

## บทที่ 7

### การนำเสนอภาพลักษณ์ทางสื่อโฆษณาพรรคมวลชน พรรคประชากรไทย และพรรคกิจสังคม

#### การตรวจค้นหาเสียงผ่านสื่อโฆษณาของพรรคการเมือง

การวิเคราะห์สปอตโฆษณาพรรคการเมือง 8 พรรคคือ 1) พรรคประชาธิปัตย์ 2) พรรคความหวังใหม่ 3) พรรคชาติไทย 4) พรรคพลังธรรม 5) พรรคชาติพัฒนา 6) พรรคมวลชน 7) พรรคประชากรไทย และ 8) พรรคกิจสังคม ศึกษาโดยใช้เกณฑ์ในการแบ่งกลุ่มคือ 1) ขนาดของงบประมาณในการใช้สื่อโฆษณา 2) อายุของพรรคการเมืองและ 3) ขนาดของพรรคการเมือง

#### 1. ขนาดของงบประมาณในการใช้สื่อโฆษณา

หลังยุบสภาในวันที่ 27 กันยายน พ.ศ.2539 พรรคการเมืองทุกพรรคต่างแข่งขันกันอย่างเต็มที่ในการหาเสียงกับประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการหาเสียงผ่านสื่อโฆษณา โดยปรากฏว่าในช่วงการหาเสียงเลือกตั้ง พรรคการเมืองได้ใช้บริการของบริษัทโฆษณาเพื่อทำสปอตโฆษณาออกอากาศรวมทั้งการซื้อเนื้อที่ในสื่อเพื่อโฆษณาตามแผนที่ได้วางไว้ ปรากฏตัวเลขเงินงบประมาณในการโฆษณาสูงคั่งในตารางที่ 7.1

#### ตารางที่ 7.1 งบประมาณในการโฆษณาทางสื่อของพรรคการเมืองในการเลือกตั้งทั่วไป

17 พฤศจิกายน 2539 และ 2 กรกฎาคม 2538

หน่วย: ล้านบาท

การเลือกตั้ง	พรรค	โทรทัศน์	วิทยุ	น.ส.พ.	นิตยสาร	รวม	%
17 พ.ย. 39	ประชาธิปัตย์	14.38	2.38	43.70	-	60.46	29.49
	ความหวังใหม่	20.49	0.74	25.00	0.04	46.27	22.57
	ชาติไทย	18.73	0.41	21.27	0.18	40.59	19.79
	พลังธรรม	11.37	1.01	8.61	0.11	21.10	10.29
	ชาติพัฒนา	9.56	0.90	8.61	0.02	19.09	9.31
	มวลชน	5.59	0.08	2.51	-	8.18	3.99
	ประชากรไทย	5.11	0.16	1.82	-	7.09	3.46
	กิจสังคม	2.23	-	-	-	2.23	1.03
	รวม	87.46	5.68	111.52	0.35	205.01	100.00

## ตารางที่ 7.1 (ต่อ)

หน่วย: ล้านบาท

การเลือกตั้ง	พรรค	โทรทัศน์	วิทยุ	น.ส.พ.	นิตยสาร	รวม	%
2 ก.ค. 38	ประชาธิปไตย	3.17	0.23	4.89	-	8.29	8.36
	ความหวังใหม่	3.99	-	3.84	-	7.83	7.89
	ชาติไทย	4.17	0.56	11.09	0.08	15.90	16.03
	พลังธรรม	14.55	3.65	24.36	0.24	42.80	43.15
	ชาติพัฒนา	7.44	0.92	7.57	-	15.93	16.06
	มวลชน	3.08	-	1.11	-	4.19	4.22
	ประชากรไทย	1.96	1.29	0.86	-	4.11	4.14
	กิจสังคม	-	0.15	-	-	0.15	0.15
รวม		38.36	6.80	53.72	0.32	99.20	100.00

ที่มา: Media Data Resources Co.,Ltd.

จากข้อมูลในตารางที่ 7.1 จะเห็นได้ชัดเจนว่าพรรคการเมืองให้ความสำคัญกับการโฆษณาหาเสียงผ่านสื่อทั้งโทรทัศน์ วิทยุและหนังสือพิมพ์ โดยการเลือกตั้งในปี 2538 พรรคการเมืองใช้งบประมาณในการโฆษณาถึง 99.20 ล้านบาท ในการเลือกตั้งปี 2539 เพิ่มสูงขึ้นอีกหนึ่งเท่าเป็น 205.1 ล้านบาท หากพิจารณาตามสื่อพรรคการเมืองใช้งบประมาณในการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์สูงเป็นอันดับหนึ่ง โดยในปี 2538 ใช้งบประมาณ 53.72 ล้านบาท ปี 2539 เพิ่มเป็น 111.52 ล้านบาท อันดับสองคือโทรทัศน์ ในปี 2538 พรรคการเมืองใช้งบประมาณในการโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์ 38.36 ล้านบาท ปี 2539 เพิ่มเป็น 87.46 ล้านบาทและอันดับสามคือสื่อวิทยุ ในการเลือกตั้งปี 2538 ใช้งบประมาณรวม 6.80 ล้านบาทและ ในปี 2539 เป็นเงินรวม 5.68 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม พบว่าพรรคการเมืองยังคงให้ความสำคัญในการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ทั้งนี้เนื่องจากสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกระดับชั้นและในขณะเดียวกันสื่อ โทรทัศน์และวิทยุก็มีความสำคัญมากขึ้น

หากพิจารณางบประมาณในการใช้สื่อโฆษณายปี 2538 และ 2539 พบว่าพรรคการเมืองที่ทุ่มเทงบประมาณในการโฆษณาเป็นพรรคขนาดใหญ่และหัวหน้าพรรคมีโอกาสดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรี อีกกรณีหนึ่งเป็นพรรคที่ต้องการสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นพรรคระดับชาติ ในการเลือกตั้งปี 2538 พรรคการเมืองที่ใช้งบประมาณสูง 3 พรรคแรกคือ 1) พรรคพลังธรรม 2) พรรคชาติไทยและ 3) พรรคชาติพัฒนา การศึกษาโฆษณาพรรคการเมืองจากการเลือกตั้งทั่วไปในวันที่ 17 พฤศจิกายน พ.ศ.2539 หากพิจารณาจากงบประมาณในการหาเสียงทางสื่อสามารถแยกพรรคการเมืองได้ 2 กลุ่มคือ

กลุ่มที่หนึ่ง พรรคการเมืองที่ใช้งบประมาณสูงในการรณรงค์หาเสียงผ่านสื่อโฆษณา ได้แก่

1) พรรคประชาธิปัตย์ (60.46 ล้านบาท) 2) พรรคความหวังใหม่ (46.27 ล้านบาท) 3) พรรคชาติไทย (40.59 ล้านบาท) 4) พรรคพลังธรรม (21.10 ล้านบาท) 5) พรรคชาติพัฒนา (19.09 ล้านบาท) เมื่อแยกตามสื่อ สื่อโทรทัศน์พรรคที่ใช้งบประมาณอันดับแรกคือ พรรคความหวังใหม่ (20.49 ล้านบาท) อันดับสองพรรคชาติไทย (18.73 ล้านบาท) อันดับสามพรรคประชาธิปัตย์ (14.38 ล้านบาท) สื่อวิทยุพรรคที่ใช้งบประมาณอันดับแรกคือพรรคประชาธิปัตย์ (2.38 ล้านบาท) อันดับสองพรรคพลังธรรม (1.01 ล้านบาท) อันดับสามพรรคชาติพัฒนา (0.90 ล้านบาท) ในการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์พรรคที่ใช้งบประมาณสูงที่สุดได้แก่ พรรคประชาธิปัตย์ (43.70 ล้านบาท) อันดับสองพรรคความหวังใหม่ (25 ล้านบาท) อันดับสามพรรคชาติไทย (21.27 ล้านบาท)

กลุ่มที่สอง พรรคการเมืองที่ใช้งบประมาณในการหาเสียงผ่านสื่อไม่เกินสิบล้านบาท ได้แก่

1) พรรคมวชน (8.18 ล้านบาท) 2) พรรคประชากรไทย (7.09 ล้านบาท) 3) พรรคกิจสังคม (2.23 ล้านบาท)

เมื่อแยกตามสื่อ สื่อโทรทัศน์อันดับหนึ่งพรรคมวชน (5.59 ล้านบาท) อันดับสองพรรคประชากรไทย (5.11 ล้านบาท) และอันดับสามพรรคกิจสังคม (2.23 ล้านบาท) ด้านสื่อวิทยุอันดับหนึ่งคือ พรรคประชากรไทย (0.16 ล้านบาท) อันดับสองคือพรรคมวชน (0.08 ล้านบาท) ส่วนสื่อหนังสือพิมพ์ พรรคมวชนใช้งบประมาณ 2.51 ล้านบาท พรรคประชากรไทย 1.82 ล้านบาท ส่วนพรรคกิจสังคมไม่ปรากฏการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์และวิทยุ

## 2. อายุของพรรคการเมือง

ตารางที่ 7.2 แสดงจำนวนส.ส.ของพรรคการเมืองในการเลือกตั้งทั่วไป 2529-2539

พรรค	ปีก่อตั้ง	17 พ.ย.39	2 ก.ค.38	13 ก.ย.35	22 มี.ค.35	24 ก.ค.31	27 ก.ค.29
ประชาธิปัตย์	2489	123	86	79	44	48	100
ความหวังใหม่	2533	125	57	51	72	-	-
ชาติไทย	2517	39	92	77	74	87	63
พลังธรรม	2531	1	23	47	41	14	-
ชาติพัฒนา	2535	52	53	60	-	-	-
มวชน	2528	2	3	4	1	5	3
ประชากรไทย	2522	18	18	3	7	31	24
กิจสังคม	2517	20	22	22	31	54	51

ที่มา: กองการเลือกตั้ง, กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย

เมื่อพิจารณาอายุพรรคการเมืองจากปีที่ก่อตั้งสามารถจัดพรรคการเมืองได้ 2 กลุ่มคือพรรคการเมืองเก่ามีอายุเกิน 15 ปี ได้แก่ พรรคประชาธิปัตย์ พรรคชาติไทย พรรคกิจสังคมและพรรคประชากรไทย พรรคการเมืองใหม่ที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี ได้แก่ พรรคชาติพัฒนา พรรคความหวังใหม่ พรรคพลังธรรมและพรรคมวลชน

### 3. ขนาดของพรรคการเมือง

เกณฑ์ในด้านขนาดของพรรคสามารถแยกพรรคการเมืองได้เป็นสองกลุ่มคือ

- 1) พรรคการเมืองใหญ่มีจำนวน ส.ส. ที่ได้รับเลือกตั้งในแต่ละครั้ง 50 คน ขึ้นไป ได้แก่ พรรคประชาธิปัตย์ พรรคความหวังใหม่ พรรคชาติไทยและพรรคชาติพัฒนา
- 2) พรรคการเมืองขนาดเล็กมีจำนวน ส.ส. ที่ได้รับเลือกตั้งในแต่ละครั้งน้อยกว่า 50 คน ได้แก่ พรรคพลังธรรม พรรคมวลชน พรรคประชากรไทยและพรรคกิจสังคม

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ในด้านขนาดของงบประมาณที่พรรคใช้ในการหาเสียงทางสื่อโฆษณา อายุและขนาดของพรรค พรรคการเมืองใหม่คือ พรรคความหวังใหม่ พรรคพลังธรรมและพรรคชาติพัฒนาให้ความสำคัญเป็นอย่างมากในการโฆษณาผ่านสื่อ โดยพรรคความหวังใหม่ตั้งความหวังให้พล.อ.ชวลิต ยงใจยุทธ หัวหน้าพรรคได้ดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรีในการเลือกตั้งครั้งนี้ ดังนั้นจึงต้องใช้สื่อโฆษณาช่วยสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นที่สนใจของประชาชน โดยเฉพาะการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ที่ใช้งบประมาณเป็นอันดับหนึ่งถึง 20.49 ล้านบาท กรณีพรรคพลังธรรมซึ่งเป็นพรรคการเมืองขนาดเล็กมีฐานเสียงสำคัญอยู่ในกรุงเทพฯ แต่พบว่าพรรคพลังธรรมใช้งบประมาณในการโฆษณาทางโทรทัศน์สูงเป็นอันดับสี่คือ 11.37 ล้านบาท เป็นปรากฏการณ์ที่น่าสนใจที่พรรคการเมืองเล็ก ให้ความสำคัญในการใช้สื่อไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าพรรคการเมืองใหญ่ อย่างไรก็ตาม พรรคการเมืองเก่าเช่น พรรคประชาธิปัตย์และพรรคชาติไทย ในการเลือกตั้งครั้งนี้ได้ทุ่มเทงบประมาณโฆษณาผ่านสื่อไม่แพ้พรรคการเมืองใหม่ ปรากฏว่าพรรคประชาธิปัตย์ใช้งบประมาณโดยรวมสูงเป็นอันดับหนึ่งคือ 60.46 ล้านบาท จากความหวังที่จะเป็นแกนนำในการจัดตั้งรัฐบาลอีกครั้งผนวกกับการที่ต้องแข่งขันกับพรรคความหวังใหม่ โดยพรรคประชาธิปัตย์ใช้ความได้เปรียบในการที่เป็นพรรคการเมืองเก่า มีประวัติความเป็นมายาวนานและมีประสบการณ์ทางการเมืองเป็นจุดขาย ด้านพรรคชาติไทยนั้นใช้สื่อโฆษณาโดยมีจุดประสงค์ที่ต่างจากพรรคประชาธิปัตย์ โดยใช้สื่อในการช่วยสร้างภาพและกอบกู้ภาพของพรรคจากความตกต่ำ โดยใช้งบประมาณโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์สูงเป็นอันดับสองรองจากพรรคความหวังใหม่คือ 18.73 ล้าน

บาท ในด้านพรรคการเมืองขนาดเล็กเช่น พรรคมวลชน พรรคประชากรไทย พรรคกิจสังคม พบว่ามีการโฆษณาหาเสียงผ่านสื่อเช่นกันแต่ไม่ได้เน้นเท่าใด

ดังนั้นในการศึกษารูปแบบและเนื้อหาสปอตโฆษณาพรรคการเมืองทั้ง 8 พรรค จะแยกศึกษาเป็นสองกลุ่มโดยใช้เกณฑ์ในเรื่องขนาดของงบประมาณในการโฆษณาผ่านสื่อ อายุของพรรคและขนาดของพรรคคือ

1. พรรคมวลชน พรรคประชากรไทย และพรรคกิจสังคม
2. พรรคประชาธิปัตย์ พรรคความหวังใหม่ พรรคชาติไทย พรรคพลังธรรมและพรรคชาติพัฒนา

### รูปแบบและเนื้อหาการ โฆษณาทางสื่อของพรรคการเมืองขนาดเล็ก

#### พรรคมวลชน

#### สปอตโฆษณาทางโทรทัศน์และวิทยุ

ในการเลือกตั้งทั่วไป 17 พฤศจิกายน 2539 พรรคมวลชนได้ว่าจ้างบริษัทไดอิจิ คิคากุ จำกัด เป็นผู้จัดทำสปอตโฆษณาทางโทรทัศน์และวิทยุโดยมีคุณวิเชียร อดุลสุทธานนท์ เป็นครีเอทีฟไดเรกเตอร์ สปอตโฆษณาทางโทรทัศน์ของพรรคมีจำนวน 2 ชุดได้แก่

- 1) ชุดผลงานเป็นประจักษ์ ความยาว 30 วินาที
- 2) ชุดนโยบายแจ่มชัด ความยาว 30 วินาที

โฆษณาชุดผลงานเป็นประจักษ์ เสนอผลงานสำคัญที่ผ่านมาของพรรคมวลชน ส่วนชุดนโยบายแจ่มชัดเน้นนโยบายพรรคในการแก้ปัญหาอาชญากรรมและยาเสพติด โฆษณาทั้งสองชุดนี้เน้นภาพลักษณ์ของหัวหน้าพรรคคือ ร.ต.อ.เฉลิม อยู่บำรุง โดยการใช้สโลแกนหาเสียงว่า “สังคมไทยยังมีความหวังถ้าได้คนจริงจั่งอย่างพวกเรา กล้าอย่างมีหลักการ” ด้านสปอตโฆษณาทางวิทยุมีจำนวน 2 ชุดได้แก่

- 1) ชุดปฏิรูปการเมือง ความยาว 15 วินาที
- 2) ชุดนโยบายพรรค ความยาว 15 วินาที

การวิเคราะห์โฆษณาทางโทรทัศน์และวิทยุของพรรคมวลชนดังในตารางที่ 7.3 และ 7.4

ตารางที่ 7.3 การวิเคราะห์สื่อดิจิทัลของพรรคมวลชน

ชื่อชุด	เวลา (วินาที)	โครงเรื่อง	ประเด็นหลัก	สโลแกน	การเล่าเรื่อง	มุมมอง
ผลงาน เป็นประจักษ์	30	เสนอผลงานสำคัญที่ผ่านมาของพรรคมวลชน เช่น การแก้ปัญหาอาชญากรรมและยาเสพติด การรักษาผลประโยชน์ของประชาชน การเปิดเผยความไม่ชอบมาพากลกรณีการสร้างรถไฟฟ้า กรณีสป.ก.4-01 ที่ จ.ภูเก็ต การพัฒนาการพิจารณาคดีของศาลและนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการพิจารณาคดี เน้นที่ความกล้าอย่างมีหลักการของพรรคที่จะทำเพื่อผลประโยชน์ของประชาชน	พรรคมวลชนมีนโยบายสร้างความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน ช่วยรักษาผลประโยชน์และพัฒนาด้านกระบวนการยุติธรรมของประเทศ	สังคมไทยยังมีความหวังถ้าได้คนจริงใจอย่างพวกเรา กล้าอย่างมีหลักการ	เล่าเรื่องสมจริงถึงสารคดีเน้นความตื่นเต้น โดยมีวิธีการเล่าเป็นกระดากแต่ละแผ่นที่มีข้อความเขียนถึงผลงานของพรรค ใช้เสียงผู้บรรยายชายที่เป็นทางการหนักแน่น มีไม้พอยเตอร์เป็นสัญลักษณ์สื่อถึงหัวหน้าพรรคโดยที่ไม้พอยเตอร์จะแทงทะลุกระดากแต่ละแผ่น ประกอบดนตรีที่เร้าใจ เพิ่มความน่าเชื่อถือด้วยภาพและเสียงของหัวหน้าพรรคในตอนท้าย	นำเสนอจากมุมมองของพรรค เรื่องความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน การทุจริตคอร์ปชั่นของนักการเมือง พรรคมวลชนอาสาเข้าไปแก้ไขปัญหาและช่วยรักษาผลประโยชน์ในทางการเมืองให้ประชาชน
นโยบาย แจ่มชัด	30	เสนอว่าในปัจจุบันประชาชนยังมีปัญหาในเรื่องความไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ปัญหาอาชญากรรม ยาเสพติด โดยใช้ภาพสะพานไม้ในชุมชนแออัดเป็นสัญลักษณ์ของปัญหาและมีพอยเตอร์เป็นตัวชี้ให้เห็นถึงปัญหาและนำไปสู่การแก้ไขโดยที่พรรคมวลชนอาสาที่จะเข้าไปแก้ปัญหาให้กับประชาชน	ประชาชนในสังคมยังต้องเผชิญกับปัญหาด้านอาชญากรรมและปัญหา ยาเสพติดซึ่งสร้างความไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน รวมทั้งปัญหาการทุจริตคอร์ปชั่นอันนำไปสู่ปัญหาด้านเศรษฐกิจและสังคม	สังคมไทยยังมีความหวังถ้าได้คนจริงใจอย่างพวกเรา กล้าอย่างมีหลักการ	เล่าเรื่องสมจริงถึงสารคดีโดยอิงเหตุการณ์จริงในชีวิตของประชาชน วิธีการเล่าเรื่องเล่าเหตุการณ์หลายเหตุการณ์ตามลำดับ โดยเน้นเทคนิคในการถ่ายที่เน้นเฉพาและทำให้เงา ประกอบเสียงผู้บรรยายชายที่มีเสียงหนักแน่นจริงจัง ตัดต่อภาพเร็วและดนตรีที่เร้าใจ	นำเสนอจากตัวแทนมุมมองของประชาชนในระดับล่างของสังคม ในเรื่องความไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน ปัญหาการทุจริตคอร์ปชั่นในสังคม ซึ่งจำเป็นต้องเลือกผู้สมัครจากพรรคมวลชนเข้าไปดูแลและรักษาผลประโยชน์ของประเทศ

ตารางที่ 7.4 การวิเคราะห์สปอตโฆษณาทางวิทยุของพรรคมวลชน

ชื่อชุด	เวลา (วินาที)	โครงเรื่อง	ประเด็นหลัก	สโลแกน	การเล่าเรื่อง	มุมมอง
ปฏิรูปการเมือง	15	เป็นการประกาศถึงการสนับสนุนการปฏิรูปการเมือง การแก้ไขปัญหาด้านเศรษฐกิจ และสังคมรวมทั้งคำยืนยันจากหัวหน้าพรรคมวลชนร.ต.อ.เฉลิม อยู่บำรุง ที่กล่าวว่าสังคมไทยยังมีความหวังถ้าเลือกผู้สมัครจากพรรคมวลชน	พรรคมวลชนสนับสนุนการปฏิรูปการเมือง การแก้ไขปัญหาด้านเศรษฐกิจและสังคม	สังคมไทยยังมีความหวัง ถ้าได้คนจริงจั่งอย่างพวกเรากลับอย่างมีหลักการ	เล่าเรื่องสมจริงในแนวแถลงนโยบาย วิธีการเล่าเรื่องใช้เสียงผู้ประกาศข่าวที่หนักแน่นและเป็นทางการพร้อมกับสร้างความน่าเชื่อถือด้วยคำยืนยันจากหัวหน้าพรรค	เสนอจากมุมมองของพรรคมวลชน โดยมีมุมมองว่าสังคมไทยต้องมีการปฏิรูปการเมืองแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจและปัญหาทางด้านสังคมซึ่งพรรคมวลชนพร้อมที่จะสนับสนุน
นโยบายพรรค	15	กล่าวถึงผลงานที่สำคัญของพรรค อันได้แก่ การกำจัดปัญหาอาชญากรรมและยาเสพติด การปฏิรูปการเมือง การพัฒนาระบบศาล การแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจและสังคม และคำยืนยันจากหัวหน้าพรรคที่ว่าสังคมไทยยังมีความหวัง ถ้าเลือกผู้สมัครจากพรรคมวลชน	นำเสนอผลงานของพรรคต่อประชาชนคือ การกำจัดปัญหาอาชญากรรมยาเสพติด การปฏิรูปการเมืองการพัฒนาทางด้านกระบวนการยุติธรรมและการแก้ไขปัญหาด้านเศรษฐกิจและสังคม	สังคมไทยยังมีความหวัง ถ้าได้คนจริงจั่งอย่างพวกเรา กลับอย่างมีหลักการ	เล่าเรื่องสมจริงลักษณะการประกาศนโยบายของพรรคที่ได้สัญญาว่าจะทำให้ประชาชน วิธีการเล่าเรื่องใช้เสียงผู้บรรยายข่าวที่หนักแน่นเป็นทางการ พร้อมคำรับรองจากหัวหน้าพรรค	นำเสนอจากมุมมองของพรรคโดยที่มีมุมมองว่าประชาชนต้องเผชิญกับปัญหาอุปถัมภ์ พรรคขอโอกาสเข้าไปทำงานเพื่อช่วยเหลือประชาชน

### วิเคราะห์รูปแบบโฆษณา

จากการศึกษาสปอตโฆษณาทางโทรทัศน์ของพรรคมวลชน มีการเล่าเรื่องในแนวสมจริง กึ่งสารคดีมีการเร้าอารมณ์ด้วยภาพที่จำลองจากเหตุการณ์ในชีวิตของประชาชนระดับล่างของสังคม ด้านรูปแบบของโฆษณาทางวิทยุ นั้น ใช้การแถลงนโยบาย โดยภาพรวมนั้นยังคงเน้นความเป็นทางการเพื่อให้น่าเชื่อถือ มีการใช้ภาพและเสียงจริงของหัวหน้าพรรคกล่าวสโลแกนพรรคในตอนท้าย มุมมองที่ปรากฏมีการนำเสนอจากมุมมองของพรรคโดยผ่านตัวแทนซึ่งเป็นประชาชนระดับล่างในสังคม เช่น ประชาชนที่อยู่อาศัยในชุมชนแออัด เป็นต้น

### วิเคราะห์เนื้อหาโฆษณา

โฆษณาทางโทรทัศน์ของพรรคมวลชนเน้นเสนอทั้งนโยบายและผลงานของพรรค จากการสัมภาษณ์คุณวิเชียร อุดลสุทธานนท์ ครีเอทีฟไดเรกเตอร์ได้กล่าวว่า

“ของพรรคมวลชนจะเน้นที่โฆษณาทางโทรทัศน์เป็นหลัก จุดแรก (ผลงาน) เป็นจุดที่บอกถึงว่าพรรคมวลชนได้ทำอะไรมาแล้วบ้างในช่วงที่เป็นรัฐบาลเช่น ผลงานในกระทรวงยุติธรรม ส่วนจุดที่สอง (นโยบาย) มองสภาพความเป็นจริงของพรรคที่เป็นพรรคเล็ก ภาพของพรรคคือภาพของคุณเฉลิม ไม่ได้เน้นที่นโยบายที่ยิ่งใหญ่จนเกินไป เป็นปัญหาที่ใกล้ตัวประชาชนมากที่สุด โดยเน้นเรื่องความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน ปัญหาอาชญากรรมและยาเสพติด” (วิเชียร อุดลสุทธานนท์, สัมภาษณ์ 3 พฤศจิกายน 2541) โฆษณาของพรรคมวลชนทางโทรทัศน์และทางวิทยุสามารถแบ่งตามประเภทได้ในตารางที่ 7.5

ตารางที่ 7.5 ประเภทสปอตโฆษณาของพรรคมวลชน

สื่อ	โฆษณาที่สร้างภาพลักษณ์	โฆษณาที่นำเสนอนโยบาย
โทรทัศน์	1) ชุดผลงานเป็นประจักษ์	1) ชุดผลงานเป็นประจักษ์ 2) ชุดนโยบายแจ่มชัด
วิทยุ	1) ชุดปฏิรูปการเมือง	1) ชุดปฏิรูปการเมือง 2) ชุดนโยบายพรรค



เนื้อหาโฆษณาเน้นการสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้กับ ร.ต.อ.เฉลิม อยู่บำรุง หัวหน้าพรรค โดยให้ภาพของผู้ที่มีบทบาททางการเมืองและเป็นเอกลักษณ์ของสภา ใช้บุคลิกแบบนักวิชาการที่มีความสุขุมรอบคอบน่าเชื่อถือ รวมทั้งมีความกล้าอย่างมีเหตุผล ในชุดสูทสากลถือพอยเตอร์และกล่าวสโลแกนของพรรค พรรคพร้อมที่จะรักษาผลประโยชน์ให้กับประชาชนดังสโลแกนที่ใช้ในการหาเสียงว่า “สังคมไทยยังมีความหวังถ้าได้คนจริงจั่งอย่างพวกเรา กล้าอย่างมีหลักการ” จากคำที่ใช้ในสโลแกนบ่งบอกถึงภาพลักษณ์ใหม่ได้เช่นกันคือ เป็นผู้ที่มีความกล้าพร้อมกับยึดความถูกต้องด้วย

“ภาพลักษณ์ก็เป็นส่วนหนึ่งที่เรานำเสนอด้วย พยายามที่จะสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้แก่คุณเฉลิม โดยปกติทุกคนมักจะมองคุณเฉลิมว่าค่อนข้างที่จะก้าวร้าว คุณเค็ดเค็ดมันแต่จะเห็นได้ว่าในช่วงที่มีคดีส.ป.ก.4-01 ช่วงนั้นคุณเฉลิมมีมาดที่ดูแล้วเข้าท่าก็คือถือพอยเตอร์ ถือพอยเตอร์แล้วก็มีข้อมูลชี้แล้วก็นำเสนอในสภาได้ความที่ค่อนข้างดีกว่าในอดีต ในอดีตอาจเป็นท่าทางที่รุนแรงกว่าก็เลยสร้างภาพนี้ขึ้นมาพยายามจะชี้ให้เห็นว่าเดี๋ยวนี้คุณเฉลิมไม่ใช่คนเดิม คุณเฉลิมปัจจุบันเป็นคนที่ค่อนข้างมีความเชื่อมั่นในตัวเองมีความกล้าสูงแต่ไม่ใช่กล้าอย่างบ้าบิ่น จุดนี้เป็นจุดที่เราพยายามจะสร้างภาพให้เขา” (วิเชียร อดุลสุทรานนท์, สัมภาษณ์ 3 พฤศจิกายน 2541)

ตารางที่ 7.6 เปรียบเทียบเนื้อหาสปอคโฆษณากับสาระสำคัญในนโยบายพรรคมวลชน

สปอคโฆษณาทางโทรทัศน์	สปอคโฆษณาทางวิทยุ	นโยบายของพรรค
<p><b>ด้านเศรษฐกิจ</b> ไม่ปรากฏ</p> <p><b>ด้านการเมือง</b> -รักษาผลประโยชน์ทางการเมืองให้กับประชาชน</p> <p><b>ด้านสังคม</b> -เสนอนโยบายอย่างกว้าง ๆ ในการแก้ปัญหาอาชญากรรมและอาชพติด -แก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม -นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยไปใช้ในการตัดสินใจ</p>	<p><b>ด้านเศรษฐกิจ</b> -มีการกล่าวถึงการแก้ไขปัญหาด้านเศรษฐกิจโดยอย่างกว้าง ๆ</p> <p><b>ด้านการเมือง</b> -กล่าวว่าจะสนับสนุนการปฏิรูปการเมืองแต่ไม่ปรากฏมาตรการที่ชัดเจน</p> <p><b>ด้านสังคม</b> -แก้ปัญหาอาชญากรรมและปัญหาอาชพติด -พัฒนาขั้นตอนต่าง ๆ ในกระบวนการยุติธรรม</p>	<p><b>ด้านเศรษฐกิจ</b> ไม่ปรากฏ</p> <p><b>ด้านการเมือง</b> -แยกอำนาจบริหารและอำนาจนิติบัญญัติออกจากกัน -นายกรัฐมนตรีต้องมาจากกาการเลือกตั้งของประชาชน -ประชาชนทุกคนต้องมีความเสมอภาคภายใต้กฎหมายฉบับเดียวกัน ไม่มีใครยิ่งใหญ่เหนือกฎหมาย -แก้ไขและปรับปรุงกฎหมายที่ไม่เป็นธรรมและรักษาสิทธิเสรีภาพของประชาชน</p> <p><b>ด้านสังคม</b> -มุ่งปราบปรามอาชญากรรมและอาชพติด ผู้เสพยา ต้องเป็นผู้ช่วยไม่ใช่ผู้ต้องหาที่ต้องถูกจับกุม -จัดตั้งศาลจราจรและกองบัญชาการตำรวจจราจรเพื่อแก้ปัญหาจราจรในกรุงเทพฯ</p>

จากการโฆษณาขยายของพรรคมวลชนพบว่านโยบายที่เน้นเป็นพิเศษ เป็นนโยบายด้านสังคม โดยเฉพาะการแก้ปัญหาอาชญากรรมและยาเสพติดซึ่งเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นในเมืองใหญ่มากกว่าในชนบท รวมทั้งการแสดงบทบาทของหัวหน้าพรรคจากภาพลักษณ์ใหม่ว่าเป็นพรรคที่คอยรักษาผลประโยชน์ให้ประชาชน ตีแผ่การทุจริตคอร์รัปชันที่เกิดขึ้นในโครงการของรัฐ เช่น การก่อสร้างรถไฟฟ้า เรื่องการทุจริตเกี่ยวกับส.ป.ก.4-01 โดยจะเห็นว่าเป็นเรื่องที่พรรคมวลชนใช้เป็นจุดขายในโฆษณา นอกจากนี้นโยบายหลักที่พรรคนำมาโฆษณาเป็นเรื่องใกล้ตัวประชาชนที่พรรคคิดว่าสามารถแก้ปัญหาให้ประชาชนได้ อย่างไรก็ตามในโฆษณายังมีการพูดถึงนโยบายระดับประเทศด้วยเช่น การแก้ปัญหาเศรษฐกิจ การปฏิรูปการเมือง แต่ก็เป็นการโฆษณาเพียงผิวเผินไม่ได้ใช้เป็นนโยบายหลักของพรรค

## พรรคประชากรไทย

### สปอดโฆษณาทางโทรทัศน์และวิทยุ

ในการเลือกตั้ง 17 พฤศจิกายน 2539 พรรคประชากรไทยได้ทำสปอดแถลงนโยบาย สปอดโฆษณาทางโทรทัศน์รวมทั้งสปอดโฆษณาทางวิทยุ โดยบุคลากรของพรรคไม่ได้จ้างบริษัท โฆษณา ในสปอดแถลงนโยบายได้แถลงโดยนายสมักร สุนทรเวช หัวหน้าพรรคมีจำนวน 9 ชุด ได้แก่

- |  |                   |
|--|-------------------|
| 1) ชุดนโยบายต่อผู้อาวุโส                   | ความยาว 60 วินาที |
| 2) ชุดนโยบายต่อผู้คิดเชื้อโรคเอดส์         | ความยาว 60 วินาที |
| 3) ชุดนโยบายการขึ้นเงินเดือนข้าราชการ      | ความยาว 60 วินาที |
| 4) ชุดการแก้ปัญหาภาวะหนี้สินของประชาชน     | ความยาว 60 วินาที |
| 5) ชุดนโยบายคุ้มครองผู้บริโภค              | ความยาว 60 วินาที |
| 6) ชุดการแก้ปัญหาจราจรในกรุงเทพฯ           | ความยาว 60 วินาที |
| 7) ชุดการแก้ไขปัญหาน้ำท่วมในกรุงเทพฯ       | ความยาว 60 วินาที |
| 8) ชุดการบังคับใช้กฎหมาย                   | ความยาว 60 วินาที |
| 9) ชุดจริยธรรมในการเสนอข่าวสารของสื่อมวลชน | ความยาว 60 วินาที |

สปอดโฆษณาทางโทรทัศน์\* จำนวน 3 ชุด ได้แก่

- |                            |                   |
|----------------------------|-------------------|
| 1) ชุดไม่ตามกระแส          | ความยาว 15 วินาที |
| 2) ชุดไม่อวดว่าสัจย์ซื่อ   | ความยาว 15 วินาที |
| 3) ชุดไม่เล่นการเมืองสกปรก | ความยาว 15 วินาที |

สปอดโฆษณาทางวิทยุ\*\*จำนวน 3 ชุด ได้แก่

- |                            |                   |
|----------------------------|-------------------|
| 1) ชุดไม่ตามกระแส          | ความยาว 15 วินาที |
| 2) ชุดไม่อวดว่าสัจย์ซื่อ   | ความยาว 15 วินาที |
| 3) ชุดไม่เล่นการเมืองสกปรก | ความยาว 15 วินาที |

การวิเคราะห์สปอดโฆษณาทางโทรทัศน์และวิทยุของพรรคประชากรไทยดังในตาราง

ที่ 7.7 และ 7.8

\* ในการวิเคราะห์จะศึกษาจากชุดไม่ตามกระแสเพียงชุดเดียว

\*\* สปอดโฆษณาทางวิทยุมีเนื้อหาที่เหมือนกับสปอดโฆษณาทางโทรทัศน์

ตารางที่ 7.7 การวิเคราะห์สเปคโหนดโฆษณาทางโทรทัศน์ของพรรคประชากรไทย

ชื่อชุด	เวลา (วินาที)	โครงเรื่อง	ประเด็นหลัก	สโลแกน	การเล่าเรื่อง	มุมมอง
นโยบายต่อ ผู้อาวุโส	60	เป็นการแถลงนโยบายของพรรคประชากรไทย โดยนายสมัคร สุนทรเวช หัวหน้าพรรคเสนอให้ครอบครัวหันมาดูแลผู้อาวุโสและรัฐบาลให้ความอนุเคราะห์ผู้อาวุโสในด้านต่าง ๆ เช่น การรักษาพยาบาล, การลดค่ายานพาหนะ เป็นต้น	เสนอนโยบายของพรรคต่อผู้อาวุโสโดยมีแนวทางปฏิบัติเช่น การให้ครอบครัวที่ดูแลผู้อาวุโสมีสิทธิในการนำไปลดหย่อนภาษีเงินได้, รัฐให้ความอนุเคราะห์ในด้านการรักษาพยาบาล การลดค่ายานพาหนะในการเดินทาง	-	เล่าเรื่องสมจริงในลักษณะการแถลงนโยบาย มีวิธีการนำเสนอโดยหัวหน้าพรรคประชากรไทยเป็นผู้แถลงนโยบายด้วยตนเอง	นำเสนอจากมุมมองของพรรคในเรื่องผู้อาวุโสที่ไม่ได้รับการดูแลจากรัฐและครอบครัว ทางพรรคประชากรไทยมีนโยบายในการแก้ปัญหาเรื่องนี้
นโยบาย ต่อผู้ที่คิด เชือด	60	เป็นการแถลงนโยบายในการให้ความช่วยเหลือผู้ที่คิดเชือด โดยนายสมัคร สุนทรเวช หัวหน้าพรรคประชากรไทยโดยกล่าวว่าพรรคจะผลักดันนโยบายที่จะช่วยให้ผู้ที่คิดเชือดสามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข	พรรคประชากรไทยจะผลักดันนโยบายที่จะช่วยเหลือให้ผู้ที่คิดเชือดสามารถดำรงชีวิตอยู่ร่วมกับคนในสังคมได้อย่างมีความสุข	-	เล่าเรื่องสมจริงในลักษณะการแถลงนโยบาย มีวิธีการนำเสนอโดยหัวหน้าพรรคประชากรไทยเป็นผู้แถลงนโยบายด้วยตนเอง	นำเสนอจากมุมมองของพรรคจากเรื่องผู้คิดเชือดในสังคม โดยพรรคมีมาตรการช่วยเหลือ
การเงิน เดือน ข้าราชการ	60	เป็นการแถลงแนวความคิดเกี่ยวกับการขึ้นเงินเดือนให้กับข้าราชการ โดยเสนอว่าจะให้มีการออกกฎหมายก่อนการประกาศใช้เงินเดือนเพื่อป้องกันการที่สินค้าขึ้นราคาก่อนการประกาศใช้เงินเดือนใหม่	พรรคประชากรไทยเสนอแนวความคิดให้มีการออกกฎหมายรับรองก่อนการประกาศปรับเงินเดือนของข้าราชการ	-	ใช้รูปแบบการเล่าเรื่องสมจริงในลักษณะการแถลงนโยบาย วิธีการนำเสนอโดยหัวหน้าพรรคประชากรไทยเป็นผู้แถลงนโยบายด้วยตนเอง	นำเสนอจากมุมมองของพรรคเรื่องการเงินเดือนข้าราชการ พรรคอาสาเข้ามาแก้ปัญหานี้ตามแนวทางของพรรค

ตารางที่ 7.7 (ต่อ)

ชื่อชุด	เวลา (วินาที)	โครงเรื่อง	ประเด็นหลัก	สโลแกน	การเล่าเรื่อง	มุมมอง
การแก้ปัญหาในเรื่องภาวะหนี้สินของประชาชน	60	เป็นการแถลงนโยบายโดยนายสมัคร สุนทรเวช หัวหน้าพรรคประชากรไทย เสนอแนวทางในการแก้ปัญหาหนี้สินของประชาชนโดยการใช้วิธีผ่อนชำระหนี้ระยะยาว มีการใช้เงินเดือนของข้าราชการช่วยค้ำประกันการผ่อนชำระ ซึ่งคาดว่าจะช่วยแก้ปัญหาหนี้ให้กับประชาชนได้	ประชาชนในสังคมมีภาวะหนี้สินจากปัญหาอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่สูง พรรคประชากรไทยมีความเป็นห่วงความเดือดร้อนของประชาชนและ มีนโยบายในการช่วยเหลือ	-	เล่าเรื่องสมจริงในลักษณะการแถลงนโยบาย วิธีการนำเสนอโดยหัวหน้าพรรคประชากรไทยเป็นผู้แถลงนโยบายด้วยตนเอง	นำเสนอจากมุมมองของพรรคเรื่องหนี้สินของประชาชน พรรคมีมาตรการช่วยแก้ปัญหาหนี้
การคุ้มครองผู้บริโภค	60	เป็นการแถลงนโยบายของพรรคประชากรไทย โดยนายสมัคร สุนทรเวช หัวหน้าพรรคเสนอนโยบายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค มีแนวความคิดให้แม่บ้านไทยมีบทบาทในการคุ้มครองผู้บริโภคเช่นเดียวกับในประเทศสหรัฐอเมริกา และพรรคพร้อมที่จะสนับสนุนในเรื่องนี้	พรรคประชากรไทยสนับสนุนนโยบายที่ให้แม่บ้านไทยมีบทบาทในการคุ้มครองผู้บริโภค	-	เล่าเรื่องสมจริงในลักษณะการแถลงนโยบาย วิธีการนำเสนอโดยหัวหน้าพรรคประชากรไทยเป็นผู้แถลงนโยบายด้วยตนเอง	นำเสนอจากมุมมองของพรรคโดยมีมุมมองว่า แม่บ้านไทยควรจะมีบทบาทมากขึ้นในการช่วยคุ้มครองผู้บริโภค
ปัญหาจราจร	60	กล่าวถึงการแก้ไขปัญหาจราจรในกรุงเทพฯ ที่พรรคประชากรไทยได้มีส่วนในการรับผิดชอบ โดยดำเนินการร่วมกับกรุงเทพฯ ในการก่อสร้างโครงการถนนเครือข่ายแม่ยมุมที่ได้ดำเนินการก่อสร้างแล้วเสร็จ	เสนอความก้าวหน้าของโครงการก่อสร้างถนนที่จะช่วยแก้ไขปัญหาจราจรในกรุงเทพฯ	-	เล่าเรื่องสมจริงในลักษณะการแถลงนโยบาย วิธีการนำเสนอโดยหัวหน้าพรรคประชากรไทยเป็นผู้แถลงนโยบายด้วยตนเอง	นำเสนอจากมุมมองของพรรคโดยมีมุมมองว่าพรรคจะสานต่อการก่อสร้างโครงการ ในการแก้ไขปัญหาจราจรในกรุงเทพฯ ที่ได้ดำเนินการไว้ต่อไป

ตารางที่ 7.7 (ต่อ)

ชื่อชุด	เวลา (วินาที)	โครงเรื่อง	ประเด็นหลัก	สโลแกน	การเล่าเรื่อง	มุมมอง
การแก้ไข ปัญหา น้ำท่วม กรุงเทพฯ	60	เป็นการแถลงนโยบายในการแก้ไขปัญหาน้ำท่วมกรุงเทพฯ โดยนายสมัคร สุนทรเวช ที่ได้ประกาศว่าจะสนับสนุนโครงการต่าง ๆ เช่น โครงการพระราชดำริให้ดำเนินการได้อย่างรวดเร็วโดยจะนำเงินที่ใช้ในการบรรเทาสาธารณภัยมาช่วยในการป้องกันน้ำท่วมซึ่งเชื่อว่าวิธีการนี้จะช่วยคลายปัญหาน้ำท่วมได้	ทางพรรคประชากรไทยสนใจปัญหาความเดือดร้อนของประชาชน ในเขตกรุงเทพฯ จากภาวะน้ำท่วม เสนอแนวทางป้องกันโดยการนำเงินที่ได้จากการบริจาคบรรเทาสาธารณภัยมาใช้แก้ปัญหานี้	-	เล่าเรื่องสมจริงในลักษณะการแถลงนโยบาย มีวิธีการนำเสนอโดยหัวหน้าพรรคประชากรไทยเป็นผู้แถลงนโยบายด้วยตนเอง	นำเสนอจากมุมมองของพรรคในเรื่องความเดือดร้อนของประชาชนจากภาวะน้ำท่วม พรรคมีนโยบายในการแก้ปัญหานี้ให้กับประชาชนในกรุงเทพฯ
การบังคับ ใช้กฎหมาย	60	กล่าวถึงนโยบายของพรรคประชากรไทยที่เสนอให้มีการบังคับใช้กฎหมายให้มีความศักดิ์สิทธิ์และเข้มงวดเพื่อความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนในสังคม เช่นเดียวกับในต่างประเทศ	พรรคประชากรไทยจะรณรงค์ให้มีการบังคับใช้กฎหมายอย่างเข้มงวดเพื่อความปลอดภัยของประชาชน	-	เล่าเรื่องสมจริงในลักษณะการแถลงนโยบาย มีวิธีการนำเสนอโดยหัวหน้าพรรคประชากรไทยเป็นผู้แถลงนโยบายด้วยตนเอง	นำเสนอจากมุมมองของพรรคในเรื่องการบังคับใช้กฎหมายเพื่อผลประโยชน์ของประชาชน โดยแสดงว่าพรรคให้ความสำคัญในเรื่องนี้
การเสนอ ข่าวสาร ของสื่อ มวลชน	60	เป็นการเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพการรายงานข่าวสารของสื่อมวลชนในปัจจุบันที่พรรคมองว่าต้องรายงานข่าวด้วยความเป็นกลางและเป็นธรรมกับทุกพรรคการเมือง เนื่องจากพรรคเห็นว่าสื่อมวลชนมีการรายงานข่าวอย่างไม่เป็นกลางเสนอว่าจะเข้าไปแก้ไขปัญหานี้ในเรื่องนี้	พรรคประชากรไทยได้วิจารณ์การรายงานข่าวอย่างไม่เป็นกลางของสื่อมวลชนในช่วงการหาเสียงเลือกตั้ง	-	เล่าเรื่องสมจริงในลักษณะการแถลงนโยบาย มีวิธีการนำเสนอโดยหัวหน้าพรรคประชากรไทยเป็นผู้แถลงนโยบายด้วยตนเอง	นำเสนอจากมุมมองของหัวหน้าพรรคในเรื่องความไม่เป็นกลางของสื่อมวลชนในการรายงานข่าวเลือกตั้ง

ตารางที่ 7.7 (ต่อ)

ข้อจุด	เวลา (วินาที)	โครงเรื่อง	ประเด็นหลัก	สโลแกน	การเล่าเรื่อง	มุมมอง
ไม่ตามกระแส	15	นำเสนอด้วยภาพโลกพระคณาจักรไทยและภาพของหัวหน้าพรรคคือนายสมัคร ศูนย์รวมในชุดตุท โดยมีการนำเสนอเป็นบทกลอนที่มีเนื้อความว่าพรรคไม่ดำเนินการทางการเมืองตามกระแสที่เกิดขึ้นแต่ดำเนินการทางการเมืองโดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของประชาชนเป็นหลักในตอนท้ายขอให้ประชาชนสนับสนุนโดยการเลือกผู้สมัครพรรคพระคณาจักรไทย	พรรคพระคณาจักรไทยได้ดำเนินการทางการเมืองโดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของประชาชนเป็นหลัก	-	เล่าเรื่องสมจริงแนวแถลงนโยบายพรรค มีวิธีการเล่าเรื่องโดยการใช้เสียงผู้ประกาศหญิงถ่ายทอดเนื้อหาสาระของบทกลอนจากการอ่านด้วยเสียงที่นุ่มนวล รูปแบบในการนำเสนอเป็นบทกลอนบอกเรื่องราวกับประชาชน	นำเสนอจากมุมมองของพรรคพระคณาจักรไทย โดยมองว่าพรรคการเมืองบางพรรคดำเนินการทางการเมืองตามกระแสซึ่งพรรคพระคณาจักรไทยมีจุดยืนที่จะไม่ทำเช่นนั้นแต่จะยึดผลประโยชน์ของประชาชนเป็นหลัก

ตารางที่ 7.8 การวิเคราะห์สปอตโฆษณาทางวิทยุของพรรคประชากรไทย

ชื่อชุด	เวลา (วินาที)	โครงเรื่อง	ประเด็นหลัก	สโลแกน	การเล่าเรื่อง	มุมมอง
ไม่ตาม กระแส	30	กล่าวถึงการทำงานของพรรคประชากรไทยที่ถ่ายทอดเป็นกลอนว่า ไม่ตามกระแสเพื่อประโยชน์พรรคตน แต่ยินดีเดินหน้าชนถ้าเป็นผลประโยชน์ส่วนรวม ในตอนท้ายขอให้ประชาชนสนับสนุนพรรคประชากรไทย	พรรคประชากรไทยดำเนินการทางการเมืองไม่ตามกระแสแต่คำนึงถึงผลประโยชน์ของประชาชน	ประชากรไทย จริงจังกับ ประชาชน	เล่าเรื่องสมจริงในลักษณะการบอกเล่าอุดมการณ์ของพรรค มีวิธีการเล่าเรื่องเป็นบทกลอนสื่อความหมายจากเนื้อหาในบทกลอน นำเสนอโดยใช้เสียงผู้ประกาศหญิงที่มีเสียงนุ่มนวลประกอบเพลงประจำพรรค	นำเสนอจากมุมมองของพรรคโดยมีมุมมองว่ามีพรรคการเมืองบางพรรคมุ่งหวังผลประโยชน์ส่วนตนมากกว่าที่จะทำเพื่อผลประโยชน์ส่วนรวมซึ่งตรงข้ามกับพรรคประชากรไทย
ไม่อวด ว่าศักดิ์ ชื่อ	30	กล่าวถึงการทำงานของพรรคประชากรไทยที่ถ่ายทอดเป็นกลอนว่า ไม่ต้องอวดว่าศักดิ์ชื่อหรือว่ามีชั้นไหน แต่เข้าใจปัญหาและกล้าตัดสินใจ ในตอนท้ายขอให้ประชาชนสนับสนุนโดยการเลือกพรรคประชากรไทย	พรรคประชากรไทยทางการเมืองเพื่อผลประโยชน์ของประชาชนโดยไม่เคยอวดตัวเช่นพรรคการเมืองบางพรรค	ประชากรไทย จริงจังกับ ประชาชน	เล่าเรื่องสมจริงบอกเล่าอุดมการณ์ของพรรคโดยใช้ถ้อยคำกล่าวเสียดสีพรรคการเมืองบางพรรค มีวิธีการเล่าเรื่องเป็นบทกลอนสื่อความหมายจากเนื้อหาในบทกลอน นำเสนอโดยใช้เสียงผู้ประกาศหญิงที่มีเสียงนุ่มนวลประกอบเพลงประจำพรรค	นำเสนอจากมุมมองของพรรคที่ไม่เห็นด้วยกับการหาเสียงของพรรคการเมืองบางพรรคที่อวดอ้างในการหาเสียงกับประชาชน
ไม่เล่น การเมือง สกปรก	30	กล่าวถึงการดำเนินกิจกรรมทางการเมืองของพรรคที่ถ่ายทอดมาเป็นกลอนว่า ไม่เล่นการเมืองสกปรกแบบยกเอาเชื้อชาติมาเหยียบย่ำ แต่ทำงานการเมืองเพื่อปวงชนสำหรับทุกคนด้วยใจเป็นธรรม ในตอนท้ายขอให้ประชาชนสนับสนุนโดยการเลือกพรรคประชากรไทย	พรรคประชากรไทยไม่เห็นด้วยกับการนำเรื่องส่วนตัวมาใช้ในทางการเมืองของพรรคการเมืองบางพรรค	ประชากรไทย จริงจังกับ ประชาชน	เล่าเรื่องสมจริงบอกเล่าอุดมการณ์ของพรรคเนื้อหาเสียดสีพรรคการเมืองบางพรรค วิธีการเล่าเรื่องใช้กลอนในการสื่อความหมาย โดยมีรูปแบบในการนำเสนอให้ผู้ประกาศหญิงที่มีเสียงนุ่มนวลอ่อนหวานเป็นผู้ถ่ายทอด	นำเสนอจากมุมมองของพรรคในเรื่องที่พรรคการเมืองคู่แข่งมีดำเนินการทางการเมืองโดยไม่มีคุณธรรม ซึ่งตรงข้ามกับพรรคประชากรไทย



### การแถลงนโยบายของพรรคทางวิทยุกระจายเสียง

รูปแบบการเล่าเรื่อง แถลงนโยบายโดยนายสมักร สุนทรเวช หัวหน้าพรรคประชากรไทย ใช้รูปแบบการสนทนาแบบกึ่งทางการ บันทึกเสียงในห้องบันทึกเสียง มีความยาวประมาณ 9 นาที โดยนำสปอตแถลงนโยบายทางโทรทัศน์มาตัดต่อรวมกันเป็นการแถลงนโยบายทางวิทยุ

ประเด็นหลัก นำเสนอนโยบายต่อประชาชนในสังคมคือ 1) การแก้ปัญหาผู้อาวโสในสังคม 2) การเสนอมมาตรการให้ผู้คิดเชื่อเฮคส์สามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข 3) มาตรการเกี่ยวกับการปรับเงินเดือนข้าราชการ 4) การแก้ปัญหาภาวะหนี้สินของประชาชน 5) แนวความคิดในการส่งเสริมให้สตรีมีบทบาทในการคุ้มครองผู้บริโภค 6) การสานต่อการแก้ไขปัญหาราจรในกรุงเทพฯ 7) การป้องกันปัญหาน้ำท่วมกรุงเทพฯ 8) การบังคับใช้กฎหมายอย่างเข้มงวดเพื่อความปลอดภัยของประชาชน และ 9) แนวนโยบายในการส่งเสริมจรรยาบรรณในการเสนอข่าวสารของสื่อสารมวลชน

### วิเคราะห์รูปแบบของโฆษณา

โฆษณาของพรรคประชากรไทยเน้นความสำคัญที่หัวหน้าพรรคและใช้รูปแบบของการแถลงนโยบายความยาวชุดละ 1 นาที มีนายสมักร สุนทรเวช หัวหน้าพรรคเป็นผู้แถลงนโยบายด้วยตนเอง มีการเล่าเรื่องเป็นบทกลอนที่สื่อความทางการเมืองในประเด็นต่าง ๆ ในด้านมุมมองนั้นนำเสนอจากมุมมองพรรค เป็นนโยบายเพื่อประชาชนในกรุงเทพฯ อันเป็นฐานเสียงหลักของพรรค รวมทั้งกล่าวถึงการดำเนินการทางการเมืองของพรรคคู่แข่งในลักษณะการใช้ถ้อยคำเสียดสี โดยเชื่อมโยงกับปริบทการอภิปรายไม่ไว้วางใจรัฐบาลของนายบรรหาร ศิลปอาชา

การทำโฆษณาของพรรคประชากรไทยไม่ได้จ้างบริษัทโฆษณา ทั้งนี้สปอตของพรรค นายสมักร สุนทรเวช หัวหน้าพรรคเป็นผู้แต่งกลอนขึ้นเอง โดยมีวิธีการที่ไม่ซับซ้อนใช้รูปของหัวหน้าพรรคประกอบบทกลอน “หัวหน้าผมเป็นคนคิดเองทำเอง เป็นคนเขียนกลอนเองแล้วเขาก็ไปถ่ายรูปใส่คำพูดและบทกลอนลงไปเท่านั้น หัวหน้าเป็นคนให้ความคิด โฆษณาทำง่ายมากไม่จำเป็นต้องมีอะไรมากมายกลอนที่ออกเป็นชุด ๆ ต้องการจะสื่อว่าพรรคทำงานอย่างไร แล้วฝ่ายรัฐบาลเขาทำงานอย่างไรมันก็แค่นั้นเป็นการเสียดสีกันด้วยคำกลอน บางพรรคบอกชื่อศักดิ์สุจริตตลอดก็ต้องไปรอดทำไม พรรคประชากรไทยของเราไม่จำเป็นต้องรอด” (ชัยสิทธิ์ ภูวภิรมย์ขวัญ, สัมภาษณ์ 28 ตุลาคม 2541)

## วิเคราะห์เนื้อหาของโฆษณา

สปอตของพรรคประชากรไทยพบว่า มีสองลักษณะคือ สปอตที่เป็นการแถลงนโยบายของพรรคและสปอตที่โฆษณาภาพลักษณ์ของหัวหน้าพรรคนายสมัคร สุนทรเวช ด้านการเสนอนโยบายพบว่าเป็นการดึงนโยบายพรรคบางเรื่องมาเสนอ “นโยบายของพรรคเรามีนโยบายหลักอยู่แล้ว แล้วก็ยังมีนโยบายเฉพาะกิจนั่นคือสิ่งที่มันเกิดขึ้นกับสังคมในขณะนั้น เราจะมุ่งแก้ปัญหาอะไรอย่างที่ตั้งมาพูดในเวลาที่เรามาเสี่ยง เอาบางข้อมาขยายความเอามาใช้ เช่นเรื่องโรคเอดส์ การแก้ปัญหาหนี้สินของครู การรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของราษฎร ล้วนเป็นปัญหาระดับประเทศที่เราเสนอ” (ชัยสิทธิ์ ภูวภิรมย์ขวัญ, สัมภาษณ์ 28 ตุลาคม 2541) ในภาพรวมเป็นนโยบายที่มุ่งแก้ปัญหาให้กับประชาชนบางกลุ่มเช่น ผู้อาวโส ผู้ที่ติดเชื้อเอดส์ ข้าราชการ รวมทั้งเสนอนโยบายที่เกี่ยวข้องกับชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนในกรุงเทพฯ เช่น การแก้ปัญหาการจราจร การแก้ปัญหาน้ำท่วม เป็นต้น

ในโฆษณายังมีการเสนอภาพลักษณ์ของหัวหน้าพรรคประชากรไทยคือ นายสมัคร สุนทรเวช และการทำงานการเมืองของพรรค โดยเนื้อหาแทรกอยู่ในบทกลอนของสปอต มีการกล่าวพาดพิงถึงพรรคบางพรรคในสนามเลือกตั้งกรุงเทพฯ โดยนำเรื่องการอภิปรายไม่ไว้วางใจมาเป็นประเด็นเนื้อหาเช่น “ไม่คามกระแสนเพื่อผลประโยชน์พรรคคน แต่ยินดีเดินหน้าชนถ้าเป็นผลประโยชน์ส่วนรวม” หรือ “ไม่ต้องอวดว่าศักดิ์ชื่อหรือว่ามีชั้นไหนแต่เข้าใจปัญหาและกล้าตัดสินใจ” ทั้งนี้เนื่องมาจากพรรคประชาธิปัตย์ใช้คำขวัญว่า “ชื่อศักดิ์มีอาชีพ” และที่ใช้ว่า “พรรคประชากรไทยไม่เล่นการเมืองสกปรก แบบยกเอาเชื้อชาติมาเหยียบย่ำ แต่ทำงานการเมืองเพื่อประชาชน สำหรับทุกคนด้วยใจเป็นธรรม” พาดพิงถึงพรรคประชาธิปัตย์ในการโจมตีรัฐบาลนายบรรหาร ศิลปอาชาเรื่องเชื้อชาติ เห็นได้ว่าเป็นการใช้ถ้อยคำกล่าวเสียดสีพรรคการเมืองคู่แข่งและในขณะเดียวกันก็เปรียบเทียบให้เห็นแนวทางการทำงานของพรรคไปพร้อมกันด้วย

ตารางที่ 7.9 เปรียบเทียบเนื้อหาสปอตโฆษณากับสาระสำคัญของนโยบายพรรคประชากรไทย

สปอตโฆษณาทางโทรทัศน์	สปอตโฆษณาทางวิทยุ	การแถลงนโยบายทางวิทยุกระจายเสียง
<p><b>ด้านเศรษฐกิจ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-การปรับเงินเดือนข้าราชการ</li> <li>-การปลดปล่อยหนี้สินของประชาชน</li> </ul> <p><b>ด้านการเมือง</b></p> <p>ไม่ปรากฏ</p> <p><b>ด้านสังคม</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-นโยบายในการดูแลผู้สูงอายุ</li> <li>-นโยบายต่อผู้ติดเชื้อเอดส์</li> <li>-การคุ้มครองผู้บริโภค</li> <li>-การแก้ไขปัญหาการจราจรในกทม.</li> <li>-การแก้ไขปัญหาน้ำท่วมในกทม.</li> <li>-การบังคับใช้กฎหมายเพื่อความปลอดภัยของประชาชน</li> <li>-การเสนอข่าวสารของสื่อมวลชน</li> </ul>	<p><b>ด้านเศรษฐกิจ</b></p> <p>ไม่ปรากฏ</p> <p><b>ด้านการเมือง</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-เสนออุดมการณ์ของพรรค เช่นทำงานการเมืองเพื่อผลประโยชน์ประชาชน</li> <li>กล้าตัดสินใจในปัญหาต่าง ๆ โดยยึดผลประโยชน์ของส่วนรวมเป็นหลักและทำงานทางการเมืองอย่างมีคุณธรรม</li> </ul> <p><b>ด้านสังคม</b></p> <p>ไม่ปรากฏ</p>	<p><b>ด้านเศรษฐกิจ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-การแก้ไขในเรื่องรายได้ที่ไม่พอกับรายจ่ายของประชาชน</li> </ul> <p><b>ด้านการเมือง</b></p> <p>ไม่ปรากฏ</p> <p><b>ด้านสังคม</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-การดูแลเรื่องผู้สูงอายุ</li> <li>-นโยบายต่อผู้ติดเชื้อเอดส์ให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้</li> <li>-การแก้ปัญหาหนี้สินของผู้ที่มีรายได้น้อย</li> <li>-การคุ้มครองผู้บริโภค</li> <li>-การรณรงค์เรื่องสิ่งแวดล้อม โดยการจัดให้มีสวนสาธารณะและปรับปรุงในเรื่องที่อยู่อาศัยในชุมชนแออัด</li> </ul>

หากพิจารณา นโยบายของพรรคประชากรไทยในสปอตโฆษณาทางโทรทัศน์พบว่าเป็นประเด็นเดียวกับนโยบายพรรคที่ได้แถลงทางวิทยุกระจายเสียง โดยเน้นนโยบายด้านสังคมเป็นหลัก ทั้งนี้เป็นนโยบายที่เป็นรูปธรรมในทางปฏิบัติ ใกล้ชิดกับชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนเช่น เรื่องภาวะหนี้สิน ปัญหาผู้สูงอายุในสังคม การคุ้มครองผู้บริโภค ปัญหาเรื่องสิ่งแวดล้อม เป็นต้น ส่วนหนึ่งของนโยบายพบว่าเป็นนโยบายเพื่อประชาชนในสังคมเมืองที่มีปัญหาด้านต่าง ๆ ซึ่งน่าจะสื่อถึงกรุงเทพฯ อันเป็นฐานเสียงของพรรค

## พรรคกิจสังคม

### สปอตโฆษณาทางโทรทัศน์\*

ในการเลือกตั้งทั่วไป 17 พฤศจิกายน 2539 พรรคกิจสังคมได้จ้างบริษัทมีเดียสตูดิโอโปรดักชั่นเฮาส์ จำกัดซึ่งเป็นบริษัทในเครือบริษัท มีเดีย ออฟ มีเดียส์ เป็นผู้ทำโฆษณาให้กับพรรค โดยมีคุณอภิชาติ ศรีเกษมเป็นครีเอทีฟไดเรกเตอร์ สปอตโฆษณาทางโทรทัศน์มีจำนวน 2 ชุด ได้แก่

- |              |                   |
|--------------|-------------------|
| 1) ชุดผลงาน  | ความยาว 60 วินาที |
| 2) ชุดนโยบาย | ความยาว 60 วินาที |

ส่วนสปอตโฆษณาทางวิทยุ นั้นไม่ปรากฏว่ามีการจัดทำแต่อย่างใด การวิเคราะห์สปอตโฆษณาทางโทรทัศน์ของพรรคกิจสังคมดังในตารางที่ 7.10

---

\* การวิเคราะห์สปอตโฆษณาทางโทรทัศน์จะวิเคราะห์จากชุดผลงานเพียงชุดเดียว

ตารางที่ 7.10 การวิเคราะห์สเปคตโหมยณาทางโทรทัศน์ของพรรคกิจสังคม

ชื่อชุด	เวลา (วินาที)	โครงเรื่อง	ประเด็นหลัก	สโลแกน	การเล่าเรื่อง	มุมมอง
ผลงาน	60	กล่าวถึงผลงานของพรรคกิจสังคม เช่นนโยบายเงินสนับสนุนบท การพัฒนาราคาพืชผลการเกษตร การสร้างงานในท้องถิ่น การพัฒนาการคมนาคม และการสื่อสาร ประกอบคำยืนยันจากหัวหน้าพรรคที่ว่าพรรคกิจสังคมสามารถทำให้เกิดการพัฒนาตามนโยบายข้างต้นได้ ได้ผลักดันให้เกิดเป็นรูปธรรมและจะดำเนินการสานต่อนโยบายด้านต่าง ๆ ต่อไป	เน้นให้ประชาชนทราบถึงผล งานที่สำคัญของพรรคคือการผันเงินสู่ชนบท การพัฒนาราคาพืช ผลทางการเกษตร การสร้างงาน ในท้องถิ่น การพัฒนาการคมนาคมและการสื่อสาร	เราทำได้ ได้ทำแล้ว แล้วเราจะทำต่อไป	เล่าเรื่องสมจริงเชิงสารคดีมีการใช้ภาพเหตุการณ์จริง กลวิธีการเล่าเรื่องมีการใช้เสียงผู้ประกาศข่าวที่น่าเชื่อถือจริงจัง และประกอบเสียงของหัวหน้าพรรค	เสนอมุมมองของพรรคในเรื่องการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น การเพิ่มราคาผลิตผลการเกษตร สร้างสาธารณูปโภคพื้นฐานภายในประเทศที่พรรคสามารถทำให้เป็นจริงตามนโยบาย

### การแถลงนโยบายพรรคทางวิทยุกระจายเสียง

รูปแบบการเล่าเรื่อง แถลงนโยบายโดยนายมนตรี พงษ์พานิช หัวหน้าพรรคในลักษณะการอ่านนโยบายจากเอกสารและบันทึกเสียงในห้องบันทึกเสียง มีเพลงประจำพรรคประกอบก่อนและหลังการแถลงนโยบาย การแถลงนโยบายมีความยาวประมาณ 9 นาที

ประเด็นหลัก แถลงผลงานของพรรคกิจสังคมตามนโยบายสามด้านของพรรคคือ

1) กระจายรายได้เพื่อสร้างความเป็นธรรมทางเศรษฐกิจแก่เกษตรกรในชนบท ขยายสินค้าในราคาที่เป็นธรรม โดยยกตัวอย่างผลงานพรรคเมื่อปี 2530-2531 ที่สามารถทำให้ราคาข้าวเปลือกสูงถึงเกวียนละ 5,000 บาท ราคามันสำปะหลังสูงถึงกิโลกรัมละ 1.20-1.40 บาท รวมทั้งนโยบายเงินผันซึ่งพรรคได้เริ่มต้นมาตั้งแต่ปี 2518

2) กระจายโอกาสเพื่อให้ประชาชนทั้งในชนบทและในเมืองมีความเสมอภาคในด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิต การศึกษาและสิ่งแวดล้อม

3) กระจายความเจริญจากส่วนกลางสู่ภูมิภาค โดยเฉพาะโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ กล่าวถึงโครงการที่พรรคกิจสังคมมีส่วนในการผลักดันให้เกิดขึ้น เช่น โครงการโทรศัพท์ 3 ล้านเลขหมาย, โครงการขยายวงจรโทรศัพท์ทางไกลระหว่างประเทศ, โครงการขยายถนนสายหลักในภูมิภาค, โครงการถนนยกระดับดินแดง-คอนเมือง, การใช้ท่าเรือพาณิชย์แหลมฉบังและมาบตาพุดเพื่อลดความแออัดของท่าเรือคลองเตย, โครงการพัฒนาท่าอากาศยานนานาชาติและโครงการทางรถไฟยกระดับ

### วิเคราะห์รูปแบบโฆษณา

โฆษณาการเมืองของพรรคกิจสังคม เน้นแนวเรื่องสมจริงโดยใช้วิธีการเล่าจากภาพและเสียงบรรยายที่เป็นทางการน่าเชื่อถือ เสนอผลงานของพรรคที่โดดเด่นคือ การกระจายเงินสู่ชนบท การพัฒนาราคาพืชผลทางการเกษตร การสร้างงานในท้องถิ่นและการพัฒนาด้านการคมนาคมและการสื่อสาร ประกอบคำยืนยันจากหัวหน้าพรรคคือนายมนตรี พงษ์พานิช ที่กล่าวว่า “เราทำได้ ได้ทำแล้ว แล้วเราจะทำต่อไป” เป็นการแสดงถึงศักยภาพของพรรคและให้คำสัญญาต่อประชาชน

### วิเคราะห์เนื้อหาโฆษณา

โฆษณาทางโทรทัศน์ของพรรคกิจสังคม จัดได้ว่าเป็นโฆษณาที่นำเสนอทั้งนโยบายและภาพลักษณ์ของพรรค โดยสะท้อนว่าเป็นพรรคเน้นการปฏิบัติมากกว่าการพูด จากสโลแกนของพรรคที่ใช้ว่า “เราทำได้ ได้ทำแล้ว แล้วเราจะทำต่อไป” ดังในตารางที่ 7.11

ตารางที่ 7.11 ประเภทสปอตโฆษณาของพรรคกิจสังคม

สื่อ	โฆษณาที่สร้างภาพลักษณ์	โฆษณาที่นำเสนอนโยบาย
โทรทัศน์	1) ชูผลงาน	1) ชูผลงาน
วิทยุ	-	-

เนื้อหาการโฆษณานโยบายของพรรคกิจสังคมในด้านเศรษฐกิจ การเมือง และสังคมดังแสดงในตารางที่ 7.12

ตารางที่ 7.12 เปรียบเทียบเนื้อหาสปอตโฆษณากับสาระสำคัญในนโยบายพรรคกิจสังคม

สปอตโฆษณาทางโทรทัศน์	การแถลงนโยบายทางวิทยุกระจายเสียง
<b>ด้านเศรษฐกิจ</b> -การกระจายเงินสู่ชนบท -พัฒนาราคาพืชผลทางการเกษตรให้สูงขึ้น -สร้างงานในชนบท -พัฒนาการคมนาคมและการสื่อสาร	<b>ด้านเศรษฐกิจ</b> -กระจายรายได้เพื่อสร้างความเป็นธรรมทางเศรษฐกิจแก่เกษตรกรในชนบท
<b>ด้านการเมือง</b> ไม่ปรากฏ	<b>ด้านการเมือง</b> ไม่ปรากฏ
<b>ด้านสังคม</b> ไม่ปรากฏ	<b>ด้านสังคม</b> นโยบายในการกระจายโอกาสเพื่อให้ประชาชนทั้งในชนบทและในเมืองมีความเสมอภาคกันทั้งการพัฒนาคุณภาพชีวิต การศึกษาและด้านสิ่งแวดล้อม การกระจายความเจริญจากส่วนกลางสู่ส่วนภูมิภาค โดยเฉพาะการสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจทั้งเรื่องโทรศัพท์ ถนน ท่าเรือ ท่าอากาศยาน

การเสนอนโยบายของพรรคกิจสังคมนั้น คุณชิตี สุธรรมรักษ์ หนึ่งในทีมงานสร้างสรรค์ โฆษณากล่าวว่า “พรรคให้เสนอนโยบายเป็นหลัก นโยบายน้ำไหล ไฟสว่าง ทางดี เราทำได้ ได้ ทำแล้ว แล้วเราจะทำต่อไป” ข้อมูลมีเท่านี้ต้องเอาใจพ้องตรงนี้ไปตีเป็นภาพซึ่งก็มีทั้งข้อมูลเก่าจาก พรรคที่เคยทำมาแล้ว.....ในโฆษณาส่งเสนอทั้งนโยบายและภาพลักษณ์ของคุณมนตรี หัวหน้า พรรค นโยบายจะเน้นมากที่กลุ่มเกษตรกรซึ่งเป็นฐานเสียงของพรรคจะเปลี่ยนอาชีพเป็นอย่างอื่นไม่ ได้เน้นที่จะสื่อกับชาวบ้านในชนบท เกษตรกรมากกว่าอาชีพอื่น” (ชิตี สุธรรมรักษ์, สัมภาษณ์ 22 ตุลาคม 2541)

การโฆษณาของพรรคกิจสังคมจะเห็นได้ชัดเจนว่า พรรคมุ่งเน้นโฆษณาด้าน เศรษฐกิจในระดับท้องถิ่น โดยนำมาจากประเด็นของนโยบายเรื่องการกระจายเงินสู่ชนบทหรือนโยบายเงินค้ำของพรรค นโยบายที่จะช่วยให้เกษตรกรขายสินค้าได้ราคาสูงขึ้น การสร้างงานในท้องถิ่นและการสร้างสาธารณูปโภคพื้นฐานคือถนน โทรศัพท์ มีการเน้นภาพลักษณ์ของพรรคที่ พุดจริงทำจริงสามารถน่านโยบายไปปฏิบัติจนสำเร็จ อย่างไรก็ตาม พรรคมีความพยายามที่จะยก ระดับภาพลักษณ์ของพรรคภูมิภาคมาสื่อสารกับประชาชนในเมือง โดยน่านโยบายเรื่องการพัฒนา ทางการสื่อสารมาใช้ ปรากฏจากมีการใช้งานควาเทียมในโฆษณาเพื่อเป็นสัญลักษณ์ว่าพรรคมีแนว นโยบายที่สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี

### เปรียบเทียบรูปแบบโฆษณาและการแถลงนโยบายของพรรคมวลชน พรรคประชากรไทยและ พรรคกิจสังคม

#### รูปแบบโฆษณา

สปอตโฆษณาทางโทรทัศน์ของพรรคมวลชน พรรคประชากรไทยและพรรคกิจสังคมมี การใช้รูปแบบการเล่าเรื่องสมจริง การแถลงนโยบายและการใช้ภาพของประชาชนในโฆษณา ด้านรูปแบบการเล่าเรื่องพรรคมวลชนใช้การเล่าเรื่องสมจริงถึงสารคดีมีการแทรกอารมณ์ในโฆษณา ส่วนพรรคกิจสังคมใช้รูปแบบการเล่าเรื่องสมจริงเช่นเดียวกัน โดยเป็นแนวสารคดีเน้นความน่าเชื่อถือ ส่วนการเล่าเรื่องที่ใช้รูปแบบการแถลงนโยบายคือพรรคประชากรไทย ในการใช้ภาพ ประชาชนในโฆษณาพบว่ามีเพียงสองพรรคคือจากโฆษณาของพรรคมวลชนและโฆษณาของ พรรคกิจสังคมทั้งนี้เพื่อต้องการแสดงว่าพรรคให้ความสำคัญกับปัญหาของประชาชน ส่วนพรรค ประชากรไทยเน้นที่หัวหน้าพรรคเป็นหลักจึงมีมุมมองในการนำเสนอมาจากพรรค อย่างไรก็ตามก็จาก



โฆษณาทางโทรทัศน์ทั้งสามเน้นที่ตัวหัวหน้าพรรคโดยเรียงตามลำดับคือ พรรคประชากรไทย พรรคมวลชนและพรรคกิจสังคม จากการให้บทบาทหัวหน้าพรรคแถลงนโยบายของพรรคและให้หัวหน้าพรรคกล่าวสโลแกนพรรคในโฆษณา

พรรคกิจสังคมไม่ได้จัดทำสปอตโฆษณาทางวิทยุ ทั้งนี้เนื่องจากสถานีวิทยุที่พรรคการเมืองนิยมซื้อเวลาออกอากาศสปอตส่วนใหญ่เป็นสถานีวิทยุในกรุงเทพฯ ซึ่งไม่สอดคล้องกับฐานเสียงของพรรคที่อยู่ในภูมิภาค พรรคที่มีการจัดทำสปอตโฆษณาทางวิทยุมี 2 พรรคคือพรรคมวลชนและพรรคประชากรไทย ในการเล่าเรื่องนั้นยังใช้รูปแบบการเล่าเรื่องแนวแถลงนโยบาย พรรคมวลชนมีกลวิธีในการเสนอเป็นการประกาศ ด้านพรรคประชากรไทยใช้กลวิธีการเสนอเป็นบทกลอนใช้เสียงผู้ประกาศหญิงอ่านบทกลอน

ตารางที่ 7.13 รูปแบบการนำเสนอในสปอตโฆษณาพรรคการเมือง

พรรค	โทรทัศน์	วิทยุ
มวลชน	แนวสมจริง (realist) กึ่งสารคดี	แถลงนโยบาย
ประชากรไทย	แนวแถลงนโยบาย	แถลงนโยบาย
กิจสังคม	แนวสมจริง (realist) สารคดี	แถลงนโยบาย

#### รูปแบบการแถลงนโยบายพรรค

รูปแบบการแถลงนโยบายทางวิทยุของพรรคประชากรไทยและพรรคกิจสังคม มีวิธีการเสนอแบบเดียวคือ หัวหน้าพรรคเป็นผู้แถลงนโยบายนั้นในลักษณะการบันทึกเสียงในห้องบันทึกเสียง โดยพรรคประชากรไทยใช้การสนทนาแบบกึ่งทางการ ในขณะที่พรรคกิจสังคมเป็นการอ่านจากเอกสารทำให้น่าสนใจน้อยกว่า จากกลวิธีการเสนองจะเห็นได้ว่าเน้นที่หัวหน้าพรรคเป็นหลัก

#### เปรียบเทียบการโฆษณานโยบายพรรคมวลชน, พรรคประชากรไทยและพรรคกิจสังคม

พรรคมวลชน พรรคประชากรไทยและพรรคกิจสังคม มีการโฆษณานโยบายในด้านเศรษฐกิจ การเมืองและสังคมดังในตารางที่ 7.14

ตารางที่ 7.14 เปรียบเทียบการโฆษณาโฆษณาพรรคการเมืองด้านเศรษฐกิจ การเมืองและสังคม

พรรค	สื่อ	นโยบายของพรรค		
		ด้านเศรษฐกิจ	ด้านการเมือง	ด้านสังคม
มวลชน	สปกคโฆษณาทางโทรทัศน์	ไม่ปรากฏ	ดูแลผลประโยชน์ทางการเมืองให้ประชาชน	เสนอนโยบายแก้ปัญหาอาชญากรรมและยาเสพติด
	สปกคโฆษณาทางวิทยุ	กล่าวถึงการแก้ปัญหาด้านเศรษฐกิจ	สนับสนุนการปฏิรูปการเมือง	แก้ปัญหาอาชญากรรมและยาเสพติด ปรับปรุงด้านการตัดสินใจ
	นโยบายที่แสดงทางวิทยุ	-	แยกอำนาจบริหารให้ออกจากอำนาจนิติบัญญัติ นายกรัฐมนตรีมาจากการเลือกตั้ง แก้ไขกฎหมายที่ไม่เป็นธรรมและประชาชนต้องมีความเสมอภาคกันตามกฎหมาย	แก้ปัญหาอาชญากรรมและยาเสพติด ตั้งศาลจราจรและกองบัญชาการตำรวจจราจรขึ้นเพื่อแก้ปัญหาการจราจรในกรุงเทพฯ
ประชากรไทย	สปกคโฆษณาทางโทรทัศน์	เสนอแนวทางการเงินเงินเดือนข้าราชการและแก้ไขปัญหาระงับเงินประชาชน	ไม่ปรากฏ	แก้ปัญหาการจราจรและน้ำท่วมในกทม., นโยบายในการดูแลผู้อาวุโส, ผู้ที่คิดเชื่อโรคเอดส์, เสนอความคิดในการคุ้มครองผู้บริโภค การบังคับใช้กฎหมายและวิจารณ์การเสนอข่าวสารของสื่อมวลชน
	สปกคโฆษณาทางวิทยุ	ไม่ปรากฏ	เสนออุดมการณ์ในการทำงานของพรรคเช่น ไม่ดำเนินการทางการเมืองตามกระแส ทำงานการเมืองอย่างมีคุณธรรมและคำนึงถึงประชาชนเป็นหลัก	ไม่ปรากฏ
	นโยบายที่แสดงทางวิทยุ	แก้ปัญหาเรื่องรถใช้ไม่พอกับรถเช่าของประชาชน	ไม่ปรากฏ	เสนอนโยบายต่อผู้สูงอายุ, ผู้ที่คิดเชื่อเอดส์, แก้ปัญหาเรื่องหนี้สินของประชาชน, คุ้มครองผู้บริโภค, รณรงค์เรื่องสิ่งแวดล้อมโดยให้มีการสร้างสวนสาธารณะและปรับปรุงที่ชุมชนแออัด
กิจสังคม	สปกคโฆษณาทางโทรทัศน์	การกระจายเงินสู่ท้องถิ่น โดยเพิ่มราคาพืชผลทางการเกษตร สร้างงานในชนบท และให้มีการพัฒนาทางด้านสาธารณูปโภคพื้นฐาน	ไม่ปรากฏ	ไม่ปรากฏ
	สปกคโฆษณาทางวิทยุ	-	-	-

ตารางที่ 7.14 (ต่อ)

พรรค	สื่อ	นโยบายของพรรค		
		ด้านเศรษฐกิจ	ด้านการเมือง	ด้านสังคม
กิจสังคม	นโยบายที่แถลงทางวิทยุ	กระจายรายได้แก่เกษตรกรในชนบท	ไม่ปรากฏ	เน้นความเสมอภาคของประชาชนในชนบทและในเมือง ในเรื่องการพัฒนาคุณภาพชีวิตการศึกษาและสิ่งแวดล้อมกระจายความเจริญจากส่วนกลางสู่ส่วนภูมิภาค

จากการเปรียบเทียบการโฆษณานโยบายของพรรคมวลชน พรรคประชากรไทยและพรรคกิจสังคมพบว่า พรรคมวลชนเน้นนโยบายทางด้านสังคมคือเรื่องการแก้ปัญหาอาชญากรรมและยาเสพติดซึ่งเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยในชีวิตของประชาชน รวมทั้งนโยบายด้านการเมืองในการรักษาผลประโยชน์ให้ประชาชน พรรคประชากรไทยเน้นโฆษณานโยบายด้านสังคมหลายประเด็นที่เด่นคือ การแก้ปัญหาการจราจรในกรุงเทพฯ การแก้ปัญหาน้ำท่วม การช่วยเหลือผู้ติดเชื้อเอชไอวี ส่วนพรรคกิจสังคมเน้นนโยบายด้านเศรษฐกิจโดยเฉพาะเศรษฐกิจในระดับภูมิภาคเช่น การกระจายเงินและการสร้างงานในท้องถิ่น การสร้างสาธารณูปโภคพื้นฐาน

ตารางที่ 7.15 จำนวนส.ส.ตามภาคของพรรคมวลชน พรรคประชากรไทยและพรรคกิจสังคมในการเลือกตั้ง 2 กรกฎาคม 2538

การเลือกตั้ง	พรรค	กลาง	เหนือ	ใต้	อีสาน	รวม
2 ก.ค. 38	มวลชน	3	0	0	0	3
	ประชากรไทย	16	2	0	0	18
	กิจสังคม	6	2	0	14	22

ที่มา: กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, รายงานวิจัยการเลือกตั้งทั่วไป 2 กรกฎาคม 2538, น. 122.

จากจำนวนส.ส.จำแนกตามภาคของแต่ละพรรคพบว่าพรรคมวลชนมีฐานเสียงหลักอยู่ในภาคกลาง โดย ส.ส.ที่ได้รับเลือกตั้งส่วนใหญ่มาจากกรุงเทพฯ ดังนั้นนโยบายในโฆษณาจึงมีความสัมพันธ์กับฐานเสียงในกรุงเทพฯ ด้วยการเสนอแก้ปัญหาในเรื่องอาชญากรรมและยาเสพติดแต่อย่างไรก็ตาม นโยบายดังกล่าวสามารถสื่อสารกับประชาชนในภูมิภาคได้

“เราพยายามมองว่าคุณเฉลิมจริง ๆ แล้วคงไม่ได้มีนโยบายที่ยิ่งใหญ่มากจนเกินไปน่าจะเจาะไปที่เรื่องราวหรือปัญหาที่ใกล้ตัวประชาชนมากที่สุด ซึ่งสัมพันธ์กับแฉวงฝงธนบุรีที่เขามีบทบาทและมีฐานเสียงอยู่ตรงนั้น” (วิเชียร อดุลสุทธานนท์, สัมภาษณ์ 3 พฤศจิกายน 2541)

พรรคประชากรไทยนโยบายหลักที่โฆษณาเป็นนโยบายด้านสังคม นโยบายบางเรื่องเพื่อประชาชนในกรุงเทพฯ โดยเฉพาะ เช่น การแก้ปัญหาจราจร การแก้ปัญหาน้ำท่วม นอกจากนี้ยังมีนโยบายต่อประชาชนเฉพาะกลุ่มซึ่งเป็นการแก้ปัญหาในภาพรวมเช่น ปัญหาผู้อาวุโส ผู้ที่คิดเชื่อเฮคส์ ประชาชนที่มีรายได้น้อย โดยคุณชัยสิทธิ์ ภูวภิรมย์ขวัญ ผู้อำนวยการพรรค กล่าวเรื่องกลุ่มฐานเสียงของพรรคว่า “กลุ่มเป้าหมายของเราเป็นคนทั่วไป เราไม่ได้จับกลุ่มเป้าหมายในวัยไหนเราทำในลักษณะกลาง ๆ” (ชัยสิทธิ์ ภูวภิรมย์ขวัญ, สัมภาษณ์ 28 ตุลาคม 2541)

พรรคกิจสังคมจากนโยบายที่โฆษณามุ่งเน้นนโยบายระดับภูมิภาคโดยเฉพาะกลุ่มเกษตรกรและประชาชนในชนบทแต่ได้เสนอในภาพรวมไม่ได้เจาะจงเป็นภาคอย่างชัดเจน โดยเน้นตามฐานเสียงพรรคภาคอีสาน ภาคกลางและภาคเหนือ

ภาพรวมพรรคการเมืองทั้งสามพรรคมุ่งเน้นฐานเสียงบางพื้นที่ โดยพรรคประชากรไทยและมวลงสนใจความสำคัญกับพื้นที่ในกรุงเทพฯ ส่วนพรรคกิจสังคมเน้นพื้นที่ในภูมิภาคเป็นหลัก ทำให้ภาพลักษณ์ของพรรคที่ปรากฏต่างกันพรรคมวลงจะแสดงภาพของพรรคที่คอยรักษาผลประโยชน์และเป็นหลักประกันในความปลอดภัยให้ประชาชน โดยบทบาทเด่นจะอยู่ที่หัวหน้าพรรค ส่วนพรรคประชากรไทยแสดงภาพลักษณ์ของพรรคที่ช่วยเหลือประชาชนระดับล่างในสังคมสำหรับพรรคกิจสังคมภาพลักษณ์พรรคจากโฆษณาเป็นภาพลักษณ์ทางด้านเศรษฐกิจโดยเน้นระดับภูมิภาคโดยเฉพาะเกษตรกร

#### เปรียบเทียบการโฆษณาภาพลักษณ์พรรคมวลง พรรคประชากรไทยและพรรคกิจสังคม

จากการศึกษาสปออดโฆษณาของพรรคมวลง พรรคประชากรไทยและพรรคกิจสังคมพบว่านอกเหนือจากการ โฆษณา นโยบายแล้วยังมีการ โฆษณาภาพลักษณ์ของพรรคและหัวหน้าพรรคด้วยเช่นกัน

## พรรคมวลชน

ภาพลักษณ์ที่สร้างสรรค์ผ่านโฆษณาของพรรคมวลชนเสนอภาพของ ร.ต.อ.เฉลิม อยู่บำรุง หัวหน้าพรรคในรูปแบบใหม่ สวมชุดสูทที่แสดงความเป็นสากลในมือถือพอยเตอร์อันเป็นอุปกรณ์ที่ใช้ประกอบการอภิปรายในสภา มีการใช้คำขวัญโดยให้ร.ต.อ.เฉลิม อยู่บำรุง เป็นผู้กล่าวด้วยตนเองเพื่อความหนักแน่นในคอนทักโฆษณาที่ว่า “สังคมไทยยังมีความหวังถ้าได้คนจริงจั่งอย่างพวกเรา กล่าวอย่างมีหลักการ” ประกอบด้วยโลโก้ของพรรค ซึ่งภาพลักษณ์ในรูปแบบใหม่นี้มีการนำเสนอในสปอคโฆษณาทางโทรทัศน์ โฆษณาทางหนังสือพิมพ์และโปสเตอร์หาเสียงของพรรคช่วงก่อนการเลือกตั้ง แต่ที่เน้นมากที่สุดคือในสปอคโฆษณาทางโทรทัศน์



แผนภาพที่ 7.1 ภาพของหัวหน้าพรรคมวลชนในสื่อโฆษณา

จากภาพลักษณ์ของ ร.ต.อ.เฉลิม อยู่บำรุง ที่สร้างขึ้นและใช้ในการหาเสียงเลือกตั้งเป็นการเปลี่ยนบุคลิกใหม่ให้น่าเชื่อถือมีความสุขขึ้น จุดขายของพรรคคือความตั้งใจจริงในการทำงานและความกล้าของหัวหน้าพรรค โดยภาพลักษณ์ใหม่เป็นการแสดงถึงนักการเมืองที่มีความกล้าที่จะรักษาผลประโยชน์ให้แก่ประชาชน “คุณเฉลิมอดีตเขาเป็นตำรวจมือปราบและด้วยบุคลิกลักษณะที่แสดงออกตลอดเวลาเป็นคนค่อนข้างที่จะเอาจริงเอาจัง ในส่วนของภาพลักษณ์ที่เรานำเสนอใหม่คือมีหลักการมากขึ้น แต่ความเด็ดขาดยังคงมีอยู่ซึ่งก็เป็นภาพลักษณ์เดิมของคุณเฉลิมที่คิดความก็ใช้ประเด็นเหล่านี้เสนอในโฆษณา” (วิเชียร อุดมสุทธานนท์, สัมภาษณ์ 3 พฤศจิกายน 2541)

## พรรคประชากรไทย

พรรคประชากรไทยเป็นพรรคที่หัวหน้าพรรคมีบทบาททางการเมืองสูง ดังนั้นในสปอต โฆษณาทางโทรทัศน์จึงเน้นที่ภาพลักษณ์ของหัวหน้าพรรคในโฆษณา 3 ชุดคือ ไม่ตามกระแส, ไม่อวดว่าดีด้อยและไม่เล่นการเมืองสกปรก อาจกล่าวได้ว่าโฆษณาของพรรคไม่มีความซับซ้อน โดยบุคลากรในพรรคเป็นผู้ทำขึ้นเอง โดยหัวหน้าพรรคเป็นผู้แต่งกลอนใช้รูปในจุดสุทที่แสดงความทันสมัยเป็นสากลและรูปในชุดข้าราชการเต็มยศที่แสดงถึงชนชั้นประกอบในโฆษณา

“โฆษณาของเราทำงานง่ายไม่จำเป็นต้องมีอะไรต่ออะไรมากมาย กลอนที่ออกเป็นชุด ๆ ต้องการสื่อว่าพรรคประชากรไทยทำงานอย่างไรและพรรคอื่นทำงานอย่างไร เป็นการเสียดสีกันด้วยคำกลอน....ส่วนใหญ่เราใช้รูปหัวหน้าพรรคที่ใส่สูทเป็น โล โโกที่ใช้ประกอบในการหาเสียงทั้งในแผ่นพับ สปอตโฆษณาทางโทรทัศน์ ป้ายหาเสียง จุดเด่นคือใช้หัวหน้าพรรคประกอบโลโกของพรรค” (ชัยสิทธิ์ ภูวภิรมย์ขวัญ, สัมภาษณ์ 28 ตุลาคม 2541)



### แผนภาพที่ 7.2 ภาพของหัวหน้าพรรคประชากรไทยในสื่อโฆษณา

จากการใช้ภาพนายสมัคร ศูนย์รวมแสดงถึง บทบาททางสูงสุดในพรรคที่เป็นนักการเมืองที่มีประสบการณ์มานานมีลีลาในการพูดที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่นในสภา นอกจากนี้ภาพลักษณ์ที่ปรากฏยังเสนอผ่านทางถ้อยคำในบทกลอนที่ประกอบในโฆษณาทั้ง 3 ชุดที่ใช้ในสปอตโฆษณาทางโทรทัศน์ สปอตโฆษณาทางวิทยุและป้ายหาเสียงของพรรค

#### 1) ชุดไม่ตามกระแส

ไม่ตามกระแส

แต่ยินดีเดินหน้าชน

เพื่อผลประโยชน์พรรคตน

ถ้าเป็นผลประโยชน์ส่วนรวม

- 2) ชูค ไม่อวดว่าสตัยซื่อ  
ไม่ต้องอวดว่าสตัยซื่อ                      หรือว่ามีมือชั้น ไหน  
แต่เข้าใจปัญหา                                  และกล้าตัดสินใจ
- 3) ชูค ไม่เล่นการเมืองสกปรก  
พรรคประชากรไทยไม่เล่นการเมืองสกปรก    แบบยกเอาเชื้อชาติมาเหยียบย่ำ  
แต่ทำงานการเมืองเพื่อปวงชน                      สำหรับทุกคนด้วยใจเป็นธรรม

บทกลอนที่สื่อต้องการแสดงภาพการทำงานของพรรคเปรียบเทียบกับพรรคอื่น โดยเฉพาะการใช้การเสียดสีด้วยถ้อยคำโจมตีพรรคคู่แข่งในช่วงการหาเสียงเลือกตั้ง เป็นการนำเสนอภาพลักษณ์ในแบบฉบับของพรรคประชากรไทยผนวกกับข้อจำกัดในด้านงบประมาณของพรรค

“ลงโฆษณาในหนังสือเราแทบจะไม่ได้ใช้เลยและพรรคเราก็ไม่มีนโยบายเพราะว่ามันแพง เราเน้นการเดินทางปะประชาชนโดยตรง วิทยุก็ใช้ไม่มาก พรรคเราไม่ค่อยเน้นทำสปอต เราเน้นที่ไปสเตอร์ แผ่นพับ เดินตามบ้าน.....ถ้าเรามีงบประมาณมากเราก็อยากทำโฆษณา” (ชัยสิทธิ์ ภูวภิรมย์ขวัญ, สัมภาษณ์ 28 ตุลาคม 2541)

#### พรรคกิจสังคม



แผนภาพที่ 7.3 ภาพของหัวหน้าพรรคกิจสังคมในสื่อโฆษณา

สปอตโฆษณาของพรรคกิจสังคมเสนอด้วยภาพของนายมนตรี พงษ์พานิช หัวหน้าพรรค เป็นผู้รักษาคำสัญญาที่ให้ไว้กับประชาชนโดยใช้สโลแกนที่ว่า “เราทำได้ ได้ทำแล้ว แล้วเราจะทำต่อไป” เป็นการยืนยันถึงศักยภาพของพรรคว่ามีความสามารถ การใช้คำสรรพนามแทนตัวเองว่า “เรา” สร้างความเป็นกันเองเหมือนกับกำลังพูดกับประชาชนและเป็นคำประกาศที่มุ่งมั่นจริงจัง การใช้ภาพหัวหน้าพรรคในโฆษณาเน้นความกลมกลืนระดับเดียวกับชาวบ้านในโฆษณาด้วยการแต่งกายในชุดลำลองสวมเสื้อที่มีตราของพรรคยืนอยู่ท่ามกลางชาวบ้าน ใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส และกล่าวข้อความที่เป็นสโลแกนของพรรคประกอบเสียงไซโยโห่ร้องจากชาวบ้านที่ห้อมล้อม อันสื่อความหมายว่าพรรคให้ความสำคัญกับเกษตรกรที่เป็นคนส่วนใหญ่ของประเทศและเป็นฐานเสียงของพรรค ในขณะที่เดียวกันภาพที่ปรากฏในโฆษณาก็สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้พรรคได้เช่นกัน โดยเฉพาะการใช้งานดาวเทียมสื่อความหมายถึงการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีในการสื่อสารที่ก้าวหน้าซึ่งเป็นการเสนอภาพในอีกมุมหนึ่งของพรรค

ในบทที่ 7 นี้เป็นการวิเคราะห์การโฆษณาภาพลักษณ์ของพรรคการเมืองขนาดเล็ก ส่วนการโฆษณาหาเสียงผ่านสื่อของพรรคการเมืองขนาดใหญ่จะได้กล่าวถึงในบทที่ 8 ต่อไป