

การสื่อสารทางการเมืองของนักการเมืองท้องถิ่น

Political Communication of Local Politicians

พระครูเกษมมรรถากร Phrakrukasemattakorn

พระครูรัตนกรวิสุทธิ์ Phrakrurattanakorvisut

พระสุรสีห์ มหาบุญโญ (เกิดสวัสดิ์) Phra Surasi Mahapunyo (Kredsawat)

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์ระยอง

Mahachulalongkornrajavidyalaya University Rayong Buddhist College

Panya9575@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิชาการเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาค้นคว้าเอกสารเพื่อค้นหาคำตอบของความสนใจการสื่อสารทางการเมืองของนักการเมืองท้องถิ่นปัจจุบันเป็นที่ทราบกันว่าปัญหาการสื่อสารทางการเมืองไทยมีหลายประการไม่ว่าจะเป็นปัญหาการครอบงำสื่อปัญหาการสื่อสารทางการเมืองในแง่ของจริยธรรมของผู้ใช้สื่อและปัญหาด้านบุคลากรที่ทำหน้าที่สื่อมวลชนอย่างไรก็ตามแนวโน้มการสื่อสารทางการเมืองไทยนั้นสื่อน่าจะเป็นความเป็นสาธารณะร่วมกันมากขึ้นอันเนื่องจากการปฏิรูปสื่อรวมทั้งเสรีภาพของหนังสือพิมพ์และสื่อสิ่งพิมพ์ที่จะมีเพิ่มมากขึ้นซึ่งในปัจจุบันสถานการณ์สังคมการเมืองปัจจุบันสื่อคือเครื่องมือที่สำคัญในการช่วงชิงหรือการมีส่วนร่วมและการครอบครองสื่อ นับว่าเป็นหัวใจในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจองค์กรราชการรวมทั้งการเมืองภาคพลเมืองหรือการเมืองภาคประชาชนก็นับว่าเป็นหัวใจสำคัญในการเคลื่อนไหว ดังนั้นการเคลื่อนไหวทางราชการทางธุรกิจและการเคลื่อนไหวทางสังคมการเมืองจึงมีความปรารถนาเหมือนกัน นั่นคือ ความต้องการมีสื่อในครอบครอง ซึ่งหมายถึงมีเครื่องมือหรือมีช่องทางในการสร้างความรู้ความเข้าใจการประชาสัมพันธ์และการโฆษณาชวนเชื่อกับสาธารณชนจะเห็นได้ว่าผลกระทบต่องสังคมอันเกิดจากอิทธิพลของการสื่อสารมวลชนในการสื่อสารทางการเมืองมีอยู่หลายประการ เช่น ผลกระทบต่อโครงสร้างของสังคม การจัดระเบียบสารสนเทศทางการเมือง ขนชั้นใหม่ในการสื่อสารทางการเมืองกรรมสิทธิ์ในสารสนเทศทางการเมือง การมีส่วนร่วมทางการเมืองและบทบาทของอำนาจอธิปไตยรวมทั้งกระแสโลกาภิวัตน์

คำสำคัญ : การสื่อสาร,การเมือง,นักการเมืองท้องถิ่น

Abstract

This academic article has purposes to research document to find an answer of interests in Local politics to political communication. So, it is well known that. Problems of Thai political communication there are many issues. Whether there is a problem of dominant media, problem of political communications in ethical of media users and issues work problem of staff work in the media. However, the tendency of Thai communication political, the media there should be more the public sharing. Because of media reform and freedom in newspaper and Printing media to have been more. Currently, current political social situation, ‘media’ is Important tool in contention or participation and possession counted as is heart of the operation of business organizations, government organization including, political civic or politics of the people sector counted as is heart of the activation. Therefore, the movement of service, business and political activism therefore have the same wish that is demand have a possession of media. Which means have tools or there are channels for building knowledge and understanding public relations and propaganda with the public. See that, social impact has the influence of mass media has an effect in political communication there are many issues, for example, impact on the structure society, organization of information political, new caste in political communication ownership in political information, political participation and the role of sovereignty including globalization.

Keywords: communication, politics, local politician

บทนำ

ประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่ภาวะการแข่งขันเพื่อแสดงศักยภาพในด้านต่าง ๆ ให้ทัดเทียมกับนานาชาติประเทศทั่วโลก ทุกวันนี้เราจึงพบว่าผู้คนต่างให้ความสำคัญกับบทบาทผู้นำทั้งผู้นำในองค์กร ผู้นำทางด้านธุรกิจ ผู้นำทางทหาร ผู้นำพลเรือน ผู้นำประชาชน ฯลฯ เนื่องด้วยเป็นหัวใจของการขับเคลื่อนเพื่อให้หน่วยงาน องค์กร หรือประเทศชาติเป็นไปอย่างถูกต้องและมีทิศทาง

แต่เหนือสิ่งอื่นใดในประเทศที่ปกครองด้วยระบอบประชาธิปไตยที่ถือเอาเสียงของประชาชน
ผู้เป็นเจ้าของประเทศเป็นที่ตั้ง ผู้นำทางการเมืองจะต้องมาจากการเลือกตั้ง ซึ่งปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้นำ
ได้รับการยอมรับสนับสนุนจากประชาชนก็คือ การสื่อสารทางการเมือง กล่าวคือ ผู้นำทั้งหลายจะต้อง
มีทักษะในการสื่อสาร เพื่อโน้มน้าวใจให้มวลชนคล้อยตาม และลงคะแนนเสียงเลือกตั้งให้ในที่สุด
การสื่อสารทางการเมืองแท้จริงแล้วถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในทางการเมืองตั้งแต่สมัยกรีกโบราณ
ในรูปของวาทวิทยา ในงานเขียนเรื่อง Apologia ของ Plato ได้แสดงให้เห็นถึงถ้อยคำของ Socrates
ที่กล่าวตอบโต้ศาลแห่งนครรัฐเอเธนส์ในการกล่าวแก้ให้ตนเองพ้นผิดจากข้อกล่าวหาว่า กระทำการ
ยุยงปลุกปั่นเยาวชนให้หลงผิดและสร้างความคิดอันวิปริตขึ้นในสังคม (Irony) การใช้ถ้อยคำ
ที่เลือกสรรในการสั่งสอน กล่าวแก้และตอบโต้ทางการเมือง อาจเป็นการสื่อสารทางการเมืองที่มี
ข้อจำกัดจากเทคโนโลยีทางการสื่อสารในอดีต แต่เป้าหมายของการสื่อสารมิได้ผิดแผกแตกต่างไปจาก
เป้าหมายของการสื่อสารในปัจจุบัน (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. 2545 : 26-27) สำหรับการสื่อสารมี
ความสำคัญต่อมนุษย์ทุกคนโดยมนุษย์จะทำการสื่อสารกันตลอดเวลาเพื่อถ่ายทอดแลกเปลี่ยน
ความคิด ความรู้สึก ความต้องการ ตลอดจนแสวงหาข้อมูลข่าวสารประกอบอาชีพการตัดสินใจ หรือ
เพื่อแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น สำหรับการสื่อสารเป็นเครื่องมือที่จะนำไปสู่การพูด การฟัง และ
การกระทำในทางการเมือง ทุกสิ่งทุกอย่างในทางการเมืองคือการสื่อสารหน้าที่ที่กระทำทั้งหมดใน
ระบบการเมือง สื่อมวลชนจึงมีบทบาทในการนำเสนอข่าวสารที่เป็นจริงเพราะทั้งการเมืองและการ
สื่อสารต่างก็มีอิทธิพลต่อกัน ตลอดจนสื่อมวลชนยังมีบทบาทในการสื่อสารทางการเมือง (Political
communication) (เสถียร เขย ประทับ. 2540 : 6-7) อย่างไรก็ตาม ในทุกวันนี้
การพัฒนาการความคิดทางการเมืองเป็นหัวใจสำคัญของการปกครองระบอบประชาธิปไตยสื่อมวลชน
ในฐานะที่เป็นสถาบันหนึ่งของสังคม มีบทบาทหน้าที่สำคัญอย่างยิ่ง ในการปลูกฝังและพัฒนาความคิด
ทางการเมืองที่ถูกต้องของประชาชน การรายงานข่าวสารของสื่อมวลชนเปรียบเสมือนการสร้าง
มโนภาพภายนอกให้เกิดขึ้นในสมองของผู้รับสาร หากผู้รับสารเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน
(Becker Lec, Maxwell McCombs and Jack McLcod. 1975 : 38) การปกครองระบอบ
ประชาธิปไตยคือการปกครองที่ให้สิทธิและเสรีภาพแก่ประชาชนในการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่าน
ระบบการเลือกตั้ง อีกทั้งยังให้สิทธิและเสรีภาพแก่ประชาชนในการชุมนุมหรือเคลื่อนไหวทางสังคม
เพื่อเรียกร้องให้รัฐบาลดำเนินการตามข้อเรียกร้องของประชาชนกลุ่มต่าง ๆ ได้อีกทางหนึ่งด้วย

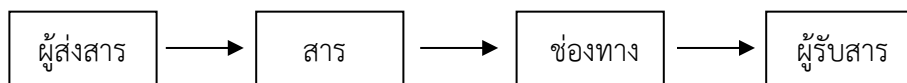
การเคลื่อนไหวทางสังคมจึงนับได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการสร้างและพัฒนาประชาธิปไตยที่มีพัฒนาการมาอย่างต่อเนื่องยาวนาน และได้จำกัดกรอบเฉพาะประเด็นทางการเมืองเพื่อช่วงชิงอำนาจรัฐหรือการกดดัน ขัปลัทธิรัฐบาลเท่านั้น หากแต่การเคลื่อนไหวทางสังคมได้พัฒนาและขยายอาณาบริเวณสู่การเคลื่อนไหวเชิงสังคมและวัฒนธรรม เพื่อชูเอกลักษณ์/ความเฉพาะเจาะจงของกลุ่มตนเป็นสำคัญ เช่น เพศ ผิวดสี หรือความเชื่อทางศาสนา เป็นต้น ขณะเดียวกัน การเคลื่อนไหวทางสังคมเหล่านี้ก็นำไปสู่ความขัดแย้งและความรุนแรงใหม่ในสังคมปัจจุบัน ไม่น้อยไปกว่าความขัดแย้งทางเศรษฐกิจหรือความขัดแย้งทางการเมืองดังที่ผ่านมาในอดีต (ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร. 2540 : 9) บทบาทของผู้นำชุมชนมาจากการเลือกและได้รับการยอมรับของประชาชนในชุมชนสามารถแยกพิจารณาบทบาทหน้าที่ของผู้นำชุมชนเป็น 3 ประการ คือประการที่ 1 บทบาทการเป็นตัวแทนของประชาชนซึ่งต้องดูแลทุกข์สุขและผลประโยชน์ของประชาชนในชุมชน เมื่อมีเรื่องเดือดร้อนต้องถือเป็นธุระให้ประการที่ 2 บทบาทของการเป็นตัวแทนของทางราชการ ที่เกิดขึ้นตามกฎหมายบัญญัติประการที่ 3 บทบาทของการเป็นผู้นำทางธรรมชาติดีมีฐานะบทบาททางสังคมเด่นกว่าบุคคลอื่นในสังคมชนบท บทบาทของผู้นำชุมชนเป็นที่ยอมรับว่า เป็นผู้ที่มีอิทธิพลอย่างสูงต่อประชาชนในชุมชนโดยเฉพาะ การทำหน้าที่ผู้นำด้านความคิด ชักชวน โน้มน้าวให้ประชาชนในชุมชนมีความสนใจการเมือง และมีโอกาสเข้ามีส่วนร่วมทางการเมือง โดยเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ เช่น ไปใช้สิทธิลงคะแนนเสียงเลือกตั้งทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับชาติจากที่กล่าวมาแล้วข้างต้นจะเห็นได้ว่าความสัมพันธ์เชิงอุปถัมภ์ยังคงดำรงอยู่ในสังคมไทยเรื่อยมาภายใต้สภาพการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน และสภาพของชนในสังคมที่เปลี่ยนไป ขึ้นอยู่กับความมั่งคั่งเชิงเศรษฐกิจแต่เหตุและปัจจัยแห่งการเปลี่ยนแปลงก็ยังไม่ได้ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างสังคมไทยพื้นฐานเพียงแต่ส่งผลต่อแนวคิดเกี่ยวกับหลักความสัมพันธ์ทางสังคมเช่น คำที่ใช้เกี่ยวกับผู้มีอำนาจ เจ้านายเดิม หมายถึงผู้มีอำนาจในทางการปกครอง ก็ได้ขยายขอบเขตความหมายครอบคลุมไปถึงผู้มีอำนาจบริหารในองค์กรทางการเมืองหรือผู้บังคับบัญชาในหน่วยงาน ในด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใหญ่กับผู้ผู้น้อยในระบบอุปถัมภ์ซึ่งผูกพันด้วย “บุญคุณ” ยังเป็นเรื่องหลักที่สำคัญมากแม้ว่าความสัมพันธ์ในเชิงอำนาจกลายรูปไปเป็นความสัมพันธ์เชิงผลประโยชน์ทางการเมืองมากขึ้น การอุปการะอุ้มชูเป็นระยะเวลานานมีน้อยลงแต่กลายเป็นการแลกเปลี่ยนที่มีสัญญาในการตอบแทนเป็นหลักมากขึ้น (สุวรรณาสถาอานันท์และ เนื่องน้อย บุญยเนตร. 2542 : 18) การสื่อสารทางการเมืองเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจประสบการณ์ต่าง ๆ ทางการเมือง อันจะนำไปสู่การเข้ามามีส่วนร่วม

ทางการเมืองของประชาชนปัจจุบันเป็นที่ทราบกันว่า ปัญหาการสื่อสารทางการเมืองไทยมีหลายประการไม่ว่าจะเป็นปัญหาการครอบงำสื่อ ปัญหาการสื่อสารทางการเมืองในแง่ของจริยธรรมของผู้ใช้สื่อ และปัญหาด้านบุคลากรที่ทำหน้าที่สื่อมวลชน อย่างไรก็ตามแนวโน้มการสื่อสารทางการเมืองไทยนั้น สื่อน่าจะมีความเป็นสาธารณะร่วมกันมากขึ้นอันเนื่องจากการปฏิรูปสื่อรวมทั้งเสรีภาพของหนังสือพิมพ์และสื่อสิ่งพิมพ์ที่จะมีเพิ่มมากขึ้นภายหลังจากการบังคับใช้พระราชบัญญัติจัดการพิมพ์ พ.ศ. 2550 ดังนั้นการสื่อสารจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการบริหารให้บรรลุเป้าหมาย (เสถียร เขยประทับ. 2540 : 141)

เดวิด เค เบอร์โล (David K. Berlo) (David K. Berlo. 1960 : 12) ให้ความหมายการสื่อสาร หมายถึง การส่งข้อมูลข่าวสารจากบุคคลหนึ่งหรือกลุ่มบุคคลหนึ่งไปยังอีกคนหนึ่งหรืออีกกลุ่มหนึ่ง โดยใช้กระบวนการ(process) อย่างหนึ่ง เช่นเดียวกับการพัฒนาหรือการเปลี่ยนแปลงทางสังคม กล่าวคือเป็นกิจกรรมที่มีการเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา ไม่อยู่นิ่งและไม่มีการเริ่มต้น หรือจุดจบที่เห็นชัดเจน

จุฑาพรรธ (จามจุรี) ผดุงชีวิต (จุฑาพรรธ (จามจุรี) ผดุงชีวิต. 2551 : 34) นิยามการสื่อสารว่า หมายถึง กระบวนการซึ่งปัจเจกแต่ละบุคคลในบริบทต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มเครือญาติองค์กร และสังคมชุมชนมีปฏิสัมพันธ์ตอบสนองและสร้างข้อมูลข่าวสารเพื่อที่จะปรับตัวเองให้เข้ากับบริบทหรือสภาพแวดล้อมและผู้อื่นในสังคม การสื่อสารมีความสำคัญในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของมนุษย์มาทุกยุคทุกสมัย เนื่องจากมนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ดำรงชีวิตด้วยการพึ่งพาอาศัยกัน การพึ่งพาอาศัยกันจำเป็นอย่างยิ่ง ต้องใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือเพราะการสื่อสารเป็นการถ่ายทอดความคิด ความรู้สึก ค่านิยม ความเชื่อของคนในสังคมจากคนหนึ่งไปสู่อีกคนหนึ่งหรือจากฝ่ายหนึ่งไปยังอีกฝ่ายหนึ่ง ดังนั้นการสื่อสารยังเป็นการกระบวนการที่เป็นพลวัตที่ลักษณะตอบกลับจากผู้รับสารส่งสารตอบกลับไปยังผู้ส่งสารอีกด้วย และระดับการสื่อสารเกิดขึ้นในระดับบุคคล กลุ่มและองค์กร และระดับสังคมหรือระดับมวลชน รากฐานการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์และการสื่อความหมายของมนุษย์มาจากการสื่อสาร ซึ่งเป็นกระบวนการที่เป็นข้อเท็จจริงที่ตรงไปตรงมาที่สุดโดยประกอบด้วยตัวแหล่งสารหรือตัวผู้ส่งสาร สารที่ส่งออกไปเพื่อการสื่อสารประสบการณ์และความหมาย ช่องทางในการสื่อสารหรือตัวสื่อสารนั้นไป ตัวผู้รับสาร และผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารนั้น กระบวนการสื่อสารอาจมีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้นเนื่องจากความก้าวหน้าของสังคมมนุษย์ที่เป็นไปอย่างรวดเร็ว (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. 2545 : 3)

สรุปได้ว่า ความหมายการสื่อสาร คือ กระบวนการถ่ายทอดข่าวสาร ข้อมูล ความรู้ ประสบการณ์ ความรู้สึก ความคิดเห็น ความต้องการจากจากบุคคลหนึ่ง โดยผ่านสื่อต่าง ๆ ที่อาจเป็น การพูด การเขียน สัญลักษณ์อื่นใด การแสดงหรือการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ไปยังยังอีกคนหนึ่งซึ่ง กระบวนการสื่อสารพื้นฐานมีส่วนประกอบ ดังนี้



ภาพกระบวนการสื่อสารพื้นฐาน

ลักษณะของการสื่อสาร

การสื่อสารมีลักษณะธรรมชาติที่ค่อนข้างซับซ้อนหลายประการซึ่ง จุฑาพรรธ (จามจุรี) ผดุงชีวิต (จุฑาพรรธ (จามจุรี) ผดุงชีวิต. 2551 : 34-38) ได้สรุปลักษณะของการสื่อสารไว้อย่างน่าสนใจดังนี้

1. การสื่อสารเป็นกระบวนการแห่งพลวัต (dynamic) การสื่อสารเป็นกิจกรรมที่ดำเนินต่อเนื่องไปเรื่อย ๆ ไม่หยุดยั้ง กล่าวคือ มนุษย์สื่อสารระหว่างกันด้วยคำพูดที่ส่งถึงกันท่าทางการเคลื่อนไหวของอากัปกริยา สีหน้า แววตาท่าทาง กระบวนการการแปรผลคำพูดหรือการกระทำในสมอง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของความเชื่อการรับรู้ ค่านิยม โลกทัศน์ จะถูกกระทบหรือแทนที่ ด้วยถ้อยคำและการกระทำของผู้อื่น ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในบริบทแห่งสัมพันธ์อยู่เสมอ
2. การสื่อสารเป็นสิ่งที่เปลี่ยนผ่านไม่ถาวรยั่งยืน (transitory) คือ เมื่อเหตุการณ์หนึ่งๆเกิดขึ้นแล้ว จะไม่สามารถเกิดขึ้นใหม่ได้อีก ไม่ว่าจะพูดหรือกระทำใด ๆ ลงไปแล้ว ก็จะไม่สามารถย้อนกลับคืนมาอีกได้
3. การสื่อสารทำให้มนุษย์วิเคราะห์ประเมินสถานการณ์และคนอื่นก่อนสะท้อนย้อนดูตัวเอง (Self-reflective) เมื่อพิจารณาองค์ประกอบของบริบทการสื่อสารจะเห็นว่าปัจเจกนั้นไม่เพียงแต่รับและส่งสารเท่านั้น แต่ยังเฝ้าดูวิเคราะห์ข้อมูลและการสนองตอบของสิ่งที่อยู่รอบตัวไม่ว่าจะเป็นบริบทหรือบุคคลที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ประเมินการสื่อสารทั้งของตนเองและบุคคลที่เกี่ยวข้องที่สำคัญ มนุษย์มีความสามารถที่จะคิดใคร่ครวญเกี่ยวกับตัวเอง

4. การสื่อสารเป็นระบบแห่งสัญลักษณ์ (symbolic) การสร้าง และการบริโภค สัญลักษณ์เป็นความสามารถของการสื่อสาร เพราะสัญลักษณ์ทางการสื่อสารนั้นมีจำนวนมาก และหลากหลายขึ้นอยู่กับสังคมวัฒนธรรม

5. การสื่อสารเป็นระบบ (systemic) การสื่อสารได้รับอิทธิพลจากองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับระบบธรรมชาติของการสื่อสาร เช่น สถานที่โอกาส เวลา และจำนวนบุคคล

6. การสื่อสารเกี่ยวพันกับการอนุมานอ้างอิง (inferential) สืบเนื่องมาจากการที่มนุษย์ไม่สามารถเข้าถึงความคิดและความรู้สึกของคนอื่นได้อย่างแท้จริง จึงสามารถทำได้เพียงการอนุมานอ้างอิงจากประสบการณ์ของคนอื่นและตัวเองเท่านั้น

7. การสื่อสารยังผลให้เกิดผลลัพธ์ที่ตามมา (consequent) เมื่อมนุษย์ได้รับข่าวสาร อาจเกิดการตอบสนองต่าง ๆ ทั้งที่สังเกตได้และสังเกตไม่ได้ ดังนั้นการสื่อสารจึงมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงในบุคคล จึงควรมีการระมัดระวังในการสื่อสาร เพราะอาจส่งผลกระทบต่อชีวิตคนอื่นได้ ทั้งที่อาจไม่ตั้งใจให้เกิดขึ้นก็ได้

กระบวนการสื่อสารนั้นต้องใช้ กระบวนการคิดและการใช้ภาษา กระบวนการส่งและรับ ตลอดจนกระบวนการของการแลกเปลี่ยนข่าวสาร เพื่อความเข้าใจร่วมกัน เบอร์โล (Berlo) ได้อธิบายพฤติกรรมของการสื่อสาร คือ ความสัมพันธ์ระหว่างกันขององค์ประกอบทางการสื่อสารที่เรียกว่า SMCR มาจากคำว่า แหล่งสาร (source) สาร (message) ช่องทาง (channel) และผู้รับสาร (receiver) ซึ่งไม่สามารถแยกออกจากกันได้เป็นส่วน ๆ โดยอิสระได้ เขาเชื่อว่ากระบวนการสื่อสารจะประสบความสำเร็จได้ ได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ขององค์ประกอบทั้ง 5 ในกระบวนการสื่อสาร (David K. Berlo. 1960 : 30-39) โดยเฉพาะผู้ส่งสารและความสามารถในการรับสารของผู้รับสาร เช่นเดียวกัน ไม่ว่าสารเหล่านั้นจะผ่านช่องทางรูปหรือการมองเห็น (seeing) รส (tasting) กลิ่น (smelling) เสียง (hearing) หรือสัมผัส (touching) องค์ประกอบทั้ง 5 นี้จะมีอิทธิพลต่อปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร รูปแบบการสื่อสารนี้แสดงให้เห็นว่ามีหลายองค์ประกอบ สารซึ่งบรรจุเนื้อหา (content) อาจจะถูกส่งไปในลักษณะรหัสเฉพาะ (code) มีรูปแบบ (structure) และอาจจะได้รับการปฏิบัติ (treated) แตกต่างกันไปโดยผู้อื่น และสารสามารถส่งได้หลายช่องทางไม่ว่าจะเป็นส่งผ่านบุคคล ผ่านวิทยุ ผ่านโทรทัศน์ หรือผ่านอินเทอร์เน็ต ผลกระทบก็จะกลับมาในรูปแบบกระบวนการในทิศทางเดิมเช่นกัน

การสื่อสารทางเมือง

เดนตัน และวูดเวิร์ด (Denton & Woodward) ให้ความหมายการสื่อสารทางการเมืองหมายถึง การอภิปรายสาธารณะ (Public discussion) เกี่ยวกับการจัดสรรทรัพยากรสาธารณะโดย อำนาจที่เป็นทางการที่ได้รับมอบหมายให้เป็นผู้ตัดสินใจในทางนิติบัญญัติและทางการบริหาร ตลอดจนการอนุมัติ หรือการลงโทษที่เป็นทางการและยังรวมถึงวาทกรรมทางการเมืองที่เป็นภาษาพูดและภาษาเขียน ซึ่งเป็นการสื่อสารที่ผู้ส่งสารมีเจตนาที่จะมีอิทธิพลต่อสภาพแวดล้อมทางการเมือง ความสำคัญของการสื่อสารขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร (เสถียร เขยประทับ. 2551 : 22-23) การสื่อสารทางการเมืองหมายถึง กระบวนการส่งข้อมูลข่าวสารจากภาครัฐไปยังประชาชน ด้วยเหตุผล เพื่อการกล่อมเกลางานทางการเมืองการสร้างความรู้ความเข้าใจทางการเมืองการรับทราบการตัดสินใจหรือนโยบายการชี้แจงข้อเท็จจริงให้กับประชาชนทราบ ตลอดจนการสร้างภาพลักษณ์ให้เกิดขึ้นกับประชาชน

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร ได้ให้ความหมายการสื่อสารทางการเมืองไว้ว่า เป็นกระบวนการในการชี้นำ และตรวจสอบพลังความพยายามของมนุษย์เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทั้งปวง คำนึงถึงพลังของประชาชน การสื่อสารทางการเมืองจึงไม่เชื่อในเรื่องชะตากรรม แต่เชื่อมั่นในความสามารถและการกระทำของมนุษย์ที่อาศัยผลประโยชน์จากธรรมชาติของการเมือง การสื่อสารทางการเมืองจึงเป็นเรื่องของมนุษย์ที่แสวงหาประโยชน์ เสมือนเกษตรกรอาศัยความสามารถและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของตนในการเพาะปลูกและการเก็บเกี่ยวข้าวซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของผลผลิตในธรรมชาติ (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. 2555 : 27)

สรุปได้ว่า ความหมายการสื่อสารทางการเมือง หมายถึง กระบวนการสื่อสารที่มีองค์ประกอบ 3 ฝ่าย ได้แก่ กลุ่มองค์กรทางการเมือง สื่อมวลชน และประชาชน โดยที่กลุ่มองค์กรทางการเมือง มีความต้องการส่งสารผ่านสื่อมวลชนไปยังประชาชน สื่อมวลชนก็ทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการเผยแพร่ข่าวสารนั้น ซึ่งเป็นกิจกรรมทุกอย่างทั้งการพูด การเขียน และรวมถึงเรื่องอื่น ๆ เช่น การแต่งกาย สัญลักษณ์ ทั้งวัจนกรรมและอวัจนกรรม เพื่อให้เกิดการยอมรับ เสนอแนะ วิพากษ์วิจารณ์ ในเนื้อหาสาระของข้อมูลข่าวสารที่ถ่ายทอดออกสู่ประชาชนได้

บทบาทของการสื่อสารกับการเมือง

ดร.เสรี วงษ์มณฑา ได้นำเสนอบทบาทของการสื่อสารในกระบวนการทางการเมืองไว้

1. การสร้างทัศนคติทางการเมืองการพูดคุย การเผยแพร่ การประชุม การอบรม การแจกใบปลิว การติดป้ายประกาศ การแจกแผ่นพับ ข่าว และบทความทางวิทยุกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์หรือหนังสือพิมพ์และนิตยสาร สามารถที่จะช่วยสร้างสำนึกทางการเมืองค่านิยมทางการเมืองและทัศนคติทางการเมืองให้แก่ประชาชนได้ การชี้ให้ประชาชนเห็นผลงานของรัฐบาลนั้น นอกจากจะสร้างความนิยมในตัวรัฐบาลแล้วยังทำให้ประชาชนมีความเชื่อมั่นในระบบการปกครองที่เรากำลังใช้อยู่ในขณะนี้ด้วย ในทางตรงกันข้าม ถ้าข่าวคราวที่ออกมามีแต่คำต่อว่ารัฐบาล ชี้ความล้มเหลวของรัฐบาล ประชาชนก็จะเสื่อมศรัทธาในรัฐบาล และในบางครั้งอาจหมายถึง การเสื่อมศรัทธาในระบอบการปกครองที่เรากำลังใช้อยู่ด้วยก็ได้ ข่าวคราวที่เกี่ยวกับนักการเมืองจะสร้างความรู้สึกให้แก่ประชาชนว่าเขาศรัทธา นักการเมืองเพียงใด และจะทำให้เขารู้สึกต่อไปได้ว่า เขาควรจะเข้าไปยุ่งเกี่ยวกับกิจกรรมทางการเมืองมากน้อยเพียงใด

2. สร้างความสนใจในการเมืองในสมัยก่อนนั้นคนส่วนใหญ่ไม่ค่อยสนใจการเมืองนัก เพราะไม่ค่อยได้รู้ข่าวคราวของการเมืองไม่ค่อยพบเห็นนักการเมืองหรือผู้บริหาร แต่ในปัจจุบันนี้ข่าวคราวของรัฐบาลมีให้อ่านกันเป็นประจำ นักการเมืองจะเป็นข่าวให้เห็นทั้งในหนังสือพิมพ์ วิทยุโทรทัศน์ เสียงพูดของเขาจะมีให้ได้ยินทางวิทยุกระจายเสียง เรื่องราวของเขาจะถูกวิพากษ์วิจารณ์ทางนิตยสารอยู่เป็นประจำ เพราะฉะนั้นคนยุคนี้จะสนใจข่าวการเมืองเพิ่มมากขึ้น

3. สร้างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเมืองนอกเหนือจากการสร้างความสนใจแล้ว การสื่อสารยังถูกนำมาเอามาใช้สร้างความรู้ และความเข้าใจเกี่ยวกับการเมืองได้อย่างมาก การเผยแพร่ประชาธิปไตยโดยสื่อบุคคลก็ดี โดยสื่อมวลชนก็ดีได้ทำให้ประชาชนเข้าใจดีขึ้นว่าประชาธิปไตยคืออะไร การพูดหมายถึงกฎหมายการออกพระราชบัญญัติต่าง ๆ ในปัจจุบัน ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจยิ่งขึ้น

4. สร้างบทบาททางการเมืองความสนใจที่ก่อให้เกิดความรู้ และทัศนคตินั้นได้นำไปสู่การกำหนดบทบาททางการเมืองประชาชนในปัจจุบัน ได้รู้ถึงบทบาท สิทธิและหน้าที่ของตนเองในฐานะที่เป็นประชาชนดีขึ้น การเขียนจดหมายถึงสื่อมวลชนก็เป็นการแสดงบทบาททางการเมืองการเดินขบวน การร้องเรียนรัฐมนตรีและสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรเกี่ยวกับปัญหาต่าง ๆ ก็เป็นการใช้การสื่อสารแสดงบทบาททางการเมืองการลงคะแนนเสียงถือเป็นการสื่อสารรูปแบบหนึ่งที่บอกให้นักการเมืองรู้ว่าเราต้องการใครหรือไม่ต้องการใคร ว่าเราสนใจเลือกตัวบุคคลหรือพรรค การ

ได้รับข่าวสารทำให้เรารู้บทบาททางการเมืองและการแสดงบทบาททางการเมืองก็เป็นการส่งข่าวสารไปยังผู้บริหารเช่นกัน

5. การสื่อสารเป็นการนำเอารัฐบาลไปอยู่ในบ้านของประชาชน ในปัจจุบันนี้แม้เราจะไม่เคยพบผู้บริหารรัฐบาลเลย แต่เราก็มีความรู้สึกเขาเหล่านั้นอยู่ในบ้านของเรา เขาอยู่ในหนังสือพิมพ์ที่เราอ่าน เขาอยู่ในข่าวโทรทัศน์ที่เราดูเขาอยู่ในวิทยุที่เราฟัง การสื่อสารจึงกลายเป็นแหล่งความรู้ที่ดีเกี่ยวกับการเคลื่อนไหวของรัฐบาล

6. การสื่อสารมวลชนทำให้ความสนใจของประชาชนมีลักษณะเป็นนานาชาติ ในปัจจุบันนี้โทรทัศน์ดาวเทียมทำให้ความสนใจของประชาชนเปลี่ยนไปแทนที่จะสนใจแต่เพียงสิ่งที่อยู่รอบตัวใกล้ตัวเท่านั้น กลับไปสนใจสิ่งที่ไกลตัว มีความเป็นสากลกันมากยิ่งขึ้น ทำให้รัฐบาลต้องตื่นตัวกับการตอบสนอง

7. การสื่อสารถูกนำมาใช้ในการรับรองสภาพ ก่อนที่จะเป็นนักการเมืองคนบางคนไม่เป็นที่รู้จักเลย แต่การที่สื่อมวลชนเขียนถึงเขาบ่อย ๆ ในวงสนทนามีคนพูดถึงเขาบ่อย ๆ คนที่มีความสำคัญก็มีความสำคัญขึ้น ภาพภาพเขาเป็นอะไรก็จะได้รับการยอมรับขึ้น เพราะฉะนั้นในการเสนอนักการเมืองให้รับใช้ประชาชนนั้น พรรคการเมืองจะสร้างการยอมรับโดยการเสนอบุคคลดังกล่าวในสื่อมวลชนด้วยความถี่สูง ให้คนรู้จักคุ้นเคย และผลงานต่าง ๆ ของเขา (เสรี วงษ์มณฑา. 2546 : 721-724)

ส่วน สมควร กวียะ ได้กล่าวถึงบทบาทของสื่อมวลชนในฐานะเป็นเครื่องมือของการเมืองและเศรษฐกิจ ดังนี้

1. ถ่ายทอดข่าวสารและความรู้ทางการเมืองโดยผ่านสื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อประเพณี หรือสื่อผสม นักการเมืองที่มีชื่อเสียงต่างได้แสดงให้คนยุคปัจจุบัน เห็นแล้วว่าการสื่อสารเป็นเครื่องมือถ่ายทอดข่าวสารและความรู้ทางการเมืองที่มีพลัง

2. จัดวางระเบียบวาระเกี่ยวกับประเด็นปัญหาทางการเมืองที่ควรนำมาถกเถียงอภิปราย สื่อมวลชนอาจเบนความสนใจของผู้รับสารได้ ในขณะที่ผู้รับสารโดยทั่วไป มักจะให้ความสนใจกับเรื่องราวที่ตนชอบหรือประเด็นปัญหาที่ตื้นตันในชีวิตประจำวัน สื่อมวลชน อาจเสนอเน้นประเด็นใหม่ ๆ เพื่อดึงดูดให้ประชาชนหันมาสนใจ ยิ่งสื่อมวลชนให้น้ำหนักความสำคัญเรื่องใดมาก ประชาชนก็มักให้ความสำคัญแก่เรื่องนั้นมากขึ้นไปด้วย

3. การเผยแพร่ปลูกฝังความเชื่อทางการเมืองอาจทำได้โดยการสื่อสารประเภทชักจูงใจและประเภทห้ามปรามหรือทำให้เกรงกลัว การสื่อสารประเภทชักจูงใจเป็นที่รู้จักกันดีอยู่แล้ว เพราะใช้กันแพร่หลายในการพูด การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ แต่การสื่อสารประเภทห้ามปรามยังมิได้ศึกษากันมากนัก ทั้ง ๆ ที่มีการนำไปปฏิบัติกันมากในวงการเมืองอยู่บ่อย ๆ เช่น ในการณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ก็มักจะมีการพูดให้เกรงกลัวไม่ไปลงคะแนนให้กับพรรคอื่น

4. การพัฒนาด้านการเมืองกระบวนการพัฒนาที่สมบูรณ์ย่อมจะต้องมีการพัฒนาการเมืองอยู่ด้วย ไม่ใช่มีแต่การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมเท่านั้น การพัฒนาการเมืองไปสู่ระบอบประชาธิปไตย หมายถึง การให้ความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน รวมทั้งการชักชวนโน้มน้าวให้เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการทางการเมืองการสื่อสารทุกประเภทควรที่จะเข้ามาช่วยสังคมประเทศในการสร้างสรรค์บรรยากาศ และความร่วมมืออย่างเต็มที่ในทุกๆ ระดับ (สมควร กวียะ. 2545 : 131-133)

จากบทบาทของสื่อมวลชนกับการเมืองดังกล่าวข้างต้น มีความสอดคล้องกับ ลิขิต ธีรเวคิน ที่มองบทบาทของสื่อมวลชนมีผลต่อการพัฒนาระบบการเมือง การพัฒนาระบบประชาธิปไตยจะสมบูรณ์ไม่ได้ถ้าหากขาดสื่อมวลชนที่ดี เพราะสื่อมวลชนที่ดี เป็นสื่อกลางในการให้ข้อมูล ข่าวสาร ในด้านต่าง ๆ สื่อมวลชนทำหน้าที่ตรวจสอบ เสนอความคิดเห็นถ่วงดุล หรือเป็นผู้นำทางความคิดในนโยบายที่มีผลกระทบต่อสังคม เป็นสื่อกลางของการสื่อสารระหว่างรัฐกับประชาชน นอกจากนี้ สื่อมวลชนยังเป็นเครื่องมือในการสร้างสรรค์ยกย่อง บุคคล หรือทำลายศรัทธาที่มีต่อคนบางคนได้ สื่อมวลชนจึงมีความเป็นกลางในการเสนอข่าว คนดีก็ต้องยกย่อง คนไม่ดีก็ต้องเผยแพร่ ให้ประชาชนได้รับรู้และตัดสินใจทางการเมืองได้ด้วยตัวเอง (ลิขิต ธีรเวคิน. 2549 : 264-265)

อริโตเติล (Aristotle) มองการเมืองประกอบด้วยกลุ่มผลประโยชน์พรรคการเมือง รัฐสภา รัฐบาล ระบบราชการศาลหรือตุลาการและยังหมายถึง “รัฐ” ทั้งหมด (จุมพล หนิมพานิช. 2552 : 2-3) การเมืองจึงมีนัยในแง่ของ “อำนาจ” และ “การตัดสินใจ” ที่จะเกี่ยวพันไปถึงกลุ่ม “ผลประโยชน์” เป็นการใช้อิทธิพลของอำนาจในการตัดสินใจเพื่อผลประโยชน์ของกลุ่มบทบาทของสื่อมวลชน จึงมีความสำคัญและจำเป็นที่จะส่งสารที่เป็นข้อมูล ข้อเท็จจริงให้ประชาชนและสังคมได้รับทราบถึงนโยบาย แนวทางการดำเนินงาน โครงการที่ส่งผลกระทบต่อประชาชน เพื่อเป็นการตรวจสอบให้ระบบการเมืองได้ทำหน้าที่ที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวมมากยิ่งขึ้น

นักการเมืองท้องถิ่น

นักการเมืองท้องถิ่น เป็นผู้ซึ่งอยู่ในอำนาจหรือตำแหน่งที่ถูกกำหนด ให้เป็นผู้นำ เป็นผู้ซึ่งสามารถมีอิทธิพลในการจัดสรรและจัดการต่อสูงที่มีคุณค่า ต่าง ๆ มากกว่าคนอื่น ๆ ในชุมชนนั้น และสามารถที่จะก่อให้เกิดการกระทำ กิจกรรมหรือการเปลี่ยนแปลง รวมทั้งสามารถที่จะจูงใจให้ผู้อื่น ปฏิบัติตาม ความคิดเห็น ความต้องการหรือคำสั่งสอนของตน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ ที่ต้องการทั้งของตัวผู้นำเองและสมาชิกของชุมชน ดังนั้น สรุปได้ว่า นักการเมืองท้องถิ่น หมายถึง ผู้ที่มีบุคลิกภาพเด่นประกอบกับความสามารถพิเศษในชุมชน นั้น ๆ ซึ่งในกลุ่มชนแต่ละกลุ่มย่อมประกอบด้วย บุคคลที่มีบุคลิกภาพ ความรู้ ความสามารถ หรือทักษะที่แตกต่างกันไป ในขณะที่ทุกคน มีความผูกพันซึ่งกัน และกัน ด้วยเหตุนี้เองสถานการณ์ที่บีบตัวขึ้น จึงผลักดันในสมาชิกของกลุ่มบางคน กลายเป็นผู้นำอีกด้วย เช่น ความซื่อสัตย์สุจริต ความยุติธรรม ความโอบอ้อมเนื่องมาจากคุณลักษณะ พิเศษประจำตัวอารี และความเสียสละ (ธีระพงศ์ ธนเจริญรัตน์. 2553) นอกจากนี้คือ บุคคลซึ่งมีบุคลิกภาพ อุปนิสัย และความสามารถดีเด่นในสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่งหรือใน กิจกรรมอย่างใด กิจกรรมอย่างหนึ่ง ซึ่งจะเป็นผู้ที่สามารถจูงใจประชาชนให้มี ความคิดเห็นคล้อยตามและลงมือทำงาน อย่างใดอย่างหนึ่ง ประเภทของผู้นำท้องถิ่นในหมู่บ้านหนึ่ง ๆ นั้น อาจจะจำแนกลักษณะโครงสร้างของ ผู้นำออกเป็น สองประเภท คือผู้นำแบบเป็นทางการเช่น ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน และแบบไม่เป็นทางการ เช่น ผู้ที่มีฐานะมั่งคั่ง ผู้ที่มีชื่อเสียง เป็นต้น

จากกลยุทธ์การสื่อสารหลากหลายรูปแบบที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งนำมาใช้ เพื่อการสื่อสารทางการเมืองโดยมีเป้าหมาย คือต้องการให้ได้คะแนนเสียง มากที่สุด อันหมายถึงผู้มีสิทธิ เลือกตั้งตัดสินใจลงคะแนนให้ทั้งนี้ การณรงค์ หาเสียงจะประสบความสำเร็จหรือไม่ขึ้น ขึ้นอยู่กับ ความสามารถทางการสื่อสาร ของผู้สมัครรับเลือกตั้งและการเลือกใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสมกับ กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้ศึกษาการณรงค์หาเสียงเลือกตั้งในแง่ของการวาง กลยุทธ์ การสื่อสารการเลือกตั้ง โดยประกอบด้วย การคัดเลือกเนื้อหาสาระ การวางกลยุทธ์เกี่ยวกับเนื้อหาสาระ การเลือกช่องทางที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้รับสาร ที่ผู้สมัครต้องการสื่อสารออกไปดังนี้

1. การคัดเลือกเนื้อหาสาระ ภารกิจสำคัญของผู้สมัครรับเลือกตั้ง ส.ว. ในห้วงเวลาการ หาเสียงเลือกตั้ง คือการส่งเนื้อหาสาระที่เกี่ยวกับการเลือกตั้ง เพื่อดึงดูดใจให้ประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ลงคะแนนให้ตนเอง ซึ่งสามารถจำแนก เนื้อหาสาระออกเป็น ๒ ประเภท คือนโยบายที่จะทำข้อมูล เกี่ยวกับหน้าที่ผลประโยชน์ของชาติ และปัญหาเกี่ยวกับสาธารณะ ข้อมูลอีกประเภท คือข้อมูล ที่เป็น

คุณสมบัติ บุคลิกภาพของผู้สมัคร สอดคล้องกับแนวคิดของ เดนนิส คาเวนแน็ก ที่ระบุว่า การหาเสียง เป็นการวางแผนการสื่อสาร เพื่อคัดเลือกเนื้อหาสารและวิธีการสื่อสารที่เหมาะสมกับผู้รับสาร ซึ่งผู้สมัคร ต้องการสื่อสารไปถึง สำหรับการคัดเลือกประเด็นปัญหาที่ใช้ในการรณรงค์ หาเสียงเลือกตั้ง นั้นไม่มีข้อจำกัดชัดเจนว่า ควรเลือกประเด็นปัญหาอย่างไร ที่จะทำให้ผู้สมัครชนะการเลือกตั้ง แต่การนำเสนอภาพลักษณ์ของผู้สมัครจะเลือกประเด็นปัญหาที่ตนเอง มีความชำนาญในการจัดการและเป็นประเด็น ที่ผู้มีสิทธิเลือกตั้งเห็นด้วยกับประเด็นดังกล่าว และควรคัดเลือกภาพลักษณ์ ที่สอดคล้องกับความสามารถและตัวตนของผู้สมัคร ส่วนภาพลักษณ์หรือคุณสมบัติส่วนตัวของผู้สมัคร คือความประทับใจที่ผู้มีสิทธิเลือกตั้งมีต่อบุคลิกภาพ หรือคุณสมบัติของผู้สมัคร โดยเป็นการรับผ่านการปรากฏกาย หรือการปรากฏตัวผ่านสื่อของผู้สมัคร รวมไปถึงประสบการณ์หรือข้อมูลที่มี สิทธิเลือกตั้งมีเกี่ยวกับตัวผู้สมัคร (เดนนิส คาเวนแน็ก. 1995)

2. การวางกลยุทธ์เกี่ยวกับเนื้อหาของสาร เนื้อหาสารนับเป็นส่วนสำคัญ ในกระบวนการโน้มน้าวใจ การทำให้บุคคลกลุ่มเป้าหมายเปิดรับต่อการรณรงค์ ทาง การสื่อสารเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ผู้สมัครก็หวังผลให้ผู้มีสิทธิเลือกตั้งในฐานะ ผู้รับสารได้รับอิทธิพลจากเนื้อหาสารที่สื่อสารออกไป ซึ่งประสิทธิภาพของสาร จะขึ้นอยู่กับสิ่งต่าง ๆ ดังนี้

2.1 รูปแบบการนำเสนอ (Style) ซึ่งไม่สามารถกำหนดรูปแบบการนำเสนอที่เป็นสูตรสำเร็จได้ เพราะรูปแบบแต่ละอย่างขึ้นอยู่กับความพอใจ ของผู้รับสาร ซึ่งผู้สมัครต้องพยายามปรับปรุงรูปแบบและเนื้อหาสารให้เกิด ประโยชน์ต่อผู้รับสารง่ายต่อการเข้าใจ รวมทั้งสร้างความน่าสนใจ เช่น การสื่อสารผ่านสื่อเคลื่อนที่การสื่อสารแบบซึ่งหน้า (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. 2545 : 99-103)

2.2 ลักษณะเนื้อหาที่ใช้กระตุ้นความสนใจ (Content Appeals) ลักษณะการนำเสนอสารเพื่อชักจูงใจหรือโน้มน้าวใจ ด้วยวิธีการนำเสนอสาร ด้านเดียว (One Sided Argument) เหมาะสำหรับเนื้อหาที่มีข้อสรุปที่แน่นอน แล้ว ส่วนการนำเสนอสารสองด้าน (Two-Sided Argument) เป็นการนำเสนอเนื้อหาที่ยังมีการโต้แย้งกันทางความคิด เป็นการนำเสนอที่เหมาะสมกับผู้รับสาร ที่ค่อนข้างมีการศึกษาหรือค่อนข้างเป็นคณิสขงสย และเกรงว่าข้อมูลที่นำเสนอจะเป็นการโฆษณาชวนเชื่อ

2.3 ลักษณะของผู้นำเสนอสาร (Presentation Stre) การวางกลยุทธ์รูปแบบการนำเสนอสาร เพื่อต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่พึงปรารถนา จะต้องพิจารณาถึงปัจจัยของผู้ส่งสารหรือลักษณะผู้นำเสนอสาร 4 ประการคือ

- 1) ความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ
- 2) ความเชี่ยวชาญสามารถ
- 3) ลักษณะ ความคุ้นเคย และ
- 4) ความคล่องแคล่วและบุคลิกภาพ

นอกจากนี้การเลือกนำเสนอเนื้อหาสารในการรณรงค์ของผู้สมัคร จะสะท้อนให้เห็นถึงกลยุทธ์ที่ผู้สมัครต้องการใช้หาเสียง หากพบว่า ผู้สมัครนำเสนอเนื้อหาสารที่เป็นลักษณะการวิพากษ์วิจารณ์ นโยบาย หรือคุณสมบัติของคู่แข่ง มีแนวโน้มว่า ผู้สมัครจะ ใช้กลยุทธ์หาเสียงเชิงลบ (Negative Campaign) แต่หากผู้สมัครนำเสนอเนื้อหา สารโดยกล่าวถึงผลงานความสำเร็จ คุณสมบัติที่ดีและนโยบายที่เด่น แสดงว่า ผู้สมัครรับเลือกตั้งใช้กลยุทธ์การหาเสียงเชิงบวก (Positive Campaign) ซึ่งการสื่อสารที่ผู้ส่งสาร หรือผู้นำเสนอสารได้แสดงออกผ่านบุคลิกภาพและคุณสมบัติเป็นส่วนหนึ่งที่จูงใจ ให้ผู้รับสารเกิดความน่าเชื่อถือในตัวผู้ส่งสาร แต่ปัจจัยที่จะสร้างความน่าเชื่อถือในแต่ละบุคคลนั้น ผู้รับสารจะเห็นได้จากความสามารถ ความชำนาญ รวมทั้ง ความน่าไว้วางใจ โดยผู้รับสารจะรู้สึกและสัมผัสได้ว่า ปัจจัยดังกล่าวมีอยู่ในตัว ของผู้ส่งสาร

3. การเลือกช่องทางการสื่อสาร เมื่อกำหนดเป้าหมายและการสร้าง เนื้อหาสารที่ต้องการสื่อสารแล้ว ผู้ส่งสารต้องจัดทำแผนงานการใช้สื่อเพื่อส่งสาร ให้ถึงประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งในช่วงการหาเสียงเลือกตั้ง ผู้สมัครสามารถติดต่อสื่อสารกับผู้มีสิทธิเลือกตั้งได้หลากหลายช่องทางการสื่อสาร สิ่งสำคัญผู้สมัครต้องเลือกช่องทางการสื่อสารที่สามารถเข้าถึงผู้มีสิทธิเลือกตั้ง และเหมาะสมกับวัตถุประสงค์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งในแต่ละช่วงเวลา ซึ่งสามารถแยกการสื่อสารเพื่อรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง เป็น 2 ประเภท หลัก ๆ คือการใช้การสื่อสารสาธารณะ และ การใช้การสื่อสารมวลชน (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. 2545 : 163-186) โดยแต่ละช่องทางมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน พอสรุปได้ดังนี้

3.1 การสื่อสารสาธารณะ เป็นช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสม สำหรับผู้สมัคร ที่ต้องการเจาะเข้าถึงผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่เป็นฐานเสียง และเป็น ช่องทางที่ผู้ส่งสารสามารถควบคุมเนื้อหาสารได้ตามความประสงค์ โดยสื่อที่ใช้ ในการสื่อสาร คือสื่อเฉพาะกิจที่ใช้เป็นสื่อเพื่อ

นำเสนอนโยบาย ประวัติส่วนตัวผลงานของผู้สมัคร เป็นต้น สื่อเฉพาะกิจประกอบไปด้วยการสื่อสาร 2 ประเภท คือการสื่อซึ่งหน้า และการอาศัยสิ่งพิมพ์

3.1.1 การสื่อสารซึ่งหน้า ประกอบไปด้วย การใช้สื่อบุคคล ได้แก่ หัวคะแนน การอ้างอิง บุคคลสำคัญ การพบปะประชาชน ได้แก่ การเดิน หาเสียงตามบ้าน สถานที่ทำงาน หรือ ย่านตลาดการค้า การปราศรัยต่อหน้า สาธารณชน หมายถึง การพูดหาเสียงต่อหน้าคนกลุ่มใหญ่หรือกลุ่มย่อย การเข้า ร่วมอภิปราย เป็นการหาเสียงที่มีบรรยากาศความเป็นวิชาการสื่อเคลื่อนที่ได้แก่ รถหาเสียง ขบวนแห่ป้ายหาเสียง การเข้าร่วมงานพิธีและการตรวจเยี่ยม สถานที่เป็นการหาเสียงโดยการปรากฏตัวต่อหน้าสาธารณชนในงานพิธีต่าง ๆ หรือการร่วมกิจกรรมร้องเพลงบนเวที

3.1.2 การใช้สื่อสิ่งพิมพ์ช่วยในการหาเสียง ประกอบกับการหาเสียงด้วยวาจาในการสื่อสารสาธารณะ ประกอบด้วย สื่อพกพา สื่อกลางแจ้ง สื่ออื่น ๆ ได้แก่ เทปเสียง วิดีทัศน์ สื่อหนังสือเป็นเล่ม

3.2 การสื่อสารมวลชน เป็นช่องทางที่เปิดกว้างสามารถเข้าถึง ผู้รับสารได้จำนวน มากและเป็นวงกว้าง

อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า สาระสำคัญในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง คือการวางแผนคัดเลือกเนื้อหาสาระด้วยการวางกลยุทธ์เกี่ยวกับเนื้อหาให้เหมาะสม กับวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมาย จากนั้นจึงสื่อสารผ่านสื่อที่เหมาะสมกับ ผู้รับสาร สิ่งสำคัญผู้สมัครต้องเลือกช่องทางการสื่อสารที่สามารถเข้าถึงผู้มีสิทธิ เลือกตั้ง และเหมาะสมกับวัตถุประสงค์การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งในแต่ละช่วงเวลา ดังจะพิจารณาได้จากเกณฑ์การเลือกใช้สื่อ

4. เกณฑ์การเลือกใช้สื่อ การคัดเลือกเนื้อหาสาระ ประกอบกับเลือกใช้ กลยุทธ์ที่เหมาะสมกับเนื้อหา โดยส่งสารผ่านช่องทางที่เหมาะสม นอกจากจะ เป็นการสื่อสารไปถึงผู้รับสารที่มีประสิทธิภาพแล้วยังเป็นการประหยัดเวลา และงบประมาณด้วย (นภาพรณัฏฐ์ อัจฉริยะกุล และรุ่งนภา พิตรปรีชา. 2544 : 396-399) ทั้งนี้ การรู้จักเลือกใช้สื่อที่ถูกต้องจะนำไปสู่การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ได้ ดังนั้น เพื่อให้การตัดสินใจ เลือกใช้สื่อต่าง ๆ ยั่งยืนจึงมีเกณฑ์การเลือกใช้สื่อ ดังนี้

4.1 ความสามารถของสื่อในการเข้าถึงผู้รับสาร คือการนำคุณสมบัติของสื่อ มาใช้ใน การพิจารณาเลือกใช้สื่อในการสื่อสาร ซึ่งคุณสมบัติของสื่อ ดังกล่าวประกอบด้วย

4.1.1 ความสามารถของสื่อในการทำให้ผู้รับเกิดความเข้าใจ อย่างรวดเร็ว เช่น การหาเสียงเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในท้องถิ่น ที่ผู้มีสิทธิเลือกตั้งส่วนใหญ่มีการศึกษาไม่สูง จึงควรใช้สื่อที่ง่ายต่อการเข้าใจ เช่น การเคาะประตูบ้านเพื่อพูดคุยแบบเผชิญหน้า

4.1.2 ความสามารถของผู้รับสารในการเป็นเจ้าของสื่อ เช่น สื่อวิทยุกระจายเสียง มีราคาถูก เป็นสื่อที่ทุกคนสามารถเลือกไว้ใช้ประจำบ้านง่ายกว่าวิทยุโทรทัศน์

4.1.3 ความครอบคลุมของสื่อ หมายถึง ความสามารถ ของสื่อ ในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เป็นอัตราร้อยละของสื่อใด ๆ ของจำนวนครัวเรือนในอาณาบริเวณหนึ่งที่กำหนด

4.2 งบประมาณการสื่อ สื่อต่าง ๆ มีราคาถูกแพง ตลอดจน คุณสมบัติที่แตกต่างกัน หากผู้ซื้อสื่อถึงงบประมาณมากพอก็สามารถเลือก ประเภทสื่อที่หลากหลาย รวมทั้งกำหนดความถี่ในการสื่อสารได้มากกว่า ประกอบกับผลการศึกษาวิจัย เรื่อง การใช้งบประมาณในการรณรงค์หาเสียง และการเลือกตั้งของ สุจิต บุญบงการ กล่าวถึงงบประมาณในการซื้อ สื่อไว้ว่า ค่าใช้จ่ายในการใช้สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ค่อนข้างมาก เช่นกัน ค่าใช้จ่ายหลักในเรื่องนี้ คือค่าใช้จ่ายป้ายโฆษณาทุกขนาด รวมทั้ง แผ่นปลิวและสื่อต่าง ๆ ซึ่งรายจ่ายนี้ ค่อนข้างตายตัวและแน่นอน ผู้ที่มีทุนมาก ย่อมได้เปรียบเรื่องนี้ (สุจิต บุญบงการ. 2537)

4.3 การพิจารณาเลือกใช้เนื้อที่หรือเวลาของสื่อ เพื่อให้เกิด ประสิทธิภาพสูงสุด เช่นการแจกบัตรที่มีรูปและเบอร์ของผู้สมัครรับเลือกตั้ง พร้อมทั้งพูดคุยกับผู้มีสิทธิเลือกตั้ง

4.4 การเลือกสื่อที่มีลักษณะเฉพาะเหมาะกับเนื้อหาสาร เช่น การเลือกสื่อที่สามารถบรรจุรูป หมายเลข และมีพื้นที่บอกนโยบายของผู้สมัคร รับเลือกตั้งได้ด้วย

4.5 การเลือกสื่อที่เป็นที่ยอมรับและเชื่อถือ เช่น ติดป้ายขนาดใหญ่ มีรูปและเบอร์พร้อมประวัติผู้สมัครรับเลือกตั้ง ติดไว้ในจุดสนใจของแหล่งชุมชน

4.6 ความถี่ในการส่งสาร ย่อมเป็นการย้ำในสารของสาร ทำให้ผู้รับสารได้รับสารและเกิดการจำเนื้อหาสารที่ย้ำ

ดังนั้นสรุปได้ว่า กลยุทธ์การสื่อสารของนักการเมืองท้องถิ่นมีหลากหลายรูปแบบ โดยขึ้นอยู่กับความสามารถทางการสื่อสารของนักการเมืองท้องถิ่นและการเลือกใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วยการคัดเลือกเนื้อหาสาร การวางกลยุทธ์เกี่ยวกับเนื้อหาสารการเลือกช่องทางที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้รับสาร ที่ผู้สมัครต้องการสื่อสารออกไป

สรุป และข้อเสนอแนะ

การสื่อสารทางการเมืองเป็นรากฐานสำคัญของการปกครองระบอบประชาธิปไตย เนื่องจากระบบการปกครองประชาธิปไตยแบบผู้แทนโดยประชาชนเลือกผู้แทน ขึ้นทำหน้าที่แทนตนนั้นยังไม่สามารถสนองตอบและแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของประชาชนผู้เป็นเจ้าของอำนาจอธิปไตยได้อย่างทั่วถึง การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนจึงมีส่วนสำคัญในการส่งเสริมบทบาทของผู้แทน เพื่อให้ผู้แทนที่ทำหน้าที่แทนประชาชนได้เข้าใจปัญหาและความต้องการของประชาชนการเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองไม่ใช่เฉพาะเป็นการเลือกผู้แทนเข้าไปทำหน้าที่แทนตนเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการควบคุมตรวจสอบ ติดตามการทำงานของรัฐบาล หน่วยงานของรัฐ รวมทั้งมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจของรัฐบาลในนโยบาย การบริหาร ทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม ที่ส่งผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่และวิถีชีวิตของประชาชน

ปัญหาการมีอิทธิพลในพื้นที่การชิงชัยทางการเมืองด้วยการหาเสียงเชิงประชาสัมพันธ์อย่างในอดีตเริ่มเบี่ยงเบนไปสู่การหาเสียงในเชิงการโฆษณาและใช้การสื่อสารการตลาดเพื่อรักษาผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจของกลุ่มมาแทนที่การหาเสียงด้วยการลงทุนจึงขยายตัวออกไปเป็นลักษณะธุรกิจการเมือง และใช้กลยุทธ์คล้ายคลึงกับการโฆษณาทางธุรกิจ ผู้สมัครรับเลือกตั้งจึงไม่ได้แตกต่างไปจากสินค้าที่ถูกนำมาเสนอขายด้วยยี่ห้อโดยพรรคการเมืองเป็นเสมือนบริษัทธุรกิจที่ต้องวางแผนทางการตลาดเพื่อรักษาตลาดของการเลือกตั้งไว้ ดังนั้นการหาเสียงจึงมีลักษณะเด่นเช่นเดียวกับแบบแผนการโฆษณาผู้บริโภคตัวผู้มีสิทธิเลือกตั้งโดยตรงในฐานะผู้บริโภคเพื่อให้เข้าใจและยอมรับผู้สมัครรับเลือกตั้ง ภาพลักษณ์ของพรรคการเมือง และกิจกรรมซึ่งเป็นผลงานที่ผ่านมารวมทั้งกิจกรรมในอนาคตหลังจากได้รับเลือก

References

- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2545). *การสื่อสารกับการเมือง*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพมหานคร : ประสิทธิ์ ภัณฑแอนด์พรินติ้ง.
- เสถียร เขยประทับ. (2540). *การสื่อสารกับการเมืองเน้นสังคมประชาธิปไตย*. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Becker Lec, Maxwell McCombs and Jack McLcod. (1975). *The Development of Political Cognition, In Political Communications: Issues and Strategies for Research*, ed. Stven Chaffcc, Beverly Hills: Sage.

รายงานการประชุมวิชาการระดับชาติ (Proceedings) ครั้งที่ 9 เรื่อง “พุทธวิธี และวิถีครูบา กับการแก้ปัญหาวิกฤตโลก”

(The Buddhist and Kruba Methods to Solve the World Crisis) วันที่ 25 มีนาคม 2566

ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร. (2540). *ขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมรูปแบบใหม่/ขบวนการเคลื่อนไหว
ประชาสังคมในต่างประเทศ*. กรุงเทพมหานคร : ศูนย์วิจัยและผลิตตำรา มหาวิทยาลัย
เกริก.

สุวรรณา สถาอานันท์ และ เนื่องน้อย บุญเนตร. (2542). *ร่องรอยความคิด ความเชื่อไทย*.
กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

David K. Berlo. (1960) *The Process of Communication*. New York : Holl. Reneheart and
Winston Inc.

จุฑาพรรธ (จามจุรี) ผดุงชีวิต. (2551). *วัฒนธรรม การสื่อสาร และอัตลักษณ์*. พิมพ์ครั้งที่ 2. (กรุงเทพฯ
: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศุภชัย ยาวะประเภตาช. (2551). *การสื่อสารทางการเมืองภาครัฐ ประมวลสาระชุดวิชาการเสถียร
เชยประทับ การสื่อสาร การเมืองและประชาธิปไตยในสังคมพัฒนาแล้ว*. กรุงเทพฯ :
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2551). *การสื่อสารทางการเมือง Political Communication*.
นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

เสรี วงษ์มณฑา. (2546). “การประยุกต์ทฤษฎีในการสื่อสาร,” ในหลักและทฤษฎีการสื่อสาร.
พิมพ์ครั้งที่ 20. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

สมควร กวียะ. (2545). *การสื่อสารมวลชน : บทบาทหน้าที่ลัทธิ เสรีภาพ ความรับผิดชอบ*.
พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์อักษราพัฒนา.

ลิขิต อีระเวคิน. (2549). *วิวัฒนาการการเมืองการปกครองไทย*. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

จุมพล หนิมพานิช. (2552). *กลุ่มผู้ผลประโยชน์กับการเมืองไทยแนวเก่าแนวใหม่และกรณีศึกษา*.
พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ธีระพงศ์ ธนเจริญรัตน์. (2553). *หลักสูตรการพัฒนาภาวะผู้นำของผู้บริหารคูกกลางการประกันภัย*.
ศูนย์นิพนธ์ปรัชญาคุณิบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สุจิต บุญบงการ. (2537). *การพัฒนาทางการเมืองของไทย : ปฏิสัมพันธ์ระหว่างทหาร สถาบันทาง
การเมืองและการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.