตามปกติแล้วคนที่เป็นผู้มีอิทธิพลทางความคิดมักจะเป็นผู้มีอิทธิพลเฉพาะเรื่อง ไม่ใช่เป็นผู้มีอิทธิพลทุกเรื่อง

Denis Mac Quail (1994, pp.494-495) ได้ให้คำจำกัดความเรื่องอิทธิพลของสื่อสารมวลชนว่า “อิทธิพลของสื่อสารมวลชนหมายถึงผลลัพธ์จากการทำงานหรือจากการทำหน้าที่ของสื่อมวลชน และผลลัพธ์จากการเปิดรับสื่อของผู้รับสารที่เกิดขึ้นโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจ

ก็ตาม” จากคำจำกัดความของ Mac Quail จะเห็นได้ว่าอิทธิพลของสื่อมวลชนแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ (1) อิทธิพลที่เกิดขึ้นด้วยความตั้งใจหรือเจตนา (Intended) ของผู้ส่งสาร เป็นอิทธิพลที่เกิดขึ้นจากการที่สื่อมวลชนที่ทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารมีความตั้งใจหรือเจตนาที่จะให้ข่าวสารที่พวกเขาส่งออกไปในรูปแบบของสื่อสารมวลชนทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างใดอย่างหนึ่งในตัวของผู้รับสาร ไม่ว่าจะเป็นความรู้ ความเข้าใจ ทศนคติ ความคิดเห็น หรือพฤติกรรมบางอย่าง และ (2) อิทธิพลที่เกิดขึ้นโดยไม่ตั้งใจหรือไม่เจตนา (Unintended) ของผู้ส่งสาร เป็นอิทธิพลที่เกิดขึ้นจากการที่สื่อมวลชนที่ทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารไม่มีความตั้งใจหรือเจตนาที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใดๆ จากการเสนอข่าวสารต่างๆ สื่อมวลชนมีเพียงวัตถุประสงค์ที่จะรายงานข้อเท็จจริงตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ไม่มีเจตนาจะจงใจให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกอย่างใดอย่างหนึ่ง แต่ข่าวบางข่าวหรือการรายงานบางสถานการณ์กลับมีอิทธิพลต่อความเชื่อและการทศนคติของผู้รับสารเป็นจำนวนมากเพราะสาระของข่าวสอดคล้องกับความสนใจและความต้องการของผู้รับสารในขณะนั้น

การดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณแบบสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามอย่างมีโครงสร้างเพื่อสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างประชากรในการศึกษาครั้งนี้คือประชากรในกรุงเทพมหานครจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยจะเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (random sampling)

โดยการเลือกเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างใน เขตและสัมภาษณ์คนในแต่ละเขต คนให้ได้ตัวอย่าง กระจายไปตามเขตต่างๆ ในพื้นที่ของกรุงเทพมหานคร

เครื่องมือในการทำการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยคือแบบสอบถามอย่างมีโครงสร้าง (Structured Questionnaire) โดยเป็นการสัมภาษณ์ต่อหน้าโดยผู้ออกสนามเก็บแบบสอบถามแบบสอบถามมีองค์ประกอบดังต่อไปนี้(1) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ คำถามเรื่อง เพศ การศึกษา รายได้ และอายุ (2) พื้นฐานความคิดทางการเมือง ได้แก่ กปปส. นปช. พันธมิตร หลากสี และอื่นๆ (3) การสังกัดพรรคการเมือง ได้แก่ พรรคประชาธิปัตย์ พรรคเพื่อไทย พรรคอื่นๆ และไม่สังกัดพรรค (4) การติดตามรับชมรายการ “คืนความสุขให้ประชาชน” ได้แก่ ความถี่ และการนำไปใช้ (5) ทศนคติที่มีต่อรัฐบาลได้แก่ความชื่นชม ยกย่อง ความมั่นใจ และความพอใจ และ (6) ทศนคติที่มีต่อนายกรัฐมนตรีได้แก่ความชื่นชมยกย่อง ความมั่นใจ ความพอใจ และความต้องการให้อยู่ต่อ

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ที่เป็นการแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) สำหรับสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ในการทดสอบสมมุติฐานใช้ Chi square

ผลการวิจัย

ผลของการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่สังกัดพรรคใดเลย ที่สังกัดพรรคจะสังกัดพรรคประชาธิปัตย์ที่สังกัดพรรคเพื่อไทยมีน้อยมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามมากกว่ากึ่งหนึ่งไม่ค่อยได้ชมรายการ “คืนความสุขให้คนไทย” ที่ได้ชมเกือบทุกครั้งมีไม่ถึงหนึ่งในสี่มีคนที่ไม่ได้ชมเกือบหนึ่งในห้า ส่วนที่ชมทุกครั้งมีเพียงร้อยละ 5.2 เท่านั้น

ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นชอบให้นายกรัฐมนตรีกับรัฐมนตรีที่เกี่ยวข้องกับการทำงานควรจะเป็นผู้รายงานการทำงานของกระทรวงที่พวกเขากำกับดูแลมากกว่าจะเป็นนายกรัฐมนตรีเพียงคนเดียวมีเพียง

ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบกึ่งหนึ่ง มีความเห็นว่า “รายการคืนความสุขให้คนไทย” ควรออกอากาศที่ช่อง 5 หรือ ช่อง 9 หรือ ช่อง 11 ช่องใดช่องหนึ่งเพียงช่องเดียว รองลงมาเห็นว่า ควรออกทุกช่องในลักษณะโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจ และกลุ่มน้อยเห็นว่าควรออกเฉพาะทุกช่องที่เป็นของรัฐ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบว่าไม่ได้มีแนวความคิดร่วมกับกลุ่มใดเลย รองลงมา คือมีความคิดเป็นแนวร่วมกับกลุ่ม กปปส. และกลุ่มพันธมิตร ส่วนผู้ที่ตอบว่ามีความคิดเป็นแนวร่วมของ นปช. มีน้อยมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามมากกว่ากึ่งหนึ่งเห็นว่าเวลาสำหรับการออกอากาศรายการของรายการไม่ควรเกิน 30 นาที

ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับประโยชน์จากการชม “คืนความสุขให้กับคนไทย” ในด้านการติดตาม

ชาวสารบ้านเมือง ในระดับค่อนข้างมากถึงมาก ส่วนประโยชน์อื่นๆ กล่าวคือ ในการแสวงหาแนวทางปฏิบัติตนนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามมองว่าได้ประโยชน์ค่อนข้างน้อย การได้ตอกย้ำความคิดเห็นของตนเองก็ค่อนข้างน้อย ในการนำสิ่งที่ได้ชมไปสนทนากับคนอื่นก็ค่อนข้างน้อย การได้รับความตื่นตัวทางการเมืองก็ค่อนข้างน้อย การได้รับความสนุกจากการชมก็ค่อนข้างน้อย

โดยสรุปผู้ตอบแบบสอบถามมองว่า ประโยชน์สูงสุดที่ได้รับจากการชมรายการ “คืนความสุขให้คนไทย” คือการติดตามข่าวสารบ้านเมือง ส่วนประโยชน์ทางด้านอื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าได้ประโยชน์น้อย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความ “มั่นใจ” รัฐบาลนี้ในระดับค่อนข้างมากถึงมาก มีความ “ชื่นชมและยกย่อง” ในระดับค่อนข้างมากถึงมาก มีความ “พอใจ” ในระดับค่อนข้างมากถึงมากเช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการเป็นอย่างมากที่จะให้นายกรัฐมนตรี พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชาอยู่ต่อเกิน Road map คนที่ไม่อยากให้อยู่ต่อเกิน Road map มีไม่ถึงร้อยละ 10

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความ “ชื่นชมยกย่อง” นายกรัฐมนตรีระดับค่อนข้างมากถึงมาก มีความ “มั่นใจ” นายกรัฐมนตรีในระดับค่อนข้างมากถึงมาก และมีความพอใจในระดับค่อนข้างมากถึงมากเช่นกัน

“อายุ” มีความสัมพันธ์กับ “การติดตามรับชม” กับความรู้สึก “ชื่นชมยกย่อง” รัฐบาล “ชื่นชมยกย่อง” นายกรัฐมนตรี “มั่นใจ” รัฐบาล “มั่นใจ” นายกรัฐมนตรี “พอใจ” ผลงานรัฐบาล “พอใจ”

นายกรัฐมนตรี กล่าวคือ คนที่อายุมากจะมีการรับชมมากกว่าคนอายุน้อย และมีความรู้สึกดีต่อรัฐบาลและต่อนายกรัฐมนตรีมากกว่าคนอายุน้อย

“รายได้” มีความสัมพันธ์กับความ “พอใจ” ผลงานของรัฐบาล ความ “ชื่นชมยกย่อง” ผลงานของรัฐบาล ความ “มั่นใจ” ผลงานของรัฐบาล ความ “พอใจ” การทำงานของนายกรัฐมนตรี กล่าวคือคนที่มีรายได้สูงกว่าจะมีความรู้สึกที่ดีต่อรัฐบาลและนายกรัฐมนตรีมากกว่าคนที่มีรายได้ต่ำกว่า

“รายได้” ยังมีความสัมพันธ์กับความ “ต้องการให้นายกรัฐมนตรีอยู่ต่อเกิน Road map” อีกด้วย คนที่มีรายได้ต่ำส่วนใหญ่ไม่ต้องการให้นายกรัฐมนตรีอยู่ต่อเกิน Road map คนที่มีรายได้ระดับปานกลางถึงสูงมากกว่าสามในสี่ มีความต้องการให้นายกรัฐมนตรีอยู่ต่อเกิน Road map

“การศึกษา” มีความสัมพันธ์กับความ “ชื่นชมยกย่อง” รัฐบาล ความ “มั่นใจ” ผลงานรัฐบาล ความ “พอใจ” ผลงานรัฐบาล ความ “ชื่นชมยกย่อง” นายกรัฐมนตรี ความ “มั่นใจ” การทำงานของนายกรัฐมนตรี และความ “พอใจ” การทำงานของนายกรัฐมนตรี กล่าวคือคนที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไปจะมีความรู้สึกดีกับรัฐบาลและนายกรัฐมนตรีมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนที่มีการศึกษาต่ำกว่าระดับมัธยมปลายจะมีความรู้สึกที่ไม่ดีต่อรัฐบาลและนายกรัฐมนตรีในระดับค่อนข้างมากถึงมาก

“การศึกษายา” ยังมีความสัมพันธ์กับความต้องการให้ “นายกรัฐมนตรีอยู่ต่อเกินกว่าเวลาที่วางไว้ใน Road map” คนที่มีการศึกษา

ระดับปริญญาตรีและสูงกว่าจะมีความต้องการให้นายกรัฐมนตรีอยู่ยาวนานกว่าเวลาที่กำหนดไว้ใน Road map มากกว่าคนที่มีการศึกษาดำกว่ามัธยมศึกษาที่ไม่ต้องการให้นายกรัฐมนตรีอยู่ยาวนานกว่าเวลาที่กำหนดใน Road map

“การสังกัดพรรค” มีความสัมพันธ์กับ “พฤติกรรมการชม” รวบรวม “คืนความสุขให้คนไทย” คนที่สังกัดพรรคประชาธิปัตย์ชมรายการทุกครั้งหรือชมเกือบทุกครั้งมากกว่าคนที่สังกัดพรรคเพื่อไทย และคนที่ไม่สังกัดพรรคใดๆ เลย

“การสังกัดพรรค” มีความสัมพันธ์กับความ “พอใจ” ความ “มั่นใจ” และ ความ “ชื่นชมยกย่อง” ผลงานรัฐบาลและนายกรัฐมนตรี กล่าวคือ คนที่สังกัดพรรคประชาธิปัตย์ และคนที่ไม่สังกัดพรรคใดๆ เลย มีความ “พอใจ” “มั่นใจ” และ “ชื่นชมยกย่อง” ผลงานของรัฐบาลและนายกรัฐมนตรีมากกว่าคนที่สังกัดพรรคเพื่อไทย เป็นความแตกต่างที่ชัดเจนมาก

ในขณะเดียวกัน “การสังกัดพรรค” ก็ยังมีความสัมพันธ์กับความต้องการให้ “นายกรัฐมนตรีอยู่ต่อเกินกว่าเวลาที่วางไว้ใน Road map” ในขณะที่สามในสี่ของคนที่ไม่สังกัดพรรคประชาธิปัตย์ และคนที่ไม่สังกัดพรรคใดๆ เลย มีความต้องการให้อยู่ต่อเกิน Road map ในระดับค่อนข้างมากถึงมาก ส่วนคนที่สังกัดพรรคเพื่อไทย มีความต้องการให้นายกรัฐมนตรีอยู่ต่อเกิน Road map เพียงหนึ่งในสี่เท่านั้น

“การติดตามรับชม” รายการ “คืนความสุขให้คนไทย” มีความสัมพันธ์กับความ “พอใจ” ความ “ชื่นชมยกย่อง” ความ “มั่นใจ” ผลงานของรัฐบาลและนายกรัฐมนตรี คนที่ “ชมทุกครั้งหรือเกือบทุกครั้ง” มีความ “พอใจ” ความ “ชื่นชมยกย่อง” ความ “มั่นใจ” ผลงานรัฐบาลและ

นายกรัฐมนตรีมากกว่าคนที่ไม่ค่อยได้ชมหรือไม่ได้ชมเลย

“การติดตามรับชม” รายการ “คืนความสุขให้คนไทย” ยังมีความสัมพันธ์กับ “ความต้องการให้นายกรัฐมนตรีอยู่ต่อเกินกว่าเวลาที่วางไว้ใน Road map” คนที่ติดตามรับชมทุกครั้งหรือเกือบทุกครั้งมีความต้องการให้นายกรัฐมนตรีอยู่ต่อยาวนานกว่าที่วางไว้ใน Road map มากกว่าคนไม่ค่อยได้ชมหรือไม่ได้ชมเลย

อภิปรายผล

คนที่ตั้งใจดูรายการ “คืนความสุขให้คนไทย” มีน้อย ส่วนใหญ่เป็นความตั้งใจโดยบังเอิญมากกว่า แสดงว่าประชาชนส่วนใหญ่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับการได้รับชมรายการดังกล่าวมากนัก และการที่คนที่ชมส่วนใหญ่อยากให้รายการดังกล่าวออกอากาศในช่องใดช่องหนึ่งของรัฐ (ช่อง 5, ช่อง 9, ช่อง 11) แสดงว่าพวกเขาไม่ต้องการให้รายการ “คืนความสุขให้คนไทย” เป็นรายการ “บังคับชม” เขาต้องการให้เป็นเพียงรายการทางเลือกเท่านั้น และพวกเขาไม่ให้นายกรัฐมนตรีพูดยาวเกินไป พวกเขาอยากให้รายการยาวไม่เกิน 30 นาที และพวกเขาต้องการให้มีรัฐมนตรีที่เกี่ยวข้องกับประเด็นต่างๆ ออกมาพูดด้วย ไม่ควรให้นายกพูดเพียงคนเดียว ทั้งนี้อาจจะเพราะเขาคิดว่านายกรัฐมนตรีไม่ได้รู้รายละเอียดไปทุกเรื่อง รัฐมนตรีที่กำกับดูแลกระทรวงน่าจะสามารถรายละเอียดได้ชัดเจนกว่า

การที่กลุ่มตัวอย่างบอกว่าประโยชน์ที่เขาได้รับจากการชมรายการ “คืนความสุขให้คนไทย” มีเพียงอย่างเดียวคือการได้ติดตามเรื่องราวทางการเมือง แต่ไม่ได้นำไปสนทนา

หรือนำไปเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิต แสดงว่าพวกเขาเพียงต้องการอยากรู้เรื่องการเมือง แต่ไม่พร้อมที่จะถกอภิปรายเรื่องการเมือง อาจจะเพราะเกรงปัญหาความขัดแย้งแตกแยกหรือเกรงจะทำให้ผิดกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการแสดงออกภายใต้สภาวะที่มีมาตรา 44 บังคับใช้อยู่ และสิ่งที่นายกรัฐมนตรีนั้นอาจจะห่างไกลกับการใช้ชีวิตของพวกเขา จึงไม่ได้นำเอาสิ่งที่นายกรัฐมนตรีพูดมาเป็นคำชี้แนะในการปฏิบัติตน

กลุ่มตัวอย่างเมื่อได้ฟังสิ่งที่นายกรัฐมนตรีพูดในรายการ “คืนความสุขให้คนไทย” แล้วไม่รู้สึกรู้สึกระตือรือร้นกับการเมืองของประเทศไทยก็คงเป็นเพราะเขาเชื่อว่าภายใต้รัฐบาล คสช. ทุกอย่างถูกวางไว้ชัดเจนแล้ว ไม่มีอะไรที่จะต้องติดตามว่าอะไรจะเกิดขึ้น และการได้ชมรายการดังกล่าวพวกเขาไม่รู้สึกรู้สึกสนุกอะไร ก็คงเป็นเพราะรายการดังกล่าวเน้นสาระมากกว่า ให้ความบันเทิงไม่ได้เท่ากับรายการปรกติที่น่าเสนออยู่บนจอโทรทัศน์

รัฐบาลของ คสช. และนายกรัฐมนตรีเป็นที่ยกย่องชื่นชม มั่นใจ และพอใจ ของกลุ่มคนที่มีการศึกษาดี มีรายได้ปานกลางถึงสูง และคนมีอายุวัยกลางคนและสูงวัย แต่ไม่ค่อยเป็นที่พอใจของคนที่มีรายได้ต่ำ มีการศึกษาในระดับต่ำ และอยู่ในวัยนักศึกษา หากรัฐบาล คสช. และนายกรัฐมนตรีต้องการเป็นที่ชื่นชม พอใจ และมั่นใจสำหรับคนกลุ่มที่เรียกว่า “รากหญ้า” คงจะต้องหาวิธีการอื่นที่โดนใจคนกลุ่มดังกล่าวให้มากกว่านี้ ถ้าฟังการให้ข้อมูลข่าวสารในรายการ “คืนความสุขให้คนไทย” ไม่อาจจะสร้างทัศนคติเชิงบวกในกลุ่มคนดังกล่าวให้กับรัฐบาลและนายกรัฐมนตรีได้

ผลการวิจัยชี้ชัดว่าคนที่สังกัดพรรคประชาธิปัตย์และคนที่ไม่สังกัดพรรคใดมีความพอใจ มั่นใจ และชื่นชม ทั้งรัฐบาลและนายกรัฐมนตรีมากกว่าคนที่สังกัดพรรคเพื่อไทย และคนที่สังกัดพรรคเพื่อไทยก็ไม่ค่อยจะติดตามชมรายการ “คืนความสุขให้คนไทย” ดังนั้นการเปลี่ยนใจให้คนที่สังกัดพรรคเพื่อไทยให้มีทัศนคติเป็นบวกกับรัฐบาลและนายกรัฐมนตรี จะต้องมียุทธวิธีอื่นที่ไม่ใช่เพียงการให้ข่าวสารที่บอกผลงานของรัฐบาลและการทำงานของนายกรัฐมนตรี เพราะทัศนคติเชิงลบที่มีต่อรัฐบาลและนายกรัฐมนตรีที่พวกเขามองว่าไม่มีความเป็นประชาธิปไตยนั้น ย่อมทำให้เขาไม่พอใจ ไม่ไว้วางใจ และไม่อาจชื่นชมรัฐบาลและนายกรัฐมนตรีได้ รัฐบาลและนายกรัฐมนตรีจะต้องหามาตรการอื่นอีกหลายอย่างที่จะทำให้คนที่สังกัดพรรคเพื่อไทยยอมรับ พอใจ และมั่นใจ รัฐบาลและนายกรัฐมนตรี

โดยสรุปแล้วเราจะเห็นได้ว่าการนำเสนอรายการ “คืนความสุขให้คนไทย” นั้น ทำได้เพียงตอกย้ำทัศนคติเชิงบวกในกลุ่มคนที่พอใจ มั่นใจ และชื่นชมยกย่องรัฐบาลและนายกรัฐมนตรีอยู่แล้วเท่านั้น แต่ไม่อาจที่จะเปลี่ยนใจคนที่มีความคิดเชิงลบอยู่ก่อนแล้ว

อย่างไรก็ตามลีลาและเนื้อหาที่นายกรัฐมนตรีนำเสนอในรายการดังกล่าวทำให้ประชาชนมีความมั่นใจผลงานรัฐบาลและนายกรัฐมนตรี มองว่าสามารถสร้างผลงานแก้ปัญหาของประเทศชาติได้ จนทำให้ให้พวกเขาส่วนใหญ่ปรารถนาที่จะให้นายกรัฐมนตรีอยู่ต่อไปให้นานกว่าที่วางไว้ใน Road map ซึ่งถ้าหากจะเป็นเช่นนั้นจริง คสช. รัฐบาล และนายกรัฐมนตรีมีหน้าที่ชี้แจงแสดงความชอบธรรมที่จะชะลอ

การเลือกตั้งให้เข้าไปกว่าที่กำหนดไว้ใน Road map ซึ่งคงจะทำให้คนที่พอในนายกรัฐมนตรีเข้าใจและยอมรับคำอธิบาย แต่จะกลายเป็นประเด็นทางการเมืองที่ทำให้ฝ่ายพรรคเพื่อไทยนำไปโจมตี คสช. และนายกรัฐมนตรีได้

ข้อเสนอแนะ

รัฐบาลควรพิจารณาที่จะทำให้รบบการ “คืนความสุขให้คนไทย” เป็นรายการทางเลือก ไม่ใช่รบบการบังคับชม ด้วยการออกอากาศที่สถานีโทรทัศน์ช่องที่เป็นของรัฐเพียงช่องใดช่องหนึ่ง

ต้องพยายามจำกัดเนื้อหาในการนำเสนอให้สามารถนำเสนอได้ภายใน 30 นาที ไม่ควรที่จะนำเสนอากไปกว่านั้น เพราะการนำเสนอที่นานไปอาจจะเกินเลยช่วงเวลาความสนใจ (attention span) ของคนชม

ควรจะให้รัฐมนตรีที่เกี่ยวข้องกับประเด็นในการนำเสนอได้เป็นผู้ร่วมนำเสนอกับนายกรัฐมนตรี เพื่อความหลากหลายและการลงรายละเอียดแต่ละประเด็นได้ถูกต้อง แม่นยำ และลึกซึ้ง

ควรหาวิธีการอื่นๆ ที่ไม่ใช่เพียงการสื่อสารผ่านโทรทัศน์ที่จะทำความเข้าใจกับคนในระดับรากหญ้าที่การศึกษาน้อย รายได้น้อย และนักศึกษาที่ยึดติดกับแนวทางประชาธิปไตยที่มีการเลือกตั้งและชิงชังรัฐประหาร และคนที่สังกัดพรรคเพื่อไทย ทั้งนี้เพื่อกำจัดทัศนคติเชิงลบให้การทำงานของรัฐบาลและของนายกรัฐมนตรีจะได้รับการยอมรับในกลุ่มคนดังกล่าวมากขึ้น ทำให้รัฐบาลมีโอกาสได้ทำงานภายใต้บริบทที่เป็นมิตรและเอื้อให้ประสบความสำเร็จได้มากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

บรรณานุกรม

- ชัชชนะ เดชคณา. (2548). **การสื่อสารของมนุษยชาติ: ทฤษฎีและปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร
- เสรี วงษ์มณฑา. (2548). **เอกสารประกอบการบรรยายวิชาการจัดการการสื่อสารเพื่อการรณรงค์ทางธุรกิจสื่อสาร**. โครงการปริญญาเอกดุษฎีบัณฑิต สาขาการจัดการสื่อสาร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- _____. (2540). **การประชาสัมพันธ์เชิงปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ: บริษัท A.N.การพิมพ์
- Cassata, M.B. (1979). **Mass communication Principles and Practices**. New York: Macmillan.
- De Fleur, M.L.(1966). **Theories of Mass Communication/**. New York: Mckea.
- Denis Mc Quail and Sven Windahl. (1981). **Communication Models**. New York: Longman Inc.
- Festinger. (1957). **A Theory of Cognitive Dissonance**. San Francisco: Stanford University Press
- Finn, S. (1997). “Origins of media exposure: Linking personality traits to TV, radio, print, and film use.”, **Communication Research**, Vol. 24, 507-529.
- Joseph T. Klapper. (1960).” The effects of mass communication”,, **The Public Opinion Quarterly** Vol. 25, No. 2 (Summer, 1961), pp. 321-324

- Katz, E. Gurevitch, M., & Hass (1973). "On the use the mass media for important thing", **American Sociological Review**, 8,164-181.
- Mc Combs, M.E. & Shaw, D.L. (1972). "The agenda-setting function of mass media", **Public Opinion Quarterly**, 36177-187
- Mc Quail, D. and Gurevitch, M, (1974). "Explaining audience behavior: Three approaches considered", **The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research**. Eds. Jay Blumler and Elihu Katz. Beverly Hills: Sage.
- Mc Quail, D. and Windahl, S. (1993) **Communication Models for the Study of Mass Communications**. London: Longman
- Ruggiero, T. E. (2000) "Uses and Gratifications Theory in the 21th Century", **Mass Communication and Society**, 2000, 3 (1), 3-37
- Williams, F. Rice, R.E., & R Rogers, E.M. (1988). **Research methods and the new media**. New York: Free Press.