

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การสร้างคานวณยขงผู้นำทงการเมืองในระบอบประชาธิปไตยมีความจำเป็นอย่งยิ่งที่จะต้องมีควมเชิยวชาญในการสื่อสารเป็นอย่งมก การสื่อสารเปรียบได้กับโซ่ข้อกลงในการที่จะสร้างควมสัมพันธ์ระหว่งผู้นำทงการเมืองกับประชชน ยังเป็นการเมืองระดับท้องถิ่นนั้นยังมีความจำเป็นที่จะต้องสื่อสารอย่งต่อเนื่องเพื่อให้ประชชนเกิดการรับรู้เกี่ยวกับเรื่องร่ว ไม่ว่าจะเป็นเรื่องส่วนตัว การทงงานเพื่อส่วนรวม การเข้าร่วมกิจกรรมต่งๆ ของชุมชน ซึ่งจะก่อให้เกิดควมนิยมหรือเป็นการสร้างควมนิยมของผู้นำทงการเมืองผ่านการสื่อสารด้วยวิธีการต่งๆ

ประเทศไทยเป็นประเทศที่ปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นพระประมุข หลักการสำคัญของกรปกครองระบอบประชาธิปไตย คือ ประชชนทุกคนเป็นเจ้ของอำนาจอในการปกครองบริหารประเทศ ประชชนทั้งประเทศไม่สามารถเข้าไปปกครองบริหารประเทศได้ทั้งหมด จึงต้องมอบอำนาจอธิปไตยให้แก่ตัวแทนที่ตนเลือกเพื่อให้ไปทำหน้าที่แทน ซึ่งในปัจจุบันประเทศไทยมีการเลือกตั้ง “ผู้แทน” เป็น 2 ระดับ คือ ผู้แทนระดับชาติ ได้แก่ การเลือกตั้งผู้แทนเพื่อไปทำหน้าที่ในรัฐสภา ประกอบด้วย สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร (ส.ส.) และสมาชิกวุฒิสภา (ส.ว.) ผู้แทนระดับท้องถิ่น ได้แก่ การเลือกตั้งสมาชิกสภาท้องถิ่นและผู้บริหารท้องถิ่น ซึ่งปัจจุบันการเลือกตั้งสมาชิกสภาท้องถิ่น แบ่งออกเป็นนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัด นายกเทศมนตรี สมาชิกสภาเทศบาล นายกองค์การบริหารส่วนตำบล สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบล ซึ่งการได้ผู้แทนในทั้งสองส่วนนั้นเกิดจากควมนิยมในตัวของผู้นำทงการเมืองที่ทำให้ได้รับการเลือกตั้งเป็นผู้แทน

การปกครองส่วนท้องถิ่น คือหน่วยงานปกครองที่อยู่ใกล้ชิดกับประชชนมากที่สุดรูปแบบหนึ่ง การปกครองส่วนท้องถิ่นจะเปิดโอกาสำหรับประชชนในเขตท้องถิ่นนั้นๆ เลือกตั้งผู้แทนของตนเข้าไปทำหน้าที่เป็นผู้บริหารท้องถิ่น หรือเป็นสมาชิกสภาท้องถิ่นเพื่อเลือกผู้บริหารท้องถิ่นอีกทีหนึ่ง องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นมีอำนาจอิสระ ในการบริหารจากรัฐได้ในระดับหนึ่งตามขอบเขตที่กฎหมายกำหนด ในปี พ.ศ.2547 กฎหมายขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกำหนดให้ใช้วิธีการเลือกตั้งผู้บริหารท้องถิ่นโดยตรงแล้วทั้งสิ้นทำให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั้งหมดของไทย

ใช้ระบบการเลือกตั้งบริหารท้องถิ่นโดยตรงทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็น เทศบาล องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล กรุงเทพมหานคร และ เมืองพัทยา ณ วันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ.2560 มีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั้งสิ้น 7,852 แห่ง แยกประเภทได้ ดังนี้ องค์การบริหารส่วนจังหวัด 76 แห่ง เทศบาล 2,441 แห่ง แบ่งเป็น เทศบาลนคร 30 แห่ง เทศบาลเมือง 178 แห่ง เทศบาลตำบล 2,233 แห่ง และองค์การบริหารส่วนตำบล 5,333 แห่ง

บริบททางการเมืองในระดับท้องถิ่น จรัส สุวรรณมาลา (2550) การเมืองท้องถิ่นในประเทศไทยมีแบบแผนวัฒนธรรมการเมืองแตกต่างกัน จำแนกได้เป็น 3 แบบคือ (1) วัฒนธรรมการเมืองแบบปรีกษาหารือ ซึ่งพัฒนามาจากความโดดเด่นของการเมืองกลุ่มชนที่เข้มแข็ง (2) วัฒนธรรมการเมืองแบบแข่งขัน-ทำลายล้าง ซึ่งพัฒนามาจากการแย่งชิงและยึดครองฐานเสียงและผลประโยชน์ทางการเมืองระหว่างกลุ่มการเมืองในระดับชาติและท้องถิ่น และ (3) วัฒนธรรมการเมืองแบบรวมศูนย์ อาจจะกล่าวได้ว่าเป็นการผูกขาดอำนาจทางการเมือง ซึ่งพัฒนามาจากการรวมศูนย์อำนาจและการจัดระบบความสัมพันธ์ทางการเมืองการปกครองในรูปแบบของแนวคิดในอดีต วัฒนธรรมการเมืองท้องถิ่นทั้ง 3 แบบนี้พบในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นประเภทต่างๆ ในสัดส่วนที่แตกต่างกัน วัฒนธรรมการเมืองแบบปรีกษาหารือพบใน องค์การบริหารส่วนตำบล มากกว่า ในส่วนของวัฒนธรรมการเมืองแบบรวมศูนย์หรืออาจจะกล่าวได้ว่าเป็นแบบผูกขาดอำนาจมักจะพบในเทศบาล ในส่วนขององค์การบริหารส่วนจังหวัดยังไม่มีข้อมูลเชิงประจักษ์เพียงพอที่จะสรุปได้

ลักษณะของผู้นำทางการเมือง จากเอกสารประกอบการสัมมนาในโครงการ “การเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจและรับฟังความคิดเห็นของประชาชนต่อร่างรัฐธรรมนูญ” โดยกรมการปกครองร่างรัฐธรรมนูญและนักวิชาการของสถาบันพระปกเกล้า ได้ระบุถึงผู้นำการเมืองว่าคือ ผู้สมัครรับเลือกตั้งทุกประเภทและทุกระดับ ผู้ดำรงตำแหน่งการเมืองทั้งระดับชาติและท้องถิ่นทุกตำแหน่ง โดยผู้นำการเมืองดังกล่าว ต้องเป็นพลเมืองที่ดี เสียสละ ซื่อสัตย์สุจริต มีความรับผิดชอบ ต่อหน้าที่ มีจริยธรรมและธรรมาภิบาล จงรักภักดีต่อชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ และรับใช้ประชาชนอย่างเต็มความสามารถ ต้องปฏิบัติตนเป็นแบบอย่าง โดยแยกเรื่องส่วนตัวออกจากตำแหน่งหน้าที่ ยึดประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตนหรือกลุ่มการเมืองที่ตนสังกัด ต้องรับฟังความเห็น และสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนโดยนำความเห็นของประชาชน มาประกอบการตัดสินใจในขณะเดียวกัน ต้องแสดงความคิดเห็น หรือให้ข้อมูลแก่ประชาชนอย่างครบถ้วนถูกต้อง และไม่บิดเบือนความจริง ต้องแสดงความรับผิดชอบเมื่อตนหรือผู้อยู่ในความรับผิดชอบของตนทำผิด ต้องไม่ปฏิบัติตัวละเมิดหลักทางศีลธรรมศาสนา และประเพณี ไม่ใช้วาจาไม่สุภาพหรือทำสิ่งที่จะก่อให้เกิดความเกลียดชังกันระหว่างคนในชาติหรือศาสนาและต้องไม่ยอมให้บุคคลหรือ

คณะบุคคลครอบงำหรือชี้นำโดยผิดกฎหมายหรือผิดประมวลจริยธรรมในการปฏิบัติหน้าที่รวมถึงการเลียงหรือชี้นำให้ผู้อื่นไม่ปฏิบัติตามรัฐธรรมนูญ และไม่แสดงความเห็นดังกล่าวต่อสาธารณะ

ส่วน เดโบราห์ เจ บาร์เรต (Deborah J. Barrett) (2014) ได้กล่าวถึงการสื่อสารของผู้นำในหนังสือ Leadership communication ว่า “การสื่อสารของผู้นำคือการสื่อสารที่มีการควบคุมวัตถุประสงค์ของความหมายที่มีอิทธิพลต่อบุคคลหรือกลุ่มบุคคล องค์กร สังคม โดยใช้การสื่อสารอย่างเต็มรูปแบบที่มีการให้ข้อมูลสนับสนุนในเชิงบวกอย่างสร้างสรรค์ส่งไปยังผู้รับสาร เพื่อสร้างแรงกระตุ้นโดยตรงในการสื่อสาร กลยุทธ์ในการสื่อสารของผู้นำจะต้องมีการกำหนดจุดประสงค์ที่ชัดเจน การกำหนดกลยุทธ์ การวิเคราะห์ผู้รับสาร และการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ” ตามทฤษฎีคุณลักษณะภาวะผู้นำ (Trait theories) ทฤษฎีพฤติกรรมผู้นำ (Behavioral theories) ทฤษฎีตามสถานการณ์ (Situational or contingency leadership theories) ทฤษฎีความเป็นผู้นำเชิงปฏิรูป (Transformational leadership theories) และทฤษฎีภาวะผู้นำแบบความสามารถพิเศษ (Charismatic leadership) ซึ่งสามารถสรุปลักษณะของผู้นำทางการเมือง ได้ดังต่อไปนี้ ด้านภูมิหลัง ประวัติที่ดี ความน่าเชื่อถือ และบุคลิกภาพที่ดี ด้านทักษะการสื่อสาร ทักษะทางการเมือง ทักษะการอธิบายให้ผู้ฟังเข้าใจง่าย ทักษะการทำให้ผู้ฟังจดจำในเนื้อหา ทักษะการทำให้ผู้ฟังจดจำจุดยืน และทักษะการโน้มน้าวใจคน ด้านความเป็นผู้นำทางการเมืองปฏิบัติตนไม่ละเมิดกฎหมายและจริยธรรม การเปิดเผยการกระทำต่อสาธารณะ การทำงานเพื่อส่วนรวม และการรับฟังเรื่องราวของประชาชน

รูปแบบการสื่อสารของผู้นำทางการเมือง อรอนงค์ สวัสดิ์บุรี (2552) ได้กล่าวถึงรูปแบบการสื่อสารของนักการเมืองท้องถิ่นว่าประกอบด้วย 1) การสื่อสารแบบเผชิญหน้ากันระหว่างนักการเมืองท้องถิ่นกับชาวบ้าน การพูดคุยเป็นการส่วนตัวแบบพูดคุยกันโดยตรงระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร การอภิปรายอย่างไม่เป็นทางการกับผู้นำท้องถิ่น 2) การสื่อสารโดยผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ 3) การประชุมอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ขณะที่ มนต์ชนก สุรชัยกุลวัฒนา (2557) กล่าวถึงรูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของผู้นำท้องถิ่นในจังหวัดนครปฐม ว่าหมายถึง 1) การสื่อสารระหว่างบุคคล หรือการสื่อสารแบบเผชิญหน้า 2) การสื่อสารผ่านช่องทางการสื่อสาร เป็นการสื่อสารที่ผู้ส่งสารส่งข่าวสารผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ 3) การประชุมระหว่างนายกเทศบาลตำบลกับผู้นำในท้องถิ่น ซึ่งสามารถแบ่งเป็นการประชุมอย่างเป็นทางการ และการประชุมอย่างไม่เป็นทางการ เป็นการไหลของข่าวสารที่ผ่านผู้นำความคิดหรือผู้นำท้องถิ่นไปยังประชาชน นอกจากรูปแบบการสื่อสารที่จะต้องเป็นไปในแนวทางเดียวกับกระบวนการสื่อสาร

กระบวนการสื่อสารของผู้นำทางการเมือง การสื่อสาร (Communication) เป็นเครื่องมือหรือกลไกสำคัญในทางการเมืองไทย มาตั้งแต่อดีต โดยมีบทบาทสำคัญในการสื่อสารและส่งต่อแนวความคิด ตลอดจนแนวทางการเมืองจากผู้ปกครองไปยังประชาชน โดยมีการใช้กระบวนการ

โฆษณาชวนเชื่อและจงใจให้ประชาชนเกิดความนิยมชมชอบเพื่อให้เกิดความศรัทธาเชื่อมั่นและความจงรักภักดีต่อผู้ปกครองหรือนักการเมือง การใช้เครื่องมือการสื่อสารที่หลากหลาย ทำให้เกิดพฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสารของประชาชนเปลี่ยนแปลงไป รวมถึงรูปแบบการสื่อสารที่มีการพัฒนามากยิ่งขึ้น ส่งผลให้นักการเมืองและพรรคการเมืองต่างๆ เริ่มหันมาให้ความสนใจการสื่อสารทางการเมือง (Political communication) โดยใช้การสื่อสารในรูปแบบที่หลากหลาย จากการโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda) ในกระบวนการแรกเริ่มและต่อมาได้มีการใช้การโฆษณา (Advertising) รวมไปถึงการนำวิธีการแบบการประชาสัมพันธ์ (Public relations) เพื่อใช้ในการดำเนินการด้านการสื่อสารเรื่อยมาจนถึงการนำกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน (Integrated marketing communication) ที่นำกลยุทธ์การสื่อสารต่างรูปแบบ มาประกอบกัน เพื่อประสิทธิผลที่มากขึ้นในการสื่อสาร การสร้างสาร (Message) เพื่อนำเสนอต่อผู้บริโภคหรือประชาชน การสร้างลักษณะของผู้ส่งสารที่ดึงดูดใจคนและน่าเชื่อถือ โดยใช้การกระตุ้นผ่านรับรู้ของผู้รับสาร เพื่อสร้างอำนาจของผู้ส่งสาร ซึ่งมีการกำหนดเนื้อหา การให้รางวัลหรือผลตอบแทน การสร้างการจดจำในเนื้อหาและจุดยืน การสร้างเสน่ห์หรือบารมีที่ดึงดูดใจ มีความเป็นมืออาชีพในการสื่อสาร เป็นผู้ที่มีข้อมูลและต้องการข้อมูลเพิ่มเติม ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ในส่วนของการสร้างความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร โดยผู้ส่งสารจะต้อง คุณธรรม จริยธรรมเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือกับผู้ส่งสาร มีความสามารถและเทคนิคในการสื่อสารระหว่างบุคคล มีความมั่นคงและยึดมั่นในหลักการ มีความซื่อสัตย์ต่อการกระทำของตนเอง และเปิดโอกาสให้กับความคิดเห็นทุกๆ ความคิดเห็น (Bruce I. Newman) (1999) ในกระบวนการสื่อสารของผู้นำทางการเมือง ในส่วนแรกคือการวางแผนการสื่อสาร การวิเคราะห์ประเมินสถานการณ์ การกำหนดวัตถุประสงค์ การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การกำหนดสาร การกำหนดสื่อและกิจกรรม การกำหนดงบประมาณ และการกำหนดวิธีการติดตามประเมินผล ในส่วนของการดำเนินการสื่อสาร การจัดโครงสร้างองค์กร การจัดการทรัพยากร การปฏิบัติการสื่อสาร การอำนวยการงานและการประสานงาน การกำกับและการควบคุม ส่วนสุดท้ายในกระบวนการสื่อสารของผู้นำทางการเมืองคือการประเมินผลการสื่อสาร การประเมินการรับรู้ของประชาชน และการประเมินกิจกรรม กลยุทธ์การสื่อสารก็มีความสำคัญในการสื่อสารของผู้นำ

กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของนักการเมืองนั้นก็คือการประสบความสำเร็จของนักการเมืองในยุคปัจจุบัน นักการเมืองต้องสนใจและให้ความสำคัญกับการออกแบบการสื่อสาร 2 ชนิดที่แยกกันให้เข้ากับเป้าหมายที่สำคัญ 2 ประเภทโดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของความผูกพัน (Affinity) กับผู้นำทางการเมือง 1) การสื่อสารเพื่อบำรุงรักษา (Maintenance communication) โดยมุ่งไปที่ผู้ที่เอนเอียงมาฝ่ายตนเอง ผู้สนับสนุนฝ่ายตนเอง และผู้ที่ยังไม่ตัดสินใจ 2) การสื่อสารเพื่อ

ชัยชนะ (Conquest communication) โดยมุ่งเป้าไปที่ผู้สนับสนุนฝ่ายคู่แข่ง ผู้ที่เอนเอียงไปฝ่ายคู่แข่ง และผู้ที่ยังไม่ตัดสินใจ เกลิธร เขยประทับ (2554)

การสื่อสารของผู้นำทางการเมืองมีความสำคัญต่อการปรับกระบวนการทำงาน เพื่อให้บรรลุประสิทธิผลของประเทศชาติแล้ว ผู้นำทางการเมืองยังต้องให้ความสนใจต่อประชาชนในประเทศด้วย การสื่อสารของผู้นำทางการเมืองนั้นถือว่าเป็น สิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับผู้นำทางการเมืองในการที่จะนำพาองค์กรให้ประสบความสำเร็จได้ หน้าที่ของผู้นำที่จะต้องให้ความมั่นใจเพื่อการยอมรับของคนทั้งประเทศ อันจะนำไปสู่ความไว้วางใจระหว่างกัน ผู้นำทางการเมืองจะต้องมุ่งเน้นเรื่องของการสื่อสาร ให้ความชัดเจน และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น การสื่อสารที่ดีนั้นถือว่าเป็นรากฐานที่สำคัญยิ่งในการสร้างพันธะสัญญา (Commitment) และทำให้เกิดความร่วมมือร่วมใจกัน (Cooperation) ในที่สุดระหว่างผู้นำทางการเมืองกับประชาชน การสื่อสารของผู้นำทางการเมืองจะต้องให้ความสำคัญต่อการปรับกระบวนการทำงาน และการพัฒนาศักยภาพด้วยการสื่อสารของผู้นำทางการเมืองจะต้องมุ่งเน้นเรื่องของการสื่อสารให้ชัดเจน และต้องอาศัยศักยภาพของตนเองและของทีมงานร่วมกัน การมีวิสัยทัศน์ในการกำหนดทิศทางและเป้าหมาย การมีเป้าหมายที่ชัดเจนตั้งแต่แรกก็จะสามารถประเมินผลสำเร็จได้ นั่นหมายถึง การมีความรับผิดชอบที่ตรวจสอบเมื่อผู้นำทางการเมืองมีการสื่อสารนั้น การสื่อสารของผู้นำทางการเมืองจะต้องสื่อสารต่อประชาชนด้วยตนเองโดยตรง หรือการสื่อสารที่ต้องมีระบบของการสื่อสารโดยอ้อม กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมือง สามารถสรุปได้ดังนี้ ลักษณะของผู้นำทางการเมืองในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมือง กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมือง และเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองในอนาคต ซึ่งผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษา การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาลักษณะของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม
- 2.2 เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น
- 2.3 เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น
- 2.4 เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมือง

ท้องถิ่น

3. กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

4. ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาลักษณะของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น และแนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น โดยผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้

4.1 ขอบเขตด้านประชากร ประชากรการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น และกลุ่มประชาชนในองค์การบริหารส่วนจังหวัด เทศบาล และองค์การบริหารส่วนตำบล

4.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา เนื้อหาการวิจัยได้แก่ ลักษณะของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น และแนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น

4.3 ขอบเขตระยะเวลาในการศึกษา การกำหนดระยะเวลาการวิจัยนี้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นในระหว่างเดือนตุลาคม 2559 ถึง เดือนสิงหาคม 2560 และการวิจัยเชิงสำรวจ จะเก็บรวบรวมข้อมูลประชาชนในองค์การบริหารส่วนจังหวัด เทศบาล และองค์การบริหารส่วนตำบล ระหว่างเดือนสิงหาคม 2560 ถึง เดือนกันยายน 2560

5. นิยามศัพท์เฉพาะ

5.1 ผู้นำทางการเมือง หมายถึง ผู้ที่มีตำแหน่งทางการเมืองที่มาจากการเลือกตั้งทั้งในระดับชาติและในระดับท้องถิ่น

5.2 ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น หมายถึง ผู้ที่มีตำแหน่งทางการเมืองเป็นนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด นายกเทศมนตรี และนายกองค์การบริหารส่วนตำบล

5.3 การสร้างความนิยม หมายถึง กระบวนการที่ทำให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายรู้สึกชื่นชม ชื่นชอบและได้รับการสนับสนุนจากประชาชนโดยได้รับการเลือกตั้งเป็นนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด นายกเทศมนตรี และนายกองค์การบริหารส่วนตำบล

5.4 ลักษณะของผู้นำทางการเมือง หมายถึง เป็นสิ่งผู้นำทางการเมืองมีคุณสมบัติ ประกอบด้วย ภูมิหลัง ทักษะการสื่อสาร และความเป็นผู้นำทางการเมือง ของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด นายกเทศมนตรี และนายกองค์การบริหารส่วนตำบล

5.4.1 ภูมิหลัง หมายถึง ข้อมูลพื้นฐานของผู้นำทางการเมืองเกี่ยวกับการทำงานเพื่อช่วยเหลือกับประชาชนในพื้นที่ผ่านกิจกรรม และการทำงานเพื่อส่วนรวมร่วมกับประชาชนในพื้นที่ที่ต่อเนื่องต่อเนื่องของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด นายกเทศมนตรี และนายกองค์การบริหารส่วนตำบล

5.4.2 ทักษะการสื่อสาร หมายถึง การแสดงพฤติกรรมความเป็นกันเอง มีความจริงใจ การแสดงออกถึงความเป็นพี่น้อง การแสดงออกถึงความอ่อนน้อมถ่อมตน การเข้าถึงประชาชนในพื้นที่ การเข้าไปทำความรู้จักเป็นการส่วนตัวกับประชาชนในพื้นที่ และการทำให้ประชาชนในพื้นที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย ของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด นายกเทศมนตรี และนายกองค์การบริหารส่วนตำบล

5.4.3 ความเป็นผู้นำทางการเมือง หมายถึง การแสดงออกของผู้นำในการทำเพื่อประโยชน์ของกับประชาชนในพื้นที่การแก้ไขปัญหาให้ประชาชนในพื้นที่ให้เห็นผลแบบประจักษ์ต่อสายตาประชาชนในพื้นที่ การให้ความสำคัญกับปัญหาของประชาชนและรีบดำเนินการแก้ไขปัญหาต่างๆ ให้กับกับประชาชนในพื้นที่อย่างเร่งด่วนของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด นายกเทศมนตรี และนายกองค์การบริหารส่วนตำบล

5.5 กระบวนการสื่อสาร หมายถึง วิธีการการติดต่อกันระหว่างบุคคลที่มีผู้ส่งสาร สารสื่อ และผู้รับสาร

5.6 กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมือง หมายถึง ขั้นตอนเกี่ยวกับการวางแผนการสื่อสาร การดำเนินการการสื่อสาร และการประเมินผลการสื่อสารของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด นายกเทศมนตรี และนายกองค์การบริหารส่วนตำบล

5.6.1 การวางแผนการสื่อสาร หมายถึง การคิดล่วงหน้าเกี่ยวกับการวิเคราะห์หาความต้องการและความเดือดร้อนของประชาชนในพื้นที่จากการลงพื้นที่นำมากำหนดเป็นนโยบาย โดยการการจัดแบ่งพื้นที่ออกเป็นส่วนๆ การพัฒนาพื้นที่ที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่เป็นสำคัญ การเข้าถึงประชาชนในพื้นที่ทุกคน เนื้อหาจะถูกกำหนดออกมาเป็นนโยบาย สั้นๆ ชัดเจน เข้าใจง่าย มีการใช้สื่อที่หลากหลาย เน้นสื่อบุคคลเพื่อเข้าถึงประชาชนในพื้นที่ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับประเพณี ศาสนา และวัฒนธรรมเป็นหลัก การสังเกตพฤติกรรมของประชาชนในพื้นที่ของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด นายกเทศมนตรี และนายกองค์การบริหารส่วนตำบล

5.6.2 การดำเนินการการสื่อสาร หมายถึง การปฏิบัติการของศูนย์ณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง การจัดการดูแลพื้นที่ ผู้ดูแลในแต่ละพื้นที่ การทำแผนที่และคนที่อยู่ในบ้านอย่างละเอียด ทีมงานกระจายอยู่ในพื้นที่ การประชุมและการใช้การโทรศัพท์หาโดยตรง การลงพื้นที่เข้าถึง

ประชาชน ที่ทำงานในการควบคุมในแต่ละพื้นที่ที่ทีมงานดูแล และการอำนวยความสะดวกของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด นายกเทศมนตรี และนายกองค์การบริหารส่วนตำบล

5.6.3 การประเมินผลการสื่อสาร หมายถึง การดำเนินการตรวจสอบผลจากกลุ่มเป้าหมายโดยการสังเกตพฤติกรรมของประชาชนในพื้นที่ และการประเมินความพึงพอใจ หลังจากเสร็จกิจกรรมของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด นายกเทศมนตรี และนายกองค์การบริหารส่วนตำบล

5.7 กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น หมายถึง การที่ทำให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายรู้สึกชื่นชม ชื่นชอบและได้รับการสนับสนุนด้วยการสร้างเครือข่าย การสร้างความสัมพันธ์ การสร้างกิจกรรม และการสร้างการรับรู้ ของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด นายกเทศมนตรี และนายกองค์การบริหารส่วนตำบล

5.7.1 การสร้างเครือข่าย หมายถึง การจัดการรวมกลุ่มคนเป็นกลุ่มๆ ในพื้นที่โดยผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นลงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอเพื่อพบปะประชาชน การใช้เวลาให้เกิดความสนิทสนม ความเชื่อมั่น การลงพื้นที่บ่อยๆ ให้ประชาชนในพื้นที่ ทุกคนเป็นเครือข่าย และการแบ่งเครือข่ายหลายระดับของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด นายกเทศมนตรี และนายกองค์การบริหารส่วนตำบล

5.7.2 การสร้างความสัมพันธ์ หมายถึง การกิจกรรมแสดงออกถึงความใกล้ชิด สนใจเอาใจใส่ ประกอบด้วยการลงพื้นที่ การพบปะพูดคุยอย่างสม่ำเสมอ ทำความรู้จักเป็นการส่วนตัว การร่วมกิจกรรมของประชาชนในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง การประชุมที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ และการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรู้มากที่สุดของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด นายกเทศมนตรี และนายกองค์การบริหารส่วนตำบล

5.7.3 การสร้างกิจกรรม หมายถึง การจัดงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับประเพณี วัฒนธรรม ศาสนา ในพื้นที่ กิจกรรมที่มีการดำเนินกิจกรรมการกำหนดกิจกรรมเพื่อรับฟังความคิดเห็น และกิจกรรมเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่ของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด นายกเทศมนตรี และนายกองค์การบริหารส่วนตำบล

5.7.4 การสร้างการรับรู้ หมายถึง การสื่อสารด้วยการกระทำ และการสื่อสารผ่านสื่อต่างๆ ประกอบด้วยการลงพื้นที่อย่างสม่ำเสมอเพื่อเข้าถึงประชาชน การประชุมสมาคม การแถลงผลงาน การสรุปผลการทำงาน และการสื่อสารที่เข้าถึงประชาชนโดยตรงของนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด นายกเทศมนตรี และนายกองค์การบริหารส่วนตำบล

5.8 แนวทางในการพัฒนาการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมือง หมายถึง กรอบวิธีการเพื่อการพัฒนาคุณลักษณะการสื่อสารของผู้นำการเมืองท้องถิ่น และการพัฒนาการจัดการการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองให้มีประสิทธิภาพที่มากขึ้น

6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

6.1 ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น ผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมือง ได้มีแนวทางในการพัฒนาการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น ในประเด็นลักษณะของผู้นำทางการเมือง ในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยม กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมือง และกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองที่เหมาะสมกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของประเทศไทย

6.2 ด้านวิชาการ อาจารย์ นักวิชาการ นิสิตและนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ และการสื่อสารทางการเมือง ได้นำผลการวิจัยเป็นข้อมูลพื้นฐานในการดำเนินพันธกิจด้านการเรียนการสอน การวิจัยและการบริการวิชาการแก่สังคม หรือการต่อยอดในการวิจัยในประเด็นอื่นๆ ต่อไป

