

## บทที่ 6 สงครามทางการเมือง

สงครามทางการเมืองหรือที่เรียกว่า Political Warfare เป็นกิจกรรมของรัฐชนิดหนึ่งที่กระทำกันเป็นระบบอย่างไม่เป็นความลับ และเป็นความลับโดยพยายามมิให้ฝ่ายตรงข้ามรู้ ทั้งนี้เพื่อให้คนมีอิทธิพลหรือมีนโยบายเหนือชาติอื่น<sup>1</sup> จากคำนิยามนี้จะเห็นได้ว่ามีลักษณะกว้างมาก เพราะมีความหมายทั้งในยามสงบและในยามสงคราม รัฐที่ประสบผลสำเร็จในสงครามการเมือง มักจะสามารถทำให้ประเทศที่ตนมุ่งต่อนั้นปฏิบัติตามนโยบายของตน โดยไม่ต้องใช้กำลังอาวุธบังคับแต่อย่างใด รัฐที่ทำสงครามการเมืองมักจะมุ่งให้ฝ่ายตรงกันข้ามอ่อนกำลังลง หรือเพื่อให้ตนมีกำลังและอิทธิพลเพียงพอในการทำให้ฝ่ายตรงกันข้ามกระทำตามนโยบายของตน

ในปัจจุบันได้มีการทำสงครามทางการเมืองกันอยู่ตลอดเวลา นับตั้งแต่ปี ค.ศ. 1947 เป็นต้นมา สหรัฐอเมริกาซึ่งผู้นำทางกลุ่มตะวันตกโลกเสรีก็มีความขัดแย้งต่อสหภาพโซเวียตซึ่งเป็นผู้นำของกลุ่มคอมมิวนิสต์ ทั้งสองฝ่ายต่างทำสงครามการเมืองต่อกันอยู่เป็นประจำโดยใช้วิธีการต่าง ๆ หลายอย่างนอกเหนือไปจากการใช้อาวุธ<sup>2</sup> มีอยู่หลายวิธีที่รัฐใช้ในการทำสงครามการเมือง วิธีที่สำคัญ ๆ นอกจากวิธีทางการเมืองและทางเศรษฐกิจแล้วได้แก่ การโฆษณาชวนเชื่อ และการสืบราชการลับหรือการทำจารกรรมและการแทรกซึม ก่อกวนและบ่อนทำลาย

### 1. การโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda)

คำว่า “โฆษณาชวนเชื่อ” นั้นเป็นวิธีการหรือกิจกรรมชนิดหนึ่งซึ่งใช้ในการปลุกฝังหรือหันเหความเชื่อในตัวบุคคล หรือกลุ่มบุคคล หรือประเทศ โดยใช้คำพูด วิทยุกระจายเสียง สิ่งตีพิมพ์ หรือสิ่งอื่น ๆ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือความเพียรพยายามที่เป็นระบบซึ่งมุ่งชักจูงจิตใจอารมณ์ ของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลให้กระทำสิ่งหนึ่งสิ่งใด

<sup>1</sup>ดู Hupé Strausz-Hupé, Robert and Stefan T. Possony, *International Relations* ( New York : McGraw-Hill Book Co Inc , 1950), p. 422

<sup>2</sup>ดูเรื่องการขัดแย้งกันระหว่างสหรัฐอเมริกากับรัสเซียใน Lie Trygve, *In the Cause of Peace* (London : Mac millan Co., Ltd., 1954), pp. 199-218.

ซึ่งก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงทางการเมืองในทางที่ผู้ใช้ความพยายามดังกล่าวต้องการ<sup>3</sup> การโฆษณาชวนเชื่ออาจถูกเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าการทำสงครามจิตวิทยา (Psychological Warfare) ซึ่งมุ่งในการบั่นทอนกำลังของฝ่ายตรงกันข้าม โดยปกติแล้วการโฆษณาชวนเชื่อ มักเอาความเท็จมาเจือปน แต่ก็ไม่จำเป็นเสมอไป หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ประเทศที่ ชำนาญในการโฆษณาชวนเชื่อได้แก่ ประเทศกลุ่มคอมมิวนิสต์<sup>4</sup>

การโฆษณาชวนเชื่อ อาจทำกับคนในชาติของตัวเอง เพื่อจะได้สนับสนุนนโยบาย ของรัฐบาลหรือบางครั้งทำกับประชาชนในประเทศอื่น ซึ่งเป็นการโฆษณาชวนเชื่อแบบ ข้ามประเทศ ทั้งนี้ก็เพื่อชักจูงให้ประชาชนในประเทศอื่นมีความเชื่อคล้อยตามไปในทาง ที่ประเทศโฆษณาชวนเชื่อต้องการ การโฆษณาชวนเชื่อข้ามประเทศนี้ส่วนมากประเทศ ใหญ่ ๆ กระทำกัน ตัวอย่างเช่น สหภาพโซเวียตได้โฆษณาชักชวนประเทศที่ได้รับเอกราช ใหม่ในเอเชียและแอฟริกาได้มีความเชื่อว่า ภัยที่แท้จริงไม่ใช่มาจากคอมมิวนิสต์ แต่มา จากลัทธิอาณานิคม ซึ่งประเทศในเอเชียและแอฟริกาหลายประเทศพลอยเห็นตามไปด้วย โดยนี้ไปถึงในสมัยที่ตนตกอยู่ภายใต้การปกครองอันกดขี่ในระบบอาณานิคม และตน ไม่เคยถูกสหภาพโซเวียตครอบครองเลย แม้แต่เพียงครั้งเดียว ในปัจจุบัน สหภาพโซเวียต ใช้วิธีการโฆษณาชวนเชื่ออยู่ 2 วิธี คือ วิธีหนึ่งสำหรับประเทศที่ไม่เป็นคอมมิวนิสต์ และ อีกวิธีหนึ่งสำหรับประเทศในกลุ่มคอมมิวนิสต์ ไม่เพียงแต่ฝ่ายคอมมิวนิสต์ใช้วิธีการ โฆษณาชวนเชื่อโจมตีฝ่ายตะวันตกเท่านั้น สหรัฐอเมริกาก็ใช้ด้วยเหมือนกัน เพื่อตอบโต้ การโจมตีของฝ่ายคอมมิวนิสต์ อย่างไรก็ตาม การตอบโต้ดังกล่าวของสหรัฐอเมริกาอยู่ใน ฐานะที่ยากกว่าฝ่ายคอมมิวนิสต์ เพราะทางคอมมิวนิสต์เป็นฝ่ายเผด็จการ จึงสามารถ โฆษณาอย่างไรก็ได้ โดยไม่มีใครควบคุมเหมือนอย่างฝ่ายตะวันตกซึ่งมีรัฐสภาควบคุม ราษฎรวิจารณ์ได้เต็มที่ ฉะนั้น ถ้าเอาความไม่เป็นจริงมาโฆษณาต่อไป ประชาชนก็จะ หมดความเชื่อไปในที่สุด

การโฆษณาชวนเชื่อข้ามประเทศจะได้ผลดีขึ้นก็โดยการใช้หนังสือพิมพ์และ วิทยุกระจายข่าวคำโฆษณาชวนเชื่อไปทั่วโลก อย่างไรก็ตาม การส่งวิทยุข้ามประเทศ บางครั้ง อาจโดนเจ้าของประเทศซึ่งไม่ต้องการให้ประชาชนของตนฟังส่งคลื่นรบกวน ซึ่งนิยม ใช้กันมากในประเทศกลุ่มคอมมิวนิสต์ นอกจากนี้ หนังสือพิมพ์ที่พิมพ์ออกจำหน่ายอาจ ถูกเจ้าของประเทศซึ่งไม่ต้องการให้ประชาชนของตนอ่านหรือห้ามนำเข้ามาจำหน่ายภายใน ประเทศ เช่น หนังสือพิมพ์ชื่อ Peking Review ถูกรัฐบาลไทยห้ามเข้ามาจำหน่ายภายใน ประเทศ เป็นต้น

<sup>3</sup>ดู Joseph Frankel, *International Relations*. (New York : Oxford Press. 1964), p. 133

<sup>4</sup>*Ibid.*, p 133.

ในการโฆษณาชวนเชื่อ นั้น ผู้กระทำการจะต้องใช้คำพูดหรือข้อความที่ประชาชนทั่วไปเข้าใจง่ายและข้อความนั้นจะต้องเป็นที่สนใจแก่ผู้ฟัง ข้อสำคัญก็คือ ข้อความที่ใช้ในการโฆษณาชวนเชื่อ นั้น จะต้องเป็นข้อความที่น่าเชื่อถือ โดยปราศจากข้อสงสัย มิฉะนั้นแล้วจะไม่ได้ผลแต่ประการใด นอกจากนี้ข้อความที่ใช้ในการโฆษณาชวนเชื่อ จะต้องไม่เปลี่ยนแปลงและใช้ได้ยู่ตลอดไป เช่น คอมมิวนิสต์บอกกับพวกชาวนาว่าที่ยากจนเพราะรัฐบาลไม่เหลียวแล และต่อมาจะไปบอกว่าที่ชาวนายากจนเพราะไม่ช่วยเหลือตนเองให้มาก ๆ ถ้อยคำเหล่านี้จะสร้างความสงสัยให้แก่ชาวนาว่าที่ตนยากจนเป็นเพราะความผิดของรัฐบาลหรือของตนเอง และสิ่งสำคัญประการสุดท้ายก็คือ จะต้องมีการโฆษณาชวนเชื่อซ้ำ ๆ กันหลายครั้ง เพื่อผู้ฟังค่อย ๆ ซึมซาบในถ้อยคำของการโฆษณา เพราะถ้าโฆษณาเพียงครั้งเดียวผู้ฟังอาจลืมได้ง่าย

การโฆษณาชวนเชื่อที่กระทำกันอย่างเป็นหน้าเป็นตา นั้นได้กระทำกันในประเทศสหรัฐอเมริกาและสหภาพโซเวียต ในสหรัฐอเมริกาการโฆษณาชวนเชื่อเป็นหน้าที่ขององค์การแถลงข่าวหรือ USIA (The United States Information Agency) ซึ่งอยู่ในความดูแลรับผิดชอบของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงต่างประเทศ องค์การนี้มีสาขาในประเทศต่าง ๆ ซึ่งอยู่ในความดูแลของเอกอัครราชทูตอเมริกาที่ประจำอยู่ในประเทศนั้น ๆ ในเมืองไทยก็คือสำนักงานแถลงข่าวของสหรัฐหรือที่เรียกว่า USIS (The United States Information Service) องค์การ USIA ในปัจจุบันอาศัยวิทยุกระจายเสียงแห่งอเมริกาหรือ VOA (Voice of America) เป็นเครื่องมือในการโฆษณาชวนเชื่อ โดยมีการกระจายเสียงออกเป็นหลายภาษา นอกจากนี้มีการออกวิทยุกระจายเสียงแล้วยังมีการแพร่ภาพทางโทรทัศน์ โดยอาศัยดาวเทียมสื่อสารซึ่งทำให้ง่ายขึ้นต่อการโฆษณาชวนเชื่อ ส่วนการโฆษณาของโซเวียตนั้นได้กระทำเป็นการใหญ่โตกว่าของสหรัฐอเมริกา ไม่เพียงแต่อาศัยวิทยุ หนังสือพิมพ์ ซึ่งดำเนินการโดยสำนักงานแถลงข่าวทาสส์ (Tass) หนังสือพิมพ์อิสเวสเตีย (Izvestia) และปราฟดา (Pravda) ตลอดจนสิ่งอื่น ๆ แล้วโซเวียตยังใช้คนแทรกซึมไปในประเทศต่าง ๆ เพื่อชักชวนให้ประชาชนในประเทศต่าง ๆ เลื่อมใสในลัทธิคอมมิวนิสต์ คนเหล่านี้บางครั้งก็ทำหน้าที่ในการก่อการ (Agitator) หรือบางครั้งก็เป็นนักเจรจา (Conservationist) โซเวียตไม่เพียงแต่ใช้บุคคลจำพวกนี้ทำหน้าที่โฆษณาชวนเชื่อข้ามประเทศเท่านั้น แต่ยังมีใช้ในการโฆษณาชวนเชื่อภายในประเทศของตนอีกด้วย

ส่วนการโฆษณาชวนเชื่อประเทศอื่น ๆ ที่นับว่าสำคัญอยู่ในขณะนี้ นอกเหนือไปจากประเทศมหาอำนาจทั้งสองที่ได้กล่าวมาแล้ว ได้แก่ การโฆษณาชวนเชื่อของจีนคอมมิวนิสต์ ซึ่งได้กระทำกันอย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคพื้นเอเชีย รวมทั้งประเทศไทย เป้าหมายของจีนคอมมิวนิสต์ก็คือ ต้องการชักจูงให้ประชาชนที่อาศัยอยู่ใน

ประเทศในภาคพื้นเอเชียมีความนิยมเชื่อถือในลัทธิคอมมิวนิสต์ มีการใช้หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายข่าว รวมทั้งนักยูงและนักเจรจาเป็นเครื่องมือในการโฆษณาชวนเชื่อ ในปัจจุบันจีนคอมมิวนิสต์ใช้สถานีวิทยุกระจายเสียงมีชื่อว่า Peking Radio และเสียงแห่งประชาชนไทยหรือที่เรียกว่า Voice of the People of Thailand กระจายเสียงออกเป็นภาษาไทย โดยชวนเชื่อให้คนไทยมานิยมลัทธิคอมมิวนิสต์ และขับไล่ลัทธิจักรวรรดินิยม หรือ American Imperialism ออกจากประเทศไทย อาจกล่าวได้ว่า ประเทศไทยในปัจจุบันตกเป็น เป้าหมายของการโฆษณาชวนเชื่อของฝ่ายคอมมิวนิสต์ และฝ่ายโลกเสรี ซึ่งเป็นหน้าที่ ของชาวไทยที่จะต้องใช้อัจฉญาณของตนดูว่าข่าวคราวที่ได้รับมาจาก 2 ฝ่ายนั้นเชื่อ ได้หมด หรือจริงแต่เพียงบางส่วน หรือเป็นข่าวเท็จทั้งหมดหรือไม่ ก่อนที่เราจะตัดสินใจ กระทำการอย่างใดอย่างหนึ่งลงไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งการตัดสินใจในการเลือกแนวนโยบาย ต่างประเทศมาใช้

## 2. การสืบราชการลับ (Intelligence)

การสืบราชการลับเป็นวิธีการที่นิยมใช้กันมากในการทำสงครามทางการเมือง การสืบราชการลับเป็นวิธีการหาข้อเท็จจริงซึ่งไม่อาจจะได้มาโดยการกระทำโดยเปิดเผย และการหาข้อเท็จจริงดังกล่าว อาจหาจากชาตินับตั้งแต่เป็นศัตรูหรือคู่สงครามจนถึงชาติ ที่เป็นมิตรต่อกัน คำว่า สืบราชการลับนี้ ถ้าเรียกอย่างไม่สุภาพก็คือ การทำจารกรรมนั่นเอง การสืบราชการลับหรือการทำจารกรรมนี้ได้มีมานานแล้ว โดยรัฐที่ทำจารกรรมต้องการ สืบทราบความเป็นไปของอีกประเทศหนึ่ง เช่น อาจสืบดูทำทีนโยบายหรือกำลังของอีก รัฐหนึ่ง เป็นต้น การสืบราชการลับเป็นสิ่งที่จำเป็นและสำคัญมากสำหรับในการประเมิน ทำที่ และกำลังของรัฐฝ่ายตรงกันข้าม ซึ่งรัฐฝ่ายตรงกันข้ามอาจเป็นรัฐที่เป็นศัตรู รัฐที่เป็นกลาง รัฐคู่สงคราม หรือรัฐที่เป็นมิตรก็ได้

ผู้ที่มีชื่อเสียงในด้านการทำจารกรรมของสหภาพโซเวียต ได้แก่ ริชาร์ด ซอร์จ (Richard Sorge) ซึ่งมีบิดาและมารดาเป็นชาวรัสเซีย และได้ปลอมตัวเข้าไปเป็นสมาชิก ในพรรคนาซีของฮิตเลอร์ในปี ค.ศ.1933 และเป็นผู้รู้ความลับเกี่ยวกับนโยบายต่างประเทศ ของเยอรมันเป็นอย่างดี ซึ่งในที่สุดถูกจับประหารชีวิตในกรุงโตเกียว ในปี ค.ศ. 1948<sup>5</sup>

นอกจากนี้แล้ว ยังมีนักจารกรรมของสหภาพโซเวียตอีกนับไม่ถ้วนซึ่งถูกจับ ในสหรัฐอเมริกาองค์การจารกรรมที่มีชื่อเสียงในหมู่ประเทศมหาอำนาจได้แก่ CIA (Central Intelligence Agency) ซึ่งมีนายวิลเลียม คาเซ (William Casay) เป็นผู้อำนวยการ ในปี ค.ศ. 1986<sup>6</sup> พนักงานของ CIA แบ่งออกเป็นสองพวก พวกแรกได้แก่ พวกสืบราชการลับและทำ

<sup>5</sup>ดู F.C. Jones., *Japan., s New Order in East Asia* (London : Oxford University Press, 1954), pp. 406-407

<sup>6</sup>*Newsweek*, September 12, 1977., p. 23.

หน้าที่ทำลายการจารกรรมของฝ่ายตรงกันข้าม ซึ่งมีชื่อเป็นภาษาอังกฤษเรียกว่า Cloak-and-Dagger Spies ส่วนอีกพวกหนึ่ง ได้แก่ พวกวิจัยข่าวที่พวกเรกสืบมาได้ อีกทั้ง การปฏิบัติงานของสองพวกนี้มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนกว่ากัน

สรุปได้ว่า การจารกรรมหรือสืบราชการลับแม้จะได้กระทำกันโดยไม่เปิดเผย แต่ก็มีส่วนสำคัญในการวางนโยบายต่างประเทศ เพราะประเทศจะดำเนินนโยบายไปในทางใดจะต้องรับฟังข่าวคราวที่สืบมาได้ ซึ่งในปัจจุบัน ประเทศมหาอำนาจกระทำการจารกรรมต่อกันอยู่ตลอดเวลา และประเทศเล็ก ๆ อาจจะทำจารกรรมบ้างเหมือนกัน แต่ส่วนมากแล้วมักจะกระทำจารกรรมต่อประเทศที่อยู่ใกล้เคียงกันหรือที่เป็นศัตรูต่อกัน

### 3. การก่อกวน การแทรกซึม การก่อวินาศกรรม และการขู่ให้หวาดกลัว

การก่อกวน (Subversion) หรือ การแทรกซึม (Infiltration) และการก่อวินาศกรรม (Sabotage) เป็นวิธีที่พวกคอมมิวนิสต์ใช้ เป็นเครื่องมือในการทำสงครามทางการเมือง จุดประสงค์ของพวกคอมมิวนิสต์ก็คือ ก่อกวนหรือแทรกซึมขยุ่งให้มี การแบ่งแยกดินแดนภายในประเทศเพื่อไม่ให้ประเทศเกิดความสงบสุขขึ้นได้ ส่วนการทำให้หวาดกลัว (Terror) เป็นวิธีที่ใช้กันมาก โดยมากเกี่ยวพันกับการฆ่าบุคคลสำคัญในทางการเมือง ถ้าสำรวจประวัติศาสตร์ตั้งแต่ต้นคริสต์ศตวรรษจนถึงปัจจุบัน จะพบว่า การฆ่าบุคคลสำคัญทางการเมือง เกิดขึ้นในยุโรปและอเมริกาได้เป็นประจำ และผู้ที่ถูกฆ่า บ้างก็เป็น ประธานาธิบดี กษัตริย์ นายกรัฐมนตรี และบุคคลที่สำคัญ ๆ

องค์การที่นิยมใช้วิธีการดังกล่าวมากที่สุด ได้แก่ องค์การฝ่ายคอมมิวนิสต์ซึ่งมุ่งที่จะโค่นระบอบการปกครองที่ไม่ใช่คอมมิวนิสต์ให้สำเร็จ องค์การนี้ปฏิบัติงานโดยใช้ องค์การอื่น ๆ บังหน้า เช่น องค์การวิชาชีพต่าง ๆ องค์การกรรมกร เป็นต้น ซึ่งองค์การเหล่านี้จะต้องดำเนินนโยบายให้เป็นประโยชน์แก่องค์การของพวกคอมมิวนิสต์ โดยใช้ พรรคพวกของตนแทรกซึมก่อกวนในกองทัพ กระทรวง ทบวงกรม และองค์การอื่น ๆ ที่ไม่ใช่พวกคอมมิวนิสต์ ในปัจจุบันฝ่ายคอมมิวนิสต์นิยมชอบใช้วิธีการดังกล่าว รวมทั้ง การข่มขู่ให้ประชาชนทั่วไปหวาดกลัว เช่น ในประเทศไทยทางภาคใต้และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พวกคอมมิวนิสต์ใช้วิธีนับตั้งแต่การแทรกซึม ก่อกวน บ่อนทำลาย จนถึง การข่มขู่ให้หวาดกลัว เนื่องจากวิธีการดังกล่าวไม่กระทำโดยเปิดเผยและมักกระทำกันอย่างลับ ๆ ดังนั้น จึงเป็นการยากสำหรับรัฐบาลที่จะปราบปรามกันได้อย่างเด็ดขาด

สรุปได้ว่า ในปัจจุบันประเทศมหาอำนาจต่างก็ทำสงครามทางการเมืองต่อกัน ทั้งโดยเปิดเผยและอย่างลับ ๆ โดยใช้วิธีการโฆษณาชวนเชื่อ การสืบราชการลับ และการก่อกวนแทรกแซง และการบ่อนทำลายอยู่เป็นประจำ ทั้งนี้ อาจจะเป็นเพราะว่าต่างฝ่าย

ต่างไม่ลงรอยและมีอุดมการณ์ที่ขัดกัน อันจำเป็นจะต้องระมัดระวังตัวกันอย่างมากที่สุด โดยไม่ให้ฝ่ายหนึ่งจับหรือรู้ว่าสถานะหรือกำลังอาวุธของตนเป็นอย่างไร เพราะถ้าหากอีกฝ่ายหนึ่งล่วงรู้ถึงข้อเท็จจริงภายในแล้ว ตนก็จะอยู่ในฐานะที่เสียเปรียบ ด้วยเหตุดังกล่าวประเทศมหาอำนาจจึงได้ทุ่มเททั้งกำลังคน และกำลังเงินเพื่อให้งานในด้านการสืบราชการลับ การโฆษณาชวนเชื่อ รวมทั้งการก่อวิน บ่อนทำลาย ดำเนินไปอย่างได้ผล อาจกล่าวได้ว่า ทุกวันนี้หรือเกือบทุกนาทีก็ว่าได้ ประเทศมหาอำนาจในโลกต่างมุ่งทำสงครามทางการเมืองต่อกัน โดยพยายามที่จะทำให้ตนอยู่ในฐานะที่ได้เปรียบเหนือกว่าใคร ในการรอบรู้เรื่องภายในประเทศอื่น ๆ อันเกี่ยวกับความมั่นคงและความปลอดภัยหมดทุก ๆ ด้าน การรอบรู้ดังกล่าวนี้จะช่วยได้อย่างมากในการคาดคะเนและประเมินท่าทีของฝ่ายตรงกันข้ามได้โดยถูกต้องมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างและการดำเนินนโยบายต่างประเทศ