

รูปแบบการสื่อสารเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ของผู้นำท้องถิ่นในจังหวัดนครปฐม Form of communication to create the image of a local leader in Nakhon Pathom

นางมนัสชนก สุรัชย์กุลวัฒนา คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

konnarak2499@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ของผู้นำท้องถิ่นในจังหวัดนครปฐม” โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจในการเลือกใช้รูปแบบการสื่อสารของผู้นำท้องถิ่นในจังหวัดนครปฐม 2) เพื่อศึกษารูปแบบของการสื่อสารที่ใช้ในการสร้างภาพลักษณ์ให้กับผู้นำท้องถิ่นในจังหวัดนครปฐม และ 3) เพื่อศึกษาการนำรูปแบบการสื่อสารไปใช้ในการสร้างภาพลักษณ์ของผู้นำท้องถิ่น โดยการสัมภาษณ์เจาะลึกนายกเทศมนตรีจำนวน 3 คน และการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วมในพฤติกรรมสื่อสารของผู้นำท้องถิ่นเป็นเวลา 1 สัปดาห์ ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจในการเลือกใช้รูปแบบการสื่อสารได้แก่ ปัจจัยเรื่องงบประมาณ ปัจจัยด้านประสิทธิภาพของสื่อ ปัจจัยด้านข้อดีข้อเสียของสื่อ ปัจจัยด้านความเหมาะสมกับข้อมูลข่าวสาร ปัจจัยด้านความสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของท้องถิ่นนั้น ปัจจัยด้านความสะดวกและความพร้อมของนายกเทศมนตรีตำบล ปัจจัยด้านระดับการศึกษาของกลุ่มชาวบ้าน ปัจจัยด้านการเป็นสื่อที่สร้างความจดจำที่ดีให้แก่ประชาชนในท้องถิ่นนั้น ส่วนรูปแบบการสื่อสารสามารถสรุปได้ 3 รูปแบบ ได้แก่ การสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารมวลชน และการประชุมอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ประเด็นสุดท้ายคือการนำรูปแบบการสื่อสารไปใช้ในการสร้างภาพลักษณ์ของผู้นำท้องถิ่น ประโยชน์ที่ได้จากการวิจัยเรื่องนี้ จะเป็นประโยชน์ในการนำไปพัฒนารูปแบบการสื่อสารของผู้นำท้องถิ่นในจังหวัดนครปฐมให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นและสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในชุมชนนั้นๆ

คำสำคัญ ภาพลักษณ์ ผู้นำท้องถิ่น รูปแบบการสื่อสาร

Abstract

The objectives of this research were to study the forms of communication to create the image of local leader in Nakorn Pathom and to study the motivation to use forms of communication factors, the forms of communication that used to build the image of the local leaders. The researcher collected data by in-depth interview with 3 mayors and observation without participation in the communication activities of local leaders for 1 week.

The results of this research were as follows; the motivation to use forms of communication factors were factor of budget, media efficiency factor, media pros and cons factor, appropriation of information factor, concordance with local environment, convenience and preparedness of district mayor factor, villagers' level of education factor, the media of being a great recognition for local residents factor.

The forms of the communication can be concluded in 3 forms: interpersonal communication, mass media communication, and official and unofficial conference. The last mentioned was to use the forms of communication to build the image of local leaders. The benefit of this research was to develop the forms of communication of local leaders in Nakhon Pathom to be more efficient and compliant with the lifestyle of the people in the community.

Keywords Image, Local Leaders , Forms of Communication

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การสื่อสารมีความสำคัญต่อมนุษย์ทุกคน โดยมนุษย์จะทำการสื่อสารตลอดเวลาเพื่อถ่ายทอด แลกเปลี่ยนความคิด ความรู้สึก ความต้องการ ตลอดจนแสวงหาข้อมูลข่าวสารประกอบการตัดสินใจ หรือ เพื่อแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น ดังนั้น รูปแบบการสื่อสารกับการสร้างภาพลักษณ์ผู้นำจึงมีความสัมพันธ์กัน โดยรูปแบบการสื่อสารที่สามารถสร้างภาพลักษณ์ความเป็นผู้นำให้กับบุคคลบางคนหรือคนบางกลุ่ม ในขณะที่เดียวกันผู้นำก็สามารถนำรูปแบบการสื่อสารมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับคนในท้องถิ่นเพื่อนำคนในท้องถิ่นของตนให้เดินไปตามเป้าหมายที่วางไว้ เพื่อให้คนในท้องถิ่นสามารถดำรงอยู่ได้ในชุมชนนั้นอย่าง มั่นคง

การสร้างภาพลักษณ์ของผู้นำท้องถิ่นในจังหวัดนครปฐม เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่บุคคล องค์กร หน่วยงาน และสถาบัน ซึ่งมีความจำเป็นอย่างมาก การสร้างภาพลักษณ์ทำให้เกิดความ น่าเชื่อถือและความศรัทธาแก่ประชาชนในจังหวัด การสร้างภาพลักษณ์ของผู้นำท้องถิ่นผ่านช่องทาง การ สื่อสารอื่น เช่น สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ สื่ออินเทอร์เน็ต ฯลฯ ผู้นำท้องถิ่นที่โดดเด่นและมีคน รู้จักกันมาก มักจะต้องสร้างความสัมพันธ์อันดีกับสื่อมวลชน เพื่อให้สื่อมวลชนออกข่าวประชาสัมพันธ์ ความดีหรือผลงานของตน เพราะหากผู้นำท้องถิ่นมีผลงานเป็นที่ประจักษ์แก่สายประชาชนมากมายขนาด ไหน แต่ถ้าสื่อไม่มีการลงข่าวเพื่อประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนส่วนใหญ่ทราบก็ไม่มีประโยชน์ จึงไม่แปลก ใจที่จะเห็นผู้นำท้องถิ่นหลายคนเป็นเจ้าของสื่อในท้องถิ่นเอง หรือยอมลงทุนที่จะทำธุรกิจสื่อต่างๆ ที่การทำ สื่อบางประเภทอาจขาดทุนหรือกำไรน้อย แต่ก็จำเป็นต้องทำ ผู้นำท้องถิ่นหลายท่าน เช่น อดีตผู้ว่าราชการ จังหวัด นายกองดีการบริหารส่วนจังหวัด นายกเทศบาลตำบล ต้องซื้อเวลาและพื้นที่สื่อในการจัดรายการ วิทยุหรือโทรทัศน์ด้วยการเขียนบทความลงหนังสือพิมพ์หรือใช้สื่อมวลชนประเภทอื่นประกอบ เพราะการ จัดรายการวิทยุ โทรทัศน์ เขียนบทความลงหนังสือพิมพ์ ถือว่าได้เปรียบมากกว่าผู้นำท้องถิ่นคนอื่นที่มี นักข่าวช่วยประชาสัมพันธ์เขียนข่าวให้ พูดให้ ก็เนื่องมาจากนักการเมืองท้องถิ่น ผู้นั้นได้มีโอกาสแสดง ความคิดเห็นผ่านสื่อไปยังประชาชนได้โดยตรง ปัจจุบันทฤษฎีด้านการตลาดได้นำมาใช้กับการเมืองมากขึ้น การสร้างภาพลักษณ์ของนักการเมืองท้องถิ่นผ่านการตลาดจึงถือเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่ประสบความสำเร็จ การทำการตลาดการเมืองที่ดีนั้น จะต้องมีผู้จัดการด้านสื่อ คอยช่วยทำข้อมูล ทำวิจัย ทำโพลต์ในเรื่องต่างๆ มีการรับฟังความคิดเห็นของประชาชน มีการวิเคราะห์สถานการณ์ว่า ควรจะให้ผู้นำท้องถิ่นที่ทำการตลาด การเมือง พูดเมื่อไร เวลาไหน เพราะหากผู้นำท้องถิ่นไม่มีประเด็นในการนำเสนออีกก็ไม่ใช่เป็นที่สนใจของ สื่อมวลชนและก็ไม่เป็นข่าว การทำการตลาดการเมืองจึงต้องมีงบประมาณ การควบคุม การประเมิน ผลงาน การตรวจสอบ (อ้างใน พนิดา ประยูรศิริ : 2541)

ดังนั้นการใช้รูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสมกับคนในท้องถิ่นจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่จะนำมาช่วยสร้าง ภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผู้นำในท้องถิ่นได้ แต่การสร้างภาพลักษณ์ของผู้นำท้องถิ่นนั้นต้องสร้างทั้งตอนที่ มี อำนาจอยู่ในตำแหน่งและสร้างตอนที่ไม่ได้อยู่ในตำแหน่ง เช่น เมื่อไม่ได้รับเลือกตั้งก็ต้องนั่งรถตระเวนไป พบปะประชาชนคอยให้ความช่วยเหลือประชาชนในจังหวัดหรือท้องที่ต่างๆ เพื่อเก็บคะแนนในการเลือกตั้ง ในครั้งต่อไป จึงเห็นได้ว่าการสร้างภาพลักษณ์ของผู้นำท้องถิ่นมีความสำคัญและมีความจำเป็นที่จะทำให้ ผู้นำท้องถิ่นผู้นั้นชนะการเลือกตั้งหรือเป็นที่ยอมรับและเป็นที่เคารพศรัทธาของประชาชน สำหรับการสร้าง

ภาพลักษณ์ของผู้นำท้องถิ่นนั้นต้องอาศัยสื่อ อาศัยสถานการณ์ทางการเมืองในการสร้างภาพลักษณ์ของผู้นำท้องถิ่นด้วย (อ้างใน อรอนงค์ สวัสดิ์บุรี : 2549)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจในการเลือกใช้รูปแบบการสื่อสารของผู้นำท้องถิ่น
2. เพื่อศึกษารูปแบบของการสื่อสารที่ใช้ในการสร้างภาพลักษณ์ให้กับผู้นำท้องถิ่น
3. เพื่อศึกษาการนำรูปแบบการสื่อสารไปใช้ในการสร้างภาพลักษณ์ของผู้นำท้องถิ่น

นิยามศัพท์

ภาพลักษณ์ (Image) หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในใจของบุคคล ภาพในใจที่เกิดขึ้นจากการได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร จากประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อมบวกกับความรู้สึกนึกคิดที่เกิดขึ้นในใจ หรือ ภาพในใจที่บุคคลรับรู้ต่อบุคคล สถาบันและสถานที่ต่างๆ ภาพลักษณ์นี้อาจเปลี่ยนแปลงได้ตามสภาวะและเวลาที่ผ่านมา

ผู้นำท้องถิ่น หมายถึง บุคคลที่เป็นตัวแทนของประชาชนในท้องถิ่นในการทำงานประสานกับหน่วยงานของรัฐบาลกับประชาชนเพื่อผลประโยชน์ของประชาชนในท้องถิ่นนั้น ในงานวิจัยเรื่องนี้ ผู้นำท้องถิ่น ก็คือ นายกเทศบาลตำบลที่ได้รับการเลือกตั้งจากประชาชนในท้องถิ่นนั้นและมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับประชาชน

รูปแบบการสื่อสาร หมายถึง วิธีการพูดคุย แลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้ และความคิดเห็นระหว่างนายกเทศบาลตำบลกับประชาชนในท้องถิ่นนั้น รวมถึงการสื่อสารในลักษณะต่างๆ เพื่อถ่ายทอด คำพูด ความคิด ความรู้สึกตลอดจนข้อมูลข่าวสาร ในที่นี้หมายถึงรูปแบบหรือเครื่องมือการสื่อสารที่ใช้ในการสร้างภาพลักษณ์ของผู้นำท้องถิ่นจาก 3 เทศบาลตำบล ในจังหวัดนครปฐม ได้แก่ เทศบาลตำบลลำพญา อำเภอบางเลน เทศบาลตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล เทศบาลนครชัยศรี อำเภอนครชัยศรี

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ผลจากการศึกษาสามารถนำไปพัฒนารูปแบบการสื่อสารของผู้นำท้องถิ่นในจังหวัดนครปฐมให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในชุมชน

2. ผลจากการศึกษาทำให้ทราบถึงบทบาทและความสำคัญของการสื่อสารที่มีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ของผู้นำท้องถิ่นในจังหวัดนครปฐม

3. ผลการศึกษาสามารถใช้เป็นแนวทางให้จังหวัดใกล้เคียงศึกษารูปแบบและวิธีการสื่อสารเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ในการเป็นผู้นำท้องถิ่น

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งผู้วิจัยมุ่งศึกษาถึงปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจในการเลือกใช้รูปแบบการสื่อสารในการสร้างภาพลักษณ์ของผู้นำท้องถิ่น รูปแบบการสื่อสาร และการนำรูปแบบการสื่อสารของผู้นำท้องถิ่นไปใช้ในการสื่อสาร โดยวิธีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth interview) และใช้วิธีการสังเกตการณ์อย่างไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) เป็นวิธีเสริมเพื่อตรวจสอบว่าข้อมูลที่ได้รับจากการจากการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยสังเกตในแต่ละเทศบาลว่าส่งผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมอย่างไรต่อประชาชนในท้องถิ่นเป็นเวลา 1 สัปดาห์ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกอย่างครบถ้วนมากที่สุด

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนายกเทศมนตรีตำบล จำนวนทั้งสิ้น 3 คน เป็นเพศชาย ทั้ง 3 คน ส่วนใหญ่ มีอายุ 47 ปีขึ้นไป มีการศึกษาที่ระดับปริญญาตรี จำนวน 2 คน อีกคนหนึ่งจบระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) โดยรวมดำรงตำแหน่งนายกเทศบาลตำบล มาแล้วประมาณ 2-12 ปี ก่อนที่จะได้รับการเลือกตั้งเป็นนายกเทศบาลตำบล เคยทำธุรกิจส่วนตัวมาก่อน ได้แก่ ธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ค้าขาย และทำการเกษตร (เลี้ยงกุ้ง) มาก่อน

โดยสรุป นายกเทศบาลตำบลทั้ง 3 คน บางคนเคยมีส่วนร่วมทางการเมืองมาก่อนที่จะได้รับการเลือกตั้งเป็นนายกเทศบาลตำบล ไม่ว่าจะเป็นตำแหน่งสมาชิกสภาเทศบาล องค์การบริหารส่วนตำบล เป็นต้น การศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี สถานภาพทางการสมรส มีทั้งโสด สมรส และหย่าแล้ว ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดนครปฐมทั้งสิ้น และส่วนใหญ่เป็นคนที่ทุกคนในตำบลรู้จักดี

ส่วนที่ 2 รูปแบบการสื่อสารของนักรการเมืองท้องถิ่น

ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

1. **รูปแบบการสื่อสารของนักรการเมืองท้องถิ่น** รูปแบบการสื่อสารของผู้นำท้องถิ่นสามารถสรุปได้ 3 รูปแบบ ได้แก่ 1. การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) 2. การสื่อสารผ่านช่องทางการสื่อสาร (Communication) 3. การสื่อสารผ่านการประชุมอย่างเป็นทางการ และไม่เป็นทางการ (Formal Meeting and Informal Meeting) ดังนี้ **การสื่อสารแบบการสื่อสารระหว่างบุคคล** (Interpersonal Communication) มีบุคคลเป็นสื่อในการสื่อสารและใช้ “คำพูด” เป็นพาหะสำคัญในการสื่อสาร ซึ่งสามารถนำเสนอในรูปแบบดังนี้ (1) การพูดคุยเป็นการส่วนตัวแบบเห็นหน้าค่าตากันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร (Face to Face) (2) การอภิปรายอย่างไม่เป็นทางการกับผู้นำท้องถิ่น (3) การพูดคุยปฏิสัมพันธ์เวลาที่มีการพบปะกับชาวบ้านในท้องถิ่น (4) การพูดคุยกับชาวบ้านเวลาไปร่วมกิจกรรมประจำปีหรือกิจกรรมของชุมชน (5) การเข้าไปสำรวจความต้องการของชุมชน (6) การจัดเทศบาลสัญจร ทุกเดือน, ทุก 3 เดือน, **การสื่อสารผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ** (Communication) สามารถจำแนกเป็นรูปแบบการสื่อสารได้แก่ (1) เสียงตามสาย (2) วิทยุกระจายเสียง วิทยุท้องถิ่น (3) สื่อสิ่งพิมพ์ (4) เคเบิลท้องถิ่น (5) อินเทอร์เน็ต, **การสื่อสารผ่านการประชุมอย่างเป็นทางการ และไม่เป็นทางการ** (Formal Meeting and Informal Meeting) สามารถนำเสนอในรูปแบบการสื่อสารได้ดังนี้ (1) การสื่อสารผ่านการประชุมอย่างเป็นทางการ (Formal Meeting) (2) การสื่อสารผ่านการประชุมอย่างไม่เป็นทางการ (informal communication)

2. ประสิทธิภาพของการสื่อสารระหว่างผู้นำท้องถิ่นกับชาวบ้าน

ผลการวิจัยพบว่าประสิทธิภาพของการสื่อสารกับชาวบ้านอยู่ในระดับสูง อีกทั้งความชัดเจน ความสม่ำเสมอและความต่อเนื่องของข้อมูลข่าวสารที่ส่งออกไปยังประชาชนในท้องถิ่นมีความชัดเจน ไม่กำกวม ประกอบกับความเหมาะสมของเนื้อหาข่าวที่ส่งออกไปด้วย

3. กิจกรรมที่ผู้นำท้องถิ่นจัดให้ชาวบ้านหรือกิจกรรมที่ผู้นำเข้าไปมีส่วนร่วมกับชาวบ้าน

ผลจากการวิจัยพบว่ากิจกรรมที่ผู้นำท้องถิ่นจัดให้กับชาวบ้าน เช่น โครงการศึกษาดูงานนอกสถานที่ หรือกิจกรรมที่นายกเทศบาลตำบลเข้าไปมีส่วนร่วมกับชาวบ้าน เช่น งานศพ งานแต่ง งานวันสงกรานต์ งานปีใหม่ งานประจำปี เป็นกิจกรรมที่นายกเทศบาลจัดให้ชาวบ้านในชุมชนนั้น เช่น โครงการศึกษาดูงานนอกสถานที่ ซึ่งเทศบาลตำบล ได้จัดสรรงบประมาณเพื่อนำชาวบ้านในชุมชนไปดูงานนอก

สถานที่ เป็นกิจกรรมที่พาสมาชิกเทศบาล อสม. อปพร. กลุ่มแม่บ้าน ประธานชุมชน หรือแม้แต่คนชรา ในตำบล ไปศึกษาดูงานนอกสถานที่ ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี ชาวบ้านมีความพึงพอใจอย่างมาก ต่อความต่อเนื่องในการจัดกิจกรรม เพราะเป็นช่องทางการสื่อสารที่ได้ปฏิสัมพันธ์กับชาวบ้านอย่างใกล้ชิด นอกจากนี้กิจกรรมที่นายกเทศบาลตำบลเข้าไปมีส่วนร่วมกับชาวบ้านได้แก่ งานแต่งงาน งานศพ งานวัน สงกรานต์ งานปีใหม่ งานประจำปีของเทศบาล

4. ปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจในการเลือกใช้รูปแบบการสื่อสารของผู้นำท้องถิ่น

ส่วนปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจในการพิจารณาเลือกใช้รูปแบบการสื่อสารของผู้นำท้องถิ่น ได้แก่ ปัจจัย ด้านงบประมาณ ด้านประสิทธิผลของสื่อ ด้านข้อดีข้อเสียของสื่อ ด้านความเหมาะสมของข้อมูลข่าวสาร ด้านความสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของท้องถิ่นนั้น ด้านความสะดวกและความพร้อมของนายก เทศบาลตำบล ด้านการเป็นสื่อที่สร้างความจดจำที่ดีแก่ประชาชนในท้องถิ่นนั้น ปัจจัยด้านการศึกษาของกลุ่มเป้าหมาย ส่วนปัจจัยด้านความสะดวกและความพร้อมของนายกเทศบาลตำบล อยู่ในระดับปานกลาง ของปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจในการพิจารณาเลือกใช้รูปแบบการสื่อสารของนายกเทศบาลตำบล

5. การนำรูปแบบการสื่อสารไปใช้ในการสร้างภาพลักษณ์ของผู้นำท้องถิ่น

ในเรื่องของการนำรูปแบบการสื่อสารไปใช้ในการสร้างภาพลักษณ์ของผู้นำท้องถิ่นนั้นสามารถ จำแนกรูปแบบการนำไปใช้ตามที่เกิดจาก ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสาร และ ผู้รับสาร โดยนายก เทศบาลตำบลเห็นว่า รูปแบบการนำไปใช้ขึ้นอยู่กับ ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสารและผู้รับสาร ซึ่งไม่ ส่งผลกระทบต่อความรู้สึกที่ดีของประชาชนในท้องถิ่นเนื่องจากส่วนใหญ่การทำงานของสำนักงานเทศบาล ให้ความสำคัญกับประชาชนเป็นหลัก และตระหนักถึงการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างนายกเทศบาลกับ ประชาชนซึ่งเป็นคะแนนเสียงของตน ถ้านายกเทศบาลไม่มีผลงานเป็นที่ประจักษ์หรือมีความสัมพันธ์ที่ไม่ดี กับประชาชนก็อาจไม่ได้รับเลือกตั้งให้เป็นนายกเทศบาลตำบลในสมัยต่อไป

บทสรุป

จากการอภิปรายผลการวิจัย สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจในการเลือกใช้รูปแบบการสื่อสารของผู้นำท้องถิ่น

ผลจากการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจในการเลือกใช้รูปแบบการสื่อสารของผู้นำท้องถิ่นนั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านงบประมาณ ปัจจัยด้านประสิทธิผลของสื่อ ปัจจัยด้านข้อดีข้อเสียของสื่อ ปัจจัยด้าน ความเหมาะสมของข้อมูลข่าวสาร ปัจจัยด้านความสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของท้องถิ่นนั้น ปัจจัยด้าน

ความสะดวกและความพร้อมของนายกองค์การบริหารส่วนตำบล ปัจจัยด้านการเป็นสื่อที่สร้างความจดจำที่ดีแก่ประชาชนในท้องถิ่นนั้น ปัจจัยด้านการศึกษาของกลุ่มเป้าหมาย ส่วนปัจจัยด้านความสะดวกและความพร้อมของนายกเทศบาลตำบล ขึ้นอยู่ความสามารถในการทำงานของนายกเทศบาลตำบล เนื่องจากเป็นความสามารถที่จะสละเวลามาให้ชาวบ้านในเขตเทศบาลนั้นได้มากหรือน้อยเพียงใดหลังจากงานประจำที่ทำอย่างสม่ำเสมอแล้ว

2. รูปแบบของการสื่อสารที่ใช้ในการสร้างภาพลักษณ์ให้กับผู้นำท้องถิ่น

ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ 3 รูปแบบ (1) การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) หรือการสื่อสารแบบเผชิญหน้า (Face to Face) เป็นการสื่อสารที่คู่สื่อสารสามารถเห็นหน้าค่าตากันระหว่างการสนทนาและใช้คำพูดเป็นพาหนะในการนำสารไปสู่ผู้รับสาร หรือการพูดต่อกันไป ซึ่งเป็นช่องทางการสื่อสารแบบเผชิญหน้า หรือการสื่อสารระหว่างบุคคล นอกจากนั้นนายกเทศบาลยังใช้การลงพื้นที่เพื่อเข้าถึงชาวบ้านโดยพูดคุยกับชาวบ้านในชุมชนต่างๆ โดยสอบถามถึงความต้องการของชาวบ้าน รูปแบบการสื่อสารแบบเห็นหน้าค่าตากัน (Face to Face Communication) จึงเป็นการสื่อสารที่ผู้นำท้องถิ่นนิยมใช้มากที่สุดในการสื่อสารกับชาวบ้าน (2) การสื่อสารผ่านช่องทางการสื่อสาร (Communication) เป็นการสื่อสารที่ผู้ส่งสารส่งข่าวสารผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นทางสื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่ออินเทอร์เน็ต รูปแบบการสื่อสารประเภทนี้จำเป็นต้องอาศัยความรู้ความสามารถจากผู้เชี่ยวชาญ งบประมาณและเทคโนโลยีที่ทันสมัย ทำให้บางชุมชนไม่สามารถจัดตั้งช่องทางการสื่อสารของชุมชนได้ นอกจากนั้นช่องทางการสื่อสารบางอย่างก็ไม่เหมาะกับการศึกษาของผู้รับสารโดยเฉพาะคนชรา คนที่มีการศึกษาน้อย และคนที่มีปัญหาทางสายตาจะไม่สามารถรับข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ได้ ส่วนสื่อในรูปแบบเสียงตามสาย วิทยุกระจายเสียง เป็นการสื่อสารที่ผู้นำท้องถิ่นพยายามจัดทำให้ครบทุกจุดในเขตเทศบาล เพื่อต้องการให้มีการสื่อสารกันภายในหมู่บ้านของตนเพื่อรับทราบข้อมูลต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อความเป็นอยู่ของชาวบ้าน ดังนั้นเนื้อหาของข่าวสารที่ส่งผ่านเสียงตามสาย วิทยุชุมชน เคเบิลท้องถิ่น จะสอดคล้องกับความต้องการของชาวบ้านมากกว่าสื่ออื่น ส่วนสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่ออีกรูปแบบหนึ่งที่ไม่เป็นที่นิยมในท้องถิ่นเนื่องจากปัญหาทางการศึกษา ความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์ การเข้าถึงของสัญญาณ (3) การประชุมระหว่างนายกเทศบาลตำบลกับผู้นำในท้องถิ่นและ/หรือสภาเทศบาล ซึ่งสามารถแบ่งเป็นการประชุมอย่างเป็นทางการ (Formal Meeting) และการประชุมอย่างไม่เป็นทางการ (Informal Meeting) การประสานงานระหว่างนายกเทศบาลตำบลเป็นทั้งการประสานงานใน

แนวดิ่ง (Vertical) เป็นการประสานงานจากนโยบายของผู้บังคับบัญชาผ่านข้าราชการรวมถึงนายกเทศบาล ไปยังประชาชนในท้องถิ่นและการประสานงานในแนวนอน (Horizontal) เป็นการประสานงานระหว่างผู้นำท้องถิ่นด้วยกันเอง เป็นการไหลของข่าวสารที่ผ่านผู้นำความคิดหรือผู้นำท้องถิ่นไปยังประชาชน ซึ่งการยอมรับหรือไม่นั้นขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้นำท้องถิ่นกับประชาชนในท้องถิ่นนั้น การที่นายกเทศบาลได้รับการเลือกตั้งจากชาวบ้านในท้องถิ่นนั้นให้เป็นตัวแทนในการบริหารจัดการ พัฒนาท้องถิ่นนั้น ทำให้การบริหารจัดการงานต่างๆ จำเป็นต้องสำรวจความต้องการของชาวบ้านและกำหนดนโยบายเพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านการพัฒนาความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น

3. การนำรูปแบบการสื่อสารไปใช้ในการสร้างภาพลักษณ์ของผู้นำท้องถิ่น

1. ผู้ส่งสาร (sender) นำรูปแบบการสื่อสารที่ผู้นำท้องถิ่นใช้ประจำคือการสื่อสารระหว่างบุคคลในการลงไปพบปะกับชาวบ้าน ซึ่งเป็นการสื่อสารกันแบบเห็นหน้าค่าตากันมากเป็นส่วนใหญ่ อีกรูปแบบหนึ่งที่ใช้ทุกเดือนคือ เทศบาลสัญจร เพื่อสร้างความคุ้นเคยและเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสาร ทำให้ชาวบ้านมีทัศนคติที่ดีต่อกองนายกเทศบาล ซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของผู้นำท้องถิ่น

2. สาร (message) หรือเนื้อหาข่าวสารที่ส่งออกไปยังชาวบ้านมีความชัดเจน น่าเชื่อถือ และเที่ยงตรง เนื้อหานั้นเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตของชาวบ้านในท้องถิ่นนั้นเนื่องจากการประชาสัมพันธ์กิจกรรมของสำนักงานเทศบาล หรือประโยชน์ที่ชาวบ้านจะได้รับ ซึ่งส่งผลต่อทัศนคติในแง่บวกที่มีต่อเทศบาล

3. ช่องทางการสื่อสาร (channel) ผู้นำท้องถิ่นเลือกใช้สื่อที่มีเหมาะสมกับชาวบ้านในท้องถิ่น สิ่งสำคัญที่ต้องคำนึงถึงปัจจัยในเรื่องงบประมาณเป็นสิ่งสำคัญ เพราะการเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารของนายกเทศมนตรี ต้องมีความเข้าใจในคุณลักษณะของประชาชนในท้องถิ่นนั้น เพื่อที่จะสามารถเข้าถึงความต้องการของประชาชนได้ทุกชุมชน เพื่อขจัดปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสาร ซึ่งส่งผลต่อการสร้างการจดจำที่ดีให้กับชาวบ้านในท้องถิ่นนั้น

4. ผู้รับสาร (receiver) มีสำคัญต่อการเลือกใช้รูปแบบการสื่อสาร เพื่อที่จะทำให้ชาวบ้านเข้าใจในเนื้อหาข่าวสาร และเชื่อมั่นในข้อมูลข่าวสารนั้น ก่อให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อกองนายกเทศบาลตำบล และต่อสำนักงานเทศบาลด้วย

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการศึกษารูปแบบการสื่อสารในระดับที่สูงขึ้นนอกจากการเมืองท้องถิ่นซึ่งจะทำให้เห็นรูปแบบการสื่อสารในภาพรวมได้กว้างขึ้น
2. ควรให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำรูปแบบการสื่อสารของผู้นำท้องถิ่นในจังหวัดอื่นๆ ไปพัฒนาให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในชุมชนนั้นมากขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีนั้น เนื่องจากความช่วยเหลือและความกรุณาอย่างดียิ่งของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. บังอร เบญจาทิกุล อธิการบดีมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ที่ให้ทุนสนับสนุนการวิจัย ในครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พนม วรรณศิริ คณบดีคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ซึ่งให้คำแนะนำแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ และให้ความช่วยเหลือจนงานวิจัยชิ้นนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลงานการวิจัยครั้งนี้คงจะเป็นประโยชน์ต่อไปไม่ช้าก็น้อย

บรรณานุกรม

- ชูศักดิ์ ชูช่วย (2533) **บทบาทของผู้นำท้องถิ่นในการพัฒนาชุมชน** วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- ธัญชนก คล้ายสังข์ (2554) **ภาพลักษณ์ความภักดีของนักท่องเที่ยวต่อสามชุกตลาดร้อยปีจังหวัดสุพรรณบุรี** สารนิพนธ์ สาขาวิชาการจัดการ หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- พนิดา ประยูรศิริ (2541) **ภาพลักษณ์ของนักการเมืองกับการยอมรับของประชาชน** วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการปกครอง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ปานตา ดรามิตร (2552) **รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน**
- สมฤทัย เสือปาน (2549) **รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี**

เสถียร เชนประดับ (2540) **การสื่อสารกับการเมือง** กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
อรอนงค์ สวัสดิ์บุรี (2549) **รูปแบบการสื่อสารของนักการเมืองท้องถิ่น** สนับสนุนโดยสำนักงาน
คณะกรรมการอุดมศึกษาและสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

Berrigan, F.J. (1979) **Community Communications**, UNESCO.

Donald C. Rowat (editor) (1980) **International Handbook on Local Government Reorganization**.

London : Aldwych Press

Ronald L.Krannich (1978) **Mayors and Managers in Thailand : The Struggle for Political Life in
Administrative Settings**. Ohio : Ohio University

Roger E.M. (1963) **Diffusion and Innovations (third edition)**. New York: Macmillan Publishing
Co., Inc

Roger E.M. (1976) **Communication and Development: critical perspectives**. Beverly Hills : Sage
Publishtion