

ข้อค้นพบ การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น

ผู้วิจัย นายสิงห์ สิงห์ขจร รหัสนักศึกษา 4551500129 **ปริญญา** ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (นิเทศศาสตร์)

อาจารย์ที่ปรึกษา (1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภาภรณ์ ศรีดี (2) รองศาสตราจารย์ ดร.วิยาธร ท่อแก้ว

(3) อาจารย์ ดร.กานต์ บุญศิริ **ปีการศึกษา** 2560

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นเกี่ยวกับ

1) ลักษณะของผู้นำ 2) กระบวนการสื่อสาร 3) กลยุทธ์การสื่อสาร 4) แนวทางการพัฒนาการสื่อสาร

การวิจัยนี้เป็นวิธีวิจัยแบบผสมผสาน โดยการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ใช้ข้อมูลหลัก คือ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด นายกเทศมนตรี นายกองค์การบริหารส่วนตำบล จำนวน 10 คน เลือกแบบเจาะจง เครื่องมือการวิจัยที่ใช้ คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการพรรณนาวิเคราะห์ ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณด้วยวิธีการสำรวจ ประชากรคือประชาชนในองค์การบริหารส่วนจังหวัด 2 แห่ง เทศบาล 4 แห่งและองค์การบริหารส่วนตำบล 4 แห่งมีจำนวนประชากร 2,276,546 คน กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 1,200 คน สุ่มแบบตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือการวิจัยที่ใช้ คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล แจกแจงค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ

ผลการวิจัยการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น พบว่า 1) ลักษณะของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นต้องเป็นผู้ที่มีประวัติที่มีการช่วยเหลืองานสาธารณะมาอย่างต่อเนื่อง มีความน่าเชื่อถือ แต่งกายเหมาะสม มีความคิดเชิงการพัฒนา พูดจริงทำจริง พูดคุยสนุกสนาน มีความเป็นกันเอง มีทักษะการสื่อสารที่ดี สนใจรับฟังเรื่องราวปัญหาของประชาชน 2) กระบวนการสื่อสาร (1) วางแผนการสื่อสารทุกกิจกรรม โดยการประชุมกลุ่มเครือข่ายต่าง ๆ มาร่วมกำหนดแผนการสื่อสาร กำหนดทีมผู้ส่งสารต้องมีความน่าเชื่อถือ กำหนดสารที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนและใช้ภาษาท้องถิ่น สั้น เข้าใจง่าย ใช้สื่อบุคคลเป็นหลัก และใช้ป้ายเป็นสื่อเสริม เน้นข่าวสารที่เข้าถึงประชาชน กำหนดผู้รับสารมีการแบ่งกลุ่มผู้รับสารตามพื้นที่ (2) การดำเนินการสื่อสาร มีการจัดโครงสร้างองค์กร จัดการทรัพยากรแบบกระจายให้แต่ละพื้นที่เท่าๆกัน ปฏิบัติการสื่อสารเน้นการสื่อสารที่เข้าถึงประชาชน การอำนวยความสะดวกและการประสานงานผ่านทางโทรศัพท์มือถือเป็นหลัก ติดตามและควบคุมโดยผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นและสมาชิกแกนนำเครือข่ายต่าง ๆ (3) การประเมินการรับรู้ โดยการสังเกตพฤติกรรมการตอบรับ ประเมินผ่านเครือข่ายหลังจากลงพื้นที่พบปะประชาชน การประเมินกิจกรรมดูจากจำนวนของประชาชนที่เข้าร่วม และประเมินความพึงพอใจหลังกิจกรรม 3) กลยุทธ์การสื่อสาร คือ (1) การสร้างเครือข่ายมีการลงพื้นที่พบปะพูดคุยกับกลุ่มเครือข่ายต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องให้รู้สึกใกล้ชิด (2) การสร้างความสัมพันธ์โดยเน้นการเป็นพี่เป็นน้องและเป็นคนบ้านเดียวกันต้องดูแลซึ่งกันและกัน (3) การสร้างกิจกรรมในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง เน้นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมของชุมชน (4) การสร้างการรับรู้เกี่ยวกับผลงานอย่างต่อเนื่อง 4) แนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น คือ (1) การพัฒนาคุณลักษณะการสื่อสารของผู้นำการเมืองท้องถิ่น โดยผู้นำต้องเรียนรู้ที่จะพัฒนาตนเองด้านทักษะการพูดจริงทำจริง การพูดคุยแบบสั้น กระชับเข้าใจง่าย การพูดให้สนุกสนานและมีสาระ สร้างและขยายความสัมพันธ์ของเครือข่ายกลุ่มต่างๆ ผ่านกิจกรรมอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดการรับรู้ผลงานของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น (2) การพัฒนาการจัดการการสื่อสาร ผู้นำต้องเรียนรู้การวางแผน การดำเนินการสื่อสารในทุกกิจกรรมเพื่อสร้างการรับรู้ให้กับประชาชน โดยใช้สื่อบุคคลเป็นหลัก และสื่ออื่นๆ เสริมมีความต่อเนื่องในการสื่อสาร นำการประเมินผลมาปรับปรุงการจัดการการสื่อสารให้ดีขึ้น

คำสำคัญ กระบวนการสื่อสาร กลยุทธ์การสื่อสาร สร้างความนิยม ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น

Dissertation title: Communication to Build Popularity of Local Politicians

Researcher: Mr. Singha Singkhajorn; **ID:** 4551500129; **Degree:** Doctor of Philosophy

(Communication Arts); **Dissertation advisors:** (1) Dr. Supaporn Sridee, Assistant Professor;

(2) Dr. Wittayatorn Tokeaw, Associate Professor; (3) Dr. Karn Boonsiri;

Academic year: 2017

Abstract

The objective of this research was to study the communication of local politicians to build up popularity among voters, in the aspects of 1) characteristics of leaders; 2) the communication process; 3) communication strategies; and 4) approaches for developing communication to build popularity of local politicians.

This research used mixed methods. The qualitative part was undertaken through in-depth interviews with 10 key informants chosen through purposive sampling, consisting of provincial administrative organization chairmen, mayors, and sub-district administrative organization chairmen. The research tool was an in-depth interview form and the data were analyzed through descriptive analysis. For the quantitative part, a survey was made of a 1,200 sample selected by multi-stage sampling from citizens of the sub-districts, municipalities, and provinces where the key informants were elected. The research tool was a questionnaire and the data were analyzed statistically to find frequency, mean and percentage.

The results showed that 1) the characteristics of local political leaders are a history of continuous public service, credibility, dressing appropriately, a development mindset, “talking the talk and walking the walk,” a sense of humor, approachability, good communication skills, and a willingness to listen to public concerns. 2) The communication process consisted of (1) jointly planning all communication activities by holding meetings with groups in the network, appointing a team of credible people to disseminate messages, selecting message content that meets the needs of the electorate, using local dialect, choosing concise messages that are easy to understand, using primarily personal media supplemented with signs, emphasizing news that people can relate to, and setting the target audience based on groups in geographical areas; (2) implementing the communications plans by managing organizational structure, distributing resources evenly among different areas, communicating in ways that reach the public, directing and coordinating communication activities mainly via mobile phone, monitoring and controlling communication activities by the local politicians themselves and the leaders and members of groups in their network; and (3) evaluating public perception by observing people’s behavior and responses, getting feedback from members of the groups in the network, evaluating based on the number of people who attended the activities, and surveying public satisfaction following activities. 3) communication strategies consisted of building up the network by frequently going to meet with people in many groups to create a feeling of closeness, building relationships with a sense of fraternity and being neighbors who look after one another, organizing local activities often, especially activities related to the local culture, and constantly creating awareness of the politician’s work results. 4) Approaches for developing the communications of local politicians are (1) developing their communication style by learning to speak the truth and act according to what they have said, learning to speak more concisely and clearly, learning to talk with a sense of humor while still be informative, and continuously building relationships with many groups through activities and simultaneously raising awareness of the politician’s work results; and (2) developing their communications management by learning about communications planning, how to create greater awareness among communities by using personal media and other supplementary media, being consistent, and using the results of evaluation to improve communications management in the future.

Keywords: Communications process, Communications strategies, Build popularity, Local politicians