

ชื่อวิทยานิพนธ์ กระบวนการสื่อสารเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร  
 ผู้จัด นาขอนรุณ นฤมิตรเลิศ บริษัทญา นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต  
 อาจารย์ที่ปรึกษา (1) รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยาชร ท่อเก้า (2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พ.ศ.ท.หญิง ดร.ศิริวรรณ อนันต์  
 โท ปีการศึกษา 2549

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) การวางแผน (2) การดำเนินงาน และ (3) การประเมินผลการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมืองของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง กลุ่มตัวอย่าง คือ สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรแบบแบ่งเขตเลือกตั้งที่ได้รับเลือกตั้งและได้รับการแต่งตั้งเป็นประธานคณะกรรมการบริการของคณะกรรมการบริการสามัญประจำสภาผู้แทนราษฎรสองครั้งติดต่อกัน รวมทั้งหมด 6 คน ใช้แบบสัมภาษณ์เจาะลึกเป็นเครื่องมือในการวิจัย มีการตรวจสอบความเที่ยงตรงและคุณภาพของเครื่องมือ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการพรรณนา วิเคราะห์

ผลการวิจัยพบว่า (1) การวางแผนการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมืองของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร มีการวิเคราะห์จุดแข็งในด้านภูมิหลัง ประวัติการศึกษา ประวัติการทำงาน วิเคราะห์จุดอ่อนในด้านเงินทุน และนโยบาย วิเคราะห์อุปสรรคในด้านการใช้อำนาจรัฐและสภาพทางเศรษฐกิจ และวิเคราะห์โอกาสในการได้อธิบายในพื้นที่บริหาร การเข้าร่วมงานประจำปีหรือประจำเดือน และการได้รับข่าวสารจากคนใกล้ชิด โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะทำให้ประชาชนสามารถเข้าใจว่าสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรนั้นเป็นอย่างไร สามารถเข้าถึงประชาชนได้หรือไม่ อย่างไร มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย 3 กลุ่มคือ กลุ่มเป้าหมายตามลักษณะวิชาชีพ ตามพื้นที่ และเป็นผู้นำทางความคิดและสังคม มีการกำหนดสารเพื่อแนะนำตัวโดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับประวัติ ผลงาน วิสัยทัศน์ และคุณลักษณะส่วนตัว มีการใช้สื่อ 3 ประเภทคือ สื่อระหว่างบุคคล สื่อเผยแพร่กิจ และสื่อมวลชน มีการกำหนดงบประมาณแบบงบประมาณประจำและงบอุดหนุน มีการติดตามประเมินผลอยู่เป็นระยะ ๆ ตลอดเวลาที่ดำเนินงานทางด้านการเมือง (2) การดำเนินงานการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมืองของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร มีการจัดโครงสร้างองค์การแบบเป็นทางการ และไม่เป็นทางการ มีการจัดคนเข้าทำงานตามความรู้ความสามารถและมีอุปนิสัยเดียวกัน การอำนวยการต้องให้ความสำคัญด้านจิตใจและการเป็นต้นแบบที่ดี มีการประสานงานภายในที่เป็นการปฏิบัติงานตามปกติเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ และการประสานงานภายนอกนั้นคือการประสานนโยบาย ประสานใจ ประสานแผน ประสานงานที่รับผิดชอบ ประสานงาน และประสานทรัพยากร มีการควบคุมคุณภาพการทำงานของทีมงานโดยใช้ข้อมูลเชิงประจักษ์ ข้อมูลจากการวิจัย และการใช้หลักธรรมาภิบาล มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในส่วนของการจัดเก็บข้อมูลเพื่อช่วยในการบริหารทีมงานและช่วยเหลือประชาชน (3) การประเมินผลการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมืองของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร มีการประเมินผลทั้งในส่วนของการรับรู้ ประเมินผลสื่อ ประเมินผลการดำเนินการที่ในฐานะสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร และการประเมินเพื่อหาช่องทางหรือโอกาส จะเน้นการประเมินผลเป็นช่วงๆ ตลอดระยะเวลาที่ทำงานการเมือง และใช้การประเมินผลเชิงประจักษ์กับการประเมินผลแบบวิจัยควบคู่กันไป ค่าสำคัญ กระบวนการสื่อสาร การสร้างภาพลักษณ์ สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

**Thesis title:** Communication Process for Building Image of the Members of Parliament

**Researcher:** Mr. Arun Nareumitlert; **Degree:** Master of Communication Arts;

**Thesis advisors:** (1) Dr. Wittayatorn Torkaew, Associate Professor; (2) Pol. Lt. Col. Dr. Siriwan Anantho, Assistant Professor; **Academic year:** 2006

## **ABSTRACT**

The purpose of this research was to study (1) the planning; (2) operations; and (3) evaluation of political image-building among Members of Parliament.

This research was qualitatively conducted. The sample, chosen through purposive sampling, consisted of 6 elected Members of Parliament who were appointed chairmen of a standing Parliamentary subcommittee at least two consecutive terms. The data were collected through in-depth interviews and analyzed using descriptive analysis.

The results showed that (1) in image-building planning, the Members of Parliament analyzed the strengths of their background, education, and work experience; the weaknesses of their financing and policies; the threats of the use of state power and the economic situation; and the opportunities of being an administrator, joining in ceremonies and celebrations and receiving news from close people. The objective was to help people remember what the Member of Parliament was like. In analyzing their ability to reach and communicate with the people, they had 3 target groups based on types of work, geography, and ideological or social leadership. The message to be communicated introduced the Member of Parliament, describing his or her history, previous work, lifestyle, and personal characteristics. They used 3 types of media: personal media, specific media, and mass media. They set a regular budget and emergency budget and evaluated the communication from time to time throughout their political careers; (2) For the image-building operations, there were both formal and informal organizational structures. People were appointed to work, depending on their knowledge, abilities, and ideals. For management, the Members of Parliament paid attention to psychological feelings and setting a good example. Internal coordination involved ordinary operations to meet the organization's goals. External coordination involved coordination of policies, personalities, plans, jobs, people and resources. Quality control was carried out using visual data, research data, and Buddhist principles. The Members of Parliament used technology to save data for use in managing the team and to help the public; and (3) For evaluation of image-building, the Members of Parliament evaluated awareness, the media, their work as Members of Parliament, and possible new avenues or opportunities. They emphasized periodic evaluation throughout their political work, using both empirical and researched data.

**Keywords:** Communication process, Image-building, Member of Parliament