



แนวทางการสื่อสารทางยุทธศาสตร์ (Strategic Communication : STRATCOM) ของกองทัพไทย

ด้วยบริบทความมั่นคงโลกในศตวรรษที่ ๒๑ ที่หมุนเวียนเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา บทบาทหน้าที่ของกองบัญชาการกองทัพไทย (บก.ทท.) ภายใต้กระทรวงกลาโหม การสื่อสารทางยุทธศาสตร์ (Strategic Communication : STRATCOM) ถือเป็นหนึ่งในเครื่องมือที่สำคัญในมิติการทหาร การป้องกันประเทศ ศูนย์ศึกษายุทธศาสตร์ สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ (ศสย.สปท.) จึงได้ศึกษาวิจัย เรื่อง “แนวทางการสื่อสารทางยุทธศาสตร์ (Strategic Communication : STRATCOM) ของกองทัพไทย” ทำให้ได้มาซึ่ง “นิยาม” “๑๐ หลักการ” และ “๗ องค์ประกอบ” STRATCOM ของกองทัพไทย สามารถใช้เป็นชุดความรู้ในการศึกษา ต่อยอดองค์ความรู้ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับภารกิจของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้...

STRATCOM ในมิติความมั่นคงและการป้องกันประเทศ

การสื่อสารทางยุทธศาสตร์ (Strategic Communication) หรือ STRATCOM ถือเป็นความพยายามของรัฐบาลที่มุ่งทำความเข้าใจและปฏิบัติต่อเป้าหมาย เพื่อรักษาผลประโยชน์แห่งชาติ สนับสนุนนโยบาย และวัตถุประสงค์ของรัฐบาล โดยอาศัยพลังอำนาจแห่งชาติ (การทูต ข้อมูลข่าวสาร การทหาร และเศรษฐกิจ) ซึ่งผู้นำหรือผู้บัญชาการระดับสูงใช้ STRATCOM ทั้งในทางชี้แนะ (directing) และบูรณาการเชื่อมโยง (Integrated) ข้อมูล และเครื่องมือระหว่างกัน และหากพิจารณาในมิติความมั่นคงและการป้องกันประเทศแล้ว STRATCOM ต้องอาศัยนโยบายและยุทธศาสตร์ที่นำเชื่อถือ และจำเป็นต้องออกแบบให้สอดคล้องกัน ตั้งแต่ระดับยุทธศาสตร์ (Strategic level) ไปสู่ระดับยุทธการ (Operation level) และระดับยุทธวิธี (Tactical level) ภายใต้ยุทธศาสตร์ป้องกันประเทศ ๒๐ ปี ของกระทรวงกลาโหม และการปฏิรูปกองทัพ

แนวทางการพัฒนา STRATCOM ของกองทัพไทย

ศสย.สปท. ได้ดำเนินการศึกษาวิจัย เรื่อง “แนวทางการพัฒนาการสื่อสารทางยุทธศาสตร์ (Strategic Communication: STRATCOM) ของกองทัพไทย” โดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งริเริ่มจากระดมความคิดเห็นหน่วยงานภายใต้สังกัดกระทรวงกลาโหม ในการประชุมริเริ่ม (Kick off

Meeting) เพื่อวางกรอบแนวทางการศึกษา เมื่อวันที่ ๑๒ ต.ค.๕๘ จากนั้นได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูล ๒ ส่วน ได้แก่

(๑) **ข้อมูลปฐมภูมิ** เป็นข้อมูลจากการระดมความคิดเห็น (Brainstorm) ผู้ทรงคุณวุฒิในการประชุมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ ซึ่งมีหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งหน่วยงานภายในและภายนอกกระทรวงกลาโหม/ การสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key Informant) โดยใช้เทคนิคลูกโซ่ (Snowball Technique)/ การสนทนากลุ่ม (Focus group) หน่วยงานภายใต้สังกัด บก.ทท. และการระดมความคิดเห็น โดยการวิพากษ์ของผู้ทรงคุณวุฒิจากสถาบันการศึกษาทั้งภาคพลเรือนและเหล่าทัพ

(๒) **ข้อมูลทุติยภูมิ** เป็นข้อมูลจากเอกสาร อาทิ ร่างหลักนิยมกองทัพไทย สำหรับการสื่อสารทางยุทธศาสตร์ (Strategic Communication: SC) ๒๒ ส.ค.๕๕ ของ บก.ทท./ ร่างหลักนิยมกองทัพไทยสำหรับการสื่อสารทางยุทธศาสตร์ (Strategic Communication: SC ของ วสท.สปท. บก.ทท./ Commander’s Handbook for Strategic Communication and Communication Strategic, Version 3.0 US Joint Forces Command Joint Warfighting Center, 24 June 2012, Joint Doctrine Note 1/12 Strategic Communication/ The Defence Contribution เป็นต้น



จากนั้นคณะผู้วิจัยได้วิเคราะห์ และสรุปผลการวิจัยได้เป็น ๓ ส่วน คือ ๑) นิยาม ๒) หลักการ และ ๓) องค์ประกอบ ของ STRATCOM ดังนี้

นิยามของ STRATCOM

จากการเก็บข้อมูลจากเอกสาร และข้อคิดเห็นจากผู้ให้ข้อมูล ทำให้สามารถสรุปนิยามหรือคำจำกัดความ STRATCOM ดังนี้ “ความพยายามของรัฐบาลในการปฏิบัติการที่มุ่งทำความเข้าใจและปฏิบัติ ต่อเป้าหมายสำคัญ เพื่อเสริมสร้างหรือรักษาสภาวการณ์ หรือเงื่อนไขที่ สนับสนุนผลประโยชน์ นโยบาย และวัตถุประสงค์ของรัฐบาล โดยอาศัย การใช้โครงการ แผนงาน หัวข้อ ข้อความ ที่ประสานสอดคล้องกับการปฏิบัติ ทุกส่วนในมิติพลังอำนาจแห่งชาติ (การทูต ข้อมูลข่าวสาร การทหาร เศรษฐกิจ) เพื่อสร้างผลกระทบต่อทัศนคติ และพฤติกรรมของเป้าหมาย”

๑๐ หลักการ STRATCOM ของกองทัพไทย

จากการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลตามที่ได้กล่าวมาในเบื้องต้น ทำให้สามารถสรุปหลักการ STRATCOM ของกองทัพไทยได้ ๑๐ ประการ ซึ่งหลักการนี้ถือเป็นหัวใจสำคัญ ซึ่งผู้ปฏิบัติทุกระดับจะใช้เป็นแนวทาง ในการนำ STRATCOM ไปปฏิบัติ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๑. การขับเคลื่อนด้วยผู้นำหรือภาวะผู้นำ : ผู้นำหรือผู้บัญชาการ จำเป็นต้องแสดงเจตนาชัดเจน วัตถุประสงค์ และแนวทางที่ชัดเจน เพื่อให้ผู้ปฏิบัติทุกฝ่ายเกิดความมั่นใจในการสนธิความพยายาม เพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ของ STRATCOM

๒. ความมีเอกภาพในความพยายาม ความมีเอกภาพในการ สื่อสาร และเอกภาพในการบังคับบัญชา : เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติงาน ร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ เกิดความสามัคคี ร่วมมือร่วมใจในการ ดำเนินงานไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้

๓. ความน่าเชื่อถือ : สามารถสร้างขึ้นได้จากการรับรู้ถึงความจริง ความถูกต้อง โดยการประสานสอดคล้องกันระหว่างคำพูด ท่าที และการปฏิบัติ โดยไม่ให้เกิดความขัดแย้ง และความไม่สอดคล้องกัน

๔. การตอบสนองที่ถูกต้อง รวดเร็ว ทันต่อสถานการณ์ : การ ตอบสนองด้วยข้อความที่ถูกต้องกับเป้าหมาย สถานที่ จังหวะ เวลาที่ถูกต้อง เหมาะสม โดยมีเป้าหมายเป็นวัตถุประสงค์หรือผลลัพธ์สุดท้ายที่ต้องการ

๕. ความต่อเนื่อง : การบรรลุความสำเร็จจำเป็นต้องอาศัยการวิเคราะห์ การวางแผน การปฏิบัติ และการประเมินผลอย่างต่อเนื่อง เพื่อปรับยุทธศาสตร์ ให้เหมาะสมกับสภาวะแวดล้อมที่มีความเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

๖. ความเข้าใจ : การทำความเข้าใจปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อ วัตถุประสงค์ในการสื่อสารทางยุทธศาสตร์อย่างลึกซึ้ง โดยเฉพาะ การทำ ความเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย ทั้งฝ่ายเรา ฝ่ายเป็นกลาง และฝ่ายตรงข้าม เกี่ยวกับ กระบวนการคิด คำพูด พฤติกรรม และปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด

๗. การมุ่งติดตามผลลัพธ์ : การพยายามติดตามผลลัพธ์สุดท้ายตาม วัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ทั้งหัวข้อ กระบวนการ เป้าหมายในการ ปฏิบัติการ ต้องอาศัยการประเมินผลด้วยตัวชี้วัดที่มีความชัดเจน

๘. ความแพร่หลาย : คำพูด ท่าที การปฏิบัติต่างๆ ตั้งแต่ผู้นำหรือ ผู้บัญชาการจนถึงผู้ปฏิบัติหรือผู้ใต้บังคับบัญชาทุกระดับสุดท้าย ไม่ว่าจะ สื่อสารไปโดยเจตนาหรือไม่เจตนาก็ตาม การสื่อสารทั้งหมดจะส่งผล กระทบทางยุทธศาสตร์โดยมีอาจหลีกเลี่ยงได้

๙. ความไวเนื้อเชื่อใจ : การเสริมสร้างความสัมพันธ์ ความเชื่อใจ ซึ่งกันและกันต้องใช้ระยะเวลาอย่างค่อยเป็นค่อยไป เพื่อให้เกิด ประโยชน์ต่อการสื่อสารทางยุทธศาสตร์ในระยะยาว

๑๐. การใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสม : การเตรียมความพร้อม ขีดความสามารถของฝ่ายเรา ตั้งแต่ขั้นตอนการวางแผน เพื่อ ประมาณ การณ์ทรัพยากรที่จำเป็นต้องใช้ขับเคลื่อนให้การปฏิบัติประสบความสำเร็จ ทั้งทรัพยากรบุคคล เครื่องมือ ยุทธโศภณกรรม และงบประมาณ

๗ กระบวนการ STRATCOM ของกองทัพไทย

กระบวนการ STRATCOM เปรียบเสมือนเครื่องมือสำหรับผู้นำหรือผู้ บัญชาการระดับสูงจนถึงผู้ปฏิบัติงานระดับสุดท้าย ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับ การดำเนินงาน ทั้งในระดับยุทธศาสตร์ ยุทธการ และยุทธวิธี ดังนี้

๑) การกำหนดความชัดเจนเจตนาของผู้นำ หรือผู้บริหาร ระดับสูง ผู้นำหรือผู้บัญชาการควรแสดงเจตนาชัดเจน นโยบาย ทิศทาง ต่อการดำเนินงานอย่างชัดเจน เพื่อให้ทุกฝ่ายปฏิบัติงานไปในทิศทาง เดียวกัน จนกระทั่งบรรลุผลสำเร็จ

๒) การกำหนดวัตถุประสงค์ของ STRATCOM จะทำให้เกิด ความชัดเจนในการพิจารณาสถานการณ์ กลุ่มเป้าหมาย ขีดความสามารถ STRATCOM เพื่อสร้างผลกระทบตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการได้

๓) การสำรวจสภาพแวดล้อม การทำความเข้าใจ สภาพแวดล้อมอย่างลึกซึ้ง ต้องอาศัยศาสตร์การข่าว การรวบรวม วิเคราะห์ผลกระทบในสถานการณ์เฉพาะทุกมิติ ทั้งการเมือง การทหาร เศรษฐกิจ สังคม ข่าวสาร โครงสร้างพื้นฐาน รวมถึงระบบอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

๔) การกำหนดและทำความเข้าใจเป้าหมายและ กลุ่มเป้าหมาย การพิจารณากลุ่มเป้าหมายทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับ วัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ทั้งฝ่ายเรา ฝ่ายเป็นกลาง และฝ่ายตรงข้าม


๕) การวางรูปแบบ เป็นการวางแผน กำหนดประเด็นหลัก สำหรับเสนอปัญหาต่างๆ ซึ่งการออกแบบ ประกอบด้วย การพัฒนา

- หัวข้อ (Theme) เป็นเสมือนแนวทางในการดำเนินงาน
- สิ่งที่จะสื่อ (Message) ซึ่งรวมถึงเนื้อหา ข้อความ ท่าที การปฏิบัติ ที่จะใช้ในการส่งไปถึงกลุ่มเป้าหมาย ส่งผลให้กลุ่มเป้าหมายตีความและมีความ เชื่อตามประเด็นที่ฝ่ายเราต้องการสื่อออกไป
- กิจกรรม (Activity) เป็นเสมือนวิธีการ เครื่องมือ หรือเทคนิค โดย กำหนดโครงการ กิจกรรม เพื่อใช้เป็นช่องทางที่จะกำหนดเครื่องมือ (MEAN) นำสิ่งที่จะสื่อไปสู่กลุ่มเป้าหมาย

๖) การกำหนดปัจจัยแห่งความสำเร็จ จะนำไปสู่วัตถุประสงค์ การสื่อสารทางยุทธศาสตร์ที่วางไว้ แต่เนื่องจากสภาวะแวดล้อมมีการ เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา อาจทำให้ต้องมีการจัดลำดับความสำคัญของ ปัจจัยแห่งความสำเร็จตามสถานการณ์ในห้วงเวลานั้นๆ

๗) การประเมินผล โดยติดตามความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง ทั้ง ในขณะดำเนินงานและหลังสิ้นสุดการดำเนินงาน ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ จะช่วยผู้นำหรือผู้บัญชาการในการตัดสินใจ เพื่อให้ได้ผลลัพธ์สุดท้ายที่ต้องการ

บทสรุป

จากผลการศึกษาครั้งนี้ ทำให้ได้มาซึ่ง “คำจำกัดความของ STRATCOM” “หลักการสื่อสารทางยุทธศาสตร์ (STRATCOM) ของกองทัพไทย” ๑๐ ประการ และ “กระบวนการสื่อสารทางยุทธศาสตร์ (STRATCOM) ของกองทัพไทย” ๗ ประการ ถือเป็นข้อค้นพบซึ่งทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะหน่วยงานต่างๆ ภายใต้สังกัด บก.ทท. สามารถนำไปประยุกต์ใช้ ให้เกิดประโยชน์ต่อการสื่อสารทางยุทธศาสตร์ ในฐานะเป็นหน่วยงาน ที่รับผิดชอบในมิติการทหาร การป้องกันประเทศ อีกทั้ง ยังสามารถนำ ชุดความรู้นี้เป็นฐานข้อมูลในการศึกษา ต่อยอดองค์ความรู้ในการ พัฒนาการสื่อสารทางยุทธศาสตร์ให้สอดคล้องและสนับสนุน STRATCOM ในภาพใหญ่ของรัฐบาลได้อย่างมีประสิทธิภาพ...

อ้างอิง

๑. เอกสารศึกษาเฉพาะกรณี เรื่อง การสื่อสารทางยุทธศาสตร์และการปฏิบัติการ ข่าวสารของกองทัพไทย : แนวทางการดำเนินงานในอนาคต, ศย.สปท., ๒๕๕๔
๒. สรุปผลการประชุมวิชาการ ศูนย์ศึกษายุทธศาสตร์ ครั้งที่ ๒/ ๒๕๕๔ เรื่อง “บทบาท ของการสื่อสารทางยุทธศาสตร์ ต่อบริบทความมั่นคงในศตวรรษที่ ๒๑”, ๒๗ มิ.ย.๕๔, ณ ห้องศรีวิรา เอ ชั้น ๒ โรงแรมทาวิน อิน ทาวิน กรุงเทพฯ
๓. Commander's Handbook for Strategic Communication and Communication Strategy, Version 3.0 US Joint Forces Command Joint Warfighting Center, 24 June 2012