

การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหาร  
ส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร



นายันทวัชร โคตรวงศ์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมมหาบัณฑิต  
แขนงวิชาวัฒนธรรมการสื่อสารการปกครองท้องถิ่น สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. 2563

**Communications to Gain Political Popularity incoming Candidate to the Position  
of Chief Executive of Dong Chon Sub-district Administrative Organization,  
Sakon Nakhon Province**

**Mr. Nuntawatch Khotwong**



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for  
the Degree of Master of Communication Arts in Communication Innovation for Political and Local Administration  
Sukhothai Thammathirat Open University

2020

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร

ชื่อและนามสกุล นายนันท์วัชร โคตรวงศ์

แขนงวิชา นวัตกรรมสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น

สาขาวิชา นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

อาจารย์ที่ปรึกษา 1. รองศาสตราจารย์ ดร.วิทย์ธร ท่อแก้ว  
2. อาจารย์ ดร.กานต์ บุญศิริ

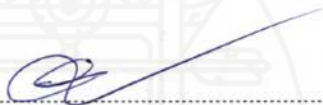
วิทยานิพนธ์นี้ ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2563

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



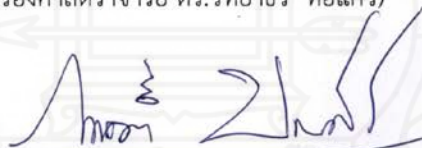
X ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมาน งามสนิท)



กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิทย์ธร ท่อแก้ว)



กรรมการ

(อาจารย์ ดร.กานต์ บุญศิริ)



ประธานกรรมการบัณฑิตศึกษา

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมพร พุทธาพิทักษ์ผล)

**ชื่อวิทยานิพนธ์** การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร

**ผู้วิจัย** นายนันท์วัชร โคตรวงศ์ รหัสนักศึกษา 2601500636

**ปริญญา** นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต (นวัตกรรมสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น)

**อาจารย์ที่ปรึกษา** (1) รองศาสตราจารย์ ดร.วิทย์ธร ท่อแก้ว (2) อาจารย์ ดร.กานต์ บุญศิริ ปีการศึกษา 2563

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนครเกี่ยวกับ 1) กระบวนการสื่อสาร และ 2) แนวทางการพัฒนาการสื่อสาร

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก เลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจงจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสารการสร้างความนิยมของว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชนโดยตรง รวมจำนวน 22 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกกึ่งโครงสร้าง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการสร้างข้อสรุป

ผลการศึกษาพบว่า 1) กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง ประกอบด้วย (1) ผู้ส่งสารเป็นผู้ที่มีความน่าเชื่อถือและเป็นผู้นำทางความคิดประกอบด้วยว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน ทีมปฏิบัติการสื่อสาร กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ผู้นำชุมชน อาสาสมัครสาธารณสุข และผู้นำศาสนา (2) สาร มีประเด็นหลัก คือ อุดมการณ์ ประวัติ คุณลักษณะผู้นำ นโยบายการพัฒนาตำบล แนวทางการบริหารท้องถิ่น (3) ช่องทางการสื่อสาร มีความหลากหลายโดยใช้แบบผสมผสาน ซึ่งประกอบด้วย สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ ป้ายประชาสัมพันธ์ เว็บไซต์ สื่อออนไลน์ ได้แก่ เฟซบุ๊ก ไลน์ ตำบลดงชน ไลน์กลุ่มตำบลดงชน ไลน์กลุ่มหมู่บ้านในตำบลดงชน และยูทูป (4) ผู้รับสารเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนการใช้สิทธิ์ในการเลือกตั้ง ประกอบด้วย กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ผู้นำชุมชน อาสาสมัครสาธารณสุข ผู้นำศาสนา ประชาชน และสื่อมวลชน (5) ผลการสื่อสารที่คาดหวัง คือ ว่าที่ผู้สมัครต้องมีภาพลักษณ์ทางการเมืองที่ดี มีพฤติกรรมที่น่าเชื่อถือไว้วางใจ ประชาชนในตำบลมีความนิยมชมชอบต่อว่าที่ผู้สมัครทั้งแนวคิด อุดมการณ์ วิสัยทัศน์ แนวทางการพัฒนาท้องถิ่น และกลุ่มเป้าหมายพร้อมเป็นเครือข่ายสนับสนุนในการหาเสียงการเลือกตั้ง 2) แนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง ต้องกำหนดภาพลักษณ์ใช้ชัดเจนเพื่อเป็นนักบริหารการพัฒนาอาชีพ มีประสบการณ์ด้านการบริหารองค์การปกครองท้องถิ่น เป็นนักการเมืองที่ทุ่มเทกับการทำงาน นักการเมืองที่มุ่งเสนอแนวทางการทำงานเพื่อแก้ปัญหาของประชาชน ไม่โจมตีคู่แข่ง และนำเสนอนโยบายที่ชัดเจน สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง รวมทั้งต้องพัฒนาประเด็นสารวิธีการนำเสนอผ่านสื่อให้หลากหลาย โดนใจ มีคุณภาพที่ดี เพื่อต่อยอดการเป็นผู้นำที่พึงประสงค์ของผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเฉพาะในตำบลดงชน

**คำสำคัญ** การสื่อสาร ความนิยมทางการเมือง นายกองค์การบริหารส่วนตำบล

**Thesis title:** Communications to Gain Political Popularity incoming Candidate to the Position of Chief Executive of Dong Chon Sub-district Administrative Organization, Sakon Nakhon Province

**Researcher:** Mr. Nantawat Kotwong; **ID:** 2601500636;

**Degree:** Master of Communication Arts (Communication Innovation for Political and Local Administration); **Thesis advisors:** (1) Dr. Wittayatorn Tokeaw, Associate Professor; (2) Dr. Karn Boonsiri; **Academic year:** 2020

### Abstract

The objectives of this research were to study the communication management to gain political popularity for a candidate to the position of chief executive of Dong Chon Sub-district Administrative Organization, Sakon Nakhon Province, in terms of 1) the communication process; and 2) approaches for improving communication.

This was a qualitative research based on in-depth interviews. The twenty-two key informants were chosen by purposive sampling from among people directly involved with the management of communications to build political popularity for a candidate to the position of chairman of Dong Chon Sub-district Administrative Organization. Data were collected with a semi-structured interview form and were analyzed deductively.

The results showed that 1) the communication process consisted of (1) The message senders, who were credible people and ideological leaders, including the candidate himself, members of the communications team, sub-district headmen and village headmen, community leaders, public health volunteers and religious leaders; (2) the messages were mostly about the candidate's ideals, background, leadership capabilities, local development plans and management style; (3) the communication channels were a diverse range of mixed media including personal media, print media, posters, websites, and online media including the Dong Chon Sub-district Hugna on Facebook platform, the Dong Chon Sub-district Line group, Line groups of neighborhoods within the sub-district, and Youtube; (4) the message receivers were the local who could influence voting behavior, including sub-district headmen, village headmen, community leaders, public health volunteers, religious leaders, journalists and other citizens; (5) the expected results of communication were that the candidate would have a good image, trustworthy, convincing idea, clear concepts, vision, and local development plans, then the target groups would be willing to act as a network to support his campaign. 2) Approaches for improving communication are to clearly define the candidate's desired image as a professional administrator with experience in managing local development, a dedicated and hard-working public servant, and a politician who is focused on solving the public's problems more than confronting opponents; and to clearly define the policies as practical and workable. Also, the messages to be communicated via a variety of media should be striking and make a strong impression on the target audience and convince them that the candidate is the kind of administrator they are looking for.

**Keywords:** Communication, Political popularity, Chief executive of the sub-district administrative organization

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างดียิ่ง จาก รองศาสตราจารย์ ดร.วิยาธร ท่อแก้ว ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ดร.กานต์ บุญศิริ กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาแนะนำเสนอแนะให้วิทยานิพนธ์มีความ สมบูรณ์มากขึ้น ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่ในการดำเนินงานวิจัย จนสำเร็จเรียบร้อยผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงตลอดจนคณาจารย์ทุกท่านที่กรุณาให้ คำแนะนำ ช่วยเหลือและให้กำลังใจในการศึกษาวิจัยครั้งนี้

ขอขอบคุณ นายบัวไล วงศ์เครือสอน ว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลลงชน อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร ทีมปฏิบัติการสื่อสาร ที่ปรึกษาในการสื่อสาร ผู้นำชุมชน ทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์และสังเกตการณ์ เพื่อหาข้อมูลสำหรับใช้เป็นแนวทาง ในการปรับปรุงและพัฒนารูปแบบในการกำหนดนโยบายการลงรับสมัครเลือกตั้งนายก องค์การบริหารส่วนตำบลลงชนต่อไป

ขอขอบพระคุณบิดา มารดา และครอบครัวที่คอยเป็นกำลังใจ ดูแล และสนับสนุน ในการจัดทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้

คุณค่าและประโยชน์อัน พั่งไฉ้จากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ขอมอบความดีและคุณประโยชน์ที่เกิดเป็นเครื่องบูชาแด่ บิดา มารดา ที่เป็นผู้ให้ชีวิตอบรมเลี้ยงดูและ คณาจารย์ทุกท่านที่ประสิทธิ์ ประสาทวิชาความรู้ให้แก่ผู้วิจัย

นันทวัชร โคตรวงศ์

กุมภาพันธ์ 2564

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
กิตติกรรมประกาศ .....	ฉ
สารบัญภาพ .....	ฅ
บทที่ 1 บทนำ .....	1
1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
2. คำถามการวิจัย .....	6
3. วัตถุประสงค์การวิจัย .....	6
4. กรอบแนวคิดการวิจัย .....	7
5. ขอบเขตของงานวิจัย .....	7
6. นิยามศัพท์เฉพาะ .....	9
7. ประโยชน์ที่ได้รับ .....	9
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง .....	10
1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร .....	11
1.1 ความหมายของการสื่อสาร .....	11
1.2 แบบจำลองกระบวนการการสื่อสาร .....	12
1.3 องค์ประกอบของการสื่อสาร .....	12
1.4 กระบวนการติดต่อสื่อสาร .....	13
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง .....	14
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะประชากร .....	17
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ .....	19
4.1 ความหมายของการรับรู้ .....	19
4.2 ประเภทของการรับรู้ .....	20
4.3 ความสำคัญของการรับรู้ .....	21
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง .....	21
6. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสามารถทางการสื่อสาร .....	31

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
7. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเรียนรู้กลุ่มพฤติกรรมนิยม (Behaviorism).....	33
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	35
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย.....	42
1. แบบการวิจัย.....	42
2. ผู้ให้ข้อมูลหลัก.....	43
3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย.....	44
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	46
5. การวิเคราะห์ข้อมูล.....	48
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	49
ตอนที่ 1 กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างค่านิยมทางการเมืองของนายกองค์การบริหาร ส่วนตำบลคงชน จังหวัดสกลนคร.....	49
ตอนที่ 2 แนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อสร้างค่านิยมทางการเมือง ของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลคงชน จังหวัดสกลนคร.....	62
บทสรุปผู้วิจัย.....	74
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	76
1. สรุปผลการวิจัย.....	76
2. อภิปรายผล.....	92
3. ข้อเสนอเชิงสังเคราะห์ของผู้วิจัย.....	99
4. ข้อเสนอแนะ.....	100
บรรณานุกรม.....	102
ภาคผนวก.....	109
ก ภาพประกอบการลงพื้นที่.....	110
ข แบบสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อการวิจัย.....	115
ค ประวัติย่อผู้วิจัย.....	125
ประวัติผู้วิจัย.....	127



## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	7
ภาพที่ 2.1 แบบจำลองกระบวนการการสื่อสาร.....	12



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคโลกาภิวัตน์ที่มีการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารและโทรคมนาคมผ่าน “สื่ออิเล็กทรอนิกส์ดิจิทัล” อันอาจได้ถูกเปลี่ยนผ่านมายังผู้ที่มีเทคโนโลยีและข้อมูลข่าวสาร ภาวะของการผสานกันระหว่างทุน เทคโนโลยีและข้อมูลข่าวสาร (Convergence) ที่เกิดขึ้น จึงส่งผลให้ “กลุ่มทุน” เข้ามามีบทบาทและอิทธิพลต่อการเมืองเศรษฐกิจ และสังคมเป็นอย่างมาก โดยแนวคิด “เสรีนิยมใหม่” (Neo-Liberalism) ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญของทุน ได้ถูกส่งผ่านความก้าวหน้าทางการสื่อสารในยุคโลกาภิวัตน์ ทั้งเสรีนิยมใหม่ทางเศรษฐกิจ เช่น การเปิดเสรีทางการค้า การเปิดเสรีทางการเงิน เสรีนิยมใหม่ทางวัฒนธรรม เช่น วิถีชีวิตที่คล้ายคลึงกันทั่วโลก การมีวัฒนธรรมโลกที่เป็นแบบแผนเดียวกัน การบริโภคตามกระแสวัตถุนิยม และเสรีนิยมใหม่ทางการเมือง เช่น กระแสประชาธิปไตย (Democratization) ธรรมาภิบาล (Good governance) และการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ (Privatization) เป็นต้น พัฒนาการของการสื่อสารทางการเมืองในยุคโลกาภิวัตน์จึงได้ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในด้านองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับพัฒนาการของการสื่อสารทางการเมืองตามไปด้วย

เนื่องจากบริบททางสังคมที่เปลี่ยนไป สำหรับยุคแห่งโลกาภิวัตน์เช่นในปัจจุบัน นับว่าเป็นยุคแห่งการปฏิวัติการสื่อสารที่มีความเจริญรุดหน้าอย่างก้าวกระโดด อันก่อให้เกิดพัฒนาการในเรื่องเทคโนโลยีที่สำคัญหลายประการ ได้แก่ การผสมผสานรวมตัวกันของคอมพิวเตอร์ การสื่อสารโทรคมนาคม และการสื่อสารมวลชน การสร้างหน่วยประมวลผลขนาดเล็ก (Chip) และโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ทำงานเชื่อมต่อกับสายโทรศัพท์ เครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (Hi-Speed Internet) และดาวเทียม ทำให้การสื่อสารของมนุษย์เปลี่ยนแปลงไปในทุกมิติ และมีศักยภาพอย่างมหาศาล การสื่อสารทางการเมืองในยุคโลกาภิวัตน์จึงได้เกี่ยวข้องกับสิ่งต่างๆ มากมายเป็นต้นว่า การถ่ายทอดสดทางโทรทัศน์ หรือรายงานข่าวเกี่ยวกับการรณรงค์การเลือกตั้ง และการสัมภาษณ์บรรดานักการเมืองเกี่ยวกับนโยบายต่างๆ ของตนเอง นอกจากนี้ที่กล่าวมาแล้ว การสื่อสารทางการเมืองยังรวมถึงการรณรงค์ทางด้านการให้ข้อมูลสาธารณะ การจัดการสื่อ และการจัดการภาพลักษณ์ในนามของตัวพวกนักการเมืองเองอีกด้วย การดำเนินกิจกรรมทางการเมืองของไทยในอดีต โดยทั่วไปนักการเมืองมักจะถ่ายทอดแนวความคิดอุดมการณ์และนโยบายทางการเมืองไปสู่ประชาชนด้วยวิธีการสื่อสารแบบ

ทางเดียว (One-way communication) ซึ่งอาจจะใช้รูปแบบการโฆษณา (advertising) หรือการประชาสัมพันธ์ (Public relations) เพื่อรณรงค์หาเสียงผ่านสื่อต่างๆ ทั้งสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจอื่นๆ และอาจรวมถึงการสื่อสารในรูปแบบการโฆษณาชวนเชื่อ (propaganda) เพื่อโน้มน้าวจิตใจให้ประชาชนเกิดทัศนคติที่ดี ให้การยอมรับ และแสดงพฤติกรรมด้วยการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งให้นักการเมืองหรือพรรคการเมืองที่ตนให้ความไว้วางใจ โดยสื่อที่ได้รับความนิยมมากที่สุดได้แก่ สื่อหนังสือพิมพ์ อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันเมื่อมีการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสาร การสื่อสารทางการเมืองก็ทวีความเข้มข้นมากขึ้น

การใช้สื่อในการรณรงค์หาเสียงได้ขยายไปยังสื่ออิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่ นับตั้งแต่วิทยุกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์ มาจนถึงสื่ออินเทอร์เน็ตที่กำลังทวีความนิยมมากขึ้นในปัจจุบัน จะเห็นได้ว่า นักการเมืองคนสำคัญจะมีเฟสบุ๊ค (Facebook) ของตนเอง เพื่อเป็นเครื่องมือในการสื่อสารทำความเข้าใจกับประชาชนรวมทั้งเป็นกลยุทธ์หรือวิธีการการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งอีกทางหนึ่งการดำเนินกิจกรรมทางการเมืองดังกล่าวได้รับการวิพากษ์วิจารณ์อย่างรุนแรงว่าเปรียบเสมือนการดำเนินธุรกิจแบบทุนนิยมที่ส่งเสริมให้ต้องอาศัยปัจจัยทางการเงินเข้ามาสนับสนุน เนื่องจากสังคมปัจจุบันเป็นสังคมแบบทุนนิยม การดำเนินการสื่อสารทางการเมืองจึงต้องอาศัยทุนในการดำเนินการด้วย แม้จะมีกฎหมายจำกัดวงเงินในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งให้ผู้สมัครและพรรคการเมืองซึ่งงบประมาณในการหาเสียงเลือกตั้งไว้ แต่ความแตกต่างในการใช้กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของทั้งผู้สมัครและพรรคการเมืองก็ยังคงปรากฏให้เห็นอย่างชัดเจน การเมืองในหลายยุคหลายสมัยที่ผ่านมา จึงมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับธุรกิจ และมีความผูกพันแน่นแฟ้นยิ่งขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะในการลงทุนทางการเมือง โดยการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งด้วยการใช้กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดหลายๆ รูปแบบ เพื่อหวังให้ได้รับชัยชนะการเลือกตั้งและเข้าไปมีส่วนในการจัดตั้งรัฐบาล นักการเมืองและนักการตลาดได้ตระหนักถึงความสำคัญของบทบาทของการตลาดที่มีต่อกิจกรรมทางการเมือง โดยเฉพาะในประเทศสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นแม่แบบของประชาธิปไตยยุคใหม่ ในการเลือกตั้งประธานาธิบดีก็ยังคงใช้แนวคิดการตลาดในการรณรงค์หาเสียงซึ่งมีผู้กล่าวไว้ว่า “การเลือกตั้งประธานาธิบดีเป็นธุรกิจใหญ่ที่สลับซับซ้อน และต้องใช้เทคโนโลยีสูง” 21 นักการเมืองต่างหันไปใช้กลยุทธ์ทางการตลาดและวิธีการวิจัย หรือทำโพลล์ (Polls) เพื่อช่วยในการรณรงค์หาเสียงหรือดำเนินการสื่อสารการเมืองให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด (ยุทธพร อิศรชัย 2550 : 14)

การสื่อสารจึงเป็นทักษะที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ โดยการสื่อสารจะมีการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และเป็นกระบวนการที่ส่งผลให้ผู้ที่ทำการสื่อสารเกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ทัศนคติ พฤติกรรมรวมถึงประสบการณ์ระหว่างกัน โดยที่การสื่อสารต้องเกิด

การแลกเปลี่ยนหรือถ่ายทอดอารมณ์ ความรู้สึก ข้อมูลข่าวสารต่างๆ อาศัยบริบทโดยรอบเพื่อให้การสื่อสารชัดเจน และเข้าใจถูกต้องมากขึ้นด้วย การเมืองก็เป็นอีกหนึ่งมิติที่ต้องใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือช่วยสร้างความเข้าใจ ทศนคติ และพฤติกรรมที่ถูกต้องจนสามารถสร้างเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมทางการเมืองได้อย่างเต็มที่ของประชาชน (สุรัตน์ ตรีสกุล, 2548)

ช่องทางในการสื่อสารจึงมีความสำคัญและจำเป็นในการส่งต่อข้อมูลข่าวสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อการนำเสนอข่าวสารและระบบการเมืองของไทย เนื่องจากสื่อมวลชนทำหน้าที่ถ่ายทอดเหตุการณ์สำคัญไปสู่ประชาชนจำนวนมาก โดยที่ข่าวสารที่นำเสนอจากสื่อมวลชนนั้นมีอิทธิพลอย่างมากต่อทัศนคติ ความรู้ มุมมอง รวมถึงพฤติกรรมของประชาชน จนเกิดความรู้สึกร่วมและเกิดการมีส่วนร่วมจากการสื่อสารนั่นเอง สื่อสารมวลชนจึงเป็นช่องทางที่มีความสำคัญ เป็นผู้ผลิตและส่งต่อข่าวสารทางการเมืองกระจายมายังผู้รับสารหรือประชาชน ซึ่งเป็นกระบวนการกล่อมเกลாதทางการเมืองโดยที่นอกจากข่าวสารทางการเมืองจะมีอิทธิพลต่อประชาชนยังส่งผลต่อความเป็นไปทางการเมืองในด้านต่างๆ จึงทำให้ทั้งนักการเมืองไทยและประชาชนผู้รับข่าวสารไม่สามารถละเลยความสำคัญของสื่อมวลชนได้เลย (มีทนา เจริญวงศ์, 2552 และพิริยาภรณ์ สรรพศรี, 2553) นอกจากนี้สื่อมวลชนที่นำเสนอข่าวสารทางการเมืองปัจจุบันยังมีช่องทางใหม่ที่ได้รับคามนิยมและเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วจากการประยุกต์ใช้ของนักการเมือง ที่ตั้งใจจะนำเสนอข่าวสารทางการเมืองในรูปแบบของแต่ละคน แต่ละทีม นั่นคือสื่อออนไลน์ ซึ่งมียอดการใช้งานเพิ่มขึ้นจากเหตุการณ์ทางการเมืองที่ร้อนแรงและมีเหตุการณ์ปะทะกันตั้งแต่ช่วงปี พ.ศ.2553 เป็นต้นมา ทำให้ผู้คนหันมาให้ความสนใจรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์ทางการเมืองต่างๆ ทั้งช่องทางเดิบบทที่วิจนพัฒนามาถึงสื่อออนไลน์ด้วยเช่นกัน

กระบวนการและรูปแบบของการสื่อสาร มีความสำคัญต่อการสร้างความเข้าใจระหว่างบุคคล องค์กรเป็นอย่างมากนับจากปี พ.ศ.2535 เป็นต้นมา การปกครองท้องถิ่นของประเทศไทยมีการพัฒนาอย่างเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน การรื้อฟื้นองค์กรบริหารส่วนตำบลของรัฐบาล ในปี พ.ศ.2537 ทำให้องค์กรท้องถิ่นนี้มีความสามารถในฐานะนิติบุคคลกลับมาใช้อีกครั้งหนึ่งตามพระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ.2537 การกำหนดให้ผู้บริหารท้องถิ่น รวมทั้งสมาชิกสภาท้องถิ่นมาจากการเลือกตั้งโดยตรงของประชาชน การกำหนดบทบาทหน้าที่ของผู้แทนที่ต้องรับผิดชอบต่อกิจการสาธารณะท้องถิ่น การดำเนินการใดๆ ที่ส่งผลกระทบต่อท้องถิ่นต้องได้รับความเห็นชอบของประชาชน หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ องค์กรท้องถิ่นต้องให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของประชาชนจึงนับได้ว่าการสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญที่องค์กรท้องถิ่น หลังการกระจายอำนาจการปกครอง นับตั้งแต่ พ.ศ.2535 เป็นต้นมา ที่สามารถนำมาใช้ในกิจกรรมสาธารณะหลากหลายรูปแบบ เพื่อเป็นการเสริมสร้างความร่วมมือ สร้างความชอบธรรม ความเชื่อมั่นศรัทธา ตลอดจนเพื่อ

นำเสนอนโยบายทางการเมืองของเหล่านักการเมืองท้องถิ่นทั้งหมด โดยมีเป้าหมายให้ได้รับความยอมรับจากผู้รับสารเนื่องจากการสื่อสารมีอิทธิพลต่อกระบวนการรับรู้ การตัดสินใจ การชี้นำ และการสร้างกระแส ในเรื่องต่างๆ ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมของผู้รับสาร ด้วยเหตุนี้ ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารกับกิจกรรมทางการเมืองจึงเป็นเรื่องที่หลีกเลี่ยงได้ยาก การสื่อสารทางการเมือง (Political Communication) เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นและอยู่ควบคู่กับการเมืองมาโดยตลอด โดยเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการพัฒนาการเมือง เนื่องจากมีความสำคัญต่อการดำรงอยู่ของระบบการเมืองการปกครองของแต่ละสังคม เป็นตัวกลางในการสร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างผู้ปกครองกับผู้ใต้ปกครอง และระหว่างผู้ปกครอง หรือผู้ใต้ปกครองด้วยกันเอง ซึ่งในภาวะปัจจุบันที่ระบบการเมืองมีความสลับซับซ้อนมากยิ่งขึ้น มืองค์กรทางการเมืองเกิดขึ้นมากมาย

การสื่อสารทางการเมืองของไทยในกระแสโลกาภิวัตน์มีการพัฒนาจากยุคสมัยที่สื่อถูกควบคุมกำหนดเนื้อหาสาระของข่าวสารโดยอำนาจรัฐ มาสู่ลักษณะที่ไม่แตกต่างจากกระแสการสื่อสารทางการเมืองที่เกิดขึ้นทั่วโลกภายใต้อิทธิพลของการครอบงำจากกลุ่มทุน ผนวกกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศในภาวะที่กลุ่มทุนสามารถมีบทบาทและอิทธิพลในการใช้อำนาจรัฐในทางตรงข้ามพลังของอำมาตยาธิปไตยซึ่งเป็นผู้กุมอำนาจรัฐอยู่แต่เดิมก็มีการตอบโต้ด้วยการพยายามควบคุมสื่อให้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารระหว่างระบบราชการกับมวลชนมากกว่าที่จะเป็นเครื่องมือของกลุ่มทุน เช่น การออกมาตรการหรือกฎหมายต่างๆ ที่จะป้องกันการครอบงำสื่อจากกลุ่มทุน การสร้างสื่อสาธารณะที่สามารถดำเนินการได้โดยไม่ต้องอาศัยรายได้จากการโฆษณามากนัก สภาพการณ์เช่นนี้สะท้อนให้เห็นว่า ในสังคมการเมืองที่มีลักษณะเปลี่ยนผ่าน (Prismatic society) ประชาชนบริโภคข้อมูลข่าวสารที่หลั่งไหลในยุคโลกาภิวัตน์โดยปราศจากวิจรณ์ญาณเช่นประเทศไทยนั้น สื่อสารมวลชนจึงเป็นเครื่องมือกลไกที่มีความสำคัญในการเร่งเร้าหรือระดมมวลชนมีบทบาทเป็นผู้กำหนดวาระทางการเมืองและสังคม ตลอดจนประชาชนก็ถูกอิทธิพลของสื่อ “ตัดสินใจและคิดแทน” รวมทั้งสร้างภาพลักษณ์หรือทำลายภาพลักษณ์ของฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทรานนั้นความพยายามในการ “ช่วงชิงพื้นที่สื่อ” ก็ยังคงเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดควบคู่กับการเมืองไทยในทุกยุคสมัยนั่นเอง (ยุทธพร อิศรชัย 2550 : 71)

จากการรับข่าวสารทางการเมือง จึงทำให้เกิดเป็นการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนซึ่งการปกครองระบอบประชาธิปไตยที่มีการระบุเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองว่าเป็นการส่งเสริมให้ระบบการเมืองเป็นระบบที่สมบูรณ์แบบ การมีส่วนร่วมทางการเมืองถือเป็นการกระบวนการที่ทำให้ประชาชนรับรู้และเข้าใจในระบบการเมืองการปกครอง ซึ่งในปัจจุบันประสิทธิภาพของสื่อก็มีความแตกต่างกันออกไป อยู่ที่ประชาชนจะเลือกเปิดรับสื่อช่องทางใดและนำไปประกอบการ

ตัดสินใจทัศนคติ ความคิดเห็นของตนที่มีอยู่อย่างไร จนสุดท้ายเกิดเป็นพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองในที่สุด

การสื่อสารทางการเมืองจึงทวีความสำคัญยิ่งขึ้น ประกอบกับการพัฒนาด้านการสื่อสารทำให้เกิดรูปแบบการสื่อสารที่หลากหลายและมีบทบาทสำคัญในสังคมมากยิ่งขึ้น ทำให้นักการเมืองหรือองค์กรทางการเมืองต้องอาศัยรูปแบบการสื่อสารเหล่านั้นในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ให้กับประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการโน้มน้าวใจให้ประชาชนสนับสนุนนโยบายขององค์กรทางการเมืองหรือสนับสนุนตนเอง รวมทั้งเพื่อให้กระบวนการทางการเมืองเคลื่อนไหวและดำรงอยู่ต่อไป เบอร์โธ (อ้างใน รัชดา ธนูศิลป์, 2553) กล่าวว่า การสื่อสารกับการเมืองเป็นเรื่องที่ต้องควบคู่กันไปจนไม่สามารถแยกกันออกได้ เขาได้เปรียบเทียบรูปแบบของการสื่อสาร กับการเมืองว่า เหมือนด้านต่างกันของเหรียญอันเดียวกัน เพราะการเมืองเกิดขึ้นได้เฉพาะในระบบสังคม ในขณะที่ระบบสังคมก็คือการสื่อสาร การสื่อสารมีความสำคัญต่อกิจการสาธารณะและท้องถิ่นนำมาซึ่งการมีส่วนร่วมในการรับรู้ รับทราบ ทำให้เกิดความรับผิดชอบร่วมกันและนำมาซึ่งการตรวจสอบซึ่งกันและกัน ระหว่างประชาชนและองค์กรที่ทำหน้าที่บริหารกิจการท้องถิ่น การศึกษาในหัวข้อ กระบวนการและรูปแบบสื่อสารทางการเมืองขององค์กรปกครองท้องถิ่นศึกษาเปรียบเทียบองค์กรปกครองท้องถิ่นในพื้นที่เขตอำเภอเมืองและพื้นที่ชายแดน จะทำให้ทราบถึงกระบวนการและรูปแบบการสื่อสารทางการเมือง ซึ่งคณะผู้วิจัยมีความเชื่อว่าจะมีความแตกต่างในแง่ของการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร การกระจายข่าวสาร และการสื่อสารที่แตกต่างกันอันจะนำมาซึ่งความสัมฤทธิ์ผลในแง่ของการเมืองและการปกครองท้องถิ่นและระดับที่สูงกว่าได้

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า ประชาชนและองค์กรที่ทำหน้าที่บริหารกิจการท้องถิ่น จำเป็นที่จะต้องอาศัยรูปแบบของการสื่อสาร ที่สามารถสื่อสารระหว่างกัน ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะจัดทำงานวิจัยเรื่อง การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร เพราะการสื่อสารมีความสำคัญต่อการสร้างความเข้าใจระหว่างบุคคล รวมทั้งเพื่อเป็นการเสริมสร้างความร่วมมือ สร้างความชอบธรรม ความเชื่อมั่นศรัทธา ตลอดจนเพื่อนำเสนอ นโยบายทางการเมืองของเหล่านักการเมืองท้องถิ่น จึงนับได้ว่าการสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญที่องค์กรท้องถิ่น ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างกันและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อชุมชนต่อไป

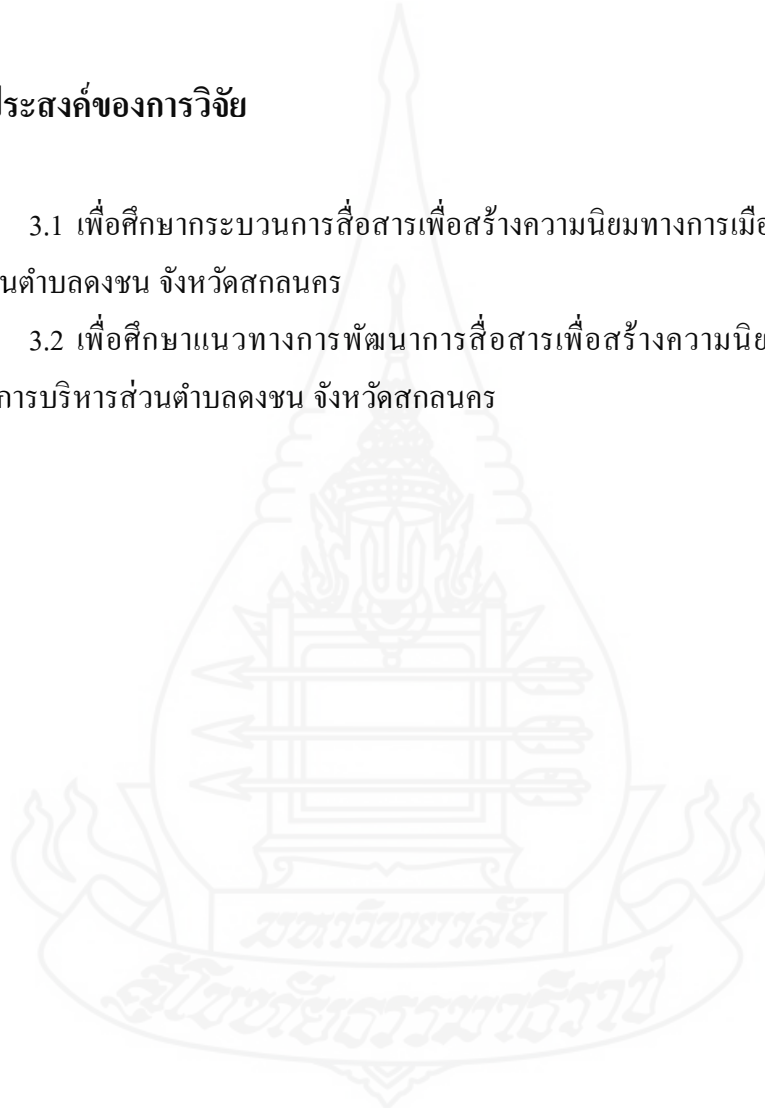
## 2. คำถามการวิจัย

กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลคงชน จังหวัดสกลนคร และแนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลคงชน จังหวัดสกลนครเป็นอย่างไร

## 3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.1 เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลคงชน จังหวัดสกลนคร

3.2 เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลคงชน จังหวัดสกลนคร



#### 4. กรอบแนวคิดการวิจัย

การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร จากแนวคิด อนุรักษ์ เร่งรัด (2557 : 16) ตามแผนภูมิแสดงกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

#### 5. ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร มุ่งศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการนำเสนอเกี่ยวกับความนิยมทางการเมือง และการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลัก เป็นการเลือก



แบบเจาะจงซึ่งมีผู้ให้ข้อมูลหลักที่ร่วมกันวางแผนและดำเนินการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม โดยตรงรวม จำนวน 22 คน 1) ว่าที่ผู้สมัคร 1 คน 2) ทีมปฏิบัติการสื่อสาร 10 คน ที่ปรึกษาในการสื่อสาร 1 คน 3) ผู้นำชุมชน 10 คน และเป็นการศึกษารูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลคงชน ที่จะสามารถสร้างความนิยมต่อผู้ลงสมัครเลือกตั้งในเขตตำบลคงชน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนารูปแบบในการกำหนดนโยบายการลงรับสมัครเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลคงชนต่อไป โดยได้กำหนดขอบเขตด้านพื้นที่ ขอบเขตด้านเนื้อหาและระยะเวลาในการวิจัย ดังนี้

### 5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ประกอบด้วย ข้อมูลพื้นฐานของตำบลคงชน อำเภอเมือง จังหวัดสกลนครกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการให้ข้อมูลการสื่อสารทางการเมือง การวางแผนและการจัดกิจกรรมเพื่อศึกษาข้อมูลการสื่อสารทางการเมืองของประชาชนตำบลคงชน อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร การศึกษาประสิทธิภาพการนำเครื่องมือไปใช้ในการศึกษาข้อมูลการสื่อสารทางการเมืองของประชาชนตำบลคงชน อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร และ การติดตามและประเมินผลการศึกษาข้อมูลการสื่อสารทางการเมืองของประชาชนตำบลคงชน อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร

### 5.2 ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูล

ซึ่งมีผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นการเลือกแบบเจาะจงซึ่งมีผู้ให้ข้อมูลหลักที่ร่วมกันวางแผนและดำเนินการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม โดยตรงรวม จำนวน 22 คน 1) ว่าที่ผู้สมัคร 1 คน 2) ทีมปฏิบัติการสื่อสาร 10 คน ที่ปรึกษาในการสื่อสาร 1 คน 3) ผู้นำชุมชน 10 คน

### 5.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษารูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลคงชน จังหวัดสกลนคร

### 5.4 ขอบเขตด้านเวลา

เป็นกระบวนการศึกษาข้อมูล รวบรวมข้อมูล การติดตามผล การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลของรูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลคงชน จังหวัดสกลนคร ตั้งแต่เดือนมีนาคม-กันยายน 2562

## 6. นิยามศัพท์เฉพาะ

6.1 กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง หมายถึง การนำเสนอข่าวสาร ความคิดเห็น และข้อโต้แย้งทางการเมืองการปกครองของสื่อมวลชนจะสามารถช่วยปลูกฝังค่านิยม และทัศนคติต่างๆ ทางการเมืองให้แก่ประชาชนขององค์การบริหารส่วนตำบลดงชนได้

6.2 แนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง หมายถึง แนวทางการสื่อสารในรูปแบบใดๆ ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ที่มีนักการเมืองหรือองค์กรทางการเมืองเป็นผู้ส่งสารและมีบุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์กรใดๆ เช่น ประชาชนและสื่อมวลชนเป็นผู้รับสาร

6.3 ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบล หมายถึง ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร

6.4 รูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร หมายถึง การสื่อสารในรูปแบบใดๆ ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน ที่มีนักการเมืองหรือองค์กรทางการเมืองเป็นผู้ส่งสารและมีบุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์กรใดๆ เช่น ประชาชนและสื่อมวลชนเป็นผู้รับสาร

## 7. ประโยชน์ที่ได้รับ

7.1 ทราบถึงรูปแบบการสื่อสารแบบต่างๆที่สามารถสร้างความนิยมทางการเมืองของประชาชนตำบลดงชน ในการตัดสินใจเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้ง ตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร

7.2 เพื่อนำข้อมูลจากผลการวิจัยไปใช้ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของผู้ลงสมัครเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร

7.3 เป็นแนวทางให้กับประชาชนที่สนใจในการลงสมัครชิงตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร

## บทที่ 2

### การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัย เรื่อง การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร เป็นการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองให้กับผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งในเขตตำบลดงชน ที่ส่งผลให้ออกมามีส่วนร่วมทางการเมืองการปกครอง โดยผู้วิจัยมีการนำหลักการ ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาใช้กับงานวิจัย ซึ่งปรับและนำมาผสมผสานกัน ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร
  - 1.1 ความหมายของการสื่อสาร
  - 1.2 แบบจำลองกระบวนการการสื่อสาร
  - 1.3 องค์ประกอบของการสื่อสาร
  - 1.4 กระบวนการติดต่อสื่อสาร
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะประชากร
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้
  - 4.1 ความหมายของการรับรู้
  - 4.2 ประเภทของการรับรู้
  - 4.3 ความสำคัญของการรับรู้
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารทางการเมือง
6. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสามารถทางการสื่อสาร
7. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเรียนรู้กลุ่มพฤติกรรมนิยม (Behaviorism)
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

## 1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร

### 1.1 ความหมายของการสื่อสาร

การสื่อสาร (Communication) เป็นพฤติกรรมขั้นพื้นฐานซึ่งมีความจำเป็นในการดำรงชีวิตของมนุษย์ การสื่อสารเป็นรากฐานของกิจกรรมทางสังคมและการเมืองทุกชนิด มนุษย์ต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการดำเนินกิจกรรมใดๆ ให้บรรลุวัตถุประสงค์ของตน และอาศัยการสื่อสารเพื่อให้การอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมเป็นไปโดยปกติสุข ซึ่งการสื่อสารมาจากภาษาอังกฤษว่า Communication อันมีรากศัพท์มาจากภาษาละตินว่า Communis แปลว่า ความเหมือนกัน ความร่วมกัน ดังนั้น ถ้าแปลความตามรากศัพท์เดิมย่อมหมายความว่า เมื่อใดที่มนุษย์ทำการสื่อสารนั้นย่อมหมายถึงว่า เขากำลังทำกิจกรรมที่มุ่งสร้างความเหมือนกันหรือความคล้ายคลึงกันให้เกิดขึ้นกับบุคคลที่เกี่ยวข้องด้วย หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า การสื่อสารคือ การที่มนุษย์พยายามที่จะแลกเปลี่ยน (Share) ข้อมูลข่าวสาร (Information) ความคิด (Idea) และทัศนคติ (Attitude) ซึ่งกันและกัน ทั้งนี้มีนักวิชาการเกี่ยวกับการสื่อสารได้ให้แนวคิดและความหมายของการสื่อสารไว้ดังนี้ (ปรมะ สตะเวทิน, 2543: 65)

อริสโตเติล (Aristotle) ได้ให้คำจำกัดความของการศึกษาวิชาวาทศิลป์ (rhetoric) หรือการสื่อสาร (Communication) ว่าเป็น การแสวงหา “วิธีการชักจูงใจที่พึงมีอยู่ทุกรูปแบบ”

ยอร์ช เอ มิลเลอร์ (George A. Miller) “การสื่อสาร หมายถึง การถ่ายทอดข่าวสารจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง”

เอเวอเรท เอ็ม โรเจอร์ส และเอฟ ฟลอยด์ ชูเมกเกอร์ (Everett M. Rogers and F. Floyd Shoemaker) “การสื่อสาร คือ กระบวนการซึ่งสารถูกส่งจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร”

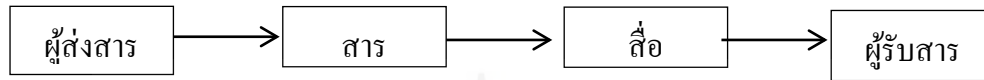
ปรมะ สตะเวทิน “การสื่อสารคือ กระบวนการของการถ่ายทอดสารจากบุคคลฝ่ายหนึ่ง ซึ่งเรียกว่าผู้ส่งสารไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่าผู้รับสาร โดยผ่านสื่อ

การสื่อสาร หมายถึง การติดต่อกันระหว่างมนุษย์เพื่อทำให้รับรู้เรื่องราวอันมีความหมายร่วมกัน และเกิดการตอบสนองต่อกัน (สวนิต ยมาภักย์, 2547: 7)

จากการให้ความหมายของคำว่า “การสื่อสาร” ของนักวิชาการจะเห็นได้ว่า มีความสอดคล้องไปในแนวทางเดียวกัน ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับกระบวนการสื่อสารจนสามารถสรุปได้ว่า การสื่อสาร หมายถึง กระบวนการถ่ายทอดสาร (Message) จากผู้ส่งสาร (Sender) ไปยังผู้รับสาร (Receiver) โดยผ่านช่องทางสื่อ (Channel) เพื่อการรับรู้เรื่องราวอันมีความหมายร่วมกัน และเกิดการตอบสนองต่อกัน

## 1.2 แบบจำลองกระบวนการการสื่อสาร

การสื่อสารซึ่งถือว่าเป็นกระบวนการอย่างหนึ่งนั้น มีรูปแบบและขั้นตอนต่างๆ ซึ่งสามารถเขียนเป็นแบบจำลองได้ดังนี้ (ปรมะ สตะเวทิน, 2543: 65)



ภาพที่ 2.1 แบบจำลองกระบวนการการสื่อสาร

จากการจำลองดังกล่าวข้างต้น เราสามารถอธิบายขั้นตอนต่างๆ ในกระบวนการสื่อสารได้ดังนี้

เมื่อผู้ส่งสารต้องการจะทำการสื่อสาร ผู้ส่งสารก็ต้องนำเอาสิ่งที่ตนต้องการจะสื่อสาร มาผลิตให้ปรากฏเป็นสารแล้วถ่ายทอดผ่านสื่อเพื่อส่งไปยังผู้รับสาร

## 1.3 องค์ประกอบของการสื่อสาร

การสื่อสารประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญๆ 4 ประองค์ประกอบคือ ผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสาร

- 1) ผู้ส่งสาร หมายความว่า บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ต้องการจะทำการสื่อสาร ความคิด ความรู้สึก ความต้องการ ข่าวสาร และวัตถุประสงค์ของตน
- 2) สาร หมายความว่า ผลผลิตของผู้ส่งสารที่ถ่ายทอดความคิด ความรู้สึก ความต้องการ ข่าวสาร และวัตถุประสงค์ของตนที่ปรากฏออกมาในรูปของรหัส
- 3) สื่อ หมายความว่า สิ่งที่น่าหรือถ่ายทอดสารของผู้ส่งสาร
- 4) ผู้รับสาร หมายความว่า บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่รับสารของผู้ส่งสาร ดังนั้นผู้รับสารจึงอาจเป็นคนอื่นๆ เดี่ยว หรือคนหลายคน

องค์ประกอบทั้ง 4 องค์ประกอบนี้มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันอย่างใกล้ชิดมีผลกระทบซึ่งกันและกัน รวมทั้งมีผลต่อการสื่อสารด้วย ดังนั้นหากผู้ส่งสารมีประสิทธิภาพ แต่สื่อและผู้รับสารด้อยประสิทธิภาพก็จะทำให้ประสิทธิผลของการสื่อสารด้อยลงไป ในทำนองเดียวกัน หากผู้ส่งสารด้อยประสิทธิภาพ หากสารไม่ชัดเจน แม้จะมีสื่อและผู้รับสารที่มีประสิทธิภาพ การสื่อสารก็ยังด้อยประสิทธิภาพ และยิ่งหากทั้งผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสารด้อยประสิทธิภาพแล้ว การสื่อสารก็มีโอกาสที่จะประสบผลสำเร็จน้อยที่สุด การสื่อสารจะมีประสิทธิผลมากที่สุดก็ต่อเมื่อองค์ประกอบทุกองค์ประกอบมีประสิทธิผลสูงที่สุด

#### 1.4 กระบวนการติดต่อสื่อสาร

กระบวนการติดต่อสื่อสารประกอบไปด้วย (อ้างถึงในวาทนา พงษ์พิงศ์สิทธิ์, 2544: 14)

1. แหล่งสาร (Source) หรือผู้ส่งสาร แหล่งสารอาจเป็นใครๆ หนึ่งหรือหลายคนทำงานร่วมกันเป็นองค์การที่พูด เขียน หรือแสดงกิริยาท่าทางให้บุคคลอื่นหรือองค์การอื่นทราบ มีปัจจัยที่สำคัญอย่างน้อย 4 ประการด้วยกัน ในตัวของแหล่งสารที่กำหนดความสามารถของแหล่งสารในการสื่อสาร ปัจจัยสำคัญเหล่านี้ ได้แก่ ทักษะในการสื่อสาร ทักษะคิด ความรู้ ระดับของสังคมและวัฒนธรรม

2. สาร (Message) หมายถึง สิ่งเร้าที่แหล่งสารส่งออกไปยังผู้รับสาร อาจนึกถึงสารโดยกล่าวถึงธรรมชาติของสาร เช่น หมึกที่พิมพ์ลงบนแผ่นกระดาษ คลื่นเสียงในอากาศหรืออาจกล่าวถึงสารในลักษณะของสัญญาณ (Signal) ที่ผู้รับสารสามารถแปลหรือเข้าใจได้องค์ประกอบของสาร ได้แก่ สัญญาณหรือรหัส (Symbol or Code) เนื้อหาสาร (Content) การปฏิบัติต่อสาร (Treatment) และ โครงสร้างของสัญลักษณ์ของสาร (Structure)

3. ช่องสาร (Channel) อาจคิดถึงช่องสารในแง่ของคลื่นแสง คลื่นเสียงหรือสื่อในการสื่อสาร เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ฯลฯ หรือลักษณะของประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ การเห็น การได้ยิน การสัมผัส การลิ้มรส และการดมกลิ่น

4. ผู้รับสาร (Receiver) อาจเป็นใครๆ หนึ่ง คนกลุ่มหนึ่งหรือเป็นองค์การก็ได้ การที่ผู้รับสารจะได้รับสารดีแค่ไหนขึ้นอยู่กับปัจจัยในตัวของผู้รับสาร อันได้แก่ ทักษะในการสื่อสาร ทักษะคิด ความรู้ ระดับของสังคมและวัฒนธรรมของผู้รับสาร

5. ผลของการสื่อสาร (Effects) การสื่อสารอาจมีผลที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในความรู้ ทักษะคิด หรือพฤติกรรมในตัวของผู้รับสาร

6. กระบวนการในการส่งสาร (Action) การโต้ตอบสารที่ส่งมา (Reaction) และการโต้ตอบซึ่งกันและกัน (Interaction) ก็คือ การตอบกลับหรือปฏิกิริยาตอบสนอง

จากแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการติดต่อสื่อสาร อาจสรุปได้ว่าผู้ส่งสารอาจเป็น ใครๆ เดียวหรือหลายคนก็ได้ ที่พูด เขียน หรือแสดงกิริยาท่าทางให้บุคคลหรือองค์การอื่นทราบ โดยมีปัจจัยที่สำคัญอย่างน้อย 4 ประการ ได้แก่ ทักษะในการสื่อสาร ทักษะคิด ความรู้ ระดับของสังคมและวัฒนธรรม เพื่อทำหน้าที่ส่งสารผ่านช่องสารไปยังผู้รับสาร ซึ่งอาจเป็นใครๆ หนึ่งหรือองค์การก็ได้ การที่ผู้รับสารจะได้รับสารครบถ้วนแค่ไหนขึ้นอยู่กับปัจจัยในตัวของผู้รับสารอันได้แก่ ทักษะในการสื่อสาร ทักษะคิด ความรู้ ระดับของสังคมและวัฒนธรรมของผู้รับสาร โดยที่ผู้ส่งสารกับผู้รับสารมีปัจจัยที่ส่งผลสำคัญในการทำหน้าที่ของตนเหมือนกัน และเมื่อมีการส่งสารไปยังผู้รับสารแล้วย่อมเกิดผลของการสื่อสารมีผลที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในความรู้ ทักษะคิด หรือพฤติกรรมในตัวของผู้รับสารได้ ขั้นตอนสุดท้ายคือ เกิดการโต้ตอบสารที่ส่งมาก็คือ การตอบกลับหรือปฏิกิริยาตอบสนองนั่นเอง

## 2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง

การมีส่วนร่วมทางการเมืองคือกิจกรรมของประชาชนที่มุ่งเข้าไปมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในนโยบายต่างๆ ของรัฐบาล โดยรูปแบบการมีส่วนร่วมทางการเมืองในแต่ละยุคแต่ละสังคมจะมีความแตกต่างกันออกไป พฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองเป็นความสำเร็จของการพัฒนาทางการเมืองซึ่งเป็นการปฏิบัติที่เกิดขึ้นโดยสมัครใจและกฎหมายกำหนดให้กระทำได้ ในการมีส่วนร่วมทางการเมืองในแต่ละครั้งไม่ว่าจะสำเร็จหรือไม่ ไม่ว่าจะเป็นครึ่งคราวหรือยาวต่อเนื่อง การกระทำนั้นจะมุ่งประสงค์ที่จะมีอิทธิพลเกี่ยวกับนโยบาย การบริหารงาน และการเลือกผู้นำทางการเมืองทั้งระดับชาติและระดับท้องถิ่น เช่น ประชาชนรวมตัวกันเพื่อคัดค้าน หรือแสดงความคิดเห็นต่อนโยบายต่างๆ ของรัฐ เป็นต้น (ทรงยุทธ ต้นวัน, 2552 และวิศาล ศรีมหาวโร, 2556)

โดยที่การมีส่วนร่วมทางการเมืองมีเงื่อนไขพื้นฐานเกี่ยวกับการเข้าร่วมกิจกรรมทางการเมืองคือต้องมีอิสรภาพประชาชนจะเข้าร่วมหรือไม่ก็ได้แต่ต้องอยู่ในความสมัครใจของประชาชนที่เข้าร่วมไม่มีการบังคับแต่อย่างใด มีความเท่าเทียมกันและรวมถึงกิจกรรมทางการเมืองที่เกิดขึ้นจะต้องเป็นกิจกรรมที่สามารถทำร่วมกันได้ ไม่มีการแบ่งย่อยกลุ่มแต่อย่างใด ซึ่งการมีส่วนร่วมทางการเมืองในที่นี้อาจเกี่ยวข้องกับชนชั้นทางสังคมลักษณะทางการเงิน รวมถึงกลุ่มเชื้อชาติ ศาสนา ภาษาต่างๆ ซึ่งจะส่งผลให้รูปแบบการมีส่วนร่วมทางการเมืองมีความแตกต่างกันออกไปด้วย (ถวิลวดี บุรีกุล, สิทธิพันธ์พุทธรุณ อ่างใน วิศาล ศรีมหาวโร, 2556)

ลักษณะและรูปแบบการมีส่วนร่วมทางการเมือง

รูปแบบหรือลักษณะการมีส่วนร่วมทางการเมืองที่คำนึงถึงกฎหมาย สามารถแบ่งได้ดังนี้

1. การออกไปใช้สิทธิในการเลือกตั้งผู้แทนในระดับต่างๆ ถือเป็นมีส่วนร่วมทางการเมืองที่สำคัญที่สุด ในที่นี้รวมถึงการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งด้วย
2. การประท้วง เรียกร้อง ซึ่งเป็นการมีส่วนร่วมทางการเมืองที่ปราศจากการบังคับแต่อาจขยายลุกลามจนกลายเป็นจลาจลแบบผิดกฎหมายได้
3. การมีส่วนร่วมทางการเมืองแบบเป็นพิธีหรือเพื่อสนับสนุนรัฐบาล โดยเป็นการที่ประชาชนร่วมสนับสนุนรัฐบาลในทุกๆ ด้าน
4. การมีส่วนร่วมทางการเมืองแบบระดม ซึ่งมักเป็นการออกมามีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนที่ไม่เต็มใจนัก
5. การกระทำของแต่ละบุคคลต่อปัญหาการเมืองและสังคม อาจเกิดมาจากการกระทำที่ไม่ชอบของรัฐบาล เช่น มีการลอบบี้ในการเลือกตั้ง ซึ่งเป็นความคิดเห็นของแต่ละบุคคลที่จะออกมามีส่วนร่วมทางการเมืองกับเรื่องดังกล่าว เป็นต้น

6. การเข้าร่วมกิจกรรมทางการเมืองกับกลุ่มต่างๆ ทั้งในส่วนที่เป็นระดับท้องถิ่นขนาดเล็กจนถึงระดับประเทศ รวมถึงกิจกรรมทางการเมืองในระดับองค์กรที่อาจเข้าไปมีอิทธิพลกับการเมืองได้

7. กิจกรรมที่ใช้ความรุนแรงซึ่งอาจเป็นกิจกรรมที่ผิดกฎหมาย โดยอาจพยายามสร้างผลกระทบต่อการตัดสินใจนโยบายของรัฐ รวมไปถึงการทำลายทรัพย์สิน และการมุ่งที่จะเปลี่ยนผู้นำทางการเมือง เช่น การรัฐประหาร เป็นต้น (พิสิทธิ์ศักดิ์ ห้วยหงษ์ทอง, 2551 และวิศาล ศรีมหาโร, 2556)

นอกจากนี้ยังมีการแบ่งประเภทและลักษณะของการมีส่วนร่วมทางการเมืองอีกคือ

1. การกำหนดตัวผู้ปกครอง ซึ่งประชาชนถือเป็นเจ้าของอำนาจอธิปไตย ดังนั้น การที่ประชาชนปรากฏตัวตนในการออกมาใช้สิทธิ์เลือกตั้ง ถอดถอนผู้นำทางการเมืองจึงถือเป็นการแสดงตัวตนตามสิทธิ์ของเจ้าของอธิปไตยนั่นเอง การส่งเสริมให้ประชาชนรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้งและตระหนักในคุณค่าของการมีส่วนร่วมในการเลือกกำหนดผู้นำนั้น เป็นการแสดงออกซึ่งการมีส่วนร่วมทางการเมืองที่สำคัญ เป็นกลไกที่ชี้ให้เห็นว่าประชาชนเป็นผู้มีอำนาจในการกำหนดทิศทางของประเทศ รวมถึงสะท้อนถึงแนวโน้มในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศด้วย

2. การผลักดันการตัดสินใจของรัฐบาล เป็นการมีส่วนร่วมทางการเมืองที่สำคัญเช่นกัน เนื่องจากในสังคมประกอบด้วย ชุมชน สมาคม กลุ่มอิทธิพล และกลุ่มผลประโยชน์ต่างๆ แต่ละกลุ่มเหล่านี้จะมีวัตถุประสงค์เฉพาะของแต่ละกลุ่ม ซึ่งการเคลื่อนไหวของแต่ละกลุ่มนั้นอาจจะเป็นเรื่องผลประโยชน์ของแต่ละกลุ่ม รวมถึงอาจมีผลเกี่ยวกับการผลักดันการตัดสินใจของรัฐบาล เช่น สมาคมธนาคาร ผลักดันรัฐบาลเกี่ยวกับนโยบายการเงินการธนาคาร หรือสภาอุตสาหกรรม ผลักดันรัฐบาลเกี่ยวกับโครงสร้างภาษีการส่งเสริมอุตสาหกรรม เป็นต้น จึงทำให้กลุ่มอิทธิพลและกลุ่มผลประโยชน์มีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจของรัฐบาลในการยกระดับสมรรถนะ การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนจากระดับบุคคลไปสู่องค์กรนั่นเอง

3. การวิพากษ์วิจารณ์รัฐบาล ในสังคมประชาธิปไตยประชาชนมีสิทธิเสรีภาพในการวิพากษ์วิจารณ์การกระทำของรัฐบาลได้ทั้งในทางสนับสนุนและคัดค้าน ทำได้โดยทั้งเขียนพูด โฆษณาเผยแพร่ ประชาชนสามารถแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการกระทำของรัฐบาลได้อย่างเสรี ซึ่งในปัจจุบันมีการวิพากษ์วิจารณ์โดยใช้สื่อต่างๆ ซึ่งการวิพากษ์วิจารณ์ถือว่ามีบทบาทสำคัญในการควบคุม กำกับ และตรวจสอบการกระทำของรัฐบาล โดยประชาชนจะเข้ามามีส่วนร่วมดังกล่าวได้ด้วยการพูดคุยพัฒนาความรู้ ความเข้าใจ ส่งผลต่อการตัดสินใจของตนเองว่าจะเห็นด้วยหรือไม่กับรัฐบาล ซึ่งถ้าไม่เห็นด้วยก็จะพัฒนาไปสู่การมีส่วนร่วมที่มีระดับสูงขึ้นตามลำดับ เช่น การเข้าร่วมรณรงค์ทางการเมือง



4. การชุมนุมเคลื่อนไหวกองการเมือง ในสังคมประชาธิปไตยประชาชนมีสิทธิเสรีภาพที่จะชุมนุม เคลื่อนไหวกองการเมือง ทั้งสนับสนุนและคัดค้าน ซึ่งการชุมนุมทางการเมืองนั้นมักเกิดขึ้นเมื่อการต่อรองกับรัฐบาลด้วยการเจรจาไม่ประสบผลสำเร็จ กลุ่มผู้เรียกร้องจึงจัดให้มีการชุมนุมเคลื่อนไหวกองการเมือง ถ้ามีการชุมนุมเพื่อสนับสนุนรัฐบาลจะเป็นไปด้วยความสงบเรียบร้อย แต่ถ้าเป็นการชุมนุมเพื่อคัดค้านรัฐบาลนั้นจะมีลักษณะตรงกันข้าม ส่วนใหญ่จะเริ่มจากความไม่พอใจการกระทำของรัฐบาล ซึ่งการชุมนุมจะเพิ่มความรุนแรงขึ้น หากรัฐบาลไม่ยอมตกลงตามข้อเสนออาจเกิดการปะทะประจันหน้ากัน กลายเป็นการจลาจลในที่สุด การชุมนุมเคลื่อนไหวกองการเมืองกระทำได้ที่กรอบของกฎหมาย ถ้าหากเกิดขึ้นมากโดยที่รัฐบาลไม่สามารถตอบสนองการเรียกร้องของประชาชนได้ อาจนำไปสู่การไร้เสถียรภาพทางการเมืองด้วยเช่นกัน (สมบัติ ธำรงธัญวงศ์, 2545)

โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองนั้นประกอบด้วย สิ่งเร้าจากสภาพแวดล้อมหมายถึงลักษณะทางสังคมและสถานการณ์ทางการเมืองที่เกิดขึ้น เพราะไม่เพียงกระตุ้นพฤติกรรมทางการเมืองเฉพาะบุคคลยังสามารถกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมทางการเมืองในระดับกลุ่มอีกด้วยปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลซึ่งในที่นี้คือทัศนคติ การศึกษา รายได้ อายุ เป็นต้น รวมถึงปัจจัยด้านสภาพทางการเมืองและสังคมซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการมีส่วนร่วมทางการเมืองที่เห็นได้ชัดเจนที่สุด เนื่องจากสภาพทางการเมืองและสังคมทำให้การรับข่าวสารทางการเมืองในช่วงเวลาขณะนั้นเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองได้เป็นอย่างดี (Milbrath & Goel อ้างใน จันทิมา พิจารย์, 2551) โดยจากงานวิจัยของนิศากร ไพบูลย์สิน (2555) กล่าวเกี่ยวกับพฤติกรรมการสื่อสารกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่าการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อออนไลน์ สื่อมวลชนมีผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองมากที่สุดตามลำดับแสดงให้เห็นว่าการรับข่าวสารจากสื่อมวลชน

ในทางการเมืองยังมีความสำคัญและส่งผลให้ประชาชนออกมามีส่วนร่วมทางการเมืองมากกว่าสื่อช่องทางอื่นๆ แต่จากผลการวิจัยมีการรับข่าวสารจากช่องทางต่างๆ ที่กล่าวมาทั้งสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อออนไลน์ค่อนข้างอยู่ในระดับที่น้อยมากไม่ค่อยสนใจและไม่ชอบที่จะรับข่าวสารทางการเมือง การมีส่วนร่วมทางการเมืองจากงานวิจัยดังกล่าวจึงอยู่ในระดับน้อยเช่นกัน นอกจากการมีส่วนร่วมทางการเมืองจะมาจาก การรับข่าวสารทางการเมืองแล้วยังประกอบกับปัจจัยที่สอดคล้องอีกทางคือ ทางด้านระดับการศึกษา ซึ่งถ้ามีระดับการศึกษาที่สูงจะมีการรับข่าวสารจากช่องทางสื่อที่ครบถ้วนมากกว่าคนที่มีความรู้ระดับการศึกษาที่น้อยกว่าด้วยเช่นกัน โดยระดับของการมีส่วนร่วมทางการเมืองนั้น มีตั้งแต่ไม่สนใจเลยจนกระทั่งสนใจและเข้าร่วมกิจกรรมทางการเมืองที่เกิดขึ้นในทุกๆ ครั้ง รวมถึงพูดคุยสนับสนุนพรรคการเมืองและเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ

สรุปว่า การมีส่วนร่วมทางการเมืองคือกิจกรรมของประชาชนที่มุ่งเข้าไปมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในนโยบายต่างๆ ของรัฐบาล โดยรูปแบบการมีส่วนร่วมทางการเมืองในแต่ละยุคแต่ละสังคมจะมีความแตกต่างกันออกไป พฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองเป็นความสำเร็จของการพัฒนาทางการเมืองซึ่งเป็นการปฏิบัติที่เกิดขึ้นโดยสมัครใจและกฎหมายกำหนดให้กระทำได้

### 3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะประชากร

การเปิดรับข่าวสารของแต่ละบุคคลรวมถึงการมีส่วนร่วมทางการเมืองต่างๆ นั้นขึ้นอยู่กับลักษณะประชากรของผู้รับข่าวสารด้วย มีผลต่อการตัดสินใจ ความคิดเห็นและทัศนคติต่างๆ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยดังนี้

1. เพศและความแตกต่างทางเพศ ซึ่งเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมในการติดต่อและรับข่าวสารโดยเพศชายต้องการที่จะส่งข่าวสารข้อมูลต่างๆ เพียงอย่างเดียว และเพศชายใช้เหตุผลมากกว่าเพศหญิง และจดจำข่าวสารได้มากกว่า นอกจากนี้เพศชายและเพศหญิงยังมีความแตกต่างกันในทุกๆ เรื่อง ทั้งความคิด ทัศนคติ และค่านิยมอีกด้วย จึงทำให้มีแนวโน้มในการแสดงออกที่แตกต่างกัน

2. อายุ เป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ความคิด พฤติกรรมการตอบสนองการติดต่อสื่อสารต่างกันคนที่มีวัยแตกต่างกันประสบการณ์ในเรื่องราวต่างๆ ก็จะแตกต่างกันออกไป เนื่องจากการสั่งสมประสบการณ์ตามเวลา นักจิตวิทยาด้านความสามารถในการวิเคราะห์เหตุและผล ยืนยันว่าวัยทำให้การสื่อสารของแต่ละบุคคลเปลี่ยนแปลงไปด้วย คนอายุมากส่วนใหญ่จะมีการเปิดรับข่าวสารประเภทหนักๆ มากกว่าคนที่มียุคก่อนข้างน้อย ที่จะรับสื่อเพื่อความบันเทิงเท่านั้น เป็นต้น

3. การศึกษา เป็นกระบวนการในการพัฒนาคุณภาพชีวิต เป็นเครื่องมือที่พัฒนาด้านความรู้ ทัศนคติรวมถึงพฤติกรรมการสื่อสารเพราะการศึกษาก่อให้เกิดการพัฒนาทางปัญญาของบุคคล การศึกษาที่ต่างกันมีผลอย่างมากต่อความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ รสนิยม ค่านิยมต่างๆ เช่น คนที่มีระดับการศึกษาสูงจะเป็นผู้รับสารที่ดี มีความรู้ที่หลากหลาย รวมถึงรับข่าวสารหลายช่องทางมากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาน้อย เป็นต้น

4. อาชีพ ความแตกต่างเรื่องอาชีพเป็นปัจจัยที่ทำให้ทักษะของการติดต่อสื่อสาร รวมถึงความต้องการและความสนใจข่าวสาร

5. รายได้ เป็นปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจที่เป็นตัวกำหนดความต้องการของแต่ละบุคคล ซึ่งมีความใกล้เคียงกับการศึกษาเพราะมีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างสูงผู้ที่มีรายได้สูงจะมี

การติดตามข่าวสารจากหลากหลายช่องทางและค่อนข้างเยอะกว่าผู้ที่มีรายได้ค่อนข้างน้อย (ประมะ สตะเวทิน อ่างใน พริยาภรณ์ สรรพศรี, 2553 และปัทมา ปรัญญาวุฒิรัตน์, 2550)

นอกจากนี้ยังมีการกล่าวเสริมถึงปัจจัยความต่างที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมือง โดยมีความแตกต่างกันอยู่บ้างในบางประเด็น ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านบุคคล เช่น ระดับการศึกษา เพศ อายุ รายได้ เชื้อชาติ ศาสนา ถิ่นที่อยู่อาศัย ปัจจัยด้านสถานการณ์ทางสังคม เช่น การเปิดรับข่าวสารทางการเมือง การติดต่อกับพรรคการเมือง โดยประกอบด้วยความแตกต่างดังนี้

1. เพศกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมือง ซึ่งในที่นี้เพศชายจะมีส่วนร่วมทางการเมืองมากกว่าเพศหญิงทั้งในต่างประเทศ และรวมถึงในประเทศไทยเพศชายก็มีส่วนร่วมทางการเมืองสูงกว่าเพศหญิงเช่นกัน

2. อายุกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมือง ซึ่งเมื่ออายุเพิ่มมากขึ้นพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองก็จะมากขึ้นด้วยเช่นกัน แต่เมื่ออยู่ในวัยสูงอายุพฤติกรรมดังกล่าวก็จะลดลง เช่น ประชาชนที่มีอายุ 30-60 ปี จะมีระดับการมีส่วนร่วมทางการเมืองมากกว่าประชาชนที่มีอายุต่ำกว่าและสูงกวานั้นนั่นเอง

3. อาชีพกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมือง ผู้ที่มีอาชีพในระดับสูงจะมีส่วนร่วมทางการเมืองมากกว่าผู้ที่มีอาชีพที่ต้องใช้แรงงาน ส่วนในประเทศไทยประชาชนที่มีอาชีพข้าราชการจะมีความสนใจและมีส่วนร่วมทางการเมืองระดับปานกลาง รองลงมาคืออาชีพเกษตรกร และส่วนใหญ่ผู้ว่างงานหรือประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไปจะมีส่วนร่วมทางการเมืองในระดับผู้ดูเท่านั้น

4. รายได้กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมือง บุคคลที่มีรายได้สูงจะมีแนวโน้มมีส่วนร่วมทางการเมืองที่สูงด้วยเช่นกัน ในแทบจะทุกประเภทและทุกระดับในการมีส่วนร่วมทางการเมือง (กมลวรรณ การมปราชญ์, 2550)

สรุปว่า การเปิดรับข่าวสารของแต่ละบุคคลรวมถึงการมีส่วนร่วมทางการเมืองต่างๆ นั้นขึ้นอยู่กับลักษณะประชากรของผู้รับข่าวสารด้วย มีผลต่อการตัดสินใจ ความคิดเห็นและทัศนคติต่างๆ เช่น เพศและความแตกต่างทางเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ เป็นต้น

## 4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้

### 4.1 ความหมายของการรับรู้

พจนานุกรม Webster's New Collegiate Dictionary (1974) อธิบายว่า การรับรู้ (Perception) หมายถึง การแสดงออกถึงความรู้ความเข้าใจตามความรู้สึกที่เกิดขึ้นในจิตใจของคน และยังมีผู้ให้ความหมายของ “การรับรู้” ไว้อีกหลายท่าน ดังเช่น การรับรู้เป็นกระบวนการเลือกรวบรวม และแปลผลหรือการตีความสารสนเทศ ซึ่งจัดเป็นสิ่งเร้าชนิดหนึ่ง ผ่านการรับสัมผัสของประสาททั้งห้า อันได้แก่ การเห็น การได้กลิ่น การรับรส การรับสัมผัสทางกายและการได้ยิน (Devito, 1978:120 อ้างถึงใน บุญมา สุทธิธรรม, 2547:6) การรับรู้เป็นส่วนกำหนดกรอบแนวคิดของมนุษย์ในการประเมินบุคคลและสิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบตัวและเป็นตัวกำหนดท่าทีและพฤติกรรม การแสดงออกต่อสิ่งต่างๆ ของมนุษย์ อาจกล่าวได้ว่า การรับรู้เป็นกระบวนการที่มนุษย์ใช้ในการเชื่อมโยง การให้ความหมายต่อสิ่งต่างๆ ในอดีตกับกระบวนการในการให้ความหมายต่อสิ่งต่างๆ ในปัจจุบัน และอนาคต

เรนาโต ทากิวรี (Renato Tagiuri อ้างถึงใน อุไรรัตน์ ทองคำชื่นวิวัฒน์, 2542) ได้เสนอความคิดเกี่ยวกับการรับรู้ระหว่างบุคคลไว้ว่า การรับรู้ของบุคคลจะเป็นไปตามธรรมชาติ ซึ่งมนุษย์เราทุกคนจำเป็นต้องรับรู้และทำความเข้าใจกับสิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบตัวเราอยู่ตลอดเวลา ซึ่งภายหลังจากการรับรู้และทำความเข้าใจต่อสิ่งนั้นแล้ว มนุษย์เราก็จะพยายามหาข้อสรุปเกี่ยวกับสิ่งเหล่านั้นด้วย

วอซท์ลาวิก เบฟวินและแจ๊คสัน (Watzlawick, Beavin and Jackson อ้างถึงใน อุไรรัตน์ ทองคำชื่นวิวัฒน์, 2542) ได้กล่าวว่า การรับรู้ของบุคคลนั้นจะเกี่ยวข้องกับประสบการณ์ของบุคคลที่มีอยู่ซึ่งประสบการณ์เหล่านั้นจะมีผลต่อการตีความเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ของบุคคล การรับรู้ระหว่างบุคคลแบ่งออกเป็น 2 ส่วนใหญ่ๆ คือ

1. เป็นการรับรู้โดยตรง (Direct Perspective) เป็นการรับรู้จากสิ่งที่ปรากฏอยู่ในขณะนั้น เช่น การเห็นเพื่อนยิ้ม หรือโบกมือเป็นการทักทาย

2. เป็นการรับรู้เชิงซ้อน (Meta Perspective) เป็นการรับรู้ตามความนึกคิดหรือตามจินตนาการที่ผู้รับรู้อาจคาดหวังและคิดเอาไว้เองเกี่ยวกับสิ่งที่รับรู้ นั้น เช่น เมื่อเราเดินผ่านคนรู้จักแล้วเขาเฉยๆ และสร้างการรับรู้เกี่ยวกับตัวเขาขึ้นว่าเขาเป็นคนไม่ดี ไม่น่าคบด้วย เป็นต้น

สุชา จันทน์เอม (2531) กล่าวว่า การรับรู้ เป็นการตีความหมายจากการได้สัมผัส (Sensation) ในการรับรู้ นั้น เราไม่เพียงแต่มองเห็นหรือได้ยินเท่านั้น แต่เราต้องรับรู้ได้ว่าสิ่งที่เรารับรู้นั้นคืออะไร เป็นกระบวนการที่มีระดับตั้งแต่ง่ายที่สุดถึงซับซ้อนที่สุด จนยากแก่การเข้าใจ

พัชนีและคณะ (2543) ได้กล่าวถึงการรับรู้ว่าเป็นกระบวนการทางจิตที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่ได้รับ เป็นกระบวนการเลือกรับสารและจัดสารเข้าด้วยกันและตีความหมายของสารที่ได้รับตามความเข้าใจ ความรู้สึกของตน โดยอาศัยประสบการณ์ ความเชื่อ ทักษะคิดและสิ่งแวดล้อมเป็นกรอบในการรับรู้ การรับรู้เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นโดยไม่รู้ตัวหรือตั้งใจ และมักเกิดตามประสบการณ์และการสั่งสมทางสังคม การรับรู้ที่แตกต่างกันเกิดจากอิทธิพล หรือตัวกรอง (Filter) บางอย่างได้แก่

1. แรงผลักดันหรือจูงใจ (motive)
2. ประสบการณ์เดิม (Past Experience)
3. กรอบอ้างอิง (Frame of Reference)
4. สภาพแวดล้อม (Environment)
5. สภาวะจิตใจและอารมณ์ (Emotion)

สรุปว่า การรับรู้เป็นกระบวนการเลือก รวบรวม และแปลผลหรือการตีความสารสนเทศ ซึ่งจัดเป็นสิ่งเร้าชนิดหนึ่ง ผ่านการรับสัมผัสของประสาททั้งห้า อันได้แก่ การเห็น การได้กลิ่น การรับรส การรับสัมผัสทางกายและการได้ยิน

#### 4.2 ประเภทของการรับรู้

ประเภทของการรับรู้ทางพฤติกรรมสามารถแบ่งออกได้ 2 ประเภท คือ

**4.2.1 การรับรู้วัตถุ (Object Perception)** เป็นการรับรู้สิ่งเร้าที่ไม่มีชีวิตเป็นส่วนใหญ่ เช่น ดิน หิน น้ำ ลม ไฟ ภาพต่างๆ รวมถึงต้นหมากรากไม้

**4.2.2 การรับรู้บุคคล (Person Perception)** เป็นการรับรู้องค์ประกอบส่วนบุคคล ทั้งของตนเองและผู้อื่น กลุ่มสังคมและกลุ่มวัฒนธรรม เหตุการณ์ ซึ่งอาจเป็นข้อมูลที่ชัดเจนหรือไม่ก็ได้จำแนกได้คือ

- 1) ด้านกายภาพ (Physical Dimension) เช่น รูปร่าง หน้าตา ฯลฯ
- 2) ด้านพฤติกรรมอันสื่อถึงลักษณะนิสัยของผู้แสดงออก (Behavioral Dimension Interaction) เช่น การติดต่อ พูดคุยซึ่งกันและกัน การแสดงออกที่มีต่อกัน เป็นต้น

สรุปว่า ประเภทของการรับรู้ทางพฤติกรรมสามารถแบ่งออกได้ 2 ประเภท คือ การรับรู้วัตถุ (Object Perception) การรับรู้บุคคล (Person Perception)

### 4.3 ความสำคัญของการรับรู้

การรับรู้ มีความสำคัญต่อการเรียนรู้ การรับรู้ทำให้เกิดการเรียนรู้ ถ้าไม่มีการรับรู้ การเรียนรู้ก็เกิดขึ้นไม่ได้ ในทำนองเดียวกันการเรียนรู้ก็มีผลต่อการรับรู้ครั้งใหม่ เนื่องจากความรู้ ความจำเดิมช่วยแปลความหมายให้ทราบว่าคืออะไร ดังภาพ กับสิ่งเร้านั้นๆ (sensory stimulation is interpreted-evaluated) นอกจากนั้นกระบวนการรับรู้ทั้ง 3 ขั้นตอน เกิดขึ้นฉับไวจนเสมือนหนึ่งว่าไม่สามารถแยกเป็นขั้นตอนที่ละขั้นตามเวลาที่เกิดขึ้นก่อนหลังได้อย่างชัดเจน (บุษบา สุธีธร, 2547: 7)

สรุปความหมายของการรับรู้คือ การสัมผัสที่มีความหมาย (Sensation) การรับรู้เป็นการแปลหรือตีความหมายแห่งการสัมผัสที่ได้รับออกเป็นสิ่งที่ได้รับออกเป็นสิ่งใดที่มีความหมายหรือรู้จักเข้าใจ ซึ่งในการแปลหรือตีความนี้เป็นอินทรีย์จะต้องใช้ประสบการณ์เดิม หรือความรู้เดิม หรือความชัดเจนที่เคยมีแต่หนหลัง จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้พบว่าแนวคิดนี้ให้ความสำคัญกับตัวผู้รับสารและมองว่าประชาชนจะมีการรับรู้เกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมืองหรือไม่อย่างไร ก็ขึ้นอยู่กับทางเลือกเปิดรับสื่อ การเลือกรับรู้หรือการเลือกตีความ และการเลือกจดจำตลอดจนการเลือกที่จะมีส่วนร่วมของประชาชนผู้รับสารเป็นสำคัญ

## 5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง

ในประเทศที่ปกครองด้วยระบอบประชาธิปไตย การสื่อสารทางการเมือง (Political Communication) มีบทบาทสำคัญในการช่วยให้เกิดความเห็นพ้องต้องกัน ช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างสภาพสังคมที่มีความแตกต่างกัน และสร้างค่านิยมและเป้าหมายร่วมกันให้เกิดขึ้นในสังคม การสื่อสารทางการเมืองจะทำหน้าที่ถ่ายทอดข่าวสารกลับไปกลับมาระหว่างองค์กรทางการเมือง ผู้ปกครองหรือผู้ใต้ปกครอง เพื่อให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในนโยบายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ส่วนรวม รวมทั้งยังคอยสอดส่องตรวจตราการบริหารงานของรัฐบาลด้วย แมคเนียร์ ไบรอัน (McNair Brian, 1995) ให้นิยามของการสื่อสารทางการเมืองไว้ว่า เป็นการสื่อสารที่มีวัตถุประสงค์เกี่ยวเนื่องกับเรื่องทางการเมือง โดยไม่จำกัดว่าจะเป็นการสื่อสารในรูปแบบใด อาจจะเป็นการใช้วจนภาษา อวจนภาษา หรือสัญลักษณ์ใดๆ ผ่านสื่อต่างๆ เช่น สื่อมวลชนหรือสื่อบุคคล เพื่อวัตถุประสงค์ทางการเมืองอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งสรุปคุณลักษณะของการสื่อสารทางการเมืองได้ ดังนี้

1. เป็นการสื่อสารในรูปแบบใดๆ ที่มีนักการเมืองหรือองค์กรทางการเมืองเป็นผู้ส่งสาร และมีบุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์กรใดๆ เช่น ประชาชนและสื่อมวลชนเป็นผู้รับสาร

2. เป็นการสื่อสารในรูปแบบใดๆ ที่มีนักการเมืองหรือองค์กรทางการเมืองเป็นผู้รับสาร โดยผู้ส่งสาร ได้แก่ บุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์กรใดๆ เช่น ประชาชนและสื่อมวลชน

3. เป็นการสื่อสารใดๆ ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับนักการเมือง หรือกิจกรรมทางการเมือง เช่น การรายงานข่าวและบทความ การสร้างความนิยม เป็นต้น การ์เบอร์ ดอริส เอ (Graber Doris A., 1990) ให้นิยามการสื่อสารการเมืองว่า การสื่อสารทางการเมือง หมายถึง การสร้าง ส่ง รับ วิเคราะห์ และให้ความหมาย “สาร” ซึ่งมีแนวโน้มที่จะมีผลกระทบทางการเมือง ไม่ว่าจะในทางตรงหรือทางอ้อม

อรรถพร กงวิไล (2547) สรุปว่า การที่บุคคล หรือองค์กรส่งหรือรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อ โดยมีการคาดหวังผลในทางการเมืองนั้น ถือว่าเป็นการสื่อสารทางการเมืองและการสื่อสารนั้นมีความสำคัญต่อการคงอยู่และความเป็นไปของระบบการเมือง

คาร์ล ดับบลิว ดัทเชส (Karl W. Deutsch, 1969 อ้างถึงใน อรรถพร กงวิไล, 2547) ได้เปรียบเทียบการสื่อสารทางการเมืองไว้ว่า เป็นเสมือนเส้นประสาทของระบบการเมือง ซึ่งมีเครือข่ายครอบคลุมเชื่อมโยงทุกๆ ส่วนของระบบการเมือง โดยบุคคลและองค์กรทั้งหมดในระบบจะถูกเชื่อมโยงกันเป็นวงจรด้วยการสื่อสาร ซึ่งสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกันเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two Way Communication) หรืออาจกล่าวได้ว่า การสื่อสารการเมืองเป็นกระบวนการที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการตัดสินใจและนโยบายต่างๆ ของรัฐบาลไปให้ประชาชนได้รับรู้ ในขณะที่เดียวกันก็เป็นกระบวนการในการนำข้อเรียกร้องหรือความต้องการของประชาชนไปให้รัฐบาลได้รับรู้เช่นกัน ทั้งนี้เพื่อให้รัฐบาลสามารถปรับเปลี่ยนนโยบายให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนและเป็นประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชนต่อไป

ลูเซียน ดับบลิว ไพท์ (Lucian W. Pye, 1963) นักวิชาการที่ให้ความสนใจในเรื่องการสื่อสารทางการเมือง เสนอความคิดเห็นว่า การสื่อสารเป็นสายใยที่ผูกพันมนุษย์เข้ามารวมกันเป็นสังคม โดยผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ดังนั้น การไหลเวียนข่าวสาร จึงเป็นตัวกำหนดทิศทางและเป็นตัวผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม Lucian Pye เห็นว่า ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1960 ถือเป็นยุคสมัยใหม่ที่เทคโนโลยีการสื่อสารได้รับการพัฒนาอย่างมาก ทำให้เกิดเป็นวัฒนธรรมโลก (World Culture) ในสังคมต่างๆ และทำให้เกิดพัฒนาการทางการเมือง ทั้งนี้ การพัฒนาการทางการเมืองนั้นเป็นกระบวนการจากสังคมดั้งเดิมผ่านขั้นตอนของการเปลี่ยนผ่าน (Transitional Stage) ไปสู่การเป็นสังคมสมัยใหม่ โดย Lucian Pye แบ่งการสื่อสารทางการเมืองในสังคมออกเป็น 3 ช่วง ได้แก่

1. สังคมแบบโบราณ กระบวนการสื่อสารจะอยู่รวมกับกระบวนการทางสังคมอื่นๆ ชนชั้นนำจะเป็นผู้กำหนดการไหลเวียนและเนื้อหาของข่าวสาร ทำให้การสื่อสารในช่วงนี้จะเอื้อประโยชน์ให้กับชนชั้นนำ

2. ช่วงการเปลี่ยนผ่าน การสื่อสารถูกมองได้ในสองด้าน ด้านหนึ่งมีการใช้เทคโนโลยี การสื่อสารสมัยใหม่ ซึ่งพบในใจกลางของสังคมที่มีความเป็นเมืองหรือมีความทันสมัย และอีกด้านหนึ่งเป็นการสื่อสารแบบซึ่งหน้า (Face to face Communication) ซึ่งพบได้ในชุมชนต่างๆ

3. สังคมสมัยใหม่ โดยเฉพาะสังคมประชาธิปไตย สื่อมวลชนมีความเป็นวิชาชีพมากขึ้น และเป็นองค์กรที่มีความเป็นอิสระ มีการควบคุมตนเองโดยหลักจรรยาบรรณในวิชาชีพ แต่สื่อมวลชนอาจจะมีการเชื่อมโยงกับสื่อบุคคล ซึ่งเป็นผู้นำทางความคิดเห็นที่มีอิทธิพลต่อประชาชน ในชุมชนต่างๆ ทำให้เกิดการไหลเวียนข้อมูลข่าวสารทางการเมืองระหว่างกันอัลมอนด์ และ โพลเวลล์ (Almond and Powell, 1980) แบ่งโครงสร้างของการสื่อสารทางการเมืองออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้

1. การสื่อสารแบบซึ่งหน้าอย่างไม่เป็นทางการ (Informal Face to face Contacts) เป็นการสื่อสารโดยผ่านตัวกลางที่เรียกว่า ผู้นำทางความคิดเห็น (Opinion Leader) โดยอาจเป็นผู้นำตามธรรมชาติ เช่น พระ ครู ผู้ที่มีการศึกษาสูง หรือเป็นผู้นำที่เป็นทางการ เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ผู้นำทางการเมืองมักเป็นผู้ที่มีความตื่นตัวทางการเมืองสูง และชอบเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากสื่อมวลชน จากนั้นจะนำข่าวสารส่งผ่านไปยังบุคคลอื่นๆ ในสังคม โดยใช้การสื่อสารแบบซึ่งหน้า ในระหว่างการส่งต่อข่าวสารนั้น ผู้นำทางความคิดเห็นอาจจะตีความข้อมูลข่าวสารหรือสอดแทรกความคิดเห็นส่วนตัวลงไปด้วย ซึ่งอาจทำให้ข้อมูลข่าวสารบิดเบือนไปจากความเป็นจริงได้

2. การสื่อสารในโครงสร้างสังคมแบบดั้งเดิม (Traditional Social Structure) เป็นการสื่อสารที่พบในประเทศกำลังพัฒนา โดยในสังคมแบบดั้งเดิมจะมีผู้นำชุมชน เช่น หัวหน้า ผู้อาวุโส ผู้นำทางศาสนา เป็นผู้มีบทบาทและอิทธิพลในการสื่อสาร ในฐานะที่เป็นผู้ริเริ่มและผู้ตีความข่าวสารทางการเมืองต่างๆ ผู้นำชุมชนเหล่านี้จึงเปรียบเสมือนตัวกลางที่อยู่ระหว่างผู้นำระดับชาติกับประชาชน ซึ่งผู้นำชุมชนเหล่านี้อาจเป็นผู้ส่งสารที่ทันสมัยหรือล่าหลัง ถูกต้องหรือบิดเบือนได้ และสิ่งเหล่านี้มีผลกระทบต่อสังคม

3. การสื่อสารในโครงสร้างปัจจัยนำเข้าของระบบการเมือง (Political Input Structure) เป็นการถ่ายทอดข้อเรียกร้องหรือความต้องการต่างๆ จากประชาชนถึงผู้ปกครองผ่านองค์กรทางการเมือง เช่น กลุ่มผลประโยชน์ หรือพรรคการเมือง ซึ่งการสื่อสารปัจจัยนำเข้านี้จะเกิดขึ้นได้จากประชาชนที่พร้อมจะเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมือง และเรียกร้องสิ่งที่ตนเองต้องการจากระบบการเมือง รวมทั้งองค์กรทางการเมืองที่เป็นตัวกลางนั้นจะต้องเป็นอิสระ เข้มแข็ง และมีระเบียบวินัย การเรียกร้องจึงจะสัมฤทธิ์ผล ในขณะเดียวกันผู้ปกครองก็อาจใช้องค์กรทางการเมืองเหล่านี้เป็นตัวกลางในการส่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายและกิจกรรมทางการเมืองของตนให้ประชาชนได้รับรู้ด้วย



4. การสื่อสารในโครงสร้างปัจจัยส่งออกของระบบการเมือง (Political Output Structure) เป็นการสื่อสารระหว่างผู้ปกครองกับประชาชน โดยการกระจายข้อมูลข่าวสารไปให้ทั่วถึงทั้งระบบ เพื่อให้ประชาชนได้รับรู้ความเคลื่อนไหวทางการเมืองตลอดเวลา ทั้งนี้มักเป็นการสื่อสารในลักษณะที่เป็นทางการ

5. สื่อมวลชน (Mass Media) เป็นสื่อที่สามารถส่งข้อมูลข่าวสารให้แก่ประชาชนได้เป็นจำนวนมากได้ และป้องกันการบิดเบือนข้อมูลข่าวสารที่เกิดจากการสื่อสารแบบซึ่งหน้าได้ สื่อมวลชนช่วยให้การติดต่อสื่อสารเป็นไปอย่างกว้างขวางและรวดเร็ว ผู้ปกครองส่วนใหญ่จึงใช้สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือในการกระตุ้นกลุ่มผลประโยชน์ให้เข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองอย่างที่ต้องการได้ หรือใช้สื่อมวลชนในการครอบงำเพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติของประชาชนให้เป็นไปตามที่ตนต้องการ ในด้านของประชาชนนั้นสื่อมวลชนช่วยให้ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง และมีความรู้ความเข้าใจในทางการเมืองมากขึ้น อีกทั้งประชาชนสามารถใช้สื่อมวลชนในการติดต่อกับผู้ปกครองหรือกลุ่มการเมืองอื่นๆ เพื่อโน้มน้าวให้เกิดความเปลี่ยนแปลงทางการเมืองในทิศทางที่ตนต้องการได้

สมควร กวียะ (2545) สรุปบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารในฐานะเครื่องมือทางการเมือง ดังนี้

1. การสื่อสารช่วยถ่ายทอดข่าวสารและความรู้ทางการเมือง โดยผ่านสื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อประเพณี หรือสื่อผสม

2. การสื่อสารทำหน้าที่กำหนดวาระข่าวสาร (Agenda Setting) เกี่ยวกับประเด็นปัญหาทางการเมืองที่ควรนำมาอภิปราย เนื่องจากผู้รับสารโดยทั่วไปมักจะให้ความสนใจกับเรื่องราวที่ตนชอบหรือประเด็นปัญหาที่ตื่นตัวในชีวิตประจำวัน สื่อมวลชนอาจเสนอเน้นประเด็นปัญหาใหม่ๆ เพื่อดึงดูดให้ประชาชนหันมาสนใจ ทั้งนี้ ยิ่งสื่อมวลชนให้น้ำหนักความสำคัญแก่เรื่องใดมากเท่าใด ประชาชนก็มักจะให้ความสำคัญแก่เรื่องนั้นมากขึ้นไปด้วย ดังนั้นผู้ดำเนินกิจกรรมทางการเมืองจึงอาจใช้สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือในการเน้นประเด็นปัญหาเข้าสู่เรื่องที่เป็นประโยชน์ต่อตนเอง และเป็นผลเสียต่อกลุ่มอื่นได้

3. การสื่อสารช่วยเผยแพร่และปลูกฝังความเชื่อทางการเมือง (Propagation and Cultivation of Political Beliefs) อาจกระทำโดยใช้การสื่อสารประเภทชักจูงใจ เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ หรือใช้การสื่อสารประเภทห้ามปรามหรือทำให้เกรงกลัว เช่น ในการณรงค์หาเสียงเลือกตั้งก็มักจะมีกรพูดให้เกรงกลัว เพื่อมิให้ไปลงคะแนนให้พรรคการเมืองอื่น เป็นต้น นอกจากนั้นการปลูกฝังความเชื่อทางการเมืองยังหมายความรวมถึง การปลูกฝังอุดมการณ์ทางการเมือง ซึ่งมักจะต้องอาศัยการสื่อสารในลักษณะที่เข้มข้น เพื่อสร้างเงื่อนไขให้ผู้รับสารหลบหนีหรือละเลยได้ เช่น การสื่อสาร

แบบรณรงค์ (Campaign) การระดมสรรพกำลังมวลชน (Mass Mobilization) และการศึกษามวลชน (Mass Education) เป็นต้น

4. การสื่อสารช่วยในการพัฒนาด้านการเมือง หมายถึง การให้ความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน รวมทั้งการโน้มน้าวให้เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการทางการเมืองต่างๆ เช่น การลงคะแนนเสียงเลือกตั้งผู้แทนราษฎร การสมัครเป็นผู้แทนราษฎรในองค์กรทางการเมืองระดับชาติหรือระดับท้องถิ่น เป็นต้น

แมกแนร์ ไบรอัน (McNair Brian, 1995) กล่าวถึงบทบาทของการรณรงค์ทางการเมืองว่ามี 2 ประการ คือ

1. บทบาทในการให้ข่าวสาร ในกระบวนการทางการเมืองจะต้องมีสิ่งที่เป็นเหตุเป็นผลอันมีฐานมาจากข่าวสารข้อมูล เพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้ลงคะแนนเสียง แหล่งของข้อมูลข่าวสารนับเป็นส่วนสำคัญ นอกเหนือจากการให้ความสนใจในเรื่องที่สื่อต่างๆ นำเสนอ

2. บทบาทในการชักจูงใจ การรณรงค์ทางการเมืองจะต้องมีบทบาทในการชักจูงใจ โดยทำให้สิ่งที่มีโครงสร้างหรือลักษณะเหมือนๆ กัน มีความหมายบางอย่าง หรือมีความเป็นเอกลักษณ์พิเศษในใจผู้บริโภค หรือผู้รับสารที่คาดหวังไว้ โดยทำให้การรณรงค์นั้นๆ มีความแตกต่างจากการรณรงค์อื่นๆ ซึ่งความแตกต่างนั้นต้องเป็นสิ่งที่เชื่อมโยงกับความปรารถนาของผู้รับสารด้วย

ทอมสัน (Thomson, 1991 อ้างถึงในอุปวัชร วัชรบุรุษ, 2548) แสดงความเห็นว่าการหาเสียงเลือกตั้งประกอบด้วย บทบาทของการหาเสียง และการกำหนดเนื้อหาสาระสำหรับการหาเสียงดังนี้

1. บทบาทของการหาเสียง เนื่องจากเป้าหมายของการหาเสียงรับเลือกตั้งคือ การแสวงหาการสนับสนุนในทางการเมืองจากผู้มีสิทธิลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

1.1 การสนับสนุนโดยกลุ่ม (Group support) การหาเสียงในลักษณะนี้จะเน้นการหาเสียงต่อกลุ่มเป้าหมายที่คาดว่าจะสนับสนุนพรรคการเมืองและนโยบายของพรรค ทั้งนี้เพราะมีแนวคิดและทฤษฎีความเชื่อพื้นฐานที่ว่าไม่มีความเป็นกลางทางการเมืองในกลุ่มบุคคลใด การนั่งเงียบของคนส่วนใหญ่ หรือ “พลังเงียบ” มิได้หมายความว่าคนเหล่านั้นจะมีความเป็นกลางทางการเมือง แต่เป็นเพราะกลุ่มคนเหล่านั้นไม่แสดงออกทางการเมืองมากกว่า การช่วงชิงคะแนนเสียงจากคนกลุ่มนี้ โดยโน้มน้าวให้ไปใช้สิทธิเลือกตั้ง จึงเป็นภารกิจที่สำคัญในการหาเสียง

1.2 การสนับสนุนโดยปัจเจกชน (Individual support) มีแนวคิดหรือความเชื่อพื้นฐานที่ว่าบุคคลแต่ละคนย่อมมีพรรคที่ตนเองชื่นชอบ และยอมสังกัดในพรรคการเมืองเหล่านั้น หรือมีการผูกพันักดีโดยพร้อมที่จะไปลงคะแนนเสียงให้กับพรรคที่ตนนิยม

## 2. การกำหนดเนื้อหาสาระสำหรับการหาเสียงมี 4 ประการ ดังนี้ คือ

- 2.1 การวางยุทธศาสตร์การหาเสียง เน้นในเรื่องประเด็นปัญหาหรือภาพจน์
  - 2.2 รูปแบบของการนำเสนอ เช่น การใช้วิธีการโจมตีคนอื่นที่เป็นคู่แข่ง หรือเน้นการกล่าวสนับสนุนตัวเอง
  - 2.3 เทคนิคในการผลิตสื่อโฆษณาหาเสียง เช่น การใช้เทคนิคพิเศษ การใช้ดนตรีประกอบสื่อ และการติดต่อที่เหมาะสม เป็นต้น
  - 2.4 สาระของเรื่อง เช่น การเน้นแกนเรื่องที่เป็นแนวของครอบครัว หรือการเน้นแบบแผนของการต่อสู้ชีวิต เป็นต้น
- ประมะ สตะเวทิน (2540) สรุปการทำหน้าที่ของสถาบันสื่อมวลชนในด้านการเมืองการปกครองไว้ดังนี้

1. ทำให้เกิดความสนใจ การเสนอข่าวสารเรื่องราวต่างๆ ทั้งนโยบาย ความคิดเห็น เป็นประจำสม่ำเสมอและต่อเนื่อง ย่อมทำให้ประชาชนได้รับข่าวสารด้านการเมืองการปกครองโดยอัตโนมัติและค่อยๆ สะสมจนเกิดเป็นความสนใจขึ้น

2. ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจ เนื่องจากเรื่องการเมืองการปกครองเป็นเรื่องที่ค่อนข้างสลับซับซ้อนและเข้าใจยากสำหรับคนทั่วไป การได้รับข่าวสารอยู่เป็นประจำจากสื่อมวลชนจะช่วยอธิบายเรื่องการเมืองและการปกครองซ้ำแล้วซ้ำเล่า ย่อมทำให้ประชาชนเกิดความรู้ความเข้าใจที่ละเอียดจนถึงขั้นใช้งานได้

3. ทำให้เกิดทัศนคติ การนำเสนอข่าวสาร ความคิดเห็น และข้อโต้แย้งทางการเมืองการปกครองของสื่อมวลชนจะสามารถช่วยปลูกฝังค่านิยม และทัศนคติต่างๆ ทางการเมืองให้แก่ประชาชนได้ เช่น สำนักทางการเมือง การมีส่วนร่วมทางการเมือง หน้าที่และความรับผิดชอบในฐานะที่เป็นพลเมือง เป็นต้น

4. ทำให้เกิดการปฏิบัติ เมื่อประชาชนเกิดความรู้ความเข้าใจ ยอมรับทัศนคติใหม่ สื่อมวลชนจะทำหน้าที่กระตุ้นให้ประชาชนลงมือปฏิบัติต่อไป ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการวิพากษ์วิจารณ์ การแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นทางการเมือง หรือนโยบายการปกครองของรัฐบาลและฝ่ายค้าน การออกเสียงเลือกตั้ง การสมัครรับเลือกตั้ง การเข้าเป็นสมาชิกของพรรคการเมือง การมีส่วนร่วมในการปกครองท้องถิ่น การแสดงสาธารณสมบัติ เป็นต้นรูปแบบในการสื่อสารเพื่อการรณรงค์หาเสียงทางการเมืองที่มีสาระสำคัญที่ต้องพิจารณาดังต่อไปนี้

1. แบบแผนการหาเสียงเลือกตั้ง เป็นสิ่งแรกที่รับเลือกตั้งจะต้องพิจารณา โดยเฉพาะในเรื่องการใช้ภาษา และความเข้าใจภาษาเพื่อให้เกิดความหมาย ภาพลักษณ์ และอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นความหมายในเชิงอวัจนะ เช่น รูปร่าง น้ำเสียง การเคลื่อนไหว การปรากฏตัว การแต่งกายและอื่นๆ

และวงจภาษา เช่น การกล่าวปราศรัย การประชุมแถลงข่าว การสัมภาษณ์ การโฆษณา แผ่นใบปลิว เป็นต้น

2. การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในการหาเสียงเลือกตั้ง กรอบความคิดนี้เชื่อว่าการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของสื่อมวลชน สามารถส่งผลกระทบต่อปัจเจกชนให้มีการเปลี่ยนแปลงความรู้ทัศนคติและพฤติกรรม โดยการสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นตัวตอกย้ำในการเปลี่ยนแปลง ดังกล่าวภายหลังการเผยแพร่จากสื่อมวลชนแล้วโรเจอร์ (Rogers, 1961 อ้างถึงในอุปวัชร วัชรบุรุษ, 2548) ได้กล่าวไว้ในหนังสือ “Diffusion of innovations” ยืนยันว่า สื่อมวลชนมีความสำคัญเพียงในแง่ของการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร แต่การสื่อสารระหว่างบุคคลจะเป็นตัวการในการตีความจากสื่อมวลชนและมีอิทธิพล จนถึงระดับการชักจูงใจให้ไปลงคะแนนเสียง

3. การใช้และความพึงพอใจในสื่อในการหาเสียงเลือกตั้ง แนวคิดนี้ยอมรับว่า แรงจูงใจเป็นตัวการในการเปิดรับสื่อ โดยแรงจูงใจเป็นผลที่เกิดขึ้นจากแรงกดดันจากบทบาททางสังคม สถานการณ์หรือบุคลิกภาพ ด้วยเหตุนี้ทำให้ผู้รับสารที่เปิดรับสื่อมีเหตุผลที่แตกต่างกันในการเปิดรับสื่อ ความพึงพอใจซึ่งผลักดันให้ผู้รับสารอยากเปิดรับข่าวสารทางการเมืองคือ เนื้อหาสาระภายในสื่อที่สามารถนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจในการใช้สิทธิเลือกตั้ง ข่าวสารที่นำเสนอสอดคล้องกับความต้องการรู้ถึงบรรยากาศทางการเมือง การตระหนักในการรับรู้เรื่องราวการเลือกตั้ง ความต้องการสนับสนุนพรรคการเมืองที่สังกัด หรือความต้องการในการมีส่วนร่วมทางการเมือง กล่าวโดยสรุปผู้รับสารเปิดรับสื่อหรือต้องการรับรู้ข่าวสารการเมืองเรื่องการเลือกตั้งด้วยเหตุผลนานาประการที่สนองต่อความต้องการเฉพาะของบุคคลผู้รับสาร

4. การกำหนดวาระสารในการหาเสียงเลือกตั้ง แนวคิดหรือทฤษฎีนี้เน้นอิทธิพลของสื่อสารมวลชนต่อระบบการเมือง การจัดวาระสารอยู่ที่การสร้างอิทธิพลเหนือกลุ่มผู้รับสาร บนการตอบสนองความต้องการทางด้านข้อมูลข่าวสารของผู้รับสาร ดังนั้น การที่สื่อมวลชนกำหนดวาระสารสำหรับการรณรงค์ทางการเมืองในแต่ละครั้ง จึงอาจมีอิทธิพลต่อทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับประเด็นทางการเมืองของผู้รับสาร

5. การปราศรัยหาเสียงต่อสาธารณชน เป็นการพูดเปิดเผยต่อสาธารณะ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการวางแผนในการพูดหน้าผู้คนจำนวนมาก ซึ่งอาจปราศรัยด้วยตนเองหรือควบคู่ไปกับการใช้ตัวแทน สิ่งที่ต้องคำนึงถึงคือ ใครคือกลุ่มเป้าหมาย และขอบเขตของสาระที่พูดเป็นอย่างไร เพื่อให้เกิดผลในการสร้างคะแนนนิยมและสร้างความพึงพอใจให้มากที่สุด

6. การโต้วาที เป็นการแสดงทัศนะทั้งในแง่ของการนำเสนอความคิดเห็นและคัดค้านเมื่อไม่เห็นด้วยกับความคิดเห็นนั้น โดยมีกรรมการหรือสักขีพยานเป็นผู้ควบคุมกติกาในการโต้วาที

หลักการโด้วาทิจึงประกอบด้วย การเผชิญหน้าของคู่โด้วาทิและต่อหน้าผู้ฟังที่เป็นสาธารณชน โดยให้เวลาทั้ง 2 ฝ่ายเท่าๆ กัน และให้ผู้ฟังเป็นผู้ตัดสินใจเอง

7. ช่วงเวลาในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง แบ่งออกเป็น 2 ช่วงคือ ในช่วงที่ยังไม่มีการเลือกตั้งเรียกว่า การวางแผนหาเสียงเลือกตั้ง นักการเมืองที่มีประสบการณ์และความชำนาญทางการเมือง จะต้องเตรียมการวางแผนหาเสียงล่วงหน้าอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา และในช่วงที่มีการเลือกตั้ง ช่วงดังกล่าวจะเป็นช่วงที่สำคัญ ถือเป็นช่วงปฏิบัติการตามแผนรณรงค์การเลือกตั้งตามที่ได้เตรียมไว้

8. การเข้าถึงตัวผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง หมายถึง การหาเสียงที่เรียกว่า “เคาะประตูบ้าน” ซึ่งจะกระทำในเขตชุมชน โดยการเข้าถึงตัวผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งนั้น นอกจากจะช่วยสร้างภาพพจน์แล้วยังสามารถสร้างความรู้สึกใกล้ชิดสนิทสนมให้เกิดขึ้นกับประชาชนได้

ดังนั้นการสื่อสารทางการเมือง จึงมีความเป็นสหวิชา (Interdisciplinary) เนื่องจากต้องผสมองค์ความรู้หลากหลายสาขาวิชาประกอบกัน เช่น รัฐศาสตร์ วารสารศาสตร์ นิเทศศาสตร์ จิตวิทยา สังคมวิทยา เป็นต้น ปัจจุบันการศึกษาวิชาการสื่อสารทางการเมืองมีความก้าวหน้าไปมาก โดยมีแง่มุมในการศึกษามากขึ้น เช่น การวิเคราะห์การสื่อสารของผู้นำทางการเมือง การวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของนักการเมืองที่ถูกสร้างจากสื่อมวลชน การศึกษากระบวนการวิเคราะห์และจัดการข่าวสารของประชาชน พฤติกรรมและแรงจูงใจในการสื่อสารทางการเมืองของประชาชนในสังคมต่างๆ

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2544) ถือว่า การสื่อสารทางการเมือง เป็นขอบข่ายวิชาหนึ่งของสาขาวิชาทางด้านวารสารศาสตร์ เนื่องด้วยการสื่อสารทางการเมือง เป็นการนำการสื่อสารไปวิเคราะห์ปรากฏการณ์ทางการเมือง เช่น การประชาสัมพันธ์ทางการเมืองและการหาเสียงเลือกตั้ง นอกจากนี้ การสื่อสารยังทำหน้าที่ทางการเมืองระหว่างผู้ปกครองกับประชาชนในสองลักษณะ ลักษณะแรกคือ การโฆษณาชวนเชื่อ ซึ่งเป็นความเคลื่อนไหวหรือกิจกรรมของผู้ปกครองในการผลักดันให้ประชาชนยอมรับแนวทาง ความเชื่อ อุดมการณ์ รวมทั้งตัวผู้นำ ลักษณะที่สองคือ สาธารณมติ ซึ่งเป็นการแสดงเจตจำนงของประชาชน เพื่อให้ผู้ปกครองทราบถึงความต้องการอันจะนำไปสู่การกำหนดนโยบาย หรือการแก้ไขปัญหาให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนต่อไป ทั้งนี้ การประยุกต์ใช้การสื่อสารในทางการเมืองที่ชัดเจนที่สุดคือ การรณรงค์ทางการเมือง ซึ่งเป็นความพยายามในการโน้มน้าวใจไม่ว่าด้วยการโฆษณาชวนเชื่อ หรือการรับฟังสาธารณมติ โดยมุ่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือพฤติกรรมทางการเมืองในเวลานั้น และได้กล่าวไว้ในงานวิจัยเรื่องการสื่อสารทางการเมืองว่า การศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการรณรงค์ทางการเมือง มีแนวทางศึกษาภายใต้ขอบเขตที่นิยมอยู่ 2 ลักษณะ ได้แก่

1. กระบวนการผลิตการรณรงค์ทางการเมือง (Campaign production) ซึ่งเป็นส่วนที่ศึกษาถึงงานสร้างสรรค์ของการโฆษณาการรณรงค์หาเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้งที่มุ่งผ่านการแพร่กระจายสาร โดยกระบวนการสื่อสารมวลชน

2. ผลกระทบของการรณรงค์ทางการเมืองที่มีต่อผู้รับสื่อ ในฐานะผู้มีสิทธิออกเสียง นิมโมแดน ดี และแซนเดอร์ส ไคท์ อาร์ (Nimmo Dan D. and Sanders Keith R., 1981) กล่าวถึงขอบข่ายของการวิจัยการสื่อสารทางการเมืองไว้ 7 กลุ่ม ได้แก่

1. การวิเคราะห์วาทศิลป์ (Rhetorical Analysis) เป็นการวิเคราะห์วาทศิลป์ของผู้นำหรือนักการเมืองในระดับต่างๆ เพื่อให้ได้ทราบถึงความคิด ความเชื่อ และอุดมการณ์ทางการเมืองของบุคคลเหล่านั้น รวมถึงการวิเคราะห์รูปแบบในการพูด การเขียน หรือการใช้เหตุผลด้วย

2. การวิเคราะห์การโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda Analysis) เป็นการวิเคราะห์แรงจูงใจของผู้กระทำการโฆษณาชวนเชื่อ เป็นการวิเคราะห์เนื้อหา การใช้ภาษา สัญลักษณ์ต่างๆ ในการโฆษณาชวนเชื่อ

3. การศึกษาการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Attitude Change Studies) เป็นแนวทางการศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เช่น ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร การใช้จุดแว่วอนที่ทำให้เกิดความกลัว (Fear arousing Appeals) การเรียบเรียงสาร บุคลิกภาพและความไวต่อการโน้มน้าวใจของผู้รับสาร การเป็นสมาชิกและการเข้าร่วมกลุ่ม บทบาทและการตัดสินใจทางสังคม เป็นต้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปลี่ยนแปลงทัศนคติทางการเมืองอันเป็นผลมาจากการรณรงค์ทางการเมืองผ่านสื่อต่าง ๆ

4. การศึกษาการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง (The Voting Studies) เป็นการวิจัยเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารกับการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

5. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรัฐบาลกับสื่อมวลชน (Government and the News Media) เป็นแนวทางการศึกษาที่เกิดขึ้นพร้อมๆ กับบทบาทของสื่อมวลชนในสังคม

6. การวิเคราะห์หน้าที่และระบบ (Functional and Systems Analysis) เป็นการวิเคราะห์การทำหน้าที่หลักๆ ของระบบการเมือง พิจารณาการทำหน้าที่ของโครงสร้างทางสังคมในระบบการเมืองต่างๆ ตลอดจนการทำหน้าที่ของการสื่อสารในระบบการเมือง

7. การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี (Technological Changes) ศึกษาผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่มีต่อการสื่อสารทางการเมืองใน 2 ด้านคือ ด้านเทคโนโลยีของสื่อและด้านเทคนิคการรณรงค์

จอห์น สตัน แอนน์ (Johnston Anne, 1990) ทบทวนงานวิจัยทางการสื่อสารทางการเมืองในทศวรรษ 1980 และแบ่งขอบข่ายการวิจัยการสื่อสารการเมืองออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. การสื่อสารการเลือกตั้ง (Election Communication) เป็นการสื่อสารในทุกรูปแบบเกี่ยวกับการเลือกตั้ง ทั้งนี้ประเด็นที่สนใจศึกษามักเป็นเรื่องอิทธิพลของสื่อในการหาเสียงเลือกตั้ง
2. การสื่อสารทางการเมืองกับข่าวทางสื่อมวลชน (Political Communication and News) เป็นการศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างข่าวกับการเมือง เพื่อศึกษาว่าความเป็นจริงทางการเมืองถูกสร้างผ่านข่าวทางสื่อมวลชนอย่างไร
3. วาทศิลป์ทางการเมือง (Political Rhetoric) เป็นการศึกษาว่าความเป็นจริงทางการเมืองถูกสร้างขึ้นจากวาทศิลป์ทางการเมืองอย่างไร เช่น การวิเคราะห์สุนทรพจน์ของประธานาธิบดี การใช้ภาษาทางการเมือง ตลอดจนการศึกษากฎิกริยาของบุคคลที่มีต่อภาษาหรือวาทศิลป์นั้น
4. ทักษะคติ พฤติกรรม และข่าวสารทางการเมือง (Political Attitudes Behavior and Information) เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการเมืองกับทัศนคติ พฤติกรรม และข่าวสารทางการเมือง โดยศึกษาการใช้การเปิดรับ และการฟังฟังสื่อ การกล่อมเกล่าและการมีส่วนร่วมทางการเมือง เป็นต้น

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารทางการเมือง สรุปได้ว่า กระบวนการสื่อสารมีบทบาทและหน้าที่สำคัญต่อการถ่ายทอดและสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเมือง ตลอดจนช่วยสร้างความนิยมในตัวบุคคลและองค์กรทางการเมือง แต่การไปสูเป้าหมายในการประสบความสำเร็จทางการเมืองนั้น นักการเมืองต้องรู้จักใช้รูปแบบการสื่อสารทางการเมืองได้อย่างเหมาะสมกับสถานการณ์ ซึ่งได้แก่ รูปแบบการสื่อสารทางเดียวคือ การสื่อสารผ่านสื่อประเภทต่างๆ เช่น การใช้ป้ายประกาศ โปสเตอร์ แผ่นพับ ใบปลิว สื่อมวลชนท้องถิ่น เป็นต้น

รูปแบบการสื่อสารสองทาง คือ การสนทนา การพบปะประชาชนในชุมชน การเปิดช่องทางสื่อสารอื่นๆ เพื่อเผยแพร่ข่าวสารและรับเรื่องราวหรือความคิดเห็นจากชุมชน รูปแบบการสื่อสารสองจังหวะคือ การสื่อสารโดยใช้ตัวแทน เช่น การใช้หัวคะแนน ญาติพี่น้อง และแกนนำต่างๆ เป็นต้น และรูปแบบการสื่อสารแบบรณรงค์คือ รูปแบบการสื่อสารในเชิงกิจกรรมอื่นๆ เช่น การใช้สื่อมวลชนท้องถิ่น การตั้งเวทีปราศรัยหาเสียง การมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน เป็นต้น

นอกจากนี้ การสื่อสารทางการเมืองเกี่ยวข้องกับการใช้สื่อประเภทต่างๆ ทั้งสื่อมวลชน สื่อมวลชนและสื่ออื่นๆ เพื่อเป็นเครื่องมือให้การแสดงบทบาทดังกล่าวสมบูรณ์และบรรลุเป้าหมายทางการเมือง ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้วพบว่า ผู้ที่ใช้สื่อในฐานะผู้ส่งสารของกระบวนการสื่อสารทางการเมืองนั้นมีความสัมพันธ์กับ “ผู้นำ” อย่างไรก็ดี ดังเช่น แนวคิดของ Lucian W. Pye, Almond and Powell และนักวิชาการอื่นๆ ที่เห็นว่า “ผู้นำ” ซึ่งถือเป็น “สื่อบุคคล” มีความสำคัญยิ่งในฐานะ “ผู้ส่งสาร” ของกระบวนการสื่อสารทางการเมือง เนื่องจาก “ผู้นำ” ตั้งแต่ระดับชุมชนไปจนถึงระดับประเทศ และระดับโลก มักจะเป็นผู้กำหนดรูปแบบการสื่อสารทางการเมืองทั้งสิ้น

จากความหมายข้างต้น สรุปว่า “กระบวนการและรูปแบบสื่อสารทางการเมืองขององค์กรปกครองท้องถิ่น: ศึกษาเปรียบเทียบองค์กรปกครองท้องถิ่นในพื้นที่เขตอำเภอเมืองและพื้นที่ชายแดน” จึงได้ใช้แนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวเป็นแนวทางในการศึกษากลยุทธ์การสื่อสารทางการเมืองของกลุ่มตัวอย่างที่เป็น “ผู้นำองค์กร” และเกี่ยวข้องกับการเมืองในระดับท้องถิ่นในฐานะที่เป็นผู้ส่งสารและเป็นผู้กำหนดรูปแบบการสื่อสารทางการเมือง

## 6. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสามารถทางการสื่อสาร

ไฮม์ (Hymes อ้างถึงใน Bostrom, N., 1984) นิยามว่า ความสามารถของบุคคลที่ประกอบไปด้วยความรู้ (Knowledge) และความสามารถในการใช้ความรู้ (Ability for use) โดยเขาสนใจตัวแปรเรื่องสังคม วัฒนธรรมที่ส่งผลต่อความรู้ทางภาษาของผู้พูด และตั้งข้อสังเกตว่า ความสามารถในการใช้ความรู้เป็นสิ่งที่เห็นได้ยาก ดังนั้น การที่จะบอกว่ามีความสามารถทางการสื่อสารหรือไม่ จำเป็นต้องแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ (Relation) ของทั้งส่วนที่เป็นความรู้และการใช้รู้นั้นด้วยสถานการณ์ที่มีการกระตุ้นให้เกิดการใช้รู้นั้นออกมา ไวน์แมนและแบคคูลด์ (Wiemann & Backlund อ้างถึงใน Cooley, E.&Roach, A., 1984) ให้ความหมายของ “ความสามารถทางการสื่อสาร” ว่าเป็นความสามารถในการสร้างปฏิสัมพันธ์ (Interact) ระหว่างการเลือกที่จะแสดงพฤติกรรมทางการสื่อสารที่เหมาะสมในแต่ละสถานการณ์ เพื่อให้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์ของแต่ละบุคคล รัตน์ และคณะ (Larson and others อ้างถึงใน Bostrom, N., 1984) ได้ให้นิยาม “ความสามารถทางการสื่อสาร” ว่าเป็น ความสามารถในการแสดงความรู้ทางด้านสังคมในการสื่อสารได้อย่างเหมาะสมในสถานการณ์ต่างๆ เทรนโฮล์ม และ เจนเซ่น (Trenholm & Jensen, 2000 อ้างถึงใน อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ, 2548) ได้เสนอความหมายของการสื่อสารว่าเป็น ความสามารถในการสื่อสารกับบุคคลต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับสังคม แสดงถึงนัยยะ 2 ระดับคือ ความสามารถในระดับของการกระทำหรือพฤติกรรมการสื่อสารที่แสดงออกมา (Performative Competence) และระดับลึกลงไปคือ ความสามารถในการรู้ว่า ต้องสื่อสารออกไปอย่างไรจึงจะเหมาะสม (Process Competence) ซึ่งหมายถึง การรู้ว่าการกระทำใดจำเป็นต้องใช้ความรู้เรื่องใดในการสื่อสารให้ออกมาอย่างเหมาะสม รุทฟัส และเกรย์ (Roothfuss & Gray, 1990 อ้างถึงในสุเทพ เดชะชีพ, 2547) อธิบายว่า ความสามารถทางการสื่อสารเป็นความเหมาะสมของพฤติกรรมการสื่อสาร ซึ่งถูกปฏิบัติโดยผู้ที่มีส่วนร่วมในปฏิสัมพันธ์นั้นๆ บอสตรัม (Bostrom, 1984) จึงได้รวบรวมความหมายจากทัศนะต่างๆ แล้วสรุปความว่า “ความสามารถทางการสื่อสาร” หมายถึง การรู้จักใช้รูปแบบการสื่อสารให้เหมาะสมกับสถานการณ์และความรู้นั้น (Knowledge + How to use Knowledge) หรือ



ความสามารถในการนำสมรรถนะทางกาย จิตใจ และความรู้ทางสังคมวัฒนธรรมมาประสานเข้าด้วยกันอย่างสอดคล้อง ซึ่งเรียกทั้งสองส่วนนั้นว่า การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ (Strategic Communication) และทักษะทางการสื่อสาร (Tactic Communication Skill) บอสตรัม อธิบายแผนภาพข้างต้นว่า การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ (Strategic Communication) คือ ความรู้เกี่ยวกับการใช้รูปแบบและวิธีการสื่อสารในสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่งได้อย่างเหมาะสม ได้แก่ การเข้าใจกฎเกณฑ์ สัญลักษณ์ ความหมายต่างๆ ที่สมาชิกในสังคมกำหนดขึ้น หมายความว่า ผู้ทำการสื่อสารต้องเข้าใจว่าควรติดต่ออะไรกับใคร เวลาไหน ด้วยวิธีการอะไรจึงจะเหมาะสม รวมทั้งความสามารถในการพิจารณาความแตกต่างของบุคคลในเชิงความคิดด้วย เช่น การเข้าใจสถานการณ์ และเข้าใจบุคคลอื่น ความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับคนในวัฒนธรรมที่ต่างกัน ทั้งนี้ต้องอาศัยองค์ประกอบที่สำคัญคือ การเข้าใจพื้นฐานลักษณะทางวัฒนธรรมของสังคมทักษะในการสื่อสาร (Tactic Communication Skill) คือทักษะในการนำความรู้เกี่ยวกับรูปแบบและวิธีการสื่อสารไปใช้ให้บรรลุเป้าหมาย ได้แก่ ทักษะในการให้คำแนะนำ รับฟังคำแนะนำ ทักษะในการฟัง ทักษะในการแก้ปัญหา ทักษะในการตัดสินใจ ทักษะการ โน้มน้ำใจ เป็นต้น นอกจากนี้ยังอาจรวมถึง ความสามารถเชิงทักษะในการสื่อสาร ที่เรียกว่า เทคนิคอ่านใจ (Mind Reading Technique) ซึ่งอาจจะไม่สื่อกันด้วยคำพูดตรงไปตรงมา แต่คาดหวังให้คู่ปฏิสัมพันธ์รู้ความต้องการของอีกฝ่ายหนึ่ง จึงไม่ได้เป็นเพียงทักษะในการสื่อสารที่สามารถใช้ในการปฏิบัติงานทั่วไป แต่อาจเรียกได้ว่าเป็นทักษะเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญ เพราะมีส่วนช่วยเสริมสร้างความประทับใจให้กับคู่สนทนาอีกฝ่ายหนึ่งด้วย แมคครอสกี (McCroskey, 1982 อ้างถึงในอมรรัตน์ ทิพย์เลิศ, 2548) กล่าวว่า “คนที่รู้ว่าสถานการณ์ไหนต้องสื่อสารอย่างไรจึงจะเหมาะสมต่างหากที่เป็นผู้ที่มีความสามารถทางการสื่อสาร” ซึ่งนอกจากต้องวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมสื่อสารที่เหมาะสมในแต่ละสถานการณ์แล้ว ยังสามารถพิจารณาเพิ่มเติมได้จากบุคลิกลักษณะของนักสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ

โรเซนฟีลด์ และเบอร์โก (Rosenfeld & Berko, 1990) ได้ระบุคุณลักษณะของบุคคลที่มีความสามารถทางการสื่อสารไว้ 6 ประการ ได้แก่

1. เป็นคนที่ทำการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม
2. เป็นคนที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสาร
3. เป็นคนที่สามารถประยุกต์ (Adaptable) ได้
4. เป็นคนที่กล้าทำทายกับปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการสื่อสาร
5. ต้องเข้าใจว่า ความสามารถทางการสื่อสารเป็นเรื่องของแต่ละบุคคลที่มีระดับของความสามารถแตกต่างกัน
6. เป็นคนมีมนุษยธรรม

จากความหมายข้างต้น สรุปว่า ความสามารถทางการสื่อสารของแต่ละคนนั้นหมายถึง คนที่รู้ว่าสถานการณ์ไหนต้องสื่อสารอย่างไรจึงจะเหมาะสมต่างหากที่เป็นผู้ที่มีความสามารถทางการสื่อสาร ซึ่งนอกจากต้องวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมกรรมการสื่อสารที่เหมาะสมในแต่ละสถานการณ์แล้ว ยังสามารถพิจารณาเพิ่มเติมได้จากบุคลิกลักษณะของนักสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ

## 7. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเรียนรู้กลุ่มพฤติกรรมนิยม(Behaviorism)

มาลินี จุโทประมา (2554: 69-80) ได้กล่าวถึงทฤษฎีการเรียนรู้กลุ่มพฤติกรรมนิยมไว้ว่า กลุ่มทฤษฎีการเรียนรู้ที่ว่าด้วยเรื่องการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมภายนอกหรือกลุ่มพฤติกรรมนิยม (Behaviorism) มีดังนี้ 1. ทฤษฎีการวางเงื่อนไขแบบคลาสสิก (Classical Conditioning) ทฤษฎีการวางเงื่อนไขแบบคลาสสิก หรือการตอบสนองที่ถูกกระตุ้น โดยสิ่งเร้าที่ปรากฏชัดเจนในสถานการณ์การเรียนรู้ นักจิตวิทยาที่สำคัญในทฤษฎีการวางเงื่อนไขแบบคลาสสิกของพาฟลอฟ (Pavlov) เป็นผู้ริเริ่มศึกษาเกี่ยวกับการเรียนรู้

### หลักการเรียนรู้

หลักการเรียนรู้ทฤษฎีของพาฟลอฟเชื่อว่าสิ่งเร้า (Stimulus) ที่เป็นกลางเกิดขึ้นพร้อมๆ กับสิ่งเร้าที่ทำให้เกิดกิริยาสะท้อนอย่างหนึ่งหลายๆ ครั้ง สิ่งเร้าที่เป็นกลางจะทำให้เกิดกิริยาสะท้อนอย่างนั้นด้วย การเรียนรู้ของสิ่งมีชีวิตเกิดจากการวางเงื่อนไข (Conditioning) กล่าวคือ การตอบสนองหรือการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นต่อสิ่งเร้านั้นๆ ต้องมีเงื่อนไขหรือมีการสร้างสถานการณ์ให้เกิดขึ้นที่เป็นผลของการเรียนรู้ (กมลรัตน์ หล้าสุวรรณ. 2550)

สิ่งเร้าที่เป็นกลางจะทำให้เกิดกิริยาสะท้อนอย่างนั้นด้วยการเรียนรู้ของสิ่งมีชีวิตเกิดจากการวางเงื่อนไข หรือมีการสร้างสถานการณ์ให้เกิดขึ้นซึ่งในธรรมชาติ หรือในชีวิตประจำวัน จะไม่ตอบสนองเช่นนั้นเลย เช่น เมื่อสุนัขได้ยินเสียงกระดิ่ง ตามปกติแล้วน้ำลายจะไม่ไหล แต่หลังจากวางเงื่อนไขแล้วน้ำลายจะไหล เสียงกระดิ่งจึงเป็นสิ่งที่เร้าที่ต้องการให้เกิดการเรียนรู้จากการวางเงื่อนไข

### การทดลองของพาฟลอฟ

พาฟลอฟ ทดลองกับสุนัข โดยผูกสุนัขที่กำลังหิวไว้ในห้องทดลอง เขามาดัดข้างแก้มสุนัขตรงต่อน้ำลาย แล้วต่อสายยางเพื่อให้น้ำลายสายยางสู่เครื่องวัด เขาทำการทดลองโดยการสั้นกระดิ่งแล้วเอาผงเนื้อใส่ปากสุนัข ทำซ้ำๆ กันหลายๆ ครั้ง ตามปกติสุนัขจะหลั่งน้ำลายเมื่อมีผงเนื้อในปาก แต่เมื่อนำผงเนื้อมากับกระดิ่งเพียงไม่กี่ครั้ง เสียงกระดิ่งเพียงอย่างเดียวก็ทำให้น้ำลายไหลได้แสดงว่าสุนัขเกิดการเรียนรู้แล้ว (ชัยพร วิชชาวุธ. 2545) เดิมทีสุนัขไม่ได้หลั่งน้ำลายเมื่อได้ยิน

เสียงกระดิ่ง แต่เมื่อนำเสียงกระดิ่ง ไปคู่กับผงเนื้อ สุนัขก็หลั่งน้ำลายเมื่อได้ยินเสียงกระดิ่ง โดยไม่มีผงเนื้อ

สรุปผลการทดลองของพาฟลอฟ พบว่า การวางเงื่อนไขแบบคลาสสิก ควรเริ่มจากการเสนอสิ่งเร้าที่วางเงื่อนไขก่อน แล้วจึงเสนอสิ่งเร้าที่ไม่วางเงื่อนไข ช่วงเวลาในการให้สิ่งเร้าที่วางเงื่อนไข และไม่วางเงื่อนไขที่แตกต่างกัน ทำให้เกิดการตอบสนองที่แตกต่างกัน ถ้ามีการวางเงื่อนไขซ้อนกันมากครั้งหมายถึงการให้สิ่งเร้าที่วางเงื่อนไขหลายๆสิ่ง การตอบสนองก็จะมีกำลังอ่อนลงมากยิ่งขึ้น

กระบวนการที่สำคัญ 3 ประการ อันเป็นผลจากการเรียนรู้แบบวางเงื่อนไข คือ

1. การแผ่ขยาย คือ ความสามารถของอินทรีย์ที่จะตอบสนองในลักษณะเดิมต่อสิ่งเร้าที่มีความคล้ายคลึงกันได้
2. การจำแนก คือ ความสามารถของอินทรีย์ในการที่จะจำแนกความแตกต่างของสิ่งเร้าได้
3. การลบพฤติกรรม (Extinction) เป็นการงดสิ่งเสริมแรงจนในที่สุดพฤติกรรมที่เคยปรากฏจะไม่ปรากฏอีก กล่าวคือ ถ้าผู้ทดลองดำเนินการไปเรื่อยๆในขั้นสุดท้าย ถ้าผู้ทดลองให้เสียงกระดิ่ง (CS) โดยไม่ให้ผงเนื้อ (UCS) ตามมาจะทำให้ปฏิกิริยาน้ำลายไหล (CR) ลดลงเรื่อยๆ จนในที่สุดจะไม่เกิดการตอบสนองเลย

สรุปหลักการวางเงื่อนไขของพาฟลอฟได้ดังนี้

1. การลบพฤติกรรมชั่วคราว คือ การที่พฤติกรรมตอบสนองลดน้อยลงอันเป็นผลเนื่องจากการที่ไม่ได้รับสิ่งเร้าที่ไม่ได้ถูกวางเงื่อนไข ความเข้มข้นของการตอบสนองจะลดน้อยลงเรื่อยๆ ถ้าให้ร่างกายได้รับสิ่งเร้าที่วางเงื่อนไขอย่างเดียวหรือความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งเร้าที่วางเงื่อนไขกับสิ่งเร้าที่ไม่วางเงื่อนไขห่างกันออกไปมากขึ้น การลบพฤติกรรมมิใช่การลืม เป็นเพียงการลดลงเรื่อยๆซึ่งในที่นี้ก็คือรางวัลหรือสิ่งที่ต้องการ การฟื้นตัวของการตอบสนองที่วางเงื่อนไขหลังจากเกิดการลบพฤติกรรมชั่วคราวแล้ว สักระยะหนึ่งพฤติกรรมที่ถูกลบเงื่อนไขแล้วอาจฟื้นตัวเกิดขึ้นมาอีกได้รับการกระตุ้นโดยสิ่งเร้าที่วางเงื่อนไข
2. การฟื้นคืนสภาพการตอบสนองจากการวางเงื่อนไข หมายถึง การตอบสนองที่เกิดจากการวางเงื่อนไข (CS) ที่ลดลง เพราะได้รับสิ่งเร้าที่วางเงื่อนไข (CS) เพียงอย่างเดียวจะกลับปรากฏขึ้นอีกและเพิ่มมากขึ้นๆ ถ้าผู้เรียนมีการเรียนรู้อย่างแท้จริง เช่น การที่สุนัขน้ำลายไหลอีกได้เมื่อได้ยินเสียงกระดิ่งเพียงอย่างเดียว โดยไม่ต้องมีผงเนื้อมาเข้าคู่กับเสียงกระดิ่ง
3. การสรุปความเหมือน ถ้าร่างกายมีการเรียนรู้โดยการแสดงอาการตอบสนองจากการวางเงื่อนไขต่อสิ่งเร้าที่วางเงื่อนไขหนึ่งแล้ว ถ้ามีสิ่งเร้าอื่นที่มีคุณสมบัติคล้ายคลึงกับสิ่งเร้าที่วางเงื่อนไขเดิม ร่างกายจะตอบสนองเหมือนกับสิ่งเร้าที่วางเงื่อนไขนั้น เป็นลักษณะที่ผู้เรียนไม่สามารถ

จะจำแนกสิ่งที่เรียนรู้ได้ เนื่องจากสิ่งที่เรียนรู้นั้นมีลักษณะคล้ายกับกับสิ่งเร้าที่เคยวางเงื่อนไขไว้ เช่น ถ้าสุนัขมีอาหารน้ำลายไหลจากการสั่นกระดิ่งแล้ว เมื่อสุนัขนั้นได้ยินเสียงระฆัง หรือเสียงฉาบ จะมีอาหารน้ำลายไหลทันที

4. การจำแนกความแตกต่าง ถ้าร่างกายมีการเรียนรู้โดยแสดงอาการ ตอบสนองจากการวางเงื่อนไขต่อสิ่งเร้าที่วางเงื่อนไขเดิม ร่างกายจะตอบสนองแตกต่างไปจากสิ่งเร้าที่วางเงื่อนไขนั้น เป็นลักษณะที่ผู้เรียนสามารถจำแนกสิ่งที่แตกต่างกันได้ เช่น ถ้าสุนัขมีอาหารน้ำลายไหลจากเสียงกระดิ่งแล้ว เมื่อได้ยินเสียงแตร หรือเสียงประทัด จะไม่มีอาหารน้ำลายไหล

จากการศึกษาทฤษฎีการวางเงื่อนไขแบบคลาสสิกของพาฟลอฟ อาจกล่าวสรุปได้ว่าการเรียนรู้ของสิ่งมีชีวิตในมุมมองของพาฟลอฟ คือการวางเงื่อนไขแบบคลาสสิก ซึ่งหมายถึงการใช้สิ่งเร้า 2 สิ่งคู่กัน คือสิ่งเร้าที่วางเงื่อนไขและสิ่งเร้าที่ไม่ได้วางเงื่อนไขเพื่อเกิดการเรียนรู้ คือการตอบสนองที่เกิดจากการวางเงื่อนไข ซึ่งถ้าสิ่งมีชีวิตเกิดการเรียนรู้จริงแล้วจะมีการตอบสนองต่อสิ่งเร้า 2 สิ่งในลักษณะเดียวกันแล้วไม่ว่าจะตัดสิ่งเร้าชนิดใดชนิดหนึ่งออกไป การตอบสนองก็ยังคงเป็นเช่นเดิมเพราะผู้เรียนสามารถเชื่อมโยงระหว่างสิ่งเร้าที่วางเงื่อนไขกับสิ่งเร้าที่ไม่วางเงื่อนไขกับการตอบสนองได้

## 8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พรณ์พิเชฐ แห่งหน (2557) ศึกษาวิจัยเรื่องกระบวนการในการหาเสียงของนักการเมืองท้องถิ่น โดยศึกษาในรูปแบบห้วคะแนนและรูปแบบสภากาแฟ เปรียบเทียบการหาเสียงแบบเข้าถึงประชาชนโดยตรง ผลการวิจัยพบว่า สำหรับการเมืองท้องถิ่นระดับล่าง (องค์การบริหารส่วนตำบลและเทศบาล) ในจังหวัดชุมพร การหาเสียงแบบเข้าถึงประชาชนโดยตรงเป็นวิธีการที่ดีที่สุดมีจุดแข็งที่สามารถทำความเข้าใจและพบปะเชื่อมโยงประชาชนได้โดยตรง มีโอกาสได้นำเสนอนโยบายและแสดงออกถึงภาวะผู้นำ ส่งผลให้ประชาชนมีโอกาสพิจารณาผู้สมัครอย่างใกล้ชิดและฝากปัญหาข้อเค็ดรื้อนต่างๆ ไปกับผู้สมัครรับเลือกตั้ง ซึ่งระบบนี้เป็นระบบที่มีจุดอ่อนน้อยที่สุดแต่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งของประชาชนเป็นอย่างมาก ทำให้มีโอกาสประสบความสำเร็จทางการเมืองสูง เหมาะสมกับพื้นที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ไม่กว้างมากนัก

จุฑาทพล เมตตาสัตย์ (2556) ศึกษาวิจัยเรื่องกลยุทธ์การสื่อสารทางการเมืองของนายชววิทย์ กมลวิศิษฐ์ ศึกษากรณีการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรเมื่อวันที่ 3 กรกฎาคม 2554 ผลการวิจัยพบว่าสิ่งที่ทำให้นายชววิทย์ กมลวิศิษฐ์ ประสบความสำเร็จในการรณรงค์หาเสียง

เลือกตั้งครั้งนี้คือการกำหนดยุทธศาสตร์ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ผลการวิจัยพบว่านายชูวิทย์ กมลวิศิษฎ์ ได้ใช้แนวคิดการตลาดทางการเมืองด้วยการจำแนกส่วนแบ่งตลาดของผู้เลือกตั้งและการนำหลักการตลาด 4Ps มาปรับใช้ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ซึ่งนายชูวิทย์ให้ความสำคัญกับ Product ด้วยการนำเสนอตัวเองเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างจากผู้สมัครรายอื่นด้วยการกำหนดบทบาทของตนเองเป็นผู้สมัครที่มีบทบาทเสนอตัวเป็นฝ่ายค้านในฐานะเป็นผู้ตรวจสอบ ทำให้เกิดความแตกต่างอย่างชัดเจนจากผู้สมัครอื่นๆ ซึ่งเป็นประเด็นที่ทำให้นายชูวิทย์ประสบความสำเร็จในการเลือกตั้ง ส่วนการใช้การตลาดแบบดึงดู (Pull Marketing) นายชูวิทย์ได้ใช้มากกว่าการตลาดแบบผลักดัน (Push Marketing) ในการหาเสียงเนื่องจากข้อจำกัดทางเวลาในการหาเสียงและเป็นเพราะนายชูวิทย์เป็นผู้ที่เข้าใจพฤติกรรมของสื่อและมียุทธศาสตร์ในการดึงดูให้สื่อสนใจอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้นายชูวิทย์ไม่ได้ให้ความสำคัญกับการทำโพล (Poll) เลย นอกจากนี้นายชูวิทย์ยังได้ใช้แนวคิดการกำหนดวาระของสื่อมาเป็นส่วนสำคัญในการสื่อสารทางการเมือง เนื่องจากนายชูวิทย์ไม่ได้มีคุณสมบัติเหนือกว่าคู่แข่งคนสำคัญแต่อย่างใด นายชูวิทย์จึงใช้การหาเสียงตามแนวคิดการกำหนดวาระของสื่อผ่านสื่ออยู่ตลอดเวลา โดยไม่เน้นการเปิดเวทีปราศรัยและได้วางตำแหน่งทางการเมืองและสร้างภาพลักษณ์ของตนเองไว้เป็นผู้ตรวจสอบ จึงทำให้นายชูวิทย์ประสบความสำเร็จในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งครั้งนี้

นิรัตน์ เพชรรัตน์ (2555) ทำการศึกษาวิจัยเรื่องกลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดอุบลราชธานี : ศึกษากรณีการเลือกตั้งปี พ.ศ. 2555 พบว่าปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้อยู่ในตำแหน่งสามารถชนะผู้ท้าชิงในการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด มีปัจจัยดังนี้ 1. การใช้การตลาดทางการเมืองที่ครบถ้วนทุกกระบวนการในการเลือกตั้งอย่างสมบูรณ์แตกต่างกับผู้ท้าชิงที่ไม่สามารถนำการตลาดทางการเมืองมาใช้ได้อย่างครบถ้วน 2. ผู้อยู่ในตำแหน่งใช้ระบบอุปถัมภ์ครอบคลุมทุกกลุ่มเลือกตั้งประกอบกับการได้รับการสนับสนุนจากนักการเมืองทั้งระดับชาติและท้องถิ่นอย่างเข้มข้น ขณะที่ผู้ท้าชิงมีระบบอุปถัมภ์เบาบางมากเพราะไม่สามารถให้คณาให้โทยกลุ่มต่างๆ ได้เท่ากับผู้อยู่ในตำแหน่ง 3. ประสบการณ์ของผู้อยู่ในตำแหน่ง 2 สมัยติดต่อกันและทีมงานที่มีประสบการณ์ทั้งด้านงานบริหารบริษัทและท้องถิ่นทำให้ได้รับการยอมรับจากประชาชนขณะที่ผู้ท้าชิงซึ่งไม่มีประสบการณ์ด้านบริหารมาก่อนทำให้เสียเปรียบทางการเมือง และ 4. ปัจจัยด้านการเงินที่ใช้ในการหาเสียงที่ไม่ส่งผลกระทบต่อผู้อยู่ในตำแหน่งเท่าไรหรือนักแต่กลับส่งผลกระทบต่อผู้ท้าชิงเป็นอย่างมากเนื่องจากฐานะทางเศรษฐกิจไม่ค่อยดี

ดวงแก้ว เรียรสวัสดิ์กิจ (2555) ศึกษาวิจัยเรื่องการประชาสัมพันธ์พรรคการเมืองกรณีศึกษาการระชาสัมพันธ์พรรคชาติพัฒนาในการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ปี 2544 ผลการวิจัยพบว่าการประชาสัมพันธ์ ของพรรคชาติพัฒนาในการหาเสียงเลือกตั้งครั้งนี้พรรคชาติพัฒนา

ได้จ้างบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ มาช่วยในการประชาสัมพันธ์พรรคชาติพัฒนาและยังคงรักษาลักษณะงานทางด้านประชาสัมพันธ์แบบเดิมอยู่ โดยการประชาสัมพันธ์จะกระทำผ่านสื่อต่างๆ ดังนี้ 1. สื่อมวลชน พรรคชาติพัฒนาเลือกสื่อมวลชนในการประชาสัมพันธ์เนื่องจากสื่อชนิดนี้มีความครอบคลุมและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้หลายกลุ่ม โดยพรรคชาติพัฒนาได้แบ่งการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ตามแนวคิดในการวางแผน คือ สื่อเพื่อนำเสนอภาพลักษณ์โดยรวมของพรรค ครอบคลุม โดยมีทั้งโทรทัศน์ วิทยุและหนังสือพิมพ์ ซึ่งการนำเสนอในส่วนแรกนี้เพื่อให้คนได้รู้จักพรรคมากที่สุดจึงเป็นส่วนที่ต้องอาศัยสื่อที่มีความดังดูสูง ทางพรรคจึงได้เลือกใช้สื่อโทรทัศน์จึงทำให้ได้ประสิทธิผลเป็นอย่างมาก ในส่วนที่สอง พรรคได้ใช้สื่อสิ่งพิมพ์เป็นเครื่องมือในการสื่อสารซึ่งพรรคชาติพัฒนาถือว่าการใช้เครื่องมือชนิดนี้เป็นหัวใจหลักของการประชาสัมพันธ์ของพรรคครั้งนี้โดยมีการใช้ทั้งสื่อ Billboard โปสเตอร์ แผ่นพับและการ์ดพกพาโดยเนื้อหาที่สื่อสารมีลักษณะแตกต่างกับพรรคอื่น โดยพรรคเน้นสื่อสารถึงเนื้อหาของการทำงานร่วมกันเป็นทีม ระยะเวลาสาม คือการสื่อสารเพื่อให้เลือกพรรคชาติพัฒนาซึ่งเป็นระยะสุดท้ายในการประชาสัมพันธ์เพื่อหาเสียงลักษณะของป้ายที่สื่อสารออกไปเป็นการสื่อสารผ่านแผ่นป้ายออกมาในรูปแบบของการสนับสนุนให้เลือกนายกร ทวีวงศ์ หัวหน้าพรรคชาติพัฒนาเป็นนายกรัฐมนตรี นอกจากนี้ทางพรรคยังได้ ใช้สื่อสิ่งพิมพ์ประเภท Poster และ Billboard เพื่อประชาสัมพันธ์เนื้อหาเดียวกัน โดยใช้เวลาการติดตั้งอย่างรวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์ นอกจากวิธีการที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว ทางพรรคยังได้เลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์อื่นๆ อีก เช่น สื่อรณรงค์หาเสียง สื่อบุคคลและสื่อพิเศษอื่นๆ ซึ่งเป็นสื่อที่มีความสำคัญและเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมในการประชาสัมพันธ์ทางการเมืองมาเป็นเวลานาน

พิศาล พันธุเสนีย์ (2553) ศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์ในการหาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครนายกเทศมนตรีนครเชียงใหม่ ในการเลือกตั้งวันที่ 2 ตุลาคม 2552 ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์ที่ใช้หาเสียงเลือกตั้งทั้งในระดับชาติลงมาถึงระดับท้องถิ่นล้วนต้องใช้กลยุทธ์ ต่างๆ เพื่อให้ได้คะแนนแก่ตนเองมากที่สุด โดยกลยุทธ์ต่างๆ ที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งนำมาใช้หาเสียงประกอบด้วยกลยุทธ์ต่างๆ ดังนี้ 1. กลยุทธ์การใช้ป้ายหาเสียง 2. กลยุทธ์การสื่อสารด้วยคำขวัญ 3. กลยุทธ์นโยบายหาเสียง 4. กลยุทธ์การใช้ห้วคะแนน 5. กลยุทธ์เดินหาเสียงแสดงตน 6. กลยุทธ์การปราศรัย 7. กลยุทธ์การไต่เวที 8. กลยุทธ์การอยู่ร่วมกับประชาชน 9. กลยุทธ์การใช้สติ๊กเกอร์หาเสียง 10. กลยุทธ์รณรงค์โฆษณาประกอบเพลงหาเสียง 11. กลยุทธ์สื่อแดงเพื่อไทย 12. กลยุทธ์ชื่อเสียงวงศ์ตระกูล ซึ่งการเลือกตั้งนายกเทศมนตรีนครเชียงใหม่ วันที่ 4 ตุลาคม 2552 ที่ผ่านมาผู้สมัครทั้ง 10 รายได้นำกลยุทธ์ดังกล่าวมาใช้ในการหาเสียงเลือกตั้ง แต่ผู้สมัครหมายเลข 2 นายทัศนัย บูรณุปกรณ์ ได้คะแนนสูงสุดชนะการเลือกตั้งทั้งห่างคู่แข่งด้วยคะแนนมากกว่าเกือบเท่าตัว ซึ่งผลคะแนนที่ออกมาทำให้

ผู้สมัครรับเลือกตั้งหมายเลข 2 ได้รับความไว้วางใจจากประชาชนเป็นจำนวนมากกว่าคู่แข่งนั้นคือ การใช้กลยุทธ์ที่แตกต่างจากผู้สมัครทั้ง 9 ราย คือกลยุทธ์การใช้ชื่อเสียงวงศ์ตระกูลและกลยุทธ์สื่อ แดงสังกัดพรรคการเมือง ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญส่งผลให้คะแนนนิยมสำหรับหมายเลข 2 ได้รับความเห็นชอบมากที่สุด ซึ่งการใช้กลยุทธ์สื่อแดงของผู้สมัครหมายเลข 2 นั้นเป็นการแฝงไปด้วยการ สังกัดฝ่ายหรือสังกัดพรรคการเมืองอย่างมีนัยยะทางการเมือง (ตามประกาศคณะกรรมการเลือกตั้ง ห้ามไม่ให้ผู้สมัครรับเลือกตั้งสมาชิกสภาท้องถิ่นหรือผู้บริหารท้องถิ่นนำชื่อพรรค หรือ เครื่องหมาย พรรคการเมือง ภาพบุคคลที่เป็นสมาชิก มาใช้ในการโฆษณาหาเสียงเลือกตั้งสมาชิกสภาท้องถิ่น) การใช้กลยุทธ์สื่อแดง นับเป็นกลยุทธ์ที่ชาญฉลาดของผู้สมัครหมายเลข 2 ที่ดึงเอากระแสรักทักษิณ และความเห็นท้องถิ่นนิยมมาผสมอย่างถูกที่ ถูกเวลา เพราะเห็นว่าชาวเชียงใหม่ส่วนใหญ่รักทักษิณ รักสื่อแดง โดยไม่ได้แสดงถึงเครื่องหมายของพรรคไทยรักไทยหรือภาพบุคคลที่เป็นสมาชิกหรือผู้ ดำรงตำแหน่งของพรรคการเมืองตามที่คณะกรรมการเลือกตั้งกำหนดไว้และด้วยกลยุทธ์สื่อแดง ปลุกกระแสการต่อสู้ของคนเชียงใหม่ที่รักทักษิณ ในลักษณะที่ว่าถ้าเลือกหมายเลข 2 ก็เหมือนกับ เลือกคนสื่อแดงที่รักทักษิณ ที่เป็นการจูงใจให้ช่วยกันสร้างฐานการเมืองของเชียงใหม่เข้มแข็ง กลมเกลียว เพื่อสร้างโอกาสให้อดีตนายกรัฐมนตรีทักษิณ ชินวัตร ได้กลับมาและด้วยความสัมพันธ์ ทางเครือญาติระหว่างผู้สมัครหมายเลข 2 กับนายปกรณ์ บูรณุปกรณ์ ที่มีผลงานในการเมืองระดับ ท้องถิ่นอย่างมากภายในอดีตทำให้ผู้สมัครรับเลือกตั้งหมายเลข 2 ได้รับความเห็นชอบเสียงจากประชาชน ชาวเชียงใหม่อย่างล้นหลาม สรุปได้ว่า จุดสนใจจากกลยุทธ์ที่ทำให้ผู้สมัครหมายเลข 2 ได้รับความ เลือกตั้ง คือ กลยุทธ์สื่อแดงสังกัดพรรคเพื่อไทย ส่วนเส้นทางการเมืองทั้งในระดับท้องถิ่นและใน ระดับชาติ ยังคงดำเนินต่อไปตามเส้นทางของประชาธิปไตยโดยอำนาจที่แท้จริงเป็นของประชาชน

อภิวัฒน์ พรหมขาม (2553) ได้วิจัยศึกษาเปรียบเทียบกลยุทธ์การหาเสียงเลือกตั้งใน องค์การบริหารส่วนตำบลปางมะผ้า จังหวัดแม่ฮ่องสอน ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์ที่ใช้ในการ รณรงค์หาเสียงเลือกตั้งที่ใช้และประสบความสำเร็จในการหาเสียงเลือกตั้งครั้งนี้คือ กลยุทธ์และ วิธีการหาเสียงทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ โดยผู้สมัครทุกคนมีรูปแบบการหาเสียงที่ แบบเป็นทางการที่เหมือนกัน ทั้งวิธีการติดป้ายโฆษณา การลงพื้นที่พบประชาชน การใช้รถ ประชาสัมพันธ์พร้อมติดป้ายผู้สมัครด้วยภาษาถึง 3 ภาษาด้วยกัน คือ ภาษาไทยกลาง ภาษาไทยใหญ่ ภาษาลาหู่ (มุเซอ) และการนำเสนอนโยบายที่คล้ายๆ กัน ทั้งนี้ด้วยความแตกต่างทางด้านเผ่าพันธุ์ใน พื้นที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งทั้งสองคนได้กำหนดให้ทีมบริหารที่เป็นตัวแทนของแต่ละชนเผ่ามาร่วม ทีมงานบริหารกับตนซึ่งพบว่าคนที่เป็นตัวแทนของกลุ่มชนเผ่าต่างๆ มาร่วมในทีมบริหารนั้น สามารถช่วยเพิ่มคะแนนเสียงให้แก่ทีมของผู้สมัครได้แต่อย่างไรก็ตามความเป็นชนเผ่าพันธุ์นั้นก็ ไม่สามารถที่จะสร้างความเป็นชาตินิยมให้ผู้สมัครนั้นได้รับการเลือกตั้ง เนื่องจากพื้นที่ดังกล่าว

ความแตกแยกของชนเผ่าทำให้เกิดการเปลี่ยนกลุ่มเป็นลักษณะของการมีผลประโยชน์มากกว่าชาติพันธุ์ สิ่งที่ผู้วิจัยค้นพบว่ามีผลต่อการได้รับการเลือกตั้งอย่างยืงนั้นคือประเด็นเรื่องของการซื้อเสียง ซึ่งการเลือกตั้งครั้งนี้ไม่ปรากฏหลักฐานชัดเจนว่าผู้สมัครคนใดนั้นได้ทำการซื้อเสียงบ้าง แต่เป็นข้อมูลที่ได้รับว่าการเลือกตั้งนั้นทั้งระดับท้องถิ่นและระดับประเทศนั้นมีการซื้อเสียงทุกคนและทุกครั้งที่ด้วย ซึ่งการเลือกตั้งครั้งนี้จะเห็นได้ ว่ามีการใช้ ค่าใช้ จ่ายในการหาเสียงเลือกตั้งที่มากเกินไปที่คณะกรรมการเลือกตั้งกำหนดโดยการเพิ่มในส่วนของคุณค่าใช้จ่ายส่วนเกินจากที่ทีมงานและการซื้อเสียง นอกจากนี้ในส่วนของคุณค่าสัมพันธระหว่างผู้เลือกตั้งและผู้สมัครรับเลือกตั้งรวมถึงความชื่นชอบในตัวผู้สมัครรับเลือกตั้งก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการหาเสียงเลือกตั้งครั้งนี้ด้วย

ภาคินี พองขำ (2553) ศึกษาวิจัยเรื่องการสื่อสารทางการเมือง : กรณีการหาเสียงเลือกตั้งซ่อมสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร เขต 3 จังหวัดสกลนคร วันที่ 21 มิถุนายน 2552 ผลการศึกษาค้นคว้า พบว่า ในการวางแผนเกี่ยวกับการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งซ่อมสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของทีมงานพรรคภูมิใจไทย ได้วางแผนการรณรงค์ให้ผู้รับผิดชอบออกเป็น 4 กลุ่ม โดยกลุ่มที่ 1 มีหน้าที่จัดหาและเตรียมข้อมูลในพื้นที่เฉพาะให้กับตัวผู้สมัครรับเลือกตั้ง กลุ่มที่ 2 มีหน้าที่จัดเตรียมกำหนดการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งให้กับผู้สมัครรับเลือกตั้ง เช่น วัน เวลา สถานที่ที่ผู้สมัครจะเข้าร่วมกิจกรรม ฟังการปราศรัยหาเสียง กลุ่มที่ 3 มีหน้าที่จัดเตรียมสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยกำหนดแผนงานการประชาสัมพันธ์กับรูปแบบของสื่อที่จะใช้รณรงค์ และกลุ่มที่ 4 มีหน้าที่ติดตามผล เช่น ผลสะท้อนกลับในระหว่างการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครและคู่แข่ง รวมถึงความนิยมในตัวผู้สมัครรับเลือกตั้ง เป็นต้น ทั้งนี้ผลการวิจัยสรุปว่าปัจจัยความสำเร็จในการสื่อสารหาเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้ง คือ บุคลิก ภาษา โดยสื่อความหมายให้ผู้รับเข้าใจประเด็นที่น่าเสนอ การเน้นเสียงสูง เสียงต่ำ เสียงเบาที่สร้างความเป็นกันเองให้กับผู้ฟัง

นันทนา นันทวโรภาส (2552) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การสื่อสารทางการเมือง : ศึกษากรณีการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งทั่วไปของพรรคไทยรักไทย ผลการวิจัยพบว่า การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรเมื่อวันที่ 6 มกราคม พ.ศ. 2544 พรรคไทยรักไทยได้นำแนวคิดการตลาดทางการเมืองมาใช้ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งอย่างครบถ้วนตามแนวคิด โดยพรรคไทยรักไทยได้ใช้กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาดแบบ 4Ps หรือ Marketing Mix 4Ps มาปรับใช้กับการรณรงค์หาเสียง ได้แก่ 1. Product ว่าด้วยการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นนโยบายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีสิทธิเลือกตั้งได้อย่างแม่นยำ 2. Push marketing และ 3. Pull Marketing ที่มีการใช้กลยุทธ์ทั้งสองอย่างผสมผสานกลมกลืนกันและส่งเสริมซึ่งกันและกันผ่านการสื่อสารของพรรคไทยรักไทยและ 4. Poll ด้วยการทำโพลสำรวจคะแนนความนิยมของพรรคอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา นอกจากนี้พรรคไทยรักไทยยังได้มีการจำแนกส่วนแบ่งทางการตลาดของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ด้วยการใช้เกณฑ์ทางประชากรศาสตร์



และภูมิศาสตร์ มีการวางตำแหน่งทางการเมืองของพรรคที่ไม่ซ้ำกับพรรคการเมืองอื่น เพื่อเป็นตัวเลือกใหม่ให้กับประชาชนพร้อมทั้งได้กำหนดภาพลักษณ์ให้หัวหน้าพรรคให้มีภาพลักษณ์ที่เป็นผู้ที่มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้ เป็นคนรุ่นใหม่ที่มีแนวคิดกว้างไกล ซึ่งกลยุทธ์ทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้น ล้วนเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่ทางพรรคไทยรักไทยได้นำมาปรับใช้กับการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งครั้งนี้จนเกิดผลสำเร็จนอกจากนี้ผลวิจัยยังพบอีกว่า พรรคไทยรักไทยเป็นพรรคการเมืองที่ใช้กลยุทธ์การเมืองนำกลยุทธ์การสื่อสาร ซึ่งเป็นกลยุทธ์สำคัญที่สนับสนุนการนำกลยุทธ์การตลาดทางการเมืองมาใช้ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง จนเกิดผลสำเร็จในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง โดยอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในพื้นที่กรุงเทพฯ ที่เกิดผลสำเร็จอย่างยิ่งเนื่องจากนโยบายที่ตอบสนองชนชั้นกลาง ในเมืองและผลสำเร็จจากนโยบายที่ทำให้ประเทศก้าวพ้นจากวิกฤตเศรษฐกิจ แต่ในพื้นที่ภาคใต้เกิดความพ่ายแพ้ ของพรรคไทยรักไทยเนื่องจากความผูกพันภักดีของคนภาคใต้ ต่อพรรคประชาธิปัตย์และการเข้าไม่ถึงของวัฒนธรรมทางการเมืองของภาคใต้

กาญจนา แสณสาลา (2552) ได้ศึกษากลวิธีการหาเสียงเลือกตั้งของผู้ชนะการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ในการเลือกตั้งทั่วไป พ.ศ. 2550 : กรณีศึกษาผู้ชนะการเลือกตั้งในจังหวัดเลย ผลการวิจัยพบว่า ผู้สมัครรับเลือกตั้งที่ชนะการเลือกตั้ง มีกลวิธีการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ดังนี้

1. การหาเสียงแบบเป็นทางการ ได้แก่ การโฆษณาหาเสียงด้วยการติดป้ายโฆษณาโปสเตอร์ แจกจ่ายแผ่นพับ ใบปลิว แนะนำตัวเอง โดยการเน้นชื่อ หมายเลข ผลงานของตนเองและเครือข่ายที่เคยเป็น ส.ส. มาก่อน นำเสนอ นโยบายพรรค สร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับตนเอง ใช้รถแห่หาเสียงทุกวันก่อนการเลือกตั้ง 1 เดือน จัดเวทีปราศรัยหาเสียงครอบคลุมพื้นที่เลือกตั้ง เน้นผลงานเดิมของตนเองและเครือข่าย นำเสนอ นโยบายพรรคที่เคยประสบความสำเร็จ ใช้วิธีเคาะประตูบ้านเพื่อพบปะประชาชนให้ ครบทุกหลังคาเรือน ประชาสัมพันธ์นโยบายผ่านวิทยุท้องถิ่นและ
2. กลวิธีการหาเสียงแบบไม่เป็นทางการ ได้แก่ การให้บริการ ช่วยเหลือ อุปถัมภ์ การอำนวยความสะดวกให้กับประชาชนก่อนการประกาศให้มีการเลือกตั้ง มีการจัดระบบเครือข่ายห้วคะแนนในพื้นที่และห้วคะแนนในพื้นที่ใช้กลวิธีต่างๆ เพื่อตัดคะแนนฝ่ายตรงข้ามรวมทั้งการใช้กลวิธีการด้านการเงิน

พนิดา เกษมมงคล (2551) ศึกษาวิจัยการหาเสียงเลือกตั้ง : ศึกษาเฉพาะกรณีการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในจังหวัดฉะเชิงเทรา เขตเลือกตั้งที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในจังหวัดฉะเชิงเทรา เขตเลือกตั้งที่ 1 คือการเกิดพฤติกรรมการเมืองเบงเบน ซึ่งเกิดขึ้นในการเลือกตั้งทุกครั้งและทุกเขตเลือกตั้งในประเทศไทยที่มีลักษณะคล้ายๆ กัน คือ ในการเลือกตั้งทั่วไปหรือเลือกตั้งซ่อมสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรแต่ละครั้งนั้น ปรากฏว่ามีผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นจำนวนไม่น้อยที่มีพฤติกรรมการเมืองเลือกตั้งที่เบงเบน โดยเฉพาะพฤติกรรมการเงินซื้อคะแนนเสียงเลือกตั้งจากประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งด้วยกลวิธีต่างๆ

เช่น การจ่ายเงินหรือแจกสิ่งของ ให้กับประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งเพื่อให้ลงคะแนนเสียงให้แก่ตน โดยมีขอบ ซึ่งการใช้จ่ายเงินของผู้ สัมภาษณ์ระหว่างการหาเสียงนั้นมีจำนวนมหาศาล แต่ที่มากยิ่งขึ้นคือการจ่ายเงินทองของนักการเมืองเพื่อหล่อเลี้ยงระบบอุปถัมภ์ ซึ่งจะคอยช่วยเหลือ เกื้อกูลชาวบ้านและท้องถิ่นในช่วงก่อนและหลังเลือกตั้ง เพราะสิ่งนี้ชี้ขาดว่าใครจะสามารถชนะการเลือกตั้งได้ในการแข่งขันทางการเมืองได้มากกว่าสิ่งอื่น



## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลคงชน จังหวัดสกลนคร ครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีการศึกษาดังต่อไปนี้

1. แบบการวิจัย
2. ผู้ให้ข้อมูลหลัก
3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. แบบการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นวิจัยเพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารพร้อมทั้งแนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลคงชน จังหวัดสกลนคร โดยการศึกษาครั้งนี้เพื่อทำความเข้าใจถึงกลยุทธ์การสื่อสาร ในทางการเมืองของว่าที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลคงชน จังหวัดสกลนคร ซึ่งผู้วิจัยต้องการเข้าใจถึงรูปแบบสื่อสารเพื่อการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครรับเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลคงชน จังหวัดสกลนคร ของว่าที่ผู้สมัครนั้นมีวิธีการอย่างไร ทั้งกลยุทธ์ที่เปิดเผยต่อที่สาธารณะและไม่เปิดเผยต่อสาธารณะ ตลอดจนต้องการทำความเข้าใจอย่างถ่องแท้ถึงวิธีการที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งครั้งนี้ แสดงออกต่อประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งอย่างไรเพื่อให้ ได้รับการสนับสนุนจากผู้มีสิทธิเลือกตั้งและสาเหตุถึงการที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งไม่ได้รับการเลือกตั้งนั้น เนื่องจากสาเหตุใดนอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้ให้ความสำคัญกับบริบทแวดล้อมที่ส่งผลต่อการเลือกตั้ง ได้แก่ บริบททางการเมือง ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกใช้การวิจัยเชิงคุณภาพเป็นเครื่องมือในการศึกษาทางด้านแนวทางการศึกษา ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยที่ออกแบบมาเพื่อสามารถเข้าถึงแก่นแท้ของปรากฏการณ์ที่ศึกษาและกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด โดยการหาข้อมูลทั้งด้านความรู้และข้อเท็จจริงที่มีอยู่ทั้งที่เปิดเผยและเป็นความลับของกระบวนการสื่อสารและแนวทางการพัฒนาการสื่อสาร

เพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร ดังนั้นวิธีการได้มาซึ่งคำตอบของการวิจัยนั้นจะต้องเป็นวิธีการที่สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลได้อย่างรอบด้าน เพียงพอและไม่มีอคติใดๆ ทั้งสิ้นในการค้นหาข้อมูล เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลสำหรับยืนยันคำตอบที่ได้มาว่าเป็นข้อมูลที่เป็นความจริงสามารถเชื่อถือได้และสามารถตรวจสอบความถูกต้องได้ตลอดเวลา

## 2. ผู้ให้ข้อมูลหลัก

เนื่องจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษารูปแบบการสื่อสารทางการเมืองที่สามารถสร้างความนิยมในตัวผู้สมัครรับเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร ผู้วิจัยจึงได้ใช้หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกบุคคลที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลแบบปฐมภูมิ (Primary Data) ถือเป็นแหล่งข้อมูลหลักสำหรับการศึกษานี้ คือ ผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นการเลือกแบบเจาะจง ซึ่งมีผู้ให้ข้อมูลหลักที่ร่วมกันวางแผนและดำเนินการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมโดยตรงรวม จำนวน 22 คน 1) ว่าที่ผู้สมัคร 1 คน 2) ทีมปฏิบัติการสื่อสาร 10 คน ที่ปรึกษาในการสื่อสาร 1 คน 3) ผู้นำชุมชน 10 คน ดังนี้

1. ว่าที่ผู้สมัคร นายบัวไล วงศ์เครือสอน
2. ทีมปฏิบัติการสื่อสาร 10 คน ที่ปรึกษาการสื่อสาร 1 คน
  1. นายทองอินทร์ นามชิราษ
  2. นายคำช่อง จันทาสี
  3. นางพิสมัย ไชยวังราช
  4. นางลำดวน หล้าชาญ
  5. นายณรงค์ อ่อนโสภา
  6. นายดำรง ศรีบุญเรือง
  7. นายสุริยา โคตรวงศ์
  8. นายไพศาล วงศ์ศรีลา
  9. นายประดิษฐ์ เขื่อนควบ
  10. นายฐิน เมามิจันทร์
  11. นายวิเชียร หล้าชาญ ที่ปรึกษาในการสื่อสาร

### 3. ผู้นำชุมชน 10 คน

- |                              |                                     |
|------------------------------|-------------------------------------|
| 1. นายศิริพงศ์ วิพรมหา       | ผู้ใหญ่บ้านเหล่ามะแงว หมู่ 1        |
| 2. นางราศรี วรอิทธินันท์     | ผู้ใหญ่บ้านดงชน หมู่ 2              |
| 3. นายปิ่นทอง พรหมพิลา       | ผู้ใหญ่บ้านแมค หมู่ 3               |
| 4. นายสมัย แสงพรหมชาติ       | ผู้ใหญ่บ้านกุดแจ้ หมู่ 4            |
| 5. นายไกรแก้ว เทเสนา         | ผู้ใหญ่บ้านทามไฮ หมู่ 5             |
| 6. นายสถาพร ลีโคตะ           | ผู้ใหญ่บ้านหนองมะเกลือ หมู่ 6       |
| 7. นางปนัดดา เสือสูงเนิน     | ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้านเหล่าละโมง หมู่ 7 |
| 8. นายนาเรกฤทธิ์ ฤทธิ์ศรีบุญ | ผู้ใหญ่บ้านโพนปอหู หมู่ 8           |
| 9. นายประเทศ นนท์สะเกต       | ผู้ใหญ่บ้านป่าแพง หมู่ 9            |
| 10. นายชูส่ง วงศ์ถามาตย์     | ผู้ใหญ่บ้านใหม่หนองมะเกลือ หมู่ 10  |

สำหรับกระบวนการจัดเก็บข้อมูลนั้น ผู้วิจัยใช้วิธีการจัดเก็บข้อมูลด้วยวิธีการบันทึกเสียง คำสัมภาษณ์ พร้อมทั้งการจดบันทึกถ้อยคำรวมถึงลักษณะภาษาท่าทางของผู้ให้ข้อมูลเพื่อเป็น เครื่องมือในการช่วยอ้างอิงในการตีความ ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ถอดคำสัมภาษณ์อย่างละเอียดเพื่อเป็น ประโยชน์ในการวิเคราะห์ ตรวจสอบและยืนยันข้อมูลอย่างได้มาตรฐาน

### 3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยต้องการที่จะค้นหาและเข้าใจถึงรูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนครและสามารถนำรูปแบบต่างๆดังกล่าวไปประนงค์หาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร เพื่อมีโอกาสได้รับเลือกตั้งเป็นนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร ซึ่งเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่สอดคล้องกับความต้องการดังกล่าว ดังนี้

#### 3.1 การศึกษาโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview)

ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกมาเป็นเครื่องมือในการวิจัย เนื่องจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกมีลักษณะในการหาข้อมูลแบบยืดหยุ่น ผู้สัมภาษณ์มีโอกาสอธิบายหรือขยายความหรือซักถามคำถามเพิ่มเติมติดต่อกันเพื่อให้ผู้ตอบเข้าใจจุดประสงค์ของผู้สัมภาษณ์อีกทั้งในกรณีที่ผู้ถูกสัมภาษณ์เปลี่ยนแปลงประเด็นในการให้ข้อมูลผู้สัมภาษณ์ยังสามารถมีโอกาที่จะหันความสนใจของผู้ถูกสัมภาษณ์ให้กลับมาสนทนาเข้าประเด็นที่ผู้สัมภาษณ์ต้องการ นอกจากนี้ในขณะที่

สัมภาษณ์ผู้สัมภาษณ์ยังสามารถสังเกตพฤติกรรมต่างๆ ของผู้ถูกสัมภาษณ์ได้ ทำให้ผู้สัมภาษณ์มีโอกาสสังเกตลีลาลักษณะท่าทางของผู้ถูกสัมภาษณ์ ความรู้สึกปฏิกิริยาที่ซ่อนเร้นไว้ในใจที่แสดงออกมาในขณะที่พูดและไม่พูดอีกด้วย ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจะค่อนข้างแตกต่างในเรื่องของผลข้อมูลที่ได้ คือ ข้อมูลที่ได้จะมีความชัดเจนมากกว่าการใช้แบบสอบถามในการสัมภาษณ์อย่างสิ้นเชิง ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้แบบสัมภาษณ์เป็นแนวทางในการพูดคุยกับบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ซึ่งถือเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยกำหนดบุคคลผู้ให้ข้อมูลเป็นการเฉพาะเจาะจง เพราะผู้ที่ให้ข้อมูลนั้นเป็นผู้ที่มีข้อมูลที่ลึกและกว้างเป็นพิเศษสอดคล้องกับความต้องการของผู้วิจัย และการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์ด้วยรูปแบบการสัมภาษณ์ต่างๆ ดังนี้

**3.1.1 การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview)** เป็นการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างของคำถามใช้ประกอบการสัมภาษณ์ตามของประสงค์ของผู้วิจัย แบบสัมภาษณ์จึงเป็นแนวคำถามที่จัดทำขึ้นไว้ก่อนล่วงหน้า และคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์เป็นคำถามที่มีลักษณะคำถามเหมือนกันไม่เปลี่ยนแปลง ทำให้สามารถเปรียบเทียบข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ได้ เพราะมาจากแนวคำถามเดียวกัน

**3.1.2 การสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (Non - Structure Interview)** เป็นการสัมภาษณ์ที่ไม่มีโครงสร้างของคำถามแต่อาจมีแนวคำถามกว้างๆ ขึ้นไว้ ก่อนล่วงหน้าเพื่อผู้สัมภาษณ์สามารถพูดคุยในประเด็นข้อมูลตามความต้องการของผู้วิจัยได้ การสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างนี้อาจแบ่งได้ออกเป็น 4 แบบดังนี้

1) การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (Informal Interview) เป็นการสัมภาษณ์แบบเปิดกว้างไม่จำกัดคำตอบ การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการจึงมีความยืดหยุ่นผู้สัมภาษณ์ต้องมีแนวคำถามไว้คร่าวๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลคำตอบที่ต้องการและผู้ถูกสัมภาษณ์จะสามารถตอบคำถามได้แบบอิสระทำให้ผู้ถูกสัมภาษณ์มองเห็นสภาพของข้อมูลได้กว้างและมากขึ้น

2) การสัมภาษณ์แบบมีจุดความสนใจเฉพาะ (Focus Interview) เป็นการสัมภาษณ์ที่มีจุดสนใจอยู่แล้ว ฉะนั้นผู้สัมภาษณ์ต้องรู้ก่อนแล้วว่า ต้องการข้อมูลอะไร ชนิดใดผู้สัมภาษณ์จึงพยายามหันความสนใจของผู้ถูกสัมภาษณ์มาในประเด็นที่ผู้สัมภาษณ์ต้องการข้อมูล ทั้งนี้เพราะในบางครั้งผู้สัมภาษณ์อาจจะไม่ได้ต้องการทราบเหตุผลหรือข้อเท็จจริงในเรื่องหนึ่งเรื่องใดทุกขั้นตอน

3) การตะล่อมกล่อมเกลตา (Prode) เป็นการสัมภาษณ์ที่ต้องนำเอาความจริงจากผู้ถูกสัมภาษณ์ให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ ผู้สัมภาษณ์จะต้องใช้วาทศิลป์ เพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์เล่าเรื่องออกมาให้หมด การสัมภาษณ์ลักษณะนี้จะทำให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลเชิงลึกทั้งที่เปิดเผยได้และ

ไม่ได้ การสัมภาษณ์ลักษณะนี้มีลักษณะพิเศษที่ผู้สัมภาษณ์ต้องมีเทคนิคในการล้วงข้อมูลจากผู้ถูกสัมภาษณ์ด้วยรูปแบบวิธีการต่าง ๆ

4) การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Information Interview) เป็นการสัมภาษณ์โดยกำหนดตัวผู้ตอบบางคนเป็นการเฉพาะเจาะจง เนื่องจากผู้ถูกสัมภาษณ์นั้นเป็นผู้ที่มีข้อมูลที่ดี ลึกซึ้งและกว้างขวางเป็นพิเศษเหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของผู้วิจัย

**3.1.3 การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview)** เป็นการสัมภาษณ์ที่ผสมผสานแนวการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างกับแบบไม่มีโครงสร้าง โดยมีการเตรียมแนวคำถามที่ต้องการข้อมูลไว้ล่วงหน้า ขณะเดียวกันก็อาจซักถามเจาะลึกนอกเหนือจากแนวคำถามได้ โดยใช้การสัมภาษณ์ร่วมกับสองแบบแรก ซึ่งการสัมภาษณ์ในสนามนั้นบางครั้งอาจต้องใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างผสมผสานกับแบบไม่มีโครงสร้าง แต่ในขณะเดียวกันบางครั้งก็อาจพบผู้ให้ข้อมูลโดยกะทันหัน ทำให้ต้องใช้การสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างเข้ามาแก้ปัญหาเฉพาะหน้าทันที ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนที่สุด

#### 4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษารั้วนี้ผู้วิจัยต้องการข้อมูลที่ชัดเจนและรอบด้าน จึงได้กำหนดประเด็นการศึกษาเพื่อใช้ เป็นแนวทางสำหรับการตั้งคำถามเพื่อใช้ในการสัมภาษณ์ 1. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) 2. การสังเกตการณ์ (Observation) ประกอบการศึกษา โดยกำหนดประเด็นที่ต้องศึกษา ดังนี้

##### 4.1 พื้นที่ทางการปกครอง องค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร

- 4.1.1 สภาพการณ์ทางการเมืองระดับจังหวัดและระดับตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร
- 4.1.2 บรรยากาศในการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร
- 4.1.3 อารมณ์ความรู้สึกของประชาชนชาวตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร โดยรวม

ต่อการเลือกตั้ง

4.2 กระบวนการสร้างภาพลักษณ์ของผู้สมัครรับเลือกตั้งใครเป็นผู้ดูแลเรื่องภาพลักษณ์ของผู้สมัครรับเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน

- 4.2.1 ภาพลักษณ์ที่กำหนดให้ผู้สมัครเป็นอย่างไร
- 4.2.2 ภาพลักษณ์ของนโยบายเป็นอย่างไร
- 4.2.3 วิธีการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์เป็นอย่างไร

4.2.3 ภาพลักษณ์ที่ทีมผู้สมัครสื่อออกไปกับภาพลักษณ์ที่ประชาชนรับรู้มีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร

4.3 รูปแบบการสื่อสารทางการเมืองของผู้สมัครรับเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบล

4.3.1 มีการใช้สื่อใดบ้างในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง

4.3.2 วิธีการใช้สื่อในการรณรงค์เป็นอย่างไร

4.3.3 สารแบบใดที่เลือกใช้กับสื่อมวลชน

4.3.4 สารแบบใดที่เลือกใช้กับบุคคล

4.3.5 สารแบบใดเลือกใช้กับสื่อสาธารณะ

4.3.6 ความถี่ในการสื่อสารแต่ละรูปแบบมีความถี่ในการสื่อสารอย่างไร

4.4 การนำ “รูปแบบการสื่อสาร” เพื่อการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งใครเป็นหลักในการกำหนดรูปแบบการสื่อสารในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง

4.4.1 จุดเด่นของรูปแบบการสื่อสารที่ใช้ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งมีกี่รูปแบบ อะไรบ้าง

4.4.2 มีวิธีการกำหนดค่าขวัญในการรณรงค์อย่างไร

4.4.3 จุดเด่นของคำขวัญในการรณรงค์หาเสียงครั้งนี้คืออะไร

4.5 ระบบอุปถัมภ์กับการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง

4.5.1 มีการนำระบบอุปถัมภ์มาใช้ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งอย่างไร

4.5.2 ผู้นำศาสนา และ ผู้นำทางความคิดในพื้นที่มีส่วนช่วยในการรณรงค์หาเสียงหรือไม่อย่างไร วิธีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ต้องการแสวงหารูปแบบการสื่อสารของผู้สมัครรับเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร เพื่อเป็นแนวทางในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งเป็นวิธีการศึกษาที่มีการจัดข้อมูลอย่างเป็นระบบระเบียบและจริงจังและยังมีกลวิธีในการศึกษาที่ประกอบด้วยความยืดหยุ่นและอ่อนไหวไปตามบริบท ผู้วิจัยได้ใช้การตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) และความถูกต้องแม่นยำ (Validity) ของข้อมูล โดยวิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) คือ (ผู้วิจัย) ยังไม่ปักใจเชื่อข้อมูลจากแหล่งที่ได้มา จนกว่าจะได้ตรวจสอบข้อมูลจากแหล่งที่มาต่างๆ กันเพื่อให้ได้คำอธิบายในหลายๆสภาพการณ์หลายๆ ช่วงเวลาและมีมิติที่แตกต่างกัน ดังนี้

1. การตรวจสอบจากแหล่งที่มาของข้อมูล เพื่อเป็นการยืนยันข้อมูลตามช่วงเวลาต่างๆ หลากหลายช่วงเวลา หลากหลายพื้นที่เพื่อให้ได้ข้อมูลสอดคล้องกับความเป็นจริงมากที่สุด



ด้วยวิธีการที่ผู้วิจัยจะนำเอาข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จากแต่ละรายในประเด็นเดียวกันมาเทียบเคียงกันว่าข้อมูลดังกล่าวมีความคล้ายคลึงและไปในแนวทางเดียวกันหรือไม่ หากผลปรากฏว่าข้อมูลมีความแตกต่างกันผู้วิจัยจะไม่นำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ แต่หากข้อมูลดังกล่าวมีความสอดคล้องกันก็จะนำมาใช้เป็นข้อมูลในการศึกษาวิจัย

2. การตรวจสอบข้อมูลด้านผู้วิจัย เพื่อเป็นการยืนยันข้อมูลจากบุคคลหลากหลายกลุ่ม ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากหลายๆ ฝ่าย ด้วยประเด็นที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการสื่อสารในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลงชน จังหวัดสกลนคร เพื่อนำมาพิจารณาเปรียบเทียบและแยกแยะข้อมูล

3. การตรวจสอบข้อมูลสามเส้าด้านวิธีการ เพื่อเป็นการตรวจสอบข้อมูลของผู้วิจัยที่ได้จากการเก็บข้อมูลจากกระบวนการสัมภาษณ์ การสังเกตการณ์และการสนทนากลุ่มย่อย

4. การตรวจสอบข้อมูลสามเส้าด้านทฤษฎี เพื่อเป็นการตรวจสอบข้อมูลของแนวคิดทฤษฎี ที่ผู้วิจัยนำมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้ โดยนำกรอบแนวคิดทางด้านการตลาดทางการเมืองเข้ามาประยุกต์ใช้ ผู้วิจัยจึงใช้มุมมองของการสื่อสารทางการเมือง การตลาดทางการเมือง ทั้งนี้เพื่อความเข้าใจกับข้อมูลจนสามารถวิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างสอดคล้องกับทฤษฎีต่างๆ ของแต่ละบริษัท

## 5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามเพื่อสัมภาษณ์และเก็บข้อมูลไปพร้อมกับวิเคราะห์ข้อมูลด้วยผู้วิจัยเองตั้งแต่อยู่ในสนามจนกระทั่งออกจากสนาม ด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลหลายๆ ครั้งจนกว่าจะได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและเชื่อถือได้ ทั้งนี้ผู้วิจัยจะเริ่มจากการลดทอนข้อมูลดิบ (Data Reduction) ที่ได้จากการสัมภาษณ์และการวิจัยเอกสาร โดยคัดเลือกเฉพาะข้อมูลที่น่าสนใจและสรุปรวบรวมข้อมูลจัดแบ่งเป็นหมวดหมู่ ด้วยการกำหนดรหัส (Code) และ ชื่อเรื่อง (Categories) เพื่อให้ผู้วิจัยได้หาความสัมพันธ์ของแต่ละเรื่อง แยกเรื่องที่ไม่สัมพันธ์กันออกจากกัน แล้วนำมาทดสอบกับกรอบแนวคิดที่ได้กำหนดไว้และเขียนเป็นเรื่องสรุปชั่วคราวและนำตัวอย่างข้อมูลมาแสดงประกอบเป็นหลักฐาน (Data Display) และหลังจากนั้นผู้วิจัยทำการทดสอบข้อสรุปชั่วคราวนี้ไปเรื่อยๆ ในแง่มุมต่างๆ จนกระทั่งถึงจุดอิ่มตัวแล้วจึงนำผลสรุปไปตรวจสอบยืนยันความถูกต้องของข้อมูลอีกครั้งด้วยวิธีการแบบสามเส้าจนได้ผลสรุปที่ชัดเจนและมั่นคง (Conclusion and Verification)

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในบทนี้ผู้วิจัยเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ผู้ให้ข้อมูลหลักตามวัตถุประสงค์ที่ศึกษาโดยมีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร และ 2) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร ซึ่งผู้วิจัยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร

ตอนที่ 2 แนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร

#### ตอนที่ 1 กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร

จากข้อมูลที่ผู้วิจัยได้ศึกษากระบวนการสื่อสารว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชนของผู้สมัครสรุปได้ดังนี้ ผู้สมัครรับเลือกตั้งได้นำกระบวนการของการติดต่อสื่อสารมีขั้นตอน เพื่อผลักดันกระบวนการสื่อสารสู่ประชาชน โดยตรงมาปรับใช้กับการสร้างความนิยมทางการเมือง ด้วยกระบวนการสื่อสารผ่านไปยังประชาชน ดังต่อไปนี้

##### 1.1 ผู้ส่งสาร

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ความสามารถทางการสื่อสารของว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน นักการเมืองท้องถิ่น ทีมปฏิบัติการสื่อสาร ผู้ใหญ่บ้าน ผู้นำชุมชน อสม. ผู้นำศาสนา สื่อสาธารณะ

## 1.2 สาร

การสื่อสารของนายบัวโล วงศ์ศรีสอน ได้แก่ แผ่นพับ บัตรอับเบอร์ คัทเอท ป้ายโฆษณา แบนเนอร์ ไลน์ เพลงโฆษณาหาเสียง เป็นต้น โดยมีรายละเอียดเนื้อหาของกระบวนการสื่อสาร

## 1.3 ช่องทางการสื่อสาร

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลในด้านช่องทางการสื่อสาร โดยผู้สื่อสารเลือกผ่านช่องทางการสื่อสารและสื่อที่ผู้ส่งสารเลือกใช้คือ 1) สื่อบุคคล 2) สื่อสาธารณะ เช่นใบปลิว ป้ายคัทเอท ให้ผู้รับสารเข้าถึงจดจำง่ายและต้องการมีส่วนร่วม 3) สื่อออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ได้แก่ กลุ่มเฟซบุ๊กอักษนะตำบลดงชน ไลน์กลุ่มตำบลดงชน ไลน์กลุ่มหมู่บ้านในตำบลดงชน

## 1.4 ผู้รับสาร

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลด้านผู้รับสารคือประชาชนในพื้นที่ตำบลดงชน โดยเฉพาะผู้ใช้สื่อออนไลน์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตจะมีการรับสารที่รวดเร็ว เกิดการพูดคุยตอบโต้ แสดงความคิดเห็นผ่านการคอมเมนต์เฟซบุ๊ก แสดงความคิดเห็นในไลน์กลุ่มเกิดการพูดคุย รับรู้ผลงานการทำงานของนายบัวโล วงศ์ศรีสอน จดจำและบอกต่อสิ่งที่รับรู้ให้คนอื่นแบบปากต่อปากอีกด้วย

## 1.5 ผลการสื่อสาร

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจนสามารถได้ข้อสรุปว่ากระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนครของนายบัวโล วงศ์ศรีสอน ผู้วิจัยพบว่าผู้สมัครได้ใช้เครื่องมือทางการตลาดทางการเมืองทุกชนิดมาปรับใช้กับการสร้างความนิยมอย่างเต็มรูปแบบและปรับเปลี่ยนรูปแบบไปตามสถานการณ์ทางการเมืองในตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร อยู่ตลอดเวลา เสนอภาพลักษณ์ความเป็นนักการเมืองที่ทุ่มเทการทำงานเพื่อประชาชนและเป็นนักการเมืองที่มีผลงานที่เป็นรูปธรรม พร้อมทั้งจัดวางส่วนแบ่งทางการตลาดเพื่อให้สามารถเข้าถึงประชาชนได้ทุกกลุ่ม ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เริ่มตั้งแต่การนำข้อมูลที่ได้รับมาตั้งแต่สมัยอยู่ในตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร และข้อมูลจากการสำรวจ โดยทีมงาน มาเป็นข้อมูลในการออกแบบผลิตภัณฑ์ (Product) เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนได้ และได้นำเสนอภาพลักษณ์ของตนเองให้มีความโดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่งร่วมกับการใช้การตลาดแบบผลักดัน (Push Marketing) ผ่านกิจกรรมต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม โดยเน้นการสื่อสารผ่านสื่อบุคคลและการจัดทำเวทีปราศรัยทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่เพื่อให้การสื่อสารเกิดประสิทธิภาพกับประชาชนมากที่สุด หลังจากนั้นนำการตลาดแบบดึงดูด (Pull Marketing) ด้วยวิธีการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนทุกแขนงและเน้นสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ เนื่องจากสื่อเหล่านี้สามารถเข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว ตลอดระยะเวลาของการทำการสื่อสารมีการ

สำรวจความนิยม (PoM) ในตัวผู้สมัครอย่างต่อเนื่องเพื่อให้รับทราบถึงความนิยมในตนเองเพื่อให้สามารถปรับแผนการสื่อสารให้สอดคล้องกับผลสำรวจและทันต่อสถานการณ์ ผู้วิจัยพบว่าการพัฒนาการสื่อสารหาเสียงเลือกตั้งของนายบัวโล วงศ์เครือสอน ได้ให้ความสำคัญการตลาดทางการเมือง 4Ps ทุกกระบวนการ โดยแบ่งลำดับและเน้นการใช้งานของแต่ละส่วนออกเป็นแต่ละช่วงเวลา จากการสำรวจพบว่าสื่อที่ได้รับการตอบรับจากประชาชนมากที่สุดคือการสื่อสารผ่านสื่อบุคคลที่เน้นการสื่อสาร โดยตัวผู้สมัครเองพร้อมกับนักการเมืองท้องถิ่นในแต่ละพื้นที่ควบคู่ไปพร้อมกับการทำกิจกรรมเวทีปราศรัยที่สามารถกระทำได้อย่างต่อเนื่องและครอบคลุมทั้ง 10 หมู่บ้านของตำบลลงชน จังหวัดสกลนคร ทำให้ประชาชนรู้สึกใกล้ชิดกับผู้สมัคร สามารถโน้มน้าวให้ผู้มีสิทธิเลือกตั้งเลือกตนได้มากที่สุด

นอกจากข้อมูลการหาเสียงเลือกตั้งของนายบัวโล วงศ์เครือสอน ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจนสามารถได้ข้อสรุปว่าการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งผ่านสื่อออนไลน์ของนายบัวโล วงศ์เครือสอน จัดได้ว่าประสบความสำเร็จในระดับหนึ่ง ทั้งนี้เนื่องจากการนำเสนอเนื้อหาที่เข้าใจง่าย และนำเสนออย่างต่อเนื่อง ทันต่อเหตุการณ์ และการนำเสนอเนื้อหาผ่านกลุ่มเพื่อนในสังคมออนไลน์ ด้วยวิธีการติดแท็กชื่อทีมงานของนายบัวโล วงศ์เครือสอน ในการนำเสนอเนื้อหาเพื่อให้ผู้ที่ติดตามกลุ่มเพื่อนของนายบัวโล วงศ์เครือสอน สามารถเห็นบัญชีเฟซบุ๊ก (Facebook) ของนายบัวโล วงศ์เครือสอน และกดติดตามได้ ซึ่งเป็นอีกวิธีการหนึ่งในการเพิ่มจำนวนผู้ติดตาม ทั้งหมดนี้จึงทำให้มีผู้ติดตามบัญชีของนายบัวโล วงศ์เครือสอน และทีมงานเกินความคาดหมาย “ทราบว่าบัวโลมีบัญชีเฟซบุ๊ก (Facebook) จากการบอกเล่าของเพื่อน ซึ่งเพื่อน ได้มาบอกให้กดไลค์ติดตามแฟนเพจนายบัวโล วงศ์เครือสอน และเราเองก็ติดตาม นายกอยู่แล้ว จึงกดติดตามบัญชีของท่าน เราเองได้เห็นกิจกรรมการหาเสียงตามพื้นที่ต่างๆ และการประกาศนโยบาย สำหรับผมช่องทางนี้เป็นช่องทางที่ทำให้สามารถเข้าถึงและเห็นกิจกรรมของนายกได้มากที่สุด”

### 1. การสื่อสารผ่านสื่อบุคคล

การสื่อสารนโยบายเป็นส่วนสำคัญในกระบวนการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายบัวโล วงศ์เครือสอน ได้จัดตั้งทีมงานเป็นตัวแทนในการสื่อสารนโยบายเพื่อให้สามารถสร้างการรับรู้แก่ผู้เลือกตั้งมากที่สุด โดยแบ่งกลุ่มผู้สื่อสารออกเป็นกลุ่มต่างๆ ดังนี้

นักการเมืองท้องถิ่นถือเป็นบุคคลที่มีความใกล้ชิดกับประชาชนในพื้นที่มากที่สุด โดยเฉพาะในพื้นที่ห่างไกล การเลือกตั้งครั้งนี้ นักการเมืองท้องถิ่นทั้งที่อยู่ในตำแหน่งและเคยดำรงตำแหน่งจึงมีความสำคัญอย่างมากต่อการสื่อสารนโยบายครั้งนี้ การสื่อสารผ่านสื่อบุคคลที่เป็นนักการเมืองท้องถิ่น ได้แก่ นักการเมืองท้องถิ่นที่ดำรงตำแหน่งในปัจจุบันและเคยดำรงตำแหน่ง

เป็นต้น จากประสบการณ์ทางการเมืองของนายบัวโล วงศ์เครือสอน ทำให้เครือข่ายทางการเมืองท้องถิ่นมีจำนวนมากพอสมควร แต่ในขณะที่เดียวกันเครือข่ายทางการเมืองของกลุ่มคู่แข่งก็มีจำนวนไม่น้อย ทำให้เกิดปัญหาการแบ่งแยกกลุ่มผู้ให้การสนับสนุนการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนครครั้งนี้ การติดต่อนักการเมืองท้องถิ่นเพื่อเข้าเป็นส่วนหนึ่งของทีมรณรงค์หาเสียงของนายบัวโล วงศ์เครือสอน แบ่งออกเป็นสองช่องทาง คือ การติดต่อโดยตรงจากผู้สมัครและการติดต่อผ่านทีมงานของผู้สมัคร

“ผมจะติดต่อนักการเมืองท้องถิ่นให้มาเป็นส่วนหนึ่งกับการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ซึ่งถ้าหากบุคคลใดที่เป็นหัวคะแนนของฝ่ายตรงข้ามผมก็จะไม่ติดต่อ แต่จะติดต่อกับนักการเมืองคนอื่นในพื้นที่นั้นๆ ซึ่งส่วนใหญ่ก็ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี”

(บัวโล วงศ์เครือสอน, สัมภาษณ์, 20 มีนาคม 2562)

นายศิริพงษ์ วิพรมหา ผู้ใหญ่บ้านบ้านเหล่ามะแงวพูดถึงการสนับสนุนผู้สมัครรับเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนครของสมาชิกสภา อบต.ดงชนว่า

“การเลือกตั้งครั้งนี้ ผู้สมัครทั้งสองฝ่ายเข้ามาหาเสียงในพื้นที่โดยส่วนตัวผมก็สนิทกับทั้งสองฝ่าย ซึ่งทางผมเองก็เปิดรับทั้งสองข้างแต่เปิดโอกาสให้สมาชิกเลือกสนับสนุนผู้สมัครกันเอง ใครอยากสนับสนุนคนไหนก็เปิดโอกาสให้ทำ เพราะบางคนสนิทกับฝ่ายคุณดาบชัย บางคนสนิทกับฝ่ายคุณบัวโล เราก็เปิดโอกาสให้แบ่งกันทำงานแต่ทุกคนยังคงความเป็นพี่น้องกันทั้งหมด ซึ่งหลังจบการเลือกตั้งเราก็กลับมาทำงานร่วมกันตามเดิม”

นอกจากการติดต่อผู้สนับสนุนโดยตรงของผู้สมัครแล้ว นักการเมืองท้องถิ่นจำนวนหนึ่งได้รับการประสานงานให้มาช่วยนายบัวโล วงศ์เครือสอน หาเสียง โดยผ่านทีมงานของผู้สมัคร

“ผมได้รับการติดต่อจากญาติ ซึ่งเป็นคณะทำงาน  
ของนายบัวโล วงศ์เครือสอน ให้ช่วยเป็นทีมงาน  
ในการหาเสียงดูแลพื้นที่ตำบลงชน”

(นายปิ่นทอง พรหมพิลา, สัมภาษณ์, 22 มีนาคม 2562)

## 2. การสื่อสารผ่านอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.)

อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านหรือ อสม. จัดเป็นกลุ่มบุคคลที่มีความใกล้ชิดกับประชาชนในพื้นที่เป็นอย่างดี โดยเฉพาะในพื้นที่ที่อยู่ห่างไกลและการรักษาทางการแพทย์ยังเข้าไม่ถึง อสม. จะเป็นหน่วยงานแรกที่เข้าไปให้ความรู้เรื่องสุขภาพและการดูแลสุขภาพให้กับประชาชนโดยไม่อิงทางการเมือง กลุ่ม อสม. จึงมีความคุ้นเคยกับประชาชนในพื้นที่เป็นอย่างดี การเลือกตั้งครั้งนี้ อาสาสมัครสาธารณสุขบางส่วนได้รับการติดต่อเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งในทีมงานนายบัวโล วงศ์เครือสอน ด้วยบทบาทการสื่อสารด้านนโยบายให้กับประชาชนในพื้นที่ที่อาสาสมัครทำงานอยู่

นางราศรี วรวิถินันท์ ประธานอาสาสมัครสาธารณสุขชุมชนตำบลงชน ที่ให้การสนับสนุนนายบัวโล วงศ์เครือสอน ได้ให้สัมภาษณ์ว่า

“ดิฉันได้รับการติดต่อให้ช่วยนายบัวโล  
วงศ์เครือสอน หาเสียงจาก สจ. กระแต ซึ่งเป็น  
สจ.ในพื้นที่เขต 6 อำเภอเมืองสกลนคร บทบาท  
ที่ดิฉันมีส่วนร่วมกับการหาเสียง คือช่วยสื่อสาร  
นโยบายของนายบัวโล และนำสื่อต่างๆ ไปติด  
ในพื้นที่ชุมชน ทั้งโปสเตอร์และไวเนล และจะบอก  
ให้ชาวบ้านให้ช่วยเลือก นายบัวโล วงศ์เครือสอน  
เพราะ อสม. ได้รับงบประมาณสนับสนุนโครงการ  
ต่างๆ ของ อสม. จาก สปสช. ที่นายบัวโล  
เป็นประธาน”

## 3. การสื่อสารผ่านผู้นำชุมชน

กลุ่มผู้นำชุมชนที่เข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งให้นายบัวโล วงศ์เครือสอน ผ่านการติดต่อโดยตรงจากผู้สมัครและผ่านทางทีมงาน ซึ่งผู้นำชุมชนที่ให้การสนับสนุนนายบัวโล วงศ์เครือสอน ส่วนใหญ่เป็นผู้นำชุมชนที่มีความใกล้ชิดกับประชาชนและ

ประชาชนให้การยอมรับ เมื่อกลุ่มคนเหล่านี้เป็นกระบอกเสียงด้านนโยบายและแสดงออกว่าให้การสนับสนุนนายบัวไล วงศ์เครือสอน ก็สามารถโน้มน้าวให้ชาวบ้านคล้อยตามได้อย่างมาก

“ผมได้รับการติดต่อจาก อดีตกำนัน ผมตัดสินใจช่วยเพราะผมมีความสนิทสนมกับ อดีตกำนัน ท่านนี้เป็นอย่างมากและเป็นญาติกัน ด้วยประกอบกับนายบัวไล ลงสมัครนายก อบต.ดงชน ผมก็จะสนับสนุนและไปช่วยนายบัวไล หาเสียงในพื้นที่ตำบลดงชน”

(นายทองอินทร์ นามธิราช, สัมภาษณ์, 22 มีนาคม 2562)

นอกจากนี้ยังมีกลุ่มผู้นำชุมชนที่ตัดสินใจช่วยเหลือนายบัวไล วงศ์เครือสอน ด้วยเหตุผลการอุปถัมภ์กันมาก่อนตั้งแต่สมัยรุ่นบิดาของนายบัวไล วงศ์เครือสอน ต่อเนื่องมาถึงปัจจุบัน

“ลุงรู้จักกับพ่อเขาดี เขาไม่เคยเอาไรดเอาเปรียบประชาชน และโดยส่วนตัวก็รู้จักกับนายบัวไล ลุงเลือกช่วยเหลือเขาเพราะรู้จักและสนิทกันลุงจะบอกกับคนในชุมชนให้ช่วยเหลือกายนายบัวไล”

(นายคำช่อง จันทาสี, สัมภาษณ์, 23 มีนาคม 2562)

#### 4. การสื่อสารผ่านผู้นำศาสนา

การกำหนดทีมผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนครให้มีตัวแทนเป็นผู้นำทางศาสนา นับเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ทางการตลาดทางการเมืองที่สามารถสร้างคะแนนนิยมในตัวบุคคลที่เป็นชาวพุทธเสมือนเป็นตัวแทนในการสื่อสาร ผลักดันนโยบายที่เกี่ยวข้องกับชาวพุทธแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และยังเป็นผู้ที่เข้าใจในหลักศาสนา ดังนั้นการได้ตัวแทนที่เป็นชาวพุทธที่เป็นผู้ที่ชาวบ้านเคารพนับถือมาช่วยในการหาเสียง จะทำให้การหาเสียงทำได้ง่ายขึ้นและสร้างคะแนนนิยมได้มากขึ้น

“ถ้าได้ผู้นำศาสนาที่ชาวบ้านเคารพนับถือเป็นตัวช่วยในการบอกกล่าวชาวบ้านให้เลือกผู้สมัครจะเป็นเรื่องที่ดีมาก ดังนั้นการให้ผู้นำศาสนาที่ชาวบ้านเคารพนับถือเป็นตัวช่วยหาเสียงเป็นกลยุทธ์ที่สามารถสร้างคะแนนนิยมได้เป็นอย่างดี”

(นางลำควน หล้าชาญ, สัมภาษณ์, 23 มีนาคม 2562)

## 5. กระบวนการสื่อสารผ่านสื่อสาธารณะ

การสื่อสารผ่านสื่อสาธารณะ ได้แก่ แผ่นพับ บัตรย้ำเบอร์ คัทเอาท์ ป้ายโฆษณา แบนเนอร์ ไลน์ CD เพลงโฆษณาหาเสียง เป็นต้น โดยมีรายละเอียดเนื้อหาของกระบวนการสื่อสารดังต่อไปนี้

5.1 แผ่นพับ เป็นเครื่องมือสื่อสารทางการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งที่นักการเมืองนิยมนำมาใช้ในการหาเสียงเลือกตั้ง เนื่องจากเป็นเอกสารที่มีขนาดไม่ใหญ่มาก เบาพกพาได้ง่ายในขณะเดียวกันผู้สมัครรับเลือกตั้งสามารถใส่เนื้อหาเกี่ยวกับนโยบายต่างๆ ในแผ่นพับได้ สำหรับแผ่นพับที่นายบัวโล วงศ์เครือสอน ใช้ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง มีการจัดพิมพ์ประมาณ 4,000 ฉบับ โดยมีลักษณะเป็นกระดาษแผ่นพับ 3 ส่วน มีขนาด กว้าง 42 เซนติเมตรและยาว 29.5 เซนติเมตร เมื่อพับแล้วจะมีขนาดกว้าง 14 เซนติเมตร ใช้พื้นสีแดงสลับกับสีขาว โดยแบ่งออกเป็น 6 หน้า มีรายละเอียด ดังนี้

5.1.1 หน้าปก เป็นพื้นแดง-ขาว ประกอบด้วยรูปของบัวโล วงศ์เครือสอน อยู่บริเวณบนสุดเหนือรูปของนายบัวโล วงศ์เครือสอน พร้อมข้อความได้รูปภาพรณรงค์ให้ไปเลือกหมายเลข 2 และข้อความ “ร่วมสร้าง อบต.สีขาว”

5.1.2 หน้าที่ 2 ส่วนบนแสดงรูปนายบัวโล วงศ์เครือสอน กำลังเยี่ยมชมทัศนียภาพกับผู้สูงอายุท่านหนึ่ง พร้อมกับข้อความได้รูปภาพที่แสดงถึงชื่อนายบัวโล วงศ์เครือสอน กับภารกิจที่จะทำหลังจากได้รับเลือกตั้งเป็นนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร คือการพลิกโฉมอบต.ดงชน ให้เป็นชุมชนที่น่าอยู่พร้อมกับยกระดับภาพลักษณ์ อบต.ดงชนให้เป็น อบต.สีขาว และก้าวข้ามความขัดแย้งเพื่อสร้างดงชนให้เป็นตำบลแห่งความสุข

5.1.3 หน้าที่ 3 และ 4 เป็นพื้นที่นำเสนอนโยบายหลักของนายบัวโล วงศ์เครือสอน คือ นโยบาย 5 ก่อ 6 สร้าง 7 เสริม 8 ช่อม 9 พัฒนา และข้อความ “เชื่อมั่นบัวโล วงศ์เครือสอน” เพื่อตอกย้ำให้ผู้รับสาร นอกจากนี้ยังนำเสนอภาพที่สื่อถึงนโยบายต่างๆ และภาพนายบัวโล วงศ์เครือสอน เมื่อครั้งลงพื้นที่พบปะประชาชน

5.1.4 หน้าที่ 5 เป็นพื้นที่นำเสนอ นโยบายต่อเนื่องจากหน้าที่ 3 และ 4 และยังคงนำเสนอรูปภาพที่เกี่ยวกับโครงการและเน้นรูปนายบัวโล วงศ์เครือสอนที่ลงพื้นที่ในตำบลดงชน

5.1.5 หน้าที่ 6 หน้าสุดท้ายของการนำเสนอแผ่นพับ ในหน้านี้ ผู้สมัครรับเลือกตั้งได้นำเสนอผลงานในอดีตที่ตนเองได้เคยทำไว้ในบทบาทของนักบริหาร รวมถึงโครงการต่างๆ ที่ได้ดำเนินการให้กับโรงเรียนในตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร เพื่อสื่อสารให้ประชาชนได้เห็นว่าคุณสมัครรับเลือกตั้งหมายเลข 2 เป็นคนที่มีผลงาน ตั้งใจทำงานเพื่อประชาชน



## 5.2 บัตรชำเบอร์

มีลักษณะใกล้เคียงกับแผ่นพับ แต่จะต่างกันตรงที่มีขนาดเล็กกว่า หลายเท่า การออกแบบบัตรชำเบอร์ นายบัวโล วงศ์เครือสอน ได้ออกแบบให้มีขนาด กว้าง 7.5 เซนติเมตร และยาว 10 เซนติเมตร มีขนาดเล็ก ง่ายต่อการพกพา ใช้แดง-ขาว เป็นสีหลัก บริเวณด้านหน้าของบัตรชำเบอร์เป็นพื้นที่นำเสนอหมายเลขพร้อมกับรูปของนายบัวโล ใว้บนสุดของบัตรชำเบอร์ เพื่อตอกย้ำความเป็นตัวแทนจากกลุ่มพลังไทยคงชน ส่วนพื้นที่ด้านหลังเป็นข้อความ “ร่วมสร้าง อนาคต.สีขาว เพื่อให้คงชนเป็นเมืองแห่งความสุขบริหารจัดการด้วยปัญญาและหลักธรรมาภิบาล ด้วยนโยบายคงชนก้าวหน้า 5 6 7 8 9” (นโยบาย 5 ก่อ 6 สร้าง 7 เสริม 8 ซ่อม 9 พัฒนา) ผู้สมัครได้มีการจัดพิมพ์บัตรชำเบอร์ทั้งหมดประมาณ 4,000 ฉบับเพื่อนำไปแจกจ่ายให้ประชาชนได้มากที่สุด

## 5.3 ป้ายคัดเอาท์ ป้ายฟิวเจอร์บอร์ด

ป้ายคัดเอาท์เป็นสื่อที่นักการเมืองนิยมใช้มากสำหรับการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งครั้งนี้ผู้สมัครจึงให้ความสำคัญกับการติดตั้งป้ายคัดเอาท์เป็นจำนวนมาก เพื่อสร้างการรับรู้ แก่ประชาชนมากที่สุด ป้ายคัดเอาท์ของนายบัวโล วงศ์เครือสอน ถูกออกแบบให้มี ขนาด 1.2 เมตร x 2.4 เมตร เพื่อนำเสนอเนื้อหาต่างๆ แบ่งออกเป็น 5 ชุด ดังนี้ ป้ายคัดเอาท์ชุดที่ 1 เน้นการนำเสนอ นโยบาย ซึ่งจะมีรูปนายบัวโล วงศ์เครือสอนพร้อมกับเนื้อหาของนโยบายและหมายเลข 2 ที่เป็นหมายเลขของผู้สมัครป้ายคัดเอาท์ชุดที่ 2 นำเสนอเนื้อหาที่เป็นเหตุผลถึงการลงสมัครรับเลือกตั้งเพื่อมาตอบแทนบุญคุณของบ้านเกิดด้วยข้อความ “ขอโอกาสตอบแทนบุญคุณแผ่นดิน” ป้ายคัดเอาท์ชุดที่ 3 เน้นการนำเสนอการต่อต้านการทุจริตทางการเมืองด้วยการชูนโยบาย ร่วมสร้าง อนาคต.สีขาว ซึ่งในส่วนของการสร้างภาพลักษณ์การต่อต้านและป้องกันการทุจริตคอร์รัปชันที่จะเป็น โทณสีขาว-ดำ พร้อมข้อความ “ร่วมสร้าง อนาคต.สีขาว หยุดโกงกิน” ป้ายคัดเอาท์ชุดที่ 4 เป็นการเน้นย้ำความเป็นตัวแทนของประชาชนด้วยข้อความ “โปรดเลือกบัวโล เพื่อไทยคงชน” นำเสนอเพียงข้อความพร้อมกับสัญลักษณ์ของกลุ่มพลังไทยคงชนเท่านั้น นายไพศาล วงศ์ศรีลา ได้กล่าวถึงการสื่อสารผ่านป้ายคัดเอาท์ของนายบัวโล วงศ์เครือสอน ว่า

“เห็นป้ายหาเสียงของนายบัวโล วงศ์เครือสอน  
ติดตามถนนในหมู่บ้านเป็นจำนวนมากหลายๆ  
พื้นที่ ป้ายคัดเอาท์เห็นใบหน้าของนายบัวโล ได้  
อย่างชัดเจน ทำให้จดจำได้ว่า นายบัวโล ลง  
สมัครรับเลือกตั้งหมายเลข 2”

สอดคล้องกับความคิดเห็นของนายประดิษฐ์ เชื้อนควบ ที่พบเห็นป้ายหาเสียงของผู้สมัครที่ติดตั้งอยู่ตามพื้นที่ต่างๆ ที่ได้ให้สัมภาษณ์ว่า

“ผมเห็นป้ายหาเสียงของคุณบัวไล เยอะพอสมควร  
มีการแสดงถึงนโยบายที่น่าเสนอ ขั้บรถผ่านอ่าน  
ได้นโยบายก็ดี ตัวเลขใหญ่จ้ง่ายดูแล้วมันติดตา  
สีไม่แสบตามองเห็นแต่ไกลๆ มีก่อนข้างมาก  
และจะเห็นอยู่ตามพื้นที่ต่างๆทุกหมู่บ้าน”

ประชาชนได้รับทราบถึงความเป็นผู้สมัครนายก อบต.ดงชน ก่อนจะนำป้ายไป  
ติดตามพื้นที่ชุมชนที่มีประชากรหนาแน่น ตามเส้นทางคมนาคมในตำบลดงชน จังหวัด  
สกลนคร เพื่อให้ประชาชนสามารถจดจำถึงผู้สมัครและนโยบายได้นอกจากป้ายคัทเอท์แล้ว  
ผู้สมัครยังจัดทำป้ายฟิวเจอร์บอร์ดขนาดเล็กรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า เป็นป้ายที่ใช้ในขบวนแห่ขณะ  
เดินลงพื้นที่หาเสียงกับประชาชน ขนาดของป้ายมีความกว้างประมาณ 0.5 เมตร และยาว 1 เมตร  
เนื้อหาบนแผ่นป้ายมีการนำเสนอเนื้อหาของนโยบายทุกแผ่นป้าย ซึ่งจะช่วยตอกย้ำให้ประชาชน  
สามารถรับรู้เนื้อหาที่ ต้องการสื่อสารได้มากขึ้น

“พี่ทำงานอยู่ที่อำเภอเมือง แต่พักอยู่ที่ดงชน  
เดินทางไปกลับทุกวัน จะเห็นป้ายหาเสียงของ  
ผู้สมัครทั้งสองฝ่ายเยอะอยู่พอสมควร แต่พี่จำได้  
ว่า พี่เห็นป้ายหาเสียงของนายบัวไล ตั้งแต่ยังไม่  
มีการกำหนดการเลือกตั้งนายก อบต. ดงชน อย่างเป็นทางการ เป็นป้ายหาเสียงที่ยังไม่มีหมายเลขของ  
ผู้สมัครรับเลือกตั้งด้วย”

(ประดิษฐ์ เชื้อนควบ, สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2562)

#### 5.4 แบนเนอร์ ไวนิล

แบนเนอร์ที่ใช้สำหรับการรณรงค์หาเสียงมีลักษณะเป็นรูปแบบสี่เหลี่ยมผืนผ้า  
ขนาด 1.2 x 3 เมตร พื้นสีแดง-ขาว เน้นการนำเสนอความเป็นผู้นำ ที่มีรูปนายบัวไล วงศ์เครือสอน  
พร้อมกับข้อความ “ดงชนยุคใหม่ พัฒนาบ้านเรา เอาบัวไลเป็นนายก” “เชื่อมั่นบัวไล วงศ์เครือสอน  
อุดมการณ์ไม่เปลี่ยนแปลง” การติดตั้งป้ายไวนิลกำหนดขึ้นเป็นสามระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 ช่วงก่อนประกาศตัวลงสมัครรับเลือกตั้งอย่างเป็นทางการ จะเน้นการ  
นำเสนอความเป็นทีมบริหารจากพรรคเพื่อไทยพร้อมกับความเชื่อมโยงระหว่างการเมืองท้องถิ่นกับ  
การเมืองระดับชาติ ด้วยข้อความ “ท้องถิ่นมั่นคง ประเทศไทยเข้มแข็ง”

ระยะที่ 2 คือ ช่วงหลังการประกาศตัวลงสมัครรับเลือกตั้งอย่างเป็นทางการ ยังคงเน้นการนำเสนอความเป็นตัวแทนจากพรรคเพื่อไทยแต่ได้เปลี่ยนแปลงข้อความ เป็น “เชื่อมั่นเพื่อไทย เชื่อมั่นบัวโล วงศ์เครือสอน อุดมการณ์ไม่เปลี่ยนแปลง” พร้อมรูปคู่ระหว่างผู้สมัครกับ สส.พรรคเพื่อไทย

ระยะที่ 3 เป็นช่วงโค้งสุดท้ายของการหาเสียงเป็นช่วงที่ต้องเร่งสร้างคะแนนนิยมให้ได้มากที่สุดได้นำเสนอป้ายไว้นิรूपแบบใหม่ ข้อความที่เขียนเป็นลายมือว่า “พี่น้องชาวคงชน กรุณาเลือกบัวโล เบอร์ 2 เป็นนายก อบต.คงชน” เพื่อหวังเรียกคะแนนเสียงจากประชาชน ที่มีจำนวนไม่น้อยในตำบลคงชน จังหวัดสกลนคร

#### 5.5 เพลงโฆษณาหาเสียง

ในพื้นที่ต่างจังหวัด การสร้างบทเพลงเพื่อผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นรูปแบบการสื่อสารทางการเมืองอย่างหนึ่งในการสร้างความจดจำผู้สมัครรับเลือกตั้งให้กับประชาชน นายบัวโล วงศ์เครือสอน จึงได้ จัดทำเพลงของตนเองสำหรับการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลคงชน จังหวัดสกลนครครั้งนี้คือ เพลง บัวโล หมายเลข 2 จังหวะเร็ว เนื้อหาของเพลงนี้ บัวโล บัวโล บัวโล สมัครครั้งนี้บัวโลได้เบอร์สอง ทุกคนโปรดจำให้ดี เลือกตั้งครั้งนี้บัวโลนะเบอร์สอง พี่น้องตำบลคงชนฯ ทุกทุกคนเข้าคูหาอย่าลืมกาเบอร์สอง ในนามคนรักคงชนจะสู้อดทนทำเพื่อพี่น้อง ยังไงก็ต้องบัวโลๆ เบอร์สองนี้ใช่ใครๆ ก็ต้องลง เบอร์สองบัวโลนี้หนา พี่น้องเรามาเลือกบัวโลนะเบอร์สอง เบอร์สอง เบอร์สองบัวโล พี่น้องใกล้ไกลเลือกบัวโลเบอร์สอง นายบัวโลคือนักพัฒนาเชิญพี่น้องมาเลือกกาเอา เบอร์สอง เบอร์สอง เบอร์สองบัวโล (ซ้ำ\*\*)

#### 6. การสื่อสารแบบเผชิญหน้า

การสื่อสารแบบเผชิญหน้า ได้แก่ การเดินแนะนำตัวของผู้สมัครรับเลือกตั้งหรือทีมงาน ด้วยการเคาะประตูแนะนำตัว การปราศรัยใหญ่ การปราศรัยย่อย การใช้รถกระจายเสียงการเข้าร่วมงานบุญ งานเฉลิมฉลองต่างๆ เนื่องจากกฎหมายการเลือกตั้งระบุนห้ามไม่ให้ผู้สมัครรับเลือกตั้งจัดเลี้ยง มหรสพ งานรื่นเริง ผู้สมัครรับเลือกตั้งจึงทำได้เพียงการเคาะประตูแนะนำตัว และการจัดตั้งเวทีปราศรัย ในช่วงเวลาของการหาเสียงเลือกตั้ง ซึ่งการจัดเวทีปราศรัยและการเคาะประตูแนะนำตัวนั้น เป็นวิธีการที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งส่วนใหญ่นิยมใช้กันมากที่สุด เนื่องจากวิธีนี้จะช่วยให้ ผู้สมัครรับเลือกตั้งเข้าถึงกลุ่มผู้เลือกตั้งได้มากที่สุด นายบัวโล วงศ์เครือสอน จึงให้ความสำคัญกับการสื่อสารแบบเผชิญหน้า เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้เลือกตั้งได้มากที่สุด โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

##### 6.1 การเคาะประตูแนะนำตัว

การหาเสียงในรูปแบบการเคาะประตูบ้านเป็นการสื่อสารแบบประชิดตัวเป็นวิธีการหาเสียงที่จะทำให้ ผู้สมัครได้ใกล้ชิดและเข้าถึงประชาชนมากที่สุด การเคาะประตูแนะนำตัว

ของนายบัวโล วงศ์เครือสอน แบ่งออกเป็นสามรูปแบบในการพบปะพี่น้องประชาชน แบบที่หนึ่งคือ นายบัวโล วงศ์เครือสอน จะลงพื้นที่พร้อมทีมงานที่จะคอยให้การสนับสนุนการลงพื้นที่เช่น การเดินถือป้ายนโยบาย ป้ายที่สื่อถึงการพัฒนาตามนโยบาย เดินลงพื้นที่ต่างๆ เพื่อขอคะแนนเสียง และสื่อสารนโยบายกับประชาชนแบบที่สอง คือ ทีมรองนายก และสมาชิกสภา อบต. เป็นต้น การลงพื้นที่พร้อมทั้งนักการเมืองจากพรรคเพื่อไทย เป็นกิจกรรมที่สร้างความนิยมในตัวนายบัวโล วงศ์เครือสอน ได้เป็นอย่างดี เนื่องจากประชาชนส่วนใหญ่รู้จักและชื่นชอบในตัวของผู้บริหารและสมาชิกจากพรรคเพื่อไทยอยู่ ทีมงานจากพรรคเพื่อไทยที่ลงพื้นที่ด้วย จะทำหน้าที่ช่วยสื่อสารนโยบายและขอให้ประชาชนสนับสนุนนายบัวโล วงศ์เครือสอน การลงพื้นที่ทั้งสองรูปแบบข้างต้นจะเป็นรูปแบบขบวนพร้อมทั้งป้ายสื่อสารกับประชาชน การลงพื้นที่ในแต่ละครั้งจะมีทีมงานคอยกำหนดพื้นที่ เวลา และอำนวยความสะดวกให้เป็นอย่างดี นายดำรง ศรีบุญเรือง คณะกรรมการหมู่บ้านบ้านแมด ได้กล่าวเพิ่มเติมว่า

“การลงพื้นที่ทางทีมงานจะเป็นผู้กำหนดให้นายบัวโล ไปในแต่ละพื้นที่ซึ่งการลงพื้นที่ของแกนนำพรรคเพื่อไทย เราจะดูวันว่างของท่านเป็นหลักเมื่อมีวันว่างจะเชิญท่านมาร่วมลงพื้นที่ เราจะไม่เน้นพื้นที่ใหญ่และพื้นที่ที่มีโอกาสชนชน้อย”

## 6.2 การปราศรัย

การปราศรัยเป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารมีข้อดีคือสามารถสื่อสารกับประชาชนได้ครั้งละจำนวนมาก แต่มีข้อเสียที่ค่าใช้จ่ายในการจัดเวทีปราศรัยแต่ละครั้งค่อนข้างสูงซึ่งค่าใช้จ่ายจะเกิดตั้งแต่การเตรียมการปราศรัยจนกระทั่งจบการปราศรัย การปราศรัยจึงต้องออกแบบให้มีสีสันและระดมคนให้มากที่สุดเนื่องจากบนเวทีปราศรัยจะมีแกนนำจากพรรคเพื่อไทยมาร่วมปราศรัยด้วย จึงเป็นโอกาสที่ผู้สมัครจะได้แสดงให้เห็นว่าตนเองเป็นผู้สมัครเพียงคนเดียวที่สามารถเชื่อมโยงกับการเมืองระดับใหญ่ได้ในการลงสมัครรับเลือกตั้ง อีกทั้งยังเป็นการสร้างกระแสในพื้นที่ให้เห็นว่าผู้สมัครได้รับความนิยมสูงจากเหตุผลข้างต้นผู้สมัครจึงได้ให้ความสำคัญกับการจัดเวทีปราศรัยเป็นอย่างมาก มีการจัดวางแผน กำหนดการ สถานที่ การปราศรัยเป็นอย่างดี แม้กระทั่งการสื่อสารกับประชาชนก่อนการปราศรัย จะมีทีมงานสื่อสารกับประชาชนก่อนทำให้ประชาชนได้รับทราบข้อมูลกำหนดการปราศรัยได้อย่างถูกต้อง ซึ่งนางราศรี วรอิทธินันท์ ทีมงานนายบัวโล วงศ์เครือสอน ได้ให้สัมภาษณ์ว่า

“ก่อนการลงพื้นที่ของนายบัวไล วงศ์เครือสอน  
และทีมงานทางเราจะไปบอกกับประชาชนประมาณ  
3 วันก่อนการลงพื้นที่และจัดเวทีปราศรัย”

การทำเวทีปราศรัยของนายบัวไล วงศ์เครือสอน จะเน้นการจัดเวทีปราศรัยให้ครบทุกพื้นที่ครอบคลุมทุกหมู่บ้าน ซึ่งที่ผ่านมาทางทีมงานได้จัดเวทีปราศรัยทั้ง 10 หมู่บ้าน มีการจัดเวทีปราศรัยในแต่ละหมู่บ้าน การจัดเวทีปราศรัยแต่ละหมู่บ้านจะมีความแตกต่างกัน ในการปราศรัยแต่ละครั้งจะมีตัวแทนจากพรรคเพื่อไทยมาร่วมปราศรัยด้วยเป็นบางครั้ง กลุ่มผู้นำชุมชนที่ชื่นชอบพรรคเพื่อไทยและรอคอยการฟังปราศรัย กล่าวว่า

“มีโอกาสได้ไปฟังการปราศรัยของนายบัวไล  
วงศ์เครือสอน มีแกนนำจากพรรคเพื่อไทย  
มาร่วมเวทีบางครั้งรู้สึกดีและชื่นชอบ”

ในขั้นตอนการเตรียมงานการจัดเวทีปราศรัยของนายบัวไล วงศ์เครือสอน เริ่มจากการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้รับทราบกำหนดการ ผ่านรถแห่ปราศรัย กลุ่มไลน์ และเฟซบุ๊ก (Facebook) การสื่อสารเนื้อหาบนเวทีปราศรัยจะแตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่ เน้นสื่อสารเรื่องนโยบายและสิ่งที่จะพัฒนาให้กับตำบลลงชน จังหวัดสกลนครรวมถึงการแนะนำตัวผู้สมัครและทีมงาน, ผลงานในอดีตรวมถึงเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นตลอดระยะเวลา 4 ปี ที่ผ่านมาภายใต้การบริหารตำบลลงชน จังหวัดสกลนครของนายบัวไล วงศ์เครือสอน อดีตนายกองค์การบริหารส่วนตำบลลงชน จังหวัดสกลนคร ขณะที่แกนนำและสมาชิกจากพรรคเพื่อไทย เน้นสื่อสารเรื่องการเมืองท้องถิ่น และการให้การสนับสนุนพร้อมรับรองนายบัวไล วงศ์เครือสอน

### 6.3 การใช้รถกระจายเสียง

การณรงค์หาเสียงเลือกตั้งในพื้นที่ตำบลลงชนรถกระจายเสียงจัดเป็นกลยุทธ์อย่างหนึ่งที่มีความสำคัญและผู้สมัครรับเลือกตั้งส่วนใหญ่เลือกใช้เมื่อมีการเลือกตั้งเนื่องจากรถกระจายเสียงมีความสะดวก รวดเร็ว ใช้คนน้อย สามารถเข้าถึงประชาชนได้ทุกพื้นที่และยังมีค่าใช้จ่ายที่ไม่สูงมากนัก การใช้รถกระจายเสียงของนายบัวไล วงศ์เครือสอน แบ่งออกเป็นสองขบวน คือ ขบวนแรกจะเป็นขบวนรถกระจายเสียงพร้อมกับผู้สมัครรับเลือกตั้งและแกนนำจากพรรคเพื่อไทย เป็นขบวนที่มีรถกระจายเสียงร่วมในขบวนจำนวนหลายคันประกอบด้วยรถกระจายเสียงหลักและรถประกอบขบวน โดยจะมีแกนนำจากพรรคเพื่อไทยและผู้สมัครขึ้นรถกระจายเสียงไว้ตัวร่วมกัน และอีกขบวนเป็นรถกระจายเสียงที่ไม่มีผู้สมัครรับเลือกตั้งเดินทางไปด้วย นายบัวไล วงศ์เครือสอน ได้จัดให้มีรถกระจายเสียงคราวละ 2-3 คัน ออกกระจายเสียงตั้งแต่ช่วงเช้าถึงช่วงเย็น ตระเวนไปตามพื้นที่ต่างๆ ครอบคลุม ทุกหมู่บ้าน

“ในช่วงหาเสียงเลือกตั้งก็มีโอกาสได้เห็นรถแห่หาเสียงของนายบัวโล วงศ์เครือสอนตรงบริเวณที่ถนนภายในหมู่บ้านรถแห่เสียงของนายฯ จะพูดเชิญชวนให้คนไปลงคะแนนให้หมายเลข 2 และที่รถก็มีติดรูปของผู้สมัครและทีมรองนายก เลขฯ นายฯอยู่ด้วย มองเห็นได้ชัดเจนทั้งหมายเลขผู้สมัครและรูปผู้สมัคร”

#### 6.4 การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งผ่านสื่อออนไลน์

เครือข่ายอินเทอร์เน็ตในปัจจุบันได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายเป็นอย่างมาก ประชาชนสามารถเข้าถึงระบบอินเทอร์เน็ตอย่างสะดวก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันที่เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตสามารถใช้งานบนโทรศัพท์มือถือได้แก่เช่นใช้งานบนคอมพิวเตอร์ ทำให้เครือข่ายออนไลน์ยังได้รับความนิยมมากขึ้น การใช้อินเทอร์เน็ตในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งจึงเป็นอีกวิธีการหนึ่งที่ได้รับคามนิยมจากผู้สมัครรับเลือกตั้งในยุคสมัยปัจจุบันการหาเสียงเลือกตั้งผ่านสื่อออนไลน์ของนายบัวโล วงศ์เครือสอน ได้ใช้สองเว็บไซต์ชื่อดัง คือ เฟซบุ๊ก (Facebook) และยูทูป (Youtube) ซึ่งมีทีมงานเป็นแอดมินทำหน้าที่ดูแลสื่อเลือกตั้งออนไลน์ นำเสนอความเคลื่อนไหวและกิจกรรมต่างๆ ของนายบัวโล วงศ์เครือสอน โดยมีรายละเอียดดังนี้

6.4.1 การหาเสียงเลือกตั้งผ่านเว็บไซต์ยูทูป (Youtube) เป็นเว็บไซต์ทำเสนอภาพวิดีโอที่มีชื่อเสียง โดยในเว็บไซต์นี้ ผู้ใช้สามารถอัปโหลดภาพวิดีโอเข้าไป เปิดดูภาพวิดีโอที่มีอยู่ และแบ่งปันภาพวิดีโอเหล่านี้ให้คนอื่นดูได้ โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ ในปัจจุบันเว็บไซต์ยูทูป (Youtube) ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศไทย ผู้สมัครจึงได้เล็งเห็นโอกาสในการสื่อสารช่องทางนี้จึงใช้เว็บไซต์ยูทูป (Youtube) เป็นช่องทางในการสื่อสารกับประชาชนด้วยการอัปโหลดวิดีโอกิจกรรมการรณรงค์หาเสียงตามพื้นที่ต่างๆ ให้ประชาชนได้ติดตาม เช่น เวทีปราศรัย กิจกรรมการรณรงค์หาเสียง การลงพื้นที่พบประชาชน หรือแม้กระทั่งเพลงการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของนายบัวโล วงศ์เครือสอน โดยมีทีมงานที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการเป็นผู้ทำหน้าที่หลักในการอัปโหลดวิดีโอ ดังนี้

บัญชีที่ 1 ชื่อ บัญชี ทีมงาน บัวโล อัปโหลดประมาณ 12 คลิป

บัญชีที่ 2 ชื่อบัญชี ฮักนะตาบลดงชน นำเสนอบรรยากาศและเนื้อหาจากเวทีการปราศรัยของนายบัวโล วงศ์เครือสอนประมาณ 8 คลิป และนำเสนอผลงานต่างๆ

6.4.2 การหาเสียงเลือกตั้งผ่านเว็บไซต์เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ที่เปิดให้ใช้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย จัดเป็นสังคมออนไลน์ที่มีผู้ใช้งานจำนวนมาก

ผู้สมัครได้ใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) หาเสียงเลือกตั้ง โดยเปิดบัญชีเฟซบุ๊ก (Facebook) 2 ประเภท โดยประเภทแรก ใช้ชื่อบัญชีว่า นายบัวโล วงศ์เครือสอน มีจำนวนเพื่อนในบัญชี 2,000 บัญชี

กลุ่มที่ 2 เป็นการนำเสนอกิจกรรมที่ผู้สมัครและทีมงานได้ลงพื้นที่พบปะประชาชนในพื้นที่ต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการลงพื้นที่พร้อมด้วยแกนนำจากพรรคเพื่อไทยเพื่อตอกย้ำให้ผู้ติดตามได้เห็นว่าตนเป็นตัวแทนจากพรรคเพื่อไทยในการลงสมัครรับเลือกตั้งครั้งนี้อย่างเป็นทางการ นอกจากนี้ นายบัวโล วงศ์เครือสอน ยังใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นเครื่องมือในการแจ้งกำหนดการลงพื้นที่ให้กับผู้ติดตามได้รับทราบและบอกต่อกันอย่างต่อเนื่อง

กลุ่มที่ 3 นำเสนอกิจกรรมและกำหนดการจัดเวทีปราศรัย นอกจากการใช้รถแห่ประชาสัมพันธ์แจ้งกำหนดการปราศรัยแล้ว นายบัวโล วงศ์เครือสอน ยังใช้ช่องทางออนไลน์ผ่านบัญชีของตนเองและทีมงานเป็นพื้นที่ในการแจ้งกำหนดการจัดเวทีปราศรัยแก่ผู้ติดตาม นอกจากนี้ ยังนำเสนอภาพและคลิปวิดีโอกิจกรรมเวทีปราศรัยในแต่ละพื้นที่เพื่อให้ผู้ที่ไม่สามารถเดินทางไปฟังการปราศรัยได้มีโอกาสติดตามเนื้อหาการปราศรัยอีกครั้งผ่านช่องทางนี้

นอกจากที่กล่าวมาข้างต้นผู้สมัครยังได้ใช้ เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นอีกหนึ่งสื่อในการตอกย้ำกับประชาชนให้เห็นว่าตนเป็นตัวแทนจากพรรคเพื่อไทยในการลงสมัครรับเลือกตั้งครั้งนี้ การสื่อสารผ่านเครือข่ายออนไลน์ของผู้สมัคร สามารถกระทำได้อย่างรวดเร็ว ทันต่อสถานการณ์ และมีค่าใช้จ่ายที่ต่ำทำให้กลุ่มเพื่อน ผู้ติดตาม และสมาชิกเครือข่ายที่นิยมในตัวนายบัวโล วงศ์เครือสอน ได้ทราบข่าวสารความเคลื่อนไหว เกิดการสื่อสารกันภายในเครือข่ายและสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มอื่นๆ เป็นแบบเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นการให้กำลังใจ การแสดงความคิดเห็นทางการเมือง และยังสามารถโน้มน้าวให้ผู้อื่นตัดสินใจเลือกตนเอง

## ตอนที่ 2 แนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง

### ของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลคงชน จังหวัดสกลนคร

#### 2.1 แนวทางการพัฒนาภาพลักษณ์ ของผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลคงชน จังหวัดสกลนครใช้ในการสร้างความนิยมทางการเมือง

นักการเมืองจัดเป็นบุคคลสาธารณะ (Public) จึงเป็นที่รับรู้ ของประชาชนโดยภาพลักษณ์ (Image) มากกว่าจะรู้จักตัวตนที่แท้จริง ซึ่งการที่ภาพลักษณ์ของนักการเมืองจะได้รับการตัดสินว่าดีหรือไม่ดีจะถูกตัดสินจากสิ่งที่ตนพูดหรือทำ กล่าวคือ ลีลาทางการเมืองในปัจจุบันมีความสำคัญเท่าๆ กับสาระทางการเมืองดังนั้นนักการเมืองจึงจำเป็นต้องกำหนดภาพลักษณ์เพื่อเป็นการสร้างความนิยมให้แก่ตนเอง โดยเฉพาะในสถานการณ์ช่วงเวลาของการเลือกตั้งผู้สมัครรับเลือกตั้งจึง

จำเป็นต้องกำหนดภาพลักษณ์ที่สอดคล้องกับที่ประชาชนต้องการแล้วฉายภาพดังกล่าวไปสู่ผู้มีสิทธิเลือกตั้งภาพลักษณ์ทางการเมืองของนายบัวไล วงศ์เครือสอน ที่ถูกนำเสนอในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชนจังหวัดสกลนครมาจาก 2 กลุ่มด้วยกันคือ

1. ภาพลักษณ์ที่ถูกกำหนดขึ้น โดยทีมรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งแล้วนำไปสู่ประชาชน
2. ภาพลักษณ์ที่สื่อมวลชนมองเห็นและเสนอไปสู่ประชาชนภาพลักษณ์ที่ นายบัวไล

วงศ์เครือสอน นำเสนอ ต่อประชาชนในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนครครั้งนี้มีดังนี้

1. ภาพลักษณ์นักบริหารมืออาชีพ มีประสบการณ์ด้านบริหารท้องถิ่น
2. ภาพลักษณ์นักการเมืองที่ทุ่มเทกับการทำงาน
3. ภาพลักษณ์นักการเมืองมุ่งเสนอสาระ ไม่เน้นโจมตีคู่แข่ง
4. ภาพลักษณ์การนำเสนอนโยบายที่ชัดเจน สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง

**ภาพลักษณ์นักบริหารมืออาชีพ มีประสบการณ์ด้านการบริหารองค์กรปกครอง**

#### **ท้องถิ่น**

ภาพลักษณ์ความเป็นนักบริหารมืออาชีพ มีประสบการณ์ด้านการบริหารท้องถิ่น ถูกนำเสนอตั้งแต่เมื่อครั้งที่นายบัวไล วงศ์เครือสอน ลงสมัครรับเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนครเมื่อปี พ.ศ. 2556 ภาพลักษณ์ที่นำเสนอขณะนั้นคือความเป็นนักบริหารในภาคเอกชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เคยดำรงตำแหน่งนายก อบต.ดงชน 1 สมัยการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนครครั้งนี้เป็นการแข่งขันระหว่งการเมืองระดับท้องถิ่นกับการเมืองระดับท้องถิ่นด้วยกัน คู่แข่งขันนายบัวไล วงศ์เครือสอน เป็นนักธุรกิจเป็นอดีตประธานสภา อบต. ไม่เคยดำรงตำแหน่งผู้บริหารท้องถิ่นมาก่อน จึงเป็นจุดอ่อนของคู่แข่งในเรื่องของประสบการณ์การบริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ดังนั้นนายบัวไล วงศ์เครือสอน จึงได้นำเสนอภาพลักษณ์ที่เป็นนักบริหารมืออาชีพที่มีประสบการณ์ทางด้านการบริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นโดยเฉพาะอย่างยิ่งการบริหารองค์กรบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนครมาก่อน

“ผมคิดว่านายบัวไลเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ด้านการบริหารท้องถิ่นมาก่อน ทำให้รู้เรื่องของการบริหารท้องถิ่นเป็นอย่างดี ขณะที่ คู่แข่ง เป็นนักธุรกิจอดีต ประธานสภา อบต. ประสบการณ์ด้านการบริหารท้องถิ่นของทั้งสองฝ่ายจึงแตกต่างกัน ผมมองว่านายบัวไลมีความพร้อมที่จะบริหารงานท้องถิ่นมากกว่า



(นายไกรแก้ว เทเสนา, สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2562)

**ภาพลักษณ์ความเป็นนักการเมืองที่ทุ่มเทกับการทำงาน**

ตลอดระยะเวลาเกือบ 4 ปี ที่นายบัวโล วงศ์เครือสอน ดำรงตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร นายบัวโล วงศ์เครือสอน ได้ฝากผลงานต่างๆ ไว้มากมายให้กับประชาชนตำบลดงชน จังหวัดสกลนครหลายสิ่งเกิดการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว ที่นายบัวโล ได้ผลักดันและให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวของตำบลดงชน จังหวัดสกลนครมาอย่างต่อเนื่อง

“ในช่วงที่นายบัวโล วงศ์เครือสอน ดำรงตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนครท่านเป็นคนที่จริงจังกับการทำงานมากให้ความสำคัญกับทุกเรื่อง โดยเฉพาะเรื่องการท่องเที่ยว ตั้งแต่บสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวในตำบล การจัดงบประมาณสำหรับกิจกรรมโรค วิศว์การท่องเที่ยวของตำบลดงชน จังหวัดสกลนครเมื่อนายบัวโล สนับสนุนงบประมาณสำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวมาแล้วก็จะมีติดตามผลจากการทำกิจกรรมตลอด”

(นายสถาพร ลีโคตะ, สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2562 )

สอดคล้องกับที่นายนายศิริพงษ์ วิพรหมหา ผู้ใหญ่บ้านบ้านเหล่ามะแวง ที่ตัดสินใจเลือกนายบัวโล วงศ์เครือสอน เพราะเห็นการทำงานของสมัครเมื่อสมัยดำรงตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลสมัยที่แล้วโดยกล่าวว่า

“ผมตัดสินใจเลือกนายบัวโล เพราะท่านยกๆ เป็นคนที่ทุ่มเทกับการทำงาน เป็นนักการเมืองที่พัฒนาดงชนมาในหลายๆ ด้าน”

นอกจากการดำเนินงานด้านพัฒนาการท่องเที่ยวของตำบลดงชนจังหวัดสกลนคร นายบัวโล วงศ์เครือสอน ยังให้การดูแลประชาชนเมื่อเกิดภัยพิบัติในพื้นที่ หลายๆ ครั้งเมื่อเกิดเหตุอุทกภัย นายบัวโล วงศ์เครือสอน และทีมงาน จะเป็นกลุ่มคนแรกๆ ที่ลงพื้นที่ในช่วงเกิดเหตุเพื่อให้การช่วยเหลือระงับและบรรเทาเหตุ ไม่ว่าจะเป็นเหตุการณ์น้ำท่วมตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร หรืออื่นๆ ผลงานเหล่านี้มักจะถูกนำเสนอผ่านประชาชน ทั้งในรูปแบบป้ายโปสเตอร์และเฟซบุ๊ก

สำหรับบทสัมภาษณ์ของนายปิ่นทอง พรหมพิลาได้กล่าวว่า นายบัวโล วงศ์เครือสอน ได้นำเสนอภาพลักษณ์ของความเป็นนักการเมืองที่ทุ่มเทการทำงานตลอดระยะเวลาที่ดำรงตำแหน่ง นายกองค์การบริหารส่วนตำบลคงชน จังหวัดสกลนคร ด้วยการปฏิบัติงาน และมีการประชาสัมพันธ์ ตลอดระยะเวลา 4 ปี ที่ผ่านมาทำให้นายบัวโล มั่นใจว่าประชาชนจะเห็นถึงการเป็นผู้ที่ทำงานเพื่อ ประชาชนและมีผลงาน จึงได้เน้นย้ำการนำเสนอภาพลักษณ์ผ่านคำขวัญของการรณรงค์ครั้งนี้ว่า, ทุ่มเท ทำงาน เพื่อชาวคงชน

“ผมชื่นชอบการทำงานของนายบัวโล วงศ์เครือสอน ตั้งแต่สมัยดำรงตำแหน่งนายก อบต. คงชนผม เห็นว่านายบัวโลเป็นคนทุ่มเทการทำงานมี ผลงานจับต้องได้ เลยตัดสินใจเลือกนายบัวโล”

#### **ภาพลักษณ์นักการเมืองที่มุ่งเสนอสาระ ไม่เน้นโจมตีคู่แข่ง**

บรรยากาศการแข่งขันการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลคงชน จังหวัดสกลนคร เป็นไปอย่างรุนแรงกว่าทุกครั้งที่ผ่านมาเนื่องจากการแข่งขันระหว่างกลุ่มการเมืองที่เป็นนัก ธุรกิจกับกลุ่มการเมืองเก่าระดับท้องถิ่น และจากการสัมภาษณ์ นายไกรแก้ว เทเสนา ผู้ใหญ่บ้าน บ้านตามไฮ

“การหาเสียงของนายบัวโล จะเน้นการนำ เสนอผลงานที่เคยได้ทำไว้และนายบัวโล ก็เป็น คนที่ทำงานจริงจัง ผลงานมี โดยสิ่งที่นำมาพูดหา เสียงเป็นสิ่งที่ทำมาแล้วทั้งหมดและก็ไม่เห็น นายบัวโลหาเสียงใส่ร้ายหรือโจมตีคู่แข่งเลย”

#### **ภาพลักษณ์การนำเสนอนโยบายที่ชัดเจน สามารถนำไปปฏิบัติได้**

ตลอดระยะเวลาที่นายบัวโล วงศ์เครือสอน ดำรงตำแหน่งนายกองค์การบริหาร ส่วนตำบลคงชน จังหวัดสกลนคร นายบัวโล ได้สร้างผลงานพัฒนาตำบลคงชน จังหวัดสกลนคร ต่างๆ ไว้มากมาย ภายใต้หลักการ,นำคงชนสู่การพัฒนาแบบยั่งยืน ดังนั้นการบริหารงานของนายบัวโล จึงเป็นการวางแผนพัฒนาตำบลคงชน จังหวัดสกลนครระยะยาว ซึ่งตลอดระยะเวลา 4 ปี ที่เคยดำรง ตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลคงชน นายบัวโล ได้นำนโยบายต่างๆ ที่ได้หาเสียงไว้มาก ปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม เช่น นโยบายการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวตำบลคงชน จังหวัดสกลนคร ที่นายบัวโล ได้จัดตั้งโครงการ อบต. พาเพลินต่อมานโยบายนี้ได้ถูกนำมาหาเสียงอีกครั้ง นโยบาย การครุภัณฑ์ทางการแพทย์ให้ แก่หน่วยงาน รพ.สต.ในพื้นที่และ อสม. ในตำบลคงชน จังหวัดสกลนคร การเลือกตั้งครั้งนี้ นายบัวโล วงศ์เครือสอน จึงนำเสนอ นโยบายที่ได้ดำเนินการแล้วและพร้อมจะ

ดำเนินการพัฒนาต่อจากเดิมที่ได้ทำไว้ เสมือนเป็นการพิสูจน์ให้ประชาชนได้เห็นว่ นโยบายที่นายบัวโล วงศ์เครือสอน นำมาหาเสียงสามารถนำไปปฏิบัติ เนื่องจากส่วนหนึ่งเป็นนโยบายที่ได้ดำเนินการ แล้วอย่างเป็นรูปธรรม เช่น นโยบาย คลินิก อดต. โครงการตรวจสุขภาพประจำปี โครงการดวงตาพาสุข โครงการถนนสู่นาไฟฟ้าสู่ทุ่ง โครงการทำถนน คสล.โครงการไฟฟ้าส่องสว่างข้างถนนในหลายเส้นทาง ของตำบลคงชน จังหวัดสกลนคร เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับคำสัมภาษณ์ของนายประเทศ นนต์สะเกตุ ได้กล่าวว่า

“นโยบายที่นายบัวโล วงศ์เครือสอนนำเสนอเป็น นโยบายที่เข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน รายละเอียดไม่ เยอะเกินไปมีทั้งนโยบายใหม่และนโยบายเก่าที่ เป็นที่รับรู้ของประชาชนแล้วอย่างเช่น นโยบาย รถกู้ภัย 24 ชั่วโมง รับ-ส่งประจำตำบล ที่ประชาชน ได้ประโยชน์และตอบรับดีมากและนายบัวโล ได้นำนโยบายนี้มาหาเสียงต่อยอดโครงการอีกครั้ง”

แม้นายบัวโล วงศ์เครือสอน จะกำหนดภาพลักษณ์เชิงบวกออกไปสู่ประชาชน แต่ การรับรู้ภาพลักษณ์ของนาย บัวโล วงศ์เครือสอน หาได้มีเพียงภาพบวกเท่านั้น แต่กลับมีภาพลักษณ์ ในด้านลบที่ถูกกำหนดโดยสื่อและดอกหญ้าโดยคู่แข่ง จนเป็นที่รับรู้ของประชาชนทั่วไปอันได้แก่

1. เป็นผู้ที่ไม่โปร่งใสในเรื่องงบประมาณ
2. เป็นผู้ที่เอื้อประโยชน์ต่อพวกพ้อง

จึงยิ่งทำให้กลายเป็นประเด็นที่พูดถึงอย่างมากในตำบลคงชน จังหวัดสกลนคร ส่งผลให้ภาพลักษณ์ทางการเมืองของนายบัวโล วงศ์เครือสอน เป็นการดอกหญ้าภาพลักษณ์เชิงลบ เมื่อ นายดาบชัย ไขไพวัลย์ ขึ้นกล่าวบนเวทีปราศรัยของนายดาบชัย ไขไพวัลย์ มีการกล่าวถึงบุคคล ที่เกี่ยวข้อง และบอกกับประชาชนที่มาฟังปราศรัยว่าให้ช่วยเลือกนายดาบชัย ไขไพวัลย์ เป็นนายก องค์การบริหารส่วนตำบลคงชน จังหวัดสกลนคร เพื่อให้มีการบริหารเรื่องงบประมาณที่โปร่งใส

จากภาพลักษณ์ดังกล่าวย่อมส่งผลกระทบต่อคะแนนนิยมเป็นอย่างมาก นายบัวโล วงศ์เครือสอน จึงได้พยายามแก้ไขภาพลักษณ์ดังกล่าว ด้วยการเพิ่มความถี่ในการสื่อสารกับ ประชาชนว่าตนเองไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับสิ่งที่ นายดาบชัย ไขไพวัลย์ มีการกล่าวถึง

ขณะที่ นายชูสง วงศ์ถามาศย์ ผู้ใหญ่บ้านบ้านใหม่หนองมะเกลือ ได้ให้สัมภาษณ์ ถึงประเด็นภาพลักษณ์ที่นายบัวโล วงศ์เครือสอนว่ามีส่วนเกี่ยวข้องกับงบประมาณที่ไม่โปร่งใสต่างๆ

“ผมมองว่าประเด็นที่นายบัวไล ตกเป็นผู้ถูกกล่าวหาเรื่องความไม่โปร่งใสในการบริหารงบประมาณของ อบต.ดงชนนั้น ส่งผลอย่างยิ่งต่อคะแนนนิยมในตัวนายบัวไล เนื่องจากประชาชนในตำบลดงชน จังหวัดสกลนครไม่นิยมความไม่โปร่งใส ทำให้ตรงนี้กลายเป็นจุดอ่อนของนายบัวไล ทำให้คะแนนนิยมในตัวนายบัวไลเองลดลง ผมคิดว่าปัจจัยตรงนี้ค่อนข้างมีผลต่อการเลือกตั้ง”

## 2.2 แนวทางการพัฒนาการสื่อสารผ่านนักการเมืองท้องถิ่น

การสื่อสารผ่านนักการเมืองท้องถิ่นเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการเลือกตั้งการเมืองท้องถิ่น เนื่องจากการสื่อสารผ่านกลุ่มนี้เป็นอีกช่องทางการสื่อสารที่ผู้สมัครใช้ติดต่อกับผู้เลือกตั้งผ่านระบบอุปถัมภ์ นักการเมืองท้องถิ่นถือว่ามีความสำคัญอย่างมาก โดยเฉพาะผู้ที่มิตำแหน่งทางการเมือง บุคคลประเภทนี้ล้วนแล้วแต่มีอิทธิพล บารมี มีทุนทรัพย์ และผ่านการเลือกตั้งจากประชาชนโดยตรงมาก่อน แต่ละเขตเลือกตั้งมีพื้นที่เล็กกว่าการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ทำให้สามารถกุมเสียงในเขตของตนได้ง่ายกว่า สามารถโน้มน้าวให้ประชาชนในเขตเลือกตั้งของตนเลือกบุคคลตามที่ตนเองต้องการ ได้การสื่อสารผ่านนักการเมืองท้องถิ่นจึงมีความสำคัญมากในการเลือกตั้ง แต่ที่สำคัญกว่านั้นคือการบริหารจัดการนักการเมืองท้องถิ่น เนื่องจากการบริหารจัดการคนกลุ่มนี้ค่อนข้างมีความซับซ้อนปัจจัยเรื่องเงินไม่ใช่คำตอบอย่างเดียว แต่ซับซ้อนมากกว่านั้นไม่ว่าจะเป็นเรื่องโครงการต่างๆ ในแต่ละท้องถิ่น การจัดสรรผลประโยชน์ หรือแม้กระทั่งการดำรงตำแหน่งต่างๆ ทางการเมืองการดูแลกลุ่มคนเหล่านี้จึงเป็นเรื่องที่สำคัญเป็นอย่างยิ่ง

“วัฒนธรรมทางการเมืองในพื้นที่ภาคอีสานหากมีการเลือกตั้ง ผู้ที่เลือกตั้งจะไปขอความช่วยเหลือจากผู้ที่มีอิทธิพลในท้องถิ่นให้ช่วยเหลือทางการเลือกตั้ง ระบบอุปถัมภ์จึงมีความสำคัญต่อการเลือกตั้งเป็นอย่างมากในพื้นที่ภาคอีสาน”

(นายบัวไล วงศ์เครือสอน, สัมภาษณ์, 20 มีนาคม 2562)

นายบัวไล วงศ์เครือสอน ได้อาศัยความสัมพันธ์ในช่วงที่ดำรงตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนครที่ได้ให้การช่วยเหลือโครงการต่างๆ ในพื้นที่ท้องถิ่นของตำบลดงชน จังหวัดสกลนครจนเกิดความความสนิทสนมกันระหว่างทีมบริหาร

อบต. ดงชน กับนักการเมืองท้องถิ่น กลุ่มคนเหล่านี้จึงพร้อมใจกันช่วยเหลือนายบัวโล วงศ์เครือสอน ในการสื่อสารนโยบาย สอดคล้องกับที่นายสมัย แสงพรหมชาติ ที่ได้กล่าวถึงเครือข่ายนี้ว่า

“นายบัวโลจะให้ สจ. ในพื้นที่เป็นคนดูแลฐานเสียง ส่วนผมเป็นคนประสานงานผู้ใหญ่ อบต. ในพื้นที่ และจะให้การเมืองท้องถิ่นมาช่วย สจ. มาเสริมอีกทีหนึ่ง ซึ่งนักการเมืองท้องถิ่นส่วนใหญ่ช่วยเหลือนายบัวโล กันหมด เพราะสมัยนายบัวโล ดำรงตำแหน่งนายก อบต. มีการช่วยเหลือโครงการต่างๆ ในพื้นที่ และเราหวังว่านายบัวโล จะช่วยเหลือเราต่อหากได้รับการเลือกตั้งเป็นนายก อบต. อีกสมัย”

นายสมัย แสงพรหมชาติ ได้ให้สัมภาษณ์ว่า

“ที่บ้านกุดแซ่ นายบัวโล วงศ์เครือสอนมอบให้ผมดูแลพื้นที่นี้โดยตรงผมจะคอยประสานงานกับผู้สมัคร ส.อบต. ในพื้นที่ให้สื่อสารกับประชาชนถึงผลงานที่นายบัวโลเคยได้ทำไว้และเรื่องงบประมาณต่างๆ ที่เคยได้รับมาพัฒนาในบ้านกุดแซ่ ให้ประชาชนได้รับทราบ”

นอกจากนักการเมืองท้องถิ่น นายบัวโล วงศ์เครือสอน ได้วางแนวทางการพัฒนากระบวนการสื่อสารผ่านสมาชิกสภาตำบลดงชน จังหวัดสกลนครที่สังกัดทีมดงชนพัฒนา กลุ่มคนกลุ่มนี้จัดเป็นผู้ใฝ่ฝันขั้นดี เนื่องจากมีความคุ้นเคยกับคนในพื้นที่ มีฐานเสียงอยู่ในเขตเลือกตั้งของตนอย่างกว้างขวางทั้งเครือข่ายญาติพี่น้อง เพื่อนฝูง และเครือข่ายต่างๆ ที่อุปถัมภ์กันมา ทำให้มีความสนิทสนมกัน สามารถพึ่งพากันได้ การที่นายบัวโล วงศ์เครือสอน ได้กลุ่มคนเหล่านี้มาเป็นทีมงาน ช่วยเพิ่มฐานเสียงให้แก่ นายบัวโล วงศ์เครือสอน อีกทั้งยังช่วยให้การสื่อสารนโยบายสามารถถ่ายทอดไปยังกลุ่มผู้มีสิทธิเลือกตั้งได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพผ่านกลุ่มคนเหล่านี้ นอกจากการสื่อสารนโยบายไปยังกลุ่มผู้นำชุมชนแล้ว กลุ่มสมาชิกสภาตำบลดงชน จังหวัดสกลนครเหล่านี้ยังทำหน้าที่อำนวยความสะดวกการจัดเวทีปราศรัย ทั้งการประสานงานในพื้นที่ การจัดเตรียมงาน การเชิญชวนประชาชนมาฟังปราศรัย เป็นต้น

นายนายณรงค์ อ่อนโสภา สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร ได้ให้สัมภาษณ์ว่า

“ผมและนายบัวโลได้ร่วมงานกันมาก่อนหน้านี้แล้วช่วงระยะเวลาหนึ่ง ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งครั้งนี้ พวกเราจะนำข้อมูลนโยบายไปสื่อสารกับพี่น้องประชาชนในพื้นที่ที่แต่ละคนดูแลอยู่ ซึ่งพวกเราจะคุ้นเคยกับชาวบ้านเป็นอย่างดี เนื่องจากมีความใกล้ชิดและเห็นหน้ากันบ่อย พวกเราจึงช่วยกันนำนโยบายไปสื่อสารกับประชาชนในพื้นที่ให้ทั่วถึงมากที่สุด”

### 2.3 แนวทางการพัฒนาการสื่อสารผ่านสื่อสาธารณะ

การสื่อสารผ่านสื่อสาธารณะของนายบัวโล วงศ์เครือสอน ได้แก่ แผ่นพับ บัตรร่ำเบอร์ คัทเอาท์ ป้ายโฆษณา แบนเนอร์ วนิดิต เพลงโฆษณาหาเสียง เป็นต้น โดยมีรายละเอียดเนื้อหาของกระบวนการสื่อสาร ดังต่อไปนี้

#### 2.3.1 ใช้แผ่นพับ

เป็นเครื่องมือสื่อสารทางการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งที่นักการเมืองและพรรคการเมืองนิยมนำมาใช้หาเสียงเลือกตั้ง เนื่องจากแผ่นพับเป็นเอกสารที่มีขนาดไม่ใหญ่มาก มีน้ำหนักเบา พกพาได้สะดวก แผ่นพับที่นายบัวโล วงศ์เครือสอน ใช้ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งมีลักษณะเป็นกระดาษแผ่นพับมีขนาดเท่ากับกระดาษขนาด A4 สองแผ่นประกบกัน ใช้สีน้ำเงินสลับกับสีขาวเป็นสีพื้นหลังของแผ่นพับและนำเสนอเนื้อหาเต็มพื้นที่ทั้ง 4 หน้า มีรายละเอียด ดังนี้

- 1) หน้าปก เป็นพื้นสีน้ำเงิน
- 2) ขาว ประกอบด้วยรูปของนายบัวโล วงศ์เครือสอน สัญลักษณ์ของทีมดงชนพัฒนา พร้อมข้อความ ,ทีมดงชนพัฒนา นำดงชนสู่การพัฒนาแบบยั่งยืน ทุ่มเทพาทำงาน เพื่อชาวดงชนและด้านล่าง แสดง ชื่อ บัวโล วงศ์เครือสอน นายบัวโล พร้อมข้อความ ,ร่วมพัฒนานำพาดงชนเจริญไปข้างหน้าด้วยกัน
- 3) หน้าที่ 2 และ 3 เป็นส่วนที่นำเสนอเนื้อหาใหม่ ทั้ง 3 นโยบาย พร้อมรูปภาพประกอบร่วมกับรายละเอียดของแต่ละนโยบาย เช่น นโยบาย ถนนไปนา ไฟฟ้าสู่ทุ่ง เป็นต้น พร้อมกับคำขวัญที่สื่อสารถึงนโยบาย คือ 4 ปี เลือกตั้งใหม่ ด้วยนโยบายอยู่ดีมีแสง ขอน้อมรับใช้พี่น้องประชาชน เพื่อสานงานต่อ ก่องานใหม่ พร้อมกับข้อความ,รู้ปัญหา เข้าถึงทุกพื้นที่ พร้อมลงมือทำทันที ในส่วนด้านบนของหน้า 2 และ 3
- 4) หน้าสุดท้าย เป็นส่วนที่นำเสนอผลงานของนายบัวโล วงศ์เครือสอน ที่เคยดำเนินการไว้เมื่อสมัยดำรงตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร

ประกอบด้วยโครงการต่างๆ จำนวน 6 โครงการ เป็นโครงการที่ดำเนินการแล้วเสร็จและโครงการที่อยู่ระหว่างดำเนินการ เช่น โครงการถนน คสล.คูน้ำ ไฟฟ้าส่องสว่างถนน เข็ยคนจนถึงบ้าน เป็นต้น นำเสนอพร้อมภาพประกอบของโครงการ พร้อมกับ แต่งคำขวัญที่สื่อสารถึงผลงานและการสานต่อโครงการ ด้วยคำขวัญ ,ทุ่มเท ทำงานเพื่อชาวคงชน 4 ปี ทำแล้ว ทำต่อพร้อมกับตอกย้ำความมั่นใจให้แก่ประชาชนถึงความเป็นไปได้ในการนำนโยบายไปปฏิบัติได้จริง ด้วยข้อความ ,สานต่อนโยบาย ทำได้อย่างต่อเนื่อง

### 2.3.2 บัตรย้ำเบอร์

มีลักษณะใกล้เคียงกับแผ่นพับแต่แตกต่างกันตรงขนาดที่เล็กกว่าหลายเท่า นายบัวโล วงศ์เครือสอน ได้ออกแบบให้บัตรย้ำเบอร์มีขนาด 7.5 x 10 เซนติเมตร เทียบเท่ากับขนาดนามบัตรมาตรฐานสองใบ มีขนาดเล็ก ง่ายต่อการพกพา ใช้สีน้ำเงินเป็นพื้นหลัง บริเวณด้านหน้าของบัตรย้ำเบอร์เป็นพื้นที่แนะนำตัวผู้สมัคร ส่วนด้านหลังเป็นส่วนที่นำเสนอ นโยบายและผลงานของนายบัวโล วงศ์เครือสอน

### 2.3.3 ป้ายคัทเอาท์ ป้ายฟิวเจอร์บอร์ด

ป้ายคัทเอาท์เป็นสื่อที่นักการเมืองนิยมใช้เป็นเครื่องมือในการรณรงค์หาเสียงทั้งการเมืองระดับชาติและระดับท้องถิ่น นายบัวโล วงศ์เครือสอน เป็นหนึ่งในนักการเมืองที่ให้ความสำคัญกับการสื่อสารผ่านป้ายคัทเอาท์ การออกแบบป้ายจะเน้นสีน้ำเงิน-แดงเป็นสีพื้นหลัง บนพื้นที่ป้ายขนาด 1.2 เมตร x 2.4 เมตร การนำเสนอเนื้อหาผ่านป้ายคัทเอาท์ของผู้สมัครแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มที่ 1 เป็นกลุ่มที่นำเสนอเนื้อหาของนโยบาย มีรูปนายบัวโล วงศ์เครือสอน พร้อมกับรายละเอียดของนโยบายที่นำเสนอ และกลุ่มที่ 2 มุ่งเน้นการนำเสนอภาพลักษณ์ที่ดีของผู้สมัครกับการโน้มน้าวประชาชนให้ตัดสินใจเลือกผู้สมัครที่นโยบายและผลงาน ผ่านข้อความดังนี้

“ผมจะทุ่มเทแรงกายเพื่อรับใช้ชาวตำบลคงชน”

เป็นการปรับกลยุทธ์ต่อสู้กับคู่แข่งที่ได้ใช้ข้อความในการหาเสียงว่า ,โปรดเลือกคนรุ่นใหม่ไฟแรงคอยรับใช้ ภายหลังเสร็จสิ้นกระบวนการจัดทำป้ายคัทเอาท์แล้ว การติดตั้งป้ายจะกระจายไปตามจุดต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่ที่มีประชากรหนาแน่นและตามเส้นทางของถนนหลายสายในตำบลคงชน จังหวัดสกลนคร ครอบคลุมเกือบทุกพื้นที่ในตำบลคงชน จังหวัดสกลนคร เพื่อสร้างการรับรู้ และให้ประชาชนสามารถจดจำผู้สมัครรับเลือกตั้งและนโยบายได้อย่างแน่นอน นอกจากป้ายคัทเอาท์แล้ว นายบัวโล วงศ์เครือสอน ได้เพิ่มเติมในส่วนของป้ายฟิวเจอร์บอร์ดขนาดเล็ก มีรูปทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัสขนาดของป้ายมีความกว้างประมาณ 0.5 เมตร และยาว 1 เมตร เป็นป้ายที่สะดวกในการถือและเคลื่อนย้าย เพื่อใช้สื่อสารนโยบายในขบวนของผู้สมัครเมื่อลงพื้นที่หาเสียง

เสมือนการต่อท้ายการรับรู้ นโยบายเพิ่มเติมจากป้ายคำเอาท์อีกหนึ่งช่องทาง ประชาชนในพื้นที่ ตำบลคงชน ที่ติดตามการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลคงชน จังหวัดสกลนครและมีโอกาสได้พบเห็นป้ายของผู้สมัคร ได้ให้สัมภาษณ์ว่า,ผมเห็นป้ายหาเสียงของนายบัวไล ติดอยู่ตามข้างถนนค่อนข้างเยอะพอสมควร ป้ายประชาสัมพันธ์มีขนาดใหญ่ สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน มีรายละเอียดของนโยบายชัดเจนดีเช่นเดียวกับนายนาเรกฤทธิ์ ฤทธิ์ศรีบุญ ผู้ใหญ่บ้านบ้าน โพนปอหู ที่ใช้เส้นทางสัญจรในเมืองสกลนคร มีโอกาสได้เห็นป้ายหาเสียงของนายบัวไล วงศ์เครือสอนกล่าวว่า

“มีโอกาสได้เห็นป้ายหาเสียงของนายบัวไล  
ซึ่งมีจำนวนเยอะมาก เยอะพอสมควร  
เนื้อหาในป้ายก็จะโฆษณาผลงานต่างๆ  
ของตัวเองที่เคยได้ทำไว้”

#### 2.3.4 แบนเนอร์ไว้นิล

แบนเนอร์ที่นายบัวไล วงศ์เครือสอน ใช้สำหรับการรณรงค์หาเสียงมีลักษณะเป็นรูปแบบของสี่เหลี่ยมผืนผ้า ขนาด 1.2 x 3 เมตร ใช้สีน้ำเงิน-ขาวเป็นสีพื้นหลังและสื่อสารเรื่องนโยบายผ่านสื่อชนิดนี้ ก่อนจะนำไปติดตั้งตามชุมชนต่างๆ ทั่วตำบลคงชน จังหวัดสกลนคร โดยคำนึงถึงนโยบายที่สอดคล้องกับปัญหาหรือความต้องการในพื้นที่นั้นๆ เช่น แบนเนอร์นโยบายการส่งเสริมการทำนาข้าวปลอดภัย จะเน้นติดตั้ง ในพื้นที่ ตำบลคงชน เนื่องจากพื้นที่เหล่านี้ประชากรส่วนใหญ่มีอาชีพทำนา เป็นต้น

### 2.4 แนวทางการพัฒนาการจูงใจผู้มีสิทธิเลือกตั้ง

การสื่อสารที่ดีจะเริ่มต้นการพูดน่าสนใจ มีพลังในการสื่อสารกระตุ้นให้ผู้ฟังเกิดความกระตือรือร้นที่จะรับฟัง โดยการทำให้ผู้ฟังมองเห็นสิ่งต่างๆ ได้ชัดเจน เห็นคุณค่าและประโยชน์ จะเกิดขึ้นเมื่อนำไปปฏิบัติ เป็นเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับผู้ฟังมากกว่าเรื่องของผู้สื่อสาร หากเป็นเรื่องของผู้สื่อสารก็เป็นเพียงประสบการณ์ที่อยากให้ผู้ฟังได้นำไปคิดและประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ฟังอีกทีหนึ่ง

#### 2.4.1 การจูงใจผ่านอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.)

บทบาทหน้าที่สำคัญของ อสม. คือการสื่อสารข่าวสารด้านสาธารณสุข, การแนะนำเผยแพร่ความรู้, การวางแผน, การประสานกิจกรรมพัฒนาสาธารณสุข, การช่วยเหลือและรักษาพยาบาลขั้นต้น โดยใช้ยาและเวชภัณฑ์ตามขอบเขตที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนด, การส่งต่อผู้ป่วยไปรับบริการ, การฟื้นฟูสภาพและการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพ เป็นต้น แบ่งสัดส่วนการดูแลประชาชนในอัตรา อสม. 1 คน ดูแลประชากรต่อ 10-15 ครัวเรือน จากบทบาทหน้าที่ของ อสม.ทำให้เกิดความใกล้ชิด ชิดกันระหว่าง อสม. กับประชาชน ด้วยความสัมพันธ์ที่แนบแน่น



อสม.จึงกลายเป็นบุคคลที่ชาวบ้านให้ความไว้วางใจ เคารพนับถือ ความสัมพันธ์ระหว่างชาวบ้าน กับอสม. จึงมีความผูกพันกันเป็นอย่างดีกลุ่ม อสม. จึงจัดเป็นทีมบุคลากรชั้นดีของนายบัวไล วงศ์เครือสอน เนื่องจากมีความใกล้ชิดกับชาวบ้านเป็นอย่างดีและยังรู้ข้อมูลต่างๆ ของชุมชน บทบาทที่ อสม. ได้รับจะทำหน้าที่ช่วยสื่อสารนโยบายต่างๆ แก่ประชาชน ความสัมพันธ์ระหว่าง อสม. กับนายบัวไล วงศ์เครือสอน เป็นไปอย่างแน่นแฟ้น เนื่องจากเมื่อครั้งนายบัวไล วงศ์เครือสอน ดำรงตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลคงชน ได้สนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ของ อสม. เกิดความใกล้ชิดและความผูกพันกันระหว่างกลุ่ม อสม. กับนายบัวไล ดังนั้นกลุ่ม อสม. ส่วนใหญ่จึงพร้อมใจกันสนับสนุนนายบัวไล วงศ์เครือสอน ในบทบาทหน้าที่ที่สื่อสารเรื่องนโยบายต่างๆ ของผู้สมัครให้ประชาชนในพื้นที่รับรู้ข้อมูลได้มากที่สุดและยังทำหน้าที่เชิญชวนประชาชนไปเข้าร่วมฟังการปราศรัยหาเสียงของนายบัวไล วงศ์เครือสอน ในแต่ละพื้นที่อีกด้วยนางมะลิ (นามสมมติ) อาสาสมัครสาธารณสุขที่ให้กับสนับสนุนนายบัวไล วงศ์เครือสอน ได้ให้สัมภาษณ์ว่า

“อสม. อย่างพวกเราจะคอยช่วยเหลือชาวบ้าน ด้านสาธารณสุขมาตลอด คนในชุมชนเราจะเจอหน้ากันบ่อย เจอกันเป็นประจำ จนกระทั่งรู้ว่าใครเป็นใครทำอะไร อยู่ที่ไหน เราจึงคุ้นเคยกันดี เมื่อสมัยนายบัวไลดำรงตำแหน่งนายกอบต. คงชน มีการมาสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ของ อสม. เราจึงคุ้นเคยกับนายบัวไล การเลือกตั้งครั้งนี้เราเลยพร้อมใจทำหน้าที่เป็นคนกลางในการสื่อสารระหว่างนายบัวไล กับประชาชนจะคอยแจ้งนโยบายและข่าวสารเกี่ยวกับนายบัวไลให้ชาวบ้านรับทราบอยู่ตลอดเวลา และจะขอให้ชาวบ้านช่วยกันเลือกนายบัวไล ให้ได้เป็นนายกอบต. คงชนในอีกสมัยต่อไป”

#### 2.4.2 การจูงใจผ่านผู้นำชุมชน

ผู้นำชุมชนจัดเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อประชาชนในชุมชน เป็นบุคคลที่ให้ความช่วยเหลือประชาชนในพื้นที่เมื่อได้รับความเดือดร้อนหรือต้องการความช่วยเหลือ ส่งผลให้กลุ่มผู้นำชุมชนเหล่านี้ได้รับการยอมรับจากคนในพื้นที่ ประชาชนให้ความเชื่อถือและไว้วางใจ เมื่อครั้งนายบัวไล วงศ์เครือสอน ดำรงตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลคงชน จังหวัดสกลนคร นายบัวไล วงศ์เครือสอน เคยให้การช่วยเหลือชาวบ้านในพื้นที่ผ่านผู้นำชุมชน จนเป็นที่

ยอมรับของผู้นำชุมชน กลุ่มผู้นำชุมชนจึงพร้อมใจเป็นกระบอกเสียงให้กับนายบัวไล วงศ์เครือสอน ในการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนครครั้งนี้

“โดยส่วนตัวรู้จักกันอยู่แล้วกับนายบัวไล พอเลือกตั้งนายบัวไล บอกให้ช่วยหาเสียงให้หน่อย เลยตัดสินใจช่วยนายบัวไล หาเสียงเพราะ นายบัวไล เป็นคนดีและเป็นคนทำงานเวลา ประชาชนเดือดร้อนที่จะ โทรหาแก เวลาโทรไป ถ้าแกไม่ได้รับสายแกก็จะโทรกลับแกจะส่งเลขฯฯ หรือลูกน้องมาดูก่อนและตัวนายกบัวไลเองจะ ตามมาให้การช่วยเหลือที่หลังประทับใจในตัว นายบัวไล เลยตัดสินใจช่วยนายบัวไลหาเสียง”

(นางพิสมัย ไชยวังราช, สัมภาษณ์, 26 มีนาคม 2562)

#### 4.3 การจูงใจผ่านการปราศรัย

การปราศรัยเป็นวิธีการที่สามารถสื่อสารกับประชาชนได้ในคราวละจำนวนมาก แต่จะมีข้อเสียที่การจัดเวทีปราศรัยแต่ละครั้งจะมีค่าใช้จ่ายสูง เพราะค่าใช้จ่ายเริ่มเกิดขึ้นตั้งแต่ก่อน เริ่มการปราศรัยจนหลังจบการปราศรัย การปราศรัยจะช่วยให้ผู้เลือกตั้งรู้สึกใกล้ชิดกับผู้สมัคร ได้มากขึ้น ทำให้ผู้สมัครสามารถโน้มน้าวให้ผู้ฟังตัดสินใจลงคะแนนนิยมนำให้แกตนได้ สำหรับนายบัวไล วงศ์เครือสอน ได้ให้ความสำคัญกับการจัดเวทีปราศรัยเป็นอย่างมาก สังเกตได้จากจำนวนกิจกรรมเวทีปราศรัย "สำหรับแผนการปราศรัยเพื่อรับฟังความคิดเห็นของประชาชน จะทำให้ครบ 10 เวที ในรอบแรก คือ 3 เวทีในหมู่บ้านขนาดใหญ่ หลังจากครบ 3 เวทีแล้ว จะให้ครบ อีกประมาณ 7 เวที เพื่อลงสู่หมู่บ้านที่ขนาดเล็ก แล้วไปสู่วิถีพื้นที่จริงที่เข้าถึงตัวประชาชนและบอกกับ ประชาชนว่าจะทำอะไรให้พี่น้องได้ไหม ถ้าได้ก็บอกว่าได้ ถ้าไม่ได้ก็จะบอกว่าติดขัดเรื่องอะไร จะแก้ไขตรงไหนได้บ้าง จะทำงานให้ดีที่สุด ให้มากที่สุด เพราะพี่น้องเฝ้าคอยการพัฒนามานาน"

“การเผยแพร่เนื้อหา นโยบาย เราจะทำผ่านเวที ปราศรัย ซึ่งการปราศรัยแต่ละครั้ง เราจะมี การถ่ายทอดสดเนื้อหาการปราศรัยไปยังพื้นที่ต่างๆ ในตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร ผ่านเครือข่าย ทางเฟซบุ๊ก และหลังจบการปราศรัยจะมีการนำ เทปบันทึกการปราศรัย มาเผยแพร่ผ่านทางกลุ่ม ไลน์ของตำบลและหมู่บ้านอีกรอบหนึ่ง”

(นายสุริยา โคตรวงศ์, สัมภาษณ์, 26 มีนาคม 2562)

อดีตรองนายกองค์การบริหารส่วนตำบลที่ช่วยกำกับดูแลกิจกรรมการหาเสียงเลือกตั้งของนายบัวไล วงศ์เครือสอน ได้กล่าวถึงการตอบรับกิจกรรมเวทีปราศรัยของประชาชนว่า

“การลงพื้นที่ของนายบัวไล ได้รับการตอบรับที่ดีมากจากชาวบ้านในพื้นที่ การจัดเวทีปราศรัยแต่ละครั้งมีประชาชนมาร่วมฟังไม่ต่ำกว่า 200 คน และถ้าเป็นพื้นที่หมู่บ้านใหญ่ๆ ประชาชนมีความสนใจเข้าร่วมฟังไม่ต่ำกว่า 300 คน ต่องาน”

หนึ่งในผู้สนับสนุนนายบัวไล วงศ์เครือสอน ได้ให้สัมภาษณ์ถึงกระบวนการการประชาสัมพันธ์การจัดเวทีปราศรัยว่า

“ก่อนที่นายบัวไล จะมาเปิดเวทีปราศรัย ผมและทีมงานจะช่วยกันแจ้งข่าวสารกับชาวบ้านว่า นายบัวไล จะมาเปิดเวทีวันไหนและที่ใด เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบและมีเวลาเตรียมตัวไปรับฟังการปราศรัยของนายบัวไล”

ขั้นตอนการเตรียมงานการจัดเวทีปราศรัยของทีมงานนายบัวไล มีกระบวนการตั้งแต่ก่อนการจัดกิจกรรม โดยเริ่มต้นจากการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนในพื้นที่ที่ได้รับทราบก่อนถึงวันจัดเวทีปราศรัยประมาณ 3 วัน ด้วยวิธีการแจกใบปลิว รถแห่หาเสียง เฟซบุ๊ก เป็นต้น กิจกรรมบนเวทีส่วนใหญ่จะเป็นการปรากฏตัวของผู้สมัครและทีมงาน ได้แก่ นายบัวไล วงศ์เครือสอน, ทีมบริหารองค์การบริหารส่วนตำบลคงชน จังหวัดสกลนคร และสื่อสารถึงผลงาน นโยบายและสิ่งที่จะทำให้กับตำบลคงชน จังหวัดสกลนคร โดยมีกำหนดเนื้อหาที่นำเสนอให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนในพื้นที่การจัดเวทีปราศรัย

### บทสรุปผู้วิจัย

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจนสามารถได้ข้อสรุปว่ากระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างค่านิยมทางการเมืองของผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลคงชน จังหวัดสกลนครของนายบัวไล วงศ์เครือสอน ผู้วิจัยพบว่าผู้สมัครได้ใช้เครื่องมือทางการตลาดทางการเมืองทุกชนิดมาปรับใช้กับการรณรงค์อย่างเต็มรูปแบบและปรับเปลี่ยนรูปแบบไปตามสถานการณ์ทางการเมืองในตำบลคงชน จังหวัดสกลนคร อยู่ตลอดเวลา เสนอภาพลักษณ์ความเป็นนักการเมืองที่ทุ่มเทการทำงานเพื่อประชาชนและเป็นนักการเมืองที่มีผลงานที่เป็นรูปธรรม พร้อมทั้งจัดวางส่วนแบ่งทาง

การตลาดเพื่อให้สามารถเข้าถึงประชาชนได้ทุกกลุ่ม ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เริ่มตั้งแต่การนำข้อมูลที่ได้รับมาตั้งแต่สมัยอยู่ในตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนครและข้อมูลจากการสำรวจ โดยทีมงาน มาเป็นข้อมูลในการออกแบบผลิตภัณฑ์ (Product) เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนได้และได้นำเสนอภาพลักษณ์ของตนเองให้มีความโดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่งร่วมกับการใช้การตลาดแบบผลักดัน (Push Marketing) ผ่านกิจกรรมต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม โดยเน้นการสื่อสารผ่านสื่อบุคคลและการจัดทำเวทีปราศรัยทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่เพื่อให้การสื่อสารเกิดประสิทธิภาพกับประชาชนมากที่สุด หลังจากนั้นนำการตลาดแบบดึงดูด (Pull Marketing) ด้วยวิธีการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนทุกแขนงและเน้นสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ เนื่องจากสื่อเหล่านี้สามารถเข้าถึงรวดเร็วได้เป็นอย่างดี ตลอดระยะเวลาของการณรงค์มีการสำรวจความนิยม (PoII) ในตัวผู้สมัครอย่างต่อเนื่องเพื่อได้รับทราบถึงความนิยมในตนเองเพื่อให้สามารถปรับแผนการณรงค์ให้สอดคล้องกับผลสำรวจและทันต่อสถานการณ์ผู้วิจัยพบว่า การณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของนายบัวไล วงศ์เครือสอน ได้ให้ความสำคัญการตลาดทางการเมือง 4Ps ทุกกระบวนการ โดยแบ่งลำดับและเน้นการใช้งานของแต่ละส่วนออกเป็นแต่ละช่วงเวลา จากการสำรวจพบว่าสื่อที่ได้รับการตอบรับจากประชาชนมากที่สุดคือการสื่อสารผ่านสื่อบุคคลที่เน้นการสื่อสารโดยตัวผู้สมัครเองพร้อมกับนักการเมืองท้องถิ่นในแต่ละพื้นที่ควบคู่ไปพร้อมกับการทำกิจกรรมเวทีปราศรัยที่สามารถกระทำได้อย่างต่อเนื่องและครอบคลุมทั้ง 10 หมู่บ้านของตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร ทำให้ประชาชนรู้สึกใกล้ชิดกับผู้สมัคร สามารถโน้มน้าวให้ผู้เลือกตั้งเลือกตั้งตนได้มากที่สุด

นอกจากข้อมูลการหาเสียงเลือกตั้งของนายบัวไล วงศ์เครือสอน ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจนสามารถได้ข้อสรุปว่าการณรงค์หาเสียงเลือกตั้งผ่านสื่อออนไลน์ของนายบัวไล วงศ์เครือสอน จัดได้ว่าประสบความสำเร็จในระดับหนึ่ง ทั้งนี้เนื่องจากการนำเสนอเนื้อหาที่เข้าใจง่าย และนำเสนออย่างต่อเนื่องและทันต่อเหตุการณ์ และการนำเสนอเนื้อหาผ่านกลุ่มเพื่อนในสังคมออนไลน์ด้วยวิธีการติดแท็กชื่อทีมงานของนายบัวไล วงศ์เครือสอน ในการนำเสนอเนื้อหาเพื่อให้ผู้ที่ติดตามกลุ่มเพื่อนของนายบัวไล วงศ์เครือสอน สามารถเห็นบัญชีเฟซบุ๊ก (Facebook) ของนายบัวไล วงศ์เครือสอน และกดติดตามได้ ซึ่งเป็นอีกวิธีการหนึ่งในการเพิ่มจำนวนผู้ติดตาม ทั้งหมดนี้จึงทำให้มีผู้ติดตามบัญชีของนายบัวไล วงศ์เครือสอน และทีมงานเกินความคาดหมาย“ทราบว่าบัวไลมีบัญชีเฟซบุ๊ก (Facebook) จากการบอกเล่าของเพื่อน ซึ่งเพื่อน ได้มาบอกให้กดไลค์ติดตามแฟนเพจ นายบัวไล วงศ์เครือสอน และเราเองก็ติดตาม นายกอยู่แล้ว จึงกดติดตามบัญชีของท่าน เราเองได้เห็นกิจกรรมการหาเสียงตามพื้นที่ต่างๆ และการประกาศนโยบาย สำหรับผมช่องทางนี้เป็นช่องทางที่ทำให้สามารถเข้าถึงและเห็นกิจกรรมของนายกได้มากที่สุด”

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลคงชน จังหวัดสกลนคร” ผู้วิจัยมีจุดมุ่งหมายในการศึกษาประเด็นตามวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ 1. กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลคงชน จังหวัดสกลนคร และ 2. แนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลคงชน จังหวัดสกลนคร

#### 1. สรุปผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้การเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม โดยผู้วิจัยเป็นเครื่องมือหลักในการศึกษา ซึ่งการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกนั้นได้ทำการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นการเลือกแบบเจาะจงซึ่งมีผู้ให้ข้อมูลหลักที่ร่วมกันวางแผนและดำเนินการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม โดยตรงรวม จำนวน 22 คน 1) ว่าที่ผู้สมัคร 1 คน 2) ทีมปฏิบัติการสื่อสาร 10 คน ที่ปรึกษาในการสื่อสาร 1 คน 3) ผู้นำชุมชน 10 คน ว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลคงชน จังหวัดสกลนคร ผู้บริหารการณรงค์ ทีมงานผู้สมัคร สมาชิกสภาตำบลคงชน จังหวัดสกลนคร ผู้นำด้านศาสนา ผู้นำชุมชน หัวหน้าแผนก อาสาสมัครสาธารณสุข นักวิชาการ นักการเมืองท้องถิ่น นักการเมืองระดับตำบล แกนนำและสมาชิกพรรคเพื่อไทย ซึ่งสามารถสรุปผลของการวิจัยโดยนำเสนอให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

## ตอนที่ 1 กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร

จากข้อมูลที่ได้วิจัยได้ศึกษากระบวนการสื่อสารที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชนของผู้สมัครสรุปได้ดังนี้ ผู้สมัครรับเลือกตั้งได้นำการตลาดแบบผลิตภัณฑ์กระบวนการสื่อสารสู่ประชาชน โดยตรงมาปรับใช้กับการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ด้วยรูปแบบการสื่อสารผ่านกลุ่มบุคคลและสื่อต่างๆ ผ่านไปยังประชาชน โดยมีวิธีการสื่อสารกับประชาชนดังต่อไปนี้

### 1.1 การสื่อสารผ่านสื่อบุคคล

การสื่อสารนโยบายเป็นส่วนสำคัญในกระบวนการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายบัวโล วงศ์เครือสอน ได้จัดตั้งทีมงานเป็นตัวแทนในการสื่อสารนโยบายเพื่อให้สามารถสร้างการรับรู้แก่ผู้เลือกตั้งมากที่สุด โดยแบ่งกลุ่มผู้สื่อสารออกเป็นกลุ่มต่างๆ ดังนี้

#### 1.1.1 การสื่อสารผ่านนักการเมืองท้องถิ่น

นักการเมืองท้องถิ่นถือเป็นบุคคลที่มีความใกล้ชิดกับประชาชนในพื้นที่มากที่สุดโดยเฉพาะในพื้นที่ห่างไกล การเลือกตั้งครั้งนี้ นักการเมืองท้องถิ่นทั้งที่อยู่ในตำแหน่งและเคยดำรงตำแหน่งจึงมีความสำคัญอย่างมากต่อการสื่อสารนโยบายครั้งนี้ การสื่อสารผ่านสื่อบุคคลที่เป็นนักการเมืองท้องถิ่น ได้แก่ นักการเมืองท้องถิ่นที่ดำรงตำแหน่งในปัจจุบันและเคยดำรงตำแหน่งเป็นต้น จากประสบการณ์การทำงานการเมืองของนายบัวโล วงศ์เครือสอน ทำให้เครือข่ายทางการเมืองท้องถิ่นมีจำนวนมากพอสมควร แต่ในขณะเดียวกันเครือข่ายทางการเมืองของกลุ่มคู่แข่งก็มีจำนวนไม่น้อย ทำให้เกิดปัญหาการแบ่งแยกกลุ่มผู้ให้การสนับสนุนการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนครครั้งนี้ การติดต่อนักการเมืองท้องถิ่นเพื่อเข้าเป็นส่วนหนึ่งของทีมรณรงค์หาเสียงของนายบัวโล วงศ์เครือสอน แบ่งออกเป็นสองช่องทาง คือ การติดต่อโดยตรงจากผู้สมัครและการติดต่อผ่านทีมงานของผู้สมัคร

#### 1.1.2 การสื่อสารผ่านอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.)

อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านหรือ อสม. จัดเป็นกลุ่มบุคคลที่มีความใกล้ชิดกับประชาชนในพื้นที่เป็นอย่างดี โดยเฉพาะในพื้นที่ที่อยู่ห่างไกลและการรักษาทางการแพทย์ยังเข้าไม่ถึง อสม. จะเป็นหน่วยงานแรกที่เข้าไปให้ความรู้เรื่องสุขภาพและการดูแลสุขภาพให้กับประชาชนโดยไม่อิงทางการเมือง กลุ่ม อสม. จึงมีความคุ้นเคยกับประชาชนในพื้นที่เป็นอย่างดี การเลือกตั้งครั้งนี้ อาสาสมัครสาธารณสุขบางส่วนได้รับการติดต่อเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งในทีมงานนายบัวโล วงศ์เครือสอน ด้วยบทบาทการสื่อสารด้านนโยบายให้กับประชาชนในพื้นที่ที่อาสาสมัครทำงานอยู่

### 1.1.3 การสื่อสารผ่านผู้นำชุมชน

กลุ่มผู้นำชุมชนที่เข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งให้นายบัวโล วงศ์เครือสอน ผ่านการติดต่อโดยตรงจากผู้สมัครและผ่านทางทีมงาน ซึ่งผู้นำชุมชนที่ให้การสนับสนุนนายบัวโล วงศ์เครือสอน ส่วนใหญ่เป็นผู้นำชุมชนที่มีความใกล้ชิดกับประชาชนและประชาชนให้การยอมรับ เมื่อกลุ่มคนเหล่านี้เป็นกระบอกเสียงด้านนโยบายและแสดงออกว่าให้การสนับสนุนนายบัวโล วงศ์เครือสอน ก็สามารถโน้มน้าวให้ชาวบ้านคล้อยตามได้อย่างมาก นอกจากนี้ยังมีกลุ่มผู้นำชุมชนที่ตัดสินใจช่วยเหลือนายบัวโล วงศ์เครือสอน ด้วยเหตุผลการอุปถัมภ์กันมาก่อนตั้งแต่สมัยรุ่นบิดาของนายบัวโล วงศ์เครือสอน ต่อเนื่องมาถึงปัจจุบัน

### 1.1.4 การสื่อสารผ่านผู้นำศาสนา

การกำหนดทีมผู้ บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร ให้ มีตัวแทนเป็นผู้นำทางศาสนา นับเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ทางการตลาดทางการเมืองที่สามารถสร้างคะแนนนิยมในตัวบุคคลที่เป็นชาวพุทธเสมือนเป็นตัวแทนในการสื่อสาร ผลักดันนโยบายที่เกี่ยวข้องกับชาวพุทธแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และยังเป็นผู้ที่เข้าใจในหลักศาสนา ดังนั้นการได้ตัวแทนที่เป็นชาวพุทธที่เป็นผู้ที่ชาวบ้านเคารพนับถือมาช่วยในการหาเสียง จะทำให้การหาเสียงทำได้ง่ายขึ้นและสร้างคะแนนนิยมได้มากขึ้น

## 1.2 กระบวนการสื่อสารผ่านสื่อสาธารณะ

การสื่อสารผ่านสื่อสาธารณะ ได้แก่ แผ่นพับ บัตรยื่นเบอร์ คัทเอ๊าท์ ป้ายโฆษณาแบนเนอร์ ไลน์ CD เพลงโฆษณหาเสียง เป็นต้น โดยมีรายละเอียดเนื้อหาของกระบวนการสื่อสารดังต่อไปนี้

1.2.1 **แผ่นพับ** เป็นเครื่องมือสื่อสารทางการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งที่นักการเมืองนิยมนำมาใช้ในการหาเสียงเลือกตั้ง เนื่องจากเป็นเอกสารที่มีขนาดไม่ใหญ่มาก เบาพกพาได้ง่ายในขณะเดียวกันผู้สมัครรับเลือกตั้งสามารถใส่เนื้อหาเกี่ยวกับนโยบายต่างๆ ในแผ่นพับได้ สำหรับแผ่นพับที่นายบัวโล วงศ์เครือสอน ใช้ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง มีการจัดพิมพ์ประมาณ 4,000 ฉบับ โดยมีลักษณะเป็นกระดาษแผ่นพับ 3 ส่วน มีขนาด กว้าง 42 เซนติเมตรและยาว 29.5 เซนติเมตร เมื่อพับแล้วจะมีขนาดกว้าง 14 เซนติเมตร ใช้พื้นสีแดงสลับกับสีขาว โดยแบ่งออกเป็น 6หน้า มีรายละเอียด ดังนี้

1) หน้าปก เป็นพื้นแดง-ขาว ประกอบด้วยรูปของบัวโล วงศ์เครือสอน อยู่บริเวณบนสุดเหนือรูปของนายบัวโล วงศ์เครือสอน พร้อมข้อความได้รูปภาพรณรงค์ให้ไปเลือกหมายเลข 2 และข้อความ “ร่วมสร้าง อบต.สีขาว”

2) หน้าที่ 2 ส่วนบนแสดงรูปนายบัวโล วงศ์เครือสอน กำลังเยี่ยมชมทักทายกับผู้สูงอายุท่านหนึ่ง พร้อมกับข้อความได้รูปภาพที่แสดงถึงชื่อนายบัวโล วงศ์เครือสอน กับภารกิจที่จะทำหลังจากได้รับเลือกตั้งเป็นนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร คือการพลิกโฉม อบต.ดงชน ให้เป็นชุมชนที่น่าอยู่พร้อมกับยกระดับภาพลักษณ์ อบต.ดงชนให้เป็น อบต.สีขาว และล้างอิทธิพลมืดเพื่อสร้างดงชนให้เป็นเมืองแห่งความสุข

3) หน้าที่ 3 และ 4 เป็นพื้นที่นำเสนอนโยบายหลักของนายบัวโล วงศ์เครือสอน คือ นโยบาย 5 ช่อม 6 สร้าง 7 เสริม 8 สร้าง 9 พัฒนา และข้อความ “เชื่อมั่นบัวโล วงศ์เครือสอน” เพื่อตอกย้ำให้ผู้รับสาร นอกจากนี้ยังนำเสนอภาพที่สื่อถึงนโยบายต่างๆ และภาพนายบัวโล วงศ์เครือสอน เมื่อครั้งลงพื้นที่พบปะประชาชน

4) หน้าที่ 5 เป็นพื้นที่นำเสนอนโยบายต่อเนื่องจากหน้าที่ 3 และ 4 และยังคงนำเสนอรูปภาพเกี่ยวกับโครงการและเน้นรูปนายบัวโล วงศ์เครือสอน ที่ลงพื้นที่ในตำบลดงชน

5) หน้าที่ 6 หน้าสุดท้ายของการนำเสนอแผ่นพับ ในหน้านี้ผู้สมัครรับเลือกตั้งได้นำเสนอผลงานในอดีตที่ตนเองได้เคยดำเนินไว้ในบทบาทของนักบริหาร รวมถึงโครงการต่างๆ ที่ได้ดำเนินการให้กับโรงเรียนในตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร เพื่อสื่อสารให้ประชาชนได้เห็นว่าผู้สมัครรับเลือกตั้งหมายเลข 2 เป็นคนที่มีผลงาน ตั้งใจทำงานเพื่อประชาชน

### 1.2.2 บัตรย้ำเบอร์

มีลักษณะใกล้เคียงกับแผ่นพับ แต่จะต่างกันตรงที่มีขนาดเล็กกว่า หลายเท่า การออกแบบบัตรย้ำเบอร์ นายบัวโล วงศ์เครือสอน ได้ออกแบบให้มีขนาด กว้าง 7.5 เซนติเมตรและยาว 10 เซนติเมตร มีขนาดเล็กง่ายต่อการพกพา ใช้แดง-ขาว เป็นสีหลัก บริเวณด้านหน้าของบัตรย้ำเบอร์เป็นพื้นที่นำเสนอหมายเลขพร้อมรูปของผู้สมัครรับเลือกตั้ง ไว้บนสุดของบัตรย้ำเบอร์ สีแดงสื่อถึงพรรคเพื่อตอกย้ำความเป็นตัวแทนจากพรรคเพื่อไทย ส่วนพื้นที่ด้านหลังเป็นข้อความ “ร่วมสร้าง อบต.สีขาว เพื่อให้ดงชนเป็นเมืองแห่งความสุขบริหารจัดการด้วยปัญญาและหลักธรรมาภิบาล ด้วยนโยบายดงชนก้าวหน้า 5 6 7 8 9” (นโยบาย 5 ช่อม 6 สร้าง 7 เสริม 8 สร้าง 9 พัฒนา) ผู้สมัครได้มีการจัดพิมพ์บัตรย้ำเบอร์ทั้งหมดประมาณ 4,000 ฉบับเพื่อนำไปแจกจ่ายให้ประชาชนได้มากที่สุด

### 1.2.3 ป้ายคัทเอาท์ ป้ายฟิวเจอร์บอร์ด

ป้ายคัทเอาท์เป็นสื่อที่นักการเมืองนิยมใช้มากสำหรับการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งครั้งนี้ผู้สมัครจึงให้ความสำคัญกับการติดตั้งป้ายคัทเอาท์เป็นจำนวนมาก เพื่อสร้างการรับรู้แก่ประชาชนมากที่สุด ป้ายคัทเอาท์ของนายบัวโล วงศ์เครือสอน ถูกออกแบบให้มีขนาด 1.2 เมตร x 2.4 เมตร เพื่อนำเสนอเนื้อหาต่างๆ แบ่งออกเป็น 5 ชุด ดังนี้ ป้ายคัทเอาท์ชุดที่ 1 เน้นการนำเสนอ นโยบาย ซึ่งจะมียุโรปนายบัวโล วงศ์เครือสอนพร้อมกับเนื้อหา



ของนโยบายและหมายเลข 2 ที่เป็นหมายเลขของผู้สมัครป้ายคัทเอาท์ชุดที่ 2 นำเสนอเนื้อหาที่เป็นเหตุผลถึงการลงสมัครรับเลือกตั้งเพื่อมาตอบแทนบุญคุณของบ้านเกิดด้วยข้อความ “ขอโอกาสตอบแทนบุญคุณแผ่นดิน” ป้ายคัทเอาท์ชุดที่ 3 เน้นการนำเสนอการต่อต้านการทุจริตทางการเมืองด้วยการรณรงค์นโยบาย ร่วมสร้าง อปต.สีขาว ซึ่งในส่วนของ การสร้างภาพลักษณ์การต่อต้านและป้องกันการทุจริตคอร์ปชั่นที่จะเป็น โทณสีขาว-ดำ พร้อมข้อความ “ร่วมสร้าง อปต.สีขาว หยุคโกงกิน” ป้ายคัทเอาท์ชุดที่ 4 เป็นการเน้นย้ำความเป็นตัวแทนของพรรคเพื่อไทยด้วยข้อความ “โปรดเลือกพรรคของเรา คนของเรา” นำเสนอเพียงข้อความพร้อมกับสัญลักษณ์ของเพื่อไทยเท่านั้น

ประชาชนได้รับทราบถึงความเป็นตัวแทนจากพรรคเพื่อไทย ก่อนจะนำป้ายไปติดตามพื้นที่ชุมชนที่มีประชากรหนาแน่น ตามเส้นทางคมนาคมในตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร เพื่อให้ประชาชนสามารถจดจำถึงผู้สมัครและนโยบายได้นอกจากป้ายคัทเอาท์แล้ว ผู้สมัครยังจัดทำป้ายฟิวเจอร์บอร์ดขนาดเล็กรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า เป็นป้ายที่ใช้ในขบวนแห่ขณะเดินลงพื้นที่หาเสียงกับประชาชน ขนาดของป้ายมีความกว้างประมาณ 0.5 เมตร และยาว 1 เมตร เนื้อหาบนแผ่นป้ายมีการนำเสนอเนื้อหาของนโยบายและทุกแผ่นป้ายจะมีสัญลักษณ์ของพรรคเพื่อไทยอยู่ส่วนบนของแผ่นป้าย ซึ่งจะช่วยให้ประชาชนสามารถรับรู้เนื้อหาที่ ต้องการสื่อสารได้มากขึ้น

#### 1.2.4 แบนเนอร์ วนิด

แบนเนอร์ที่ใช้สำหรับการรณรงค์หาเสียงมีลักษณะเป็นรูปแบบสี่เหลี่ยมผืนผ้าขนาด 1.2 x 3 เมตร พื้นสีแดง-ขาว เน้นการนำเสนอความเป็นตัวแทนของพรรคเพื่อไทยที่มีรูปนายบัวโล วงศ์เครือสอน พร้อมกับข้อความ “ท้องถิ่นมั่นคง ประเทศไทยเข้มแข็ง” “เชื่อมั่นเพื่อไทยเชื่อมั่นบัวโล วงศ์เครือสอน อุดมการณ์ไม่เปลี่ยนแปลง” การติดตั้งป้ายวนิดกำหนดขึ้นเป็นสามระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 ช่วงก่อนประกาศตัวลงสมัครรับเลือกตั้งอย่างเป็นทางการ จะเน้นการนำเสนอความเป็นทีมบริหารจากพรรคเพื่อไทยพร้อมกับความเชื่อมโยงระหว่างการเมืองท้องถิ่นกับการเมืองระดับชาติ ด้วยข้อความ “ท้องถิ่นมั่นคง ประเทศไทยเข้มแข็ง”

ระยะที่ 2 คือ ช่วงหลังการประกาศตัวลงสมัครรับเลือกตั้งรับเลือกตั้งอย่างเป็นทางการ ยังคงเน้นการนำเสนอความเป็นตัวแทนจากพรรคเพื่อไทยแต่ได้เปลี่ยนแปลงข้อความเป็น “เชื่อมั่นเพื่อไทย เชื่อมั่นบัวโล วงศ์เครือสอน อุดมการณ์ไม่เปลี่ยนแปลง” พร้อมรูปคู่ระหว่างผู้สมัครกับ ส.ส.จากพรรคเพื่อไทย

ระยะที่ 3 เป็นช่วงโค้งสุดท้ายของการหาเสียงเป็นช่วงที่ต้องเร่งสร้างคะแนนนิยมให้ได้มากที่สุดได้นำเสนอป้ายวนิดรูปแบบใหม่ ข้อความที่เขียนเป็นลายมือว่า “พี่น้องชาวดงชน กรุณาเลือกบัวโล เบอร์ 2 เป็นนายก อบต.ดงชน” เพื่อหวังเรียกคะแนนเสียงจากประชาชน ที่มีจำนวนไม่น้อยในตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร

### 1.2.5 เพลงโฆษณาหาเสียง

ในพื้นที่ต่างจังหวัด การสร้างบทเพลงเพื่อผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นรูปแบบการสื่อสารทางการเมืองอย่างหนึ่งในการสร้างความจดจำผู้สมัครรับเลือกตั้งให้กับประชาชน นายบัวโล วงศ์เครือสอน จึงได้ จัดทำเพลงของตนเองสำหรับการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลคงชน จังหวัดสกลนครครั้งนี้คือ เพลง บัวโล หมายเลข 2 จังหวะเร็ว เนื้อหาของเพลงนี้ บัวโล บัวโล บัวโล สมัครครั้งนี้บัวโลได้เบอร์สอง ทุกคนโปรดจำให้ดี เลือกตั้งครั้งนี้บัวโลนะเบอร์สอง พี่น้องตำบลคงชนฯ ทุกทุกคนเข้าคูหาอย่าลืมกาเบอร์สอง ในนามคนรักคงชนจะสู้อดทนทำเพื่อพี่น้อง ยังไงก็ต้องบัวโลๆ เบอร์สองนี้ใช่ใครๆก็ต้องลง เบอร์สองบัวโลนี้หนา พี่น้องเรามาเลือกบัวโลนะเบอร์สอง เบอร์สอง เบอร์สองบัวโล พี่น้องใกล้ไกลเลือกบัวโลเบอร์สอง นายบัวโลคือนักพัฒนาเชิญพี่น้องมาเลือกกาเอาเบอร์สอง เบอร์สอง เบอร์สองบัวโล (ซ้ำ\*\*)

### 1.3 การสื่อสารแบบเผชิญหน้า

การสื่อสารแบบเผชิญหน้า ได้แก่ การเดินแนะนำตัวของผู้สมัครรับเลือกตั้งหรือทีมงาน ด้วยการเคาะประตูแนะนำตัว การปราศรัยใหญ่ การปราศรัยย่อย การใช้รถกระจายเสียงการเข้าร่วมงานบุญ งานเฉลิมฉลองต่างๆ เนื่องจากกฎหมายการเลือกตั้งระบุนำไม่ให้ผู้สมัครรับเลือกตั้งจัดเลี้ยง มหรสพ งานรื่นเริง ผู้สมัครรับเลือกตั้งจึงทำได้เพียงการเคาะประตูแนะนำตัว และการจัดตั้งเวทีปราศรัย ในช่วงเวลาของการหาเสียงเลือกตั้ง ซึ่งการจัดเวทีปราศรัยและการเคาะประตูแนะนำตัวนั้น เป็นวิธีการที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งส่วนใหญ่นิยมใช้กันมากที่สุด เนื่องจากวิธีนี้จะช่วยให้ผู้สมัครรับเลือกตั้งเข้าถึงกลุ่มผู้เลือกตั้งได้มากที่สุด นายบัวโล วงศ์เครือสอน จึงให้ความสำคัญกับการสื่อสารแบบเผชิญหน้า เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้เลือกตั้งได้มากที่สุด โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### 1.3.1 การเคาะประตูแนะนำตัว

การหาเสียงในรูปแบบการเคาะประตูบ้านเป็นการสื่อสารแบบประชิดตัว เป็นวิธีการหาเสียงที่จะทำให้ ผู้สมัครได้ใกล้ชิดและเข้าถึงประชาชนมากที่สุด การเคาะประตูแนะนำตัวของนายบัวโล วงศ์เครือสอน แบ่งออกเป็นสามรูปแบบในการพบปะพี่น้องประชาชนแบบที่หนึ่ง คือ นายบัวโล วงศ์เครือสอน จะลงพื้นที่พร้อมทีมงานที่จะคอยให้การสนับสนุนการลงพื้นที่เช่น การเดินถือป้ายนโยบาย ป้ายที่สื่อถึงการพัฒนาตามนโยบาย เดินลงพื้นที่ต่างๆ เพื่อขอคะแนนเสียงและสื่อสารนโยบายกับประชาชนแบบที่สอง คือ ทีมรองนายก และสมาชิกสภา อบต. เป็นต้น การลงพื้นที่พร้อมทั้งนักการเมืองจากพรรคเพื่อไทย เป็นกิจกรรมที่สร้างความนิยมในตัวนายบัวโล วงศ์เครือสอน ได้เป็นอย่างดี เนื่องจากประชาชนส่วนใหญ่รู้จักและชื่นชอบในตัวของผู้บริหารและสมาชิกจากพรรคเพื่อไทยอยู่ ทีมงานจากพรรคเพื่อไทยที่ลงพื้นที่ด้วย จะทำหน้าที่ช่วย

สื่อสารนโยบายและขอให้ประชาชนสนับสนุนนายบัวโล วงศ์เครือสอน การลงพื้นที่ทั้งสองรูปแบบข้างต้นจะเป็นรูปแบบขบวนพร้อมกับป้ายสื่อสารกับประชาชน การลงพื้นที่ในแต่ละครั้งจะมีทีมงานคอยกำหนดพื้นที่ เวลา และอำนวยความสะดวกให้เป็นอย่างดี

### 1.3.2 การปราศรัย

การปราศรัยเป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารมีข้อดีคือสามารถสื่อสารกับประชาชนได้ครั้งละจำนวนมาก แต่มีข้อเสียที่ค่าใช้จ่ายในการจัดเวทีปราศรัยแต่ละครั้งค่อนข้างสูงซึ่งค่าใช้จ่ายจะเกิดขึ้นตั้งแต่การเตรียมการปราศรัยจนกระทั่งจบการปราศรัย การปราศรัยจึงต้องออกแบบให้มีสีสันและระดมคนให้มากที่สุดเนื่องจากบนเวทีปราศรัยจะมีแกนนำจากพรรคเพื่อไทยมาร่วมปราศรัยด้วย จึงเป็นโอกาสที่ผู้สมัครจะได้แสดงให้เห็นว่าตนเองเป็นผู้สมัครเพียงคนเดียวที่สามารถเชื่อมโยงกับการเมืองระดับใหญ่ได้ในการลงสมัครรับเลือกตั้ง อีกทั้งยังเป็นการสร้างกระแสในพื้นที่ให้เห็นว่าผู้สมัครได้รับความนิยมนสูงจากเหตุผลข้างต้นผู้สมัครจึงได้ให้ความสำคัญกับการจัดเวทีปราศรัยเป็นอย่างมาก มีการจัดวางแผน กำหนดการ สถานที่ การปราศรัยเป็นอย่างดี แม้กระทั่งการสื่อสารกับประชาชนก่อนการปราศรัย จะมีทีมงานสื่อสารกับประชาชนก่อน ทำให้ประชาชนได้รับทราบข้อมูลกำหนดการปราศรัยได้อย่างถูกต้อง

การทำเวทีปราศรัยของนายบัวโล วงศ์เครือสอน จะเน้นการจัดเวทีปราศรัยให้ครบทุกพื้นที่ครอบคลุมทุกหมู่บ้าน ซึ่งที่ผ่านมาจากทีมงานได้จัดเวทีปราศรัยทั้ง 10 หมู่บ้าน มีการจัดเวทีปราศรัยในแต่ละหมู่บ้าน การจัดเวทีปราศรัยแต่ละหมู่บ้านจะมีความแตกต่างกัน ในการปราศรัยแต่ละครั้งจะมีตัวแทนจากพรรคเพื่อไทยมาร่วมปราศรัยด้วยเป็นบางครั้ง กลุ่มผู้นำชุมชนที่ชื่นชอบพรรคเพื่อไทยและรอคอยการฟังปราศรัย ในขั้นตอนการเตรียมงานการจัดเวทีปราศรัยของนายบัวโล วงศ์เครือสอน เริ่มจากการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้รับทราบกำหนดการ ผ่านรถแห่ปราศรัย กลุ่มไลน์ และเฟซบุ๊ก (Facebook) การสื่อสารเนื้อหาบนเวทีปราศรัยจะแตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่ เน้นสื่อสารเรื่องนโยบายและสิ่งที่จะพัฒนาให้กับตำบลชน จังหวัดสกลนครรวมถึงการแนะนำตัวผู้สมัครและทีมงาน, ผลงานในอดีตรวมถึงเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นตลอดระยะเวลา 4 ปี ที่ผ่านมามาภายใต้การบริหารตำบลชน จังหวัดสกลนครของนายบัวโล วงศ์เครือสอน อดีตนายกองค์การบริหารส่วนตำบลชน จังหวัดสกลนคร ขณะที่แกนนำและสมาชิกจากพรรคเพื่อไทย เน้นสื่อสารเรื่องการเมืองท้องถิ่น และการให้การสนับสนุนพร้อมรับรองนายบัวโล วงศ์เครือสอน

### 1.3.3 การใช้รถกระจายเสียง

การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งในพื้นที่ตำบลชนรถกระจายเสียงจัดเป็นกลยุทธ์อย่างหนึ่งที่มีความสำคัญและผู้สมัครรับเลือกตั้งส่วนใหญ่เลือกใช้เมื่อมีการเลือกตั้งเนื่องจากรถกระจายเสียงมีความสะดวก รวดเร็ว ใช้คนน้อย สามารถเข้าถึงประชาชนได้ทุกพื้นที่และยังมีค่าใช้จ่ายที่

ไม่สูงมากนัก การใช้รถกระจายเสียงของนายบัวโล วงศ์เครือสอน แบ่งออกเป็นสองขบวน คือ ขบวนแรกจะเป็นขบวนรถกระจายเสียงพร้อมกับผู้สมัครรับเลือกตั้งและแกนนำจากพรรคเพื่อไทย เป็นขบวนที่มีรถกระจายเสียงร่วมในขบวนจำนวนหลายคันประกอบด้วยรถกระจายเสียงหลักและรถประกอบขบวน โดยจะมีแกนนำจากพรรคเพื่อไทยและผู้สมัครขึ้นรถกระจายเสียงโซวตัวร่วมกัน และอีกขบวนเป็นรถกระจายเสียงที่ไม่มีผู้สมัครรับเลือกตั้งเดินทางไปด้วย นายบัวโล วงศ์เครือสอน ได้จัดให้มีรถกระจายเสียงคราวละ 2-3 คัน ออกกระจายเสียงตั้งแต่ช่วงเช้าถึงช่วงเย็น ครอบคลุมไปตามพื้นที่ต่างๆ ครอบคลุม ทุกหมู่บ้าน

#### 1.3.4 การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งผ่านสื่อออนไลน์

เครือข่ายอินเทอร์เน็ตในปัจจุบันได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายเป็นอย่างมาก ประชาชนสามารถเข้าถึงระบบอินเทอร์เน็ตอย่างสะดวก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันที่เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตสามารถใช้งานบนโทรศัพท์มือถือได้หลากหลายเช่น ใช้งานบนคอมพิวเตอร์ ทำให้เครือข่ายออนไลน์ยังได้รับความนิยมมากขึ้น การใช้อินเทอร์เน็ตในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งจึงเป็นอีกวิธีการหนึ่งที่ได้รับคามนิยมจากผู้สมัครรับเลือกตั้งในยุคสมัยปัจจุบันการหาเสียงเลือกตั้งผ่านสื่อออนไลน์ของนายบัวโล วงศ์เครือสอน ได้ใช้สองเว็บไซต์ชื่อดัง คือ เฟซบุ๊ก (Facebook) และยูทูป (Youtube) ซึ่ง มีทีมงานเป็นแอดมินทำหน้าที่ดูแลสื่อเลือกตั้งออนไลน์ นำเสนอความเคลื่อนไหวและกิจกรรมต่างๆ ของนายบัวโล วงศ์เครือสอน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) การหาเสียงเลือกตั้งผ่านเว็บไซต์ยูทูป (Youtube) เป็นเว็บไซต์นำเสนอภาพวิดีโอที่มีชื่อเสียง โดยในเว็บไซต์นี้ ผู้ใช้สามารถอัปโหลดภาพวิดีโอเข้าไป เปิดดูภาพวิดีโอที่มีอยู่ และแบ่งปันภาพวิดีโอเหล่านี้ให้คนอื่นดูได้ โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ ในปัจจุบันเว็บไซต์ยูทูป (Youtube) ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศไทย ผู้สมัครจึงได้เล็งเห็นโอกาสในการสื่อสารช่องทางนี้จึงใช้ เว็บไซต์ยูทูป (Youtube) เป็นช่องทางในการสื่อสารกับประชาชนด้วยการอัปโหลดวิดีโอกิจกรรมการรณรงค์หาเสียงตามพื้นที่ต่างๆ ให้ประชาชนได้ติดตาม เช่น เวทีปราศรัย กิจกรรมการรณรงค์หาเสียง การลงพื้นที่พบประชาชน หรือแม้กระทั่งเพลงการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของนายบัวโล วงศ์เครือสอน โดยมีทีมงานที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการเป็นผู้ทำหน้าที่หลักในการอัปโหลดวิดีโอ ดังนี้

บัญชีที่ 1 ชื่อ บัญชี ทีมงาน บัวโล อัปโหลดประมาณ 12 คลิป

บัญชีที่ 2 ชื่อบัญชี สักกะตำบลคงชน นำเสนอบรรยากาศและเนื้อหาจากเวทีปราศรัยของนายบัวโล วงศ์เครือสอน ประมาณ 8 คลิป และนำเสนอผลงานต่างๆ

2) การหาเสียงเลือกตั้งผ่านเว็บไซต์เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ที่เปิดให้ใช้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย จัดเป็นสังคมออนไลน์ที่มีผู้ใช้งานจำนวนมาก

ผู้สมัครได้ใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) หาเสียงเลือกตั้ง โดยเปิดบัญชีเฟซบุ๊ก (Facebook) 2 ประเภท โดยประเภทแรก ใช้ชื่อบัญชีว่า นายบัวโล วงศ์เครือสอน มีจำนวนเพื่อนในบัญชี 2,000 บัญชี

กลุ่มที่ 2 เป็นการนำเสนอกิจกรรมที่ผู้สมัครและทีมงานได้ลงพื้นที่พบปะประชาชนในพื้นที่ต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการลงพื้นที่พร้อมด้วยแกนนำจากพรรคเพื่อไทย เพื่อตอกย้ำให้ผู้ติดตามได้เห็นว่าตนเป็นตัวแทนจากพรรคเพื่อไทยในการลงสมัครรับเลือกตั้งครั้งนี้ อย่างเป็นทางการ นอกจากนี้ นายบัวโล วงศ์เครือสอน ยังใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นเครื่องมือในการแจ้งกำหนดการลงพื้นที่ให้กับผู้ติดตามได้รับทราบและบอกต่อกันอย่างต่อเนื่อง

กลุ่มที่ 3 นำเสนอกิจกรรมและกำหนดการจัดเวทีปราศรัย นอกจากการใช้รถแห่ประชาสัมพันธ์แจ้งกำหนดการปราศรัยแล้ว นายบัวโล วงศ์เครือสอน ยังใช้ช่องทางออนไลน์ผ่านบัญชีของตนเองและทีมงานเป็นพื้นที่ในการแจ้งกำหนดการจัดเวทีปราศรัยแก่ผู้ติดตาม นอกจากนี้ยังนำเสนอภาพและคลิปวิดีโอกิจกรรมเวทีปราศรัยในแต่ละพื้นที่เพื่อให้ผู้ที่ไม่สามารถเดินทางไปฟังการปราศรัยได้มีโอกาสติดตามเนื้อหาการปราศรัยอีกครั้งผ่านช่องทางนี้

นอกจากที่กล่าวมาข้างต้นผู้สมัครยังได้ใช้ เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นอีกหนึ่งสื่อในการตอกย้ำกับประชาชนให้เห็นว่าตนเป็นตัวแทนจากพรรคเพื่อไทยในการลงสมัครรับเลือกตั้งครั้งนี้ การสื่อสารผ่านเครือข่ายออนไลน์ของผู้สมัคร สามารถกระทำได้อย่างรวดเร็ว ทันต่อสถานการณ์ และมีค่าใช้จ่ายที่ต่ำทำให้กลุ่มเพื่อน ผู้ติดตาม และสมาชิกเครือข่ายที่นิยมในตัวนายบัวโล วงศ์เครือสอน ได้ทราบข่าวสารความเคลื่อนไหว เกิดการสื่อสารกันภายในเครือข่ายและสร้างความสัมพันธ์กันกับกลุ่มอื่นๆ เป็นแบบเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นการให้กำลังใจ การแสดงความคิดเห็นทางการเมือง และยังสามารถโน้มน้าวให้ผู้อื่นตัดสินใจเลือกตนเอง

**ตอนที่ 2 แนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร**

**2.1 แนวทางการพัฒนาภาพลักษณ์ ของผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนครใช้ในการสร้างความนิยมทางการเมือง**

นักการเมืองจัดเป็นบุคคลสาธารณะ (Public) จึงเป็นที่รับรู้ ของประชาชนโดยภาพลักษณ์ (Image) มากกว่าจะรู้จักตัวตนที่แท้จริง ซึ่งการที่ภาพลักษณ์ของนักการเมืองจะได้รับการตัดสินใจดีหรือไม่ดีจะถูกตัดสินจากสิ่งที่ตนพูดหรือทำ กล่าวคือ สีสานทางการเมืองในปัจจุบันมีความสำคัญเท่าๆ กับสาระทางการเมืองดังนั้นนักการเมืองจึงจำเป็นต้องกำหนดภาพลักษณ์เพื่อเป็นการสร้างความนิยมให้แก่ตนเอง โดยเฉพาะในสถานการณ์ช่วงเวลาของการเลือกตั้งผู้สมัครรับเลือกตั้งจึงจำเป็นต้องกำหนดภาพลักษณ์ที่สอดคล้องกับที่ประชาชนต้องการแล้วฉายภาพดังกล่าวไปสู่ผู้มี

สิทธิเลือกตั้งภาพลักษณ์ทางการเมืองของนายบัวไล วงศ์เครือสอน ที่ถูกนำเสนอในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนครมาจาก 2 กลุ่มด้วยกันคือ

1. ภาพลักษณ์ที่ถูกกำหนดขึ้นโดยทีมรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งแล้วนำไปสู่ประชาชน
2. ภาพลักษณ์ที่สื่อมวลชนมองเห็นและเสนอไปสู่ประชาชนภาพลักษณ์ที่ นายบัวไล

วงศ์เครือสอน นำเสนอ ต่อประชาชนในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนครครั้งนี้มีดังนี้

1. ภาพลักษณ์นักบริหารมืออาชีพ มีประสบการณ์ด้านบริหารท้องถิ่น
2. ภาพลักษณ์นักการเมืองที่ทุ่มเทกับการทำงาน
3. ภาพลักษณ์นักการเมืองมุ่งเสนอสาระ ไม่เน้น โจมตีคู่แข่ง
4. ภาพลักษณ์การนำเสนอนโยบายที่ชัดเจน สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง

**ภาพลักษณ์นักบริหารมืออาชีพ มีประสบการณ์ด้านการบริหารองค์การปกครองท้องถิ่น**

ภาพลักษณ์ความเป็นนักบริหารมืออาชีพ มีประสบการณ์ด้านการบริหารท้องถิ่น ถูกนำเสนอตั้งแต่เมื่อครั้งที่นายบัวไล วงศ์เครือสอน ลงสมัครรับเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนครเมื่อปี พ.ศ. 2552 ภาพลักษณ์ที่นำเสนอขณะนั้นคือความเป็นนักบริหารในภาคเอกชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เคยดำรงตำแหน่งนายกเทศมนตรีนครดงชนอย่างต่อเนื่อง 3 สมัยการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนครครั้งนี้เป็นการแข่งขันระหว่างการเมืองระดับท้องถิ่นกับการเมืองระดับชาติ คู่แข่งขันนายบัวไล วงศ์เครือสอน เป็นอดีตนักการเมืองระดับชาติ ไม่เคยดำรงตำแหน่งผู้บริหารท้องถิ่นมาก่อน จึงเป็นจุดอ่อนของกลุ่มคู่แข่งในเรื่อง ของประสบการณ์การบริหารองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ดังนั้นนายบัวไล วงศ์เครือสอน จึงได้นำเสนอภาพลักษณ์ที่เป็นนักบริหารมืออาชีพที่มีประสบการณ์ทางด้านการบริหารองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการบริหารองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนครมาก่อน

**ภาพลักษณ์ความเป็นนักการเมืองที่ทุ่มเทกับการทำงาน**

ตลอดระยะเวลาเกือบ 4 ปี ที่นายบัวไล วงศ์เครือสอน ดำรงตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร นายบัวไล วงศ์เครือสอน ได้ฝากผลงานต่างๆ ไว้มากมายให้กับประชาชนตำบลดงชน จังหวัดสกลนครหลายสิ่งเกิดการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว ที่นายบัวไล ได้ผลักดันและให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวของตำบลดงชน จังหวัดสกลนครมาอย่างต่อเนื่อง

นอกจากการดำเนินงานด้านพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของตำบลคงชนจังหวัดสกลนคร นายบัวโล วงศ์เครือสอน ยังให้การดูแลประชาชนเมื่อเกิดภัยพิบัติในพื้นที่ หลายๆ ครั้ง เมื่อเกิดเหตุอุทกภัย นายบัวโล วงศ์เครือสอน และทีมงาน จะเป็นกลุ่มคนแรกๆ ที่ลงพื้นที่ในช่วงเกิดเหตุเพื่อให้การช่วยเหลือระงับและบรรเทาเหตุ ไม่ว่าจะเป็นเหตุการณ์น้ำท่วมตำบลคงชน จังหวัดสกลนคร หรืออื่นๆ ผลงานเหล่านี้มักจะถูกนำเสนอผ่านประชาชน ทั้งในรูปแบบป้ายโปสเตอร์ วิทยุชุมชนคลื่น สำหรับบทสัมภาษณ์ของนายปิ่นทอง พรหมพิลาได้กล่าวว่า นายบัวโล วงศ์เครือสอน ได้นำเสนอภาพลักษณ์ของความเป็นนักการเมืองที่ทุ่มเทการทำงานตลอดระยะเวลาที่ดำรงตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลคงชน จังหวัดสกลนคร ด้วยการปฏิบัติงาน และมีการประชาสัมพันธ์ตลอดระยะเวลา 4 ปี ที่ผ่านมาทำให้นายบัวโล มั่นใจว่าประชาชนจะเห็นถึงการเป็นผู้ที่ทำงานเพื่อประชาชนและมีผลงาน จึงได้เน้นย้ำการนำเสนอภาพลักษณ์ผ่านคำขวัญของการณรงค์ครั้งนี้ว่า, ทุ่มเท ทำงาน เพื่อชาวคงชน

#### **ภาพลักษณ์นักการเมืองที่มุ่งเสนอสาระ ไม่เน้นโจมตีคู่แข่ง**

บรรยากาศการแข่งขันการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลคงชน จังหวัดสกลนครเป็นไปอย่างรุนแรงกว่าทุกครั้งที่ผ่านมาเนื่องจากการแข่งขันระหว่างกลุ่มการเมืองที่เป็นนักธุรกิจกับกลุ่มการเมืองเก่าระดับท้องถิ่น

#### **ภาพลักษณ์การนำเสนอนโยบายที่ชัดเจน สามารถนำไปปฏิบัติได้**

ตลอดระยะเวลาที่นายบัวโล วงศ์เครือสอน ดำรงตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลคงชน จังหวัดสกลนคร นายบัวโล ได้สร้างผลงานพัฒนาตำบลคงชน จังหวัดสกลนคร ต่างๆ ไว้มากมาย ภายใต้หลักการ, นำดวงชนสู่การพัฒนาแบบยั่งยืน ดังนั้นการบริหารงานของนายบัวโล จึงเป็นการวางแผนพัฒนาตำบลคงชน จังหวัดสกลนครระยะยาว ซึ่งตลอดระยะเวลา 4 ปี ที่เคยดำรงตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลคงชน นายบัวโล ได้นำนโยบายต่างๆ ที่ได้หาเสียงไว้มาปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม เช่น นโยบายการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวตำบลคงชน จังหวัดสกลนคร ที่นายบัวโล ได้จัดตั้งโครงการ อบต. พาเพลินต่อมานโยบายนี้ได้ถูกนำมาหาเสียงอีกครั้ง นโยบายการครุภัณฑ์ทางการแพทย์ให้ แก่หน่วยงาน รพ.สต.ในพื้นที่และ อสม. ในตำบลคงชน จังหวัดสกลนคร การเลือกตั้งครั้งนี้ นายบัวโล วงศ์เครือสอน จึงนำเสนอ นโยบายที่ได้ดำเนินการแล้วและพร้อมจะดำเนินการพัฒนาต่อจากเดิมที่ได้ทำไว้ เสมือนเป็นการพิสูจน์ให้ประชาชนได้เห็นว่าคุณภาพที่นายบัวโล วงศ์เครือสอน นำมาหาเสียงสามารถนำไปปฏิบัติ เนื่องจากส่วนหนึ่งเป็นนโยบายที่ได้ดำเนินการแล้วอย่างเป็นรูปธรรม เช่น นโยบาย คลินิก อบต. โครงการตรวจสุขภาพประจำปี โครงการตรวจตาพาสุข โครงการถนนสู่นาไฟฟ้าสู่ทุ่ง โครงการทำถนน คสล.โครงการไฟฟ้าส่องสว่างข้างถนนในหลายเส้นทางของตำบลคงชน จังหวัดสกลนคร แม้นายบัวโล วงศ์เครือสอน จะกำหนด

ภาพลักษณ์เชิงบวกออกไปสู่ประชาชน แต่การรับรู้ภาพลักษณ์ของนายบัวโล วงศ์เครือสอน หาได้มีเพียงภาพบวกเท่านั้น แต่กลับมีภาพลักษณ์ในด้านลบที่ถูกกำหนดโดยสื่อและดอกหญ้าโดยคู่แข่งจนเป็นที่รับรู้ของประชาชนทั่วไปอันได้แก่

1. เป็นผู้ที่ไม่โปร่งใสในเรื่องงบประมาณ
2. เป็นผู้ที่เอื้อประโยชน์ต่อพวกพ้อง

จึงยิ่งทำให้กลายเป็นประเด็นที่พูดถึงอย่างมากในตำบลคงชน จังหวัดสกลนคร ส่งผลให้ภาพลักษณ์ทางการเมืองของนายบัวโล วงศ์เครือสอน เป็นการตอกย้ำภาพลักษณ์เชิงลบ เมื่อ นายดาบชัย ไชไพวัลย์ ขึ้นกล่าวบนเวทีปราศรัยของนายดาบชัย ไชไพวัลย์ มีการกล่าวถึงบุคคลที่เกี่ยวข้อง และบอกกับประชาชนที่มาฟังปราศรัยว่าให้ช่วยเหลือนายดาบชัย ไชไพวัลย์ เป็นนายกองค์การบริหารส่วนตำบลคงชน จังหวัดสกลนคร เพื่อให้มีการบริหารเรื่องงบประมาณที่โปร่งใส

จากภาพลักษณ์ดังกล่าวย่อมส่งผลกระทบต่อคะแนนนิยมเป็นอย่างมาก นายบัวโล วงศ์เครือสอน จึงได้พยายามแก้ไขภาพลักษณ์ดังกล่าว ด้วยการเพิ่มความถี่ในการสื่อสารกับประชาชนว่าตนเองไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับสิ่งที่ นายดาบชัย ไชไพวัลย์ มีการกล่าวถึง

## 2.2 แนวทางการพัฒนาการสื่อสารผ่านนักการเมืองท้องถิ่น

การสื่อสารผ่านนักการเมืองท้องถิ่นเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการเลือกตั้งการเมืองท้องถิ่น เนื่องจากการสื่อสารผ่านกลุ่มนี้เป็นอีกช่องทางทางการสื่อสารที่ผู้สมัครใช้ติดต่อกับผู้เลือกตั้งผ่านระบบอุปถัมภ์ นักการเมืองท้องถิ่นถือว่ามีความสำคัญอย่างมาก โดยเฉพาะผู้ที่มิตำแหน่งทางการเมือง บุคคลประเภทนี้ล้วนแล้วแต่มีอิทธิพล บารมี มีทุนทรัพย์ และผ่านการเลือกตั้งจากประชาชนโดยตรงมาก่อน แต่ละเขตเลือกตั้งมีพื้นที่เล็กกว่าการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ทำให้สามารถกุมเสียงในเขตของตนได้ง่ายกว่า สามารถโน้มน้าวให้ประชาชนในเขตเลือกตั้งของตนเลือกบุคคลตามที่ตนเองต้องการได้ การสื่อสารผ่านนักการเมืองท้องถิ่นจึงมีความสำคัญมากในการเลือกตั้ง แต่ที่สำคัญกว่านั้นคือการบริหารจัดการนักการเมืองท้องถิ่น เนื่องจากการบริหารจัดการคนกลุ่มนี้ค่อนข้างมีความซับซ้อนปัจจัยเรื่องเงินไม่ใช่คำตอบอย่างเดียว แต่ซับซ้อนมากกว่านั้นไม่ว่าจะเป็นเรื่องโครงการต่างๆ ในแต่ละท้องถิ่น การจัดสรรผลประโยชน์ หรือแม้กระทั่งการดำรงตำแหน่งต่างๆ ทางการเมืองการดูแลกลุ่มคนเหล่านี้จึงเป็นเรื่องที่สำคัญเป็นอย่างยิ่ง นายบัวโล วงศ์เครือสอน ได้อาศัยความสัมพันธ์ในช่วงที่ดำรงตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลคงชน จังหวัดสกลนครที่ได้ให้การช่วยเหลือโครงการต่างๆ ในพื้นที่ท้องถิ่นของตำบลคงชน จังหวัดสกลนคร จนเกิดความความสนิทสนมกันระหว่างทีมบริหาร อบต. คงชน กับนักการเมืองท้องถิ่นกลุ่มคนเหล่านี้จึงพร้อมใจกันช่วยเหลือนายบัวโล วงศ์เครือสอน ในการสื่อสารนโยบาย สอดคล้องกับที่



นายสมัย แสงพรหมชาติ ที่ได้กล่าวถึงเครือข่ายนี้ว่า “นายบ๊วโลจะให้ สจ. ในพื้นที่เป็นคนดูแลฐานเสียง ส่วนผมเป็นคนประสานงานผู้ใหญ่ อบต. ในพื้นที่ และจะให้การเมืองท้องถิ่นมาช่วย สจ. มาเสริมอีกทีหนึ่ง ซึ่งนักการเมืองท้องถิ่นส่วนใหญ่ช่วยเหลือนายบ๊วโล กันหมด เพราะสมัยนายบ๊วโล ดำรงตำแหน่งนายก อบต. มีการช่วยเหลือโครงการต่างๆ ในพื้นที่ และเราหวังว่านายบ๊วโลจะช่วยเหลือเราต่อหากได้รับการเลือกตั้งเป็นนายก อบต. อีกสมัย”

นอกจากนักการเมืองท้องถิ่น นายบ๊วโล วงศ์เครือสอน ได้วางแนวทางการพัฒนากระบวนการสื่อสารผ่านสมาชิกสภาตำบลลงชน จังหวัดสกลนครที่สังกัดทีมลงชนพัฒนา กลุ่มคนกลุ่มนี้จัดเป็นผู้โน้มน้าวชั้นดี เนื่องจากมีความคุ้นเคยกับคนในพื้นที่ มีฐานเสียงอยู่ในเขตเลือกตั้งของตนอย่างกว้างขวางทั้งเครือข่ายญาติพี่น้อง เพื่อนฝูง และเครือข่ายต่างๆ ที่อุปถัมภ์กันมา ทำให้มีความสนิทสนมกัน สามารถพึ่งพากันได้ การที่นายบ๊วโล วงศ์เครือสอน ได้กลุ่มคนเหล่านี้มาเป็นทีมงาน ช่วยเพิ่มฐานเสียงให้แก่ นายบ๊วโล วงศ์เครือสอน อีกทั้งยังช่วยให้การสื่อสารนโยบายสามารถถ่ายทอดไปยังกลุ่มผู้มีสิทธิเลือกตั้งได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพผ่านกลุ่มคนเหล่านี้ นอกจากนี้การสื่อสารนโยบายไปยังกลุ่มผู้นำชุมชนแล้ว กลุ่มสมาชิกสภาตำบลลงชน จังหวัดสกลนครเหล่านี้ยังทำหน้าที่อำนวยความสะดวกการจัดเวทีปราศรัย ทั้งการประสานงานในพื้นที่ การจัดเตรียมงาน การเชิญชวนประชาชนมาฟังปราศรัยเป็นต้น

### 2.3 แนวทางการพัฒนาการสื่อสารผ่านสื่อสาธารณะ

การสื่อสารผ่านสื่อสาธารณะของนายบ๊วโล วงศ์เครือสอน ได้แก่ แผ่นพับ บัตรย้ำเบอร์ คัทเอาท์ ป้ายโฆษณา แบนเนอร์ วนิดี เพลงโฆษณาลำโพง เป็นต้น โดยมีรายละเอียดเนื้อหาของกระบวนการสื่อสาร ดังต่อไปนี้

#### 2.3.1 ใช้แผ่นพับ

เป็นเครื่องมือสื่อสารทางการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งที่นักการเมืองและพรรคการเมืองนิยมนำมาใช้หาเสียงเลือกตั้ง เนื่องจากแผ่นพับเป็นเอกสารที่มีขนาดเล็กไม่ใหญ่เกินไป น้ำหนักเบา พกพาได้สะดวก แผ่นพับที่นายบ๊วโล วงศ์เครือสอน ใช้ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง มีลักษณะเป็นกระดาษแผ่นพับมีขนาดเท่ากับกระดาษขนาด A4 สองแผ่นประกบกัน ใช้สีฟ้าสลับกับสีขาวเป็นสีพื้นหลังของแผ่นพับและนำเสนอเนื้อหาเต็มพื้นที่ทั้ง 4 หน้า มีรายละเอียด ดังนี้

- 1) หน้าปก เป็นพื้นสีฟ้า
- 2) ขาว ประกอบด้วยรูปของนายบ๊วโล วงศ์เครือสอน สัญลักษณ์ของ

ทีมลงชนพัฒนา พร้อมข้อความ ,ทีมลงชนพัฒนา นำลงชนสู่การพัฒนาแบบยั่งยืน ท่วมเททำงาน เพื่อชาวลงชน และด้านล่าง แสดง ชื่อ บ๊วโล มูลนิธิฯ นายบ๊วโล พร้อมข้อความ, ร่วมพัฒนาลงชนด้วยกัน

3) หน้าที่ 2 และ 3 เป็นส่วนที่นำเสนอนโยบายใหม่ ทั้ง 3 นโยบาย พร้อมรูปภาพประกอบร่วมกับรายละเอียดของแต่ละนโยบาย เช่น นโยบาย ทำบันไดเลื่อนขึ้นสะพานลอยข้ามถนน เป็นต้น พร้อมกับคำขวัญที่สื่อสารถึงนโยบาย คือ 4 ปี เลือกตั้งใหม่ ด้วยนโยบายใหม่ ขอน้อมรับใช้พี่น้องประชาชน ด้วยนโยบายใหม่ พร้อมกับข้อความ,รู้ปัญหา เข้าถึงทุกพื้นที่ พร้อมลงมือทำงานในส่วนด้านบนของหน้า 2 และ 3

4) หน้าสุดท้าย เป็นพื้นที่นำเสนอผลงานของนายบัวโล วงศ์เครือสอน ที่เคยดำเนินการไว้เมื่อสมัยดำรงตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลคงชน จังหวัดสกลนคร ประกอบด้วยโครงการต่างๆ จำนวน 6 โครงการ เป็นโครงการที่ดำเนินการแล้วเสร็จและโครงการที่อยู่ระหว่างดำเนินการ เช่น โครงการ ตรวจสอบสุขภาพประจำปี แจกแว่นสายตา เป็นต้น นำเสนอพร้อมภาพประกอบของโครงการ พร้อมกับแต่งคำขวัญที่สื่อสารถึงผลงานและการสานต่อโครงการ ด้วยคำขวัญ ,ทุ่มเท ทำงานเพื่อชาวคงชน 4 ปี ทำแล้ว ทำต่อพร้อมกับตอกย้ำความมั่นใจให้แก่ประชาชน ถึงความเป็นไปได้ในการนำนโยบายไปปฏิบัติได้จริง ด้วยข้อความ ,นโยบายทำต่อให้ระบบประมาณต่อเนื่อง

### 2.3.2 บัตรย้ำเบอร์

มีลักษณะใกล้เคียงกับแผ่นพับแต่แตกต่างกันตรงขนาดที่เล็กกว่าหลายเท่า นายบัวโล วงศ์เครือสอน ได้ออกแบบให้บัตรย้ำเบอร์มีขนาด 7.5 X 10 เซนติเมตร เทียบเท่ากับขนาดนามบัตรมาตรฐานสองใบ มีขนาดเล็ก ง่ายต่อการพกพา ใช้สีฟ้าเป็นพื้นหลัง บริเวณด้านหน้าของบัตรย้ำเบอร์เป็นพื้นที่แนะนำตัวผู้สมัคร ส่วนด้านหลังเป็นส่วนที่นำเสนอ นโยบายและผลงานของนายบัวโล วงศ์เครือสอน

### 2.3.3 ป้ายคัทเอาท์ ป้ายฟิวเจอร์บอร์ด

ป้ายคัทเอาท์เป็นสื่อที่นักการเมืองนิยมใช้เป็นเครื่องมือในการรณรงค์หาเสียง ทั้งการเมืองระดับชาติและระดับท้องถิ่น นายบัวโล วงศ์เครือสอน เป็นหนึ่งในนักการเมืองที่ให้ความสำคัญกับการสื่อสารผ่านป้ายคัทเอาท์ การออกแบบป้ายจะเน้นสีขาว-ฟ้าเป็นสีพื้นหลัง บนพื้นที่ป้ายขนาด 1.2 เมตร x 2.4 เมตร การนำเสนอเนื้อหาผ่านป้ายคัทเอาท์ของผู้สมัครแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มที่ 1 เป็นกลุ่มที่นำเสนอเนื้อหาของนโยบาย มีรูปนายบัวโล วงศ์เครือสอน พร้อมกับรายละเอียดของนโยบายที่นำเสนอ และกลุ่มที่ 2 มุ่งเน้นการนำเสนอภาพลักษณ์ที่ดีของผู้สมัครกับการโน้มน้าวประชาชนให้ตัดสินใจเลือกผู้สมัครที่ไม่จำเป็นต้องสังกัดพรรคการเมืองผ่านข้อความดังนี้ “ผมมีแต่พี่น้องประชาชน กับ อำนาจสูงสุดเป็นของพี่น้องประชาชน” เป็นต้น เป็นการปรับกลยุทธ์ต่อสู้กับคู่แข่งที่ได้ใช้ข้อความในการหาเสียงว่า, โปรดเลือกพรรคของคนของเรา ภายหลังเสร็จสิ้นกระบวนการจัดทำป้ายคัทเอาท์แล้ว การติดตั้งป้ายจะกระจายไปตามจุด

ต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่ที่มีประชากรหนาแน่นและตามเส้นทางของถนนหลายสายในตำบล ดงชน จังหวัดสกลนคร ครอบคลุมเกือบทุกพื้นที่ในตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร เพื่อสร้างการรับรู้ และให้ประชาชนสามารถจดจำผู้สมัครรับเลือกตั้งและนโยบายได้อย่างแม่นยำ นอกจากนี้ป้ายคัท เอทท์แล้ว นายบัวโล วงศ์เครือสอน ได้เพิ่มเติมในส่วนของป้ายฟิวเจอร์บอร์ดขนาดเล็ก มีรูปทรง สี่เหลี่ยมจัตุรัสขนาดของป้ายมีความกว้างประมาณ 0.5 เมตร และยาว 1 เมตร เป็นป้ายที่สะดวกใน การถือและเคลื่อนย้าย เพื่อใช้สื่อสารนโยบายในขบวนของผู้สมัครเมื่อลงพื้นที่หาเสียง เสมือนการ ตอกย้ำการรับรู้ นโยบายเพิ่มเติมจากป้ายคัทเอทท์อีกหนึ่งช่องทาง ผู้ประกอบการธุรกิจในพื้นที่ ตำบลดงชน ที่ติดตามการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนครและมี โอกาสได้พบเห็นป้ายของผู้สมัคร ได้ให้สัมภาษณ์ว่า,ผมเห็นป้ายหาเสียงของนายบัวโล ติดอยู่ตาม ข้างถนนค่อนข้างเยอะพอสมควรป้ายประชาสัมพันธ์มีขนาดใหญ่ สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน มีรายละเอียดของนโยบายชัดเจนดี

### 2.3.4 แบนเนอร์ ไวเนล

แบนเนอร์ที่นายบัวโล วงศ์เครือสอน ใช้สำหรับการรณรงค์หาเสียงมี ลักษณะเป็นรูปแบบของสี่เหลี่ยมผืนผ้า ขนาด 1.2x 3 เมตร ใช้สีฟ้า-ขาวเป็นสีพื้นหลังและสื่อสาร เรื่องนโยบายผ่านสื่อชนิดนี้ ก่อนจะนำไปติดตั้งตามชุมชนต่างๆ ทั่วตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร โดยคำนึงถึงนโยบายที่สอดคล้องกับปัญหาหรือความต้องการในพื้นที่นั้นๆ เช่น แบนเนอร์นโยบาย การส่งเสริมการทำนาข้าวปลอดภัย จะเน้นติดตั้ง ในพื้นที่ ตำบลดงชน เนื่องจากพื้นที่เหล่านี้ ประชากรส่วนใหญ่มีอาชีพทำนา เป็นต้น

## 2.4 แนวทางการพัฒนาการจูงใจผู้มีสิทธิเลือกตั้ง

การสื่อสารที่ดีจะเริ่มต้นการพุดนำสนใจ มีพลังในการสื่อสารกระตุ้นให้ผู้ฟังเกิด ความกระตือรือร้นที่จะรับฟัง โดยการทำให้ผู้ฟังมองเห็นสิ่งต่างๆ ได้ชัดเจน เห็นคุณค่าและประโยชน์ จะเกิดขึ้นเมื่อนำไปปฏิบัติ เป็นเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับผู้ฟังมากกว่าเรื่องของผู้สื่อสาร หากเป็นเรื่อง ของผู้สื่อสารก็เป็นเพียงประสบการณ์ที่อยากให้ผู้ฟังได้นำไปคิดและประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ ต่อผู้ฟังอีกทีหนึ่ง

### 2.4.1 การจูงใจผ่านอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.)

บทบาทหน้าที่สำคัญของ อสม. คือการสื่อสารข่าวสารด้านสาธารณสุข, การแนะนำเผยแพร่ความรู้, การวางแผน, การประสานกิจกรรมพัฒนาสาธารณสุข, การช่วยเหลือ และรักษาพยาบาลขั้นต้น โดยใช้ยาและเวชภัณฑ์ตามขอบเขตที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนด, การส่งต่อผู้ป่วยไปรับบริการ, การฟื้นฟูสภาพและการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพ เป็นต้น แบ่ง สัดส่วนการดูแลประชาชนในอัตรา อสม. 1 คน ดูแลประชากรต่อ 10-15 คน จากบทบาทหน้าที่ของ

อสม.ทำให้เกิดความใกล้ชิดกันระหว่าง อสม. กับประชาชน ด้วยความสัมพันธ์ที่แนบแน่น อสม. จึงกลายเป็นบุคคลที่ชาวบ้านให้ความไว้วางใจ เคารพนับถือ ความสัมพันธ์ระหว่างชาวบ้าน กับอสม. จึงมีความผูกพันกันเป็นอย่างดีกลุ่ม อสม. จึงจัดเป็นทีมบุคลากรชั้นดีของนายบัวโล วงศ์เครือสอน เนื่องจากมีความใกล้ชิดกับชาวบ้านเป็นอย่างดีและยังรู้ข้อมูลต่างๆ ของชุมชน บทบาทที่ อสม. ได้รับจะทำหน้าที่ช่วยสื่อสารนโยบายต่างแก่ประชาชน ความสัมพันธ์ระหว่าง อสม. กับ นายบัวโล วงศ์เครือสอน เป็นไปอย่างแน่นแฟ้น เนื่องจากเมื่อครั้งนายบัวโล วงศ์เครือสอน ดำรงตำแหน่งนายองค์การบริหารส่วนตำบลคงชน ได้สนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ของ อสม. เกิดความใกล้ชิดและความผูกพันกันระหว่างกลุ่ม อสม. กับนายบัวโล ดังนั้นกลุ่ม อสม. ส่วนใหญ่จึงพร้อมใจกันสนับสนุน นายบัวโล วงศ์เครือสอน ในบทบาทหน้าที่ที่สื่อสารเรื่องนโยบายต่างๆ ของผู้สมัครให้ประชาชนในพื้นที่รับรู้ข้อมูลได้มากที่สุดและยังทำหน้าที่เชิญชวนประชาชนไปเข้าร่วมฟังการปราศรัยหาเสียงของนายบัวโล วงศ์เครือสอน ในแต่ละพื้นที่อีกด้วย

#### 2.4.2 การจูงใจผ่านผู้นำชุมชน

ผู้นำชุมชนจัดเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อประชาชนในชุมชน เป็นบุคคลที่ให้ความช่วยเหลือประชาชนในพื้นที่เมื่อได้รับความเดือดร้อนหรือต้องการความช่วยเหลือ ส่งผลให้กลุ่มผู้นำชุมชนเหล่านี้ได้รับการยอมรับจากคนในพื้นที่ ประชาชนให้ความเชื่อถือและไว้วางใจ เมื่อครั้ง นายบัวโล วงศ์เครือสอน ดำรงตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลคงชน จังหวัดสกลนคร นายบัวโล วงศ์เครือสอน เคยให้การช่วยเหลือชาวบ้านในพื้นที่ผ่านผู้นำชุมชน จนเป็นที่ยอมรับของผู้นำชุมชน กลุ่มผู้นำชุมชนจึงพร้อมใจเป็นกระบอกเสียงให้กับนายบัวโล วงศ์เครือสอน ในการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลคงชน จังหวัดสกลนครครั้งนี้

#### 2.4.3 การจูงใจผ่านการปราศรัย

การปราศรัยเป็นวิธีการที่สามารถสื่อสารกับประชาชนได้ในคราวละจำนวนมากแต่จะมีข้อเสียที่การจัดเวทีปราศรัยแต่ละครั้งจะมีค่าใช้จ่ายสูง เพราะค่าใช้จ่ายเริ่มเกิดขึ้นตั้งแต่ก่อนเริ่มการปราศรัยจนหลังจบการปราศรัย การปราศรัยจะช่วยให้ผู้เลือกตั้งรู้สึกใกล้ชิดกับผู้สมัครได้มากขึ้น ทำให้ผู้สมัครสามารถโน้มน้าวให้ผู้ฟังตัดสินใจลงคะแนนนิยมให้แก่ตนได้ สำหรับนายบัวโล วงศ์เครือสอน ได้ให้ความสำคัญกับการจัดเวทีปราศรัยเป็นอย่างมาก สังเกตได้จากจำนวนกิจกรรมเวทีปราศรัย "สำหรับแผนการปราศรัยเพื่อรับฟังความคิดเห็นของประชาชน จะทำให้ครบ 10 เวทีในรอบแรก คือ 3 เวทีในหมู่บ้านขนาดใหญ่ หลังจากครบ 3 เวทีแล้ว จะให้ครบอีกประมาณ 7 เวทีเพื่อลงสู่หมู่บ้านที่ขนาดเล็ก แล้วไปสู่วิธีที่จริงที่เข้าถึงตัวประชาชนและบอกกับประชาชนว่าจะทำอะไรให้พี่น้องได้ไหม ถ้าได้ก็บอกว่าได้ ถ้าไม่ได้ก็จะบอกว่าติดขัดเรื่องอะไร จะแก้ไขตรงไหนได้บ้าง จะทำงานให้ดีที่สุด ให้มากที่สุด เพราะพี่น้องเฝ้าคอยการพัฒนามานาน"

ขั้นตอนการเตรียมงานการจัดเวทีปราศรัยของทีมงานนายบัวโล มีกระบวนการตั้งแต่ก่อนการจัดกิจกรรม โดยเริ่มต้นจากการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนในพื้นที่ได้รับทราบก่อนถึงวันจัดเวทีปราศรัยประมาณ 3 วัน ด้วยวิธีการแจกใบปลิว รถแห่หาเสียง เฟซบุ๊ก เป็นต้น กิจกรรมบนเวทีส่วนใหญ่จะเป็นการปรากฏตัวของผู้สมัครและทีมงาน ได้แก่ นายบัวโล วงศ์เครือสอน, ทีมบริหารองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร และสื่อสารถึงผลงาน นโยบายและสิ่งที่จะทำให้กับตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร โดยมีกำหนดเนื้อหาที่นำเสนอให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนในพื้นที่การจัดเวทีปราศรัย

## 2. อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยได้นำไปสู่ข้อสรุปของการศึกษาเรื่อง “การสื่อสารเพื่อสร้างค่านิยมทางการเมืองของว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร” ภายใต้แนวคิดการสื่อสารทางการเมือง ตามกรอบแนวคิดของการวิจัย ผู้วิจัยของนำเสนอการอภิปรายผลตามประเด็นที่ค้นพบในงานวิจัย ดังต่อไปนี้

**การใช้แนวคิดการตลาดทางการเมืองในการณรงค์หาเสียงเลือกตั้งไม่ใช่วัตถุประสงค์ของการแพ้ชนะและค่านิยมทางการเมืองของว่าที่ผู้สมัครนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร**

จากผลการวิจัยพบว่า นายบัวโล วงศ์เครือสอน ผู้สมัครรับเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน ได้นำรูปแบบการสื่อสารเกี่ยวกับแนวคิดทางการเมืองมาใช้ในกระบวนการณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง โดยผู้สมัครได้ดำเนินกิจกรรมการณรงค์หาเสียงเลือกตั้งภายใต้กรอบการตลาดทางการเมือง ดังนี้

จากผลการวิจัยพบว่า นายบัวโล วงศ์เครือสอน ได้นำแนวคิดการตลาดทางการเมืองมาปรับใช้ในการหาเสียงครบทุกขั้นตอน ตามกรอบแนวคิดการตลาดทางการเมืองที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ซึ่งการวางตำแหน่งของนายบัวโล วงศ์เครือสอน ได้ใช้ความได้เปรียบในการเป็นผู้อยู่ในตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชนมาก่อน ที่มีผลงานเป็นรูปธรรมจึงกำหนดกลยุทธ์ในการวางตำแหน่งของตนเองเป็นนักการเมืองที่ทำงานเพื่อประชาชนและมีผลงานที่จับต้องได้ ตามคำขวัญที่ได้นำเสนอว่า “ทุ่มเท ทำงาน เพื่อชาวดงชน” สะท้อนการบริหารเมื่อครั้งดำรงตำแหน่งได้อย่างชัดเจนที่สามารถบริหารจัดการนโยบายต่างๆ ที่เคยได้หาเสียงไว้ไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมจนตำบลดงชนเกิดการเปลี่ยนแปลงในหลายๆ ด้านและในขณะที่เดียวกันนักการเมืองท้องถิ่นในหลายๆ พื้นที่ได้ให้การสนับสนุนเป็นอย่างดี บวกกับภาพลักษณ์ที่นายบัวโล วงศ์เครือสอน

ได้สื่อสารออกไป ได้แก่ 1. ความเป็นนักบริหารมืออาชีพมีประสบการณ์ด้านบริหารท้องถิ่น 2. เป็นนักการเมืองที่ทุ่มเทกับการทำงาน 3. เป็นนักการเมืองมุ่งเสนอสาระ ไม่โจมตีคู่แข่ง 4. นำเสนอ นโยบายที่ชัดเจน สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง ภาพลักษณ์ดังกล่าวถูกนำเสนอและตอกย้ำอย่างต่อเนื่องผ่านกระบวนการณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ซึ่งทำให้นายบัวโล วงศ์เครือสอน สามารถสร้างความนิยมในกลุ่มผู้ที่ชื่นชอบนักการเมืองที่ทำงานเพื่อประชาชนอย่างแท้จริงได้จำนวนมาก แต่ในขณะเดียวกันภาพลักษณ์ที่ถูกนำเสนอโดยภายนอกที่นายบัวโล วงศ์เครือสอน ไม่ได้กำหนดขึ้นแต่ส่งผลกระทบต่อเชิงลบ คือ 1. ภาพลักษณ์นักการเมืองที่ไม่โปร่งใส การตอกย้ำภาพลักษณ์เชิงลบนี้ถูกดำเนินการโดยคู่แข่ง ซึ่งนายบัวโล วงศ์เครือสอน ก็ได้แก้ไขภาพลักษณ์ดังกล่าวด้วยการเดินสายสื่อสารความจริงกับประชาชนและแก้ไขภาพลักษณ์นี้ด้วยการเน้นย้ำการทำงานให้กับประชาชนได้พิจารณามากกว่าการกล่าวหากันทางการเมืองและอีกหนึ่งภาพลักษณ์ที่ส่งผลอย่างมากต่อนายบัวโล วงศ์เครือสอน คือ ภาพลักษณ์ที่เป็นนักการเมืองใกล้ชิดกับพรรคเพื่อไทย เนื่องจากบรรดาผู้ที่ นิยมชื่นชอบในพรรคเพื่อไทยต่างพร้อมใจที่จะเลือกนายบัวโล วงศ์เครือสอน จนกลายเป็นกลยุทธ์ที่ใช้ตอกย้ำเพื่อเรียกคะแนนนิยมจากผู้เลือกตั้งอย่างได้ผล พร้อมทั้งได้กำหนดภาพลักษณ์ที่โดดเด่นอีกภาพลักษณ์ คือ 1. ภาพลักษณ์นักการเมืองที่มีความซื่อสัตย์ ต่อต้านการทุจริต 2. ภาพลักษณ์นักการเมืองที่มีประสบการณ์ด้านการบริหารมายาวนาน ซึ่งสามารถสร้างคะแนนนิยมให้กับนายบัวโล วงศ์เครือสอน ได้อย่างมากมาย การจัดทำนโยบายของนายบัวโล วงศ์เครือสอน ได้นำเสนอ นโยบายที่เป็นความต้องการของประชาชนครอบคลุมทุกชนชั้นและทุกพื้นที่ เนื่องจากข้อมูลการจัดทำนโยบายนั้นได้มาจากการสำรวจความต้องการและปัญหาของประชาชนในพื้นที่ และนำมาวิเคราะห์จนเกิดเป็นนโยบายที่มุ่งเน้นตอบสนองความต้องการของประชาชน เช่นนโยบายคลินิก อบต. การเป็นผู้ที่อยู่ในตำแหน่งทำให้โครงการหลายๆ โครงการได้ถูกนำไปปฏิบัติและนำกลับมาต่อยอดเป็นนโยบายอีกครั้ง ทำให้นโยบายที่นำเสนอเป็นนโยบายที่สามารถจับต้องนำไปปฏิบัติได้ต่อทันที เช่น นโยบายรถพยาบาล 24 ชั่วโมง รับ-ส่ง ประจํา ตำบล และนโยบายตรวจสุขภาพประจำปี เป็นต้น นโยบายส่วนใหญ่จึงเป็นนโยบายที่มุ่งเน้นการแก้ปัญหาและตอบสนองความต้องการของประชาชน ด้วยเหตุนี้ นโยบายที่ใช้หาเสียงของนายบัวโล วงศ์เครือสอน จึงสอดคล้องกับหลักการตลาดโดยทั่วไปที่มุ่งเน้นผู้บริโภค แต่มีนโยบายบางส่วนที่ไม่เป็นไปตามหลักการตลาดโดยทั่วไป ซึ่งเป็นนโยบายที่ก่อให้เกิดปัญหาในทางสังคมจนเกิดเป็นภาพลักษณ์ที่เสียหายต่อนายบัวโล วงศ์เครือสอน ที่ นำเสนอ นโยบายที่มีปัญหาความขัดแย้งในสังคม คือ นโยบายการสร้างสะพานชมหนองแวง เป็นนโยบายที่เกิดความขัดแย้งกับประชาชนในพื้นที่ จนส่งผลเสียต่อคะแนนนิยมในตัวนายบัวโล วงศ์เครือสอน เป็นช่องว่างให้ผู้ทำงานนโยบายที่มีความขัดแย้งไปสร้างคะแนนนิยมด้วยการนำเสนอต่อประชาชนว่า หากได้รับ

การเลือกตั้งจะไม่มีการสร้างสะพานชมหนองแวง จนได้รับคะแนนจากกลุ่มประชาชนในพื้นที่ที่ไม่เห็นด้วยกับปัญหาที่เกิดขึ้นนี้

นอกจากนี้การนำเสนอ นโยบายของผู้ ท้าชิง เน้นการนำเสนอ นโยบายที่มุ่งพัฒนา ศักยภาพของตำบลคงชนเป็นหลัก โดยนำเสนอ นโยบายเป็นหมวดหมู่ ด้วยคำขวัญ “นโยบาย 5 ซ่อม 6 คืบ 7 เสริม 8 สร้าง 9 พัฒนา” ถึงแม้กระบวนการจัดทำนโยบายจะมีการสำรวจความต้องการของ ประชาชน แต่การนำเสนอ นโยบายก็ไม่ได้เน้นที่ผู้บริโภครโดยตรง แต่ได้เพิ่มเติมในการมุ่งเน้นการ พัฒนาและแก้ไขปัญหาของตำบลเพื่อให้ตำบลสามารถพัฒนาได้ก้าวไกลในส่วนของกำเนก ส่วนการตลาดของผู้เลือกตั้ง ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญของการณรงค์หาเสียงเนื่องจากเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง ที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งต้องค้นหาข้อมูลให้ได้ว่ากลุ่มเป้าหมายที่จะลงคะแนนเสียงให้เป็นใคร มีลักษณะอย่างไร และต้องการอะไร เพื่อที่จะได้หา นโยบายหรือประเด็นที่สามารถตอบสนองความ ต้องการต่อกลุ่มเป้าหมายได้ ซึ่งนายบัวไล วงศ์เครือสอน ได้แบ่งกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด การเมืองโดยจัดแบ่งกลุ่มเป้าหมายเพื่อเข้าถึงกลุ่มเลือกตั้ง 2 ลักษณะ คือ การจัดแบ่งตามภูมิศาสตร์ และการจัดแบ่งตามยุทธศาสตร์เขตการเลือกตั้ง ซึ่งการกำหนดนโยบายของนายบัวไล วงศ์เครือสอน ได้จำแนกนโยบายตามกลุ่มอาชีพและกลุ่มผู้อาศัยตามพื้นที่ต่างๆ และเพิ่มเกณฑ์การแบ่งตาม ยุทธศาสตร์การเลือกตั้ง ออกเป็นสามเขต คือ เขตเขา เขตเรา และเขตเป็นกลางการจัดแบ่ง กลุ่มเป้าหมายออกเป็น 3 กลุ่ม นายบัวไล วงศ์เครือสอน ได้ระดมทีมงานลงไปยังพื้นที่ต่างๆ เพื่อพบปะกับประชาชน ทั้งบุคลากรจากทีมของผู้สมัคร ผู้สนับสนุน ร่วมกับนักการเมืองท้องถิ่น และผู้นำชุมชนในพื้นที่ เพื่อสื่อสารนโยบายให้สามารถเข้าถึงประชาชนให้ได้มากที่สุด

ตามที่ผลการสำรวจข้อมูลการเลือกตั้ง ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดทีมลงพื้นที่โดยใช้ผลสำรวจ เป็นข้อมูลในการกำหนดแผนงานรณรงค์ จากผลสำรวจที่ช่วงแรกยังพบว่าในหลายพื้นที่คะแนน นิยมของนายบัวไล ยังไม่สามารถชนะคู่แข่งได้ จึงได้ ระดมทีมงานลงพื้นที่อย่างต่อเนื่องและมีแกน นำจากพรรคเพื่อไทยมาร่วมด้วย โดยเน้นพื้นที่หมู่บ้านใหญ่ในช่วงแรกเพื่อให้เกิดความนิยมอย่าง ต่อเนื่องและทุ่มเทในเขตเป็นกลางเพิ่มมากขึ้น โดยนำกระแสพรรคเพื่อไทยเพื่อเรียกคะแนนนิยมให้ เพิ่มขึ้น จนกระทั่งผลสำรวจคะแนนรอบที่สอง พบว่ามีความนิยมเพิ่มขึ้น เพื่อช่วงชิงคะแนน เสียงจากคู่แข่งให้ได้มากที่สุดจึงต้องลงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอ แต่อย่างไรก็ตามนายบัวไล วงศ์เครือสอน ยังรองความได้เปรียบเนื่องจากเป็นอดีตนายกองค์การบริหารส่วนตำบลคงชน ทำให้การเข้าถึง ข้อมูลของผู้เลือกตั้งถูกสำรวจขึ้นเมื่อครั้งนายบัวไล วงศ์เครือสอน ดำรงตำแหน่งนายกองค์การ บริหารส่วนตำบลคงชน เนื่องจากนายบัวไล วงศ์เครือสอน จะมีข้อมูลของแต่ละกลุ่มคนว่ามีปัญหา และความต้องการอย่างไร จากการจัดกิจกรรม อบรมพบประชาชนและการลงพื้นที่สำรวจความต้องการ ของประชาชนที่ผ่านสมาชิกสภาตำบลคงชน ที่ส่วนใหญ่สังกัดทีมคงชนพัฒนาของนายบัวไล

วงศ์เครือสอน ทำให้ นายบัวโล วงศ์เครือสอนสามารถเข้าถึงข้อมูลของประชาชนได้ไม่ยาก ประการต่อมาคือการใช้ส่วนผสมทางการตลาด ของการตลาดทางการเมือง พบว่านายบัวโล วงศ์เครือสอน ได้ใช้รูปแบบการสื่อสารแบบต่างๆ อย่างครบถ้วน ตั้งแต่การนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางเมือง(Product) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่เป็นผู้สมัคร อาศัยความได้เปรียบที่เป็นนักบริหารท้องถิ่นที่มีประสบการณ์ มีผลงานสามารถจับต้องได้ ขณะที่ผู้ทำชิงอย่างนายดาบชัย ใจไพวัลย์ ซึ่งมีจุดอ่อนด้านการบริหาร ท้องถิ่น จึงมีภาพลักษณ์นักการเมืองที่มีประสบการณ์ทางการเมืองทั้งระดับท้องถิ่นน้อยมาก ในด้าน ของผลิตภัณฑ์ที่เป็นนโยบาย นายบัวโล วงศ์เครือสอน มีความได้เปรียบในการนำเสนอ นโยบาย เนื่องจากนโยบายที่นำเสนอส่วนหนึ่งเป็นนโยบายที่ นายบัวโล วงศ์เครือสอน เคยดำเนินการแล้ว และประสบความสำเร็จ จึงนำโครงการมาต่อ ยอดนำเสนอเป็น นโยบายที่ทำแล้วพร้อมทำต่อ เช่น นโยบายรพพยาบาล 24 ชั่วโมง รับ-ส่งประจำตำบล เป็นต้น พร้อมกับนำเสนอ นโยบายใหม่ที่ไม่เคย มีการนำเสนอมาก่อนในการหาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบล เช่น นโยบายสวนสาธารณะ ลานตากผลผลิตทางการเกษตรทุกหมู่บ้าน

ทั้งนี้กระบวนการจัดทำนโยบายได้รับการสนับสนุนจากสมาชิกสภาตำบลลงชนสังกัด ทีมลงชนพัฒนาและทีมงานออกสำรวจข้อมูล ปัญหา และความต้องการของประชาชน จนได้เป็น ข้อมูลก่อนนำมาวิเคราะห์และนำเสนอเป็นนโยบายต่อไป จากความได้เปรียบด้านนโยบายของผู้ อยู่ ในตำแหน่ง นายบัวโล วงศ์เครือสอน จึงต้องมีกระบวนการจัดทำนโยบายอย่างเป็นระบบและให้ แตกต่างจากคู่แข่งเพื่อที่จะสร้างความสนใจให้กับผู้เลือกตั้ง จึงได้ทำสมัชชาประชาชนทั้ง 10 หมู่บ้าน และเชิญกลุ่มตัวแทนต่างๆ มาสำรวจความคิดเห็น ปัญหา และสิ่งที่ต้องการ ภายใต้ภารกิจ ของ อบต. และนำโครงการที่พรรคเพื่อไทยได้จัดทำพิมพ์เขียวประเทศไทยแล้ว มาผสานกัน ก่อน จะนำเสนอเป็นนโยบายที่มุ่งเน้นการแก้ปัญหาพื้นฐานและเสริมสร้างศักยภาพของตำบลด้วย นโยบายที่แตกต่าง เช่นนโยบายสร้างคชนให้เป็นศูนย์กีฬาประจำตำบลพร้อมกับการนำเสนอ นโยบาย ในลักษณะที่รวมเป็นหมวดหมู่ด้วยสโลแกน “นโยบาย 5 ซ่อม 6 คืบ 7 เสริม 8 สร้าง 9 พัฒนา” ส่วนที่นายบัวโล วงศ์เครือสอน ให้ความสำคัญมากในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งครั้งนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารผ่านสื่อบุคคล ที่นายบัวโล วงศ์เครือสอน ได้นำจุดแข็งของตนในฐานะที่เป็นผู้ อยู่ในตำแหน่งและมีจำนวนสมาชิกสภาตำบลลงชน นักการเมืองท้องถิ่น อาสาสมัครสาธารณสุข ผู้นำชุมชน ผู้นำศาสนา ให้การสนับสนุนมากที่สุด ทำให้การสื่อสารด้านนโยบายและการสร้าง คະแนนนิยมจากผู้สนับสนุนของนายบัวโล วงศ์เครือสอน สามารถทำได้อย่างครอบคลุมทั้งตำบล ขณะที่ผู้ทำชิง มีความเสียเปรียบในฐานะจำนวนผู้สนับสนุนจากท้องถิ่น ทำให้นายดาบชัย ใจไพวัลย์ ต้องแก้ไขจุดอ่อนนี้ โดยหาสมาชิกเพิ่มเติมในกลุ่มการเมืองท้องถิ่นที่ไม่ได้ให้การสนับสนุนนายบัวโล วงศ์เครือสอน ด้วยตนเองและผ่านทางเครือข่าย ทำให้ได้ผู้สนับสนุนที่เป็น สมาชิกสภาตำบลลงชน



นักการเมืองท้องถิ่นอาสาสมัครสาธารณสุข ผู้นำชุมชน ผู้นำศาสนา ได้จำนวนหนึ่งแต่ยังมีจำนวนไม่มากเมื่อเทียบกับคู่แข่ง นายบัวไล วงศ์เครือสอน จึงปรับกลยุทธ์โดยใช้จุดแข็งที่แกนนำและสมาชิกพรรคเพื่อไทยให้การสนับสนุนลงสมัครรับเลือกตั้ง โดยขอการสนับสนุนจากแกนนำพรรคเพื่อไทยช่วยทำหน้าที่สื่อสารกับประชาชนในพื้นที่ ส่งผลให้คะแนนนิยมนายบัวไล วงศ์เครือสอนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากการสื่อสารผ่านบุคคลแล้ว สื่อสาธารณะยังเป็นสิ่งที่ผู้สมัครทั้งสองฝ่ายได้ให้ความสำคัญเช่นเดียวกัน ซึ่งนายบัวไล วงศ์เครือสอน ได้มอบหมายให้ทีมงานทำสื่อสาธารณะเพื่อสื่อสาร นโยบายกับประชาชนให้ได้จำนวนมากที่สุดและครอบคลุมทุกพื้นที่ทั้ง 10 หมู่บ้าน ผ่านสื่อที่เป็น แผ่นพับ บัตรย้ำเบอร์ ป้ายคัทเอาท์ ป้ายฟิวเจอร์บอร์ด แบนเนอร์ ไวนิล พร้อมกับแต่งเพลงสำหรับการรณรงค์หาเสียงครั้งนี้ด้วย และยังได้วางแผนการรณรงค์รูปแบบเผชิญหน้า ด้วยการจัดทีมงานลงพื้นที่แนะนำตัวและสื่อสารกับประชาชนทั้งการลงพื้นที่เองและให้ตัวแทนลง เพื่อให้การสื่อสารทำได้ครบทุกหมู่บ้านจึงได้ดำเนินการควบคู่ไปกับการจัดเวทีปราศรัยครบทั้ง 10 หมู่บ้าน โดยเริ่มจากการจัดเวทีให้ครบตามแผนรณรงค์และลงพื้นที่เดิมอีกครั้ง ร่วมกับการใช้รถกระจายเสียงออกเดินทางไปในพื้นที่ต่างครอบคลุม 10 หมู่บ้านขณะเดียวกันนายบัวไล วงศ์เครือสอน ในฐานะผู้สมัครชิงตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลคงชน ได้ระดมทีมงานและตัวแทนจากพรรคเพื่อไทยลงพื้นที่เคาะประตูแนะนำตัวพร้อมกับรถกระจายเสียงขึ้นเวทีปราศรัย เพื่อแสดงให้ประชาชนได้เห็นว่าการสมัครพรรคเพื่อไทย ได้ให้การสนับสนุนการลงสมัครรับเลือกตั้งเพียงผู้เดียวและได้เน้นย้ำกิจกรรมลักษณะนี้อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในพื้นที่ที่ยังมีคะแนนเป็นแพ็คเกจซึ่งหลังจากที่ตัวแทนจากพรรคเพื่อไทย พร้อมทีมงานนายบัวไล ได้ลงพื้นที่พร้อมกับขึ้นเวทีปราศรัย ส่งผลให้คะแนนนิยมนายบัวไล วงศ์เครือสอน มีคะแนนนำคู่แข่งในพื้นที่ที่ดำเนินกิจกรรมและพื้นที่ในตำบลคงชน

การสื่อสารผ่านสื่อมวลชน โดยนายบัวไล วงศ์เครือสอน ได้ใช้การสื่อสารตามการตลาดแบบดึงดูดครบทุกรูปแบบเพื่อให้ข้อมูลสามารถเข้าถึงกลุ่มคนทุกกลุ่ม ทุกเพศ ทุกวัยให้ได้มากที่สุด ผ่านการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตอย่างสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊ก (Facebook) และ (Youtube) รวมถึงการใช้สื่ออย่างวิทยุท้องถิ่นของตำบลคงชน นอกจากนี้ นายบัวไล วงศ์เครือสอน ยังได้ใช้กลุ่มไลน์ตำบลคงชนเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในเครื่องมือของการรณรงค์ อีกด้วย และนายบัวไล วงศ์เครือสอน ในฐานะที่เป็นผู้ที่อยู่ในตำแหน่งได้ใช้เครื่องมือที่อยู่ภายใต้การบริหาร จัดการของตนให้ได้ประโยชน์มากที่สุดทำให้มีโอกาสมากกว่าคู่แข่ง นายบัวไล วงศ์เครือสอน ได้ปรับกลยุทธ์ด้านการใช้การตลาดดึงดูดในการหาเสียงทั้งระบบ เช่น การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อย่าง เฟซบุ๊ก (Facebook) ที่สามารถสร้างผู้ติดตามได้มีจำนวนมากกว่าที่คิด เนื่องจากการ นำเสนอกิจกรรมผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook) อย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำเสนอภาพ กิจกรรมที่ทำร่วมกับแกนนำ

ของพรรคเพื่อไทยจึงทำให้มีผู้สนใจจำนวนไม่น้อยในบัญชีเฟซบุ๊ก (Facebook) ของนายบัวไลและทีมงาน ขณะที่การใช้ ยูทูป (Youtube) ก็ได้นำเสนอกิจกรรมการรณรงค์หาเสียง การจัดเวทีปราศรัยในหลายพื้นที่ ทำให้ผู้ติดตามสามารถติดตามกิจกรรมของนายบัวไล วงศ์เครือสอน ได้อย่างใกล้ชิด ในขณะที่เดียวกันการหาเสียงผ่านสื่อออนไลน์ นายบัวไล วงศ์เครือสอน ได้ใช้ความได้เปรียบในการเป็นสมาชิกพรรคเพื่อไทย และได้ใช้กลุ่มไลน์ในการส่งคริปการปราศรัยและการให้สัมภาษณ์ในโอกาสต่างๆ จึงมีโอกาสนำเสนอโศบายและวิสัยทัศน์ผ่านกลุ่มไลน์นี้ การสำรวจความคิดเห็นหรือการหยั่งเสียง (Polling) เป็นสิ่งที่นายบัวไล วงศ์เครือสอนใช้เป็นเครื่องมือในการสำรวจความต้องการและปัญหาของประชาชนเพื่อจัดทำเป็นนโยบาย และใช้สำรวจความนิยมในตัวผู้สมัครและคู่แข่ง โดยให้ทีมงานที่ดำเนินงานทางด้านการทำผลสำรวจโดยเฉพาะมาช่วยงาน และผลที่ได้จากการสำรวจนำมาเป็นข้อมูลในการปรับแผนการรณรงค์เลือกตั้งเพื่อให้ทันต่อสถานการณ์ในขณะนั้น นายบัวไล วงศ์เครือสอน ได้มีการทำผลสำรวจด้านปัญหาและความต้องการของประชาชนเพื่อนำข้อมูลไปจัดทำเป็นนโยบาย และการสำรวจคะแนนนิยมในตัวผู้สมัครกับคู่แข่ง ซึ่งข้อมูลที่ได้จากผลสำรวจถูกนำมาใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดและปรับเปลี่ยนแผนการรณรงค์เพื่อให้สามารถวางแผนให้สอดคล้องกับความเป็นจริงให้ได้มากที่สุด

จากผลสำรวจที่ได้ทำให้ทีมงานสามารถกำหนดปรับแผนรณรงค์ได้อย่างและรวดเร็วทันกับความเปลี่ยนแปลงทางการเมืองจนนำไปสู่ความสำเร็จในการเลือกตั้งได้อย่างดีจากกระบวนการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งโดยใช้การตลาดทางการเมืองอย่างเต็มรูปแบบมาเป็นเครื่องมือในการรณรงค์หาเสียง จึงกล่าวได้ว่าการตลาดทางการเมืองยังคงเป็นเครื่องมือสำคัญในการใช้รณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง เนื่องจากผู้สมัครทั้งสองฝ่ายต่างให้ความสำคัญกับเครื่องมือชนิดนี้และสามารถสร้างคะแนนนิยมให้กับผู้สมัครทั้งสองฝ่ายได้เป็นอย่างดี แต่การใช้การตลาดทางการเมืองในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งครั้งนี้ของทั้งสองฝ่าย ยังไม่สามารถสร้างข้อได้เปรียบให้ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งได้อย่างเด่นชัด ไม่สามารถเป็นตัวตัดสินการแพ้ชนะได้ เนื่องจากต่างฝ่ายต่างมีการใช้การตลาดทางการเมืองทั้งคู่ ซึ่งแตกต่างจากผู้สมัครหมายเลข 3 และ 4 ที่ไม่ได้นำการตลาดทางการเมืองมาเป็นเครื่องมือในการรณรงค์ จึงได้รับคะแนนเลือกตั้งเพียงเล็กน้อยเท่านั้น

งานวิจัยครั้งนี้พบว่า การกำหนดรูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสมและสอดคล้องกับบริบททางสังคม สามารถสร้างความได้เปรียบในการช่วงชิงพื้นที่นำเสนอข่าวได้สร้างประโยชน์ต่อการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของนายบัวไล วงศ์เครือสอน ได้เป็นอย่างดี สามารถสร้างการรับรู้ในเนื้อหาที่ตนต้องการแก่ประชาชนได้ทั้ง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การกำหนดกลุ่มเป้าหมายตามเขตยุทธศาสตร์ และใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสมนำสู่ชัยชนะในการเลือกตั้งหนึ่งในกระบวนการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งมีการนำมาใช้อยู่บ่อยครั้งเพื่อให้มีโอกาสประสบความสำเร็จในการ

เลือกตั้ง คือการกำหนดกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้ทราบถึงสถานะความนิยมจากผู้เลือกตั้งต่อตัวผู้สมัครรับเลือกตั้ง ซึ่งผู้สมัครรับเลือกตั้งต้องกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้เลือกตั้งให้ชัดเจนเพื่อที่จะนำไปใช้ในการปรับแผนการรณรงค์ให้สามารถบรรลุเป้าหมายในการรณรงค์การเลือกตั้งได้ ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลคงชนที่ผ่านมาผู้สมัครรับเลือกตั้งหมายเลข 2 ได้กำหนดยุทธศาสตร์เขตการเลือกตั้งออกเป็น 3 เขตตามผลสำรวจโดยช่วงแรกจำนวนพื้นที่หลายแห่งมีคะแนนนิยมตามหลังคู่แข่ง นายบัวโล วงศ์เครือสอน จึงได้นำทีมงานลงพื้นที่อย่างต่อเนื่องพร้อมกับแกนนำจากพรรคเพื่อไทย โดยเน้นพื้นที่ในเขตหมู่บ้านของตนช่วงแรกเพื่อสร้างคะแนนนิยมในพื้นที่ดังกล่าวอย่างต่อเนื่องและทุ่มเทการรณรงค์ในหมู่บ้านอื่นๆจนกระทั่งผลสำรวจในช่วงที่สองคะแนนนิยมโดยรวมของผู้สมัครมีคะแนนนิยมเหนือคู่แข่งแต่ยังมีพื้นที่บางส่วนที่ยังเป็นรองคู่แข่ง นายบัวโล วงศ์เครือสอนพร้อมด้วยทีมงานลงในหมู่บ้านเขาเพื่อช่วงชิงคะแนนนิยมของคู่แข่งให้มาเป็นคะแนนของตนให้ได้มากที่สุด สามารถสร้างคะแนนนิยมให้กับนายบัวโล วงศ์เครือสอน ชนะคู่แข่งได้เกินความคาดหมายตามที่ผลสำรวจได้แสดงไว้ ทั้งหมดนี้พบว่า นายบัวโล วงศ์เครือสอน ได้ดำเนินการแบ่งตามเขตยุทธศาสตร์และใช้ทรัพยากรได้อย่างเหมาะสม โดยเริ่มต้นจากหมู่บ้านที่มีคะแนนนิยมชนะคู่แข่งให้ นิ่ง และทุ่มเทต่อยอดไปยังหมู่บ้านอื่นๆ จนสามารถเอาชนะในเขตนี้ได้

จากข้อมูลและข้อค้นพบข้างต้น ผู้วิจัยได้ ดำเนินการสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อใช้ในการสร้างข้อสรุปเชิงแนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลคงชน และเป็นส่วนสำคัญประการหนึ่งที่จะนำไปสู่ชัยชนะการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลครั้งต่อไป ที่นับว่าเป็นองค์ความรู้ใหม่ที่สกัดได้จากงานวิจัยชิ้นนี้ โดยมีข้อสังเคราะห์ดังต่อไปนี้

### 3. ข้อสรุปเชิงสังเคราะห์ของผู้วิจัย

บุคคลในทางการเมืองที่ประชาชนให้ความศรัทธา ซึ่งผู้ที่มีฐานเสียงหรือเครือข่ายในการสนับสนุนอยู่แล้วย่อมได้เปรียบในการคว่ำชัยชนะการเลือกตั้ง การเข้าสู่ตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลลงชน ของผู้สมัครคือนายบัวไล วงศ์เครือสอน มีผู้ให้การสนับสนุนจำนวนมาก โดยนายบัวไล วงศ์เครือสอน ในฐานะที่เป็นผู้อยู่ในตำแหน่ง ได้สร้างเครือข่ายอุปถัมภ์ไว้เป็นจำนวนมากในทางการเมืองท้องถิ่น การเลือกตั้งครั้งนี้จึงมีนักการเมืองท้องถิ่นที่เคยได้รับการอุปถัมภ์จากนายบัวไล วงศ์เครือสอน ได้ให้การสนับสนุนนายบัวไล วงศ์เครือสอน อย่างเต็มที่พร้อมทั้งกลุ่มอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน กลุ่มผู้นำชุมชน เป็นต้น และขอการสนับสนุนจากตัวแทนจากพรรคเพื่อไทย เนื่องจากในจังหวัดสกลนครเกือบทั้งจังหวัดสนับสนุนผู้ที่มาจากพรรคเพื่อไทย เพราะพรรคนี้มีผู้ศรัทธาจำนวนมาก การสนับสนุนพรรคเพื่อไทยจึงเป็นจุดแข็งในการสร้างคะแนนนิยมอย่างดีของนายบัวไล วงศ์เครือสอน ผู้สมัครจึงกำหนดกลยุทธ์นี้โดยขอให้ตัวแทนจากพรรคเพื่อไทยมาสนับสนุนในการช่วยหาเสียง ร่วมกับกิจกรรมการลงพื้นที่และการจัดเวที ปราศรัย ซึ่งสอดคล้องกับที่นักกฎหมายอิสระในพื้นที่ตำบลลงชนที่ได้กล่าวถึงความผูกพันระหว่างคนสกลนครกับพรรคเพื่อไทย นอกจากนี้การสนับสนุนจากนักการเมืองที่เป็นตัวแทนจากพรรคเพื่อไทยก็นับว่ามีส่วนในการสร้างคะแนนเสียงและสีสันในการเลือกตั้งได้อย่างดี เนื่องจากกลุ่มคนเหล่านี้ส่วนใหญ่เป็นที่ชื่นชอบของประชาชนในพื้นที่ มีฝีปากในการปราศรัยที่โดดเด่น น่าสนใจ สามารถโน้มน้าวประชาชนได้เป็นอย่างดี

การสนับสนุนจากนักการเมืองในการเลือกตั้งนายองค์การบริหารส่วนตำบลลงชน นายบัวไล วงศ์เครือสอน นั้นเป็นการกำหนดกลยุทธ์การรณรงค์ที่สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่จนสามารถสร้างคะแนนนิยมจนนำไปสู่ชัยชนะในการเลือกตั้งครั้งนี้อย่างไม่เคยเป็นที่ปรากฏมาก่อน จากข้อสังเคราะห์ข้างต้น เป็นปัจจัยบวกให้นายบัวไล วงศ์เครือสอนชนะการเลือกตั้งด้วยคะแนนมากที่สุด ในขณะที่นายบัวไล วงศ์เครือสอน แม้จะได้รับคะแนนเสียงไม่ห่างกับการเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลลงชนครั้งที่ผ่านมา

#### 4. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้สมัครรับเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลลงชน

4.1 กระบวนการสื่อสารทางการเมือง แบบต่างๆ เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการกำหนด และวางแผนการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครให้สามารถสื่อสารนโยบายได้ครอบคลุม ประชาชนทุกกลุ่ม และยังสามารถช่วยให้ผู้สมัครสามารถกำหนดแผนการรณรงค์ได้เป็นอย่างดี โดยที่ผู้สมัครจะต้องทำความเข้าใจกับกลุ่มผู้เลือกตั้งแล้วนำมาปรับ ใช้ให้เข้ากับความต้องการของผู้เลือกตั้งเพื่อเพิ่ม โอกาสชนะการเลือกตั้ง

4.2 การรณรงค์หาเสียงในพื้นที่ตำบลลงชนในบริบททางการเมืองที่มีความเกี่ยวข้องกับ พรรคเพื่อไทย ดำเนินงานปฏิบัติหน้าที่เสมือนคนอยู่ฝ่ายเดียวกันกับฝั่งที่ตนลงชนขึ้นชอบและไม่ กล่าวโจมตีหรือได้ แหย่ที่ส่อไปในทางเสียหายหรือถูกมองว่าเป็นฝ่ายตรงข้ามกับฝ่ายพรรคเพื่อไทย

4.3 การหาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลลงชน สื่อท้องถิ่นเช่นวิทยุ ชุมชน มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างมากในการนำเสนอข่าว เนื่องจากทั้งสองฝ่ายต่างมีผู้สนับสนุนที่เป็นที่ สนใจของประชาชนแตกต่างกัน ดังนั้นควรจะใช้สื่อท้องถิ่นทุกครั้งในการหาเสียงเลือกตั้ง

4.4 การรณรงค์หาเสียงเชิงสร้างสรรค์จะใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพในภาวะบริบททาง การเมืองปกติและสภาพบ้านเมืองต้องอยู่ในสภาวะปกติ ดังนั้นหากผู้สมัครรับเลือกตั้งลงสมัครรับ เลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลลงชน จะต้องทำงานเชิงรุกด้วยการชี้แจงข้อเท็จจริงให้ทัน กับบริบททางการเมืองที่มากกว่านี้

4.5 ว่าที่ผู้สมัครให้ความสำคัญกับการหาเสียงผ่านสื่อสังคมออนไลน์หรือโซเชียล มีเดีย (Social Media) ไม่มากพอเมื่อเทียบกับจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่ม คนรุ่นใหม่ที่ไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการเมือง เมื่อการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตไม่สามารถเข้าถึง กลุ่มคนรุ่นใหม่ได้ทำให้การรับรู้ ข้อมูลของผู้สมัครรับเลือกตั้งจึงยังเข้าไม่ถึงกลุ่มคนเหล่านี้ดังนั้น สื่ออินเทอร์เน็ตและสังคมออนไลน์จะมีความสำคัญเพิ่มมากยิ่งขึ้นในอนาคต ซึ่งหากผู้สมัครรับ เลือกตั้งสามารถใช้สื่ออินเทอร์เน็ตได้อย่างมีประสิทธิภาพและน่าสนใจ ทำให้มีโอกาสที่จะได้ คะแนนเสียงจากคนกลุ่มนี้จนนำไปสู่ชัยชนะการเลือกตั้ง

4.6 การหาเสียงรูปแบบใหม่ที่สามารถสร้างเอกลักษณ์ ให้เป็นที่น่าสนใจและแตกต่าง ยังไม่เคยเกิดขึ้นในตำบลลงชนมาก่อน ที่ผ่านมายังคงเป็นการหาเสียงรูปแบบเดิมๆ ทำให้กลุ่มคนที่ เบื่อหน่ายการเมืองและกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ไม่สนใจการเมือง หันหลังให้กับการเลือกตั้งไม่ไปใช้สิทธิ การเลือกตั้งหรือไปเลือกผู้ สมัครตามคำร้องขอของผู้ ปกครอง

## 5. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

5.1 งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ที่มุ่งเน้นศึกษาเชิงลึกในมิติการณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลลงในฐานะที่เป็นผู้ส่งสาร ดังนั้นหากมีผู้ที่สนใจที่จะศึกษาผู้รับสาร ย่อมเป็นประโยชน์และสะท้อนภาพของผู้สมัครรับเลือกตั้งได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

5.2 เนื่องจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาวิจัยในขณะที่การณรงค์หาเสียงเลือกตั้งที่พรรคเพื่อไทยให้การสนับสนุนผู้สมัครรับเลือกตั้ง ดังนั้นผลการศึกษาพบว่าการส่งผู้สมัครรับเลือกตั้งของพรรคเพื่อไทยมีผลกระทบต่อ การเลือกตั้งอย่างยิ่ง ทั้งๆ ที่ผู้สมัครทั้งสองฝ่ายต่างได้มีการนำกรอบแนวคิดทางการตลาดมาปรับใช้อย่างเต็มที่แล้ว แต่นายบัวโล วงศ์เครือสอน ได้รับแรงสนับสนุนจากพรรคเพื่อไทยได้รับชัยชนะ ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไป จึงควรทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการหาเสียงเลือกตั้งอย่างแท้จริง ในช่วงเวลาที่พรรคเพื่อไทยไม่ได้ส่งผู้สมัครรับเลือกตั้ง เพื่อค้นหาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกตั้ง ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้สมัครรับเลือกตั้งในโอกาสต่อไป

5.3 ควรมีการศึกษารูปแบบการสื่อสารในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลอื่นๆ ในกรอบแนวคิดการตลาดทางการเมืองที่ใช้รูปแบบการณรงค์แบบใหม่ที่เป็นเอกลักษณ์และมีความแตกต่างที่สามารถสร้างความน่าสนใจได้เป็นอย่างดี เพื่อเป็นอีกหนึ่งแนวทางในการกำหนดการเลือกตั้งให้ประสบความสำเร็จในการเลือกตั้ง

บรรณานุกรม



## บรรณานุกรม

- กาญจนา แสนศาลา. (2552). กลวิธีหาเสียงเลือกตั้งของผู้ชนะการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ในการเลือกตั้งทั่วไป พ.ศ. 2550 กรณีศึกษาผู้ชนะการเลือกตั้งในจังหวัดเลย.ปริญญาโท วิทยาการการจัดการ.มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช: กรุงเทพฯ.
- กายนกยูงน์ แสนแก้ว. (2558). พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ Gen-X ในกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- กมลวรรณ คารมปราชญ์. (2550). การศึกษาอิทธิพลของการถ่ายทอดทางการเมืองจากครอบครัว สถาบันการศึกษา ที่ทำงานและสื่อมวลชน ที่ส่งผลต่อความโน้มเอียงทางการเมือง ความผูกพันต่อพรรคการเมือง และพฤติกรรมมีส่วนร่วมทางการเมืองของพนักงาน รัฐวิสาหกิจ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ตีพิมพ์) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- จิราภรณ์ ศรีนาถ. (2556). ศึกษา การวิเคราะห์ประเภท รูปแบบ เนื้อหา และการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- จักรกริช ปิยะ. (2557). การศึกษาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เพื่อการบริหารงาน ก่อสร้างกรณีศึกษา. ห้างหุ้นส่วนจำกัด เทคโนโลยี (2001) อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, นครราชสีมา.
- จุฑาพอล เมตตาศักดิ์. (2556). การสื่อสารทางการเมืองผ่านการตลาดทางการเมืองของนายชววิทย์กมลวิศิษฐ์:ศึกษากรณีการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร เมื่อวันที่ 3 กรกฎาคม 2554. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ตีพิมพ์) มหาวิทยาลัยเกริก: กรุงเทพฯ.
- จันทิมา พิจารย์. (2551). การมีส่วนร่วมทางการเมืองของผู้หญิงในอำเภอแม่เมาะ จังหวัดเชียงใหม่. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ไม่ได้ตีพิมพ์) มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, เชียงราย.
- จุฑารัตน์ สรวณะวงศ์. (2560). สื่อสารสนเทศเพื่อการเรียนรู้.กรุงเทพฯ: คอมม่า ดีไซน์แอนปริ้นท์.
- ชาย โพธิ์สิตา. (2550). ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ (พิมพ์ครั้งที่3). กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).
- ชวลีวรรณ สุวิสุทธิ และ สุนทรี ศักดิ์ศรี. (2560). การใช้สื่อออนไลน์เพื่อการสื่อสารในองค์กรและ



- ความทุ่มเทในการทำงานที่พยากรณ์ผลการปฏิบัติงานในหน่วยงานสังกัด  
กรุงเทพมหานคร.มหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าพระนครเหนือ: กรุงเทพฯ.
- ชยันต์ วรรณะภูติ. บรรณาธิการ. (2537). พุทธศาสนากับโลกาภิวัตน์และบทบาทของสถาบันวิจัย  
ต่อปัญหาภูมิภาค : การอภิปรายทางวิชาการในโอกาสฉลองครบรอบ 12 ปี ของ  
สถาบันวิจัยสังคมมหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชิบ จิตนิยม (2552) คอลัมน์: e-leaders: ปฏิวัติทวิตเตอร์ ที่มา: หนังสือพิมพ์เทคโนโลยี เจอร์นัล  
ฉบับวันที่ 29 มิ.ย. - 12 ก.ค.
- ดวงแก้ว เขียวสวัสดิ์กิจ. (2555). *กระบวนการรู้เท่าทันสื่อโฆษณาครีမ်ปรับผิวขาวทางโทรทัศน์ของผู้รับสารสตรี*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์)  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ทรงยุทธ ต้นวัน. (2552). *ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อมวลชน ความรู้และการมีส่วนร่วม  
ทางการเมืองของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลพังโคน อำเภอพังโคน จังหวัด  
สกลนคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์)  
มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร, สกลนคร.
- ทองใบ สุดซารี. (2542). ทฤษฎีองค์การ: วิเคราะห์แนวความคิด ทฤษฎีและการประยุกต์.  
อบลราชธานี : สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.
- ทวิตเตอร์มากกว่าการส่งข้อความ (2553). สืบค้นเมื่อวันที่ 14 เมษายน 2561, จากเว็บไซต์ไทยโพสต์  
วันหลังรวมพลคนข่าว Social Media เสี่ยงสะท้อนจากกอง บก.140 ตัวอักษร (2554).  
สืบค้นเมื่อวันที่ 5 สิงหาคม 2561, จากเว็บไซต์กรุงเทพธุรกิจ.
- ชาม เชื้อสถาปนศิริ. (2553). *แนวทางวารสารศึกษายุคสื่อใหม่*. เอกสารวิชาการส่วนบุคคลนี้  
เป็นส่วนหนึ่งของการอบรมหลักสูตร “ผู้บริหารการสื่อสารมวลชน  
ระดับกลาง (บสก.) รุ่นที่ 2” สถาบันนิสิตรา มูลนิธิพัฒนาสื่อมวลชนแห่งประเทศไทย.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2533). การบริหารงานบุคคล. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- จิตติภพ ชยธวัช. (2548). แม่ไม้บริหาร. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ ซี.พี. บุ๊ค แสตนด์การ์ด.
- นันทนา นันทวโรภาส. (2552). *กระบวนการสื่อสารทางการเมืองเปรียบเทียบระหว่างผู้ว่าราชการ  
จังหวัด กับนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด: ศึกษากรณี จังหวัดสระบุรี ระยะเวลาปี  
2551-2552*. มหาวิทยาลัยเกริก: กรุงเทพฯ.
- นิศากร ไพบูลย์สิน. (2555). *พฤติกรรมการสื่อสารกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนใน  
กรุงเทพมหานคร*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร: กรุงเทพฯ.

- นิรัตน์ เพชรรัตน์. (2556). กลยุทธ์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด  
อุบลราชธานี: ศึกษากรณีการเลือกตั้ง ปี พ.ศ. 2555. ปริญญาโทมหาวิทยาลัยเกริก.  
วิทยาลัยสื่อสารการเมือง: กรุงเทพฯ.
- บุษบา สุธีธร. (2547). กลุ่มประชาชนเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ในหลักการ โฆษณาและการ  
ประชาสัมพันธ์หน่วยที่ 13 นนทบุรี. สาขาวิชานิเทศศาสตร์:  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ปัทมา ปรัชญาวุฒิรัตน์. (2550). การเปิดรับและการรับรู้ข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน ของ  
ข้าราชการกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา: โครงการศูนย์ส่งเสริมการบริหารเงินออม  
ครอบครัวกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์: กรุงเทพฯ.
- ปิยะภา วรรณสมพร. (2556). การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ในการใช้เฟสบุคของนักศึกษา  
ระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่: จังหวัดเชียงใหม่.
- ปณิชา นิตีพรมงคล. (2556). พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของคนวัยทำงานในเขต  
กรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์)  
มหาวิทยาลัยศรีปทุม, กรุงเทพฯ.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2543). การสื่อสารมวลชน กระบวนการและทฤษฎี (พิมพ์ครั้งที่2). กรุงเทพฯ:  
ภาพพิมพ์.
- ภาคินี ผองขำ. (2553). การสื่อสารทางการเมืองกรณีการหาเสียงเลือกตั้งซ่อมสมาชิกสภาผู้แทน  
ราษฎรเขต 3 จังหวัดสกลนคร วันที่ 21 มิถุนายน 2552.ปริญญาโทรัฐศาสตร์  
มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช: กรุงเทพฯ.
- ภาวฑู พงษ์วิทยานุก. (2553). “เจาะลึกคนไทยใช้ Twitter” สืบค้นเมื่อ 13 มีนาคม 2560,  
จากเว็บไซต์กรุงเทพธุรกิจ.
- พรณ์พิเชฐ แห่งหน. (2557). การพัฒนาองค์ประกอบตัวชี้วัดและแนวทางเสริมสร้างความร่วมมือ  
ระหว่างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับสถาบันการเรียนรู้เพื่อปวงชนในการจัด  
ศึกษานอกระบบระดับอุดมศึกษาในพื้นที่ภาคใต้ของประเทศไทย.(วิทยานิพนธ์  
(ปร.ด. (การจัดการ)) มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์: จังหวัดสงขลา.
- พัชนี เษจรรยาและคณะ. (2542). แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์.กรุงเทพฯ: บริษัท เกล่โล่การ  
พิมพ์ (1988) จำกัด.
- พนิดา เกษมมงคล. (2551). การหาเสียงเลือกตั้ง : ศึกษาเฉพาะกรณีการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทน  
ราษฎรในจังหวัดฉะเชิงเทรา เขตเลือกตั้งที่ 1 ปริญญาโทรัฐศาสตรมหาบัณฑิต.  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์: กรุงเทพฯ.

- พิสิทธิ์ศักดิ์ ห้วยหงษ์ทอง. (2551). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของนักศึกษาใน จังหวัดนครปฐม: สถาบันพระปกเกล้า จังหวัดนครปฐม.
- ปริยาภรณ์ สรรพศรี. (2553). อิทธิพลของการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. มหาวิทยาลัยแม่โจ้: เชียงใหม่.
- พิศาล พันธุเสนีย์. (2553). กลยุทธ์ในการหาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครนายกเทศมนตรีนครเชียงใหม่ในการเลือกตั้งวันที่ 4 ตุลาคม 2552. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่: เชียงใหม่.
- มัลลิกา ต้นสอน. (2544). พฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ: บริษัท เอ็กซ์เบอร์เน็ท จำกัด.
- ยาเป็น เรื่องจรรยา. (2552). การติดต่อสื่อสาร. สืบค้น เมื่อ 11 มีนาคม 2558.  
จาก <http://www.kroobannok.com/blog/20402>.
- รชชงพร โกมลเสวิน. (2552). หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- วาสนา พงษ์พิงศ์สิทธิ์. (2544). การเปิดรับข่าวสาร ภาพลักษณ์ ความคาดหวังและความพึงพอใจของประชา ชนชาวกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการติดต่อสื่อสารและการให้บริการของสำนักงานเขต กรุงเทพมหานคร. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- วิศาล ศรีมหาวโร. (2556). สังคมวิทยาการเมืองการปกครอง (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โอ.เอส.พรีนติ้ง เฮ้าส์.
- หนึ่งฤทัย นวลแป้น. (2555). การติดต่อสื่อสารในองค์กร. สืบค้นเมื่อ 11 มีนาคม 2558.  
จาก <https://www.l3nr.org/posts/525022>.
- สุชา จันทร์เอม. (2531). จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- สุภางค์ จันทวานิช. 2547. พฤติกรรมรวมหมู่ใน สังคมและวัฒนธรรม. (พิมพ์ครั้งที่ 9):  
สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สมบัติ ชำรงชัยวงศ์. (2545). การเมือง: แนวความคิดและการพัฒนา (พิมพ์ครั้งที่ 13). กรุงเทพฯ: โครงการเอกสารตำรา คณะรัฐประศาสนศาสตร์สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สมยศ นาวิการ. (2544). ทฤษฎีองค์การ. กรุงเทพฯ: กรุงธนพัฒนา.
- สมิต สัจฉกร. (2551). ทักษะการประสานงาน. สืบค้นเมื่อ 11 มีนาคม 2558.  
จาก [http://www.tpa.or.th/writer/read\\_this\\_book\\_topic.php?bookID=394&read true&count true](http://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?bookID=394&read true&count true).
- สันติสุข. (2553). การสื่อสารในองค์กร (Communication). สืบค้นเมื่อ 11 มีนาคม 2558.  
จาก <https://www.gotoknow.org/posts/320108>.
- สวนิต ยมาภัย. (2547). ประมวลสาระชุดวิชาภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร=Thai forcommunication หน่วยที่ 1-7. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

- สุรัชญา สวางเนตร (2552). “Mobile Journalism "เนชั่น" ปั่นนักข่าวพันธุ์ใหม่” สืบค้นเมื่อ 13 มีนาคม 2560, จาก เว็บไซต์กรุงเทพมหานคร.
- สุทธิชัย หยุ่น. (2553). หัวใจโซเชียลมีเดีย คนข่าวที่เล่นต้องไม่หลงทาง ตีพิมพ์ในรายงานประจำปี สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย: สื่อในวิกฤต หรือ วิกฤตในสื่อ.
- สุทธิชัย หยุ่น. พุ่งนี้ของคนบ้าข่าว สืบค้นจากเว็บไซต์ <http://newsjunkies-suthichaiyoon.blogspot.com>.
- อภิวัฒน์ พรหมขาม. (2553). การศึกษาเปรียบเทียบกลยุทธ์การหาเสียงเลือกตั้ง ในองค์การบริหารส่วนตำบลปางมะผ้า จังหวัดแม่ฮ่องสอน. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่:เชียงใหม่.
- อศินา พรวิสิน. (2553). “จริยธรรมสื่อกับการ ใช้ Social Media สืบค้นเมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2560, จากเว็บไซต์ <http://www.itpc.or.th/?p=749>.
- อุไรรัตน์ ทองคำชื่นวิวัฒน์. (2542). ความพึงพอใจของผู้ป่วยต่อการสื่อสารระหว่างบุคคลของพยาบาลกับ ภาพลักษณ์ของโรงพยาบาล : ศึกษาเฉพาะกรณี โรงพยาบาลราชวิถี . มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- อุไรรัตน์ มากไมตรี. (2558). อิทธิพลของสื่อออนไลน์ที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค กรณีศึกษาธุรกิจเบเกอรี่ในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต. ไม่ได้ตีพิมพ์) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- อุไรรัตน์ ทองคำชื่นวิวัฒน์. (2542) ความพึงพอใจของผู้ป่วยต่อการสื่อสารระหว่างบุคคลของพยาบาลกับภาพลักษณ์ของโรงพยาบาล : ศึกษาเฉพาะกรณี โรงพยาบาลราชวิถี . มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- Chaipat Sawatphon. (2558). การติดต่อสื่อสารในองค์กร. สืบค้นเมื่อ 11 มีนาคม 2558. จาก <https://sites.google.com/site/chaipatcompanylimited/txn-thi-5>.
- Gilmor, D. (2006). We the Media: Grassroots Journalism by the People, for the People. O’Reilly: New York.
- <http://www.bangkokbiznews.com/home/detail/it/global/20110803/403013/ควีนหลงรวมพลคนข่าว-Social-Media-เสียงสะท้อนจากกอง-บก.140-ตัวอักษร.html>.
- iisomo. (2556). การติดต่อสื่อสารในองค์กร. สืบค้นเมื่อ 11 มีนาคม 2558. จาก <https://iisomo.wordpress.com/2013/07/07>.
- Jarvis, J. (2006). Networked journalism. Retrieved on October 23, 2009, from <http://www.buzzmachine.com/2006/07/05/networked-journalism>.
- Lindlof author. ; Bryan C. Taylor author. [2019]. Fourth edition. Thousand Oaks, California: SAGE Publications.

Miel & Faris. (2008). News and information as digital media come of age:

[http://cyber.law.harvard.edu/sites/cyber.law.harvard.edu/files/Overview\\_MR.pdf](http://cyber.law.harvard.edu/sites/cyber.law.harvard.edu/files/Overview_MR.pdf).

O'Connor, Rory. (2009). "Facebook Are Reshaping Journalism As We Know It." *Altermet*. 20 Jan. Web. 26 Feb. 2010.

Richard Gordon. (2009). 'Social Media: The Ground Shifts,' *Nieman Reports* (Fall, 2009):

<http://www.nieman.harvard.edu/reports/article/101883/Social-Media-The-Ground-Shifts.aspx>.

TWITTER. (2552). ปฏิบัติการตลาดเครือข่ายสังคม สืบค้นเมื่อ 13 มีนาคม 2554, จาก เว็บไซต์ผู้จัดการ 360 องศา รายสัปดาห์.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก  
ภาพประกอบการลงพื้นที่



ภาพประกอบการลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลในระยะที่ 1  
การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview)





ภาพประกอบการลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลในระยะที่ 1  
การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview)



ภาพประกอบการลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลในระยะที่ 2  
การสังเกตการณ์ (Observation)



ภาพประกอบการลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลในระยะที่ 2  
การสังเกตการณ์ (Observation)



ภาคผนวก ข  
แบบสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อการวิจัย



## แบบสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อการวิจัย

### เรื่อง

กระบวนการและแนวทางในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของว่าที่ผู้สมัครนายก

องค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร

เพื่อการวิจัยในหัวเรื่อง การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของว่าที่ผู้สมัครนายก

องค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร

### คำชี้แจง

1. แบบสัมภาษณ์ชุดนี้ใช้เพื่อสัมภาษณ์ ผู้ปฏิบัติงาน โดยตรงโดยมีผู้ให้ข้อมูลหลัก เป็น การเลือกแบบเจาะจงซึ่งมีผู้ให้ข้อมูลหลักที่ร่วมกันวางแผนและดำเนินการสื่อสารเพื่อสร้างความ นิยมโดยตรงรวม จำนวน 22 คน 1) ว่าที่ผู้สมัคร 1 คน 2) ทีมปฏิบัติการสื่อสาร 10 คน ที่ปรึกษา ในการสื่อสาร 1 คน 3) ผู้นำชุมชน 10 คน โดยคัดเลือกจากผู้ที่ตั้งสมัครเลือกตั้งนายกองค์การ บริหารส่วนตำบลดงชน ทีมปฏิบัติการสื่อสารรวมถึงผู้นำชุมชน และเป็นการศึกษารูปแบบการ สื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน ที่จะสามารถ สร้างความนิยมต่อผู้ลงสมัครเลือกตั้งในเขตตำบลดงชน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและ พัฒารูปแบบในการกำหนดนโยบายการลงรับสมัครเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน ต่อไป

3. ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัย เป็นผู้ทำการสัมภาษณ์ และเก็บข้อมูลด้วยการบันทึกเสียงหรือจด บันทึก

4. แนวคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึกชุดนี้เป็นแบบสัมภาษณ์ แบบให้ตอบบรรยายตาม ความคิดเห็น มี 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของนายกองค์การ บริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร

ตอนที่ 3 แนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของ นายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนครตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ



ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

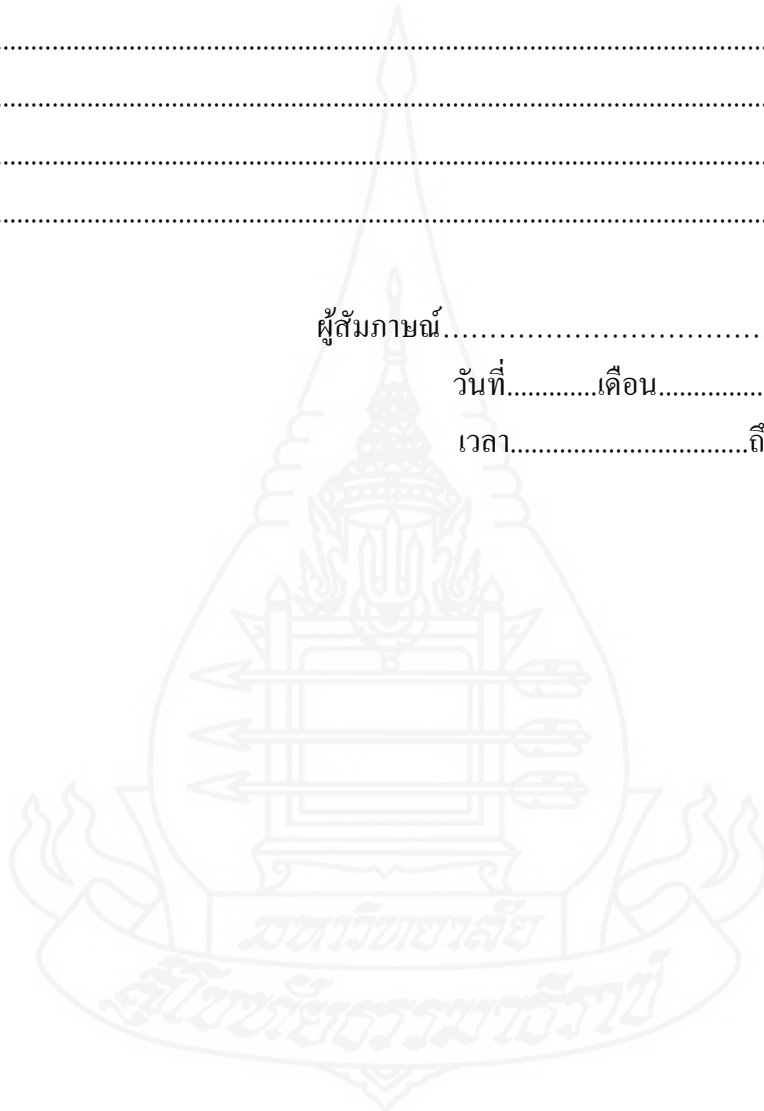
.....

.....

ผู้สัมภาษณ์.....

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

เวลา.....ถึง.....



## แบบสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อการวิจัย

### เรื่อง

กระบวนการและแนวทางในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของว่าที่ผู้สมัครนายก

องค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร

เพื่อการวิจัยในหัวเรื่อง การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของว่าที่ผู้สมัครนายก

องค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร

### คำชี้แจง

1. แบบสัมภาษณ์ชุดนี้ใช้เพื่อสัมภาษณ์ ผู้ปฏิบัติงาน โดยตรงโดยมีผู้ให้ข้อมูลหลัก เป็นการเลือกแบบเจาะจงซึ่งมีผู้ให้ข้อมูลหลักที่ร่วมกันวางแผนและดำเนินการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมโดยตรงรวมจำนวน 22 คน 1) ว่าที่ผู้สมัคร 1 คน 2) ทีมปฏิบัติการสื่อสาร 10 คน ที่ปรึกษาในการสื่อสาร 1 คน 3) ผู้นำชุมชน 10 คน โดยคัดเลือกจากผู้ที่ตั้งสมัครเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน ทีมปฏิบัติการสื่อสารรวมถึงผู้นำชุมชน และเป็นการศึกษารูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน ที่จะสามารถสร้างความนิยมต่อผู้ลงสมัครเลือกตั้งในเขตตำบลดงชน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาารูปแบบในการกำหนดนโยบายการลงรับสมัครเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชนต่อไป

3. ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัย เป็นผู้ทำการสัมภาษณ์ และเก็บข้อมูลด้วยการบันทึกเสียงหรือจดบันทึก

4. แนวคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึกชุดนี้เป็นแบบสัมภาษณ์ แบบให้ตอบบรรยายตามความคิดเห็น มี 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนคร

ตอนที่ 3 แนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลดงชน จังหวัดสกลนครตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ





ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ผู้สัมภาษณ์.....

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

เวลา.....ถึง.....



## แบบสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อการวิจัย

### เรื่อง

กระบวนการและแนวทางในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของว่าที่ผู้สมัครนายก

องค์การบริหารส่วนตำบลคงชน จังหวัดสกลนคร

เพื่อการวิจัยในหัวเรื่อง การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของว่าที่ผู้สมัครนายก

องค์การบริหารส่วนตำบลคงชน จังหวัดสกลนคร

### คำชี้แจง

1. แบบสัมภาษณ์ชุดนี้ใช้เพื่อสัมภาษณ์ ผู้ปฏิบัติงาน โดยตรงโดยมีผู้ให้ข้อมูลหลัก เป็นการเลือกแบบเจาะจงซึ่งมีผู้ให้ข้อมูลหลักที่ร่วมกันวางแผนและดำเนินการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมโดยตรงรวม จำนวน 22 คน 1) ว่าที่ผู้สมัคร 1 คน 2) ทีมปฏิบัติการสื่อสาร 10 คน ที่ปรึกษาในการสื่อสาร 1 คน 3) ผู้นำชุมชน 10 คน โดยคัดเลือกจากผู้ที่ตั้งสมัครเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลคงชน ทีมปฏิบัติการสื่อสารรวมถึงผู้นำชุมชน และเป็นการศึกษารูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลคงชน ที่จะสามารถสร้างความนิยมต่อผู้ลงสมัครเลือกตั้งในเขตตำบลคงชน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาารูปแบบในการกำหนดนโยบายการลงรับสมัครเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลคงชน ต่อไป

3. ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัย เป็นผู้ทำการสัมภาษณ์ และเก็บข้อมูลด้วยการบันทึกเสียงหรือจดบันทึก

4. แนวคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึกชุดนี้เป็นแบบสัมภาษณ์ แบบให้ตอบบรรยายตามความคิดเห็น มี 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลคงชน จังหวัดสกลนคร

ตอนที่ 3 แนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลคงชน จังหวัดสกลนครตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ



ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

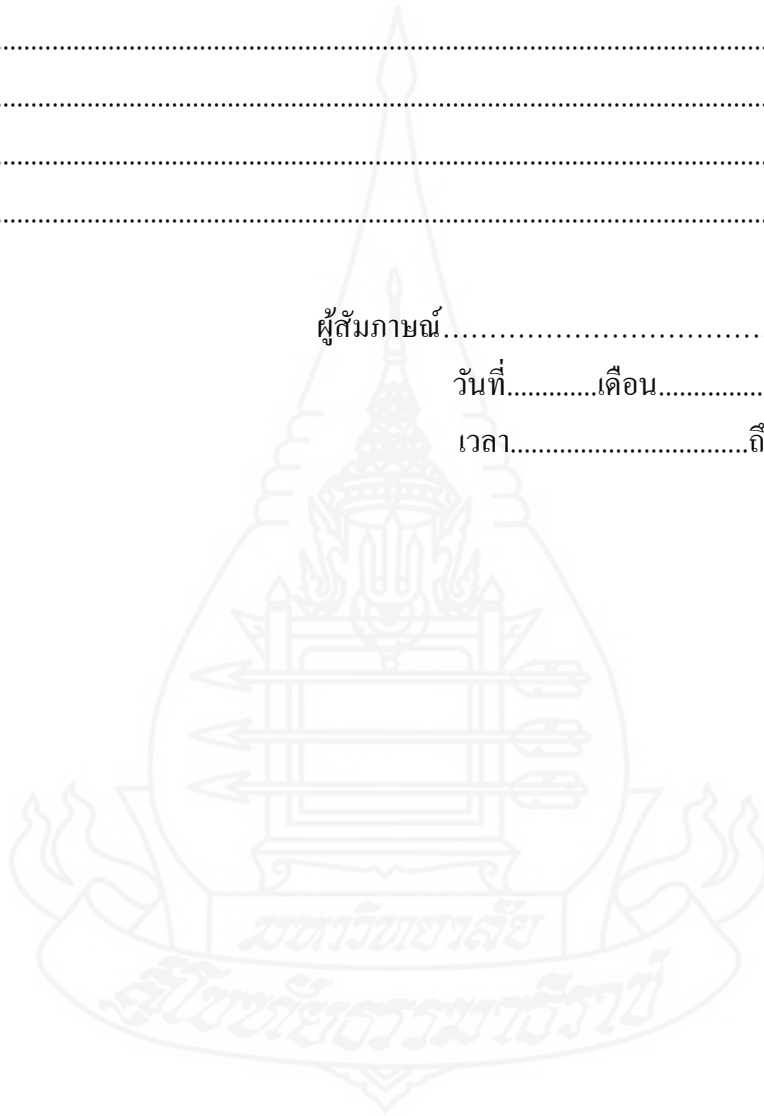
.....

.....

ผู้สัมภาษณ์.....

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

เวลา.....ถึง.....

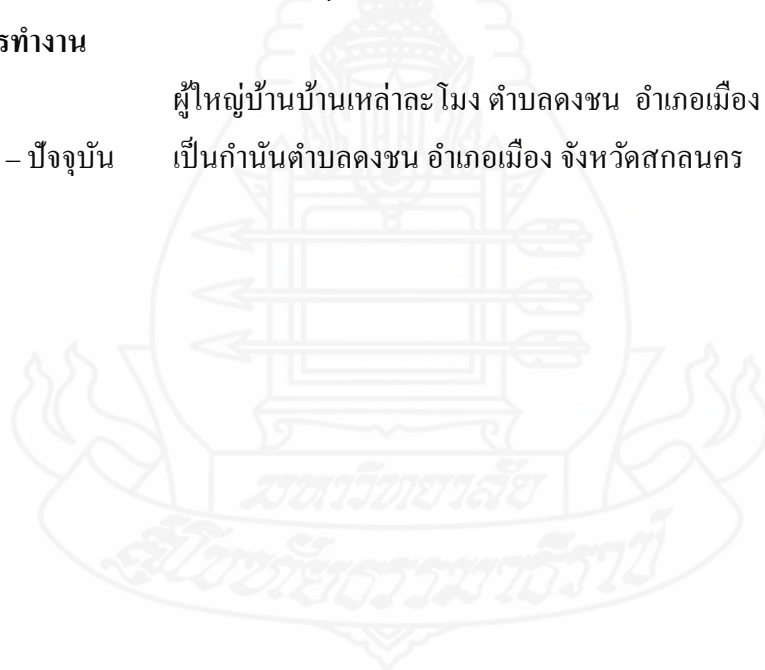


ภาคผนวก ค  
ประวัติย่อผู้วิจัย



## ประวัติย่อของผู้วิจัย

ชื่อ	นายนันทวัชร โคตรรวงค์
วัน เดือน ปีเกิด	13 มีนาคม 2514
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	33 หมู่ที่ 7 ตำบลดงชน อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร 47000
ตำแหน่งปัจจุบัน	กำนันตำบลดงชน
สถานที่ทำงาน	ตำบลดงชน อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร 47000
โทรศัพท์	08-1260-0636
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2555	ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส) วิทยาลัยเทคโนโลยีพุทธรักษา
พ.ศ. 2560	ปริญญาตรี รัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต (การบริหารการปกครองท้องถิ่น) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
ประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2555	ผู้ใหญ่บ้านบ้านเหล่าละโมง ตำบลดงชน อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร
พ.ศ. 2558 – ปัจจุบัน	เป็นกำนันตำบลดงชน อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร



## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นายนันทวัชร โคตรวงศ์
วัน เดือน ปีเกิด	13 มีนาคม 2514
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	33 หมู่ที่ 7 ตำบลคงชน อำเภอเมืองสกลนคร 47000
ตำแหน่งปัจจุบัน	กำนันตำบลคงชน
สถานที่ทำงาน	ตำบลคงชน อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร 47000
โทรศัพท์	08-1260-0636
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2555 ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) วิทยาลัยเทคโนโลยีพุทธรักษา พ.ศ. 2560 ปริญญาตรี รัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต (การบริหารการปกครองท้องถิ่น) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2555 ผู้ใหญ่บ้านบ้านเหล่าละโมง ตำบลคงชน อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร พ.ศ. 2558 – ปัจจุบัน เป็นกำนันตำบลคงชน อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร

