



## รายงานการวิจัย

เรื่อง

การสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น  
ในจังหวัดขอนแก่น

Political Communication for Local Development of Administrators of local  
Administrative Organization in Khon Kaen Province

โดย

ผศ.ดร.สุรพล พรหมกุล

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตขอนแก่น

พ.ศ. ๒๕๖๕

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตขอนแก่น

MCU RS 800765163



## รายงานการวิจัย

เรื่อง

การสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น  
ในจังหวัดขอนแก่น

Political Communication for Local Development of Administrators of local  
Administrative Organization in Khon Kaen Province

โดย

ผศ.ดร.สุรพล พรหมกุล

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตขอนแก่น

พ.ศ. ๒๕๖๕

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตขอนแก่น

MCU RS 800765163

(ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตขอนแก่น)



## Research Report

Political Communication for Local Development of Administrators of local  
Administrative Organization in Khon Kaen Province

By

Asst.Prof.Dr.Suraphon Promgun

Mahachulalongkornrajavidyalaya University Khon Kaen Campus

B.E. 2565

Research Project Funded

Mahachulalongkornrajavidyalaya University Khon Kaen Campus

MCU RS 800765163

(Copyright Mahachulalongkornrajavidyalaya University Khon Kaen Campus)

ชื่อรายงานการวิจัย:	การสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น
ผู้วิจัย:	ผศ.ดร.สุรพล พรหมกุล
ส่วนงาน:	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตขอนแก่น
ปีงบประมาณ:	๒๕๖๕
ทุนอุดหนุนการวิจัย:	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตขอนแก่น

## บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ๑) ศึกษาสภาพ ปัญหาอุปสรรค และปัจจัยเงื่อนไขที่มีผลต่อการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น ๒) พัฒนารูปแบบการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น ๓) วิเคราะห์การนำรูปแบบไปใช้ในการพัฒนาคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี คือการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ ๑) แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ๒) แบบสนทนากลุ่มเฉพาะ ๓) แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูล ๑) วิเคราะห์ข้อมูลจากเนื้อหา และการวิเคราะห์แบบอุปนัย ๒) วิเคราะห์ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ของรูปแบบ โดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ๓) วิเคราะห์ผลการนำรูปแบบไปใช้ในการพัฒนา ก่อนและหลัง โดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

### ผลการวิจัยพบว่า

๑) สภาพการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น พบว่า กระบวนการสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นที่เป็นรูปธรรม ประกอบด้วย ๑) ผู้ส่งสาร ๒) สาร ๓) ช่องทางการสื่อสาร ๔) ผู้รับสาร ลักษณะการสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ประกอบด้วย ๑) เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการสื่อสาร ๒) สร้างสื่อในชุมชน ๓) การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ๔) การสื่อสารตามนโยบาย ประเภทของสื่อที่ใช้ในการพัฒนาท้องถิ่น ประกอบด้วย ๑) สื่อมวลชน ๒) สื่อบุคคล ๓) สื่อสิ่งพิมพ์ ๔) สื่อดิจิทัล ส่วนปัญหาอุปสรรคของการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น พบว่า ๑) ผู้ส่งสาร คือ คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นขาดความรู้ความเข้าใจในข้อมูลที่ต้องการ จะสื่อสารสื่อสารในบางเรื่องมีวิธีการถ่ายทอดและการนำเสนอที่ไม่เหมาะสม ขาดความพร้อมในการส่งสาร ๒) สารมีเนื้อหาไม่เหมาะสมกับผู้รับสาร อาจยากหรือเข้าใจเกินไป สารขาดการจัดลำดับที่ดี สลับซับซ้อน สารมีรูปแบบแปลกใหม่ยากต่อความเข้าใจ สารที่ใช้ภาษาคลุ่มเครือ ขาดความชัดเจน ๓) การใช้ช่องทางสื่อสารไม่เหมาะสมกับสารที่ต้องการนำเสนอ การใช้ช่องทางสื่อสารไม่มีประสิทธิภาพ ๔) ผู้รับสารขาดความรู้ ความพร้อมที่จะรับสาร ผู้รับสารมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสาร ผู้รับสารมีความคาดหวังในการสื่อสารสูงเกินไป ในขณะที่ปัจจัยเงื่อนไขที่มีผลต่อการสื่อสารทาง

การเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นคือ ทักษะคติ ทักษะในการสื่อสาร ความรู้ สถานภาพทางสังคม ตำแหน่ง บทบาทหน้าที่ทางสังคม ปัจจัยของสาร ปัจจัยของสื่อ

๒) ผลการพัฒนารูปแบบการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น พบว่า รูปแบบมี ๔ องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบที่ ๑ ผู้ส่งสาร มี ๓ องค์ประกอบหลัก มี ๑๔ องค์ประกอบย่อย องค์ประกอบที่ ๒ สาร มี ๖ องค์ประกอบหลัก มี ๑๒ องค์ประกอบย่อย องค์ประกอบที่ ๓ ช่องทางการสื่อสาร มี ๕ องค์ประกอบหลัก มี ๑๖ องค์ประกอบย่อย องค์ประกอบที่ ๔ ผู้รับสาร มี ๓ องค์ประกอบหลัก มี ๑๒ องค์ประกอบย่อย ผลการประเมินรูปแบบซึ่งมีประเด็นพิจารณาประกอบด้วย ชื่อรูปแบบ หลักการ วัตถุประสงค์ วิธีดำเนินการ องค์ประกอบของรูปแบบ ตัวชี้วัดความสำเร็จ พบว่า รูปแบบมีความเหมาะสม มีความเป็นไปได้ และเป็นประโยชน์ ในระดับมากที่สุด ในขณะที่เดียวกันผู้วิจัยได้พัฒนาไลน์ OA เพื่อใช้ในการติดต่อประสานงานให้เร็วขึ้นระหว่างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เป็นกลุ่มเป้าหมายกับประชาชน พร้อมกับดำเนินการฝึกอบรมให้กับผู้ดูแลระบบในการเขียนข่าวเพื่อประชาสัมพันธ์งานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

๓) ผลการประเมินการนำรูปแบบไปใช้ในการพัฒนา พบว่า คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เป็นกลุ่มเป้าหมายมีการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นก่อนได้รับการพัฒนาตามรูปแบบมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\mu = ๔.๑๗$ ) หลังได้รับการพัฒนาตามรูปแบบมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน ( $\mu = ๔.๔๑$ ) นั่นคือคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เป็นกลุ่มเป้าหมายมีค่าเฉลี่ยหลังได้รับการพัฒนาสูงขึ้นกว่าก่อนได้รับการพัฒนาอย่างชัดเจน ส่วนผลการประเมินการใช้ไลน์ OA พบว่า คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เป็นกลุ่มเป้าหมายก่อนการพัฒนา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\mu = ๔.๔๑$ ) แต่หลังได้รับการพัฒนามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\mu = ๔.๖๘$ ) นั่นคือคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เป็นกลุ่มเป้าหมายมีค่าเฉลี่ยหลังได้รับการพัฒนาสูงขึ้นกว่าก่อนได้รับการพัฒนาอย่างชัดเจน

**คำสำคัญ:** การสื่อสารทางการเมือง; การพัฒนาท้องถิ่น; ผู้บริหารท้องถิ่น; องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

**Research Title:** Political Communication for Local Development of Administrators of local Administrative Organizations in Khon Kaen Province

**Researcher:** Asst. Prof. Dr.Suraphon Promgun

**Department:** Mahachulalongkornrajavidyalaya University  
Khon Kaen Campus

**Fiscal Year:** 2565/2022

**Research Scholarship Sponsor:** Mahachulalongkornrajavidyalaya University  
Khon Kaen Campus

## ABSTRACT

This research aimed: 1) to study political communication for the local development of administrators of local administrative organizations in Khon Kaen Province 2) to develop the model of political communication for local development of administrators of local administrative organizations in Khon Kaen Province 3) to study the use of political communication for local development of administrators of local administrative organizations in Khon Kaen Province. This research was mixed method research between qualitative research and action research. The tools used for data collection were: 1) an in-depth interview form, 2) a specific group discussion form, and 3) a questionnaire. The data analysis was conducted by means of 1) content analysis and inductive analysis, 2) analysis of suitability, possibility, and usefulness of the model using the mean and standard deviation, 3) analysis of the use of the model before and after development using mean and standard deviation.

The research results were as follows:

1. Based on the study of state of political communication for local development of the administrators of local administrative organizations in Khon Kaen Province, it was found that there was a concrete communication process for local development consisted of 1) sender 2) message 3) channel 4) receivers. Characteristics of communication for local development consist of 1) giving people the opportunity to participate in communication, 2) creating media in the community, 3) participatory communication, and 4) policy-based communication. Types

of channels used in local development consist of 1) Mass media 2) Personal media 3) Print media and 4) Digital media. As for the problems and obstacles of political communication for local development, it was found that 1) the sender was the administrators of local administrative organizations lacking knowledge and understanding of the information they wanted to convey. Some communications have inappropriate ways of conveying and presenting and lack readiness to send messages. Contents that are inappropriate for the message, may be too difficult or too easy. The message lacks a good sequence, complex, new forms of substances are difficult to understand. The message uses vague language or lack of clarity. 3) The use of communication channels is not suitable for the message to be presented or it is inefficient use of communication channels. 4) Receivers lack knowledge readiness to receive. The receiver has a bad attitude toward the message. The receiver has communication expectations that are too high. While the conditional factors affecting political communication for local development were attitudes, communication skills, knowledge, social status, positions, social roles, communication factors, and media factors.

2. Model of political communication for local development of local government executives in Khon Kaen province found that there are 4 elements in the model: (1) the sender has 3 main elements, 14 sub-elements, (2) the message has 6 main elements, 12 sub-elements, (3) channels has 5 main elements, 16 sub-elements, (4) the receiver has 3 main elements with 12 sub-components. The model evaluation result was that the issues for consideration consisted of the model's name, principles, objectives, implementation method, model elements, and indicators of success. The model was appropriate and has a possibility and usefulness at the highest level. At the same time, the researcher has developed Line OA to be used for faster coordination between the targeted local government organizations and the people, along with training for administrators in writing news to publicize the work of the local administrative organizations.

3. The evaluation results of the use of the model in development found that the administrators of target group local administrative organizations had political communication for local development before being developed according to the model were at a high average level ( $\mu = 4.17$ ) after being developed according to the model, the mean was at the same high level ( $\mu = 4.41$ ). That is, the target group local government administrator had a significantly higher mean after development than before. As for the evaluation results of the use of Line

OA, it was found that the administrator of the target group local administrative organizations before development had an average level of high level ( $\mu = 4.41$ ), but when it was developed, it was found that the average is at the highest level ( $\mu = 4.68$ ). That is, the administrator of the target group local administrative organization had a significantly higher mean after development than before.

**Keywords:** political communication; local development; local administrator



## กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีโดยได้รับความอนุเคราะห์จาก พระครูสุธีกิตติบัณฑิต, รศ. ดร. ผู้อำนวยการสถาบันพุทธศาสตร์ พระมหาเสรีชน นริสสโร, ดร. รอง ผู้อำนวยการสถาบันพุทธศาสตร์ พระมหาชุตีภัก อภินนโท ผู้อำนวยการส่วนงานวางแผนและส่งเสริมการวิจัย พระมหาเกรียงศักดิ์ อินทปญโญ, ดร. ผู้อำนวยการส่วนงานบริหาร ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณตรวจสอบงานวิจัยประกอบด้วย พระสุธีรัตนบัณฑิต, รศ.ดร. คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ผศ.ดร. ชันทอง วัฒนประดิษฐ์ อาจารย์ประจำหลักสูตรสันติศึกษา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย รศ.ดร. วุฒินันท์ กันทะเตียน อาจารย์คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ที่กรุณาให้คำแนะนำเพื่อการปรับปรุงแก้ไขให้มีความสมบูรณ์

ขอขอบคุณคณะผู้บริหารของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตขอนแก่น ได้แก่ พระราชพัฒนวัชรบัณฑิต, รศ.ดร. รองอธิการบดีวิทยาเขตขอนแก่น รศ.ดร.วิทยา ทองดี ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายกิจการทั่วไปมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตขอนแก่น ที่ให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยมาโดยตลอด

ขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบรูปแบบทั้ง ๕ ท่าน คือ รศ.ดร.ภาสกร ดอกจันทร์ อาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม รศ.ดร.อลงกรณ์ อรรคแสง อาจารย์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม รศ.ณัฐนันท์ สุวรรณวงค์ อาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี รศ.ดร.ไชยวัฒน์ เพ็ญคอง อาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี รศ.ดร.ธงชัย สิงอุตม อาจารย์วิทยาลัยสงฆ์เลย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ตลอดถึงผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย ทั้ง ๕ ท่าน คือ รศ. ว่าที่เรือตรี ดร. เอกวิทย์ มณีธร อาจารย์มหาวิทยาลัยบูรพา รศ.ดร.เต็มศักดิ์ ทองอินทร์ อาจารย์มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ผศ. ดร. วินิจ ผาเจริญ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ผศ.ดร.สมปอง สุวรรณภูมา ดร.สัญญา เคนาภูมิ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการวิจัย ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในการตรวจเครื่องมือการวิจัย ตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบในครั้งนี้

ขอขอบคุณคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่นที่ได้อนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล จนทำให้งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จด้วยดี ขอขอบคุณองค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ที่ได้อนุญาตให้เป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นพื้นที่เป้าหมายในการพัฒนาทำให้การฝึกอบรมผ่านไป ด้วยดี และมีนวัตกรรมใหม่เกิดขึ้นคือ ไลน์ OA “อบต.โคกสี ขอนแก่น”

ความดีอันเกิดจากรายงานการวิจัยครั้งนี้ ข้าพเจ้าขอนอบน้อมถวายแด่อุปัชฌาย์อาจารย์ผู้ประสิทธิประสาทวิชาความรู้ สันสมจนเกิดเป็นสติปัญญาให้แก่ลูก้ารับใช้สังคม ประเทศชาติและพระพุทธศาสนา

ผศ.ดร.สุรพล พรหมกุล

๑๐ มิถุนายน ๒๕๖๖

## สารบัญ

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ค
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ณ
<b>บทที่ ๑ บทนำ.....</b>	<b>๑</b>
๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	๑
๑.๒ ปัญหาของการวิจัย.....	๔
๑.๓ วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	๔
๑.๔ ขอบเขตของการวิจัย.....	๔
๑.๕ นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย.....	๕
๑.๖ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	๖
๑.๗ กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	๗
<b>บทที่ ๒ แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....</b>	<b>๘</b>
๒.๑ แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร.....	๘
๒.๒ แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง.....	๑๙
๒.๓ แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา.....	๓๑
๒.๔ แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น.....	๔๑
๒.๕ ทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการพัฒนา.....	๔๗
๒.๖ แนวคิดเกี่ยวกับผู้บริหารท้องถิ่น.....	๕๒
๒.๗ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	๖๙
<b>บทที่ ๓ วิธีดำเนินการวิจัย .....</b>	<b>๘๑</b>
๓.๑ รูปแบบการวิจัย.....	๘๑
๓.๒ พื้นที่การวิจัยและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ.....	๘๒
๓.๓ เครื่องมือ และการพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย.....	๘๕
๓.๔ การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	๘๙

๓.๕ การวิเคราะห์ข้อมูล.....	๙๔
๓.๖ การนำเสนอผลการศึกษาวิจัย.....	๙๔
๓.๗ สรุปกระบวนการวิจัย.....	๙๕
<b>บทที่ ๔ ผลการวิจัย.....</b>	<b>๙๖</b>
๔.๑ สภาพ ปัญหาอุปสรรค และปัจจัยเงื่อนไขที่มีผลต่อการสื่อสารทาง การเมือง เพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น.....	๙๖
๔.๒ รูปแบบการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น .....	๑๑๙
๔.๓ การนำรูปแบบไปใช้ในการพัฒนาคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัด ขอนแก่น.....	๒๑๒
๔.๔ องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย.....	๒๒๔
<b>บทที่ ๕ สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....</b>	<b>๒๒๖</b>
๕.๑ สรุปผลการศึกษา.....	๒๒๖
๕.๒ อภิปรายผลการศึกษา .....	๒๓๔
๕.๓ ข้อเสนอแนะ .....	๒๓๗
<b>บรรณานุกรม.....</b>	<b>๒๓๙</b>
<b>ภาคผนวก.....</b>	<b>๒๔๘</b>
ภาคผนวก ก บทความวิจัย.....	๒๔๙
ภาคผนวก ข เครื่องมือการวิจัย .....	๒๖๔
ภาคผนวก ค คู่มือการใช้ รูปแบบ Smart Communicator .....	๒๘๒
ภาคผนวก ง คู่มือการใช้งาน LINE Official Account.....	๓๑๗
ภาคผนวก จ ใบรับรองจริยธรรมการวิจัย .....	๓๑๘
ภาคผนวก ฉ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำผลจากโครงการวิจัยไปใช้ประโยชน์.....	๓๒๐
ภาคผนวก ช ตารางเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ กิจกรรมที่วางแผนไว้และกิจกรรม ที่ได้ดำเนินการมาและผลที่ได้รับของโครงการ .....	๓๒๓
<b>แบบสรุปโครงการวิจัย.....</b>	<b>๓๒๕</b>
<b>ประวัตินักวิจัย.....</b>	<b>๓๓๐</b>

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
๒.๑ แสดงวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารและผู้รับสาร .....	๑๓
๔.๑ การประเมินและให้ข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิเกี่ยวกับองค์ประกอบที่ ๑ ผู้ส่งสาร (Sender) .....	๑๒๘
๔.๒ การประเมินและให้ข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิเกี่ยวกับองค์ประกอบที่ ๒ สาร/ข่าวสาร (Message).....	๑๓๔
๔.๓ การประเมินและให้ข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิเกี่ยวกับองค์ประกอบที่ ๓ ช่องทางการสื่อสาร (Channel).....	๑๖๒
๔.๔ การประเมินและให้ข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิเกี่ยวกับองค์ประกอบที่ ๔ ผู้รับสาร (Receiver).....	๑๗๔
๔.๕ การพัฒนาการเป็นผู้ส่งสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น.....	๑๙๓
๔.๖ กิจกรรมพัฒนาผู้ส่งสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น .....	๑๙๔
๔.๗ การพัฒนาเกี่ยวกับสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น .....	๑๙๖
๔.๘ กิจกรรมพัฒนาสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น.....	๑๙๘
๔.๙ กิจกรรมการพัฒนาช่องทางการสื่อสาร .....	๒๐๑
๔.๑๐ กิจกรรมพัฒนาช่องทางการสื่อสาร.....	๒๐๒
๔.๑๑ กิจกรรมพัฒนาผู้รับสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น .....	๒๐๔
๔.๑๒ กิจกรรมพัฒนาเกี่ยวกับผู้รับสาร.....	๒๐๕
๔.๑๓ กิจกรรมพัฒนาผู้รับสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น .....	๒๐๗
๔.๑๔ กิจกรรมพัฒนาเกี่ยวกับผู้รับสาร.....	๒๐๗
๔.๑๕ แสดงผลการประเมินด้านความเหมาะสม ความเป็นไปได้.....	๒๑๐
๔.๑๖ แสดงผลการประเมินการใช้รูปแบบ Smart Communicator .....	๒๑๗
๔.๑๗ แสดงผลการประเมินการใช้ ไลน์ OA .....	๒๒๓

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
๑.๑ แผนภาพที่ กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	๗
๒.๑ แสดงแบบจำลองการสื่อสารภายในตัวบุคคล.....	๑๓
๒.๒ แสดงแบบจำลองการสื่อสารทางการเมืองของ ไบรอัน แมคแนร์.....	๒๓
๒.๓ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ในชุมชน : ปัจจัยสำคัญของการพัฒนา.....	๓๕
๓.๑ ภาพประกอบสรุปกระบวนการวิจัย .....	๙๕
๔.๑ สรุป สภาพ ปัญหาอุปสรรค และปัจจัยเงื่อนไขที่มีผลต่อการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น.....	๑๑๘
๔.๒ แสดงร่างแผนภาพองค์ประกอบที่ ๑ ผู้ส่งสาร.....	๑๒๐
๔.๓ แสดงองค์ประกอบหลัก องค์ประกอบย่อยขององค์ประกอบที่ ๑ ผู้ส่งสาร(Sender).....	๑๒๙
๔.๔ แสดงองค์ประกอบที่ ๒ สารหรือข่าวสาร .....	๑๓๐
๔.๕ แสดงองค์ประกอบหลัก องค์ประกอบย่อย ของ สาร/ข่าวสาร (Message) .....	๑๓๕
๔.๖ องค์ประกอบที่ ๓ ช่องทางการสื่อสาร (Channel) .....	๑๓๖
๔.๗ เว็บไซต์เทศบาลนครขอนแก่น.....	๑๔๘
๔.๘ เว็บไซต์เทศบาลนครขอนแก่นที่แสดงข้อมูลการพัฒนาท้องถิ่นเทศบาลนครขอนแก่น.....	๑๔๘
๔.๙ แสดงเฟซบุ๊กของเทศบาลนครขอนแก่น .....	๑๕๐
๔.๑๐ แสดงภาพ QR Code ไลน์ของสำนักงานช่าง เทศบาลนครขอนแก่น.....	๑๕๒
๔.๑๑ แสดงภาพการเข้าถึงที่อยู่ทุบและสื่ออื่น ๆ ของเทศบาลเมืองบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น .....	๑๕๕
๔.๑๒ แสดงองค์ประกอบหลัก องค์ประกอบย่อยของช่องทางการสื่อสาร (Channel) .....	๑๖๓
๔.๑๓ แสดงองค์ประกอบที่ ๔ คือ ผู้รับสาร (Receiver) .....	๑๖๔
๔.๑๔ แสดงองค์ประกอบหลัก องค์ประกอบย่อย ของผู้รับสาร .....	๑๗๕
๔.๑๕ แสดงองค์ประกอบหลัก องค์ประกอบย่อยของ Smart Sender .....	๑๘๓
๔.๑๖ แสดงองค์ประกอบหลัก องค์ประกอบย่อย ของ Smart Message.....	๑๘๔
๔.๑๗ แสดงองค์ประกอบหลัก องค์ประกอบย่อย ของสื่อหรือช่องทางการสื่อสาร Smart Receiver.....	๑๘๕
๔.๑๘ แสดงองค์ประกอบหลัก องค์ประกอบย่อยของ Smart Receiver.....	๑๘๖
๔.๑๙ แสดงร่างรูปแบบ “Smart Communicator” .....	๑๘๗
๔.๒๐ ภาพแสดงรูปแบบ “Smart Communicator” .....	๒๐๙
๔.๒๑ ภาพคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกลุ่มเป้าหมายนำให้วัพระ ก่อนทำการฝึกอบรมตามรูปแบบ Smart Communicator.....	๒๑๓

## สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
๔.๒๒ ภาพผู้วิจัยชี้แจงคู่มือรูปแบบ Smart Communicator ก่อนจะฝึกอบรม คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกลุ่มเป้าหมาย.....	๒๑๔
๔.๒๓ ภาพผู้วิจัยกำลังอธิบายการประเมินผลการฝึกอบรมตามรูปแบบ Smart communicator หลังจากผ่านไปแล้ว ๖๐ วัน.....	๒๑๕
๔.๒๔ ภาพคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกลุ่มเป้าหมายทำแบบประเมิน และ แสดงพลังของการเป็นนักสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น.....	๒๑๖
๔.๒๕ ภาพแสดงองค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย.....	๒๒๕

## บทที่ ๑

### บทนำ

#### ๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในระบอบการปกครองแบบประชาธิปไตยกับการสื่อสารกับการเมืองมีความเกี่ยวพันกันอย่างใกล้ชิด การสื่อสารเป็นพื้นฐานของศาสตร์สาขาต่าง ๆ ส่วนการเมืองเป็นเรื่องของการใช้และการควบคุมอำนาจแนวคิดทางการเมืองผูกพันอยู่กับการสื่อสารจนแยกกันไม่ออก บุคคล สถาบัน หรือประเทศหนึ่งไม่สามารถมีอำนาจหรืออิทธิพลเหนือบุคคล สถาบัน หรือประเทศอื่นได้ถ้าไม่ใช้การสื่อสาร การสื่อสารเป็นเครื่องมือที่จะนำไปสู่การกระทำทางการเมือง กล่าวคือ ชีวิตและสังคมจะเป็นไปอย่างไรขึ้นอยู่กับความสามารถของประชาชนในการแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูลระหว่างกัน หรืออีกนัยหนึ่งก็คือ การสื่อสารเป็นเครื่องมือสนับสนุน หรือเรียกร่องทางการเมืองนั่นเอง<sup>๑</sup> การสื่อสารทางการเมืองคือกระบวนการสื่อสารที่มีองค์ประกอบ ๓ ฝ่าย ได้แก่ กลุ่มองค์กรทางการเมือง สื่อมวลชน และประชาชน โดยที่กลุ่มองค์กรทางการเมืองมีความต้องการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนไปยังประชาชน สื่อมวลชนก็ทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการเผยแพร่ข่าวสารนั้นภายใต้มุมมองจุดยืนและอุดมการณ์ทางการเมืองที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งเป็นสิ่งที่ประชาชนผู้รับสารจะใช้วิจรณ์ญาณในการพิจารณาและขณะเดียวกันประชาชนก็อาจจะส่งข้อมูลข่าวสารที่ตนเองได้รับไปยังกลุ่มองค์กรทางการเมืองเพื่อสนองแนวทางการแก้ไขเพื่อเรียกร่องตลอดจนการต่อต้าน โดยผ่านไปยังสื่อมวลชน ซึ่งอาจเป็นจดหมายร้องเรียนต่าง ๆ หรือผ่านทางทวิตเตอร์ เฟซบุ๊ก ในประเด็นที่มีหลาย ๆ หน่วยงานจัดทำขึ้น และการวิพากษ์วิจารณ์ผ่านสื่อใหม่ ๆ อย่าง Facebook และสื่อออนไลน์ต่าง ๆ

นอกจากนั้นในกระบวนการสื่อสารทางการเมือง สื่อมวลชนนอกจากจะทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของทั้ง ๒ กลุ่มแล้ว ยังสามารถแสดงบทบาทเป็นผู้ส่งสารได้อีกด้วย โดยวิธีการนำเสนอการแสดงความคิดเห็น การวิพากษ์วิจารณ์ และบทวิเคราะห์ผ่านคอลัมน์ต่าง ๆ รวมทั้งในเนื้อหาภายในของข่าวที่มีการกลั่นกรองในการนำเสนอว่าจะเป็นผู้ใหญ่ ช่างน้อย หรืออาจไม่นำเสนอเลยก็เป็นได้ทั้งหมดที่กล่าวมานี้จึงเป็นแนวคิดการสื่อสารทางการเมืองที่กำลังเข้ามามีบทบาทในสังคมปัจจุบัน<sup>๒</sup> ซึ่งสอดคล้องกับเสถียร เขยประทับ ที่กล่าวว่า การสื่อสารทางการเมือง คือ การสื่อสารที่มีเป้าหมายเกี่ยวกับการเมืองซึ่งหมายรวมถึง ๑. การสื่อสารทุกรูปแบบที่ดำเนินการโดยนักการเมืองและผู้ปฏิบัติการด้าน

---

<sup>๑</sup> เสถียร เขยประทับ, การสื่อสารกับการเมือง : เน้นสังคมประชาธิปไตย, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๐), หน้า ๑.

<sup>๒</sup> ชนินทร ม้าทอง, “แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง”, วารสารรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, ปีที่ ๒ ฉบับที่ ๑, (มกราคม-มิถุนายน ๒๕๖๐), หน้า ๑๖๓-๑๗๕.

การเมืองอื่น ๆ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะบรรลุเป้าหมายที่กำหนด ๒. การสื่อสารที่ส่งไปยังผู้ปฏิบัติการด้านการเมืองเหล่านั้นโดยบุคคลที่ไม่ใช่พนักงานการเมือง เช่น ผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง หรือนักข่าวของสื่อมวลชน ๓. การสื่อสารเกี่ยวกับผู้ปฏิบัติการด้านการเมืองและกิจกรรมของบุคคลเหล่านั้น ตามที่ปรากฏในรายงานข่าว บทบรรณาธิการ บทความหรือในรูปแบบอื่น ๆ ของการอภิปราย พูดคุยแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการเมืองโดยสื่อต่าง ๆ<sup>๓</sup> ในขณะที่ กุสิสรา กฤตวรกาญจน์<sup>๔</sup> ได้กล่าวว่า การพัฒนากับการสื่อสารมีความเกี่ยวข้องและสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด กล่าวคือยุทธวิธีการสื่อสารเพื่อการพัฒนาหมายถึงการตัดสินใจต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับพฤติกรรมสื่อสารหรือการที่จะนำการสื่อสารไปใช้ในการพัฒนาให้ตรงตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้นทั้งแง่เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และคุณภาพชีวิต<sup>๕</sup> โดยที่เสถียร เขยประทับได้ให้ทัศนะว่า การสื่อสารเป็นเครื่องมือสำหรับการพัฒนาอย่างแท้จริงนั้นควรให้ประชาชนเข้ามาเกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสาร ประชาชนต้องเข้ามาเกี่ยวข้องทั้งในฐานะผู้รับสารและผู้มีส่วนร่วมในการวางแผนและผลิตเนื้อหาของสื่อ ควรมีลักษณะที่ผู้รับสารสามารถควบคุมกระบวนการสื่อสารได้มากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน และผู้ส่งสารสามารถควบคุมกระบวนการสื่อสารได้น้อยลง ในปัจจุบันผู้ทำหน้าที่ส่งสารคือ ผู้กำหนดกิจกรรมสื่อสารว่าจะเกิดขึ้นที่ไหน อย่างไร เมื่อไร และความถี่เป็นอย่างไร อีกทั้งต้องเป็นการผลิตในท้องถิ่น ปัจจัยที่สำคัญของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาคือ เนื้อหาของสื่อควรได้รับการจัดทำขึ้นในท้องถิ่น<sup>๖</sup>

ส่วนพฤติกรรมสื่อสารทางการเมืองของประชาชนในจังหวัดขอนแก่นนั้น มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจ การค้า และการลงทุน เนื่องจากเป็นเมืองศูนย์กลางของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้วยความเป็นจังหวัดใหญ่และมีประชากรจำนวนมาก มีการแข่งขันทางการเมืองสูง กลุ่มการเมืองจึงให้ความสำคัญกับพื้นที่นี้ทั้งการเมืองระดับชาติและการเมืองระดับท้องถิ่น ประกอบกับมีความโดดเด่นในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ทางการเมืองอย่างหลากหลายทำให้เกิดสารสนเทศทางการเมืองแพร่กระจายสู่ประชาชนในรูปแบบที่หลากหลาย โดยพบว่าประชาชนส่วนใหญ่ในจังหวัดขอนแก่น มีการรับรู้การสื่อสารทางการเมืองจากสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด โดยใช้เวลามากกว่าวันละ ๖ ชั่วโมงต่อวันในการสื่อสารทางการเมือง รับสารสนเทศทางการเมืองเกี่ยวกับกิจกรรมทางการเมืองของพรรคการเมือง เช่น การจัดตั้งพรรคการเมือง การเลือกตั้ง การเสนอนโยบายในช่วงการเลือกตั้งหาเสียงอยู่ในระดับมาก โดยวัตถุประสงค์ที่รับสารสนเทศทางการเมืองเพราะต้องการเป็นคนทันสมัย ทันเหตุการณ์ในระดับมาก รวมถึงประชาชนส่วนใหญ่มีความ

<sup>๓</sup> เสถียร เขยประทับ, การสื่อสารการเมืองและประชาธิปไตยในสังคมพัฒนาแล้ว, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๑), หน้า ๒๓.

<sup>๔</sup> กุสิสรา กฤตวรกาญจน์, การสื่อสารเพื่อพัฒนากับพัฒนาชนบทไทย, วารสารการสื่อสารมวลชน, ปีที่ ๑ ฉบับที่ ๒ (เดือนมกราคม-มิถุนายน ๒๕๒๒), หน้า ๒๐.

<sup>๕</sup> เกศสุดา สิทธิสันติกุล ปณณพร ไพบูลย์พัฒนกิจ และกิงกาญจน์ เจริญกุล, การสื่อสารเพื่อพัฒนาสิ่งแวดล้อมเมืองเชียงใหม่อย่างมีส่วนร่วม: โครงการ Spark U เชียงใหม่ ปฏิบัติการเปลี่ยนเมือง, วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย, ปีที่ ๑๑ ฉบับที่ ๒ (เดือนพฤษภาคม-สิงหาคม ๒๕๖๒), หน้า ๒๙๒.

<sup>๖</sup> เสถียร เขยประทับ, การสื่อสารกับการพัฒนา, (กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๓๘), หน้า ๒๘๑-๒๘๒.



รู้เท่าทันสื่อทางการเมืองด้านความรู้ความเข้าใจองค์กรสื่อและความรู้ความเข้าใจเนื้อหาสารสนเทศทางการเมืองในระดับปานกลาง มีความรู้ความเข้าใจผลกระทบของสื่อในระดับมาก<sup>๗</sup> จังหวัดขอนแก่นที่ผ่านมานั้นถึงแม้จะมีสื่อมวลชนครบทุกประเภททั้งวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ แม้กระทั่งสื่อออนไลน์ ได้นำเสนอข้อมูลข่าวสารและรายงานสถานการณ์ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีทั้งข่าวดีและไม่ดี โดยหลายครั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนมองว่า การนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนในพื้นที่ มีหลายข่าวที่ไม่สร้างสรรค์และไม่ได้เป็นประโยชน์ในการพัฒนาท้องถิ่น แต่กลับสร้างภาพลักษณ์ที่เสียหาย นำไปสู่ความขัดแย้ง สร้างความแตกแยกให้กับประชาชนในพื้นที่<sup>๘</sup>

นอกจากนี้ยังพบว่า การสื่อสารทางการเมืองในจังหวัดขอนแก่นมีลักษณะการใช้ช่องทางในการโฆษณาผลงานและภาพลักษณ์ทำลายฝ่ายตรงข้าม ประชาชนใช้การสื่อสารไม่มีความเป็นกลางในการนำเสนอข่าวสาร ในยุคที่การสื่อสารมีความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์และมีเทคโนโลยีเข้ามาช่วยให้การสื่อสารของประชาชนมีการแพร่กระจายไปได้อย่างรวดเร็ว แต่ข่าวสารบางชนิดที่ถูกเผยแพร่กลับเป็นข่าวที่ถูกตัดแต่งขึ้นหรือมีการสร้างข่าวปลอม เพื่อขึ้นและชักจูงใจประชาชนให้เกิดการคล้อยตามไปกับแหล่งข่าว นั้น ๆ<sup>๙</sup> ในขณะเดียวกันการสื่อสารของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกล่าวได้ว่ามีความสำคัญต่อการพัฒนาท้องถิ่นมาตลอด เพราะคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นคือตัวแทนของประชาชนที่ได้รับเลือกตั้งให้เข้าไปบริหารงบประมาณ โครงการ ตามกฎหมายกำหนด องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนั้นจึงเป็นอีกหนึ่งองค์กรที่ต้องใช้การสื่อสารทั้งภายในและภายนอก การปกครองท้องถิ่นผู้นำทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตยมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีความเชี่ยวชาญในการสื่อสารเป็นอย่างมาก ยิ่งเป็นการเมืองระดับท้องถิ่นนั้นยิ่งมีความจำเป็นที่จะต้องสื่อสารอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ประชาชนเกิดการรับรู้เกี่ยวกับเรื่องราว ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของนโยบายในการพัฒนา การประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชน การสร้างความเชื่อมั่นหรือความน่าเชื่อถือ<sup>๑๐</sup>

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น ซึ่งถือว่าการสื่อสารในปัจจุบันจะต้องมีความผูกพันกันระหว่างผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับประชาชนกล่าวคือให้อยู่ในระนาบเดียวกันลด

<sup>๗</sup> วราพร ชมศรี และกันยรัตน์ แก้วเชียร. การรับสารสนเทศทางการเมืองของประชาชนในจังหวัดขอนแก่น, Proceedings of 14th International Conference on Humanities and Social Sciences 2018 (IC-HUSO 2018) 22nd -23rd November 2018, Faculty of Humanities and Social Sciences, Khon Kaen University, Thailand. (2018).

<sup>๘</sup> สุมาลี สุวรรณกร, แนวทางการสื่อสารอย่างสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาเมืองขอนแก่น, วารสารการบริหารท้องถิ่น. ปีที่ ๙ ฉบับที่ ๒ (เดือนเมษายน-มิถุนายน ๒๕๕๙), หน้า ๑๐๙.

<sup>๙</sup> พระมหาปรัชญ์ นภุริสิริ, การมีส่วนร่วมในการสื่อสารทางการเมืองของประชาชนในเขตเทศบาลนครขอนแก่น, วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๖๕, หน้า ๑๑๔.

<sup>๑๐</sup> โกวิท พวงงาม, ยุกา นารินทร์, ผู้นำท้องถิ่นกับการสื่อสาร, วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มจร. วิทยาเขตอีสาน, ปีที่ ๑ ฉบับที่ ๓ (เดือนกันยายน-ธันวาคม ๒๕๖๓), หน้า ๓๙.

ความเป็นสถาบันของรัฐลงแล้วแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน อันจะทำให้เกิดการสื่อสารสองทางระหว่าง คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับประชาชนอย่างสันติ เกิดความไว้วางใจซึ่งกันและกันนำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นแบบมีส่วนร่วมคือ ร่วมกำหนดนโยบาย ร่วมดำเนินการ ร่วมรับผลประโยชน์ และร่วมประเมินผลด้วยกันให้ความสำคัญกับประชาชนในฐานะที่เป็นเจ้าของพื้นที่ที่ต้องการสื่อสารข้อมูลให้ตรงประเด็นซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่นต่อไป

## ๑.๒ ปัญหาของการวิจัย

๑.๒.๑ สภาพ ปัญหาอุปสรรค และปัจจัยเงื่อนไขที่มีผลต่อการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น เป็นอย่างไร

๑.๒.๒ รูปแบบการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่นเป็นอย่างไร

๑.๒.๓ ผลการนำรูปแบบไปใช้ในการพัฒนาคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่นเป็นอย่างไร

## ๑.๓ วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

๑.๓.๑ เพื่อศึกษาสภาพ ปัญหาอุปสรรค และปัจจัยเงื่อนไขที่มีผลต่อการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

๑.๓.๒ เพื่อพัฒนารูปแบบการพัฒนาการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

๑.๓.๓ เพื่อวิเคราะห์การนำรูปแบบไปใช้ในการพัฒนาคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

## ๑.๔ ขอบเขตงานวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาถึง “การสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น” ดังนี้

### ๑.๔.๑ ขอบเขตด้านเนื้อหา

ประกอบด้วย ๑. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารทางการเมือง ซึ่งเป็นเนื้อหาที่ว่าด้วย ความหมายของการสื่อสารทางการเมือง ความสำคัญของการสื่อสารทางการเมือง บทบาทของกระบวนการสื่อสารกับการเมือง ช่องทางการสื่อสารทางการเมือง ๒. การสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น ซึ่งเป็นเนื้อหาที่ว่าด้วย ความหมายของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา กระบวนการสื่อสารเพื่อการพัฒนา ลักษณะของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา ประเภทของสื่อที่ใช้ในการพัฒนา การใช้การสื่อสารเพื่อการพัฒนา ทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการพัฒนา ซึ่งเนื้อหาทั้งสองส่วนนั้นจะนำไปสู่การสร้างเครื่องมือการวิจัย และการสร้างรูปแบบการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นใน

จังหวัดขอนแก่น จากนั้นจะนำไปสู่การพัฒนาผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่จังหวัดขอนแก่นอย่างน้อย ๑ พื้นที่ แล้วจะทำการติดตามประเมินตามลำดับต่อไป

#### ๑.๔.๒ ขอบเขตด้านประชากร/และผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

๑) ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) คือผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย นายกองค้การบริหารส่วนจังหวัด นายกเทศมนตรี นายกองค้การบริหารส่วนตำบล รองนายกกองค้การบริหารส่วนจังหวัด รองนายกเทศมนตรี รองนายกกองค้การบริหารส่วนตำบล รวมถึงเลขานุการนายกกองค้การบริหารส่วนจังหวัด เลขานุการนายกเทศมนตรี เลขานุการนายกกองค้การบริหารส่วนตำบล จำนวน ๒๐ คน ซึ่งได้คัดเลือกแบบเจาะจงผู้บริหารจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่นที่ได้รับรางวัลการบริหารจัดการที่ดีของสำนักงานคณะกรรมการการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในช่วงปี พ.ศ.๒๕๖๔-๒๕๖๕ และนอกจากนั้นจะต้องมีคุณสมบัติคือ เป็นผู้ที่เข้าใจกระบวนการพัฒนา กระบวนการสื่อสาร มีทักษะและเทคนิคในการสื่อสาร มีความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

๒) ผู้วิจัยทำการสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Groups) จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญคือผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย นายกองค้การบริหารส่วนจังหวัด นายกเทศมนตรี นายกองค้การบริหารส่วนตำบล รองนายกกองค้การบริหารส่วนจังหวัด รองนายกเทศมนตรี รองนายกกองค้การบริหารส่วนตำบล รวมถึงเลขานุการนายกกองค้การบริหารส่วนจังหวัด เลขานุการนายกเทศมนตรี เลขานุการนายกกองค้การบริหารส่วนตำบล จำนวน ๑๒ คน ซึ่งได้คัดเลือกแบบเจาะจงผู้บริหารจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่นที่ได้รับรางวัลการบริหารจัดการที่ดีของสำนักงานคณะกรรมการการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในช่วงปี พ.ศ.๒๕๖๔-๒๕๖๕ และมีคุณสมบัติคือ เป็นผู้ที่เข้าใจกระบวนการพัฒนา กระบวนการสื่อสาร มีทักษะและเทคนิคในการสื่อสาร มีความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

#### ๑.๔.๓ ขอบเขตด้านพื้นที่

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่ในการศึกษาวิจัย ได้แก่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

#### ๑.๔.๔ ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการดำเนินงานวิจัย เป็นเวลาทั้งสิ้น ๒๐ เดือน ตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๔ ถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ.๒๕๖๖

### ๑.๕ นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในงานวิจัย

๑.๕.๑ การสื่อสารทางการเมือง หมายถึง การถ่ายทอดหรือแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร ทักษะ ความรู้ ประสบการณ์ทางการเมือง ระหว่างคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับประชาชน ซึ่งก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกของชุมชนทำให้ประชาชนได้รู้ถึงนโยบายและกิจกรรมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและได้รู้ถึงนโยบายและกิจกรรมของรัฐบาล

**๑.๕.๒ การสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น** หมายถึง การใช้กระบวนการสื่อสาร มุ่งเน้นให้เกิดการสร้าง การเปลี่ยนแปลง การปรับเปลี่ยนความคิด ความเชื่อ ทศนคติ และพฤติกรรม โดยพิจารณาถึงความสนใจ ความต้องการ และขีดความสามารถของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของการพัฒนาในท้องถิ่นนั้น ๆ ประกอบด้วย

**๑) ผู้ส่งสาร** หมายถึง การที่คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นผู้สร้างสารและส่งสารไปยังผู้รับสาร โดยทำหน้าที่เข้ารหัสสาร แปลสารให้อยู่ในรูปของสัญลักษณ์ที่ใช้แทนความคิด โดยการใช้ วจนภาษา คือ ภาษาพูด/ภาษาเขียน และอวจนภาษา คือ กิริยาท่าทาง การแสดงออกทางสีหน้า แววตา น้ำเสียง ระยะห่างระหว่างบุคคล รวมทั้งการเลือกใช้วัสดุ ตลอดจนการแต่งกาย เป็นต้น

**๒) สาร** หมายถึง เรื่องราวอันมีความหมายและแสดงออกมาโดยอาศัยภาษา หรือสัญลักษณ์ใด ๆ ก็ตามที่สามารถทำให้เกิดการรับรู้ร่วมกันได้ สารจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อผู้ส่งสารเกิดความคิด ขึ้น และต้องการจะส่งหรือถ่ายทอดความคิดนั้นไปสู่การรับรู้ของผู้รับสาร โดยมีองค์ประกอบคือ ความถูกต้องของสาร ความสมบูรณ์ มีจุดหมาย มีความน่าเชื่อถือ กระชับเรียบง่าย สืบค้นสะดวก เป็นต้น

**๓) สื่อ** หมายถึง สิ่งที่เป็นพาหนะของสาร ทำหน้าที่นำสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ผู้ส่งสารต้องอาศัยสื่อหรือช่องทางทำหน้าที่นำสารไปสู่ผู้รับสาร ประกอบด้วย สื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อพื้นบ้าน สื่อดิจิทัล สื่ออิเล็กทรอนิกส์

**๔) ผู้รับสาร** หมายถึง ผู้ที่รับสารจากบุคคลหนึ่งหรือกลุ่มบุคคลหนึ่ง เมื่อได้รับสารผู้รับสารจะเกิดการตีความและการตอบสนองจะโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ตาม และส่งปฏิกิริยาตอบสนอง กลับไปให้ผู้ส่งสาร หรือผู้รับสารเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ผู้ถอดรหัส คือ ผู้ที่ถอดความหมายของสัญญาณหรือสัญลักษณ์ที่ผู้เข้ารหัสส่งมา หรืออีกนัยหนึ่ง คือ ผู้รับผิดชอบการถอดรหัสของสาร เพื่อให้ผู้รับสารปลายทาง หรือผู้รับสารที่ผู้ส่งสารต้องการให้ได้รับสารของตน ประกอบด้วย ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก กระบวนการเลือกรับสาร เทคนิคการรับสาร แนวทางการรับสาร

**๑.๕.๓ ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น** หมายถึง บุคคลที่ปฏิบัติหน้าที่ในการบริหารงานตามนโยบายของรัฐในฝ่ายการเมือง ประกอบด้วย นายกองค้การบริหารส่วนจังหวัด นายกเทศมนตรี นายกองค้การบริหารส่วนตำบล รองนายกกองค้การบริหารส่วนจังหวัด รองนายกเทศมนตรี รองนายกกองค้การบริหารส่วนตำบล รวมถึงเลขานุการนายกกองค้การบริหารส่วนจังหวัด เลขานุการนายกเทศมนตรี เลขานุการนายกกองค้การบริหารส่วนตำบล ตลอดจนสมาชิกสภาองค้การบริหารส่วนจังหวัด สมาชิกสภาองค้การบริหารส่วนตำบล และสมาชิกสภาเทศบาล

## ๑.๖ ประโยชน์คาดว่าจะได้รับ

๑.๖.๑ ได้ทราบสภาพ ปัญหา อุปสรรค และปัจจัยเงื่อนไขที่มีผลต่อการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

๑.๖.๒ ได้รูปแบบการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

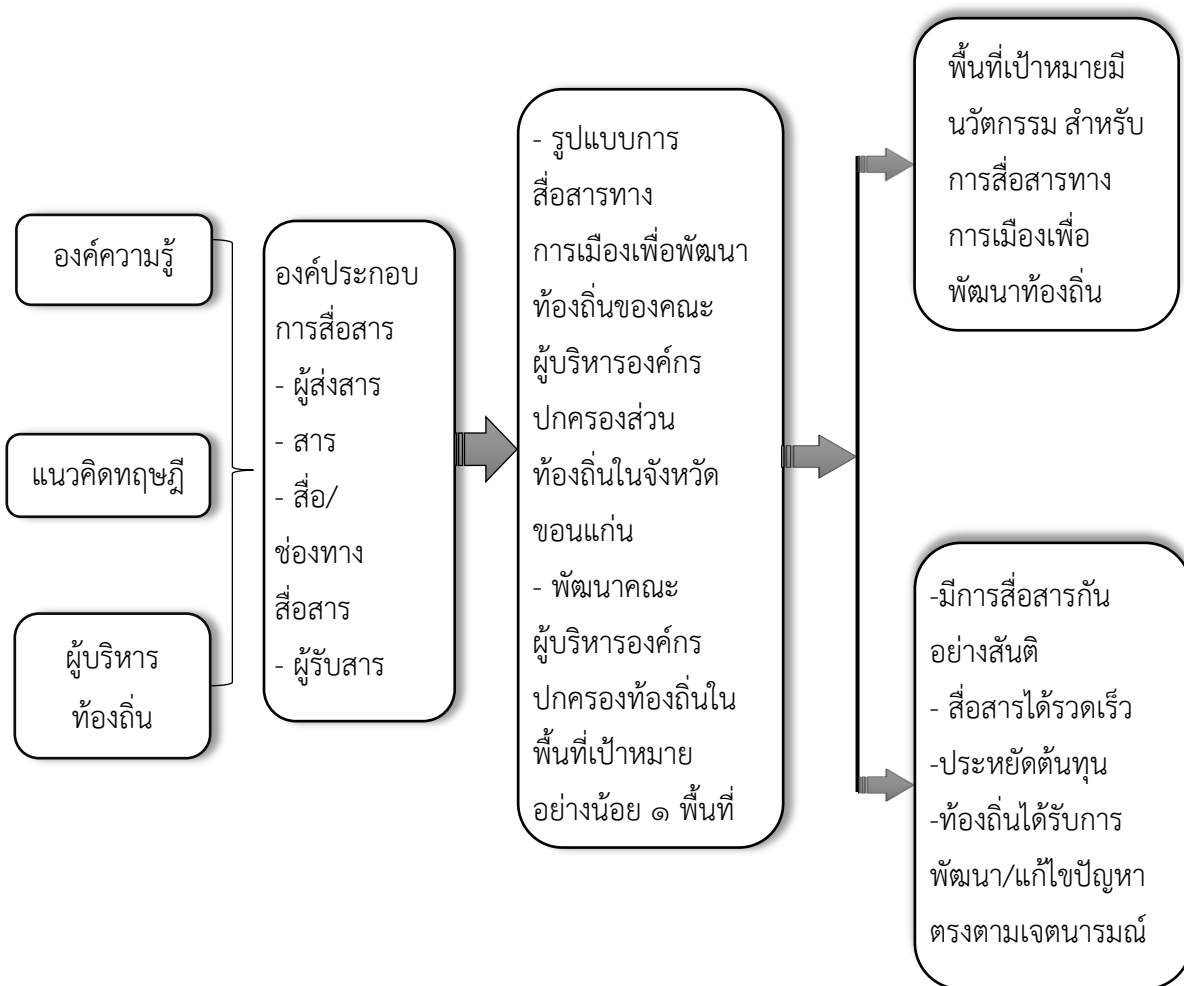
๑.๖.๓ มีการนำรูปแบบไปใช้พัฒนาการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

๑.๖.๔ คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่นมีช่องทางในการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นอย่างน้อยอีกหนึ่งช่องทาง

๑.๖.๕ ได้นำผลการวิจัยไปตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารระดับชาติหรือระดับนานาชาติ

### ๑.๗ กรอบแนวคิดในการทำวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “การสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น” ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



แผนภาพที่ ๒.๑ กรอบแนวคิดในการวิจัย

## บทที่ ๒

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งเนื้อหาตามลำดับ ดังนี้

- ๒.๑ แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร
- ๒.๒ แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง
- ๒.๓ แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น
- ๒.๔ ทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการพัฒนา
- ๒.๕ แนวคิดเกี่ยวกับผู้บริหารท้องถิ่น
- ๒.๖ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### ๒.๑ แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร

##### ๒.๑.๑ ความหมายของการสื่อสาร

กิติมา สุรสุนธิ กล่าวว่า การสื่อสารเป็นพื้นฐานของกิจกรรมต่าง ๆ ในสังคมมนุษย์ไม่ว่าจะยุคใดสมัยใดที่ทำให้มนุษย์สามารถจะถ่ายทอดความคิด ความตั้งใจความปรารถนา ความรู้สึก ความรู้และประสบการณ์ จากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่งได้<sup>๑๑</sup>

เกศินี จุฑาวิจิตร ให้ความหมายว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการในการแลกเปลี่ยนข่าวสารที่มีลักษณะเป็นพลวัต เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาและไม่มีที่สิ้นสุด การสื่อสารเป็นกระบวนการที่มีการเคลื่อนไหว และความต่อเนื่องโดยมีเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจง เช่น เพื่อการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ เพื่อถ่ายทอดค่านิยมทางสังคม เป็นต้น การสื่อสารเป็นเหตุการณ์ที่มีอย่างน้อย ๕ ชนิดที่เกิดขึ้นตามลำดับ ดังนี้ ๑) ผู้ส่งสารหรือผู้สร้าง ๒) สิ่งเร้าในรูปของเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ ๓) สิ่งเร้าซึ่งถูกส่งไปยังผู้รับสิ่งเร้า ๔) ผู้รับสิ่งเร้าอย่างน้อย ๑ คน ๕) ผู้ตอบสนองสิ่งเร้าด้วยการพินิจพิเคราะห์การสื่อสารจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อผู้รับสิ่งเร้าที่ผู้ส่งมาในรูปของเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ จนกระทั่งเกิดสหสัมพันธ์ระหว่างการโต้ตอบสิ่งเร้า ที่ผู้ส่งหวังจะได้รับการตอบสนองจากผู้รับสิ่งเร้าและโต้ตอบต่อสิ่งเร้า ผู้ที่รับสิ่งเร้าได้ตอบไปจริง ๆ

---

<sup>๑๑</sup> กิติมา สุรสุนธิ, *ความรู้ทางการสื่อสาร*, (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๑), หน้า ๒.

<sup>๑๒</sup> นั่นคือการสื่อสารเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีการเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลาเป็นกระบวนการของการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกันระหว่างบุคคลอันจะทำให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน เกิดความหมายร่วมกันได้ด้วยคุณลักษณะของการสื่อสาร<sup>๑๓</sup>

ทองธรรม ธีระกุล ให้ความหมายการสื่อสารว่า หมายถึงกระบวนการถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสาร และเรื่องราวต่าง ๆ จากผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสารโดยวิธีการใดวิธีการหนึ่งในสภาพแวดล้อมหนึ่ง ๆ จนเกิดการเรียนรู้ความหมายในสิ่งที่ถ่ายทอดร่วมกันและตอบสนองต่อกันได้ ตรงตามเจตนาของทั้งสองฝ่าย ซึ่งอาจจะมีลักษณะเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลและการสื่อสารขององค์กร<sup>๑๔</sup>

สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ กล่าวว่า การสื่อสารคือการถ่ายทอดความคิด ความรู้ ความเข้าใจ ความรู้สึก ตลอดจนเรื่องราวต่าง ๆ ไปสู่บุคคลอื่นให้เกิดความรู้ความเข้าใจโดยทั่วกัน ซึ่งเป็นการให้คำนิยามที่อาศัยองค์ประกอบต่าง ๆ ของการสื่อสารเป็นหลักซึ่งนิยมใช้กันแพร่หลาย นอกจากนั้นสุรสิทธิ์ วิทยารัฐได้ขยายความต่อไปว่าการสื่อสารมีความหมายโดยลักษณะธรรมชาติ ๒ ประการ คือ ๑) การสื่อสารหมายถึงการสื่อสารระหว่างมนุษย์ (Human communication) เท่านั้น ไม่รวมถึงการคมนาคมขนส่ง (Transportation) สินค้า วัสดุสิ่งของ หรือบุคคลโดยอาศัยถนนหนทางแต่อย่างใด การสื่อสารเป็นพฤติกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ (Human Behavior) ซึ่งมีความสัมพันธ์กับจิตใจ และการแสดงออกของคน ที่ทำการสื่อสารต่อกัน ๒) การสื่อสารจะมีการแลกเปลี่ยนข่าวสาร (Information) ทศนคติ (Attitude) ความคิด (Idea) ฯลฯ ซึ่งในวงการสื่อสารมวลชนจะหมายรวมถึงสาร (Messages) และเนื้อหาที่ผู้ส่งสารผ่านสื่อไปยังผู้รับสาร<sup>๑๕</sup>

นันทนา นันทวโรภาส ให้ความหมายของการสื่อสารไว้ว่า คือกระบวนการของการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารโดยผ่านสื่อต่าง ๆ ซึ่งการสื่อสารตามความหมายนี้สามารถแบ่งตามจำนวนของผู้รับสารได้ ๕ ประเภทดังนี้ ๑) การสื่อสารภายในตนเอง หมายถึง การที่บุคคล คิด ตัดสินใจ วิเคราะห์ปัญหาแล้วสื่อสารจากความคิดผ่านไปเป็นการกระทำ ๒) การสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นการสื่อสารที่มีผู้รับสารตั้งแต่หนึ่งคนขึ้นไป เป็นการสื่อสารแบบเผชิญหน้าที่มีลักษณะเฉพาะเจาะจง ผู้ส่งสารและผู้รับสารมีปฏิสัมพันธ์กันโดยตรง ๓) การสื่อสารสาธารณะ เป็นการสื่อสารที่กระทำกับผู้รับสารจำนวนมากในที่สาธารณะ มักเป็นการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจในเป้าหมายใดเป้าหมายหนึ่ง เช่น การปราศรัยทาง

<sup>๑๒</sup> เกศินี จุฑาวิจิตร, การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (นครปฐม : สถาบันราชภัฏนครปฐม, ๒๕๔๒), หน้า ๔.

<sup>๑๓</sup> กิตติพงษ์ พงษ์ไพโรจน์ และรหัส แสงผ่อง, กระบวนการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร : ศึกษาในช่วงเวลาตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๔๓-๒๕๕๑, รวมบทความวิชาการฉบับพิเศษ ๑๐ ปี วิทยาลัยสื่อสารทางการเมือง มหาวิทยาลัยเอกรีก, (กรุงเทพมหานคร : วิทยาลัยสื่อสารการเมือง, ๒๕๖๐), หน้า ๒๘-๒๙.

<sup>๑๔</sup> ทองธรรม ธีระกุล, การสื่อสาร : กลยุทธ์สู่ความสำเร็จขององค์กร, วารสารปาริชาติ, ปีที่ ๑๘ ฉบับที่ ๑ (เมษายน-กันยายน ๒๕๔๘), หน้า ๕๑-๖๑.

<sup>๑๕</sup> สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, การสื่อสารเพื่อการพัฒนา : พัฒนาการ แนวคิด สภาพการณ์ในสังคมไทย, (กรุงเทพมหานคร : ศูนย์สื่อและสิ่งพิมพ์แก้วเจ้าจอม, ๒๕๔๙), หน้า ๒๘.

การเมือง ๔) การสื่อสารภายในองค์กร เป็นการสื่อสารกับผู้รับสารที่อยู่ภายในองค์กรเดียวกัน มีเป้าหมายเพื่อสร้างเอกภาพภายในองค์กร ๕) การสื่อสารมวลชน คือการสื่อสารที่ส่งผ่านสื่อไปยังผู้รับสารจำนวนมากที่แตกต่างกัน ผู้รับสารสามารถรับสารได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และรับซ้ำได้<sup>๑๖</sup>

วัลลภ ลำพาย กล่าวว่า การสื่อสารถือเป็นกลไกหลักในการเชื่อมต่อระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคลให้เกิดความรู้ความเข้าใจในข้อมูลต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน หรือในสังคมการดำเนินชีวิต การสื่อสารหรือการติดต่อนั้นตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Communication” ซึ่งคำนี้มาจากภาษาละตินว่า Communis ซึ่งแปลว่า ร่วม หรือขยายความเป็น Communicar ซึ่งหมายถึงการสร้างความร่วมมือหรือความคล้ายคลึงกัน (Commonness Marking) ดังนั้น ตามรากศัพท์แล้ว การสื่อสารมีความหมายว่าเป็นกิจกรรมที่มุ่งสร้างความร่วมมือกัน หรือความคล้ายคลึงกันให้เกิดขึ้นในระหว่างบุคคลที่เกี่ยวข้องหรือเป็นความพยายามที่มนุษย์ต้องการจะแลกเปลี่ยนข่าวสาร หรือแนวความคิดระหว่างกัน การให้นิยามตามหลักศัพท์ดั้งเดิมนั้นเน้นที่เป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของการสื่อสารคือ การสร้างลักษณะความคล้ายคลึงกันในการร่วมกัน (Commonness) หรือเกิดความเป็นหนึ่งเดียวกัน (Oneness)<sup>๑๗</sup>

การสื่อสารคือการถ่ายทอดข้อมูล ความคิด ความรู้สึกจากผู้หนึ่งไปสู่อีกผู้หนึ่ง ในส่วนของหน่วยงานหรือองค์กร อีกทั้งการสื่อสารคือการติดต่อสั่งงาน การออกคำสั่งและการรับคำสั่งระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชา ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติตาม หัวหน้าและลูกน้องทั้งนี้ก็เพื่อผลของการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์เป้าหมายเดียวกัน ดังนั้น การสื่อสารจึงทำหน้าที่เป็นเสมือนกุญแจดอกสำคัญที่ใช้ไขไปสู่ความสำเร็จในหน้าที่การงาน และอาชีพรวมถึงการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้คนในสังคม<sup>๑๘</sup> โดยถือว่าการสื่อสารเป็นการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ซึ่งใช้สื่อหรือช่องทางต่าง ๆ มีจุดมุ่งหมายเพื่อโน้มน้าวจิตใจผู้รับให้เกิดผลในการรับรู้ หรือเปลี่ยนทัศนคติ หรือเปลี่ยนพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง<sup>๑๙</sup> ซึ่งนับได้ว่าการสื่อสารนั้นเป็นหัวใจในการทำความเข้าใจระหว่างกันของมนุษย์ในสังคม มนุษย์จะทำความเข้าใจกันได้จะต้องอาศัยการสื่อสารเพื่อถ่ายทอดความรู้ ความคิดเห็นประสบการณ์ และเพื่อให้สามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างสงบสุขในสังคม อีกทั้งยังช่วยให้มนุษย์พัฒนาปัญญาหรือความคิดสร้างสรรค์ได้อย่างไม่มีที่สิ้นสุด<sup>๒๐</sup>

<sup>๑๖</sup> นันทนา นันทวโรภาส, สื่อสารการเมือง : ทฤษฎีและการประยุกต์ใช้, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แมส มีเดีย, ๒๕๕๘), หน้า ๑๑.

<sup>๑๗</sup> วัลลภ ลำพาย, “แนวคิดและกระบวนการสื่อสารทางการเมือง”, ในมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, การสื่อสารทางการเมือง, พิมพ์ครั้งที่ ๓, (นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๕๗), หน้า ๓-๕.

<sup>๑๘</sup> มุกดา ศรียงค์, “จิตวิทยาเพื่อการสื่อสารและเข้าใจผู้อื่น”, วารสารวิชาการศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยรามคำแหง, ปีที่ ๘ ฉบับที่ ๒ (เดือนพฤษภาคม-สิงหาคม ๒๕๕๐), หน้า ๒.

<sup>๑๙</sup> นรินทร์ชัย พัฒนพงศา, การสื่อสารณรงค์เชิงยุทธศาสตร์เพื่อเปลี่ยนพฤติกรรมมนุษย์เน้นการเจาะจงกลุ่ม, (เชียงใหม่ : สำนักพิมพ์รั้วเขียว, ๒๕๔๒), หน้า ๓.

<sup>๒๐</sup> เสนาะ ตีแยว, การสื่อสารในองค์กร, (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๓๘), หน้า ๓๖.



การสื่อสารเปรียบเสมือน “เส้นประสาท” ที่จะทำให้เกิดการเชื่อมต่อกันระหว่างกระบวนการต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลและกลุ่มบุคคลเพื่อให้สามารถดำเนินกิจการให้บรรลุผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ การสื่อสารจึงเป็นกระบวนการนำข่าวสาร (Message) จากแหล่งกำเนิด (Source) ไปสู่จุดหมายปลายทาง (Destination)<sup>๒๑</sup> เป็นกระบวนการที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารมีปฏิสัมพันธ์กัน ซึ่งเป็นการแสดงออกถึงปฏิสัมพันธ์ทางสังคมด้วยการใช้สัญลักษณ์รวมทั้งระบบสารในสภาพแวดล้อมสังคม<sup>๒๒</sup> กล่าวได้ว่าการสื่อสารเป็น “พฤติกรรม” (Act) หรือกระบวนการถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสาร ความคิด อารมณ์ ความรู้สึก ทักษะ โดยการใช้สัญลักษณ์ ซึ่งอาจเป็นคำพูด หนังสือ ภาพ ตัวเลข กราฟ เป็นต้น<sup>๒๓</sup> ดังที่ Edwin Emery กล่าวว่า การสื่อสารคือศิลปะของการถ่ายทอดข่าวสาร ความคิด และทัศนคติจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง<sup>๒๔</sup>

ฉะนั้น การสื่อสารคือพื้นฐานที่สำคัญของมนุษย์ในการส่งผ่านความคิดสู่กันและกันโดยพื้นฐานแล้วการสื่อสารจะประกอบไปด้วย “ใครพูดอะไร ผ่านช่องทางไหน ถึงใคร แล้วทำให้เกิดผลอะไร” ซึ่งเป็นการสื่อสารที่สำคัญที่มนุษย์ทุกคนต้องมี<sup>๒๕</sup> เพราะเป็นพฤติกรรมขั้นพื้นฐานที่มีความจำเป็นที่ขาดมิได้ในการดำรงชีวิตของมนุษย์ การสื่อสารเป็นรากฐานของกิจกรรมทางสังคมและการเมืองทุกประเภท มนุษย์ต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการดำเนินกิจกรรมใด ๆ ให้บรรลุวัตถุประสงค์ของตนเอง และอาศัยการสื่อสารเพื่อการอยู่ร่วมกับคนในสังคมเป็นไปโดยปกติสุข<sup>๒๖</sup> ดังนั้น การสื่อสารจึงเป็นกลไกที่สำคัญในทางการเมืองมาตั้งแต่อดีต แต่เดิมนั้นการสื่อสารมักจะเป็นเครื่องมือที่มีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอด ขยายแนวคิด ตลอดจนอุดมการณ์ทางการเมืองจากบรรดาผู้ปกครองไปยังประชาชนที่อยู่ในฐานะผู้ถูกปกครองเพื่อเป็นการชวนเชื่อและจูงใจให้เกิดความศรัทธาและความจงรักภักดีต่อผู้มีอำนาจปกครอง<sup>๒๗</sup>

<sup>๒๑</sup> Wilbur Schramm, *Television in the Lives of Our Children*, (Stanford UnivPr, 1862, 1961), p.15.

<sup>๒๒</sup> George Gerbner, “**Toward a General Model of Communication**”, *Audiovisual Communication Review*, June 1956, Volume 4 Issue 3, p. 171-199.

<sup>๒๓</sup> Berelson, B., & Steiner, G., *Human Behavior : An Inventory of Scientific Findings*, (New York : Harcourt, Brace, and World, 1964), p. 17.

<sup>๒๔</sup> กิติมา สุรสุนธิ, *ความรู้ทั่วไปของการสื่อสาร*, (กรุงเทพมหานคร : คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๓๐), หน้า ๓.

<sup>๒๕</sup> วีระ เวชวิชานิช และปภิตน์ สันตินิยม, *การสื่อสารทางการเมืองผ่านการดู “เซี่ย” ในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ : ศึกษาในช่วงวิกฤตทางการเมืองในปี พ.ศ. ๒๕๕๒-๒๕๕๗*, รวมบทความวิชาการฉบับพิเศษ ๑๐ ปี วิทยาลัยสื่อสารการเมือง มหาวิทยาลัยเกริก, (กรุงเทพมหานคร : วิทยาลัยสื่อสารการเมือง, ๒๕๖๐), หน้า ๓๒๓.

<sup>๒๖</sup> ยุทธพร อิศรชัย, *การสื่อสารทางการเมืองกับกระแสโลกาภิวัตน์*, ใน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, *การสื่อสารทางการเมือง*, พิมพ์ครั้งที่ ๓, (นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๕๗), หน้า ๑๕-๑๘.

<sup>๒๗</sup> เรื่องเดียวกัน, หน้า ๑๕-๗๓.

### ๒.๑.๒ วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

การสื่อสารมีความมุ่งหมายเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกันระหว่างบุคคลสองฝ่าย หรือผู้รับสารกับผู้ส่งสาร แต่ก็ไม่จำเป็นที่จะต้องเห็นด้วยเสมอไป เมื่อปลายศตวรรษที่ ๑๘ นักจิตวิทยาในกลุ่ม Faculty Psychology ได้กล่าวว่าการสื่อสารมีวัตถุประสงค์อยู่ ๒ ประการคือ ๑. เพื่อประเทืองปัญญา ๒. เพื่อประเทืองอารมณ์ ในปัจจุบันการสื่อสารได้มีวัตถุประสงค์ที่กว้างกว่า คือ ๑. เพื่อประเทืองปัญญา ๒. เพื่อประเทืองอารมณ์ ๓. เพื่อบอกกล่าวแนะนำ ๔. เพื่อชักชวน ๕. เพื่อแจ้งข่าวสาร<sup>๒๘</sup>

ในการสื่อสารจึงต้องอาศัยความสัมพันธ์ของผู้ส่งสารและผู้รับสาร ดังนั้น วัตถุประสงค์ของการสื่อสารจึงต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารและผู้รับสาร ซึ่ง วิลเบอร์ ชแรมม์ ได้สรุปวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารและผู้รับสารไว้ ดังนี้<sup>๒๙</sup>

ตารางที่ ๒.๑ แสดงวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารและผู้รับสาร

วัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร	วัตถุประสงค์ของผู้รับสาร
๑. เพื่อแจ้งให้ทราบ (Inform)	๑. เพื่อทราบ (Understand)
๒. เพื่อสอนหรือให้การศึกษ (Teach or Educate)	๒. เพื่อศึกษา (Learn)
๓. เพื่อสร้างความพอใจหรือให้ความบันเทิง (Please or Entertain)	๓. เพื่อหาความสนุกสนานใจ (Enjoy)
๔. เพื่อเสนอหรือชักจูงใจ (Propose or Persuade)	๔. เพื่อกระทำหรือตัดสินใจ (Dispose or Decide)

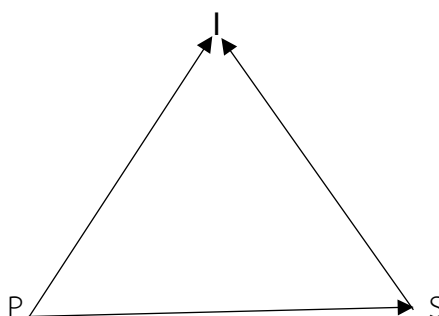
### ๒.๑.๓ ประเภทของการสื่อสาร

#### ๑) การสื่อสารภายในตัวบุคคล

การสื่อสารภายในตัวบุคคล หมายถึง การสื่อสารที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคลแต่ละคน เป็นการสื่อสารของบุคคลคนเดียว ซึ่งบุคคลคนเดียวนั้นทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารและผู้รับสาร เช่น การพูดกับตัวเอง การร้องเพลงฟังคนเดียว การเขียนจดหมายและอ่านตรวจทานก่อนส่ง การคิด ทบทวนเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ดังแบบจำลอง

<sup>๒๘</sup> อ่างแล้ว, สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, การสื่อสารเพื่อการพัฒนา : พัฒนาการ แนวคิด สภาพการณ์ในสังคมไทย, หน้า ๒๘-๒๙.

<sup>๒๙</sup> เรื่องเดียวกัน, หน้า ๒๙.



ภาพที่ ๒.๑ แสดงแบบจำลองการสื่อสารภายในตัวบุคคล

P หรือ Person หมายถึง ทักษะของบุคคลที่มีต่อแหล่งสาร

S หรือ Source หมายถึง แหล่งสาร

I หรือ Issue หมายถึง ปัญหา

ความสัมพันธ์ PS และ I นั้นมีตามลูกศร คือ บุคคล (P) อาจมีทัศนคติอย่างใดอย่างหนึ่งต่อปัญหา (I) ในขณะที่เดียวกันก็มีทัศนคติอย่างใดอย่างหนึ่งต่อแหล่งสาร (S) ด้วย แหล่งสาร (คนที่เป็นแหล่งสาร) จะได้ข้อมูลหรือทัศนคติต่อปัญหา (I) ได้เช่นเดียวกัน เช่น ตัวบุคคล (P) มี ทัศนคติที่ไม่ชอบต่อนโยบายของพรรคการเมืองพรรคใดพรรคหนึ่ง พรรคการเมือง (I) ขณะเดียวกัน (P) อาจมีทัศนคติที่ชอบหัวหน้าของพรรคการเมืองนั้น ซึ่งถือว่าเป็นแหล่งสาร (S) ซึ่งหัวหน้าพรรคการเมืองมีทัศนคติชอบนโยบายของพรรคการเมืองนั้นหมายความว่า P ได้สร้างระบบการสื่อสารทางความคิด คือ ทัศนคติต่อนโยบายพรรคการเมือง และทัศนคติต่อหัวหน้าพรรคการเมือง แต่ P และ S มิได้มีการสื่อสารต่อกัน P คิดคนเดียว<sup>๓๐</sup>

## ๒) การสื่อสารระหว่างบุคคล

การสื่อสารระหว่างบุคคล หมายถึง การถ่ายทอดความรู้ ความคิด ความรู้สึก และความต้องการของผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร และเกิดปฏิกิริยาตอบสนอง โดยปกติแล้วการตอบสนองแบบนี้จะเพิ่มขึ้นในลักษณะที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารเห็นหน้าหรือเผชิญหน้ากัน ดังนั้น จึงทำให้จำนวนผู้ทำการสื่อสารร่วมกันมีจำนวนน้อยตั้งแต่ ๒ คนขึ้นไป จำนวนสูงสุดจะเป็นเท่าใดขึ้นอยู่กับหลัก ๓ ประการคือ

๒.๑) ทุกคนที่ร่วมในการสื่อสารจะต้องอยู่ใกล้ชิดกัน พอที่จะประสาทสัมผัสทั้ง ๕ ได้แก่ หู จมูก ปาก ผิวหนัง สามารถจะติดต่อกันได้ และปฏิกิริยาตอบกลับมีได้ทันที

๒.๒) ทุกคนที่ร่วมในการสื่อสารมีบทบาทเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร

๒.๓) สารที่สื่อกันนั้นประกอบด้วยวจนสาร (สารที่เป็นคำพูดและตัวอักษร) และ อวจนภาษา (สารที่ไม่ใช่คำพูด ตัวอักษร ซึ่งได้แก่ กิริยา ท่าทาง) ตัวอย่างของการสื่อสารระหว่างบุคคล

<sup>๓๐</sup> อ่างแล้ว, สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, การสื่อสารเพื่อการพัฒนา : พัฒนาการ แนวคิด สภาพการณ์ในสังคมไทย, หน้า ๓๐.

ได้แก่ การพูดคุยกันระหว่างคน ๒ คน การเขียนจดหมายถึงกัน โทรศัพท์คุยกัน การประชุมกลุ่มย่อย การเรียนในชั้นเรียน เป็นต้น<sup>๓๑</sup>

ในขณะที่ บาร์นลันด์ ได้แบ่งลักษณะของการสื่อสารประเภทนี้ไว้ ๕ ประการคือ<sup>๓๒</sup>

๑) เริ่มด้วยการมีความเกี่ยวข้องกันทางด้านการรับรู้ ระหว่างบุคคลซึ่งอยู่ใกล้กัน ๒ คน หรือมากกว่านั้น ในขณะที่การสื่อสารตัวต่อตัวยังคงดำเนินอยู่ ความสัมพันธ์ทางสังคมจำเป็นต้องมีด้วยเป็นอันดับแรก

๒) ความเกี่ยวข้องกันทางด้านการรับรู้ ทำให้การสื่อสารมีอิสระในการยอมให้มีการปฏิกริยาต่อกัน คือความเข้าใจ และความสนใจต่อสิ่งที่เห็น เหมือนในการสนทนาคือ ผู้ที่เกี่ยวข้องจะต้องส่งสัญญาณโต้ตอบโดยตรงไปยังผู้ที่ส่งสัญญาณมาก่อน

๓) ปฏิกริยาโต้ตอบดำเนินการผ่านการแลกเปลี่ยนข่าวสารในการแลกเปลี่ยนสารที่ผู้เกี่ยวข้องจะเสนอสัญญาณซึ่งคิดว่าผู้รับสารจะแปลได้ความเหมือนกับสิ่งที่ผู้เกี่ยวข้องต้องการส่ง สัญญาณนี้จะพาเอาสารที่ตั้งใจให้อีกฝ่ายหนึ่งไปถึงฝ่ายนั้น

๔) การมีปฏิกริยาต่อกันโดยการเผชิญหน้า ด้วยเหตุนี้สารที่ส่งไปให้สามารถนำไปใช้ได้และผู้เกี่ยวข้องก็จะอยู่เผชิญหน้ากันทั้งหมด

๕) ลักษณะการสื่อสารไม่มีโครงการที่แน่นอน ขึ้นอยู่กับความบ่อยครั้ง รูปแบบ หรือเนื้อหาของสารที่ใช้ในการสื่อสาร

นอกจากนั้นสามารถแบ่งการสื่อสารระหว่างออกเป็น ๒ ประเภทคือ<sup>๓๓</sup>

๑) การสื่อสารระหว่างบุคคลภายในท้องถิ่น คือ การใช้บุคคลภายในท้องถิ่นเป็นตัวกลางในการเผยแพร่ความรู้ ความคิด ตลอดจนการชักจูงใจประชาชนในท้องถิ่นให้ยอมรับนวัตกรรมในที่สุด

๒) การสื่อสารระหว่างบุคคลนอกท้องถิ่น คือการใช้บุคคลภายนอกท้องถิ่นเป็นตัวกลางในการเผยแพร่ความรู้ ความคิด ตลอดจนชักจูงใจให้ประชาชนในท้องถิ่นยอมรับนวัตกรรม

### ๓) การสื่อสารมวลชน

ชแรมม์ ได้สรุปลักษณะของการสื่อสารมวลชนไว้ ดังนี้<sup>๓๔</sup>

๓.๑) ผู้ส่งสารในองค์กรสื่อสารมวลชนนั้นเป็นองค์กรหรือเจ้าหน้าที่ในองค์กรนั้น ๆ องค์กรในที่นี้หมายถึงหนังสือพิมพ์ สถานีวิทยุ สถานีโทรทัศน์ โรงถ่ายภาพยนตร์ สำนักพิมพ์และนิตยสาร ส่วนเจ้าหน้าที่ในองค์กรที่สำคัญมีบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ ผู้ซึ่งเขียนบทบรรณาธิการเผยแพร่แนวความคิด

<sup>๓๑</sup> อ่างแล้ว, สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, การสื่อสารเพื่อการพัฒนา : พัฒนาการ แนวคิด สภาพการณ์ในสังคมไทย, หน้า ๓๑.

<sup>๓๒</sup> Barlund อ่างโน อรณช เลิศจรยารักษ์, ภาษีสื่อสารมวลชน, (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, ๒๕๒๗), หน้า ๔๖-๔๗.

<sup>๓๓</sup> อ่างแล้ว, สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, การสื่อสารเพื่อการพัฒนา : พัฒนาการ แนวคิด สภาพการณ์ในสังคมไทย, หน้า ๓๔-๓๕.

<sup>๓๔</sup> เรื่องเดียวกัน, หน้า ๓๕-๓๖.

ต่าง ๆ ผ่านทางองค์กรหนังสือพิมพ์ ทำให้เขาได้รับความเชื่อถือและการยอมรับจากบุคคลทั่วไป องค์กรเหล่านี้ทำงานเหมือนกับบุคคลทั่ว ๆ ไปที่ทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร คือ เป็นผู้ถอดรหัสข่าวสาร แปลความหมาย ข่าวสาร และ ลงรหัสข่าวสาร โดยทำงานในรูปกลุ่มบุคคลมากกว่าคนคนเดียว คือกลุ่มของนักข่าว กลุ่มบรรณาธิการ และกลุ่มผู้พิมพ์ซึ่งทำงานร่วมกันอย่างราบรื่น ในการถอดรหัส แปล ความหมาย และลงรหัส ข่าวสาร ทำให้ผลงานปรากฏออกมาอย่างมีคุณภาพ

๓.๒) อัตราของข่าวสารที่ส่งไปและข่าวสารที่มีมานั้นเป็นจำนวนมาก องค์กรสื่อมวลชนสำหรับลงรหัสได้เป็นจำนวนพันหรือล้าน ทั้งหนังสือพิมพ์ นิตยสาร หนังสือ ภาพยนตร์ จัดจำหน่ายไปยังผู้อื่นเป็นล้าน ๆ คน หรือเอาภาพยนตร์ไปฉายยังโรงภาพยนตร์พัน ๆ โรง หรือบางครั้งส่งขายยังต่างประเทศด้วย หรือฉายทางโทรทัศน์ซึ่งมีคนดูในแต่ละจังหวัดเป็นจำนวนมาก

๓.๓) ผู้รับสารของสื่อสารมวลชนนั้นคือ บุคคล คนแต่ละคนจะนั่งอ่านหนังสือพิมพ์รายวัน นิตยสาร ภาพยนตร์ ฟังวิทยุ การสื่อสารของผู้อ่าน และผู้ฟังจากสื่อมวลชนต่างจากการสื่อสารตัวต่อตัว หรือ การสื่อสารแบบเห็นหน้าค่าตา ตรงที่ปฏิกริยาตอบกลับ หรือปฏิกริยาย้อนกลับ สำหรับสื่อสารมวลชนมีน้อยมาก ถ้าเทียบกับการสื่อสารตัวต่อตัว หรือการสื่อสารแบบเห็นหน้าค่าตาการสื่อสารตัวต่อตัวนั้น ผู้รับสารอาจจะใช้การ ผงกศีรษะ คิ้วขมวด ยิ้ม หรือหลับในขณะที่ผู้พูดกำพูด เท่ากับเป็นปฏิกริยาตอบกลับจากผู้รับสารถึงผู้ส่งสารแล้ว แต่สำหรับการสื่อสารมวลชน การที่ผู้อ่าน ผู้ชม ผู้ฟังจะเขียนจดหมายตอบมานั้นหรือแจ้งผลการรับชม รับฟัง มีน้อยมาก ปฏิกริยาตอบกลับของสื่อสารมวลชนอาจจะออกมาในแง่ดื้อสิ่งพิมพ์นั้น ๆ หรือไม่ดูดไม่ฟังสถานีนั้น ๆ ดังนั้นเพื่อให้ทราบปฏิกริยาย้อนกลับของผู้ชม สถานีบางแห่งได้สำรวจความสนใจของผู้ชมต่อรายการของสถานี เป็นต้น

#### ๒.๑.๔ ความสำคัญของการสื่อสาร

การสื่อสารเป็นกระบวนการที่สำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งต่อชีวิตประจำวันของมนุษย์เรา เนื่องจากต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการปฏิบัติงานต่าง ๆ ซึ่งเราจะต้องติดต่อกับบุคคลอื่นในสังคม การสื่อสารจึงมีความสำคัญต่อมนุษย์ทั้งในระดับจุลภาคและมหภาค ดังนี้<sup>๓๕</sup>

๑) ความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ในระดับจุลภาค ได้แก่ ความสำคัญต่อชีวิตประจำวันต่อความเป็นสังคม ต่อการสร้างความร่วมมือ ต่อการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับตนเองต่อการให้ความบันเทิง ต่อการเพิ่มประสิทธิภาพในการรักษาพยาบาล และต่อการทำจิตบำบัด

๒) ความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ในระดับมหภาค ได้แก่ ความสำคัญต่อการเมืองการปกครอง ต่อการเมืองการปกครอง ต่อการส่งเสริมสร้างประชาธิปไตย ต่อการพัฒนาประเทศ ต่อการถ่ายทอดวัฒนธรรม ต่อการศึกษา ต่อธุรกิจและอุตสาหกรรม และต่อการเสริมสร้างประสิทธิภาพในการบริหารองค์กร

นอกจากความสำคัญของการสื่อสารจะมีผลกระทบต่อในระดับจุลภาคและระดับมหภาคแล้วการสื่อสารยังมีความสำคัญในภาพรวมดังต่อไปนี้

<sup>๓๕</sup> อ่างแล้ว, วัลลภ ลำพวย, แนวคิดและกระบวนการสื่อสารทางการเมือง หน่วยที่ ๓, หน้า ๖-๙.

๑) การสื่อสารช่วยทำให้บุคคลเข้าใจในความหมายตรงกัน อันเนื่องมาจากการรับส่งสาร ความเข้าใจทำให้สามารถขจัดความขัดแย้งที่อาจเกิดให้จากการไม่ได้แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน หรือมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่ไม่พอเพียงต่อการทำความเข้าใจระหว่างกัน

๒) การสื่อสารสามารถเชื่อมโยงส่วนต่าง ๆ ในแง่กายภาพ และสร้างความสัมพันธ์จากการเชื่อมโยงในแง่ความคิดด้วย การสื่อสารในแง่นี้จึงเป็นการช่วยทำให้มนุษย์และสังคมมีความเป็นกลุ่มเป็นก้อนและช่วยทำให้วัฒนธรรมเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

๓) การเชื่อมโยงและความสัมพันธ์ในข้อที่ผ่านมาช่วยทำให้ข้อมูลข่าวสารสามารถไหลเวียนไปตามช่องทางการสื่อสารเพื่อเชื่อมโยงและผูกพันสมาชิกที่ประกอบขึ้นมาจากความสัมพันธ์ดังกล่าวโดยสามารถรับรู้และมีประสบการณ์ร่วมกันในการเป็นสมาชิกของสังคมข่าวสารเดียวกัน

๔) การไหลเวียนของข่าวสารทั้งรับและส่งช่วยทำให้ระบบการสื่อสารมีลักษณะที่สมดุลอยู่เสมอ หากข่าวสารไหลเวียน ไปมามีปริมาณข้อมูลข่าวสารไม่ว่าน้อยเกินไปหรือมากเกินไปทั้งคุณภาพของข้อมูลที่คลาดเคลื่อนไปย่อมทำให้ระบบการสื่อสารไร้สมดุล อันเป็นสาเหตุหนึ่งซึ่งนำมาสู่ความปั่นป่วนของระบบการสื่อสารได้

๕) ระบบการสื่อสารในแง่การรับส่งข้อมูลข่าวสาร รวมไปถึงเสียงสะท้อนที่เกิดจากการสื่อสาร มีส่วนทำให้การสื่อสารเปรียบเสมือนกับเส้นเลือดและใยประสาทที่หล่อเลี้ยงกลุ่มคนสังคม โดยเฉพาะประเทศชาติ เพราะทำให้ผู้ส่งสาร เช่น รัฐบาล สามารถนำนโยบายออกไปปฏิบัติทั้งรับรู้ถึงความต้องการและแรงสนับสนุนหรือต่อต้านจากประชาชนในสังคมได้

๖) การสื่อสารซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของระดับมหภาค หรือเป็นอนุระบบของระบบใหญ่ ดังนั้น อนุระบบการสื่อสารจึงอาจช่วยส่งเสริมและสนับสนุนอนุระบบอื่น ๆ เช่น การเมือง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ซึ่งช่วยทำให้กลไกของระบบใหญ่ดำเนินไปได้อย่างสอดคล้องกัน

๗) การสื่อสารเป็นเครื่องมือสำหรับมนุษย์ในการถ่ายทอดวัฒนธรรมระหว่างปัจเจกชน สังคม ประเทศ ตลอดจนวัฒนธรรมจากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง อันเป็นเหตุผลสำคัญในการทำให้มนุษย์สามารถดำรงเผ่าพันธุ์ที่เจริญแล้วแตกต่างไปจากสิ่งที่มีชีวิต ซึ่งไม่มีการสื่อสารเยี่ยงมนุษย์ในการถ่ายทอดวัฒนธรรมของเผ่าพันธุ์

### ๒.๑.๕ องค์ประกอบของการสื่อสาร

การสื่อสารของมนุษย์ประกอบด้วย ๗ องค์ประกอบ<sup>๓๖</sup> กล่าวคือ

#### ๑) ผู้ส่งสาร (Sender)

ผู้ส่งสาร เป็นผู้เริ่มต้นการสื่อสาร เป็นผู้สร้างสารและส่งสารไปยังผู้รับสาร โดยทำหน้าที่เข้ารหัสสาร (Encoding) แปลสารให้อยู่ในรูปของสัญลักษณ์ที่ใช้แทนความคิด โดยการใช้วจนภาษา (ภาษาพูด/ภาษาเขียน) และอวจนภาษา (กิริยาท่าทาง การแสดงออกทางสีหน้า แววตา น้ำเสียง ระยะห่าง

<sup>๓๖</sup> อภิชาติ พุกสวัสดิ์, *นวัตกรรมการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม*, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๖๔), หน้า ๖-๑๑.

ระหว่างบุคคล รวมทั้งการเลือกใช้วัสดุ ตลอดจนการแต่งกาย) ผ่านช่องทางการสื่อสารที่เป็นสื่อกระแสหลัก (หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์) และสื่อสังคมออนไลน์ ผู้ส่งสารอาจเป็นบุคคล กลุ่มบุคคล หน่วยงาน สถาบัน องค์กรที่ต้องการส่งข้อมูล ข่าวสาร ความรู้สึก ความคิดเห็น ทศนคติ ความเชื่อไปยังผู้รับสาร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดผลอย่างใดอย่างหนึ่งต่อผู้รับสาร

## ๒) สาร (Message)

สารเป็นเรื่องราวที่มีความหมายโดยใช้ภาษาและสัญลักษณ์ใด ๆ ที่สามารถทำให้เกิดการรับรู้ และเกิดความเข้าใจถูกต้องตรงกันระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร โดยทั่วไปสารประกอบด้วย

๒.๑) รหัสสาร (Message Codes) ที่ใช้ในกระบวนการสื่อสาร คือภาษา (Language) สัญลักษณ์ (Symbolic) หรือสัญญาณ (Signal) แบ่งออกเป็น วจนภาษา (Verbal Language) ได้แก่ ภาษาพูด ภาษาเขียน อวจนภาษา (Non-Verbal Language) ภาษาที่ใช้ตัวอักษรเขียนแทนคำพูด กล่าวคือ

๓๗

๒.๑.๑) วจนภาษา (Verbal Language) มนุษย์ใช้วจนภาษาในการสื่อสารเพื่อ

(๑) อธิบายสิ่งที่เป็นรูปธรรม เช่น วัตถุ สิ่งของ เหตุการณ์ ปรากฏการณ์

(๒) อธิบายสิ่งที่เป็นนามธรรม เช่น ความรัก ความโกรธ ความเศร้า ความกล้าหาญ

ความละเอียด

(๓) อธิบายเรื่องราวในอดีต ปัจจุบัน และเหตุการณ์ในอนาคต

(๔) ใช้ในบางโอกาส การใช้ถ้อยคำให้เกิดความสนุกสนาน บางครั้งทำให้เกิดความรู้สึกโศกเศร้า การใช้ภาษาโน้มน้าวใจให้คล้อยตาม

๒.๑.๒) อวจนภาษา (Non-Verbal Language) มนุษย์ใช้อวจนภาษาในการสื่อสาร ได้แก่ แสดงกิริยาท่าทางแสดงออกทางสีหน้า แววตา น้ำเสียง ระยะห่างระหว่างบุคคล รวมทั้งการเลือกใช้วัสดุ ตลอดจนการแต่งกาย การใช้อวจนภาษาในการสื่อสารอาจใช้เพียงลำพัง หรือใช้ประกอบกับวจนภาษา อวจนภาษามีประโยชน์ต่อการสื่อสารของมนุษย์ กล่าวคือ

(๑) ช่วยอธิบายภาษาที่ใช้ถ้อยคำให้กระจ่างชัดขึ้น เช่น การบอกทิศทางแล้วชี้ทิศทางประกอบการบอกขนาดวัตถุพร้อมใช้มือแสดงประกอบ

(๒) ใช้แทนภาษาที่ใช้ถ้อยคำในบางกรณี เช่น การสั่นศีรษะแทนการตอบปฏิเสธ การพยักหน้าแทนการตอบรับ การโบกมือแทนการกล่าวอำลา

(๓) ใช้เน้นหนักถ้อยคำ เพิ่มความรู้สึกและอารมณ์ในถ้อยคำ เช่น การใช้น้ำเสียงแผ่วเบาสั้นเครือเมื่อพูดถึงเรื่องเศร้าหรือต้องการความเห็นใจ ใช้น้ำเสียงดังหนักแน่น หน้าตาจริงจัง ท่าทางแข็งขันเมื่อกล่าวถึงเรื่องสำคัญ

(๔) ใช้ช่วยให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารเข้าใจเรื่องต่าง ๆ ได้รวดเร็วและทำให้การสื่อสารมีชีวิตชีวาในลักษณะต่าง ๆ คือ การใช้กิริยาท่าทาง การแสดงออกทางสีหน้าและดวงตา การใช้น้ำเสียงในการพูด ระยะห่างระหว่างบุคคล การเลือกใช้วัตถุสิ่งของและการแต่งกาย การสัมผัสร่างกาย

๒.๒) เนื้อหาสาร (Message Content) ที่ใช้ในกระบวนการสื่อสารคือ การจัดระเบียบเรียงตามโครงสร้างของประโยค รูปแบบการใช้ภาษา การเลือกใช้คำ การจัดลำดับความยากง่าย

๒.๓) การจัดสาร (Message Treatment) ที่ใช้ในกระบวนการสื่อสาร คือ การจัดระเบียบเรียงตามโครงสร้างของประโยค รูปแบบการใช้ภาษา การเลือกใช้คำ การจัดลำดับความยากง่าย

### ๓) ช่องทางการสื่อสาร (Channel)

ช่องทางการสื่อสารในกระบวนการสื่อสารใช้เป็นเครื่องมือในการส่งสารจากผู้ส่งไปยังผู้รับสาร ช่องทางการสื่อสารรวมถึงการใช้ประสาทสัมผัสทั้ง ๕ ของมนุษย์ที่รับรู้ความหมาย ได้แก่ การมองเห็น การได้ยิน การดมกลิ่น การสัมผัส และการลิ้มรส ช่องทางการสื่อสารในกระบวนการสื่อสาร ประกอบด้วย สื่อกระแสหลักและสื่อสังคมออนไลน์ กล่าวคือ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโสตทัศนอุปกรณ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์<sup>๓๘</sup>

๓.๑) สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และสื่อที่องค์กรจัดทำขึ้นเอง เช่น วารสาร องค์กร ประกาศ จดหมายข่าว คู่มือ หนังสือ ฯลฯ

๓.๒) สื่อโสตทัศนอุปกรณ์ ได้แก่ วิทยู โททัศน์ และสื่อที่องค์กรจัดทำขึ้น เช่น ภาพ สไลด์ ภาพยนตร์ สื่อมัลติมีเดีย แดบอร์ดทัศน์ ซีดีรอม ดีวีดี ป้ายกลางแจ้ง ป้ายบนอาคาร ฯลฯ

๓.๓) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อที่เกิดจากพัฒนาการและความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร เช่น เคเบิลทีวี การสื่อสารผ่านดาวเทียม อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ เว็บบล็อก ข่าวสารอัตโนมัติ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์/อีเมล โทรศัพท์เคลื่อนที่ การส่งข่าวสั้น ศูนย์บริหาร สายด่วน

๓.๔) สื่อสังคมออนไลน์ เป็นสื่อใหม่ที่เกิดจากการสร้างสรรค์ หรือการใช้งานกับเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เพื่อใช้เป็นช่องทางการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารผ่านเว็บไซต์ และโปรแกรมประยุกต์บนสื่อที่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต ได้แก่

๓.๔.๑) Web blogs สื่อส่วนบุคคลบนอินเทอร์เน็ตที่ใช้เผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ ข้อคิดเห็น แบ่งปันให้ผู้รับสารเข้าไปอ่าน และแสดงความคิดเห็น

๓.๔.๒) Social Network เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เชื่อมต่อระหว่างบุคคล กลุ่มบุคคลเพื่อให้เกิดเป็นกลุ่มสังคม เช่น Facebook Line Instagram Twitter

๓.๔.๓) Micro Blogging และ Micro Sharing เว็บไซต์บริการแก่บุคคลทั่วไป ผู้ส่งสารเขียนข้อความสั้นเพื่อแสดงสถานะของตัวเอง

๓.๔.๔) Online Video เว็บไซต์บริการวิดีโอออนไลน์ ไม่เสียค่าใช้จ่าย ผู้รับสารเลือกชมเนื้อหาได้ตามความต้องการ โดยมีการเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง เช่น YouTube IGTV Facebook Live

<sup>๓๘</sup> อ่างแล้ว, อภิชาติ พุกสวัสดิ์, นวัตกรรมสื่อสารแบบมีส่วนร่วม, หน้า ๘.



๓.๔.๕) Wikis หมายถึง เว็บไซต์ที่เป็นแหล่งข้อมูลหรือความรู้ ผู้ใช้เป็นนักวิชาการ นักวิชาชีพ ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน

#### ๔) ผู้รับสาร (Receiver)

ผู้รับสารเป็นบุคคลที่มีความสำคัญของกระบวนการสื่อสารการสื่อสารจะมีความหมายจะประสบความสำเร็จขึ้นอยู่กับผู้รับสาร เลือกรับสาร ตีความหมาย และทำความเข้าใจต่อสารที่ได้รับจากผู้ส่งสาร

#### ๕) การสื่อสารกลับ (Feedback)

การสื่อสารกลับเป็นปฏิกริยาระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารที่แสดงตอบต่อสาร การสื่อสารกลับระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารอาจเกิดขึ้นในทันทีทันใด หรืออาจเกิดขึ้นล่าช้า การสื่อสารกลับระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารไม่สามารถควบคุมได้ในกระบวนการสื่อสารของมนุษย์

#### ๖) สิ่งรบกวนทางการสื่อสาร (Noise)

สิ่งรบกวนทางการสื่อสารเป็นสิ่งที่สอดแทรก สกัตกั้นการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสาร และผู้รับสาร สิ่งรบกวนทางการสื่อสารเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้เสมอ ไม่สามารถควบคุมได้ สิ่งรบกวนทางการสื่อสารในกระบวนการสื่อสารมี ๒ ประเภท คือ สิ่งรบกวนทางกายภาพ เป็นสิ่งรบกวนภายนอก เช่น เสียงรบกวน เสียงคนสภาพภูมิอากาศ สิ่งรบกวนทางใจเป็นสิ่งรบกวนภายใน เช่น ความคิด สภาพจิตใจ อารมณ์ ความรู้สึก

#### ๗) บริบทการสื่อสาร (Context)

บริบทการสื่อสารประกอบด้วย สถานที่ บุคคล โอกาส เช่น การสื่อสารภายในบุคคลการสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารในองค์กร การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม การสื่อสารสาธารณะการสื่อสารมวลชน การสื่อสารผ่านเทคโนโลยีสื่อใหม่

การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาค้นคว้าองค์ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อนำไปเป็นแนวทางในการจัดทำกรอบแนวคิดในการวิจัย นำไปสู่สร้างรูปแบบการวิจัย ตลอดถึงการสร้างหลักสูตรนักสื่อสารท้องถิ่นอันจะนำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารระหว่างคณะผู้บริหารองค์กรปกครองท้องถิ่นกับประชาชน ซึ่งเป็นเจ้าของพื้นที่ซึ่งคาดว่าจะเกิดการสื่อสารแบบสองทาง คือไม่ใช่การสื่อสารจากฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง กล่าวคือการสื่อสารของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองท้องถิ่นเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นได้ มีส่วนร่วมในการพัฒนาแต่เป็นการพัฒนาที่อยู่บนความตกลงของทุกฝ่ายนั่นเอง

## ๒.๒ แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง

การสื่อสารทางการเมืองจำเป็นต้องอาศัยหลักการจัดการความขัดแย้งเพื่อมุ่งเน้นการแก้ไขปัญหาโดยใช้กระบวนการสื่อสารแบบสันติที่สอดคล้องกับหลักธรรมาภิบาล (Good Governance) คือเป็นการสื่อสารทางการเมืองที่มีส่วนร่วม ยอมรับความหลากหลาย และความแตกต่าง เป็นการสื่อสารที่มุ่งให้เกิดความสามัคคี ความยุติธรรม สร้างความเชื่อมั่น และความไว้วางใจซึ่งทำให้การสื่อสารทางการเมืองเป็นไปเพื่อสันติ การสื่อสารทางการเมือง เป็นกระบวนการทางการเมืองที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนข้อเท็จจริง ทศนะความคิดเห็น ตลอดจนประสบการณ์ต่าง ๆ ทางการเมืองระหว่างบุคคล ก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกของสังคม โดยระบบการเมืองหรือรัฐบาลจะได้หาช่องทางให้ประชาชนได้

รับทราบนโยบายและกิจกรรมของรัฐบาลกับการที่ประชาชนจะได้เรียนรู้ถึงนโยบายและกิจกรรมต่าง ๆ อันมีผลกระทบต่อประชาชนโดยที่ ๑) เกี่ยวข้องกับบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปหรือมากกว่านั้น ๒) เป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ๓) เพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกันทางการเมือง<sup>๓๙</sup>

### ๒.๒.๑ ความหมายของการสื่อสารทางการเมือง

อัลมอนต์ และพาวเวลล์ (Almond and Powell)<sup>๔๐</sup> อธิบายว่า การสื่อสารทางการเมือง คือหน้าที่ของระบบในขั้นพื้นฐาน (Basic System Function) ซึ่งจะมีผลในการรักษา และเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมทางการเมืองและโครงสร้างทางการเมือง ความจริงแล้วอาจกล่าวได้ว่า ความเปลี่ยนแปลงส่วนใหญ่ในระบบการเมืองมีส่วนเกี่ยวข้องกับความเปลี่ยนแปลงในรูปแบบของการสื่อสารซึ่งมักเป็นทั้งในรูปของต้นเหตุและผลลัพธ์ แหล่งข้อมูลข่าวสารอันเป็นต้นกำเนิด และเป็นผู้ส่งสาร (sender) ผ่านช่องทาง หรือสื่อ (channels) ในการนำข้อมูลข่าวสารไปถึงผู้รับสาร (receiver) และอาจจะมีการส่งข้อมูลป้อนกลับ (feedback) โดยผู้รับข่าวสาร (receiver) จะกลายเป็นผู้ส่งสาร (sender) ส่งข้อมูลข่าวสารป้อนกลับไปยังผู้ส่งสารเดิมที่ได้กลายมาเป็นผู้รับสารก็ได้<sup>๔๑</sup>

วอร์เรน เค อกรี และคณะ (Warren K. Agree) มองว่า การสื่อสารทางการเมืองเป็นกระบวนการทางการเมืองที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนข้อเท็จจริง ทศนะและความคิดเห็น ตลอดจนประสบการณ์ทางการเมืองระหว่างบุคคล การสื่อสารทางการเมืองนับเป็นกระบวนการพิเศษ ที่ก่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกของสังคมการเมือง และทำให้บุคคลสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ในสังคมการเมือง<sup>๔๒</sup>

ไมเคิล รัช และ ฟิลิป เฮช อัลทอพอฟ์ (Micheal Rush and Phillip H. Althoff) มองว่าการสื่อสารทางการเมือง หมายถึง การถ่ายทอดข่าวสารที่เกี่ยวกับการเมืองจากส่วนหนึ่งของระบบการเมืองไปยังอีกส่วนหนึ่งของระบบการเมืองและเป็นการถ่ายทอดระหว่างระบบสังคมกับระบบการเมือง<sup>๔๓</sup>

เดนตัน และ วัตต์เวิร์ด (Denton and Woodward)<sup>๔๔</sup> ได้ให้ความหมายของคำว่า การสื่อสารทางการเมือง คือ การอภิปรายสาธารณะ (Public discussion) เกี่ยวกับการจัดสรรทรัพยากรสาธารณะ

<sup>๓๙</sup> พงศทิธสาน ชุมพล, ระบบการเมือง : ความรู้เบื้องต้น, พิมพ์ครั้งที่ ๓, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๖), หน้า ๑๘๑.

<sup>๔๐</sup> Almond, G.A. and Powell G.B., *Comparative Politics : Political Communication*, (Boston : little Brown, 1978), pp.141-144.

<sup>๔๑</sup> Ibid, pp.6-10.

<sup>๔๒</sup> Warren K. Agree, Phillip H. Althoff and Edwin Emery, *Introduction to Mass Communication* (New York : Harper & Row, 1976), p. 4. Micheal Rush and Phillip H. Althoff, *An Introduction to Political Sociology*, (London : Thomas Nelson and Sons Limited, 1971), p. 160.

<sup>๔๓</sup> Micheal Rush and Phillip H. Althoff, *An Introduction to Political Sociology* (London : Thomas Nelson and Sons Limited, 1971), p. 160. Denton & Woodward, Brian Mcnair, *An Introduction to Political Communication* (London : Routledge, 2003), p. 3.

<sup>๔๔</sup> Denton และ Woodward, Brian Mcnair, *An Introduction to Political Communication* (London:Routledge, 2003), p. 3.

(รายได้) อำนาจที่เป็นทางการ (ใครที่ได้รับมอบอำนาจให้เป็นผู้ตัดสินใจในทางนิติบัญญัติและทางการบริหาร) และ การอนุมัติหรือการลงโทษที่เป็นทางการ (สิ่งที่รัฐให้รางวัลหรือลงโทษ)<sup>๔๕</sup>

คาร์ล ดับบลิว ดอยชท์ (Karl W. Deutsch)<sup>๔๖</sup> ได้ชี้ให้เห็นถึงการสื่อสารและการควบคุมว่าเป็นเรื่องสำคัญยิ่งของระบบการเมืองเปรียบเสมือนเส้นใยแมงมุมของการสื่อสารทางการเมือง หรือเรียกว่าเป็นเสมือนเส้นประสาท (The Nerves of Government) ของระบบการเมือง ทั้งนี้เขาได้อธิบายถึงกระบวนการสื่อสารทางการเมืองว่า เป็นเรื่องของการแสดงออกซึ่งความเรียกร้องต้องการของประชาชน การตอบสนองของรัฐ อันนำไปสู่การตัดสินใจ อันเป็นผลจากการสื่อสารทางการเมืองในสังคมนั้น ระบบการเมืองจะสามารถดำรงคงอยู่ และมีบูรณภาพได้ก็ขึ้นอยู่กับความสามารถที่จะ “ตอบสนอง” ต่อการเรียกร้องต้องการทางการเมืองการสื่อสารทางการเมืองเป็นตัวกลางหรือสื่อกลางระหว่างสมาชิกของระบบการเมืองกล่าวคือ เป็นช่องทางในการเสนอข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการตัดสินใจและนโยบายต่าง ๆ ของรัฐบาลให้ประชาชนได้รับรู้ ในขณะที่เดียวกันก็จะเป็นกระบวนการในการนำเอาข้อเรียกร้อง และความ ต้องการของประชาชนไปให้รัฐบาลได้รับรู้เช่นกัน

ฮาโรลด์ ดี. ลาสเวลล์ (Harold D.Lasswell)<sup>๔๗</sup> กล่าวว่า การสื่อสารทางการเมือง เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับใคร (Who) พูดอะไร (say what) ผ่านช่องทางไหน (which channel) ถึงใคร (to whom) และก่อให้เกิดผลกระทบอย่างไร (what effect) ซึ่งมีบริบทที่ประกอบด้วย ผู้ส่งสาร ข่าวสาร ช่องทาง และผู้รับสาร ทั้งนี้ การสื่อสารทางการเมือง มักกระทำภายใต้สภาพแวดล้อมทางการเมืองหนึ่ง ๆ และผลของการสื่อสารทางการเมืองย่อมก่อให้เกิดผล และผลกระทบอีกด้วย

แชฟฟี (Chaffee) ได้กล่าวถึงการสื่อสารทางการเมืองว่า มีลักษณะเป็นระบบของการแพร่ข่าวสารทางการเมืองไปยังสมาชิกของระบบราชการการเมือง ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า การสื่อสารทางการเมืองเป็นแบบแผนหรือกระบวนการเผยแพร่ข่าวสารทางการเมืองระหว่างสมาชิกกับหน่วยต่าง ๆ ในระบบการเมือง หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า การสื่อสารทางการเมืองมีบทบาทเป็นตัวกลางระหว่างประชาชนและรัฐบาล โดยเป็นช่องทางในการเสนอข้อมูลข่าวสารทางการเมืองต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการตัดสินใจ และนโยบายของรัฐบาลให้ประชาชนได้รับรู้และขณะเดียวกันก็เป็นกระบวนการในการนำเอาข้อเรียกร้อง และความ ต้องการของประชาชนไปสู่รัฐบาลที่จะทำให้การกำหนดนโยบายและการตัดสินใจของรัฐบาลสอดคล้องและสนองตอบต่อความต้องการของประชาชนได้ดียิ่งขึ้น โดยข่าวสารทางการเมืองนั้น Chaffee หมายความว่า ความรู้ (Knowledge) ของสมาชิกในระบบการเมือง เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหว

<sup>๔๕</sup> R.E. Denton and G.C. Woodward, *Political Communication in America*, (NewYok : Preeger, 1990), p. 14.

<sup>๔๖</sup> Karl W. Deutsch อ้างใน อาคม สุวรรณกันทา, “การรายงานข่าวสืบสวนทางการเมืองในหนังสือพิมพ์ไทยและผลกระทบต่อการใช้ของสังคม”, การค้นคว้าแบบอิสระรัฐศาสตร์มหาบัณฑิต คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ๒๕๔๒, หน้า ๔๒๔.

<sup>๔๗</sup> Dan Nimmo, *Political Communication and Public Opinion in America*, (California : Goodyear Publishing Company, 1978), p. 10.

ใด ๆ (Any Change) ในสถานะของระบบ ในแง่ของการใช้อำนาจหน้าที่หรืออำนาจรัฐ (the Authoritative) แบ่งสรรสิ่งที่มีคุณค่าในสังคม (Allocation of Value)<sup>๔๘</sup>

พฤทธิสาณ ชุมพล กล่าวว่า การสื่อสารทางการเมือง (Political Communication) เป็นกระบวนการทางการเมืองที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนข้อเท็จจริง ทศนะ และความคิดเห็น ตลอดจนประสบการณ์ต่าง ๆ ในทางการเมืองระหว่างบุคคล ซึ่งก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกของสังคมการเมืองโดยระบบการเมืองหรือรัฐบาลจะได้หาช่องทางให้ประชาชนได้รับทราบนโยบายและกิจกรรมของรัฐบาลกับการที่ประชาชนจะได้เรียนรู้ถึงนโยบายและกิจกรรมต่าง ๆ นั้นเอง การสื่อสารทางการเมืองจึงนับเป็นกระบวนการพิเศษที่ก่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกของสังคมการเมือง และทำให้บุคคลสามารถดำรงอยู่ได้ในสังคมการเมืองนั้น<sup>๔๙</sup>

เสถียร เขยประทับ กล่าวว่า การสื่อสารทางการเมือง คือ การสื่อสารที่มีเป้าหมายเกี่ยวกับการเมืองซึ่งหมายรวมถึง ๑. การสื่อสารทุกรูปแบบที่ดำเนินการโดยนักการเมืองและผู้ปฏิบัติการด้านการเมือง (Political actors) อื่น ๆ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะบรรลุเป้าหมายที่กำหนด ๒. การสื่อสารที่ส่งไปยังผู้ปฏิบัติการด้านการเมืองเหล่านั้นโดยบุคคลที่ไม่ใช่ นักการเมือง เช่น ผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง หรือนักข่าวของสื่อมวลชน ๓. การสื่อสารเกี่ยวกับผู้ปฏิบัติการด้านการเมืองและกิจกรรมของบุคคลเหล่านั้น ดังที่ปรากฏในรายงานข่าว บทบรรณาธิการ บทความหรือในรูปแบบอื่น ๆ ของการอภิปราย พูดคุยแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการเมืองโดยสื่อต่าง ๆ<sup>๕๐</sup>

สรุป การสื่อสารทางการเมือง หมายถึง การถ่ายทอดข้อมูลและข่าวสารทางการเมืองหรือแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูลอันเกี่ยวกับการเมือง ระหว่างสมาชิกในระบบการเมือง ทั้งในแง่ของปัจเจกบุคคลและคณะบุคคลกับรัฐบาล ซึ่งอาจเป็นได้ทั้งการสื่อสารระหว่างสถาบันการเมืองต่าง ๆ เช่น ภาครัฐคือองค์กรปกครองท้องถิ่นกับประชาชน การสื่อสารระหว่างผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับประชาชน เป็นต้น ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ได้เน้นไปที่การนำแนวคิดของ ฮาโรลด์ ดี. ลาสเวลล์ (Harold D.Lasswell) ที่กล่าวว่า การสื่อสารทางการเมือง เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับใคร (Who) พูดอะไร (say what) ผ่านช่องทางไหน (which channel) ถึงใคร (to whom) และก่อให้เกิดผลกระทบอย่างไร (what effect) ซึ่งมีบริบทที่ประกอบด้วย ผู้ส่งสาร ข่าวสาร ช่องทาง และผู้รับสาร ไปเป็นกรอบในการสร้างรูปแบบการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

<sup>๔๘</sup> บุณทริกา เจียงเพ็ชร, “พฤติกรรมสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่ออินเทอร์เน็ต และทัศนคติทางการเมืองแบบประชาธิปไตยที่มีต่อความรู้ทัศนคติและกิจกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองที่เกี่ยวกับการเลือกตั้งระบบใหม่ของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร”, วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิตสื่อสารมวลชน, (คณะวารสารศาสตร์: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๓), หน้า ๒๓.

<sup>๔๙</sup> พฤทธิสาณ ชุมพล, ระบบการเมือง : ความรู้เบื้องต้น, พิมพ์ครั้งที่ ๓, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๖), หน้า ๑๘๑.

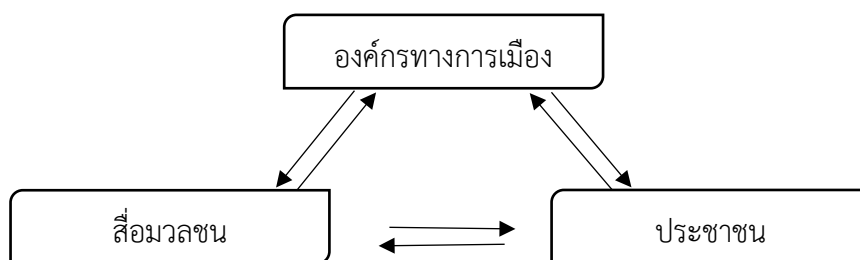
<sup>๕๐</sup> เสถียร เขยประทับ, การสื่อสารการเมืองและประชาธิปไตยในสังคมพัฒนาแล้ว, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๑), หน้า ๒๓.

### ๒.๒.๒ ความสำคัญของการสื่อสารทางการเมือง

การสื่อสารได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางว่าเป็นพลังสำคัญในการพัฒนาประเทศ ทั้งนี้เพราะสามารถเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นหรือทัศนคติของบุคคลตลอดจนอาจทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในวิถีชีวิตและแบบแผนแห่งความเป็นอยู่ในสังคมได้ ในทำนองเดียวกันการสื่อสารทางการเมืองเองก็เป็นพลังสำคัญในการพัฒนาทางการเมืองของระบบการเมืองด้วยเช่นกัน กล่าวคือ การสื่อสารทางการเมืองจะทำให้ประชาชนได้รับรู้และเรียนรู้ประสบการณ์ต่าง ๆ ทางการเมือง เมื่อประชาชนมีความรู้ความเข้าใจทางการเมือง ก็อาจจะก่อให้เกิดการเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ซึ่งนับได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญและจำเป็นของการปกครองในระบอบประชาธิปไตย ทั้งนี้เพราะการเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในระบบการเมือง จะทำให้รัฐบาลสามารถรับรู้ถึงความต้องการของประชาชนและสามารถสนองตอบความต้องการของประชาชนได้อย่างดี<sup>๕๑</sup>

ไบรอัน แมคแนร์ (Brian McNair)<sup>๕๒</sup> ได้ระบุถึงคุณลักษณะสำคัญ ๓ ประการของการสื่อสารทางการเมืองไว้ดังนี้ ๑. การสื่อสารทุกรูปแบบที่ดำเนินการโดยนักการเมืองและผู้ที่เกี่ยวข้องทางการเมือง โดยมีวัตถุประสงค์ที่เฉพาะเจาะจง ๒. การสื่อสารที่สื่อมวลชนและผู้เลือกตั้งส่งถึงนักการเมือง ๓. กิจกรรมการสื่อสารที่สื่อมวลชนนำเสนอเกี่ยวกับการเมือง เช่น การรายงานข่าว บทบรรณาธิการ ฯลฯ เป็นต้น จะเห็นได้ว่า กิจกรรมทางการเมืองทั้งหมด เป็นการสื่อสารทางการเมือง ไม่เพียงการพูด การเขียน แต่ทุกอย่างที่ปรากฏสู่สายตา ไม่ว่าจะเป็นการแต่งกาย ทรงผม ตราสัญลักษณ์ล้วนเป็นองค์ประกอบของการสื่อสารอันจะนำไปสู่สิ่งที่เป็นภาพลักษณ์ (Image) หรืออัตลักษณ์ (Identity) ของบุคคล

ทั้งนี้ แมคแนร์ ได้นำเสนอแบบจำลองการสื่อสารทางการเมือง ไว้ดังนี้



ภาพที่ ๒.๒ แสดงแบบจำลองการสื่อสารทางการเมืองของ ไบรอัน แมคแนร์

<sup>๕๑</sup> อ่างแล้ว, พงษ์ทิสาณ ชุมพล, ระบบการเมือง : ความรู้เบื้องต้น, หน้า ๒๐๙-๒๑๐.

<sup>๕๒</sup> Brian McNair, *An Introduction to Political Communication*, 2<sup>nd</sup>, edition (New York: Routledge), 1999, p. 5.

## ๑) องค์กรทางการเมือง<sup>๕๓</sup>

ในที่นี้หมายถึงผู้ปฏิบัติการด้านการเมือง (Political actors) ซึ่งมีความปรารถนาที่จะมีอิทธิพลในกระบวนการตัดสินใจทางการเมือง กล่าวคือ ถ้าเป็นผู้ปฏิบัติการด้านการเมืองฝ่ายรัฐบาลก็จะสามารถกำหนดนโยบายที่ประสงค์ได้ ส่วนผู้ปฏิบัติการด้านการเมืองฝ่ายค้านก็จะคัดค้านผู้มีอำนาจทางการเมืองในขณะนั้น องค์กรทางการเมืองประกอบด้วย

### ๑.๑) พรรคการเมือง (Political Party)

พรรคการเมืองคือแหล่งรวมบุคคลที่มีความคิดเห็นทางการเมืองคล้าย ๆ กัน บุคคลเหล่านี้มารวมกันภายใต้โครงสร้างด้านอุดมการณ์และด้านองค์กรที่เห็นตรงกัน ทั้งนี้เพื่อจะได้บรรลุเป้าหมายร่วมกัน เป้าหมายร่วมกันเหล่านี้จะสะท้อนให้เห็นถึงหลักการสำคัญหรืออุดมการณ์ของพรรค

แม้พรรคการเมืองในระบบประชาธิปไตยแต่ละพรรคจะมีอุดมการณ์หรือเป้าหมายทางเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม แตกต่างกัน แต่พรรคการเมืองเหล่านี้มีข้อผูกมัดร่วมกันที่จะใช้วิธีการตามรัฐธรรมนูญในการที่จะบรรลุอุดมการณ์หรือเป้าหมายเหล่านั้น โดยพยายามจูงใจผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งให้เห็นด้วยกับอุดมการณ์หรือนโยบายของพรรคและลงคะแนนเสียงให้พรรค ในการจูงใจประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งในยุคปัจจุบันซึ่งเป็นยุคที่ประชาชนทุกคนที่มีคุณสมบัติตามที่กำหนดมีสิทธิออกเสียงโดยเท่าเทียมกันนั้น จะมีคนจำนวนมหาศาล ฉะนั้น จึงจำเป็นต้องใช้สื่อมวลชนและกำหนดยุทธวิธีในการสื่อสารมวลชนเพื่อเข้าถึงและจูงใจบุคคลเหล่านั้น ยุทธวิธีในการสื่อสารมวลชนบางอย่างมีจุดกำเนิดและพัฒนามาจากวิธีการในวงการธุรกิจ เช่น การตลาด ประกอบด้วย

๑.๑.๑) การตลาดด้านการเมือง คือองค์กรทางการเมืองต้องมุ่งเข้าไปที่ผู้รับสารที่ตนกำลังแสวงหาการสนับสนุน โดยการใช้ช่องสื่อสารมวลชนในสภาพแวดล้อมของการแข่งขัน ที่ประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงลงคะแนนมีทางเลือกในการเลือกสินค้าทางการเมืองมากกว่าหนึ่งอย่าง

๑.๑.๒) การโฆษณาทางการเมือง มีจุดกำเนิดและพัฒนามาจากวงการธุรกิจ อาศัยสื่อมวลชนในการเข้าหาเป้าหมาย ให้สื่อมวลชนแยกแยะให้เห็นความแตกต่างระหว่างสินค้าทางการเมืองต่าง ๆ เช่น พรรคการเมือง และผู้สมัครรับเลือกตั้ง แล้วให้ความหมายสินค้าทางการเมืองเหล่านั้นแก่ผู้บริโภค ในทำนองเดียวกันกับบริษัทผู้ผลิตสินค้าชนิดต่าง ๆ ที่พยายามทำให้ผู้บริโภคเห็นคุณสมบัติของสินค้า ยิ่งโฆษณามากโอกาสที่สินค้าจะถูกขายออกไปก็ยิ่งมีมากตามไปด้วย

๑.๑.๓) การประชาสัมพันธ์ กิจกรรมอีกประเภทหนึ่งที่ได้รับอิทธิพลจากด้านการค้าก็คือ การประชาสัมพันธ์ เพราะคือกลยุทธ์ในการจัดการด้านสื่อและข่าวสารเพื่อให้พรรคได้รับการเผยแพร่หรือได้รับการตอบรับในแง่ดีหรือเชิงบวกมากที่สุด เช่น การประชุมพรรค ซึ่งวางแผนจัดขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ที่จะให้สื่อมวลชนสนใจและรายงานข่าวในเชิงดีเกี่ยวกับพรรค หรือการประชุมข่าว ซึ่งทำให้

<sup>๕๓</sup> เสถียร เขยประทับ, การสื่อสารการเมืองและประชาธิปไตยในสังคมที่พัฒนาแล้ว, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๑), หน้า ๒๔-๒๙.

พรรคสามารถกำหนดระเบียบวาระทางการเมืองได้โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงของการรณรงค์เลือกตั้ง การว่าจ้างผู้จัดการภาพลักษณ์ให้มาช่วยสร้างหน้าตาหรือภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่พรรคและผู้นำพรรค

#### ๑.๒) องค์กรสาธารณะ

องค์กรสาธารณะประกอบด้วย สหภาพแรงงาน กลุ่มผู้บริโภค และสมาคมวิชาชีพ การมาร่วมตัวกันขององค์กรสาธารณะมิใช่เพราะอุดมการณ์ แต่เพราะความคล้ายคลึงกันบางอย่างของสถานการณ์ของสมาชิก ซึ่งทำให้การร่วมตัวกันเป็นสิ่งที่มีประโยชน์ในการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับงาน หรือความอ่อนแอของผู้บริโภคแต่ละคนในการเผชิญหน้ากับบริษัทใหญ่โต การร่วมตัวกันจึงเป็นการแก้ปัญหาของกลุ่มผู้บริโภคเพื่อเพิ่มอำนาจในการต่อรอง

#### ๑.๓) กลุ่มอิทธิพล

ผู้ปฏิบัติงานด้านการเมืองอีกประเภทหนึ่งที่ไม่ใช่พรรคการเมืองหรือไม่มีองค์กรอย่างพรรคการเมือง คือ กลุ่มอิทธิพล ซึ่งบางครั้งก็เรียกว่ากลุ่มที่เน้นปัญหาเดียว กลุ่มอิทธิพลแตกต่างจากองค์กรสาธารณะตรงที่กลุ่มอิทธิพลมักมีลักษณะเป็นสถาบันน้อยกว่า แต่มีเป้าประสงค์ที่เปิดเผยมากกว่า โดยมักให้ความสำคัญหรือความห่วงกังวลกับปัญหาบางประการ เช่น การอนุรักษ์สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ การป้องกันการทำทารุณกรรมต่อสัตว์บางชนิด เป็นต้น การที่กลุ่มอิทธิพลมีลักษณะที่ไม่เป็นสถาบัน ไม่อยู่ในกระแสหลักของการสื่อสารการเมือง จึงมักไม่ได้รับการสนับสนุนด้านการเงินและไม่ค่อยได้รับการยอมรับด้านสถานะ ดังนั้น จึงต้องหาวิธีการที่ไม่แพงเพื่อถ่ายทอดสารทางการเมืองของตน

#### ๑.๔) องค์กรผู้ก่อการร้าย

ผู้ปฏิบัติการด้านการเมืองประเภทที่สามที่ไม่ใช่พรรคการเมืองหรือไม่มีองค์กรอย่างพรรคการเมือง คือ องค์กรผู้ก่อการร้าย คำว่า ผู้ก่อการร้าย เป็นคำที่มีความหมายแตกต่างกันไปตามความคิด ความเชื่อทางการเมืองที่แตกต่างกัน ผู้ก่อการร้ายสำหรับคนพวกหนึ่ง อาจเป็นผู้ต่อสู้เพื่อเสรีภาพของคนอีกพวกหนึ่ง คำว่า การก่อการร้ายมักถูกนำมาใช้กับองค์กรที่ใช้วิธีการเปิดเผยมากกว่า เช่น ขบวนการ “โจรใต้” ในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย เป็นต้น ซึ่งจะชี้ให้เห็นว่าแม้แต่ความรุนแรงที่มุ่งเป้าไปที่ประชาชนธรรมดา ก็อาจถือเป็นการสื่อสารการเมืองรูปแบบหนึ่งของกลุ่มผู้ก่อการร้ายที่ตั้งใจส่งสารอย่างใดอย่างหนึ่งถึงประชาชนธรรมดาที่เป็นเป้าหมาย

### ๒) ผู้รับสารหรือประชาชน<sup>๔๔</sup>

วัตถุประสงค์ของการสื่อสารการเมืองคือ การจูงใจ และเป้าหมายที่ต้องการจูงใจ คือ ผู้รับสาร ในกระบวนการสื่อสารทางการเมืองถ้าไม่มีผู้รับสาร ข้อมูลข่าวสารหรือเนื้อหาที่ไม่มีความหมายใด ๆ ผู้รับสารของการสื่อสารทางการเมืองอาจมีลักษณะกว้าง หรือ แคบ หรือทั้งกว้างและแคบก็ได้ อย่างไรก็ตามไม่ว่าผู้รับสารจะมีขนาดเท่าไรหรือมีลักษณะอย่างไร การสื่อสารการเมืองมีวัตถุประสงค์ที่จะก่อให้เกิดผลบางประการในผู้รับสาร ปัญหาเรื่องผลของการสื่อสารเป็นปัญหาใหญ่ที่สลับซับซ้อนและมีข้อโต้แย้งกันแบบไม่มีที่สิ้นสุด

<sup>๔๔</sup> อ่างแล้ว, เสถียร เขยประทับ, การสื่อสารการเมืองและประชาธิปไตยในสังคมที่พัฒนาแล้ว, หน้า ๓๐.

### ๓) สื่อ<sup>๕๕</sup>

สื่อ หรือองค์กรสื่อ ในระบบการเมืองแบบประชาธิปไตยสื่อมวลชนทำหน้าที่ ๒ อย่างคือ เป็นทั้งผู้ถ่ายทอดสารทางการเมืองที่มีจุดกำเนิดมาจากภายนอกองค์กรสื่อ และเป็นทั้งผู้ถ่ายทอดสารทางการเมืองที่มีจุดกำเนิดมาจากภายในองค์กรสื่อ บทบาทของสื่อที่มีความสำคัญคือ ผู้ปฏิบัติภารกิจด้านการเมืองต้องใช้สื่อเพื่อถ่ายทอดสารของตนให้แก่ประชาชนเป้าหมาย โครงการทางการเมือง นโยบาย การรณรงค์ของกลุ่มอิทธิพล การจูงใจให้ลงคะแนนเสียงแก่ผู้สมัครรับเลือกตั้งของพรรค การก่อให้เกิดความกลัว จะมีความหมายและความสำคัญต่อเมื่อถูกรายงานโดยสื่อและผู้รับสารได้รับรายงานนั้น ดังนั้น ผู้ส่งสารทางการเมืองจึงต้องพยายามหาทางเข้าถึงสื่อมวลชนให้ได้

การสื่อสารทางการเมืองเป็นเครื่องมือที่สำคัญในระบบการเมือง หากพิจารณาตามแนวทางทฤษฎีระบบจะพบว่า การสื่อสารทางการเมืองเป็นทั้งปัจจัยนำเข้า (Input) และปัจจัยส่งออก (Output) ของระบบการเมือง กล่าวคือ ประชาชนสามารถส่งผ่านข้อเรียกร้อง รวมถึงความคิดเห็นต่าง ๆ ที่มีต่อรัฐบาล นโยบายหรือผลงานของรัฐบาล ผ่านช่องทางการสื่อสารทางการเมืองไม่ว่าจะเป็นกลุ่มผลประโยชน์ พรรคการเมือง ผู้แทนของประชาชน รวมถึงสื่อมวลชน ไปสู่รัฐบาลขณะที่ฝ่ายรัฐบาลเองสามารถนำเสนอ นโยบาย ข่าวสารจากทางรัฐบาลไปสู่ประชาชนโดยผ่านช่องทางการสื่อสารที่มีอยู่ สำหรับประเทศที่ปกครองในระบอบเผด็จการ รัฐบาลอาจใช้การสื่อสารทางการเมืองเป็นเครื่องมือในการโน้มน้าว หรือโฆษณาชวนเชื่อให้ประชาชนเชื่อมั่นและยอมรับในรัฐบาล จะเห็นได้ว่าไม่ว่าจะอยู่ภายใต้ระบบการปกครองแบบใด การสื่อสารทางการเมืองก็มีความสำคัญต่อการดำรงอยู่และการพัฒนาระบบการเมืองทั้งสิ้น สำหรับการปกครองในระบอบประชาธิปไตย การสื่อสารทางการเมืองแบบสองทางเป็นสิ่งที่จำเป็นและมีความสำคัญต่อระบบการเมืองแบบประชาธิปไตยเป็นอย่างยิ่ง การสื่อสารทางการเมืองระหว่างบุคคลเป็นวิธีการสื่อสารทางการเมืองที่ดีก่อให้เกิดประโยชน์ในแง่ของการสร้างความสนใจ การยอมรับแนวคิด การเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้ดี เข้าใจกระบวนการสื่อสาร และจิตวิทยาการสื่อสาร มีทักษะในการสื่อสาร มีความรู้เรื่องในประเด็นปัญหาทางการเมืองเป็นอย่างดี<sup>๕๖</sup>

#### ๒.๒.๓ บทบาทของกระบวนการสื่อสารกับการเมือง

การสื่อสารทางการเมืองมีบทบาทสำคัญในด้านการเมืองเป็นอย่างมาก เนื่องจากการกระจายข่าวสารได้แล้วยังเป็นการนัดหมาย สื่อสารให้ทราบความเป็นมาเป็นไปของการเมือง ทิศทางต่างๆ ในการบริหารจัดการทางการเมือง การสื่อสารจึงมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับกระบวนการทางการเมือง ทั้งที่ปรากฏตามแนวคิดทฤษฎีเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นตัวกำหนด และในประเด็นที่ว่า ผู้มีอำนาจทางการเมืองการปกครองนั้นใช้และควบคุมการสื่อสารเพื่อผลประโยชน์ทางการเมือง ซึ่งทำให้บทบาทหน้าที่

<sup>๕๕</sup> อ่างแล้ว, เสถียร เขยประทับ, การสื่อสารการเมืองและประชาธิปไตยในสังคมที่พัฒนาแล้ว, หน้า ๓๒.

<sup>๕๖</sup> สาลินี หลีหะเจริญกุล, “พฤติกรรมสื่อสารกับความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมทางการเมืองในการเลือกตั้งทั่วไปครั้งที่ ๑๘ ของผู้มีสิทธิลงคะแนนเสียงเลือกตั้งกลุ่มอายุ ๑๘-๒๐ ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร”, วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สื่อสารมวลชน, (คณะวารสารศาสตร์ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์), ๒๕๓๙, หน้า ๒๙.



ของการสื่อสารนั้นเปลี่ยนแปลงไปตามนโยบาย สภาวะและข้ออำนาจทางการเมือง และส่งผลย้อนกลับมาที่สังคมอีก โดยทำให้การทำหน้าที่ของการสื่อสารนั้นเป็นการทำหน้าที่ที่เป็นอันตรายหรือผิดเพี้ยนไป หรือก่อให้เกิดการเรียนรู้ ความเข้าใจ หรืออบรมบ่มเพาะสมาชิกของสังคมไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่งซึ่งเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม

๑) กระบวนการสื่อสารกับการสร้างความชอบธรรมทางการเมือง ความมีเสถียรภาพทางการเมืองใด ๆ ไม่ได้ขึ้นอยู่กับพัฒนาการทางเศรษฐกิจเท่านั้น หากแต่ยังขึ้นอยู่กับประสิทธิผลและความชอบธรรมของระบบการเมืองด้วย ความมีประสิทธิผล หมายถึงปฏิบัติการจริงซึ่งระบบการเมืองสามารถสร้างความพอใจในหน้าที่พื้นฐานของระบบแก่ประชาชนและกลุ่มพลัง เช่น กลุ่มธุรกิจ กลุ่มทหาร เป็นต้น ส่วนความชอบธรรมทางการเมืองนั้น หมายถึงสมรรถนะของระบบการเมืองในอันที่ทำให้ประชาชนและกลุ่มพลังทั้งหลายในระบบเชื่อว่าสถาบันทางการเมืองทั้งหลายของระบบมีความเหมาะสมดีแล้ว ความชอบธรรมนั้นมีลักษณะเป็นการประเมินค่าของกลุ่มต่าง ๆ ที่จะยอมรับระบบการเมืองว่ามีความชอบธรรมหรือไม่ ซึ่งขึ้นอยู่กับว่าค่านิยมของกลุ่มสอดคล้องกับระบบการเมืองนั้นหรือไม่เพียงใด ในประเด็นดังกล่าวนี้ การสื่อสารในระบบเป็นปัจจัยสำคัญที่จะสร้างความสอดคล้องต้องกัน (Consensus) ของประชาชนหรือกลุ่มต่าง ๆ ในแต่ละระบบการเมืองหรือระหว่างระบบการเมือง

กล่าวอย่างเฉพาะเจาะจงขึ้นก็คือ ความชอบธรรมทางการเมือง หมายถึง การยอมรับของมวลชนหรือกลุ่มพลังต่อการใช้อำนาจ (Power) ของนักการเมืองหรือเจ้าหน้าที่ว่าเป็นอำนาจหน้าที่ (Authority) หรืออำนาจหน้าที่ถูกต้อง ความชอบธรรมมีพื้นฐานมาจากการที่คนในชาติซึ่งประกอบด้วยบุคคลกลุ่มต่าง ๆ มีความสอดคล้องต้องกันในความรู้ ความรู้สึก และการประเมินค่าสิ่งต่าง ๆ เช่น การแสดงออกทางการเมืองดังกล่าวนี้มีความชอบธรรม อย่างไรก็ตามจากพัฒนาการของเทคโนโลยีทางการสื่อสารในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมาทำให้เกิดช่องทางการสื่อสารใหม่ ๆ เพิ่มมากขึ้น เช่น โทรสาร โทรศัพท์เคลื่อนที่ วิหุติติดตามตัวการสื่อสารผ่านดาวเทียม และการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นต้น ประกอบกับสื่อมวลชนทั้งหนังสือพิมพ์ วิหุติ และโทรทัศน์ มีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงไป มีรายการต่าง ๆ ที่ให้ข้อมูล ข่าวสารความรู้และความคิดเห็นต่าง ๆ มากขึ้น ทั้งนี้โดยให้ประชาชนมีส่วนร่วม เช่น โทรศัพท์เข้าไปแสดงความคิดเห็นหรือลงมติในเรื่องที่กำลังเป็นประเด็นขัดแย้งกัน มีการสำรวจความนิยมในพรรคการเมือง รัฐมนตรี นักการเมือง และมีการสำรวจความเห็นต่อสถานการณ์ เหตุการณ์และนโยบายทางการเมืองออกมาอย่างสม่ำเสมอ เช่นการสำรวจของสวนดุสิตโพล เอแบคโพล เป็นต้น จนอาจกล่าวได้ว่าก่อให้เกิดบรรยากาศและสภาพแวดล้อมที่ตื่นตัวมีความเคลื่อนไหวที่จะสื่อสารทางการเมืองในระดับสูงอย่างต่อเนื่อง

๒) กระบวนการสื่อสารกับการสร้างบูรณาการทางการเมือง ในทางการเมืองนั้น แต่ละระบบการเมืองต่างแสวงหาความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของคนในชาติประเทศที่กำลังพัฒนาทั้งหลายมักจะมีปัญหาในด้านความไร้บูรณาการ (Disintegration) ของชาติ กล่าวคือ ประเทศเกิดใหม่ทั้งหลายมักจะเกิดขึ้นจากกลุ่มชนหลายเชื้อชาติ ศาสนา ภาษา หรือมีวัฒนธรรมประเพณีที่แตกต่างกัน คุณลักษณะดังกล่าวนี้ทำให้คนกลุ่มต่าง ๆ มีกรอบอ้างอิงแตกต่างกัน มีสมรรถนะในการสื่อสารระหว่างบุคคลต่ำ ทำให้

มีปัญหาในการทำความเข้าใจให้ตรงกันอยู่เสมอ วิฤตการณ์ทางบูรณาการทางการเมืองดังกล่าวนี้ บางครั้งอาจมีความสำคัญยิ่งกว่าการพัฒนาทางเศรษฐกิจเสียอีก เพราะระบบการเมืองที่ไม่มีปัญหาด้าน วิฤตการณ์ทางการเมืองมักจะสามารรถแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้ง่ายขึ้น

การสร้างสมรรถนะของประชาชนในการสร้างสถาบันของการเมืองและสังคมร่วมกันขึ้น นั้นคือ การทำให้มวลชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของสังคมและการเมืองให้กว้างขวางขึ้น แทนที่จะเป็น กิจกรรมที่เป็นเพียงพฤติกรรมของชนชั้นนำกลุ่มเล็ก ๆ เท่านั้น ประสิทธิผลของการสื่อสารในแต่ละระบบ การเมืองเป็นปัจจัยที่ทำให้ประชาชนในชาติเกิดความซึบซาบในอุดมการณ์ของชาติ ในนโยบายสาธารณะ พื้นฐานที่สำคัญของระบบ ยิ่งคนในชาติมีการสื่อสารคมนาคมติดต่อระหว่างคนในชาติมาก ยิ่งทำให้เกิด อำนาจในการควบคุมจากศูนย์การปกครองมากยิ่งขึ้น และสร้างบูรณาการของชาติในด้านต่าง ๆ ให้ แน่น แห็นยิ่งขึ้นตามไปด้วย การสื่อสารทางการเมืองมีผลต่อกลุ่มของบุคคลต่างกัน เช่น กลุ่มคนทางวัฒนธรรม กลุ่มคนทางดินแดน กลุ่มคนทางชนชั้น และกลุ่มคนทางค่านิยม แม้กระทั่งด้านพฤติกรรมเองก็เช่นกัน ดังนั้น การสื่อสารทางการเมืองจึงต้องมีการบูรณาการเพื่อให้การสื่อสารนั้นครอบคลุมไปยังหน่วยงานต่าง ๆ และ ระบบการสื่อสารทางการเมืองนั้นให้มีวงกว้างสู่สังคมโลกออกไปอีก ในบางสถานการณ์การสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น การให้สัมภาษณ์ทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ก็ตาม มักมุ่งผลประโยชน์ ต่อความนิยมของกลุ่มตนเป็นส่วนมาก ซึ่งมีนัยที่สะท้อนให้เห็นว่า เป็นการสื่อสารที่มีเป้าหมายเพื่อจะได้รับ ประโยชน์จากกลุ่มผู้รับสารโดยไม่คำนึงถึงวิธีการและความสัมพันธ์ว่าจะเป็นไปได้ในเชิงลบหรือเชิงบวกของ บุคคลอื่น ๆ ที่จะเกิดจากการสื่อสารในแต่ละครั้งนั่นเอง

๓) กระบวนการสื่อสารกับกระบวนการกลมกลืนทางการเมือง<sup>๕๗</sup> เพื่อที่จะทำองค์การ สถาบัน และรูปแบบความเชื่อต่าง ๆ ในระบบการเมืองดำเนินต่อเนื่องกันไปอย่างไม่ขาดตอน แต่ละระบบ การเมืองจำต้องมีแนวทางที่จะทำให้มีสมาชิกใหม่ยอมรับสถาบันและความเชื่อทางการเมืองต่าง ๆ นั้น ด้วยการที่แต่ละระบบการเมืองจำต้องอบรมกลมกลืนแก่กรุ่นใหม่หรือผู้ที่อพยพเข้ามาอยู่ใหม่ให้เกิดความ ซาบซึ้งในรูปแบบพื้นฐานของแนวคิดและแนวทางการปฏิบัติตน ว่าพฤติกรรมที่เหมาะสมนี้คืออะไร แนว ทางการปฏิบัติตนทางการเมืองใด จะต้องมืองค์กรที่เป็นตัวนำ (Agents) สื่อสารแนวความคิด ความเชื่อ และแนวปฏิบัติดังกล่าวนี้ต่อคนรุ่นใหม่ของระบบอย่างไร กระบวนการสื่อสารดังกล่าว นำมาซึ่งวัฒนธรรม ทางการเมืองของประชาชนในแต่ละระบบ เป็นกระบวนการติดต่อหรือส่งผ่านวัฒนธรรมทางการเมืองของ ประชาชนแต่ละกลุ่มแต่ละรุ่น เป็นกระบวนการที่ช่วยผดุงวัฒนธรรมเดิมไว้ ในกรณีของการปฏิวัตินั้น หมายถึงการเปลี่ยนแปลงรูปแบบ แนวความคิด ความเชื่อ ค่านิยม และแนวทางปฏิบัติใหม่ให้พลเมืองของ ระบบยอมรับเป็นวิถีชีวิตตน<sup>๕๘</sup>

<sup>๕๗</sup> อ่างแล้ว, วัลลภ ลาพาย, แนวคิดและกระบวนการสื่อสารทางการเมือง หน่วยที่ ๓ , หน้า ๒๔-๒๕.

<sup>๕๘</sup> Donbach W., "Exposure to Political Content in Newspaper : The Impact of Cognitive Dissonance of Reader Selectivity, in *European Journal of Communication*, 1991, pp. 155-186.

สรุป การสื่อสารทางการเมืองมีความสำคัญต่อมนุษยชาติเป็นอย่างมาก เพราะการสื่อสารถือเป็นเครื่องมือในการเข้าถึงแก่นแท้ของสาระสำคัญของทุก ๆ เรื่อง การที่เราจะนำสาระสำคัญของเรื่องนั้น ๆ มาเผยแพร่ต่อสาธารณะ เราย่อมทำได้ด้วยการสื่อสารด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งที่เหมาะสม ดังนั้น การสื่อสารทางการเมืองจึงเป็นช่องทางหนึ่งในการพัฒนาท้องถิ่นให้ประสบความสำเร็จ เป็นไปตามนโยบาย และวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ฉะนั้น ผู้วิจัยจะได้นำเนื้อหาดังกล่าวมาแล้วข้างต้นไปใช้ในการกำหนดตัวแปรการวิจัยนำไปสู่การออกแบบและสร้างเครื่องมือการวิจัยต่อไป

#### ๒.๒.๔ ช่องทางการสื่อสารทางการเมือง

ความสัมพันธ์ระหว่างรัฐกับประชาชนจำเป็นต้องอาศัยกลไกในการติดต่อสื่อสาร ช่องทางการสื่อสารทางการเมืองจึงอาจแบ่งได้เป็น ๒ ประเภท คือ

๑) การสื่อสารโดยตรง การสื่อสารโดยตรงเป็นกลไกการสื่อสารที่ประชาชนส่งสารให้กับรัฐบาลเพื่อให้รัฐรับรู้และหาแนวทางตอบสนองต่อสารเหล่านั้น เช่น

๑.๑) การสื่อสารซึ่งหน้า ได้แก่ การพบปะ การออกเยี่ยมเยียน เวทีสาธารณะ ประชาพิจารณ์ การแถลงข่าว รวมไปถึงการกระทำ เช่น การเดินขบวน และการประท้วง เป็นต้น

๑.๒) การร้องทุกข์ เช่น จดหมายเปิดผนึกการเขียนคำร้อง และการร้องเรียนผ่านหนังสือพิมพ์

๑.๓) โทรศัพท์ โดยติดตั้งโทรศัพท์สายด่วน ระบบตอบรับอัตโนมัติทางโทรศัพท์ และการเข้ารายการ (Call-in)

๑.๔) การตีพิมพ์เอกสาร ไม่ว่าจะในรูปแบบของแบบฟอร์ม กติกา และคำสั่ง

๑.๕) ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ผ่านไฮเทคที่ศนูปรณ

๑.๖) คอมพิวเตอร์ ทั้งในรูปแบบของแผนข้อมูล และอินเทอร์เน็ต

๑.๗) การสื่อสารผ่านสถาบัน เช่น พรรคการเมือง หรือสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค

๒) การสื่อสารโดยอ้อม ต่างจากการสื่อสารทางการเมืองประเภทแรกที่มีจังหวะของการสื่อสารมากกว่า ๑ จังหวะ หรือถ้าเป็นการสื่อสารจังหวะเดียวก็ไม่ได้มุ่งเน้นโดยตรงต่อผลของการสื่อสาร เช่น

๒.๑) การรายงานข่าวจากสื่อมวลชน ทั้งในรูปแบบของการรายงานข่าวทั่วไป การรายงานข่าวแบบเกาะติดสถานการณ์ การรายงานข่าวแบบสืบสวน การเขียนสารคดี และบทบรรณาธิการ

๒.๒) รายงานการวิจัย โดยเฉพาะการสำรวจทัศนคติ และการหยั่งเสียงประชาชน

กลไกการสื่อสารทางการเมืองจึงอาศัยช่องทางการสื่อสารที่แตกต่างกันต่อเนื้อหาของ การเรียกร้องกระบวนการสื่อสารและความคาดหวังในผลที่เกิดขึ้น ประชาพิจารณ์เป็นเพียงหนทางหนึ่งของ ช่องทางการสื่อสารในกลไกการสื่อสารทางการเมือง ประชาพิจารณ์ได้รับการยอมรับมากขึ้นเนื่องจากเป็น

การสื่อสารโดยตรงที่สามารถสื่อเจตนาอารมณ์ได้ซึ่งหน้าระหว่างประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของเจ้าของอำนาจอธิปไตยกับรัฐบาลในฐานะใช้อำนาจที่ได้รับมอบอำนาจจากประชาชน<sup>๕๙</sup>

### ๒.๒.๕ อิทธิพลของการสื่อสารที่มีต่อการเมือง

สื่อบุคคลและสื่อมวลชนถือเป็นช่องทางในการสื่อสารทางการเมืองเป็นสำคัญ การสื่อสารยังถือเป็นเครื่องมือสนับสนุนหรือเรียกร้องทางการเมืองของประชาชน<sup>๖๐</sup> โดยผ่านกระบวนการการสื่อสารทางการเมืองระหว่างกัน ด้วยเหตุผลว่าสื่อบุคคลนั้นเป็นสื่อที่มีความใกล้ชิดกับผู้รับสารมากกว่าสื่อมวลชนเพราะในการสื่อสารทางการเมืองส่วนใหญ่จะเป็นบุคคลที่มีถิ่นที่อยู่อาศัยหรือพื้นที่เดียวกันกับผู้รับสาร และยังเป็นผู้นำชุมชนหรือบุคคลที่เป็นที่รู้จักกันในที่อยู่อาศัยหรือพื้นที่หรือภูมิภาคเดียวกันหรือระดับสูงขึ้นไปคือบุคคลที่เด่นดังในสังคม ซึ่งมีแนวโน้มให้ผู้รับสารเกิดความเชื่อถือและคล้อยตามสารที่ผู้ส่งประเภทสื่อบุคคลแบบนี้ทำการแลกเปลี่ยนข่าวสารได้ง่าย ส่วนด้านสื่อมวลชนนั้น สามารถแทรกตัวของสื่อแต่ละประเภทเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของผู้รับสารได้อย่างง่าย เช่น สื่อโทรทัศน์ ที่ปัจจุบันมีลักษณะเป็นสื่อสากล หรือสื่อระดับโลกไปแล้ว อันเนื่องมาจากเทคโนโลยีการสื่อสารประเภทดาวเทียมที่ถ่ายทอดข่าวสารของเหตุการณ์ต่าง ๆ ทั่วโลกผ่านมายังโทรทัศน์ หรือแม้แต่เทคโนโลยีของสายเคเบิล นอกเหนือจากภายในแต่ละสังคมหรือแต่ละประเทศ ผู้ส่งสารในทางการเมืองจะเป็นระดับรัฐบาลหรือระดับนักการเมือง สื่อโทรทัศน์ก็ยังคงพลังในการสร้างการยอมรับตามกระบวนการวิศวกรรมการสื่อสารทางการเมืองจากการเสนอข่าวต่าง ๆ ทางนโยบาย การปฏิบัติตามนโยบายการใช้สื่อมวลชนเพื่อโฆษณา และโฆษณาชวนเชื่อให้กับผู้รับสารคือประชาชนทั่วไปในสังคมนั้นมากขึ้น

นั่นคืออิทธิพลของสื่อมวลชนทำให้สื่อบุคคลได้เสนอภาพลักษณ์ของตัวเองจากภาษาพูดและกิริยาท่าทางต่าง ๆ บุคลิกจากการต่างกายหรือสัญลักษณ์อื่น ๆ ผ่านทางจอโทรทัศน์ของผู้รับสารหรือกลุ่มเป้าหมายได้สามารถสร้างความใกล้ชิดมากยิ่งขึ้น ถึงแม้ตัวจริงของผู้ส่งสารกับผู้รับสารจะอยู่ไกลกันคนละภูมิภาค คนละพื้นที่คนละสังคม ทำให้สื่อมวลชนและสื่อบุคคลสามารถสร้างสิ่งที่เรียกว่า ความเป็นสาธารณะ คือสร้างกลุ่มผู้รับสารที่สนใจเรื่องเดียวกัน สร้างกระแสการบอกต่อขยายผลแบบปากต่อปากหรือต่อด้านขัดแย้งร่วมกันในเรื่องเดียวกัน

แนวคิดการนำอิทธิพลของสื่อในการกำหนดวาระของสารนั้นมุ่งวิเคราะห์การให้ข่าวสารการเลือกเน้นประเด็นสำคัญหรือหัวข้อของปัญหาที่จะจุดประเด็นความสนใจหรือสร้างกระแสจากการพิจารณาเกี่ยวกับปัจจัยต่อไปนี้

๑) บุคคลที่เป็นประเด็นหรือสร้างกระแส ระดับท้องถิ่น เช่น ตำนายกเทศมนตรี เป็นต้น ระดับชาติ เช่น ตำนายกรัฐมนตรี ตำนายรัฐมนตรี นักวิชาการทางรัฐศาสตร์ เป็นต้น

๒) เหตุการณ์สำคัญของสถานที่ เนื้อหา วัน เวลา ที่เป็นประเด็นหรือสร้างกระแสได้

<sup>๕๙</sup> อ่างแล้ว, วัลลภ ลำพวย, “แนวคิดและกระบวนการสื่อสารทางการเมือง หน่วยที่ ๓”, หน้า ๔๑-๔๒.

<sup>๖๐</sup> เสถียร เขยประทับ, การสื่อสารกับการเมือง : เน้นสังคมประชาธิปไตย, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๐), หน้า ๑.

- ๓) การจัดลำดับความสำคัญโดยสื่อเป็นผู้จัดประเด็นหรือสร้างกระแส
- ๔) การจัดลำดับความสำคัญ โดยการใช้นโยบายจากผู้มีอำนาจในการออกนโยบายหรือเป็นผู้มีส่วนได้เสียเป็นผู้จัดประเด็นหรือสร้างกระแส
- ๕) การจัดลำดับความสำคัญโดยอ้างสาธารณะว่าเป็นผู้จัด หรือต้องตระหนัก
- สรุป การสื่อสารทางการเมืองควรทำความเข้าใจเกี่ยวกับสื่อมวลชนและสื่อบุคคลเพราะมีอิทธิพลต่อการจัดระเบียบวาระของสื่อ ตลอดถึงการสร้างและการถ่ายทอดภาพลักษณ์ทางการเมืองด้วย ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเห็นว่า สื่อมวลชนและสื่อบุคคลอาจเป็นปัจจัยเงื่อนไขหนึ่งในการสื่อสารทางการเมือง เพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น จึงได้กำหนดมาเป็นตัวแปรในการวิจัยเพื่อนำไปสู่การค้นหาคำตอบในครั้งนี้

## ๒.๓ แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

การสื่อสารเพื่อการพัฒนากำเนิดขึ้นในประเทศกำลังพัฒนาในทวีปเอเชีย แอฟริกา และลาตินอเมริกา ในยุคแรกช่วง พ.ศ. ๒๕๐๓ เมื่อมีผู้นำแนวคิดการใช้ประโยชน์จากการสื่อสารให้ไปมีบทบาทสนับสนุนการพัฒนาประเทศ การสื่อสารเพื่อพัฒนามีลักษณะโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตรงที่หน้าที่ของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา มีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงสังคมในทางที่ดีขึ้น กล่าวโดยย่อคือ การสื่อสารเพื่อการพัฒนาเป็นการประยุกต์การสื่อสารเพื่อประโยชน์ต่อการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ดังนั้น จำเป็นต้องมีทฤษฎี กลยุทธ์ การวิจัย และการวางแผนที่เหมาะสมตามความต้องการของแต่ละสังคม ซึ่งแตกต่างไปจากการสื่อสารทั่วไป

### ๒.๓.๑ ความหมายของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

ณรงค์ สมพงษ์ กล่าวว่า การสื่อสารและการพัฒนามีส่วนเกื้อกูลซึ่งกันและกัน หรือการพัฒนาด้านการสื่อสารและการพัฒนาสังคมต่างมีอิทธิพลซึ่งกันและกัน<sup>๖๑</sup>

เดชพันธุ์ ประวิชัย กล่าวว่า การสื่อสารเพื่อการพัฒนา หมายถึง การสื่อสารที่มีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนให้กระบวนการพัฒนาบรรลุเป้าหมายเป็นการสื่อสารในเชิงประยุกต์ ที่มีหลักการและแนวทางปฏิบัติในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและแนวความคิดต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของการพัฒนา ซึ่งจะต้องผสมผสานการใช้การสื่อสารประเภทต่าง ๆ อย่างมีระบบเพื่อโน้มน้าวให้ประชาชนสนใจในประเด็นปัญหาเฉพาะเรื่อง รวมทั้งเสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหานี้ด้วย และการสื่อสารจะต้องเป็นการสื่อสารแบบสองทางกลับไปกลับมาอย่างต่อเนื่อง ระหว่างผู้รับสารระดับล่างสุดกับแหล่งสาร โดยมีนักการสื่อสารเพื่อการพัฒนาเป็นสื่อกลางในการประสานเชื่อมโยง<sup>๖๒</sup>

<sup>๖๑</sup> ณรงค์ สมพงษ์, สื่อสารมวลชนเพื่องานส่งเสริม, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ๒๕๔๓), หน้า ๑๗.

<sup>๖๒</sup> เดชพันธุ์ ประวิชัย, การสื่อสารเพื่อการพัฒนา, (กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ๒๕๔๓), หน้า

เกศินี จุฑาวิจิตร กล่าวว่า การสื่อสารเพื่อการพัฒนา คือ การสื่อสารที่ถูกนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนา ถึงแม้ว่าเราจะพิจารณาการสื่อสารในฐานะที่เป็นเครื่องมือของการพัฒนา แต่เราก็ไม่อาจที่จะมองการสื่อสารในฐานะที่เป็นปัจจัยโดด ๆ ได้เพราะความเป็นจริงในแต่ละท้องถิ่นยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่เราต้องพิจารณาร่วมด้วย ได้แก่ ระบบวัฒนธรรม ทรัพยากรบุคคล ทรัพยากรในท้องถิ่น และเครือข่ายการสื่อสาร<sup>๖๓</sup>

สุรสิทธิ์ วิทยาธิรัฐ กล่าวว่า การสื่อสารเพื่อการพัฒนา หมายถึง การนำเอาการสื่อสารทุกรูปแบบมาช่วยส่งเสริม สนับสนุนกระบวนการพัฒนาประเทศไทยไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และวัฒนธรรม<sup>๖๔</sup>

พนม คลี่ฉายา กล่าวว่า การสื่อสารเพื่อการพัฒนา หมายถึง การใช้การสื่อสารเพื่อเป้าหมายการพัฒนา มุ่งเน้นการใช้การสื่อสารเพื่อให้เกิดการสร้าง ปรับเปลี่ยน รักษาความรู้ ทักษะคิดและพฤติกรรมของบุคคล เพื่อเป็นไปในทิศทางที่มุ่งหวังอันนำไปสู่การพัฒนาบุคคล กลุ่มชุมชน สังคมประเทศ<sup>๖๕</sup>

ปัญญาธิดา ชัยสนิทธิ และคณะ อธิบายถึงการสื่อสารเพื่อการพัฒนาว่า หมายถึง การใช้กระบวนการสื่อสารทุกรูปแบบเพื่อช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางความรู้ ความคิด เจตคติ และพฤติกรรมที่นำไปสู่การดำรงอยู่ในสภาพที่ดีขึ้น<sup>๖๖</sup>

โรเจอร์ (Roger) กล่าวว่า การสื่อสารเพื่อการพัฒนา หมายถึง กระบวนการถ่ายทอดสารที่เป็นสิ่งใหม่ ความคิดใหม่ หรือนวัตกรรมจากผู้ส่งสาร โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะคิด และเกิดการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมที่สังเกตเห็นได้ของผู้รับสาร<sup>๖๗</sup>

แจน เซอร์เวียส (Jan Servaes) กล่าวว่า การสื่อสารเพื่อการพัฒนาเป็นการแบ่งปันความรู้เพื่อบรรลุถึงข้อยุติเกี่ยวกับการปฏิบัติโดยพิจารณาถึงความสนใจ ความต้องการ และขีดความสามารถของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ดังนั้น จึงเป็นกระบวนการสังคมอย่างหนึ่ง<sup>๖๘</sup>

สรุป การสื่อสารเพื่อการพัฒนาเป็นเครื่องมือหนึ่งในการพัฒนาท้องถิ่น โดยใช้กระบวนการสื่อสารที่มุ่งเน้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลง การปรับเปลี่ยนความคิด ความเชื่อ ทักษะคิด และพฤติกรรม อีกทั้งมี

<sup>๖๓</sup> เกศินี จุฑาวิจิตร, การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น, (กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๘), หน้า ๖๖.

<sup>๖๔</sup> สุรสิทธิ์ วิทยาธิรัฐ, การสื่อสารเพื่อการพัฒนา : พัฒนาการ แนวคิด สภาพการณ์ในสังคมไทย, อ่างแล้ว, หน้า ๑๕๕.

<sup>๖๕</sup> พนม คลี่ฉายา, เอกสารประกอบการบรรยายวิชา ๒๘๐๓๖๗๕ การประยุกต์สื่อเพื่อการพัฒนา, ๒๕๔๙, เอกสารอัดสำเนา.

<sup>๖๖</sup> ปัญญาธิดา ชัยสนิทธิ และคณะ, การสร้างเสริมสุขภาวะเพื่อความอยู่ดีมีสุขของชุมชนโดยความร่วมมือกับองค์กรท้องถิ่น อำเภอฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา, (ฉะเชิงเทรา : มหาวิทยาลัยราชภัฏฉะเชิงเทรา, ๒๕๕๔), หน้า ๑๔๘.

<sup>๖๗</sup> โรเจอร์ (Roger) 1997 อ้างใน ปรมะ สตะเวทิน, เอกสารประกอบการสอนชุดวิชา การสื่อสารเพื่อการพัฒนา, (นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, ๒๕๓๘), หน้า ๑๔๐.

<sup>๖๘</sup> แจน เซอร์เวียส (Jan Servaes) 2003 อ้างใน ญัฐวรนนท์ ชนเมธเตลสิทธิ์, “กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชนขององค์การบริหารส่วนตำบลพรหมณี อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก”, นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ), ๒๕๕๒, หน้า ๒๗.

เป้าหมายเพื่อการส่งเสริมการพัฒนาทางด้านต่าง ๆ ให้ดำเนินไปได้อย่างสะดวก เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของการพัฒนา

### ๒.๒.๒ ลักษณะการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

การสื่อสารที่เป็นเครื่องมือสำหรับการพัฒนา ควรดำเนินการดังนี้<sup>๖๙</sup>

#### ๑) ต้องให้ประชาชนเข้ามาเกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสาร

ประชาชนต้องเข้ามาเกี่ยวข้องกับในฐานะผู้รับสารและผู้มีส่วนร่วมในการวางแผนและผลิตเนื้อหาของสื่อ การสื่อสารเพื่อการพัฒนาควรมีลักษณะที่ผู้รับสารสามารถควบคุมกระบวนการสื่อสารได้น้อยกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน จะเห็นชัดเจนว่าในขณะที่การเผยแพร่ข่าวสารเพื่อการพัฒนาให้แก่ประชาชนในชนบทไม่ว่าโดยสื่อมวลชนใด ๆ ผู้ทำหน้าที่ส่งสารคือผู้กำหนดกิจกรรมการสื่อสารว่าจะเกิดขึ้นที่ไหน อย่างไร เมื่อไร และด้วยความถี่เท่าใดโดยผู้รับสารไม่ได้เข้ามาเกี่ยวข้องแต่อย่างใด

นอกจากนี้ผู้รับสารมีโอกาสน้อยมากที่จะได้รับสารซ้ำในจุดที่น่าสนใจ หรือที่มีความสลับซับซ้อน สื่อสิ่งพิมพ์ซึ่งผู้รับสารสามารถอ่านซ้ำได้นั้น มักไม่เหมาะสมกับชาวชนบทที่มีระดับการอ่านออกเขียนได้ต่ำ เพราะฉะนั้นจึงจำเป็นที่จะต้องเน้นเทคโนโลยีหรือเทคนิคที่ผู้รับสารสามารถเข้าใจสารตามความต้องการและตามความสะดวกของตน ถ้าประชาชนสามารถเข้าใจสาร สามารถเลือกเวลาสถานที่และความถี่ที่จะรับสารแล้ว ก็น่าเชื่อว่าการสื่อสารเพื่อการพัฒนาจะมีประสิทธิภาพมากขึ้น

#### ๒) ต้องเป็นการผลิตในท้องถิ่น

การผลิตสื่อต้องเริ่มจากสภาพความเป็นจริงที่มีอยู่ และต้องมีลักษณะสอดคล้องกับสิ่งที่มีชุมชน เช่น ด้านการผลิตสื่อ ควรใช้วัสดุจากท้องถิ่น เทคโนโลยีจากท้องถิ่น เพื่อตลาดท้องถิ่นลักษณะที่สอดคล้องกับความเป็นจริงและความต้องการของชุมชน จะเป็นเหมือนวัคซีนป้องกันปัญหาการพึ่งพาและการครอบงำจากภายนอก ทำให้สื่อในแต่ละชุมชนมีลักษณะเป็นตัวของตัวเอง ไม่ลืมหืมตัวเอง ไม่ลืมหืมชุมชนสำหรับในแง่นี้ บางทีการใช้สื่อมวลชนสมัยใหม่ อาจจะต้องย้อนรอยเดิมกลับไปหารูปแบบและวิถีทางการสื่อสารที่เคยมีอยู่ในชุมชน นอกจากนี้การกระทำดังกล่าวยังสะท้อนให้เห็นถึงการเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารของประชาชนในท้องถิ่นเพราะฉะนั้นเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบในการจัดทำและเผยแพร่ข่าวสารเพื่อการพัฒนาควรมีความเชื่อมั่นในความสามารถของประชาชนในท้องถิ่นที่จะเข้ามามีส่วนร่วมอย่างจริงจังในกระบวนการสื่อสารมากกว่าที่จะเป็นเพียงผู้รับสารที่เฉื่อยชา

#### ๓) ต้องสนับสนุนบทบาทของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมหรือนักพัฒนา

สิ่งสำคัญที่ควรเน้นคือ การสนับสนุนบทบาทของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมในท้องถิ่น เจ้าหน้าที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในกระบวนการพัฒนา แต่ระบบเจ้าหน้าที่ส่งเสริมมีข้อจำกัดหลายประการที่ทำให้ไม่สามารถใช้ทรัพยากรที่มีคุณค่าได้อย่างเต็มที่ ในสังคมไทยมีเจ้าหน้าที่ส่งเสริมในชนบทจำนวนน้อยเพราะข้อจำกัดด้านงบประมาณ จึงใช้วิธีแก้ปัญหาคือ ให้เจ้าหน้าที่เหล่านี้ทำงานให้มากขึ้นและมีประสิทธิภาพมาก

<sup>๖๙</sup> เสถียร เขยประทับ, การสื่อสารกับการพัฒนา, (กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๓๘), หน้า ๒๘๑-๒๘๒.

ขึ้น สิ่งจำเป็นที่ต้องทำเพื่อให้เจ้าหน้าที่ส่งเสริมทำงานได้มากขึ้นและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ก็คือ การนำเทคนิคและเทคโนโลยีด้านการสื่อสารมวลชนมาใช้สนับสนุนเจ้าหน้าที่ส่งเสริม

#### ๔) ด้านมนุษยธรรม

การสื่อสารต้องมีมนุษยธรรม หมายความว่า การสื่อสารและการใช้สื่อต้องถือเอาคนเป็นเป้าหมายมิใช่เอาเทคโนโลยีหรือผลกำไรเป็นเป้าหมาย

#### ๕) ด้านคุณค่า

การสื่อสารและการใช้สื่อ ต้องช่วยให้ประชาชนเชื่อมั่นในระบบคุณค่าดั้งเดิมอันดีงามที่ตนมีอยู่ หากจะมีการเปลี่ยนแปลงอันใด การเปลี่ยนแปลงนั้นต้องสอดคล้องกับคุณค่าเดิม

#### ๖) ด้านการสร้างใจ

การใช้สื่อต้องช่วยให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจปัญหาและสภาพแวดล้อมของตัวเอง ในขณะที่ทุกวันนี้ ชาวจากสหรัฐอเมริกาประสบภัยพิบัติจากไฟไหม้ป่าแต่การรู้จักสถานการณ์ของผู้อื่นเท่านั้นยังไม่เป็นการเพียงพอ จนกว่าเราจะได้รู้จักสถานการณ์ของเราอย่างแจ่มแจ้งทะลุปรุโปร่งเสียก่อน ชาวบ้านจำเป็นต้องรู้ว่าเหตุใดในหมู่บ้านของตนจึงแห้งแล้ง ทั้ง ๆ ที่ในอดีตเคยอุดมสมบูรณ์ การรู้สาเหตุที่แท้จริงนั้นเป็นก้าวสั้น ๆ ก้าวหนึ่ง แต่เป็นก้าวที่สำคัญที่จะนำไปสู่การแก้ปัญหาด้วยตนเอง

#### ๗) ด้านความเป็นชุมชน

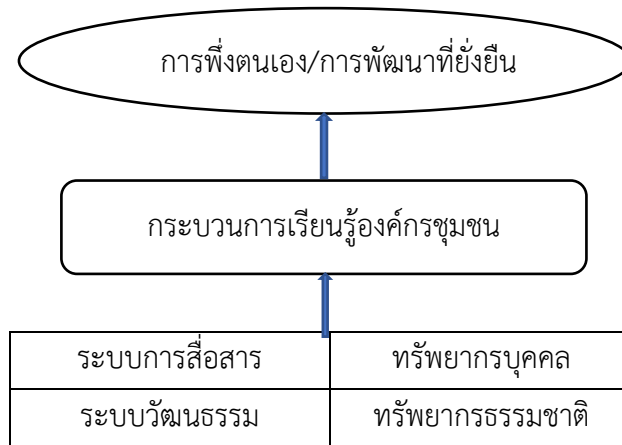
การใช้สื่อจะต้องเป็นหนทางให้ประชาชนเข้าใจความหมายของความเป็นชุมชนอย่างแท้จริง และในขอบเขตที่กว้างขวางขึ้น แต่ก่อนนั้นเราจะเห็นว่ามึธรรมานิยมประเพณีต่าง ๆ ที่มุ่งส่งเสริมบำรุงให้สมานฉันท์ทั้งภายในชุมชนเอง และระหว่างชุมชน มีความมั่นคงเป็นปึกแผ่น เช่น งานบุญพระเวส งานเลี้ยงกลอง งานแข่งเรือ ฯลฯ ทั้งนี้เพื่อการเอื้อเพื่อเกื้อกูลกันในยามที่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งประสบความทุกข์ยาก ในปัจจุบันนี้เมื่อเรามีการสื่อสารมวลชนที่ทันสมัยแล้วการสื่อสารนั้นก็ควรจะถูกนำมาใช้เพื่อเสริมสร้างสมานฉันท์ในหมู่ประชาชนให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น<sup>๗๐</sup>

เกศินี จุฑาวิจิตร กล่าวถึง ลักษณะของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาในฐานะที่เป็นการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการพัฒนาว่า สังคมที่มีการสื่อสารที่ดีควรมีเครือข่ายการสื่อสารประเภทต่าง ๆ ที่ครอบคลุมพื้นที่เป้าหมายได้กว้างขวาง ทำให้ประชาชนสื่อสารกันได้อย่างสะดวกรวดเร็วทั้งภายในและภายนอกตัวหมู่บ้าน ตำบล หรืออำเภอ ประชาชนสามารถรับรู้ข่าวสารได้เท่าทันสถานการณ์และแม้ว่าเราจะพิจารณาการสื่อสารในฐานะที่เป็นเครื่องมือของการพัฒนาแต่เราก็ไม่อาจที่จะมองการสื่อสารในฐานะที่เป็นปัจจัยใด ๆ ได้ เพราะความเป็นจริงในแต่ละท้องถิ่นและสังคมยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่เราต้องพิจารณาด้วย<sup>๗๑</sup>

<sup>๗๐</sup> กาญจนา แก้วเทพ และคณะ, *มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่*, (กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๓๙), หน้า ๑๘๖-๑๘๗.

<sup>๗๑</sup> เกศินี จุฑาวิจิตร, *การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น*, พิมพ์ครั้งที่ ๓, (นครปฐม : มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, ๒๕๔๘), หน้า ๘๘.





ภาพที่ ๒.๓ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ในชุมชน : ปัจจัยสำคัญของการพัฒนา<sup>๗๒</sup>

จากภาพที่ ๒.๑ อธิบายเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาที่จะต้องนำมาบูรณาการมี ๔ ปัจจัยที่สำคัญ ดังนี้

๑) ระบบวัฒนธรรม ในเรื่องระบบวัฒนธรรม พิจารณาได้ทั้งในแง่รูปธรรม และนามธรรมโดยในแง่รูปธรรม ได้แก่ การแสดงประจำท้องถิ่น เพลงพื้นบ้าน กิจกรรมและพิธีกรรมในวันสำคัญทางศาสนา ประเพณีต่าง ๆ ที่สืบทอดมาช้านานและการงานอาชีพ สำหรับในแง่นามธรรม ได้แก่ ความคิด ความเชื่อ คติชาวบ้าน ฯลฯ ซึ่งโดยภาพรวมของระบบวัฒนธรรมแล้ว อาจกล่าวได้ว่าเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่จำเป็น ๕ ประการ คือ อาหาร ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค เครื่องนุ่งห่ม และเรื่องของจิตวิญญาณ

๒) ทรัพยากรบุคคล หมายถึง บุคคลที่มีคุณค่าของท้องถิ่นในเชิงปัญญา กำลังทรัพย์ กำลังกาย และการมีศักยภาพในการนำชุมชนหรือท้องถิ่นไปสู่เป้าหมายของการพัฒนาตามความคาดหวัง บุคคลเหล่านี้ ได้แก่ พระ ครู แพทย์ ผู้นำความคิดเห็น ปราชญ์ชาวบ้าน ฯลฯ

๓) ทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรในท้องถิ่น หมายถึง แหล่งธรรมชาติ พืช/สัตว์เศรษฐกิจ ป่าไม้ ภูเขา ทะเล แร่ธาตุ หน่วยงาน/สถาบันในการศึกษา ธุรกิจเอกชนที่อยู่ในท้องถิ่น ทรัพยากรเหล่านี้ นับเป็นชุมชนทรัพย์ทางปัญญาและชุมชนทรัพย์ทางเศรษฐกิจของท้องถิ่น

๔) ระบบการสื่อสาร หมายถึง ระบบการสื่อสารภายในชุมชน เช่น ชาวบ้านส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลข่าวสารภายนอกจากแหล่งสารใดบ้าง จากสื่อมวลชนหรือจากการพูดคุยกัน ในแต่ละวันชาวบ้านจับกลุ่มคุยกันในเวลาใดและสถานที่ใด ใครเป็นผู้นำความคิด ใครคือบุคคลที่ชาวบ้านให้ความเชื่อถือ สื่ออะไรบ้างที่มีอยู่แล้วในชุมชน เป็นต้น

กาญจนา แก้วเทพ ได้กล่าวถึงคุณลักษณะสำคัญของการสื่อสารที่จะเข้ามามีบทบาทในการพัฒนาแนวใหม่ไว้ว่า ประกอบด้วย ๕ ลักษณะคือ

- ๑) มีลักษณะหลากหลาย
- ๒) เป็นการสื่อสารขนาดเล็ก
- ๓) สร้างและใช้อยู่ในท้องถิ่นเอง

<sup>๗๒</sup> อ่างแล้ว, เกศินี จุฑาวิจิตร, การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น, หน้า ๘๘.

๔) มีลักษณะที่ไม่แข็งตัว ยืดหยุ่นได้ ไม่เป็นสถาบัน

๕) มีการเปลี่ยนแปลงบทบาทระหว่างผู้รับสาร และผู้ส่งสาร<sup>๗๓</sup>

สรุป ลักษณะการสื่อสารเพื่อการพัฒนาเป็นการเปิดโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในการสื่อสารนั้น ๆ ได้ โดยสื่อที่ใช้มีความหลากหลาย เป็นสื่อที่ถูกผลิตในท้องถิ่นนั้น ๆ ทั้งนี้เพื่อจะได้สร้างความเข้าใจและความสอดคล้องร่วมกันระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารได้โดยง่าย

### ๒.๒.๓ ประเภทของสื่อที่ใช้ในการพัฒนา

เดซพันซ์ ประวิชัย กล่าวว่า โดยทั่วไปแล้วสื่อสำคัญที่มักถูกนำมาใช้ในการสื่อสารเพื่อการพัฒนา หรือการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่นวัตกรรม ได้แก่

๑) สื่อมวลชน หน้าที่ของสื่อมวลชนที่สำคัญในการเผยแพร่นวัตกรรมก็คือ ความสามารถในการกระจายข่าวสารออกไปในวงกว้างและเหมาะสมต่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้เพราะเหตุว่า นวัตกรรมเป็นเรื่องแปลกใหม่ เป็นความรู้ครั้งแรกจึงเป็นบทบาทที่เป็นความคาดหวังต่อสื่อมวลชนในการนำเสนอไปยังผู้รับสาร และด้วยเหตุที่ว่าโครงสร้างและการดำเนินงานของสื่อมวลชนนั้นไม่ได้คำนึงถึงความสัมพันธ์ส่วนบุคคล ดังนั้นจึงมักเป็นสารที่ต้องทำให้เข้าใจง่ายเป็นเรื่องกว้าง ๆ โดยเหมาะกับการสื่อสารแบบทางเดียว

๒) สื่อบุคคล โดยทั่วไปแล้วสื่อบุคคลในการสื่อสารนวัตกรรม สามารถจัดแบ่งได้เป็น ๔ ลักษณะ คือ

๒.๑) นวัตกรรม หมายถึง นักทฤษฎี นักประดิษฐ์ นักวางแผน ส่วนใหญ่แล้วนวัตกรรมมักเป็นนักการเมืองและนักวิชาการ

๒.๒) นักการสื่อสารหลัก หมายถึง นักปฏิบัติการที่รับเอานวัตกรรมไปเผยแพร่แก่ชาวบ้าน เป็นตัวเชื่อมระหว่างหลักการ นโยบาย และวิชาการกับสังคมท้องถิ่น ตัวอย่างของนักสื่อสารหลัก เช่น ข้าราชการ เป็นต้น

๒.๓) ผู้มีอิทธิพล สื่อบุคคลกลุ่มนี้มักเป็นผู้นำในท้องถิ่นที่สามารถโน้มน้าวหรือสื่อกับชาวบ้านให้ยอมรับนวัตกรรมนั้น ๆ ตัวอย่างของผู้มีอิทธิพล เช่น พัฒนาการ กำนัน ครู

เนื่องจากโครงสร้างของสื่อบุคคล จำเป็นต้องคำนึงถึงมนุษยสัมพันธ์ที่เข้าใจสภาพท้องถิ่น โดยเฉพาะนักการเมือง ข้าราชการท้องถิ่น พัฒนาการ และผู้นำท้องถิ่น ซึ่งมักมีประสบการณ์ส่วนบุคคลกับชาวบ้าน สามารถเปลี่ยนความคิดเห็นที่เกิดจากความต้องการอันแท้จริงได้ ดังนั้น บทบาทที่คาดหวังต่อสื่อบุคคลในการเผยแพร่นวัตกรรมจึงได้แก่ การช่วยชาวบ้านในการตัดสินใจต่อทางเลือกนวัตกรรมต่าง ๆ หรือการช่วยชี้แนะเพื่อการเปลี่ยนแปลงไปสู่เป้าหมายที่วางไว้แก่ชาวบ้าน ด้วยเหตุนี้สารสนเทศจึงมีขอบเขตที่กว้างและลึก เช่น การแก้ปัญหาสถานะทางสังคม ความเป็นปึกแผ่น ความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ท่าทีของรัฐบาล สันตนาการ ตลอดจนการกระจายข่าวสารในเรื่องกว้าง ๆ และการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

<sup>๗๓</sup> อ่างแล้ว, กาญจนา แก้วเทพ, มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่, หน้า ๑๘๘.

๓) หน่วยงานราชการ ซึ่งอาจคล้ายคลึงกับสื่อบุคคล เพียงแต่เป็นสถาบันและมีความเป็นทางการสูงกว่า โครงสร้างของหน่วยราชการจึงแตกต่างจากสื่อบุคคลเล็กน้อยก็คือ หน่วยราชการอาจมีทั้งความสัมพันธ์หรือไม่มีความสัมพันธ์กับชาวบ้านและจะสื่อสารเฉพาะกับผู้ที่มาขอรับบริการ โดยให้บริการในเรื่องกว้าง ๆ หรือเฉพาะก็ได้ ชาวบ้านสามารถซักถามได้ในลักษณะของการสื่อสารแบบสองทาง โครงสร้างดังกล่าวจึงเหมาะสมกับการชี้แนะและช่วยการตัดสินใจให้กับชาวบ้านตามลำดับเนื่องจากข่าวสารที่ส่งออกไปมักกระจายออกไปได้ในวงแคบ มีขอบเขตที่เป็นความรู้พื้นฐานที่เหมาะสมกับอาชีพของชาวบ้าน

๔) หน่วยงานเอกชน แต่เดิมนั้นหน่วยงานเอกชน ไม่ค่อยได้เกี่ยวข้องโดยตรงกับการแพร่ นวัตกรรมให้กับชาวบ้าน แต่ในปัจจุบันหน่วยงานเอกชนเข้ามามีส่วนช่วยเหลือมากขึ้นไม่โดยตรงก็โดยอ้อม เช่น องค์กรนักพัฒนาเอกชน หรือการบริจาควัสดุ เทคโนโลยีจากบริษัทเอกชนโดยตรง หรือผ่านหน่วยงานราชการไปยังชาวบ้าน นวัตกรรมจากหน่วยงานเอกชนส่วนใหญ่จึงครอบคลุมกว้างขวาง โดยเฉพาะด้านวัสดุ สินค้า เทคนิควิชาชีพ ทั้งนี้เนื่องจากบทบาทที่คาดหวังในด้านนวัตกรรมของชาวบ้านผู้รับสารต่อหน่วยงานเอกชนมักอยู่ในรูปของการชี้แนะและให้ความรู้เบื้องต้น ที่เป็นเช่นนี้เพราะโครงสร้างของหน่วยงานเอกชนอาจมีความสัมพันธ์ส่วนบุคคลหรือไม่ก็ได้กับผู้รับสาร และความสัมพันธ์ข้างต้นสามารถแลกเปลี่ยนทัศนะระหว่างกันตามการสื่อสารสองทาง ซึ่งอาจเกี่ยวข้องกับเรื่องผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ไม่ว่าด้านการลงทุน การบริการ และการซื้อขาย<sup>๗๔</sup>

ประมะ สตะเวทิน กล่าวว่า โดยปกติสื่อที่นำมาใช้ในการสื่อสารเพื่อการพัฒนา แบ่งออกได้ ๓ ประเภท คือ

๑) สื่อบุคคล หมายถึง ตัวคนที่ถูกนำมาใช้ในการสื่อสารกับผู้รับสารในลักษณะเผชิญหน้า การใช้สื่อบุคคลในการสื่อสารจะกระทำได้ในรูปของการสนทนากับผู้รับสารเพียงคนเดียว หรือในรูปของการประชุมกลุ่มซึ่งประกอบด้วยผู้รับสารมากกว่า ๑ คน ก็ได้ สื่อบุคคลในการสื่อสารเพื่อการพัฒนาได้แก่ พัฒนาการ นักส่งเสริมการเกษตร เจ้าหน้าที่สาธารณสุข เจ้าหน้าที่พัฒนา ผู้นำในท้องถิ่น เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน พระ ครู สมาชิกในครอบครัว เพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมงาน เป็นต้น

๒) สื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สื่อที่ถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาเฉพาะและจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม ตัวอย่างของสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ หนังสือ คู่มือ จุลสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ ภาพ สไลด์ นิทรรศการ เทปตลับ ภาพทัศน์ เป็นต้น

๓) สื่อมวลชน หมายถึง สื่อที่สามารถนำสารจากผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสารซึ่งประกอบด้วยคนจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว ภายในเวลาเดียวกันหรือในเวลาใกล้เคียงกันโดยทั่วไปแล้วสื่อมวลชนได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ นิตยสารและภาพยนตร์<sup>๗๕</sup>

<sup>๗๔</sup> อ่างแล้ว, เดชพันธ์ ประวิชัย, การสื่อสารเพื่อการพัฒนา, หน้า ๑๒๖.

<sup>๗๕</sup> ประมะ สตะเวทิน, เอกสารประกอบการสอนชุดวิชา การสื่อสารเพื่อการพัฒนา, (นนทบุรี : โรงพิมพ์มหา วิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, ๒๕๓๘), หน้า ๑๑๘.

กมลรัฐ อินทรทัศน์ กล่าวถึงสื่อที่ใช้ในการพัฒนาว่าจะมีอยู่ด้วยกัน ๖ ประเภท ดังนี้

๑) สื่อบุคคล ซึ่งหมายความรวมถึงสื่อบุคคลที่มีอยู่ภายในชุมชนเอง เช่น ผู้ใหญ่บ้าน พระผู้นำความคิดในลักษณะต่าง ๆ ผู้เฒ่าผู้แก่ และสื่อบุคคลที่มาจากภายนอกชุมชน เช่น นายอำเภอ ปลัดอำเภอ เป็นต้น

๒) สื่อชุมชน หมายความรวมถึงสื่อพื้นบ้านประเภทต่าง ๆ ที่มีอยู่ในวิถีของชุมชนนั้น ๆ โดยอาจเป็นสื่อที่มีและใช้โดยชุมชนในปัจจุบัน เช่น หอกระจายข่าว วิทยุชุมชน สื่อพวงการละเล่น และสื่อพิธีกรรมต่าง ๆ

๓) สื่อกิจกรรมประเภทต่าง ๆ เช่น กิจกรรมฝึกอบรมที่จะต้องเน้นในรูปแบบของการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการที่มีลักษณะพร้อมเพื่อการนำไปใช้ หรือพร้อมสำหรับการนำไปปฏิบัติ สามารถเข้าใจง่าย เน้นการให้การอบรมในเชิงกิจกรรมที่เข้มข้น พร้อม ๆ กับการกำหนดขั้นตอนในการปฏิบัติที่ชัดเจน เช่น การสาธิตให้ดู การเปิดโอกาสให้ทดลองปฏิบัติด้วยตนเอง เป็นต้น

๔) สื่อการศึกษาดูงาน เช่น การเปิดโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายไปดู ไปรู้ ไปเห็น ไปสัมผัสในเรื่องหรือประเด็นที่คล้ายหรือเหมือนกับตนเอง

๕) สื่อบูรณาการ หมายถึง สื่อหลาย ๆ ประเภทที่มีการเชื่อมประสานกันเพื่อให้สามารถถ่ายทอดเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมต่าง ๆ ได้อย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ เช่น ศูนย์เรียนรู้ชุมชน ศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบล และยังสามารถรวมถึงศูนย์สารสนเทศชุมชนด้วย

๖) สื่อสารมวลชน โดยเฉพาะสื่อที่เป็นรายการวิทยุ รายการโทรทัศน์ และสื่อประเภทเอกสารสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ที่มีเนื้อหา หรือรายละเอียดที่บอกเกี่ยวกับขั้นตอนที่ชัดเจนในการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการขั้นตอนต่าง ๆ โดยอาจจะต้องมีการออกแบบที่สามารถสื่อสารได้อย่างชัดเจน เข้าใจง่าย และสามารถแสดงขั้นตอนเพื่อให้สามารถปฏิบัติตามได้อย่างถูกต้อง<sup>๓๖</sup>

สรุป ประเภทของสื่อที่ใช้ในการพัฒนามีหลายประเภท ซึ่งแต่ละประเภทมีความแตกต่างกัน ฉะนั้น การเลือกใช้สื่อจึงมีความจำเป็น ผู้สื่อสารจะต้องรู้จักคัดเลือกสื่อที่มีความเหมาะสมกับสภาพบริบทนั้น ๆ เพื่อให้การสื่อสารประสบความสำเร็จและเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น ๆ

### ๒.๒.๕ การใช้การสื่อสารเพื่อการพัฒนา

ประดิษฐ์ อตัณฐี กล่าวว่า แนวความคิดการใช้การสื่อสารเพื่อพัฒนานั้นเริ่มเผยแพร่ได้ไม่นานคือ อยู่ในช่วงปลายทศวรรษ ๑๙๕๐ ถึงต้นทศวรรษ ๑๙๖๐ ซึ่งนักวิชาการรุ่นแรกนี้ นำโดย เลอร์เนอร์ (Lerner) ปาย (Pye) ชรามม์ (Schramm) โดยแนวคิดของนักวิชาการดังกล่าวต่างมองการพัฒนาในฐานะเป็นตัวนำไปสู่ความสำเร็จของการพัฒนาอุตสาหกรรมตามแบบตะวันตก เนื่องจากประเทศที่มีอำนาจในขณะนั้นกำลังเปลี่ยนโครงสร้างทางเศรษฐกิจของประเทศให้กลายเป็นประเทศที่มีความทันสมัยทางด้าน

<sup>๓๖</sup> กมลรัฐ อินทรทัศน์, การสื่อสารกับการพัฒนา หน่วยที่ ๑๑-๑๕. (นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๔๗), หน้า ๑๔๐.

อุตสาหกรรม เพราะขณะนั้นเป็นยุคที่อุตสาหกรรมกำลังเข้ามามีบทบาทเป็นเครื่องจักรสำคัญในการสร้างเงินรายได้ให้ประเทศชาติ ดังนั้นภาพรวมของทฤษฎีการพัฒนาในระยะเริ่มแรกจึงมุ่งไปสู่ทางเศรษฐกิจเป็นสำคัญ<sup>๗๗</sup>

ประมะ สตะเวทิน ได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารกับการพัฒนาสังคมว่า ในขณะที่ประเทศกำลังดำเนินการพัฒนาหรือในขณะที่กระบวนการพัฒนาสังคมหรือกระบวนการเปลี่ยนแปลงสังคมกำลังดำเนินไปนั้น หน้าที่ที่สำคัญของการสื่อสารในสังคมก็คือ หน้าที่ในการให้ข่าวสาร หน้าที่ในการชักจูงใจ และหน้าที่ในการให้ความรู้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริม สนับสนุน ขยายงานพัฒนา การสื่อสารในลักษณะนี้เรียกว่า การสื่อสารเพื่อการพัฒนา ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

๑) การให้ข่าวสาร ในการพัฒนาประเทศนั้น ประชาชนจะต้องได้รับข่าวสารที่เป็นประโยชน์และเอื้ออำนวยต่อการพัฒนาการสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อมวลชน จึงมีบทบาท ดังนี้

๑.๑) การส่งเสริมให้เกิดความรู้และสร้างเสริมประสบการณ์ สื่อมวลชนจะนำเสนอสิ่งใหม่ ๆ ให้ประชาชนได้รับรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศ และทำให้ทราบว่าบุคคลหรือสังคมอื่นเป็นอย่างไร

๑.๒) การชักจูงประชาชนมาสู่จุดสนใจ สื่อมวลชนจะเป็นตัวการสำคัญในการนำเรื่องต่าง ๆ มาทำให้เป็นสิ่งที่น่าสนใจสำหรับประชาชน โดยทำให้ความสนใจของประชาชนถูกหันเหไปสู่เรื่องของการพัฒนา

๑.๓) การยกระดับความปรารถนาของประชาชน สื่อมวลชนสามารถสร้างความปรารถนาในสิ่งที่ดีกว่าเดิม ทั้งในระดับบุคคลและระดับประเทศ และตั้งใจที่จะทำได้มาซึ่งความปรารถนานั้น

๑.๔) การสร้างบรรยากาศของการพัฒนา สื่อมวลชนมีส่วนสำคัญในการให้ข่าวสารแก่ประชาชน เพื่อกระตุ้นให้เกิดความสนใจในด้านการพัฒนา โดยการแสดงให้เห็นเทคโนโลยีที่ทันสมัย และชีวิตในสังคมที่พัฒนา อันจะทำให้ประชาชนมีสายตาที่กว้างไกลและย้อนมาเปรียบเทียบกับตัวเอง เพื่อกำหนดทิศทางในอนาคต

๒) การจูงใจ บทบาทของสื่อมวลชนในประเทศกำลังพัฒนา คือ การจูงใจให้ประชาชนเปลี่ยนวิถีชีวิต และตัดสินใจเข้าร่วมโครงการพัฒนาอย่างจริงจัง ด้วยการแสดงความคิดเห็นสนับสนุนโครงการพัฒนาของรัฐบาล และชี้แนะการตัดสินใจของประชาชน โดยมีบทบาท ดังนี้

๒.๑) เป็นแหล่งข่าวสารสำหรับการสื่อสารระหว่างบุคคล การเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อมวลชน มีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะให้ประชาชนหรือผู้ที่มีอิทธิพลต่อบุคคลอื่นได้รับเอาข่าวสารไปถ่ายทอดอีกต่อหนึ่ง ซึ่งจะทำให้การตัดสินใจได้ดีขึ้น

---

<sup>๗๗</sup> ประดิษฐ์ อดัญญี, “บทบาท แนวทางและประสิทธิภาพของกรมส่งเสริมการเกษตรในการใช้สื่อสารเพื่อการพัฒนาการเกษตร”, วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต, (ภาควิชาสื่อสารมวลชน : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์), ๒๕๔๒, หน้า ๒๐.

๒.๒) สร้างสถานภาพให้แก่บุคคล สื่อมวลชนสามารถสร้างชื่อเสียงและสถานภาพทางสังคมให้แก่บุคคลได้ โดยอาจจะกล่าวยกย่องหรือเอ่ยถึงอยู่เสมอซึ่งจะทำให้ความคิดและนโยบายของบุคคลเหล่านั้นมีความน่าเชื่อถือ การให้ความสนใจของสื่อมวลชนต่อโครงการพัฒนาต่าง ๆ จะทำให้ประชาชนเข้าร่วมในการพัฒนา อันจะทำให้บุคคลนั้นได้รับสถานภาพไปด้วย

๒.๓) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายอย่างกว้างขวาง ทำให้เกิดการพูดคุยกันและแสดงความคิดเห็นออกมา เพื่อสะท้อนไปยังรัฐบาลให้นำไปพิจารณากำหนดนโยบายในการพัฒนาประเทศ

๒.๔) ปลุกฝังบรรทัดฐานของสังคม สื่อมวลชนมีบทบาทในการเผยแพร่บรรทัดฐานที่ดีของสังคม และการหลีกเลี่ยงบรรทัดฐานอย่างรุนแรงให้ประชาชนทราบ เพื่อช่วยให้สังคมอยู่ในกรอบหรือบรรทัดฐานที่วางไว้

๒.๕) ช่วยปลุกฝังให้มีรสนิยมที่ดี สื่อมวลชนสามารถสร้างความคุ้นเคยกับสิ่งต่าง ๆ แก่ประชาชน เช่น ดนตรี ศิลปะ อันมีผลต่อรสนิยมของบุคคลในประเทศที่กำลังพัฒนา วัฒนธรรมเป็นสะพานเชื่อมโยงที่ดีที่สุดของประชาชนในชาติ

๒.๖) เปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ไม่ฝังแน่นในการพัฒนาประเทศ สื่อมวลชนสามารถสร้างทัศนคติใหม่ ๆ หรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ไม่ฝังแน่น รวมทั้งเบี่ยงเบนทัศนคติเดิมได้ เพราะถ้าประชาชนมีความรู้สึกว่าการปฏิบัตินั้นไม่แตกต่างจากการปฏิบัติอันเดิมหรือเป็นการเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อยจะทำให้เกิดการยอมรับได้ง่ายขึ้น

๒.๗) การให้การศึกษา ในการพัฒนาประเทศ เมื่อประชาชนได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการพัฒนาจนเกิดความรู้สึกหะเยอหะยานและตัดสินใจที่จะเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตหน้าที่ต่อไปของรัฐบาลคือ การให้การศึกษาและให้ความรู้แก่ประชาชนในเรื่องการอ่านออก เขียนได้ การเมืองการปกครอง การสาธารณสุข การเกษตร การช่าง ซึ่งการสื่อสาร โดยเฉพาะสื่อมวลชนสามารถให้ความรู้ที่จำเป็นสำหรับการปรับตัวของประชาชนให้เข้ากับการพัฒนาประเทศได้<sup>๗๘</sup>

สรุป การพัฒนามีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการใช้การสื่อสารระหว่างกัน โดยเฉพาะการพัฒนาระดับองค์กรปกครองท้องถิ่นซึ่งเป็นหน่วยงานที่ใกล้ชิดประชาชนมากที่สุดยังต้องอาศัยการสื่อสารไปยังประชาชนให้เกิดความเข้าใจในสิ่งที่มุ่งหวัง หรือให้เป็นไปในทิศทางที่ผู้ส่งสารต้องการ

<sup>๗๘</sup> ปรมะ สตะเวทิน, หลักนิเทศศาสตร์, พิมพ์ครั้งที่ ๙, (กรุงเทพมหานคร : ภาพพิมพ์, ๒๕๔๐), หน้า ๒๙-๓๐.

## ๒.๔ แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น

### ๒.๔.๑ บทบาทหน้าที่การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น

การสื่อสารมีบทบาทหน้าที่ต่อการพัฒนาท้องถิ่น ดังนี้

๑) การให้ข่าวสาร ก่อนที่ประเทศจะพัฒนาไปได้นั้น ประชาชนของประเทศจะต้องรับข่าวสารที่เป็นประโยชน์และเอื้ออำนวยต่อการพัฒนา ก่อน การสื่อสารเพื่อพัฒนาจึงมีบทบาทหน้าที่ต่อการให้ข่าวสาร ดังนี้

๑.๑) ขยายขอบเขตของสิ่งแวดล้อม ในการนำนวัตกรรมทางความคิดเรื่องการพัฒนา และโครงการพัฒนาเข้าไปสู่ประเทศที่ไม่ได้พัฒนา และประเทศด้อยพัฒนานั้น ความจำเป็นเร่งด่วนที่จะต้องดำเนินการก็คือ การขยายขอบเขตของสิ่งแวดล้อมรอบตัวของคนในประเทศเหล่านั้นการขยายขอบเขตของสิ่งแวดล้อมอาจทำได้โดยการแสดงให้บุคคลเห็นความแตกต่างในด้านคุณภาพชีวิต ระบบเศรษฐกิจ การเมือง สังคมและวัฒนธรรม ตลอดจนการแสดงให้เห็นวิถีชีวิตที่แตกต่างวิถีทางแห่งความเป็นไปได้ในการพัฒนาและการเปิดโอกาสให้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เป็นต้น ขอบเขตสิ่งแวดล้อมทางความรู้ความคิดที่กว้างขึ้น จะช่วยให้บุคคลมีมุมมองใหม่ ท่าทีใหม่ ให้นิยามและความหมายใหม่ต่อปรากฏการณ์ทางสังคมแบบเดิม ทั้งนี้เป็นที่แน่นอนว่าตราบดีที่บุคคลยอมรับว่าสิ่งที่ตนเผชิญอยู่นั้น เป็นสิ่งที่ปกติเป็นวิถีชีวิต เป็นธรรมชาติและไม่ใช่ปัญหาเขาก็จะไม่ตระหนักถึงความจำเป็นของการพัฒนาและไม่ต้องการการเปลี่ยนแปลงใด ๆ ในชีวิตการสื่อสารเพื่อขยายขอบเขตของสิ่งแวดล้อม สามารถใช้สื่อและรูปแบบการสื่อสารได้หลายประเภท แต่ในยุคแรกเริ่มของการพัฒนาประเทศไปสู่ความทันสมัยนั้น สื่อที่มีศักยภาพตอบสนองความต้องการการพัฒนาและสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการพัฒนาได้ดีที่สุดได้แก่ สื่อมวลชน

๑.๒) ดึงประชาชนมาสู่จุดสนใจ ในการนำนวัตกรรมใหม่เข้ามาพัฒนานั้น สื่อมวลชนเป็นตัวการสำคัญที่จะช่วยกำหนดว่าประชาชนควรรู้อะไร โดยการเน้นจุดสนใจในบางเรื่องแทนที่จะเป็นเรื่องอื่นสื่อมวลชนสามารถที่จะทำให้เรื่องเหล่านี้มีความสำคัญ ในการรณรงค์นี้เป็นสิ่งที่สำคัญ สำหรับประเทศที่กำลังพัฒนา หมายความว่า ความสนใจของประชาชนถูกหันเหไปสู่เรื่องของการพัฒนา ความสนใจของประชาชนถูกหันเหไปสู่ขนบธรรมเนียมใหม่ พฤติกรรมใหม่ ๆ การปฏิบัติด้านสุขภาพและการเกษตรแบบใหม่ ประชาชนจะได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนาหรือจะได้รับสิ่งที่จะต้องเกิดเปลี่ยนแปลงแบบใหม่

๑.๓) ยกกระดับความมุ่งมาดปรารถนาของประชาชน ประเทศที่กำลังพัฒนาประสบกับความจำเป็นที่จะต้องกระตุ้นประชาชนให้หลุดพ้นจากการเชื่อโชคชะตา และความกลัวการเปลี่ยนแปลง ประเทศจะต้องส่งเสริมให้เกิดความปรารถนา สิ่งที่ดีกว่าเดิมทั้งในระดับบุคคลและระดับชาติบุคคลจะต้องมีความปรารถนาที่จะมีชีวิตที่ดีกว่าเดิม และต้องตั้งใจที่จะทำให้ได้มาซึ่งสิ่งที่ปรารถนาในฐานะประชาชนของประเทศ คนในชาติจะต้องมีความมุ่งมาดปรารถนาหรือความทะเยอทะยานที่จะทำให้ชาติของตนมีความเข้มแข็งและยิ่งใหญ่ สื่อมวลชนสามารถทำหน้าที่ในการยกกระดับความทะเยอทะยานของประชาชนใน

ประเทศที่กำลังพัฒนาได้ถ้าปราศจากการยกระดับความทะเยอทะยานของประชาชนปราศจากการกระตุ้นให้ประชาชนดิ้นรนเพื่อชีวิตที่ดีกว่าและเพื่อความเจริญของประเทศแล้วเป็นการยากที่จะพัฒนา

๑.๔) สร้างบรรยากาศแห่งการพัฒนา ในการพัฒนานั้น สื่อมวลชนมีส่วนสำคัญในการให้ข่าวสาร เพื่อสร้างบรรยากาศแห่งข่าวสาร เป็นการกระตุ้นการพัฒนาโดยการแสดงให้เห็นเครื่องมือที่ทันสมัยและชีวิตในสังคมที่พัฒนาโดยการเสนอรายงานข่าวเกี่ยวกับการเมืองเศรษฐกิจ สังคมจากที่อื่นในโลกโครงการพัฒนาต่าง ๆ เป้าหมายและปัญหาของการพัฒนา ซึ่งจะทำให้ประชาชนมีสายตาทีกว้างไกลให้ความสนใจ เกิดความทะเยอทะยานและย้อนมาคุดตัวเองเพื่อกำหนดว่าอนาคตควรจะไปอย่างไร

**๒) การโน้มน้าวใจ** การพัฒนาประเทศ สังคม ชุมชน ท้องถิ่น ย่อมส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของประชาชน คือ ประชาชนต้องเปลี่ยนทัศนคติ ความเชื่อ และพฤติกรรมของตนเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงอื่น ๆ ในสังคม ในประเทศที่กำลังพัฒนา และใช้การสื่อสารทำหน้าที่ชักจูงประชาชนให้เปลี่ยนวิถีชีวิตของตน และตัดสินใจเข้าร่วมโครงการพัฒนาอย่างจริงจัง ซึ่งบทบาทของการสื่อสารต่อการโน้มน้าวใจมีรายละเอียด ดังนี้

๒.๑) การเป็นพื้นที่สาธารณะและสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ในวิถีประชาธิปไตยไม่อาจปฏิเสธได้ว่าการสื่อสารโดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารมวลชน เป็นการสื่อสารที่มีบทบาทในการเป็นสื่อกลางเพื่อการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและการตรวจสอบทางการเมือง ทำให้บุคคลและกลุ่มคนต่าง ๆ ที่อยู่ห่างไกลกันสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นได้และสามารถตรวจสอบกิจกรรมทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ได้ตลอดเวลาซึ่งสื่อมวลชนถือเป็นพื้นที่สาธารณะ เพราะเป็นพื้นที่อยู่ตรงกลางระหว่างรัฐกับประชาสังคม ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างคนในสังคมในเชิงวิพากษ์ และการตรวจสอบอำนาจรัฐ ทำให้เกิดทิศทางของสังคมในรูปของนโยบายสาธารณะในการบริหารจัดการกิจกรรมทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม การที่สื่อมวลชนทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ก็เท่ากับเป็นการเปิดโอกาสแห่งการเรียกร้องเชิงขวณ และเชื้อเชิญให้บุคคลต่าง ๆ มองเห็นและตระหนักว่าพวกเขาจะได้ผลประโยชน์อะไรบ้างจากการให้ความร่วมมือหรือมีส่วนร่วมในกิจกรรมการพัฒนาต่าง ๆ ของสังคม

๒.๒) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนการพัฒนาที่ประสบความสำเร็จ คือ การพัฒนาที่ต้องลงลึกถึงฐานรากของชุมชนทั้งในระดับวัฒนธรรมและจิตสำนึก โดยประชาชนจะต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา ส่วนหลักการที่สำคัญที่สุดของการสร้างการมีส่วนร่วมก็คือ การกระจายอำนาจการตัดสินใจให้แก่ชุมชน ให้ชุมชนเป็นแกนหลักในการคิด การตัดสินใจ การบริหารจัดการ ฯลฯ ในการทำงานร่วมกันนี้เอง บุคคลจะเกิดการเรียนรู้ปรับเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรม และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ก็จะขยายวงกว้างมากขึ้น เมื่อมีเครือข่ายชุมชนเป็นกลไกสำคัญที่ขับเคลื่อนขบวนการประชาสังคมในการรณรงค์เรียกร้องเพื่อแก้ไขปัญหาต่าง ๆ อีกด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาที่รัฐไม่เห็นความสำคัญ

**๓) การให้การศึกษา** การสื่อสารสามารถทำหน้าที่ให้เกิดความรู้ที่จำเป็นแก่ประชาชนเพื่อประชาชนจะได้สามารถปรับตัวเองให้เข้ากับการพัฒนาประเทศได้โดยจะใช้การสื่อสารมวลชนทำหน้าที่ใน



การให้การศึกษาแก่ประชาชน ทั้งโดยตรงและโดยอ้อม การให้การศึกษาโดยตรง ได้แก่ การใช้สื่อมวลชน สำหรับการศึกษานในโรงเรียน โดยทำหน้าที่เป็นโสตทัศนูปกรณ์ สำหรับชั้นเรียน เพื่อถ่ายทอดความรู้แก่นักเรียน การให้การศึกษาโดยอ้อมคือ การให้การศึกษาแก่ประชาชนทั่วไป โดยสื่อมวลชนทำหน้าที่เสนอความรู้ด้านต่าง ๆ เช่น การทำมาหากิน การเมืองการปกครอง การเศรษฐกิจ สุขภาพอนามัย ฯลฯ ตามปกติคนเราเมื่อประชาชนอื่นหนังสือพิมพ์ ฟังวิทยุกระจายเสียง ชมวิทยุโทรทัศน์ รวมการรับข่าวสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ฯลฯ ประชาชนก็ได้รับความรู้เหล่านั้นโดยอัตโนมัติ

### ๒.๔.๒ ยุทธวิธีการสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น

ยุทธวิธีการสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นคือ การตัดสินใจต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับพฤติกรรมสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น การตัดสินใจเหล่านี้เป็นผลมาจากยุทธวิธีการพัฒนาและเป็นการตัดสินใจเพื่อสนับสนุนยุทธวิธีการพัฒนาในการสื่อสารเพื่อการพัฒนากระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับยุทธวิธีการสื่อสาร อาจถือว่าเป็นสิ่งที่ต้องการมาก่อนกระบวนการสื่อสาร แผนในการสื่อสารจะมาก่อนการกระทำในการสื่อสาร การตัดสินใจว่าจะทำอะไรเพื่อก่อให้เกิดการพัฒนานั้นไม่มีผลอะไรมากนักจนกว่าจะมีการตัดสินใจด้วยว่าจะทำอย่างไร และการที่จะทำอย่างไรเป็นเรื่องของการสื่อสารเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นในการพัฒนาท้องถิ่นจึงจำเป็นต้องพึ่งพายุทธวิธีการสื่อสารเพื่อมุ่งสู่การมีเครือข่ายการเรียนรู้ ทั้งภายในและภายนอกชุมชน มีกระบวนการเสริมสร้างศักยภาพชุมชน ให้สามารถพัฒนาต่อยอดให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชนในการนำไปสู่การพึ่งตนเอง รวมทั้งการสร้างภูมิคุ้มกันให้ชุมชนพร้อมเผชิญกับการเปลี่ยนแปลง โดยยุทธวิธีการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่สามารถช่วยให้ประชาชนเกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม เพื่อให้ประชาชนสามารถปรับเปลี่ยนตัวเองให้เข้ากับการพัฒนาได้ในปัจจุบัน ประกอบด้วย

#### ๑) การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย

ความสำคัญของการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายสามารถก่อให้เกิดประโยชน์ ดังนี้

๑.๑) ถ้าหากไม่ทำการวิเคราะห์จะทำให้การบริหารจัดการนั้นไม่บรรลุวัตถุประสงค์ เพราะแต่ละกลุ่มคนกลุ่มอาชีพนั้นมีความแตกต่างกัน

๑.๒) การทำการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายจะทำให้สามารถลดค่าใช้จ่ายได้ดีขึ้น เพราะการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายจะทำให้เข้าใจว่า กลุ่มเป้าหมายย่อย ๆ แต่ละกลุ่มมีพฤติกรรมอย่างไรต้องสื่อสารอย่างไรจึงจะตรงจุดและบรรลุวัตถุประสงค์

๑.๓) การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายจะทำให้ข่าวสารที่เผยแพร่ได้ยาก เข้าถึงได้ง่ายขึ้น เพราะกลุ่มคนแต่ละกลุ่มมีความแตกต่างกัน เช่น กลุ่มหญิง กลุ่มเด็ก กลุ่มชรา มีพฤติกรรมการใช้ชีวิตที่แตกต่างกัน การวิเคราะห์และจำแนกกลุ่มจะทำให้สื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีขึ้น

ยุทธวิธีในการสื่อสารที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่

๑.๑) การวางตำแหน่งข่าวสารให้จูงใจ เช่น การทำสื่อให้เกิดความน่าสนใจ เพื่อจะได้ตรงใจกลุ่มเป้าหมาย เช่น การลงรายละเอียดเนื้อหาให้ตรงจุดที่ต้องการจะสื่อ

๑.๒) การออกแบบข่าวสาร เช่น กลุ่มคนมีอายุ ต้องใช้อักษรตัวใหญ่ ภาษาอ่านง่าย กลุ่มเป้าหมายเป็นเยาวชนหรือวัยรุ่น ต้องออกแบบให้มีสีสันน่าสนใจ

๑.๓) การเลือกใช้สื่อ เช่น การใช้สื่อโปสเตอร์ สื่อแอนิเมชัน ภาพเคลื่อนไหว สปอร์ตเสียง โฆษณา เป็นต้น

๑.๔) ช่วงเวลาที่เหมาะสมกับพฤติกรรม เช่น ช่วงเวลาหลังหนึ่งทุ่มเป็นเวลาพักผ่อนซึ่งมีความเหมาะสมที่สุดในการนำเสนอข่าวสารเพื่อการพัฒนาสังคม หรือช่วงเช้ามีเวลา ๐๔.๐๐ นาฬิกา เป็นต้น เหมาะสมกับการนำเสนอข่าวสารเพื่อพัฒนาการเกษตรแก่เกษตรกร เป็นต้น

## ๒) การออกแบบสาร

การออกแบบสารเพื่อการพัฒนา หมายถึง การคิดสร้างสรรค์ วจนภาษา อวจนภาษา ที่สามารถสื่อความหมาย แนวคิดของการพัฒนาจากผู้ส่งสารไปยังรับสารเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตามวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร สามารถแบ่งได้ดังนี้

๒.๑) เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายทราบและรับรู้ประเด็นการพัฒนาสิ่งใหม่ ๆ เป็นการกระตุ้นการอยากเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมที่พึงประสงค์

๒.๒) เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายมีความรู้ความเข้าใจ เปลี่ยนความเชื่อหรือรับข้อมูลข่าวสารใหม่

๒.๓) เพื่อย้ำเตือนไม่ให้เกิดกลุ่มเป้าหมายลืมสิ่งที่ต้องการให้เกิดผล และมีความเชื่อมั่นกับประเด็นการพัฒนา

๒.๔) เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเปลี่ยนแปลงทัศนคติในการพัฒนา

๒.๕) เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม มีการตอบสนองและแสดงพฤติกรรมตอบสนองทันทีในรูปแบบต่าง ๆ

การออกแบบสารเพื่อการพัฒนา ผู้ส่งสารควรคำนึงถึงสิ่งที่ต้องปฏิบัติก่อนการออกแบบสาร ได้แก่

๒.๑) ค้นหาสาระที่เป็นความต้องการที่กลุ่มเป้าหมายต้องการให้ได้

๒.๒) ยอมรับความแตกต่างของกลุ่มเป้าหมายและความไม่แน่นอนที่อาจเกิดขึ้นในเนื้อหาสาระ และประเด็นที่จะนำเสนอในแต่ละครั้ง

๒.๓) จัดทำสารที่จะนำเสนอให้อยู่ในรูปแบบที่สามารถรับรู้ได้ เข้าใจได้อย่างชัดเจนและนำเสนอให้ครอบคลุมรอบด้าน

๒.๔) ให้ความสำคัญกับหลักการและกระบวนการใช้สื่อ การผลิตสื่อ การออกแบบสื่อที่เป็นภาพกราฟิก ตัวอักษร สี รวมทั้งเสียงที่ใช้ ทั้งที่เป็นเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพของส่วนประกอบที่นำเสนอในสื่อแต่ละประเภทและแต่ละชนิด

๒.๕) การอธิบายและขยายความในเรื่องที่ยากต่อการเข้าใจควรทำให้เป็นเรื่องที่ง่ายต่อการเข้าใจ รวมทั้งการสร้างสารให้เกิดความถูกต้อง

## ๓) การใช้สื่อ

การพัฒนาท้องถิ่นมีความจำเป็นพอสมควรที่ต้องพิจารณาว่าควรจะใช้สื่อใดเพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนการพัฒนา ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ ในอดีตที่ผ่านมาอาจเลือกใช้เพียงสื่อใดสื่อ

หนึ่งเท่านั้น ในประเด็นนี้มีผู้เสนอแนวคิดที่หลากหลายอันนำไปสู่การสื่อสารเพื่อพัฒนาท้องถิ่นในรูปแบบใหม่ ดังกรณี กิตติพล สุวรรณ กล่าวว่า การวางแผนใช้สื่อควรปรับเปลี่ยนมาเป็นการใช้สื่อผสมมากกว่าการเลือกใช้เพียงสื่อเดียว นักสื่อสารควรหันมาให้ความสนใจกับสื่อวัฒนธรรมของชาวบ้านด้วย<sup>๗๙</sup> ดังนั้น ยุทธวิธีการใช้สื่อในการพัฒนาท้องถิ่น ประกอบด้วย

๓.๑) สื่อผสม สื่อที่ใช้ควรมีลักษณะหลากหลายผสมผสานกันมากกว่า ๑ ประเภทขึ้นไป เพื่อให้สื่อเหล่านั้นช่วยส่งเสริมและสนับสนุนซึ่งกันและกันในการสร้างผลลัพธ์ที่ดีที่สุด

๓.๒) สื่อท้องถิ่น เป็นสื่อที่เข้าถึงชาวบ้าน หรือชุมชนในท้องถิ่น ซึ่งอาจมีการถ่ายทอดโดยใช้ภาษาและวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้น ๆ เช่น วิทยุชุมชน วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดหรือท้องถิ่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น หอกระจายข่าวหรือเสียงตามสาย เคเบิลทีวีท้องถิ่น หรือแม้แต่สื่อพื้นบ้าน เช่น ลิเก หมอลำ เป็นต้น

๓.๓) สื่อชุมชน เช่น สื่อบุคคลในพื้นที่ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นคนที่เกิดและเติบโตในชุมชนนั้น เป็นผู้ที่มีสัมผัสและคุ้นเคยในภาษา ขนบธรรมเนียมวัฒนธรรม วิถีชีวิตในชุมชน

๓.๔) สื่อกิจกรรม เป็นสื่อที่กระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมของชาวบ้านหรือชุมชน สามารถปรับปรุงดัดแปลงแก้ไขให้ยืดหยุ่นเหมาะสมกับโอกาสและสถานการณ์ได้ง่าย แต่มีข้อจำกัดคือผู้รับมีจำนวนจำกัดเฉพาะกลุ่มที่ร่วมกิจกรรมนั้น ๆ

### ๒.๔.๓ การสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน

กระบวนการมีส่วนร่วมตามแนวคิดของโคเฮน เจ เอ็ม และ อัฟฮอฟฟ์ เอ็น ที (Cohen, J.M. & Uphoff, N.T.) แบ่งออกได้ ๔ ชั้น ทั้งนี้สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการออกแบบการสื่อสารไปยังภาคประชาชน เพื่อให้เกิดการพัฒนาชุมชนโดยการร่วมกันอย่างยั่งยืน ดังนี้<sup>๘๐</sup>

ชั้นที่ ๑ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ในกระบวนการของการตัดสินใจนั้น ประการแรกสุดที่ต้องการกระทำ คือ การกำหนดความต้องการและการจัดลำดับความสำคัญ ต่อจากนั้นก็เลือกนโยบายและประชาชนที่เกี่ยวข้อง การตัดสินใจนี้เป็นกระบวนการต่อเนื่องที่ต้องดำเนินการไปเรื่อย ๆ ตั้งแต่การตัดสินใจในช่วงเริ่มต้น การตัดสินใจร่วมกันของประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ควรใช้การสื่อสารจากเบื้องล่างขึ้นสู่เบื้องบน เพราะประชาชนสามารถให้ข้อมูลที่มีคุณค่าต่อการตัดสินใจของผู้บริหารและควบคุมกิจกรรมต่าง ๆ ในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และประชาชนเป็นผู้ที่อยู่ใกล้ชิดกับการปฏิบัติงาน

<sup>๗๙</sup> กิตติพล สุวรรณ, “ความคิดเห็นของเกษตรกรผู้ปลูกถั่วเหลืองที่มีต่อแหล่งและประเภทของข่าวสารในการยอมรับเทคโนโลยีการปลูกถั่วเหลืองเขตอำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่”, วิทยานิพนธ์เทคโนโลยีการเกษตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตศึกษา : สถาบันเทคโนโลยีการเกษตรแม่โจ้), ๒๕๓๓, บทคัดย่อ.

<sup>๘๐</sup> โคเฮน เจ เอ็ม และ อัฟฮอฟฟ์ เอ็น ที (Cohen, J.M. & Uphoff, N.T.) 1980 , ทนากร ศรีก๊อ และวิทยาธร ท่อแก้ว, องค์ประกอบในการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบล, วารสารการวิจัยและนวัตกรรมเพื่อขับเคลื่อนสังคม, ปีที่ ๔ ฉบับที่ ๒ (มกราคม-เมษายน ๒๕๖๕), หน้า ๕๔-๕๕.

จริง ๆ ในการพัฒนาชุมชน ที่สามารถสะท้อนปัญหาและความต้องการที่เอื้อต่อการพัฒนาชุมชนได้อย่างถูกต้อง

ขั้นที่ ๒ การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน ในส่วนที่เป็นองค์ประกอบของการดำเนินงาน โครงการนั้นได้มาจากคำถามว่าใครจะทำประโยชน์ให้แก่โครงการได้บ้างและจะทำประโยชน์ได้โดยวิธีใด เช่น การช่วยเหลือด้านทรัพยากร การบริหารงานและการประสานงานและการของความช่วยเหลือ เป็นต้น โดยอาจมุ่งเน้นการสื่อสารทั้งแบบทางการ และไม่เป็นทางการ โดยผู้บริหาร และผู้ที่มีความสามารถจะเป็นศูนย์กลางของการสื่อสาร ได้แก่ หัวหน้างาน เจ้าหน้าที่ รวมทั้งผู้นำชุมชน และประชาชนชาวบ้าน แต่ในบางสถานการณ์ อาจใช้การสื่อสารที่มีประชาชนเป็นผู้เปิดประเด็นและประสบการณ์ ณ เวทีเสวนาที่จัดขึ้นมาแบบไม่เป็นทางการเพื่อที่จะได้สะท้อนความต้องการและความรู้สึกของปัจเจกบุคคลในเรื่องของการรวมตัวกันเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันการเคารพตนเอง และการตัดสินใจเลือกที่เป็นอิสระก็ก่อให้เกิดความสามัคคีภายในองค์กรตามมาด้วย

ขั้นที่ ๓ การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ ในวนที่เกี่ยวกับผลประโยชน์นอกจากความสำคัญของผลประโยชน์ในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพแล้ว ยังจะต้องพิจารณาถึงการกระจายผลประโยชน์ภายในกลุ่มด้วย ผลประโยชน์ของโครงการนี้รวมทั้งผลที่เป็นประโยชน์ทางบวกและผลที่เกิดขึ้นในทางลบที่เป็นผลเสียของโครงการ ซึ่งจะเป็นประโยชน์และเป็นโทษต่อบุคคลและสังคมด้วย ในการสื่อสารเพื่อการมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ จะเป็นการนำเสนอสิ่งที่ประชาชนจะได้รับจากท้องถิ่น เช่น การจัดสวัสดิการต่าง ๆ และการได้รับสิทธิในการเข้ามาร่วมแสดงความคิดเห็นและบทบาทในการคิดโครงการ/กิจกรรมพัฒนาชุมชน ทั้งนี้การสื่อสารถึงผลประโยชน์ที่ประชาชนพึงได้รับ ควรนำเสนอทั้งแบบสื่อสารทางตรงเพื่อให้ประชาชนเกิดความเข้าใจอย่างละเอียดและเสริมด้วยสื่อเอกสารเพื่อให้เกิดการบันทึกความจำในแบบสรุป เพื่อให้ประชาชนสามารถสืบค้นความรู้ที่ท้องถิ่นสื่อสารได้ตลอดเวลา

ขั้นที่ ๔ การมีส่วนร่วมในการประเมินผล การมีส่วนร่วมในการประเมินผลนั้นสิ่งสำคัญจะต้องสังเกต คือ ความเห็น ความชอบ และความคาดหวัง ซึ่งมีอิทธิพลสามารถแปรเปลี่ยนพฤติกรรมของบุคคลในกลุ่มต่าง ๆ ได้ การสื่อสารเพื่อการประเมินอาจใช้เครื่องมือด้านเอกสาร และเทคโนโลยี เพื่อให้ประชาชนสามารถแสดงความคิดเห็นได้แบบทางเดียวที่ไม่ต้องเผชิญหน้ากับท้องถิ่น เช่น การเปิดโอกาสให้ประชาชนได้ประเมินผู้บริหาร และการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท้องถิ่น โดยใช้การสัมภาษณ์โดยบุคคลที่ไม่ได้มีส่วนได้ส่วนเสียร่วมกับการใช้แบบสอบถามแบบกระดาษและแบบสอบถามออนไลน์ รวมทั้งการสื่อสารเพื่อให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการประเมินผลการพัฒนาชุมชนของท้องถิ่นให้เป็นไปอย่างต่อเนื่อง ควรจะนำข้อคิดเห็นของประชาชนมาปรับปรุงระบบการบริหารงานให้ได้อย่างเป็นรูปธรรม และนำเสนอให้ประชาชนทราบถึงความก้าวหน้าได้มีการปรับปรุงพัฒนาในประเด็นใดไปแล้วบ้างตามที่ประชาชนให้ข้อคิดเห็นมา ทั้งนี้จะทำให้ประชาชนเกิดความรู้สึกที่ดีว่า เสียงของพวกเขานำมาสู่การพัฒนาชุมชนอย่างแท้จริง

## ๒.๕ ทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

การสื่อสารเป็นการสร้างเครือข่ายแห่งการเรียนรู้ร่วมกัน บทบาทของการสื่อสารเป็นหลักสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งสู่การพัฒนาอย่างไม่สิ้นสุด โดยมีการติดต่อสื่อสารต่อกัน มีการเอื้อเฟื้อต่อกัน มีการเรียนรู้ร่วมกัน และมีการจัดการที่ดี อีกทั้งได้มีการสร้างแนวคิดทางทฤษฎีอธิบายความสัมพันธ์ต่าง ๆ ไว้อย่างหลากหลายโดยได้มีนักวิชาการด้านการสื่อสารได้ค้นพบและอธิบายทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่สำคัญ ดังนี้

### ๒.๕.๑ ทฤษฎีของแดเนียล เลินเนอร์ (Daniel Lerner) <sup>๘๑</sup>

ทฤษฎีของลินเนอร์ จำแนกได้ ๒ ระดับ คือ ระดับสังคม (Societal Level) เรียกว่าการพัฒนาประเทศ และระดับบุคคล (Individual Level) เรียกว่า การทำให้คนทันสมัย โดยลินเนอร์ได้เสนอขั้นตอนการพัฒนาของสังคมมนุษย์ว่าจะเริ่มจากสังคมโบราณผ่านสังคมที่กำลังเปลี่ยนรูปไปสู่สังคมสมัยใหม่ (Modern Society) และชี้ให้เห็นว่าระบบการสื่อสารในสังคมโบราณและสังคมสมัยใหม่มีลักษณะแตกต่างกัน ซึ่งในสังคมโบราณนั้นระบบการสื่อสารเป็นการติดต่อโดยอาศัยปากเปล่า (Oral Communication) การแลกเปลี่ยนข่าวสารจำกัดอยู่เฉพาะภายในกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องเพียงส่วนน้อย เนื้อหาข่าวสารส่วนใหญ่เป็นเรื่องของระเบียบข้อบังคับความประพฤติของสมาชิกภายในกลุ่ม และผู้ที่ทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการติดต่อสื่อสารมักเป็นผู้ที่มีตำแหน่งทางสังคมสูง ส่วนในสังคมสมัยใหม่นั้น ระบบการติดต่อสื่อสารเป็นในรูปแบบการติดต่อสื่อสารโดยอาศัยสื่อกลาง (Mediated Systems) การแลกเปลี่ยนข่าวสารซึ่งขยายขอบเขตกว้างขวางครอบคลุมไปถึงกลุ่มชนต่าง ๆ ที่กระจัดกระจายกันอยู่ เนื้อหาข่าวสารมักเป็นการรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอกกลุ่มชน และผู้ที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการสื่อสารมักเป็นผู้ที่ได้รับการฝึกอบรมและมีความชำนาญในด้านนี้โดยตรง ทั้งนี้ ลินเนอร์ได้กล่าวถึงขั้นตอนการพัฒนาการสื่อสารว่า จะเริ่มจากปากเปล่า (Oral) ในสังคมโบราณไปสู่ระบบสื่อกลาง (Media) ในสังคมสมัยใหม่ ดังนั้น การพัฒนาระบบการสื่อสารจึงขนานเคียงคู่ไปกับการพัฒนาสังคมด้วย

ประเด็นสำคัญตามข้อเสนอของลินเนอร์ คือ การพัฒนาระบบการสื่อสารถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาระบบสังคมส่วนรวมทั้งหมด และมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาส่วนอื่น ๆ ในสังคมด้วย ได้แก่ การพัฒนาเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และวัฒนธรรม ลินเนอร์กล่าวว่า ระบบการสื่อสารเป็นทั้งเครื่องชี้ (Index) และตัวแทน (Agent) การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในระบบสังคมใหญ่ทั้งหมด แต่ทั้งนี้มิได้หมายถึงความสัมพันธ์เชิงเหตุผลระหว่างปรากฏการณ์ที่เกี่ยวข้องทันทีที่กระบวนการพัฒนาเริ่มต้น

<sup>๘๑</sup> บุญเลิศ ศุภดิลก, เอกสารการสอนชุดวิชา การสื่อสารกับการพัฒนา หน่วยที่ ๒, (นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, ๒๕๕๘), หน้า ๔๒-๔๓.

### ๒.๕.๒ ทฤษฎีของเอเวอร์เรต เอ็ม โรเจอร์ส<sup>๘๒</sup>

เอเวอร์เรต เอ็ม โรเจอร์ส เป็นผู้เสนอทฤษฎีการสื่อสารนวัตกรรมหรือการเผยแพร่วัตกรรม ซึ่งได้รับการอ้างอิงไปอย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนที่เกี่ยวข้อง “กระบวนการยอมรับนวัตกรรม” (Adoption process) ซึ่งเดิมได้อธิบายว่า คือ กระบวนการตัดสินใจในการยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นในสมอง ที่บุคคลจะต้องผ่านขั้นหรือระยะต่าง ๆ ตั้งแต่แรกที่รู้เรื่อง หรือมีความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมไปจนถึงขั้นตัดสินใจที่จะยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม และในที่สุดถึงขั้นยืนยันการตัดสินใจที่ทำไปแล้ว กระบวนการรับนวัตกรรม ประกอบด้วย



ที่มา : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๕๘, หน้า ๕๐.

สามารถอธิบายเพิ่มเติมได้ดังนี้

๒.๑) ขั้นตระหนักรู้ เป็นขั้นแรกที่จะนำไปสู่การยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม ขั้นนี้เป็นขั้นที่บุคคลได้รับรู้เกี่ยวกับนวัตกรรม แต่ยังไม่ได้ข่าวสารไม่ครบถ้วนบริบูรณ์ การรับรู้มักเป็นการรับรู้โดยบังเอิญ ซึ่งอาจจะทำให้เกิดการอยากรับรู้ต่อไป อันเนื่องมาจากความต้องการที่จะนำนวัตกรรมไปใช้แก้ปัญหาที่ตนเองประสบอยู่

๒.๒) ขั้นความสนใจ เป็นขั้นที่บุคคลจะเกิดความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบนวัตกรรมนั้น ๆ ในขั้นนี้บุคคลจะเริ่มแสวงหาข้อมูลอย่างกระตือรือร้น เริ่มมีความสนใจและแสวงหารายละเอียดเกี่ยวกับนวัตกรรมเพิ่มเติม พฤติกรรมนี้จะนำไปในลักษณะที่ตั้งใจและใช้กระบวนการคิดมากกว่าขั้นแรก ซึ่งจะทำให้ได้รับความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมมากขึ้น บุคคลจะรู้ว่านวัตกรรมทุกอย่างมีลักษณะของความเสถียรอยู่ด้วย เขาจึงต้องการแรงเสริมเพื่อให้เกิดความมั่นใจบุคคลจะแสวงหาแรงเสริมได้จากการสื่อสารระหว่างบุคคล

๒.๓) ขั้นการประเมินผล เป็นขั้นที่ไตร่ตรองว่าจะยอมรับนวัตกรรมนั้นดีหรือไม่ ด้วยการชั่งน้ำหนักระหว่างข้อดีและข้อเสียว่า เมื่อนำไปใช้แล้วจะเป็นประโยชน์ต่อกิจกรรมของตนหรือไม่ และประโยชน์ที่ได้รับนั้นมากพอที่จะยอมรับไปปฏิบัติอย่างเต็มที่หรือไม่

<sup>๘๒</sup> Everett M. Rogers, *Communication of Innovations : A Cross-Culture Approach*, (New York : The Free Press, 1983), p. 163-209.

๒.๔) ขั้นทดลอง เป็นขั้นที่บุคคลทดลองใช้นวัตกรรมนั้นกับสถานการณ์ของตน ซึ่งเป็นการทดลองดูกับส่วนน้อยว่าได้ผลดีหรือไม่ และประโยชน์ที่ได้รับนั้นมากพอที่จะยอมรับนำไปปฏิบัติอย่างเต็มที่หรือไม่

๒.๕) ขั้นการยอมรับนวัตกรรม เป็นขั้นที่บุคคลจะแสวงหาข่าวสารเพิ่มเติมหรือแรงเสริมเพื่อสนับสนุนหรือยืนยันการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมที่กระทำไปแล้ว แต่บุคคลอาจเปลี่ยนใจไปในทางตรงข้ามได้ ถ้าได้รับข้อมูลใหม่ที่ขัดแย้งกับข้อมูลที่ได้รับมา ขั้นยืนยันนี้จะเกิดขึ้นหลังจากการตัดสินใจในระยะเวลาหนึ่ง ในขั้นนี้บุคคลใกล้ชิดจะมีบทบาทมาก

สำหรับประเภทของบุคคลที่ยอมรับนวัตกรรมนั้น โรเจอร์ส อธิบายว่า สามารถจำแนกออกได้เป็น ๕ ประเภท ตามระดับความเร็วในการยอมรับนวัตกรรม คือ<sup>๘๓</sup>

๑) กลุ่มผู้ริเริ่ม ได้แก่ ผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมก่อนคนอื่น กลุ่มนี้มักเป็นผู้มีฐานะทางเศรษฐกิจดี การศึกษาสูง มีความกล้าที่จะเสี่ยงลงทุนหรือทดลอง ชอบลองของแปลกใหม่

๒) กลุ่มรับเร็วส่วนแรก ได้แก่ ผู้นำความคิดเห็นในท้องถิ่น ส่วนใหญ่มักเป็นผู้มีทัศนคติที่ดีต่อการเปลี่ยนแปลง มีเหตุผลและเป็นผู้ได้รับการยกย่องและนับถือจากผู้คนในสังคม

๓) กลุ่มรับเร็วส่วนมาก ได้แก่ ผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมหลังจากที่พิจารณาอย่างรอบคอบแล้ว คนกลุ่มนี้มักจะยอมรับบรรทัดฐานของสังคมว่ามีความสำคัญมาก ดังนั้น ถ้ามีผู้ที่ยอมรับกันมาก ก็จะไปปฏิบัติตามด้วย

๔) กลุ่มรับช้าส่วนมาก ได้แก่ ผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมเพราะความจำเป็นทางเศรษฐกิจหรือแรงกดดันทางสังคม คนกลุ่มนี้มักเป็นผู้มีความระแวง ข่างสงสัย ลังเลใจ

๕) กลุ่มล่าช้า ได้แก่ พวกที่ยอมรับนวัตกรรมช้าที่สุดในสังคม มักเป็นผู้ที่มีความยึดมั่นอยู่กับประเพณีอย่างเหนียวแน่น ไม่สนใจโลกภายนอก ไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลงอะไรง่าย ๆ

นอกจากนั้น โรเจอร์ส ได้ปรับปรุงกระบวนการรับนวัตกรรมใหม่ให้ทันสมัย ถูกต้อง และสอดคล้องกับสภาพสังคม โดยเรียกว่า “กระบวนการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม” แบ่งเป็น ๕ ขั้นตอน ดังนี้<sup>๘๔</sup>

ขั้นที่ ๑ ขั้นความรู้ (Knowledge) กระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมเริ่มต้นเมื่อบุคคลได้สัมผัสนวัตกรรม และเริ่มศึกษาหาข้อมูลเพื่อทำความเข้าใจถึงหน้าที่ของนวัตกรรมนั้น ความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมที่บุคคลได้รับ แบ่งเป็น ๓ ด้าน คือ

ด้านที่ ๑ ความรู้จักนวัตกรรม ความรู้ที่ทำให้เกิดการตื่นตัวเกี่ยวกับนวัตกรรม เป็นความรู้ที่ว่านวัตกรรมเกิดขึ้นแล้ว และนวัตกรรมสามารถทำหน้าที่อะไรบ้าง

<sup>๘๓</sup> Rogers, Everett M. *Communication of Innovations : A Cross-Culture Approach*, (New York : The Free Press, 1983), p. 163-209.

<sup>๘๔</sup> Rogers, Everett M., *Communication of Innovations : A Cross-Culture Approach*, ibid, p. 163-209.

ด้านที่ ๒ ความรู้วิธีการใช้นวัตกรรม ความรู้ประเภทนี้ได้จากการติดต่อสื่อสารกับ สื่อมวลชน การติดต่อกับหน่วยงานราชการที่ทำการเผยแพร่ นวัตกรรมหรือเข้าร่วมประชุม ความรู้ประเภทนี้ จะช่วยให้ใช้นวัตกรรมได้อย่างถูกต้อง นวัตกรรมยังมีความซับซ้อนมากขึ้นเท่าใด ความจำเป็นที่จะต้องมีความซับซ้อนมากขึ้นเท่าใด ความจำเป็นที่จะต้องมีความรู้ก็ยิ่งมากขึ้น การขาดความรู้ด้านนี้จะทำให้เกิดการ ปฏิเสธนวัตกรรมได้มาก

ด้านที่ ๓ ความรู้เกี่ยวกับหลักการของนวัตกรรม ความรู้ประเภทนี้เป็นความรู้ถึงเกณฑ์ เบื้องหลังของนวัตกรรม ซึ่งช่วยให้ นวัตกรรมบรรลุผล เช่น ความรู้เกี่ยวกับเชื้อโรคและการระบาดของเชื้อ โรคซึ่งช่วยให้เข้าใจว่าการไปฉีดวัคซีนหรือการสร้างห้องน้ำให้ถูกสุขลักษณะจึงจะช่วยป้องกันเชื้อโรคได้

ขั้นที่ ๒ การจูงใจ ในขั้นนี้บุคคลจะสร้างทัศนคติชอบหรือไม่ชอบนวัตกรรม กิจกรรมในสมอง ของบุคคลในขั้นความรู้เป็นเรื่องของความคิดเห็นหรือการรู้ ส่วนกิจกรรมในสมองในขั้นการจูงใจเป็นเรื่อง ของอารมณ์หรือความรู้สึก โดยบุคคลมีพฤติกรรมสำคัญคือแสวงหาข่าวสารข้อมูล ข้อมูลที่ได้รับมาเกี่ยวกับ นวัตกรรมนั้นว่าเหมาะสมกับตัวเขาทั้งในสภาพปัจจุบันและในอนาคตหรือไม่อย่างไร บุคคลจะมีการพัฒนา แนวความคิดเชิงประเมินเกี่ยวกับนวัตกรรมนั้น ซึ่งเป็นการพิจารณาคุณค่าของนวัตกรรมว่าเมื่อรับนวัตกรรม มาใช้จะผลติดตามมาในด้านใด มีประโยชน์ต่อตัวเขามากน้อยเพียงใด ถ้ามีประโยชน์มากจะมีความรู้สึก ทางบวก แต่ถ้าคิดว่าไม่มีประโยชน์หรือมีประโยชน์น้อยต่อตัวเขา จะพัฒนาความคิดทางลบ

ขั้นที่ ๓ การตัดสินใจ ในขั้นนี้บุคคลกระทำกิจกรรมซึ่งนำไปสู่การเลือกที่จะยอมรับหรือปฏิเสธ นวัตกรรม การจะตัดสินใจยอมรับหรือไม่ยอมรับนวัตกรรมนั้นขึ้นอยู่กับ ๒ ขั้นตอนที่ผ่านมาด้วย ถ้า บุคคลมีความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรม มีความรู้สึกชอบและเห็นประโยชน์ของนวัตกรรมนั้น บุคคลก็มีแนวโน้มที่ จะตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมนั้น นอกจากนี้การตัดสินใจที่จะยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมยังขึ้นอยู่กับ ลักษณะของนวัตกรรม ถ้านวัตกรรมนั้นสามารถแยกส่วนย่อย ๆ ได้ ให้มีการทดลองใช้ได้ บุคคลจะมี แนวโน้มที่จะตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมนั้น ในขั้นนี้มีความสำคัญมาก การที่บุคคลจะเลือกทางใดเป็นผลมา จากขั้นความรู้และขั้นการจูงใจและการพิจารณาลักษณะนวัตกรรมว่าสอดคล้องกับฐานะทางเศรษฐกิจ สถานภาพทางสังคมและขนบธรรมเนียมประเพณี

ขั้นที่ ๔ การนำไปใช้ กระบวนการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม ในขั้นตอนต้น ๆ เป็นเรื่องของ ความรู้ความคิด แต่ขั้นนี้เป็นขั้นของการปฏิบัติ เมื่อบุคคลตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมนั้นไปใช้ เขาจะต้องรู้ว่า จะสามารถหานวัตกรรมนั้นมาจากไหน นำไปใช้อย่างไร และเมื่อนำไปใช้จะเกิดปัญหาอย่างไร และสามารถ แก้ปัญหาได้อย่างไร บุคคลจึงพยายามแสวงหาสิ่งต่าง ๆ เกี่ยวกับนวัตกรรม ดังนั้น ผู้นำการเปลี่ยนแปลง และวิธีการสื่อสารจึงมีบทบาทที่จะช่วยบุคคลให้ได้รับสิ่งที่เขาต้อง ในขั้นนี้รวมถึงขั้นดัดแปลง การใช้จะ จะดำเนินไปเรื่อย ๆ ขึ้นอยู่กับลักษณะของนวัตกรรมนั้น ซึ่งอาจรวมไปถึงการที่นวัตกรรมใหม่นี้ได้เข้าเป็นส่วน หนึ่งของสถาบัน

ขั้นที่ ๕ ขั้นการยืนยัน ขั้นตอนนี้เกิดขึ้นสุดท้ายของกระบวนการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมใน บุคคลส่วนใหญ่ กล่าวคือ เมื่อบุคคลได้ตัดสินใจที่จะยอมรับหรือไม่ยอมรับไปแล้ว บุคคลจะแสวงหาข้อมูล ข่าวสาร แรงเสริม เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจของแต่ละบุคคลเมื่อยอมรับนวัตกรรมแล้ว เขาจะพยายาม



ศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมให้เกิดความมั่นใจการรับข่าวสารข้อมูล การได้รับคำแนะนำและได้เห็นความสำเร็จของการใช้นวัตกรรม จะมีอิทธิพลต่อการยืนยันมาก

### ๒.๕.๓ ทฤษฎีการมีส่วนร่วมทางการสื่อสารเพื่อการพัฒนา<sup>๔๕</sup>

ทฤษฎีนี้เน้นให้เห็นว่าในทุกขั้นตอนของการพัฒนาควรเน้นให้ประชาชนเข้ามีส่วนร่วมตั้งแต่การกำหนดนโยบายและขั้นตอนการปฏิบัติ ประชาชนเป็นหัวใจสำคัญของกระบวนการสื่อสาร แนวคิดนี้ได้นำไปสู่การจัดทำแผนและกำหนดกลยุทธ์เพื่อการพัฒนาในระดับปฏิบัติในประเทศต่าง ๆ อย่างแพร่หลาย ปัจจุบันโครงการพัฒนาต่าง ๆ ในชนบทจะใช้กลยุทธ์การมีส่วนร่วมของประชาชน โดยอาศัยเครือข่ายการสื่อสารและข่าวสารเข้าไปช่วย

ทฤษฎีการมีส่วนร่วมทางการสื่อสารเพื่อการพัฒนาเป็นปัจจัยสำคัญของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาในยุคปัจจุบัน มีขอบเขตกว้างขวางทั้งในระดับแนวตั้ง (vertical) ระหว่างระดับบนและระดับล่าง และในระดับแนวนอน (horizontal) ระหว่างระดับบนหรือระดับล่างด้วยกัน ประชาชนเป็นหัวใจสำคัญของกระบวนการสื่อสารดังกล่าว การเสริมสร้างอำนาจ (empowerment) แก่ประชาชน โดยเฉพาะในระดับรากหญ้าจึงเป็นกระบวนการที่จะนำไปสู่สังคมแบบ ประชาสังคม (Civil society) อย่างแท้จริง การพัฒนาระบบประชาธิปไตยจึงต้องเน้นที่การสื่อสารกับประชาชนในฐานะเป็นพลเมืองของประเทศโดยเปิดโอกาสให้เข้ามามีส่วนร่วมทุกขั้นตอนของการสื่อสาร

### ๒.๕.๔ ทฤษฎีใหม่ในยุค ICT : การหลอมรวมกันของการสื่อสาร<sup>๔๖</sup>

เป็นทฤษฎีการสื่อสารที่โรเจอร์สและคินแคตเสนอว่า การพัฒนาเน้นกระบวนการแบ่งปันข่าวสารซึ่งกันและกัน เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมให้เกิดขึ้น โดยการเปลี่ยนจากสื่อหลัก ซึ่งได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ ภาพยนตร์ สิ่งพิมพ์ มาเป็นสื่อใหม่ ได้แก่ คอมพิวเตอร์ และสื่อที่อาศัยเทคโนโลยีโทรคมนาคม เช่น ดาวเทียม สายเคเบิลใยแก้ว โทรศัพท์มือถือ เป็นต้น และมีการบูรณาการสื่อเก่าเข้ากับสื่อใหม่ทางอินเทอร์เน็ต จะทำให้เกิดผลดีคือ มีการบูรณาการสื่อต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ทำให้เกิดการเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายและมีการไหลของข้อมูลข่าวสารทุกทิศทุกทาง ขจัดอุปสรรคเรื่องเวลาและระยะทาง ทำให้เกิดความรวดเร็วในการส่งและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ทำให้เกิดเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นและแนวคิดอันหลากหลาย เพิ่มโอกาสให้สาธารณชนและชุมชนได้มีอำนาจในการบริหารจัดการและควบคุมชะตาชีวิตของตนเอง และเพื่อตนเองมากขึ้น นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงเชิงบวก

### ๒.๕.๕ ทฤษฎีการกำหนดวาระ<sup>๔๗</sup>

ทฤษฎีการกำหนดวาระ เน้นว่า สื่อมวลชนควรทำหน้าที่ในการเสนอข้อเท็จจริงและข่าวสารที่จำเป็น และมีประโยชน์ทางการเมืองแก่ประชาชน เพราะยิ่งเลือกเสนอประเด็นใด ประเด็นนั้นก็จะได้ได้รับความสนใจว่าเป็นประเด็นสำคัญ

<sup>๔๕</sup> อ่างแล้ว, บุญเลิศ ศุภดิติก, เอกสารการสอนชุดวิชา การสื่อสารกับการพัฒนา หน้าที่ ๒, หน้า ๖๒-๖๓.

<sup>๔๖</sup> เรื่องเดียวกัน, หน้า ๖๔.

<sup>๔๗</sup> เรื่องเดียวกัน, หน้า ๖๘-๖๙.

แนวความคิดเกี่ยวกับการกำหนดวาระ เน้นความสำคัญของหน้าที่สื่อมวลชนในด้านเสนอข่าวสารมากกว่าหน้าที่ในทางชักจูงหรือโน้มน้าวใจ อีกนัยหนึ่ง สื่อมวลชนควรทำหน้าที่ในการเสนอข้อเท็จจริงและข่าวสารที่จำเป็นและมีประโยชน์ทางการเมืองแก่ประชาชนมากกว่าจะมุ่งชักจูงใจเปลี่ยนแปลง หรือล้าสมองประชาชน

ในวงการสื่อสาร ความหมายของการกำหนดวาระ สามารถนำมาปรับเข้ากันได้ว่า สื่อมวลชนทั้งหลายเป็นผู้กำหนดวาระการประชุมเกี่ยวกับปัญหาหรือประเด็นหัวข้อทางการเมืองเอาไว้ ประชาชนผู้รับข่าวสารทั่วไปเปรียบเหมือนผู้เข้าร่วมประชุม จึงย่อมจะรับทราบหรือตระหนักถึงปัญหาหรือประเด็น ต่าง ๆ ตามที่กำหนดไว้ในวาระนั้น ผลที่ตามมาคือ ประชาชนจะคิดและปฏิบัติตามวาระที่สื่อมวลชนกำหนดไว้ เช่นเดียวกับการประชุมทั่วไป

ถ้าพิจารณาความหมายโดยเคร่งครัดการกำหนดวาระ ชี้ให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับหัวข้อหรือปัญหาทางสื่อมวลชนกับระดับการรับรู้หรือเข้าใจของประชาชนเกี่ยวกับประเด็นหรือปัญหานั้น ๆ อาจกล่าวได้ว่ายิ่งสื่อมวลชนเลือกเสนอข่าวเกี่ยวกับประเด็นหรือปัญหาใดมากเท่าไร ประชาชนผู้รับสารก็จะรับรู้หรือตระหนักถึงความสำคัญของประเด็นหรือปัญหานั้นมากยิ่งขึ้นตามไปด้วย

สรุป การสื่อสารเป็นเครื่องมือหนึ่งในการพัฒนาท้องถิ่นให้มีความเจริญก้าวหน้าตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยมีหลักการ กระบวนการที่แตกต่างกันอาจมีการประยุกต์ใช้การสื่อสารตามความเหมาะสมของทฤษฎี ในการวิจัยครั้งนี้จะได้นำทฤษฎีเหล่านี้ไปใช้ในการสร้างรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนา เพื่อจะได้องค์ความรู้ที่เป็นแนวทางนำไปสู่การพัฒนาที่ชัดเจนต่อไป

## ๒.๖ แนวคิดเกี่ยวกับผู้บริหารท้องถิ่น

### ๒.๖.๑ ความหมายของผู้บริหารท้องถิ่น

ผู้บริหารท้องถิ่น หมายถึง นายกองค้การบริหารส่วนจังหวัด นายกเทศมนตรี นายกเมืองพัทยา นายกองค้การบริหารส่วนตำบล และให้หมายความรวมถึงตำแหน่งผู้บริหารท้องถิ่นอื่นที่มีกฎหมายจัดตั้งขึ้น<sup>๘๘</sup>

ผู้บริหารท้องถิ่น หมายถึง นายกองค้การบริหารส่วนจังหวัด นายกเทศมนตรี นายกเมืองพัทยา นายกองค้การบริหารส่วนตำบล และผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระบบการปกครองท้องถิ่นของไทยในปัจจุบัน ตำแหน่งเหล่านี้มาจากการเลือกตั้งจากประชาชนโดยตรง ดำรงตำแหน่งวาระละ ๔ ปี มีบทบาทเป็นผู้บริหารสูงสุด โดยในการทำงานสามารถแต่งตั้งรองนายกฯ ที่ปรึกษาและเลขาธิการนายกฯ เพื่อช่วยในการปฏิบัติงานได้<sup>๘๙</sup>

<sup>๘๘</sup> ระเบียบกระทรวงมหาดไทย, ว่าด้วยการลาของผู้บริหารท้องถิ่น ผู้ช่วยผู้บริหารท้องถิ่น และสมาชิกสภาท้องถิ่น, พ.ศ. ๒๕๔๗.

<sup>๘๙</sup> อรรถัย ก๊กผล และธนัชฐา สุขะวัฒน์, คู่มือสมาชิกสภาท้องถิ่น, (นนทบุรี : วิทยาลัยพัฒนาการปกครองท้องถิ่น สถาบันพระปกเกล้า, ๒๕๕๑), หน้า ๒๙.

### ๒.๖.๒ การเข้าสู่ตำแหน่ง

แต่เดิมกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นแต่ละประเภทได้กำหนดวิธีการเข้าสู่ตำแหน่งของนายกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเอาไว้ทั้งวิธีการเข้าสู่ตำแหน่งโดยตรงและโดยอ้อม แต่ปัจจุบันกฎหมายได้กำหนดให้ผู้บริหารท้องถิ่นจะต้องมาจากการเลือกตั้งโดยตรงของประชาชนเพียงรูปแบบเดียวเท่านั้น<sup>๙๐</sup>

### ๒.๖.๓ บทบาทผู้บริหารท้องถิ่นในศตวรรษที่ ๒๑

การปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นรูปแบบการปกครองที่จำเป็น และมีความสำคัญในทางการเมือง การปกครองของชุมชนต่าง ๆ เฉพาะอย่างยิ่งชุมชนที่มีการปกครองระบบประชาธิปไตย ซึ่งกล่าวในทางทฤษฎีและแนวความคิดทางปกครอง จะเห็นได้ว่ารัฐบาลซึ่งเป็นกลไกในการบริหารการปกครองของรัฐนั้น ย่อมมีภาระหน้าที่อย่างมากมาในการบริหารประเทศให้ประชาชนได้รับความสุข ความสะดวกสบายในการดำรงชีวิต (Well Being) อีกทั้งความมั่นคงแห่งชาติทั้งในทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม (National Security) แต่ย่อมเป็นไปไม่ได้ที่รัฐบาลจะดูแลและจัดทำบริการให้กับประชาชนได้ทั่วถึงทุกชุมชนของประเทศ เพราะอาจจะเกิดปัญหาเกี่ยวกับความล่าช้าในการดำเนินงาน การที่อาจจะไม่สนองต่อความต้องการของแต่ละชุมชนได้ และรวมทั้งข้อจำกัดเกี่ยวกับงบประมาณ (Budget) และตัวบุคคลหรือเจ้าหน้าที่ดำเนินงานให้ทั่วถึงได้ เมื่อเป็นดังนี้ การลดภาระของรัฐบาลโดยการให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการปกครองตนเองเพื่อการสนองต่อความต้องการของชุมชน จะได้เกิดความสะดวก รวดเร็ว และตรงกับ ความมุ่งประสงค์ของชุมชนนั้น ๆ จึงเป็นผลให้การปกครองท้องถิ่นมีบทบาทและความสำคัญเกิดขึ้น ความสำคัญของการปกครองท้องถิ่นสามารถสรุปได้ดังนี้ (๑) เป็นรากฐานของการปกครองระบอบประชาธิปไตย (๒) ทำให้ประชาชนรู้จักท้องถิ่นการปกครองตนเอง (Self-Government) หัวใจของการปกครองระบอบประชาธิปไตย ประการหนึ่งก็คือ การปกครองตนเองมิใช่เป็นการปกครองอันเกิดจากคำสั่งเบื้องบน โดยเป็นการที่ประชาชนมีส่วนร่วมในการปกครอง (๓) เป็นการแบ่งเบาภาระของรัฐบาล เนื่องจากภารกิจของรัฐบาลมีอยู่อย่างกว้างขวาง นับวันจะขยายเพิ่มขึ้น ขณะที่แต่ละท้องถิ่นย่อมมีปัญหาและความต้องการที่แตกต่างกัน ทั้งนี้การแบ่งเบาภาระดังกล่าวทำให้มีความคล่องตัวในการดำเนินงานของรัฐบาลจะมีมากขึ้น (๔) สามารถสนองต่อความต้องการของท้องถิ่นตรงเป้าหมายและมีประสิทธิภาพ (๕) เป็นแหล่งสร้างผู้นำทางการเมืองและการบริหารของประเทศในอนาคต (๖) ยึดหลักการกระจายอำนาจ ทำให้เกิดการพัฒนาชนบทแบบพึ่งตนเองทั้งทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม<sup>๙๑</sup>

โดยทั่วไปผู้บริหารเป็นผู้มีบทบาทสำคัญมากที่สุดในการบริหารองค์กร เพราะผู้บริหารเป็นผู้นำ เป็นผู้กำหนดนโยบายกำหนดจุดมุ่งหมาย วางแผน และกำหนดเป้าหมายตลอดจนวิธีการดำเนินงาน เปรียบเสมือนเข็มทิศนำทางเพื่อให้การบริหารองค์การบรรลุผลสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และนโยบายของ

<sup>๙๐</sup> พระราชบัญญัติการเลือกตั้งสมาชิกสภาท้องถิ่นหรือผู้บริหารท้องถิ่น พ.ศ.๒๕๔๕.

<sup>๙๑</sup> ชูวงศ์ ฉายะบุตร, การปกครองท้องถิ่นไทย, พิมพ์ครั้งที่ ๓, (กรุงเทพมหานคร : พิมพ์พรินต์ติ้งเซ็นเตอร์, ๒๕๓๙), หน้า ๒๘-๒๙.

รัฐ และจะต้องรับผิดชอบในการดำเนินงานกิจการต่าง ๆ มีส่วนรับผิดชอบ ผู้บริหารเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญ ในการกำหนดนโยบายและนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ รวมทั้งการติดตามผลการปฏิบัติงาน การปรับปรุง คุณภาพ ผู้บริหารมีอาชีพต้องสร้าง วัฒนธรรม โดยการให้รางวัลแก่ผู้ที่ทำงานประสบผลสำเร็จและนำไปสู่ การพัฒนาตนเองคิดได้เอง ตัดสินใจได้เอง พัฒนาได้เอง ของผู้ร่วมงานทุกคน ผู้บริหารต้องแสดงออกอย่าง ชัดเจนและสม่ำเสมอเกี่ยวกับวัฒนธรรมขององค์การเพื่อให้ผู้ร่วมงานเกิดความมั่นใจในการปฏิบัติจน สามารถเลือกการกระทำที่สอดคล้องกับวัฒนธรรม ผู้บริหารจึงต้องสร้างความรู้สึกประสบความสำเร็จให้แก่ บุคลากร แต่ละคนและทุกคน จนเกิดภาพความเป็นผู้นำในทุกระดับและนำไปสู่องค์การแห่งการเรียนรู้อย่าง แท้จริง<sup>๙๒</sup>

จากความสำคัญของการกระจายอำนาจทางการบริหารการปกครองที่รัฐบาลกลางดำเนินการ เป็นผลทำให้ภารกิจการบริหารราชการแผ่นดินหรือภารกิจการผลิตและส่งออกสินค้าและบริการสาธารณะตก มาอยู่กับบทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และนับวันก็ยิ่งจะได้รับการถ่ายโอนภารกิจเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจึงไม่สามารถปฏิเสธภารกิจที่สำคัญนี้ได้ เพราะตัว ผู้บริหารเองก็ได้อาสาเข้ามาเป็นแกนนำในการจัดสรรทรัพยากรในท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับพลเมือง ในพื้นที่นั้น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความเปลี่ยนแปลงที่เป็นไปอย่างต่อเนื่องนี้เป็นความท้าทายสำหรับ ผู้บริหารท้องถิ่น ดังนั้นบทบาทผู้บริหารท้องถิ่นในศตวรรษที่ ๒๑ จึงควรมีลักษณะดังต่อไปนี้<sup>๙๓</sup>

**๑) บทบาทการนำอย่างมีประสิทธิภาพ :** การนำอย่างมีประสิทธิภาพจำเป็นต้องอาศัยภาวะ ผู้นำซึ่งมีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ของการปกครองส่วนท้องถิ่นทั้งในด้านการ บริหารการพัฒนา และการปฏิสัมพันธ์กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายในและภายนอกองค์กรปกครองส่วน ท้องถิ่น ดังนั้น คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องใช้ภาวะผู้นำในการ บริหารให้เหมาะสมกับลักษณะขององค์กร และปัญหาที่เกิดขึ้นในเขตท้องถิ่นสำหรับกิจกรรมต่าง ๆ ข้างต้น จะสามารถตอบสนองหรือแก้ไขได้หรือไม่นั้น ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะต้องใช้ความเป็นผู้นำที่ ดีในการจูงใจเพื่อระดมพลัง ความสามารถและทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด อีกทั้งสร้างสำนึกความ รับผิดชอบต่อเนื่องให้แก่พนักงาน จึงจะสามารถค้นหาหนทางแก้ไข และขจัดปัญหาขององค์กรปกครอง ท้องถิ่นให้หมดไป ภาวะผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจึงควรเป็นดังต่อไปนี้

๑.๑) คุณลักษณะของผู้บริหารท้องถิ่น ควรมีลักษณะดังต่อไปนี้

(๑) มีภาวะผู้นำ มีศิลปะในการครองใจคน สามารถจูงใจคนให้เต็มใจร่วมมือหรือให้ การสนับสนุน เป็นนักประสานความเข้าใจของทุกฝ่าย สามารถบริหารความขัดแย้งระหว่างบุคคลและ ประสานประโยชน์ให้เกิดขึ้นกับองค์กรได้

<sup>๙๒</sup> สมหวัง พิธิยานุวัฒน์, การบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์, (กรุงเทพมหานคร : สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการ พลเรือน, ๒๕๔๓), หน้า ๕๐.

<sup>๙๓</sup> พิชญ์นิฐา พรรณศิลป์ สัญญา เคนาภูมิ เสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร, “บทบาทของผู้บริหารท้องถิ่นใน ศตวรรษที่ ๒๑”, วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร, ปีที่ ๓ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม - ธันวาคม ๒๕๕๘), หน้า ๑๕๐-๑๕๑.

(๒) มีเมตตาธรรม ไม่มีอคติ หรือ ฉันทคติ นักบริหารที่เป็นผู้นำขององค์กรยังต้องรู้จักสละประโยชน์ส่วนตนเพื่อประโยชน์ส่วนรวมต้องรู้จักแสดงน้ำใจกับเพื่อนร่วมงานและลูกน้องในโอกาสอันสมควร และสิ่งที่สมควรที่จะต้องมียังมีอีกคือ ความรู้จักอดกลั้น และอดทน ทั้งทางอารมณ์และจิตใจ สุดท้ายคือการรู้จักให้อภัย ถ้าผู้บริหารมีเมตตาธรรมรู้จักให้อภัย จะทำให้เกิดบรรยากาศที่ดีในการทำงาน

(๓) ต้องอยู่บนพื้นฐานของเหตุผลและความถูกต้องในการทำงาน ถ้ามีหลักการที่ชัดเจน การทำงานก็จะง่ายสะดวกเร็วขึ้น มีความเป็นธรรม และตัดสินใจปัญหาต่าง ๆ ได้แม่นยำ

(๔) รอบรู้และมีข้อมูลที่ทันสมัย เพราะการมีข้อมูลที่ดี ช่วยให้การตัดสินใจถูกแม่นยำขึ้น จึงต้องรู้จัก รู้รอบ รู้กว้าง รู้ไกล กระจ้อหรือร่นอยู่เสมอ เป็นนักอ่าน ขยันใฝ่หาความรู้ ช่างสังเกต รู้จักฟัง

(๕) รู้และเข้าใจบทบาทหน้าที่ที่ทันสมัยรู้ว่าขณะนี้ ตนเป็นใคร มีบทบาทและมีอำนาจหน้าที่อย่างไร เพื่อที่จะสวมบทบาท และแสดงบทบาทตาม อำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบที่มีอยู่ได้อย่างถูกต้องเหมาะสม ไม่เข้าไปก้าวก่ายงานในหน้าที่รับผิดชอบของคนอื่น

(๖) รู้จักประนีประนอมและยืดหยุ่นจะช่วยลดความขัดแย้งและขจัด ปัญหาอุปสรรคในการทำงานได้มากขึ้น

ในขณะที่สุรพล พรหมกุล ได้ศึกษาพบว่า นักการเมืองท้องถิ่นหรือผู้บริหารท้องถิ่นต้นแบบมีคุณลักษณะดังนี้<sup>๔๔</sup>

(๑) คุณลักษณะด้านสติปัญญา ประกอบด้วย

(๑.๑) ความเป็นผู้มีความรู้ดี เฉลียวฉลาด มีความสามารถกำหนดนโยบายในการบริหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(๑.๒) มีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ มีความคิดหรือการกระทำที่แก้ปัญหาได้ โดยสามารถมองหาทางเลือกหลายทิศหลายทาง กล้าเสนอวิธีการและแนวทางใหม่ ๆ ที่ไม่มีใครคิดกันมาก่อน และเป็นคนที่ต่อสู้อย่างเต็มที่เพื่อที่จะแสดงความคิดเห็นที่ถูกต้องของตนเอง

(๑.๓) มีความรอบคอบและความจำดี สร้างความชัดเจนของความถูกต้องและคุณภาพของขั้นตอนการทำงานหรือผลงานหรือโครงการโดยละเอียดเพื่อควบคุมให้ผู้อื่นปฏิบัติตามขั้นตอนการทำงานที่วางไว้อย่างถูกต้องและเกิดความโปร่งใส ตรวจสอบได้

(๑.๔) ต้องหมั่นศึกษาหาความรู้ให้ก้าวหน้า ทันสมัยอยู่เสมอ เป็นผู้มีความคิดไกล มีโลกทัศน์กว้าง หาทางปรับปรุงงานให้ก้าวหน้าหน้าอยู่ตลอดเวลา

---

<sup>๔๔</sup> สุรพล พรหมกุล, “พุทธบูรณาการเพื่อการส่งเสริมนักการเมืองท้องถิ่นต้นแบบในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง”, รายงานการวิจัย, (สมาคมภูมิวิเทศพัฒนาอย่างยั่งยืน : เชียงใหม่), ๒๕๖๔, หน้า ๑๐๖-๑๑๖.

## (๒) คุณลักษณะด้านจริยธรรม ประกอบด้วย

(๑.๑) ซื่อสัตย์ โปร่งใส คือ ปฏิบัติงานทุกขั้นตอนตามกฎหมาย ระเบียบ และ ข้อบังคับอย่างครบถ้วน เคร่งครัด ตลอดจนส่งเสริมให้เกิดความโปร่งใส ในการปฏิบัติงานทุกขั้นตอนตามที่ กฎหมายกำหนด

(๑.๒) มีความรับผิดชอบในหน้าที่ คือ มีเจตจำนงสุจริตในการปฏิบัติงาน มีความ พร้อมที่จะรับผิดชอบในการปฏิบัติงานและการบริหารงาน

(๑.๓) ไม่ใช้อำนาจหน้าที่ในทางทุจริตหรือกอบโกยผลประโยชน์ คือ ทำให้ หน่วยงานปลอดจากการทุจริตในเชิงนโยบาย และทุจริตต่อหน้าที่ โดยไม่ใช้ตำแหน่งหน้าที่ในการเอื้อ โภชน์หรือรับสินบนรวมทั้งปลุกฝังและสร้างความตระหนักรู้ สร้างค่านิยมในการต่อต้านการทุจริต คอร์รัปชันต่อบุคคลในองค์กร รู้จักแยกแยะประโยชน์ส่วนตนและประโยชน์ส่วนรวมได้

(๑.๔) มีจิตสาธารณะเสียสละเพื่อส่วนรวม คือ ความเต็มใจที่จะช่วยผู้อื่นโดยไม่คิด ค่าตอบแทน ยอมสละเวลาทรัพย์สินเงินทอง กำลังกายเพื่อกิจกรรมอันเป็นประโยชน์ต่อสังคม

(๑.๕) มีความเสมอภาคต่อทุกคน คือ เป็นหลักการคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของ บุคคลให้มีความเสมอภาคกันในกฎหมายและได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายอย่างเท่าเทียมกัน

## (๓) คุณลักษณะด้านบุคลิกภาพ ประกอบด้วย

(๓.๑) ต้องปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ได้ คือนักการเมืองท้องถิ่นผู้ที่จะประสบ ความสำเร็จในหน้าที่การงานได้ ต้องมีการรับรู้ที่เร็ว ต้องมีการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง

(๓.๒) ต้องควบคุมอารมณ์และพฤติกรรมได้ คือ การที่นักการเมืองท้องถิ่นสามารถ แสดงพฤติกรรมที่ออกมาจากจิตใจ โดยมองเห็นคุณค่าในการปฏิบัติด้วยตนเอง

(๓.๓) ต้องมีวิสัยทัศน์ คิดบวก มองโลกในแง่ดี คือ การที่นักการเมืองท้องถิ่นมี ความคิดทางบวก ใจกว้าง มองไกล เป็นส่วนช่วยให้สามารถทำงานได้อย่างมีความสุขมากยิ่งขึ้น โดยการ วางตัว

(๓.๔) ต้องเรียนรู้อยู่เสมอ คือการที่นักการเมืองท้องถิ่นจะทำการบริหารจัดการ ชุมชน สังคม ได้ดีนั้นจำเป็นจะต้องมีความรู้

## (๔) คุณลักษณะด้านสังคม ประกอบด้วย

(๔.๑) ต้องสร้างความคุ้นเคยระหว่างกัน

(๔.๒) ต้องให้การยอมรับนับถือระหว่างกัน

(๔.๓) ต้องกำหนดเป้าหมายร่วมกัน

(๔.๔) ต้องมีการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล

(๔.๕) ต้องจัดลำดับความสำคัญของกิจกรรม

(๔.๖) ต้องมีการวางแผนการปฏิบัติงาน

(๔.๗) ต้องลงมือปฏิบัติงาน

(๔.๘) ต้องประเมินผลลัพธ์จากการปฏิบัติงาน

## (๕) คุณลักษณะด้านการทำงาน ประกอบด้วย

- (๕.๑) มีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์กร
- (๕.๒) มีการกำหนดทิศทางขององค์กร
- (๕.๓) มีการกำหนดกลยุทธ์
- (๕.๔) มีความกระตือรือร้นในงานที่รับผิดชอบ
- (๕.๕) สามารถสร้างศรัทธาและความเชื่อมั่นได้

## (๖) คุณลักษณะด้านการสื่อสาร ประกอบด้วย

- (๖.๑) การสื่อสารทางการบริหาร
- (๖.๒) การสื่อสารทางการเมือง

## (๗) คุณลักษณะด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ประกอบด้วย

- (๗.๑) เป็นผู้ที่มีสติปัญญาดี มีความสามารถทางจินตนาการ ความคิดสร้างสรรค์ มีวิจรรย์ญาณ สามารถปรับตัวเข้ากับเหตุการณ์ต่าง ๆ ได้ดี มีความรอบรู้ในเหตุการณ์ที่หลากหลาย
- (๗.๒) เป็นผู้ทำงานหนักอยู่เสมอ คือ ขยันทำงานมากกว่าผู้ใต้บังคับบัญชา
- (๗.๓) มีอารมณ์คงที่ ไม่หวั่นไหวต่อเหตุการณ์ใด ๆ โดยง่าย
- (๗.๔) สร้างขวัญและกำลังใจให้แก่ผู้ใต้บังคับบัญชา
- (๗.๕) มีกลยุทธ์ในการทำงานให้ประสบผลสำเร็จ

## ๑.๒) พฤติกรรมของผู้บริหารท้องถิ่น ควรแสดงออกในลักษณะดังต่อไปนี้

(๑) เป็นนักคิด นักวิเคราะห์ นักบริหารที่ดีต้องคิดสร้างสรรค์ให้บังเกิดสิ่งที่เป็นไปได้ และต้องมีความสามารถในการจัดระบบความคิดให้เชื่อมโยง มองถึงองค์กรรมของปัญญาทั้งหมด นอกจากการคิดอย่างมีระบบแล้วยังต้องรู้จักวิเคราะห์สถานการณ์ต่าง ๆ ได้ชัดเจน มีความสามารถในการคิดแก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(๒) มีการสร้างวิสัยทัศน์ นักบริหารที่มีความสามารถต้องมองเห็นเหตุการณ์ในอนาคตออก และคาดการณ์ได้อย่างแม่นยำ ด้วยสายตาวัดที่กว้างไกล จากประสบการณ์ที่สะสมมานานปี ด้วยการศึกษและพัฒนาอย่างต่อเนื่องยาวนาน มองเห็นภาพรวมทั้งระบบข้อมูลที่ถูกต้องสมบูรณ์ ทันสมัย จะช่วยมองเห็นเหตุการณ์ในอนาคตได้ใกล้เคียง ความเป็นจริงมากขึ้น และสามารถตัดสินใจดำเนินการบริหารองค์กรให้เป็นในทิศทางที่ถูกต้องเหมาะสมได้

(๓) เป็นนักประชาธิปไตย นักบริหารต้องใจกว้างพอจะยอมรับความแตกต่างทางความคิด และต้องอยู่ท่ามกลางความแตกต่างให้ได้พร้อมทั้งต้องพยายามประสานความแตกต่างนั้นให้เกิดประโยชน์เชิงสร้างสรรค์

(๔) รู้จักควรไม่ควร รู้จักความพอดี เป็นเรื่องยากที่จะ บอกอย่างไรจึงพอดี ขึ้นอยู่กับสติปัญญาวิจรรย์ญาณและประสบการณ์ของแต่ละคนที่จะเรียนรู้ความพอเหมาะพอดี ต้องรู้จักงาน รู้จักดี รู้จักชั่ว แยกแยะออกได้อย่างชัดเจน

๑.๓) ทักษะของผู้บริหารท้องถิ่น ผู้บริหารท้องถิ่นควรมีทักษะหลายด้าน เป็นนักคิด นักวิเคราะห์ มีทักษะในการตัดสินใจ มีการจัดการที่ดี มีทีมงานที่แข็งแกร่ง มีข้อมูลที่ต้องการ มากพอและ ทันสมัย รู้จักรุกในโอกาสและจังหวะเวลาที่ดีและเหมาะสม รู้จักรอ เมื่อยังไม่ถึงเวลาที่สมควร นอกจากนี้ จะต้องมีความสามารถในการวางแผน ทั้งแผนแม่บท และแผนกลยุทธ์ ซึ่งยุทธศาสตร์ที่จะทำงานให้บรรลุ วัตถุประสงค์ โดยมีการกำหนดทิศทางและวิธีการทำงานไว้ ล่วงหน้า เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถเดินตาม แนวทางที่กำหนดไว้ได้โดยสะดวก มีการกำหนด แผนระยะสั้น ระยะยาว สามารถปรับเปลี่ยนให้เหมาะสม กับสิ่งแวดล้อมและสถานการณ์ใน แต่ละขณะได้อย่างเหมาะสม และมีทักษะในด้านต่าง ๆ เช่น ทักษะในการจัดองค์กร ทักษะในการสร้างทีมงาน รู้จักการพิจารณาบุคคล เป็นต้น นอกจากนี้ผู้บริหารต้องเชื่อใน ความสามารถของคนอื่นตระหนักในความรู้ความสามารถของทุกคน ซึ่งมนุษย์ทุกคนล้วนมีศักยภาพและ ความสามารถในทางใดทางหนึ่งเสมอ และเป็นศาสตร์ในการบริหารงานประเภทหนึ่ง สอดคล้องกับการ นำเสนอของพระมหาดนัย อุปวฑฒโน และอำนาจ บัวศิริ ที่นำเสนอไว้ว่า “การนำพองค์กรให้ประสบ ผลสำเร็จหรือเป็นไปเพื่อความความสันติสุขในองค์กร ต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญ ๓ ส่วน ได้แก่ ผู้นำ ธรรม ะ และการจัดการ เมื่อทั้งสามส่วนประกอบกันอย่างพร้อมเพรียงองค์การก็เกิดความสันติสุข สังคม ประเทศชาติและโลกก็เกิดสันติสุขตามลำดับ”<sup>๔๕</sup>

๑.๔) กลยุทธ์ของผู้บริหารท้องถิ่น กลยุทธ์เป็นปัจจัยสำคัญหนึ่งที่จะนำไปสู่ความสำเร็จของ งานส่วนเทคนิคจะช่วยประหยัดเวลา และทรัพยากรอื่น ๆ มิให้สิ้นเปลือง เทคนิคที่ดีไม่ควรมีความ สลับซับซ้อนมากเกินไป สามารถเข้าใจและง่ายต่อการปฏิบัติให้เกิดผลสำเร็จได้

(๑) กระจายอำนาจเป็น โดยดูจากการกระจายอำนาจหน้าที่ และความรู้ผิดชอบ ไปสู่มือทำงานเพื่องานจะได้สำเร็จลุล่วง เรียบร้อย รวดเร็ว มอบหมายงานที่มีความสำคัญให้ผู้ได้บังคับบัญชา เพื่อพัฒนาให้เขารู้จักผิดชอบ สูงขึ้น เปิดโอกาสให้เขาเป็นเจ้าของงานและตัดสินใจในงานขึ้น สำคัญๆ ให้ ความรู้สึกในด้านจิตวิทยา ให้โอกาสและสนับสนุนให้ผู้ได้บังคับบัญชา มีความริเริ่ม สร้างสร้างในสิ่งใหม่ๆ และเป็นประโยชน์

(๒) รู้จักทำงานในเชิงรุก มุ่งผลงานในเนื้องานเป็น หลักมากกว่ารูปแบบหรือพิธีการ เป็นฝ่ายเริ่มต้นกระทำก่อนในสิ่งที่ถูกต้อง และจำเป็นเพื่อให้งานสำเร็จ

(๓) โปร่งใสและตรวจสอบได้ เป็นหนึ่งในการบริหารการจัดการที่ดี (Good governance) แสดงถึงความสุจริตใจในการทำงาน ต้องเปิดเผย ชัดเจน ตรงไปตรงมา ตอบคำถามของ สังคมได้ สามารถสร้างศรัทธาให้เกิดขึ้นผู้ปกครองหรือผู้บริหารในระดับองค์กร<sup>๔๖</sup>

<sup>๔๕</sup> พระมหาดนัย อุปวฑฒโน และอำนาจ บัวศิริ, รูปแบบการบริหารจัดการองค์กรสันติสุข : ศึกษารณวิวัต ปัญญานันทาราม อำเภอลองหลวง จังหวัดปทุมธานี, วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร. ปีที่ ๓ ฉบับที่ ๑, (มกราคม- มิถุนายน ๒๕๕๘), หน้า ๔๐.

<sup>๔๖</sup> พระปลัดสมชาย บิโยโค (ดำเนิน), การประยุกต์ใช้สัมมาวาจาเพื่อการบริหารงานของผู้ผู้นำ, วารสารสันติ ศึกษาปริทรรศน์ มจร, ปีที่ ๑ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-มิถุนายน ๒๕๕๖), หน้า ๑๕๖.



**๒) บทบาทการเป็นสัญลักษณ์ของท้องถิ่น :** การปกครองท้องถิ่นเรามักนึกถึงองค์การบริหารส่วนตำบล เทศบาล องค์การบริหารส่วนจังหวัด หรือนึกถึงนายกเทศมนตรี นายกองค์การบริหารส่วนตำบล นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด หรือปลัดตลอดถึงเจ้าหน้าที่ต่าง ๆ ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งถือเป็นหน่วยงานราชการที่มีความใกล้ชิดและเข้าถึงประชาชนได้ง่ายที่สุด ทำให้องค์กรมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาท้องถิ่นและดูแลความเป็นอยู่ของประชาชนได้เป็นอย่างดี ซึ่งภารกิจหลักขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น คือความรับผิดชอบการจัดบริการสาธารณะระดับชุมชน และพัฒนาท้องถิ่น เพื่อให้ประชาชนอยู่ดีมีสุขทั้งในภาวะปกติและภาวะฉุกเฉินความท้าทายหรืออุปสรรคในการให้บริการประชาชนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การพัฒนาท้องถิ่นให้มีความเจริญและประชาชนอยู่ดีมีสุขนั้น ถือเป็นภารกิจหลักของทุกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งหน่วยงานแต่ละแห่งก็จะมียุทธศาสตร์การ พัฒนาในด้านต่าง ๆ โดยมีเป้าหมายหลักของยุทธศาสตร์ดังกล่าวคือ การพัฒนาท้องถิ่นให้เป็นเมืองน่าอยู่ ในด้านความปลอดภัย ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสังคม การคมนาคม การให้บริการ และสวัสดิภาพของประชาชนเพื่อให้แผนยุทธศาสตร์ดังกล่าว เดินหน้าไปสู่จุดหมายที่วางไว้ แนวทางการพัฒนาท้องถิ่นขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้อง เกิดจากความพร้อมในหลาย ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านพื้นที่ผู้บริหาร บุคลากร และองค์ระดมเดียวกันเทคโนโลยีสารสนเทศหรือไอที ได้เข้ามามีบทบาทในทุกภาคส่วน เพราะการมีระบบสารสนเทศพื้นฐานที่ดี ช่วยให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถดำเนินการตามยุทธศาสตร์การพัฒนาและแนวนโยบายที่วางไว้ประสบความสำเร็จ ช่วยให้การงานและบริหารงานภายในองค์กรทำได้อย่างราบรื่น ทำให้ประชาชนที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่นได้รับบริการที่ดี ส่งผลให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น การช่วยเหลือประชาชนในภาวะฉุกเฉินนอกเหนือจากการพัฒนาท้องถิ่นและการดูแล ประชาชนในภาวะปกติแล้ว องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ยังเป็นหน่วยงานที่อยู่ใกล้ชิด และรับรู้เรื่องความเป็นอยู่ รวมถึงช่วยเหลือประชาชนในยามที่เกิดสภาวะฉุกเฉิน เช่น การเกิดอุทกภัย แผ่นดินไหว ภัยธรรมชาติ หรือเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝันต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการให้บริการด้านสุขภาพที่ต้องทำได้อย่างรวดเร็วและทันท่วงทีการส่งถุงยังชีพหรือของบริจาคต่าง ๆ ไปให้กับผู้ประสบภัย อีกทั้งยังต้องตรงกับความต้องการของผู้ประสบภัยอีกด้วย

**๓) บทบาทของนักบริหารมืออาชีพ :** บทบาทของผู้นำ เป็นการแสดงออกโดยอิสระที่มีผลดีต่อผู้อื่นหรือสังคม เช่น การตัดสินใจ การจูงใจให้คนทำงาน การแสดงออกทางความคิด การพูด พฤติกรรมทางอารมณ์ การอยู่ร่วมกับบุคคลอื่นในสังคม เป็นต้น<sup>๙๗)</sup>

๓.๑) เป็นผู้ชี้้นำให้คำปรึกษาหารือในสิ่งที่ถูกต้องเหมาะสมและเป็นธรรม ในสังคมแห่งความรู้มีความต้องการบุคคลที่มีความรู้ความสามารถชี้ นำ หรือให้คำปรึกษาในฐานะเป็นผู้ชำนาญการหรือผู้เชี่ยวชาญ เป็นผู้นำทางปัญญาย่อมเป็นผู้รอบรู้ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่ชัดเจน เรียกว่า ระดับมืออาชีพ (Professional) เช่น ครูมืออาชีพ ผู้บริหารมืออาชีพ นักธุรกิจมืออาชีพ เป็นต้น คุณลักษณะมืออาชีพประกอบด้วยความรู้และประสบการณ์ รวมทั้งเจตคติที่ดี มีคุณธรรม จริยธรรมในวิชาชีพของตนเอง

<sup>๙๗)</sup> บุนหา วชิระศักดิ์มงคล, ภาวะผู้นำทางวิชาการ, 2557, [http://office.nu.ac.th/edu\\_teach/ASS/Download/vchk-B1](http://office.nu.ac.th/edu_teach/ASS/Download/vchk-B1).

๓.๒) เป็นผู้จูงใจให้ผู้อื่นปฏิบัติในสิ่งที่ถูกต้องตามตัวแบบหรือตัวอย่างที่ดีได้ผู้นำจึงต้องปฏิบัติตนเป็นตัวอย่างที่ดี ทำให้ผู้อื่นเชื่อถือ ศรัทธา ยอมรับในบุคลิกภาพ ความคิดเห็น และยอมรับในพฤติกรรมดังกล่าว เช่น ครู อาจารย์ พระสงฆ์ โตะครู โตะอิหม่าม นายกรัฐมนตรี นายกองค้กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น การจูงใจไม่ใช่เพียงแต่การพูดเพื่อให้ผู้อื่นเชื่อและปฏิบัติตามเท่านั้น แต่ผู้นำยังต้องแสดงพฤติกรรมที่ทำให้เป็นตัวอย่างที่น่าเคารพ ศรัทธา ทำให้ผู้อื่นรับรู้และปฏิบัติตาม เกิดความเชื่อ ความชอบ และชื่นชม

๓.๓) เป็นผู้พัฒนาให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในสิ่งที่พึงประสงค์ขององค์การหรือสังคม ผู้นำจำเป็นต้องมีวิสัยทัศน์ มองไกลในอนาคต และทำประโยชน์เพื่อส่วนรวมมากกว่าส่วนตน ไม่เห็นแก่ตัวและพวกพ้องตนเองมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคมและเป็นผู้พัฒนาให้สังคมอยู่ อย่างมีความสุข สร้างความสามัคคี ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ต่อผู้อื่น และมีความคิดเชิงบวก มองโลกในทางดี ทำตนให้เป็นประโยชน์แก่สังคม

๓.๔) บทบาทในเชิงวิชาการ ผู้นำควรต้องมีความรู้ ความสามารถด้านวิชาการที่เป็นวิชาชีพของตนอย่างลุ่มลึก จนสามารถใช้ในการให้คำแนะนำให้ข้อเสนอแนะเพื่อใช้ความรู้ในสาขาของตนเพื่อการอธิบายเหตุการณ์ และจัดสถานการณ์เพื่อให้เกิดผลดีต่อภารกิจ/องค์กร เพื่อป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้ตลอดถึงสามารถให้คำปรึกษาเพื่อแก้ปัญหาที่เผชิญอยู่ได้สำเร็จในระดับหนึ่ง รวมทั้งมีผลงานเป็นที่ยอมรับ มีการพัฒนานวัตกรรมเชิงวิชาชีพ และมีผลงานเผยแพร่

๓.๕) บทบาทในการเป็นบุคคลที่มีความรอบรู้ เฉลียวฉลาด อารมณ์มั่นคง มีความฉลาด มีอารมณ์ดี และมีคุณธรรมและจริยธรรมสูง มีมนุษยสัมพันธ์สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่น ได้เป็นทีมงานที่เข้มแข็ง มีบุคลิกภาพทั้งภายนอก และภายในงดงาม

**๔) บทบาทเป็นแบบอย่างประชาธิปไตย :** ผู้บริหารท้องถิ่นซึ่งมาจากการเลือกตั้งของประชาชน “การมีส่วนร่วมของประชาชน” ถือเป็นหลักการสากลที่ได้รับการยอมรับว่ามีความสำคัญและจำเป็นในสังคมประชาธิปไตย กฎหมายรัฐธรรมนูญ ซึ่งเป็นกติกาสูงสุดของประเทศ สะท้อนเจตนารมณ์ในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างชัดเจน รวมถึงการปฏิรูป การบริหารงานภาครัฐภายใต้แนวคิดการบริหารภาครัฐแบบมีส่วนร่วม (Participatory Governance) และแนวคิดธรรมาภิบาล (Good Governance) ตระหนักถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมของประชาชน ดังนั้น การปกครองส่วนท้องถิ่นจึงต้องมุ่งเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์การเกิดขึ้นขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น คือ เป็นรากฐานของการพัฒนาประชาธิปไตยนั่นเอง ในรัฐธรรมนูญได้บัญญัติให้ประชาชนมีส่วนร่วมทางการเมืองในการปกครองส่วนท้องถิ่นหลายประการ ดังนี้

(๑) กำหนดให้มีการจัดการปกครองส่วนท้องถิ่นตามหลักแห่งการปกครองตนเองตามเจตนารมณ์ของประชาชนในท้องถิ่นตามวิธีการและรูปแบบองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ที่กฎหมายบัญญัติ

(๒) สมาชิกท้องถิ่นให้มาจากการเลือกตั้ง

(๓) ผู้บริหารท้องถิ่นให้มาจากการเลือกตั้งหรือมาจากความเห็นชอบของสภาท้องถิ่น

(๔) ผู้บริหารองค์กรปกครองท้องถิ่นรูปแบบพิเศษ อาจมาจากวิธีอื่นตามที่กฎหมายกำหนด แต่ต้องคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของประชาชน

(๕) การดำเนินงานองค์กรปกครองท้องถิ่น สภาท้องถิ่นและผู้บริหารท้องถิ่น ต้องเปิดเผยข้อมูลและดำเนินการให้ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กฎหมายบัญญัติ

(๖) ประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งในท้องถิ่นมีสิทธิเข้าชื่อกัน เพื่อเสนอข้อบัญญัติหรือเพื่อถอดถอนสมาชิกสภาท้องถิ่นหรือผู้บริหารท้องถิ่นได้ตามที่กฎหมายบัญญัติ<sup>๙๘</sup>

**๕) บทบาทในการขับเคลื่อนธรรมาภิบาล :** การปกครองท้องถิ่นเป็นระบบการปกครองที่เป็นผลสืบเนื่องมาจากการกระจายอำนาจทางการปกครองของรัฐ โดยนัยนี้จะเกิดมีองค์การทำหน้าที่ปกครองท้องถิ่นโดยคนในท้องถิ่นนั้น ๆ องค์กรนี้ถูกจัดตั้งและควบคุมโดยรัฐบาล แต่มีอำนาจในการกำหนดนโยบายและควบคุมให้มีการปฏิบัติให้เป็นไปตามนโยบายของตนเองได้ กล่าวขยายความได้อีกว่า การปกครองท้องถิ่นเป็นการปกครองที่รัฐบาลมอบอำนาจให้หน่วยการปกครองระดับรองของรัฐหรือกระจายอำนาจให้ประชาชนในท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่งจัดการปกครองและดำเนินการบางอย่างเพื่อประโยชน์ของรัฐและผลประโยชน์ท้องถิ่นโดยตรง การบริหารงานท้องถิ่นจะมีองค์การปกครองที่ประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ซึ่งประชาชนเลือกตั้งมาทั้งหมดหรือบางส่วน ทั้งนี้มีความอิสระในการบริหารงาน แต่รัฐบาลต้องควบคุมโดยวิธีการต่าง ๆ ตามความเหมาะสม<sup>๙๙</sup> ปัจจุบันองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นแต่ละแห่งมีการดำเนินการผ่านกรอบธรรมาภิบาล ซึ่งเป็นความสัมพันธ์กันที่รวบรวมชุดข้อกำหนดทางกฎหมายในการกำกับดูแล หลักการและกระบวนการบริหารจัดการตามที่รัฐบาลท้องถิ่นได้เข้าร่วมทั้งหมดหรือบางส่วนและในรูปแบบ ต่างๆ เพื่อหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีและมีฐานเสียงที่จะสร้าง มีกรอบการกำกับดูแลที่เข้มงวดมาแล้ว เพื่อก่อให้เกิดการดำรงอยู่และการจัดการที่มีประสิทธิภาพสำหรับการติดตามและตรวจสอบ<sup>๑๐๐</sup> ซึ่งการบริหารท้องถิ่นตามหลักธรรมาภิบาลสามารถพิจารณาได้ดังนี้<sup>๑๐๑</sup>

๕.๑) หลักนิติธรรม หมายถึง การตรากฎหมายที่ถูกต้องเป็นธรรม การบังคับให้ทันสมัยและเป็นธรรม เป็นที่ยอมรับของสังคม อันจะทำให้สังคมยินยอมพร้อมใจกันปฏิบัติตามกฎหมาย และข้อบังคับ เหล่านั้นโดยถือว่าเป็นการปกครองภายใต้กฎหมายมิใช่อำนาจอใจหรืออำนาจของตัวบุคคลในระดับภาครัฐ หมายถึง การปฏิบัติตามกฎหมาย กฎ ระเบียบที่ใช้ในการบริหารงานร่วมกันภายในภาครัฐในระดับองค์การ หมายถึง กฎกติกากา ที่ใช้ในการบริหารงาน ภายในรวมถึงข้อตกลงในการสับเปลี่ยนหน้าที่ภายใน

<sup>๙๘</sup> กลุ่มงานสารนิเทศ สำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน, (กรุงเทพมหานคร : สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, ๒๕๖๐), หน้า ๗.

<sup>๙๙</sup> ประทาน คงฤทธิศึกษากร, การปกครองท้องถิ่น, (กรุงเทพมหานคร : พีระพัฒนา, ๒๕๒๖), หน้า ๘. และ อุทัย หิรัญโต, การปกครองท้องถิ่นไทย, (กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์, ๒๕๒๓), หน้า ๔.

<sup>๑๐๐</sup> CIPFA, Delivering Good Governance in Local Government : Framework, (London : CIPFA, 2007), p. 1.

<sup>๑๐๑</sup> สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน, การสร้างระบบบริหารกิจการ บ้านเมืองและสังคมที่ดี, (กรุงเทพมหานคร : อาทิตยโพรดักส์กรุ๊ป, ๒๕๔๕), หน้า ๒๖.

องค์กร ดำเนินการงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นการดำเนินการตามวิธทางการปกครอง กล่าวคือ ในการดำเนินการบริหารงานโดยมีกฎหมาย ระเบียบ ถือเป็นปฏิบัติในการบริหารงานหรือดำเนินการต่าง ๆ ให้ บรรลุวัตถุประสงค์ที่ฝ่ายบริหารคือ ส่วนกลางได้อำนาจมาปฏิบัติตามกฎหมาย การบริหาร จัดการภายใน ได้ปฏิบัติตามระเบียบ กฎหมายต่าง ๆ เช่น ด้านบุคลากร ด้านการปฏิบัติงาน

๕.๒) หลักคุณธรรม หมายถึง เป็นการยึดมั่นในความถูกต้องดีงาม โดยรณรงค์ให้เจ้าหน้าที่ของรัฐยึดถือหลักนี้ในการปฏิบัติหน้าที่เพื่อเป็นตัวอย่างแก่สังคมและส่งเสริมสนับสนุนให้ประชาชน พัฒนาดตนเองไปพร้อมกัน เพื่อให้คนไทยมีความซื่อสัตย์ จริงใจ ขยัน อดทน มีระเบียบวินัย ประกอบอาชีพ สุจริตจนเป็นนิสัยประจำชาติในระดับภาครัฐ ผู้แทนประชาชนที่เข้าไปทำหน้าที่บริการราชการเข้าสู่หน้าที่ ด้วยความชอบธรรม ทั้งเจ้าหน้าที่ฝ่ายการเมืองและฝ่ายประจำ และจะต้องปฏิบัติตามมาตรฐานทาง คุณธรรมและจริยธรรมของเจ้าหน้าที่ของรัฐอย่างเคร่งครัด ในระดับองค์กรเจ้าหน้าที่จะต้องปฏิบัติตามให้มี ประสิทธิภาพ ให้ความยุติธรรมแก่ประชาชนอย่างเท่าเทียมกัน รวมทั้งจัดระบบงานที่ตอบสนองความ ต้องการของประชาชน และปฏิบัติตามข้อบังคับ ต้องยึดมั่นในความถูกต้องดีงาม ส่งเสริมสนับสนุนให้ ประชาชนพัฒนา ตนเองโดยเห็นได้จากกิจกรรมต่าง ๆ

๕.๓) หลักการมีส่วนร่วม หมายถึง เป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมรับรู้และ เสนอแนะความเห็นในการตัดสินใจปัญหาสำคัญของประเทศ ไม่ว่าจะด้วยการแสดงความเห็นการไต่สวน สาธารณะ ประชาพิจารณ์ การแสดงประชามติ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีภารกิจและบทบาทหน้าที่ในการ ให้การบริการต่อประชาชนในเขตพื้นที่ ตามสถานการณ์ความเปลี่ยนแปลงด้านการเมือง เศรษฐกิจสังคม และการบริหารงานของรัฐ ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วตามความเจริญก้าวหน้าของสื่อเทคโนโลยี ซึ่ง ส่งผลให้ประชาชนได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็ว อย่งไรก็ตาม การปฏิรูปปรับเปลี่ยนทางการเมือง การ บริหารงานภาครัฐ ระบบราชการ ต้องมีความตระหนักในภาระหน้าที่และการให้ประชาชนได้มีบทบาทเข้า มามีส่วนร่วม มีอำนาจหน้าที่ ในการตรวจสอบติดตามการบริหารงานของภาครัฐ และการเมือง โดยส่งเสริม ให้ประชาชนและกลุ่มคนต่าง ๆ รวมตัวกันจัดตั้งเป็นกลุ่มชุมชน มีสิทธิและความเสมอภาคกันทุกคน สามารถแสดงความคิดเห็นความต้องการ การใช้สิทธิและหน้าที่ตามกฎหมาย เพื่อมุ่งพัฒนาคนให้มีส่วน ร่วม อย่างยั่งยืนขจัดปัญหาความยากจนยกระดับคุณภาพชีวิตพี่น้องประชาชนอย่างทั่วถึง

๕.๔) หลักความโปร่งใส หมายถึง เป็นการสร้างความไว้วางใจซึ่งกันและกันของคนใน ชาติ โดยปรับปรุงกลไกการทำงานขององค์กรทุกองค์กรให้มีความโปร่งใส มีการเปิดเผยข้อมูล ข่าวสารที่เป็น ประโยชน์อย่างตรงไปตรงมาด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย ประชาชนเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้สะดวกและมี กระบวนการการให้ประชาชนตรวจสอบความถูกต้องชัดเจนและมีนโยบาย ที่ส่งเสริมให้ประชาชนเข้าร่วม การบริหาร เพื่อความโปร่งใสตรวจสอบได้ สามารถตรวจสอบ โดยหน่วยตรวจสอบภายในและผู้ตรวจสอบ ภายนอก

๕.๕) หลักความรับผิดชอบ หมายถึง เป็นการตระหนักในสิทธิหน้าที่ ความสำนึกใน ความรับผิดชอบต่อสังคม การใส่ใจปัญหาสาธารณะของบ้านเมืองและการกระตือรือร้นในการ แก้ปัญหา ตลอดจนการเคารพในความคิดเห็นที่แตกต่างและความกล้าที่จะยอมรับผลจากการกระทำของตน มีหน้าที่

ความรับผิดชอบต่อชุมชนสังคมมีความมุ่งหวังและตั้งมั่นยึดถือในนโยบายที่ได้แถลงไว้กับประชาชนว่าในการบริหารงานของเทศบาล และในการบริหารงานของเพื่อผลประโยชน์ของประชาชนอย่างสูงสุด

๕.๖) หลักความคุ้มค่า หมายถึง การบริหารจัดการ และใช้ทรัพยากรที่มีจำกัดเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ส่วนรวม โดยรณรงค์ให้คนไทยมีความประหยัด ใช้จ่ายอย่างคุ้มค่า สร้างสรรค์สินค้าและบริการที่มีคุณภาพ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นองค์กรอิสระมีอำนาจหน้าที่ในการจัดการระบบการบริการสาธารณะเพื่อประโยชน์สุขของประชาชนในท้องถิ่น สมดังเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยฉบับปัจจุบันที่มุ่งมั่นให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมุ่งการมีส่วนร่วมของประชาชนในการปกครองและการบริหารงานจัดการและพัฒนา ความต้องการขั้นพื้นฐานของประชาชนให้มีมาตรฐานการครองชีพที่ดี

ฉะนั้นการบริหารท้องถิ่นตามหลักธรรมาภิบาล ๖ หลัก คือ หลักนิติธรรม หลักคุณธรรม หลักการมีส่วนร่วม หลักความโปร่งใส หลักความรับผิดชอบ และหลักความคุ้มค่า จะสามารถทำให้องค์กรมีคุณลักษณะที่น่าพึงพอใจ ๕ ประการ ดังนี้<sup>๑๐๒</sup>

๑) ภาพพจน์เยี่ยม หมายถึง ความมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ มีการกล่าวขวัญถึงในทางที่ดีตามหลัก ธรรมาภิบาล เช่น มีความโปร่งใส ทำงานโดยยึดหลักกฎหมาย เปิดให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการแสดง ความคิดเห็น มีการประชาสัมพันธ์งานให้ชุมชนได้รับทราบ ขั้นตอนการทำงานทุกอย่างมีเหตุมีผลสามารถอธิบายได้ มีความเป็นรูปธรรม มีการเก็บข้อมูลสถิติ สามารถประเมินออกมาเป็นตัวเลขได้ ตลอดจนสามารถมองเห็นการพัฒนาการ หรือการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นอย่างชัดเจน สามารถตรวจสอบได้ เป็นตัวอย่างของความโปร่งใสที่ทุกหน่วยงานสามารถเข้ามาขอดูงาน หรือตรวจสอบได้ตลอดเวลา

๒) ภาพลักษณ์ดี เป็นเรื่องของภาพที่ปรากฏต่อสาธารณชน สามารถมองเห็นได้ง่ายกว่าภาพพจน์ ภาพลักษณ์ขององค์กรควรมีการตกแต่งให้ดูดีอยู่เสมอ ตั้งแต่ความสวยงาม สะอาดสะอาดอันของสถานที่ จนถึงบุคลิกภาพของผู้นำและสมาชิกในองค์กร โดยเฉพาะผู้นำองค์กรถือเป็นบุคคลที่อยู่ในสายตาของสาธารณชนควรมีลักษณะที่ดี ๓ ประการ คือ ๑) มาดต้องตา ๒) วาจาต้องใจ ๓) ภายในยอดเยี่ยม มาดต้องตาหมายถึง บุคลิกภาพภายนอกที่ดี ทั้งด้านกิริยามารยาท และการแต่งกาย วาจาต้องใจคือพูดไพเราะ พูดสิ่งดีมีประโยชน์ และพยายามพูดในด้านบวก สำหรับภายในยอดเยี่ยมคือใจไม่มีคุณธรรมและความเข้มแข็งหนักแน่น ซึ่งสื่อออกมาถึงบุคลิกภายนอกได้

๓) มีความทันสมัย หมายถึง องค์กรโดยเฉพาะตัวผู้นำองค์กร ต้องมีวิสัยทัศน์ มีความทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์และสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของโลก ดังนั้น ผู้นำองค์กรยุคใหม่ควรมีคุณสมบัติและ ลักษณะ ดังนี้ ๑) มีความเป็นผู้นำ ๒) ทำงานได้หลายหน้าที่ ๓) รู้คุณค่าของเวลา ๔) สื่อสารพูดเขียนได้ดี ๕) ใช้ภาษาอังกฤษได้ ๖) ใช้คอมพิวเตอร์ได้ ๗) ใช้อินเทอร์เน็ตได้ ๘) วิเคราะห์ข้อมูลได้ดี ๙) ทันโลกบริหารยุคใหม่

<sup>๑๐๒</sup> สุเมธ แสงนิ่มนวล, ภาวะผู้นำกับธรรมาภิบาลในการบริหารงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น, (กรุงเทพมหานคร : สถาบันพระปกเกล้า, ๒๕๕๒), หน้า ๔๖-๔๙.

๔) ใส่ใจบริการ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นต้องเน้นหลักธรรมาภิบาลในเรื่องของความรับผิดชอบต่อ การรับใช้และตอบสนองความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นอย่างมีความเสมอภาคและมีประสิทธิภาพ นั่นคือให้บริการที่รวดเร็ว ถูกต้อง เป็นธรรม มีหัวใจบริการให้ผู้รับบริการได้รับความพึงพอใจ

๕) ประสานการมีส่วนร่วม เรื่องการมีส่วนร่วมนั้น UNDP ได้ให้ความสำคัญเป็นประการแรก เพราะตามหลักคิดในระบอบประชาธิปไตย การมีส่วนร่วมของประชาชนจะสามารถตอบสนองหลักธรรมาภิบาล ได้เกือบทุกข้อ ดังนั้น ในการดำเนินโครงการใด ๆ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นควรแจ้งให้ประชาชน ได้ร่วมรับรู้รับทราบ ตั้งแต่ขั้นตอนการดำเนินงานไปจนถึงผลการดำเนินงานต่าง ๆ การเปิดโอกาสให้ ประชาชนมีส่วนร่วม ยังมีข้อดีคือ ประชาชนจะรู้สึกถึงการเป็นเจ้าของร่วมกัน เต็มใจที่จะช่วยกัน เป็นหู เป็นตา สอดส่องดูแลท้องถิ่นของตนให้อยู่ร่วมกันได้อย่างเป็นสุข

๖) บทบาทอื่นตามสถานการณ์ : ผู้นำท้องถิ่น ควรเป็นผู้มีความรู้ในด้านกฎหมาย เนื่องจากองค์การปกครองท้องถิ่นถือเป็นหน่วยงานของรัฐ ซึ่งระบบการปฏิบัติงานยังต้องอยู่ภายใต้กฎหมาย เช่นเดียวกับหน่วยงานส่วนกลางและภูมิภาค กฎหมายหลายฉบับกำหนดให้ผู้นำท้องถิ่นเป็นเจ้าพนักงาน เช่น กฎหมายวิธีพิจารณาความอาญาและกฎหมายที่มีลักษณะเป็นกฎหมายปกครองต่าง ๆ ซึ่งกำหนดอำนาจทางปกครองให้กับผู้นำท้องถิ่นในการอนุมัติ อนุญาต ระวัง เปลี่ยนแปลง เพิกถอน อันมีลักษณะเป็นคำสั่งทางปกครองซึ่งต้องเกี่ยวข้องกับประชาชน ตลอดเวลา หากผู้นำท้องถิ่นไม่มีความรู้ทางด้านกฎหมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งกฎหมายปกครองแล้ว โอกาสที่จะเกิดความผิดพลาดนำไปสู่การร้องเรียนหรือฟ้องคดีทางปกครองย่อมมีโอกาสเป็นไปได้สูงมาก ในที่สุดอาจเกิดผลเสียหายต่อองค์การปกครองท้องถิ่นหรือตัวผู้บริหารท้องถิ่นอย่างมาก

#### ๒.๖.๔ ผู้บริหารท้องถิ่นกับการสื่อสารทางการเมือง

การสื่อสารเป็นเครื่องมือที่มีความจำเป็นต่อการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยิ่ง เพราะไม่ว่าจะมีนโยบาย แผนงาน โครงการ อะไรก็ตามที่ถูกส่งลงไปยังท้องถิ่นเพื่อให้ปฏิบัติการณ์นั้น ทุกอย่างล้วนต้องผ่านการสื่อสาร จึงจะเกิดความเข้าใจและสามารถนำไปปฏิบัติได้ตรงตามวัตถุประสงค์ เมื่อเป็นเช่นนี้ผู้บริหารท้องถิ่นหรือ นักการเมืองท้องถิ่นจึงเห็นความสำคัญของการสื่อสารว่าเป็นปัจจัยเงื่อนไขที่จะนำไปสู่เป้าหมายของตนเองได้อย่างชัดหรือเร็วก็ขึ้นอยู่กับสภาพบริบทของประเด็นนั้น ๆ

#### ๑) ผู้บริหารท้องถิ่นกับการสื่อสารเพื่อสร้างนิยมทางการเมือง

การสื่อสารมีเป็นช่องทางหนึ่งในการสร้างความนิยมให้กับตนเอง เป็นกลยุทธ์ที่นำไปสู่เป้าหมายได้ แต่วิธีการนั้นอาจแตกต่างกันไป ดังที่สิงห์ สิงห์ขจร ได้ศึกษาพบว่า กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการวางแผนการสื่อสารโดยมีทีมงานมาร่วมกันวิเคราะห์ประเมินสถานการณ์ มีการจัดแบ่งพื้นที่ออกเป็นส่วน ๆ กระจายตามพื้นที่หมู่บ้าน ตำบล อำเภอ โดยการวิเคราะห์หาความต้องการของชาวบ้านในพื้นที่จากการลงพื้นที่ของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นและทีมงาน เมื่อได้ข้อมูลปัญหาความต้องการ ความเดือดร้อนของประชาชนในพื้นที่แล้ว นำมาปรับเป็นแผนในการกำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์โดยเน้นการพัฒนาพื้นที่ที่สอดคล้องกับการตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่เป็นสำคัญ ให้ความสำคัญกับทุกกลุ่มเป้าหมาย การดูแลประชาชนทุก

คนมีความเท่าเทียมกัน มีการแบ่งกลุ่มเป้าหมายในการสื่อสารแบ่งออกตามช่วงอายุของทีมงานที่มีอยู่ว่าอยู่ในช่วงอายุไหนก็ดูแลกลุ่มเป้าหมายในช่วงอายุนั้น เน้นการเข้าถึงประชาชนในพื้นที่ทุกคน มีการกำหนดนโยบายเน้นการตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่ การกำหนดการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสาธารณสุข ปลอดภัย การศึกษา คุณภาพชีวิต เนื้อหาจะถูกกำหนดออกมาเป็นนโยบายสั้น ๆ ชัดเจน เข้าใจง่าย บางพื้นที่มีการใช้ภาษาท้องถิ่นและการแสดงถึงความเป็นคนในพื้นที่ เน้นการลงพื้นที่ด้วยตนเองเป็นหลัก มีการใช้สื่อที่หลากหลาย ป้ายประชาสัมพันธ์ รถแห่เพื่อประชาสัมพันธ์ บัตรแจก บัตรเล็ก แผ่นพับ การปราศรัย การกำหนดการเลือกใช้สื่อและกิจกรรมดูความเหมาะสมในแต่ละพื้นที่ สื่อหลักที่สำคัญ คือสื่อบุคคลเพื่อเข้าถึงประชาชนในพื้นที่ กำหนดงบประมาณในการสื่อสารด้วยตนเองโดยพิจารณาจากการกำหนดตามกฎหมายการเลือกตั้งของคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) เป็นสำคัญ การรับฟังเรื่องราวของประชาชนว่ามีความต้องการ มีความเดือดร้อน โดยการลงพื้นที่ด้วยตนเองของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น รับผิดชอบการแก้ไขอย่างเร่งด่วนหลังจากนั้นก็ให้ทีมงานลงพื้นที่ไปสอบถามว่าการแก้ไขนั้นเป็นอย่างไร เป็นการประเมินผลแบบง่าย ๆ ด้วยการสังเกตพฤติกรรมของประชาชนในพื้นที่ ผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นมีการดำเนินการสื่อสาร มีการจัดตั้งศูนย์รณรงค์หาเสียงเลือกตั้งส่วนใหญ่ใช้บ้านตนเองเป็นที่ตั้ง มีการจัดการดูแลพื้นที่โดยแบ่งออกเป็นตามอำเภอ ตำบล หมู่บ้าน มีผู้ดูแลในแต่ละพื้นที่ มีการใช้การโทรศัพท์หาโดยตรงจากผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นและการประชุมกันเป็นหลัก การลงพื้นที่เข้าถึงประชาชนในพื้นที่เพื่อสร้างความเข้าใจและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ การอำนวยความสะดวกและมีคนในครอบครัวช่วยเหลือ ในส่วนของการประสานงานจะใช้การพูดคุยผ่านโทรศัพท์เป็นหลัก มีการกำกับและควบคุมด้วยตนเองและมีทีมงานในการควบคุมในแต่ละพื้นที่ที่ทีมงานดูแล การประเมินผลสื่อสารของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่นใช้การประเมินผล ด้วยการสังเกตพฤติกรรมของประชาชนในพื้นที่ระหว่างการพูดคุยด้วยกัน การดำเนินการแก้ไขปัญหาและตอบสนองความต้องการของชาวบ้านได้แล้วนั้นจะมีทีมงานคอยไปสอบถามประชาชนในพื้นที่ การลงพื้นที่ อย่างสม่ำเสมอจะรู้ว่าประชาชนในพื้นที่มีความรู้สึกอย่างไร มีการใช้การประเมินความพึงพอใจหลังจากเสร็จกิจกรรมต่าง ๆ โดยจะมีเจ้าหน้าที่ของทางสำนักงานจะเป็นผู้รับผิดชอบในการประเมินผล<sup>๑๐๓</sup>

## ๒) ผู้บริหารท้องถิ่นกับแนวทางการสื่อสารที่ดี

นอกจากนี้ได้มีการศึกษาพบว่า ผู้บริหารท้องถิ่นหรือนักการเมืองท้องถิ่นต้นแบบจะต้องมีแนวทางการสื่อสารที่เป็นต้นแบบที่ดี ดังนี้<sup>๑๐๔</sup>

<sup>๑๐๓</sup> สิงห์ สิงห์ขจร สุภาภรณ์ ศรีดี วิทยาธร ท่อแก้ว กานต์ บุญศิริ, การสื่อสารในการสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น, วารสาร อัล-ฮิกมะฮฺ มหาวิทยาลัยฟาฏอนี, ปีที่ ๙ ฉบับที่ ๑๘ (กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๖๒), หน้า ๒๐๕.

<sup>๑๐๔</sup> อ่างแล้ว, สุรพล พรหมกุล, “พุทธบูรณาการเพื่อการส่งเสริมนักการเมืองท้องถิ่นต้นแบบในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง”, หน้า ๑๑๖.

## ๒.๑) การสื่อสารทางการบริหาร ประกอบด้วย

๒.๑.๑) ผู้ส่งข้อมูลข่าวสาร (Sender) คือ ตัวของนักการเมืองท้องถิ่นต้องมีความรู้ นำเชื่อถือ มีความสามารถในการสื่อสารให้เข้าใจง่าย สื่อสารเชิงบวก กล่าวคือพูดคุยกับประชาชนให้เกิดความเข้าใจตรงกันก่อนลงมือปฏิบัติงาน มีความใกล้ชิดประชาชนพร้อมรับฟังปัญหา ให้บริการข่าวสารแก่ประชาชนอย่างเสมอภาค มีความกระตือรือร้น แสดงกิจกรรมรยาทอย่างเหมาะสมในการให้บริการข้อมูล ข่าวสารมีการประสานงานระหว่างกันและประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อสื่อสารข้อมูลถึงประชาชนอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดถึงวิเคราะห์พฤติกรรมของบุคลากรและประชาชนเพื่อประโยชน์ในการเลือกใช้ ช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสม

๒.๑.๒) สาร (Message) คือ เนื้อหาของข้อมูลข่าวสารที่นักการเมืองท้องถิ่น นำเสนอต้องทันต่อเหตุการณ์ ต้องมีความถูกต้อง ครบถ้วน นำเชื่อถือสามารถนำไปอ้างอิงในเรื่องต่าง ๆ ได้ มีสาระความรู้ที่เป็นประโยชน์ในการดำเนินชีวิตประจำวัน นำเสนอเนื้อหาที่เข้าใจง่าย ในการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ส่วนใหญ่จะเป็นสารเกี่ยวกับการพัฒนาท้องถิ่น ข้อบัญญัติ เทศบัญญัติ โรคระบาดโควิด ๑๙ โดย เอกสารทางราชการจะใช้ภาษาไทยเป็นหลัก ในขณะที่เมื่อมีการพูดคุยเกี่ยวกับสารนั้นนักการเมืองท้องถิ่น ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางส่วนใหญ่ใช้ภาษาอีสานในการสื่อสารซึ่งจะทำให้บุคลากรและ ประชาชนเข้าใจความหมายได้ง่ายและแปลผลหรือตีความได้เร็วกว่าการใช้ภาษาไทย

๒.๑.๓) ช่องทางการสื่อสาร (Communication Channel) การใช้วิธีการสื่อสาร และช่องทางการสื่อสารมีหลายวิธีทำให้การติดต่อสื่อสารมีความถูกต้องยิ่งขึ้น เช่น มีการสั่งการด้วยเอกสาร เป็นลายลักษณ์อักษร และยังมีการประชุมและสั่งการด้วยวาจาและใช้โอกาสพูดคุยอย่างไม่เป็นทางการด้วย ภาพรวมพบว่า มีการใช้หลายประเภทคือ สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นการสื่อสารภายในองค์กรและในชุมชน เช่น หนังสือราชการ หนังสือเวียน มีการสื่อสารเป็นลายลักษณ์อักษร ได้แก่ สัญลักษณ์ รูปภาพต่าง ๆ จดหมาย ข่าว สื่อบุคคล ประกอบด้วย การสื่อสารด้วยวาจา คือคำพูด เช่น การพูดโทรศัพท์ การ ประชาสัมพันธ์เสียงตามสาย การจัดรายการวิทยุ การอภิปราย การประชุม การฝึกอบรม การสัมมนา การ สื่อสารด้วยกิริยาท่าทาง เช่น การพยักหน้า การจ้องตา การไหว้ การคำนับ เป็นต้น สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็น การสื่อสารออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ ยูทูป เป็นต้น

๒.๑.๔) ผู้รับข้อมูลข่าวสาร (Receiver) คือ การที่นักการเมืองท้องถิ่นคำนึงถึง บุคลากรหรือประชาชนที่รับสาร ว่าเมื่อตนเองสื่อสารไปแล้วจะเกิดการตอบสนองแบบไหน อย่างไร โดยได้ พบว่า การสื่อสารที่ประชาชนตอบสนองเร็วคือ การสื่อสารแบบสองทาง เช่น การพูดโทรศัพท์ การประชุม การสื่อสารทางไลน์ เป็นต้น ส่วนการสื่อสารทางเดียว ประชาชนให้ความสนใจเฉพาะการประชาสัมพันธ์ เสียงตามสาย ส่วนการส่งจดหมายไปยังบ้านเรือน ไม่ค่อยให้ความสนใจ เนื่องจากต้องใช้เวลาในการติดต่อ พูดคุยหลายวัน

๒.๑.๕) การติดตามผลและให้ข้อมูลย้อนกลับ (Follow-Up and Feed Back) ติดตามผลและให้ข้อมูลย้อนกลับเป็นวิธีการที่ใช้ในการตรวจสอบข้อมูลที่ส่งไปว่าผู้รับเข้าใจตรงกับผู้ส่ง เพียงไร วิธีการนี้จะทำให้กระบวนการสื่อสารเป็นแบบสองทาง (Two-Way) ซึ่งอาจเกิดขึ้นในการพบปะกัน



หรือหากเป็นการใช้เอกสารติดตามผลและข้อมูลย้อนกลับอาจตรวจสอบได้จากการโต้ตอบการแสดงออกของผู้รับสารจะทำให้ทราบว่า การสื่อสารมีความถูกต้องเพียงไร

## ๒.๒) การสื่อสารทางการเมือง

๒.๒.๑) สื่อสารเชิงรุก (Proactive Approach) ด้วยการเคาะประตูบ้าน คือ การที่นักการเมืองท้องถิ่นต้องการสื่อสารแบบทางตรงเพื่อหาข้อมูลปัญหา สภาพความต้องการในการพัฒนาท้องถิ่นด้วยการเดินเข้าไปหาที่บ้านเรือนของประชาชนแล้วสอบถาม พูดคุย โต้ตอบระหว่างกัน เพื่อนำข้อมูลมากำหนดทิศทางในการแก้ปัญหาให้ตรงจุด ซึ่งลักษณะการสื่อสารแบบนี้นอกจากจะได้รับทราบข้อมูลปัญหาหรือความต้องการของประชาชนโดยตรงแล้ว ยังได้รับความเชื่อมั่น ความไว้วางใจในตัวนักการเมืองท้องถิ่นในฐานะผู้นำชุมชนด้วย

๒.๒.๒) สื่อสารแบบอวัจนภาษา คือ การที่นักการเมืองท้องถิ่นต้องการสื่อสารให้ประชาชนเข้าใจถึงความเอาใจใส่ในการดูแลความเป็นอยู่ ไม่ว่าจะมิกิจกรรมอะไรที่เกิดขึ้นในท้องถิ่นจะเข้าร่วมเสมอ เช่น บุญประเพณีฮีต ๑๒ ตลอดถึง งานแต่งงาน งานศพ เป็นต้น งานเหล่านี้ล้วนแต่สื่อถึงพฤติกรรมที่แสดงออกของผู้ว่าท้องถิ่นว่าให้ความสนใจในกิจกรรมของชุมชนมากน้อยเพียงใด ซึ่งจะกลายเป็นการสื่อสารแบบอวัจนภาษาที่นักการเมืองท้องถิ่นจะต้องปรับตัวให้เข้ากับท้องถิ่นให้ได้มากที่สุด

๒.๒.๓) สื่อสารด้วยสื่อบุคคล คือ การที่นักการเมืองท้องถิ่นมีความกระตือรือร้นในการติดตามข่าวสารทางการเมืองและแลกเปลี่ยนข่าวสารทางการเมืองระหว่างคนในครอบครัว บุคลากรในองค์กร ประชาชน รวมถึงการสนทนาแลกเปลี่ยนข้อมูล มีการวิพากษ์ วิจัยประเด็นทางการเมืองอย่างต่อเนื่อง

## ๓) หลักการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพของผู้บริหารท้องถิ่น<sup>๑๐๕</sup>

๓.๑) ความถูกต้อง ความถูกต้องของการสื่อสาร ได้แก่ ความถูกต้องของข้อความและเวลาที่ใช้ใช้ระดับภาษาที่เหมาะสม มีความแม่นยำและความถูกต้องของข้อเท็จจริงและตัวเลขที่ใช้ในข้อความ หากการสื่อสารถูกต้องจะช่วยเพิ่มระดับความเชื่อมั่นของผู้รับสารได้ความถูกต้องของเนื้อหาจึงเป็นสิ่งที่ผู้ส่งสารต้องตรวจสอบก่อนที่จะส่งสารออกไป ว่าสารที่ผู้ส่งสารต้องการจะสื่อสารออกไปเป็นข้อมูลข่าวสารที่มีความถูกต้องชัดเจนหรือไม่ หากไม่ถูกต้องควรแก้ไขให้ถูกต้องก่อนที่จะส่งสารออกไป ดังนั้นผู้บริหารควรมีการตรวจทานเนื้อหาการสื่อสารก่อนสื่อสารผ่านสื่อต่าง ๆ รวมทั้งการปรับใช้ภาษาที่ประชาชนเข้าใจง่าย โดยไม่ควรนำเสนอข้อมูลที่เน้นวิชาการ ทฤษฎีจนเกินไป แต่ควรนำเสนอให้ประชาชนเข้าใจในเชิงการเข้าใจและปฏิบัติได้

<sup>๑๐๕</sup> ทนกร ศรีก๊อ และวิทยากร ท่อแก้ว, องค์ประกอบในการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบล, วารสารการวิจัยและนวัตกรรมเพื่อขับเคลื่อนสังคม, ปีที่ ๔ ฉบับที่ ๒ (มกราคม-เมษายน ๒๕๖๕), หน้า ๕๒-๕๔.

๓.๒) ความสมบูรณ์ การสื่อสารที่ดีต้องมีความสมบูรณ์ครบถ้วน สารที่ส่งควรมีความครบถ้วนสมบูรณ์ของเนื้อหาที่จะส่งออกไปยังผู้รับสาร เพื่อให้เข้าใจจุดมุ่งหมายของการสื่อสารตรงกัน การสื่อสารที่สมบูรณ์จะทำให้ผู้รับสารได้ข้อมูลที่ถูกต้อง ลดความสับสนหรือสงสัย ช่วยให้เกิดตัดสินใจเพื่อดำเนินการต่อไปได้ การสื่อสารที่มีคุณภาพจึงช่วยให้องค์กรพัฒนาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น ผู้บริหารควรกำหนดเนื้อหาสารที่ครอบคลุมสื่อความหมายที่ประชาชนสามารถรับรู้และเข้าใจได้ในทิศทางเดียวกัน กับเรื่องผู้ส่งสารต้องการสื่อ ทั้งนี้อาจมีการสื่อสารให้รับรู้ในส่วนภาพรวม ส่วนรายละเอียด และส่วนสรุป เพื่อให้เกิดความเข้าใจได้อย่างเป็นขั้นตอน

๓.๓) ความชัดเจน ความกระชับชัดเจนจะทำให้เนื้อหาของสารมีความเป็นปรนัยและเหมาะสมต่อบริบทของการสื่อสาร ดังนั้น การสื่อสารไม่ว่าจะด้วยการพูด การเขียน จะต้องเป็นการสื่อสารที่มีความชัดเจน เรียบง่าย เมื่อสื่อสารออกไปแล้ว ผู้รับสารต้องมีความเข้าใจที่ชัดเจนเดียวกับผู้ส่งสาร ดังนั้น ผู้บริหารควรเลือกวิธีการสื่อสารทางตรงจากการประชุมโดยตรงกับประชาชนในประเด็นที่ต้องตัดสินใจร่วมกันได้ทันทีทันใด

๓.๔) รูปธรรม การสื่อสารที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรม ด้วยเนื้อหาที่ประกอบด้วยข้อเท็จจริงที่ชัดเจน จะทำให้ผู้รับสารรับรู้และตีความไม่คลาดเคลื่อน ดังนั้น ความเป็นรูปธรรมจึงเป็นหลักการสำคัญของการลดความผิดพลาดด้านการสื่อความหมาย ดังนั้น ผู้บริหารควรนำเสนอสื่อที่ผ่านการตีความหมายจากข้อเท็จจริงแล้วให้อยู่ในรูปแบบเนื้อหาที่เข้าใจง่าย ซึ่งอาจใช้ภาพอินโฟกราฟิก หรือสื่อแอนิเมชันช่วยสื่อความหมายให้ประชาชนเห็นภาพเสมือนจากการสื่อสารการดำเนินโครงการพัฒนาต่าง ๆ ในชุมชนในอนาคต

๓.๕) การพิจารณา การสื่อสารที่ดีต้องพิจารณาลักษณะของผู้รับสารประกอบด้วยด้านความคิด ความเชื่อ ระดับการศึกษา ความพยายามทำความเข้าใจผู้รับสาร ความต้องการ อารมณ์และปัญหาเฉพาะตน แม้จะไม่สามารถคิดแทนผู้รับได้ แต่ก็ควรดำเนินการส่งสารเสมือนตนเป็นผู้รับสาร เพื่อให้การสื่อสารบรรลุวัตถุประสงค์ ดังนั้น ผู้บริหารควรนำเสนอเนื้อหาและพูดสื่อสารโดยการเผชิญหน้าเป็นหลัก เพื่อให้ประชาชนรู้สึกถึงความเต็มใจและอภัยภัยไมตรีที่ดีในระหว่างการสื่อสารของผู้บริหาร ทั้งนี้คำพูดที่วาดวงตามเป็นหน้าต่างของหัวใจ ยังสามารถนำมาใช้ในการสร้างการสื่อสารที่ดีระหว่างองค์กรกับประชาชนได้จากอดีตจวบจนถึงปัจจุบัน

๓.๖) กระชับ การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพไม่จำเป็นต้องเขียนหรือพูดด้วยถ้อยคำยืดยาวเชิงปริมาณ แต่การสื่อสารที่ดีควรมีความสั้นกระชับ ลักษณะการสื่อสารที่กระชับคือ การเน้นเนื้อหาและข้อความที่สำคัญเป็นหลัก หลีกเลี่ยงการใช้คำที่ฟุ่มเฟือยหรือสื่อความหมายกำกวมข้อความที่กระชับจะช่วยให้ประหยัดเวลาการรับรู้และพิจารณาสาร รวมทั้งดึงดูดผู้รับสารได้มากขึ้นไม่เกิดความเบื่อหน่าย ดังนั้น ผู้บริหารควรนำเนื้อหาในการสื่อสารที่ถูกสรุปประเด็นมาแล้ว ในกรณีที่เนื้อหาที่จะสื่อสารเยิ่นเย้อเกินไป

๓.๗) ความสุภาพ การสื่อสารที่สุภาพเป็นมารยาทประการหนึ่งของการแสดงออกถึงความคิดและความรู้สึกของผู้ส่งสาร ที่จะถึงผู้รับสาร ดังนั้นผู้ส่งสารจึงต้องเคารพสิทธิและความรู้สึกของผู้รับสารในการที่จะได้สารที่ดี มีความสุภาพ ไม่กระทบความรู้สึกทางลบ ทั้งนี้การสื่อสารเป็นทั้งศาสตร์

และศิลป์ ความสุภาพจึงเป็นศิลปะการสื่อสารที่ดีที่บุคคลต้องตระหนักและหมั่นฝึกฝน ดังนั้นผู้บริหารควรใช้ การสื่อสารที่มุ่งการลงพื้นที่เพื่อสอบถามสารทุกข์สุกดิบของประชาชน ทั้งนี้จะช่วยให้เกิดการสัมผัสแรกที่ดี ต่อกัน ซึ่งจะนำไปสู่การเปิดใจและร่วมมือในการพัฒนาชุมชนร่วมกันได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืนได้

สรุป ผู้บริหารท้องถิ่นจะต้องรู้จักการสื่อสารให้ประชาชนได้รับรู้รับทราบถึงข้อมูลต่าง ๆ ที่ จำเป็นเพราะการสื่อสารจะเป็นการเผยแพร่ผลการการทำงานให้ผู้อื่นได้รับรู้ ทั้งนี้วิธีการในการสื่อสารก็ขึ้นอยู่กับผู้ส่งสารว่าจะเลือกใช้ช่องทางใดถึงจะทำได้ตรงประเด็นมากที่สุด ที่สำคัญการสื่อสารนั้นจะต้องมีความ ถูกต้องไม่หลอกลวงก็จะทำให้ประชาชนมีความพึงพอใจ สอดคล้องกับเกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ ที่กล่าวว่า การสื่อสารยังมีความสำคัญในแง่ของการเป็นเครื่องมือในการสร้างสัมพันธภาพอันดีในสังคม การสื่อสารทำให้เกิดความรักความเข้าใจ ซึ่งแสดงออกมาทางคำพูด สายตา และการกระทำในทุกอิริยาบถ การสื่อสารรัก ทอสายใยแห่งความรักให้ยืนยาว<sup>๑๐๖</sup>

## ๒.๗ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “การสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น” ซึ่งได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

**สมสุข หินวิมาน** ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการสังเคราะห์องค์ความรู้เรื่องสื่อพิธีกรรมกับการ พัฒนาชุมชนท้องถิ่น ผลการศึกษาพบว่า พัฒนาการของการสร้างองค์ความรู้สื่อพิธีกรรมกับการพัฒนาได้ ดำเนินมาแล้วเป็นสามระลอก โดยในระลอกแรกได้แก่ การผลิตความรู้ของสื่อพิธีกรรมผ่านวิทยานิพนธ์ใน สถาบันการศึกษา แม้ด้านหนึ่งนักวิจัยบัณฑิตศึกษาจะมีคุณูปการในแง่ของการพรรณนาคุณลักษณะและ อนุรักษ์ต้นฉบับของสื่อพิธีกรรมท้องถิ่นเอาไว้แต่ข้อจำกัดของงานวิจัยกลุ่มนี้ก็คือ เป็นการศึกษาพิธีกรรมที่ หยุดนิ่ง ขาดการมองพิธีกรรมในแง่ของการสื่อสาร และนักวิจัยมีแนวโน้มจะวางตน “เสมอนอก” ออกจาก กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ต่อมาในระลอกที่สอง หรือช่วงระหว่างปี พ.ศ. ๒๕๔๖-๒๕๔๙ เป็นช่วงการทำงานผลิต ความรู้ของโครงการสื่อพื้นบ้านสื่อสารสุข (สพส.) นักวิจัยของโครงการนี้ได้ปรับแนวทางการทำงานที่เน้น การมีส่วนร่วม โดยยึดหลัก “สิทธิเจ้าของวัฒนธรรม” มีการขยับนิยามของสื่อพิธีกรรมมาในเชิงสัญลักษณ์ และเชิงโครงสร้างการทำงานความรู้เป็นแบบสหวิทยาการมากขึ้น มีการสร้างสรรค์แนวทางการวิเคราะห์ และวิธีวิทยาใหม่ ๆ ในการศึกษาสื่อพิธีกรรมท้องถิ่น และได้ผลิตโครงการต้นแบบ (best practices) ของสื่อ พิธีกรรม ในอันจะนำไปสู่การสร้างชุดความรู้เชิงทฤษฎีที่สร้างมาจากภาคปฏิบัติการจริง (practical theory) ส่วนในระลอกที่สาม หรือช่วง พ.ศ. ๒๕๕๑-๒๕๕๒ อันเป็นช่วงที่เกิดโครงการวิจัยการบริหารจัดการ วัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (สวช.) นักวิจัยในกลุ่มนี้เน้นการ สร้างชุดความรู้ภาคปฏิบัติที่มีทฤษฎีเป็นเครื่องมือชี้นำ (theoretical practice) ซึ่งเน้นการปรับประสาน

<sup>๑๐๖</sup> เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, **ครอบครัวฝ่าวิกฤติ: แนวคิดพิชิตความทุกข์ครอบครัวไทยในยุคนี้**, (กรุงเทพฯ มหานคร : ซักเซสมิเดีย, ๒๕๕๑), หน้า ๖๔.

และตัดเย็บต้นทุนความรู้ของ สพส. ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เป็นจริงของสื่อพิธีกรรมและชุมชนท้องถิ่น

๑๐๗

**ชญานันท์ สัจจรวงษ์พนา** ได้ทำการศึกษาเรื่องรูปแบบการใช้สื่อในชุมชนท้องถิ่นเศรษฐกิจพอเพียง : กรณีศึกษาหมู่บ้านหนองมะค่า อำเภอบรรพตพิสัย จังหวัดนครสวรรค์ ผลการศึกษาพบว่า ผู้นำชุมชนใช้กลยุทธ์การสื่อสารในการจัดการกับปัญหาและการพัฒนาชุมชน การสื่อสารภายในชุมชนประกอบด้วย การผสมผสานระหว่างสื่อชุมชนและสื่อบุคคล การกระจายข่าวสารผ่านกลุ่มผู้นำชาวบ้านและการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะของชุมชนโดยมีเป้าหมายที่จะใช้สื่อดั้งเดิมที่มีอยู่ในชุมชนให้เกิดประโยชน์สูงสุด ให้ความสำคัญในการเปิดโอกาสให้ชาวบ้านได้แสดงความคิดเห็นและมีส่วนร่วมในการจัดการปัญหาและพัฒนาชุมชนนอกจากนี้ยังพบว่า ผู้นำชุมชนใช้สื่อเฉพาะกิจที่หลากหลายการสร้างเครือข่ายข้อมูล การร้องเรียนอย่างต่อเนื่อง และการใช้สื่อกิจกรรมเข้ามาช่วยในการกระตุ้นหรือส่งเสริมให้ทุกคนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา พัฒนาชุมชน และสร้างความสามัคคีในชุมชน ผู้นำชุมชนมีแนวทางในการพัฒนาการใช้ทรัพยากรธรรมชาติในหมู่บ้านและการพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็ง เศรษฐกิจพึ่งตนเอง และชุมชนมีความสุขยั่งยืน ประกอบด้วย การปลูกผักสวนครัวรั้วกินได้ ลดการใช้สารเคมี เน้นการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ สร้างผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน เป็นต้น การจัดสรรทำพื้นที่ให้เป็นศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงชุมชนหนองมะค่า เพื่อเป็นการส่งเสริมทักษะ ความรู้ ในการทำการเกษตรตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง และสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของหมู่บ้านที่ว่า “พอกิน พอใช้ พอประมาณ เพื่อการกุศล บนพื้นฐานเศรษฐกิจพอเพียง”<sup>๑๐๘</sup>

**กมลวรรณ สุวรรณพะโยม** ได้ศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา ชุมชนบ้านหนองขาว อำเภอดงหลวง จังหวัดกาญจนบุรี ผลการศึกษาพบว่ามี การสื่อสารลักษณะสองทางระหว่างผู้นำชุมชนและสมาชิกในชุมชนโดยเน้นคุณสมบัติของผู้สื่อสารที่มีแนวคิดความต้องการด้านการจัดการท่องเที่ยวที่ตรงกัน มีการสื่อสารด้านการจัดการ ซึ่งให้ความสำคัญกับด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวในการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวของชุมชน และสื่อบุคคลถือว่ามีบทบาทสำคัญที่สุดในการติดต่อสื่อสาร ปฏิกริยาตอบกลับของผู้รับสารมีในด้านบวก สมาชิกในชุมชนให้ความร่วมมือในการเข้ามามีส่วนร่วมการอนุรักษ์และจัดการท่องเที่ยวของชุมชนเป็นอย่างดี การเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนนั้นเป็นการผลักดันให้สมาชิกในชุมชนตระหนักถึงความเป็นเจ้าของและให้ความสำคัญในการท่องเที่ยวไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สำหรับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมระหว่างชุมชนกับองค์กรภายนอกในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านหนองขาวนั้นพบว่า องค์กรภายนอกเข้ามามีส่วนสนับสนุนในการจัดการท่องเที่ยว โดยมีการสื่อสารในลักษณะสองทาง กล่าวคือ องค์กรภายนอกและชุมชนมีการสลับบทบาทหน้าที่เป็นผู้ส่งสารและผู้รับสาร ทั้งนี้องค์กรภายนอก

<sup>๑๐๗</sup> สมสุข หินวิมาน, “การสังเคราะห์องค์ความรู้เรื่องสื่อพิธีกรรมกับการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น”, รายงานการวิจัย, (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยและสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา), ๒๕๕๖, บทคัดย่อ.

<sup>๑๐๘</sup> ชญานันท์ สัจจรวงษ์พนา, “รูปแบบการใช้สื่อในชุมชนท้องถิ่นเศรษฐกิจพอเพียง : กรณีศึกษาหมู่บ้านหนองมะค่า อำเภอบรรพตพิสัย จังหวัดนครสวรรค์”, การค้นคว้าอิสระ, (คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์), ๒๕๕๕, บทคัดย่อ.

ได้เน้นคุณสมบัติของผู้ส่งสารในชุมชนด้านความน่าเชื่อถือ และมีการให้ความสำคัญกับสารด้านการบริการ การท่องเที่ยวมากที่สุด ซึ่งมีการสื่อสารโดยผ่านสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ และปฏิกริยาตอบกลับมีลักษณะ แบ่งออกเป็น แสดงความคิดเห็นที่ตรงกัน ทั้งนี้การมีส่วนร่วมระหว่างชุมชนและองค์กรภายนอกนั้นขึ้นอยู่กับบทบาท หน้าที่ขององค์กรภายนอกและประโยชน์ของทางชุมชน ทำให้มีการดำเนินงานที่ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน นอกจากนี้องค์กรภายนอกเข้ามามีส่วนร่วมในการสนับสนุนการท่องเที่ยวภายในชุมชนตามบทบาทหน้าที่ และผลประโยชน์เชิงธุรกิจ โดยที่มีการดำเนินงาน การร่วมกันโดยยึดถึงศักยภาพเดิมของชุมชน ทำให้มีการ ดำเนินการท่องเที่ยวสอดคล้องกับวิถีชีวิตและความต้องการของภายในชุมชนเป็นหลัก ส่งผลให้การ ท่องเที่ยวในชุมชนบ้านหนองขาวสอดคล้องตามหลักการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ของชุมชนและองค์กรต่อนักท่องเที่ยวในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านหนองขาวนั้น ชุมชน และองค์กรภายนอกมีบทบาทในฐานะผู้ส่งสารทั้งคู่ โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับคุณสมบัติด้าน ความน่าสนใจของการสื่อสาร การดึงดูดความสนใจผ่านคำพูด ซึ่งนักท่องเที่ยวได้รับสารด้านทรัพยากรการ ท่องเที่ยวมากที่สุดผ่านสื่อบุคคลที่คอยให้บริการและแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวภายในชุมชน และ นักท่องเที่ยวให้ความสนใจและสนับสนุนการท่องเที่ยวภายในชุมชนบ้านหนองขาว ผ่านการให้คำแนะนำ เพื่อนำไปปรับปรุงการท่องเที่ยวการสนับสนุนรายได้และนักท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในเสียงที่ช่วยประชาสัมพันธ์การ ท่องเที่ยวไปยังกลุ่มอื่น<sup>๑๐๙</sup>

**พระสุทัศน์ กตสารโร (ประทุมแก้ว)** ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาพุทธจริยธรรมกับการสื่อสาร ทางการเมือง ผลการวิจัยพบว่า หลักการของการสื่อสารทางการเมืองประกอบด้วย การถ่ายทอดข้อมูลและ ข่าวสารทางการเมืองหรือแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูลอันเกี่ยวกับการเมืองโดยตรง ระหว่างสมาชิกในระบบ การเมือง ทั้งในแง่ของปัจเจกบุคคล และคณะบุคคลกับรัฐบาล ซึ่งอาจเป็นได้ทั้งการสื่อสารระหว่างสถาบัน การเมืองต่าง ๆ เช่น รัฐบาล สภาผู้แทนราษฎร พรรคการเมือง กลุ่มผลประโยชน์ต่าง ๆ กับประชาชน การสื่อสารระหว่างนักการเมืองกับประชาชน และระหว่างนักการเมืองกับสถาบันทางการเมืองไปยังส่วน อื่น ๆ ของระบบการเมือง ดังนั้น หลักการสื่อสารทางการเมืองในภาวะวิกฤตจึงเป็นที่จะต้องนำเสนอข้อมูล ที่ทำให้คู่กรณีหรือคนที่มีส่วนได้ส่วนเสียเกิดความไว้วางใจโดยอาศัยวิธีการเต็มไปด้วยความเมตตากรุณา อัน จะทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องมี “สะพาน” หรือมีแนวทางในการหาทางออกสำหรับความขัดแย้งระหว่างคู่กรณี โดย การสื่อสารนั้นจะต้องไม่ดำรงอยู่บนฐานของผลประโยชน์ที่ตนจะพึงได้โดยไม่สนใจความเป็นไปของสังคมแต่ ประการใด ด้วยเหตุผลที่มุ่งประโยชน์ส่วนตนในลักษณะดังกล่าวนี้ อาจจะนำไปสู่การสร้างความแตกแยก ของคนในสังคมที่รับสาร<sup>๑๑๐</sup>

<sup>๑๐๙</sup> กมลวรรณ สุวรรณพะโยม, “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา ชุมชนบ้านหนองขาว อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี”, วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (คณะ วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์), ๒๕๕๖, บทคัดย่อ.

<sup>๑๑๐</sup> พระสุทัศน์ กตสารโร (ประทุมแก้ว), “การศึกษาพุทธจริยธรรมกับการสื่อสารทางการเมือง”, สารนิพนธ์ ปริญาพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพระพุทธศาสนา, (บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย), ๒๕๕๖, บทคัดย่อ.

**ศมานันท์ ทองธรรมชาติ สุขุม เฉลยทรัพย์** ได้ศึกษาเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชากรในชุมชนแออัด กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยและอุปสรรคที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตได้แก่ อาชีพของชุมชน ฐานะทางเศรษฐกิจของชุมชนรวมทั้งสภาพแวดล้อมของชุมชน การพัฒนาคุณภาพชีวิตเท่าที่ผ่านมานั้นเป็นการพัฒนาที่เริ่มจากบุคคลภายนอกเข้าไปพัฒนา ณ ปัจจุบันนี้ เห็นว่าการพัฒนาควรจะเริ่มจากชุมชนเองเป็นผู้ริเริ่มและมีหน่วยงานภายนอกทำหน้าที่ประสานงานและให้การสนับสนุนแนะนำเท่านั้น ชุมชนควรพึ่งตนเอง การพัฒนาจึงจะเกิดคุณค่าและเป็นการพัฒนาที่ยั่งยืน สร้างความภูมิใจให้แก่ชุมชนเอง ชุมชนต้องแก้ปัญหาด้วยชุมชนเอง สำหรับ การสื่อสารเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนนั้น จะต้องทำควบคู่กันไปกับการพัฒนานั้นเอง เสมือนเป็นเงาติดตามตัวไปตลอดการพัฒนาจะให้ประสบความสำเร็จจะต้องมีการสื่อสารที่ดีและทำให้ต่อเนื่องตลอดไป<sup>๑๑๑</sup>

**รุจิรา จิตต์ตั้งตรง** ได้ทำการวิจัยเรื่องกลยุทธ์สื่อบุคคลเพื่อสร้างเครือข่ายการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาเกษตรอินทรีย์ ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนชาวบ้านบ้านชำปลาไหล ตำบลสองพี่น้อง อำเภอกำแพง จังหวัดจันทบุรีมีคุณลักษณะและบทบาทของความเป็นผู้นำทางธรรมชาติอย่างเด่นชัดในด้านการบริหารหมู่บ้านผนวกกับการมีความสามารถด้านการเกษตร และเป็นผู้นำผลักดันการเปลี่ยนแปลงการเกษตรจากเกษตรเคมีมาสู่การทำเกษตรอินทรีย์ในหมู่บ้านและขยายผลเกิดเป็นเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ที่ประสบความสำเร็จ โดยใช้กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อพัฒนาแบบมีส่วนร่วมต่าง ๆ มากมายเพื่อให้เกษตรกรเข้ามามีส่วนร่วมในเครือข่ายเกษตรอินทรีย์บ้านชำปลาไหล แบ่งได้เป็น ๑) กลยุทธ์สร้างสาร ๒) กลยุทธ์การใช้สื่อ ๓) กลยุทธ์นำเสนอสารการมีส่วนร่วมของเกษตรกรในเครือข่ายเกษตรอินทรีย์นั้น พบว่า เกษตรกรในกลุ่มประชาชนยังคงมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร/ผู้ใช้สาร เป็นส่วนใหญ่ เกษตรกรกลุ่มผู้นำความคิดเห็นจะอยู่ในฐานะผู้ส่งสาร/ผู้ผลิต/ผู้ร่วมแสดง และเป็นผู้วางแผนและกำหนดนโยบาย ความคิดเห็นของเกษตรกรที่มีต่อเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ เกษตรกรเห็นด้วยกับเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ที่เกิดขึ้นในหมู่บ้าน ทั้งนี้เป็นเพราะว่าการเข้าร่วมเครือข่ายเกษตรอินทรีย์เป็นประโยชน์ต่อเกษตรกรและชุมชน ทั้งนี้ผลของงานวิจัยเกี่ยวกับกลยุทธ์สื่อบุคคลเพื่อสร้างเครือข่ายการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาเกษตรอินทรีย์ ซึ่งกลุ่มผู้นำหรือประชาชนบ้านอื่น ๆ สามารถนำไปเป็นแนวทางในการเผยแพร่ความรู้ ต่าง ๆ สู่อเครือข่ายหรือชุมชนของตนเอง<sup>๑๑๒</sup>

**รัฐ กัญภัย** ได้ทำการวิจัยเรื่อง การสื่อสารทางการเมืองและการมีส่วนร่วมของประชาชนที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาท้องถิ่นในองค์การบริหารส่วนตำบลเขตจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ผลการวิจัย

<sup>๑๑๑</sup> ศมานันท์ ทองธรรมชาติ สุขุม เฉลยทรัพย์, “ยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชากรในชุมชนแออัด กรุงเทพมหานคร”, วารสารวิชาการบัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต, ปีที่ ๑๐ ฉบับที่ ๒ (พฤษภาคม-สิงหาคม ๒๕๕๗), หน้า ๒๕.

<sup>๑๑๒</sup> รุจิรา จิตต์ตั้งตรง, “กลยุทธ์สื่อบุคคลเพื่อสร้างเครือข่ายการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาเกษตรอินทรีย์”, วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม), (คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ : สถาบันบัณฑิตพัฒนา บริหารศาสตร์), ๒๕๕๗, บทคัดย่อ.

พบว่า ประชาชนในองค์การบริหารส่วนตำบลเขตจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงตอนล่าง มีความเห็นว่าการสื่อสารทางการเมือง มีการสื่อสารทางการเมืองจากสื่อโทรทัศน์อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์จากการพัฒนาอยู่ในระดับมากที่สุด และด้านการพัฒนาท้องถิ่น การพัฒนาด้านการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม อยู่ในระดับมากที่สุด<sup>๑๓๓</sup>

**กัมพล ทุมจันทิก** ได้ศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารของนักการเมืองท้องถิ่นกรณีศึกษาอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า รูปแบบการสื่อสารของนักการเมืองท้องถิ่นสรุปได้ ๓ รูปแบบคือ ๑) การสื่อสารระหว่างบุคคลโดยการลงพื้นที่พบกับประชาชน ๒) การสื่อสารมวลชน โดยการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ รถแท็กซี่กระจายเสียง ๓) การประชุมแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ด้านปัญหา และอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการสื่อสาร ได้แก่ เรื่องปัจจัยส่วนบุคคลของนักการเมืองท้องถิ่น การไม่เป็นที่รู้จักของประชาชน การแบ่งกลุ่มของประชาชนตามนักการเมืองที่ตนให้ความสนใจ การโจมตีกันโดยการแจกแผ่นพับ ใบปลิว การทำลายป้ายประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ บริบทของชุมชนที่มีความห่างไกลกันทำให้การสื่อสารเข้าถึงได้ยาก ส่วนด้านช่องทางหรือรูปแบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ได้แก่ หอกระจายข่าว เสียงตามสาย และวิทยุชุมชน รถกระจายเสียงตามหมู่บ้าน บอร์ดประชาสัมพันธ์ สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น วารสาร แผ่นพับ ใบปลิว เทคโนโลยี ทวิตเตอร์ เฟซบุ๊ก และอื่น ๆ เช่น จัดเวทีปราศรัย ซึ่งมีบางท่านอาจเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารที่แตกต่างกันออกไปบ้างขึ้นอยู่กับบริบทของแต่ละบุคคลด้านปัจจัยส่วนตัว ฐานะเศรษฐกิจและความเหมาะสมกับบริบทของชุมชนนั้น ๆ โดยมีข้อเสนอแนะ คือ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรมีการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมความรู้ความเข้าใจในการพิจารณาการเลือกใช้สื่อ การให้ความสำคัญในตัวสื่อ อีกทั้งควรจะจัดการฝึกอบรม สัมมนา การสร้างภาวะผู้นำ การสร้างจิตสำนึกและความรับผิดชอบในหน้าที่ทางการเมือง เพื่อพัฒนาบุคลิกภาพของผู้สมัครและชุมชนนั้น ๆ ให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด<sup>๑๓๔</sup>

**สถิระ เผือกประพันธ์** ได้ศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์เชิงอุปถัมภ์ของนักการเมืองท้องถิ่นมีผลต่อการสื่อสารทางการเมืองของประชาชน: กรณีศึกษาการปกครองท้องถิ่น จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์และรูปแบบระบบอุปถัมภ์ของผู้นำชุมชนและประชาชนของตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี เป็นไปในลักษณะเป็นการช่วยเหลือพึ่งพาอาศัยเอื้อเฟื้อต่อกัน ซึ่งลักษณะดังกล่าวเป็นความสัมพันธ์ที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อวิถีชีวิตของสังคมไทย เพราะความสัมพันธ์เชิงอุปถัมภ์เน้นความช่วยเหลือเกื้อกูลและการตอบแทน ที่เรียกว่า บุญคุณ ความสัมพันธ์ในลักษณะเช่นนี้ นับว่ามีผลดีต่อคนไทยทั้งด้านสังคมและเศรษฐกิจการเองในส่วนของรูปแบบเครือข่ายโครงสร้างทางสังคม พบว่า พัฒนามาจากระบบเครือญาติในชุมชนเป็นส่วนใหญ่ ด้วยความสัมพันธ์ในระบบดังกล่าวจึงทำให้ระบบอุปถัมภ์ที่เกิดขึ้นในชุมชนยิ่งเกาะเกี่ยว

<sup>๑๓๓</sup> รัฐ กัญชัย, การสื่อสารทางการเมืองและการมีส่วนร่วมของประชาชนที่ส่งผลต่อการพัฒนาท้องถิ่นในองค์การบริหารส่วนตำบลเขตจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง, วารสารมนุษยสังคมปริทัศน์, ปีที่ ๑๗ ฉบับที่ ๑ (มกราคม - มิถุนายน ๒๕๕๘), หน้า ๗๑-๘๓.

<sup>๑๓๔</sup> กัมพล ทุมจันทิก, รูปแบบการสื่อสารของนักการเมืองท้องถิ่นกรณีศึกษา อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา, วารสารนวัตกรรมจัดการภาครัฐและภาคเอกชน, ปีที่ ๓ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม - ธันวาคม ๒๕๕๘), หน้า ๑๙.

แน่นแฟ้นยิ่งขึ้นนั่นเอง รวมทั้งความเกี่ยวข้องของความสัมพันธ์เชิงอุปถัมภ์ของผู้นำชุมชนกับประชาชนที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองนั้น พบว่า หากผู้นำชุมชนมีคุณลักษณะหรือคุณสมบัติและความรู้ความสามารถที่ดี จะเป็นคุณสมบัติที่สนับสนุนให้ประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วมทางการเมือง โดยผ่านสายสัมพันธ์เชิงอุปถัมภ์ของผู้นำชุมชนกับประชาชน<sup>๑๑๕</sup>

**พิทูล มีมานู สัญญา เคนาภูมิ ภัคตี โพธิ์สิงห์ สนุก สิงห์มาตร** ได้ศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การบูรณาการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น พบว่า องค์กรภาครัฐ ผู้บริหารท้องถิ่นจะต้องวางกลยุทธ์ในการพัฒนาระบบสารสนเทศที่ดีสู่การบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ ดังต่อไปนี้ ๑) การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการ การนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาทดแทนหรือปรับปรุงระบบงานปัจจุบันให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งจะสร้างคุณค่าให้แก่ผู้รับบริการในด้านความสะดวก รวดเร็ว รวมถึงความโปร่งใส ตรวจสอบได้ของระบบบริหารราชการอันจะสนับสนุนบรรยากาศที่เอื้อต่อการพัฒนาในการภาพรวมแผนการพัฒนาระบบสารสนเทศมีดังนี้ ๑.๑) พัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารท้องถิ่นได้แก่ การบริหารแผนงานบริหารงบประมาณ บริหารงานพัสดุ บริหารการเงินการคลัง การใช้กฎหมาย ระเบียบต่าง ๆ ซึ่งจะทำให้การบริหารจัดการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพเป็นไปตามนโยบายรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ของรัฐบาล ๑.๒) พัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อนำเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยมาใช้ในการปฏิบัติงานตามภารกิจของท้องถิ่น ๑.๓) พัฒนาระบบสำนักงานอัตโนมัติเป็นการเพิ่มผลผลิตและประสิทธิภาพของการปฏิบัติงานในสำนักงาน อำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงานรวมทั้งการติดต่อสื่อสารระหว่างพนักงานภายในท้องถิ่นและการติดต่อกับหน่วยงานภายนอก ระบบสำนักงานอัตโนมัติจะช่วยให้การประมวลผลเก็บรักษาและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารผ่านทางอุปกรณ์สื่อสารต่าง ๆ ในรูปของสื่อผสมเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพภายใต้วัตถุประสงค์เพื่อการบริหารสำนักงานจะเป็นส่วนเชื่อมต่อกับระบบบริหารงานของท้องถิ่นที่เป็นระบบ ๑.๔) พัฒนาระบบสารสนเทศสำหรับผู้บริหาร เน้นที่การสร้างสารสนเทศเพื่อสนับสนุนความต้องการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศแก่ผู้บริหารเป็นการสร้างระบบสารสนเทศที่จะใช้ผลลัพธ์ของระบบต่าง ๆ รวมถึงแหล่งข่าวสารจากหน่วยงานภายนอก เพื่อประมวลผลและนำเสนอผลต่อผู้บริหารประกอบการตัดสินใจ ๒) การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการพัฒนาด้านสังคมเพื่อนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาใช้ในการพัฒนาด้านสังคมของท้องถิ่นจัดทำฐานข้อมูลพื้นฐานสำหรับการให้บริการด้านสังคม ด้านสาธารณสุข ความจำเป็นพื้นฐานด้านชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนในท้องถิ่น ข้อมูลการดำเนินโครงการต่าง ๆ วิเคราะห์ปัญหาและความต้องการเพื่อการพัฒนาสังคม ๓) การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการส่งเสริมเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเพื่อการส่งเสริมเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวที่มีจุดมุ่งหมายในการขยายการใช้โซเชียลเน็ตเวิร์คในการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพครอบคลุมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ทุกประเภท ติดป้ายประชาสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์ตามสถานที่ที่เหมาะสม

<sup>๑๑๕</sup> สลิระ เผือกประพันธ์, ความสัมพันธ์เชิงอุปถัมภ์ของนักการเมืองท้องถิ่นมีผลต่อการสื่อสารทางการเมืองของประชาชน : กรณีศึกษาการปกครองท้องถิ่น จังหวัดชลบุรี, วารสารการเมือง การบริหาร และกฎหมาย, ปีที่ ๗ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-เมษายน ๒๕๕๘), หน้า ๑๘๒.



๔) การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อประชาสัมพันธ์งานท้องถิ่นเพื่อนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารด้าน ต่าง ๆ ของท้องถิ่นให้เข้าถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้โดยง่าย ปัจจุบันการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของประเทศมีการขยายตัวสูงขึ้น ประชาชนมีการใช้อินเทอร์เน็ตกันมากขึ้น ดังนั้น การเผยแพร่ข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตจึงเป็นช่องทางที่จะกระจายข่าวสารไปยังผู้รับหรือประชาชนได้สะดวกและประหยัด แผนพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อประชาสัมพันธ์งานท้องถิ่นมี ๑ โครงการ ได้แก่ โครงการพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและติดตามเรื่องราวร้องทุกข์ ให้บริการข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชนหรือผู้ที่สนใจทั่วไปเกี่ยวกับงานด้านต่าง ๆ รวมถึงการบริการความรู้ และอื่น ๆ ๕) การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการให้บริการประชาชนในท้องถิ่นเป็นการพัฒนาการให้บริการของท้องถิ่นให้เป็นที่พึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการ โดยการบูรณาการ การให้บริการต่าง ๆ ได้แก่ การขออนุญาตประกอบกิจการ การเก็บภาษี การชำระค่าธรรมเนียมต่าง ๆ และบริการอื่น ๆ มาไว้เป็นจุดเดียว ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ประกอบการและประชาชนได้รับความสะดวกรวดเร็ว ถูกต้องในการรับบริการซึ่งก่อให้เกิดความมีประสิทธิภาพของงานและมีความโปร่งใส<sup>๑๑๖</sup>

**อุทัยวรรณ ศรีวิชัย และคณะ** ได้ศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยใช้สื่อ เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อเสริมสร้างนักผลิตสื่อในชุมชนของเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดชุมพร ผลการศึกษาพบว่า ในการวิจัยครั้งนี้มีประชุมเชิงปฏิบัติการและใช้แบบสอบถามเพื่อประเมินศักยภาพด้านการประชาสัมพันธ์และความต้องการของชุมชนสมาชิกเครือข่ายฯ ๗ ชุมชนนำร่อง พบว่า บุคลากรของชุมชนมีระดับความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และมีความพร้อมในการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับปานกลาง โดยทุกชุมชนมีความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบเว็บไซต์ที่สามารถรองรับการทำงานทั้งในคอมพิวเตอร์ และโทรศัพท์มือถือ นอกจากนี้ได้มีการศึกษาพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รู้จักการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดชุมพรผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต และต้องการสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบเว็บไซต์ที่รวบรวมข้อมูลของทุกชุมชนที่รองรับการทำงานบนโทรศัพท์มือถือและคอมพิวเตอร์ โดยข้อมูลที่ทั้งชุมชนและนักท่องเที่ยวต้องการประกอบด้วย ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ข้อมูลโปรแกรมท่องเที่ยว ข้อมูลอัตราค่าบริการ ข้อมูลห้องพัก ข้อมูลการเดินทาง ข้อมูลช่องทางติดต่อสื่อสาร ภาพกิจกรรม และข้อมูลสมาชิกของกลุ่มชุมชน ดังนั้น ทางทีมวิจัยได้พัฒนาเว็บไซต์การท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดชุมพร (<http://www.cbt.chumphon.mju.ac.th>) ตามหลักการวงจรการพัฒนาระบบ SDLC และ Search Engine Optimization (SEO) พร้อมกับดำเนินการฝึกอบรมให้กับผู้ดูแลระบบระดับชุมชนในด้านการเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์ และการใช้งานระบบสารสนเทศเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดชุมพรในการนี้ชุมชนใช้งานระบบสารสนเทศเพื่อการประชาสัมพันธ์ ทั้งสิ้น ๑๔ ชุมชน และหากค้นหาด้วย

<sup>๑๑๖</sup> พิกุล มีมานู สัญญา เคนาภูมิ ภัคตี โพธิ์สิงห์ สนุก สิงห์มาตราช, กลยุทธ์การบูรณาการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น, วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด, ปีที่ ๑๑ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-มิถุนายน ๒๕๖๐), หน้า ๒๕๙.

คำว่า “ท่องเที่ยวชุมชนชุมพร” ผ่าน Google จะมีผลลัพธ์การค้นหาเป็นอันดับ ๑ ในหน้าแรก ภายหลังจากใช้งานระบบพบว่า ผู้ดูแลระบบของชุมชนความพึงพอใจต่อการใช้งานระบบโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก และมีระดับความรู้ด้านเทคโนโลยี สารสนเทศอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นเป็น ๓.๑๖<sup>๑๑๗</sup>

**รพินทร์ ยืนยาว** ได้ทำการวิจัยเรื่องการผลิตสื่ออย่างมีส่วนร่วมเพื่อการสื่อสารโครงการรองรับสังคมสูงวัย อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี ผลการวิจัยพบว่า มีอาสาสมัครเข้าร่วมเป็นนักสื่อสารชุมชน แบ่งออกเป็น ๒ ส่วน คือ อาสาสมัครนักสื่อสารชุมชน ในพื้นที่ ๒๑ คน และอาสาสมัครเข้ามาร่วมเป็นวิทยากร ๑๐ คน ส่วนข้อมูลการผลิตสื่อในชุมชน จะมีอยู่ ๓ ส่วน คือ สถานการณ์การสื่อสาร ศักยภาพความสามารถ และข้อจำกัด การสื่อสารของชุมชน พบว่า สถานการณ์การสื่อสารส่วนใหญ่ผู้ส่งสารจะเป็นผู้นำชุมชน และมีจิตอาสาเป็นบางส่วน เนื้อหาในการสื่อสารจะเป็นข้อมูลจากชุมชนและทางจังหวัดส่งมา โดยผ่านช่องทางที่หลากหลายโดยเฉพาะทางไลน์ และลักษณะจะเป็นการเล่าเรื่อง ส่วนศักยภาพและความสามารถในการสื่อสาร พบว่า คนในชุมชนส่วนใหญ่จะสามารถเล่นไลน์ได้ รองลงมาเป็นการใช้เฟซบุ๊ก หอกระจายข่าวและเว็บไซต์ จะมีการใช้โทรศัพท์ครัวเรือนละอย่างน้อย ๓ เครื่อง มีการจัดทำกลุ่มไลน์ ทำเฟซบุ๊กประจำตำบล และที่เด่น ๆ คือ มีป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ รวมทั้งมีสถานีวิทยชุมชน เนื้อหาในการสื่อสารจะเป็นการเขียนข้อความ รูปภาพ สติกเกอร์ มีการทำคลิปบ้าง และจะเป็นงานในชุมชน ส่วนข้อจำกัดในการสื่อสารของชุมชน พบว่า นักสื่อสารชุมชนยังไม่หลากหลายส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้นำชุมชนและผู้สูงวัย ทำให้มีข้อจำกัดการสื่อสารทางออนไลน์ ประกอบกับสัญญาณโทรศัพท์หรือสัญญาณอินเทอร์เน็ตไม่ถึง หอกระจายข่าวจุด สถานีวิทยุชุมชนไม่ครอบคลุมพื้นที่ และยังขาดการหยิบยกประเด็นการสื่อสารออกมาเล่าเรื่องต่อสาธารณะ จากข้อจำกัดและอุปสรรคในการสื่อสาร นักวิจัยจึงได้ออกแบบและวางแผนการพัฒนาการผลิตสื่อชุมชนทั้งหมด ๓ ครั้ง ได้แก่ ครั้งที่ ๑ การอบรมในการสร้างความเข้าใจหลักการสื่อสาร การค้นหาประเด็นข่าว การเขียนเรื่องราวที่จะสื่อสาร ครั้งที่ ๒ การอบรมในการสร้างความน่าสนใจของประเด็น การค้นหาประเด็น การหยิบยกประเด็น การเขียนเนื้อหาผลิตคลิปวิดีโอ และครั้งที่ ๓ การเรียนรู้การโพสต์ ช่องทางในการโพสต์ การเขียนข้อความที่น่าสนใจ และการแนะนำช่องทางในการสื่อสารทางออนไลน์ ทั้งภายในชุมชนและภายนอกชุมชน ผลปรากฏว่า ได้ผลิตสื่อในรูปแบบของสื่อออนไลน์ ผลิตเนื้อหาข่าว จำนวน ๑๓ ชิ้น ภาพข่าว ๒๘ ชิ้น และ Live สดผ่านเฟซบุ๊ก ๑๒ ชิ้น ได้ผลิตสื่อในรูปแบบของการเขียนบทความ ๑ ชิ้น และสื่อบอร์ด ๑๕ ชิ้น และได้ผลิตวิดีโอสรุปการดำเนินงานแต่ละโครงการเป็นวีดิทัศน์ จำนวน ๔ เรื่อง ส่วนรูปแบบนำเสนอในการขับเคลื่อนเตรียมรองรับสังคมสูงวัยที่เหมาะสมมากที่สุดจะเป็นสื่อที่อยู่ใกล้ตัวของกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด สะดวกในการรับรู้ รับสารมากที่สุด นั่นก็คือ อันดับที่ ๑ เป็นรูปแบบของภาพเคลื่อนไหวประกอบเนื้อหา เช่น สื่อบอร์ด วีดิทัศน์เชิงสารคดี และการ Live สด เป็นต้น รองลงมา รูปแบบการนำเสนอแบบภาพนิ่งประกอบข้อความ เช่น ภาพประกอบบทกลอน

<sup>๑๑๗</sup> อุทัยวรรณ ศรีวิชัย และคณะ, “แนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยใช้สื่อ เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อเสริมสร้างนักผลิตสื่อในชุมชนของเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดชุมพร”, รายงานการวิจัย, สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, ๒๕๖๐, บทคัดย่อ.

ภาพประกอบคำคม ภาพประกอบพญา เป็นต้น และมีส่วนร่วมน้อยสุดคือ รูปแบบนำเสนอเนื้อหาประกอบภาพนิ่ง เช่น ช่าว เรื่องเล่า และบทความ เป็นต้น ทุกรูปแบบใช้วิธีการนำเสนอผ่านช่องทางไลน์ เฟซบุ๊ก เพจ เว็บไซต์ เป็นต้น<sup>๑๑๘</sup>

สิงห์ สิงห์ขจร สุภาภรณ์ ศรีดี วิทยากร ท่อแก้ว กานต์ บุญศิริ ได้ทำการวิจัยเรื่องการสื่อสารในการสร้างความนิยมของผู้บริหารเมืองท้องถิ่น ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการสื่อสารในการสร้างความนิยมของผู้บริหารเมืองท้องถิ่นประกอบด้วย ๑) การวางแผนการสื่อสารทุกกิจกรรมโดยการประชุมกลุ่มเครือข่ายต่าง ๆ เพื่อร่วมกำหนดแผนการสื่อสาร กำหนดทีมผู้ส่งสารต้องมีความน่าเชื่อถือ กำหนดสารที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนและใช้ภาษาท้องถิ่น สั้น เข้าใจง่าย ใช้สื่อบุคคลเป็นหลัก และใช้ป้ายเป็นสื่อเสริม เน้นข่าวสารที่เข้าถึงประชาชน กำหนดผู้รับสารโดยการแบ่งกลุ่มผู้รับสารตามพื้นที่ ๒) การดำเนินการสื่อสาร มีการจัดโครงสร้างองค์กรจัดการทรัพยากรแบบกระจายให้แต่ละพื้นที่เท่า ๆ กัน ปฏิบัติการสื่อสารเน้นการสื่อสารที่เข้าถึงประชาชน การอำนวยความสะดวกและการประสานงานผ่านทางโทรศัพท์มือถือเป็นหลัก ติดตามและควบคุมโดยผู้บริหารเมืองท้องถิ่นและสมาชิกแกนนำเครือข่ายต่าง ๆ ๓) การประเมินการรับรู้ โดยการสังเกตพฤติกรรมการตอบรับ การประเมินกิจกรรมดูจากจำนวนของประชาชนที่เข้าร่วม และประเมินความพึงพอใจหลังกิจกรรม ส่วนกลยุทธ์การสื่อสารพบว่า สร้างเครือข่ายด้วยการลงพื้นที่พบปะพูดคุยกับกลุ่มเครือข่ายต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องทำให้รู้สึกใกล้ชิดสร้างความสัมพันธ์โดยเน้นการเป็นพี่เป็นน้องและเป็นคนบ้านเดียวกันต้องดูแลซึ่งกันและกัน สร้างกิจกรรมในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง เน้นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมของชุมชนและสร้างการรับรู้เกี่ยวกับผลงานอย่างต่อเนื่อง มีแนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้บริหารเมืองท้องถิ่นคือ ๑) การพัฒนาคุณลักษณะการสื่อสารของผู้บริหารเมืองท้องถิ่น โดยผู้นำต้องเรียนรู้ที่จะพัฒนาตนเองด้านทักษะการพูดจริงทำจริง การพูดคุยแบบสั้นกระชับเข้าใจง่าย สร้างและขยายความสัมพันธ์ของกลุ่ม เครือข่ายต่าง ๆ ผ่านกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง ๒) การพัฒนาการจัดการการสื่อสาร ผู้นำต้องเรียนรู้การวางแผน การดำเนินการสื่อสารในทุกกิจกรรมเพื่อสร้างการรับรู้ให้กับประชาชน โดยใช้สื่อบุคคลเป็นหลัก และสื่ออื่น ๆ เสริม และมีความต่อเนื่องในการสื่อสาร รวมทั้งนำการประเมินผลมาปรับปรุงการจัดการการสื่อสารให้ดีขึ้น<sup>๑๑๙</sup>

เอกกร มีสุข วิทยากร ท่อแก้ว และกานต์ บุญศิริ ได้ศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารผลการดำเนินงานตามนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นด้วยเฟซบุ๊กของเทศบาลตำบลเขานินพันธ์ อำเภอเวียงสระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการวิจัยพบว่า ๑) สภาพปัญหาการสื่อสาร ด้านรูปแบบการนำเสนอ ไม่ได้คุณภาพมาตรฐาน เนื่องจากขาดบุคลากรที่มีความรู้ความเข้าใจในเทคนิคการผลิตและการเผยแพร่ ด้านเนื้อหาการสื่อสาร ไม่มีประเด็นเนื้อหาที่ครบตามวิสัยทัศน์ นโยบาย โครงการ และผลงานที่โดดเด่น และด้านการ

<sup>๑๑๘</sup> รพินทร์ ยืนยาว, “การผลิตสื่ออย่างมีส่วนร่วมเพื่อการสื่อสารโครงการรองรับสังคมสูงวัย อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี”, รายงานการวิจัย, สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, ๒๕๖๑, บทคัดย่อ.

<sup>๑๑๙</sup> สิงห์ สิงห์ขจร สุภาภรณ์ ศรีดี วิทยากร ท่อแก้ว กานต์ บุญศิริ, การสื่อสารในการสร้างความนิยมของผู้บริหารเมืองท้องถิ่น, วารสาร อัล-ฮิกมะฮฺ มหาวิทยาลัยฟาฏอนี, ปีที่ ๙ ฉบับที่ ๑๘ (กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๖๒), หน้า ๑๙๘.

จัดการการสื่อสาร ขาดระบบการบริหารข่าวสาร ระบบการติดตามประเมินผล ขาดโครงสร้างงานและ ผู้รับผิดชอบที่ชัดเจน ๒) ความต้องการการสื่อสาร ด้านรูปแบบการนำเสนอที่ถูกต้องตามหลักวิชาการที่ ตอบสนองต่อผู้รับสาร การนำเสนอที่หลากหลาย และชวนติดตาม ส่วนด้านประเด็นเนื้อหา คือ ผลการ ดำเนินงานที่ประสบความสำเร็จในทุกมิติ การแก้ไขปัญหาความทุกข์ร้อน และกิจกรรมผลงานขององค์กร และ ๓) แนวทางการพัฒนาการสื่อสาร ด้านรูปแบบการนำเสนอ ต้องมีคุณภาพมาตรฐานทั้งด้านภาพและ เสียง สื่อความหมาย ตรงไปตรงมา กระชับ ความน่าสนใจ ด้านเนื้อหาการสื่อสาร ต้องเสนอเกี่ยวกับ นโยบาย โครงการ ผลงานที่โดดเด่น ด้านการมีส่วนร่วม ต้องสร้างกิจกรรมส่งเสริมการมีส่วนร่วม ด้านทักษะ การสื่อสาร ต้องมีการพัฒนาศักยภาพการผลิตสื่อ เทคนิคการมีส่วนร่วมในการใช้เฟซบุ๊ก และด้านการ จัดการการสื่อสารต้องจัดวางระบบการไหลเวียนของข่าวสาร การประเมินผลมาตรฐานการปฏิบัติงาน และ กำหนดโครงสร้างงาน การสื่อสารผลการดำเนินงาน<sup>๑๒๐</sup>

**มยุรินทร์ มากคง สุภาภรณ์ ศรีดี และวิทยากร ท่อแก้ว** ได้ศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อสร้าง การมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาน้ำเสียคลองสี่วาพาสวัสดิ์ จังหวัดสมุทรสาคร ผลการศึกษาพบว่า ๑) บริบทการสื่อสาร ได้แก่ การประชุมหมู่บ้าน สภากาแพ โทรศัพท์ เสียงตามสาย สื่อมวลชน การเคาะ ประตูบ้าน ปากต่อปาก และสื่อสังคมออนไลน์ คือ ไลน์รณรงค์คลองสี่วาพาสวัสดิ์ ๒) กระบวนการสื่อสารเพื่อ สร้างการมีส่วนร่วม ดังนี้ ผู้ส่งสาร คือ ประชาชนที่สะท้อนปัญหา และภาครัฐที่ขับเคลื่อนแนวทางการแก้ไข ผู้รับสาร คือ ภาครัฐที่รับทราบปัญหาร่วมหาหรือแนวทางแก้ไข และภาคประชาชนที่เข้าร่วมโครงการกิจกรรม ผ่านช่องทางประชาสัมพันธ์ ได้แก่ โทรศัพท์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ หอกระจายข่าว สื่อสังคมออนไลน์ ผลทำให้เกิด ความรู้ความเข้าใจ สามารถปรับเปลี่ยนทัศนคติเชิงบวก และมีการเข้าร่วมกิจกรรมด้วยจิตอาสา ๓) แนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม แบ่งกลุ่มเป้าหมายเป็น ๒ ส่วน ได้แก่ ภาครัฐ โดย จัดสัมมนายกระดับความรู้ความสามารถด้านการจัดการปัญหา และภาคประชาชน จัดอบรม ให้ความรู้สร้าง เข้าใจเกี่ยวกับการแก้ปัญหาน้ำเสียให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมเป็นคณะทำงานแก้ปัญหาทุกขั้นตอน การเข้าร่วม กิจกรรมจิตอาสา ทำให้เห็นประโยชน์การเข้าร่วมกิจกรรมและด้านการจัดการ รวมทั้งการตั้งคณะทำงาน โดยผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นประธานการขับเคลื่อนแนวทางผ่านกิจกรรมและการรณรงค์อย่างต่อเนื่อง<sup>๑๒๑</sup>

**เจริญเนตร แสงดวงแข** ได้ทำการวิจัยเรื่องผลลัพธ์การสร้างนักสื่อสารชุมชนท้องถิ่นเพื่อ เสริมสร้างจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าชายเลน ตำบลหัวเขา อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา พบว่า ระดับศักยภาพทางการสื่อสารของนักสื่อสารชุมชนท้องถิ่นก่อนเข้ารับการฝึกอบรมโดยนักวิจัยในโครงการ การสร้างนักสื่อสารชุมชนท้องถิ่นในการเผยแพร่แผนชุมชน เพื่ออนุรักษ์ป่าชายเลน ตำบลหัวเขา จังหวัด

<sup>๑๒๐</sup> เอกกร มีสุข วิทยากร ท่อแก้ว และกานต์ บุญศิริ, รูปแบบการสื่อสารผลการดำเนินงานตามนโยบาย การพัฒนาท้องถิ่นด้วยเฟซบุ๊กของเทศบาลตำบลเขานินพื้นที่อำเภอเวียงสระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี, วารสารการบริหาร การปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น : ปีที่ ๔ ฉบับที่ ๓ (กันยายน-ธันวาคม ๒๕๖๓), หน้า ๖๐.

<sup>๑๒๑</sup> มยุรินทร์ มากคง สุภาภรณ์ ศรีดี และวิทยากร ท่อแก้ว, การสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการ แก้ปัญหาน้ำเสียคลองสี่วาพาสวัสดิ์ จังหวัดสมุทรสาคร, วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น, ปีที่ ๔ ฉบับที่ ๓ (กันยายน-ธันวาคม ๒๕๖๓), หน้า ๗๙-๘๐.

สงขลา ทุกด้าน ทั้งด้านความรู้/ความสามารถในฐานะผู้รับสาร ด้านความรู้/ความสามารถในฐานะผู้ส่งสาร ด้านความรู้เรื่องประเภทสื่อและความสามารถในการใช้สื่อ ด้านความรู้/ความสามารถด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านความรู้/ความสามารถ ด้านการวางแผนกิจกรรม โครงการ และด้านความรู้/ความสามารถด้านการสร้าง การมีส่วนร่วม อยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่ระดับศักยภาพทางการสื่อสารของนักสื่อสารชุมชนท้องถิ่นหลังกระบวนการฝึกอบรมทุกด้าน อยู่ในระดับมาก ระดับความพึงพอใจของคนในชุมชนต่อการสื่อสารของนักสื่อสารชุมชนท้องถิ่นทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยข้อที่มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด คือ นักสื่อสารชุมชนสามารถสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนได้ ในส่วนของความพึงพอใจต่อการใช้สื่อของนักสื่อสารชุมชน พบว่า คนในชุมชน มีความพึงพอใจต่อการใช้สื่อกิจกรรมของนักสื่อสารชุมชนสำหรับการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร รองลงมาได้แก่ สื่อบุคคลและสื่อพิธีกรรมทางศาสนา หอกระจายข่าว/เสียงตามสาย สื่อป้าย และสื่อใหม่ ตามลำดับ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างนักสื่อสารชุมชนท้องถิ่น ประกอบด้วยทุนเดิมของบุคคล สถานภาพทางสังคม และความถนัดในการเข้ารับการอบรม<sup>๑๒๒</sup>

**ทนาย ศรียก และวิทยากร ท่อแก้ว** ได้ศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบในการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบล พบว่า องค์ประกอบของการสื่อสารมี ๔ ประการ ได้แก่ ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสารหรือสื่อ และผู้รับสาร ส่วนช่องทางที่จะทำให้ องค์ประกอบของการสื่อสารมีประสิทธิภาพควรมุ่งพัฒนาดังนี้ ๑) ผู้ส่งสาร ควรกำหนดวัตถุประสงค์ในการสื่อสารที่แจ่มชัด เป็นผู้มีความรู้ความเข้าใจเพียงพอในเนื้อหาของเรื่องราวที่ตนจะสื่อสารกับผู้อื่น มีความพยายามที่จะเข้าใจความสามารถและความพร้อมในการรับสารของผู้ที่ตนสื่อสารด้วย และรู้จักเลือกใช้วิธีการในการสื่อสารให้เหมาะสมกับเรื่อง โอกาส และผู้รับสารของตน ๒) สาร ข้อมูลสารสนเทศ หรือข่าวสาร ต้องสื่อความหมาย และประกอบด้วยรูปของสัญลักษณ์ที่ทำให้ผู้รับสารที่มีทักษะความรู้ความสามารถที่แตกต่างกัน สามารถเข้าใจได้ง่าย โดยทั่วไปสารประกอบด้วยส่วนสำคัญ คือ รหัสของสาร เนื้อหาของสาร และการจัดสาร การเสนอข่าวสารต่าง ๆ ควรเสนอความจริงให้มาก ให้ชัดเจนด้วยข้อมูลในรูปแบบคำพูด หรือข้อความในเชิงสัญลักษณ์ที่เข้าใจได้ง่าย ๓) สื่อ การจัดแบ่งประเภทของสื่อที่มนุษย์ใช้ในการสื่อสารนั้น อาจแบ่งโดยใช้ลักษณะของสื่อเป็นเกณฑ์ มี ๕ ประเภท ได้แก่ ๓.๑) สื่อธรรมชาติ ได้แก่ บรรยากาศที่อยู่รอบตัวมนุษย์อันมีอยู่ตามธรรมชาติ ทำหน้าที่เป็นทางติดต่อของการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเผชิญหน้า ๓.๒) สื่อมนุษย์ ได้แก่ สื่อทุกชนิดที่อาศัยเทคนิคการพิมพ์ เช่น หนังสือ หนังสือพิมพ์ ใบปลิว แผ่นพับ วารสาร นิตยสาร ใบประกาศ โปสเตอร์ ภาพ เป็นต้น ๓.๔) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ สื่อที่พัฒนาขึ้นโดยใช้ระบบเครื่องกลไกไฟฟ้า เป็นหลัก เช่น วิทยุ โทรทัศน์ เทปเสียง วิดีโอ เครื่องฉายภาพ เครื่องฉายภาพยนตร์ คอมพิวเตอร์ เป็นต้น ๔) ผู้รับสาร เป็นองค์ประกอบสำคัญ คือ การรู้ความหมายตามเรื่องราวที่ผู้

<sup>๑๒๒</sup> เจริญเนตร แสงดวงแข, ผลลัพธ์การสร้างนักสื่อสารชุมชนท้องถิ่นเพื่อเสริมสร้าง จิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าชายเลน ตำบลหัวเขา อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา, วารสารศาสตร์, ปีที่ ๑๓ ฉบับที่ ๓ (กันยายน-ธันวาคม ๒๕๖๓), หน้า ๔๐-๔๑.

ส่งสารส่งผ่านสื่อมาถึงตน และการแสดงปฏิกิริยาตอบสนองต่อผู้ส่งสาร ได้แก่ การเป็นผู้ฟัง ผู้อ่าน ตลอดจนการเป็นผู้ที่สามารถคิดและรับรู้ความหมายได้<sup>๑๒๓</sup>

**กนกวรรณ เวชชานูเคราะห์ นิธิดา แสงสิงแก้ว** ได้ศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชนกรณีศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์พื้นที่ชุมชนคลองโคกนาค จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการศึกษาพบว่า ๑) องค์ประกอบของการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม คือ SMCR ซึ่ง (S) ก็คือ ผู้นำทางความคิด Opinion Leader ทำการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion of Innovation) ซึ่งก็คือ (M) ผ่านสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในที่นี้ก็คือ (C) ได้แก่ สื่อบุคคล (Personal Media) สื่อการประชุม เสียงตามสาย และสื่อกิจกรรม ไปยังผู้รับสาร (R) ในที่นี้คือชาวบ้านในชุมชนคลองโคกนาค ผลที่เกิดจากองค์ประกอบของการสื่อสารในชุมชนจะทำให้เกิดเครือข่ายความร่วมมือและการมีส่วนร่วม (Participation) เมื่อชาวบ้านส่วนใหญ่ยอมรับนวัตกรรมแล้วนำไปปฏิบัติจนเกิดผลสำเร็จ จึงมีการชักชวนผู้อื่นหรือการบอกกันปากต่อปาก ทำให้ชาวบ้านที่ยังไม่ยอมรับนวัตกรรมหรือลังเลเกิดความมั่นใจในนวัตกรรมมากขึ้น มีความคล้อยตามผู้ชักชวนและเปิดรับนวัตกรรมในที่สุด ๒) รูปแบบการสื่อสารในการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น การสนับสนุนกิจกรรม ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ภายใต้บริบทของการร่วมรับรู้ปัญหา ร่วมคิด และร่วมปฏิบัติของชุมชนในท้องถิ่น และการกระจายรายได้ การสื่อสารระหว่างคนในชุมชนนั้น แกนนำชุมชนมักเป็นผู้ส่งสารหลัก การสื่อสารระหว่างแกนนำชุมชนกับชาวบ้านส่วนใหญ่จะเป็นการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ โดยเน้นเป็นการพูดคุย แลกเปลี่ยนแนวคิด และปรึกษาปัญหากันระหว่างกลุ่มสมาชิก นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้นำชุมชนยังได้ใช้รูปแบบการสื่อสารผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ด้วย ทั้งนี้อาจแบ่งรูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในชุมชนคลองโคกนาคดังนี้ ๑. การปลูกจิตสำนึกและให้ความรู้ให้กับชาวบ้านในชุมชนผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ ๒. การจัดกิจกรรมอาสาสมัคร ๓. การสอนสาธิตการเป็นไกด์<sup>๑๒๔</sup>

---

<sup>๑๒๓</sup> ทนากร ศรีก๊อ และวิทยาธร ท่อแก้ว, **องค์ประกอบในการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบล, วารสารการวิจัยและนวัตกรรมเพื่อขับเคลื่อนสังคม, ปีที่ ๔ ฉบับที่ ๒ (มกราคม-เมษายน ๒๕๖๕), หน้า ๕๑-๕๒.**

<sup>๑๒๔</sup> กนกวรรณ เวชชานูเคราะห์ นิธิดา แสงสิงแก้ว, **“การสื่อสารเพื่อการพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชนกรณีศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์พื้นที่ชุมชนคลองโคกนาค จังหวัดสมุทรสงคราม”, การศึกษาค้นคว้าอิสระ (วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์), ๒๕๕๖, บทคัดย่อ.**

## บทที่ ๓

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น” ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยตามลำดับ ดังนี้

- ๓.๑ รูปแบบการวิจัย
- ๓.๒ พื้นที่การวิจัยและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ
- ๓.๓ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- ๓.๔ การเก็บรวบรวมข้อมูล
- ๓.๕ การตรวจสอบข้อมูล
- ๓.๖ การวิเคราะห์ข้อมูล
- ๓.๗ สรุปกระบวนการวิจัย

#### ๓.๑ รูปแบบการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น” เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี คือการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) ซึ่งมีรายละเอียดเพื่อให้การวิจัยบรรลุผลสำเร็จ ดังนี้

##### ๓.๑.๑ การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ทำการศึกษาในภาคสนาม (Field Study) เพื่อทราบถึงแนวคิด หลักการ ความเป็นมา รูปแบบความสัมพันธ์ กระบวนการสร้าง การใช้ตัวชี้วัดความสำเร็จ และแนวทางการจัดการตัวชี้วัดในระดับองค์การบริหารส่วนตำบล เทศบาลตำบล เทศบาลเมือง เทศบาลนคร และองค์การบริหารส่วนจังหวัด โดยมีขั้นตอนการศึกษาค้นคว้า ดังนี้

๑) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth Interview) ทำการศึกษาและคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลเชิงลึกเพื่อสำรวจข้อมูลพื้นฐาน คือ ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น ซึ่งได้คัดเลือกแบบเจาะจงผู้บริหารจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่นที่ได้รับรางวัลการบริหารจัดการที่ดีของสำนักงานคณะกรรมการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในการวิจัยครั้งนี้ได้ใช้ การสัมภาษณ์เชิงลึก โดยการสัมภาษณ์เป็นรายบุคคลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญตามจำนวนที่กำหนดไว้ ครอบคลุมพื้นที่ในจังหวัดขอนแก่น

๒) การสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Groups Discussion) ใช้กระบวนการมีส่วนร่วมของผู้บริหารจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยจัดสนทนากลุ่มเป้าหมายตามประเด็นคำถามการวิจัยภายใต้บริบทการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นโดยมีคณะผู้วิจัยดำเนินการสนทนาตามประเด็นที่คัดสรร

๓) สร้างรูปแบบการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น และประเมินผลรูปแบบโดยผู้ทรงคุณวุฒิที่เชี่ยวชาญในเรื่องที่ทำวิจัย

### ๓.๑.๒ การวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research)

ได้ดำเนินการดังนี้ คือ

#### ๑) การพัฒนาผู้บริหารองค์กรปกครองท้องถิ่น

ทำการพัฒนาผู้บริหารองค์กรปกครองท้องถิ่นในพื้นที่เป้าหมาย จำนวน ๑ แห่ง ดำเนินการดังนี้

๑.๑) ทำหนังสือถึงผู้บริหารเพื่อขอความร่วมมือในการส่งนักการเมืองท้องถิ่นในสังกัดเข้าร่วมอบรม

๑.๒) ดำเนินการพัฒนาผู้บริหารองค์กรปกครองท้องถิ่นตามวัน เวลา ที่กำหนด โดยทำการอบรมเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น

๑.๓) ประเมินผลการอบรมโดยให้ตอบแบบสอบถามก่อนทำการพัฒนาและหลังการพัฒนาแล้ว ๖๐ วัน

#### ๒) การขยายผลการวิจัย

ทำการขยายผลการวิจัยด้วยการนำนวัตกรรมที่สร้างขึ้นสร้างเครือข่ายการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นให้เป็นรูปธรรม

### ๓.๑.๓ การสรุปผลการวิจัย

เป็นการสรุปและนำเสนอผลการศึกษาวิจัยที่ได้ทั้งจากการศึกษาในเชิงเอกสารและภาคสนาม โดยนำมาวิเคราะห์ตามประเด็นที่สำคัญ คือ แนวคิด หลักการ ความเป็นมา รูปแบบ ความสัมพันธ์ กระบวนการสร้าง การใช้ตัวชี้วัดความสำเร็จ ทั้งนี้ เน้นการนำผลการศึกษาวิจัยมาเผยแพร่ให้ภาครัฐ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องของในระดับจังหวัดได้รับทราบ

### ๓.๑.๔ การเผยแพร่

เมื่อสรุปผลการวิจัยเสร็จแล้ว จะนำไปเผยแพร่ในวารสารระดับชาติ หรือระดับนานาชาติตามความเหมาะสม

## ๓.๒ พื้นที่การวิจัยและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

๓.๒.๑ พื้นที่การวิจัยครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

๓.๒.๒ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)



ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญคือผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น จำนวน ๒๐ คน ซึ่งได้คัดเลือกแบบเจาะจงผู้บริหารจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่นที่ได้รับรางวัลการบริหารจัดการที่ดีของสำนักงานคณะกรรมการการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในช่วงปี พ.ศ.๒๕๖๔-๒๕๖๕<sup>๑๒๕</sup> และนอกจากนั้นจะต้องมีคุณสมบัติคือ เป็นผู้ที่เข้าใจกระบวนการพัฒนา กระบวนการสื่อสาร มีทักษะและเทคนิคในการสื่อสาร มีความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา ประกอบด้วย

- ๑) นายกิตติโชติ เตรียมเวชวุฒิไกร นายกเทศมนตรีเทศบาลเมืองเมืองพล อำเภอพล จังหวัดขอนแก่น
- ๒) นายพงษ์ธรรม ธารเสนา รองนายกเทศมนตรีเทศบาลเมืองเมืองพล อำเภอพล จังหวัดขอนแก่น
- ๓) ดร.พงษ์ศักดิ์ ตั้งวานิชกพงษ์ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดขอนแก่น
- ๔) นายธาดา พรหมสาขา ณ สกลนคร รองนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดขอนแก่น
- ๕) นายประเสริฐ พงษ์ธีรมิตร นายกเทศมนตรีเทศบาลเมืองบ้านไผ่ อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น
- ๖) นายวรพล ภัคสุขชัย รองนายกเทศมนตรีเทศบาลเมืองบ้านไผ่ อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น
- ๗) นายจันศรี ฝ่ายลุย นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลบ้านแฮด อำเภอบ้านแฮด จังหวัดขอนแก่น
- ๘) นายวิชิต เศษมา รองนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลบ้านแฮด อำเภอบ้านแฮด จังหวัดขอนแก่น
- ๙) นายภาณุวัฒน์ พงษ์สมบัติ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลลำน้ำพอง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
- ๑๐) ดร.ยุทธศาสตร์ โยธะพล รองนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลลำน้ำพอง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
- ๑๑) นายสุริยันต์ คำสูงเนิน นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลนาเพียง อำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น
- ๑๒) นายประดิษฐ์ สีต รองนายกเทศบาลตำบลนาเพียง อำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น
- ๑๓) นายกมล แสงบุญเรือง นายกองค์การบริหารส่วนตำบลเมืองเก่าพัฒนา อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น

---

<sup>๑๒๕</sup> สำนักงานคณะกรรมการการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น, **องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีการบริหารจัดการที่ดี ประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๔ และ ๒๕๖๕**, <https://odloc.go.th/good-management/>.

๑๔) นายนราชัย นราฤทธิไกร รองนายกองค์การบริหารส่วนตำบลเมืองเก่าพัฒนา อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น

๑๕) นายรังสรรค์ ตั้งวานิชกพงษ์ นายกองค์การบริหารส่วนตำบลท่าพระ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

๑๖) นายโรจนินท์ วรรตศิริโสภณ รองนายกองค์การบริหารส่วนตำบลท่าพระ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

๑๗) นายธิษณ์พิสุทธิ์ พุทธวงษ์ นายกองค์การบริหารส่วนตำบลนาหนองทุ่ม อำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น

๑๘) นายธราพงษ์ สมศรีหิรัญกุล รองนายกองค์การบริหารส่วนตำบลนาหนองทุ่ม อำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น

๑๙) นายวรวุฒิ หล้าทุม นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลยางคำ อำเภอหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น

๒๐) นายสายัน สินทร์ รองนายกเทศมนตรีตำบลยางคำ อำเภอหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น

#### ๑.๓.๒ ผู้ให้ข้อมูลการสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Groups)

ผู้วิจัยทำการสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Groups) จากผู้ให้ข้อมูลคือผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น จำนวน ๑๒ คน ซึ่งได้คัดเลือกแบบเจาะจงผู้บริหารจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่นที่ได้รับรางวัลการบริหารจัดการที่ดีของสำนักงานคณะกรรมการการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในช่วงปี พ.ศ.๒๕๖๔-๒๕๖๕ และมีคุณสมบัติคือ เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกระบวนการพัฒนา กระบวนการสื่อสาร มีทักษะและเทคนิคในการสื่อสาร มีความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา ประกอบด้วย

๑) ดร.พงษ์ศักดิ์ ตั้งวานิชกพงษ์ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดขอนแก่น

๒) นายธีระศักดิ์ ทีฆายุพันธ์ นายกเทศมนตรีเทศบาลนครขอนแก่น

๓) นายกิตติโชติ เตรียมเวชวุฒิไกร นายกเทศมนตรีเทศบาลเมืองเมืองพล อำเภอพล จังหวัดขอนแก่น

๔) นายประเสริฐ พงษ์ธีรมิตร นายกเทศมนตรีเทศบาลเมืองบ้านไผ่ อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น

๕) นายจันศรี ฝ่ายลุย นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลบ้านแฮด อำเภอบ้านแฮด จังหวัดขอนแก่น

๖) นายภาณุวัฒน์ พงษ์สมบัติ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลลำน้ำพอง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

๗) นายสุริยันต์ คำสูงเนิน นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลนาเพียง อำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น

- ๘) พันตำรวจเอก สมเพชร นารี นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลโคกสูง อำเภออุบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น
- ๙) นายกมล แสงบุญเรือง นายกองค้การบริหารส่วนตำบลเมืองเก่าพัฒนา อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น
- ๑๐) นายรังสรรค์ ตั้งวานิชกพงษ์ นายกองค้การบริหารส่วนตำบลท่าพระ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
- ๑๑) นายธิษณ์พิสุทธิ์ พุทธรังษ์ นายกองค้การบริหารส่วนตำบลนาหนองทุ่ม อำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น
- ๑๒) นายวรวุฒิ หล้าทุม นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลยางคำ อำเภอหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น

### ๓.๓ เครื่องมือ และการพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

การดำเนินการตามโครงการวิจัยดังกล่าว เน้นการศึกษาวิเคราะห์และการมีส่วนร่วมทั้งการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัย การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม (Focus Group) โดยดำเนินการและใช้เครื่องมือที่สำคัญ ได้แก่

#### ๓.๓.๑ ลักษณะเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

๑) แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) เป็นแบบสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพการสื่อสารทางการเมือง เพื่อนำไปสู่การสร้าง “รูปแบบการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น” ซึ่งแบ่งแบบสัมภาษณ์ออกเป็น ๓ ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

ตอนที่ ๒ สภาพ ปัญหา ปัจจัยเงื่อนไขการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

ตอนที่ ๓ รูปแบบการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

๒) แบบสนทนากลุ่มเฉพาะ (focus group) เป็นคำถามเพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมืองเพื่อนำไปสู่การสร้าง “รูปแบบการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น” มีเนื้อหาประกอบด้วย

การพัฒนาารูปแบบการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น มีประเด็นคำถามประกอบด้วย

ตอนที่ ๑ คำถามนำ ประกอบด้วย คำถามที่นำผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มเข้าสู่ประเด็นการสนทนา เป็นคำถามเปิดกว้างที่จะช่วยให้ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มรู้สึกสบายใจในช่วงเริ่มต้นสนทนา จากนั้นจะนำไปสู่ประเด็นการวิจัยที่ต้องการคำตอบโดยตรง

ตอนที่ ๒ คำถามหลัก เป็นคำถามที่สอดคล้องกับคำถามการวิจัย ประกอบด้วยคำถามหลักและคำถามรองซึ่งเป็นข้อคำถามที่เป็นรายละเอียดที่ต้องการขยายคำถามหลักเพื่อให้ผู้ร่วมสนทนาเข้าใจประเด็นต่าง ๆ ชัดเจนขึ้น ประกอบด้วย

(๑) องค์กรประกอบของรูปแบบการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

(๒) ปัจจัยสำคัญที่จะส่งเสริมเพื่อสร้างรูปแบบการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่นให้ประสบความสำเร็จ

(๓) หลักการสำคัญของการพัฒนารูปแบบการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

ตอนที่ ๓ คำถามเพื่อการสรุป เป็นคำถามที่ผู้วิจัยใช้เพื่อตรวจสอบว่ามีประเด็นที่ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มไม่มีโอกาสได้กล่าวถึง หรืออยากเติมเต็มข้อมูลที่มีความสำคัญในการสนทนากลุ่ม

### ๓) แบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วย

(๑) เป็นคำถามที่ใช้ในการประเมินความเหมาะสมของรูปแบบการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย

(๑.๑) ความเหมาะสมของรูปแบบ

(๑.๒) ความเป็นไปได้ของรูปแบบ

(๑.๓) ความเป็นประโยชน์ของรูปแบบ

(๒) เป็นคำถามประเมินผลการนำรูปแบบการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่นไปใช้ในการพัฒนา

(๓) เป็นคำถามประเมินผลการใช้ไลน์ OA (Official Account)

### ๓.๓.๒ การพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

#### ๑) แบบสัมภาษณ์

(๑) ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับกรอบแนวคิดการวิจัย ตามขั้นตอนและระเบียบวิธีการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ

(๒) ขอคำปรึกษาแนะนำจากที่ปรึกษางานวิจัยเกี่ยวกับเนื้อหาสำหรับใช้ในการสัมภาษณ์

(๓) สร้างเครื่องมือการวิจัยตามกรอบแนวคิด ขอบข่ายของเนื้อหา

(๔) นำเครื่องมือที่สร้างเสร็จแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน ๕ ท่านตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content validity) ประกอบด้วย

(๔.๑) ผู้เชี่ยวชาญทางด้านรัฐศาสตร์/การสื่อสารทางการเมือง ๒ ท่าน

(๔.๒) ผู้เชี่ยวชาญทางการพัฒนาท้องถิ่น ๒ ท่าน

(๔.๓) ผู้เชี่ยวชาญทางการวิจัย ๑ ท่าน

(๕) ทำการปรับปรุงและแก้ไขข้อความในแบบสัมภาษณ์ตามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

(๖) นำชุดสำหรับใช้บันทึกการสัมภาษณ์ไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูล

## ๒) แบบสนทนากลุ่มเฉพาะ

(๑) ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับกรอบแนวคิดการวิจัย ตามขั้นตอนและระเบียบวิธีการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ

(๒) ขอคำปรึกษาแนะนำจากที่ปรึกษางานวิจัยเกี่ยวกับเนื้อหาสำหรับการสัมภาษณ์

(๓) สร้างเครื่องมือการวิจัยตามกรอบแนวคิด ขอบข่ายของเนื้อหา

(๔) นำเครื่องมือที่สร้างเสร็จแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน ๕ ท่านตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content validity) ประกอบด้วย

(๔.๑) ผู้เชี่ยวชาญทางด้านรัฐศาสตร์/การสื่อสารทางการเมือง ๒ ท่าน

(๔.๒) ผู้เชี่ยวชาญทางการพัฒนาท้องถิ่น ๒ ท่าน

(๔.๓) ผู้เชี่ยวชาญทางการวิจัย ๑ ท่าน

(๕) ทำการปรับปรุงและแก้ไขข้อความในแบบสนทนากลุ่มเฉพาะตามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

(๖) นำแบบสนทนากลุ่มเฉพาะที่แก้ไขเสร็จแล้วไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

## ๓) แบบสอบถาม

(๑) ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

(๒) ขอคำปรึกษาแนะนำจากที่ปรึกษางานวิจัยเกี่ยวกับเนื้อหาการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

(๓) สร้างเครื่องมือการวิจัยประกอบด้วย

(๓.๑) แบบสอบถามเพื่อตรวจสอบความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความ เป็นประโยชน์ของรูปแบบการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

(๓.๒) แบบสอบถามประเมินก่อนและหลังการพัฒนา รูปแบบการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

(๓.๓) แบบสอบถามประเมินก่อนและหลังการใช้ไลน์ OA (Official Account)

(๔) นำเครื่องมือที่สร้างเสร็จแล้วไปตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content validity) โดยส่งให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน ๕ ท่าน ได้ตรวจเกี่ยวกับโครงสร้างของคำถาม ตลอดจนภาษาที่ใช้ประกอบด้วย

(๔.๑) ผู้เชี่ยวชาญทางด้านรัฐศาสตร์/การสื่อสารทางการเมือง ๒ ท่าน

(๔.๒) ผู้เชี่ยวชาญทางการพัฒนาท้องถิ่น ๒ ท่าน

(๔.๓) ผู้เชี่ยวชาญทางการวิจัย ๑ ท่าน

(๕) ทำการปรับปรุงและแก้ไขข้อความในแบบสัมภาษณ์ตามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

(๖) นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมาย จำนวน ๓๐ คน แล้วทำการวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ซึ่งมีผลปรากฏดังนี้

(๖.๑) แบบสอบถามความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ของรูปแบบการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น ได้ความเชื่อมั่นเท่ากับ ๐.๙๓

(๖.๒) แบบสอบถามประเมินก่อนและหลังการพัฒนาแบบการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น ได้ความเชื่อมั่นเท่ากับ ๐.๘๖

(๖.๓) แบบสอบถามประเมินก่อนและหลังการใช้ไลน์ OA (Official Account) ได้ความเชื่อมั่นเท่ากับ ๐.๘๕

(๗) นำแบบสอบถามที่ทำการปรับปรุงแก้ไขเสร็จแล้วไปจัดพิมพ์และนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

#### ๔) ผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ก่อนที่จะนำเครื่องมือวิจัยไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อให้เกิดความเที่ยงตรงผู้วิจัยได้ให้ผู้เชี่ยวชาญทำการตรวจสอบเครื่องมือวิจัย มีทั้งหมด ๕ ท่านซึ่งมีเกณฑ์ในการคัดเลือกคือ เป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านรัฐศาสตร์/การสื่อสารทางการเมือง ผู้เชี่ยวชาญทางการพัฒนาท้องถิ่น ผู้เชี่ยวชาญทางการวิจัย มีรายชื่อปรากฏดังนี้

(๑) รศ. ว่าที่เรือตรี ดร. เอกวิทย์ มณีธร อาจารย์มหาวิทยาลัยบูรพา ผู้เชี่ยวชาญทางด้านรัฐศาสตร์/การสื่อสารทางการเมือง

(๒) รศ.ดร.อลงกต อรรถแสง อาจารย์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ผู้เชี่ยวชาญทางด้านรัฐศาสตร์/การสื่อสารทางการเมือง

(๓) ผศ.ดร.วินิจ ผาเจริญ อาจารย์มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ผู้เชี่ยวชาญทางการพัฒนาท้องถิ่น

(๔) ผศ.ดร.สมปอง สุวรรณภุมมา อาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ ผู้เชี่ยวชาญทางการพัฒนาท้องถิ่น

(๕) รศ.ดร.สัญญา เคนาภูมิ อาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ผู้เชี่ยวชาญทางการวิจัย

### ๓.๔ การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยนั้นได้ใช้เทคนิคในการเก็บรวบรวมข้อมูล ๒ วิธีคือ การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่มเฉพาะ โดยใช้วิธีการ ดังนี้

#### ๓.๔.๑ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

##### ๑) ขั้นเตรียมการ

- (๑) ผู้วิจัยรวบรวมรายชื่อกลุ่มเป้าหมายที่อยู่ในจังหวัดขอนแก่นให้ครบ
- (๒) ผู้วิจัยทำหนังสือถึงกลุ่มเป้าหมายเพื่อขอความร่วมมือในการเข้าไปสัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนากลุ่ม
- (๓) กำหนดจุดมุ่งหมายของการสัมภาษณ์ว่าจะสัมภาษณ์เกี่ยวกับเรื่องอะไร และจะนำไปใช้ประโยชน์ในการวิเคราะห์อย่างไร
- (๔) ศึกษาประเด็นที่จะไปเก็บข้อมูลอย่างละเอียด
- (๕) ศึกษาเส้นทางที่จะเดินทางไปสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายจากแผนที่เพราะจะทำให้ไม่เสียเวลา
- (๖) ประสานไปยังผู้ที่จะถูกสัมภาษณ์ล่วงหน้า เพื่อที่จะกำหนดวัน เวลา ในการพบปะสัมภาษณ์ได้ตรงกันทั้งสองฝ่าย
- (๗) เตรียมอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ต้องใช้ขณะไปเก็บข้อมูล เช่น บัตรประจำตัวประชาชน บัตรที่แสดงสถานะของหน่วยงานที่สังกัด กล้องถ่ายภาพ เครื่องบันทึกเสียง เป็นต้น

##### ๒) ขั้นเก็บรวบรวมข้อมูล

- (๑) ขั้นเริ่มต้นสัมภาษณ์ ได้เริ่มต้น ดังนี้
  - (๑.๑) แนะนำตนเอง และอธิบายจุดมุ่งหมายให้กับกลุ่มเป้าหมายฟังอย่างชัดเจนว่าจะสัมภาษณ์เกี่ยวกับเรื่องอะไร ทำไมท่านจึงถูกเลือกไม่เลือกคนอื่น และได้บอกด้วยว่าข้อมูลที่ได้จะเป็นความลับระหว่างผู้สัมภาษณ์และผู้ถูกสัมภาษณ์เท่านั้น
  - (๑.๒) สนทนาในเรื่องผู้ถูกสัมภาษณ์สนใจ เช่น เรื่องสถานการณ์การเมืองในปัจจุบัน เป็นต้น
  - (๑.๓) ได้ทำการสัมภาษณ์ชนิดตัวต่อตัว
- (๒) ขั้นสัมภาษณ์ตามแบบสัมภาษณ์ เมื่อได้ทำความคุ้นเคยพอสมควรแล้ว เริ่มป้อนคำถามทันที โดยปฏิบัติดังนี้
  - (๒.๑) ให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบด้วยความสบายใจ ไม่ซักถามรายละเอียดจนเป็นการแสดงความไม่เชื่อใจ ยอมรับคำตอบแต่โดยดี และจดบันทึกตามที่บอกมา
  - (๒.๒) คณะผู้วิจัยไม่แสดงความคิดเห็นใด ๆ หรือใช้คำถามนำ เพื่อให้ผู้สัมภาษณ์ตัดสินใจตอบด้วยตนเอง
  - (๒.๓) ให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ทราบว่าคำตอบของเขามีความสำคัญ

(๒.๔) คณะผู้วิจัยแสดงท่าทาง สื่อหน้าเป็นธรรมชาติ ได้แสดงออกซึ่งความจริงใจ สุภาพ อ่อนโยน

(๒.๕) ระหว่างการสัมภาษณ์ พยายามรักษาบรรยากาศให้คงที่อยู่เสมอ เพื่อให้ได้ ข้อมูลที่ถูกต้องไม่ขาดหายครึ่ง ๆ กลาง ๆ

(๒.๖) ควรถามคำถามทุกข้อ และตามลำดับ (นอกจากข้อมูลที่ได้จากการสังเกต) อย่าข้ามคำถามหรือเว้นว่างไว้ ถ้าเว้นว่างไว้ต้องชี้แจงด้วยว่าเพราะเรื่องอะไร

(๒.๗) ไม่เร่งรัดผู้ถูกสัมภาษณ์ เพราะต้องใช้เวลาผู้ถูกสัมภาษณ์ได้คิดคำตอบให้ รอบคอบเสียก่อน เพื่อกันข้อมูลคลาดเคลื่อนจากความเป็นจริง

(๓) ขึ้นปิดการสัมภาษณ์ ได้กล่าวคำขอบคุณที่ผู้ถูกสัมภาษณ์ทั้งหมดได้ให้ความร่วมมือ เป็นอย่างดี และได้กล่าวย้ากับผู้ถูกสัมภาษณ์ว่า ความสำเร็จส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับคำให้สัมภาษณ์ของเขา

### ๓.๔.๒ การสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group)

เป็นการรวบรวมข้อมูลเพื่อต้องการวัดความรู้ ทักษะคติ คำตอบที่ได้เป็นคำตอบในเชิงเหตุผลที่ได้ จากการกลั่นกรองจากสมาชิกในวงสนทนา คำถามจะถามถึงความรู้สึก การให้เหตุผล แรงจูงใจ ตลอดจน การตัดสินใจของบุคคลและรวมถึงทัศนคติต่อปรากฏการณ์หรือสิ่งต่าง ๆ ที่ศึกษา ดังนั้น จึงได้จัดสนทนา กลุ่มกับกลุ่มเป้าหมาย จำนวน ๑๒ คน ซึ่งได้ดำเนินการดังนี้

๑) ระยะเวลาเริ่มสนทนากลุ่ม มีการจัดเตรียมดังนี้

(๑) กำหนดวัน เวลา ในการสนทนากลุ่มคือ วันที่ ๑๖ เดือนมกราคม พ.ศ.๒๕๖๖ เวลา ๑๓.๓๐ - ๑๕.๓๐ น.

(๒) ลักษณะการสนทนากลุ่ม สนทนากลุ่มแบบออนไลน์

(๓) ผู้ดำเนินรายการ คือ ผศ.ดร.สุรพล พรหมกุล

(๔) ผู้จัดบันทึกการสนทนากลุ่ม คือ อ.ดร.สุธิพงษ์ สวัสดิ์ดีทา

(๕) สถานที่ดำเนินการ สำหรับคณะผู้วิจัยได้ดำเนินการที่ห้อง B ๑๐๓ อาคารเรียนรวม บัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตขอนแก่น

๒) กระบวนการสนทนากลุ่ม

(๑) ผู้ดำเนินรายการ คือ ผศ.ดร.สุรพล พรหมกุล กล่าวทักทายผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม แนะนำตนเอง ทิมงาน และขอให้ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มแนะนำตนเอง

(๒) อธิบายถึงจุดมุ่งหมายของการสนทนากลุ่ม วัตถุประสงค์ของการวิจัย และให้ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มให้ข้อมูลอย่างอิสระ อีกทั้งให้ความเชื่อมั่นว่าข้อมูลในการเก็บรวบรวมครั้งนี้จะไม่กระทบต่อตัวผู้ให้ข้อมูล เพราะเป็นการสรุปข้อมูลโดยภาพรวมไม่มีการระบุตัวบุคคล

(๓) ผู้ดำเนินรายการ เริ่มต้นคำถามตามประเด็นที่กำหนด โดยตกลงว่าใครจะพูด ก่อนหลังให้ใช้สิทธิในการพูดด้วยการกดเครื่องหมายมือ จากนั้นผู้ดำเนินรายการจะเป็นผู้เรียงลำดับให้ และให้พูดประมาณท่านละ ๕-๑๐ นาที จากคนแรกจนถึงคนสุดท้าย



(๔) ผู้ดำเนินรายการสนทนาซักถามข้อคำถามโดยพยายามเปิดโอกาสให้ทุกคนได้แสดงความคิดเห็นเต็มที่ เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถตอบโจทยปัญหาการวิจัยและตอบวัตถุประสงค์การวิจัยได้สมบูรณ์

(๕) เมื่อได้ข้อมูลครบแล้ว ผู้ดำเนินรายการสรุปประเด็นหลัก ๆ ของการเก็บข้อมูล และกล่าวขอบคุณผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม

(๖) ปิดการสนทนากลุ่ม

**๓.๔.๓ การสร้างรูปแบบการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น**

มีวิธีดำเนินการดังนี้

**๑) ศึกษาองค์ประกอบ และตัวบ่งชี้**

(๑) นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีผลงานปรากฏชัดเจน เป็นที่ยอมรับของชุมชน สังคม มาสังเคราะห์เนื้อหาก่อนทำการร่างรูปแบบ

(๒) นำข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่มเฉพาะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีผลงานปรากฏชัดเจน เป็นที่ยอมรับของชุมชน สังคม มีองค์ความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับการสื่อสารการเมืองมาทำการสังเคราะห์เนื้อหาก่อนทำการร่างรูปแบบ

(๓) นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มเฉพาะไปทำการตรวจสอบองค์ประกอบและตัวบ่งชี้โดยผู้ทรงคุณวุฒิ ๕ คน

**๒) การสร้างรูปแบบและการประเมินรูปแบบ**

(๑) ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

(๒) สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น

(๓) จัดทำคู่มือและแบบประเมินสำหรับคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

(๔) ยกร่างรูปแบบการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น ร่างรูปแบบประกอบด้วย

(๔.๑) ชื่อรูปแบบ

(๔.๒) วัตถุประสงค์

(๔.๓) หลักการ แนวคิด

(๔.๔) วิธีการ/การดำเนินการ เนื้อหา

(๔.๕) ผลลัพธ์ที่คาดหวัง

(๕) นำร่างรูปแบบเข้าสู่กระบวนการสัมมนาอิงผู้เชี่ยวชาญ โดยเลือกผู้เชี่ยวชาญจำนวน ๕ คน เกณฑ์การเลือกผู้เชี่ยวชาญ มีดังนี้

(๕.๑) เป็นอาจารย์ที่เชี่ยวชาญด้านรัฐศาสตร์/การสื่อสารทางการเมือง

(๕.๒) เป็นอาจารย์ที่เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาท้องถิ่น

(๕.๓) เป็นอาจารย์ที่เชี่ยวชาญด้านการปกครองท้องถิ่น

๒.๖) ทำการประเมินผลความเหมาะสมของรูปแบบการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น ของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วยประเมินความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์

นำรูปแบบการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในจังหวัดขอนแก่นที่สร้างเสร็จแล้วส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านรัฐศาสตร์ การพัฒนา ท้องถิ่น การปกครองท้องถิ่น การวิจัย และตัวแทนจากคณะผู้บริหารองค์กรปกครองท้องถิ่น จำนวน ๕ ท่าน ทำการประเมินความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ของรูปแบบ โดยใช้ค่าเฉลี่ย ( $\mu$ ) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ( $\sigma$ ) โดยมีเกณฑ์การแปลผล ดังนี้<sup>๑๒๖</sup>

๑.๐๐-๑.๔๙ ระดับการประเมินเท่ากับ น้อยที่สุด

๑.๕๐-๒.๔๙ ระดับการประเมินเท่ากับ น้อย

๒.๕๐-๓.๔๙ ระดับการประเมินเท่ากับ ปานกลาง

๓.๕๐-๔.๔๙ ระดับการประเมินเท่ากับ มาก

๔.๕๐-๕.๐๐ ระดับการประเมินเท่ากับ มากที่สุด

โดยผู้วิจัยพิจารณาค่าเฉลี่ยตั้งแต่ ๓.๕๐ ขึ้นไปจึงจะถือว่าผ่านเกณฑ์ (มีระดับความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ของรูปแบบ)

นำข้อมูลจากการประเมินความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ของรูปแบบ มาปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อให้ได้รูปแบบที่มีความสมบูรณ์ สามารถนำไปใช้ในการ พัฒนาได้ต่อไป

### ๓.๔.๔) ผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบรูปแบบ

ในการวิจัยครั้งนี้ก่อนที่จะนำเครื่องมือวิจัยไปใช้ในการพัฒนา เพื่อให้เกิดความเที่ยงตรงผู้วิจัยได้ ให้ผู้เชี่ยวชาญทำการตรวจสอบเครื่องมือวิจัย มีทั้งหมด ๕ ท่านซึ่งมีเกณฑ์ในการคัดเลือกคือ เป็นผู้เชี่ยวชาญ ทางด้านการสื่อสารทางการเมือง ผู้เชี่ยวชาญทางการพัฒนาท้องถิ่น ผู้เชี่ยวชาญทางการปกครอง ท้องถิ่น มีรายชื่อปรากฏดังนี้

(๑) รศ.ดร.ภาสกร ดอกจันทร์ อาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม เป็นผู้เชี่ยวชาญ ทางด้านการสื่อสารทางการเมือง

(๒) รศ.ดร.อลงกรณ์ อรรคแสง อาจารย์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม เป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้าน การสื่อสารทางการเมือง

<sup>๑๒๖</sup> ประคอง กรรณสูตร, สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพมหานคร : โรง พิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๓๘), หน้า ๗๐.

(๓) รศ.ณัฐนันท์ สุวรรณวงค์ อาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี ผู้เชี่ยวชาญทางด้าน การพัฒนาท้องถิ่น

(๔) รศ.ดร.ธงชัย สิงอุตม อาจารย์วิทยาลัยสงฆ์เลย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราช วิทยาลัย ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการพัฒนาท้องถิ่น

(๕) รศ.ดร.ไชยวัฒน์ เผือกคง อาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี ผู้เชี่ยวชาญ ทางด้านการปกครองท้องถิ่น

#### ๓.๔.๕) การนำรูปแบบไปใช้ในการพัฒนา

ในการวิจัยครั้งนี้ ได้นำรูปแบบไปใช้กับคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัด ขอนแก่น โดยมีขั้นตอนดำเนินการ ดังนี้

(๑) ขั้นเตรียมการ คือ การประชุมเตรียมความพร้อม และคัดเลือกสถานที่ที่จะทำการพัฒนา ตลอดถึงการจัดทำเอกสารเพื่อแจกให้กับผู้เข้ารับการพัฒนา

(๒) ขั้นติดต่อประสานงานกับกลุ่มเป้าหมาย คือ ทำหนังสือถึงหน่วยงานที่จะไปจัดกิจกรรม การนำรูปแบบไปใช้ในการพัฒนา และเข้าพบหัวหน้าหน่วยงานเพื่อชี้แจงทำความเข้าใจในรายละเอียดของ กิจกรรม

(๓) ขั้นพัฒนา คือ การจัดกิจกรรมกับกลุ่มเป้าหมายที่ได้คัดเลือกไว้

(๔) ขั้นประเมินการพัฒนาตามรูปแบบการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของ ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น ซึ่งทำการประเมิน ๒ ครั้งคือ ครั้งที่ ๑ ก่อนทำการ พัฒนา ครั้งที่ ๒ หลังพัฒนาไปแล้ว ๖๐ วัน

เกณฑ์การประเมินโดยใช้ค่าเฉลี่ย ( $\mu$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ( $\sigma$ ) โดยมีเกณฑ์การ แปลผล ดังนี้<sup>๑๒๗</sup>

๑.๐๐-๑.๔๙	ระดับการประเมินเท่ากับ น้อยที่สุด
๑.๕๐-๒.๔๙	ระดับการประเมินเท่ากับ น้อย
๒.๕๐-๓.๔๙	ระดับการประเมินเท่ากับ ปานกลาง
๓.๕๐-๔.๔๙	ระดับการประเมินเท่ากับ มาก
๔.๕๐-๕.๐๐	ระดับการประเมินเท่ากับ มากที่สุด

(๕) ขั้นเผยแพร่ผลงานหลังถ่ายทอดองค์ความรู้ คือ จัดทำข่าวเพื่อประชาสัมพันธ์การจัด กิจกรรมบนเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตขอนแก่น

<sup>๑๒๗</sup> อ่างแล้ว, ประคอง กรรณสูตร, สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์, หน้า ๗๑

### ๓.๕ การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ใช้การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ เพื่อสังเคราะห์ผลลัพธ์ของรายงานวิจัยหลาย ๆ เรื่อง โดยวิเคราะห์เอกสารใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า โดยตรวจสอบสองด้านคือ ด้านข้อมูลและด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล

๓.๕.๑ การวิเคราะห์ข้อมูลจากเนื้อหา (Content analysis) เอกสารที่เกี่ยวข้องจากหนังสือ ตำรา งานวิจัย

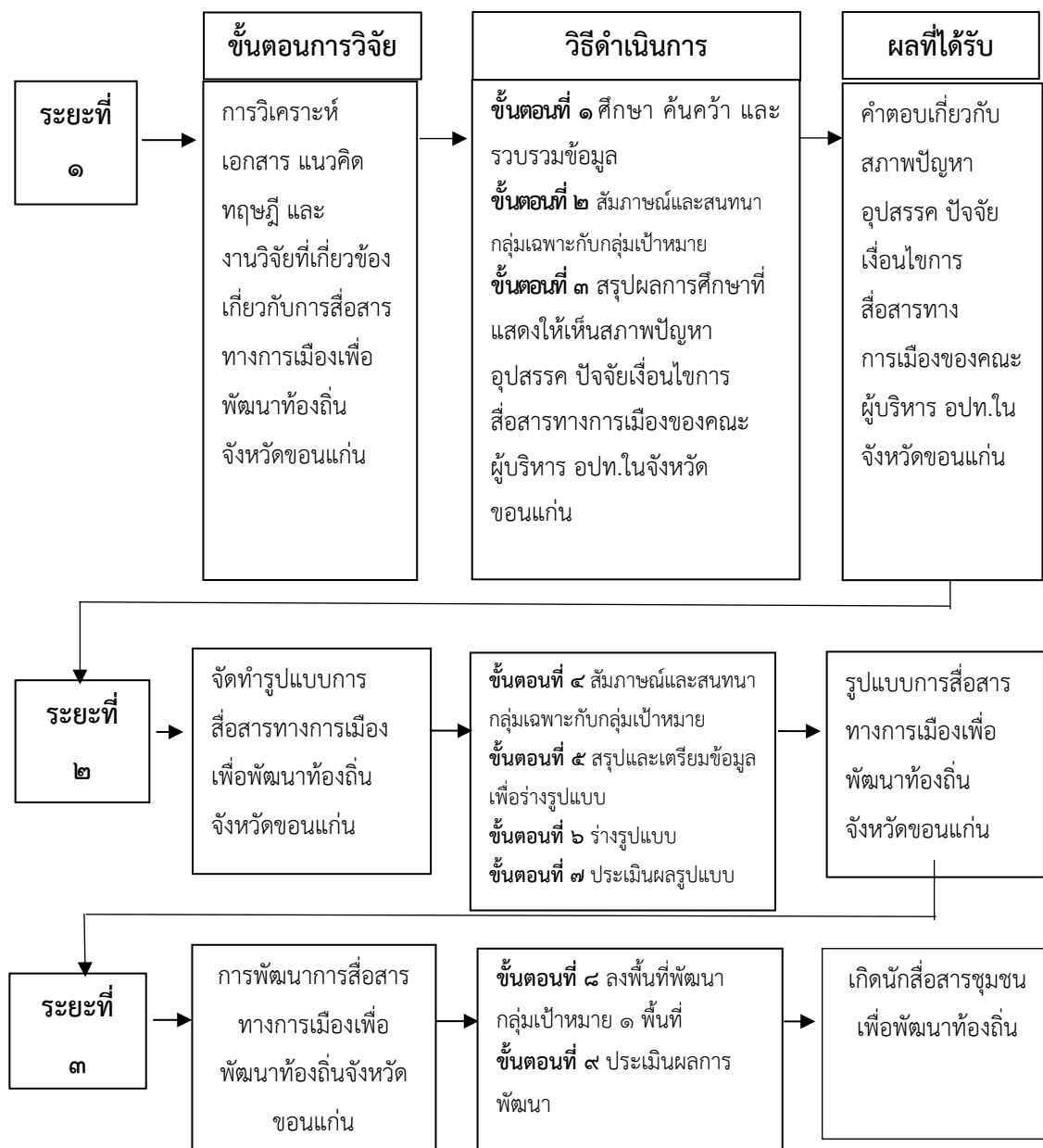
๓.๕.๒ วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่มเฉพาะ ด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา และการวิเคราะห์แบบอุปนัย (Analytic induction) โดยการตีความหมาย เชื่อมโยงความสัมพันธ์ และสร้างข้อสรุปจากข้อมูลที่น่ามาวิเคราะห์

๓.๕.๓ วิเคราะห์ความเหมาะสมของรูปแบบ การประเมินผลการพัฒนาตามรูปแบบโดยใช้ ค่าเฉลี่ย ( $\mu$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ( $\sigma$ )

### ๓.๖ การนำเสนอผลการศึกษาค้นคว้าวิจัย

การนำเสนอข้อมูลจะอยู่ในลักษณะการพรรณนาความ (Descriptive Presentation) สภาพการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น รวมไปถึงรูปแบบการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

### ๓.๗ สรุปกระบวนการวิจัย



ภาพประกอบที่ ๓.๑ สรุปกระบวนการวิจัย

## บทที่ ๔

### ผลการศึกษา

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปฏิบัติการดังกล่าว เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่นจำนวน ๒๐ คน เพื่อทราบสภาพ ปัญหา อุปสรรค และปัจจัยเงื่อนไขที่มีผลต่อการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น การสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มเฉพาะคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่นจำนวน ๑๒ คน เพื่อสร้างรูปแบบการพัฒนาการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น จากนั้นนำข้อมูลมา วิเคราะห์ สังเคราะห์เพื่อตอบเป้าหมายของการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการและนำเสนอผลการวิจัยตามลำดับดังต่อไปนี้

๔.๑ สภาพ ปัญหาอุปสรรค และปัจจัยเงื่อนไขที่มีผลต่อการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

๔.๒ รูปแบบการพัฒนาการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

๔.๓ การนำรูปแบบไปใช้ในการพัฒนาคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

๔.๔ องค์กรความรู้ใหม่จากการวิจัย

โดยมีรายละเอียดในแต่ละหัวข้อดังต่อไปนี้

๔.๑ สภาพ ปัญหาอุปสรรค และปัจจัยเงื่อนไขที่มีผลต่อการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

๔.๑.๑ สภาพการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น พบว่า

๑) กระบวนการสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

กระบวนการสื่อสารเป็นการส่งผ่านข้อมูล การแลกเปลี่ยนความคิด เป็นกระบวนการที่บุคคลสองฝ่าย แบ่งปันความหมายให้กันและกันได้ทราบ เพื่อให้มีความคิดตรงกันในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ในการสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น มีสภาพเป็น

กระบวนการที่เชื่อมโยงกันเพื่อนำส่งข้อมูลอย่างเป็นระบบตามแนวคิดของเดวิด เค เบอร์โล (David K. Berlo)<sup>๑๒๘</sup> ๔ ประการคือ ผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสาร ซึ่งพบว่า

**๑.๑) ผู้ส่งสาร** ในที่นี้คือ คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น เป็นผู้มีความเจตนาแน่วแน่ที่จะให้ประชาชนรับรู้ข้อมูลการพัฒนางานในองค์กร จึงต้องหาวิธีในการเพิ่มพูนหรือเติมเต็มความรู้ให้เกิดความเข้าใจในเนื้อหาของสารแต่ละเรื่องที่จะสื่อออกไป มีการปรับทัศนคติในการสื่อสาร มีการปรับปรุงบุคลิกภาพให้ดูดีมีความน่าเชื่อถือเพราะบ่งบอกถึงความจริงใจ เปิดเผย และมีความรับผิดชอบ อีกทั้งรู้จักเลือกวิธีการสื่อสารที่เหมาะสม โดยผู้ที่จะส่งสารให้ได้ผลและเกิดประโยชน์ จะต้องทำความเข้าใจเรื่องที่จะสื่อสารออกไปให้แจ่มชัด คือ ต้องเข้าใจสิ่งแวดล้อมที่ตนอยู่ว่าเป็นอย่างไร มีส่วนในการกำหนดรู้ความหมายหรือความเข้าใจในการสื่อสารอย่างไร ต้องมีวัตถุประสงค์ว่าทุกครั้งที่สื่อสารจะสื่อสารอะไร ถึงประชาชนกลุ่มไหน ถึงจะไม่เสียเวลาและไม่ทำให้ประชาชนเกิดความรำคาญ<sup>๑๒๙</sup> ผู้ส่งสารได้เตรียมตัวล่วงหน้า เพราะมีประสบการณ์ว่าถ้ามีการเตรียมการการสื่อสารล่วงหน้าด้วยการอ่านเนื้อหาของสารให้ละเอียด ทำความเข้าใจหลาย ๆ รอบ เวลาที่สื่อสารออกไปจะทำให้ประชาชนเข้าใจเนื้อหาของสารได้ง่ายขึ้น อีกทั้งต้องรู้จักหวั่นเวลาที่สื่อสารด้วย<sup>๑๓๐</sup> และยังพบว่าบุคลิกภาพของผู้บริหารเป็นการสื่อสารอย่างหนึ่งที่มีความพร้อมทำงานมากน้อยเพียงใด การแต่งกายดี สะอาด ทำหน้าที่ให้สดชื่นแจ่มใส จะทำให้ประชาชนอยากเข้าหาอยากสนทนาปราศรัยด้วย อยากปรึกษาหารือด้วย ที่สำคัญต้องแต่งกายให้ถูกกาลเทศะด้วยจะดีมากเพราะหน้าตาเป็นหน้าตาของดวงใจ ถึงอย่างไรเมื่อผู้รับสารได้มองไปยังผู้ส่งสารได้เห็นท่าทางบุคลิกภาพที่ดีเหมาะสมก็จะทำให้เกิดความน่าเชื่อถือในสารส่งมาพอสมควร<sup>๑๓๑</sup>

**๑.๒) สาร** คือ ความรู้ ความคิด ประสบการณ์ที่คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่นต้องการจะถ่ายทอดเพื่อการรับรู้ร่วมกัน แลกเปลี่ยนเพื่อความเข้าใจร่วมกันหรือได้โต้ตอบกัน เช่น ข้อความที่พูด ข้อความที่เขียน เกี่ยวกับการพัฒนาทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น จึงต้องมีการรวบรวมเนื้อหาของสารแล้วนำมาเรียบเรียงให้เป็นไปอย่างมีระบบ เพื่อให้ได้ใจความตามเนื้อหาที่ต้องการด้วยการเลือกใช้สารที่เหมาะสม สารนั้นควรมีความสำคัญต่อการสื่อสารพอสมควร การที่สารจะดีหรือไม่ดีผู้ส่งสารต้องมีความรู้ในเรื่องที่จะกลั่นกรองออกมาให้ผู้อื่นได้รับรู้ไม่ว่าเรื่องนั้นจะมีผลเป็นบวกหรือลบ ผู้ส่งสารสามารถจัดกระทำกับสารนั้นได้เลย แต่ถ้าสารที่สื่อออกมาผู้รับสารไม่เข้าใจหรือ

<sup>๑๒๘</sup> David K. Berlo, *The Process of Communication : An Introduction to Theory and Practice*, (New York : Holt, Rinehart and Winston, 1960), p. 30-72.

<sup>๑๒๙</sup> สัมภาษณ์ คณะผู้บริหารองค์กรปกครองท้องถิ่นคนหนึ่งในอำเภอบ้านแฮด จังหวัดขอนแก่น, วันที่ ๔ ตุลาคม ๒๕๖๕.

<sup>๑๓๐</sup> สัมภาษณ์ คณะผู้บริหารองค์กรปกครองท้องถิ่นคนหนึ่งในอำเภอกระนวน จังหวัดขอนแก่น, วันที่ ๕ ตุลาคม ๒๕๖๕.

<sup>๑๓๑</sup> สัมภาษณ์ คณะผู้บริหารองค์กรปกครองท้องถิ่นคนหนึ่งในอำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น, วันที่ ๓ ตุลาคม ๒๕๖๕.

เข้าใจสับสนอาจมีหลายปัจจัยเข้ามาแทรกได้ เช่น ยังเรียบเรียงสารไม่ดีพอ ทำให้เนื้อหาของสารคลาดเคลื่อนจากความจริงก็ได้<sup>๑๓๒</sup>

**๑.๓) ช่องทางการสื่อสาร** คือ คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่นใช้สื่อบุคคลในการพูดคุย ซักถามความคิดเห็นของประชาชนอย่างสม่ำเสมอ ทำการประชุม การอบรม ประชาสัมพันธ์ทางหอกระจายข่าวของหมู่บ้าน การลงพื้นที่พบปะประชาชน เข้าร่วมกิจกรรมหรือโครงการตามโอกาส การเข้าร่วมงานด้านศาสนา เช่น ทำบุญตามประเพณี ๑๒ เดือนเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีโดยมุ่งไปที่ความคุ้นเคย ความจริงใจ ซึ่งนำไปสู่การสนับสนุนกิจกรรมในวาระต่าง ๆ อีกทั้งมีการใช้ช่องทางอื่น ๆ ในการสื่อสาร เช่น หอกระจายข่าว ระบบเสียงตามสาย วิทยุชุมชน สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เช่น หนังสือราชการ ระเบียบ คำสั่ง เป็นต้น ติดไว้ที่กระดานประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน กระดานศาลากลางบ้าน นอกจากนี้ยังมีการติดป้ายคัดเอาท์ประชาสัมพันธ์ตามจุดต่าง ๆ ในชุมชน ในขณะที่สภาพการสื่อสารทางการเมืองในปัจจุบัน มีลักษณะก้าวกระโดดประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว โดยมีช่องทางการสื่อสารคือใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารกับประชาชน เช่น การใช้โทรศัพท์ เว็บไซต์ การใช้คิวอาร์โค้ด จัดทำโครงการ Smart it ในการแจ้งปัญหาร้องเรียน ร้องทุกข์ของประชาชน มีการสร้างเพจเฟสบุ๊คสร้างกลุ่มไลน์ เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสารของหน่วยงาน รับเรื่องร้องเรียนของชุมชน การสื่อสารผ่านผู้นำหมู่บ้านคือกำนัน ผู้ใหญ่บ้าน สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล สมาชิกสภาเทศบาล ให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจถึงความจำเป็นในการพัฒนาสังคมและท้องถิ่น จัดกิจกรรมร่วมกับชุมชน เผยแพร่ข่าวสารด้วยเอกสาร ร่วมประชุมวางแผนพัฒนา กับบุคคลที่เกี่ยวข้องในชุมชนเพื่อกำหนดมาตรการหรือหาข้อสรุปในการแก้ปัญหาชุมชน การออกเยี่ยมพบปะประชาชนที่มีปัญหา เมื่อพบปัญหาได้หาทางแก้ไขอย่างเร่งด่วน เช่น การนำวัสดุอุปกรณ์ไปช่วยเหลือตามความจำเป็น เป็นต้น ต้องเข้าไปพบนักการเมืองระดับชาติเพื่อประสานงบประมาณในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในท้องถิ่น ในอดีตจะสื่อสารด้วยการใช้วิธีสร้างความสัมพันธ์เน้นการลงพื้นที่ด้วยตัวเอง พบปะพูดคุยอย่างสม่ำเสมอ แสดงความจริงใจ เข้าร่วมกิจกรรมของประชาชนอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังใช้ช่องทางอื่น ๆ เช่น หอกระจายข่าว ระบบเสียงตามสาย วิทยุชุมชน สื่อสิ่งพิมพ์ รถกระจายเสียง และกระดานประชาสัมพันธ์ในชุมชน<sup>๑๓๓</sup> การสื่อสารทางการเมืองในอดีตได้ปฏิบัติด้วยการจัดประชุมตามหมู่บ้าน เปิดเวทีปราศรัยในชุมชน ให้ประชาชนเข้าร่วมแสดงความคิดเห็นได้ โดยขอความร่วมมือจากผู้นำชุมชน กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และใช้หอกระจายข่าวเป็นช่องทางในการสื่อสาร อีกทั้งติดประกาศเรื่องราวข่าวสารของทางราชการไว้ที่กระดานประชาสัมพันธ์ของหมู่บ้าน และที่ทำการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น<sup>๑๓๔</sup> การสื่อสารทางการเมืองในปัจจุบันทันสมัย เจริญก้าวหน้าไปมากคือมีการใช้

<sup>๑๓๒</sup> สัมภาษณ์ คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นคนหนึ่งในอำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น, วันที่ ๖ ตุลาคม ๒๕๖๕.

<sup>๑๓๓</sup> สัมภาษณ์ คณะผู้บริหารคนหนึ่งขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอำเภอบ้านแฮด จังหวัดขอนแก่น, วันที่ ๔ ตุลาคม ๒๕๖๕.

<sup>๑๓๔</sup> สัมภาษณ์ คณะผู้บริหารคนหนึ่งขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น, วันที่ ๖ ตุลาคม ๒๕๖๕.



เทคโนโลยีในการสื่อสารกับประชาชน ประกอบด้วย การใช้เครื่องมือสื่อสารคือ โทรศัพท์ ผ่านแอปพลิเคชัน ที่องค์กรปกครองท้องถิ่นสร้างขึ้นมาใช้ เช่น โครงการ Smart it เป็นแอปพลิเคชันเกี่ยวกับการแจ้งปัญหาข้อร้องเรียน ร้องทุกข์ ของชาวบ้านทำให้ผู้บริหารท้องถิ่นรับทราบปัญหาได้รวดเร็วและสามารถแก้ไขปัญหาค้นทันทีที่ได้รับข้อมูล อีกทั้งมีการจัดทำเว็บไซต์ของสำนักงานเพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารกิจกรรมที่เกิดขึ้นทั้งในอดีต และกิจกรรมที่จะทำในอนาคตให้ประชาชนสามารถติดตามการทำงานได้อย่างต่อเนื่อง<sup>๑๓๔</sup> การสื่อสารทางการเมืองในปัจจุบันประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว โดยอาศัยเครื่องมือสื่อสารที่มีอยู่ในปัจจุบัน เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ อินเทอร์เน็ต ผ่านแอปพลิเคชัน เช่น เฟซบุ๊ก เพจเฟซบุ๊ก ไลน์ ฯ ซึ่งมีความสะดวก รวดเร็ว กระชับ สอดคล้องกับคลื่นลูกที่ ๓ และสามารถส่งภาพ เสียง ได้ทันทีทำให้ข้อมูลมีลักษณะเป็นปัจจุบัน (Real Time)<sup>๑๓๖</sup>

**๑.๔) ผู้รับสาร** คือประชาชนซึ่งอยู่ในจังหวัดขอนแก่น ซึ่งถือว่าเป็นคนจำนวนมากและอยู่ในวงกว้างกระจายกัน มีทั้งรู้จักกันและไม่รู้จักกัน อาจได้ร่วมกิจกรรมกันหรือไม่ได้ร่วมกิจกรรมกัน ในขณะที่การรับสารมีทั้งแบบเก่าและแบบใหม่ กล่าวคือ แบบเก่าคือการรับฟังจากการประกาศตามหอกระจายของชุมชน หรือของหมู่บ้าน รวมทั้งการเดินทางไปหากันและกันเพื่อทักทาย พุดคุย หรือการเชิญให้ไปกล่าวเปิดงานต่าง ๆ ที่มีในชุมชน ส่วนการรับสารแบบใหม่คือ การรับสารจากสื่อใหม่คือ สื่อสังคมออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์มือถือ โดยมีช่องทางการสื่อสารจากแอปพลิเคชันที่หลากหลายประกอบด้วย เฟซบุ๊ก ไลน์ เป็นต้น ช่องทางสื่อสารเหล่านี้ทำให้ประชาชนได้รวมกลุ่มกันจัดตั้งเป็นกลุ่มใหม่ในนามของตนเองจนกลายเป็นชุมชนที่เรียกว่า ชุมชนเสมือนจริง ซึ่งมีอยู่ทุกแห่งขององค์กรปกครองท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น เช่น กลุ่มไลน์ ททท. (ทำทันที) เป็นต้น ทำให้การพัฒนาท้องถิ่นเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างพลิกโฉม นั่นคือ ผู้บริหารท้องถิ่นสามารถส่งสารไปยังประชาชนได้ตลอดเวลา ในขณะที่ประชาชนหลังจากรับสารแล้วก็สามารถโต้ตอบกลับไปยังผู้บริหารท้องถิ่นได้ทันทีเช่นเดียวกัน ช่องทางที่ใช้ติดต่อกันมากที่สุดคือ ไลน์ รองลงมาคือ อินบลิทอกเฟซบุ๊ก ประชาชนส่วนใหญ่ในเวลาที่มีการประกาศเรื่องราวต่าง ๆ ตามหอกระจายข่าว จะตั้งใจฟังหรือรับสารเฉพาะกลุ่มผู้นำชุมชนเป็นหลัก ไม่ว่าจะเป็นกำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน กรรมการหมู่บ้าน ส.ท. ส.อบต. กรรมการชุมชน ส่วนประชาชนทั่วไปอาจฟังบ้างแต่ไม่ใช่กลุ่มบุคคลที่เป็นตัวหลักในการเปลี่ยนแปลงชุมชนหรือแก้ปัญหา จึงไม่ค่อยสนใจเท่าที่ควร<sup>๑๓๗</sup> การรับสารจากสื่อสังคมออนไลน์ หรือโซเชียลมีเดีย ทำให้ประชาชนตื่นตัวและให้ความสนใจเป็นอย่างมากเพราะเป็นสื่อใหม่ที่สามารถติดต่อกันได้อย่างสะดวกอาจเรียกได้ว่าสามารถติดต่อกันทุกที่ทุกเวลาทำให้สามารถติดต่อสื่อสารกันได้สะดวก เมื่อผู้บริหารท้องถิ่นส่งข่าวสารไปยังประชาชน ประชาชนจะ

<sup>๑๓๔</sup> สัมภาษณ์ คณะผู้บริหารคนหนึ่งขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น, วันที่ ๑๗ ตุลาคม ๒๕๖๕.

<sup>๑๓๖</sup> สัมภาษณ์ คณะผู้บริหารคนหนึ่งขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น, วันที่ ๑๐ ตุลาคม ๒๕๖๕.

<sup>๑๓๗</sup> สัมภาษณ์ คณะผู้บริหารคนหนึ่งขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น, วันที่ ๑๐ ตุลาคม ๒๕๖๕.

ตอบกลับทันที อีกทั้งประชาชนจะส่งข่าวสารนั้นต่อไปยังกลุ่มคนอื่นอีกมากมายทั้งที่ผู้บริหารรู้จักและไม่รู้จักก็ตาม เชื่อมโยงเป็นเครือข่าย เครือข่ายต่อเครือข่ายทำให้เกิดการไหลบ่าของข่าวสารอย่างรวดเร็วทำให้เกิดการทำงานพัฒนาท้องถิ่นเป็นทีมได้นั่นเอง<sup>๑๓๘</sup>

ในกระบวนการสื่อสารในงานวิจัยนี้คณะผู้บริหารท้องถิ่นถือว่าเป็นผู้เริ่มต้นในกระบวนการของการสื่อสาร ซึ่งเมื่อพิจารณาจากการสัมภาษณ์คณะผู้บริหารท้องถิ่นทำให้พบว่า การสื่อสารยังมีองค์ประกอบอื่นที่จะทำให้ประสบผลสำเร็จหรือล้มเหลวได้นั่นคือ ๑) บริบทของการสื่อสารหรือสิ่งแวดล้อมของการสื่อสารในพื้นที่นั้น ๆ ๒) สิ่งรบกวนการสื่อสาร ๓) ปฏิกริยาตอบกลับ ๔) ผลของการสื่อสาร ๕) จริยธรรมในการสื่อสาร

## ๒) ลักษณะการสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

๒.๑) เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการสื่อสาร คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้เล็งเห็นความสำคัญของการสื่อสารให้ประสบผลสำเร็จเป็นอย่างมาก จึงเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้าร่วมในการวางแผน และผลิตเนื้อหาของสื่อ เพื่อให้เกิดความถูกต้องและชัดเจนในการสื่อสารเรื่องนั้น ๆ เมื่อพิจารณาจากการสัมภาษณ์ทำให้ทราบว่า คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้ให้ประชาชนได้เข้าร่วมในการสื่อสารใน ๓ ลักษณะ คือ (๑) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้บริโภค คือ การที่ประชาชนมีโอกาสใช้สื่อในฐานะผู้รับสาร โดยสามารถที่จะเลือกบริโภคสื่อได้จากรูปแบบของรายการที่หลากหลายและมีช่องทางในการสะท้อนปฏิกริยาของตนสู่การผลิต (๒) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ผลิต คือ การที่ประชาชนมีโอกาสเข้าร่วมในเชิงกระบวนการผลิต เช่น การเข้าร่วมเป็นแขกรับเชิญในรายการวิทยุ การเข้าร่วมเป็นแหล่งข่าว การมีส่วนร่วมในการเลือกประเด็นเพื่อนำเสนอข้อมูล (๓) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้บริหารสื่อ คือ การที่ประชาชนมีส่วนร่วมเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจต่าง ๆ ในองค์กรสื่อ เช่น การกำหนดเนื้อหา และรูปแบบที่เหมาะสม การกำหนดช่วงเวลา การวางระบบบริหารงาน ระบบงบประมาณ การมีส่วนร่วมในการพัฒนาแผนงานและนโยบายต่าง ๆ การให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการสื่อสารเป็นกระบวนการสื่อสารแบบสองทางในลักษณะของการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร โดยทุกฝ่ายสามารถสลับบทบาทเป็นผู้ส่งสาร และผู้รับสาร หรืออาจเรียกได้ว่าเป็นคู่สื่อสาร ในหลากหลายรูปแบบ ที่สำคัญคือต้องมีความเคารพความคิดเห็นของกันและกัน ให้ความเท่าเทียมกัน เพื่อนำข้อสรุปจากการสนทนาไปสู่การตัดสินใจในการหาแนวทางในการทำงานร่วมกัน<sup>๑๓๙</sup> การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนในท้องถิ่นได้แสดงออกทางความคิด อีกทั้งได้ร่วมฟังความคิดเห็นของผู้อื่น จะเป็นการฝึกให้ประชาชนรู้จักเคารพสิทธิเสรีภาพของกันและกัน ประชาชนจะเข้าใจได้มากขึ้นว่าการสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นไม่ใช่หน้าที่ของ

<sup>๑๓๘</sup> สัมภาษณ์ คณะผู้บริหารคนหนึ่งขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น, วันที่ ๑๐ ตุลาคม ๒๕๖๕.

<sup>๑๓๙</sup> สัมภาษณ์ คณะผู้บริหารคนหนึ่งขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น, วันที่ ๑๐ ตุลาคม ๒๕๖๕.

เจ้าหน้าที่ของรัฐฝ่ายเดียว แต่เป็นหน้าที่ของคนทุกคนที่อยู่ในชุมชนท้องถิ่นที่จะต้องดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายร่วมกัน ในลักษณะที่ว่า ร่วมคิด ร่วมฟัง ร่วมแก้ปัญหาคือพยายามให้ประชาชนได้เข้าถึงข้อมูลและร่วมกันแบ่งปันข้อมูลหรือกระจายข้อมูลให้มากที่สุด<sup>๑๔๐</sup>

**๒.๒) มีการสร้างสื่อในชุมชน** คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้ความสำคัญกับการผลิตสื่อในชุมชน คือการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้ค้นหาสิ่งที่จะนำมาผลิตเป็นสื่อเพื่อใช้ในการสื่อสารในชุมชน โดยเน้นให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการจัดทำสื่อโดยไม่ให้ถูกครอบงำจากหน่วยงานภายนอก เน้นให้แต่ละชุมชนรักษา อัตลักษณ์ของตนเอง ไม่ให้ลืมนชุมชน เช่น มีการนำวัสดุอุปกรณ์เครื่องจักรสานที่ใช้ในครัวเรือนมาเป็นคำขวัญของเทศบาล ไม่ว่าจะเป็นตะกร้าไม้ไผ่ ไซ้ไม้ไผ่ (ไซ คืออุปกรณ์ชนิดหนึ่งสำหรับดักจับสัตว์น้ำ) ดังคำขวัญของเทศบาลแห่งหนึ่งที่ว่า “น้ำเงินไหลผ่าน เมืองอู่ข้าว อู่น้ำ ตะกร้าใหญ่ ไซงาม กุดน้ำใส ผ้าไหมสวย รวยจักสาน การเกษตรพอเพียง” ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการผลิตคิดค้นสื่อท้องถิ่นเผยแพร่ให้ชุมชนภายนอกได้ทราบอัตลักษณ์ของตนเองอย่างแท้จริง

**๒.๓) ทำการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม** คือ มีการสื่อสารร่วมกันระหว่างคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พนักงานองค์กรปกครองท้องถิ่น และประชาชน โดยพบว่า คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นใช้สื่อบุคคลเป็นหลักคือคณะผู้บริหารและพนักงานองค์กรปกครองท้องถิ่น ได้เข้าไปในพื้นที่หมู่บ้านหรือชุมชนเพื่อรับฟังปัญหาจากชุมชนผ่านการประชาคมหมู่บ้าน แล้วนำเอาปัญหานั้นมาจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น จัดทำนโยบาย แผนงานหรือโครงการเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาชุมชนมีการจัดลำดับความสำคัญของปัญหาแล้วเสนอต่อสภาเพื่อขอความเห็นชอบจากสภา<sup>๑๔๑</sup> จากนั้นคณะผู้บริหารมอบหมายให้พนักงานองค์กรปกครองท้องถิ่นทำการสื่อสารให้ประชาชนรับทราบ ซึ่งพบว่าเจ้าหน้าที่ได้ดำเนินการ<sup>๑๔๒</sup> ดังนี้ ๑) เผยแพร่ข้อมูลโดยอาศัยช่องทางที่ประชาชนสามารถเข้าถึงได้อย่างรวดเร็ว คือ เว็บไซต์ของหน่วยงาน มีการเผยแพร่แผนงบประมาณประจำปี ผลงานหรือผลการดำเนินงานในรอบปีงบประมาณ ๒) เผยแพร่ข้อมูลทางหอกระจายข่าว ด้วยการประกาศเสียงตามสายของหมู่บ้าน ๓) ถ่ายเอกสารสำคัญแจกให้กับผู้นำหมู่บ้าน ผู้ชุมชนเพื่อนำไปประชาสัมพันธ์ต่อช่วยทำให้ประชาชนมีความเข้าใจ คล้อยตาม เห็นประโยชน์ที่เกิดขึ้นแก่ชุมชน ส่งผลให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างรวดเร็วมีประสิทธิภาพ ๔) มีการนัดประชุมชาวบ้านเพื่อเผยแพร่ข้อมูล ตลอดถึงรับฟังข้อคิดเห็นของประชาชนแล้วนำข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์มาพัฒนาปรับปรุงระบบการทำงาน ๕) ติดตั้งกล่องแสดงความคิดเห็นรับข้อร้องเรียนในหน่วยงาน โดยให้ประชาชนส่งความคิดเห็นได้ตลอดเวลา อีกทั้งมีการมอบหมายงานให้เจ้าหน้าที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้แสดงบทบาทหน้าที่ในการสื่อสารกับประชาชนในหลากหลายช่องทางเพื่อให้ประชาชนมีโอกาส

<sup>๑๔๐</sup> สัมภาษณ์ คณะผู้บริหารคนหนึ่งขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น, วันที่ ๑๐ ตุลาคม ๒๕๖๕.

<sup>๑๔๑</sup> สัมภาษณ์ คณะผู้บริหารคนหนึ่งขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น, วันที่ ๑๗ ตุลาคม ๒๕๖๕.

<sup>๑๔๒</sup> สัมภาษณ์ คณะผู้บริหารคนหนึ่งขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น, วันที่ ๖ ตุลาคม ๒๕๖๕.

แสดงความคิดเห็นเพื่อนำข้อคิดเห็นนั้นเข้าที่ประชุมพิจารณาและนำไปสู่การพัฒนาปรับปรุงระบบการทำงานให้ดีขึ้น

เมื่อพิจารณาการสื่อสารดังกล่าวทำให้เห็นว่าการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นกลไกและเครื่องมือที่จะสร้างการเปลี่ยนแปลงและเพิ่มความสามารถทางการสื่อสารให้กับบุคคล กลุ่มบุคคล เพราะการมีส่วนร่วมเป็นเรื่องการจัดการด้วยตนเองของประชาชนในการดำเนินงานโครงการพัฒนา การร่วมคิด การตัดสินใจแก้ปัญหาของตนเองภายใต้หลักการทำงานบนความร่วมมือ การยินยอม หรือการทำงานเพื่อชุมชนด้วยความสมัครใจ การเรียนรู้ร่วมกัน และการลงมือปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของคนในชุมชน

**๒.๔) มีการสื่อสารตามนโยบาย** คือ การสื่อสารจำเป็นต้องหาข้อมูลข่าวสารให้รวดเร็วกว่าในอดีตเพื่อประกอบการแก้ไขปัญหาได้ทันเวลาที่และเพื่อใช้ในการตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ เส้นทางของการสื่อสารในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดขอนแก่น พบว่า มีการสื่อสารตามนโยบาย ดังนี้

**๒.๔.๑) การสื่อสารจากบนลงล่าง** การสื่อสารลักษณะนี้จะเป็นไปตามสายการบังคับบัญชา เช่น จากท้องถิ่นจังหวัดลงมาที่นายอำเภอ จากนายอำเภอลงมาที่นายกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นลงมาที่ปลัด ลงมาที่ผู้อำนวยการ ลงมาที่หัวหน้าส่วน หัวหน้างาน ลงมาถึงพนักงาน และประชาชน ลดหลั่นกัน ตามอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ และสิ่งที่ผู้บริหารควรพิจารณาในการสื่อสารแบบนี้คือข้อมูลข่าวสารอะไรที่ควรส่งจากผู้บริหารลงมาถึงพนักงาน และการส่งข้อมูลข่าวสารควรกระทำอย่างไรจึงจะเกิดประสิทธิภาพสูงสุด ทั้งนี้เพื่อเป็นการให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ โดยเน้นการสื่อสารจากผู้บังคับบัญชาลงมาถึงผู้ปฏิบัติงานในรูปแบบหนังสือราชการตามสายบังคับบัญชา การติดต่อสื่อสารจากบนลงล่างเป็นการติดต่อจากผู้บังคับบัญชาไปยังผู้ใต้บังคับบัญชา เป็นลักษณะของการสั่งงาน บอกเป้าหมายวัตถุประสงค์ การมอบหมายงาน การให้ข้อมูลย้อนกลับในการทำงาน รวมทั้งการประชุมก็เป็นวาระที่ติดต่อกันได้ ในปัจจุบันการติดต่อจากบนลงล่างที่ผู้บริหารนิยมใช้มากคือ การประชุมงาน ตลอดจนพยายามให้บุคลากรเห็นความสัมพันธ์ว่างานของเขามีความสำคัญและมีผลต่อแผนงานโครงการของหน่วยงานอย่างไรบ้าง เพื่อจะได้ช่วยกันสร้างสรรค์ผลงานให้สูงขึ้น<sup>๑๔๓</sup>

**๒.๔.๒) การสื่อสารจากล่างขึ้นบน** การสื่อสารลักษณะนี้มีความสำคัญต่อการพัฒนาท้องถิ่นเป็นอย่างมาก เพราะประชาชนซึ่งถือว่าอยู่ด้านล่างนั้นสามารถให้ข้อมูลที่มีคุณค่าต่อการตัดสินใจของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและให้ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นบริหารกิจกรรมต่าง ๆ ในหน่วยงานได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ทำให้ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรู้ว่าเมื่อไรที่พนักงานหรือประชาชนพร้อมที่จะรับข้อมูลข่าวสาร และยอมรับสิ่งที่ฝ่ายบริหารได้บอกกล่าว ทำให้รู้ว่าประชาชนเข้าใจความหมายของข้อมูลข่าวสารได้มากน้อยเพียงใด ประชาชนจะรู้สึกชื่นชมเมื่อมีโอกาสถามคำถามและให้ข้อเสนอแนะทางการดำเนินงานของหน่วยงานอันจะช่วยให้แก้ปัญหาการทำงานของเขาได้ การติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน เป็นการสื่อสารจากประชาชนไปยังผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น การขอคำแนะนำปัญหา การรายงานผลการปฏิบัติงานต่อผู้บังคับบัญชา การสื่อสารรูปแบบนี้

<sup>๑๔๓</sup> สัมภาษณ์ คณะผู้บริหารคนหนึ่งขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น, วันที่ ๑๐ ตุลาคม ๒๕๖๕.

ส่วนใหญ่จะเป็นการพูดคุยกันต่อหน้า การติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบนจะทำให้ผู้บริหารได้ข้อมูลย้อนกลับจากการทำงาน เช่น ปัญหาจากการปฏิบัติงาน ซึ่งผู้บริหารจะได้ใช้ข้อมูลเหล่านี้เป็นฐานในการกำหนดเป้าหมาย นโยบาย และทิศทางขององค์กร ทำให้ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้รับทราบปัญหาอุปสรรคจากบนลงล่าง ทำให้ประชาชน ลดความกดดันได้ เพราะได้โอกาสสื่อสารให้ผู้บริหารได้รับทราบข้อมูลและปัญหา อีกทั้งการสื่อสารแบบนี้จะทำให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมและมีความผูกพันกับคณะผู้บริหารมากขึ้น<sup>๑๔๔</sup>

**๒.๔.๓) การสื่อสารตามแนวนอน** ประกอบด้วย การให้ข้อมูลข่าวสารระหว่างประชาชนในหมู่บ้านหรือชุมชนเดียวกันซึ่งอยู่ในระดับอำนาจหน้าที่เดียวกันและมีผู้บังคับบัญชาคนเดียวกัน วิธีการสื่อสารในแนวนอนได้กระทำดังนี้ การประชุม การแลกเปลี่ยนความเห็นกัน การคุยกันทางโทรศัพท์ บันทึกข้อความ กิจกรรมทางสังคม วงจรการควบคุมคุณภาพงาน การสื่อสารในแนวนอน จึงเป็นการสื่อสารระหว่างคนระดับเดียวกัน กลุ่มงานเดียวกัน เช่นการปรึกษาหารือในการแก้ไขปัญหาาร่วมกันระหว่างปฏิบัติงาน แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ซึ่งจะก่อให้เกิดความร่วมมือในการทำงานที่ดีขึ้น มีทางเลือกการทำงานที่มากขึ้น<sup>๑๔๕</sup>

**๓) ประเภทของสื่อที่ใช้ในการพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น**

**๓.๑) สื่อมวลชน** คือสื่อกลางหรือช่องทางการสื่อสารที่ทำหน้าที่การส่งสารไปยังมวลชนหรือผู้รับสารที่มีเป็นจำนวนมาก ซึ่งสื่อมวลชนถือว่ามีบทบาทในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นพอสมควร เพราะสื่อมวลชนเป็นตัวการสำคัญที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากสังคมดั้งเดิมเป็นอีกสังคมหนึ่งที่มีการตื่นตัวรับรู้วัฒนธรรมใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น โดยที่สื่อมวลชนได้แสดงบทบาทในหลายลักษณะคือ

**(๑) การให้ข่าวสาร** สื่อมวลชนได้นำข่าวสารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไปเผยแพร่ในหลากหลายรูปแบบไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ เพชชุก์ ไลน์ ทำให้ประชาชนที่อยู่ต่างถิ่นกันก็สามารถรับรู้ได้ เพราะสื่อมวลชนสามารถนำเสนอเรื่องราวในท้องถิ่นที่นำไปสู่การพัฒนาได้ ทำให้ข่าวสารต่าง ๆ กลายเป็นจุดสนใจในวงกว้างด้วยการพูดคุย สนทนากันในชีวิตประจำวันของกลุ่มที่สนใจ

**(๒) การจูงใจ** สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อคนอื่นในการสื่อสาร เป็นแหล่งข่าวสารสำหรับการสื่อสาร สามารถสร้างชื่อเสียงและสถานภาพทางสังคมให้แก่บุคคลได้ เพราะเมื่อประชาชนสนใจในข่าวสารก็จะเข้าร่วมพัฒนา การเข้าร่วมพัฒนาจะทำให้คนที่สนใจนั้นได้สถานะไปด้วย สื่อมวลชนได้แสวงหาเหตุการณ์ ข้อเท็จจริงที่เชื่อว่าประชาชนจะให้ความสนใจ จากนั้นได้นำมารวบรวม คัดกรอง แล้วรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเผยแพร่ให้ประชาชนทั่วไปได้ทราบ ถือเป็นการเสนอข่าว เป็นการรายงานเหตุการณ์ข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น ส่วนคุณค่าของการเสนอข่าวนั้นขึ้นอยู่กับความถูกต้อง รวดเร็ว มีรายละเอียดพอที่จะสามารถตัดสินใจได้ว่าเป็นจริงหรือไม่อย่างไร

<sup>๑๔๔</sup> สัมภาษณ์ คณะผู้บริหารคนหนึ่งขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น, วันที่ ๑๐ ตุลาคม ๒๕๖๕.

<sup>๑๔๕</sup> สัมภาษณ์ คณะผู้บริหารคนหนึ่งขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอำเภอยางชุมน้อย จังหวัดขอนแก่น, วันที่ ๑๗ ตุลาคม ๒๕๖๕.

เกี่ยวข้องกับตนเองหรือชุมชนที่ตนอยู่อาศัยมากน้อยเพียงไร ถ้าเกี่ยวข้องโดยตรงก็จะให้ความสนใจเป็นพิเศษ เช่น ถ้าสื่อนั้นคือการประกาศจากหอกระจายข่าวก็จะตั้งใจฟังตั้งแต่ต้นจนจบ ถ้าเป็นเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้องโดยตรงก็จะฟังเฉพาะบางประเด็น หรือถ้าเป็นเอกสารก็จะตั้งใจอ่านอย่างละเอียดจนเข้าใจแล้วนำไปประชาสัมพันธ์ให้คนในครอบครัวหรือเพื่อนบ้านรับรู้ด้วยกัน<sup>๑๔๖</sup>

**๓.๒) สื่อบุคคล** สื่อบุคคลมีความสำคัญต่อการพัฒนาสังคมท้องถิ่นอย่างมาก เนื่องจากมีความน่าเชื่อถือสูง เพราะสื่อบุคคลคือคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ทำหน้าที่ในการสื่อสารไปยังประชาชนนั้นเป็นการสื่อสารแบบเผชิญหน้าเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ความรู้สึกนึกคิดต่าง ๆ โดยได้แสดงบทบาทต่อชุมชนคือ (๑) เป็นผู้นำทางด้านความคิด คือคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นถือว่าเป็นผู้มีอิทธิพลต่อความคิดของบุคคลในชุมชนท้องถิ่น เป็นที่ยอมรับของประชาชน (๒) ควบคุมข่าวสาร คือมีการกลั่นกรองข่าวสารที่ได้รับมาจากนโยบายของรัฐหรือจากภายนอกชุมชนนำมาพิจารณาว่าสมควรเผยแพร่ในชุมชนท้องถิ่นของตนหรือไม่ (๓) เป็นผู้ประสานงาน คือคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นตัวแทนที่ได้รับเลือกตั้งเข้าไปบริหารงานตามกฎหมาย จึงถือว่าเป็นผู้ประสานงานระหว่างรัฐกับประชาชน เพื่อให้ข้อมูลที่ได้มาเกิดความกระจ่างชัดและนำไปสู่การพัฒนาให้บรรลุตามเป้าหมาย อีกทั้งยังพบว่าลักษณะที่ทำให้การติดต่อสื่อสารผ่านสื่อบุคคลมีประสิทธิภาพเป็นเพราะ (๑) ติดต่อสื่อสารแบบเผชิญหน้า คือการพบปะพูดคุยกันโดยได้เห็นหน้ากันระหว่างผู้บริหารท้องถิ่นกับประชาชน ลักษณะเช่นนี้จะทำให้เกิดความคุ้นเคยกัน ซึ่งจะสามารถกล้าพูดคุยถึงเนื้อหาสาระที่นำไปสู่การพัฒนาได้อย่างละเอียด ยิ่งแล้วถ้าผู้บริหารท้องถิ่นลงพื้นที่ตลอดก็จะทราบปัญหาอย่างละเอียดประชาชนก็ให้ข้อมูลได้อย่างตรงไปตรงมา (๒) ติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นการพูดคุยกันแบบเป็นกันเอง ไม่ถือตัว อีกทั้งคณะผู้บริหารท้องถิ่นสามารถจัดการเลือกรับสารจากผู้ส่งคือประชาชนได้ โดยที่สามารถหลีกเลี่ยงไม่รับฟังเนื้อหาที่ไม่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานของตนได้ สื่อบุคคลส่งผลต่อการพัฒนาสังคมและท้องถิ่นอย่างมาก เพราะสื่อบุคคลจะทำหน้าที่ถ่ายทอดเรื่องราวของชุมชนไปสู่ภายนอกและมีการนำเรื่องราวของภายนอกเข้าไปสู่ชุมชน ซึ่งจะทำให้เกิดความน่าเชื่อถือได้มากกว่าสื่ออื่นเนื่องจากการสื่อสารโดยตรง เช่น การประชุม การสนทนาพูดคุย การอภิปราย เป็นต้น<sup>๑๔๗</sup> สื่อบุคคลเป็นสื่อที่ทุกคนมีอยู่ในตัวของตัวเองทำให้ไม่สิ้นเปลืองผู้พูดและผู้ฟังได้เห็นหน้าตา บุคลิก น้ำเสียงประกอบการพูดสามารถจูงใจผู้ฟังได้อย่างดี ทำให้ทั้งสองฝ่ายสามารถโต้ตอบกันได้ทันที สามารถปรับเนื้อหาของสารให้เหมาะสมกับสถานการณ์ได้<sup>๑๔๘</sup>

**๓.๓) สื่อพื้นบ้าน** เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีคุณค่าของชุมชน ไม่ว่าจะเป็นการร้องรำ การละเล่น เป็นสื่อที่สะท้อนความคิด ความเชื่อ วิถีชีวิตของท้องถิ่นหรือเป็นการแสดงอัตลักษณ์ของท้องถิ่น

<sup>๑๔๖</sup> สัมภาษณ์ คณะผู้บริหารคนหนึ่งขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น, วันที่ ๑๐ ตุลาคม ๒๕๖๕.

<sup>๑๔๗</sup> สัมภาษณ์ คณะผู้บริหารคนหนึ่งขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอำเภอบ้านแฮด จังหวัดขอนแก่น, วันที่ ๔ ตุลาคม ๒๕๖๕.

<sup>๑๔๘</sup> สัมภาษณ์ คณะผู้บริหารคนหนึ่งขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอำเภอบ้านแฮด จังหวัดขอนแก่น, วันที่ ๔ ตุลาคม ๒๕๖๕.

ให้ปรากฏต่อสาธารณะ สื่อพื้นบ้านจึงเป็นวัฒนธรรมพื้นบ้านที่รื้อฟื้นคุณค่า ความหมายและบทบาทหน้าที่คืนให้กับท้องถิ่น ในจังหวัดขอนแก่นพบสื่อพื้นบ้าน เช่น การขับร้องสรภัญญะ ซึ่งเป็นบทกลอนที่มีทำนองที่เป็นเอกลักษณ์ เนื้อหาของสรภัญญะได้กล่าวถึงการพัฒนาท้องถิ่นให้มีความเจริญ ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาเมืองขอนแก่น การป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของเมืองขอนแก่น เป็นต้น และเพื่อเป็นการอนุรักษ์ ส่งเสริมการขับร้องสรภัญญะให้มีอยู่คู่สังคม สำหรับการขับร้องสรภัญญะจะเกิดขึ้นเมื่อมีงานสำคัญในชุมชนท้องถิ่น เช่น งานทอดเทียนในช่วงเข้าพรรษา ประเพณีทอดเทียนเป็นประเพณีที่พุทธศาสนิกชน ได้ปฏิบัติสืบทอดกันมาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน โดยมีวัตถุประสงค์หลัก เพื่อถวายเทียนแด่พระภิกษุสามเณร ที่จำพรรษาอยู่ในอารามนั้นให้ใช้ได้ เทียนจุดบูชาทำวัตรเช้าเย็น และทำกิจของสงฆ์อื่น ๆ ด้วย แต่ปัจจุบันแม้จะมีไฟฟ้าใช้แล้ว แต่ประเพณีทอดเทียนก็ยังเป็นที่นิยมทำกันอยู่ อาจจะเปลี่ยนแปลงวัตถุประสงค์ไปบ้าง เช่น เพื่อหาเงินสมทบการก่อสร้างถาวรวัตถุ ถาวรสถานในอารามนั้น ๆ และยังเป็นการอนุรักษ์ประเพณีสร้างความสามัคคีในหมู่คณะ เพื่อสืบทอดสิ่งที่สืงามนี้ไว้ ในงานประเพณีทอดเทียนดังกล่าวก็จะมี การประกวดขับร้องสรภัญญะด้วย เพื่อให้ประชาชน เยาวชน นักเรียน นักศึกษาได้ร่วมกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ ตามวิถีทางของพุทธศาสนา ในขณะที่องค์การบริหารส่วนจังหวัดขอนแก่นได้อนุมัติให้มีการจัดงานประกวดการขับร้องสรภัญญะในงานเทศกาลโหม่นานาชาติ ประเพณีผูกเสี่ยว และงานกาชาด เป็นงานกาชาดประจำจังหวัดขอนแก่น ในช่วงวันที่ ๒๙ พฤศจิกายน - ๑๐ ธันวาคม ของทุกปีอีกด้วย

สื่อพื้นบ้านเหล่านี้นอกจากผู้บริหารท้องถิ่นจะเห็นความสำคัญแล้วยังทำให้ประชาชนเห็นความสำคัญของการพัฒนาท้องถิ่นผ่านสื่อพื้นบ้านที่มีอัตลักษณ์เป็นของตนเองด้วยเช่นกัน ลักษณะเด่นของสื่อพื้นบ้านในจังหวัดขอนแก่น คือ (๑) เป็นสื่อที่ชาวบ้านคุ้นเคยเข้าใจง่ายเมื่อมีการสื่อสารออกมา (๒) ปรับแต่งเนื้อหาสื่อให้เข้ากับสภาพปัญหาที่พบเพื่อหาทางแก้ไข (๓) ใช้ภาษาถิ่นทำให้เข้าใจได้ง่าย (๔) แสดงออกทางอารมณ์ได้เต็มที่ สื่อพื้นบ้านในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีมานานแล้ว ในส่วนของจังหวัดขอนแก่นนั้นมีความโดดเด่นในเรื่องศิลปวัฒนธรรมตามคำขวัญของจังหวัดที่คำว่า...เสียงแคน..ดอกคูณ..ศูนย์รวมผ้าไหม..ร่วมใจผูกเสี่ยว... ฯลฯ นั่นคือ ขอนแก่นมีเอกลักษณ์อย่างหนึ่งที่รู้กันคือเป็นเมืองหมอแคน จนมีการเมืองในอดีตคนหนึ่งได้ใช้แคนเป็นสัญลักษณ์ประจำตัว เวลาออกไปพบปะกับชาวบ้านก็จะเป่าแคนก่อนและหลังการพูด ทำให้ดึงดูดชาวบ้านให้ตั้งใจฟัง นอกจากนั้นเมื่อมีการแต่งกลอนลำเวลาจะขับร้องก็จะมีเครื่องดนตรีก็คือ แคน เท่านั้นใช้เป่าให้เป็นทำนองก็จะเกิดความเพลิดเพลิน สนุกสนาน อีกทั้งได้แทรกเนื้อหาสาระเกี่ยวกับการพัฒนาท้องถิ่นเข้าไปด้วยยิ่งทำให้น่าสนใจ ทำให้ชาวบ้านไม่ลืมศิลปวัฒนธรรมของตนเอง<sup>๑๔๙</sup>

**๓.๔) สื่อดิจิทัล** เป็นสื่อใหม่ที่เข้ามามีบทบาทในการสื่อสารยุคปัจจุบันทั้งนี้เพราะมีการพัฒนาด้านเทคโนโลยีการสื่อสารส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการติดต่อสื่อสารอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลผ่านสื่อที่หลากหลาย เช่น โทรศัพท์ วิทยุ โทรทัศน์ และสื่อออนไลน์หรือสื่อดิจิทัล

<sup>๑๔๙</sup> สัมภาษณ์ คณะผู้บริหารคนหนึ่งขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอำเภอบ้านแฮด จังหวัดขอนแก่น, วันที่ ๔ ตุลาคม ๒๕๖๕.

โดยเฉพาะสื่อดิจิทัลกลายเป็นสื่อที่ประชาชนให้ความสนใจค่อนข้างมากเพราะเป็นสื่อใหม่ทำให้ติดต่อสื่อสารกันได้อย่างรวดเร็ว ผู้ส่งสารและผู้รับสารทำหน้าที่ส่งสารและรับสารได้พร้อมกันเป็นการสื่อสารสองทาง และสื่อดิจิทัลยังทำหน้าที่ส่งสารได้หลายอย่าง คือ ภาพ เสียง และข้อความไปพร้อมกันผ่านทางระบบเครือข่ายและมีศักยภาพเป็นสื่อประสม ส่งผลให้ช่องทางการสื่อสารในยุคปัจจุบันเข้ามามีบทบาทต่อการพัฒนาสังคมและชุมชนท้องถิ่นมากขึ้นด้วย ปัจจุบันการสื่อสารเพื่อการพัฒนาสังคมและชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีบทบาทต่อการพัฒนาพื้นที่ทำให้เห็นเป็นรูปธรรม คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและประชาชนจึงให้ความสนใจมากขึ้น ประเภทของสื่อดิจิทัลที่ใช้เพื่อการพัฒนาประกอบด้วย

**๓.๔.๑) เว็บไซต์** คือแหล่งเก็บรวบรวมข้อมูลเอกสารและสื่อประสม เช่น ภาพ เสียง ข้อความ เป็นต้น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกแห่งก็จะมีเว็บไซต์เป็นของตนเองเพื่อให้บริการสืบค้นข้อมูลของหน่วยงาน ตลอดจนการประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสาร ซึ่งเว็บไซต์โดยส่วนใหญ่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีข้อมูลหลัก ดังนี้

(๑) ข้อมูลพื้นฐานของหน่วยงาน ประกอบด้วย

(๑.๑) สภาพทั่วไปและข้อมูลพื้นฐาน

(๑.๒) โครงสร้างหน่วยงาน

(๑.๓) อำนาจหน้าที่ของ องค์กรบริหารส่วนตำบล เทศบาล องค์กรบริหารส่วนจังหวัด

(๑.๔) ผลิตภัณฑ์ชุมชน

(๑.๕) สถานที่สำคัญและแหล่งท่องเที่ยว

(๒) ข้อมูลฝ่ายบริหาร ประกอบด้วย

(๒.๑) คณะผู้บริหาร

(๒.๒) วิสัยทัศน์และพันธกิจ

(๒.๓) นโยบายผู้บริหาร

(๓) ข้อมูลฝ่ายสภา

(๓.๑) สมาชิกสภาองค์กรบริหารส่วนตำบล เทศบาล องค์กรบริหารส่วนจังหวัด

(๓.๒) รายงานการประชุมสภา

(๓.๓) รายงานกิจการสภา

(๔) ข้อมูลบุคลากรส่วนราชการ

(๔.๑) หัวหน้าส่วนราชการ

(๔.๒) สำนักปลัด

(๔.๓) กองคลัง

(๔.๔) กองช่าง

(๔.๕) กองการศึกษา

(๔.๖) กองสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม

(๔.๗) หน่วยตรวจสอบภายใน ฯลฯ



นอกจากนี้ยังมีข้อมูลเกี่ยวกับข่าวประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมกิจกรรมในการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน แหล่งท่องเที่ยวของชุมชน ช่องทางร้องเรียนร้องทุกข์ เป็นต้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่างในการจัดทำเว็บไซต์ของแต่ละแห่งซึ่งไม่มีการกำหนดเกณฑ์ที่ตายตัว ฉะนั้นองค์กรปกครองท้องถิ่นแต่ละแห่งจึงได้จัดทำเว็บไซต์ของหน่วยงานซึ่งอาจมีข้อมูลที่ไม่เหมือนกันแต่มีเมนูข้อมูลหลักสำหรับสืบค้นที่ใกล้เคียงกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับกรอบแบบให้สวยงามให้เข้ากับสภาพบริบทของพื้นที่ทางภูมิศาสตร์แต่ละแห่ง เว็บไซต์มีความสำคัญต่อชีวิตประจำวันของเราเป็นอย่างมาก เว็บไซต์เป็นแหล่งสารสนเทศที่สำคัญสำหรับทุกคน เพราะสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นการสืบค้นข้อมูล การติดต่อสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ข่าว การโฆษณาต่าง ๆ เว็บไซต์ได้ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดี สร้างความทันสมัย ความน่าเชื่อถือให้กับองค์กรปกครองท้องถิ่น ช่วยเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร บริการต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย<sup>๑๕๐</sup>

**๓.๔.๒) เฟซบุ๊ก** คือเว็บไซต์ที่ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ต ผู้ก่อตั้งคือ มาร์ก ซัคเคอร์เบิร์ก เฟซบุ๊กอนุญาตให้ใครก็ได้เข้าสมัครลงทะเบียนกับ เฟซบุ๊ก ผู้ที่เป็นสมาชิกของเฟซบุ๊กสามารถสร้างพื้นที่ส่วนตัวสำหรับแนะนำตัวเอง แนะนำหน่วยงาน ติดต่อกับเพื่อนในรูปแบบข้อความ ภาพ เสียง และวิดีโอ ซึ่งหนึ่งบัญชีเฟซบุ๊กสามารถมีเพื่อนได้จำนวน ๕,๐๐๐ บัญชีโดยผู้ใช้สามารถเลือกที่จะสมัครเป็นเพื่อนทางเฟซบุ๊กกับคนอื่นและเลือกที่จะไม่รับเป็นเพื่อนของคนอื่นก็ได้ ซึ่งจากการสำรวจองค์กรปกครองท้องถิ่นแต่ละแห่งในจังหวัดขอนแก่นพบว่ามี เฟซบุ๊กทุกแห่ง ลักษณะการใช้เฟซบุ๊กจะมี ๓ แบบคือ (๑) การโพสต์ เรื่องที่โพสต์ส่วนใหญ่จะเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์กิจกรรมของหน่วยงาน เช่น บุญประเพณี ฮีต ๑๒ เดือน กิจกรรมวันสำคัญของชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ เป็นต้น (๒) การแบ่งปัน เป็นการนำข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์มาประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนในท้องถิ่นได้รับรู้ (๓) การแสดงความคิดเห็น ซึ่งสามารถโต้ตอบกันได้และนำไปสู่การนำความคิดเห็นไปปรับปรุงแก้ไข การใช้เฟซบุ๊กได้รับความนิยมอย่างมาก ส่วนใหญ่ส่วนราชการจะใช้เป็นแหล่งจัดการความรู้พื้นฐาน ใช้ประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่เกิดขึ้นในหน่วยงาน ซึ่งเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นจริง จึงเป็นอีกหนึ่งช่องทางของการสื่อสารที่มีความน่าเชื่อถือ ถึงแม้จะเสียเวลาในการคัดกรอง ออกแบบภาพลักษณ์ให้สวยงามถึงจะโพสต์ได้ แต่ก็ถือว่าทุกขั้นตอนเป็นไปตามระเบียบ กฎหมาย จะโพสต์ตามใจชอบเหมือนกับ เฟซบุ๊กส่วนตัวไม่ได้ เมื่อโพสต์แล้วความรับผิดชอบทั้งหมดตกเป็นของหน่วยงาน<sup>๑๕๑</sup>

**๓.๔.๓) ไลน์** คือแอปพลิเคชันสำหรับการสนทนาบนอุปกรณ์การสื่อสารหลายรูปแบบคือ สมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต ผู้ใช้สามารถสื่อสารด้วยการพิมพ์ข้อความจากอุปกรณ์การสื่อสารเครื่องหนึ่งไปยังอีกเครื่องหนึ่ง ไลน์มีคุณสมบัติที่หลากหลายเพื่อรองรับการใช้งานทั้งงานราชการ งานส่วนตัว ในส่วนของกระทรวงมหาดไทยได้มีหนังสือแจ้งเวียนถึงอธิบดีกรมการปกครองท้องถิ่น ลงวันที่ ๖ ธันวาคม

<sup>๑๕๐</sup> สนทนากลุ่ม คณะผู้บริหารคนหนึ่งขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอำเภอบ้านกระนวน จังหวัดขอนแก่น, วันที่ ๕ ตุลาคม ๒๕๖๕.

<sup>๑๕๑</sup> สนทนากลุ่ม คณะผู้บริหารคนหนึ่งขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น, วันที่ ๑๐ ตุลาคม ๒๕๖๕.

๒๕๖๑ ซึ่งเนื้อหาในหนังสือดังกล่าวเป็นการแจ้งเพื่อให้การปฏิบัติการสื่อสารของกระทรวงมหาดไทยในการสร้างการรับรู้ให้กับประชาชน สรุปความได้ว่า (๑) เน้นย้ำและติดตามให้บุคลากรในสังกัดส่วนกลาง และภูมิภาค รวมทั้งผู้บริหารและข้าราชการท้องถิ่น (นายก อบจ. ปลัด อบจ. นายกเทศมนตรี ปลัดเทศบาล นายก อบต. ปลัด อบต.) เข้าร่วมเป็นสมาชิกในไลน์แอดชื่อ “@มหาดไทย” เพื่อรับข้อมูลข่าวสารที่สำคัญ ทั้งนี้ ขอให้ตอบแบบสำรวจการเข้าร่วมเป็นสมาชิกในไลน์แอด ทั้งสมาชิกเดิมที่ยังไม่ได้ตอบแบบสำรวจ และสมาชิกใหม่ (๒) เน้นย้ำการปฏิบัติโดยให้บุคลากรตามข้อ ๑ นำข้อมูลที่ได้รับจากไลน์แอด ไปสร้างการรับรู้ให้กับประชาชนในพื้นที่ ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น การประชุมทุกระดับ หอกระจายข่าว ไลน์กลุ่มต่าง ๆ เป็นต้น (๓) มอบหมายเจ้าหน้าที่รับผิดชอบด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ดำเนินการประชาสัมพันธ์เชิญชวนบุคลากรในสังกัดกระทรวงมหาดไทย เข้าร่วมเป็นสมาชิกไลน์แอด โดยที่กองสารนิเทศ สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย ได้ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ไลน์แอดไว้ให้ดาวน์โหลดได้ที่ [www.pr.moi.go.th](http://www.pr.moi.go.th)<sup>๑๕๒</sup> จากนโยบายของกระทรวงมหาดไทยดังกล่าวคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้ทำหนังสือแจ้งเวียนถึงข้าราชการทุกส่วนงานให้สมัครเข้าร่วมเป็นสมาชิกของไลน์ @มหาดไทย เพื่อติดตามข่าวสารให้ต่อเนื่อง นอกจากนี้้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นแต่ละแห่งได้ตั้งกลุ่มไลน์ของหน่วยงานตนเองขึ้นมาเพื่อติดต่อประสานงานกันได้อย่างสะดวก และจัดตั้งกลุ่มไลน์ชื่อ ททท. หรือทำทันที เป็นกลุ่มไลน์ที่มีไว้สำหรับให้ประชาชนได้ร้องเรียน ร้องทุกข์ เมื่อองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้รับข้อมูลจากข้อความที่แจ้งเข้ามา ก็จะพิจารณากลับกรอมอบหมายตามสายงานให้แก่ไขปัญหาทันที หรือ ทำทันทีเมื่อทราบปัญหา ฉะนั้นไลน์จึงเป็นช่องทางการติดต่อสื่อสารกันอย่างสะดวกอีกช่องทางหนึ่ง เพราะใช้ติดต่อสื่อสารได้หลากหลายไม่ว่าจะเป็น การพูดคุยกัน การติดต่อกัน ส่งไฟล์งาน ส่งภาพ ส่งคลิปวิดีโอ ทำให้การติดต่อกันระหว่างผู้บริหารท้องถิ่นกับประชาชนสามารถทำได้อย่างรวดเร็ว สามารถแก้ไขปัญหาได้เร็วขึ้นนั่นเอง<sup>๑๕๓</sup>

สรุป สภาพการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น พบว่า ๑) กระบวนการสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย ๑.๑) ผู้ส่งสาร ๑.๒) สาร ๑.๓) ช่องทางการสื่อสาร ๑.๔) ผู้รับสาร ๒) ลักษณะการสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย ๒.๑) เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการสื่อสาร ๒.๒) ผลิตสื่อในท้องถิ่น ๒.๓) สนับสนุนบทบาทของเจ้าหน้าที่หรือนักพัฒนา ๒.๔) มีการสื่อสารตามนโยบาย ๓) ประเภทของสื่อที่ใช้ในการพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย ๓.๑) สื่อมวลชน ๓.๒) สื่อบุคคล ๓.๓) สื่อพื้นบ้าน ๓.๔) สื่อดิจิทัล

<sup>๑๕๒</sup> กระทรวงมหาดไทย, <http://pr.moi.go.th/>.

<sup>๑๕๓</sup> สนทนากลุ่ม คณะผู้บริหารคนหนึ่งขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอำเภอบ้านแฮด จังหวัดขอนแก่น, วันที่ ๔ ตุลาคม ๒๕๖๕.

#### ๔.๑.๒ ปัญหาอุปสรรคการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

ปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารอันเป็นผลจากการทำงานด้านการเมืองของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งพิจารณาถึงอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากองค์ประกอบของการสื่อสาร ปรากฏรายละเอียด ดังนี้

๑) ผู้ส่งสาร (Sender) ได้แก่ คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นซึ่งได้รับการเลือกตั้งจากชาวบ้านในท้องถิ่น ยังมีปัญหาอุปสรรคในการสื่อสารคือ ๑.๑) คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นขาดความรู้ความเข้าใจและข้อมูลเกี่ยวกับสารที่ต้องการจะสื่อ ๑.๒) การสื่อสารในบางเรื่องมีวิธีการถ่ายทอดและการนำเสนอที่ไม่เหมาะสม ๑.๓) มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อการส่งสาร ๑.๔) คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นขาดความพร้อมในการส่งสาร ๑.๕) คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความบกพร่องในการวิเคราะห์ผู้รับสาร ดังที่สิงห์ สิงห์ขจร ได้ศึกษาพบว่า ผู้นำท้องถิ่นต้องมีการวางแผนการสื่อสารทุกกิจกรรมโดยการประชุมกลุ่มเครือข่ายต่าง ๆ เพื่อร่วมกำหนดแผนการสื่อสาร กำหนดทีมผู้ส่งสาร ต้องมีความน่าเชื่อถือ กำหนดสารที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนและใช้ภาษาท้องถิ่น สั้น เข้าใจง่าย ใช้สื่อบุคคลเป็นหลัก และใช้ป้ายเป็นสื่อเสริม เน้นข่าวสารที่เข้าถึงประชาชน กำหนดผู้รับสารโดยการแบ่งกลุ่มผู้รับสารตามพื้นที่<sup>๑๕๔</sup> นั้นหมายความว่าผู้นำท้องถิ่นต้องให้ความสำคัญกับการส่งสารมากเป็นอันดับต้น ๆ ของการทำงานเพราะถ้าหากผู้ส่งสารไม่มีความเข้าใจในสาร อาจทำให้เกิดความผิดพลาดตามมาได้ ผู้บริหารท้องถิ่นควรมีบุคลิกภาพที่ดี เข้าถึงชุมชนได้ง่ายไม่ถือตัว ในเวลาลงพื้นที่ต้องสื่อสารด้วยภาษาที่ง่าย ๆ ไม่สลับซับซ้อน อาจใช้ภาษาถิ่นเป็นหลักก็ได้ เพราะเข้าใจง่าย แต่เวลารายงานด้วยเอกสารถึงใช้ภาษาราชการ ที่สำคัญต้องศึกษาข้อมูลในเรื่องที่จะพูดให้เข้าใจให้ถ่องแท้ไม่คลุมเครือ อีกทั้งต้องเปิดใจรับฟังข้อคิดเห็นของผู้อื่น ไม่แสดงอารมณ์ฉุนเฉียว เกรี้ยวกราด ต้องควบคุมอารมณ์ให้มั่นคง<sup>๑๕๕</sup> ผู้บริหารท้องถิ่นในฐานะผู้ส่งสารบางท่านยังไม่เข้าใจบทบาทหน้าที่ของตนเองที่แท้จริง คือก่อนจะสื่อสารยังไม่ทำความเข้าใจในเนื้อหาสาระให้ชัดเจนก่อนแต่จะอาศัยความรวดเร็วอย่างเดียวบางครั้งจึงทำให้ประชาชนเข้าใจคลาดเคลื่อนและทำให้ไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ รวมถึงวิธีในการถ่ายทอดว่าควรจะทำอย่างไรถึงจะทำให้ประชาชนสนใจที่สุด<sup>๑๕๖</sup>

๒) เนื้อหาของสาร (Message) หมายถึง ความชัดเจนของเนื้อหาที่สื่อสารไปยังชาวบ้านในท้องถิ่น ปรากฏว่า มีชาวบ้านเป็นส่วนน้อยไม่เข้าใจในเนื้อหาสาระ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนโยบายของรัฐบาล แต่

<sup>๑๕๔</sup> สิงห์ สิงห์ขจร สุภาภรณ์ ศรีดี วิทย์ธร ท่อแก้ว กานต์ บุญศิริ, การสื่อสารในการสร้างความนิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น, วารสาร อัล-อิกมะฮฺ มหาวิทยาลัยฟาฏอนี, ปีที่ ๙ ฉบับที่ ๑๘ (กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๖๒), หน้า ๒๐๕.

<sup>๑๕๕</sup> สทนทากลุ่ม คณะผู้บริหารคนหนึ่งขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น, วันที่ ๒๐ ตุลาคม ๒๕๖๕.

<sup>๑๕๖</sup> สทนทากลุ่ม คณะผู้บริหารคนหนึ่งขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น, วันที่ ๒๐ ตุลาคม ๒๕๖๕.

ชาวบ้านมีความเข้าใจมากขึ้นจากการพบปะกับคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นการส่วนตัว เช่น งานแต่งงาน งานบวช งานศพ เป็นต้น โดยสามารถรวบรวมปัญหาได้คือ ๒.๑) สารไม่เหมาะสมกับผู้รับสาร อาจยากหรือง่ายเกินไป ๒.๒) สารขาดการจัดลำดับที่ดี สลับซับซ้อน ๒.๓) สารมีรูปแบบแปลกใหม่ยากต่อความเข้าใจ ๒.๔) สารที่ใช้ภาษาคลุมเครือ ขาดความชัดเจน ดังที่รุจิรา จิตต์ตั้งตรง ได้วิจัยพบว่า กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อพัฒนาแบบมีส่วนร่วม แบ่งได้เป็น ๑) กลยุทธ์สร้างสาร ๒) กลยุทธ์การใช้สื่อ ๓) กลยุทธ์นำเสนอสาร<sup>๑๕๗</sup> นั้นหมายความว่า การที่จะทำการพัฒนาท้องถิ่นให้ประสบความสำเร็จนั้นถึงแม้ผู้ส่งสารจะมีความสามารถเพียงใดก็ตาม สิ่งที่จะต้องทำการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นก็คือเนื้อหาของสารซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่จะถ่ายทอดออกไปให้ประชาชนได้รับรู้ถึงเรื่องราว นั้น ๆ ฉะนั้น จึงต้องมีกลยุทธ์ในการสร้างสาร และรู้จักนำเสนอสารให้ดีขึ้นเอง ในการสื่อสารผู้บริหารท้องถิ่นอาจยังมีความไม่เข้าใจในเนื้อหาของเรื่องบางเรื่อง ยังไม่มีการคัดกรองให้ละเอียดโดยไม่ได้ลำดับถึงความง่ายของสาร แต่ได้เอาไปประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรับทราบ ลักษณะดังกล่าวทำให้เกิดความสับสนระหว่างความจริงกับความเท็จได้<sup>๑๕๘</sup> ดังที่ผู้บริหารท่านหนึ่งกล่าวว่า ผู้บริหารท้องถิ่นอาจไม่มีองค์ความรู้ อีกทั้งไม่มีประสบการณ์ที่จะถ่ายทอดเนื้อหาสารไปยังผู้รับสารหรือประชาชน อาจไม่มีความพร้อมที่จะถ่ายทอดเนื้อหาสารให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน จึงทำให้การสื่อสารล้มเหลว<sup>๑๕๙</sup>

**๓) ช่องทางการสื่อสาร (Channel)** เมื่อพิจารณาถึงอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการเลือกใช้สื่อให้มีความเหมาะสม ปรากฏว่าอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากปัญหาดังกล่าวยังมีอยู่ เนื่องจากคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไม่มีความเข้าใจในคุณลักษณะของประชาชนในท้องถิ่นนั้นและช่องทางการสื่อสารที่จะสื่อสารกับชาวบ้านก็เป็นวิธีเก่าที่ได้นิยมปฏิบัติกันมาในท้องถิ่นนั้น เช่น การพูดคุยในงานต่าง ๆ การสื่อสารผ่านหอกระจายข่าว วิทยุชุมชน แผ่นพับ และใบปลิว เป็นต้น ส่วนโทรศัพท์ ถึงแม้จะเป็นอุปกรณ์สำคัญในการติดต่อสื่อสาร แต่ยังมีปัญหาเกี่ยวกับคลื่นสัญญาณที่ไม่ดีในเวลาบางพื้นที่ เมื่อพิจารณาเชิงลึกพบว่า ๓.๑) การใช้ช่องทางสื่อสารไม่เหมาะสมกับสารที่ต้องการนำเสนอ เช่น เมื่อมีเหตุด่วน เหตุร้ายที่เกิดขึ้นในชุมชนควรใช้หอกระจายเพื่อประกาศให้รับทราบทันที ไม่ควรแจ้งในไลน์กลุ่มอย่างเดียวเพราะบางคนเปิดอ่านช้ากว่าจะทราบข่าวก็ทำให้ผ่านเหตุการณ์สำคัญนั้นไป ๓.๒) การใช้ช่องทางสื่อสารไม่มีประสิทธิภาพ เช่น ชุมชนมีช่องทางสื่อสารสำหรับร้องเรียน ร้องทุกข์คือไลน์กลุ่ม แทนที่จะเอาไว้ติดต่องานอย่างเดียวแต่กลับส่งข้อมูลไม่เกี่ยวข้องลงไปไลน์กลุ่ม สอดคล้องกับการวิจัยของกุลฤดี นุ่มทอง ที่ศึกษาพบว่า อุปสรรคในการสื่อสารของคนในชุมชนคือ ปัญหาการสื่อสารที่ไม่เข้าใจ ขาดช่องทางการสื่อสาร และ

<sup>๑๕๗</sup> รุจิรา จิตต์ตั้งตรง, “กลยุทธ์สื่อบุคคลเพื่อสร้างเครือข่ายการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาเกษตรอินทรีย์”, วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต นิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์), ๒๕๕๗, บทคัดย่อ.

<sup>๑๕๘</sup> สทนากลุ่ม คณะผู้บริหารคนหนึ่งขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น, วันที่ ๒๐ ตุลาคม ๒๕๖๕.

<sup>๑๕๙</sup> สทนากลุ่ม คณะผู้บริหารคนหนึ่งขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอำเภอกระนวน จังหวัดขอนแก่น, วันที่ ๒๐ ตุลาคม ๒๕๖๕.

คนในชุมชนขาดการมีส่วนร่วมในการสื่อสาร<sup>๑๖๐</sup> ผู้บริหารอาจใช้ช่องทางการสื่อสารที่ไม่เหมาะสมในบางเรื่อง เช่น การระดมทุนเพื่อทำบุญกฐินใช้การประกาศทางหอกระจายข่าวอย่างเดียว ไม่มีการประชุมเพื่อเตรียมความพร้อมในการเลือกใช้ช่องทางติดต่อสื่อสาร เพื่อสร้างความเข้าใจในวัตถุประสงค์ของการทำบุญก่อน เป็นต้น ลักษณะเช่นนี้การระดมทุนจะไม่ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย ที่สำคัญประชาชนรับรู้เฉพาะคนที่อยู่ใกล้เคียงเท่านั้น ส่วนประชาชนที่อยู่ต่างถิ่นอยากทำบุญกลับไม่ได้รับข้อมูล ทำให้เสียโอกาส ทั้งนี้เพราะเลือกใช้ช่องทางที่ไม่หลากหลาย<sup>๑๖๑</sup>

๔) ผู้รับสาร (Receiver) ได้แก่ ประชาชนในท้องถิ่น ยังพบปัญหาของผู้รับสารอีกคือ ๔.๑) ขาดความรู้ในสารที่จะรับ ๔.๒) ขาดความพร้อมที่จะรับสาร ๔.๓) ผู้รับสารมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อผู้ส่งสาร ๔.๔) ผู้รับสารมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสาร ๔.๕) ผู้รับสารมีความคาดหวังในการสื่อสารสูงเกินไป จากปัญหาดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ อรอนงค์ สวัสดิ์บุรี ที่กล่าวไว้ว่า ปัญหาการสื่อสารเกิดจากความเข้าใจที่ไม่สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ผู้รับสารขาดประสบการณ์ร่วมกันกับผู้ส่งสาร จึงก่อให้เกิดปัญหาด้านการสื่อสารขึ้น<sup>๑๖๒</sup> ประชาชนควรเอาใจใส่ต่อการสื่อสารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในช่องทางที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นทางโทรศัพท์ ทางไลน์ เฟซบุ๊ก เพจเฟซบุ๊ก หอกระจายข่าว กระดานประชาสัมพันธ์ หรือแม้กระทั่งสื่อบุคคล ถ้าไม่เข้าใจควรติดต่อถึงผู้นำชุมชนเพื่อทำความเข้าใจหรือค้นหาคำตอบเพื่อจะให้ทันต่อความเคลื่อนไหวขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อีกทั้งเมื่อได้รับข้อมูลที่เป็นจริงแล้วจะได้ร่วมมือกันในการสื่อสารต่อ ๆ กันจะเป็นประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่น จะเข้าลักษณะการทำงานเป็นทีมที่ดี ทำให้ภาพลักษณ์ของชุมชนดีด้วย<sup>๑๖๓</sup>

จะเห็นได้ว่าอุปสรรคหนึ่งของการทำงานที่ไม่ประสบผลสำเร็จก็คือการสื่อสารนั่นเอง โดยเฉพาะการสื่อสารทางการเมืองด้วยแล้วต้องพิจารณาองค์ประกอบหลายอย่าง ซึ่งเมื่อค้นหาคำตอบปัญหาอุปสรรคของการสื่อสารในภาพรวมของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นพบว่า

๑) มีอคติกับเรื่องส่วนตัวของประชาชน กล่าวคือ ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นบางคนแยกไม่ได้ว่าอันไหนคือเรื่องส่วนตัวเมื่อเกิดความรู้สึกไม่ชอบทัศนคติบางอย่างของคนในชุมชน ทำให้รู้สึกว่าไม่อยากพูดกับคน ๆ นั้นแม้กระทั่งในเวลาทำงานร่วมกันก็ตาม การเลือกที่จะไม่คุยกับคนในชุมชน

<sup>๑๖๐</sup> กุลฤดี นุ่มทอง, “การสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อสร้างความตระหนักรู้สิทธิขั้นพื้นฐานของแรงงานเด็กข้ามชาติในชุมชนจังหวัดสมุทรสาคร”, วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, (คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์), ๒๕๕๗, บทคัดย่อ.

<sup>๑๖๑</sup> สนทนากลุ่ม คณะผู้บริหารคนหนึ่งขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอำเภอกระนวน จังหวัดขอนแก่น, วันที่ ๒๐ ตุลาคม ๒๕๖๕.

<sup>๑๖๒</sup> อรอนงค์ สวัสดิ์บุรี, พฤติกรรมการสื่อสารในองค์กร, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๕), หน้า ๒๗๕-๒๘๓.

<sup>๑๖๓</sup> สนทนากลุ่ม คณะผู้บริหารคนหนึ่งขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น, วันที่ ๒๕ ตุลาคม ๒๕๖๕.

เพราะรู้สึกไม่ชอบเลยทำให้ขาดการทำงานเป็นทีม ทำให้ขาดความเป็นมืออาชีพในการทำงานเพราะไม่สามารถลดความเป็นอัตตาได้

๒) ไม่ยอมเปิดใจให้กว้าง กล่าวคือ ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทำงานร่วมกับผู้นำชุมชนไม่ได้ สาเหตุหนึ่งน่าจะมาจากการที่ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีทัศนคติที่เข้ากับผู้นำชุมชนไม่ได้แล้วคิดไปเองว่าเขาไม่น่าจะทำงานเป็นทีมหรือไม่สามารถทำงานเข้ากันได้ ปัญหาของการสื่อสารเพื่อพัฒนาท้องถิ่นอาจไม่ได้เกิดจากผู้นำชุมชนฝ่ายเดียวแต่อาจจะเกิดจากผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ไม่ยอมเปิดใจยอมรับความแตกต่างระหว่างบุคคล จึงไม่สามารถทำงานประสานกันได้

๓) ไม่ยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น กล่าวคือ การยอมรับฟังความคิดเห็นของคนอื่นเป็นสิ่งที่ทำให้แนวคิดในการทำงานมีความหลากหลาย และมีความเป็นเสรีทางความคิดมากขึ้น เมื่อประชาชนแสดงความคิดเห็นใด ๆ ก็ตามผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องเคารพความคิดเห็นของเขาไม่ใช่ไม่เห็นด้วยไปเสียทุกครั้งแม้ว่าความคิดเห็นของเขาจะไม่ได้เป็นเรื่องที่ถูกต้อง แต่การรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น จะทำให้มีความเป็นมิตรมากยิ่งขึ้น และเป็นผู้นำที่เขาอยากทำงานด้วย

๔) ไม่ยอมพูดความจริง กล่าวคือ ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไม่ยอมให้มีการว่ากล่าวตักเตือนคณะผู้บริหารท้องถิ่นด้วยกันเมื่อกระทำผิด เเท้กับว่าเป็นการปล่อยปะละเลยหรือเเท้กับว่าเป็นการส่งเสริมให้เขาทำงานผิดโดยไม่แนะนำวิธีแก้ปัญหาที่ถูกต้อง ซึ่งเเท้กับว่ามี การสื่อสารกันไม่เข้าใจแล้วทำให้เกิดความไม่เข้าใจกันที่สุดในที่สุด ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่องานในภายหลังได้

๕) ปัญหาการโจมตี ใส่ร้ายป้ายสี ทำให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับทัศนคติของประชาชนในชุมชนที่มีต่อคณะผู้บริหารท้องถิ่น กล่าวคือ โดยคณะผู้บริหารท้องถิ่นเกือบทั้งหมดใช้สื่อบุคคลในการแก้ไขปัญหาด้วยการใช้ตนเองและทีมงานอธิบาย ชี้แจงข้อเท็จจริงแสดงให้เห็นถึงความเชื่อมั่นในคุณสมบัติของสื่อบุคคลที่มีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ

#### ๔.๑.๓ ปัจจัยเงื่อนไขที่มีผลต่อการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

จากการสัมภาษณ์คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น พบว่ามีปัจจัยเงื่อนไขที่มีผลต่อการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น ดังนี้

๑) **ทัศนคติ** เป็นปัจจัยสำคัญต่อปัญหาการสื่อสารภายในชุมชน เป็นปัญหาในองค์กรอีกด้วย ในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีผู้บริหารที่มีทัศนคติ ความคิด อุดมการณ์ที่ไม่ตรงกัน เช่น บางคนมีทัศนคติการทำงานที่เป็นแบบสบาย ๆ ไม่เร่งรีบ ไม่สนใจกรอบเวลาของการทำงาน งานจะเสร็จทันตามนโยบายหรือไม่ ก็ไม่สนใจ ผลตามมาก็คือทำให้งานติดขัดไม่เป็นไปตามนโยบายที่วางไว้ ประชาชนได้รับความเดือดร้อนก็ไม่รีบแก้ปัญหาให้ทันท่วงที เหล่านี้ล้วนมาจากทัศนคติของผู้บริหาร ซึ่งบุคคลสามารถแสดงทัศนคติออกได้เป็น ๓ ประเภท คือ ๑.๑) ทัศนคติเชิงบวก หรือทัศนคติที่ดี เป็นทัศนคติที่ชักนำให้บุคคลแสดงออกถึงความรู้สึกหรืออารมณ์จากสภาพจิตใจโต้ตอบในด้านดีต่อบุคคลอื่น หรือเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง รวมทั้งหน่วยงาน องค์กร สถาบัน และการดำเนินกิจการขององค์กรอื่น ๆ ๑.๒) ทัศนคติเชิงลบ หรือ

ทัศนคติที่ไม่ดี คือ ทัศนคติที่สร้างความรู้สึกเป็นไปในทางเสื่อมเสีย ไม่ได้ได้รับความเชื่อถือ หรือไว้วางใจ หรืออาจมีความเคลือบแคลงระแวงสงสัย รวมทั้งเกลียดชังต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือหน่วยงาน องค์กร การ สถาบัน และการดำเนินกิจการขององค์กรอื่น ๆ (๑.๓) ทัศนคติที่บุคคลไม่แสดงความคิดเห็นในเรื่องราว หรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือต่อบุคคล หน่วยงาน สถาบัน องค์กรและอื่น ๆ โดยสิ้นเชิง<sup>๑๖๔</sup> สอดคล้องกับแนวคิดของ วิเชียร วิทย์อุดม ที่กล่าวไว้ว่า ทัศนคติเป็นความรู้สึกทั้งในทางบวกและในทางลบเป็นภาวะจิตใจของการเตรียมพร้อมที่จะเรียนรู้และปรับตัว ทัศนคติเป็นนามธรรมที่ทำให้เกิดการแสดงออกด้านปฏิบัติไม่ใช่แรงจูงใจและแรงขับ ทัศนคติเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมหรือแนวโน้มที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้าต่าง ๆ ซึ่งจะอยู่ในรูปการสนับสนุนหรือคัดค้านก็ได้<sup>๑๖๕</sup> การเปิดใจให้กว้างจะเป็นอีกหนทางหนึ่งหนทางในการเปลี่ยนทัศนคติของผู้บริหารได้ บางครั้งการพัฒนาท้องถิ่นไม่สามารถทำตามใจของตนเองได้เพราะมีระเบียบกฎหมายบังคับไว้ ฉะนั้น การศึกษาระเบียบกฎหมายให้เข้าใจจะทำให้ผู้บริหารมีความเข้าใจในกระบวนการพัฒนาขององค์กรปกครองท้องถิ่น เมื่อเข้าใจแล้วก็ควรปรับทัศนคติให้เข้ากับสภาพบริบทให้ได้ การนิ่งเฉยต่อปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนเป็นสิ่งที่ไม่ควรทำ ผู้บริหารควรปรึกษานิติกรถึงแนวปฏิบัติที่เป็นไปได้และควรลงมือปฏิบัติเพื่อแก้ไขปัญหาให้ได้ตามระยะเวลาของกรอบการทำงาน ไม่ควรให้งานค้าง เพราะอาจส่งผลกระทบต่อระบบราชการได้<sup>๑๖๖</sup>

**๒) ทักษะในการสื่อสาร** ผู้บริหารท้องถิ่นที่มีทักษะในการสื่อสารที่ดีนั้น เขาคือผู้นำที่ทุกคนต้องการองค์กรใดที่ผู้นำมีทักษะในการสื่อสารที่ดีนั้นคนในทีมจะรับรู้ถึงความคาดหวังและความต้องการอย่างชัดเจน คือ การที่ผู้นำมีความสามารถในการสื่อสารในเรื่องความคาดหวังและความต้องการให้ชัดเจนเป็นสิ่งสำคัญ หากทำได้ก็จะทำให้ประชาชนเข้าใจว่าสิ่งที่พวกเขาต้องทำคืออะไรผู้บริหารท้องถิ่นควรรู้ว่าตนเองสื่อสารอยู่กับใคร เนื่องจากแรงจูงใจของประชาชนแต่ละคนนั้นแตกต่างกัน ดังนั้น ผู้บริหารท้องถิ่นต้องรับรู้และปรับการสื่อสารของตนเอง ซึ่งจะเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างแรงจูงใจ และสามารถบรรลุเป้าหมายได้ โดยทักษะในการสื่อสารที่ควรมีนั้นประกอบด้วย ๒.๑) การฟังอย่างตั้งใจ ผู้นำที่ดีจะรู้ว่าเมื่อไรควรพูด และที่สำคัญกว่านั้นคือเมื่อไรควรฟัง ซึ่งจะเป็นการแสดงให้เห็นว่าผู้นำคนนั้นมีความใส่ใจในความคิดเห็นแนวคิดและข้อเสนอของประชาชน อีกทั้งเมื่อผู้นำผลักดันให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสนทนา การแสดงความคิดเห็นไปจนถึงการตั้งคำถามเชิงชวนให้พวกเขาอธิบายรายละเอียด ๒.๒) ความโปร่งใส การที่ผู้บริหารท้องถิ่นสื่อสารอย่างตรงไปตรงมาเกี่ยวกับเป้าหมาย โอกาส และความท้าทายของชุมชนให้คนในชุมชนเข้าใจ สามารถสร้างความไว้วางใจระหว่างกันและสร้างสภาพแวดล้อมที่ประชาชนรู้สึกว่ามีอำนาจในการแบ่งปันความคิดและทำงานร่วมกันได้ การที่ประชาชนได้รับทราบข้อผิดพลาด จะเป็นการกระตุ้นให้เกิด

<sup>๑๖๔</sup> อมรรัตน์ อ่อนนุช, “คุณภาพการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการกรณีศึกษาโรงงานอุตสาหกรรมแห่งหนึ่ง”, วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์กร, (คณะศิลปศาสตร์ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์), ๒๕๔๖, หน้า ๓๘.

<sup>๑๖๕</sup> วิเชียร วิทย์อุดม, **พฤติกรรมองค์กร**, (กรุงเทพมหานคร : ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด, ๒๕๔๗), หน้า ๒๘.

<sup>๑๖๖</sup> สนทนากลุ่ม คณะผู้บริหารองค์กรปกครองท้องถิ่นคนหนึ่งในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น, วันที่ ๒๕ ตุลาคม ๒๕๖๕.

การทดลองอะไรใหม่ ๆ และสร้างพื้นที่ปลอดภัยสำหรับการแก้ปัญหาโดยไม่กลัวผิดพลาด ๒.๓) ความชัดเจน ผู้บริหารท้องถิ่นควรสื่อสารอย่างเฉพาะเจาะจง และตรงไปตรงมา กำหนดผลลัพธ์ที่ต้องการของโครงการให้ชัดเจน หรือการมีความคิดริเริ่มเชิงกลยุทธ์ รวมไปถึงสิ่งที่คาดหวังเมื่อสิ้นสุดโครงการนั้น หากไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ผู้บริหารท้องถิ่นอาจจะลองทำให้สิ่งที่สื่อสารเข้าใจง่ายขึ้น ๒.๔) การมีความเห็นอกเห็นใจ การที่ผู้บริหารท้องถิ่นมีความเห็นอกเห็นใจ หรือเอาใจใส่ประชาชนนั้นเป็นทักษะสำคัญอันดับต้นๆ ที่ผู้นำควรมี เมื่อผู้นำสามารถรับรู้และเข้าใจความรู้สึกและประสบการณ์ของประชาชนได้ดีเท่าไร ประชาชนก็จะรู้สึกว่าพวกเขามีคุณค่าต่อชุมชนมากขึ้นเท่านั้น ผู้บริหารท้องถิ่นในฐานะผู้ส่งสารควรตั้งใจที่จะส่งสารให้มีประสิทธิภาพ คือ การพูดอย่างตั้งใจ การแสดงความสนใจ การสบตา การแสดงความกระตือรือร้น สนใจ เช่น การขยับตัวเข้าไปใกล้ การฟังที่กระตือรือร้น แสดงความเข้าใจ เป็นต้น นอกจากนั้น การแสดงท่าทีเปิดเผยเป็นมิตรของผู้ส่งสารโดยการแสดงความคิดเห็นหรือความรู้สึกของตอนที่ไม่ใช่การขัดแย้ง หรือตำหนิ อีกทั้งควรอธิบายขยายความ ยกตัวอย่าง โดยดึงออกมาจากประสบการณ์ที่ผ่านมามายกตัวอย่างให้อีกฝ่ายได้เข้าใจ พยายามแสดงออกเพื่อให้เกิดความเข้าใจ ให้รู้ในสิ่งที่กำลังพูดอยู่นั้นมากขึ้น<sup>๑๖๗</sup>

๓) **ความรู้** ผู้ส่งสารที่มีความรู้ดีเยี่ยมสื่อสารได้ดีมีประสิทธิผล โดยเฉพาะความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการกำหนดนโยบาย แนวทาง และกระบวนการในการพัฒนาเพื่อทำให้บรรลุเป้าหมาย คือความผาสุกของประชาชนสอดคล้องกับ ซี ไอ ฮอฟแลนด์ ไอ แอล เจียนส์ และเอช เอช เคลลี (C.I. Hovland, I.L. Jains and H.H. Kelley)<sup>๑๖๘</sup> กล่าวว่า การสื่อสารจะมีประสิทธิผลมากถ้าผู้ส่งสารมีทั้งความรู้ในเรื่องที่จะสื่อสารซึ่งเป็นองค์ประกอบของความน่าเชื่อถือที่สำคัญที่ผู้รับสารมีต่อผู้ส่งสาร ซึ่งได้แก่ ความรอบรู้ที่เกี่ยวกับงานของตน ในขณะที่ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารนั้นผู้บริหารท้องถิ่นต้องพัฒนาตนเองให้ต่อเนื่องจึงจะสามารถสื่อสารให้ได้ดี กล่าวคือ ๓.๑) ความรู้ในเรื่องที่จะสื่อสาร ๓.๒) ความรู้เรื่องกระบวนการสื่อสาร ๓.๓) ความรู้เรื่องเครื่องมือที่ใช้สื่อสาร ๓.๔) ความรู้เรื่องอารมณ์และการควบคุมอารมณ์ สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยที่จะทำให้เกิดประสิทธิผลในการสื่อสารได้อย่างดี ปัจจัยหนึ่งในการสื่อสารให้ประสบผลสำเร็จคือผู้บริหารต้องมีความรู้ คือ เป็นความรู้เชิงข้อเท็จจริง รู้อะไร เป็นอะไร เป็นความรู้เชิงเหตุผลระหว่างเรื่องราวหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ผลของประสบการณ์แก้ปัญหาที่ซับซ้อนและนำประสบการณ์มาแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้อื่น สามารถถอดความรู้ที่ฝังลึกในตนเองมาแลกเปลี่ยนกับผู้อื่นหรือถ่ายทอดให้ผู้อื่นได้ พร้อมทั้งรับเอาความรู้จากผู้อื่นไปปรับใช้ในบริบทของตนเองได้ เป็นความรู้ในลักษณะของความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ที่ผลักดันมาจากภายในตนเอง สามารถสกัด ประมวล วิเคราะห์ความรู้ที่ตนเองมีอยู่กับความรู้ที่ตนเองได้รับมาสร้างเป็นองค์ความรู้ใหม่ขึ้นมาด้วยการสร้างนวัตกรรมใหม่ให้กับชุมชนสามารถนำมาใช้ในการทำงานได้<sup>๑๖๙</sup>

<sup>๑๖๗</sup> สัมภาษณ์ คณะผู้บริหารองค์กรปกครองท้องถิ่นคนหนึ่งในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

<sup>๑๖๘</sup> สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, การสื่อสารเพื่อการพัฒนา, (กรุงเทพมหานคร : ศูนย์สื่อและสิ่งพิมพ์แก้วเจ้าจอม, ๒๕๔๙), หน้า ๓๗.

<sup>๑๖๙</sup> สัมภาษณ์ คณะผู้บริหารคนหนึ่งขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น, วันที่ ๒๐ ตุลาคม ๒๕๖๕.



**๔) สถานภาพทางสังคม** ตำแหน่ง บทบาทหน้าที่ทางสังคม ตลอดจนค่านิยมต่าง ๆ ในสังคม สิ่งเหล่านี้จะส่งผลให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไป กล่าวได้ว่าคุณภาพของประชากรในประเทศ เป็นปัจจัยสำคัญที่นำไปสู่การพัฒนาประเทศ การที่ประเทศจะมีการพัฒนาไปมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับคุณภาพของประชาชน ซึ่งในการพัฒนาของแต่ละประเทศจะต้องมีความเข้าใจสภาพของคนแต่ละกลุ่ม สำหรับจังหวัดขอนแก่นประกอบด้วยประชากรหลายกลุ่มที่เข้ามีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น

สถานภาพทางสังคมมีส่วนสำคัญในการพัฒนาท้องถิ่น เพราะคน ๆ หนึ่งอาจดำรงตำแหน่งหลายตำแหน่ง เมื่อเข้าไปอยู่ในสังคมหนึ่งก็จะต้องปรับตัวใหม่ไปตามตำแหน่งนั้น หรือต้องทำการสื่อสารให้เหมาะสมกับตำแหน่ง บทบาท หน้าที่ในขณะนั้นนั่นเอง สถานภาพ ก็คือ ตำแหน่งของบุคคลในสังคมหรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ทุกสังคมหรือกลุ่มคนย่อมมีตำแหน่งมากมายและบุคคลคนเดียวอาจดำรงตำแหน่งหลายตำแหน่ง เช่น นาย ก. เป็นนายกเทศมนตรี ในขณะที่เดียวกันก็เป็นสมาชิกของสมาคมพ่อค้าจังหวัดขอนแก่น ถึงแม้จะดำรงตำแหน่งที่ตำแหน่งก็ตามก็ต้องแยกแยะการสื่อสารให้เหมาะสมตามควรแก่ฐานะ การสื่อสารจึงจะมีประสิทธิภาพ<sup>๑๗๐</sup>

**๕) ปัจจัยของสาร** สารคือเรื่องราวที่มีความหมายและแสดงออกมาโดยอาศัยภาษา หรือสัญลักษณ์ใด ๆ ก็ตามที่สามารถทำให้เกิดการรับรู้ร่วมกันได้ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารจะเป็นตัวเราให้ผู้รับสารเกิดความรู้ความหมายและมีปฏิกิริยาตอบสนอง เป็นการถ่ายทอดความคิด ความรู้สึก ความต้องการ ข่าวสาร และวัตถุประสงค์ของตน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ กิติมา สุรสุนธิ ที่กล่าวว่าโดยทั่วไปแล้วสารจะประกอบด้วยส่วนสำคัญคือ ๕.๑) รหัสสาร คือ เครื่องมือในการถ่ายทอด เช่น ภาษา ดนตรี การวาดภาพ สัญลักษณ์ หรือสัญญาณที่มนุษย์คิดขึ้น เพื่อแสดงออกแทนความคิด ความรู้สึก ความเชื่อ ค่านิยม วัตถุประสงค์ต่าง ๆ ของผู้ส่งสาร ซึ่งรหัสสารอาจถูกแสดงออกมาเป็นสารที่เป็นภาษาพูด ภาษาเขียน และรหัสของสารที่ไม่ใช่ภาษาเขียน ๕.๒) เนื้อหาของสาร คือเรื่องราวต่าง ๆ ที่ผู้ส่งสารต้องการจะถ่ายทอดไปยังผู้รับสาร ซึ่งเนื้อหาของสารนั้นอาจแบ่งออกได้เป็นหลายประเภท หลายลักษณะตามเนื้อหาของสารในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เนื้อหาโดยทั่วไป เนื้อหาเฉพาะ เนื้อหาเชิงวิชาการต่าง ๆ และเนื้อหาที่ไม่ใช่วิชาการ หรืออาจเป็นเนื้อหาประเภทบอกเล่ากับเนื้อหาที่เป็นข่าวบันเทิง และเนื้อหาชกใจ เป็นต้น ๕.๓) การเรียงลำดับสาร คือรูปแบบวิธีการในการนำรหัสสารมาเรียบเรียงเพื่อให้ได้ใจความเนื้อหาที่ต้องการ ซึ่งมักจะขึ้นอยู่กับลักษณะโครงสร้างของภาษา และบุคลิกลักษณะของแต่ละบุคคล ซึ่งส่วนใหญ่การจัดเรียงลำดับสารจะออกมาในรูปแบบลีลาส่วนตัวที่ขึ้นอยู่กับบุคลิกลักษณะของผู้ส่งแต่ละคนว่ามีบุคลิกลักษณะแตกต่างกันไป เช่น คนที่อารมณ์เย็น มักพูดจาด้วยวิธีการที่สุภาพ สุขุม เยือกเย็น ในขณะที่คนอารมณ์ร้อนมักพูดรวบรัดสรุปเพื่อให้จบเร็ว ๆ เป็นต้น<sup>๑๗๑</sup> ผู้บริหารท้องถิ่นควรทำหน้าที่เราให้ผู้รับสารเกิดการรับรู้

<sup>๑๗๐</sup> สัมภาษณ์ คณะผู้บริหารคนหนึ่งขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น, วันที่ ๒๐ ตุลาคม ๒๕๖๕.

<sup>๑๗๑</sup> กิติมา สุรสุนธิ, **ความรู้ทางการสื่อสาร**, (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๑), หน้า ๗.

ความหมายและมีปฏิกริยาตอบสนอง การที่ผู้รับสารจะรับสารที่ถูกส่งมาในรูปของสัญลักษณ์ได้หรือไม่นั้น ขึ้นอยู่กับว่า ผู้รับสารมีทักษะในการรับสารมากหรือน้อย ซึ่งทักษะในการรับสารได้แก่ ความสามารถในการคิดพิจารณาความเข้าใจทั้งภาษาพูดและภาษาเขียน หากผู้รับสารแสดงพฤติกรรมกรรมการรับสารตรงกับพฤติกรรมของผู้ส่งสาร เช่น ฟังอ่าน ดู สังเกต แสดงว่าผู้รับสารมีทักษะในการรับสาร<sup>๑๗๒</sup>

**๖) ปัจจัยของสื่อ** สื่อคือช่องทางหรือพาหนะที่นำหรือพาสารไปยังผู้รับสาร ประสิทธิภาพของสื่อย่อมมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการสื่อสาร สื่อแต่ละสื่อย่อมมีความสามารถแตกต่างกัน อาจได้แก่ คลื่นแสง คลื่นเสียง และอากาศที่อยู่รอบตัวเรา ดังที่ สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ กล่าวไว้ว่า สื่อมีหลายประเภท สื่อวิทยุ ผู้รับสารรับได้ด้วยการได้ยิน สื่อโทรทัศน์ผู้รับสารรับได้ด้วยการมองเห็นภาพและการได้ยิน หากผู้ส่งสารเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับสถานการณ์การสื่อสารก็จะมีประสิทธิภาพ<sup>๑๗๓</sup> กล่าวได้ว่านอกจากมีจะมีสารดีแล้วสื่อก็ต้องดีตามไปด้วย สื่อนี้ว่ามีความจำเป็นและสำคัญ สื่อที่ใช้ในงานพัฒนาสังคมในปัจจุบันนี้มีหลายประเภท ได้แก่ **สื่อมวลชน** คือ สื่อกลางหรือช่องทางการสื่อสารที่ทำหน้าที่การส่งสารไปยังประชาชนหรือผู้รับสารที่มีเป็นจำนวนมาก ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วารสาร วิทยุ โทรทัศน์ซึ่งสื่อดังกล่าวยังคงมีบทบาทต่อวงการการสื่อสารตั้งแต่อดีตมาจนถึงปัจจุบัน **สื่อบุคคล** จัดได้ว่าเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพสูงในการสื่อสารเพื่อให้เกิดการพัฒนาสังคมและท้องถิ่นที่จะทำหน้าที่ถ่ายทอดเรื่องราวต่าง ๆ ของสังคมและชุมชนไปสู่ภายนอก และมีการรับข้อมูลข่าวสารจากภายนอกเข้ามาสู่ในชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างควมน่าเชื่อถือ โนมน้าวจิตใจ อาศัยการพูด เช่น การประชุม การพบปะพูดคุย การสนทนา การอภิปราย การปาฐกถา เป็นต้น **สื่อกิจกรรม** นอกจากจะเป็นการทำให้เกิด ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในสังคมกับเจ้าหน้าที่พัฒนาและผู้นำภายในชุมชนแล้ว ยังช่วยก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีและการได้รับการยอมรับแนวความคิดหรือกิจกรรมการพัฒนาได้อีก **สื่อพื้นบ้าน** คือ วัฒนธรรมพื้นบ้าน หรือวัฒนธรรมชุมชน ที่สื่อพื้นคุณค่าความหมายและบทบาทหน้าที่เก่าคั้นมาให้ชุมชนเลือกปรับประยุกต์รับใช้ให้เหมาะกับแต่ละชุมชน เสริมพลังด้วยแนวคิดการสื่อสารอันเป็นก้าวอย่างเชิงรุก และไม่ปฏิเสธสื่อสมัยใหม่หากแต่หารอยเชื่อมประสานให้เกิดประโยชน์”<sup>๑๗๔</sup> ในปัจจุบันมีสื่อที่สำคัญอย่างมากอีกสื่อหนึ่งที่คนให้ความนิยมและเลือกใช้เป็นอันดับต้น ๆ ในการติดต่อสื่อสารกันคือ สื่อดิจิทัล เป็นสื่อที่มีบทบาทอย่างสูงในแง่มุมของการผลิต และขยายช่องทางการสื่อสาร เพราะไม่เพียงให้ความสะดวก รวดเร็ว และกระบวนการสื่อสารที่ทรงประสิทธิภาพเท่านั้น หากแต่

<sup>๑๗๒</sup> สนทนากลุ่ม คณะผู้บริหารคนหนึ่งขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอำเภอบ้านแฮด จังหวัดขอนแก่น, วันที่ ๒๕ ตุลาคม ๒๕๖๕.

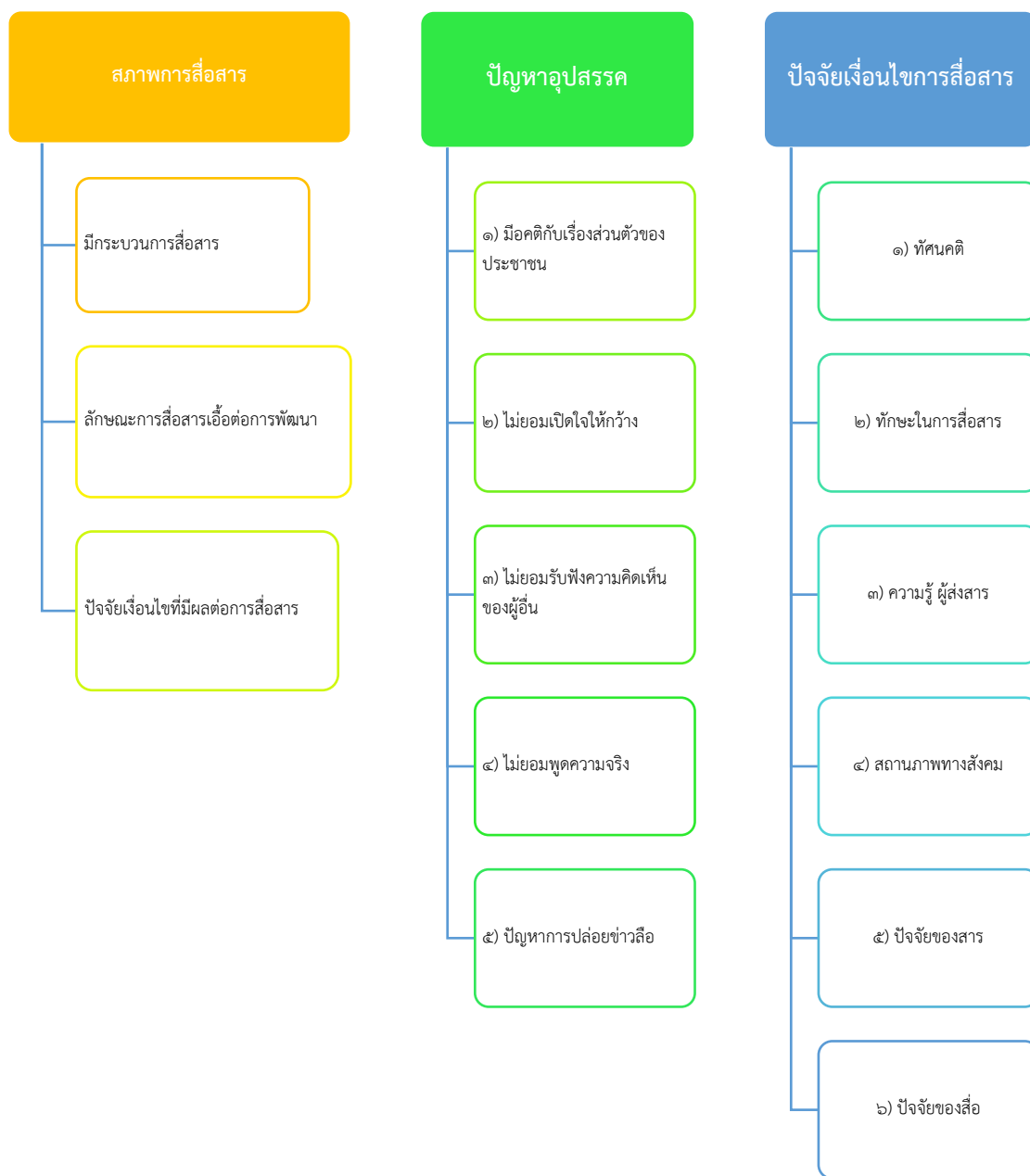
<sup>๑๗๓</sup> สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, การสื่อสารเพื่อการพัฒนา : พัฒนาการ แนวคิด สภาพการณ์ในสังคมไทย, (กรุงเทพมหานคร : ศูนย์สื่อและสิ่งพิมพ์แก้วเจ้าจอม, ๒๕๔๙), หน้า ๓๘.

<sup>๑๗๔</sup> สนทนากลุ่ม คณะผู้บริหารคนหนึ่งขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอำเภอบ้านแฮด จังหวัดขอนแก่น, วันที่ ๒๕ ตุลาคม ๒๕๖๕.

ยังสามารถแบ่งปันข้อมูลในทางตรงได้อย่างดีเยี่ยมอีกด้วย อย่างน้อยมี ๕ ชนิด ได้แก่ ๑) ข้อความ ๒) เสียง ๓) ภาพนิ่ง ๔) ภาพเคลื่อนไหว ๕) ภาพวิดีโอ<sup>๑๗๕</sup>

สรุป สภาพ ปัญหาอุปสรรค และปัจจัยเงื่อนไขที่มีผลต่อการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น ในส่วนของสภาพการสื่อสารนั้นพบว่า คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่นมีกระบวนการสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นที่เป็นรูปธรรม ประกอบด้วย ๑) ผู้ส่งสาร ๒) สาร ๓) ช่องทางการสื่อสาร ๔) ผู้รับสาร ลักษณะการสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย ๑) เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการสื่อสาร ๒) ผลิตสื่อในท้องถิ่น ๓) สนับสนุนบทบาทของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมหรือนักพัฒนา ๔) มีการสื่อสารตามนโยบาย ประเภทของสื่อที่ใช้ในการพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย ๑) สื่อมวลชน ๒) สื่อบุคคล ๓) สื่อพื้นบ้าน ๔) สื่อดิจิทัล ส่วนปัญหาอุปสรรคของการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น พบว่า ๑) ผู้ส่งสาร มีปัญหาอุปสรรคในการสื่อสารคือ ขาดความรู้ความเข้าใจและข้อมูลเกี่ยวกับสารที่ต้องการจะสื่อ การสื่อสารในบางเรื่องมีวิธีการถ่ายทอดและการนำเสนอที่ไม่เหมาะสม มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อการส่งสาร คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นขาดความพร้อมในการส่งสาร คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความบกพร่องในการวิเคราะห์ผู้รับสาร ๒) เนื้อหาของสาร ปัญหาคือสารไม่เหมาะสมกับผู้รับสาร อาจยากหรือง่ายเกินไป สารขาดการจัดลำดับที่ดี สลับซับซ้อน สารมีรูปแบบแปลกใหม่ยากต่อความเข้าใจ สารที่ใช้ภาษาคลุมเครือ ขาดความชัดเจน ๓) ช่องทางการสื่อสาร ปัญหาคือการใช้ช่องทางสื่อสารไม่เหมาะสมกับสารที่ต้องการนำเสนอ การใช้ช่องทางสื่อสารไม่มีประสิทธิภาพ ๔) ผู้รับสาร ปัญหาคือ ขาดความรู้ในสารที่จะรับ ขาดความพร้อมที่จะรับสาร ผู้รับสารมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อผู้ส่งสาร ผู้รับสารมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสาร ผู้รับสารมีความคาดหวังในการสื่อสารสูงเกินไป ในขณะที่ปัจจัยเงื่อนไขที่มีผลต่อการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นคือ ๑) ทัศนคติ เป็นปัจจัยสำคัญต่อปัญหาการสื่อสารภายในชุมชน ๒) ทักษะในการสื่อสาร ผู้บริหารท้องถิ่นที่มีทักษะในการสื่อสารที่ดีนั้นคนในทีมจะรับรู้ถึงความคาดหวังและความต้องการทำงานด้วย ๓) ความรู้ ผู้ส่งสารที่มีความรู้ดีเยี่ยมสื่อสารได้ดีมีประสิทธิผล ๔) สถานภาพทางสังคม ตำแหน่ง บทบาทหน้าที่ทางสังคมก็เป็นปัจจัยที่จะทำให้การสื่อสารของผู้บริหารท้องถิ่นเปลี่ยนแปลงไปในทางบวกได้ ๕) ปัจจัยของสาร สารคือเรื่องราวที่มีความหมายและแสดงออกมาโดยอาศัยภาษา หรือสัญลักษณ์ใด ๆ ก็ตามที่สามารถทำให้เกิดการรับรู้ร่วมกันได้ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารจะเป็นตัวช่วยให้ผู้รับสารเกิดความรู้ความหมายและมีปฏิกิริยาตอบสนอง เป็นการถ่ายทอดความคิด ความรู้สึก ความต้องการ ข่าวสาร และวัตถุประสงค์ของตน ๖) ปัจจัยของสื่อ สื่อคือช่องทางหรือพาหนะที่นำหรือพาสารไปยังผู้รับสาร ประสิทธิภาพของสื่อย่อมมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการสื่อสาร

<sup>๑๗๕</sup> สทนทากลุ่ม คณะผู้บริหารคนหนึ่งขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอำเภออำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น, วันที่ ๒๕ ตุลาคม ๒๕๖๕.



ภาพที่ ๔.๑ สรุป สภาพ ปัญหาอุปสรรค และปัจจัยเงื่อนไขที่มีผลต่อการสื่อสารทางการเมือง เพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

๔.๒ รูปแบบการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

๔.๒.๑ ผลการศึกษาองค์ประกอบและตัวบ่งชี้การสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

## ๔.๒.๒ การยกร่างและการประเมินรูปแบบ

ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

### ๔.๒.๑ ผลการศึกษาองค์ประกอบและตัวบ่งชี้การสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของ คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

#### ขั้นตอนที่ ๑ การสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มเฉพาะ

ในขั้นตอนนี้ได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น จำนวน ๒๐ คน และจัดสนทนากลุ่มเฉพาะกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน ๑๒ คน ซึ่งเป็นผู้บริหารจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่นที่ได้รับรางวัลการบริหารจัดการที่ดีของสำนักงานคณะกรรมการการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในช่วงปี พ.ศ.๒๕๖๔-๒๕๖๕<sup>๑๓๖</sup> และนอกจากนั้นจะต้องมีคุณสมบัติคือ เป็นผู้ที่เข้าใจหลักพัฒนา หลักการสื่อสาร มีทักษะและเทคนิคในการสื่อสาร มีความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

#### ขั้นตอนที่ ๒ การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของรูปแบบ

ในขั้นตอนนี้ได้ดำเนินการ ๓ อย่างคือ ๑) ทำการสนทนากลุ่มเฉพาะเพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของรูปแบบ ๒) สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อยืนยันองค์ประกอบหลัก และองค์ประกอบย่อย การตัดหรือเพิ่มองค์ประกอบ และข้อเสนอแนะองค์ประกอบ ๓) พัฒนาองค์ประกอบจากการศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า การสื่อสารทางการเมืองมีองค์ประกอบ ๔ อย่างคือ ผู้ส่งสาร สาร สื่อ ผู้รับสาร ซึ่งเมื่อนำไปใช้ในการพัฒนาท้องถิ่นและนำไปยกร่างรูปแบบแล้วสามารถวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของรูปแบบดังนี้

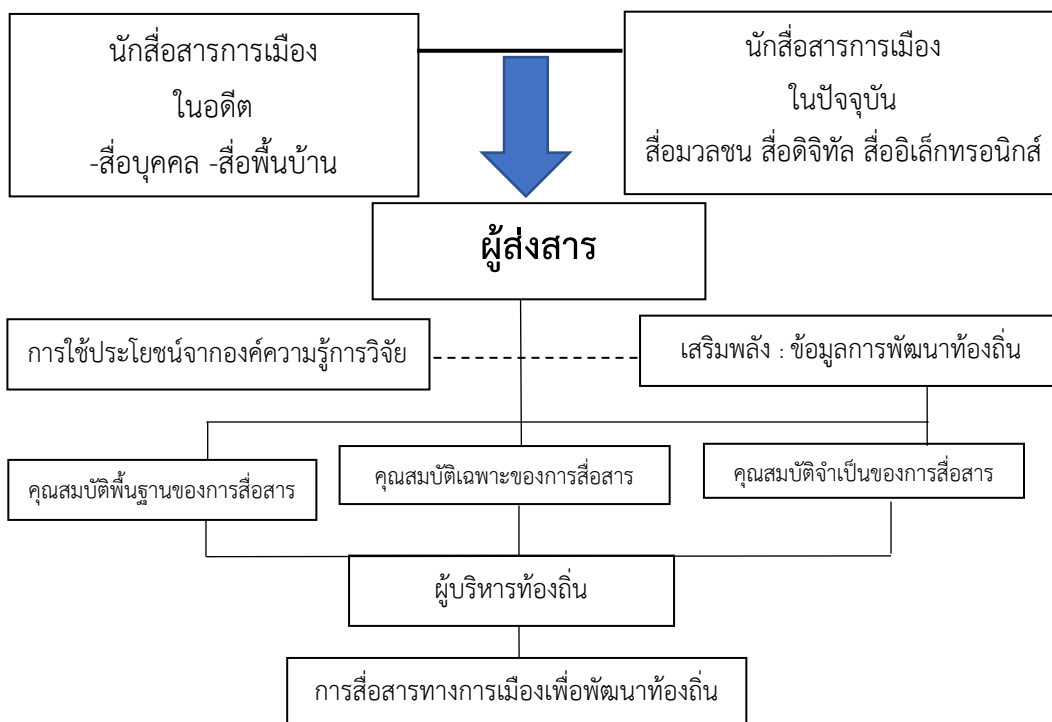
#### องค์ประกอบของการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น

##### องค์ประกอบที่ ๑ คือ ผู้ส่งสาร

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์เชิงลึกและทำการสนทนากลุ่มเฉพาะคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น พบว่า มีรูปแบบที่คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้ช่วยกันแสดงความคิดเห็นและสามารถพัฒนาเป็นแผนภาพได้ดังนี้

<sup>๑๓๖</sup> สำนักงานคณะกรรมการการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น, องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีการบริหารจัดการที่ดี ประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๔ และ ๒๕๖๕, <https://odloc.go.th/good-management/>.

### การสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น



ภาพที่ ๔.๒ แสดงร่างแผนภาพองค์ประกอบที่ ๑ ผู้ส่งสาร  
ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

#### ๑) การสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น

๑.๑) ในอดีตนักสื่อสารทางการเมืองท้องถิ่นหรือผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะสื่อสารทางการเมืองกับประชาชนแบบง่าย ๆ แต่ได้ผลและประชาชนเข้าใจอย่างรวดเร็ว นั่นอาจเป็นเพราะความฉลาดของท่านเหล่านั้นที่รู้จักเลือกใช้สื่อให้เข้ากับสถานการณ์ในขณะนั้น เมื่อสำรวจก็จะพบว่าในอดีตมีสื่อที่ผู้บริหารท้องถิ่นใช้ในการลงพื้นที่ พบปะ พูดคุยกับประชาชนก็คือ สื่อบุคคล สื่อพื้นบ้านเป็นหลัก ลักษณะการสื่อสารทางการเมืองดังกล่าวนั้นถึงแม้จะไม่หลากหลายแต่ได้ส่งผลต่อการพัฒนาท้องถิ่นมากพอสมควร

๑.๒) ในปัจจุบันเนื่องจากมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยมากขึ้นการสื่อสารทางการเมืองก็ถูกปรับเปลี่ยนให้เข้ากับยุคสมัยผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นก็รู้จักเลือกใช้สื่อที่มีความเหมาะสมที่สามารถเข้าถึงประชาชนได้อย่างรวดเร็วนั่นก็คือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ คือ โทรศัพท์ สื่อดิจิทัลคือ เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ไลน์ ในขณะที่สื่อมวลชนอาจเรียกได้ว่าเป็นทรัพยากรภายนอกองค์กรที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นแต่เป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาท้องถิ่นสูงคมากที่สุดทั้งนี้เพราะสื่อมวลชนเป็นผู้กระจายข้อมูลข่าวสารไปยังคนหมู่มากได้รวดเร็ว อีกทั้งอาจเป็นเพราะว่าการสื่อสารทางการเมืองที่อาศัยสื่อมวลชนมีช่องทางการไหลของข้อมูลที่รวดเร็ว ฉับไว ทำให้คนเข้าถึงได้ง่าย คนส่วนใหญ่ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารก็เพราะอาศัยสื่อมวลชน

## ๒) คุณสมบัติพื้นฐานของการเป็นผู้ส่งสารมืออาชีพ

บุคคลที่เป็นผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นย่อมมีพื้นฐานมาจากความชอบในการช่วยเหลือสังคม ชอบเสียสละ แบ่งปัน เห็นประโยชน์ของสังคมมากกว่าประโยชน์ของตนเอง ดังนั้น เมื่อเข้าสู่ตำแหน่งใดตำแหน่งหนึ่งของการเป็นผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นซึ่งเป็นตำแหน่งทางการเมืองระดับท้องถิ่นแล้วจะต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับบทบาทหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติถือเป็นคุณสมบัติพื้นฐานของการส่งสารให้ประสบผลสำเร็จ คือ

- ๒.๑) มีใจรักในการช่วยเหลือสังคม
- ๒.๒) มีใจรักในการสื่อสาร
- ๒.๓) เปิดใจกว้างเรียนรู้การสื่อสาร และเครื่องมือสื่อสารแบบใหม่อยู่เสมอ
- ๒.๔) มีความพร้อมในการสื่อสารกับผู้อื่น
- ๒.๕) มีความรู้เชิงลึก
- ๒.๖) มีความสามารถในการส่งสารหรือถ่ายทอดสาร

มีรายละเอียดดังนี้

**๒.๑) มีใจรักในการช่วยเหลือสังคม** คือการรู้จักเป็นผู้ให้ต่อส่วนรวมสามารถช่วยพัฒนาตัวเราให้มีความคิดในด้านบวกและสามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นในสังคมได้ ทำให้เรารู้จักเห็นอกเห็นใจผู้อื่นและมองเห็นคุณค่าของเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน สามารถสร้างความสามัคคีให้เกิดขึ้นในสังคม นำมาสู่ความอบอุ่นใจ ความมั่นคง และความสุขของคนในสังคมนั้น ๆ ซึ่งจะนำไปสู่การอธิบายการสื่อสารได้ว่าผู้บริหารคนนั้นมีบุคลิกของความเสียสละ มีภาพลักษณ์ที่สื่อให้เห็นได้ว่าเป็นผู้ที่พร้อมจะส่งข้อมูลข่าวสารไปยังประชาชน พร้อมให้รายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูล ไม่ว่าจะข้อมูลจะเป็นบวกหรือลบก็สามารถอธิบายให้ประชาชนเข้าใจได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของสาร<sup>๑๗๗</sup>

**๒.๒) มีใจรักในการสื่อสาร** การทำอะไรก็ตามถ้าเริ่มจากใจรักก็จะมีแรงจูงใจภายใน เพื่อผลักดันความสำเร็จในงานนั้นให้เกิดขึ้นได้ การให้บริการด้วยใจรักจะส่งผลต่อมาก็คือ การส่งสารด้วยความรวดเร็ว การส่งสารด้วยความรวดเร็วนั้นจะทำให้ทุกฝ่ายเกิดความประทับใจ ไม่ต้องรอคอย เป็นการใช้เวลาให้คุ้มค่า ทำให้ได้งานหลายอย่าง ประการต่อมาก็คือทำให้ประหยัดงบประมาณทำให้งานเสร็จเร็วกว่าปกติสามารถใช้เวลาไปทำงานอย่างอื่นเพิ่มได้อีก เมื่อผลลัพธ์ของการส่งสารเกิดขึ้นเร็วผู้รับสารก็เกิดความประทับใจสามารถสร้างสัมพันธภาพที่ดีต่อกันได้ในระยะยาว ทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีต่อกัน<sup>๑๗๘</sup>

**๒.๓) เปิดใจกว้างเรียนรู้การสื่อสาร และเครื่องมือสื่อสารแบบใหม่อยู่เสมอ** ความสำเร็จของการทำงานย่อมมาจากวิธีการใหม่ ๆ อยู่เสมอ การเรียนรู้การสื่อสารจึงจำเป็นต้องทำให้ต่อเนื่อง โดยเฉพาะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นด้วยแล้วยิ่งต้องเอาใจใส่เพราะคลุกคลีอยู่กับประชาชน

<sup>๑๗๗</sup> สทนากลุ่ม คณะผู้บริหารคนหนึ่งขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอำเภอพล จังหวัดขอนแก่น, วันที่ ๒๕ ตุลาคม ๒๕๖๕.

<sup>๑๗๘</sup> สทนากลุ่ม คณะผู้บริหารคนหนึ่งขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอำเภอพล จังหวัดขอนแก่น, วันที่ ๒๕ ตุลาคม ๒๕๖๕.

บางครั้งการใช้วิธีการเดิม ๆ อาจทำให้เกิดความเคยชินและทำให้ยึดติดกับระบบเดิมที่ล้าสมัย การเปิดใจรับสิ่งใหม่ ๆ ด้วยการเรียนรู้ย่อมเกิดจากตัวเรา และผู้ที่จะควบคุมใจของเราได้ก็ต้องเป็นเรา เมื่อเปิดใจเรียนรู้ การสื่อสารก็จะทำให้เข้าใจ เข้าถึง และเกิดการเปลี่ยนแปลงการสื่อสารแบบใหม่ได้ถึงแม้จะเป็นอุปสรรคอยู่บ้างแต่ก็ไม่เหลือปากว่าแรงที่จะทำได้ อีกทั้งเมื่อเทคโนโลยีสมัยใหม่ได้เข้ามาในชีวิตประจำวันแล้วการปฏิเสธเครื่องมือสื่อสารสมัยใหม่จึงเท่ากับการปิดหู ปิดตาของเราเองไปโดยปริยาย การเรียนรู้เครื่องมือสื่อสาร เช่น โทรศัพท์ คอมพิวเตอร์ แล็บท็อป เป็นต้น ด้วยการเรียนรู้เกี่ยวกับระบบแอปพลิเคชันง่าย ๆ ที่มีให้โหลดลงในโทรศัพท์ คอมพิวเตอร์ แล็บท็อปเพื่อใช้งานในการติดต่อสื่อสารในชีวิตประจำวันนั้นจะทำให้ไม่ล้าสมัย ที่สำคัญจะรู้ทันปัญหาและความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นอย่างรวดเร็ว นำไปสู่การแก้ปัญหาได้ทันที่<sup>๑๗๙</sup>

**๒.๔) มีความพร้อมในการสื่อสารกับผู้อื่น** ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องรู้จักเตรียมตัวในการสื่อสารอยู่เสมอว่าการสื่อสารแต่ละครั้งทำเพื่ออะไร กล่าวคือ (๑) กำหนดวัตถุประสงค์ของการสื่อสารแต่ละครั้งว่าจะสื่อสารเพื่ออะไร (๒) กำหนดกลุ่มเป้าหมายในการสื่อสาร กำหนดให้ชัดเจนลงไปว่าการสื่อสารแต่ละครั้งต้องการสื่อถึงใคร หรือคนกลุ่มไหน (๓) การเลือกเนื้อหาที่ต้องการจะส่งสาร คัดกรองเนื้อหาให้เหมาะสมกับสภาพการณ์ ไม่พูดทุกเรื่องคัดเอาเฉพาะที่สำคัญเท่านั้น (๔) กำหนดช่องทางการสื่อสาร คือจะเลือกใช้สื่อชนิดใดในการส่งข้อมูลแต่ละครั้ง เช่น สื่ออิเล็กทรอนิกส์ คือ โทรศัพท์ สื่อดิจิทัล คือ เพจบุ๊ก ไลน์ เป็นต้น (๕) ตรวจสอบความพร้อมของทรัพยากร คือ ตรวจสอบวัสดุ อุปกรณ์ ที่จะใช้งานในการสื่อสารว่าพร้อมหรือไม่ (๖) วางแผนเพื่อปฏิบัติจริง คือ วางแผนการส่งสารต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ จะทำอะไรบ้าง (๗) ประเมินผล อาจประเมินผลด้วยการสอบถามจากประชาชน หรือใช้การสังเกตจากประชาชนหลังจากส่งสารไปแล้วมีปฏิกิริยาตอบกลับอย่างไร

**๒.๕) มีความรู้เชิงลึก** คือ มีความรู้เชิงลึกเกี่ยวกับข้อมูลการพัฒนาท้องถิ่น ซึ่งเป็นงานหนึ่งที่อยู่ในความรับผิดชอบของผู้บริหาร ฉะนั้นผู้บริหารต้องรู้รายละเอียดเกี่ยวกับแผนพัฒนาท้องถิ่นในเขตความรับผิดชอบของตนโดยไม่ให้คลาดเคลื่อนจากความเป็นจริง สิ่งเหล่านี้สามารถหาความรู้เพิ่มเติมได้จากบุคลากรในหน่วยงาน ไม่ว่าจะเป็นการสอบถามจากปลัด อบจ. ปลัดเทศบาล หรือปลัด อบต. ผู้อำนวยการกอง หัวหน้าฝ่าย บุคคลเหล่านี้จะสามารถให้คำตอบได้ เมื่อผู้บริหารต้องการทราบข้อมูลการพัฒนาส่วนใดก็สามารถสอบถามได้ ซึ่งจะทำให้ผู้บริหารรอบรู้งานทุกฝ่ายที่อยู่ในหน่วยงาน นอกจากนั้น ถ้าเป็นเรื่องที่อยู่ นอกเหนือจากหน่วยงานแล้ว ผู้บริหารสามารถหาความรู้เพิ่มเติมได้ด้วยการเข้ารับการอบรม สัมมนา จากหน่วยงานจัดการฝึกอบรม สิ่งเหล่านี้ก็จะทำให้ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความรู้เชิงลึก จากนั้นสามารถส่งสารไปยังประชาชนได้อย่างถูกต้องหรือบรรลุตามวัตถุประสงค์ได้อย่างดี

**๒.๖) มีความสามารถในการส่งสารหรือถ่ายทอดสาร** ผู้ส่งสารจะต้องมีความสามารถพอสมควรในการส่งสารด้วยการพูด การเขียน ผ่านสื่ออื่น ๆ รวมทั้งภาษาท่าทางต่าง ๆ ในการสื่อความหมายให้บุคคลอื่นได้เข้าใจ เมื่อมีใจรัก มีความรอบรู้เชิงลึกแล้ว จะไม่มีประโยชน์ใด ๆ เลยถ้าหากไม่

<sup>๑๗๙</sup> สทนากลุ่ม คณะผู้บริหารคนหนึ่งขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น, วันที่ ๒๕ ตุลาคม ๒๕๖๕.



สามารถถ่ายทอดในสิ่งที่ตัวเองรู้ ตัวเองคิด หรือสิ่งที่คนอื่นรู้และคนอื่นคิดได้ การเป็นผู้ส่งสารที่ดีนั้นจะต้องมีพื้นฐานจากการมีความรู้ การจัดลำดับความคิดการเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย เข้าใจสิ่งแวดล้อมรู้วิธีการใช้สื่อที่จะก่อให้เกิดการสื่อความหมายที่ดี

### ๓) คุณสมบัติเฉพาะของผู้ส่งสารมืออาชีพ

**๓.๑) ทักษะคติเชิงบวก** ทักษะคติ คือความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยอาศัยความรู้ ประสบการณ์ในอดีตเป็นตัวเชื่อมระหว่างความคิดและพฤติกรรม ทักษะคติของผู้ส่งสารแบ่งเป็น ๓ ประการ

๓.๑.๑) ทักษะคติที่ผู้ส่งสารมีต่อตนเอง คือการประเมินตนเองของผู้ส่งสารทั้งในด้านบวกและด้านลบซึ่งมีผลต่อการสื่อสารของผู้ส่งสารคือ หากผู้ส่งสารประเมินตนเองในด้านบวก เช่น คิดว่าตนมีความสามารถและรอบรู้ในเรื่องที่จะสื่อสารก็จะทำให้เกิดความมั่นใจและประสบความสำเร็จในการสื่อสาร หากประเมินตนเองในทางตรงกันข้าม ก็จะทำให้เกิดความไม่มั่นใจ ดังนั้น ทักษะคติจึงส่งผลกระทบต่อวิธีการสื่อสารที่สร้างขึ้นและลักษณะของปฏิสัมพันธ์กับผู้ส่งสารด้วยเช่นกัน

๓.๑.๒) ทักษะคติต่อเรื่องที่จะสื่อสาร คือความรู้สึกที่มีต่อเรื่องหรือประเด็นที่จะสื่อสาร กล่าวคือ หากผู้ส่งสารมีทักษะคติที่ดีต่อเรื่องที่จะสื่อสารก็จะทำให้เกิดความมั่นใจและสามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่หากไม่เห็นด้วยกับเรื่องที่จะพูดแต่ต้องพูดเรื่องนั้นในเชิงเห็นด้วยก็จะทำให้เกิดความลำบากใจในการพูด

๓.๑.๓) ทักษะคติต่อผู้รับสาร คือความรู้สึกที่มีต่อผู้รับสาร กล่าวคือ หากผู้ส่งสารกับผู้รับสารมีความรู้สึกที่ดีต่อกันก็จะส่งผลให้เกิดบรรยากาศที่ดีในการสื่อสาร การเลือกภาษาถ้อยคำ และการแสดงออกในการสื่อสาร รวมทั้งระดับความสัมพันธ์

**๓.๒) ความคิดสร้างสรรค์** ความก้าวหน้าของโลกจากอดีตจนถึงปัจจุบันที่เต็มไปด้วยข่าวสารข้อมูลและสื่อเทคโนโลยีต่าง ๆ คงไม่มีใครปฏิเสธว่า ส่วนหนึ่งที่ทำให้โลกก้าวหน้าไปขนาดนี้ คือความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลต่าง ๆ ที่ผ่านมา ได้คิดค้นหาสิ่งใหม่ ทำให้เกิดความคล่องตัวขึ้นในสังคม ที่ได้มีการประดิษฐ์คิดค้นสิ่งแปลกใหม่ หรือเป็นต้นคิดในเรื่องใด ๆ ก็จะสามารถพัฒนาประเทศได้เจริญ รุดหน้า มีเศรษฐกิจดีกว่าประเทศที่คนในชาติมีความคิดสร้างสรรค์น้อย หรือมีความคิดสร้างสรรค์มากแต่ไม่ได้รับการพัฒนาจากสถาบันต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง สอดคล้องกับ Baron and May ที่กล่าวว่าความคิดสร้างสรรค์เป็นความสามารถของมนุษย์ที่จะนำไปสู่สิ่งใหม่ ๆ เกิดผลผลิตใหม่ ๆ ทางเทคโนโลยีรวมทั้งความสามารถในการประดิษฐ์คิดค้นสิ่งแปลกใหม่<sup>๑๘๐</sup> ฉะนั้นผู้ที่ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจึงต้องรู้จักพัฒนาตนเองให้มีความคิดสร้างสรรค์เพื่อนำไปสู่การพัฒนาเขตพื้นที่ของตนเองอันจะก่อให้เกิดเปลี่ยนแปลงจากสิ่งเดิม ๆ ไปสู่สิ่งใหม่ ดังที่ประเวศ วะสี กล่าวว่า ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ คือ ภาวะที่ผู้นำมีการเรียนรู้ตลอดเวลา มีทัศนคติเชิงบวกต่อโลกและต่อชีวิต เชื่อมมั่นในคุณค่าและศักยภาพของตนเองและผู้อื่น มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ รู้จักใช้วิกฤตที่เกิดขึ้นให้เป็นโอกาส รวมทั้งเป็นผู้ที่มีการพัฒนาตนเองเสมอ

<sup>๑๘๐</sup> อารี พันธุ์มณี, *ฝึกให้คิดเป็น คิดให้สร้างสรรค์*, (กรุงเทพมหานคร : สำนัก พิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๗), หน้า ๓.

ทั้งด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ จิตวิญญาณ และเป็นที่ยอมรับของสมาชิก<sup>๑๘๑</sup> กล่าวคือต้องเป็นผู้ที่รู้จักคิด เพื่อนำไปสู่การพัฒนาหรือการคิดเพื่อแก้ไขปัญหาตนเอง ซึ่งการคิดแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์นั้นประกอบไปด้วยกระบวนการคิด ๔ ขั้นตอนคือ<sup>๑๘๒</sup>

๓.๒.๑) การค้นหาความหมายของปัญหา ขั้นตอนนี้จะมีความสำคัญมาก เพราะถ้าเรารู้ว่าอะไรคือปัญหาที่แท้จริง ก็สามารถหาหนทางในการแก้ได้ตรงมากขึ้น อีกทั้งทำให้เกิดความมั่นใจมองเห็นปัญหาได้ทะลุปรุโปร่ง อันจะทำให้ได้คำตอบที่ชัดเจนและเป็นการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ด้วย

๓.๒.๒) การเปิดใจกว้างเพื่อนำไปสู่วิธีการแก้ปัญหา นักคิดแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ จะทำการคัดเลือกความคิดเห็นและข้อมูลต่าง ๆ ไว้เป็นจำนวนมากก่อนที่จะพิสูจนแยกแยะให้ได้ความคิดเห็นที่ดีที่สุด ดังนั้นคนเราจึงต้องแสวงหาและเปิดประตูสู่ความคิดไม่ว่าจะเป็นจากการอ่าน การสังเกตและการทำงานร่วมกัน

๓.๒.๓) การพิสูจนแยกแยะให้ได้ความคิดเห็นที่ดีที่สุด การคิดแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์นั้นมักต้องใช้วิธีแก้ปัญหาหรือคำตอบที่ดีกว่าหรือมากกว่าวิธีการแก้ปัญหาหรือคำตอบที่ได้มาครั้งแรกเพียงอย่างเดียว เพราะความคิดเห็นและข้อมูลที่สำคัญ ๆ นั้นมีอยู่อย่างมากมาย จึงจำเป็นที่จะต้องพยายามให้ได้มาซึ่งความคิดเห็นที่ดีที่สุดโดยการแยกแยะและคัดเลือกออกมาเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ดีที่สุด

๒.๒.๔) การเปลี่ยนความคิดเห็นให้เป็นการกระทำ จุดมุ่งหมายสำคัญของการแก้ปัญหา ก็คือการเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นไปสู่การปฏิบัติจริง คนส่วนใหญ่มีความคิดสร้างสรรค์แต่ไม่เคยนำไปสู่การปฏิบัติ ซึ่งกระบวนการคิดสร้างสรรค์นั้นไม่ได้จบลงแค่คิดในใจ การเปลี่ยนความคิดไปสู่การปฏิบัตินั้นต้องเอาชนะอุปสรรคหลายอย่าง เช่น ความไม่มั่นใจในตัวเอง ความขลาดกลัว และต้องมีความมุ่งมั่นเด็ดเดี่ยวในความเพียรไม่ว่าจะใช้เวลาานสักเท่าใด ก็จะไม่แปรเปลี่ยนความคิดสร้างสรรค์ที่ได้เพราะตัวเป็นรูปร่างและติดตามจนกระทั่งเกิดความสมบูรณ์ในทางปฏิบัติ

### ความคิดสร้างสรรค์และการสื่อสารทางการเมือง

ในยุคของการเปลี่ยนแปลงพื้นฐานที่สำคัญคือกระบวนการความคิดที่ช่วยให้เราเปิดกว้างและเรียนรู้สิ่งใหม่นั้นคือ ความคิดสร้างสรรค์ เมื่อมีความคิดสร้างสรรค์การสื่อสารก็จะมีประสิทธิภาพด้วยเหตุผลดังนี้ (๑) ความคิดสร้างสรรค์จะช่วยให้มีความละเอียดรอบคอบในการวิเคราะห์และประเมินแนวความคิด ความคิดใหม่ ๆ ความคิดเห็นที่หลากหลายอาจมาจากการระดมสมอง ดังนั้น จะต้องเปิดกว้างทางความคิด ยอมรับมุมมองหรือแนวคิดที่แตกต่างจากผู้ร่วมงานเพื่อให้ได้ซึ่งวิธีที่จะช่วยปรับปรุงงาน พัฒนางานในเชิงสร้างสรรค์ได้ (๒) ความคิดสร้างสรรค์จะทำให้เกิดสิ่งใหม่ที่มีคุณค่าทางความคิด (๓) ทักษะการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้ได้รับความช่วยเหลือจากผู้อื่น ซึ่งการสื่อสารที่ชัดเจน ตรงไปตรงมา จะทำให้ทุกคนมองเห็นสภาพการณ์ได้ถูกต้อง มองเห็นปัญหาที่แท้จริง ทุกคนจะเห็นเป้าหมายร่วมกันและยินดีร่วมแก้ไข

<sup>๑๘๑</sup> ประเวศ วะสี, ภาวะผู้นำ : ความเป็นไปในสังคมไทยและวิธีการแก้ไข, (กรุงเทพมหานคร : ธนวัช การพิมพ์, ๒๕๕๕), หน้า ๑๒.

<sup>๑๘๒</sup> นิพาดา เทวกุล, ความคิดสร้างสรรค์ (Creative Thinking), <https://pirun.ku.ac.th/~agrpct/envelop>.

ปัญหาร่วมกัน โดยเฉพาะการสื่อสารทางการเมืองที่เป็นจุดเชื่อมระหว่างผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับการพัฒนาท้องถิ่น

**๓.๓) ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสาร** ผู้สื่อสารต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องต่อไปนี้

**๓.๓.๑) การสื่อสารแบบทางเดียว** เป็นการติดต่อสื่อสารในลักษณะที่ผู้ส่งเป็นผู้ให้ข้อมูล มีอิทธิพลต่อผู้รับเพียงฝ่ายเดียว โดยผู้รับไม่มีโอกาสโต้ตอบ หรือซักถามข้อสงสัยใด ๆ จะอยู่ในรูปของคำสั่ง ข้อกำหนด แนวนโยบายที่จะต้องทำตามโดยไม่มีข้อแม้ ส่วนใหญ่จะอยู่ในลักษณะที่เป็นทางการ ข้อดีของการสื่อสารแบบทางเดียวคือ ทำให้การถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารในระบบงานสามารถดำเนินไปได้อย่างรวดเร็ว เช่น กระดานประชาสัมพันธ์ ประกาศของหอกระจายข่าว เป็นต้น โอกาสในการสื่อสารแบบทางเดียวคือ (๑) เมื่อเรื่องที่ต้องการจะสื่อสารเป็นเรื่องที่เข้าใจง่าย (๒) เมื่อเรื่องที่ต้องการจะสื่อสารเป็นเรื่องเร่งด่วน

**๓.๓.๒) การสื่อสารแบบสองทาง** เป็นการติดต่อสื่อสารที่ผู้รับสามารถตอบสนอง และมีปฏิกริยาตอบกลับไปยังผู้ส่งสาร สามารถโต้ตอบ ปรีกษาหารือ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นได้ อาจอยู่ในลักษณะที่เป็นทางการหรือไม่เป็นทางการก็ได้ การสื่อสารแบบสองทางเชื่อกันว่าเป็นการติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมาก เพราะเป็นการสร้างให้เกิดความเข้าใจระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร โอกาสในการสื่อสารแบบสองทาง คือ (๑) เมื่อเรื่องราวที่จะสื่อสารเป็นเรื่องใหม่ ยาก หรือซับซ้อน (๒) เมื่อต้องการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และกำหนดขั้นตอนของเรื่องที่จะต้องปฏิบัติ (๓) เมื่อต้องการความร่วมมือจากทุกฝ่ายในการปฏิบัติงาน (๔) เมื่อผู้รับสารจะติดตามเรื่องที่จะสื่อสารไม่ทัน

**๓.๓.๓) การสื่อสารแบบเป็นทางการ** เป็นการติดต่อสื่อสารตามบทบาทหน้าที่ ตำแหน่ง ตามระบบการทำงาน ตามสายบังคับบัญชา ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับโครงสร้างองค์กร มีกฎระเบียบให้ปฏิบัติอย่างชัดเจน การติดต่อสื่อสารจะยึดตามระเบียบกฎเกณฑ์เป็นหลัก โอกาสในการสื่อสารแบบเป็นทางการ คือ (๑) เป็นการนำเอานโยบาย การวินิจฉัย การสั่งการ หรือคำแนะนำผ่านไปตามสายการบังคับบัญชา (๒) เป็นการนำข้อมูลกลับมายังผู้บังคับบัญชาหรือหัวหน้าหน่วยงาน อาจมีทั้งข้อเสนอแนะ รายงาน และการตอบสนองของผู้ใต้บังคับบัญชา (๓) เป็นการแจ้งนโยบายทั่วไปของหน่วยงานแก่พนักงานผู้ปฏิบัติการ หรือเจ้าหน้าที่

**๓.๓.๔) การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ** เป็นการสื่อสารในลักษณะส่วนตัว คือ ไม่พิจารณาถึงตำแหน่ง อำนาจ หน้าที่ในหน่วยงาน การสื่อสารแบบนี้มักเกิดจากความใกล้ชิดในหมู่คณะ ความต้องการทราบถึงความเคลื่อนไหวและความอยากรู้อยากเห็นของสมาชิกในหน่วยงาน ยิ่งถ้ามีความต้องการข่าวสารมากเท่าใดความต้องการเครือข่ายการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการจะยิ่งมากขึ้นเท่านั้น หากผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้ความเอาใจใส่ต่อการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการก็จะพบว่าการสื่อสารแบบนี้เป็นแหล่งข่าวสารที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง เพราะสะท้อนให้เห็นถึงปัญหา ความเข้าใจของบุคลากรในหน่วยงาน ตลอดจนความเข้าใจของประชาชน

**๓.๓.๕) การสื่อสารแบบบนลงล่าง** การสื่อสารแบบนี้เป็นไปตามสายบังคับบัญชา จากคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไปสู่ประชาชน เป็นวิธีการสื่อสารที่ใช้กันอยู่ในทุกหน่วยงาน การสื่อสารแบบบนลงล่างมักจะใช้การสื่อสารดังนี้

- (๑) การสั่งงานตามลำดับชั้น
- (๒) การพิมพ์โปสเตอร์และแจกไปยังประชาชน
- (๓) การใช้เอกสารปิดประกาศที่กระดานประชาสัมพันธ์
- (๔) การทำหนังสือถึงประชาชนโดยตรง อาจอยู่ในรูปของจดหมายปิดผนึก
- (๕) คู่มือบุคลากร
- (๖) รายงานประจำปี
- (๗) การประชุมกลุ่ม
- (๘) วารสารหน่วยงาน
- (๙) การส่งข้อความทางไลน์

**๓.๓.๖) การสื่อสารแบบล่างขึ้นบน** เป็นการสื่อสารจากประชาชนไปยังคณะผู้บริหาร องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ได้แก่ ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ข้อเรียกร้อง วัตถุประสงค์ คือเปิดโอกาสให้ประชาชนได้แสดงความคิดเห็น กล่าวคือคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องเปิดโอกาสให้ประชาชนได้พบปะ พูดคุย เพื่อแสดงออกถึงการมีส่วนร่วมในการพัฒนา

อย่างไรก็ตาม ความรู้เกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารยังเป็นสิ่งสำคัญสำหรับคณะผู้บริหาร องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในฐานะผู้ส่งสาร การสื่อสารคือเครื่องมืออย่างหนึ่งของผู้บริหารองค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่นที่จะทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีภายในหน่วยงาน ตลอดถึงสังคมชุมชนอีกด้วย

**๓.๔) สื่อสารเชิงบวก** การพัฒนาท้องถิ่นเป็นการทำงานเพื่อคนหมู่มากที่อาศัยอยู่ในชุมชน นั้น ๆ การสื่อสารจึงเป็นสิ่งสำคัญต่อการพัฒนาอย่างปฏิเสธไม่ได้ เพราะหากสื่อสารไม่ตรงประเด็น หรือ สื่อสารในทางลบอาจทำให้สิ่งที่ต้องการจะลงมือทำอาจไม่ได้ทำก็เป็นได้ ฉะนั้น ผู้บริหารองค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่นจึงต้องอาศัยกลยุทธ์ในการสื่อสารคือ การสื่อสารเชิงบวก ซึ่งเป็นรูปแบบและเทคนิคการสื่อสาร เชิงสร้างสรรค์ สร้างความรู้สึก ความสัมพันธ์ที่ดี เกิดความเข้าใจ จูงใจให้ร่วมมือ ยอมรับและเกิดการ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรม มีแนวทางปฏิบัติคือ (๑) ให้ความเอาใจใส่ต่อประชาชน ให้ความสำคัญต่อประชาชน ในฐานะที่เป็นเจ้าของพื้นที่ในการพัฒนา (๒) ใช้ภาษาที่เหมาะสม คือ แสดงกิริยาอาการไม่เย่อหยิ่ง ให้ความเคารพยำเกรงประชาชน แสดงสีหน้า แววตา น้ำเสียงที่พูดด้วยความจริงใจ (๓) ใช้ภาษาที่สร้างสรรค์ คือ ใช้ภาษาที่สุภาพ นุ่มนวล ตรงประเด็น ชัดเจน บอกสิ่งที่อยากให้เกิดแทนการบอกให้ทำ ถามและรับฟัง ความคิดเห็น ระมัดระวังการสื่อสารทางลบ ทั้งคำพูดและท่าทาง กล่าวคำขอบคุณ และกล่าวคำชื่นชมอยู่เสมอ

**๔) คุณสมบัติจำเป็นของการสื่อสาร** ในการสื่อสารเป็นสิ่งที่มีความสำคัญจำเป็นที่คณะผู้บริหาร องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการสื่อสารในแต่ละครั้งไป ในการสื่อสารแต่ละ

ครั้งจึงใช้กลยุทธ์ที่แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับสถานการณ์ในขณะนั้นว่าจะใช้กลยุทธ์แบบไหน อย่างไร สิ่งดังกล่าวนี้จึงเรียกว่าคุณสมบัติจำเป็นของการสื่อสารที่คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องมีดังนี้

**๔.๑) ภาวะผู้นำ** คือ คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องมีภาวะความเป็นผู้นำสามารถปรับตัวเองให้เข้ากับบริบท มีความอ่อนน้อมถ่อมตน เข้าหาง่าย ไม่ถือตัว นอกจากนั้นควรเปิดใจรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นโดยเฉพาะกับประชาชน ให้สิทธิเสรีภาพในการพูดคุย โต้ตอบได้ ไม่ถือโทษโกรธเคืองใคร ไม่มีอคติเข้าข้างฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง อีกทั้งพยายามพูดคุยกับผู้อื่นด้วยความปรารถนาดี รู้จักแบ่งปันข้อมูลข่าวสารที่ได้รับโดยเฉพาะข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาท้องถิ่น ต้องแสดงออกถึงความจริงใจที่จะแบ่งปันข้อมูลไปยังประชาชนในท้องถิ่นอย่างรวดเร็ว

**๔.๒) มีสติคิดก่อนพูด** การพูดในที่ชุมชนนอกจากจะพูดแล้วต้องทำงานร่วมกับบุคคลอื่น ๆ ด้วย การเจอปัญหาเฉพาะหน้าทั้งก่อนการพูด ระหว่างการพูดและหลังการพูด การควบคุมอารมณ์เป็นสิ่งที่คุณพูดพึงกระทำ เราจะเห็นได้ว่าคนที่พูดออกไปตามสไตล์ พูดแล้วค่อยคิด หรือพูดออกมาไม่ทันคิดนั้น และพูดเร็วจนเกินเหตุ อาจต้องมีปัญหาเพราะการพูดครั้งนั้น เช่น การพูดออกไปด้วยอารมณ์หรือพูดโดยขาดความยั้งคิดจนกระทบต่อความรู้สึกคนอื่น ๆ โดยเฉพาะการพัฒนาท้องถิ่นด้วยแล้ว ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรควบคุมอารมณ์ในการพูดด้วยการมีสติ คือคิดก่อนแล้วค่อยพูด การพูดอย่างมีสติจะทำให้ไม่พลั้งเผลอพูดในสิ่งที่ไม่ควรพูด เพราะคำพูดที่พูดออกไปย่อมเป็นนายเราเสมอ ผู้บริหารไม่จำเป็นต้องพูดโต้ตอบทันทีเมื่อได้รับคำถาม หรือได้ยินประชาชนพูดถึงเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่เกี่ยวข้อง ควรพิจารณาหาคำตอบที่เป็นทางเลือกที่ดีที่สุดแล้วค่อยพูดหรือตอบคำถามถึงแม้จะช้าก็ไม่เป็นไร แต่ก็ควรคำนึงถึงเวลาด้วยว่าใช้เวลาในการพิจารณาเหมาะสมหรือไม่ กระทบกับการทำงานหรือไม่สิ่งเหล่านี้จะช่วยให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้นเอง

**๔.๓) ตัดสินใจให้เด็ดขาด** คือ ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องมีความมั่นใจในตนเอง ไม่โลเล ในสถานการณ์ที่ประชาชนต้องการความหวัง ความช่วยเหลือ ต้องสามารถตัดสินใจได้ว่า จะเจรจา พูดคุย หรือโน้มน้าวอย่างไรให้เขาเกิดความไว้วางใจในฐานะผู้นำ ในกรณีที่กล้าตัดสินใจเพราะไม่มีความรู้ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่ประชาชนขอความช่วยเหลือ ต้องกล้าที่จะขอคำปรึกษาจากผู้ที่เกี่ยวข้อง หรือผู้ที่มีประสบการณ์ตรง เพื่อช่วยให้เห็นช่องทางในการตัดสินใจได้ง่ายขึ้น กล่าวคือจะทำให้ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถส่งสารได้ตรงประเด็นมากขึ้นไปด้วย โดยใช้วิธีการตัดสินใจตามหลักอริยสัจ คือ (๑) ค้นหาสาเหตุของปัญหาเพื่อให้เห็นสภาพที่แท้จริง (๒) ต้องระบุปัญหาให้ชัดเจนความจริง (๓) ต้องแสวงหาทางเลือกหลาย ๆ ทาง แล้วนำมาพิจารณา วิเคราะห์ ประเมินทางเลือก แล้วเลือกทางที่ดี และสามารถนำไปปฏิบัติ (๔) ต้องตัดสินใจเลือกวิธีการที่เห็นว่าดีที่สุด ควรให้การตัดสินใจเป็นที่ยอมรับของผู้ที่เกี่ยวข้องพร้อมจะนำไปปฏิบัติ

**๔.๔) การจัดการอารมณ์** การสื่อสารที่ดีจะทำให้สามารถควบคุม และบริหารงานได้ในทุก ๆ มิติ แม้ว่ามิถุนายนใจในการทำงานจะเปลี่ยนไปจากเดิมมากแค่ไหนก็ตาม แต่เมื่อไหร่ก็ตามที่คณะผู้บริหารได้สื่อสารอย่างดีแล้ว ประชาชนยังไม่เข้าใจอีกทั้งเรื่องที่ต้องการจะสื่อสารก็ไม่ตอบสนองให้บรรลุวัตถุประสงค์ลักษณะเช่นนี้อาจทำให้คณะผู้บริหารเกิดความไม่พอใจ โกรธ โมโห ถ้าหากไม่บริหารจัดการ

อารมณ์อาจส่งผลกระทบต่อการบริหารงานได้ คณะผู้บริหารจึงจำเป็นต้องจัดการอารมณ์ของตนเองให้ได้ ไม่ให้เกิดภาวะการณ์ที่ควบคุมตัวเองไม่ได้ ด้วยการตั้งสติวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหาว่า คืออะไร แล้วพยายามควบคุมอารมณ์ให้ได้ จากนั้นควรพยายามค้นหาทางออก นำมาวิเคราะห์หลาย ๆ ทาง ไม่ด่วนตัดสินใจสื่อสารออกไปถึงแม้ทางออกของปัญหานั้นจะเป็นทางออกที่ดีตามความคิดเห็นของเราก็อตาม

จากการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของรูปแบบเกี่ยวกับองค์ประกอบที่ ๑ ผู้ส่งสาร (Sender) สามารถสรุปเป็นองค์ประกอบหลัก องค์ประกอบย่อย การเพิ่ม/ตัด และข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิได้ ดังนี้

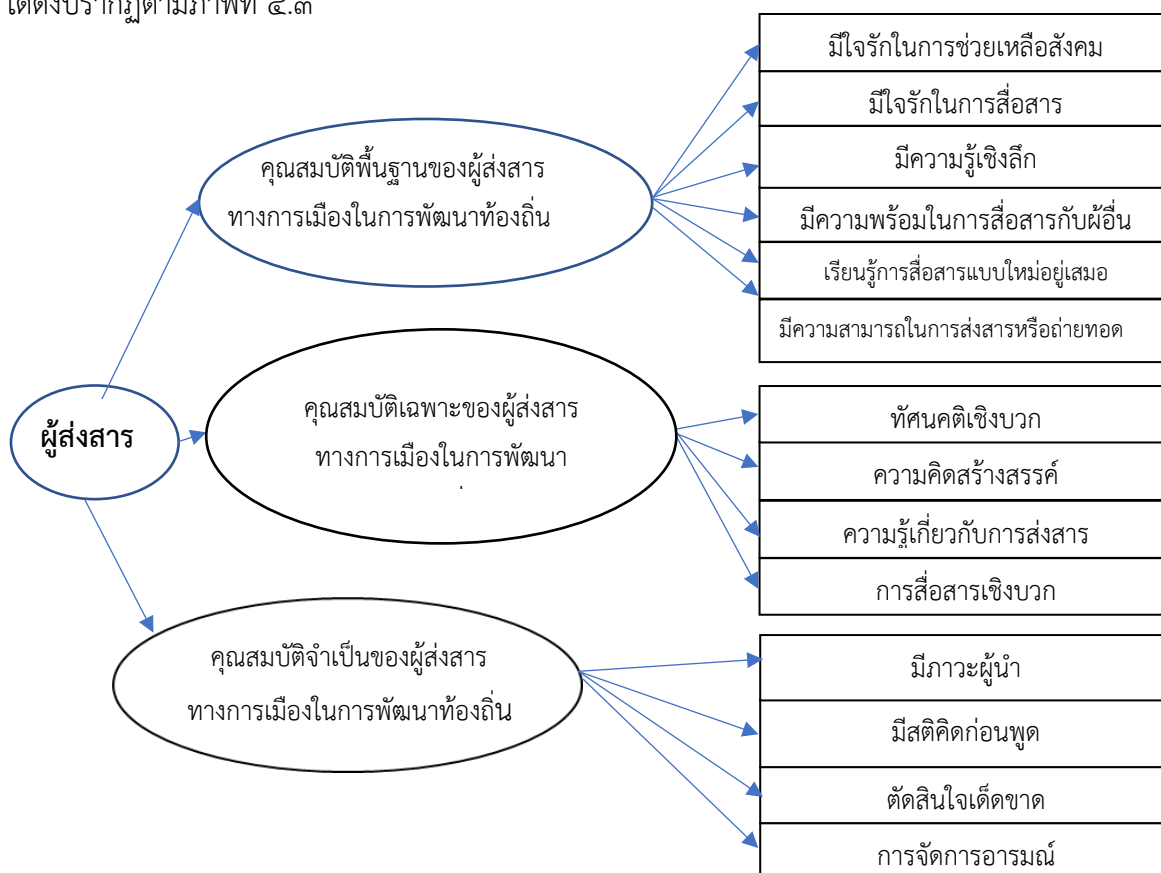
ตารางที่ ๔.๑ การประเมินและให้ข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิเกี่ยวกับองค์ประกอบที่ ๑ ผู้ส่งสาร (Sender)

องค์ประกอบหลัก	องค์ประกอบย่อย	การเพิ่ม/ตัด	ข้อเสนอแนะ
๑) การสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น	๑.๑) การสื่อสารในอดีต ๑.๒) การสื่อสารในปัจจุบัน	ตัด	ไม่ควรนำมาเป็นองค์ประกอบหลักและองค์ประกอบย่อยเพราะเป็นการวิเคราะห์ถึงสภาพการสื่อสาร ไม่ได้นำไปสู่การพัฒนาตัวผู้ส่งสาร
๒) คุณสมบัติพื้นฐานของผู้ส่งสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น	๒.๑) มีใจรักในการช่วยเหลือสังคม ๒.๒) มีใจรักในการสื่อสาร ๒.๓) เปิดใจกว้างเรียนรู้การสื่อสาร และเครื่องมือสื่อสารแบบใหม่อยู่เสมอ ๒.๔) มีความพร้อมในการสื่อสารกับผู้อื่น ๒.๕) มีความรู้เชิงลึก ๒.๖) มีความสามารถในการส่งสารหรือถ่ายทอดสาร	คงเดิม	ข้อ ๒.๓) ควรตัดให้เหลือเฉพาะ “เรียนรู้การสื่อสารแบบใหม่อยู่เสมอ”
๓) คุณสมบัติ เฉพาะของผู้ส่งสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น	๓.๑) ทักษะคติเชิงบวก ๓.๒) ความคิดสร้างสรรค์ ๓.๓) ความรู้เกี่ยวกับการส่งสาร ๓.๔) การสื่อสารเชิงบวก	คงเดิม	

(ต่อ) ตารางที่ ๔.๑ การประเมินและให้ข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิเกี่ยวกับองค์ประกอบที่ ๑ ผู้ส่งสาร (Sender)

องค์ประกอบหลัก	องค์ประกอบย่อย	การเพิ่ม/ตัด	ข้อเสนอแนะ
๔) คุณสมบัติจำเป็นของผู้ส่งสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น	๔.๑) ภาวะผู้นำ ๔.๒) มีสติคิดก่อนพูด ๔.๓) ตัดสินใจให้เด็ดขาด ๔.๔) การจัดการอารมณ์	คงเดิม	

จากการทำการสนทนากลุ่มเฉพาะเพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของรูปแบบ สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อยืนยันองค์ประกอบหลัก และองค์ประกอบย่อย การตัดหรือเพิ่มองค์ประกอบ และข้อเสนอแนะองค์ประกอบ จากการศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถพัฒนาเพื่อนำไปสู่การยกย่องรูปแบบได้ดังปรากฏตามภาพที่ ๔.๓

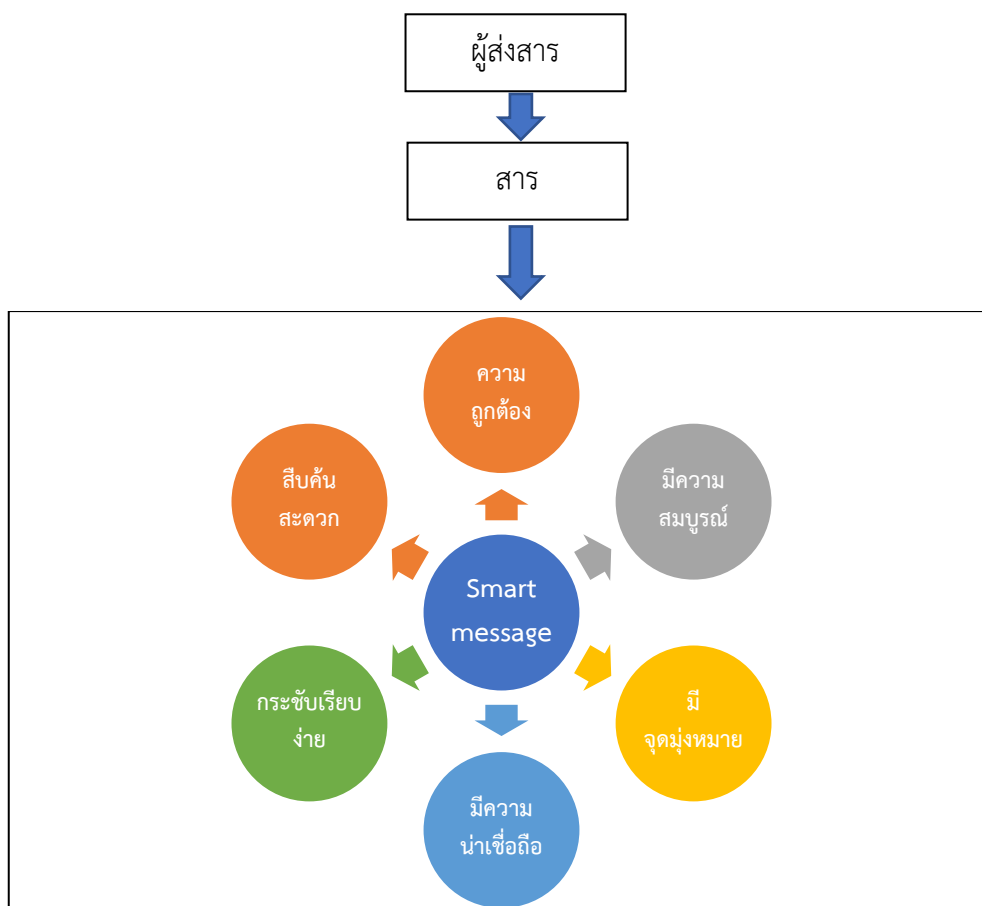


ภาพที่ ๔.๓ แสดงองค์ประกอบหลัก องค์ประกอบย่อยขององค์ประกอบที่ ๑ ผู้ส่งสาร (Sender)

## องค์ประกอบที่ ๒ คือ สาร/ข่าวสาร (Message)

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์เชิงลึกและทำการสนทนากลุ่มเฉพาะคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น พบว่า มีรูปแบบที่คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้ช่วยกันแสดงความคิดเห็นและสามารถพัฒนาเป็นแผนภาพได้ดังนี้

### องค์ประกอบของสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น



ภาพที่ ๔.๔ แสดงองค์ประกอบที่ ๒ สารหรือข่าวสาร

### ลักษณะขององค์ประกอบที่ ๒ สารหรือข่าวสาร

- ๒.๑) ความถูกต้องของสาร
- ๒.๒) ความสมบูรณ์
- ๒.๓) มีจุดหมาย
- ๒.๔) มีความน่าเชื่อถือ
- ๒.๕) กระชับเรียบง่าย
- ๒.๖) สืบค้นสะดวก



ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

สาร (Message) คือ เรื่องราวอันมีความหมายและแสดงออกมาโดยอาศัยภาษา หรือ สัญลักษณ์ใด ๆ ก็ตามที่สามารถทำให้เกิดการรับรู้ร่วมกันได้ สาร จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อผู้ส่งสารเกิดความคิดขึ้น และต้องการจะส่งหรือถ่ายทอดความคิดนั้นไปสู่การรับรู้ของผู้อื่น (ผู้รับสาร) การส่งสารนั้น ก็โดยการที่ผู้ส่งสารแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายอย่างเพื่อแทนความคิดที่เกิดขึ้น พฤติกรรมที่ว่านี้ก็เช่น การพูด การเขียน การวาดการแสดงอาการหรือกิริยาอย่างใดอย่างหนึ่งก็ได้ และพฤติกรรมในการแสดงออกซึ่งความคิดนี้ไม่ว่าจะด้วยวิธีการใด ๆ ก็ตาม ย่อมขึ้นอยู่กับทักษะของผู้กระทำทั้งสิ้น ในการพัฒนาท้องถิ่นผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องมีความเข้าใจในเรื่องที่จะสื่อสาร โดยต้องคำนึงองค์ประกอบต่อไปนี้

### ๒.๑) ความถูกต้องของสาร

เนื้อหาของสารที่ดีต้องมีความถูกต้อง เพียงตรง เป็นข้อเท็จจริง สามารถพิสูจน์ได้ รวมถึงรายละเอียดของสาร เพราะข้อมูลที่ได้นั้นต้องนำไปใช้ในการตัดสินใจ หากข้อมูลไม่มีความถูกต้องแล้วก็จะก่อให้เกิดผลเสียหายตามมา อย่างไรก็ตามในยุคปัจจุบันยังต้องระวังเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารปลอมที่อาจส่งมาจากหลายช่องทางโดยเฉพาะทางออนไลน์แล้วทำให้เกิดความสับสนได้ ถึงแม้ว่าความรวดเร็วในการรายงานข่าวทางออนไลน์จะช่วยทำให้ผู้อ่านรับข้อมูลข่าวสารอย่างทันท่วงที แต่ปัญหาที่เกิดขึ้นคือข่าวออนไลน์บางส่วนไม่ได้รับการกลั่นกรองคุณภาพและความถูกต้อง เนื่องจากเป็นสื่อที่เปิดกว้าง และไม่ได้ถูกจำกัดว่าเป็นข่าวนำเสนอจากสื่อมวลชนกระแสหลักแต่เพียงอย่างเดียวอีกต่อไป นอกจากนี้ ข่าวที่นำเสนอผ่านทางหน้าหลักของโซเชียลมีเดียยังสามารถถูกส่งต่อหรือแบ่งปันให้ผู้อื่นอ่านต่อได้ในวงกว้าง ซึ่งส่งผลทำให้เกิดการแพร่กระจายของข่าวสารอย่างรวดเร็วและสร้างอิทธิพลต่อความคิดของคนในสังคมเป็นอย่างมาก ด้วยเหตุนี้จึงเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ไม่หวังดีสร้างข่าวปลอมเข้ามาปะปนกับข่าวอื่น ๆ บนโลกออนไลน์ จนทำให้ผู้อ่านหลงเชื่อข่าวปลอม ข่าวลือ หรือข่าวบิดเบือนเพราะไม่รู้เท่าทันสื่อเหล่านี้

ดังนั้น ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรมีทักษะในการรู้เท่าทันข้อมูลการพัฒนาท้องถิ่น ตลอดถึงข่าวสารต่าง ๆ มีวิจาร์ณญาณแยกแยะได้ว่าข่าวใดเป็นข่าวปลอม มีทักษะในการวิเคราะห์และตรวจสอบเพื่อที่จะได้ข้อมูลที่ถูกต้องในการแสดงความคิดเห็น รู้จักประเมิน และเลือกใช้ข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงให้เกิดสังคมประชาธิปไตยที่ประชาชนสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและแสดงความคิดเห็นบนข้อเท็จจริงและเหตุผล ข้อมูลที่ดีต้องมีความถูกต้อง เพื่อให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ หากมีการเก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว ถ้าข้อมูลที่เก็บมาเชื่อถือไม่ได้จะทำให้เกิดผลเสียอย่างมาก ผู้ใช้จะไม่กล้าอ้างอิงหรือนำไปใช้ประโยชน์ ซึ่งเป็นเหตุให้การตัดสินใจของผู้บริหารขาดความแม่นยำ และอาจมีโอกาสผิดพลาดได้ รูปแบบการจัดเก็บข้อมูล ต้องคำนึงถึงกรรมวิธีการดำเนินงานเพื่อให้ได้ความถูกต้องแม่นยำมากที่สุด

### ๒.๒) ความสมบูรณ์ครบถ้วนของสาร

สารที่มีความสมบูรณ์ คือ สารที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ ซึ่งจะขึ้นกับวิธีการรวบรวมข้อมูลและวิธีการประมวลผล ต้องแสดงถึงข้อมูลที่สำคัญ ๆ ความสมบูรณ์ของข้อมูลที่เก็บรวบรวม

มาได้จะทำให้เราสามารถประมวลผลได้ ได้ผลลัพธ์หรือสารสนเทศที่มีความสมบูรณ์ด้วย อีกทั้งสารหรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องรวมมาต้องเป็นข้อมูลที่ให้ข้อเท็จจริง (facts) หรือข่าวสาร (information) ที่ครบถ้วนทุกด้านทุกประการ มิใช่ขาดส่วนหนึ่งส่วนใดไปทำให้นำไปใช้การไม่ได้

ดังนั้น ในการดำเนินการพัฒนาท้องถิ่นเมื่อรวบรวมข้อมูลต้องสำรวจและสอบถามความต้องการในการใช้ข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความสมบูรณ์

### ๒.๓) มีจุดมุ่งหมายที่ต้องการสื่อสาร

สารที่ต้องการสื่อสารออกมานั้นจะต้องมีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจนว่าคืออะไร เพราะสารที่เกิดขึ้นด้วยเหตุที่ผู้ส่งสารต้องการสื่อความคิดเห็นบางประการให้เป็นที่รับรู้และเข้าใจเพื่อจุดมุ่งหมายบางอย่าง ในเวลาที่มีคนอ่านหรือฟังข้อความของสารสิ่งที่ผู้อ่านหรือผู้ฟังมักกระทำคือการค้นหาใจความสำคัญหรือความคิดสำคัญของเรื่องนั้น ๆ โดยที่การสื่อสารแต่ละครั้งอาจมีจุดมุ่งหมายที่ไม่เหมือนกัน เช่น ให้ความรู้ ให้ข้อคิด ให้ความเพลิดเพลิน แนะนำ ตักเตือน โนมน้าว เป็นต้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเจตนาของผู้ส่งสารด้วยว่ามีเจตนาอย่างไร ฉะนั้นเนื้อหาของสารจะสั้นหรือยาวไม่ใช่ประเด็นที่สำคัญ แต่ประเด็นสำคัญอยู่ที่จุดมุ่งหมายที่ต้องการสื่อสารคืออะไร และมีเจตนาอะไรที่จะเขียนหรือพูดออกไปให้คนอื่นรับรู้

### ๒.๔) ความเชื่อถือได้

ความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร (Source Credibility) คือ ปัจจัยที่สำคัญ และเป็นปัจจัยที่กำหนดว่าผู้รับสารจะยอมรับหรือจะปฏิเสธข้อมูลข่าวสารนั้น เพราะเมื่อบุคคลมีการเลือกเปิดรับข่าวสารใดข่าวสารหนึ่งตามความคิด ทศนคติ ความสนใจ ความเชื่อ และความต้องการของบุคคลนั้น เพื่อใช้เป็นเหตุผลในการประกอบการตัดสินใจที่จะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งแต่นั้นไม่ได้หมายความว่า ผู้รับสารจะเชื่อถือในข่าวสารนั้น จนกว่าผู้รับสารจะได้ประเมินถึงความน่าเชื่อถือของแหล่งที่มาข่าวสารว่ามีความน่าเชื่อถือเพียงใด ดังเช่น ข้อมูลข่าวสารที่น่าเชื่อถือก็คือ ข้อมูลข่าวสารที่เราเชื่อได้นั่นเอง ดังที่ McCroskey, Hamilton and Weiner กล่าวว่า ผู้ส่งสารบุคคลใดก็ตามที่มีความน่าเชื่อถือสูงในสายตาของผู้รับสาร ผู้รับสารก็จะให้ความเคารพนับถือ และมีการยอมรับในความคิดเห็นของผู้ส่งสารบุคคลนั้น โดย McCroskey และคณะ ได้ระบุถึงขอบเขตปัจจัยไว้ว่าความน่าเชื่อถือมี 3 มิติที่สำคัญ ได้แก่

(๑) ความสามารถ (Competence) ของแหล่งสารที่ต้องทำให้ผู้รับสารเกิดความเชื่อถือได้ว่าแหล่งสารนั้นไว้ใจได้

(๒) ความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness) คือ การที่ผู้รับสารไว้วางใจในแหล่งสารที่นำเสนอข้อมูลให้แก่ผู้รับสาร

(๓) ความปรารถนาดี (Goodwill) คือ แหล่งสารที่สามารถเข้าใจ เห็นใจ และตอบสนองต่อผู้รับสารได้ดี<sup>๑๘๓</sup>

<sup>๑๘๓</sup> อภิญญา ตั้งประสิทธิ์ศิลป์, “ความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลข่าวสารบน เฟซบุ๊กที่มีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้สื่อสังคมในเขตกรุงเทพมหานคร”, นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ), ๒๕๖๒, หน้า ๑๒.

ดังนั้น ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเมื่อจะทำการส่งสารไม่ว่าจะเป็นเอกสาร หนังสือราชการ แผ่นพับ ใบปลิว โปสเตอร์ การประกาศเสียงตามสาย หอกระจายข่าว รวมถึงการส่งข้อมูล ในระบบออนไลน์จะต้องทำการกลั่นกรองสารให้เรียบร้อยเสียก่อนแล้วค่อยส่งสาร ถ้าทำได้แบบนี้จะทำให้ สารมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น

### ๒.๕) กระชับมีความเรียบง่าย

ลักษณะของสารควรมีเนื้อหาที่เหมาะสมกับผู้รับสาร ไม่สร้างเนื้อหาที่ยากหรือยุ่งยากเกินไป ควรจัดลำดับสารให้ได้ว่าเนื้อหาส่วนไหนจะสื่อสารก่อนหลัง ต้องจัดเรียงไว้ให้เรียบร้อยไม่ให้สลับซับซ้อน จนเกินไป ที่สำคัญต้องมีความชัดเจนไม่คลุมเครือ เมื่อมีประชาชนถามต้องสามารถอธิบายให้เข้าใจได้ ภาษาที่ใช้ก็ควรใช้ภาษาถิ่นเป็นเบื้องต้นแล้วค่อยเสริมด้วยภาษากลาง เพราะจะทำให้เข้าใจง่าย เกิดความคุ้นเคย และความไว้วางใจต่อกันได้ค่อนข้างเยอะ

ในขณะเดียวกันผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องระวังปัญหาอุปสรรคที่จะเกิดจากตัว สารได้คือ

- (๑) เนื้อหาของสารซับซ้อน หรือลึกซึ้งจนเกินกำลังของผู้รับสาร
- (๒) ห่างไกลจากประสบการณ์ของผู้รับสารมากเกินไป ทำให้ไม่เข้าใจเนื้อหา
- (๓) มีความขัดแย้งกันในตัวสาร
- (๔) เนื้อหาซ้ำซาก ไม่น่าสนใจ
- (๕) ผู้ส่งสารพูดประโยคเยิ่นเย้อ หรือเนื้อหาความแปลกใหม่เกินความคิดของผู้รับตัวสารนั้น

ก็จะกลายเป็นอุปสรรคของการสื่อสาร

### ๒.๖) สืบค้นสะดวก

สารที่ดีนอกจากจะสามารถบอกถึงเนื้อหาสาระที่เป็นประโยชน์แล้วยังจะต้องสามารถสืบค้นได้อย่างรวดเร็วอีกด้วย ในปัจจุบันการสืบค้นข้อมูลที่มีประสิทธิภาพและเป็นที่ยอมรับได้แก่ การสืบค้นจาก เว็บไซต์ต่าง ๆ บนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นเหตุให้เกิดเว็บไซต์ประเภทใหม่ ที่มุ่งให้บริการด้านต่าง ๆ อย่างหลากหลาย รวมถึงการให้บริการในการค้นหาข้อมูลในระบบอินเทอร์เน็ต ที่สำคัญคือการสืบค้น ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตจะสามารถสืบค้นได้อย่างรวดเร็วเพียงไม่กี่วินาทีก็สามารถค้นสิ่งที่ต้องการได้เพราะ ในคลังข้อมูลของระบบคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมต่อกันเป็นเครือข่ายทั่วโลกมีจำนวนมากมายมหาศาลให้ค้นหา ข้อมูลที่เก็บอยู่ก็มีหลายรูปแบบ การค้นหาข้อมูลจึงอาจต้องอาศัยบริการและโปรแกรมต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับ ชนิดของข้อมูลที่ต้องค้นหาด้วย นอกจากนั้นอาจมีการเก็บข้อมูลไว้ในระบบแฟ้มเอกสาร แต่ถ้าหากมีการ จัดทำอย่างเป็นระบบ เช่น มีการจัดลำดับของเอกสารและใส่ชื่อแฟ้มให้ชัดเจน แล้วจัดเก็บในที่ที่สามารถ มองเห็นได้อย่างสะดวกแบบนี้ก็จะสืบค้นได้ทันที ไม่ใช่เป็นการเก็บทิ้ง แต่เป็นการเก็บที่สามารถค้นคืนได้ ตลอดเวลา

ฉะนั้น การสื่อสารจะบรรลุเป้าหมายหรือไม่ขึ้นอยู่กับผู้ส่งสารจะมีความสามารถในการ สื่อสารแล้ว องค์ประกอบต่อมาที่ต้องคำนึงถึงคือ “สาร” หรือเนื้อหาสาระที่จะส่งไปยังผู้รับสาร จึงต้อง คำนึงถึงคุณสมบัติของสารคือ ความถูกต้องของสาร ความสมบูรณ์ มีจุดหมาย มีความน่าเชื่อถือ กระชับ

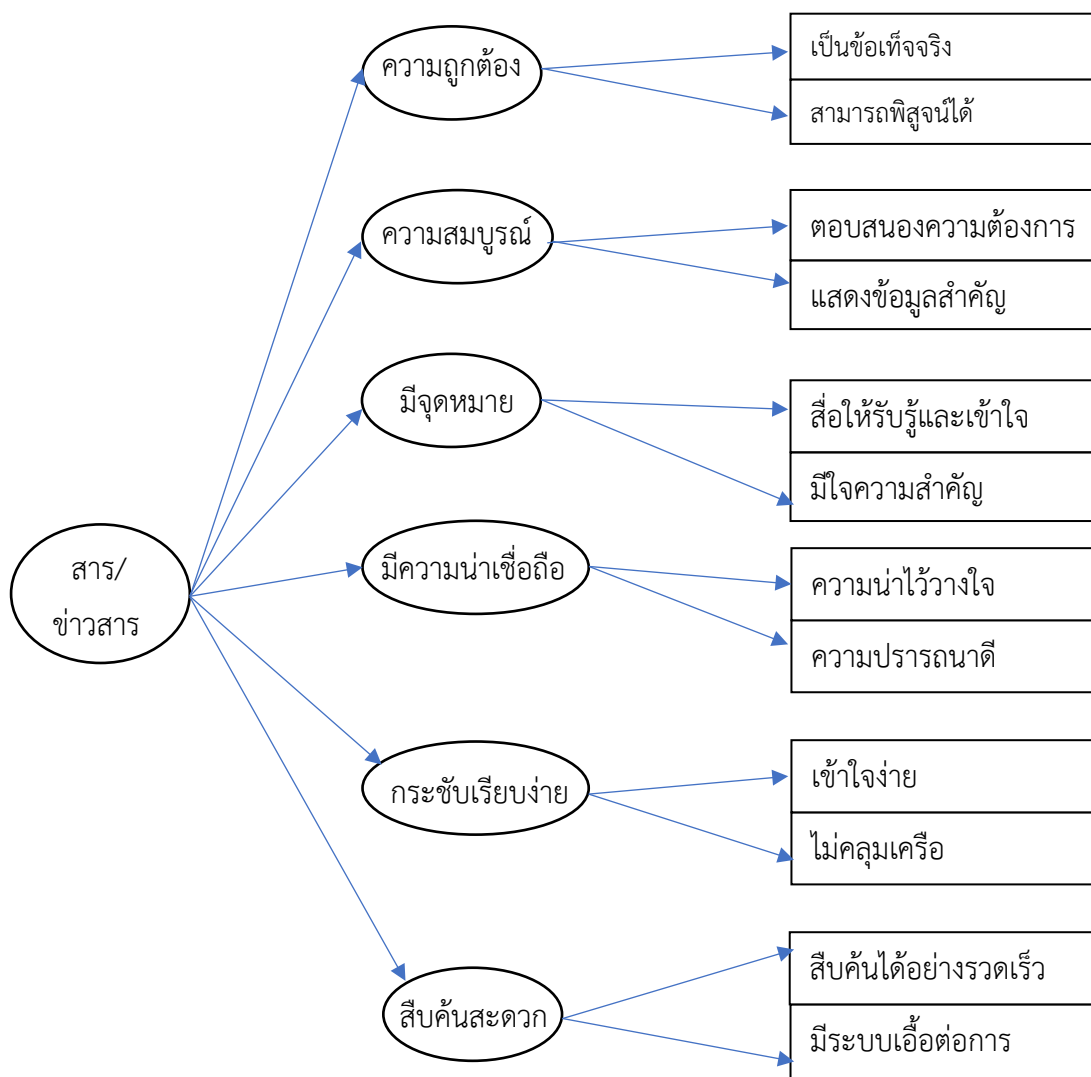
เรียบง่าย และสืบทอดสะดวก ที่สำคัญเมื่อมีการสื่อสารแล้วผู้รับสารมีความเข้าใจในสารแล้วก่อให้เกิดการพัฒนาในท้องถิ่นบรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้จะก่อให้เกิดผลตามที่ผู้ส่งสารหรือผู้รับสารมีความประสงค์

จากการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของรูปแบบเกี่ยวกับองค์ประกอบที่ ๒ สาร/ข่าวสาร (Message) สามารถสรุปเป็นองค์ประกอบหลัก องค์ประกอบย่อย การเพิ่ม/ตัด และข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิได้ดังนี้

**ตารางที่ ๔.๒** การประเมินและให้ข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิเกี่ยวกับองค์ประกอบที่ ๒ สาร/ข่าวสาร (Message)

องค์ประกอบหลัก	องค์ประกอบย่อย	การเพิ่ม/ตัด	ข้อเสนอแนะ
๑) ความถูกต้อง	๑) เป็นข้อเท็จจริง ๒) สามารถพิสูจน์ได้	คงเดิม	
๒) ความสมบูรณ์	๑) สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ ๒) ต้องแสดงถึงข้อมูลที่สำคัญ	คงเดิม	ข้อที่ ๑ ตัดคำว่า สามารถ และ คำว่า ของผู้ใช้ ออก ข้อที่ ๒ ควรใช้ว่า “แสดงข้อมูลสำคัญ”
๓) มีจุดหมาย	๑) สื่อความคิดเห็นบางประการให้เป็นที่รับรู้และเข้าใจ ๒) ค้นหาใจความสำคัญหรือความคิดสำคัญของเรื่องนั้น	คงเดิม	ข้อที่ ๑ ควรปรับเป็น สื่อให้รับรู้และเข้าใจ ข้อที่ ๒ ควรปรับเป็น มีใจความสำคัญ
๔) มีความน่าเชื่อถือ	๑) ความน่าไว้วางใจ ๒) ความปรารถนาดี	คงเดิม	
๕) กระชับเรียบง่าย	๑) สาร ไม่สร้างเนื้อหาที่ยากหรือง่ายเกินไป ๒) ไม่คลุมเครือ	คงเดิม	ข้อที่ ๑ ควรปรับเป็น เข้าใจง่าย
๖) สืบทอดสะดวก	๑) สืบทอดได้อย่างรวดเร็ว ๒) มีระบบเอื้อต่อการสืบทอด	คงเดิม	

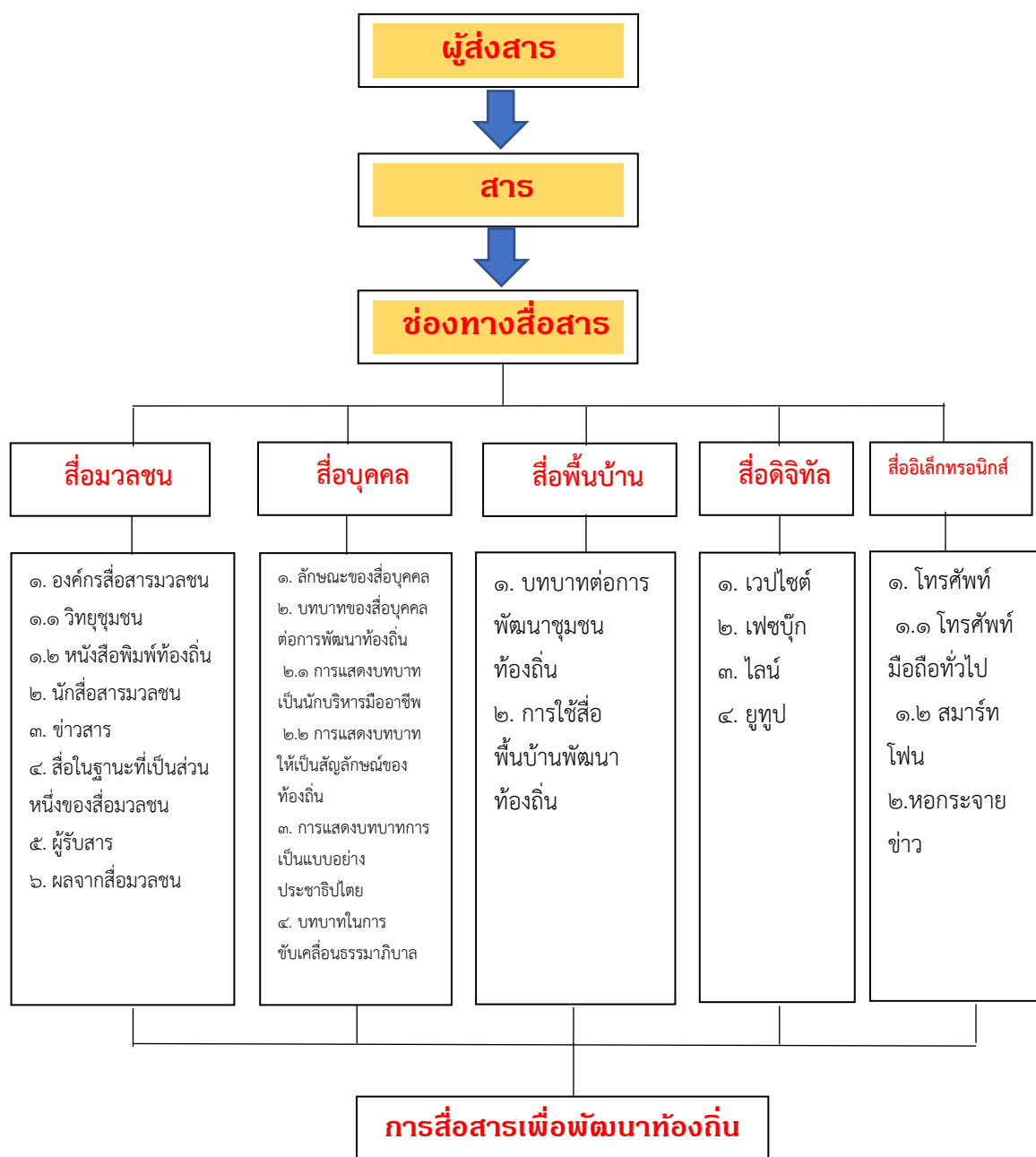
จากการทำการสนทนากลุ่มเฉพาะเพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของรูปแบบ สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อยืนยันองค์ประกอบหลัก และองค์ประกอบย่อย การตัดหรือเพิ่มองค์ประกอบ และข้อเสนอแนะองค์ประกอบ จากการศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถพัฒนาเพื่อนำไปสู่การยกร่างรูปแบบได้ดังปรากฏตามภาพที่ ๔.๔



ภาพที่ ๔.๕ แสดงองค์ประกอบหลัก องค์ประกอบย่อย ของ สาร/ข่าวสาร (Message)

องค์ประกอบที่ ๓ คือ ช่องทางการสื่อสาร

ช่องทางการสื่อสาร (channel) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการสื่อสาร หมายถึง สิ่งที่เป็นพาหนะของสาร ทำหน้าที่นำสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ผู้ส่งสารต้องอาศัยสื่อหรือช่องทางทำหน้าที่นำสารไปสู่ผู้รับสาร



ภาพที่ ๔.๖ องค์ประกอบที่ ๓ ช่องทางการสื่อสาร (Channel)

ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

**๓.๑) สื่อมวลชน**

สื่อมวลชน คือ การถ่ายทอดความรู้ข่าวสารสำหรับประชาชนทั่วไป ไม่เจาะจงสำหรับคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ข่าวสารที่ถูกนำเสนอจากสื่อมวลชน จึงเป็นข่าวสารสำหรับผู้รับแต่ละคนที่จะเลือกรับตามโอกาสและความพอใจ ใครพร้อมที่จะฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์ อ่านหนังสือพิมพ์ หรือรับสื่อมวลชนอื่นใด ที่ไหน

เมื่อใดก็ได้ เป็นการรับข่าวสารตามอัธยาศัย ไม่จำเป็นต้องเตรียมตัว หรือมีความตั้งใจเพื่อรับข่าวสารในลักษณะดังกล่าว

จากการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มเฉพาะคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น พบช่องทางการสื่อสารที่ได้เป็นแนวทางในการปฏิบัติ ดังนี้

**๓.๑.๑) วิทยุชุมชน** เป็นองค์กรสื่อสารมวลชน ในการประชาสัมพันธ์การพัฒนาท้องถิ่น ให้ปรากฏในวงกว้าง สถานีวิทยุกระจายเสียงเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ช่วยได้ ซึ่งจะกระจายข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มคนที่อยู่ในชุมชนได้มากขึ้น ตามพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการดูแลกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. ๒๕๔๓ ภายใต้รัฐธรรมนูญ พ.ศ. ๒๕๔๐ ย่อมถือว่าเป็นการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม โดยชุมชนสามารถบริหารจัดการวิทยุชุมชนได้ด้วยตนเอง จึงมีนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน และนักพัฒนาองค์กรเอกชน ได้ออกมาส่งเสริมและขยายความรู้เรื่องสิทธิเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น และการฝึกอบรมเกี่ยวกับการดำเนินงานวิทยุชุมชน ให้แก่ประชาชนผู้สนใจอย่างต่อเนื่อง ภายใต้หลักการที่ว่า วิทยุชุมชนเป็นของชุมชน โดยชุมชน เพื่อชุมชน ดำเนินการโดยใช้รูปแบบอาสาสมัคร และไม่แสวงหากำไรทางธุรกิจ ในประเทศไทยวิทยุชุมชนเกิดขึ้นภายใต้การรับรองของกฎหมาย ๒ ฉบับ คือ ๑) รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.๒๕๔๐ ที่กำหนดให้คลื่นความถี่ที่ใช้ในการส่งวิทยุกระจายเสียง เป็นสมบัติสาธารณะของชาติแก่ประชาชนในประเทศและให้มีการใช้ประโยชน์อย่างกว้างขวาง เป็นไปเพื่อการศึกษาวินิจฉัยและความมั่นคง และประโยชน์อื่น ๆ อย่างเป็นธรรม ทั้งนี้ได้กำหนดรูปธรรมในการปฏิรูประบบสื่อ คือ ได้จัดตั้งองค์กรอิสระขึ้นมาดูแลการใช้คลื่นความถี่ของประเทศแทนหน่วยงานต่าง ๆ ตามระบบการใช้คลื่นความถี่เดิม ๒) พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการดูแลกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. ๒๕๔๓ มาตรา ๒๖ วรรค ๓ ซึ่งระบุให้ภาคประชาชนเข้าถึงและเข้าไปใช้คลื่นความถี่วิทยุโทรทัศน์ได้ไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๒๐ รวมทั้งสนับสนุนให้ภาคประชาชนมีโอกาสใช้คลื่นความถี่ตามสัดส่วนดังกล่าวหากชุมชนมีความพร้อม<sup>๑๘๔</sup>

โดยที่ประชาชนสามารถเข้าถึงวิทยุชุมชนหรือสามารถติดต่อได้อย่างสะดวกเพราะเป้าหมายของวิทยุชุมชนมุ่งตอบสนองในสิ่งที่วิทยุกระแสหลักไม่สามารถตอบสนองให้ได้ ใน ๔ ประเด็นด้วยกันคือ<sup>๑๘๕</sup>

(๑.๑) วิทยุชุมชนเป็นสื่อทางเลือก (Alternative Media) ในแง่มุมนี้ วิทยุชุมชนเป็นวิทยุที่ประชาชนเป็นเจ้าของ ส่วนการดำเนินงานนั้นก็ไม่มีหวังผลกำไร เป็นอิสระจากรัฐและองค์กรทางสังคมอื่น ๆ โดยอาศัยอาสาสมัคร ส่วนการผลิตรายการนั้น ผู้รับสารทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร โดยนำเสนอเนื้อหาจากเกณฑ์การเลือกที่แตกต่างจากสื่อกระแสหลัก

(๑.๒) เป็นสื่อชุมชน (Community Media) วิทยุชุมชนถูกมองว่าเป็นการออกแบบขึ้นมาเพื่อกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมของคนทุกกลุ่มที่อยู่ในชุมชน ไม่ว่าจะอยู่ในระดับสังคมเศรษฐกิจ

<sup>๑๘๔</sup> กุลวดี หวังดีศิริสกุล, พูลสมบัติ นามหล้า, วิทยุชุมชน: การมีส่วนร่วมของประชาชนในสื่อเพื่อชีวิตและสังคมท้องถิ่น, ประชาไทย, <https://prachatai.com/journal/2009/06/24613>.

<sup>๑๘๕</sup> ฐิตินันท์ พงษ์สุทธิรักษ์ และวีระยุทธ กาญจนชูฉัตร, พูลสมบัติ นามหล้า, วิทยุชุมชน: การมีส่วนร่วมของประชาชนในสื่อเพื่อชีวิตและสังคมท้องถิ่น, ประชาไทย, <https://prachatai.com/journal/2009/06/24613>.

วิทยุชุมชนเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) และมีทิศทางการไหลของข่าวจากบนลงล่าง (Top-down) และจากล่างขึ้นบน (Bottom-up) และในระนาบเดียวกัน (Horizon วิทยุชุมชนมุ่งตอบสนองความต้องการของประชาชน โดยทำหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสาร สร้างความรู้สึกร่วมในชุมชน เป็นเวทีแลกเปลี่ยนข่าวสาร/ความคิด และเป็นช่องทางในการแก้ไขปัญหา คนในชุมชนสามารถเข้าถึงได้ ไม่ว่าจะเป็นผู้วางแผนการใช้สื่อ ผู้ใช้ ผู้ผลิต ผู้แสดง ฯลฯ

(๑.๓) เป็นสื่อภาคประชาชน (Civic Media) เป็นมุมมองในแง่ที่ว่าวิทยุชุมชนไม่ได้เป็นทั้งของภาครัฐและเอกชน ไม่มุ่งกำไรสูงสุด และมีเป้าประสงค์เพื่อสนองประโยชน์ของสาธารณะ โดยนอกจากจะมุ่งเน้นที่ข่าวและสาธารณะประโยชน์มากกว่าเนื้อหาบันเทิงแล้ว ยังมุ่งหวังการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนอีกด้วย ทั้งในเรื่องของการเป็นเจ้าของ การกำหนดทิศทางของเนื้อหา การผลิต การแสดง ความคิดเห็น การสนับสนุนด้านการเงิน การรวบรวมกำลังคนและทรัพยากร และการประเมินผล

(๑.๔) เป็นสื่อสาธารณะ (Public Service Broadcasting) ความเป็นสาธารณะทำให้วิทยุชุมชนต้องยึดถือประโยชน์ของประชาชน และมีความหลากหลายและแตกต่างจากสื่อเชิงพาณิชย์ ส่วนเนื้อหาที่นำเสนอต้องเป็นกลาง สอดคล้องกับความต้องการและความสนใจของประชาชนทุกกลุ่ม และรายได้หลักมาจากประชาชนในรูปแบบของ “ค่าธรรมเนียม” เป็นหลัก

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าสถานีวิทยุกระจายเสียงเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นใช้ในการติดต่อสื่อสารกับประชาชนอีกทั้งมีการแนะนำส่งเสริมให้ประชาชนสามารถเข้าถึงสถานีวิทยุชุมชนเพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่าง ๆ ได้เช่นเดียวกัน

(๒) **โทรทัศน์** โทรทัศน์นับเป็นสื่อมวลชนที่สำคัญและทรงอิทธิพลต่อประชาชนในสังคมมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ความเคลื่อนไหวของประชาชนทางด้าน เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การเมืองการปกครอง การศึกษา เป็นต้น จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ในจังหวัดขอนแก่นมีสถานีโทรทัศน์ที่คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้เข้าไปใช้บริการเพื่อเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารองค์กร ประกอบด้วย สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยขอนแก่น หรือ NBT 11 ทีวีอีสาน โดยที่ข้อมูลที่น่าไปให้สถานีโทรทัศน์ประชาสัมพันธ์ให้ นั้นจะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ ซึ่งจะทำให้ประชาชนต่างพื้นที่ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารอย่างแพร่หลาย อีกทั้งพบว่า ข้อดีของการได้นำข้อมูลข่าวสารทางโทรทัศน์นั้นคือ (๒.๑) ข้อมูลนั้นมีการแสดงการเคลื่อนไหวได้ทั้งภาพและเสียง (๒.๒) ผู้รับชมให้ความสนใจและมีอารมณ์ร่วมได้ดี (๒.๓) คุ้มค่ากับต้นทุนการผลิต (๒.๔) มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

**๓.๒) สื่อบุคคล** หมายถึง การนำบุคคล หรือกลุ่มบุคคลมาเป็นช่องทางในการสื่อสารไปยังผู้รับสาร เครื่องมือสื่อสารของสื่อบุคคล คือ วจนภาษาหรือคำพูด และอวจนภาษา เช่น ท่าทาง อากัปกิริยา สีหน้า ฯลฯ สื่อบุคคลมีรูปแบบการสื่อสาร ๒ ประเภท คือ ๑) การสื่อสารแบบเป็นทางการ เช่น การบรรยาย การสัมมนา การอภิปราย การประกาศข่าว การจัดรายการวิทยุ ฯลฯ และ ๒) การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ เช่น การพูดคุยกัน การปราศรัย การชูปชิบนิทากัน การพูดคุยในครอบครัว และกลุ่มเพื่อน ฯลฯ



ลักษณะเด่นของสื่อบุคคล คือ หากเป็นการสื่อสารแบบเห็นหน้าตากัน ผู้ส่งสารสามารถวิเคราะห์ และประเมินผู้รับสารได้ทันทีว่าเข้าใจสิ่งที่ตนกำลังพูดอยู่หรือไม่ หากผู้รับสารไม่เข้าใจ ผู้พูดก็สามารถปรับเปลี่ยนวิธีการพูดหรือลักษณะเนื้อหาให้ง่ายต่อความเข้าใจของบุคคลที่เราากำลังสื่อสารได้ การใช้สื่อบุคคลจึงมีลักษณะของความยืดหยุ่น มากกว่าการใช้สื่อประเภทอื่น และสามารถประเมินประสิทธิภาพการสื่อสารได้ทันที สื่อบุคคลยังมีจุดเด่นที่มีความเป็นกันเอง ทำให้เข้าถึงผู้รับสารได้ง่าย โดยเฉพาะบุคคลที่ทำทางดี พูดจาดี น่าเชื่อถือ หากเป็นบุคคลที่รู้จักมักคุ้นกันมาก่อน เช่น เพื่อน คนใกล้ชิด บุคคลที่มีชื่อเสียง ฯลฯ ก็มีโอกาสนสูงที่จะสามารถโน้มน้าวใจผู้รับสารให้คล้อยตามได้มาก

### ๓.๒.๑) ลักษณะของสื่อบุคคล

(๑) การพูดสนทนา เป็นการสื่อสารของบุคคลโดยทั่วไปในวงสนทนา ซึ่งเป็นการสื่อสารกันในชีวิตประจำวันทั่วไป

(๒) การอภิปราย เป็นการสื่อความโดยกลุ่มคนตั้งแต่ ๓ คนขึ้นไป ซึ่งเป็นการให้ความรู้ ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะที่มีแนวโน้มไปในทางเดียวกัน

(๓) การบรรยาย เป็นการสื่อความเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจต่อเรื่องในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยผู้ฟังเป็นผู้รับสาร และผู้บรรยายเป็นผู้ให้สาร

(๔) การประชุม เป็นการร่วมกันปรึกษาหารือกันในกลุ่มหรือทีมงานอย่างมีระบบ และระเบียบวิธีการทาง การประชุม เช่น การยกมือก่อนพูดแสดงความคิดเห็น มีการจัดบันทึกรายงานการประชุม และมีประธานการประชุม

(๕) การฝึกอบรม เป็นการให้ความรู้ความเข้าใจแก่บุคคล เพื่อให้มีความรู้เพิ่มขึ้น และมีความสามารถขึ้นในเรื่องที่ได้รับการฝึกและอบรมมา

(๖) การสัมมนา เป็นกระบวนการสื่อสารสองทาง ทั้งให้และรับความรู้ซึ่งกันและกันระหว่างวิทยากรและผู้เข้าร่วมสัมมนา

(๗) การพูดในที่ชุมชน เป็นการพูดในที่สาธารณะหรือชุมชนในวาระหรือโอกาสต่าง ๆ เพื่อเป็นการสร้างความเข้าใจ ความรู้ ยกย่อง และยินดี ตลอดจนความเห็นอกเห็นใจในเรื่องราวต่าง ๆ

นอกจากนี้ยังพบว่า การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องใช้สื่อบุคคลให้เกิดประโยชน์มากที่สุด กล่าวคือ ผู้บริหารท้องถิ่นควรมีบุคลิกลักษณะที่เอื้อต่อการพัฒนาดังต่อไปนี้<sup>๑๘๖</sup>

(๑) มีภาวะผู้นำ มีศิลปะในการครองใจคน สามารถจูงใจคนให้เต็มใจร่วมมือหรือให้การสนับสนุน เป็นนักประสานความเข้าใจของทุกฝ่าย สามารถบริหารความขัดแย้งระหว่างบุคคลและประสานประโยชน์ให้เกิดกับองค์กรได้

<sup>๑๘๖</sup> พิชญ์นิษฐา พรรณศิลป์ สัญญา เคนาภูมิ เสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร, บทบาทของผู้บริหารท้องถิ่นในศตวรรษที่ ๒๑, วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร, ปีที่ ๓ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๕๘), หน้า ๑๕๑-๑๕๒.

(๒) มีเมตตาธรรม ไม่มีอคติ หรือ ฉันทาคติ คือรู้จักสละประโยชน์ส่วนตน เพื่อประโยชน์ส่วนรวมต้องรู้จักแสดงน้ำใจกับประชาชนในโอกาสอันสมควร รู้จักอดกลั้น อดทน และรู้จักให้อภัย ถ้าผู้บริหารมีเมตตาธรรมรู้จักให้อภัย จะทำให้เกิดบรรยากาศที่ดีในการทำงานร่วมกันในชุมชน

(๓) ต้องอยู่บนพื้นฐานของเหตุผลและความถูกต้องในการทำงาน ถ้ามีหลักการที่ชัดเจน การทำงานก็จะง่าย สะดวกเร็วขึ้น มีความเป็นธรรม และตัดสินใจปัญหาต่าง ๆ ได้แม่นยำ

(๔) รอบรู้และมีข้อมูลที่ทันสมัย เพราะการมีข้อมูลที่ดี ช่วยให้การตัดสินใจถูกแม่นยำขึ้น จึงต้องรู้จัก รู้รอบ รู้กว้าง รู้ไกล กระตือรือร้นอยู่เสมอ ขยันใฝ่หาความรู้ ช่างสังเกต รู้จักรับฟังเสียงสะท้อนจากประชาชน

(๕) รู้และเข้าใจบทบาทหน้าที่ทันสมัยรู้ว่าขณะนี้ ตนเป็นใคร มีบทบาทและมีอำนาจหน้าที่อย่างไร เพื่อที่จะสวมบทบาท และแสดงบทบาทตามอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบที่มีอยู่ได้อย่างถูกต้องเหมาะสม ไม่เข้าไปก้าวกายงานในหน้าที่รับผิดชอบของคนอื่น

(๖) รู้จักประนีประนอมและยืดหยุ่นจะช่วยลดความขัดแย้งและขจัด ปัญหาอุปสรรคในการทำงานได้มากขึ้น

### ๓.๒.๒) บทบาทของสื่อบุคคลต่อการพัฒนาท้องถิ่น

เมื่อผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีลักษณะที่ดีเยี่ยมสร้างความน่าเชื่อถือให้เกิดขึ้นกับประชาชน การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพจำเป็นต้องอาศัยภาวะผู้นำซึ่งมีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ของการปกครองส่วนท้องถิ่นทั้งในด้านการบริหารการพัฒนา และการปฏิสัมพันธ์กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายใน และภายนอกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจึงมีบทบาทที่เป็นสื่อบุคคลที่ส่งผลต่อการพัฒนาท้องถิ่นดังนี้

#### (๑) การแสดงบทบาทเป็นนักบริหารมืออาชีพ

ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องใช้บทบาทของตนเองให้กลายเป็นสื่อบุคคลที่สามารถแสดงออกได้ด้วยการปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มความสามารถด้วยการเป็นนักบริหารมืออาชีพ นักบริหารมืออาชีพ หมายถึง บุคคลซึ่งเป็นผู้นำในองค์การที่ทำหน้าที่ดำเนินงานตามนโยบายและแผนงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยอาศัยความรู้ความสามารถ ความตั้งใจจริง และประสบการณ์ทำงานของตนเอง โดยอาศัยความร่วมมือของบุคลากรในองค์การ<sup>๑๘๗</sup>

(๑.๑) ด้านบุคลิกภาพ ต้องมีน้ำเสียงและการพูดจาง่าฟัง มีอารมณ์และจิตใจมั่นคง มีกิริยามารยาทดี เป็นที่ยอมรับในสังคม การแต่งกายเหมาะสมกับกาลเทศะ เพราะบุคลิกภาพที่ดีจะช่วยสร้างความเชื่อถือศรัทธาแก่ผู้ใต้บังคับบัญชาและสาธารณชน

(๑.๒) ด้านความรู้ทัศนคติ เป็นผู้ชี้้นำให้คำปรึกษาในสิ่งที่ถูกต้องเหมาะสมในสังคมแห่งความรู้มีความต้องการบุคคลที่มีความรู้ความสามารถชี้แนะ หรือให้คำปรึกษาในฐานะเป็นผู้ชำนาญการหรือผู้เชี่ยวชาญ เป็นผู้นำทางปัญญาย่อมเป็นผู้รอบรู้ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่ชัดเจน ทั้งด้าน

<sup>๑๘๗</sup> สารีศา เจนเขว่า เสวียน เจนเขว่า, การเป็นนักบริหารมืออาชีพในยุคไทยแลนด์ 4.0, วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา, ปีที่ ๑๑ ฉบับที่ ๓ (กันยายน-ธันวาคม ๒๕๖๑), หน้า ๒๗๑.

วิชาการและวิชาชีพ กล่าวคือสามารถให้คำแนะนำให้ข้อเสนอแนะเพื่อใช้ความรู้ในการอธิบายเหตุการณ์ และจัดสถานการณ์เพื่อให้เกิดผลดีต่อภารกิจขององค์กรเพื่อป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้ มีความเฉลียวฉลาด มีไหวพริบปฏิภาณเฉียบแหลม สุขุม มีความรู้รอบตัวสูง คิดนอกกรอบ และมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์

(๑.๓) ด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล ต้องมีความมั่นใจในตนเอง มีความรับผิดชอบสูง กระตือรือร้น กล้าคิด กล้าพูด กล้าตัดสินใจ กล้าเผชิญปัญหาและความรับผิดชอบ รักษาคำพูด กล้าทำด้วยความมุ่งมั่นเด็ดขาด มีคุณธรรม เสียสละเพื่อส่วนรวม มีความถ่อมตนและตรงต่อเวลา

(๑.๔) ด้านการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น นักบริหารต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เปิดเผย โปร่งใส ยุติธรรม มีความสามารถในการใช้ภาษา สามารถสื่อสารได้ทุกทิศทาง สร้างและประสานเครือข่ายเพื่อความร่วมมือได้ รวมถึงความสามารถในการบริหารความขัดแย้ง

(๑.๕) ด้านความสามารถทางการบริหาร นักบริหารมีวิสัยทัศน์ในเป้าหมายความสำเร็จ มีการบริหารงานเชิงรุก มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาได้อย่างชาญฉลาด ฉับพลัน มีวิธีการถ่ายทอดและสอนงานให้กับผู้ใต้บังคับบัญชา บริหารงานด้วยเหตุผลและความชอบธรรม และมีผลงานที่เกิดจากการบริหารจัดการ

(๑.๖) ด้านความสามารถในการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม คือผู้บริหารต้องถนัดยุคใหม่ต้องสามารถนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการติดต่อสื่อสาร การวางแผน การตัดสินใจ การประสานงาน การสร้างเครือข่าย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารงาน

## (๒) การแสดงบทบาทให้เป็นสัญลักษณ์ของท้องถิ่น

การปกครองท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาท้องถิ่นและดูแลความเป็นอยู่ของประชาชนได้อย่างดี ซึ่งภารกิจหลักขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นคือ ความรับผิดชอบการจัดบริการสาธารณะระดับชุมชน และพัฒนาท้องถิ่น เพื่อให้ประชาชนอยู่ดีมีสุขทั้งในภาวะปกติและภาวะฉุกเฉิน ความท้าทายหรืออุปสรรคในการให้บริการประชาชนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การพัฒนาท้องถิ่นให้มีความเจริญและประชาชนอยู่ดีมีสุข ถือเป็นภารกิจหลักของทุกองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งหน่วยงานแต่ละแห่งก็จะมียุทธศาสตร์การพัฒนาในด้านต่าง ๆ โดยมีเป้าหมายหลักของยุทธศาสตร์ดังกล่าวคือ การพัฒนาท้องถิ่นให้เป็นเมืองน่าอยู่ มีความปลอดภัย ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสังคม การคมนาคม การให้บริการ และสวัสดิภาพของประชาชนเพื่อให้บรรลุจุดหมายที่วางไว้ แนวทางการพัฒนาท้องถิ่นขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องเกิดจากความต้องการของประชาชนในพื้นที่เป็นหลัก

จากที่กล่าวมานั้นเมื่อมีการพัฒนาเกิดขึ้น ประชาชนในพื้นที่จะนึกถึงผู้บริหารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นหลักกล่าวคือ ผู้บริหารขององค์การบริหารส่วนตำบล ผู้บริหารของเทศบาล ผู้บริหารขององค์การบริหารส่วนจังหวัด เพราะเป็นหน่วยงานราชการที่มีความใกล้ชิดและเข้าถึงประชาชนได้ง่ายที่สุด ดังนั้นจึงกลายเป็นสัญลักษณ์ของท้องถิ่นโดยปริยาย

## (๓) การแสดงบทบาทการเป็นแบบอย่างประชาธิปไตย

ผู้บริหารท้องถิ่นซึ่งมาจากการเลือกตั้งของประชาชนถือเป็นหลักการสากลที่ได้รับการยอมรับว่ามีความสำคัญและจำเป็นในสังคมประชาธิปไตย กฎหมายรัฐธรรมนูญ ซึ่งเป็นกติกาสูงสุดของ

ประเทศสะท้อนเจตนารมณ์ในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างชัดเจน รวมถึงการปฏิรูปการบริหารงานภาครัฐภายใต้แนวคิดการบริหารภาครัฐแบบมีส่วนร่วม และหลักธรรมาภิบาลตระหนักถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมของประชาชน การปกครองส่วนท้องถิ่นจึงมุ่งเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์การเกิดขึ้นขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น คือ เป็นรากฐานของการพัฒนาประชาธิปไตยเพื่อเป็นแบบอย่างให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการพัฒนา ได้แก่

(๓.๑) การมีส่วนร่วมในการเลือกตั้งและถอดถอนผู้บริหารท้องถิ่นและสมาชิกท้องถิ่น

(๓.๒) การเปิดให้ประชาชนเข้าถึงข้อมูลข่าวสารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น ศูนย์ข้อมูลข่าวสาร และรายงานผลการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

(๓.๓) การให้สิทธิประชาชนสามารถเสนอข้อบัญญัติท้องถิ่นได้

(๓.๔) การให้สิทธิประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารงาน การรับฟังความคิดเห็นจากประชาชนก่อนการดำเนินโครงการที่มีผลกระทบต่อวิถีชีวิตของประชาชน

(๔) บทบาทในการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาล

ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องดำเนินการบริหารงานภายใต้หลักธรรมาภิบาลเนื่องจากปฏิบัติหน้าที่ในองค์กรที่อยู่ใกล้ชิดประชาชนมากที่สุด และเป็นหน่วยงานซึ่งทำหน้าที่แทนรัฐในการบริหารจัดการภารกิจต่าง ๆ ในพื้นที่รับผิดชอบ เพื่อให้เกิดประโยชน์สุขแก่ประชาชน และการดำเนินการขององค์กรส่วนท้องถิ่นก็จะมีตัวชี้วัดเพื่อประเมินผลการดำเนินงาน และมีการสร้างผลตอบแทนในรูปตัวเงินตามโครงการประเมินองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีการบริหารจัดการที่ดีเป็นประจำทุกปี การบริหารงานตามหลัก ธรรมาภิบาลต้องปฏิบัติภายใต้องค์ประกอบดังนี้

(๔.๑) หลักนิติธรรม หมายถึง การตรากฎหมายที่ถูกต้องเป็นธรรม การบังคับให้ทันสมัย และเป็นธรรม เป็นที่ยอมรับของสังคม อันจะทำให้สังคมยินยอมพร้อมใจกันปฏิบัติตาม กฎหมาย และข้อบังคับเหล่านั้นโดยถือว่าเป็นการปกครองภายใต้กฎหมายมิใช่อำนาจหรือ อำนาจของตัวบุคคลในระดับภาครัฐ หมายถึง การปฏิบัติตามกฎหมาย กฎ ระเบียบที่ใช้ในการบริหารงานร่วมกันภายในภาครัฐในระดับองค์การ หมายถึง กฎกติกา ที่ใช้ในการบริหารงานภายในรวมถึงข้อตกลงในการสับเปลี่ยนหน้าที่ภายในองค์กร ดำเนินการงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นการดำเนินการตามวิธีการปกครอง กล่าวคือ ในการดำเนินการ บริหารงาน โดยมีกฎหมาย ระเบียบ ถูปฏิบัติในการบริหารงานหรือดำเนินการต่าง ๆ ให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ฝ่ายบริหารคือ ส่วนกลางได้อำนาจมาปฏิบัติตามกฎหมาย การบริหารจัดการภายใน ได้ปฏิบัติตามระเบียบ กฎหมายต่าง ๆ เช่น ด้านบุคลากร ด้านการปฏิบัติงาน เป็นต้น

(๔.๒) หลักคุณธรรม หมายถึง การยึดมั่นในความถูกต้องดีงาม โดยธรรมาภิบาลให้เจ้าหน้าที่ของรัฐยึดถือหลักนี้ในการปฏิบัติหน้าที่เพื่อเป็นตัวอย่างแก่สังคมและส่งเสริมสนับสนุนให้ประชาชนพัฒนาตนเองไปพร้อมกัน เพื่อให้คนไทยมีความซื่อสัตย์ จริงใจ ขยัน อดทน มีระเบียบวินัย ประกอบอาชีพสุจริตจนเป็นนิสัยประจำชาติในระดับภาครัฐ ผู้แทนประชาชนที่เข้าไปทำหน้าที่บริการราชการเข้าสู่หน้าที่ด้วยความชอบธรรม ทั้งเจ้าหน้าที่ฝ่ายการเมืองและฝ่ายประจำและจะต้องปฏิบัติตาม

มาตรฐานทางคุณธรรมและจริยธรรมของเจ้าหน้าที่ของรัฐ อย่างเคร่งครัดในระดับองค์กร เจ้าหน้าที่จะต้องปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ ให้ความยุติธรรม แก่ประชาชนอย่างเท่าเทียมกัน รวมทั้งจัดระบบงานที่ตอบสนองความต้องการของประชาชน และปฏิบัติตามข้อบังคับ ต้องยึดมั่นในความถูกต้องดีงาม ส่งเสริมสนับสนุนให้ประชาชนพัฒนา ตนเองโดยเห็นได้จาก กิจกรรมต่าง ๆ

(๔.๓) หลักการมีส่วนร่วม หมายถึง เป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมรับรู้และเสนอแนะความเห็นในการตัดสินใจปัญหาสำคัญของประเทศ ไม่ว่าจะด้วยการแสดงความคิดเห็นการได้สวนสาธารณะ ประชาพิจารณ์ การแสดงประชามติ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีภารกิจและบทบาทหน้าที่ในการให้บริการต่อประชาชนในเขตพื้นที่ ตามสถานการณ์ความเปลี่ยนแปลงด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และการบริหารงานของรัฐ ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วตามความเจริญก้าวหน้าของสื่อเทคโนโลยี ซึ่งส่งผลให้ประชาชนได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็ว

(๔.๔) หลักความโปร่งใส หมายถึง เป็นการสร้างความไว้วางใจซึ่งกันและกันของคนในชาติ โดยปรับปรุงกลไกการทำงานขององค์กรทุกองค์กรให้มีความโปร่งใส มีการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์อย่างตรงไปตรงมาด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย ประชาชนเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้สะดวก และมีกระบวนการทำให้ประชาชนตรวจสอบความถูกต้องชัดเจนและมีนโยบายที่ส่งเสริมให้ประชาชนเข้าร่วมการบริหาร เพื่อความโปร่งใสตรวจสอบได้ สามารถตรวจสอบโดยหน่วยตรวจสอบภายในและผู้ตรวจสอบภายนอก

(๔.๕) หลักความรับผิดชอบ คือการกำหนดบทบาทหน้าที่ชัดเจนในผลงานอย่างชัดเจน มีระบบการติดตามประเมินผลที่เป็นกลางอย่างมีอิสระ มีแผนการควบคุมภายในที่มีประสิทธิภาพ กล้ารับผลของการกระทำเคารพความเห็นที่แตกต่างกัน ที่สำคัญคือการให้บริการสังคม นอกจากนั้นเป็นการตระหนักในสิทธิหน้าที่ ความสำนึกในความรับผิดชอบต่อสังคม การใส่ใจปัญหาสาธารณะของบ้านเมืองและการกระตือรือร้นในการแก้ปัญหา ตลอดจนการเคารพในความคิดเห็นที่แตกต่างและความกล้าที่จะยอมรับผลจากการกระทำของตน มีหน้าที่ความรับผิดชอบต่อชุมชนสังคมมีความมุ่งมั่นและตั้งมั่นยึดถือในนโยบายที่ได้แถลงไว้กับประชาชน

(๔.๖) หลักความคุ้มค่า ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องวิเคราะห์ความคุ้มค่าในแผนงานโครงการต่าง ๆ และจะต้องรายงานให้ประชาชนได้รับทราบว่าได้จ่ายงบประมาณไปอย่างไร ให้เกิดความคุ้มค่า ความพึงพอใจหรือไม่ จะเห็นว่าปัจจุบันภาครัฐพยายามปรับระบบภายใต้การบริหารงานเชิงยุทธศาสตร์ที่มุ่งผลสัมฤทธิ์และมีการประเมินการทำงานโดยกำหนดตัวชี้วัดที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะต้องดำเนินการ หลักคิดนี้ก็คือ เมื่อโลกเปลี่ยนความคิดต้องเปลี่ยนวิธีการทำงานก็ต้องปรับเปลี่ยนมีอาจอยู่ลำพังในสังคมโลกยุคนี้ได้

การปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นพื้นฐานของการพัฒนาระบบประชาธิปไตย เป็นรากฐานที่สำคัญของการใช้สิทธิและเสรีภาพในการปกครองตนเอง และเป็นกลไกสำคัญที่นำมาซึ่งการพัฒนาความเจริญก้าวหน้า และประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี เพราะอยู่ใกล้ชิดกับประชาชนมากที่สุดการพัฒนาในทุก ๆ ด้าน และการทำงานอย่างมีคุณธรรม โปร่งใส มีส่วนร่วม สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนได้

มากที่สุดและเกิดประโยชน์สูงสุดทำให้เกิดผลคุ้มค่ามากที่สุดจำเป็นต้องบริหารจัดการให้เกิดการกระจายไปทุกชุมชนทุกหมู่บ้านจึงจะเข้าถึงหลักความคุ้มค่า ในปัจจัยพื้นฐานและปัจจัยอื่น ๆ ที่อำนวยความสะดวกสบายในการดำรงชีวิตประจำวันได้อย่างปกติสุข

### ๓.๓) สื่อพื้นบ้าน

สื่อพื้นบ้าน คือ กิจกรรมหรือการแสดงของแต่ละชุมชนที่ได้สร้างสรรค์ขึ้นในแต่ละช่วงเวลาเพื่อยึดถือปฏิบัติร่วมกัน จนเกิดเป็นวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมา สอดคล้องกับกาญจนา แก้วเทพ และคณะ ได้กล่าวว่า สื่อพื้นบ้านหมายถึง สื่อบุคคล เครื่องมือ อุปกรณ์เกี่ยวกับการแสดง กิจกรรมวัฒนธรรม การดำรงอยู่ทุกประเภท โดยเป็นสื่อที่ชาวบ้านสร้างสรรค์ขึ้น และยึดถือปฏิบัติต่อเนื่องกันมายาวนาน<sup>๑๘๘</sup>

#### ๓.๓.๑) บทบาทต่อการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น

สื่อพื้นบ้าน เป็นสื่อวัฒนธรรมซึ่งอยู่ใกล้ชิดกับผู้คนในท้องถิ่นมายาวนาน เป็นสื่อที่แสดงถึงสุนทรียะ สร้างความมีชีวิตชีวา สามารถดัดแปลงเนื้อหาให้เข้ากับท้องถิ่นในแต่ละยุคสมัยได้ ซึ่งส่งผลให้เกิดการมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่นได้<sup>๑๘๙</sup> ซึ่งมีบทบาทต่อการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นดังนี้

(๑) บทบาทในการแสดงความคิดเห็น สื่อพื้นบ้านจะมีบทบาทเด่นในเรื่องการเป็นพื้นที่แสดงออกทางความคิด รวมถึงการวิพากษ์วิจารณ์สังคมผ่านการแสดงออก เช่น การขับร้องสรภัญญะ การขับร้องสรภัญญะมักขับร้องเป็นหมู่คณะ ส่วนใหญ่หมู่คณะละ ๕-๙ คน ทั้งนี้อยู่ที่ความเหมาะสมและถ้าขับร้องเพื่อการประกวดแข่งขันก็ขึ้นอยู่กับกฎกติกาที่วางไว้ว่าจะให้มีสมาชิกกี่คน การขับร้องสรภัญญะ มักมีการแสดงออกในลักษณะของการเชิญชวนให้เกิดการพัฒนาท้องถิ่น ให้รักท้องถิ่นของตนเอง เชิญชวนให้มีการป้องกันแก้ไขปัญหาเสียดัด อีกทั้งในการขับร้องสรภัญญะหมู่คณะผู้ขับร้องต้องแต่งกายให้สุภาพสวยงาม ซึ่งจะเน้นการแต่งกายตามวัฒนธรรมท้องถิ่น คือ แต่งกายด้วยผ้าถุงยาวคลุมเข่า เสื้อแขนยาว มีผ้าสไบเฉียง จะมวยผมหรือรวบผมให้เรียบร้อย ในส่วนของการแต่งกายจะสื่อให้เห็นถึงการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่น โดยเฉพาะวัฒนธรรมของชาวอีสาน

(๒) บทบาทในการให้การศึกษา คือ ให้การศึกษาอบรมด้านคุณธรรมจริยธรรม การประยุกต์หลักธรรมในทางศาสนาประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิต เช่น ความขยันหมั่นเพียรในการประกอบอาชีพ ความซื่อสัตย์ต่อตนเองและผู้อื่น บทบาททางการเมือง ด้วยการส่งเสริมให้ติดตาม สังเกตพฤติกรรมของนักการเมืองว่าได้ให้ความช่วยเหลือชุมชนท้องถิ่นในด้านใดบ้าง เช่น การประกอบอาชีพ การฝึกฝนตนเองให้มีอาชีพที่ก่อให้เกิดรายได้ เป็นต้น

(๓) บทบาทในการให้ความบันเทิง คือสื่อพื้นบ้านเกิดจากชุมชนท้องถิ่นโดยส่วนใหญ่ เช่น การเป่าแคน การตีพิณ การชมการแสดงหมอลำ ทำให้เกิดการผ่อนคลายอารมณ์หลังจากการทำงานทำให้เกิดพลังกายพลังใจในการพัฒนาต่อไป

<sup>๑๘๘</sup> กาญจนา แก้วเทพ และคณะ, วนภรณ์ จักรมานนท์ วิทยากร ท่อแก้ว สุภาภรณ์ ศรีดี, การใช้สื่อพื้นบ้านเพื่อการให้ความรู้ทางการเมือง, วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา, ปีที่ ๖ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-มิถุนายน ๒๕๖๔), หน้า ๔๖.

<sup>๑๘๙</sup> เรื่องเดียวกัน, หน้า ๔๖.

สื่อพื้นบ้าน ถือได้ว่าเป็นสื่อดั้งเดิมที่มีอยู่ในชุมชนท้องถิ่น และเป็นสื่อที่เหมาะสมสามารถนำมาใช้เพื่อการพัฒนาได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุดประเภทหนึ่ง เนื่องจากมีคุณสมบัติที่ดีหลายประการ เช่น เป็นสื่อประจำท้องถิ่น เป็นที่คุ้นเคย มีชีวิต ใกล้ชิดมวลชน สามารถดัดแปลงการแสดงผลได้หลายรูปแบบ สามารถปรับเนื้อหาเข้ากับยุคสมัยได้เสมอ เข้าใจง่าย เป็นที่ชื่นชอบของคนทุกเพศทุกวัย และราคาไม่สูงเมื่อเทียบกับสื่อสมัยใหม่

### ๓.๓.๒) การใช้สื่อพื้นบ้านพัฒนาท้องถิ่น

- (๑) การอนุรักษ์เป็นการเก็บรักษาไว้ให้คงอยู่เดิมด้วยวิธีการที่หลากหลาย
- (๒) การฟื้นฟูเป็นการนำกลับมาใช้ใหม่ให้เจริญงอกงามกว่าเดิม
- (๓) การถ่ายทอดเป็นการสืบทอดเสมือนเป็นสะพานเชื่อมระหว่างสิ่งที่กำลังจะหมดไปให้ดำรงคงอยู่อย่างไม่ขาดช่วง
- (๔) การบูรณาการเป็นการดัดแปลงเพื่อให้เข้ากับยุคสมัยซึ่งแต่ละช่วงสิ่งที่มีอยู่เดิมอาจใช้ไม่ได้อันเนื่องมาจากสภาพแวดล้อมสภาพบริบทจึงต้องมีการปรับเพื่อให้เหมาะสม

### ๓.๔) สื่อสิ่งพิมพ์

สื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อที่มีหลักฐานอ้างอิงเป็นลายลักษณ์ ให้รายละเอียดได้มากน้อยแตกต่างกันแล้วแต่ชนิดโดยใช้การเขียนหรือพิมพ์ออกมา อาจรวบรวมเป็นเล่ม หรือเป็นกระดาษแผ่นเดียว อาจแจกจ่ายหรือขายก็ได้แล้วแต่วัตถุประสงค์ของผู้จัดพิมพ์ ซึ่งพบว่ามีหลายประเภท ดังนี้

๓.๔.๑) แผ่นพับ (Folders) เป็นกระดาษแผ่นเดียว พับตามขนาดที่ต้องการเมื่อกางแผ่นที่พับออกไปจะเป็นยาว ๆ ใช้ประชาสัมพันธ์เพื่อรวบรวมองค์ความรู้เกี่ยวกับแผนงาน โครงการต่าง ๆ ในการพัฒนาท้องถิ่นจะจัดเตรียมไว้เพื่อแจกจ่ายให้กับประชาชน

๓.๔.๒) วารสาร (Journal) วารสารเป็นสิ่งพิมพ์ที่คล้ายกับนิตยสาร เนื้อหาภายในเป็นด้านวิชาการมากกว่าด้านบันเทิง ใช้จำนวนสีและภาพประกอบน้อยกว่าการจัดทำวารสารมีขึ้นเพื่อสนองนโยบายและความต้องการของหน่วยงาน สมาคม องค์กร หรือสถาบันต่าง ๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการเผยแพร่ข้อมูล ความรู้ บทความทางวิชาการ ผลงานการวิจัย ความรู้ทางวิชาการ และความก้าวหน้าทางวิทยาการมากกว่าจัดทำเพื่อธุรกิจการค้าแบบนิตยสารและใช้เป็นเอกสารอ้างอิงทางวิชาการ ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้พบว่าเทศบาลเมืองบ้านไผ่ได้จัดทำวารสารอย่างต่อเนื่องเป็นเวลา ๑๐ ปี จัดทำปีละ ๔ ฉบับ ฉบับละ ๓ เดือน โดยใช้ชื่อวารสารว่า “เสียงเมืองไผ่” อย่างไรก็ตามจากการสำรวจเนื้อหาของวารสารเสียงเมืองไผ่ถึงแม้ยังไม่เป็นไปตามหลักการทำวารสารที่เป็นสากลไม่ว่าจะเป็นรูปแบบการจัดทำวารสาร เนื้อหาวารสารที่ต้องมีบทความวิชาการหรือบทความวิจัย ก็ถือได้ว่าเป็นความพยายามของเทศบาลเมืองบ้านไผ่ที่ได้จัดทำวารสารขึ้นมาโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารขององค์กรให้ปรากฏในสาธารณะโดยได้จัดพิมพ์ในระบบออนไลน์ และระบบหนังสือ สิ่งเหล่านี้นับเป็นการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ที่เป็นประโยชน์ให้กับเทศบาลอย่างดี

๓.๔.๓) รายงานประจำปี (annual report) คือรายงานแสดงผลการดำเนินงานและผลการดำเนินงานขององค์กรในรอบปีที่ผ่านมา รายงานประจำปีทำมาเพื่อรายงานต่อผู้มีส่วนได้เสียและ

ผู้บริหารองค์กร อาจถือได้ว่าเป็นเอกสารที่พิมพ์เผยแพร่ในวงจำกัด ซึ่งรายงานประจำปีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกแห่งจะต้องทำ

๓.๔.๔) หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น (Local newspaper) หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นซึ่งจัดว่าเป็นสื่อมวลชนแขนงหนึ่งที่มีความใกล้ชิดกับประชาชนในท้องถิ่น เพราะทำหน้าที่สำคัญในการให้ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชนในท้องถิ่น ให้ประชาชนในชนบทตระหนักถึงการเป็นพลเมืองในระบบประชาธิปไตยในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น เปิดเวทีแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เป็นตัวกลางประสานในการให้ข้อมูล ความรู้ความเข้าใจในโครงการที่จะมีผลกระทบต่อประชาชนอย่างรอบด้าน การตรวจสอบนักการเมืองท้องถิ่นและนักการเมืองในระดับชาติในการบริหารงาน การสะท้อนเสียง หรือความคิดเห็นของประชาชนต่อหน่วยงานที่รับผิดชอบ อีกทั้งพบว่าหนังสือพิมพ์มีข้อดี คือ

(๓.๑) เมื่อผู้อ่านหรือผู้รับสารไม่เข้าใจเนื้อหาตอนใดก็สามารถกลับมาอ่านใหม่ได้

(๓.๒) มีราคาไม่แพง สามารถซื้อได้ง่ายตามร้านค้า

(๒.๓) หนังสือพิมพ์มีหลายประเภท ประชาชนสามารถซื้อหนังสือพิมพ์ประเภทที่เหมาะสมกับความสนใจและต้องการของตนได้

(๓.๔) สามารถเสนอรายละเอียดจำนวนมากได้ และการเสนอข่าวทางหนังสือพิมพ์สามารถทำได้ทุกวัน ดังนั้นประชาชนสามารถติดตามข่าวสารได้อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง

(๓.๕) หนังสือพิมพ์มีภาพประกอบช่วยดึงดูดความสนใจได้เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อวิทยุ

(๓.๖) สามารถเก็บไว้เป็นหลักฐานได้

(๓.๗) พกพาสะดวก

ในปัจจุบันพบว่าหนังสือพิมพ์ได้พัฒนารูปแบบการจัดพิมพ์จากพิมพ์เป็นรูปเล่มแล้วปรี้น ออกมาเป็นกระดาษได้เปลี่ยนเป็นรูปแบบออนไลน์แทนซึ่งสามารถประหยัดต้นทุนการจัดพิมพ์ได้เยอะมากอีกทั้งการส่งข้อมูลก็ทำได้รวดเร็วกว่าด้วย ซึ่งพบว่ามีหนังสือพิมพ์ในท้องถิ่นจังหวัดขอนแก่นที่มีการดำเนินการอยู่คือ หนังสือพิมพ์ขอนแก่นนิวส์ หนังสือพิมพ์อีสานขอนแก่นนิวส์ หนังสือพิมพ์อีสานนิวส์ หนังสือพิมพ์อีสานไทยแลนด์นิวส์ หนังสือพิมพ์อีสานโพสต์ หนังสือพิมพ์โคราชคนอีสาน เป็นต้น

### ๓.๕) สื่อดิจิทัล

การพัฒนาด้านเทคโนโลยีการสื่อสารมวลชนส่งผลให้รูปแบบและคุณสมบัติของสื่อในยุคปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลง นับจากการสื่อสารระหว่างบุคคล สู่การสื่อสารผ่านสื่อในแต่ละยุคสมัย เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ ภาพยนตร์ วิทยุ และโทรทัศน์ พัฒนาการด้านเทคโนโลยีสื่อในยุคปัจจุบันอันเป็นผลจากการเกิดขึ้นของอินเทอร์เน็ตและการพัฒนาศักยภาพด้านการสื่อสารระบบดิจิทัลส่งผลให้ศักยภาพของสื่อได้รับการพัฒนาและปรับเปลี่ยนไปทั้งในด้านรูปแบบคุณสมบัติการทำงานและคุณลักษณะของตัวสื่อ การเกิดขึ้นของสื่อดิจิทัลจึงเป็นทางเลือกใหม่ที่คนส่วนใหญ่ทุกวงการในสังคมให้ความสนใจอย่างยิ่ง ด้วยความที่สื่อดิจิทัลสามารถเอื้อให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารทำหน้าที่ส่งสารและรับสารได้พร้อมกันเป็นการสื่อสารสองทาง และสื่อยังทำหน้าที่ส่งสารได้หลายอย่างรวมกัน คือ ภาพ เสียง และข้อความไปพร้อมกันโดยรวมเอาเทคโนโลยีของ

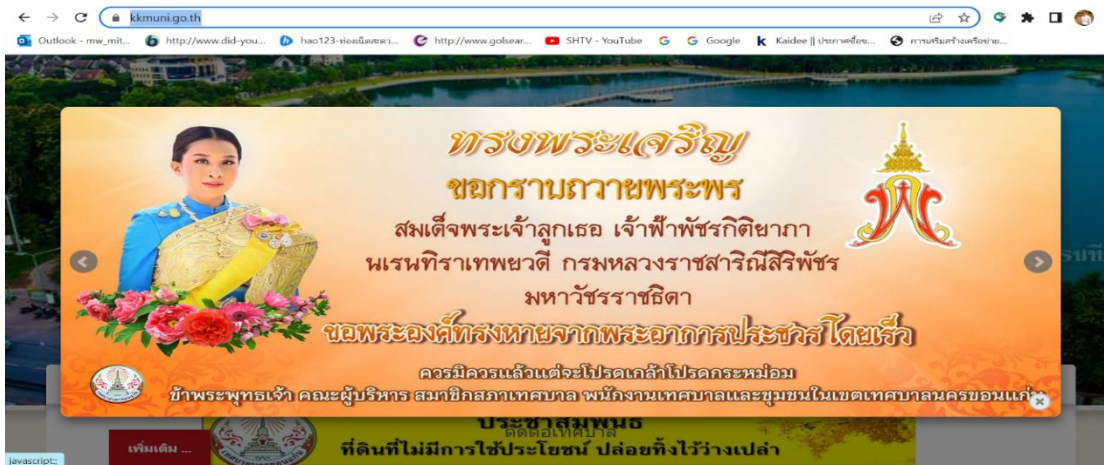


สื่อดั้งเดิมเข้ากับความก้าวหน้าของระบบเทคโนโลยีสัมพันธ์ ทำให้สื่อสามารถสื่อสารได้สองทางผ่านทางระบบเครือข่ายและมีศักยภาพ เป็นสื่อแบบประสม (Multimedia) ปัจจุบันสื่อใหม่พัฒนาขึ้นหลากหลาย ที่เป็นที่รู้จักและนิยมกันมาก

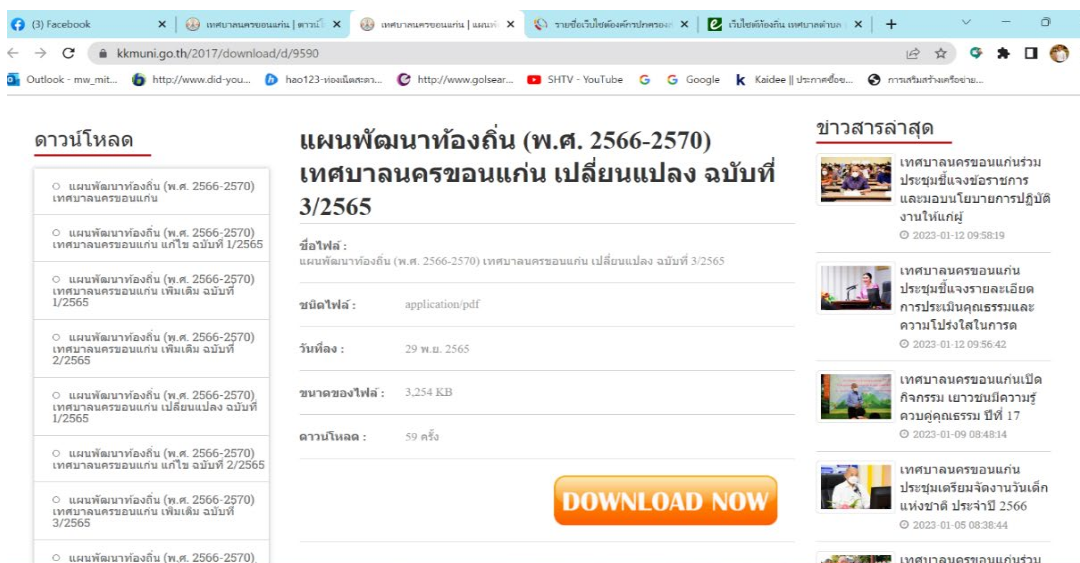
การใช้สื่อดิจิทัลในการสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น ปัจจุบันการสื่อสารเพื่อการพัฒนาสังคมและชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีบทบาทที่สำคัญมากต่อการพัฒนาพื้นที่ให้เกิดเป็นรูปธรรม โดยคนในชุมชนท้องถิ่น ตลอดจนนักพัฒนาต่าง ๆ ให้ความสนใจต่อการสื่อสารมากขึ้น ส่งผลให้ช่องทางการสื่อสารในยุคปัจจุบันเข้ามามีบทบาทต่อการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นมากขึ้นตามไปด้วย ทั้งที่เป็นการสื่อสารกันภายในชุมชนท้องถิ่น และการสื่อสารกับหน่วยงานและองค์กรภายนอก เพื่อให้ได้รับทราบข้อมูลข่าวสารด้านการพัฒนามากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นสื่อดิจิทัลสมัยใหม่ที่เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติการทางสังคม เพื่อใช้สื่อสารระหว่างกันเครือข่ายทางสังคม ผ่านทางเว็บไซต์และโปรแกรมประยุกต์บนสื่อใด ๆ ที่มีการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต โดยเน้นให้ผู้ใช้ทั้งที่เป็นผู้ส่งสารและผู้รับสารมีส่วนร่วมอย่างสร้างสรรค์ ในการผลิตเนื้อหาขึ้นเองในรูปของข้อมูล ภาพ และเสียง ประเภทของสื่อที่ใช้เพื่อการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นมี ๔ ประเภท ได้แก่ เว็บไซต์ เฟซบุ๊กส์ ไลน์ ยูทูป ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

### ๓.๔.๑) เว็บไซต์

เว็บไซต์ (Website) หมายถึง หน้าเว็บเพจที่จัดทำขึ้น เพื่อนำเสนอข้อมูลต่าง ๆ ผ่านทางคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต โดยจะมีหน้าเว็บเพจหลาย ๆ หน้า que เชื่อมโยงเข้ากับไฮเปอร์ลิงค์ เพื่อให้สามารถเปิดไปยังหน้าเพจต่าง ๆ ได้อย่างง่ายและถูกจัดเก็บไว้ใน www. (เว็ลด์ไวด์เว็บ) โดยเว็บไซต์ส่วนใหญ่ก็มีทั้งเว็บไซต์ที่เปิดให้เข้าชมได้ฟรี และเว็บไซต์ที่ต้องสมัครสมาชิกและเสียค่าบริการ จึงจะเข้าใช้งานเว็บได้ ซึ่งข้อมูลในเว็บก็จะมีหลากหลายแบบ ขึ้นอยู่กับความต้องการนำเสนอของเจ้าของเว็บไซต์ การเรียกดูเว็บไซต์จะเรียกดูผ่านทางซอฟต์แวร์ ในลักษณะของเบราว์เซอร์ ดังนั้น เว็บไซต์จึงมีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมาก องค์กรปกครองท้องถิ่นได้ให้ความสำคัญของการมีเว็บไซต์เพิ่มมากยิ่งขึ้น โดยมีจุดประสงค์เพื่อการประชาสัมพันธ์ให้คนในพื้นที่และนอกพื้นที่ได้รับทราบข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็ว ทันสมัยมากที่สุด และหากมีการนำเสนอเว็บไซต์ในรูปแบบสวยงาม ค้นหาข้อมูลง่าย มีความน่าเชื่อถือ ก็จะได้รับคามนิยมอย่างรวดเร็ว ช่วยเพิ่มจำนวนผู้เข้าชมหรือลูกค้าได้มากกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ อีกด้วย ซึ่งองค์กรปกครองท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่นมีทั้งหมด ๒๒๕ แห่ง มีเว็บไซต์เป็นของตนเองครบทุกแห่ง ยกตัวอย่าง เว็บไซต์เทศบาลนครขอนแก่น คือ <https://www.kkmuni.go.th/> ดังภาพ



ภาพที่ ๔.๗ เว็บไซต์เทศบาลนครขอนแก่น



ภาพที่ ๔.๘ เว็บไซต์เทศบาลนครขอนแก่นที่แสดงข้อมูลการพัฒนาท้องถิ่นเทศบาลนครขอนแก่น<sup>๑๔๐</sup>

<sup>๑๔๐</sup> เทศบาลนครขอนแก่น, <https://www.kkmuni.go.th/>.

ซึ่งในเว็บไซต์ของเทศบาลนครขอนแก่นพบว่ามี การแสดงข้อมูลเกี่ยวกับแผนพัฒนาเทศบาลนครขอนแก่นในช่วงปี พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐ ivo อย่างชัดเจน ซึ่งเป็นข้อมูลที่ออนไลน์ไว้ตลอดเวลาประชาชนสามารถดาวน์โหลดข้อมูลไปศึกษาหรือตรวจสอบได้เลย เมื่อพิจารณาถึงประโยชน์ของการสื่อสารข้อมูลผ่านเว็บไซต์พบว่ามีประโยชน์ดังนี้

(๑) เว็บไซต์สามารถสืบค้นสารสนเทศได้ในลักษณะสื่อหลายมิติ ที่เป็นทั้งตัวอักษร ภาพ และเสียง ทำให้ผู้สืบค้นเกิดความสนใจมากกว่าการอ่านแต่เพียงข้อมูลตัวอักษรเพียงอย่างเดียว

(๒) เว็บไซต์สามารถสืบค้นได้อย่างกว้างขวางทั่วถึงไม่จำกัดเพียงเฉพาะเอกสารที่ทำงานในเครือข่ายที่ทำงานอยู่เท่านั้น แต่สามารถเชื่อมโยงไปยังเอกสารเครือข่ายอื่น ๆ ทั่วโลกด้วยความสะดวกรวดเร็ว

(๓) ผู้ใช้เว็บไซต์สามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้อย่างอิสระ เพื่อสืบค้นสารสนเทศในหัวข้อต่าง ๆ ในเว็บไซต์ที่สนใจได้ทุกอย่าง

(๔) เป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรให้มีความน่าเชื่อถือและทันสมัยมากยิ่งขึ้น

(๕) ประชาชนได้รับสารสนเทศด้านต่าง ๆ อย่างหลากหลาย นับตั้งแต่การสร้างเสริมประสบการณ์ การเรียนรู้ทางวิชาการ รูปภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวเพื่อความบันเทิง อ่าน/ ดู/ ฟังข่าว และเหตุการณ์ต่าง ๆ ทั่วโลกจากสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ และสถานีวิทยุ/ โทรทัศน์ จากเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ต ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถพูดคุยกับประชาชนผู้ที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกันได้ด้วยการสนทนาสดหรือติดข้อความบนเว็บบอร์ดเหล่านี้ได้ ทำให้การติดต่อประสานงานเร็วขึ้น ประชาชนสามารถติดตาม ตรวจสอบการทำงานได้จากข้อมูลที่ออนไลน์ไว้ ซึ่งทำให้ผู้บริหารมีความรอบคอบในการบริหารงานด้วย

(๖) ทำให้ต้นทุนในการติดต่อสื่อสารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นลดลงพอสมควร อีกทั้งสามารถนำงบประมาณไปพัฒนางานส่วนอื่นได้อีกด้วย

**๓.๔.๒) เฟซบุ๊ก** คือเว็บหนึ่งของเครือข่ายสังคมออนไลน์ ที่เปิดให้ทุกคนสมัครเป็นสมาชิก โดยผู้ใช้สามารถร่วมแบ่งปันความคิดเห็น ความรู้สึก ข้อมูล รูปภาพ วิดีโอได้<sup>๑๙๑</sup> ดังที่ เอมิกา เหมมินท์ กล่าวว่ เฟซบุ๊ก คือ บริการบนอินเทอร์เน็ตรูปแบบหนึ่งที่จะทำให้ผู้ใช้ได้มีการติดต่อ สื่อสาร และร่วมทำกิจกรรมกับผู้ใช้บุคคลอื่นได้ ไม่ว่าจะเป็นการตั้งประเด็นถามตอบในเรื่องที่สนใจ โพสต์ข้อความ รูปภาพ วิดีโอ แฟนเพจ บทความ คุยกับแบบไลฟ์สด รวมไปถึงการเล่นเกมส์เป็นกลุ่มหรือทีม และยังสามารถทำกิจกรรมอื่น ๆ ผ่านแอปพลิเคชันเสริมอื่น ๆ ที่ได้มีการพัฒนาเพิ่มเติมเข้ามา จากการพิจารณาถึงพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่นพบการใช้เฟซบุ๊ก ดังนี้

<sup>๑๙๑</sup> รุติกานต์ นิธิอุทัย, บัณฑิต รัตตาศนา, “พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กและความพึงพอใจต่อการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าผ่านเฟซบุ๊กคิง เพาเวอร์”, นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์การตลาด, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย), ๒๕๕๔, หน้า ๒๘.

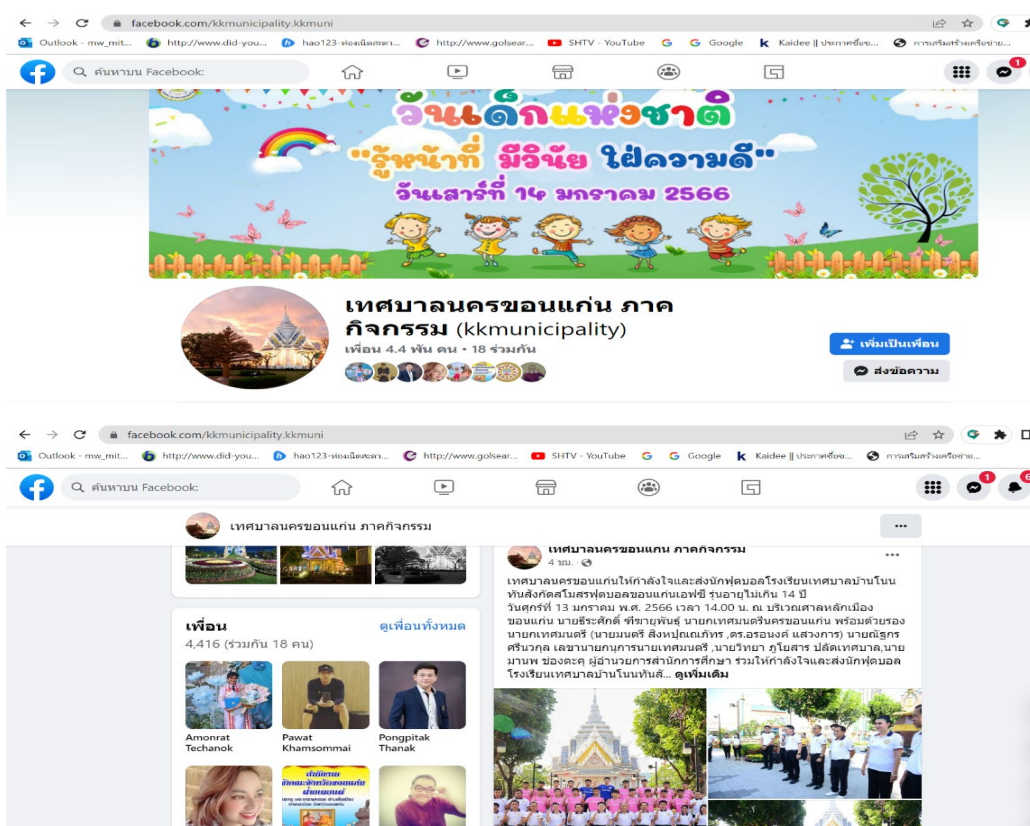
(๑) การโพสต์ข้อความ คือการพิมพ์ข้อความที่เป็นตัวหนังสือ ตัวอักษร เพื่อบอกเล่าข้อมูล ข่าวสาร ความคิดเห็นต่าง ๆ มีการจัดรูปแบบข้อความตัวหนังสือให้สวยงามแตกต่างกันไป

(๒) การโพสต์วิดีโอและรูปภาพ องค์กรปกครองท้องถิ่นได้อัพโหลดวิดีโอและรูปภาพเกี่ยวกับงานขององค์กรเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้ปรากฏต่อสาธารณะ

(๓) การตอบคำถาม การที่องค์กรปกครองท้องถิ่นเฝ้าติดตามหลังการโพสต์หรืออัพโหลดข้อมูลแล้ว มีผู้สงสัยเข้าไปตั้งคำถามในช่องแสดงความคิดเห็น เมื่อมีผู้ตั้งคำถามไว้ก็จะโพสต์คำตอบเพื่อให้เกิดความกระจ่างชัด

ยกตัวอย่างเฟซบุ๊กของเทศบาลนครขอนแก่น

คือ<https://www.facebook.com/kkmunicipality.kkmuni> ดังภาพ



ภาพที่ ๔.๙ แสดงเฟซบุ๊กของเทศบาลนครขอนแก่น

ประโยชน์ของเฟซบุ๊กในการพัฒนาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีดังนี้

(๑) ใช้เป็นช่องทางในการติดต่อกันระหว่างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับประชาชน

(๒) ใช้เป็นช่องทางในการติดตามข่าวสารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและของชุมชน

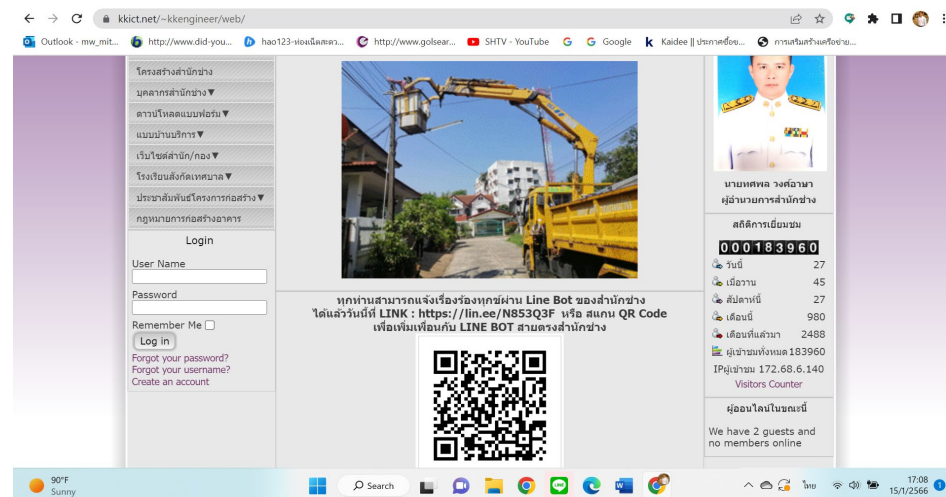
ปัจจุบันนี้ถ้าไม่ยากตกข่าว อยาพลาตที่จะกดไลค์ Like แพนเพจข่าวต่าง ๆ ซึ่งเราจะได้อ่านข่าวฟรี อัพเดทตลอดเวลา ซึ่งข่าวสารไม่ว่าจากทางโทรทัศน์และสิ่งพิมพ์ต่างก็นำมาลงที่เฟซบุ๊ก

(๓) ใช้เป็นช่องทางในการแสดงความคิดเห็น คือเปิดโอกาสให้ผู้ใช้ได้แสดงความคิดเห็น ซึ่งเป็นการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของกันและกัน ซึ่งหลายครั้งเราก็ได้กำลังใจมากมายจากสิ่งเหล่านี้ เฟซบุ๊กได้สร้างเครือข่ายที่ดี ให้ผู้คนได้สร้างความเห็นอกเห็นใจ และให้กำลังใจที่ดีแก่ผู้อื่นได้

(๔) ใช้เป็นช่องทางในการเรียนรู้และการศึกษา เฟซบุ๊กกลายเป็นอีกแหล่งความรู้ เวลาที่สงสัยหรือจะหาข้อมูล ก็เข้าศึกษาค้นคว้าที่เฟซบุ๊กจนกลายเป็นการสร้างกลุ่มการเรียนรู้ต่าง ๆ มีโค้ชสอน แนะนำให้ความรู้ กล่าวได้ว่าเป็นแหล่งเรียนสรรพวิชาเกือบทุกแขนง เช่น ความรู้เกี่ยวกับการการพัฒนาท้องถิ่น เป็นต้น

### ๓.๔.๓) ไลน์

ไลน์เป็นแอปพลิเคชันเพื่อการสื่อสารรูปแบบหนึ่งซึ่งสามารถใช้งานได้บนมือถือแท็บเล็ต (Tablet) และคอมพิวเตอร์ เป็นแอปพลิเคชันยอดนิยมในเมืองไทย ในขณะที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นซึ่งเป็นหน่วยงานที่สังกัดกระทรวงมหาดไทย ได้เริ่มมีการใช้แอปพลิเคชันไลน์อย่างเป็นทางการเมื่อปี พ.ศ. ๒๕๖๑ เมื่อกระทรวงมหาดไทยได้กำหนดให้มีระบบการสื่อสารผ่านแอปพลิเคชันไลน์แอด (Line@) ภายใต้ชื่อ “@มหาดไทย” ซึ่งใช้เป็นไลน์หลักในการสื่อสารของกระทรวงมหาดไทย รองรับสมาชิกได้ ๓๐๐,๐๐๐ คน โดยมีกลุ่มเป้าหมายครอบคลุมบุคลากรทุกคนทุกระดับชั้น และทุกหน่วยงานในสังกัดกระทรวงมหาดไทย ได้แก่ ข้าราชการ พนักงานราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ ๗ กรม ๕ รัฐวิสาหกิจ บุคลากรในสังกัด ได้แก่ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ผู้นำอาสาสมัครพัฒนาชุมชน ข้าราชการท้องถิ่น นายกองค้การบริหารส่วนจังหวัด รองนายกองค้การบริหารส่วนจังหวัด เลขานุการนายกองค้การบริหารส่วนจังหวัด ที่ปรึกษานายกองค้การบริหารส่วนจังหวัด นายกเทศมนตรี รองนายกเทศมนตรี เลขานุการนายกเทศมนตรี ที่ปรึกษานายกเทศมนตรี นายกองค้การบริหารส่วนตำบล รองนายกองค้การบริหารส่วนตำบล เลขานุการนายกองค้การบริหารส่วนตำบล สำหรับข้อมูลที่ใช้ในการสื่อสาร ประกอบด้วย ข้อมูลข่าวสารสำคัญ ผลงานความก้าวหน้าของการทำงาน โครงการสำคัญต่าง ๆ ของรัฐบาลและกระทรวงมหาดไทย ชี้แจงประเด็นสำคัญให้ทันสถานการณ์ องค์กรความรู้ต่าง ๆ ที่สำคัญ เพื่อสร้างการรับรู้ ความเข้าใจแนวนโยบาย และการปฏิบัติงานให้กับบุคลากรในสังกัดและนำไปถ่ายทอด สร้างความรับรู้ให้แก่ประชาชนได้อย่างถูกต้อง ปัจจุบันแอปพลิเคชันไลน์จึงไม่ใช่แค่เพียงการติดต่อสื่อสาร การทำธุรกรรมการเงิน การซื้อของออนไลน์ และอื่น ๆ ในเชิงพาณิชย์หรือธุรกิจเท่านั้น เพราะยังสามารถใช้ประโยชน์จากแพลตฟอร์มออนไลน์ในการใช้งานบริการสาธารณะเพื่อดำเนินชีวิตได้อีกด้วย โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่นได้จัดทำแอปพลิเคชันไลน์ของหน่วยงานของตนเองเพื่อสะดวกต่อการแจ้งข้อมูลข่าวสาร การติดต่อประสานงานกับประชาชนในเขตพื้นที่ซึ่งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นบางแห่งจะแชร์ช่องทางการเข้าถึงไลน์ไว้ในเว็บไซต์ของหน่วยงานนั้น ๆ ในรูปแบบ QR Code หรือมีการส่ง QR Code ไปให้กับผู้นำชุมชนแล้วมีการแจกจ่ายให้กับประชาชนอีกต่อหนึ่งทำให้ช่องไลน์นั้นประชาชนสามารถเข้าถึงได้ง่ายและสะดวกต่อการใช้งานร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นแต่ละแห่ง ยกตัวอย่าง ไลน์ของสำนักการช่าง เทศบาลนครขอนแก่น ดังภาพ



ภาพที่ ๔.๑๐ แสดงภาพ QR Code โลงนของสำนักการช่าง เทศบาลนครขอนแก่น

อย่างไรก็ตาม แอปพลิเคชันไลน์นั้น ก็มีทั้งข้อดีและข้อจำกัดที่แตกต่างกันออกไป

๑๕๒

### ข้อดีของไลน์ในการพัฒนาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

(๑) โลงนมีอุปกรณ์รองรับที่หลากหลาย ได้แก่ สมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์ แมคอินทอช (Macintosh) และแท็บเล็ตต่าง ๆ ทำให้ผู้ใช้สามารถซื้อและเลือกได้ตามขนาด ระบบปฏิบัติการ และความชอบส่วนตัว

(๒) มีความเป็นส่วนตัว เมื่อผู้ใช้มีจำนวนเพื่อนในไลน์มากขึ้น ผู้ใช้สามารถเลือกรับหรือปฏิเสธข้อความด้วยการไม่โต้ตอบ โดยไลน์จะแจ้งเตือนเพื่อให้ผู้ใช้ทราบว่า มีข้อความส่งมา เมื่อผู้ใช้ไม่

<sup>๑๕๒</sup> ศุภศิลป์ กุลจิตต์เจี๊วงค์ , อภิญญา วิชาลศิริรัชช, “พฤติกรรมการใช้ไลน์กรู๊ปและความพึงพอใจในความสัมพันธ์ภายในกลุ่มของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร”, วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารมวลชน, (คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์), ๒๕๕๙, หน้า ๒๙-๓๐.

โต้ตอบก็จะมีผลใด ๆ นอกจากจำนวนการแจ้งเตือนที่เพิ่มขึ้น โดยผู้ใช้สามารถเลือกการปิดกั้นหรือยกเลิกการปิดกั้นได้ตามต้องการ

(๓) สามารถสนับสนุนทางด้านธุรกิจ เจ้าของสินค้าหรือบริการ สามารถประยุกต์ใช้สติ๊กเกอร์ของไลน์กับ Official Line (Line OA) ของบุคคล หรือองค์กรที่มีชื่อเสียงที่ได้ขึ้นทะเบียนไว้กับไลน์ ซึ่งเป็นทางเลือกหนึ่งของตราสินค้าในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้เมื่อตราสินค้าที่ลงทะเบียนไว้ กับ Official Line ทำให้การสื่อสารจะถูกส่งไปยังสมาชิกที่ติดตามด้วย โดยมีเงื่อนไขสำคัญ คือ ผู้ใช้รายอื่นต้องตอบรับการเป็นเพื่อนเจ้าของบัญชีจึงมักใช้วิธีการการสร้างรูปแบบสติ๊กเกอร์ของตราสินค้าแล้วเปิดให้ผู้บริโภคดาวน์โหลดมาใช้ได้ฟรี โดยมีเงื่อนไขที่ผู้บริโภคต้องยอมรับการเป็นเพื่อนกับตราสินค้านั้น ซึ่งเป็นการสร้างการจดจำในตราสินค้า และเจ้าของสินค้ายังสามารถส่งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าไปยังผู้บริโภคได้อีกด้วย

(๔) ช่วยเพิ่มสีสันและควมมีชีวิตชีวาให้กับการสนทนา ด้วยลักษณะเฉพาะของไลน์ที่สามารถสื่อสารได้หลากหลายรูปแบบ เช่น ข้อความ คลิปวิดีโอ คลิปเสียง โปสเตอร์ รูปภาพ เกม ตราสินค้า สติ๊กเกอร์ ฯลฯ อีกทั้งผู้ส่งสารยังสามารถเลือกรูปแบบของสารให้เหมาะสมกับรูปแบบของการสื่อสารในลักษณะต่าง ๆ เพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

(๕) มีความใหม่และทันสมัยอยู่เสมอ เนื่องด้วยแอปพลิเคชันไลน์ต้องเชื่อมต่อกับระบบอินเทอร์เน็ตตลอดเวลา โดยในระบบจะมีการตั้งค่าการแจ้งเตือนให้แอปพลิเคชันมีรุ่น (Version) ที่ทันสมัยอยู่เสมอ ผู้ใช้จึงสามารถตั้งค่าติดตามการแจ้งเตือนแอปพลิเคชัน (Update) ตามการพัฒนาระบบของผู้ผลิตได้ตลอดเวลา

(๖) ประหยัดค่าใช้จ่ายในการสนทนาทางโทรศัพท์ โดยเฉพาะการสนทนาข้ามประเทศที่ต้องเสียค่าใช้จ่ายด้วยระบบของ Voice Call หรือการสนทนาด้วยเสียงผ่านไลน์บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ทำให้ไม่เสียค่าใช้จ่าย นอกจากค่าบริการอินเทอร์เน็ต ซึ่งเมื่อเทียบกับค่าบริการ การสนทนาข้ามประเทศ (Roaming) ในรูปแบบปกติแล้ว ถือว่ามีราคาที่ถูกกว่ามาก

(๗) สามารถประยุกต์ใช้กับการทำงาน ด้วยประสิทธิภาพของไลน์ที่สามารถรองรับแฟ้มงานที่หลากหลายนามสกุล ทำให้ผู้ใช้สามารถประยุกต์ใช้กับการทำงานโดยการรับ-ส่งแฟ้มงานที่มีนามสกุลต่าง ๆ ตามที่ไลน์รองรับ (มีลักษณะคล้ายการรับ-ส่งอีเมล) จากนั้นผู้รับสามารถเปิดอ่าน ส่งต่อหรือพิมพ์ออกมาได้ทันที ช่วยสร้างความสะดวกสบายและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานมากขึ้น เช่น โปรแกรม Microsoft PowerPoint โปรแกรม Microsoft Word โปรแกรม Adobe Premiere Pro และโปรแกรม Adobe InDesign เป็นต้น

(๘) เปิดโอกาสให้ผู้ใช้ได้สร้างสรรค์งานจากการบันทึกภาพและวิดีโอ พร้อมกับการนำเสนอและร่วมแบ่งปัน (Share) ให้กับกลุ่มเพื่อน ด้วยวิธีการสร้างอัลบั้มภาพ (Create Album) สำหรับภาพนิ่ง และการตัดต่อวิดีโอ (Snap Movie) สำหรับภาพเคลื่อนไหว ซึ่งสามารถใช้ได้ในโอกาสต่าง ๆ เช่น ขำว อวยพรวันเกิด และเทศกาลต่าง ๆ เป็นต้น และสามารถรวบรวมภาพที่บันทึกไว้เป็นอัลบั้มตามแนวความคิดของผู้ใช้เอง และสามารถร่วมแบ่งปันให้เพื่อนแบบส่วนตัวหรือแบบกลุ่มได้ทันที

### ข้อจำกัดของไลน์

(๑) ต้องอาศัยการเชื่อมต่อของระบบอินเทอร์เน็ตที่มีประสิทธิภาพเป็นตัวกลางในการรับส่งข้อมูล โดยเฉพาะในรูปแบบของ Voice Call ที่ต้องใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงจึงจะสามารถทำงานได้อย่างไม่ติดขัด ข้อจำกัดในเรื่องนี้ทำให้ไลน์สามารถเข้าถึงผู้ใช้ได้เฉพาะบางพื้นที่ที่มีระบบ อินเทอร์เน็ตเท่านั้น

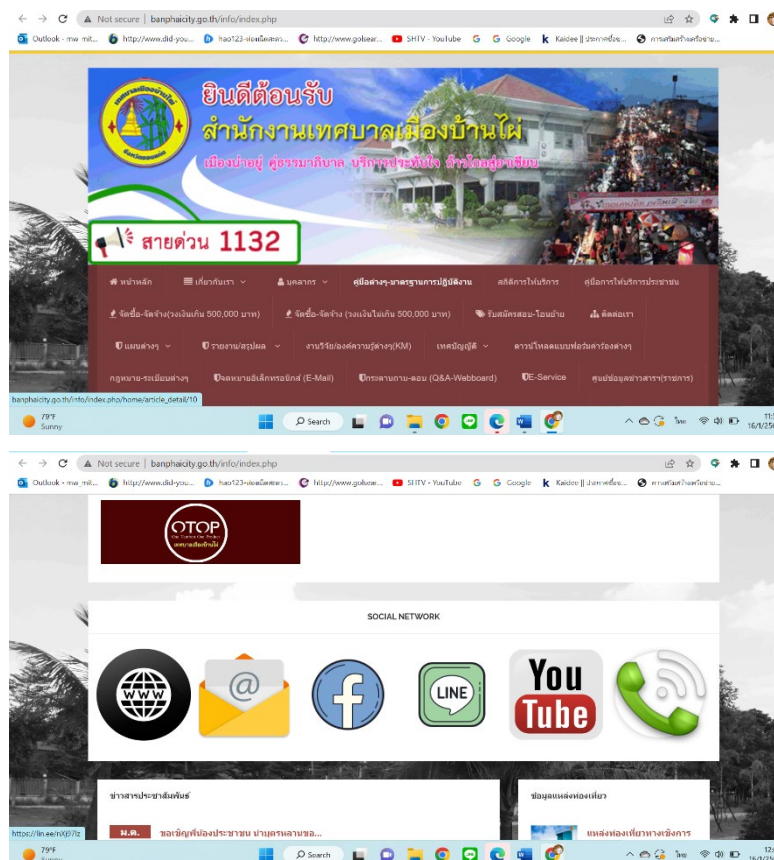
(๒) สิ้นเปลืองพลังงานแบตเตอรี่ (Battery Consuming) ด้วยความสามารถที่หลากหลายบนไลน์ เช่น การเปิดคลิปวิดีโอการเชื่อมต่อจากลิงค์ภายนอก หรือการสนทนาโดยผ่าน Voice Call ทำให้สูญเสียพลังงานแบตเตอรี่เป็นจำนวนมาก ซึ่งหากเปิดทิ้งไว้นานจะทำให้พลังงานแบตเตอรี่ลดลงอย่างรวดเร็ว

(๓) มีข้อจำกัดในเรื่องของการลงทะเบียน ที่แอปพลิเคชันได้กำหนดให้ผู้ใช้สามารถลงทะเบียนโดยผ่านสมาร์ตโฟนเท่านั้น กล่าวคือ สมาร์ตโฟน ๑ เครื่อง จะมีไอดีไลน์สำหรับการเข้าใช้ (Log in) เพียง ๑ ไอดี และไม่สามารถลงทะเบียนได้ด้วยวิธีอื่น ซึ่งต่างจากโปรแกรมสนทนาอื่น ๆ ในรูปแบบเดียวกันอย่างไอแมสเสจ (iMessage) เฟซบุ๊ก แมสเซนเจอร์ (Facebook Messenger) หรืออินสตาแกรม (Instagram) ที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้สามารถลงทะเบียนผ่านเว็บไซต์ได้

### ๓.๔.๔ ยูทูบ (YouTube)

ยูทูบเป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการแลกเปลี่ยนภาพวิดีโอระหว่างผู้ใช้ได้ฟรี ซึ่งยูทูบมี นโยบายไม่ให้อัปโหลดคลิปที่มีภาพโป๊เปลือยและคลิปที่มีลิขสิทธิ์ นอกเสียจากเจ้าของลิขสิทธิ์ได้อัปโหลดเองเมื่อสมัครสมาชิกแล้ว ผู้ใช้จะสามารถใส่ภาพวิดีโอเข้าไปแบ่งปันภาพวิดีโอให้คนอื่นดูด้วย แต่หากไม่ได้สมัครสมาชิกก็สามารถเข้าไปเปิดดูภาพวิดีโอที่ผู้ใช้คนอื่น ๆ ใส่ไว้ในยูทูบได้ ยูทูบได้ตั้งสโลแกนของเว็บไซต์แห่งนี้ว่า Broadcast Yourself หรือแปลตรงตัวว่า คลื่นเสียงแห่งนี้เป็นของคุณ มีการพัฒนาขึ้นมาอย่างมากมาย ทั้งรูปแบบการใช้งาน และความเร็วในการประมวลผลของวิดีโอ พร้อมรูปแบบการใช้งานมากมาย ในส่วนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น พบว่า ได้มีการใช้บริการยูทูบด้วยการอัปโหลดคลิปวิดีโอเกี่ยวกับกิจกรรมที่จัดขึ้นตามภารกิจแล้วนำลิงค์ (Link) ยูทูบใส่ไว้ในหน้าเว็บไซต์ของหน่วยงาน ทำให้ประชาชนสามารถเข้าไปกดดูกิจกรรมได้ ยกตัวอย่าง ยูทูบของเทศบาลเมืองบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น ได้นำลิงค์ไว้ที่หน้าเว็บไซต์ของหน่วยงาน คือ <https://www.youtube.com/c/BanphaiMunicipality/videos> ดังภาพ





ภาพที่ ๔.๑๑ แสดงภาพการเข้าถึงสื่อยูทูปและสื่ออื่น ๆ ของเทศบาลเมืองบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น

นอกจากนั้นพบว่าองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหลายแห่งในจังหวัดขอนแก่นได้ทำคลิปวิดีโอแล้วอัปโหลดในยูทูปเพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่ได้ดำเนินไปแล้ว กล่าวได้ว่าเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีความก้าวหน้าและให้ความสำคัญกับการพัฒนางานในท้องถิ่นด้วยการผลิตคลิปวิดีโอแล้วใช้ช่องทางในการสื่อสารกับประชาชนให้ได้รับข้อมูลได้หลากหลายช่องทางคือนอกจากประชาชนจะรับรู้ข้อมูลจากหอกระจายข่าว เฟซบุ๊ก ไลน์ แล้วยังเพิ่มการประชาสัมพันธ์ทางช่องยูทูปอีกด้วย อีกทั้งเนื่องจากประชาชนมีพฤติกรรมการใช้และมีการรับรู้เข้าใจต่อยูทูปจึงส่งผลให้มีทัศนคติที่ดีอีกทั้งด้วยสภาพสังคมที่เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงควบคู่ไปกับการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์มากขึ้น ส่งผลให้ประชาชนต่างหันมาให้ความสนใจเรียนรู้และมีการยอมรับยูทูปเพิ่มมากขึ้น

### ๓.๕) สื่ออิเล็กทรอนิกส์

๓.๕.๑) โทรศัพท์มือถือทั่วไป โทรศัพท์มือถือมีอิทธิพลกับการดำรงชีวิตของผู้คนในปัจจุบันมาก กล่าวคือมีประโยชน์กับทุกกิจกรรมในการทำงานของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและประชาชน ด้วยการใช้โทรศัพท์มือถือเป็นเครื่องมือในการทำงาน โดยเฉพาะใช้ในการพูดคุยแจ้งข่าวสารทำให้เกิดความสะดวก รวดเร็ว สามารถแก้ไขปัญหาได้ทันต่อความต้องการเป็นอย่างมาก ซึ่งประโยชน์ของโทรศัพท์มือถือนี้ พบว่า

(๑) ช่วยในการติดต่อสื่อสาร กล่าวคือใช้ในการติดต่อสื่อสารกันระหว่างบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง เช่น ระหว่างผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับประชาชน หรือระหว่างประชาชนกับผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ไม่ว่าจะผ่านการโทรหาหรือการแชทผ่านข้อความต่าง ๆ หรือการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการเชื่อมต่อสัญญาณก็สามารถทำได้

(๒) สามารถถ่ายภาพหรือถ่ายคลิปวิดีโอได้ ในปัจจุบันนี้สามารถใช้โทรศัพท์มือถือเพียงแค่เครื่องเดียวเป็นได้ทางโทรศัพท์และกล้องถ่ายรูปในเวลาเดียวกัน บางรุ่นอาจจะมีถึงสองกล้องด้วยกันคือกล้องหน้าและกล้องหลัง ทำให้ง่ายต่อการใช้งาน

**๓.๕.๒) สมาร์ทโฟน** ในปัจจุบันโทรศัพท์มือถือมีคุณสมบัติที่หลากหลายซึ่งเรียกว่า สมาร์ทโฟน คือเป็นโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสามารถเพิ่มเติมนอกเหนือจากโทรศัพท์มือถือทั่วไป บางครั้งอาจจัดว่าเป็นคอมพิวเตอร์พกพาที่ทำงานในลักษณะที่เคลื่อนที่ได้ตลอดเวลา สามารถติดต่อกับคนได้เป็นจำนวนมาก อีกทั้งสามารถเปิดออนไลน์ได้ตลอดเวลา โดยรูปแบบนั้นขึ้นอยู่กับแพลตฟอร์มของโทรศัพท์และระบบปฏิบัติการ โดยที่สมาร์ทโฟรมีคุณสมบัติดังนี้

(๑) สามารถเชื่อมต่ออุปกรณ์ไร้สายได้ เช่น เชื่อมต่อกับคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ เครื่องอื่น พรินเตอร์ กล้องดิจิทัลผ่านทางอินฟราเรด บลูทูธ หรือ Wi-Fi กล่าวคือ สามารถค้นหาข้อมูลต่าง ๆ ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตได้ ทั้งนี้ความเร็วของการค้นหาขึ้นอยู่กับสัญญาณอินเทอร์เน็ตในโทรศัพท์มือถือหรือสัญญาณอินเทอร์เน็ตบ้าน สัญญาณอินเทอร์เน็ตสำนักงาน ก็จะรู้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เราต้องการรู้เพียงแค่คลิกเข้าไปค้นหาผ่านโทรศัพท์มือถือนั่นเอง

(๒) สามารถรองรับไฟล์ มัลติมีเดีย (Multimedia) ได้หลากหลายรูปแบบ เช่น ไฟล์ภาพ ภาพเคลื่อนไหว ไฟล์เสียง ไฟล์วิดีโอ เป็นต้น

(๓) สามารถรองรับแอปพลิเคชันมากมายให้ใช้ ซึ่งตัวแอปพลิเคชันเหล่านี้จะทำให้ได้รับประโยชน์อย่างเต็มที่จากการใช้โทรศัพท์มือถือ ซึ่งแอปพลิเคชันบางอย่างอาจเกี่ยวข้องกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นก็จะทำให้ประชาชนสามารถติดตามข้อมูลข่าวสารได้ นอกจากนั้นยังมีแอปพลิเคชันที่ให้ความรู้ ให้ความสนุกสนานเพลิดเพลินด้วย อีกทั้งยังช่วยให้ผู้ใช้ได้เห็นและเปิดมุมมองโลกทัศน์ใหม่ ๆ โดยที่ผู้ใช้ไม่จำเป็นต้องเดินทางไปในสถานที่จริงด้วยตัวเองก็ได้

สมาร์ทโฟน จึงเป็นโทรศัพท์มือถือเคลื่อนที่ที่มีความสามารถนอกเหนือจากโทรศัพท์มือถือทั่วไป เป็นเสมือนคอมพิวเตอร์ขนาดเล็กที่สามารถพกพาไปได้ทุกที่ มีความสะดวกสบายในการใช้งาน

ดังนั้น จากการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มเฉพาะจึงพบว่า โทรศัพท์มือถือและสมาร์ทโฟน มีความเหมาะสมที่จะนำมาใช้ในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นเป็นอย่างมาก ด้วยเหตุผลดังนี้

(๑) พกพาสะดวก คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนิยมใช้โทรศัพท์เป็นเครื่องมือสื่อกลางในการติดต่อสื่อสารมากที่สุด ทั้งนี้ เพราะโทรศัพท์และสมาร์ทโฟนมีรูปร่างขนาดเล็กกะทัดรัด สามารถเคลื่อนย้าย พกพาสะดวก ติดตัวไปได้ทุกสถานที่ ขนาดโทรศัพท์จะพอดีกับมือของเราซึ่งหยิบจับได้สะดวก คนส่วนใหญ่จึงนิยมเรียกว่า โทรศัพท์มือถือ

(๒) มีลักษณะการหลอมรวมกันของสื่อหลายแบบเข้ามาไว้เป็นเครื่องมือขึ้นเดียวกัน ผู้ใช้สามารถทำงานได้บนเครื่องมือขึ้นเดียวกันเป็นการหลอมรวมเป็นแนวเดียวกันของสื่อประเภทต่าง ๆ ทำให้โทรศัพท์มือถือธรรมดากลายเป็นสมาร์ทโฟน ซึ่งนอกจากสามารถใช้พูดคุย ส่งข้อความที่เป็นตัวหนังสือได้แล้วยังสามารถส่งหรือรับข้อมูลภาพไม่ว่าจะเป็นไฟล์ภาพ ไฟล์วิดีโอ ไฟล์เสียง ได้ครั้งละมาก ๆ สามารถใช้เป็นกล้องถ่ายรูปได้ ฯลฯ

(๓) สามารถใช้งานได้รวดเร็ว คือการประมวลเนื้อหาจากหลายแหล่งไว้รวมกัน ระบบการถ่ายโอนเนื้อหา ข้อมูลทำได้โดยง่าย สะดวก รวดเร็ว การคัดเลือกเนื้อหา ข้อมูลเฉพาะส่วน เช่น ตัดทอน ตัดแปลง คัดเลือกเนื้อหา ข้อมูลใหม่จากเนื้อหาข้อมูลได้อย่างไม่จำกัด จึงถูกนำมาใช้ในงานพัฒนาท้องถิ่นทุกระดับ ตั้งแต่ระดับปฏิบัติการ ระดับผู้บริหาร และระดับนโยบาย ทำให้งานบรรลุประสิทธิภาพและมีประสิทธิภาพอีกด้วย

(๔) เป็นเครื่องมือจัดเก็บ ค้นหา ข้อมูลเนื้อหาในเรื่องที่สนใจได้อย่างไม่จำกัด เช่น จัดเก็บข้อมูลการพัฒนาท้องถิ่น การค้นหาข้อมูล กิจกรรมขององค์กรปกครองท้องถิ่นในหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ไลน์ ยูทูป การตอบแบบสอบถามจากกูเกิลฟอร์ม เป็นต้น

### ๓.๕.๓) หอกระจายข่าว

หอกระจายข่าว คือ เครื่องมือสื่อสารที่รัฐหรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจัดสร้างขึ้นในการกระจายเสียงในหมู่บ้าน ชุมชน เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร และการบริการสาธารณะที่อยู่ในอำนาจหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและของรัฐให้ประชาชนได้รับประโยชน์รวมทั้งเผยแพร่ความคิดเห็น ความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นในด้านการบริหาร การพัฒนาและตรวจสอบการดำเนินงานขององค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่นและของรัฐ

คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรดำเนินการเกี่ยวกับหอกระจายข่าวให้เป็นสื่อเพื่อนำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่น ดังนี้

#### (๑) โครงสร้างการดำเนินงาน

คือ ในแต่ละหมู่บ้านหรือชุมชนควรมีผู้ปฏิบัติงานหอกระจายข่าวในลักษณะของคณะกรรมการจะทำการดำเนินงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อย ดังที่ปรากฏในระเบียบกระทรวงมหาดไทยว่าด้วยการดำเนินงานหอกระจายข่าวประจำหมู่บ้านและชุมชน พ.ศ. ๒๕๔๗ หมวด ๒ ข้อ ๖ ความว่า ให้มีคณะกรรมการบริหารการดำเนินงานหอกระจายข่าวประจำหมู่บ้านและชุมชน ประกอบด้วย

(๑.๑) ปลัดเทศบาล ปลัดเมืองพัทยา ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบล หรือช่างโยธาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนั้น ๆ หรือบุคคลอื่น ๆ ที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนั้น ๆ มอบหมายเป็นที่ปรึกษา

(๑.๒) ผู้ที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมอบหมายไม่เกิน ๓ คน เป็นกรรมการ

(๑.๓) ประชาชนที่ประชาคมหมู่บ้านหรือชุมชนคัดเลือกตามจำนวนที่เห็นสมควรเป็นกรรมการ

ให้คณะกรรมการบริหารการดำเนินงานหอกระจายข่าวประจำหมู่บ้านและชุมชนคัดเลือกตนเองให้มีประธานหนึ่งคน รองประธานหนึ่งคน และเลขานุการหนึ่งคน<sup>๑๔๓</sup>

กลุ่มผู้ปฏิบัติงานตามโครงสร้างนี้ควรทำงานด้วยการปรึกษาหารือกันในกลุ่ม ทำงานแทนกันได้ อยู่บนพื้นฐานของการมีส่วนร่วม สามารถบริหารและถ่ายทอดความรู้ความเข้าใจให้กับคนในหมู่บ้านหรือชุมชนได้

## (๒) การบริหารงาน

คณะผู้ปฏิบัติงานหอกระจายข่าวควรทำหน้าที่บริหารงานหอกระจายข่าวด้วยการวางแผนการกระจายเสียง การแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้นเฉพาะหน้า การควบคุมดูแลรักษาเป็นตัวเชื่อมที่นำข่าวสารไปยังประชาชนทำให้คนในหมู่บ้านหรือชุมชนได้แสดงออกร่วมกันในกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง ทำให้เห็นว่าหอกระจายข่าวคือช่องทางในการสื่อสารของชาวบ้าน เป็นสมบัติของหมู่บ้านของชุมชนที่ทุกคนจะต้องสามารถใช้ประโยชน์ร่วมกันได้ นอกจากนี้หากมีการใช้หอกระจายข่าวในการประชาสัมพันธ์การเลือกตั้ง ต้องอยู่ภายใต้หลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการการเลือกตั้งกำหนด และอยู่ภายใต้การควบคุมของคณะกรรมการบริหารการดำเนินงานหอกระจายข่าวประจำหมู่บ้านและชุมชน ดังนี้<sup>๑๔๔</sup>

(๒.๑) การขอใช้หอกระจายข่าวในการประชาสัมพันธ์หาเสียงเลือกตั้งจะต้องอนุญาตให้ผู้สมัครหรือผู้แทนผู้สมัครและพรรคการเมืองใช้บริการหอกระจายข่าวอย่างเป็นทางการและเสมอภาค โดยได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัด

(๒.๒) การใช้หอกระจายข่าวเพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการแนะนำคุณสมบัติของผู้สมัครหรือพรรคการเมืองต้องประชาสัมพันธ์ให้อย่างเป็นทางการและทั่วถึง

(๒.๓) ในระหว่างที่มีการรณรงค์ประชาสัมพันธ์การเลือกตั้งให้ผู้ประกาศข่าวประจำหมู่บ้านและชุมชน ใช้หอกระจายข่าวประกาศข่าวหรือประชาสัมพันธ์อย่างระมัดระวังและเกิดความเป็นธรรม

(๒.๔) เปิดโอกาสให้นักเรียนนักศึกษาหรือเยาวชนในสถานศึกษาหรือในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนั้นๆ ใช้บริการหอกระจายข่าว เพื่อแสดงความคิดเห็น เช่น อ่านข่าวอ่านบทความ หรือเรียงความเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การเลือกตั้ง

## (๓) เนื้อหาสาร

ก่อนที่จะประกาศข้อมูลทางหอกระจายข่าวต้องทำการคัดเลือกเนื้อหาสารเพื่อให้สารที่ส่งออกไปบรรลุวัตถุประสงค์ตามระเบียบกระทรวงมหาดไทย ว่าด้วยการดำเนินงานหอกระจายข่าวประจำหมู่บ้านและชุมชน พ.ศ. ๒๕๔๗ ข้อ ๑๗ พบว่า ให้มีการคัดเลือกเรื่องที่จะประกาศดังนี้

(๓.๑) นโยบายของรัฐบาลและส่วนราชการ

(๓.๒) โครงสร้างการจัดองค์กรอำนาจหน้าที่และการดำเนินงานของรัฐ

<sup>๑๔๓</sup> ระเบียบกระทรวงมหาดไทย, ว่าด้วยการดำเนินงานหอกระจายข่าวประจำหมู่บ้านและชุมชน พ.ศ. ๒๕๔๗ ข้อ ๑๖.

<sup>๑๔๔</sup> เรื่องเดียวกัน, ข้อ ๑๗

(๓.๓) กฎมติคณะรัฐมนตรี ข้อบังคับ คำสั่ง หนังสือเวียนระเบียบ แบบแผนที่ใช้บังคับเป็นการทั่วไป

(๓.๔) ผลการพิจารณาหรือคำวินิจฉัยที่มีผลโดยตรงต่อประชาชน

(๓.๕) แผนงานโครงการและงบประมาณรายจ่ายประจำปีขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนั้น

(๓.๖) การบริการสาธารณะที่อยู่ในอำนาจหน้าที่ของจังหวัด อำเภอ และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับประชาชนในหมู่บ้านและชุมชน

(๓.๗) การขอความร่วมมือระหว่างราชการกับประชาชนหรือกิจกรรมที่ต้องการความคิดเห็น ข้อเสนอแนะของประชาชนในหมู่บ้านและชุมชนเกี่ยวกับการบริหารการพัฒนาท้องถิ่น การดำเนินงานของรัฐหรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพลง บทความ สารคดี เกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพชีวิต และการพัฒนาอาชีพ เป็นต้น

(๓.๘) อื่น ๆ ที่คณะกรรมการบริหารการดำเนินงานหอกระจายข่าวประจำหมู่บ้านและชุมชนพิจารณาและเห็นว่าจะจะเป็นประโยชน์ต่อหมู่บ้านและชุมชน ไม่ก่อให้เกิดความเสียหายแก่ราชการหรือบุคคลอื่น

นอกจากนี้ระเบียบกระทรวงมหาดไทย ว่าด้วยการดำเนินงานหอกระจายข่าวประจำหมู่บ้านและชุมชน พ.ศ. ๒๕๔๗ ข้อ ๑๙ มีใจความว่า ห้ามมิให้ดำเนินการประชาสัมพันธ์ข่าวในลักษณะดังต่อไปนี้ผ่านทางหอกระจายข่าว

(๓.๙) อาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อสถาบันพระมหากษัตริย์

(๓.๑๐) อาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อความมั่นคงของประเทศ ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ความมั่นคงทางเศรษฐกิจหรือการคลังของประเทศ

(๓.๑๑) เป็นการกล่าวหาให้ร้ายกับบุคคล คณะบุคคล หรือผู้ใดอันจะก่อให้เกิดความเสียหายใด ๆ ขึ้นภายใน

(๓.๑๒) อาจก่อให้เกิดอันตรายต่อชีวิต หรือความปลอดภัยของบุคคลหนึ่งบุคคลใด

(๓.๑๓) เป็นการรุกร้าสิทธิส่วนบุคคลโดยไม่สมควร

#### (๔) องค์ประกอบในการวิเคราะห์และคัดเลือกข่าว

(๔.๑) คุณลักษณะข่าว ในแต่ละวันมีข่าวเกิดขึ้นค่อนข้างมากการที่จะพิจารณาว่าข่าวใดควรจะนำเสนอหรือไม่นั้นจะต้องคำนึงถึงคุณลักษณะของข่าว ซึ่งมีองค์ประกอบที่สำคัญได้แก่

(๔.๑.๑) ข่าวหรือเหตุการณ์ หรือข้อเท็จจริง

(๔.๑.๒) ความสนใจหรือความน่าสนใจ

(๔.๑.๓) ผู้รับข่าวสาร หรือผู้ฟังข่าว

องค์ประกอบดังกล่าวจะต้องมีความสัมพันธ์กันโดยข่าวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจะต้องเป็นสิ่งที่น่าสนใจต่อผู้รับข่าวสารหรือผู้ฟังมากที่สุด จึงจะนำมารายงานเป็นข่าวได้

(๔.๒) องค์ประกอบของข่าว ในแต่ละวันมีข่าวเกิดขึ้นมากมายแต่ละข่าวก็ล้วนมีความน่าสนใจสำหรับผู้ฟังเช่นเดียวกัน ดังนั้นการที่จะรายงานข่าวที่เกิดขึ้นอย่างมากมายในแต่ละวันทั้งหมด ย่อมเป็นสิ่งที่เป็นไปได้เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านเวลา จึงจำเป็นต้องมีการคัดเลือกข่าวที่จะรายงาน โดยคำนึงถึงองค์ประกอบของข่าวว่าเหตุการณ์หรือข้อเท็จจริงใดมีคุณค่าทางข่าวสูงจึงจะนำเอาเหตุการณ์หรือข้อเท็จจริงนั้นมารายงานเป็นข่าวต่อไป คุณค่าของข่าวประกอบด้วย

(๔.๒.๑) ความสดของข่าว นับเป็นหัวใจสำคัญของการเสนอข่าวเพราะผู้ฟังมักให้ความสนใจ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นสด ๆ ร้อน ๆ หรือเรื่องราวที่ทันสมัยมากกว่าเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นนานมาแล้ว

(๔.๒.๒) ความใกล้ชิด เป็นองค์ประกอบสำคัญอีกอย่างหนึ่งในการพิจารณาคุณค่าของข่าว เพราะนักจิตวิทยาได้อธิบายถึงนิสัยของมนุษย์ว่ามนุษย์สนใจเรื่องที่อยู่ใกล้ตัว อันอาจส่งผลกระทบต่อตัวเองได้มากกว่า ความใกล้ชิดนี้หมายถึงความสัมพันธ์ใกล้ชิดต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ

(๔.๒.๓) ความเด่น หมายถึง บุคคลสำคัญซึ่งเป็นที่รู้จักกันดี เมื่อบุคคลนั้น ๆ เข้าไปเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นก็ย่อมได้รับความสนใจจากประชาชนโดยทั่วไปซึ่งความเด่นนี้รวมถึงสถานที่สำคัญ ฯลฯ

(๔.๒.๔) ผลกระทบ ข่าวที่มีผลกระทบต่อประชาชนเป็นจำนวนมากมักจะได้รับการพิจารณาที่จะเสนอเป็นข่าวมากกว่า ข่าวที่ว่านี้อาจเป็นผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม เป็นต้น

(๔.๒.๕) ความเปลี่ยนแปลง ในสังคมมนุษย์ย่อมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ อาจเป็นการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีหรือทางที่ไม่ดีก็ได้ การเปลี่ยนแปลง ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นนั้นมนุษย์ซึ่งเป็นหน่วยหนึ่งในสังคมจำเป็นต้องให้ความสนใจในการเปลี่ยนแปลงนั้น ๆ ด้วย เพราะการเปลี่ยนแปลงย่อมมีผลกระทบต่อมนุษย์ทั้งทางตรงและทางอ้อม

(๔.๒.๖) ความก้าวหน้า มนุษย์มีความพยายามดิ้นรนที่จะเอาชนะธรรมชาติอยู่เสมอ จึงได้ค้นคว้าทดลองหาวิธีการใหม่ ๆ เพื่อความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ ความก้าวหน้าทางด้านวิทยาศาสตร์นี้ บางครั้งทำให้ประชาชนทั่วโลกสนใจจึงถือได้ว่ามีคุณค่าทางข่าวสูงเช่นกัน

(๔.๓) คุณภาพของข่าว ก่อนที่เหตุการณ์หรือข้อเท็จจริงจะถูกรายงานเป็นข่าวนอกจากจะผ่านขั้นตอนการพิจารณาในการคัดเลือกข่าวโดยคำนึงถึงองค์ประกอบของข่าวดังได้กล่าวมาแล้ว ข่าวที่ได้รับการนำเสนอจะต้องพิจารณาในด้านคุณภาพของข่าวซึ่งมีองค์ประกอบดังนี้

(๔.๓.๑) ความถูกต้องครบถ้วน หมายถึง ข้อเท็จจริงหรือเรื่องราวที่ปรากฏในข่าวไม่ว่าจะเป็นชื่อ ยศ ตำแหน่ง อายุ ที่อยู่ สถานที่ วันที่ ค่าแถม ฯลฯ จะต้องมีการตรวจสอบให้ถูกต้องครบถ้วน เพื่อป้องกันการเสนอข่าวที่ผิดพลาด ซึ่งอาจเป็นผลร้ายต่อบุคคลที่ตกเป็นข่าวหรือผู้อ่านข่าวอาจถูกดำเนินคดีได้

(๔.๓.๒) ความเที่ยงตรงหรือภววิสัย หมายถึง การรายงานเหตุการณ์หรือข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นอย่างตรงไปตรงมาโดยปราศจากอคติ หรือไม่ควรสอดแทรกความคิดเห็นของผู้อ่านข่าวโดยมีผลประโยชน์ส่วนตัวเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย

(๔.๓.๓) ง่ายกะทัดรัดและชัดเจน หมายถึง ข่าวที่อ่านจะต้องใช้ภาษาหรือถ้อยคำสำนวนที่เข้าใจง่ายมีความกะทัดรัด และกระชับแจ่มชัดเจน ไม่ควรใช้คำกำกวมมีความหมายหลายแง่มุม

(๔.๓.๔) ทันทต่อเหตุการณ์ หมายถึง ข่าวที่นำเสนอจะต้องมีความทันต่อเหตุการณ์ แม้ว่า จะยังไม่มีเหตุการณ์ใด ๆ เกิดขึ้นก็ตามแต่ก็อาจนำข้อเท็จจริงซึ่งเหมาะสมและถูกต้องกับกาลเวลาปัจจุบัน และเป็นที่น่าสนใจของประชาชนโดยทั่วไปมาเสนอเป็นข่าวได้ เช่นผลกระทบที่เกิดจากการขึ้นราคาน้ำมันถึงแม้ว่าจะยังไม่มีราคาน้ำมันก็ตามแต่กำลังอยู่ในระหว่างการปรับโครงสร้างราคาน้ำมัน ค่าครองชีพหรือราคาสินค้าก็ขยับสูงขึ้นไปล่วงหน้าแล้ว

(๔.๔) ประเภทของข่าว ข่าวที่นำเสนอทางหอกระจายข่าว แบ่งได้ดังนี้

(๔.๔.๑) ข่าวท้องถิ่น

(๔.๔.๒) ข่าวภัยพิบัติทางธรรมชาติ

(๔.๔.๓) ข่าวเกษตรกรรม

(๔.๔.๔) ข่าวสาธารณสุข

(๔.๔.๕) ข่าวการศึกษา

(๔.๔.๖) ข่าวเศรษฐกิจ

(๔.๔.๗) ข่าววิทยาศาสตร์

(๔.๔.๘) ข่าวอาชญากรรมหรือข่าวภัยสังคม

(๔.๔.๙) ข่าวบริการ

ฉะนั้น การนำเสนอข่าวผ่านทางหอกระจายข่าว คณะกรรมการบริหารการดำเนินงานหอกระจายข่าว และผู้ประกาศข่าว ควรเลือกนำเสนอข่าวที่มีสาระและมีประโยชน์สำหรับคนในชุมชนให้มากที่สุด เช่น ข่าวท้องถิ่น ข่าวที่เกี่ยวกับการดำรงชีวิต เป็นต้น ควรมีการประกาศอย่างเหมาะสม สร้างสรรค์ นำเสนอข่าวให้ชุมชนได้รับฟังตามข้อเท็จจริงจะทำให้หอกระจายข่าวน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

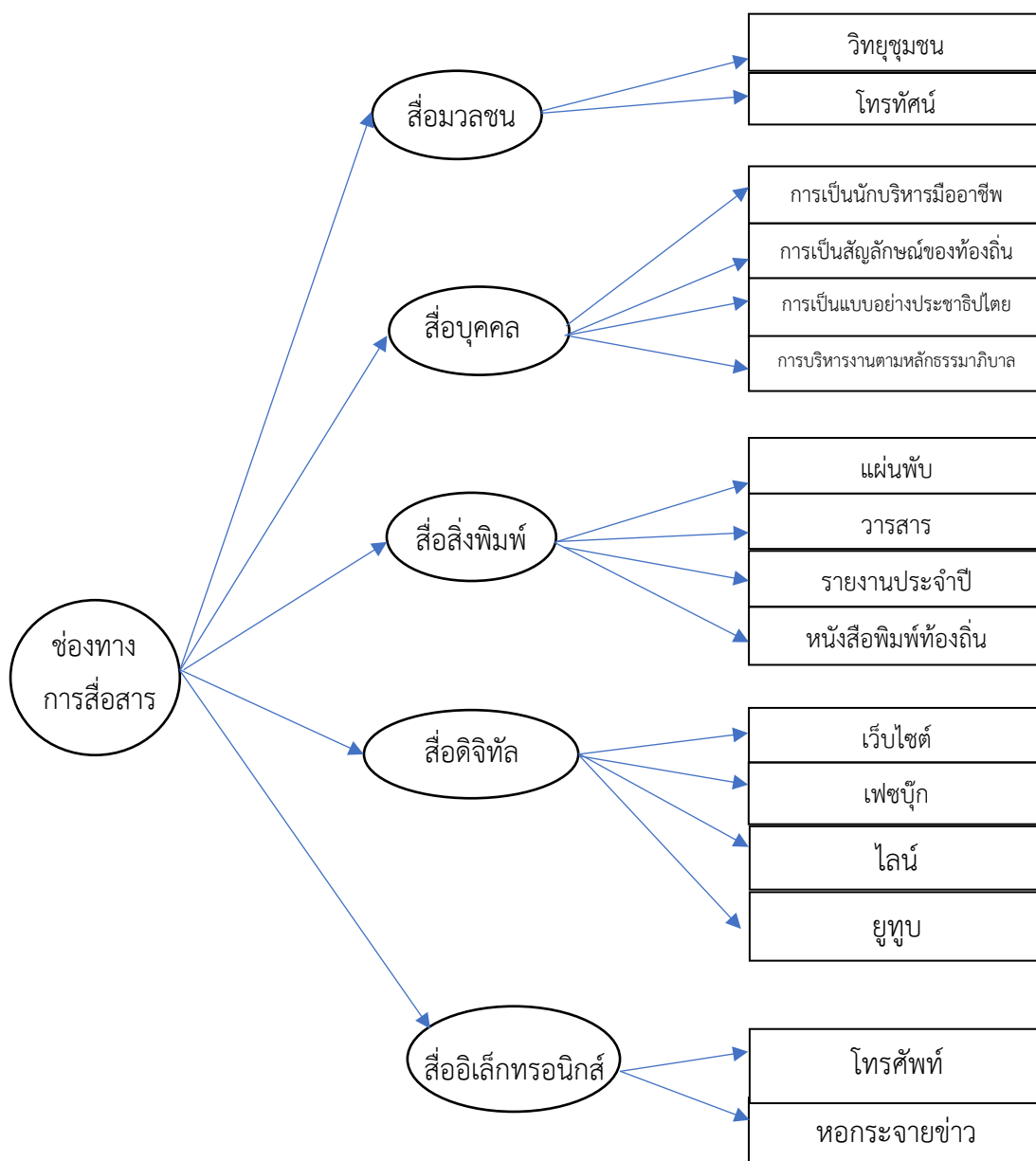
จากการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของรูปแบบเกี่ยวกับองค์ประกอบที่ ๓ ช่องทางการสื่อสาร (Channel) สามารถสรุปเป็นองค์ประกอบหลัก องค์ประกอบย่อย การเพิ่ม/ตัด และข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิได้ดังนี้

ตารางที่ ๔.๓ การประเมินและให้ข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิเกี่ยวกับองค์ประกอบที่ ๓ ช่องทางการสื่อสาร (Channel)

องค์ประกอบหลัก	องค์ประกอบย่อย	การเพิ่ม/ตัด	ข้อเสนอแนะ
๑) สื่อมวลชน	๑) วิทยุชุมชน ๒) โทรทัศน์ ๓) หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	คงเดิม	
๒) สื่อบุคคล	๑) การเป็นนักบริหาร มืออาชีพ ๒) การเป็นสัญลักษณ์ ของท้องถิ่น ๓) การเป็นแบบอย่าง ประชาธิปไตย ๔) การบริหารงานตาม หลักธรรมาภิบาล	คงเดิม	
๓) สื่อพื้นบ้าน	๑) การแสดงความ คิดเห็น ๒) การประยุกต์ใช้ในการ ดำเนินชีวิต ๓) การให้ความบันเทิง	ตัด	บทบาทของการนำสื่อ พื้นบ้านมาใช้ในการพัฒนา ท้องถิ่นถ้ายังไม่ชัดเจนว่าจะ นำสื่ออะไรมาใช้ในการ พัฒนาควรตัดออกไป โดยให้ พิจารณาสื่อที่เป็นรูปธรรม กว่าจะทำให้การพัฒนา บรรลุวัตถุประสงค์
๔) สื่อสิ่งพิมพ์	๑) แผ่นพับ ๒) วารสาร ๓) หนังสือรายงาน ประจำปี ๔) หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	คงเดิม	
๕) สื่อดิจิทัล	๑) เว็บไซต์ ๒) เฟซบุ๊ก ๓) ไลน์ ๔) ยูทูป	คงเดิม	
๖) สื่ออิเล็กทรอนิกส์	๑) โทรศัพท์ ๒) หอกระจายข่าว	คงเดิม	

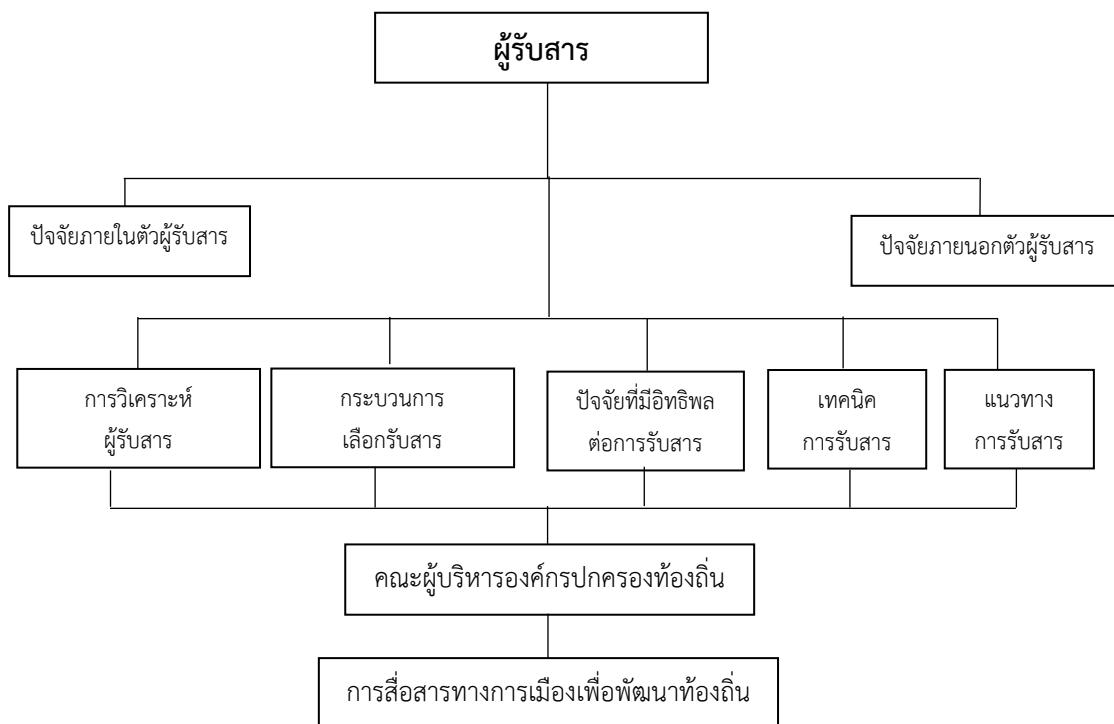


จากการทำการสนทนากลุ่มเฉพาะเพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของรูปแบบ สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อยืนยันองค์ประกอบหลัก และองค์ประกอบย่อย การตัดหรือเพิ่มองค์ประกอบ และข้อเสนอแนะองค์ประกอบ จากการศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถพัฒนาเพื่อนำไปสู่การยกร่างรูปแบบได้ดังปรากฏตามภาพที่ ๔.๑๑



ภาพที่ ๔.๑๒ แสดงองค์ประกอบหลัก องค์ประกอบย่อยของช่องทางสื่อสาร (Channel)

## องค์ประกอบที่ ๔ คือ ผู้รับสาร



ภาพที่ ๔.๑๓ แสดงองค์ประกอบที่ ๔ คือ ผู้รับสาร (Receiver)

ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

### ๔.๑) ปัจจัยภายในตัวผู้รับสาร

๔.๑.๑) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ โดยแนวคิดนี้เชื่อว่าคนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมที่ต่างกัน ซึ่งการสื่อสารนั้นก็จัดเป็นพฤติกรรมสำคัญอย่างหนึ่งของมนุษย์ นักวิชาการสื่อสารจึงเชื่อว่าพฤติกรรมเกี่ยวกับการสื่อสารของบุคคลนั้น ๆ จึงน่าจะแตกต่างกันไปด้วย เนื่องจากบุคคลที่อยู่ในแต่ละกลุ่มประชากรจะมีกิจกรรมการดำเนินชีวิตรวมทั้งเวลาว่างที่ต่างกัน แสดงให้เห็นว่า ผู้รับสารในที่นี้ซึ่งเป็นทั้งผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น บุคลากรท้องถิ่น และประชาชน มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน ลักษณะทางประชากรศาสตร์ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ภูมิลาเนา เป็นต้น สอดคล้องกับทฤษฎีกลุ่มสังคมที่กล่าวว่า ผู้รับสารที่มีลักษณะทางสังคมคล้ายกันจะแสดงพฤติกรรมการสื่อสารมวลชน ได้แก่ การเปิดรับสื่อ ความชอบต่อสื่อประเภทต่าง ๆ และผลของการสื่อสารคล้ายคลึงกัน ซึ่งลักษณะทางสังคมที่สำคัญ เช่น ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ อายุ เพศ

ชาติพันธุ์ ภูมิภาค เป็นต้น ซึ่งตามสมมติฐานนั้นผู้รับสารที่มีลักษณะทางสังคมที่อยู่ในกลุ่มเดียวกัน มักจะมีความสนใจหรือมีพฤติกรรมในแนวทางเดียวกัน<sup>๑๙๕</sup>

**๔.๑.๒) ปัจจัยทางจิตวิทยา** เป็นลักษณะทางจิตใจของผู้รับสาร เป็นสิ่งที่อยู่ในตัวของบุคคล ซึ่งมีบทบาทที่สำคัญอย่างยิ่งต่อพฤติกรรมในการรับสาร โดยมีองค์ประกอบต่าง ๆ เป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานที่เป็นแรงผลักดันให้บุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน ดังนี้

(๑) แรงจูงใจ เป็นแรงกระตุ้นจากภายในตัวบุคคลอันจะก่อให้เกิดพฤติกรรมตามมา ซึ่งการจะพิสูจน์ว่าแรงจูงใจมีจริงหรือไม่จึงอาจดูได้จากพฤติกรรมมนุษย์เท่านั้น ซึ่งมีทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเรียนรู้ของมนุษย์คือ ทฤษฎีสัญชาตญาณ ทฤษฎีการลดแรงขับ ทฤษฎีควบคุมสิ่งเร้า ทฤษฎีการลำดับความต้องการของมนุษย์ สามารถอธิบายได้คือ

(๑.๑) ทฤษฎีสัญชาตญาณ เป็นทฤษฎีที่เชื่อว่าพฤติกรรมทุกอย่างของมนุษย์เกิดจากการกระตุ้นจากภายนอก ซึ่งการพัฒนาท้องถิ่นผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นก็ใช้แนวคิดนี้ในการพัฒนา โดยเน้นการกระตุ้นให้ประชาชนเกิดความสนใจในกิจกรรมหรือโครงการที่นำไปพัฒนาในพื้นที่ เช่น การทำป้ายคัดเอาท์ด้วยสีสนสวยงามทำให้สะดุดตา น่าอ่าน หรือการประชาสัมพันธ์ทางเว็บไซต์ด้วยการนำเรื่องที่สำคัญไว้เป็นอันดับแรกทำให้น่าสนใจกว่าเรื่องอื่น ๆ เป็นต้น ซึ่งทำให้เกิดความน่าสนใจต่อการรับรู้สารมากขึ้น

(๑.๒) ทฤษฎีการลดแรงขับ ทฤษฎีนี้เชื่อว่าเมื่อไรก็ตามที่เกิดสภาวะไม่สมดุลขึ้นต่อร่างกายมนุษย์ ระดับของแรงขับภายในจะปรับให้เกิดพฤติกรรม อันจะนำไปสู่การปรับให้เข้าสู่ภาวะสมดุลดั้งเดิม ซึ่งการพัฒนาท้องถิ่นผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้ใช้แนวคิดนี้ในการพัฒนา เช่น การนำกิจกรรมการพัฒนาท้องถิ่น หรือโครงการที่โดดเด่น และประสบความสำเร็จโชว์ไว้ในเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ทำให้ผู้ดูเกิดความภาคภูมิใจในท้องถิ่นตนเอง

(๑.๓) ทฤษฎีควบคุมสิ่งเร้า ทฤษฎีนี้เชื่อว่าพฤติกรรมของมนุษย์จะเกิดจากสิ่งเร้าภายนอก แต่มีแรงเสริมจะเป็นตัวกำหนดการแสดงออกทางพฤติกรรมคือ แรงเสริมทางบวกทำให้เกิดพฤติกรรมบ่อย ๆ แรงเสริมทางลบทำให้เกิดพฤติกรรมน้อยลง ดังนั้น การพัฒนาท้องถิ่นผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้ใช้แนวคิดนี้ในการพัฒนาด้วยการเสริมแรงทางบวกให้กับกิจกรรมการพัฒนาท้องถิ่นที่ต้องการให้ประชาชนรับรู้อย่างทั่วถึง ด้วยการประชาสัมพันธ์หลากหลายช่องทางและทำอย่างต่อเนื่อง แสดงให้ประชาชนเห็นถึงความมุ่งมั่นพัฒนากิจกรรมนั้น ๆ ว่าเป็นสิ่งที่ทุกคนมีส่วนร่วมในการพัฒนาร่วมกัน และใช้การเสริมแรงทางลบด้วยการไม่แสดงกิจกรรมการพัฒนาท้องถิ่นที่ไม่โดดเด่นนักในช่องทางที่หลากหลาย

(๑.๔) ทฤษฎีการลำดับความต้องการของมนุษย์ มาสโลว์ ได้จัดลำดับความต้องการของมนุษย์ตามลำดับคือ ความต้องการทางร่างกายเป็นสิ่งจำเป็นที่สุด เช่น ปัจจัยสี่ จากนั้นจึงต้องการทางอารมณ์ เช่น ความรัก ความต้องการชื่อเสียง และสิ่งสุดท้ายคือความต้องการกระทำในสิ่งที่แสดงความเป็น

<sup>๑๙๕</sup> ศุภศิลาณี กุลจิตต์เจือวงศ์, การวิเคราะห์ผู้รับสารในยุคดิจิทัล, วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, ปีที่ ๓๔ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-เมษายน ๒๕๖๐), หน้า ๑๗๔.

ตัวของตัวเอง ซึ่งจะทำก็ต่อเมื่อความต้องการพื้นฐานอื่น ๆ ได้รับการสนองแล้ว ดังนั้น การพัฒนาท้องถิ่น ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานไม่ว่าจะเป็น ถนน ไฟฟ้า ประปา เหล่านี้เป็น การตอบสนองความต้องการทางด้านร่างกายซึ่งเป็นเรื่องที่ดี แต่บางครั้งการพัฒนาท้องถิ่นอาจมีโครงการอื่นที่ ส่งเสริมให้ประชาชนมีสุขภาพจิตดี เช่น โครงการปฏิบัติธรรม เกิดความสนุกสนานเพลิดเพลิน เช่น โครงการ ฉลองเทศกาลปีใหม่ เทศกาลสงกรานต์ เป็นต้น ซึ่งการพัฒนาดังกล่าวอาจทำเรื่องใดเรื่องหนึ่งก่อนและหลัง กันได้ตามความเหมาะสม

(๒) การเรียนรู้ การเรียนรู้คือการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอย่างค่อนข้างถาวร โดยเป็นผล เนื่องมาจากประสบการณ์หรือการฝึกการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เนื่องจากการเรียนรู้ดังกล่าวมีทั้งพฤติกรรม ภายนอกหรือพฤติกรรมภายใน บางครั้งวัดได้ บางครั้งวัดไม่ได้หรือวัดได้ยาก ฉะนั้น การรับสารนั้นจะ เกี่ยวเนื่องกับพฤติกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้ตนเองซึ่งประกอบด้วยพฤติกรรม ๓ ด้านคือ

(๒.๑) พฤติกรรมด้านสติปัญญา เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่เกี่ยวกับความรู้ ความ เข้าใจ ความสามารถด้านความจำ การวิเคราะห์ สังเคราะห์ การประเมินคุณค่าของสิ่งต่าง ๆ ความสามารถ ในการประยุกต์ใช้สิ่งที่เรียนรู้ไปใช้ในการดำเนินชีวิตด้วยการเขียน พูด อธิบาย แสดงเหตุผลหรือนำมาใช้ให้ เป็นประโยชน์ในการแก้ปัญหา ดังนั้น การพัฒนาท้องถิ่นบางครั้งผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จำเป็นจะต้องแสดงศักยภาพของตนเองออกมาให้ประชาชนได้รับรู้เพื่อให้เกิดแนวทางในการทำงานที่ชัดเจน ไม่คลุมเครือ สามารถอธิบายงานได้ตามหลักการพัฒนา ตลอดถึงแนวทางในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้ อย่างคล่องแคล่วเป็นไปตามข้อเท็จจริง เป็นต้น

(๒.๒) พฤติกรรมเชิงทักษะ เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับความชำนาญ หรือทักษะในการทำกิจกรรมการพัฒนาต่าง ๆ เช่น ทักษะในการวิเคราะห์โครงการ ทักษะในการนำ โครงการไปปฏิบัติ และทักษะในการประเมินโครงการ เป็นต้น กล่าวได้ว่า ต้องรู้ถึงแก่นของงานที่จะพัฒนา งานถึงจะมีประสิทธิภาพ

(๒.๓) พฤติกรรมด้านอารมณ์ เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทางด้านจิตใจที่ไม่เกี่ยวกับ สติปัญญา เช่น ความศรัทธา ความซาบซึ้ง การเกิดค่านิยม เกิดความพอใจ เป็นต้น เป็นการแสดงออกของ ภาวะจิตใจที่ได้รับการกระทบหรือกระตุ้นให้เกิดมีการแสดงออกต่อสิ่งที่มากระตุ้น ยกตัวอย่าง เมื่ออยู่ในพื้นที่ ของการพัฒนาท้องถิ่นย่อมจะได้รับการกระทบกระทั่งทางอารมณ์ไม่มากก็น้อย ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาด้าน ที่คิดว่าตรงกับปัญหาความต้องการของประชาชนแล้ว แต่ก็ยังได้รับการร้องเรียนว่าไม่ตรงกับความต้องการ ของประชาชนอีกกลุ่มหนึ่ง ทั้งนี้เมื่อได้รับการกระทบทางอารมณ์แล้วสิ่งที่สำคัญคือ จะควบคุมอารมณ์หรือ จัดการอารมณ์ได้อย่างไร ซึ่งมีวิธีในการควบคุมอารมณ์เพื่อแสดงออกได้เหมาะสม ได้แก่ ๑) ให้มีสติ เพื่อควบคุมอารมณ์ที่รุนแรงให้คลายลง การรู้อารมณ์ตนเองตอนที่ยังไม่รุนแรงจะสามารถจัดการได้ง่ายกว่า ๒) เบี่ยงเบนความสนใจโดยการทำกิจกรรมให้เราไม่หมกมุ่นกับความคิด เพราะตอนที่เรามีอารมณ์มาก ๆ เราจะคิดลบและยากที่จะหาทางออกได้ กิจกรรมจะต้องเป็นกิจกรรมที่ทำให้เราไม่จมกับอารมณ์ เช่น การ ออกกำลังกาย การฟังเพลง การรดน้ำต้นไม้ เป็นต้น ๓) ปรึกษาหารือกับคนที่เราไว้วางใจ การทำแบบนี้จะ ทำให้เราสบายใจขึ้น จะทำให้เราสามารถมีมุมมองใหม่ ๆ และสามารถแก้ปัญหาได้

**๔.๑.๓ ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของผู้รับสาร** บุคลิกภาพและการสื่อสารเป็นปัจจัยเกื้อหนุนซึ่งกันและกัน การพัฒนาบุคลิกภาพจึงต้องเกิดควบคู่กับการพัฒนาศักยภาพด้านการสื่อสารด้วย ซึ่งบาร์กุน และ ราฟเนอร์ ได้กล่าวถึงบุคลิกภาพของผู้รับสารไว้ว่ามี ๖ ประเภทคือ<sup>๑๙๖</sup>

(๑) ความมีจิตใจแคบ เป็นบุคลิกลักษณะของบุคคลที่มีความเชื่อในความคิดของตนมาก และเชื่อว่าความคิดของตนถูก ส่วนความคิดของผู้อื่นผิด บุคคลประเภทนี้จึงชอบปฏิเสธข่าวสารหรือผู้ส่งสารที่มีความคิดความเชื่อไม่สอดคล้องกับตน เป็นคนที่เปลี่ยนแปลงความคิด ทศนคติยาก ดังนั้น หากต้องการจะเข้าถึงผู้รับสารประเภทนี้ผู้ส่งสารจะต้องศึกษาให้รู้ว่าบุคคลที่เขาชื่นชอบคือใครก็จะทำให้ชักจูงได้ง่ายขึ้น

(๒) ความนับถือตนเอง เป็นบุคคลที่มีประสบการณ์ในชีวิตที่ค่อนข้างประสบผลสำเร็จ เช่น เป็นคนเรียนหนังสือเก่งประสบผลสำเร็จในการทำงาน ทำให้บุคคลประเภทนี้มีความเชื่อในตัวเองสูง และคิดว่าทุกสิ่งทุกอย่างสามารถกำหนดไว้ได้ด้วยตัวเอง ผิดกับคนที่มีความนับถือตนเองน้อยจะเชื่อถือในเรื่องชะตาชีวิตที่ถูกควบคุมจากธรรมชาติ

(๓) ความก้าวร้าวและความเป็นศัตรู ความก้าวร้าวเป็นปฏิกิริยาของบุคคลที่มักมีความนับถือตนเองสูง แสดงอารมณ์ออกมาในลักษณะแข็งกร้าว ไม่ยอมปิดรับข้อมูลข่าวสารของบุคคลอื่น ๆ ซึ่งนับได้ว่าเป็นอุปสรรคที่สำคัญในการเปิดรับข่าวสาร

(๔) ความกังวลใจ ความกังวลใจและสภาวะทางด้านจิตใจของมนุษย์ที่มีความคิดสับสน วุ่นวายขาดความเชื่อมั่นในตัวเองและมีแนวโน้มที่จะเชื่อผู้อื่นได้ง่าย ดังนั้น หากผู้รับสารมีบุคลิกภาพในลักษณะนี้ ผู้ส่งที่สามารถให้กำลังใจหรือเป็นที่พึ่งพิงให้กับผู้รับสารได้ ก็จะได้รับความสำเร็จของผู้รับสารประเภทนี้

(๕) ทศนคติแรกเริ่ม เป็นบุคลิกภาพของบุคคลที่เพิ่งได้รับความรู้หรือประสบการณ์เป็นครั้งแรกในเรื่องต่าง ๆ ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกประทับใจหรือไม่ประทับใจ ซึ่งความรู้สึกแรกนี้จะมีผลต่อการเปิดรับข่าวสารในครั้งต่อไปของบุคคล

(๖) เล่ห์เหลี่ยมหลอกลวง เป็นผู้รับสารที่ไม่มีความจริงใจในการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น พยายามบิดเบือนข้อเท็จจริงหรือหลีกเลี่ยงการผูกมัดตัวเองกับผู้อื่น ดังนั้น การติดต่อสื่อสารกับผู้รับสารประเภทนี้อาจต้องมีวิธีการที่ค่อนข้างมาก เช่น ต้องหาบุคคลที่คนประเภทนี้ไว้วางใจ อย่าพยายามอ้างในกฎระเบียบหรือคาดคั้นในการเอาค้ำมั่นสัญญา เป็นต้น

## **๔.๒) ปัจจัยภายนอกตัวผู้รับสาร**

### **๔.๒.๑) สถานภาพทางสังคมและวัฒนธรรม**

การเป็นสมาชิกของกลุ่มต่าง ๆ ในสังคมย่อมก่อให้เกิดการเรียนรู้ในการอยู่ร่วมกัน เกิดขึ้นเป็นความเชื่อ ประเพณี ค่านิยม ทศนคติและพฤติกรรม โดยสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ เป็นกรอบแนวคิดทางสังคมที่ช่วยหล่อหลอมให้สมาชิกในสังคมเกิดปัจจัยดังกล่าวร่วมกัน ซึ่งจะส่งผลต่อพฤติกรรมของคู่สื่อสาร ความรู้สึกของ

<sup>๑๙๖</sup> ศศิพรรณ บิลมาโนช, *เอกสารประกอบการสอนวิชา การวิเคราะห์ผู้รับสาร*, (กรุงเทพมหานคร : คณะสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยรามคำแหง, มปป.), หน้า ๓๓-๓๔.

คู่สื่อสาร และความเข้าใจระหว่างกัน หากภูมิหลังทางสังคมและวัฒนธรรมของผู้ส่งสาร และผู้รับสารมีความใกล้เคียงกัน ประสิทธิภาพของการสื่อสารก็จะสูงขึ้นด้วย อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จของการสื่อสารในอันที่จะส่งผลต่อการพัฒนาหรือการเปลี่ยนแปลงทางสังคมไปในทางที่ดีขึ้นนั้น ขึ้นอยู่กับการวางแผนการสื่อสารอย่างเป็นขั้นตอน โดยมีรากฐานมาจากข้อเท็จจริงที่มีอยู่ในสังคม อันมีเป้าหมายส่วนใหญ่เพื่อส่งเสริมให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือพัฒนาพฤติกรรมของสมาชิกในสังคมให้เป็นไปในทางที่ดีขึ้น ซึ่งความเปลี่ยนแปลงนี้ สามารถวัดได้ด้วยยุทธวิธีการสื่อสารหลากหลายรูปแบบผสมผสานกัน

#### ๔.๒.๒) สื่อ

สื่อเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการสื่อสาร หมายถึง สิ่งที่เป็นพาหนะของสาร ทำหน้าที่นำสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ผู้ส่งสารต้องอาศัยสื่อหรือช่องทางทำหน้าที่นำสารไปสู่ผู้รับสาร การติดต่อสื่อสารคือปัจจัยหลักในการดำรงชีวิตของสัตว์สังคมชนิดหนึ่งที่เรียกว่า มนุษย์ มนุษย์เริ่มมีการติดต่อกันมาช้านาน ทั้งการเผชิญหน้าโดยตรง ผ่านการพูดคุย รวมถึงการสื่อสารผ่านสื่อซึ่งยังคงมีไม่มากนัก และยังไม่ทันสมัยเหมือนเช่นทุกวันนี้ เพราะทุกวันนี้สื่อถูกสร้างขึ้นเยอะมาก จนบางครั้งยังต้องวิ่งตามทันบ้าง ไม่ทันบ้าง โดยธรรมชาติของมนุษย์คือการดำรงชีพผ่านสังคม พร้อมกันนั้นยังใช้วัฒนธรรมเป็นตัวเชื่อมความสัมพันธ์ให้แน่นแฟ้น ยิ่งขึ้นไปอีก ด้วยเหตุแห่งการดำรงชีวิตในลักษณะนี้จึงหนีไม่พ้นที่จะต้องมีการสื่อสารกันในกลุ่มกับนอกกลุ่ม ปราบปรามการที่ข้อมูลข่าวสารเพิ่มและไหลอย่างรวดเร็วขึ้นนั้นเกิดจากสื่อที่มีมากขึ้นรวมถึงสื่อออนไลน์ และเป็นธรรมชาติของตัวสื่อที่ง่ายต่อการบริโภคและง่ายต่อการส่งต่อ ทุกวันนี้บางทีสื่อกระแสหลักยังเอาประเด็นจากสื่อออนไลน์มาต่อยอด มันจึงง่ายมากต่อการสร้างความรู้สึกร่วมต่อคนรุ่นใหม่ เกิดแรงกระเพื่อมไปสู่การแสดงออกของคนรุ่นใหม่เมื่อได้เจอชุมชนเดียวกัน สื่อเองก็ต้องตามให้ทัน และต้องกรองข่าวให้ดีเสียก่อนก่อนจะส่งสารไปยังผู้รับสาร

#### ๔.๓) การวิเคราะห์ประเภทผู้รับสาร

ผู้รับสารเป็นตัวแปรสำคัญของการสื่อสารเพราะการสื่อสารแต่ละครั้งจะประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ผู้ส่งสารต้องการส่งหรือไม่ขึ้นอยู่กับผู้รับสารจะเป็นผู้ให้คำตอบได้ดีที่สุด การวิเคราะห์ผู้รับสารต้องมีการพิจารณาในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มต่าง ๆ เช่น กลุ่มทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ อาชีพ รายได้ เป็นต้น ทั้งนี้ลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันการเปิดรับสื่อก็อาจแตกต่างกันไปด้วย แต่ถ้าลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่เหมือนกันการเปิดรับสื่อก็อาจคล้ายคลึงกัน สอดคล้องกับพีระ จิระโสภณ ที่กล่าวว่า การวิจัยการสื่อสารมวลชนในระยะเริ่มแรกผู้วิจัยมุ่งศึกษาผู้รับสารในฐานะที่เป็นฝ่ายถูกป้อนข่าวสารฝ่ายเดียว แต่ในระยะหลังมีการศึกษาพบว่าผู้รับสารมิใช่ผู้ถูกระงับหรือถูกป้อนฝ่ายเดียว แต่มีการกระทำหรือมีบทบาทในลักษณะการเลือกสรรแสวงหาและโต้ตอบข่าวสารหรือสิ่งเร้าต่าง ๆ ที่มีอยู่รอบ ๆ ตัวในชีวิตประจำวัน<sup>๑๙๗</sup> ในขณะที่กาญจนา แก้วเทพ ให้ข้อสังเกตว่าแนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของผู้รับสารที่มีต่อการผลิตเนื้อหาสารนั้นได้มีการเปลี่ยนแปลงไป ในยุคแรกการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับผลกระทบยังเป็นกระแสหลักของแนวทางการ

<sup>๑๙๗</sup> พีระ จิระโสภณ, **หลักและทฤษฎีการสื่อสาร**, (นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, ๒๕๒๓), หน้า ๖๓๔.

วิจัยและเมื่ออุปทาน (supply) ของสื่อยังมีไม่มากนัก ในช่วงเวลาดังกล่าวความสนใจเรื่องอิทธิพลของผู้รับสารนั้นจะมีไม่มากนักแต่ในยุคปัจจุบันอุปทานด้านผู้ผลิตมีมากกว่าอุปสงค์ด้านผู้ชม เช่น สถานีวิทยุมีเป็นจำนวนหลายร้อยสถานี โทรทัศน์มีทั้งแบบคูฟรีและจ่ายค่าสมาชิก ภายใต้บรรยากาศเช่นนี้เป็นแรงผลักดันให้ผู้ผลิตสื่อ จำเป็นต้องหันมาสนใจการมีส่วนร่วมของผู้ชมมากขึ้น<sup>๑๙๘</sup>

ในการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นนั้น การที่นักการเมืองท้องถิ่นรู้จักวิเคราะห์ผู้รับสารก่อนที่จะส่งสารออกไปจะทำให้เกิดการวิเคราะห์ว่าเขาเป็นใคร มีลักษณะอย่างไร อยู่ในประเภทไหน มีความพร้อมที่จะรับสารหรือไม่ สิ่งเหล่านี้จะช่วยให้การสื่อสารประสบผลสำเร็จจะทำให้ไม่เสียเวลาที่สำคัญ ทำให้การพัฒนาประสบผลนั่นเอง

### ผู้รับสารในยุคดิจิทัล

ปัจจุบันสังคมได้ก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัล การเข้ามามีบทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศก่อให้เกิดสื่อสมัยใหม่ที่เป็นทางเลือกให้กับผู้รับสารได้เปิดรับข้อมูลข่าวสารที่หลากหลาย อีกทั้งประสิทธิภาพของสื่อดังกล่าวยังช่วยให้ผู้รับสารได้เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารมากขึ้น สถานะของผู้รับสารในยุคดิจิทัลมีลักษณะดังนี้

(๑) ผู้รับสารมีความเฉพาะเจาะจงมากขึ้น ผู้รับสารในอดีตมีลักษณะเป็นกลุ่มใหญ่ จะมีพฤติกรรมเปิดรับสื่อ วิถีชีวิต และแนวความคิดค่อนข้างใกล้เคียงกัน เมื่อผู้รับสารมีช่องทางในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารมากขึ้นจึงเปิดโอกาสให้สามารถพบเจอกับผู้ที่มีความสนใจเฉพาะด้านเหมือนกันมากขึ้น เป็นลักษณะของคนยุคใหม่ที่เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีมักมีพฤติกรรมเชื่อมต่อตลอดเวลา ชื่นชอบความสะดวกสบาย ชอบสร้างสรรค์ ชอบบอกต่อ และมีพฤติกรรมกรอยู่เป็นกลุ่ม เป็นการรวมตัวกันตามความชื่นชอบในสิ่งที่เหมือน ๆ กันผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์

(๒) บทบาทของผู้รับสารในฐานะผู้ใช้สื่อ ในอดีตนักวิชาการแบ่งเป็น ๒ กลุ่มคือ กลุ่มแรกมองว่าบทบาทของผู้รับสารกับผู้ส่งสารแยกออกจากกันชัดเจน หรืออาจกล่าวได้ว่าผู้รับสารคือผู้ที่เปิดรับข้อมูลข่าวสารเพียงอย่างเดียว สิ่งที่เลือกเปิดรับจึงเป็นไปตามที่ผู้ส่งสารได้นำเสนอ กระบวนการสื่อสารจึงถูกกำหนดโดยสื่อมวลชนในฐานะผู้ส่งสาร นักวิชาการกลุ่มที่ ๒ กลับมองว่า กระบวนการสื่อสารนั้นเป็นการสื่อสารเชิงปฏิสัมพันธ์แบบต่อเนื่องระหว่างคู่สื่อสาร ต่างมีอิทธิพลต่อกันและกันตลอดทั้งกระบวนการสื่อสาร

(๓) ผู้รับสารมีการเปิดสื่อมากขึ้น เทคโนโลยีในปัจจุบันทำให้สื่อเกิดการหลอมรวม สื่อสมัยใหม่ถูกขับเคลื่อนด้วยระบบดิจิทัลทำให้มีความสามารถที่หลากหลาย เช่น สมาร์ทโฟน ที่สามารถรับชมวิดีโอออนไลน์ ฟังเพลง และอ่านดิจิทัลแมกกาซีนได้ภายในอุปกรณ์เดียวกัน การพัฒนาของสื่อสมัยใหม่กับบทบาทของสื่อดั้งเดิมทำให้ผู้รับสารมีพฤติกรรมเปิดรับสื่อมากกว่า ๑ หน้าจอในเวลาเดียวกัน เช่น การรับชมยูทูปในเน็ตบุ๊กพร้อมกับการติดตามข้อมูลข่าวสารบนสมาร์ตโฟน เป็นต้น ทั้งอาจมีสาเหตุที่มากระตุ้นผู้รับสารคือ ผู้ส่งสารมีพัฒนาการที่แปลกใหม่กว่าในอดีตมีการสร้างแพลตฟอร์มที่เพื่อนำเสนอ

<sup>๑๙๘</sup> กาญจนา แก้วเทพ, การวิเคราะห์สื่อ : แนวคิดและเทคนิค, (กรุงเทพมหานคร : อินฟินิตี้เพรส, ๒๕๔๑), หน้า ๑๙๓-๑๙๔.

เรื่องราวต่าง ๆ ที่ชวนติดตาม เช่น มีการสร้างเพจเฟซบุ๊กที่เป็นเรื่องราวส่วนตัวและขององค์กร มีลักษณะของการเล่าเรื่องที่ตัวเองสนใจเพื่อนำเสนอไปยังผู้รับสารให้ได้รับรู้ อีกทั้งอัตราการเป็นเจ้าของอุปกรณ์สื่อสารอย่างสมาร์ทโฟน หรือโน้ตบุ๊ก ทำได้ง่ายกว่าเดิมเพราะราคาไม่แพงจนเกินไป อีกปัจจัยคืออินเทอร์เน็ตสามารถเข้าถึงได้ไม่ยากทำให้การเชื่อมต้อมีความรวดเร็วทันตามความต้องการของผู้รับสาร

#### ๔.๔) กระบวนการเลือกรับสาร

กระบวนการเลือกรับสารประกอบด้วย

๔.๔.๑) การเลือกเปิดรับ เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสารบุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งข้อมูลที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง ซึ่งสอดคล้องกับ เอสเซล และ เซมินิค (Assael) & Seminik) ที่นิยามการเปิดรับข้อมูลว่า เป็นการเลือกจัดการกับสิ่งเร้าที่เข้ามาในความคิดของบุคคล หากมีระดับที่กระตุ้นความต้องการของบุคคลได้สูงก็จะยิ่งเกิดการเปิดรับสื่อมาก เพื่อหาข้อมูลที่สามารถระงับแรงกระตุ้นนั้นได้<sup>๑๙๙</sup> และสอดคล้องกับแฮมมวล เบคเกอร์ (Becker) ได้ให้ความหมายของการเปิดรับข่าวสารโดยจำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร คือ (๑.๑) การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) กล่าวคือ บุคคลจะแสวงหาข้อมูลเมื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่น ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือเรื่องทั่ว ๆ ไป (๑.๒) การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพื่อทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจอยากรู้ หากมีข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับตนเองก็จะให้ความสนใจใส่ใจในการ อ่าน ดู หรือฟังเป็นพิเศษ (๑.๓) การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) กล่าวคือ บุคคลที่จะเปิดรับข่าวสาร เพราะต้องการกระทำในสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์<sup>๒๐๐</sup>

๔.๔.๒) การเลือกให้ความสนใจ ผู้เปิดรับข่าวสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจ หรือทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจ ที่เรียกว่าความไม่สอดคล้องทางด้านความเข้าใจ ดังที่คิมลิตซ์ เกียนัวพัฒนาได้ศึกษาพบว่า การเลือกให้ความสนใจต่อสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศไทยเทียบกับประเทศคู่แข่งในอาเซียนของชาวจีนวัยผู้ใหญ่ตอนต้นรายประเทศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกให้ความสนใจต่อสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุดทั้งหมด โดยประเทศไทยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ในทางตรงกันข้ามผู้ตอบแบบสอบถามเลือกให้ความสนใจต่อสื่อเฉพาะกิจที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวน้อยที่สุดในระดับปานกลางทั้งหมด โดยประเทศไทยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด กล่าวได้ว่าสื่อ

<sup>๑๙๙</sup> พีรพัฒน์ ตูลยาเดชานนท์ ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ความพึงพอใจ และความภักดีต่อตราสินค้าของสมาชิกเฟซบุ๊กแฟนเพจธุรกิจสินค้าในประเทศไทย, วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา, ปีที่ ๖ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-มิถุนายน ๒๕๕๖), หน้า ๓๕.

<sup>๒๐๐</sup> แฮมมวล เบคเกอร์, นันทินี พิศวิลัย, “พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร และความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ [www.ginraidee.com](http://www.ginraidee.com) ในเขตกรุงเทพมหานคร”, สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน, (คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์), ๒๕๕๘, หน้า ๑๖.



อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่เข้าถึงผู้รับสื่อได้ง่ายและรวดเร็วที่สุด และยังมีการจัดทำสื่อที่สามารถกระตุ้น ความอยากในการบริโภคข่าวสารมากกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ<sup>๒๐๑</sup>

๔.๔.๓) การเลือกรับรู้และตีความหมาย เมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้วก็จะนำไปสู่ การตีความหมายโดยการตีความหมายนั้นจะแตกต่างกันไปตามความสนใจ ทักษะคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะทางร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ สอดคล้องกับ โซโลมอน (Solomon) เสนอว่า หากผู้บริโภคมีความรู้ หรือติดตามสินค้าบริการนั้นอยู่แล้ว ก็จะเป็นหลักในการเลือกเปิดรับ และจะทำความเข้าใจเกี่ยวกับสารที่ได้รับค่อนข้างง่ายกว่าสารนั้นได้ให้ ประโยชน์ตรงตามความคาดหวัง แทนที่จะทำการหาข้อมูลอย่างกว้าง ๆ ไปเรื่อย ๆ ส่วนผู้บริโภคที่มีความรู้ น้อยก็จะทำการเปิดรับเพราะต้องการติดตามความคิดเห็นของผู้อื่นเพื่อประกอบการตัดสินใจ หรือเพราะ เชื่อใจในคุณสมบัติอื่น ๆ ของสินค้าบริการ<sup>๒๐๒</sup>

๔.๔.๔) การเลือกจดจำ บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความ ต้องการ ทักษะคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมหรือไม่นำไปถ่ายทอดต่อในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ ไม่เห็น ด้วย หรือเรื่องที่ขัดแย้งค้ำกับความคิดของตนเอง ข่าวสารที่คนเราเลือก จดจำไว้นั้นมักมีเนื้อหาที่จะช่วย ส่งเสริมหรือสนับสนุนความรู้สึกรู้สึกนึกคิด ทักษะคติ ค่านิยม หรือความเชื่อของแต่ละคนที่มีอยู่เดิมให้มีความ มั่นคงชัดเจนยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงยากขึ้น เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในโอกาสต่อไป ส่วนหนึ่งอาจนำไปใช้เมื่อ เกิดความรู้สึกขัดแย้งและมีสิ่งที่ไม่สบายใจขึ้น

#### ๔.๕) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับสาร

สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลนั้น พบว่า มีปัจจัยหลักที่มี อิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลไว้ดังนี้<sup>๒๐๓</sup>

๔.๕.๑) ประสบการณ์ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้รับส่งสารหาข่าวสารที่แตกต่างกัน

๔.๕.๒) การประเมินข่าวสารประโยชน์ของข่าวสารที่ผู้รับสารแสวงหาเพื่อตอบสนอง จุดประสงค์ของตนเอง

๔.๕.๓) ภูมิหลังที่แตกต่างกันทำให้บุคคลมีความสนใจแตกต่างกัน

๔.๕.๔) การศึกษาและสภาพแวดล้อมทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมการเลือกรับสาร

<sup>๒๐๑</sup> คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา, การเลือกให้ความสนใจต่อสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศไทย เทียบ กับประเทศคู่แข่งในอาเซียนของชาวจีนวัยผู้ใหญ่ตอนต้น, วารสารวิจัยสหวิทยาการไทย, ปีที่ ๑๑ ฉบับที่ ๔ (กรกฎาคม- สิงหาคม ๒๕๖๐), หน้า ๑๒.

<sup>๒๐๒</sup> พีรพัฒน์ ตูลยาเดชานนท์ ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ความพึงพอใจ และความภักดี ต่อตราสินค้าของสมาชิกเฟซบุ๊กแฟนเพจธุรกิจสินค้าในประเทศไทย, วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา, ปีที่ ๖ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-มิถุนายน ๒๕๕๖), หน้า ๓๕.

<sup>๒๐๓</sup> ศรันธึ ยี่หลั่นสุวรรณ, “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติ และแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อโครงการ ส่งเสริมสังคมของผู้นำเยาวชนประเทศอาเซียนและญี่ปุ่นผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)”, วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน, (คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์), ๒๕๕๘, หน้า ๑๙- ๒๐.

๔.๕.๖) ความสามารถในการรับข่าวสารซึ่งเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจที่ทำให้พฤติกรรมการเปิดรับสารแตกต่างกัน

๔.๕.๗) บุคลิกภาพทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มถ่วงใจ และพฤติกรรมของผู้รับสาร

๔.๕.๘) อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสาร จะทำให้เข้าใจความหมายของข่าวสารหรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของข่าวสารได้

๔.๕.๙) ทัศนคติจะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้า หรือข่าวสาร ที่ได้พบเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารนั้น

๔.๕.๑๐) ความต้องการ ปัจจัยที่สำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่งในกระบวนการเลือกของมนุษย์คือ ความต้องการ ความต้องการทุกอย่างของมนุษย์ทั้งความต้องการทางกายและทางใจ ความต้องการระดับสูงและความต้องการระดับต่ำ ย่อมเป็นตัวกำหนดการเลือกของเรา เราเลือกตอบสนองความต้องการของเรา เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ต้องการ เพื่อแสดงรสนิยม เพื่อการยอมรับในสังคม เพื่อความพอใจ

๔.๕.๑๑) ทัศนคติและค่านิยม ทัศนคติ คือ ความชอบและมีใจโน้มเอียง (Preference and Predisposition) ต่อเรื่องต่าง ๆ ส่วนค่านิยม คือ หลักพื้นฐานที่เรายึดถือเป็นความรู้สึกที่ว่า เราควรจะทำหรือไม่ควรทำอะไรในการมีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมและคน ซึ่งทัศนคติและค่านิยมมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมายและการเลือกจดจำ

๔.๕.๑๒) เป้าหมาย มนุษย์ทุกคนมีเป้าหมาย มนุษย์ทุกคนกำหนดเป้าหมายในการดำเนินชีวิตทั้งในเรื่องอาชีพ การเข้าสมาคม การพักผ่อน เป้าหมายของกิจกรรมต่าง ๆ ที่เรากำหนดขึ้นนี้จะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำเพื่อสนองเป้าหมายของตน

๔.๕.๑๓) ความสามารถ ความสามารถของเราเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง รวมทั้งความสามารถด้านภาษา มีอิทธิพลต่อเราในการที่จะเลือกรับข่าวสาร เลือกตีความหมาย และเลือกเก็บเนื้อหาของข่าวนั้นไว้

๔.๕.๑๔) การใช้ประโยชน์ กล่าวโดยทั่วไปแล้ว เราจะให้ความสนใจและใช้ความพยายามในการที่จะเข้าใจ และจดจำข่าวสารที่เราสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

๔.๕.๑๕) สีลาในการสื่อสาร การเป็นผู้รับสารของเรานั้น ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับลีลาในการสื่อสารของเรา คือ ความชอบหรือไม่ชอบสื่อบางประเภท ดังนั้นบางคนจึงชอบฟังวิทยุ บางคนชอบดูโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือพิมพ์ ฯลฯ

๔.๕.๑๖) สภาวะ สภาวะในที่นี้หมายถึง สถานที่ บุคคล และเวลาที่อยู่ในสถานการณ์ การสื่อสาร สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกของผู้รับสาร การมีคนอื่นอยู่ด้วยมีอิทธิพลตรงต่อการเลือกใช้สื่อและข่าวสาร การเลือกตีความหมายและเลือกจดจำข่าวสาร การที่เราต้องถูกมองว่าเป็นอย่างไร การที่เราคิดว่าคนอื่นมองเราอย่างไร เราเชื่อว่าคนอื่นคาดหวังอะไรจากเรา และการที่คิดว่าคนอื่นคิดว่าเราอยู่ในสถานการณ์อะไร ล้วนแต่มีอิทธิพลต่อการเลือกของเรา

๔.๕.๑๗) ประสบการณ์และนิสัย ในฐานะของผู้รับสาร ผู้รับสารแต่ละคนพัฒนานิสัยการรับสารอันเป็นผลมาจากประสบการณ์ในการรับข่าวสารของเรา เราพัฒนาความชอบสื่อ

#### ๔.๖) เทคนิคในการรับสาร

๔.๖.๑) เตรียมตัวพร้อมรับสาร คือ มีความพร้อมที่จะฟังหรืออ่านเมื่อมีผู้ส่งสารให้กับเรา แสดงออกถึงความกระตือรือร้นในการจะรับสาร

๔.๖.๒) รู้จักเลือกสรรสาร คือ การรู้จักคัดเลือกเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อการนำไปใช้ แยกแยะเนื้อหาเป็นส่วน ๆ

๔.๖.๓) มุ่งมั่นตั้งใจเลือกจดจำไว้ คือ เมื่อเห็นว่าเนื้อหาส่วนใดมีความสำคัญก็จำไว้ หรือทำการบันทึกช่วยจำในสมุดบันทึก

๔.๖.๔) ไม่มีอคติต่อสารและผู้ส่งสาร คือ การไม่มีความลำเอียงต่อสารไม่ว่าจะมีเนื้อหาสาระลักษณะใดที่รับฟังไว้ก่อนแล้วนำไปพิจารณาภายหลัง

๔.๖.๕) ใช้วิจารณ์ญาณในการรับสาร คือ การรู้จักพินิจพิเคราะห์เนื้อหาของสารไม่ตัดสินใจเชื่อที่เดียว ต้องอาศัยข้อมูลหลายอย่างประกอบกันถึงตกลงที่จะเชื่อ

๔.๖.๖) จดจำและบันทึกสารเพื่อใช้ประโยชน์ในเวลาต้องการ คือ เมื่อเห็นว่าเนื้อหาสารนั้นมีประโยชน์ก็ต้องจำไว้ให้ได้หรือทำการจดบันทึกเพื่อช่วยจำ ก็จะง่ายต่อการนำไปใช้ประโยชน์เมื่อต้องการ

#### ๔.๗) แนวทางการรับสาร

๔.๗.๑) การรับรู้ คือ การได้ยินเสียงหรือการมองเห็นภาพ ตลอดจนตัวอักษร

๔.๗.๒) การจำได้ คือ ผู้รับสารเกิดการรับรู้สาร จดจำได้แล้วนำมาระลึกถึงหรือใช้เชื่อมโยงเปรียบเทียบกับประสบการณ์เดิมที่มีอยู่

๔.๗.๓) การเข้าใจ คือ ผู้รับสารรู้จักคิดและตีความสารที่ได้ว่ามีจุดมุ่งหมายใด

๔.๗.๔) การเลือกสร คือ ผู้รับสารต้องรู้จักวิเคราะห์ส่วนใดเป็นข้อเท็จจริงส่วนใดเป็นความคิดเห็น

๔.๗.๕) การปฏิเสธ คือ จดจำประเด็นสำคัญ นำเชื่อถือ และปฏิเสธส่วนที่เห็นว่าผิดพลาดคลาดเคลื่อน

๔.๗.๖) การประเมินค่า คือ ผู้รับสารต้องประเมินคุณค่าของสารนั้นว่ามีคุณค่าเพียงใด

๔.๗.๗) การรวบรวม คือ ต้องรวบรวมความคิดและข้อมูลที่ได้จากการรับสารมาจัดระเบียบอย่างเป็นระบบ

๔.๗.๘) การเก็บรักษา คือ การจดจำสารนั้นไว้เพื่อใช้ประโยชน์ในวันข้างหน้า

๔.๗.๙) การระลึกได้ คือ นำข้อมูลความรู้ ความคิดที่เกี่ยวข้องและจดจำไว้กลับมาใช้ได้เมื่อต้องการ

๔.๗.๑๐) การอนุมาน คือ สามารถหยิบยกประเด็นหรือข้อความที่จดจำไว้ได้นั้นอ้างอิงได้อย่างถูกต้อง

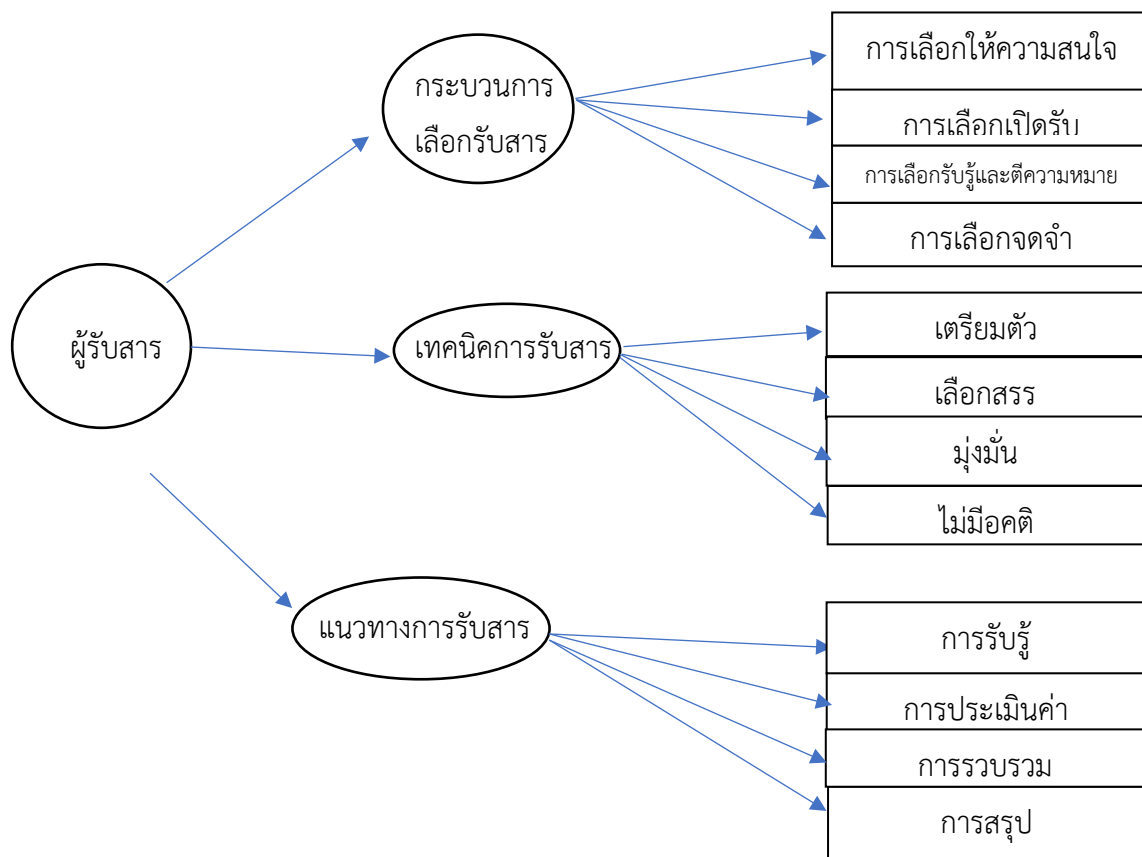
๔.๗.๑๑) การสรุปสาระ คือ ผู้รับสารต้องรู้จักสรุปเนื้อหาสาระที่ได้เป็นความคิดรวบยอด เพื่อถ่ายทอดการนำไปใช้

จากการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของรูปแบบเกี่ยวกับองค์ประกอบที่ ๔ ผู้รับสาร สามารถสรุปเป็นองค์ประกอบหลัก องค์ประกอบย่อย การเพิ่ม/ตัด และข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิได้ดังนี้

**ตารางที่ ๔.๔** การประเมินและให้ข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิเกี่ยวกับองค์ประกอบที่ ๔ ผู้รับสาร (Receiver)

องค์ประกอบหลัก	องค์ประกอบย่อย	การเพิ่ม/ตัด	ข้อเสนอแนะ
๔.๑ กระบวนการเลือกรับสาร	๑) การเลือกเปิดรับ ๒) การเลือกให้ความสนใจ ๓) การเลือกรับรู้และตีความหมาย ๔) การเลือกจดจำ	คงเดิม	
๔.๒ เทคนิคการรับสาร	๑) เตรียมตัว ๒) เลือกสรร ๓) มุ่งมั่น ๔) ไม่มีอคติ	คงเดิม	
๔.๓ แนวทางการรับสาร	๑) การรับรู้ ๒) การประเมินค่า ๓) การรวบรวม ๔) การสรุป	คงเดิม	

จากการทำการสนทนากลุ่มเฉพาะเพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของรูปแบบ สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อยืนยันองค์ประกอบหลัก และองค์ประกอบย่อย การตัดหรือเพิ่มองค์ประกอบ และข้อเสนอแนะองค์ประกอบ จากการศึกษาค้นคว้า และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถพัฒนาเพื่อนำไปสู่การยกร่างรูปแบบได้ดังปรากฏตามภาพที่ ๔.๕



ภาพที่ ๔.๑๔ แสดงองค์ประกอบหลัก องค์ประกอบย่อย ของผู้รับสาร

สรุป จากการทำการสนทนากลุ่มเฉพาะเพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของรูปแบบ สัมภาษณ์ ผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อยืนยันองค์ประกอบหลัก และองค์ประกอบย่อย การตัดหรือเพิ่มองค์ประกอบ และ ข้อเสนอแนะองค์ประกอบ จากการศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถพัฒนาเพื่อนำไปสู่การ ยกร่างรูปแบบการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดขอนแก่น ซึ่งสรุปได้ดังนี้

การสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัด ขอนแก่นประกอบด้วย ๔ องค์ประกอบ คือ

**องค์ประกอบที่ ๑ ผู้ส่งสาร (Sender)**

มี ๓ องค์ประกอบหลัก ดังนี้

๑) คุณสมบัติพื้นฐานของผู้ส่งสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น มี ๖ องค์ประกอบย่อย คือ

- ๑.๑) มีใจรักในการช่วยเหลือสังคม
- ๑.๒) มีใจรักในการสื่อสาร
- ๑.๓) เรียนรู้การสื่อสารแบบใหม่อยู่เสมอ
- ๑.๔) มีความพร้อมในการสื่อสารกับผู้อื่น
- ๑.๕) มีความรู้เชิงลึก

- ๑.๖) มีความสามารถในการส่งสาร
- ๒) คุณสมบัติเฉพาะของผู้ส่งสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น มี ๔ องค์ประกอบย่อย คือ
- ๒.๑) ทักษะคติเชิงบวก
  - ๒.๒) ความคิดสร้างสรรค์
  - ๒.๓) ความรู้เกี่ยวกับการส่งสาร
  - ๒.๔) การสื่อสารเชิงบวก
- ๓) คุณสมบัติจำเป็นของผู้ส่งสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น มี ๔ องค์ประกอบย่อย คือ
- ๓.๑) มีภาวะผู้นำ
  - ๓.๒) มีสติคิดก่อนพูด
  - ๓.๓) ตัดสินใจเด็ดขาด
  - ๓.๔) การจัดการอารมณ์

### องค์ประกอบที่ ๒ สารหรือข่าวสาร (Message)

- มี ๖ องค์ประกอบหลัก ดังนี้
- ๑) ความถูกต้อง มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ
    - ๑.๑) เป็นข้อเท็จจริง
    - ๑.๒) สามารถพิสูจน์ได้
  - ๒) ความสมบูรณ์ มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ
    - ๒.๑) ตอบสนองความต้องการ
    - ๒.๒) แสดงข้อมูลสำคัญ
  - ๓) มีจุดหมาย มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ
    - ๓.๑) สื่อให้รับรู้และเข้าใจ
    - ๓.๒) มีใจความสำคัญ
  - ๔) มีความน่าเชื่อถือ มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ
    - ๔.๑) ความน่าไว้วางใจ
    - ๔.๒) ความปรารถนาดี
  - ๕) กระชับเรียบง่าย มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ
    - ๕.๑) เข้าใจง่าย
    - ๕.๒) ไม่คลุมเครือ
  - ๖) สืบค้นสะดวก มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ
    - ๖.๑) สืบค้นได้อย่างรวดเร็ว
    - ๖.๒) มีระบบเอื้อต่อการสืบค้น

### องค์ประกอบที่ ๓ ช่องทางสื่อสาร (Channel)

มี ๕ องค์ประกอบหลัก ดังนี้

๑) สื่อมวลชน มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ

๑.๑) วิทยุชุมชน

๑.๒) โทรทัศน์

๒) สื่อบุคคล มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ

๒.๑) การเป็นนักบริหารมืออาชีพ

๒.๒) การเป็นสัญลักษณ์ของท้องถิ่น

๒.๓) การเป็นแบบอย่างประชาธิปไตย

๒.๔) การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาล

๓) สื่อสิ่งพิมพ์ มี ๔ องค์ประกอบย่อย คือ

๓.๑) แผ่นพับ

๓.๒) วารสาร

๓.๓) รายงานประจำปี

๓.๔) หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

๔) สื่อดิจิทัล มี ๔ องค์ประกอบย่อย คือ

๔.๑) เว็บไซต์

๔.๒) เฟซบุ๊ก

๔.๓) ไลน์

๔.๔) ยูทูบ

๕) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ

๕.๑) โทรศัพท์

๕.๒) หอกระจายข่าว

### องค์ประกอบที่ ๔ ผู้รับสาร (Receiver)

มี ๓ องค์ประกอบหลัก ดังนี้

๑) กระบวนการเลือกรับสาร มี ๔ องค์ประกอบย่อย คือ

๑.๑) การเลือกเปิดรับ

๑.๒) การเลือกให้ความสนใจ

๑.๓) การเลือกรับรู้และตีความหมาย

๑.๔) การเลือกจดจำ

๒) เทคนิคการรับสาร มี ๔ องค์ประกอบย่อย คือ

๒.๑) เตรียมตัว

๒.๒) เลือกสรร

๒.๓) มุ่งมั่น

๒.๔) ไม่มีอคติ

๓) แนวทางการรับสาร มี ๓ องค์ประกอบย่อย คือ

๓.๑) การรับรู้

๓.๒) การประเมินค่า

๓.๓) การรวบรวม

๓.๔) การสรุป

#### ๔.๒.๒ การยกร่างและประเมินรูปแบบ

จากนั้น นำไปสู่การยกร่างรูปแบบที่สกัดออกมาได้ ดังนี้

##### ขั้นตอนที่ ๑ การยกร่างรูปแบบ

ในการร่างรูปแบบการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น สามารถแบ่งออกเป็น ๓ ขั้นตอนย่อย ดังนี้

**ขั้นตอนย่อยที่ ๑** เป็นการออกแบบเพื่อยกร่างรูปแบบฯ ตามแนวคิดและหลักการพัฒนารูปแบบโดยนำข้อมูลจาก ๓ แหล่งมาประกอบยกร่างคือ ๑) จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ๒) จากการสนทนากลุ่มเฉพาะ ๓) จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น

การยกร่างรูปแบบการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยยกร่างรูปแบบฯ จากข้อมูล ๓ แหล่ง ดังนี้

๑) นำผลการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ทรงคุณวุฒิ ๓ ท่าน ที่มีความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง การเมืองการปกครอง

๒) จากการสนทนากลุ่มเฉพาะคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น จำนวน ๑๒ ท่าน เป็นผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง การพัฒนาท้องถิ่น จนเป็นที่ยอมรับในชุมชนและได้รับรางวัลในระดับจังหวัดขึ้นไป

๓) จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น

จากนั้นจึงออกแบบร่างรูปแบบได้ดังนี้

๑) ชื่อรูปแบบ

๒) วัตถุประสงค์ของรูปแบบ

๓) หลักการ แนวคิดของรูปแบบ

๔) เนื้อหา / วิธีการ / การดำเนินการ / และการประเมินผล

๕) พฤติกรรมชี้วัดความสำเร็จ

##### ขั้นตอนย่อยที่ ๒ การประชุมสัมมนาอิงผู้เชี่ยวชาญ

ขั้นตอนนี้เป็น การตรวจสอบการสัมมนาอิงผู้เชี่ยวชาญเพื่อวิพากษ์ วิจารณ์ รูปแบบฯ และองค์ประกอบของรูปแบบฯ ซึ่งถือว่าเป็นการประเมินอีกรูปแบบหนึ่งโดยผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ ความสามารถ



ในทางรัฐศาสตร์ (specialization) จำนวน ๕ ท่าน ในการประชุมสัมมนาใช้เวลา ๓ ชั่วโมง ผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการประชุม ผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านจะได้รับ ๑) เอกสารโครงการวิจัย ๒) คู่มือการใช้รูปแบบการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น ๓) แบบประเมินรูปแบบการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

#### **หลักการ แนวคิด**

ในการพัฒนาการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น ยึดหลักการพัฒนา ดังนี้

๑) หลักการ แนวคิดพัฒนาการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่นเน้นการมีส่วนร่วมโดยให้เข้าร่วมโครงการด้วยความสมัครใจ

๒) แนวคิด เน้นการพัฒนาตนเอง พัฒนาวิชาชีพ และพัฒนาท้องถิ่น

#### **ขั้นตอนย่อยที่ ๓ การยกร่างรูปแบบ**

ร่างรูปแบบ ปรากฏดังนี้

ร่าง



คู่มือการใช้ รูปแบบ Smart Communicator  
โครงการวิจัยเรื่อง การสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหาร  
องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

โดย

ผศ.ดร.สุรพล พรหมกุล

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตขอนแก่น  
(ร่าง) คู่มือการใช้ รูปแบบ Smart Communicator  
โครงการวิจัยเรื่อง การสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหาร  
องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

---

ผศ.ดร.สุรพล พรหมกุล

พิมพ์เมื่อ มีนาคม ๒๕๖๖

จำนวน ๕๐ เล่ม

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตขอนแก่น

## คำนำ

คู่มือการดำเนินการตามรูปแบบ Smart Communicator จากโครงการวิจัยเรื่อง การสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่นนี้ จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการของการจัดกิจกรรมตามการพัฒนาการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย ๑) Smart Sender ๒) Smart Message ๓) Smart Channel ๔) Smart Receiver ในแต่ละองค์ประกอบมีกิจกรรมในการพัฒนาตามรูปแบบอย่างชัดเจน เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

ผู้จัดทำขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนทำให้คู่มือฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคู่มือฉบับนี้จะเป็นแนวทางที่ดีและก่อให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น อันจะส่งผลให้คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีศักยภาพในการสื่อสารที่ดีและนำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นสามารถแก้ปัญหาได้ตรงกับความต้องการตลอดไป

ผศ.ดร.สุรพล พรหมกุล

ผู้จัดทำ

## ส่วนที่ ๑ บทนำ

### ๑. หลักการและเหตุผล

การสื่อสารทางการเมืองของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความสำคัญต่อการพัฒนาท้องถิ่นเป็นอย่างมาก เพราะการอยู่ร่วมกันในชุมชนท้องถิ่นจะต้องมีการติดต่อประสานงานกันอยู่ทุกวัน ซึ่งอาจกำหนดไม่ได้ว่าในแต่ละวันจะสื่อสารกันด้วยเรื่องอะไร ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพการณ์นั้น ๆ อีกทั้งอาจมีหลายปัจจัยที่ทำให้การสื่อสารประสบผลสำเร็จหรือไม่ประสบผลสำเร็จ เพราะการพัฒนาท้องถิ่นในแต่ละด้านย่อมมีข้อจำกัดที่แตกต่างกัน เช่น การพัฒนาด้านเศรษฐกิจ ย่อมมีมิติที่แตกต่างจากการพัฒนาด้านวัฒนธรรม ด้านการศึกษา ดังนั้น การสื่อสารทางการเมืองจึงเป็นเรื่องสำคัญที่คณะผู้บริหารจะต้องจัดการให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของการพัฒนาและลักษณะของการพัฒนาจะต้องเป็นการทำร่วมกันระหว่างภาครัฐกับประชาชนโดยปราศจากการบังคับ คณะผู้บริหารต้องให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมเกี่ยวกับการสื่อสารในการพัฒนา ตั้งแต่เริ่มต้นพัฒนาจนเสร็จสิ้นการพัฒนา ต้องให้ความสำคัญอย่างต่อเนื่อง โดยที่เสถียร เขยปรทับได้ให้ทัศนะว่า การสื่อสารเป็นเครื่องมือสำหรับการพัฒนาอย่างแท้จริงนั้นควรให้ประชาชนเข้ามาเกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสาร ประชาชนต้องเข้ามาเกี่ยวข้องทั้งในฐานะผู้รับสารและผู้มีส่วนร่วมในการวางแผนและผลิตเนื้อหาของสื่อ ควรมีลักษณะที่ผู้รับสารสามารถควบคุมกระบวนการสื่อสารได้มากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน และผู้ส่งสารสามารถควบคุมกระบวนการสื่อสารได้น้อยลง ในปัจจุบันผู้ทำหน้าที่ส่งสารคือ ผู้กำหนดกิจกรรมการสื่อสารว่าจะเกิดขึ้นที่ไหน อย่างไร เมื่อไร และความถี่เป็นอย่างไร อีกทั้งต้องเป็นการผลิตในท้องถิ่น ปัจจัยที่สำคัญของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาคือ เนื้อหาของสื่อควรได้รับการจัดทำขึ้นในท้องถิ่น แสดงให้เห็นว่า จากที่กล่าวมานั้นการสื่อสารจะเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบหลายส่วนกลายเป็นกระบวนการสื่อสารที่เป็นระบบที่ประกอบด้วย

การจัดทำคู่มือฉบับนี้ขึ้นมาจึงเป็นเครื่องมือที่นำไปสู่การพัฒนาการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่นได้เป็นอย่างดี

### ๒. วัตถุประสงค์

เพื่อนำคู่มือการดำเนินการตามรูปแบบ Smart Communicator จากโครงการวิจัยเรื่อง การสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่นไปใช้ในการพัฒนาโดยมีวัตถุประสงค์คือ

๒.๑ เพื่อเพิ่มความรู้ (Knowledge) การสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นให้กับคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

๒.๒ เพื่อเพิ่มทักษะ (Attitude) การสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นให้กับคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

## ส่วนที่ ๒

### รูปแบบและวิธีดำเนินการตามรูปแบบ

#### องค์ประกอบของรูปแบบ

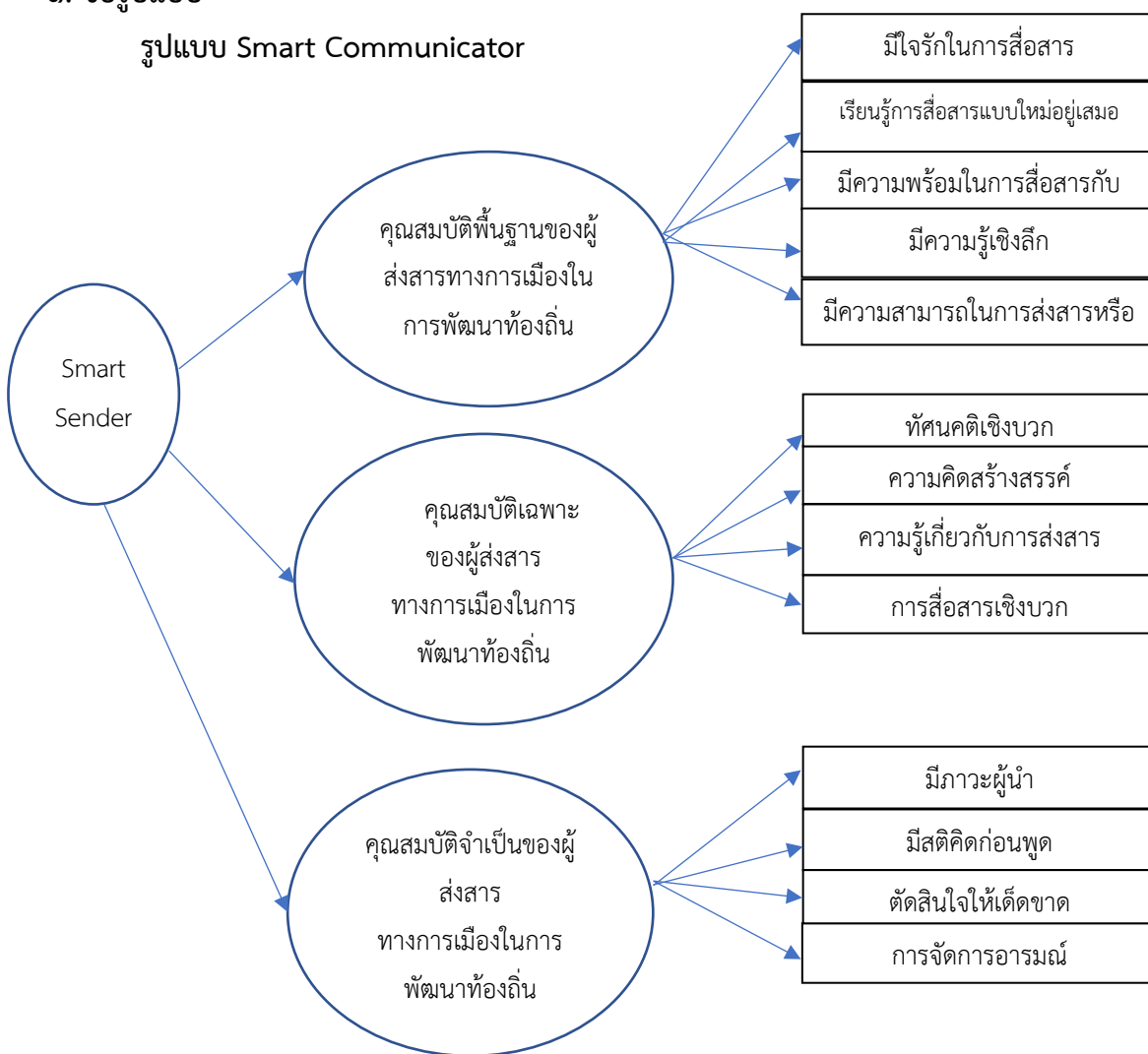
รูปแบบครั้งนี้ประกอบด้วย

๑. ชื่อรูปแบบ
๒. วัตถุประสงค์ของรูปแบบ
๓. หลักการและแนวคิด
๔. วิธีดำเนินการ และการประเมินผล
๕. ผลลัพธ์ที่คาดหวังและตัวชี้วัดความสำเร็จ

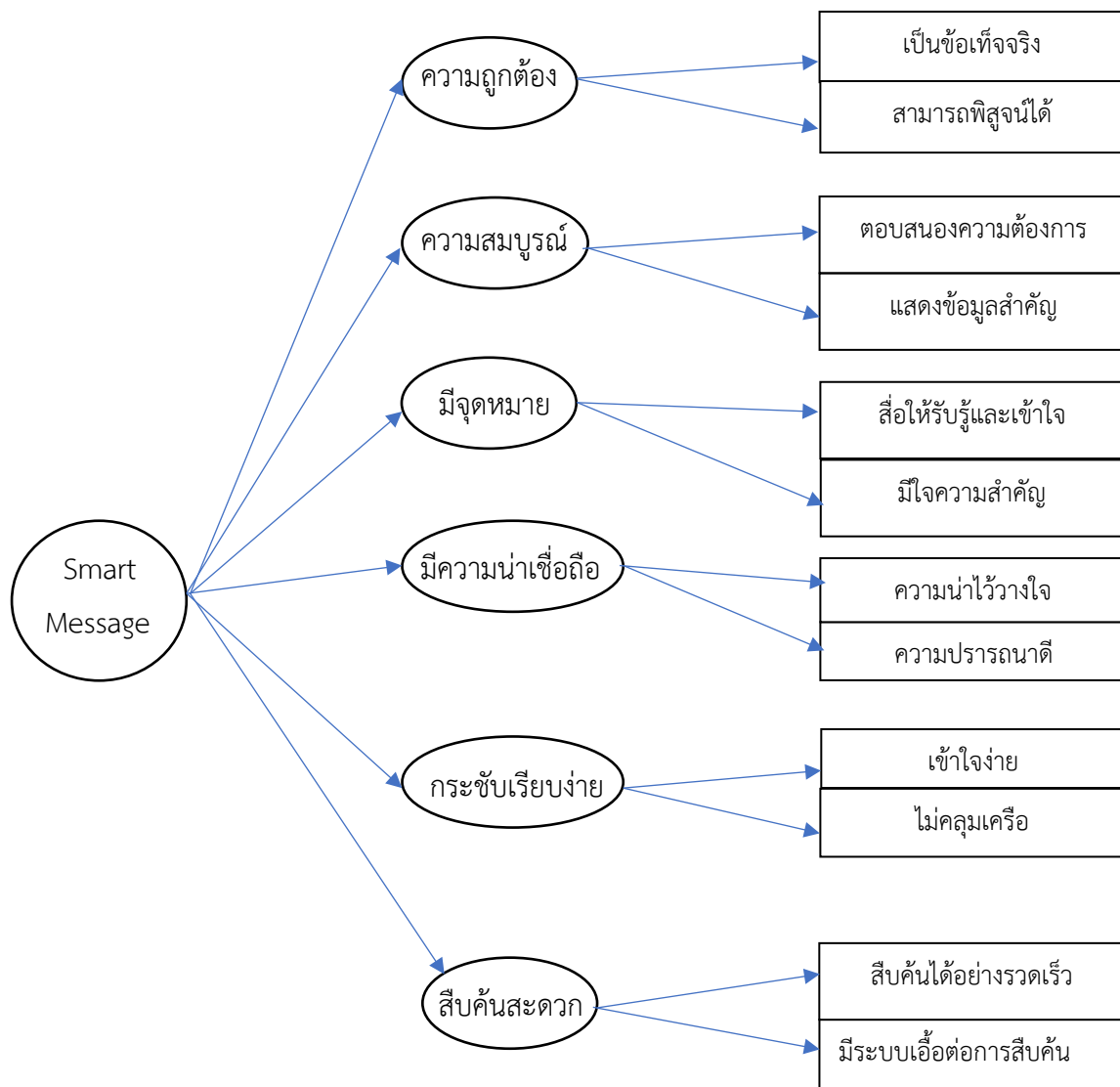
ดังรายละเอียดต่อไปนี้

#### ๑. ชื่อรูปแบบ

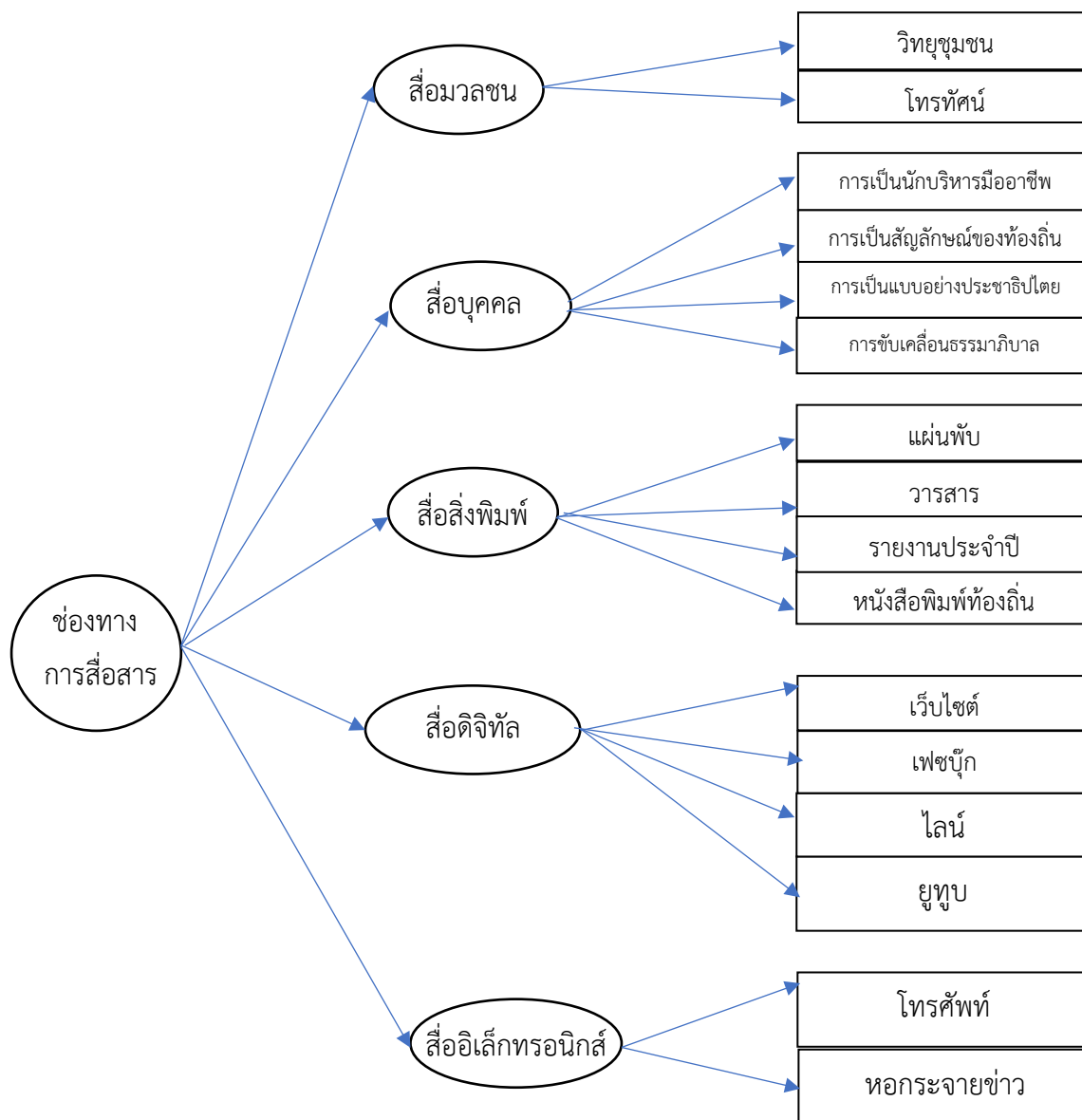
##### รูปแบบ Smart Communicator



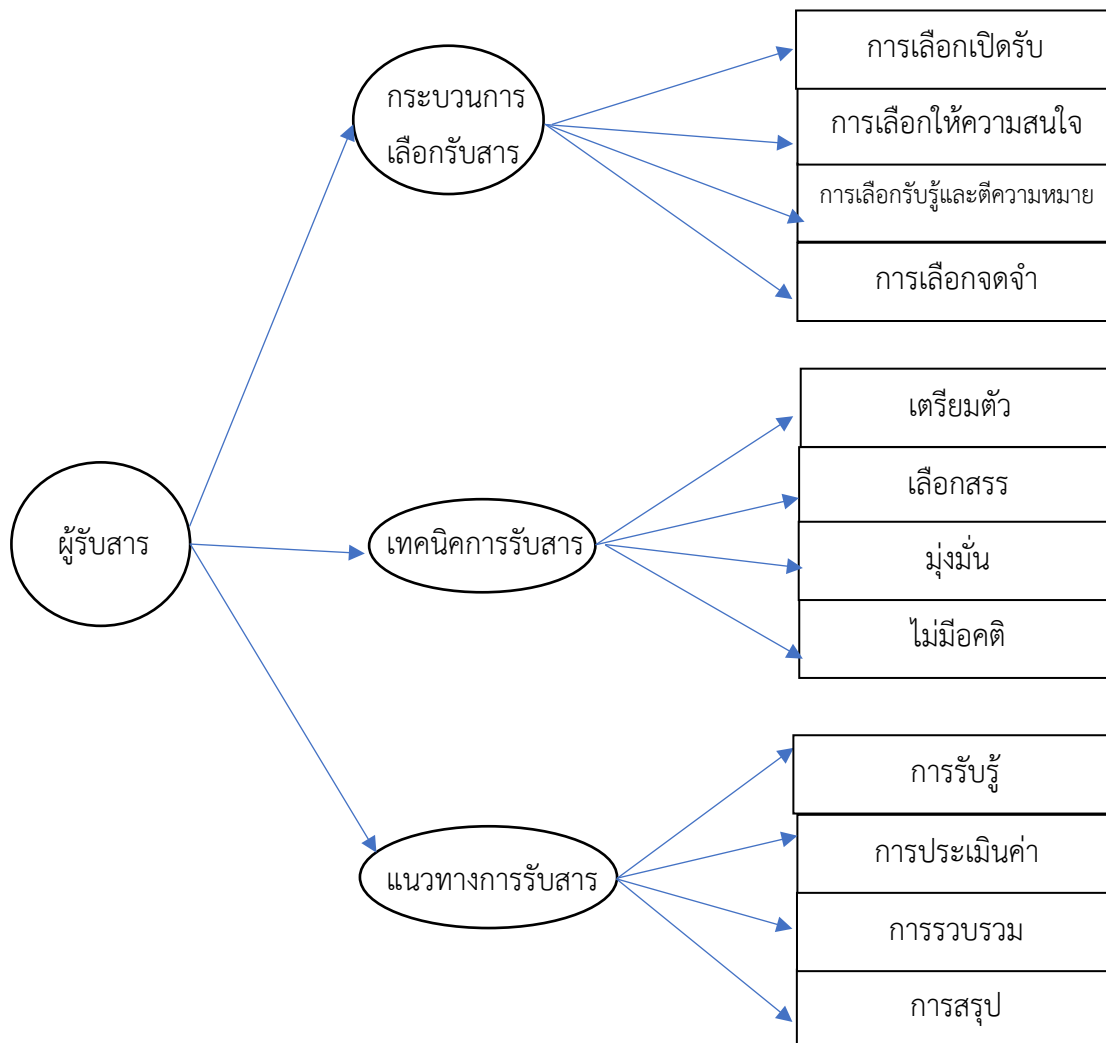
ภาพที่ ๔.๑๕ แสดงองค์ประกอบหลัก องค์ประกอบย่อยของ Smart Sender



ภาพที่ ๔.๑๖ แสดงองค์ประกอบหลัก องค์ประกอบย่อย ของ Smart Message

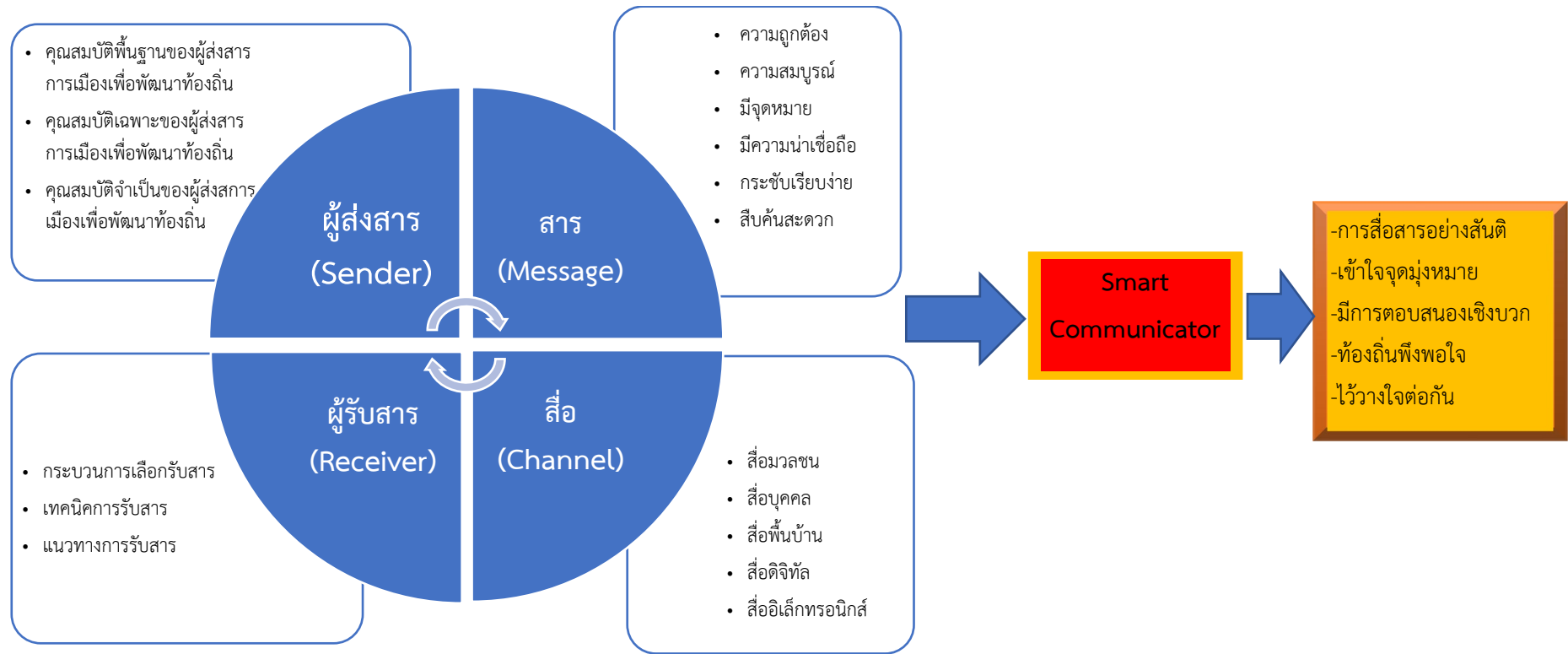


ภาพที่ ๔.๑๗ แสดงองค์ประกอบหลัก องค์ประกอบย่อย ของสื่อหรือช่องทางสื่อสาร



ภาพที่ ๔.๑๘ แสดงองค์ประกอบหลัก องค์ประกอบย่อย ของ Smart Receiver





ภาพที่ ๔.๑๙ แสดง รางรูปแบบ “Smart Communicator”

### คำอธิบายรูปแบบ “Smart Communicator”

การพัฒนาการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น ครั้งนี้ ประกอบด้วย ผู้ปฏิบัติ คือ คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น และสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบล

การพัฒนาการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นในครั้งนี้ ได้มีเทคนิคการพัฒนาคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย

การสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดขอนแก่นประกอบด้วย ๔ องค์ประกอบ คือ

#### องค์ประกอบที่ ๑ ผู้ส่งสาร (Sender)

มี ๓ องค์ประกอบหลัก ดังนี้

๑) คุณสมบัติพื้นฐานของการเป็นผู้ส่งสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น มี ๖ องค์ประกอบย่อย คือ

- ๑.๑) มีใจรักในการช่วยเหลือสังคม
  - ๑.๒) มีใจรักในการสื่อสาร
  - ๑.๓) เรียนรู้การสื่อสารแบบใหม่อยู่เสมอ
  - ๑.๔) มีความพร้อมในการสื่อสารกับผู้อื่น
  - ๑.๕) มีความรู้เชิงลึก
  - ๑.๖) มีความสามารถในการส่งสาร
- ๒) คุณสมบัติเฉพาะของผู้ส่งสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น มี ๔ องค์ประกอบย่อย คือ
- ๒.๑) ทักษะคติเชิงบวก
  - ๒.๒) ความคิดสร้างสรรค์
  - ๒.๓) ความรู้เกี่ยวกับการส่งสาร
  - ๒.๔) การสื่อสารเชิงบวก
- ๓) คุณสมบัติจำเป็นของผู้ส่งสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น มี ๔ องค์ประกอบย่อย คือ
- ๓.๑) ภาวะผู้นำ
  - ๓.๒) มีสติคิดก่อนพูด
  - ๓.๓) ตัดสินใจเด็ดขาด
  - ๓.๔) การจัดการอารมณ์

#### องค์ประกอบที่ ๒ สารหรือข่าวสาร (Message)

มี ๖ องค์ประกอบหลัก ดังนี้

- ๑) ความถูกต้อง มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ
  - ๑.๑) เป็นข้อเท็จจริง
  - ๑.๒) สามารถพิสูจน์ได้

- ๒) ความสมบูรณ์ มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ
- ๒.๑) ตอบสนองความต้องการ
  - ๒.๒) แสดงข้อมูลสำคัญ
- ๓) มีจุดหมาย มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ
- ๓.๑) สื่อให้รับรู้และเข้าใจ
  - ๓.๒) มีใจความสำคัญ
- ๔) มีความน่าเชื่อถือ มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ
- ๔.๑) ความน่าไว้วางใจ
  - ๔.๒) ความปรารถนาดี
- ๕) กระชับเรียบง่าย มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ
- ๕.๑) เข้าใจง่าย
  - ๕.๒) ไม่คลุมเครือ
- ๖) สืบค้นสะดวก มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ
- ๖.๑) สืบค้นได้อย่างรวดเร็ว
  - ๖.๒) มีระบบเอื้อต่อการสืบค้น
- องค์ประกอบที่ ๓ ช่องทางสื่อสาร (Channel)**
- มี ๕ องค์ประกอบหลัก ดังนี้
- ๑) สื่อมวลชน มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ
    - ๑.๑) วิทยูชุมชน
    - ๑.๒) โทรทัศน์
  - ๒) สื่อบุคคล มี ๔ องค์ประกอบย่อย คือ
    - ๒.๑) การเป็นนักบริหารมืออาชีพ
    - ๒.๒) การเป็นสัญลักษณ์ของท้องถิ่น
    - ๒.๓) การเป็นแบบอย่างประชาธิปไตย
    - ๒.๔) การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาล
  - ๓) สื่อสิ่งพิมพ์ มี ๔ องค์ประกอบย่อย คือ
    - ๓.๑) แผ่นพับ
    - ๓.๒) วารสาร
    - ๓.๓) รายงานประจำปี
    - ๓.๔) หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น
  - ๔) สื่อดิจิทัล มี ๔ องค์ประกอบย่อย คือ
    - ๔.๑) เว็บไซต์
    - ๔.๒) เฟซบุ๊ก
    - ๔.๓) ไลน์

๔.๔) ยูทูป

๕) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ

๕.๑) โทรศัพท์

๕.๒) หอกระจายข่าว

**องค์ประกอบที่ ๔ ผู้รับสาร (Receiver)**

มี ๓ องค์ประกอบหลัก ดังนี้

๑) กระบวนการเลือกรับสาร มี ๔ องค์ประกอบย่อย คือ

๑.๑) การเลือกเปิดรับ

๑.๒) การเลือกให้ความสนใจ

๑.๓) การเลือกรับรู้และตีความหมาย

๑.๔) การเลือกจดจำ

๒) เทคนิคการรับสาร มี ๔ องค์ประกอบย่อย คือ

๒.๑) เตรียมตัว

๒.๒) เลือกสรร

๒.๓) มุ่งมั่น

๒.๔) ไม่มีอคติ

๓) แนวทางการรับสาร มี ๔ องค์ประกอบย่อย คือ

๓.๑) การรับรู้

๓.๒) การประเมินค่า

๓.๓) การรวบรวม

๓.๔) การสรุป

**๒. วัตถุประสงค์ของรูปแบบ**

๒.๑ เพื่อเตรียมการสร้างองค์ความรู้และทักษะการสื่อสารทางการเมืองก่อนพัฒนาคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

๒.๒ เพื่อเรียนรู้และพัฒนาการสื่อสารทางการเมืองก่อนพัฒนาคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

๒.๓ เพื่อพัฒนาการสื่อสารทางการเมืองให้กับคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

๒.๔ เพื่อประเมินรูปแบบ Smart Communicator

**๓. หลักการและแนวคิด**

๓.๑ หลักการ เน้นการมีส่วนร่วมของผู้เข้าร่วมโครงการพัฒนาการสื่อสารทางการเมืองแบบสมัครใจ

๓.๒ แนวคิด เน้นการพัฒนาตนเอง พัฒนาวิชาชีพ และพัฒนาท้องถิ่น

๓.๓ ยึดหลักการ แนวคิดในการพัฒนาตามสัดส่วน ๗๐ : ๒๐ : ๑๐ ซึ่งเป็นหลักการที่ทำให้เกิดการพัฒนาดีขึ้น กล่าวคือ

ร้อยละ ๗๐ : การพัฒนาแบบไม่เป็นทางการ เช่น เรียนรู้จากประสบการณ์และการลงมือปฏิบัติ

ร้อยละ ๒๐ : เป็นการได้รับการกระตุ้นและสนับสนุนจากผู้อื่น เช่น วิทยากร เป็นต้น

ร้อยละ ๑๐ : การพัฒนาแบบเป็นทางการ เช่น อบรม เป็นต้น

#### ๔. วิธีดำเนินการ และการประเมินผล

##### ๕. ผลลัพธ์ที่คาดหวังและตัวชี้วัดความสำเร็จ

วิธีดำเนินการตามรูปแบบแต่ละกลยุทธ์สามารถนำไปสร้างกิจกรรมเพื่อพัฒนาคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น ดังนี้

#### วิธีดำเนินการตามรูปแบบ

**องค์ประกอบที่ ๑ ผู้ส่งสาร (Sender)**

#### โครงสร้างของกระบวนการพัฒนาผู้ส่งสาร

๑. วัตถุประสงค์
๒. เนื้อหาที่จะนำเสนอ
๓. กิจกรรม
๔. การประเมินผล

##### ๑. วัตถุประสงค์

๑.๑ เพื่อให้คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีคุณสมบัติพื้นฐานของการเป็นผู้ส่งสารการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น

๑.๒ เพื่อให้คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีคุณสมบัติเฉพาะของการเป็นผู้ส่งสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น

๑.๓ เพื่อให้คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีคุณสมบัติจำเป็นของการเป็นผู้ส่งสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น

##### ๒. เนื้อหาที่จะนำเสนอ

๑.๑ คุณสมบัติพื้นฐานของการเป็นผู้ส่งสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นมี ๖ องค์ประกอบย่อย คือ

- ๑.๑.๑ มีใจรักในการช่วยเหลือสังคม
- ๑.๑.๒ มีใจรักในการสื่อสาร
- ๑.๑.๓ เปิดใจกว้างเรียนรู้การสื่อสาร และเครื่องมือสื่อสาร
- ๑.๑.๔ มีความพร้อมในการสื่อสารกับผู้อื่น
- ๑.๑.๕ มีความรู้เชิงลึก
- ๑.๑.๖ มีความสามารถในการส่งสารหรือถ่ายทอดสาร
- ๑.๒ คุณสมบัติเฉพาะของผู้ส่งสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น มี ๔ องค์ประกอบย่อย คือ
  - ๑.๒.๑ ทักษะคติเชิงบวก
  - ๑.๒.๒ ความคิดสร้างสรรค์
  - ๑.๒.๓ ความรู้เกี่ยวกับการส่งสาร
  - ๑.๒.๔ กลยุทธ์การสื่อสาร
- ๑.๓ คุณสมบัติจำเป็นของผู้ส่งสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น มี ๔ องค์ประกอบย่อย คือ
  - ๓.๑) ภาวะผู้นำ
  - ๓.๒) มีสติคิดก่อนพูด
  - ๓.๓) ตัดสินใจเด็ดขาด
  - ๓.๔) การจัดการอารมณ์

### ๓. กิจกรรม

#### ๓.๑ กิจกรรมก่อนการอบรม

- ๓.๑.๑ จัดเตรียมเอกสารและสื่อใบงานสำหรับการจัดกิจกรรม
- ๓.๑.๒ กำหนดกลุ่มเป้าหมายจำนวน ๒๐ คน
- ๓.๑.๓ นัด วัน เวลา สถานที่กับกลุ่มเป้าหมาย
- ๓.๑.๔ พัฒนาเนื้อหาและรูปแบบกิจกรรม

#### ๓.๒ กิจกรรมสร้างความเข้าใจร่วมกัน (๑๕ นาทีแรก)

- ๓.๒.๑ ผู้วิจัยโน้มน้าวให้คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเห็นความสำคัญ เพิ่มความรู้ พัฒนาตนเอง
- ๓.๒.๒ แจ้งให้คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกคนทราบถึงหน้าที่ต้องแสดงออกตามธรรมชาติและเต็มความสามารถในการแสดงความคิดเห็น ฟังและการทำกิจกรรมร่วมกัน
- ๓.๒.๓ เงื่อนไขคือคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกคนจะต้องร่วมกิจกรรมทุกกิจกรรม ตั้งแต่เริ่มจนกระทั่งจบ
- ๓.๒.๔ ในกรณีที่คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นฟังไม่เข้าใจหรือมีปัญหาอะไรสามารถสอบถามหรือวิพากษ์วิจารณ์ได้

#### ๓.๓ กิจกรรมการสอบก่อน

- ๓.๓.๑ ผู้วิจัยแนะนำให้ตั้งใจทำแบบประเมินอย่างเต็มที่พร้อมชี้แจงว่าผลของแบบประเมินจะไม่มีผลกระทบใด ๆ

## ๓.๓.๒ ทำแบบประเมินก่อนการทดลอง ๑๕ นาที

## ๓.๔ ตารางการพัฒนา

## ตารางที่ ๔.๕ การพัฒนาการเป็นผู้ส่งสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น

เป้าประสงค์	การปฏิบัติ/วิธีการ	พฤติกรรมบ่งชี้
๑) คุณสมบัตพื้นฐานของการเป็นผู้ส่งสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น	๑) บรรยายเกี่ยวกับความรู้พื้นฐานการเป็นผู้ส่งสารมืออาชีพ ๒) บรรยายเกี่ยวกับ ๖ องค์ประกอบย่อยคือ ๒.๑) มีใจรักในการช่วยเหลือสังคม ๒.๒) มีใจรักในการสื่อสาร ๒.๓) เรียนรู้การสื่อสารและเครื่องมือสื่อสารใหม่ ๆ ๒.๔) มีความพร้อมในการสื่อสารกับผู้อื่น ๒.๕) มีความรู้เชิงลึก ๒.๖) มีความสามารถในการส่งสาร	-อธิบายความรู้พื้นฐานการเป็นผู้ส่งสารได้ -เสียสละเวลาส่วนตนให้กับส่วนรวม -ศึกษาแนวทางการสื่อสารแบบใหม่ -เปิดใจกว้างพร้อมรับฟังข้อเสนอแนะ -เรียนรู้การสื่อสาร และเครื่องมือสื่อสาร -พร้อมที่จะสื่อสารกับผู้อื่น
๒) คุณสมบัติเฉพาะของการเป็นผู้ส่งสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น	๑) บรรยายเกี่ยวกับคุณสมบัติเฉพาะของผู้ส่งสารมืออาชีพ ๒) บรรยายเกี่ยวกับ ๔ องค์ประกอบย่อยคือ ๒.๑) ทักษะคติเชิงบวก ๒.๒) ความคิดสร้างสรรค์ ๒.๓) ความรู้เกี่ยวกับการส่งสาร ๒.๔) การสื่อสารทางบวก	-อธิบายความรู้เฉพาะการเป็นผู้ส่งสารได้ -มองโลกในแง่ดี -มีมุมมองที่ดีในการสื่อสาร -สื่อสารเพื่อให้เกิดการพัฒนา
๓) คุณสมบัติจำเป็นของการเป็นผู้ส่งสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น	๑) บรรยายเกี่ยวกับคุณสมบัติจำเป็นของการเป็นผู้ส่งสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น ๒) บรรยายเกี่ยวกับ ๔ องค์ประกอบย่อยคือ ๒.๑) ภาวะผู้นำ ๒.๒) มีสติคิดก่อนพูด ๒.๓) ตัดสินใจเด็ดขาด ๒.๔) การจัดการอารมณ์	-อธิบายความรู้เกี่ยวกับคุณสมบัติจำเป็นของการเป็นผู้ส่งสารได้ -ใช้ถ้อยคำที่สุภาพ น่าฟัง -พิจารณาหาคำตอบที่เป็นทางเลือกที่ดีที่สุด -มีความมั่นใจในตนเอง -ควบคุมตนเองได้

## ตารางที่ ๔.๖ กิจกรรมพัฒนาผู้ส่งสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น

เวลา	กิจกรรม	ผลที่ได้
๑๕ นาที	แนะนำวิทยากร ชี้แจงโครงการ	ตกลงร่วมกันและให้ความร่วมมือเต็มที่ ฝึกการมีส่วนร่วม สามารถแสดงความคิดเห็น รับฟัง และลงมือทำ
๓๐ นาที	ทำแบบประเมิน	ผลการประเมิน
๑.๓๐ ชั่วโมง	-บรรยายความรู้พื้นฐานการเป็นผู้ส่งสารมืออาชีพ -บรรยายคุณสมบัติเฉพาะของผู้ส่งสารมืออาชีพ -บรรยายการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น	-มีความรู้พื้นฐานการเป็นผู้ส่งสารมืออาชีพ -มีความรู้เกี่ยวกับคุณสมบัติเฉพาะของผู้ส่งสารมืออาชีพ -มีความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น -บูรณาการการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นได้
พัก ๑๕ นาที		
๔๕ นาที	ร่วมกันอภิปรายเกี่ยวกับพฤติกรรมที่นำไปสู่การสื่อสารทางการเมือง	-การมองโลกที่กว้างขึ้น -การเปิดใจรับฟังผู้อื่น -วิพากษ์ วิจารณ์ได้ -ยึดเสียงส่วนใหญ่ แต่รับฟังเสียงส่วนน้อย -สื่อสารได้ตรงประเด็น -สื่อสารได้รวดเร็วทันต่อการแก้ปัญหา
	-มีการสังเกตพฤติกรรมแบบกึ่งทางการ -สัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ	-บันทึกพฤติกรรม -บันทึกผลการสัมภาษณ์
	*จะทำการประเมินหลังพัฒนา ๖๐ วัน	ผลการประเมิน

## ๔. การประเมินผล

ประเมินจากใบงานในระหว่างอบรม จากการสังเกต และผลการประเมินก่อนและหลังการฝึกอบรม



## องค์ประกอบที่ ๒ สาร (Message)

### โครงสร้างของสาร

๑. วัตถุประสงค์
๒. เนื้อหาที่จะนำเสนอ
๓. กิจกรรม
๔. การประเมินผล

#### ๑. วัตถุประสงค์

๑.๑ เพื่อให้คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความเข้าใจเกี่ยวกับสารที่มีความถูกต้อง ความสมบูรณ์ มีจุดหมาย มีความน่าเชื่อถือ กระชับเรียบง่าย และสืบค้นสะดวก

๑.๒ เพื่อให้คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นประยุกต์ใช้สารให้มีความเหมาะสมกับการพัฒนาท้องถิ่น

#### ๒. เนื้อหาที่จะนำเสนอ

- ๑) ความถูกต้อง มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ
  - ๑.๑) เป็นข้อเท็จจริง
  - ๑.๒) สามารถพิสูจน์ได้
- ๒) ความสมบูรณ์ มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ
  - ๒.๑) ตอบสนองความต้องการ
  - ๒.๒) แสดงข้อมูลสำคัญ
- ๓) มีจุดหมาย มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ
  - ๓.๑) สื่อให้รับรู้และเข้าใจ
  - ๓.๒) มีใจความสำคัญ
- ๔) มีความน่าเชื่อถือ มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ
  - ๔.๑) ความน่าไว้วางใจ
  - ๔.๒) ความปรารถนาดี
- ๕) กระชับเรียบง่าย มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ
  - ๕.๑) เข้าใจง่าย
  - ๕.๒) ไม่คลุมเครือ
- ๖) สืบค้นสะดวก มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ
  - ๖.๑) สืบค้นได้อย่างรวดเร็ว
  - ๖.๒) มีระบบเอื้อต่อการสืบค้น

### ๓. กิจกรรม

#### ๓.๑ กิจกรรมก่อนการอบรม

- ๓.๑.๑ จัดเตรียมเอกสารและสื่อใบงานสำหรับการจัดกิจกรรม
- ๓.๑.๒ กำหนดกลุ่มเป้าหมายจำนวน ๒๐ คน
- ๓.๑.๓ นัด วัน เวลา สถานที่กับกลุ่มเป้าหมาย
- ๓.๑.๔ พัฒนาเนื้อหาและรูปแบบกิจกรรม

#### ๓.๒ กิจกรรมสร้างความเข้าใจร่วมกัน (๑๕ นาทีแรก)

- ๓.๒.๑ ผู้วิจัยโน้มน้าวให้คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเห็นความสำคัญ เพิ่มความรู้ พัฒนาตนเอง
- ๓.๒.๒ แจ้งให้คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกคนทราบถึงหน้าที่ต้องแสดงออกตามธรรมชาติและเต็มความสามารถในการแสดงความคิดเห็น ฟังและการทำงานกิจกรรมร่วมกัน
- ๓.๒.๓ เงื่อนไขคือคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกคนจะต้องร่วมกิจกรรมทุกกิจกรรม ตั้งแต่เริ่มจนกระทั่งจบ
- ๓.๒.๔ ในกรณีที่คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นฟังไม่เข้าใจหรือมีปัญหาอะไรสามารถสอบถามหรือวิพากษ์วิจารณ์ได้

#### ๓.๓ กิจกรรมการสอบก่อน

- ๓.๓.๑ ผู้วิจัยแนะนำให้ตั้งใจทำแบบประเมินอย่างเต็มที่พร้อมชี้แจงว่าผลของแบบประเมินจะไม่มีผลกระทบต่อใด ๆ
- ๓.๓.๒ ทำแบบประเมินก่อนการทดลอง ๑๕ นาที

#### ๓.๔ ตารางการพัฒนา

##### ตารางที่ ๔.๗ การพัฒนาเกี่ยวกับสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น

เป้าประสงค์	การปฏิบัติ/วิธีการ	พฤติกรรมบ่งชี้
๑) ลักษณะของสารที่มีความถูกต้อง	๑) บรรยายเกี่ยวกับลักษณะของสารที่มีความถูกต้อง ตามองค์ประกอบย่อย คือ ๑.๑) เป็นข้อเท็จจริง ๑.๒) สามารถพิสูจน์ได้	-มีความเข้าใจในสาร -อธิบายถึงสารเป็นจริงหรือเป็นเท็จได้ -อธิบายเพื่อนำไปสู่การพิสูจน์ได้
๒) ลักษณะของสารที่มีความสมบูรณ์	๑) บรรยายเกี่ยวกับลักษณะของสารที่มีความสมบูรณ์ มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ ๑) ตอบสนองความต้องการ	-มีความเข้าใจในสารที่มีความสมบูรณ์ -อธิบายถึงสารที่มีความสมบูรณ์ได้

## (ต่อ) ตารางที่ ๔.๗ การพัฒนาเกี่ยวกับสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น

เป้าประสงค์	การปฏิบัติ/วิธีการ	พฤติกรรมบ่งชี้
	๒) แสดงข้อมูลสำคัญ	-อธิบายเพื่อนำไปสู่ข้อมูลสำคัญได้
๓) ลักษณะของสารที่มีจุดหมาย	๑) บรรยายเกี่ยวกับลักษณะของสารที่มีจุดหมาย มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ ๑) สื่อให้รับรู้และเข้าใจ ๒) มีใจความสำคัญ	-มีความเข้าใจในจุดหมายของสาร -อธิบายให้เห็นใจความสำคัญได้ -อธิบายได้ตรงตามจุดประสงค์ของการสื่อสาร
๔) ลักษณะของสารที่มีความน่าเชื่อถือ	๑) บรรยายเกี่ยวกับลักษณะของสารที่มีความน่าเชื่อถือ มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ ๑) ความน่าไว้วางใจ ๒) ความปรารถนาดี	-มีความเข้าใจในลักษณะของสารที่มีความน่าเชื่อถือ -อธิบายแหล่งสารที่น่าเสนอข้อมูลให้แก่ผู้รับสารได้
๕) ลักษณะของสารที่มีความกระชับเรียบง่าย	๑) บรรยายเกี่ยวกับลักษณะของสารที่มีความกระชับเรียบง่าย มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ ๑) เข้าใจง่าย ๒) ไม่คลุมเครือ	-มีความเข้าใจในลักษณะของสารที่มีความกระชับเรียบง่าย -จัดลำดับเนื้อหาสารได้ดี
๖) ลักษณะของสารที่มีการสืบค้นสะดวก	๑) บรรยายเกี่ยวกับลักษณะของสารที่สืบค้นสะดวก มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ ๑) สืบค้นได้อย่างรวดเร็ว ๒) มีระบบเอื้อต่อการสืบค้น	-มีความเข้าใจในลักษณะของสารที่มีการสืบค้นสะดวก -สืบค้นข้อมูลได้รวดเร็ว -ใช้วัสดุ อุปกรณ์เพื่อสืบค้นข้อมูลได้

ตารางที่ ๔.๘ กิจกรรมพัฒนาสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น

เวลา	กิจกรรม	ผลที่ได้
๑๕ นาที	แนะนำวิทยากร ชี้แจงโครงการ	ตกลงร่วมกันและให้ความร่วมมือเต็มที่ ฝึกการมีส่วนร่วม สามารถแสดงความคิดเห็น รับฟัง และลงมือทำ
๓๐ นาที	ทำแบบประเมิน	ผลการประเมิน
๑.๓๐ ชั่วโมง	-บรรยายเกี่ยวกับสารที่มีความ ถูกต้อง ความสมบูรณ์ มีจุดหมาย มีความน่าเชื่อถือ กระชับเรียบง่าย และสืบค้นสะดวก	-สามารถอธิบายเกี่ยวกับสารที่มีความ ถูกต้อง ความสมบูรณ์ มีจุดหมาย มี ความน่าเชื่อถือ กระชับเรียบง่าย และ สืบค้นสะดวกได้
พัก ๑๕ นาที		
๑๕ นาที	วิเคราะห์เนื้อหาสารร่วมกัน	มีการไตร่ตรองเกี่ยวกับสารที่มีความ ถูกต้อง ความสมบูรณ์ มีจุดหมาย มี ความน่าเชื่อถือ กระชับเรียบง่าย และ สืบค้นสะดวกได้
	-มีการสังเกตพฤติกรรมแบบกึ่ง ทางการ -สัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ	-บันทึกพฤติกรรม -บันทึกผลการสัมภาษณ์
	*จะมีการประเมินหลังพัฒนา ๖๐ วัน	ผลการประเมิน

๔. การประเมินผล

ประเมินจากใบงานในระหว่างอบรม จากการสังเกต และผลการประเมินก่อนและหลังการฝึกอบรม

## องค์ประกอบที่ ๓ ช่องทางการสื่อสาร (Channel)

### โครงสร้างของการพัฒนาช่องทางการสื่อสาร

๑. วัตถุประสงค์
๒. เนื้อหาที่จะนำเสนอ
๓. กิจกรรม
๔. การประเมินผล

#### ๑. วัตถุประสงค์

๑.๑ เพื่อให้คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความรู้เกี่ยวกับสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อพื้นบ้าน สื่อดิจิทัล สื่ออิเล็กทรอนิกส์

๑.๒ เพื่อให้คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นประยุกต์ใช้ช่องทางสื่อสารที่หลากหลายเหมาะสมกับสภาพการพัฒนาท้องถิ่น

#### ๒. เนื้อหาที่จะนำเสนอ

#### องค์ประกอบที่ ๓ ช่องทางการสื่อสาร (Channel)

มี ๕ องค์ประกอบหลัก ดังนี้

๑) สื่อมวลชน มี ๓ องค์ประกอบย่อย คือ

- ๑.๑) วิทยุชุมชน
- ๑.๒) โทรทัศน์
- ๑.๓) หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

๒) สื่อบุคคล มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ

- ๒.๑) การเป็นนักบริหารมืออาชีพ
- ๒.๒) การเป็นสัญลักษณ์ของท้องถิ่น
- ๒.๓) การเป็นแบบอย่างประชาธิปไตย
- ๒.๔) การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาล

๓) สื่อสิ่งพิมพ์ มี ๔ องค์ประกอบย่อย คือ

- ๓.๑) แผ่นพับ
- ๓.๒) วารสาร
- ๓.๓) รายงานประจำปี
- ๓.๔) หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

๔) สื่อดิจิทัล มี ๔ องค์ประกอบย่อย คือ

- ๔.๑) เว็บไซต์
- ๔.๒) เฟซบุ๊ก
- ๔.๓) ไลน์

๔.๔) ยูทูบ

๕) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ

๕.๑) โทรศัพท์

๕.๒) หอกระจายข่าว

### ๓. กิจกรรม

#### ๓.๑ กิจกรรมก่อนการอบรม

๓.๑.๑ จัดเตรียมเอกสารและสื่อใบงานสำหรับการจัดกิจกรรม

๓.๑.๒ กำหนดกลุ่มเป้าหมายจำนวน ๒๐ คน

๓.๑.๓ นัด วัน เวลา สถานที่กับกลุ่มเป้าหมาย

๓.๑.๔ พัฒนาเนื้อหาและรูปแบบกิจกรรม

#### ๓.๒ กิจกรรมสร้างความเข้าใจร่วมกัน (๑๕ นาทีแรก)

๓.๒.๑ ผู้วิจัยโน้มน้าวให้คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเห็นความสำคัญ เพิ่มความรู้ พัฒนาตนเอง

๓.๒.๒ แจ้งให้คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกคนทราบถึงหน้าที่ต้องแสดงออกตามธรรมชาติและเต็มความสามารถในการแสดงความคิดเห็น ฟังและการทำงานกิจกรรมร่วมกัน

๓.๒.๓ เจ็อนไขคือคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกคนจะต้องร่วมกิจกรรมทุกกิจกรรม ตั้งแต่เริ่มจนกระทั่งจบ

๓.๒.๔ ในกรณีที่คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นฟังไม่เข้าใจหรือมีปัญหาอะไรสามารถสอบถามหรือวิพากษ์วิจารณ์ได้

#### ๓.๓ กิจกรรมการสอบก่อนฝึกอบรม

๓.๓.๑ ผู้วิจัยแนะนำให้ตั้งใจทำแบบประเมินอย่างเต็มที่พร้อมชี้แจงว่าผลของแบบประเมินจะไม่มีผลกระทบใด ๆ

๓.๓.๒ ทำแบบประเมินก่อนการฝึกอบรม ๑๕ นาที

#### ๓.๔ ตารางการพัฒนา

## ตารางที่ ๔.๙ กิจกรรมการพัฒนาช่องทางการสื่อสาร

เป้าประสงค์	การปฏิบัติ/วิธีการ	พฤติกรรมบ่งชี้
๑) เข้าใจและเข้าถึงสื่อมวลชน	๑) บรรยายเกี่ยวกับสื่อมวลชน มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ ๑.๑) วิทยุชุมชน ๑.๒) โทรทัศน์	-สามารถใช้วิทยุชุมชนเป็นช่องทางในการสื่อสารกับประชาชนในพื้นที่ได้ -สามารถใช้โทรทัศน์เป็นช่องทางในการสื่อสารกับประชาชนในพื้นที่ได้
๒) มีความรู้เกี่ยวกับสื่อบุคคล	๑) บรรยายเกี่ยวกับสื่อบุคคลที่มีผลต่อการพัฒนาท้องถิ่น มี ๔ องค์ประกอบย่อย คือ ๑) การเป็นนักบริหารมืออาชีพ ๒) การเป็นสัญลักษณ์ของท้องถิ่น ๓) การเป็นแบบอย่างประชาธิปไตย ๒) การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาล	-สามารถสื่อสารแบบเป็นทางการได้ -สามารถสื่อสารในที่ชุมชนได้ -มีวิธีการถ่ายทอดงานให้กับผู้ได้บังคับบัญชาได้ -เปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสื่อสารการพัฒนาท้องถิ่น -สื่อสารให้เห็นถึงการทำงานที่โปร่งใสตรวจสอบได้
๓) มีความรู้เกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์	๑) บรรยายเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์ มี ๔ องค์ประกอบย่อย คือ ๑) แผ่นพับ ๒) วารสาร ๓) รายงานประจำปี ๔) หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	-อธิบายการทำสื่อสิ่งพิมพ์ได้ -มีแผนพับเกี่ยวกับการพัฒนาท้องถิ่น -มีวารสารเกี่ยวกับการพัฒนาท้องถิ่น -มีรายงานประจำปีขององค์กร -มีการส่งข้อมูลข่าวสารการพัฒนาให้หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น
๔) มีความรู้เกี่ยวกับสื่อดิจิทัล	๑) บรรยายเกี่ยวกับสื่อดิจิทัล มี ๔ องค์ประกอบย่อย คือ ๑) เว็บไซต์ ๒) เฟซบุ๊ก ๓) ไลน์ ๔) ยูทูบ	-สามารถใช้สื่อดิจิทัลเพื่อสื่อสารกับชุมชนท้องถิ่นได้ -มีเว็บไซต์สำนักงาน -มีเฟซบุ๊กสำนักงาน -มีไลน์สำนักงาน -มียูทูบสำนักงาน
๕) มีความรู้เกี่ยวกับสื่ออิเล็กทรอนิกส์	๑) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ ๑) โทรศัพท์ ๒) หอกระจายข่าว	-สามารถใช้โทรศัพท์ในการติดต่อสื่อสารเพื่อพัฒนาท้องถิ่น -สามารถใช้แอปพลิเคชันต่าง ๆ ในโทรศัพท์เพื่อพัฒนาท้องถิ่น -สามารถประกาศข้อมูลข่าวสารทางหอกระจายข่าวได้

ตารางที่ ๔.๑๐ กิจกรรมพัฒนาช่องทางการสื่อสาร

เวลา	กิจกรรม	ผลที่ได้
๑๕ นาที	แนะนำวิทยากร ชี้แจงโครงการ	ตกลงร่วมกันและให้ความร่วมมือ เต็มที่ ฝึกการมีส่วนร่วม สามารถ แสดงความคิดเห็น รับฟัง และลงมือ ทำ
๓๐ นาที	ทำแบบประเมิน	ผลการประเมิน
๑.๓๐ ชั่วโมง	บรรยายความรู้เกี่ยวกับ -สื่อมวลชน -สื่อบุคคล -สื่อพื้นบ้าน -สื่อดิจิทัล -สื่ออิเล็กทรอนิกส์	-ได้รับความรู้เกี่ยวกับ -สื่อมวลชน -สื่อบุคคล -สื่อพื้นบ้าน -สื่อดิจิทัล -สื่ออิเล็กทรอนิกส์ -สามารถเลือกใช้สื่อที่มีความ เหมาะสมกับการพัฒนาท้องถิ่น
พัก ๑๕ นาที		
๑๕ นาที	วิเคราะห์ช่องทางการสื่อสาร	-สามารถเลือกใช้สื่อที่หลากหลายใน การพัฒนาท้องถิ่น
๓๐ นาที	มีการสังเกตพฤติกรรมแบบกึ่ง ทางการ -สัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ	-บันทึกพฤติกรรม -บันทึกผลการสัมภาษณ์
	*ทำแบบประเมินหลังผ่าน ประเมิน ๖๐ วัน	ผลการประเมิน

๔. การประเมินผล

ประเมินจากใบงานในระหว่างอบรม จากการสังเกต และผลการประเมินก่อนและหลังการ  
ฝึกอบรม



## องค์ประกอบที่ ๔ ผู้รับสาร (Receiver)

### โครงสร้างของความรู้เกี่ยวกับผู้รับสาร (Receiver)

๑. วัตถุประสงค์
๒. เนื้อหาที่จะนำเสนอ
๓. กิจกรรม
๔. การประเมินผล

#### ๑. วัตถุประสงค์

๑.๑ เพื่อให้คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความรู้เกี่ยวกับกระบวนการเลือกรับสาร เทคนิคการรับสาร และแนวทางการรับสาร

๑.๒ เพื่อให้คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถประยุกต์ใช้องค์ความรู้ในการรับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

#### ๒. เนื้อหาที่จะนำเสนอ

ผู้ส่งสารต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องต่อไปนี้

#### องค์ประกอบที่ ๔ ผู้รับสาร (Receiver)

มี ๓ องค์ประกอบหลัก ดังนี้

๑) กระบวนการเลือกรับสาร มี ๔ องค์ประกอบย่อย คือ

- ๑.๑) การเลือกเปิดรับ
- ๑.๒) การเลือกให้ความสนใจ
- ๑.๓) การเลือกรับรู้และตีความหมาย
- ๑.๔) การเลือกจดจำ

๒) เทคนิคการรับสาร มี ๔ องค์ประกอบย่อย คือ

- ๒.๑) เตรียมตัว
- ๒.๒) เลือกสรร
- ๒.๓) มุ่งมั่น
- ๒.๔) ไม่มีอคติ

๓) แนวทางการรับสาร มี ๓ องค์ประกอบย่อย คือ

- ๓.๑) การรับรู้
- ๓.๒) การประเมินค่า
- ๓.๓) การรวบรวม
- ๓.๔) การสรุป

### ๓. กิจกรรม

#### ๓.๑ กิจกรรมก่อนการอบรม

- ๓.๑.๑ จัดเตรียมเอกสารและสื่อใบงานสำหรับการจัดกิจกรรม
- ๓.๑.๒ กำหนดกลุ่มเป้าหมายจำนวน ๒๐ คน
- ๓.๑.๓ นัด วัน เวลา สถานที่กับกลุ่มเป้าหมาย
- ๓.๑.๔ พัฒนาเนื้อหาและรูปแบบกิจกรรม

#### ๓.๒ กิจกรรมสร้างความเข้าใจร่วมกัน (๑๕ นาทีแรก)

- ๓.๒.๑ ผู้วิจัยโน้มน้าวให้คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเห็นความสำคัญ  
เพิ่มความรู้ พัฒนาตนเอง
- ๓.๒.๒ แจ้งให้คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกคนทราบถึงหน้าที่ต้อง  
แสดงออกตามธรรมชาติและเต็มความสามารถในการแสดงความคิดเห็น ฟังและทำกิจกรรมร่วมกัน
- ๓.๒.๓ เงื่อนไขคือคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกคนจะต้องร่วม  
กิจกรรมทุกกิจกรรม ตั้งแต่เริ่มจนกระทั่งจบ
- ๓.๒.๔ ในกรณีที่คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นฟังไม่เข้าใจหรือมีปัญหา  
อะไรสามารถสอบถามหรือวิพากษ์วิจารณ์ได้

#### ๓.๓ กิจกรรมการสอบก่อนฝึกอบรม

- ๓.๓.๑ ผู้วิจัยแนะนำให้ตั้งใจทำแบบประเมินอย่างเต็มที่พร้อมชี้แจงว่าผลของแบบ  
ประเมินจะไม่มีผลกระทบใด ๆ
- ๓.๓.๒ ทำแบบประเมินก่อนการฝึกอบรม ๑๕ นาที

#### ๓.๔ ตารางการพัฒนา

##### ตารางที่ ๔.๑๑ กิจกรรมพัฒนาผู้รับสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น

เป้าประสงค์	การปฏิบัติ/วิธีการ	พฤติกรรมบ่งชี้
๑) มีกระบวนการ เลือกรับสาร	๑) บรรยายเกี่ยวกับกระบวนการ เลือกรับสาร มี ๔ องค์ประกอบ ย่อย คือ ๑) การเลือกเปิดรับ ๒) การเลือก ให้ความสนใจ ๓) การเลือกรับรู้และ ตีความหมาย ๔) การเลือกจดจำ	-สามารถแสวงหาข้อมูลตามที่ต้องการได้ -มีความเข้าใจข้อมูล -สามารถตีความข้อมูลได้ -สามารถนำไปถ่ายทอดได้

## (ต่อ) ตารางที่ ๔.๑๑ กิจกรรมพัฒนาผู้รับสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น

เป้าประสงค์	การปฏิบัติ/วิธีการ	พฤติกรรมบ่งชี้
๒) มีเทคนิคการรับสาร	๑) บรรยายเกี่ยวกับเทคนิคการรับสาร มี ๔ องค์ประกอบย่อย คือ ๑) เตรียมตัว ๒) เลือกสรร ๓) มุ่งมั่น ๔) ไม่มีอคติ	-มีความพร้อมที่จะฟังหรืออ่านข้อมูล -รู้จักคัดเลือกเนื้อหาที่จะนำไปใช้ -มีการบันทึกช่วยจำในสมุด -รับฟังและนำข้อมูลไปพิจารณา
๓) มีแนวทางการรับสาร	๑) บรรยายเกี่ยวกับแนวทางการรับสาร มี ๔ องค์ประกอบย่อย คือ ๑) การรับรู้ ๒) การประเมินค่า ๓) การรวบรวม ๔) การสรุป	-สามารถประเมินคุณค่าของข้อมูลได้ -มีการจัดลำดับข้อมูลให้เป็นระบบ -สามารถสรุปเป็นความคิดรวบยอดได้

## ตารางที่ ๔.๑๒ กิจกรรมพัฒนาเกี่ยวกับผู้รับสาร

เวลา	กิจกรรม	ผลที่ได้
๑๕ นาที	แนะนำวิทยากร ชี้แจงโครงการ	ตกลงร่วมกันและให้ความร่วมมือเต็มที่ ฝึกการมีส่วนร่วม สามารถแสดงความคิดเห็น รับฟัง และลงมือทำ
๓๐ นาที	ทำแบบประเมิน	ผลการประเมิน
๑.๓๐ ชั่วโมง	บรรยายเกี่ยวกับประเด็นต่อไปนี้ ๑) กระบวนการเลือกรับสาร ๒) เทคนิคการรับสาร ๓) แนวทางการรับสาร	- ได้รับความรู้เกี่ยวกับ ๑) กระบวนการเลือกรับสาร ๒) เทคนิคการรับสาร ๓) แนวทางการรับสาร
พัก ๑๕ นาที		
๓๐ นาที	- วิเคราะห์ในประเด็นต่อไปนี้ ๑) กระบวนการเลือกรับสาร ๒) เทคนิคการรับสาร ๓) แนวทางการรับสาร	- สามารถวิพากษ์ วิจัยกรณีได้อย่างชัดเจนเกี่ยวกับผู้รับสาร
	- มีการสังเกตพฤติกรรมแบบกึ่งทางการ - สัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ	- บันทึกพฤติกรรม - บันทึกผลการสัมภาษณ์
	* จะทำแบบประเมินหลังพัฒนา ๖๐ วัน	ผลการประเมิน

## ๔. การประเมินผล

ประเมินจากใบงานในระหว่างอบรม จากการศึกษา และการประเมินก่อนและหลังการฝึกอบรม

## การใช้ไลน์ OA (Line Official Account)

### โครงสร้างของความรู้เกี่ยวกับไลน์ OA (Line Official Account)

- วัตถุประสงค์
- เนื้อหาที่จะนำเสนอ
- กิจกรรม
- การประเมินผล

#### ๑. วัตถุประสงค์

๑.๑ เพื่อให้คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความรู้เกี่ยวกับไลน์ OA (Line Official Account)

๑.๒ เพื่อให้คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถประยุกต์ใช้ไลน์ OA (Line Official Account) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

#### ๒. เนื้อหาที่จะนำเสนอ

ผู้ส่งสารต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องต่อไปนี้

- ๒.๑ ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับไลน์
- ๒.๒ การเพิ่มเพื่อนเพื่อรับข่าวสารจาก ไลน์ OA
- ๒.๓ การเข้าใช้งานระบบ ไลน์ OA ผ่านทางเครื่องคอมพิวเตอร์
- ๒.๔ การติดตามข้อมูลข่าวสารจากไลน์ OA

#### ๓. กิจกรรม

##### ๓.๑ กิจกรรมก่อนการอบรม

- ๓.๑.๑ จัดเตรียมเอกสารและสื่อใบงานสำหรับการจัดกิจกรรม
- ๓.๑.๒ กำหนดกลุ่มเป้าหมายจำนวน ๒๐ คน
- ๓.๑.๓ นัด วัน เวลา สถานที่กับกลุ่มเป้าหมาย
- ๓.๑.๔ พัฒนาเนื้อหาและรูปแบบกิจกรรม

##### ๓.๒ กิจกรรมสร้างความเข้าใจร่วมกัน (๑๕ นาทีแรก)

๓.๒.๑ ผู้วิจัยโน้มน้าวให้คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเห็นความสำคัญ เพิ่มความรู้ พัฒนาตนเอง

๓.๒.๒ แจ้งให้คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกคนทราบถึงหน้าที่ต้องแสดงออกตามธรรมชาติและเต็มความสามารถในการแสดงความคิดเห็น ฟังและการทำงานกิจกรรมร่วมกัน

๓.๒.๓ เงื่อนไขคือคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกคนจะต้องร่วมกิจกรรมทุกกิจกรรม ตั้งแต่เริ่มจนกระทั่งจบ

๓.๒.๔ ในกรณีที่คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นฟังไม่เข้าใจหรือมีปัญหาอะไรสามารถสอบถามหรือวิพากษ์วิจารณ์ได้

### ๓.๓ กิจกรรมการสอบก่อนฝึกอบรม

๓.๓.๑ ผู้วิจัยแนะนำให้ตั้งใจทำแบบประเมินอย่างเต็มที่พร้อมชี้แจงว่าผลของแบบประเมินจะไม่มีผลกระทบใด ๆ

๓.๓.๒ ทำแบบประเมินก่อนการฝึกอบรม ๑๕ นาที

### ๓.๔ ตารางการพัฒนา

#### ตารางที่ ๔.๑๓ กิจกรรมพัฒนาผู้รับสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น

เป้าประสงค์	การปฏิบัติ/วิธีการ	พฤติกรรมบ่งชี้
๑) ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับไลน์	บรรยายเนื้อหาด้วยความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับไลน์	-สามารถอธิบาย แยกแยะประเภทของไลน์ได้
๒) การเพิ่มเพื่อนเพื่อรับข่าวสารจาก ไลน์ OA	บรรยายเกี่ยวกับการเพิ่มเพื่อนใน LINE OA	-สามารถสมัครเป็นสมาชิกของ ไลน์ OA ได้
๓) การเข้าใช้งานระบบ ไลน์ OA ผ่านทางเครื่องคอมพิวเตอร์	บรรยายเกี่ยวกับระบบปฏิบัติการของ ไลน์ OA ผ่านทางเครื่องคอมพิวเตอร์	-มีความรู้เกี่ยวกับระบบปฏิบัติการของไลน์ OA
๔) การติดตามข้อมูลข่าวสารจากไลน์ OA	บรรยายเกี่ยวกับการติดตามข้อมูลข่าวสารจากไลน์ OA	สามารถเช็คข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ จากไลน์ OA ได้

#### ตารางที่ ๔.๑๔ กิจกรรมพัฒนาเกี่ยวกับผู้รับสาร

เวลา	กิจกรรม	ผลที่ได้
๑๕ นาที	แนะนำวิทยากร ชี้แจงโครงการ	ตกลงร่วมกันและให้ความร่วมมือเต็มที่ ฝึกการมีส่วนร่วม สามารถแสดงความคิดเห็นรับฟัง และลงมือทำ
๑๕ นาที	ทำแบบประเมิน	ผลการประเมิน
๑.๓๐ ชั่วโมง	บรรยายเกี่ยวกับประเด็นต่อไปนี้ ๑) ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับไลน์ ๒) การเพิ่มเพื่อนเพื่อรับข่าวสารจาก ไลน์ OA ๓) การเข้าใช้งานระบบ ไลน์ OA ผ่านทางเครื่องคอมพิวเตอร์ ๔) การติดตามข้อมูลข่าวสารจากไลน์ OA	-ได้รับความรู้เกี่ยวกับ ๑) ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับไลน์ ๒) การเพิ่มเพื่อนเพื่อรับข่าวสารจาก ไลน์ OA ๓) การเข้าใช้งานระบบ ไลน์ OA ผ่านทางเครื่องคอมพิวเตอร์ ๔) การติดตามข้อมูลข่าวสารจากไลน์ OA
พัก ๑๕ นาที		

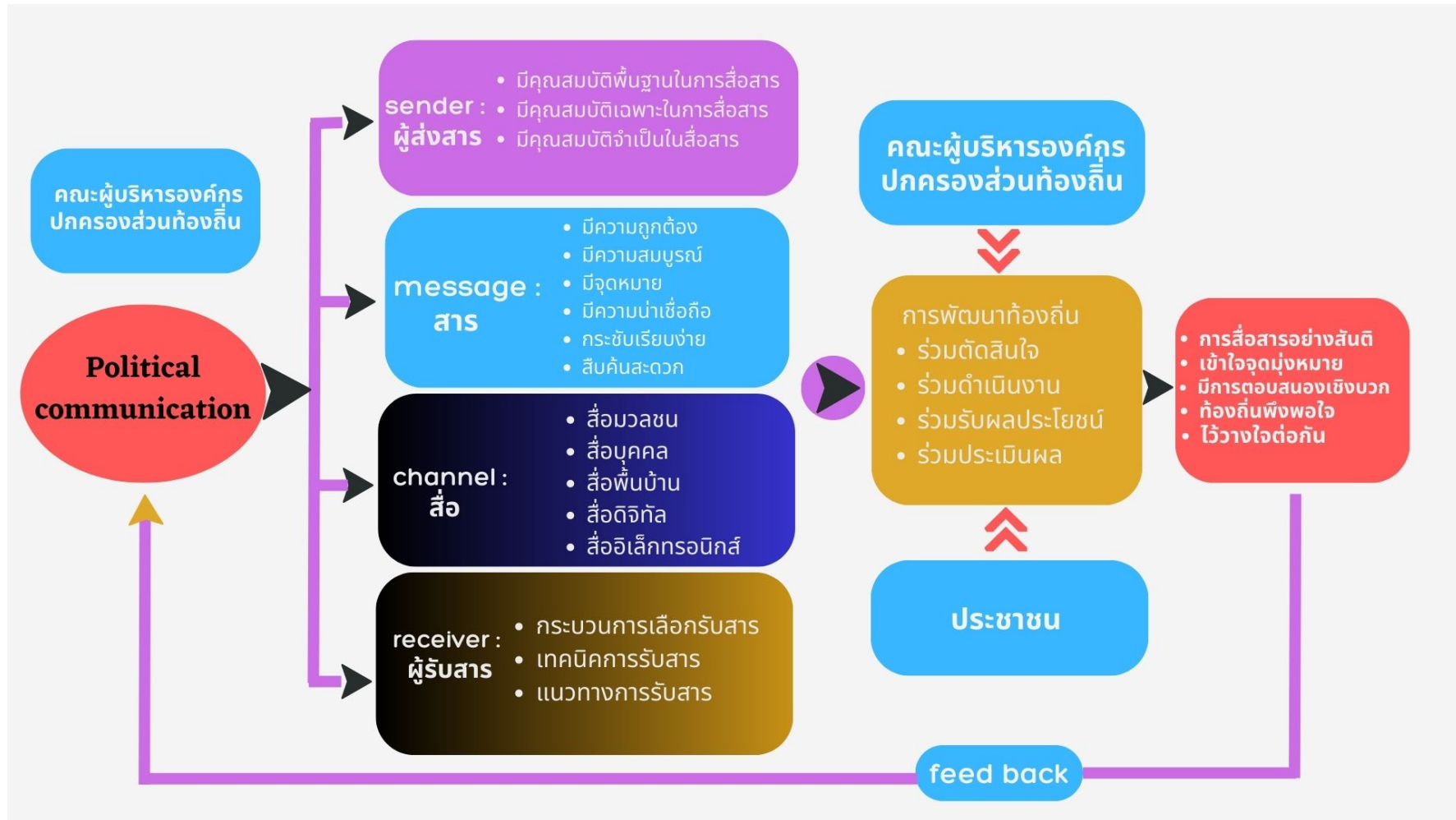
## (ต่อ) ตารางที่ ๔.๑๔ กิจกรรมพัฒนาเกี่ยวกับผู้รับสาร

เวลา	กิจกรรม	ผลที่ได้
๓๐ นาที	-วิเคราะห์ในประเด็นต่อไปนี้ ๑) ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับไลน์ ๒) การเพิ่มเพื่อนเพื่อรับข่าวสารจาก ไลน์ OA	-สามารถวิพากษ์ วิเคราะห์ได้อย่างชัดเจน เกี่ยวกับผู้รับสาร
	๓) การใช้งานระบบ ไลน์ OA ผ่านทาง เครื่องคอมพิวเตอร์ ๔) การติดตามข้อมูลข่าวสารจากไลน์ OA -มีการสังเกตพฤติกรรมแบบกึ่งทางการ -สัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ	-บันทึกพฤติกรรม -บันทึกผลการสัมภาษณ์
	*จะทำแบบประเมินหลังพัฒนา ๖๐ วัน	ผลการประเมิน

## ๔. การประเมินผล

ประเมินจากใบงานในระหว่างอบรม จากการสังเกต และผลการประเมินก่อนและหลังการ

ฝึกอบรม



ภาพที่ ๔.๒๐ แสดงรูปแบบ “Smart Communicator”

### ขั้นตอนย่อยที่ ๔ การประเมินรูปแบบ

หลังจากผู้วิจัยได้สร้างรูปแบบ Smart Communicator จากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ ตามเกณฑ์ที่กำหนด และจากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้ว

เพื่อให้ผลการวิจัยมีความน่าเชื่อถือ สามารถนำสู่การปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม ผู้วิจัยได้ ทำการประเมินรูปแบบ Smart Communicator ด้านความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็น ประโยชน์ โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า ๕ ระดับ (rating scale) ดังนี้

ตารางที่ ๔.๑๕ แสดงผลการประเมินด้านความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็น ประโยชน์ของรูปแบบ

N = ๕

ประเด็นพิจารณา	ความเหมาะสม			ความเป็นไปได้			ความเป็นประโยชน์		
	$\mu$	$\sigma$	ระดับ	$\mu$	$\sigma$	ระดับ	$\mu$	$\sigma$	ระดับ
๑. ชื่อรูปแบบ	4.80	.44	มากที่สุด	4.60	.54	มากที่สุด	4.80	.44	มากที่สุด
๒. หลักการ	4.60	.54	มากที่สุด	4.60	.54	มากที่สุด	4.60	.54	มากที่สุด
๓. วัตถุประสงค์	4.60	.54	มากที่สุด	4.60	.54	มากที่สุด	4.60	.54	มากที่สุด
๔. วิธีดำเนินการ	4.60	.54	มากที่สุด	4.60	.54	มากที่สุด	4.60	.54	มากที่สุด
๕. องค์ประกอบของ รูปแบบมี ๔ องค์ประกอบ	4.60	.54	มากที่สุด	4.60	.54	มากที่สุด	4.60	.54	มากที่สุด
๖. ตัวชี้วัดความสำเร็จ									
๑. ผู้สังสาร									
๑.๑ คุณสมบัติพื้นฐาน ของผู้สังสารในการ พัฒนาท้องถิ่น	4.60	.54	มากที่สุด	4.60	.54	มากที่สุด	4.60	.54	มากที่สุด
๑.๒ คุณสมบัติเฉพาะ ของผู้สังสารในการ พัฒนาท้องถิ่น	4.60	.54	มากที่สุด	4.80	.44	มากที่สุด	4.80	.44	มากที่สุด
๑.๓ คุณสมบัติจำเป็น ของผู้สังสารในการ พัฒนาท้องถิ่น	4.80	.44	มากที่สุด	4.80	.44	มากที่สุด	4.80	.44	มากที่สุด



(ต่อ) ตารางที่ ๔.๑๕ แสดงผลการประเมินด้านความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ของรูปแบบ

N = ๕

ประเด็นพิจารณา	ความเหมาะสม			ความเป็นไปได้			ความเป็นประโยชน์		
<b>๒. สาร</b>									
๒.๑ ความถูกต้อง	4.60	.54	มากที่สุด	4.80	.44	มากที่สุด	4.80	.44	มากที่สุด
๒.๒ ความสมบูรณ์	4.80	.44	มากที่สุด	4.80	.44	มากที่สุด	4.80	.44	มากที่สุด
๒.๓ มีจุดหมาย	4.60	.54	มากที่สุด	4.60	.54	มากที่สุด	4.60	.54	มากที่สุด
๒.๔ มีความน่าเชื่อถือ	4.80	.44	มากที่สุด	4.60	.54	มากที่สุด	4.60	.54	มากที่สุด
๒.๕ กระชับเรียบง่าย	4.80	.447	มากที่สุด	4.60	.54	มากที่สุด	4.60	.54	มากที่สุด
๒.๖ สืบค้นสะดวก	5.00	.000	มากที่สุด	4.60	.54	มากที่สุด	4.60	.54	มากที่สุด
<b>๓. ช่องทางสื่อสาร</b>									
๓.๑ สื่อมวลชน	4.60	.54	มากที่สุด	4.60	.54	มากที่สุด	4.60	.54	มากที่สุด
๓.๒ สื่อบุคคล	4.80	.44	มากที่สุด	4.60	.54	มากที่สุด	4.60	.54	มากที่สุด
๓.๓ สื่อสิ่งพิมพ์	4.60	.54	มากที่สุด	4.60	.54	มากที่สุด	4.60	.54	มากที่สุด
๓.๔ สื่อดิจิทัล	4.60	.54	มากที่สุด	4.60	.54	มากที่สุด	4.60	.54	มากที่สุด
๓.๕ สื่ออิเล็กทรอนิกส์	4.60	.54	มากที่สุด	4.60	.54	มากที่สุด	4.60	.54	มากที่สุด
<b>๔. ผู้รับสาร (Receiver)</b>									
๔.๑ กระบวนการเลือกรับสาร	4.60	.54	มากที่สุด	4.60	.54	มากที่สุด	4.60	.54	มากที่สุด
๔.๒ เทคนิคการรับสาร	4.80	.44	มากที่สุด	4.60	.54	มากที่สุด	4.60	.54	มากที่สุด
๔.๓ แนวทางการรับสาร	4.80	.44	มากที่สุด	4.60	.54	มากที่สุด	4.60	.54	มากที่สุด

ผลการประเมินรูปแบบ Smart Communicator ซึ่งมีประเด็นพิจารณาประกอบด้วย ชื่อรูปแบบ หลักการ วัตถุประสงค์ วิธีดำเนินการ องค์กร ประกอบของรูปแบบ ตัวชี้วัดความสำเร็จ จากผู้เชี่ยวชาญ ๕ ท่าน พบว่า รูปแบบ Smart Communicator มีความเหมาะสม มีความเป็นไปได้ และเป็นประโยชน์ ในระดับมากที่สุด

### ๔.๓ การนำรูปแบบไปใช้ในการพัฒนาคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

ในการจัดกิจกรรมการนำรูปแบบไปพัฒนากลุ่มเป้าหมาย ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำรูปแบบไปพัฒนา คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น ๑ แห่ง คือ องค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ระหว่างวันที่ ๗-๙ เดือนมีนาคม พ.ศ.๒๕๖๖ ณ ห้องประชุมองค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือ นายกององค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี รองนายกององค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี เลขานุการนายกององค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี รวมผู้เข้าร่วมงานทั้งสิ้น ๒๐ คน

#### ๔.๓.๑ การจัดกิจกรรมการนำรูปแบบไปพัฒนากลุ่มเป้าหมาย

ในการจัดกิจกรรมการนำรูปแบบไปพัฒนากลุ่มเป้าหมาย ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

##### ๑) ขั้นเตรียมการ

๑.๑) คัดเลือกสถานที่ที่จะทำการถ่ายทอดความรู้ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ได้คัดเลือกสถานที่คือ องค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

๑.๒) จัดทำเอกสารที่ใช้ในการพัฒนา เอกสารที่ใช้ในการพัฒนาในครั้งนี้คือ คู่มือการใช้รูปแบบ Smart Communicator

๒) ขั้นตอนติดต่อประสานงานกับกลุ่มเป้าหมายคือองค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

๒.๑) ทำหนังสือถึงนายกององค์การบริหารส่วนตำบลโคกสีเพื่อขอความอนุเคราะห์ในการถ่ายทอดองค์ความรู้

๒.๒) ทำหนังสือถึงประธานสภาองค์การบริหารส่วนตำบลโคกสีเพื่อขอความอนุเคราะห์ในการถ่ายทอดองค์ความรู้

๒.๓) เข้าพบนายกององค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี และประธานสภาองค์การบริหารส่วนตำบลโคกสีเพื่อหารือแนวทางในการนำรูปแบบไปพัฒนา โดยได้เข้าพบนายกององค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี ประธานสภาองค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี ตลอดถึงสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี และประธานสภาองค์การบริหารส่วนตำบลโคกสีเมื่อวันที่ ๖ เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๖๖ จึงได้ตกลงที่จะเข้าทำการนำรูปแบบไปพัฒนาในวันที่ ๗-๙ เดือนมีนาคม พ.ศ.๒๕๖๖ ณ ห้องประชุมองค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือ นายกององค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี ๒) รองนายกององค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี เลขานุการนายกององค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี รวมผู้เข้าร่วมงานทั้งสิ้น ๒๐ คน

๓) ขั้นตอนการพัฒนา

๓.๑) ผู้เข้าร่วมงานลงทะเบียน

๓.๒) ผู้เข้าร่วมงานรับเอกสาร

๓.๓) ผู้วิจัยดำเนินการตามวิธีดำเนินการพัฒนา ซึ่งปรากฏในคู่มือการใช้รูปแบบ ซึ่งในขั้นตอนนี้ก่อนที่จะนำคณะผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลโคกสีเข้าสู่เนื้อหานั้น ผู้วิจัยได้ทำการประเมินก่อนทำการพัฒนาด้วยการแจกแบบสอบถามให้ทำ จากนั้นจึงได้เก็บรวบรวมเพื่อนำไปวิเคราะห์เปรียบเทียบหลังจากได้รับการพัฒนาเสร็จแล้ว

๓.๔) คณะผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี ร่วมกันอภิปราย และซักถามในประเด็นที่ยังไม่เข้าใจ

๓.๕) ร่วมกันใช้ไลน์ OA ที่สร้างขึ้น และซักถามเมื่อไม่สามารถใช้งานได้



ภาพที่ ๔.๒๑ คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกลุ่มเป้าหมายนำหัวหน้าฯ ก่อนทำการฝึกอบรมตามรูปแบบ Smart Communicator



ภาพที่ ๔.๒๒ ผู้วิจัยชี้แจงคู่มือรูปแบบ Smart Communicator ก่อนจะฝึกอบรมคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกลุ่มเป้าหมาย

#### ๔.๓.๒ การประเมินผลการนำรูปแบบไปใช้ในการพัฒนา

ในขั้นตอนนี้เป็นการศึกษาผลการประเมินการใช้รูปแบบ คือ หลังจากที่รูปแบบได้ผ่านการประเมินเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำรูปแบบดังกล่าวไปพัฒนากับคณะผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย นายกองค้การบริหารส่วนตำบล รองนายกองค้การบริหารส่วนตำบล เลขานุการนายกองค้การบริหารส่วนตำบล และสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น จำนวน ๒๐ คน ซึ่งได้นำรูปแบบไปใช้ในการพัฒนา ซึ่งเป็นผลการประเมินก่อนพัฒนาและหลังการพัฒนาแล้ว ๖๐ วัน มีผลปรากฏดังนี้



ภาพที่ ๔.๒๓ ผู้วิจัยกำลังอธิบายการประเมินผลการฝึกอบรมตามรูปแบบ Smart communicator หลังจากผ่านไปแล้ว ๖๐ วัน



ภาพที่ ๔.๒๔ คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกลุ่มเป้าหมายทำแบบประเมิน และแสดงพลังของการเป็นนักสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

## ตารางที่ ๔.๑๖ แสดงผลการประเมินการใช้รูปแบบ Smart Communicator

N = ๒๐

ข้อที่	การสื่อสารทางการเมือง เพื่อพัฒนาท้องถิ่น	ระดับการปฏิบัติ					
		ก่อน			หลัง		
		μ	σ	ระดับ	μ	σ	ระดับ
<b>๑. ผู้ส่งสาร</b>							
<b>๑.๑ คุณสมบัติพื้นฐานของผู้ส่งสารในการพัฒนาท้องถิ่น</b>							
๑	มีใจรักในการช่วยเหลือสังคม	4.10	.78	มาก	4.55	.51	มากที่สุด
๒	มีใจรักในการสื่อสาร	4.30	.57	มาก	4.70	.47	มากที่สุด
๓	เรียนรู้การสื่อสารแบบใหม่อยู่เสมอ	4.30	.65	มาก	4.65	.48	มากที่สุด
๔	มีความพร้อมในการสื่อสารกับผู้อื่น	4.35	.48	มาก	4.80	.41	มากที่สุด
๕	มีความรู้เชิงลึก เช่น ความรู้เกี่ยวกับ นโยบายการพัฒนาท้องถิ่น เป็นต้น	4.55	.51	มาก	4.75	.44	มากที่สุด
๖	มีความสามารถในการส่งสารหรือถ่ายทอด สาร	4.30	.47	มาก	4.70	.47	มากที่สุด
<b>๑.๒ คุณสมบัติเฉพาะของผู้ส่งสารในการพัฒนาท้องถิ่น</b>							
๗	มีทัศนคติเชิงบวก	4.35	.48	มาก	4.80	.41	มากที่สุด
๘	มีความคิดสร้างสรรค์	4.45	.51	มาก	4.80	.41	มากที่สุด
๙	มีความรู้เกี่ยวกับการส่งสาร	4.45	.51	มาก	4.75	.44	มากที่สุด
๑๐	มีการสื่อสารเชิงบวก	4.50	.51	มาก	4.80	.41	มากที่สุด
<b>๑.๓ คุณสมบัติจำเป็นของผู้ส่งสารในการพัฒนาท้องถิ่น</b>							
๑๑	มีภาวะผู้นำ	4.35	.48	มาก	4.55	.51	มากที่สุด
๑๒	มีสติคิดก่อนพูด	4.30	.47	มาก	4.45	.51	มาก
๑๓	มีการตัดสินใจเด็ดขาด	4.25	.44	มาก	4.40	.50	มาก
๑๔	มีการจัดการอารมณ์	4.25	.71	มาก	4.45	.51	มาก
<b>๒. สาร</b>							
<b>๒.๑ ความถูกต้อง</b>							
๑	สื่อสารด้วยเนื้อหาที่เป็นข้อเท็จจริง	4.30	.65	มาก	4.75	.44	มากที่สุด
๒	เนื้อหาที่สื่อสารสามารถพิสูจน์ได้	4.20	.76	มาก	4.55	.51	มากที่สุด
<b>๒.๒ ความสมบูรณ์</b>							
๓	เนื้อหาที่สื่อสารตอบสนองความต้องการ ของผู้รับสาร	4.20	.69	มาก	4.40	.50	มาก
๔	แสดงข้อมูลสำคัญในเนื้อหาของสาร	4.15	.81	มาก	4.55	.51	มากที่สุด
<b>๒.๓ มีจุดหมาย</b>							
๕	ใช้เนื้อหาสารสื่อให้ผู้รับสารรับรู้และเข้าใจ	4.15	.81	มาก	4.50	.51	มาก

## (ต่อ) ตารางที่ ๔.๑๖ แสดงผลการประเมินการใช้รูปแบบ Smart Communicator

N = ๒๐

ข้อที่	การสื่อสารทางการเมือง เพื่อพัฒนาท้องถิ่น	ระดับการปฏิบัติ					
		ก่อน			หลัง		
		μ	σ	ระดับ	μ	σ	ระดับ
๖	เนื้อหาสาระมีใจความสำคัญ	3.90	.64	มาก	4.30	.47	มาก
<b>๒.๔ มีความน่าเชื่อถือ</b>							
๗	เนื้อหาสาระที่สื่อสารมีความน่าไว้วางใจ	4.10	.71	มาก	4.35	.48	มาก
๘	เนื้อหาสาระที่สื่อสารมีความปรารถนาดีต่อผู้รับสาร	4.15	.67	มาก	4.45	.51	มาก
<b>๒.๕ กระชับเรียบง่าย</b>							
๙	เนื้อหาสาระที่สื่อสารเข้าใจง่าย	4.05	.60	มาก	4.35	.48	มาก
๑๐	เนื้อหาสาระที่สื่อสารไม่คลุมเครือ	4.30	.73	มาก	4.55	.75	มาก
<b>๒.๖ สืบค้นสะดวก</b>							
๑๑	เนื้อหาสาระที่สื่อสารสืบค้นได้อย่างรวดเร็ว	4.15	.67	มาก	4.40	.50	มาก
๑๒	เนื้อหาสาระเอื้อต่อการสืบค้น	3.65	1.22	มาก	3.90	.91	มาก
<b>๓. ช่องทางสื่อสาร</b>							
<b>๓.๑ สื่อมวลชน</b>							
๑	ติดตามข้อมูลการพัฒนาท้องถิ่นจากวิทยุชุมชน	4.50	.60	มากที่สุด	4.80	.41	มากที่สุด
๒	ติดตามข้อมูลการพัฒนาท้องถิ่นจากโทรทัศน์	4.50	.60	มากที่สุด	4.80	.41	มากที่สุด
<b>๓.๒ สื่อบุคคล</b>							
๓	การเป็นนักบริหารมืออาชีพ : ปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายเต็มความสามารถ	4.30	.65	มาก	4.50	.68	มากที่สุด
๔	การเป็นสัญลักษณ์ของท้องถิ่น : มีความรับผิดชอบมีการจัดบริการสาธารณะเพื่อให้ประชาชนอยู่ดีมีสุข	4.55	.51	มากที่สุด	4.75	.44	มากที่สุด
๕	การเป็นแบบอย่างประชาธิปไตย : ส่งเสริมการมีส่วนร่วม ให้ประชาชนเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร และสิทธิที่พึงได้รับ	4.45	.51	มาก	4.70	.47	มากที่สุด
๖	บริหารงานตามหลักธรรมาภิบาล : บริหารงานให้เกิดประโยชน์สุขแก่ประชาชน	4.45	.51	มาก	4.70	.47	มากที่สุด



## (ต่อ) ตารางที่ ๔.๑๖ แสดงผลการประเมินการใช้รูปแบบ Smart Communicator

N = ๒๐

ข้อที่	การสื่อสารทางการเมือง เพื่อพัฒนาท้องถิ่น	ระดับการปฏิบัติ					
		ก่อน			หลัง		
		μ	σ	ระดับ	μ	σ	ระดับ
<b>๓.๓ สื่อสิ่งพิมพ์</b>							
๗	มีการจัดทำแผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์ ข้อมูลการพัฒนาท้องถิ่น	4.45	.51	มาก	4.70	.47	มากที่สุด
๘	มีการจัดทำวารสารเพื่อประชาสัมพันธ์ ข้อมูลการพัฒนาท้องถิ่น	1.35	.48	น้อย ที่สุด	1.55	.51	น้อย
๙	มีการจัดทำรายงานประจำปีเพื่อสรุปข้อมูล การพัฒนาท้องถิ่น	4.45	.51	มาก	4.75	.44	มากที่สุด
๑๐	ติดตามข้อมูลการพัฒนาท้องถิ่นจาก หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	4.40	.50	มาก	4.55	.51	มากที่สุด
<b>๓.๔ สื่อดิจิทัล</b>							
๑๑	ติดตามข้อมูลข่าวสารการพัฒนาท้องถิ่น จากเว็บไซต์	4.45	.51	มาก	4.70	.47	มากที่สุด
๑๒	ติดตามข้อมูลข่าวสารการพัฒนาท้องถิ่น จากเฟซบุ๊ก	4.50	.51	มาก ที่สุด	4.75	.44	มากที่สุด
๑๓	ติดตามข้อมูลข่าวสารการพัฒนาท้องถิ่น จากไลน์	4.55	.51	มาก ที่สุด	4.75	.44	มากที่สุด
๑๔	ติดตามข้อมูลข่าวสารการพัฒนาท้องถิ่น จากยูทูบ	4.45	.51	มาก	4.70	.47	มากที่สุด
<b>๓.๕ สื่ออิเล็กทรอนิกส์</b>							
๑๕	ใช้โทรศัพท์ในการติดต่อสื่อสารการพัฒนา ท้องถิ่น	4.35	.98	มาก	4.50	.08	มากที่สุด
๑๖	ใช้หอกระจายข่าวในการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลการพัฒนาท้องถิ่น	4.30	.50	มาก	4.50	.76	มากที่สุด
<b>๔. ผู้รับสาร (Receiver)</b>							
<b>๔.๑ การเลือกรับสาร</b>							
๑	ก่อนที่จะตัดสินใจเชื่อในข้อมูลข่าวสารท่าน ได้ไตร่ตรองก่อนแล้วค่อยเชื่อ	4.50	.51	มาก ที่สุด	4.65	.48	มากที่สุด
๒	ก่อนที่จะให้ความสนใจในข้อมูลข่าวสาร ท่านได้ไตร่ตรองอย่างดี	4.30	.47	มาก	4.45	.51	มาก

## (ต่อ) ตารางที่ ๔.๑๖ แสดงผลการประเมินการใช้รูปแบบ Smart Communicator

N = ๒๐

ข้อที่	การสื่อสารทางการเมือง เพื่อพัฒนาท้องถิ่น	ระดับการปฏิบัติ					
		ก่อน			หลัง		
		$\mu$	$\sigma$	ระดับ	$\mu$	$\sigma$	ระดับ
๓	เลือกรับรู้และตีความหมายข้อมูล ข่าวสารบางเรื่องเท่านั้น	4.35	.81	มาก	4.55	.75	มากที่สุด
๔	จะจดจำข้อมูลข่าวสารที่สนใจเท่านั้น	4.40	.50	มาก	4.55	.51	มากที่สุด
<b>๔.๔ เทคนิคการรับสาร</b>							
๕	มีการเตรียมตัวเพื่อรับข้อมูลข่าวสาร	4.30	.57	มาก	4.55	.51	มากที่สุด
๖	เลือกสรรที่จะรับข้อมูลข่าวสาร	4.55	.51	มาก	4.70	.47	มากที่สุด
๗	มีความมุ่งมั่นตั้งใจในการรับข้อมูล ข่าวสาร	4.40	.50	มาก	4.70	.47	มากที่สุด
๘	ไม่มีอคติในการรับข้อมูลข่าวสาร	4.35	.48	มาก	4.50	.51	มาก
<b>๔.๕ แนวทางการรับสาร</b>							
๙	รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อที่มองเห็นและ สื่อที่ได้ยินเสียง	4.40	.50	มาก	4.70	.47	มากที่สุด
๑๐	มีการประเมินค่าของข้อมูลข่าวสาร	4.20	.41	มาก	4.35	.48	มาก
๑๑	รวบรวมความคิดและข้อมูลที่ได้จากการ รับสารมาเรียบเรียงอย่างเป็นระบบ	3.90	.64	มาก	4.30	.47	มาก
๑๒	รู้จักสรุปเนื้อหาสาระที่ได้เป็นความคิด รวบยอด เพื่อถ่ายทอดการนำไปใช้	3.75	.78	มาก	4.20	.41	มาก
	ภาพรวม	4.17	.09	มาก	4.41	.07	มาก

จากตารางที่ ๔.๑๔ พบว่า โดยภาพรวมคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกลุ่มเป้าหมาย มีการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นก่อนได้รับการพัฒนาตามรูปแบบ Smart Communicator อยู่ในระดับมาก ( $\mu = ๔.๑๗$ ) หลังได้รับการพัฒนาตามรูปแบบ Smart Communicator โดยภาพอยู่ในระดับมาก ( $\mu = ๔.๔๑$ ) เช่นเดียวกัน แต่มีค่าเฉลี่ยสูงขึ้นชัดเจน

นอกจากนั้นพบว่า

๑) องค์ประกอบของการสื่อสารด้าน **ผู้ส่งสาร** มีผลก่อนหลังการพัฒนาตามรูปแบบ ปรากฏดังนี้

องค์ประกอบที่ ๑ คุณสมบัติพื้นฐานของผู้ส่งสารในการพัฒนาท้องถิ่น พบว่า การมีความพร้อมในการสื่อสารกับผู้อื่นมีค่าเฉลี่ยสูงขึ้นชัดเจนเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ มีความรู้เชิงลึก เช่น ความรู้

เกี่ยวกับข้อมูลการพัฒนาท้องถิ่น เป็นต้น ส่วนมีใจรักในการช่วยเหลือสังคม มีค่าเฉลี่ยสูงขึ้นเป็นลำดับสุดท้าย

องค์ประกอบที่ ๒ คุณสมบัติเฉพาะของผู้ส่งสารในการพัฒนาท้องถิ่น พบว่า มีทัศนคติเชิงบวก มีความคิดสร้างสรรค์ และมีกลยุทธ์การสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยสูงขึ้นชัดเจนเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ มีความรู้เกี่ยวกับการส่งสาร

องค์ประกอบที่ ๓ คุณสมบัติจำเป็นของผู้ส่งสารในการพัฒนาท้องถิ่น พบว่า มีภาวะผู้นำ มีค่าเฉลี่ยสูงขึ้นชัดเจนเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ มีสติคิดก่อนพูด มีการจัดการอารมณ์ ส่วนมีการตัดสินใจเด็ดขาด มีค่าเฉลี่ยสูงขึ้นเป็นลำดับสุดท้าย

๒) องค์ประกอบของการสื่อสารด้าน **สาร** มีผลก่อนหลังการพัฒนาตามรูปแบบ ปรากฏดังนี้

องค์ประกอบที่ ๑ ความถูกต้อง พบว่า การสื่อสารด้วยเนื้อหาที่เป็นข้อเท็จจริงมีค่าเฉลี่ยสูงขึ้นชัดเจนเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ เนื้อหาที่สื่อสารสามารถพิสูจน์ได้

องค์ประกอบที่ ๒ ความสมบูรณ์ พบว่า แสดงข้อมูลสำคัญในเนื้อหาของสาร มีค่าเฉลี่ยสูงขึ้นชัดเจนเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ เนื้อหาที่สื่อสารตอบสนองความต้องการของผู้รับสาร

องค์ประกอบที่ ๓ มีจุดหมาย พบว่า ใช้เนื้อหาสารสื่อให้ผู้รับสารรับรู้และเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยสูงขึ้นชัดเจนเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ เนื้อหาสารมีใจความสำคัญ

องค์ประกอบที่ ๔ มีความน่าเชื่อถือ พบว่า เนื้อหาสารที่สื่อสารมีความปรารถนาดีต่อผู้รับสาร มีค่าเฉลี่ยสูงขึ้นชัดเจนเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ เนื้อหาสารที่สื่อสารมีความน่าไว้วางใจ

องค์ประกอบที่ ๕ กระชับเรียบง่าย พบว่า เนื้อหาสารที่สื่อสารไม่คลุมเครือ มีค่าเฉลี่ยสูงขึ้นชัดเจนเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ เนื้อหาสารที่สื่อสารเข้าใจง่าย

องค์ประกอบที่ ๖ สืบค้นสะดวก พบว่า เนื้อหาสารที่สื่อสารสืบค้นได้อย่างรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยสูงขึ้นชัดเจนเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ เนื้อหาสารที่สื่อสารเอื้อต่อการสืบค้น

๓) องค์ประกอบของการสื่อสารด้าน **ช่องทางการสื่อสาร** มีผลก่อนหลังการพัฒนาตามรูปแบบ ปรากฏดังนี้

องค์ประกอบที่ ๑ สื่อมวลชน พบว่า การติดตามข้อมูลการพัฒนาท้องถิ่นจากวิทยุชุมชน มีค่าเฉลี่ยสูงขึ้นชัดเจนเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ การติดตามข้อมูลการพัฒนาท้องถิ่นจากโทรทัศน์

องค์ประกอบที่ ๒ สื่อบุคคล พบว่า การเป็นสัญลักษณ์ของท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ยสูงขึ้นชัดเจนเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ การเป็นแบบอย่างประชาธิปไตย การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาล ส่วนการเป็นนักบริหารมืออาชีพ มีค่าเฉลี่ยสูงขึ้นเป็นลำดับสุดท้าย

องค์ประกอบที่ ๓ สื่อสิ่งพิมพ์ พบว่า มีการจัดทำรายงานประจำปีเพื่อสรุปข้อมูลการพัฒนาท้องถิ่นมีค่าเฉลี่ยสูงขึ้นชัดเจนเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ มีการจัดทำแผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลการพัฒนาท้องถิ่น ติดตามข้อมูลการพัฒนาท้องถิ่นจากหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ส่วนมีการจัดทำวารสารเพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลการพัฒนาท้องถิ่นมีค่าเฉลี่ยสูงขึ้นเป็นลำดับสุดท้าย

องค์ประกอบที่ ๔ สื่อดิจิทัล พบว่า ติดตามข้อมูลข่าวสารการพัฒนาท้องถิ่นจากเฟซบุ๊ก ติดตามข้อมูลข่าวสารการพัฒนาท้องถิ่นจากไลน์ มีค่าเฉลี่ยสูงขึ้นชัดเจนเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ ติดตามข้อมูลข่าวสารการพัฒนาท้องถิ่นจากเว็บไซต์ ติดตามข้อมูลข่าวสารการพัฒนาท้องถิ่นจากยูทูบ

องค์ประกอบที่ ๕ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ใช้โทรศัพท์ในการติดต่อสื่อสารการพัฒนาท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ยสูงขึ้นชัดเจนเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ ใช้หอกระจายข่าวในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการพัฒนาท้องถิ่น

๔) องค์ประกอบของการสื่อสารด้าน ผู้รับสาร มีผลก่อนหลังการพัฒนาตามรูปแบบ ปรากฏดังนี้

องค์ประกอบที่ ๑ การเลือกรับสาร พบว่า ก่อนที่จะตัดสินใจเชื่อในข้อมูลข่าวสารท่านได้ ไตร่ตรองก่อนแล้วค่อยเชื่อ มีค่าเฉลี่ยสูงขึ้นชัดเจนเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ เลือกรับรู้และตีความหมายข้อมูลข่าวสารบางเรื่องเท่านั้นและจะจดจำข้อมูลข่าวสารที่สนใจเท่านั้น ส่วนก่อนที่จะให้ความสนใจในข้อมูลข่าวสารท่านได้ไตร่ตรองอย่างดีมีค่าเฉลี่ยสูงขึ้นเป็นลำดับสุดท้าย

องค์ประกอบที่ ๒ เทคนิคการรับสาร พบว่า การเลือกสรรที่จะรับข้อมูลข่าวสารกับมีความมุ่งมั่น ตั้งใจในการรับข้อมูลข่าวสาร มีค่าเฉลี่ยสูงขึ้นชัดเจนเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ มีการเตรียมตัวเพื่อรับข้อมูลข่าวสาร ส่วนไม่มีอคติในการรับข้อมูลข่าวสาร มีค่าเฉลี่ยสูงขึ้นเป็นลำดับสุดท้าย

องค์ประกอบที่ ๓ แนวทางการรับสาร พบว่า รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อที่มองเห็นและสื่อที่ได้ยินเสียง มีค่าเฉลี่ยสูงขึ้นชัดเจนเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ ประเมินค่าของข้อมูลข่าวสาร รวบรวมความคิด และข้อมูลที่ได้จากการรับสารมาเรียบเรียงให้เป็นระบบ ส่วนรู้จักสรุปเนื้อหาสาระที่ได้เป็นความคิดรวบยอด เพื่อถ่ายทอดการนำไปใช้ มีค่าเฉลี่ยสูงขึ้นเป็นลำดับสุดท้าย

จากผลการวิจัย แสดงให้เห็นว่าคณะผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น มีค่าเฉลี่ยการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นหลังได้รับการพัฒนาตามรูปแบบ Smart Communicator สูงกว่าก่อนได้รับการพัฒนาอย่างชัดเจน

## ตารางที่ ๔.๑๗ แสดงผลการประเมินการใช้ ไลน์ OA

N = ๒๐

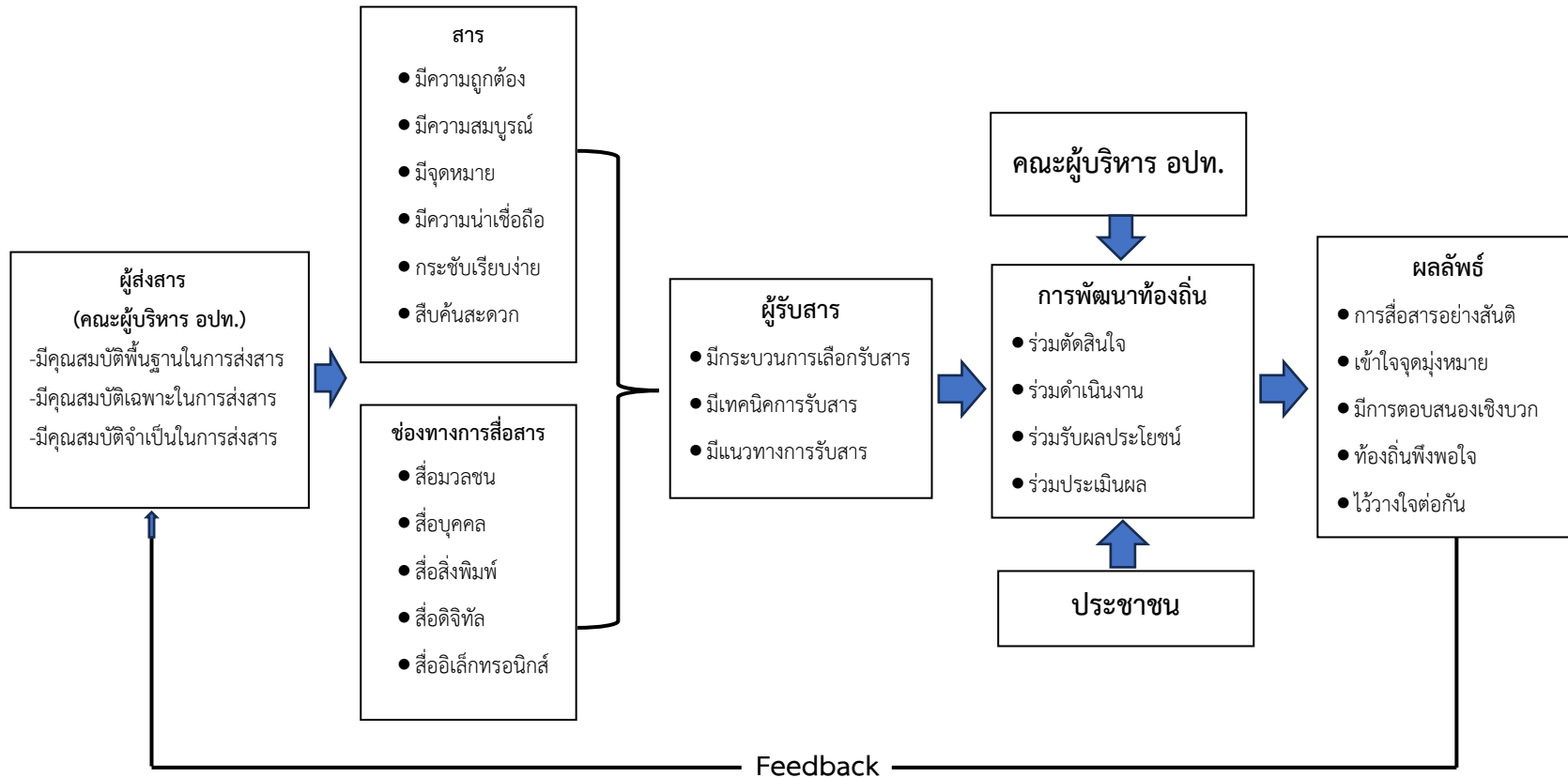
ข้อ ที่	การสื่อสารทางการเมือง เพื่อพัฒนาท้องถิ่น	ระดับการปฏิบัติ					
		ก่อน			หลัง		
		μ	σ	ระดับ	μ	σ	ระดับ
๑	รายละเอียดของการฝึกอบรมตาม หลักสูตรมีความสอดคล้องกับลักษณะ งานที่ท่านปฏิบัติ	4.50	.51	มากที่สุด	4.65	.48	มากที่สุด
๒	เนื้อหาในการฝึกอบรมตรงตามความ ต้องการ และความสนใจ	4.30	.47	มาก	4.45	.51	มาก
๓	ความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ ของวิทยากรบรรยายในการถ่ายทอด ความรู้ แก่ผู้เข้าฝึกอบรม	4.35	.81	มาก	4.55	.75	มากที่สุด
๔	แนวความคิดใหม่ๆที่ท่านได้รับจากการ เข้าฝึกอบรมครั้งนี้สามารถนำไปปรับใช้ กับงานที่ปฏิบัติได้	4.40	.50	มาก	4.55	.51	มากที่สุด
๕	เทคนิคใหม่ๆที่ท่านได้รับจากการเข้า ฝึกอบรมครั้งนี้สามารถนำไปปรับใช้กับ งานที่ปฏิบัติได้	4.35	.48	มาก	4.80	.41	มากที่สุด
๖	ไลน์ OA สามารถทำให้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร การพัฒนาท้องถิ่นได้เร็วขึ้น	4.45	.51	มาก	4.80	.41	มากที่สุด
๗	ไลน์ OA สามารถทำให้เกิดความสนใจใน การติดตามข้อมูลข่าวสารการพัฒนา ท้องถิ่นตลอดถึงเรื่องอื่นๆ ของ อบต.	4.45	.51	มาก	4.75	.44	มากที่สุด
๘	ข้อมูลจาก ไลน์ OA มีความน่าเชื่อถือ เพราะส่งตรงจาก อบต.	4.50	.51	มากที่สุด	4.80	.41	มากที่สุด
๙	ข้อมูลในไลน์ OA ครอบคลุมส่วนงานของ อบต.	4.35	.48	มาก	4.80	.41	มากที่สุด
๑๐	ไลน์ OA ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการ ติดต่อประสานงานกันในพื้นที่ อบต.	4.45	.51	มาก	4.80	.41	มากที่สุด
	รวม	4.41	.08	มาก	4.68	.06	มากที่สุด

จากตารางที่ ๔.๒๓ แสดงผลการประเมินการใช้ ไลน์ OA พบว่า ก่อนการพัฒนาการใช้ไลน์ OA คณะผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่นมีค่าเฉลี่ยระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อได้รับการพัฒนาการใช้ไลน์ OA แล้ว พบว่า คณะผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่นมีค่าเฉลี่ยระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เทคนิคใหม่ๆ ที่ท่านได้รับจากการเข้าฝึกอบรมครั้งนี้สามารถนำไปปรับใช้กับงานที่ปฏิบัติได้ ไลน์ OA สามารถทำให้รับรู้ข้อมูลข่าวสารการพัฒนาท้องถิ่นได้เร็วขึ้น ข้อมูลจาก ไลน์ OA มีความน่าเชื่อถือเพราะส่งตรงจาก อบต. ข้อมูลในไลน์ OA ครอบคลุมส่วนงานของ อบต. และไลน์ OA ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการติดต่อประสานงานกันในพื้นที่ อบต. มีค่าเฉลี่ยสูงขึ้นหลังการพัฒนาเป็นลำดับที่หนึ่ง รองลงมาคือ ไลน์ OA สามารถทำให้เกิดความสนใจในการติดตามข้อมูลข่าวสารการพัฒนาท้องถิ่นตลอดถึงเรื่องอื่นๆ ของ อบต. ส่วนเนื้อหาวิชาการในการฝึกอบรมตรงตามความต้องการ และความสนใจ มีค่าเฉลี่ยสูงขึ้นหลังการพัฒนาเป็นลำดับสุดท้าย

#### ๔.๔ องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

การศึกษาการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น ค้นพบองค์ความรู้ใหม่คือ ผู้ส่งสารในครั้งนี้คือคณะผู้บริหารองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น ซึ่งได้รับการพัฒนา ๓ ด้านคือ มีคุณสมบัติพื้นฐานในการส่งสาร มีคุณสมบัติเฉพาะในการส่งสาร มีคุณสมบัติจำเป็นในการส่งสาร โดยที่สารที่จะส่งนั้นจะต้องมีความถูกต้อง มีความสมบูรณ์ มีจุดหมาย มีความน่าเชื่อถือ กระชับเรียบง่าย สืบค้นสะดวก ในขณะที่ช่องทางการสื่อสารจะต้องเลือกให้เหมาะสมว่าจะใช้ช่องทางใดกล่าวคือ สื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อดิจิทัล สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และผู้รับสารก็จะต้องมีกระบวนการเลือกรับสาร มีเทคนิคการรับสาร มีแนวทางการรับสาร ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นร่วมกันระหว่างคณะผู้บริหารองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นกับประชาชน ประกอบด้วย ร่วมตัดสินใจ ร่วมดำเนินงาน ร่วมรับผลประโยชน์ และร่วมประเมินผล ผลลัพธ์ที่ตามมาจากการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นคือ การสื่อสารอย่างสันติ เข้าใจจุดมุ่งหมาย มีการตอบสนองเชิงบวก ท้องถิ่นพึงพอใจ ไว้วางใจต่อกัน และอาจมีผลสะท้อนกลับไปยังผู้ส่งสารอีกครั้ง ปรากฏดังแผนภาพที่ ๔.๓



ภาพที่ ๔.๒๕ แสดงองค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

## บทที่ ๕

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพ ปัญหา อุปสรรค และปัจจัยเงื่อนไขที่มีผลต่อการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น เพื่อพัฒนารูปแบบการพัฒนาการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น และเพื่อประเมินรูปแบบการสื่อสารทางการเมืองของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น ผลการสรุปการศึกษา อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ สามารถนำเสนอตามลำดับคือ

#### ๕.๑ สรุปผลการศึกษา

๕.๑.๑ สภาพ ปัญหาอุปสรรค และปัจจัยเงื่อนไขที่มีผลต่อการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

๑) สภาพการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น พบว่า

(๑) กระบวนการสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

กระบวนการสื่อสารเป็นการส่งผ่านข้อมูล การแลกเปลี่ยนความคิด เป็นกระบวนการที่บุคคลสองฝ่าย แบ่งปันความหมายให้กันและกันได้ทราบ เพื่อให้มีความคิดตรงกันในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ในการสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น มีสภาพเป็นกระบวนการที่เชื่อมโยงกันเพื่อนำส่งข้อมูลอย่างเป็นระบบตามแนวคิดของเดวิด เค เบอร์โล (David K. Berlo) ๔ ประการคือ ผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสาร

(๒) ลักษณะการสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

(๒.๑) เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการสื่อสาร

(๒.๒) มีการผลิตสื่อในท้องถิ่น

(๒.๓) ทำการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

(๒.๔) มีการสื่อสารตามนโยบาย กล่าวคือ



(๓) ประเภทของสื่อที่ใช้ในการพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

- (๓.๑) สื่อมวลชน
- (๓.๒) สื่อบุคคล
- (๓.๓) สื่อพื้นบ้าน
- (๓.๔) สื่อดิจิทัล

๒) ปัญหาอุปสรรคการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น พบว่า

(๑) ผู้ส่งสาร (Sender) ได้แก่ คณะผู้บริหารองค์กรปกครองท้องถิ่นซึ่งได้รับการเลือกตั้งจากชาวบ้านในท้องถิ่น ยังมีปัญหาอุปสรรคในการสื่อสารคือ

(๑.๑) คณะผู้บริหารองค์กรปกครองท้องถิ่นขาดความรู้ความเข้าใจและข้อมูลเกี่ยวกับสารที่ต้องการจะสื่อ

(๑.๒) การสื่อสารในบางเรื่องมีวิธีการถ่ายทอดและการนำเสนอที่ไม่เหมาะสม

(๑.๓) มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อการส่งสาร

(๑.๔) คณะผู้บริหารองค์กรปกครองท้องถิ่นขาดความพร้อมในการส่งสาร

(๑.๕) คณะผู้บริหารองค์กรปกครองท้องถิ่นมีความบกพร่องในการวิเคราะห์ผู้รับสาร

(๒) เนื้อหาของสาร (Message)

สามารถรวบรวมปัญหาได้คือ

(๒.๑) สารไม่เหมาะสมกับผู้รับสาร อาจยากหรือง่ายเกินไป

(๒.๒) สารขาดการจัดลำดับที่ดี สลับซับซ้อน

(๒.๓) สารมีรูปแบบแปลกใหม่ยากต่อความเข้าใจ

(๒.๔) สารที่ใช้ภาษาคลุ่มเครือ ขาดความชัดเจน

(๓) ช่องทางการสื่อสาร (Channel)

เมื่อพิจารณาพบว่า

(๓.๑) การใช้ช่องทางสื่อสารไม่เหมาะสมกับสารที่ต้องการนำเสนอ เช่น เมื่อมีเหตุด่วน เหตุร้ายที่เกิดขึ้นในชุมชนควรใช้หอกระจายเพื่อประกาศให้รับทราบทันที ไม่ควรแจ้งในไลน์กลุ่มอย่างเดียวเพราะบางคนเปิดอ่านช้ากว่าจะทราบข่าวก็ทำให้ผ่านเหตุการณ์สำคัญนั้นไป

(๓.๒) การใช้ช่องทางสื่อสารไม่มีประสิทธิภาพ เช่น ชุมชนมีช่องทางสื่อสารสำหรับร้องเรียน ร้องทุกข์คือไลน์กลุ่ม แทนที่จะเอาไว้ติดต่องานอย่างเดียวแต่กลับส่งข้อมูลไม่เกี่ยวข้องลงไปในกลุ่ม

**(๔) ผู้รับสาร (Receiver)**

พบปัญหาของผู้รับสารคือ

- (๔.๑) ขาดความรู้ในสารที่จะรับ
- (๔.๒) ขาดความพร้อมที่จะรับสาร
- (๔.๓) ผู้รับสารมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อผู้ส่งสาร
- (๔.๔) ผู้รับสารมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสาร
- (๔.๕) ผู้รับสารมีความคาดหวังในการสื่อสารสูงเกินไป

นอกจากนั้นปัญหาอุปสรรคของการสื่อสารในภาพรวมของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองท้องถิ่น พบว่า

(๑) มืดคิดกับเรื่องส่วนตัวของประชาชน กล่าวคือ ผู้บริหารองค์กรปกครองท้องถิ่นบางคนแยกไม่ได้ว่าอันไหนคือเรื่องส่วนตัวเมื่อเกิดความรู้สึกไม่ชอบทัศนคติบางอย่างของคนในชุมชน ทำให้รู้สึกที่ไม่อยากพูดกับคน ๆ นั้นแม้กระทั่งในเวลาทำงานร่วมกันก็ตาม

(๒) ไม่ยอมเปิดใจให้กว้าง กล่าวคือ ปัญหาของการสื่อสารเพื่อพัฒนาท้องถิ่นอาจไม่ได้เกิดจากผู้นำชุมชนฝ่ายเดียวแต่อาจเกิดจากผู้บริหารองค์กรปกครองท้องถิ่นที่ไม่ยอมเปิดใจยอมรับความแตกต่างระหว่างบุคคล จึงไม่สามารถทำงานประสานกันได้

(๓) ไม่ยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น กล่าวคือ การยอมรับฟังความคิดเห็นของคนอื่น เป็นสิ่งที่ทำให้แนวคิดในการทำงานมีความหลากหลาย และมีความเป็นเสรีทางความคิดมากขึ้น เมื่อประชาชนแสดงความคิดเห็นใด ๆ ก็ตามผู้บริหารองค์กรปกครองท้องถิ่นต้องเคารพความคิดเห็นของเขา

(๔) ไม่ยอมพูดความจริง กล่าวคือ ผู้บริหารองค์กรปกครองท้องถิ่นไม่ยอมมีการว่ากล่าวตักเตือนคณะผู้บริหารท้องถิ่นด้วยกันเมื่อกระทำความผิด เท่ากับว่าเป็นการปล่อยปะละเลยหรือเท่ากับว่าเป็นการส่งเสริมให้เขาทำงานผิดโดยไม่แนะนำวิธีแก้ปัญหาก็ถูกต้อง

(๕) ปัญหาการปล่อยข่าวลือ การโจมตี ใส่ร้ายป้ายสี ทำให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับทัศนคติของประชาชนในชุมชนที่มีต่อคณะผู้บริหารท้องถิ่นกล่าวคือ โดยคณะผู้บริหารท้องถิ่นเกือบทั้งหมดใช้สื่อบุคคลในการแก้ไขปัญหาด้วยการใช้ตนเองและทีมงานอธิบาย ชี้แจงข้อเท็จจริงแสดงให้เห็นถึงความเชื่อมั่นในคุณสมบัติของสื่อบุคคลที่มีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ

**๓) ปัจจัยเงื่อนไขที่มีผลต่อการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น**

- (๑) ทัศนคติ เป็นปัจจัยสำคัญต่อปัญหาการสื่อสารภายในชุมชน
- (๒) ทักษะในการสื่อสาร ผู้บริหารท้องถิ่นที่มีทักษะในการสื่อสารที่ดีนั้นคนในทีมจะรับรู้ถึงความคาดหวังและความต้องการทำงานด้วย
- (๓) ความรู้ ผู้ส่งสารที่มีความรู้ดีย่อมสื่อสารได้ดีมีประสิทธิผล

(๔) สถานภาพทางสังคม ตำแหน่ง บทบาทหน้าที่ทางสังคมก็เป็นหนึ่งปัจจัยที่จะทำให้ การสื่อสารของผู้บริหารท้องถิ่นเปลี่ยนแปลงไปในทางบวกได้

(๕) ปัจจัยของสาร สารคือเรื่องราวที่มีความหมายและแสดงออกมาโดยอาศัยภาษา หรือสัญลักษณ์ใด ๆ ก็ตามที่สามารถทำให้เกิดการรับรู้ร่วมกันได้ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารจะเป็นตัวเร้า ให้ผู้รับสารเกิดความรู้ความหมายและมีปฏิกิริยาตอบสนอง เป็นการถ่ายทอดความคิด ความรู้สึก ความ ต้องการ ข่าวสาร และวัตถุประสงค์ของตน

(๖) ปัจจัยของสื่อ สื่อคือช่องทางหรือพาหนะที่นำหรือพาสารไปยังผู้รับสาร ประสิทธิภาพของสื่อย่อมมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการสื่อสาร

**๕.๑.๒ รูปแบบการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น**

**๑) ผลการศึกษาองค์ประกอบและตัวบ่งชี้**

**องค์ประกอบที่ ๑ ผู้ส่งสาร (Sender)**

มี ๓ องค์ประกอบหลัก ดังนี้

(๑) คุณสมบัติพื้นฐานของผู้ส่งสารในการพัฒนาท้องถิ่น มี ๖ องค์ประกอบย่อย คือ

- (๑.๑) มีใจรักในการช่วยเหลือสังคม
- (๑.๒) มีใจรักในการสื่อสาร
- (๑.๓) เรียนรู้การสื่อสารแบบใหม่อยู่เสมอ
- (๑.๔) มีความพร้อมในการสื่อสารกับผู้อื่น
- (๑.๕) มีความรู้เชิงลึก
- (๑.๖) มีความสามารถในการส่งสารหรือถ่ายทอดสาร

(๒) คุณสมบัติเฉพาะของผู้ส่งสารในการพัฒนาท้องถิ่นมี ๔ องค์ประกอบย่อย คือ

- (๒.๑) ทักษะคติเชิงบวก
- (๒.๒) ความคิดสร้างสรรค์
- (๒.๓) ความรู้เกี่ยวกับการส่งสาร
- (๒.๔) กลยุทธ์การสื่อสาร

(๓) คุณสมบัติจำเป็นของผู้ส่งสารในการพัฒนาท้องถิ่น มี ๔ องค์ประกอบย่อย คือ

- (๓.๑) มีภาวะผู้นำ
- (๓.๒) มีสติคิดก่อนพูด
- (๓.๓) มีการตัดสินใจเด็ดขาด
- (๓.๔) มีการจัดการอารมณ์

## องค์ประกอบที่ ๒ สารหรือข่าวสาร (Message)

มี ๖ องค์ประกอบหลัก ดังนี้

- (๑) ความถูกต้อง มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ
  - (๑.๑) เป็นข้อเท็จจริง
  - (๑.๒) สามารถพิสูจน์ได้
- (๒) ความสมบูรณ์ มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ
  - (๒.๑) ตอบสนองความต้องการ
  - (๒.๒) แสดงข้อมูลสำคัญ
- (๓) มีจุดหมาย มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ
  - (๓.๑) สื่อให้รับรู้และเข้าใจ
  - (๓.๒) มีใจความสำคัญ
- (๔) มีความน่าเชื่อถือ มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ
  - (๔.๑) ความน่าไว้วางใจ
  - (๔.๒) ความปรารถนาดี
- (๕) กระชับเรียบง่าย มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ
  - (๕.๑) เข้าใจง่าย
  - (๕.๒) ไม่คลุมเครือ
- (๖) สืบค้นสะดวก มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ
  - (๖.๑) สืบค้นได้อย่างรวดเร็ว
  - (๖.๒) มีระบบเอื้อต่อการสืบค้น

## องค์ประกอบที่ ๓ ช่องทางสื่อสาร (Channel)

มี ๕ องค์ประกอบหลัก ดังนี้

- (๑) สื่อมวลชน มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ
  - (๑.๑) วิทยุชุมชน
  - (๑.๒) โทรทัศน์
- (๒) สื่อบุคคล มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ
  - (๒.๑) การเป็นนักบริหารมืออาชีพ
  - (๒.๒) การเป็นสัญลักษณ์ของท้องถิ่น
  - (๒.๓) การเป็นแบบอย่างประชาธิปไตย
  - (๒.๔) บริหารงานตามหลักธรรมาภิบาล

(๓) สื่อสิ่งพิมพ์ มี ๔ องค์ประกอบย่อย คือ

- (๓.๑) แผ่นพับ
- (๓.๒) วารสาร
- (๓.๓) รายงานประจำปี
- (๓.๔) หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

(๔) สื่อดิจิทัล มี ๔ องค์ประกอบย่อย คือ

- (๔.๑) เว็บไซต์
- (๔.๒) เฟซบุ๊ก
- (๔.๓) ไลน์
- (๔.๔) ยูทูป

(๕) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ

- (๕.๑) โทรศัพท์
- (๕.๒) หอกระจายข่าว

#### องค์ประกอบที่ ๔ ผู้รับสาร (Receiver)

มี ๓ องค์ประกอบหลัก ดังนี้

(๑) กระบวนการเลือกรับสาร มี ๔ องค์ประกอบย่อย คือ

- (๑.๑) การเลือกเปิดรับ
- (๑.๒) การเลือกให้ความสนใจ
- (๑.๓) การเลือกรับรู้และตีความหมาย
- (๑.๔) การเลือกจดจำ

(๒) เทคนิคการรับสาร มี ๔ องค์ประกอบย่อย คือ

- (๒.๑) เตรียมตัว
- (๒.๒) เลือกสรร
- (๒.๓) มุ่งมั่น
- (๒.๔) ไม่มีอคติ

(๓) แนวทางการรับสาร มี ๓ องค์ประกอบย่อย คือ

- (๓.๑) การรับรู้
- (๓.๒) การประเมินค่า
- (๓.๓) การรวบรวม
- (๓.๔) การสรุป

## ๒) ผลการยกร่างและการประเมินรูปแบบ

ผลการประเมินรูปแบบ Smart Communicator ซึ่งมีประเด็นพิจารณาประกอบด้วย ชื่อรูปแบบ หลักการ วัตถุประสงค์ วิธีดำเนินการ องค์ ประกอบของรูปแบบ ตัวชี้วัดความสำเร็จ จากผู้เชี่ยวชาญ ๕ ท่าน พบว่า รูปแบบ Smart Communicator มีความเหมาะสม มีความเป็นไปได้ และเป็นประโยชน์ ในระดับมากที่สุด

### ๓) ผลการประเมินการนำรูปแบบไปใช้ในการพัฒนา

พบว่า โดยภาพรวมคณะผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น มีการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นก่อนได้รับการพัฒนาตามรูปแบบ Smart Communicator อยู่ในระดับมาก ( $\mu = ๔.๑๗$ ) หลังได้รับการพัฒนาตามรูปแบบ Smart Communicator โดยภาพอยู่ในระดับมาก ( $\mu = ๔.๔๑$ )

นอกจากนี้พบว่า

๑) องค์ประกอบของการสื่อสารด้าน **ผู้ส่งสาร** มีผลก่อนและหลังการพัฒนาตามรูปแบบปรากฏดังนี้

องค์ประกอบที่ ๑ คุณสมบัติพื้นฐานของการเป็นผู้ส่งสารมืออาชีพ พบว่า การมีความพร้อมในการสื่อสารกับผู้อื่นมีค่าเฉลี่ยสูงขึ้นชัดเจนเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ มีความรู้เชิงลึก เช่น ความรู้เกี่ยวกับข้อมูลการพัฒนาท้องถิ่น เป็นต้น ส่วนมีใจรักในการช่วยเหลือสังคม มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นลำดับสุดท้าย

องค์ประกอบที่ ๒ คุณสมบัตินเฉพาะของการเป็นผู้ส่งสารมืออาชีพ พบว่า มีทัศนคติเชิงบวก มีความคิดสร้างสรรค์ และมีกลยุทธ์การสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยสูงชัดเจนเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ มีความรู้เกี่ยวกับการสื่อสาร

องค์ประกอบที่ ๓ การสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น พบว่า มีการสื่อสารเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ มีค่าเฉลี่ยสูงชัดเจนเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ มีการสื่อสารเพื่อพัฒนาการศึกษา/วัฒนธรรม มีการสื่อสารเพื่อพัฒนาสังคม ส่วนมีการสื่อสารเพื่อพัฒนาสิ่งแวดล้อมมีค่าเฉลี่ยสูงเป็นลำดับสุดท้าย

๒) องค์ประกอบของการสื่อสารด้าน **สาร** มีผลก่อนหลังการพัฒนาตามรูปแบบ ปรากฏดังนี้

องค์ประกอบที่ ๑ ความถูกต้อง พบว่า การสื่อสารด้วยเนื้อหาที่เป็นข้อเท็จจริงมีค่าเฉลี่ยสูงชัดเจนเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ เนื้อหาที่สื่อสารสามารถพิสูจน์ได้

องค์ประกอบที่ ๒ ความสมบูรณ์ พบว่า แสดงข้อมูลสำคัญในเนื้อหาของสาร มีค่าเฉลี่ยสูงชัดเจนเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ เนื้อหาที่สื่อสารตอบสนองความต้องการของผู้รับสาร

องค์ประกอบที่ ๓ มีจุดหมาย พบว่า ใช้เนื้อหาสารสื่อให้ผู้รับสารรับรู้และเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยสูงชัดเจนเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ เนื้อหาสารมีใจความสำคัญ

องค์ประกอบที่ ๔ มีความน่าเชื่อถือ พบว่า เนื้อหาสารที่สื่อสารมีความปรารถนาดีต่อผู้รับสาร มีค่าเฉลี่ยสูงชันชัดเจนเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ เนื้อหาสารที่สื่อสารมีความน่าไว้วางใจ

องค์ประกอบที่ ๕ กระชับเรียบง่าย พบว่า เนื้อหาสารที่สื่อสารไม่คลุมเครือ มีค่าเฉลี่ยสูงชันชัดเจนเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ เนื้อหาสารที่สื่อสารเข้าใจง่าย

องค์ประกอบที่ ๖ สืบค้นสะดวก พบว่า เนื้อหาสารที่สื่อสารสืบค้นได้อย่างรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยสูงชันชัดเจนเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ เนื้อหาสารที่สื่อสารเอื้อต่อการสืบค้น

๓) องค์ประกอบของการสื่อสารด้าน **ช่องทางสื่อสาร** มีผลก่อนหลังการพัฒนาตามรูปแบบ ปรากฏดังนี้

องค์ประกอบที่ ๑ สื่อมวลชน พบว่า การติดตามข้อมูลการพัฒนาท้องถิ่นจากวิทยุชุมชน มีค่าเฉลี่ยสูงชันชัดเจนเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ การติดตามข้อมูลการพัฒนาท้องถิ่นจากหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

องค์ประกอบที่ ๒ สื่อบุคคล พบว่า การเป็นสัญลักษณ์ของท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ยสูงชันชัดเจนเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ การเป็นแบบอย่างประชาธิปไตย การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาล ส่วนการเป็นนักบริหารมืออาชีพ มีค่าเฉลี่ยสูงชันเป็นลำดับสุดท้าย

องค์ประกอบที่ ๓ สื่อสิ่งพิมพ์ พบว่า มีการจัดทำรายงานประจำปีเพื่อสรุปข้อมูลการพัฒนาท้องถิ่นมีค่าเฉลี่ยสูงชันชัดเจนเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ มีการจัดทำแผนพับเพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลการพัฒนาท้องถิ่น ติดตามข้อมูลการพัฒนาท้องถิ่นจากหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ส่วนมีการจัดทำวารสารเพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลการพัฒนาท้องถิ่นมีค่าเฉลี่ยสูงชันเป็นลำดับสุดท้าย

องค์ประกอบที่ ๔ สื่อดิจิทัล ติดตามข้อมูลข่าวสารการพัฒนาท้องถิ่นจากเฟซบุ๊ก ติดตามข้อมูลข่าวสารการพัฒนาท้องถิ่นจากไลน์ มีค่าเฉลี่ยสูงชันชัดเจนเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ ติดตามข้อมูลข่าวสารการพัฒนาท้องถิ่นจากเว็บไซต์ ติดตามข้อมูลข่าวสารการพัฒนาท้องถิ่นจากยูทูบ

องค์ประกอบที่ ๕ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ใช้โทรศัพท์ในการติดต่อสื่อสารการพัฒนาท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ยสูงชันชัดเจนเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ ใช้หอกระจายข่าวในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการพัฒนาท้องถิ่น

๔) องค์ประกอบของการสื่อสารด้าน **ผู้รับสาร** มีผลก่อนหลังการพัฒนาตามรูปแบบ ปรากฏ ดังนี้

องค์ประกอบที่ ๑ การเลือกรับสาร พบว่า ก่อนที่จะตัดสินใจเชื่อในข้อมูลข่าวสารท่านได้ไตร่ตรองก่อนแล้วค่อยเชื่อ มีค่าเฉลี่ยสูงชันชัดเจนเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ เลือกรับรู้และตีความหมายข้อมูลข่าวสารบางเรื่องเท่านั้นและจะจดจำข้อมูลข่าวสารที่สนใจเท่านั้น ส่วนก่อนที่จะให้ความสนใจในข้อมูลข่าวสารท่านได้ไตร่ตรองอย่างดีมีค่าเฉลี่ยสูงชันเป็นลำดับสุดท้าย

องค์ประกอบที่ ๒ เทคนิคการรับสาร พบว่า การเลือกสรรที่จะรับข้อมูลข่าวสารกับความมุ่งมั่นตั้งใจในการรับข้อมูลข่าวสาร มีค่าเฉลี่ยสูงชันชัดเจนเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ มีการเตรียมตัวเพื่อรับข้อมูลข่าวสาร ส่วนไม่มีอคติในการรับข้อมูลข่าวสาร มีค่าเฉลี่ยสูงชันเป็นลำดับสุดท้าย

องค์ประกอบที่ ๓ แนวทางการรับสาร พบว่า ประเมินค่าของข้อมูลข่าวสาร มีค่าเฉลี่ยสูงขึ้นชัดเจนเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ รวบรวมความคิดและข้อมูลที่ได้จากการรับสารมาจัดระเบียบอย่างเป็นระบบ ส่วนรู้จักสรุปเนื้อหาสาระที่ได้เป็นความคิดรวบยอด เพื่อถ่ายทอดการนำไปใช้มีค่าเฉลี่ยสูงขึ้นเป็นลำดับสุดท้าย

จากผลการวิจัย แสดงให้เห็นว่าคณะผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี อำเภอเมืองจังหวัดขอนแก่น มีค่าเฉลี่ยการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นหลังได้รับการพัฒนาตามรูปแบบ Smart Communicator สูงกว่าก่อนได้รับการพัฒนาตามรูปแบบ Smart Communicator

๔) ผลการประเมินการใช้ ไลน์ OA พบว่า ก่อนการพัฒนาการใช้ ไลน์ OA คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกลุ่มเป้าหมายมีค่าเฉลี่ยระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อได้รับการพัฒนาการใช้ ไลน์ OA แล้ว พบว่า คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกลุ่มเป้าหมายมีค่าเฉลี่ยระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุดซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงขึ้นอย่างชัดเจน

## ๕.๒ อภิปรายผล

การศึกษาการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น มีข้อค้นพบที่ควรนำมาอภิปรายผล ดังนี้

๕.๒.๑ องค์ประกอบของการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น มี ๔ อย่างคือ ๑) ผู้ส่งสาร (Sender) ๒) สาร (Message) ๓) สื่อหรือช่องทางการสื่อสาร (Channel) ๔) ผู้รับสาร (Receiver) สอดคล้องกับ **กรวรรณ เวชชานูเคราะห์ นิธิตา แสงสิงแก้ว** ที่ได้ศึกษาการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่มีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์พื้นที่ชุมชนคลองโคกน จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า องค์ประกอบการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของพื้นที่ชุมชนคลองโคกน จังหวัดสมุทรสงคราม คือ SMCR ซึ่ง S คือ ผู้นำทางความคิดทำการแพร่กระจายนวัตกรรม ซึ่งก็คือ M ผ่านสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในที่นี้ก็คือ C ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อการประชุม เสียงตามสาย และสื่อกิจกรรม ไปยังผู้รับสาร R ในที่นี้คือชาวบ้านในชุมชนคลองโคกน สอดคล้องกับ **ทนาก รศรีก๊อ และวิยาธร ท่อแก้ว** ได้ศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบในการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบล พบว่า องค์ประกอบของการสื่อสารมี ๔ ประการ ได้แก่ ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสารหรือสื่อ และผู้รับสาร กล่าวคือ ๑) ผู้ส่งสาร ควรกำหนดวัตถุประสงค์ในการสื่อสารที่แจ่มชัด เป็นผู้มีความรู้ความเข้าใจเพียงพอในเนื้อหาของเรื่องราวที่ตนจะสื่อสารกับผู้อื่น มีความพยายามที่จะเข้าใจความสามารถและความพร้อมในการรับสารของผู้ที่ตนสื่อสารด้วย และรู้จักเลือกใช้วิธีการในการสื่อสารให้เหมาะสมกับเรื่อง โอกาส และผู้รับสารของตน ๒) สาร ข้อมูลสารสนเทศ หรือข่าวสาร ต้องสื่อความหมาย และประกอบด้วยรูปของสัญลักษณ์ที่ทำให้ผู้รับสารที่มีทักษะความรู้ ความสามารถที่แตกต่างกัน สามารถเข้าใจได้ง่าย ๓) สื่อ การจัดแบ่งประเภทของสื่อที่ใช้ในการสื่อสารนั้น อาจแบ่งโดยใช้ลักษณะของสื่อเป็นเกณฑ์ ได้แก่ สื่อธรรมชาติ สื่อมนุษย์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ๔)



ผู้รับสาร คือ การรู้ความหมายตามเรื่องราวที่ผู้ส่งสารส่งผ่านสื่อมาถึงตน และการแสดงปฏิกิริยาตอบสนองต่อผู้ส่งสาร ได้แก่ การเป็นผู้ฟัง ผู้อ่าน ตลอดจนการเป็นผู้ที่สามารถคิดและรับรู้ความหมายได้

**๕.๒.๒ ผลการศึกษาองค์ประกอบและตัวบ่งชี้รูปแบบการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น พบว่า**

องค์ประกอบที่ ๑ ผู้ส่งสาร (Sender) มี ๓ องค์ประกอบหลัก มี ๑๔ องค์ประกอบย่อย องค์ประกอบที่ ๒ สารหรือข่าวสาร (Message) มี ๖ องค์ประกอบหลัก มี ๑๒ องค์ประกอบย่อย องค์ประกอบที่ ๓ ช่องทางสื่อสาร (Channel) มี ๕ องค์ประกอบหลัก มี ๑๖ องค์ประกอบย่อย องค์ประกอบที่ ๔ ผู้รับสาร (Receiver) มี ๓ องค์ประกอบหลัก มี ๑๒ องค์ประกอบย่อย ผลการศึกษาองค์ประกอบของการสื่อสารเพื่อพัฒนาท้องถิ่นครั้งนี้ พบว่า มีความสอดคล้องและยืนยันโดยผู้ทรงคุณวุฒิ ๕ ท่าน ทั้งนี้เนื่องจากผู้วิจัยได้ศึกษาจากแนวคิด หลักการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องอย่างหลากหลาย ลุ่มลึก โดยยึดแนวคิดหลักของบุคคลที่มีชื่อเสียงและเป็นต้นแบบผู้เป็นแนวคิดหลักจริง ๆ จวบจนกระทั่งในปัจจุบัน ทำให้องค์ประกอบครบและครอบคลุมกรอบความคิดการสื่อสารเพื่อพัฒนาท้องถิ่น ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ เดวิด เค เบอร์โล (David K. Berlo) ไบรอัน แมคแนร์ (Brian McNair) เสถียร เขยประทับ กาญจนา แก้วเทพ และเกศินี จุฑาวิจิตร เป็นต้น

### **๕.๒.๓ ผลการประเมินรูปแบบ Smart Communicator**

ซึ่งมีประเด็นพิจารณาประกอบด้วย ชื่อรูปแบบ หลักการ วัตถุประสงค์ วิธีดำเนินการ องค์ประกอบของรูปแบบ ตัวชี้วัดความสำเร็จ จากผู้เชี่ยวชาญ ๕ ท่าน พบว่า รูปแบบ Smart Communicator มีความเหมาะสม มีความเป็นไปได้ และเป็นประโยชน์ ในระดับมากที่สุด ซึ่งประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งผู้วิจัยได้ทำการยกร่างรูปแบบดังกล่าวจากการศึกษาเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นข้อมูลสู่การยกร่างรูปแบบร่วมกับข้อมูลสารสนเทศที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญด้านนี้ และนำเข้าประชุมสัมมนาอิงผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ข้อเสนอแนะและตรวจสอบการยกร่างรูปแบบดังกล่าว จึงทำให้สามารถนำรูปแบบไปใช้ในการพัฒนาคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับ **อาภรณ์ ภูวิทย์พันธ์** ที่สรุปว่าร่างกำหนดตัวชี้วัดผลสำเร็จ และเป้าประสงค์ที่ดี ควรทำดังนี้ ๑) กำหนดตัวชี้วัดให้สอดคล้องกับเป้าประสงค์ที่ตั้งไว้ ผลลัพธ์นี้จะเป็นตัวบ่งบอกวิธีการที่สามารถทำให้ประสบความสำเร็จ ๒) ตัวชี้วัดมีความชัดเจน ประยุกต์สู่การปฏิบัติได้จริง ๓) ตัวชี้วัดต้องสามารถประเมินได้ เพื่อที่จะสามารถทราบได้ถึงประสิทธิภาพที่ต้องการนั้น ๆ ๔) การกำหนดตัวชี้วัดต้องมีความเป็นรูปธรรม สามารถวัดตามสภาพจริงได้ ๕) ตัวชี้วัดของแต่ละกลุ่มหรือแต่ละบุคคลไม่จำเป็นต้องเหมือนกัน อาจจะเสริมกัน แต่ต้องกำหนดให้สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งในรูปแบบที่สร้างขึ้น มีตัวชี้วัดที่ชัดเจนของการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น รูปแบบจึงมีความเหมาะสม มีความเป็นไปได้ และเป็นประโยชน์ สอดคล้องกับ **กัมพล ทุมจันทิก** ได้ศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการสื่อสารของนักการเมืองท้องถิ่นกรณีศึกษาอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า รูปแบบการสื่อสารของนักการเมืองท้องถิ่นสรุปได้ ๓ รูปแบบคือ ๑) การสื่อสารระหว่างบุคคลโดยการลงพื้นที่พบกับประชาชน ๒) การสื่อสารมวลชน โดยการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ รถแท็กซี่กระจายเสียง ๓) การประชุมแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ

### ๕.๒.๔ ผลการนำรูปแบบ Smart Communicator ไปใช้ในการพัฒนา

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำรูปแบบ Smart Communicator ไปใช้ในการพัฒนาคณะผู้บริหารองค์กรปกครองท้องถิ่นกลุ่มเป้าหมายจำนวน ๒ ครั้ง ได้แก่ ครั้งที่ ๑ ได้นำรูปแบบ Smart Communicator ไปใช้ในการพัฒนาคณะผู้บริหารองค์กรปกครองท้องถิ่นกลุ่มเป้าหมาย ผลการพัฒนาพบว่า ก่อนได้รับการพัฒนาตามรูปแบบ Smart Communicator มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก หลังได้รับการพัฒนาตามรูปแบบ Smart Communicator มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน แต่คณะผู้บริหารองค์กรปกครองท้องถิ่นกลุ่มเป้าหมายหลังได้รับการพัฒนาทำให้มีศักยภาพในการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นสูงขึ้นอย่างชัดเจน ครั้งที่ ๒ ได้พัฒนาเกี่ยวกับการใช้ไลน์ OA ผลการพัฒนาพบว่า ก่อนการพัฒนาการใช้ไลน์ OA คณะผู้บริหารองค์กรปกครองท้องถิ่นกลุ่มเป้าหมายมีค่าเฉลี่ยระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อได้รับการพัฒนาการใช้ไลน์ OA แล้ว พบว่า คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกลุ่มเป้าหมายมีค่าเฉลี่ยระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุดซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงขึ้นอย่างชัดเจน กล่าวได้ว่าเป็นเรื่องที่น่ายินดีอย่างยิ่งเพราะเมื่อคณะผู้บริหารมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นแล้วย่อมสามารถสื่อสารกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตรงกับเป้าหมายที่วางไว้ ทำให้การพัฒนาไม่หยุดนิ่ง และคณะผู้บริหารมีศักยภาพพร้อมที่จะเรียนรู้สื่อดิจิทัลใหม่ ๆ เช่น ไลน์ OA ซึ่งเป็นเรื่องใหม่ที่ไม่เคยใช้งานมาก่อนแต่หลังจากได้รับการพัฒนาแล้วก็มีความสามารถในการใช้งานได้คล่องขึ้น สอดคล้องกับ **เจริญเนตร แสงดวงแข** ได้ทำการวิจัยเรื่องผลลัพธ์การสร้างนักสื่อสารชุมชนท้องถิ่นเพื่อเสริมสร้างจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าชายเลน ตำบลหัวเขา อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา พบว่า ระดับศักยภาพทางการสื่อสารของนักสื่อสารชุมชน ท้องถิ่นก่อนเข้ารับการฝึกอบรมโดยนักวิจัยในโครงการการสร้างนักสื่อสารชุมชนท้องถิ่นในการเผยแพร่แผนชุมชน เพื่ออนุรักษ์ป่าชายเลน ตำบลหัวเขา จังหวัดสงขลา ทุกด้าน ทั้งด้านความรู้/ความสามารถในฐานะผู้รับสาร ด้านความรู้/ความสามารถในฐานะผู้ส่งสาร ด้านความรู้เรื่องประเภทสื่อ และความสามารถในการใช้สื่อ ด้านความรู้/ความสามารถด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านความรู้/ความสามารถ ด้านการวางแผนกิจกรรม โครงการ และด้านความรู้/ความสามารถด้านการสร้าง การมีส่วนร่วม อยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่ระดับศักยภาพทาง การสื่อสารของนักสื่อสารชุมชนท้องถิ่นหลังกระบวนการฝึกอบรมทุกด้าน อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับ **รพินทร์ ยืนยาว** ได้ทำการวิจัยเรื่องการผลิตสื่ออย่างมีส่วนร่วมเพื่อการสื่อสารโครงการรองรับสังคมสูงวัย อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี ผลการวิจัยพบว่า นักวิจัยจึงได้ออกแบบและวางแผน การพัฒนาการสื่อสารชุมชนทั้งหมด ๓ ครั้ง ได้แก่ ครั้งที่ ๑ การอบรมในการสร้างความเข้าใจหลักการสื่อสาร การค้นหาประเด็นข่าว การเขียนเรื่องราวที่จะสื่อสาร ครั้งที่ ๒ การอบรมในการสร้างความน่าสนใจของประเด็น การค้นหาประเด็น การหยิบยกประเด็น การเขียนเนื้อหาการผลิตคลิปวิดีโอ และครั้งที่ ๓ การเรียนรู้การโพสต์ ช่องทางในการโพสต์ การเขียนข้อความที่น่าสนใจ และการแนะนำช่องทางในการสื่อสารทางออนไลน์ ทั้งภายในชุมชนและภายนอกชุมชน ผลปรากฏว่า ได้ผลิตสื่อในรูปแบบของสื่อออนไลน์ ผลิตเนื้อข่าว จำนวน ๑๓ ชิ้น ภาพข่าว ๒๘ ชิ้น และ Live สดผ่านเฟซบุ๊ก ๑๒ ชิ้น ได้ผลิตสื่อในรูปแบบของการเขียนบทความ ๑ ชิ้น และสื่อบทข่าว ๑๕ ชิ้น และได้ผลิตวิดีโอสรุปการดำเนินงานแต่ละโครงการเป็นวีดิทัศน์ จำนวน ๔ เรื่อง สอดคล้องกับ **พิกุล มีมานุ**

สัญญา เคนาภูมิ ภักดี โพธิ์สิงห์ สนุก สิงห์มาตร ได้ศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การบูรณาการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น พบว่า องค์กรภาครัฐ ผู้บริหารท้องถิ่นจะต้องวางกลยุทธ์ในการพัฒนาระบบสารสนเทศที่ดีสู่การบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ ดังต่อไปนี้ ๑) การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการ ๒) การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการพัฒนาด้านสังคม ๓) การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการส่งเสริมเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเพื่อการส่งเสริมเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวที่มีจุดมุ่งหมายในการขยายการใช้โซเชียลเน็ตเวิร์คในการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ ครอบคลุมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ทุกประเภท ดัดแปลงประชาสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์ตามสถานที่ที่เหมาะสม ๔) การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อประชาสัมพันธ์งานท้องถิ่นเพื่อนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารด้าน ต่าง ๆ ของท้องถิ่นให้เข้าถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้โดยง่าย ๕) การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการให้บริการประชาชนในท้องถิ่นเป็นการพัฒนาการให้บริการของท้องถิ่นให้เป็นที่ยังพอใจของประชาชนผู้รับบริการ โดยการบูรณาการ การให้บริการต่าง ๆ ได้แก่ การขออนุญาตประกอบกิจการ การเก็บภาษี การชำระค่าธรรมเนียมต่าง ๆ และบริการอื่น ๆ มาไว้เป็นจุดเดียว

### ๕.๓ ข้อเสนอแนะ

#### ๕.๓.๑ ข้อเสนอแนะในระดับนโยบาย

๑) เกี่ยวกับองค์ประกอบของการสื่อสารด้าน ผู้ส่งสาร พบว่า คณะผู้บริหารองค์กรปกครองท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น หลังได้รับการพัฒนาตามรูปแบบมีใจรักในการช่วยเหลือสังคม มีค่าเฉลี่ยสูงขึ้นไปเป็นลำดับสุดท้าย ฉะนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับองค์กรปกครองท้องถิ่นควรส่งเสริมให้ท่านเหล่านั้นมีใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่เพิ่มมากขึ้น นำมาสู่ความอบอุ่นใจ ความมั่นคง และความสุขของคนในสังคมนั้น ๆ ซึ่งจะนำไปสู่การอธิบายการสื่อสารได้ว่า ผู้บริหารคนนั้นมีบุคลิกของความเสียสละ มีภาพลักษณ์ที่สื่อให้เห็นได้ว่าเป็นผู้ที่พร้อมจะส่งข้อมูลข่าวสารไปยังประชาชน พร้อมให้รายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูล ไม่ว่าจะข้อมูลจะเป็นบวกหรือลบก็สามารถอธิบายให้ประชาชนเข้าใจได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของสาร

๒) เกี่ยวกับองค์ประกอบของการสื่อสารด้าน สาร พบว่า คณะผู้บริหารองค์กรปกครองท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น หลังได้รับการพัฒนาตามรูปแบบมีการปฏิบัติเกี่ยวกับสารด้านการสืบค้นเนื้อหา สารสะดวกมีค่าเฉลี่ยสูงขึ้นไปเป็นลำดับสุดท้าย ฉะนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับองค์กรปกครองท้องถิ่นควรส่งเสริมให้ท่านเหล่านั้นรู้จักเก็บข้อมูลเนื้อหาสารในหลายรูปแบบ การค้นหาข้อมูลจึงอาจต้องอาศัยบริการและโปรแกรมต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับชนิดของข้อมูลที่ต้องค้นหา ได้แก่ การสืบค้นจากเว็บไซต์ต่าง ๆ บนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ที่สำคัญคือการสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตจะสามารถสืบค้นได้อย่างรวดเร็วเพียงไม่กี่วินาทีก็สามารถค้นสิ่งที่ต้องการได้เพราะในคลังข้อมูลของระบบคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมต่อกันเป็นเครือข่ายทั่วโลก

๓) เกี่ยวกับองค์ประกอบของการสื่อสารด้าน ช่องทางการสื่อสาร พบว่า คณะผู้บริหารองค์กรปกครองท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น หลังได้รับการพัฒนาตามรูปแบบมีการปฏิบัติเกี่ยวกับการใช้สื่อดิจิทัล มีค่าเฉลี่ยสูงขึ้นไปกว่าสื่ออื่น เช่น หอกระจายข่าว เป็นต้น ฉะนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับองค์กร

ปกครองท้องถิ่นควรส่งเสริมให้ท่านเหล่านั้น ได้ใช้สื่อดิจิทัลที่มีอยู่แล้วและที่ได้สร้างขึ้นใหม่ คือ ไลน์ OA ขององค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี จังหวัดขอนแก่น ด้วยการใช้เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาท้องถิ่นให้มากที่สุด

๔) เกี่ยวกับองค์ประกอบของการสื่อสารด้าน **ผู้รับสาร** พบว่า คณะผู้บริหารองค์กรปกครองท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น หลังได้รับการพัฒนาตามรูปแบบมีการปฏิบัติเกี่ยวกับแนวทางการรับสารมีค่าเฉลี่ยสูงขึ้นไปเป็นลำดับสุดท้าย ฉะนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับองค์กรปกครองท้องถิ่นควรส่งเสริมให้ท่านเหล่านั้นได้รู้จักเตรียมพร้อมในการเป็นผู้รับสาร เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปบูรณาการในการพัฒนาท้องถิ่นต่อไป

### ๕.๓.๒ ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

๑) ในการวิจัยครั้งนี้ องค์ประกอบของการสื่อสารด้าน **ช่องทางการสื่อสาร** พบว่า คณะผู้บริหารองค์กรปกครองท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น หลังได้รับการพัฒนาตามรูปแบบมีการปฏิบัติเกี่ยวกับการใช้**สื่อดิจิทัล** มีค่าเฉลี่ยสูงขึ้นไปกว่าสื่ออื่น เช่น หอกระจายข่าว เป็นต้น ฉะนั้นคณะผู้บริหารองค์กรปกครองท้องถิ่น ควรเลือกใช้สื่อดิจิทัลที่มีอยู่แล้ว เช่น โทรศัพท์ เฟสบุ๊ก ไลน์ และที่ได้สร้างขึ้นใหม่ คือ ไลน์ OA ขององค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี จังหวัดขอนแก่น ด้วยการใช้เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาท้องถิ่นของตนเองให้มากที่สุด

๒) ควรนำรูปแบบ Smart Communicator ไปใช้ในการพัฒนาคณะผู้บริหารองค์กรปกครองท้องถิ่นในพื้นที่อื่น ๆ เพื่อบูรณาการการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นให้ดีขึ้น ซึ่งจะเป็นการปิดช่องว่างของการสื่อสาร ทำให้เกิดความเข้าใจในการพัฒนาตรงกัน

### ๕.๓.๓ ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

๑) ควรนำเอาองค์ประกอบของการสื่อสารไปเป็นกรอบความคิดในการศึกษาการสื่อสารทางการเมืองในประเด็นอื่น ๆ เช่น การสื่อสารทางการเมืองที่ส่งผลกระทบต่อทางเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร เป็นต้น

๒) ควรนำเอาองค์ประกอบของการสื่อสารไปเป็นกรอบความคิดในการศึกษาการสื่อสารทางการเมืองในประเด็นอื่น ๆ เช่น การสื่อสารทางการเมืองที่ส่งผลกระทบต่อพัฒนาคุณภาพชีวิตประชาชนใน ๓ วัย คือ วัยเด็กและเยาวชน เนื่องจากปัจจุบันมีสื่อออนไลน์ที่หลากหลายที่สามารถสืบค้นข้อมูลได้ง่ายอาจมีผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตเด็กและเยาวชนได้หากไม่มีการป้องกันที่ดี วัยทำงาน วัยทำงานถือว่าเป็นกลุ่มที่พันนิตិภาวะและสามารถทำงานได้อย่างอิสระ และผู้สูงอายุ เนื่องจากปัจจุบันประเทศไทยกำลังเข้าสู่สังคมสูงวัย หากมีการศึกษาครบทั้ง ๓ วัยอาจทำให้ระบบการเมืองของไทยจะได้รับการพัฒนาในทิศทางที่ดีขึ้นต่อเนื่องกันไป

## บรรณานุกรม

### ๑. ภาษาไทย

#### ๑.๑ หนังสือ

- กมลรัฐ อินทรทัศน์, การสื่อสารกับการพัฒนา หน่วยที่ ๑๑-๑๕, นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๔๗.
- กลุ่มงานสารนิเทศ สำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, ๒๕๖๐.
- กาญจนา แก้วเทพ และคณะ, มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่, กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๓๙.
- กาญจนา แก้วเทพ, การวิเคราะห์สื่อ : แนวคิดและเทคนิค, กรุงเทพมหานคร : อินฟินิตี้เพรส, ๒๕๔๑.
- กิตติพงษ์ พงษ์ไพโรจน์ และรหัส แสงผ่อง, กระบวนการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร : ศึกษาในช่วงเวลาตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๔๓-๒๕๕๑, รวมบทความวิชาการฉบับพิเศษ ๑๐ ปีวิทยาลัยสื่อสารทางการเมือง มหาวิทยาลัยเกริก. กรุงเทพมหานคร : วิทยาลัยสื่อสารการเมือง, ๒๕๖๐.
- กิติมา สุรสุนธิ, ความรู้ทั่วไปของการสื่อสาร, กรุงเทพมหานคร : คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๓๐.
- \_\_\_\_\_, ความรู้ทางการสื่อสาร, กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๑.
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, ครอบครัวฝ่าวิกฤติ: แนวคิดพิชิตความทุกข์ครอบครัวไทยในยุคนี้, กรุงเทพฯ มหา นคร : ชักเชสมิเดีย, ๒๕๕๑.
- เกศินี จุฑาวิจิตร, การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น, พิมพ์ครั้งที่ ๒. นครปฐม : สถาบันราชภัฏนครปฐม, ๒๕๕๒.
- \_\_\_\_\_. การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น, พิมพ์ครั้งที่ ๓. นครปฐม : มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, ๒๕๕๘.
- ชวงค์ ฉายะบุตร, การปกครองท้องถิ่นไทย, พิมพ์ครั้งที่ ๓. กรุงเทพมหานคร : พิมพ์เนศพรีนติ้งเซ็นเตอร์, ๒๕๓๙.
- ณรงค์ สมพงษ์, สื่อสารมวลชนเพื่องานส่งเสริม, กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์, ๒๕๔๓.
- เดชพันธุ์ ประวิชัย, การสื่อสารเพื่อการพัฒนา, กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ๒๕๕๓.

- นรินทร์ชัย พัฒนพงศา, การสื่อสารรณรงค์เชิงยุทธศาสตร์เพื่อเปลี่ยนพฤติกรรมมนุษย์เน้นการเจาะจงกลุ่ม, เชียงใหม่ : สำนักพิมพ์ริ้วเขียว, ๒๕๔๒.
- นันทนา นันทวโรภาส, สื่อสารการเมือง : ทฤษฎีและการประยุกต์ใช้, กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แมสมิเดีย, ๒๕๕๘.
- บุญเลิศ ศุภติลก, เอกสารการสอนชุดวิชา การสื่อสารกับการพัฒนา หน่วยที่ ๒, นนทบุรี : สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๕๘.
- ประมะ สตะเวทิน, เอกสารประกอบการสอนชุดวิชา การสื่อสารเพื่อการพัฒนา, นนทบุรี : โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๓๘.
- ประคอง กรรณสูตร, สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์, พิมพ์ครั้งที่ ๒. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์แห่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๓๘.
- ประทาน คงฤทธิศึกษากร, การปกครองท้องถิ่น, กรุงเทพมหานคร : พีระพัฒนา, ๒๕๒๖.
- ประเวศ วะสี, ภาวะผู้นำ : ความเป็นไปในสังคมไทยและวิธีการแก้ไข, กรุงเทพมหานคร : ธนวิซ การพิมพ์, ๒๕๕๕.
- ปัญญา ชัยสนิท และคณะ, การสร้างเสริมสุขภาวะเพื่อความอยู่ดีมีสุขของชุมชนโดยความร่วมมือกับองค์กร ท้องถิ่น อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์, อุตรดิตถ์ : มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์, ๒๕๕๔.
- พนม คลีฉายา, เอกสารประกอบการบรรยายวิชา ๒๘๐๓๖๗๕ การประยุกต์สื่อเพื่อการพัฒนา, ๒๕๔๙. เอกสารอัดสำเนา.
- พระราชบัญญัติการเลือกตั้งสมาชิกสภาท้องถิ่นหรือผู้บริหารท้องถิ่น พ.ศ. ๒๕๔๕.
- พฤติสาณ ชุมพล, ระบบการเมือง : ความรู้เบื้องต้น, พิมพ์ครั้งที่ ๓. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๖.
- พีระ จิระโสภณ. หลักและทฤษฎีการสื่อสาร. นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๒๓.
- ยุทธพร อิศรชัย. การสื่อสารทางการเมืองกับกระแสโลกาภิวัตน์. ใน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. การสื่อสารทางการเมือง. พิมพ์ครั้งที่ ๓. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๕๗.
- ระเบียบกระทรวงมหาดไทย ว่าด้วยการลาของผู้บริหารท้องถิ่น ผู้ช่วยผู้บริหารท้องถิ่น และสมาชิกสภาท้องถิ่น พ.ศ. ๒๕๔๗.
- วัลลภ ลำพาย. แนวคิดและกระบวนการสื่อสารทางการเมือง, ใน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. การสื่อสารทางการเมือง. พิมพ์ครั้งที่ ๓. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๕๗.
- วิเชียร วิทยอุดม. พฤติกรรมองค์การ. กรุงเทพมหานคร : วีระฟิล์มและไซเท็กส์ จำกัด, ๒๕๔๗.
- วีระ เวชวิชานियม และปภิตน์ สันตินิยม. การสื่อสารทางการเมืองผ่านการดูน “เชียว” ในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ : ศึกษาในช่วงวิกฤติทางการเมืองในปี พ.ศ. ๒๕๕๒-๒๕๕๗. รวมบทความวิชาการฉบับพิเศษ ๑๐

- ปี วิทยาลัยสื่อสารการเมือง มหาวิทยาลัยเกริก. กรุงเทพมหานคร : วิทยาลัยสื่อสารการเมือง, ๒๕๖๐.
- ศศิพรรณ บิลมานุช. **เอกสารประกอบการสอนวิชา การวิเคราะห์ผู้รับสาร**. กรุงเทพมหานคร : คณะสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยรามคำแหง, มปป.
- สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน. **การสร้างระบบบริหารกิจการ บ้านเมืองและสังคมที่ดี**. กรุงเทพมหานคร : อาทิตยโปรดักส์กรุ๊ป, ๒๕๔๕.
- สมหวัง พิธิยานุวัฒน์. **การบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์**. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน, ๒๕๔๓.
- สุเมธ แสงนิมนวล. **ภาวะผู้นำกับธรรมาภิบาลในการบริหารงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น**. กรุงเทพฯ มหา นคร : สถาบันพระปกเกล้า, ๒๕๕๒.
- สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ. **การสื่อสารเพื่อการพัฒนา : พัฒนาการ แนวคิด สภาพการณ์ในสังคมไทย**. กรุงเทพฯ มหา นคร : ศูนย์สื่อและสิ่งพิมพ์แก้วเจ้าจอม, ๒๕๔๙.
- เสถียร เขยประทับ. **การสื่อสารกับการพัฒนา**. กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๓๘.
- เสถียร เขยประทับ. **การสื่อสารกับการเมือง : เน้นสังคมประชาธิปไตย**. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๐.
- \_\_\_\_\_ . **การสื่อสารการเมืองและประชาธิปไตยในสังคมพัฒนาแล้ว**. กรุงเทพมหานคร : สำนัก พิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๑.
- เสนาะ ดิยาว์. **การสื่อสารในองค์การ**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๓๘.
- อรทัย ก๊กผล และธนิษฐา สุขะวัฒน์. **คู่มือสมาชิกสภาท้องถิ่น**. นนทบุรี : วิทยาลัยพัฒนาการปกครองท้องถิ่น สถาบันพระปกเกล้า, ๒๕๕๑.
- อรนุช เลิศจรรยาภักซ์. **ทฤษฎีสื่อสารมวลชน**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, ๒๕๒๗.
- อรอนงค์ สวัสดิ์บุรี. **พฤติกรรมสื่อสารในองค์การ**. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๕.
- อารี พันธุ์มณี. **ฝึกให้คิดเป็น คิดให้สร้างสรรค์**. กรุงเทพมหานคร : สำนัก พิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๗.
- อุทัย หิรัญโต. **การปกครองท้องถิ่นไทย**. กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์, ๒๕๒๓.

## ๑.๒ วารสาร

- กัมพล หุมจันทร์ก, รูปแบบการสื่อสารของนักการเมืองท้องถิ่นกรณีศึกษา อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา, วารสารนวัตกรรมการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน. ปีที่ ๓ ฉบับที่ ๒ กรกฎาคม - ธันวาคม ๒๕๕๘.
- กุลิสรา กฤตวรกาญจน์, การสื่อสารเพื่อการพัฒนากับการพัฒนาชนบทไทย, วารสารการสื่อสารมวลชน, ปีที่ ๑ ฉบับที่ ๒ มกราคม-มิถุนายน ๒๕๒๒.
- เกษศุดา สิทธิสันติกุล ปณณพร ไพบูลย์พัฒนกิจ และกิงกาญจน์ เจริญกุล. การสื่อสารเพื่อการพัฒนาสิ่งแวดล้อมเมืองเชียงใหม่อย่างมีส่วนร่วม: โครงการ Spark U เชียงใหม่ ปฏิบัติการเปลี่ยนเมือง. วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย. ปีที่ ๑๑ ฉบับที่ ๒ พฤษภาคม-สิงหาคม ๒๕๖๒.
- คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา, การเลือกให้ความสนใจต่อสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศไทย เทียบกับประเทศคู่แข่งในอาเซียนของชาวจีนวัยผู้ใหญ่ตอนต้น, วารสารวิจัยสหวิทยาการไทย. ปีที่ ๑๑ ฉบับที่ ๔ กรกฎาคม-สิงหาคม ๒๕๖๐.
- เจริญเนตร แสงดวงแข. ผลลัพธ์การสร้างนักสื่อสารชุมชนท้องถิ่นเพื่อเสริมสร้าง จิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าชายเลน ตำบลหัวเขา อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา. วารสารศาสตร์. ปีที่ ๑๓ ฉบับที่ ๓ กันยายน-ธันวาคม ๒๕๖๓.
- ชนิษฐ ม้าทอง. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง. วารสารรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, ปีที่ ๒ ฉบับที่ ๑, มกราคม-มิถุนายน ๒๕๖๐.
- ทนากกร ศรีก่อ และวิทยาธร ท่อแก้ว. องค์ประกอบในการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบล. วารสารการวิจัยและนวัตกรรมเพื่อขับเคลื่อนสังคม. ปีที่ ๔ ฉบับที่ ๒ มกราคม-เมษายน ๒๕๖๕.
- ทองธรรม ธีระกุล. การสื่อสาร : กลยุทธ์สู่ความสำเร็จขององค์กร, วารสารปาริชาติ. ปีที่ ๑๘ ฉบับที่ ๑ เมษายน-กันยายน ๒๕๔๘.
- พระปลัดสมชาย ปโยโค (ดำเนิน). การประยุกต์ใช้สัมมาวาจาเพื่อการบริหารงานของผู้ผู้นำ. วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร. ปีที่ ๑ ฉบับที่ ๑ มกราคม-มิถุนายน ๒๕๕๖.
- พระมหาตณัฏฐ อุปวฑฒโน และอำนาจ บัวศิริ. รูปแบบการบริหารจัดการองค์กรสันติสุข : ศึกษากรณีวัดปัญญาன்றาราม อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี. วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร. ปีที่ ๓ ฉบับที่ ๑ มกราคม-มิถุนายน ๒๕๕๘.
- พิชญ์ณัฐา พรรณศิลป์ สัจญา เคนาภูมิ เสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร. บทบาทของผู้บริหารท้องถิ่นในศตวรรษที่ ๒๑. วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร. ปีที่ ๓ ฉบับที่ ๒ กรกฎาคม - ธันวาคม ๒๕๕๘.



- พีรพัฒน์ ตฤยาเดชานนท์ ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ความพึงพอใจ และความภักดีต่อตรา  
สินค้าของสมาชิกเฟชบุ๊กแฟนเพจธุรกิจสินค้าในประเทศไทย. วารสารการประชาสัมพันธ์และการ  
โฆษณา. ปีที่ ๖ ฉบับที่ ๑ มกราคม-มิถุนายน ๒๕๕๖.
- มยุรินทร์ มากคง สุภาภรณ์ ศรีดี และวิทยาธร ท่อแก้ว. การสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหา  
เสียคลองสี่วาพาสวัสดิ์ จังหวัดสมุทรสาคร. วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น.  
ปีที่ ๔ ฉบับที่ ๓ กันยายน-ธันวาคม ๒๕๖๓.
- มุกดา ศรีรงค์. จิตวิทยาเพื่อการสื่อสารและเข้าใจผู้อื่น. วารสารวิชาการศึกษาศาสตร์. มหาวิทยาลัย  
รามคำแหง. ปีที่ ๘ ฉบับที่ ๒ เดือนพฤษภาคม-สิงหาคม ๒๕๕๐.
- ยุภา นารินทร์. ผู้นำท้องถิ่นกับการสื่อสาร. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มมร. วิทยาเขตอีสาน. ปีที่  
๑ ฉบับที่ ๓ เดือนกันยายน-ธันวาคม ๒๕๖๓.
- รัฐ กันภัย. การสื่อสารทางการเมืองและการมีส่วนร่วมของประชาชนที่ส่งผลต่อการพัฒนาท้องถิ่นในองค์การ  
บริหารส่วนตำบลเขตจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง. วารสารมนุษยสังคมปริทัศน์. ปีที่  
๑๗ ฉบับที่ ๑ มกราคม - มิถุนายน ๒๕๕๘
- วนภรณ์ จักรมานนท์ วิทยาธร ท่อแก้ว สุภาภรณ์ ศรีดี. การใช้สื่อพื้นบ้านเพื่อให้ความรู้ทางการเมือง.  
วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา. ปีที่ ๖ ฉบับที่ ๑ มกราคม-มิถุนายน ๒๕๖๔.
- ศมานันท์ ทองธรรมชาติ สุขุม เฉลยทรัพย์. ยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชากร  
ในชุมชนแออัด กรุงเทพมหานคร. วารสารวิชาการบัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต. ปีที่ ๑๐ ฉบับที่ ๒  
พฤษภาคม-สิงหาคม ๒๕๕๗.
- ศุภศิลป์ กุลจิตต์เจือวงศ์. การวิเคราะห์ผู้รับสารในยุคดิจิทัล. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. ปีที่ ๓๔  
ฉบับที่ ๑ มกราคม-เมษายน ๒๕๖๐.
- สฤระ เผือกประพันธ์. ความสัมพันธ์เชิงอุปถัมภ์ของนักการเมืองท้องถิ่นมีผลต่อการสื่อสารทางการเมืองของ  
ประชาชน : กรณีศึกษาการปกครองท้องถิ่น จังหวัดชลบุรี. วารสารการเมือง การบริหาร และ  
กฎหมาย. ปีที่ ๗ ฉบับที่ ๑ มกราคม-เมษายน ๒๕๕๘.
- สาริศา เจนเขว่า เสวียน เจนเขว่า. การเป็นนักบริหารมืออาชีพในยุคไทยแลนด์ 4.0. วารสารวิทยาลัย  
นครราชสีมา. ปีที่ ๑๑ ฉบับที่ ๓ กันยายน-ธันวาคม ๒๕๖๑.
- สิงห์ สิงห์ขจร สุภาภรณ์ ศรีดี วิทยาธร ท่อแก้ว กานต์ บุญศิริ. การสื่อสารในการสร้างความนิยมของผู้นำทาง  
การเมืองท้องถิ่น. วารสาร อัล-อิกมะฮฺ มหาวิทยาลัยฟาฏอนี. ปีที่ ๙ ฉบับที่ ๑๘ กรกฎาคม-  
ธันวาคม ๒๕๖๒.
- สุมาลี สุวรรณกร. แนวทางการสื่อสารอย่างสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาเมืองขอนแก่น. วารสารการบริหารท้องถิ่น.  
ปีที่ ๙ ฉบับที่ ๒ เมษายน-มิถุนายน ๒๕๕๙.

เอกกร มีสุข วิทยากร ท่อแก้ว และกานต์ บุญศิริ. รูปแบบการสื่อสารผลการดำเนินงานตามนโยบายการ  
พัฒนาท้องถิ่นด้วยเฟซบุ๊กของเทศบาลตำบลเขานิพันธ์อำเภอเวียงสระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี.  
วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น. ปีที่ ๔ ฉบับที่ ๓ กันยายน-ธันวาคม. ๒๕๖๓.

### ๑.๓ วิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์/การศึกษาค้นคว้าอิสระ/รายงานการวิจัย

กนกวรรณ เวชชานุกเคราะห์ นิธิดา แสงสิงแก้ว. การสื่อสารเพื่อการพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชน  
กรณีศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์พื้นที่ชุมชนคลองโคน จังหวัดสมุทรสงคราม.  
การศึกษาค้นคว้าอิสระวารสารศาสตรมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๖.

กมลวรรณ สุวรรณพะยอม. การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา  
ชุมชนบ้านหนองขาว อำเภอกำแพง จังหวัดกาญจนบุรี. วิทยานิพนธ์วารสาร ศาสตรมหาบัณฑิต  
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๖.

กิตติพล สุวรรณ. ความคิดเห็นของเกษตรกรผู้ปลูกถั่วเหลืองที่มีต่อแหล่งและประเภทของข่าวสารในการ  
ยอมรับเทคโนโลยีการปลูกถั่วเหลืองเขตอำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์  
เทคโนโลยีการเกษตรมหาบัณฑิต. บัณฑิตศึกษา : สถาบันเทคโนโลยีการเกษตรแม่โจ้. ๒๕๓๓.

กุลฤดี นุ่มทอง. การสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อสร้างความตระหนักรู้สิทธิขั้นพื้นฐานของแรงงานเด็กข้ามชาติ  
ในชุมชนจังหวัดสมุทรสาคร. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรม  
การจัดการ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ๒๕๕๗.

ชญานันท์ สัจจรวงษ์พนา. รูปแบบการใช้สื่อในชุมชนท้องถิ่นเศรษฐกิจพอเพียง : กรณีศึกษาหมู่บ้านหนอง  
มะค่า อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. การค้นคว้าอิสระ. คณะวารสารศาสตร์และ  
สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ๒๕๕๕.

ณัฐวรรณันท์ ชนเมธเตลสิทธิ์. กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อพัฒนาชุมชนขององค์การบริหารส่วนตำบลพรหมณี  
อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก. นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ,  
๒๕๕๒.

นนทินี พิศวิลัย. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร และความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ [www.ginraidee.com](http://www.ginraidee.com)  
ในเขตกรุงเทพมหานคร. สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน. คณะวารสารศาสตร์และ  
สื่อสารมวลชน : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๘.

บัณฑิต รอดทัศน. พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กและความพึงพอใจต่อการบริหาร ความสัมพันธ์ลูกค้าผ่านเฟซบุ๊ก  
กคิง เพาเวอร์. นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์การตลาด. บัณฑิตวิทยาลัย :  
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, ๒๕๕๔.

- บุญทริกา เจียงเพ็ชร์. พฤติกรรมการสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่ออินเทอร์เน็ตและทัศนคติทางการเมืองแบบประชาธิปไตยที่มีต่อความรู้ทัศนคติและกิจกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองที่เกี่ยวกับการเลือกตั้งระบบใหม่ของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สื่อสารมวลชน. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๓.
- ประดิษฐ์ อุตัญชี. บทบาท แนวทางและประสิทธิภาพของกรมส่งเสริมการเกษตรในการใช้สื่อสารเพื่อการพัฒนาการเกษตร. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๔๒.
- พระมหาปรัชญ์ นภฎิริสิริ. การมีส่วนร่วมในการสื่อสารทางการเมืองของประชาชนในเขตเทศบาลนครขอนแก่น, วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๖๕.
- พระสุทัศน์ กตสารโร (ประทุมแก้ว). การศึกษาพุทธจริยธรรมกับการสื่อสารทางการเมือง. สารนิพนธ์ ปริญญาพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพระพุทธศาสนา. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๖.
- รุจิรา จิตต์ตั้งตรง. กลยุทธ์สื่อบุคคลเพื่อสร้างเครือข่ายการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาเกษตรอินทรีย์. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต นิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการสื่อสาร. คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ๒๕๕๗.
- ศรันถ์ ยี่หลั่นสุวรรณ. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อโครงการส่งเสริมสังคมของผู้นำเยาวชนประเทศอาเซียนและญี่ปุ่นผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook). วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ๒๕๕๘.
- สมสุข หินวิมาน. การสังเคราะห์องค์ความรู้เรื่องสื่อพิธีกรรมกับการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น. รายงานการวิจัย. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยและสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, ๒๕๕๖.
- สุรพล พรหมกุล. พุทธบูรณาการเพื่อการส่งเสริมนักรบเมืองท้องถิ่นต้นแบบในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง. รายงานการวิจัย. สมาคมภูมินิเวศพัฒนาอย่างยั่งยืน : เชียงใหม่. ๒๕๖๔.
- อภิขญา วิศาลศิริรักษ์. พฤติกรรมการใช้ไลน์กรุปและความพึงพอใจในความสัมพันธ์ภายในกลุ่มของวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ๒๕๕๙.
- อมรรัตน์ อ่อนนุช. คุณภาพการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการ กรณีศึกษาโรงงานอุตสาหกรรมแห่งหนึ่ง. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ. คณะศิลปศาสตร์ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ๒๕๕๖.

อาคม สุวรรณกันทา. การรายงานข่าวสืบสวนทางการเมืองในหนังสือพิมพ์ไทยและผลกระทบต่อการรับรู้ของสังคม. การค้นคว้าแบบอิสระรัฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ๒๕๔๒.

#### ๑.๔ รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ

วราพร ชมศรี และกันยารัตน์ แก้วเชียร. การรับสารสนเทศทางการเมืองของประชาชนในจังหวัดขอนแก่น.

Proceedings of 14th International Conference on Humanities and Social Sciences 2018 (IC-HUSO 2018) 22nd -23<sup>rd</sup>. November 2018. Faculty of Humanities and Social Sciences, Khon Kaen University, Thailand. (2018).

#### ๑.๕ เว็บไซต์

กระทรวงมหาดไทย. <http://pr.moi.go.th/>.

ท้องถิ่นที่มีการบริหารจัดการที่ดี ประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๔ และ ๒๕๖๕, <https://odloc.go.th/good-management/>.

เทศบาลนครขอนแก่น, <https://www.kkmuni.go.th/>.

นิพาดา เทวกุล. ความคิดสร้างสรรค์ (Creative Thinking), <https://pirun.ku.ac.th/~agrpct/envelop>.

บุหงา วชิระศักดิ์มงคล. ภาวะผู้นำทางวิชาการ, ๒๕๕๗, [http://office.nu.ac.th/edu\\_teach/ASS/Download/vchk-B1](http://office.nu.ac.th/edu_teach/ASS/Download/vchk-B1).

พูลสมบัติ นามหล้า, วิฑูษุมน: การมีส่วนร่วมของประชาชนในสื่อเพื่อชีวิตและสังคมท้องถิ่น, ประเทศไทย, <https://prachatai.com/journal/2009/06/24613>.

สำนักงานคณะกรรมการการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีการบริหารจัดการที่ดี ประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๔ และ ๒๕๖๕, <https://odloc.go.th/good-management/>.

## ๒. ภาษาอังกฤษ

Almond, G.A. and Powell G.B.. **Comparative Politics : Political Communication**. Boston : little Brown, 1978.

Berelson, B., & Steiner, G.. **Human Behavior : An Inventory of Scientific Findings**. New York : Harcourt, Brace, and World. 1964.

Brian Mcnair. **An Introduction to Political Communication**. London : Routledge, 2003.

CIPFA. **Delivering Good Governance in Local Government : Framework**. London : CIPFA, 2007.

Dan Nimmo. **Political Communication and Public Opinion in America**. California : Goodyear Publishing Company, 1978.

Everett M. Togers. **Communication of Innovations : A Cross-Culture Approach**. New York : The Free Press, 1983.

George Gerbner. “Toward a General Model of Communication”. **Audiovisual Communication Review**. June 1956, Volume 4 Issue 3.

Micheal Rush and Phillip H. Althoff, **An Introduction to Political Sociology**, (London : Thomas Nelson and Sons Limited, 1971

R.E. Denton and G.C. Woodward, **Political Communication in America**, (New Yok : Preeger, 1990

Rogers, Everett M. **Communication of Innovations : A Cross-Culture Approach**. New York : The Free Press, 1983.

Warren K. Agree, Phillip H. Althoff and Edwin Emery. **Introduction to Mass Communication**. New York : Harper & Row, 1976.

Wilbur Schramm. **Television in the Lives of Our Children**. Stanford UnivPr, 1961.

**ภาคผนวก**

ภาคผนวก ก

บทความ

การสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วน  
ท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

Political Communication for Local Development of  
Administrators of local Administrative Organization  
in Khon Kaen Province

สุรพล พรหมกุล

Suraphon Promgun

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตขอนแก่น

Mahachulalongkornrajavidyalaya University Khon Kaen Campus

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้คือ ๑) เพื่อศึกษาสภาพ ปัญหาอุปสรรค และปัจจัยเงื่อนไขที่มีผลต่อการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น ๒) เพื่อพัฒนารูปแบบการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น ๓) เพื่อวิเคราะห์การนำรูปแบบไปใช้ในการพัฒนาคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี คือการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปฏิบัติการ วิเคราะห์ความเหมาะสม ความเป็นไปได้ ความเป็นประโยชน์ของรูปแบบและการนำรูปแบบไปใช้ในการพัฒนาโดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า

๑) คณะผู้บริหารได้เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการสื่อสาร สื่อที่ใช้ในการพัฒนาท้องถิ่น ประกอบด้วย สื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อพื้นบ้าน สื่อดิจิทัล ปัญหาอุปสรรค พบว่า การสื่อสารในบางเรื่องมีวิธีการถ่ายทอดและการนำเสนอที่ไม่เหมาะสม เนื้อหาสารขาดการจัดลำดับที่ดี ยากต่อความเข้าใจ การใช้ช่องทางสื่อสารไม่เหมาะสมกับสารที่ต้องการนำเสนอ ผู้รับสารขาดความรู้และขาดความพร้อมในสารที่จะรับ ปัจจัยเงื่อนไขที่มีผลต่อการสื่อสารคือ ทักษะ ทักษะในการสื่อสาร ความรู้ สถานภาพทางสังคม ปัจจัยของสาร ปัจจัยของสื่อ

๒) ผลการพัฒนารูปแบบการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น พบว่า รูปแบบมี ๔ องค์ประกอบ คือ ๒.๑) ผู้ส่งสาร มี ๓ องค์ประกอบหลัก มี ๑๔ องค์ประกอบย่อย ๒.๒) สาร มี ๖ องค์ประกอบหลัก มี ๑๒ องค์ประกอบย่อย ๒.๓) ช่องทางสื่อสาร มี ๕ องค์ประกอบหลัก มี ๑๖ องค์ประกอบย่อย



๒.๔) ผู้รับสาร มี ๕ องค์ประกอบหลัก มี ๑๒ องค์ประกอบย่อย ผลการประเมินรูปแบบ พบว่า รูปแบบมีความเหมาะสม มีความเป็นไปได้ และเป็นประโยชน์ ในระดับมากที่สุด

๓) ผลการวิเคราะห์การนำรูปแบบไปใช้ในการพัฒนาคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กลุ่มเป้าหมาย พบว่า คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกลุ่มเป้าหมายเมื่อได้รับการพัฒนาตามรูปแบบแล้วมีระดับค่าเฉลี่ยสูงขึ้นกว่าก่อนได้รับการพัฒนา

**คำสำคัญ:** การสื่อสารทางการเมือง; พัฒนาท้องถิ่น; ผู้บริหารท้องถิ่น; องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

## ABSTRACT

This research aimed: 1) to study political communication for the local development of administrators of local administrative organizations in Khon Kaen Province 2) to develop the model of political communication for local development of administrators of local administrative organizations in Khon Kaen Province 3) to analyze the use of the model for the development of administrators of local administrative organizations in Khon Kaen Province. This research was mixed method research between qualitative research and action research. The data analyzed by content and inductive analysis. Analyze suitability, possibility, usefulness of the model using the mean and standard deviation. Analysis of the use of the model for the development using mean and standard deviation.

The research results were as follows:

1) The administrators opportunity opened for population to participant in communication. The media of local development consisted mass media, personnel media, folk media and digital media. The problem it was found that some communication had broadcasting and presentation method not suitable. The message without good sequencing and difficult to understanding. The using channel is not suitable with message want to present. Receiver lacks knowledge and readiness in receiving the message. The conditional factors affecting to communication were attitudes, communication skill, knowledge, social status, message factor, media factor.

2) The development Results of the model of political communication for local development found that there are 4 elements in the model: (1) the sender has 3 main elements, 14 sub-elements, (2) the message has 6 main elements, 12 sub-elements, (3) channels has 5 main elements, 16 sub-elements, (4) the receiver has 3 main elements with 12

sub-components. The model evaluation result was found that the model was appropriate and has a possibility and usefulness at the highest level.

3) The evaluation results of the use of the model in development found that the target group local administrators had a significantly higher mean after development than before.

**Key words:** Political communication; Local development; Local Administrators; local Administrative Organization

## ๑. บทนำ

การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในระบอบการปกครองแบบประชาธิปไตยกับการสื่อสารกับการเมืองมีความเกี่ยวพันกันอย่างใกล้ชิด การสื่อสารเป็นพื้นฐานของศาสตร์สาขาต่าง ๆ ส่วนการเมืองเป็นเรื่องของการใช้และการควบคุมอำนาจแนวคิดทางการเมืองผูกพันอยู่กับการสื่อสารจนแยกกันไม่ออก บุคคลสถาบัน หรือประเทศหนึ่งไม่สามารถมีอำนาจหรืออิทธิพลเหนือบุคคล สถาบัน หรือประเทศอื่นได้ถ้าไม่ใช้การสื่อสาร การสื่อสารเป็นเครื่องมือที่จะนำไปสู่การกระทำทางการเมือง กล่าวคือ ชีวิตและสังคมจะเป็นไปอย่างไรขึ้นอยู่กับความสามารถของประชาชนในการแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูลระหว่างกันหรืออีกนัยหนึ่งก็คือ การสื่อสารเป็นเครื่องมือสนับสนุน หรือเรียกร่องทางการเมืองนั่นเอง (พิชิต ทนงค์) การสื่อสารทางการเมืองคือกระบวนการสื่อสารที่มืองค์ประกอบ ๓ ฝ่าย ได้แก่ กลุ่มองค์กรทางการเมือง สื่อมวลชน และประชาชน โดยที่กลุ่มองค์กรทางการเมืองมีความต้องการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนไปยังประชาชน สื่อมวลชนก็ทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการเผยแพร่ข่าวสารนั้นภายใต้มุมมองจุดยืนและอุดมการณ์ทางการเมืองที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งเป็นสิ่งที่ประชาชนผู้รับสารจะใช้พิจารณาในการพิจารณาและขณะเดียวกันประชาชนก็อาจจะส่งข้อมูลข่าวสารที่ตนเองได้รับไปยังกลุ่มองค์กรทางการเมืองเพื่อสนองแนวทางการแก้ไขเพื่อเรียกร้องตลอดจนการต่อต้าน โดยผ่านไปยังสื่อมวลชน ซึ่งอาจเป็นจดหมายร้องเรียนต่าง ๆ หรือผ่านทางกรรงเสียง ในประเด็นที่มีหลาย ๆ หน่วยงานจัดทำขึ้น และการวิพากษ์วิจารณ์ผ่านสื่อใหม่ ๆ อย่าง Facebook และสื่อออนไลน์ต่าง ๆ

นอกจากนั้นในกระบวนการสื่อสารทางการเมืองนี้ สื่อมวลชนนอกจากจะทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของทั้ง ๒ กลุ่มแล้ว ยังสามารถแสดงบทบาทเป็นผู้ส่งสารได้อีกด้วย โดยวิธีการนำเสนอการแสดงความคิดเห็น การวิพากษ์วิจารณ์ และบทวิเคราะห์ผ่านคอลัมน์ต่าง ๆ รวมทั้งในเนื้อหาภายในของข่าวที่มีการกลั่นกรองในการนำเสนอว่าจะป็นข่าวใหญ่ ข่าวย่อย หรืออาจไม่นำเสนอเลยก็ได้ทั้งหมดที่กล่าวมานี้จึงเป็นแนวคิดการสื่อสารทางการเมืองที่กำลังเข้ามามีบทบาทในสังคมปัจจุบัน (ชินินทร ม้าทอง) ซึ่งสอดคล้องกับเสถียร เขยประทับ ที่กล่าวว่า การสื่อสารทางการเมือง คือ การสื่อสารที่มีเป้าหมายเกี่ยวกับการเมืองซึ่งหมายรวมถึง ๑. การสื่อสารทุกรูปแบบที่ดำเนินการโดยนักการเมืองและผู้ปฏิบัติการด้านการเมือง

อื่น ๆ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะบรรลุเป้าหมายที่กำหนด ๒. การสื่อสารที่ส่งไปยังผู้ปฏิบัติการด้านการเมืองเหล่านั้นโดยบุคคลที่ไม่ใช่พนักงานเมือง เช่น ผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง หรือนักข่าวของสื่อมวลชน ๓. การสื่อสารเกี่ยวกับผู้ปฏิบัติการด้านการเมืองและกิจกรรมของบุคคลเหล่านั้น ดังที่ปรากฏในรายงานข่าว บทบรรณาธิการ บทความหรือในรูปแบบอื่น ๆ ของการอภิปราย พูดคุยแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการเมืองโดยสื่อต่าง ๆ ดังที่ ชูศักดิ์ ชูช่วย ได้กล่าวว่า ผู้นำท้องถิ่นเป็นบุคคลกลุ่มหนึ่งที่จะเป็นผู้นำในการพัฒนาชุมชน ท้องถิ่นจะพัฒนาไปไกลและบรรลุเป้าหมายเพียงใด ก็ขึ้นอยู่กับว่าได้ใช้การสื่อสารช่วยขับเคลื่อนมากน้อยเพียงใด ในขณะที่ กุลิสรา กฤตวรกาญจน์ ได้กล่าวว่า การพัฒนากับการสื่อสารมีความเกี่ยวข้องและสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด กล่าวคือยุทธวิธีการสื่อสารเพื่อการพัฒนาหมายถึงการตัดสินใจ ต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับพฤติกรรมสื่อสารหรือการที่จะนำการสื่อสารไปใช้ในการพัฒนาให้ตรงตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้นทั้งแง่เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และคุณภาพชีวิต (เกษตรสุดา สิทธิสันติกุล ปณณพร ไพบูลวัฒน์กิจ และ กิ่งกาญจน์ เจริญกุล, โดยที่เสถียร เขยประทับได้ให้ทัศนะว่า การสื่อสารเป็นเครื่องมือสำหรับการพัฒนาอย่างแท้จริงนั้นควรให้ประชาชนเข้ามาเกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสาร ประชาชนต้องเข้ามาเกี่ยวข้องทั้งในฐานะผู้รับสารและผู้มีส่วนร่วมในการวางแผนและผลิตเนื้อหาของสื่อ ควรมีลักษณะที่ผู้รับสารสามารถควบคุมกระบวนการสื่อสารได้มากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน และผู้ส่งสารสามารถควบคุมกระบวนการสื่อสารได้น้อยลง ในปัจจุบันผู้ทำหน้าที่ส่งสารคือ ผู้กำหนดกิจกรรมการสื่อสารว่าจะเกิดขึ้นที่ไหน อย่างไร เมื่อไร และความถี่เป็นอย่างไร อีกทั้งต้องเป็นการผลิตในท้องถิ่น ปัจจัยที่สำคัญของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา คือ เนื้อหาของสื่อควรได้รับการจัดทำขึ้นในท้องถิ่น (เสถียร เขยประทับ)

ส่วนพฤติกรรมสื่อสารทางการเมืองของประชาชนในจังหวัดขอนแก่นนั้น มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจ การค้า และการลงทุน เนื่องจากเป็นเมืองศูนย์กลางของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้วยความเป็นจังหวัดใหญ่ และมีประชากรจำนวนมาก มีการแข่งขันทางการเมืองสูง กลุ่มการเมืองจึงให้ความสำคัญกับพื้นที่นี้ทั้งการเมืองระดับชาติและการเมืองระดับท้องถิ่น ประกอบกับมีความโดดเด่นในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ทางการเมืองอย่างหลากหลายทำให้เกิดสารสนเทศทางการเมืองแพร่กระจายสู่ประชาชนในรูปแบบที่หลากหลาย โดยที่ วราพร ชมศรี พบว่าประชาชนส่วนใหญ่ในจังหวัดขอนแก่น มีการรับรู้การสื่อสารทางการเมืองจากสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด โดยใช้เวลามากกว่าวันละ ๖ ชั่วโมงต่อวันในการสื่อสารทางการเมือง รับสารสนเทศทางการเมืองเกี่ยวกับกิจกรรมทางการเมืองของพรรคการเมือง เช่น การจัดตั้งพรรคการเมือง การเลือกตั้ง การเสนอนโยบายในช่วงการเลือกตั้งหาเสียงอยู่ในระดับมาก โดยวัตถุประสงค์ที่รับสารสนเทศทางการเมืองเพราะต้องการเป็นคนทันสมัย ทันเหตุการณ์ในระดับมาก รวมถึงประชาชนส่วนใหญ่มีความรู้เท่าทันสื่อทางการเมือง ด้านความรู้ความเข้าใจองค์กรสื่อและความรู้ความเข้าใจเนื้อหาสารสนเทศทางการเมืองในระดับปานกลาง มีความรู้ความเข้าใจผลกระทบของสื่อในระดับมาก (วราพร ชมศรี และกันยารัตน์ แก้วเชียร จังหวัดขอนแก่นที่ผ่านมานั้นถึงแม้จะมีสื่อมวลชนครบทุกประเภททั้งวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ แม้กระทั่งสื่อออนไลน์ ได้นำเสนอข้อมูลข่าวสารและรายงานสถานการณ์ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีทั้งข้อดีและไม่ดี

โดยหลายครั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนมองว่า การนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนในพื้นที่ มีหลายข่าวที่ไม่สร้างสรรค์ และไม่ได้เป็นประโยชน์ในการพัฒนาท้องถิ่น แต่กลับสร้างภาพลักษณ์ที่เสียหาย นำไปสู่ความขัดแย้งสร้างความแตกแยกให้กับประชาชนในพื้นที่ (สุมาลี สุวรรณกร)

นอกจากนั้นยังพบว่า การสื่อสารทางการเมืองในจังหวัดขอนแก่นมีลักษณะการใช้ช่องทางในการโฆษณาผลงานและภาพลักษณ์ทำลายฝ่ายตรงข้าม ประชาชนใช้การสื่อสารไม่มีความเป็นกลางในการนำเสนอข่าวสาร ในยุคที่การสื่อสารมีความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์และมีเทคโนโลยีเข้ามาช่วยให้การสื่อสารของประชาชนมีการแพร่กระจายไปได้อย่างรวดเร็ว แต่ข่าวสารบางชนิดที่ถูกเผยแพร่กลับเป็นข่าวที่ถูกตัดแต่งขึ้นหรือมีการสร้างข่าวปลอม เพื่อขึ้นนำและชักจูงใจประชาชนให้เกิดการคล้อยตามไปกับแหล่งข่าวนั้น ๆ (พระมหาปรัชญ์ นภฎิริสิริ) ในขณะที่เดียวกันการสื่อสารของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกล่าวได้ว่ามีความสำคัญต่อการพัฒนาท้องถิ่นมาตลอด เพราะคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นคือตัวแทนของประชาชนที่ได้รับเลือกตั้งให้เข้าไปบริหารงบประมาณ โครงการ ตามกฎหมายกำหนด องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนั้นจึงเป็นอีกหนึ่งองค์กรที่ต้องใช้การสื่อสารทั้งภายในและภายนอก การปกครองท้องถิ่นผู้นำทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตยมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีความเชี่ยวชาญในการสื่อสารเป็นอย่างมาก ยิ่งเป็นการเมืองระดับท้องถิ่นนั้นยิ่งมีความจำเป็นที่จะต้องสื่อสารอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ประชาชนเกิดการรับรู้เกี่ยวกับเรื่องราว ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของนโยบายในการพัฒนา การประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชน การสร้างความเชื่อมั่นหรือความน่าเชื่อถือ (โกวิทย์ พวงงาม)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น ซึ่งถือว่าการสื่อสารในปัจจุบันจะต้องมีความผูกพันกันระหว่างผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับประชาชนกล่าวคือให้อยู่ในระนาบเดียวกันลดความเป็นสถาบันของรัฐลงแล้วแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน อันจะทำให้เกิดการสื่อสารสองทางระหว่างคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับประชาชนอย่างสันติ เกิดความไว้วางใจซึ่งกันและกันนำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นแบบมีส่วนร่วมคือ ร่วมตัดสินใจ ร่วมดำเนินการ ร่วมรับผลประโยชน์ และร่วมประเมินผลด้วยกันให้ความสำคัญกับประชาชนในฐานะที่เป็นเจ้าของพื้นที่ที่ต้องการสื่อสารข้อมูลให้ตรงประเด็นซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่นต่อไป

## ๒. วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

๒.๑ เพื่อศึกษาสภาพ ปัญหาอุปสรรค และปัจจัยเงื่อนไขที่มีผลต่อการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

๒.๒ เพื่อพัฒนารูปแบบการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

๒.๓ เพื่อศึกษาการนำรูปแบบไปใช้ในการพัฒนาคณะผู้บริหารองค์กรปกครองท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

### ๓. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น” เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี คือการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) ซึ่งมีรายละเอียดเพื่อให้การวิจัยบรรลุผลสำเร็จ ดังนี้

๑. **ด้านประชากร/และผู้ให้ข้อมูลสำคัญ** ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้คัดเลือกแบบเจาะจงผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) คือผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด นายกเทศมนตรี นายกองค์การบริหารส่วนตำบล รองนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด รองนายกเทศมนตรี รองนายกองค์การบริหารส่วนตำบล รวมถึงเลขานุการนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด เลขานุการนายกเทศมนตรี เลขานุการนายกองค์การบริหารส่วนตำบล จำนวน ๒๐ คน ซึ่งเป็นผู้บริหารจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่นที่ได้รับรางวัลการบริหารจัดการที่ดีของสำนักงานคณะกรรมการการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในช่วงปี พ.ศ.๒๕๖๔-๒๕๖๕ (สำนักงานคณะกรรมการการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น, ๒๕๖๔-๒๕๖๕) และนอกจากนั้นจะต้องมีคุณสมบัติคือ เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกระบวนการพัฒนา กระบวนการสื่อสาร มีทักษะและเทคนิคในการสื่อสาร มีความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

๒. **เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย** ประกอบด้วย ๑) แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ๒) แบบสนทนากลุ่มเฉพาะ (focus group) ๓) แบบสอบถาม (Questionnaire) มีวิธีในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือคือ นำเครื่องมือวิจัยที่สร้างเสร็จแล้วคือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) และแบบสนทนากลุ่มเฉพาะ (focus group) ไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน ๕ ท่านตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content validity) แล้วทำการปรับปรุงและแก้ไขข้อความตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ ส่วนแบบสอบถามการวิจัยตรวจสอบด้วยการส่งให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน ๖ ท่าน ตรวจสอบเกี่ยวกับโครงสร้างของคำถาม ตลอดจนภาษาที่ใช้ จากนั้นจึงนำไปทดลองใช้กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมาย จำนวน ๓๐ คน เพื่อตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม แล้วทำการวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ซึ่งมีผลปรากฏดังนี้

(๒.๑) แบบสอบถามความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ของรูปแบบการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น ได้ความเชื่อมั่นเท่ากับ ๐.๙๓

(๒.๒) แบบสอบถามประเมินก่อนและหลังการพัฒนาการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น ได้ความเชื่อมั่นเท่ากับ ๐.๘๙

(๒.๓) แบบสอบถามประเมินก่อนและหลังการใช้ไลน์ OA (Official Account) ได้รับความเชื่อมั่นเท่ากับ ๐.๘๕

จากนั้นจึงนำแบบสอบถามที่ทำการปรับปรุงแก้ไขเสร็จแล้วไปจัดพิมพ์และนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

**๓. การสร้างรูปแบบการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น** มีวิธีดำเนินการคือ ๑) ศึกษาองค์ประกอบ ๒) การสร้างรูปแบบ ๓) การประเมินรูปแบบ

**๔. การนำรูปแบบไปใช้ในการพัฒนา** ในการวิจัยครั้งนี้ ได้นำรูปแบบไปใช้กับคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น โดยมีขั้นตอนดำเนินการ ดังนี้ ๑) ขั้นตอนเตรียมการ คือ การประชุมเตรียมความพร้อม และคัดเลือกสถานที่ที่จะทำการพัฒนา ๑ พื้นที่ ตลอดจนการจัดทำเอกสารเพื่อแจกให้กับผู้เข้ารับการพัฒนา ๒) ขั้นตอนติดต่อประสานงานกับกลุ่มเป้าหมาย คือ ทำหนังสือถึงหน่วยงานที่จะไปจัดกิจกรรมการนำรูปแบบไปใช้ในการพัฒนา และเข้าพบหัวหน้าหน่วยงานเพื่อชี้แจงทำความเข้าใจในรายละเอียดของกิจกรรม ๓) ขั้นตอนพัฒนา คือ การจัดกิจกรรมกับกลุ่มเป้าหมายที่ได้คัดเลือกไว้ ๔) ขั้นตอนประเมินหลังการพัฒนาตามรูปแบบการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

**๕. การวิเคราะห์ข้อมูล** ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้ ๑) การวิเคราะห์ข้อมูลจากเนื้อหา (Content analysis) เอกสารที่เกี่ยวข้องจากหนังสือ ตำรา งานวิจัย ๒) วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่มเฉพาะ ด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา และการวิเคราะห์แบบอุปนัย (Analytic induction) โดยการตีความหมาย เชื่อมโยงความสัมพันธ์ และสร้างข้อสรุปจากข้อมูลที่น่ามาวิเคราะห์ ๓) วิเคราะห์ความเหมาะสมของรูปแบบ การประเมินผลการพัฒนาตามรูปแบบโดยใช้ค่าเฉลี่ย ( $\mu$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ( $\sigma$ )

#### ๔. สรุปผลการวิจัย

๔. สภาพ ปัญหาอุปสรรค และปัจจัยเงื่อนไขที่มีผลต่อการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

๑) สภาพการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น พบว่า (๑) คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่นมีกระบวนการสื่อสารด้วยการส่งผ่านข้อมูล การแลกเปลี่ยนความคิดที่บุคคลสองฝ่ายแบ่งปันความหมายให้กันและกันได้ทราบ เพื่อให้มีความคิดตรงกันในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง มีสภาพเป็นกระบวนการที่เชื่อมโยงกันเพื่อนำส่งข้อมูลอย่างเป็นระบบ ๔ ประการคือ ผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสาร (๒) ลักษณะการสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย (๒.๑) เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการสื่อสาร (๒.๒) มีการผลิตสื่อในท้องถิ่น (๒.๓) ทำการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (๒.๔) มีการสื่อสาร

ตามนโยบาย กล่าวคือ การสื่อสารจากบนลงล่าง การสื่อสารจากล่างขึ้นบน การสื่อสารตามแนวนอน (๓) ประเภทของสื่อที่ใช้ในการพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย (๓.๑) สื่อมวลชน (๓.๒) สื่อบุคคล (๓.๓) สื่อพื้นบ้าน (๓.๔) สื่อดิจิทัล กล่าวคือ เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก ไลน์

๒) ปัญหาอุปสรรคการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น พบว่า (๑) ผู้ส่งสาร (Sender) มีปัญหาอุปสรรคในการสื่อสารคือ (๑.๑) คณะผู้บริหารองค์กรปกครองท้องถิ่นขาดความรู้ความเข้าใจและข้อมูลเกี่ยวกับสารที่ต้องการจะสื่อ (๑.๒) การสื่อสารในบางเรื่องมีวิธีการถ่ายทอดและการนำเสนอที่ไม่เหมาะสม (๑.๓) มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อการส่งสาร (๑.๔) คณะผู้บริหารองค์กรปกครองท้องถิ่นขาดความพร้อมในการส่งสาร (๑.๕) คณะผู้บริหารองค์กรปกครองท้องถิ่นมีความบกพร่องในการวิเคราะห์ผู้รับสาร (๒) เนื้อหาของสาร (Message) พบปัญหาคือ (๒.๑) สารไม่เหมาะสมกับผู้รับสาร อาจยากหรือง่ายเกินไป (๒.๒) สารขาดการจัดลำดับที่ดี สลับซับซ้อน (๒.๓) สารมีรูปแบบแปลกใหม่ยากต่อความเข้าใจ (๒.๔) สารที่ใช้ภาษาคลุ่มเครือ ขาดความชัดเจน (๓) ช่องทางการสื่อสาร (Channel) พบปัญหาคือ (๓.๑) การใช้ช่องทางสื่อสารไม่เหมาะสมกับสารที่ต้องการนำเสนอ เช่น เมื่อมีเหตุด่วน เหตุร้ายที่เกิดขึ้นในชุมชนควรใช้หอกระจายเพื่อประกาศให้รับทราบทันทีไม่ควรแจ้งในไลน์กลุ่มอย่างเดียวเพราะบางคนเปิดอ่านช้ากว่าจะทราบข่าวก็ทำให้ผ่านเหตุการณ์สำคัญนั้นไป (๓.๒) การใช้ช่องทางสื่อสารไม่มีประสิทธิภาพ เช่น ชุมชนมีช่องทางสื่อสารสำหรับร้องเรียน ร้องทุกข์คือไลน์กลุ่ม แทนที่จะเอาไว้ติดต่องานอย่างเดียวแต่กลับส่งข้อมูลไม่เกี่ยวข้องลงไปในไลน์กลุ่ม (๔) ผู้รับสาร (Receiver) พบปัญหาของผู้รับสารคือ (๔.๑) ขาดความรู้ในสารที่จะรับ (๔.๒) ขาดความพร้อมที่จะรับสาร (๔.๓) ผู้รับสารมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อผู้ส่งสาร (๔.๔) ผู้รับสารมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสาร (๔.๕) ผู้รับสารมีความคาดหวังในการสื่อสารสูงเกินไป

๓) ปัจจัยเงื่อนไขที่มีผลต่อการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย (๑) ทัศนคติ เป็นปัจจัยสำคัญต่อปัญหาการสื่อสารภายในชุมชน (๒) ทักษะในการสื่อสาร ผู้บริหารท้องถิ่นที่มีทักษะในการสื่อสารที่ดีนั้นคนในทีมจะรับรู้ถึงความคาดหวังและความต้องการทำงานด้วย (๓) ความรู้ ผู้ส่งสารที่มีความรู้ดีเยี่ยมสื่อสารได้ดีมีประสิทธิภาพ (๔) สถานภาพทางสังคม ตำแหน่ง บทบาทหน้าที่ทางสังคมก็เป็นหนึ่งปัจจัยที่จะทำให้การสื่อสารของผู้บริหารท้องถิ่นเปลี่ยนแปลงไปในทางบวกได้ (๕) ปัจจัยของสาร สารคือเรื่องราวที่มีความหมายและแสดงออกมาโดยอาศัยภาษา หรือสัญลักษณ์ใด ๆ ก็ตามที่สามารถทำให้เกิดการรับรู้ร่วมกันได้ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารจะเป็นตัวช่วยให้ผู้รับสารเกิดความรู้ความหมายและมีปฏิกิริยาตอบสนอง เป็นการถ่ายทอดความคิด ความรู้สึก ความต้องการ ข่าวสาร และวัตถุประสงค์ของตน (๖) ปัจจัยของสื่อ สื่อคือช่องทางหรือพาหนะที่นำหรือพาสารไปยังผู้รับสาร ประสิทธิภาพของสื่อย่อมมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของการสื่อสาร

๔.๒ รูปแบบการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

๑) ผลการศึกษา พบว่า รูปแบบการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น มี % องค์ประกอบคือ องค์ประกอบที่ ๑ ผู้ส่งสาร (Sender) มี ๓ องค์ประกอบหลัก ดังนี้ (๑) คุณสมบัติพื้นฐานของผู้ส่งสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น (๒) คุณสมบัติเฉพาะของผู้ส่งสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น (๓) คุณสมบัติจำเป็นของผู้ส่งสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น องค์ประกอบที่ ๒ สารหรือข่าวสาร (Message) มี ๖ องค์ประกอบหลัก ดังนี้ (๑) ความถูกต้อง (๒) ความสมบูรณ์ (๓) มีจุดหมาย (๔) มีความน่าเชื่อถือ (๕) กระชับเรียบง่าย (๖) สืบค้นสะดวก องค์ประกอบที่ ๓ ช่องทางสื่อสาร (Channel) มี ๕ องค์ประกอบหลัก ดังนี้ (๑) สื่อมวลชน (๒) สื่อบุคคล (๓) สื่อพื้นบ้าน (๔) สื่อดิจิทัล (๕) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ องค์ประกอบที่ ๔ ผู้รับสาร (Receiver) มี ๓ องค์ประกอบหลัก ดังนี้ (๑) กระบวนการเลือกรับสาร (๒) เทคนิคการรับสาร (๓) แนวทางการรับสาร

๒) ผลการยกย่องรูปแบบ พบว่า รูปแบบที่ได้จากการวิจัยคือ Smart Communicator ผลการประเมินรูปแบบ Smart Communicator ซึ่งมีประเด็นพิจารณาประกอบด้วย ชื่อรูปแบบ หลักการ วัตถุประสงค์ วิธีดำเนินการ องค์ประกอบของรูปแบบ พบว่า รูปแบบ Smart Communicator มีความเหมาะสม มีความเป็นไปได้ และเป็นประโยชน์ ในระดับมากที่สุด

๓) ผลการประเมินการนำรูปแบบไปใช้ในการพัฒนา พบว่า คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เป็นกลุ่มเป้าหมายมีการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นก่อนได้รับการพัฒนาตามรูปแบบมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\mu = ๔.๑๓$ ) หลังได้รับการพัฒนาตามรูปแบบมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน ( $\mu = ๔.๔๑$ ) นั่นคือคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลังได้รับการพัฒนามีค่าเฉลี่ยสูงขึ้นกว่าก่อนได้รับการพัฒนาอย่างชัดเจน ส่วนผลการประเมินการใช้ไลน์ OA พบว่า คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เป็นกลุ่มเป้าหมายก่อนการพัฒนามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\mu = ๔.๔๑$ ) แต่หลังได้รับการพัฒนามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\mu = ๔.๖๘$ ) นั่นคือคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เป็นกลุ่มเป้าหมายมีค่าเฉลี่ยหลังได้รับการพัฒนาสูงขึ้นกว่าก่อนได้รับการพัฒนาอย่างชัดเจน

## ๕. อภิปรายผล

การศึกษาการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น มีข้อค้นพบที่ควรนำมาอภิปรายผล ดังนี้

๕.๑ องค์ประกอบของการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่นมี ๔ อย่างคือ ๑) ผู้ส่งสาร (Sender) ๒) สาร (Message) ๓) สื่อหรือช่องทางการสื่อสาร (Channel) ๔) ผู้รับสาร (Receiver) สอดคล้องกับ กรวรรณ เวชชานุกเคราะห์ นิธิดา แสงสิงแก้ว ที่ได้ศึกษา พบว่า องค์ประกอบสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์



ของพื้นที่ชุมชนคลองโคกน จังหวัดสมุทรสงคราม คือ SMCR ซึ่ง (S) ก็คือผู้นำทางความคิดทำการแพร่กระจายนวัตกรรมซึ่งก็คือ (M) ผ่านสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในที่นี่ก็คือ (C) ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อการประชุม เสียงตามสาย และสื่อกิจกรรมไปยังผู้รับสาร (R) ในที่นี้คือชาวบ้านในชุมชนคลองโคกน

๕.๒ ผลการศึกษาองค์ประกอบและตัวบ่งชี้รูปแบบการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น พบว่า ผลการศึกษาองค์ประกอบของการสื่อสารเพื่อพัฒนาท้องถิ่นครั้งนี้ มีความสอดคล้องและยืนยันโดยผู้ทรงคุณวุฒิ ๕ ท่าน ทั้งนี้เนื่องจากผู้วิจัยได้ศึกษาจากแนวคิด หลักการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องอย่างหลากหลาย ลุ่มลึก โดยยึดแนวคิดหลักของบุคคลที่มีชื่อเสียงและเป็นต้นแบบผู้เป็นแนวคิดหลักจริง ๆ จวบจนกระทั่งในปัจจุบัน ทำให้องค์ประกอบครบและครอบคลุมกรอบความคิดการสื่อสารเพื่อพัฒนาท้องถิ่น ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ เดวิด เค เบอร์โล (David K. Berlo) ไบรอัน แมคแนร์ (Brian McNair) เสถียร เขยประทับ กาญจนา แก้วเทพ เกศินี จุฑาวิจิตร เป็นต้น

๕.๓ ผลการประเมินรูปแบบ Smart Communicator ซึ่งมีประเด็นพิจารณาประกอบด้วย ชื่อรูปแบบ หลักการ วัตถุประสงค์ วิธีดำเนินการ องค์ ประกอบของรูปแบบ ตัวชี้วัดความสำเร็จ จากผู้เชี่ยวชาญ ๕ ท่าน พบว่า รูปแบบ Smart Communicator มีความเหมาะสม มีความเป็นไปได้ และเป็นประโยชน์ในระดับมากที่สุด ซึ่งประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งผู้วิจัยได้ทำการยกร่างรูปแบบดังกล่าวจากการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นข้อมูลสู่การยกร่างรูปแบบร่วมกับข้อมูลสารสนเทศที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญด้านนี้ และนำเข้าประชุมสัมมนาอิงผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ข้อเสนอแนะและตรวจสอบการยกร่างรูปแบบดังกล่าว จึงทำให้รูปแบบสามารถนำไปสู่การปฏิบัติและประสบผลสำเร็จได้ สอดคล้องกับ อาจารย์ ภูวิทย์พันธ์ ที่สรุปว่าร่างกำหนดตัวชี้วัดผลสำเร็จ และเป้าประสงค์ที่ดี ควรทำดังนี้ ๑) กำหนดตัวชี้วัดให้สอดคล้องกับเป้าประสงค์ที่ตั้งไว้ ผลลัพธ์นี้จะเป็นตัวบ่งบอกวิธีการที่สามารถทำให้ประสบความสำเร็จ ๒) ตัวชี้วัดความมีความชัดเจน ประยุกต์สู่การปฏิบัติได้จริง ๓) ตัวชี้วัดต้องสามารถประเมินได้ เพื่อที่จะสามารถทราบได้ถึงประสิทธิภาพที่ต้องการนั้น ๆ ๔) การกำหนดตัวชี้วัดต้องมีความเป็นรูปธรรม สามารถวัดตามสภาพจริงได้ ๕) ตัวชี้วัดของแต่ละกลุ่มหรือแต่ละบุคคลไม่จำเป็นต้องเหมือนกัน อาจจะเสริมกัน แต่ต้องกำหนดให้สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งในรูปแบบที่สร้างขึ้น มีตัวชี้วัดที่ชัดเจนของการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น รูปแบบจึงมีความเหมาะสม มีความเป็นไปได้ และเป็นประโยชน์

๕.๔ ผลการใช้รูปแบบ Smart Communicator พบว่า โดยภาพรวมคณะผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น มีการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นก่อนได้รับการพัฒนาตามรูปแบบ Smart Communicator อยู่ในระดับมาก หลังได้รับการพัฒนาตามรูปแบบ Smart Communicator โดยภาพอยู่ในระดับมาก ซึ่งคณะผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่นหลังได้รับการพัฒนาทำให้มีศักยภาพในการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นสูงขึ้น กล่าวได้ว่าเป็นเรื่องที่น่ายินดีอย่างยิ่งเพราะเมื่อคณะผู้บริหารมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นแล้วย่อมสามารถสื่อสารกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตรงกับเป้าหมายที่วางไว้ ทำให้การพัฒนาไม่

หยุดนิ่ง สอดคล้องกับเจริญเนตร แสงดวงแข ได้ทำการวิจัย พบว่า ระดับศักยภาพทางการสื่อสารของนักสื่อสารชุมชนท้องถิ่นก่อนเข้ารับการฝึกอบรมโดยนักวิจัยในโครงการการสร้างนักสื่อสารชุมชนท้องถิ่นในการเผยแพร่แผนชุมชน เพื่อธำรงรักษาป่าชายเลน ตำบลหัวเขา จังหวัดสงขลา ทุกด้าน ทั้งด้านความรู้/ความสามารถในฐานะผู้รับสาร ด้านความรู้/ความสามารถในฐานะผู้ส่งสาร ด้านความรู้เรื่องประเภทสื่อและความสามารถในการใช้สื่อ ด้านความรู้/ความสามารถด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านความรู้/ความสามารถ ด้านการวางแผนกิจกรรมโครงการ และด้านความรู้/ความสามารถด้านการสร้าง การมีส่วนร่วม อยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่ระดับศักยภาพทางการสื่อสารของนักสื่อสารชุมชนท้องถิ่นหลังกระบวนการฝึกอบรมทุกด้าน อยู่ในระดับมาก

## ๖. ข้อเสนอแนะ

### ๖.๑ ข้อเสนอแนะในระดับนโยบาย

๑) องค์ประกอบของการสื่อสารด้าน **ผู้ส่งสาร** หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับองค์กรปกครองท้องถิ่นควรส่งเสริมให้ผู้บริหารมีบุคลิกของความเสียสละ มีภาพลักษณ์ที่สื่อให้เห็นได้ว่าเป็นผู้ที่พร้อมจะส่งข้อมูลข่าวสารไปยังประชาชน พร้อมให้รายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูล ไม่ว่าข้อมูลจะเป็นบวกหรือลบก็สามารถอธิบายให้ประชาชนเข้าใจได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของสาร

๒) องค์ประกอบของการสื่อสารด้าน **สาร** หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับองค์กรปกครองท้องถิ่นควรส่งเสริมให้ผู้บริหารรู้จักเก็บข้อมูลเนื้อหาสารในหลายรูปแบบ การค้นหาข้อมูลจึงอาจต้องอาศัยบริการและโปรแกรมต่าง ๆ ที่เหมาะกับชนิดของข้อมูลที่ต้องค้นหา

๓) องค์ประกอบของการสื่อสารด้าน **ช่องทางการสื่อสาร** หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับองค์กรปกครองท้องถิ่นควรส่งเสริมให้ผู้บริหารรู้ได้ใช้สื่อดิจิทัลที่มีอยู่แล้วและที่ได้สร้างขึ้นใหม่ คือ ไลน์ OA ขององค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี จังหวัดขอนแก่น ด้วยการใช้เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาท้องถิ่นให้มากที่สุด

๔) องค์ประกอบของการสื่อสารด้าน **ผู้รับสาร** หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับองค์กรปกครองท้องถิ่นควรส่งเสริมให้ท่านเหล่านั้นได้รู้จักเตรียมพร้อมในการเป็นผู้รับสาร เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปบูรณาการในการพัฒนาท้องถิ่นต่อไป

### ๖.๒ ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

๑) คณะผู้บริหารองค์กรปกครองท้องถิ่น ควรเลือกใช้สื่อดิจิทัลที่ได้สร้างขึ้นใหม่ คือ ไลน์ OA ขององค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี จังหวัดขอนแก่น ด้วยการใช้เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาท้องถิ่นของตนเองให้มากที่สุด

๒) ควรนำรูปแบบ Smart Communicator ไปใช้ในการพัฒนาคณะผู้บริหารองค์กรปกครองท้องถิ่นในพื้นที่อื่น ๆ เพื่อบูรณาการการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นให้ดีขึ้น ซึ่งจะเป็นการปิดช่องว่างของการสื่อสาร ทำให้เกิดความเข้าใจในการพัฒนาตรงกัน

### ๖.๓ ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

๑) ควรนำเอาองค์ประกอบของการสื่อสารไปเป็นกรอบความคิดในการศึกษาการสื่อสารทางการเมืองในประเด็นอื่น ๆ เช่น การสื่อสารทางการเมืองที่ส่งผลต่อการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร เป็นต้น

๒) ควรนำเอาองค์ประกอบของการสื่อสารไปเป็นกรอบความคิดในการศึกษาการสื่อสารทางการเมืองในประเด็นอื่น ๆ เช่น การสื่อสารทางการเมืองที่ส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตประชาชนใน ๓ วัย คือ วัยเด็กและเยาวชน และผู้สูงอายุ หากมีการศึกษาครบทั้ง ๓ วัยอาจทำให้ระบบการเมืองของไทยจะได้รับการพัฒนาในทิศทางที่ดีขึ้นต่อเนื่องกันไป

### ๗. องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการวิจัยในครั้งนี้ สามารถสรุปเป็นแผนภาพเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นได้ดังนี้



ภาพที่ ๑ แสดงภาพ Smart Communicator : SMCR

จากแผนภาพดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าผู้ที่ทำหน้าที่หลักในการสื่อสารทางการเมืองคือ คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งมีกระบวนการในการสื่อสาร ๔ องค์ประกอบคือ ๑) ผู้ส่งสาร ๒) สาร ๓) สื่อ ๔) ผู้รับสาร ในแต่ละองค์ประกอบของการสื่อสารจะมีองค์ประกอบหลักที่ทำให้การสื่อสารเกิดการขับเคลื่อนเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ในการพัฒนาท้องถิ่นนั้นจะมีทั้งคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและประชาชนที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาร่วมกันโดยทำหน้าที่ร่วมตัดสินใจ ร่วมดำเนินงาน ร่วมรับผลประโยชน์ ร่วมประเมินผล ซึ่งจากการร่วมกันดังกล่าวนี้จะส่งผลลัพธ์คือ คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและประชาชนเกิดการสื่อสารอย่างสันติ เข้าใจจุดมุ่งหมาย มีการตอบสนองเชิงบวก ท้องถิ่นพึงพอใจ และเกิดความไว้วางใจต่อกัน

จากผลลัพธ์นี้อาจส่งผลสะท้อนกลับไปยังคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอีกครั้ง ซึ่งจะทำให้เกิดการทบทวนการดำเนินงานที่นำไปสู่วงจรกิจกรรมสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นต่อไป

### เอกสารอ้างอิง

- กรวรรณ เวชชานุเคราะห์ นิธิดา แสงสิงแก้ว. การสื่อสารเพื่อการพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์พื้นที่ชุมชนคลองโคกน จังหวัดสมุทรสงคราม. วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน).
- กุลิสรา กฤตวรกาญจน์. การสื่อสารเพื่อพัฒนากับการพัฒนาชนบทไทย. วารสารการสื่อสารมวลชน, (๑)๒, ๒๐.
- เกศสุดา สิทธิสันติกุล ปณณพร ไพบูลย์พัฒนกิจ และกิ่งกาญจน์ เจริญกุล. การสื่อสารเพื่อพัฒนาสิ่งแวดล้อมเมืองเชียงใหม่อย่างมีส่วนร่วม: โครงการ Spark U เชียงใหม่ ปฏิบัติการเปลี่ยนเมือง. วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย, ๑ ๑(๒), ๒๕๒.
- โกวิทย์ พวงงาม. การปกครองท้องถิ่นไทย. (พิมพ์ครั้งที่ ๓ ). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์บริษัท ส.เอเชียเพรส จำกัด. เจริญเนตร แสงดวงแข. ผลลัพธ์การสร้างนักสื่อสารชุมชนท้องถิ่นเพื่อเสริมสร้าง จิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าชายเลน ตำบลหัวเขา อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา. วารสารศาสตร์, (๑๓)๓, ๔๐-๔๑.
- ชนินธร ม้าทอง. “แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง”. วารสารรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, (๒)๑, ๑๖๓-๑๗๕.
- ชูศักดิ์ ชูช่วย. บทบาทของผู้นำท้องถิ่นในการพัฒนาชุมชน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. ภาควิชาการศึกษา นอกโรงเรียน. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พระมหาปรัชญ์ นภฎริสิริ. การมีส่วนร่วมในการสื่อสารทางการเมืองของประชาชนในเขตเทศบาลนครขอนแก่น. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- พิชิต ทนงค์. “การสื่อสารทางการเมืองกับการสร้างอัตลักษณ์ประชาธิปไตยของเยาวชนในจังหวัดอุบลราชธานี”. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วราพร ชมศรี และกันยารัตน์ แก้วเชียร. การรับสารสนเทศทางการเมืองของประชาชนในจังหวัดขอนแก่น, Proceedings of 14th International Conference on Humanities and Social Sciences 2018 (IC-HUSO 2018) 22<sup>nd</sup> -23rd November 2018, Faculty of Humanities and Social Sciences, Khon Kaen University, Thailand.

สำนักงานคณะกรรมการการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น. องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นที่มี  
การบริหารจัดการที่ดี ประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๔ และ ๒๕๖๕, สืบค้นจาก <https://odloc.go.th/good-management/>.

สุมาลี สุวรรณกร. แนวทางการสื่อสารอย่างสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาเมืองขอนแก่น, วารสารการบริหารท้องถิ่น. (๙)  
๒.

เสถียร เขยประทับ. การสื่อสารกับการพัฒนา. กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เสถียร เขยประทับ. การสื่อสารการเมืองและประชาธิปไตยในสังคมพัฒนาแล้ว. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อาภรณ์ ภูวิทย์พันธ์. กลยุทธ์การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์. กรุงเทพมหานคร : บริษัทเอช อาร์ เซ็นเตอร์.

ภาคผนวก ข

เครื่องมือการวิจัย

แบบสัมภาษณ์การวิจัย  
เรื่อง  
การสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหาร  
องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น เพื่อสร้างรูปแบบการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น และเพื่อสร้างเครือข่ายการสื่อสารทางการเมืองของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดตอบแบบสัมภาษณ์ตามความเป็นจริงให้ครบทุกข้อทุกตอน แบบสัมภาษณ์จึงจะสมบูรณ์ และใช้ประโยชน์ในการวิจัยได้ คำตอบทุกข้อและความคิดเห็นต่างๆ ผู้วิจัยจะเก็บไว้เป็นความลับและจะไม่เกิดผลเสียต่อท่านแต่อย่างใด

ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสัมภาษณ์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรพล พรมกุล)

หัวหน้าโครงการวิจัย

**คำชี้แจง** ขอให้ท่านตอบแบบสัมภาษณ์ตามความเป็นจริง

**ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป**

ชื่อ.....นามสกุล.....ตำแหน่ง.....  
 บ้าน.....หมู่.....ตำบล.....อำเภอ.....  
 จังหวัด.....เบอร์โทร.....email.....  
 วัน/เดือน/ปี ที่สัมภาษณ์.....

**ตอนที่ ๒ สภาพ ปัญหาอุปสรรค และปัจจัยเงื่อนไขการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น**

๒.๑. ท่านมีวิธีในการสื่อสารทางการเมืองในอดีตอย่างไร

.....  
 .....  
 .....

๒.๒ ท่านมีวิธีในการสื่อสารทางการเมืองในปัจจุบันอย่างไร

.....  
 .....  
 .....

๒.๓ ท่านมีวิธีในการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นในอดีตอย่างไร

.....  
 .....  
 .....

๒.๔ ท่านมีวิธีในการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นในปัจจุบันอย่างไร

.....  
 .....  
 .....

๒.๕ ปัญหาอุปสรรคต่อการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นมีอะไรบ้าง

.....  
 .....  
 .....



๒.๖ มีปัจจัยอะไรบ้างที่ทำให้การสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นประสบความสำเร็จ

.....

.....

.....

ตอนที่ ๓ รูปแบบการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น  
ในจังหวัดขอนแก่น

๓.๑ การสื่อสารทางการเมืองมีความสำคัญต่อการพัฒนาท้องถิ่นอย่างไร

.....

.....

.....

๓.๒ รูปแบบการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น  
ในจังหวัดขอนแก่นที่เหมาะสมควรเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

๓.๓ กระบวนการในการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น

๓.๓.๑ เกี่ยวกับผู้ส่งสาร

๑) ผู้ส่งสารควรมีคุณสมบัติอย่างไรบ้างเพื่อให้เอื้อต่อการพัฒนาท้องถิ่น

.....

.....

.....

๒) องค์ประกอบหลักของผู้ส่งสารในการพัฒนาท้องถิ่นควรมีอะไรบ้าง

.....

.....

.....

๓) องค์ประกอบย่อยของผู้ส่งสารในการพัฒนาท้องถิ่นควรมีอะไรบ้าง

.....

.....

.....

**๓.๓.๒ เกี่ยวกับสาร**

๑) สาร เนื้อหาสารที่เอื้อต่อการพัฒนาท้องถิ่น ควรเป็นอย่างไร

.....  
.....  
.....

๒) องค์ประกอบหลักของสารในการพัฒนาท้องถิ่นควรมีอะไรบ้าง

.....  
.....  
.....

๓) องค์ประกอบย่อยของสารในการพัฒนาท้องถิ่นควรมีอะไรบ้าง

.....  
.....  
.....

**๓.๓.๓ เกี่ยวกับสื่อ หรือช่องทางการสื่อสาร**

๑) สื่อ หรือช่องทางการสื่อสาร ควรสื่อสารด้วยช่องทางไหนบ้าง และควรทำอย่างไร

.....  
.....  
.....

๒) องค์ประกอบหลักของช่องทางการสื่อสารในการพัฒนาท้องถิ่นควรมีอะไรบ้าง

.....  
.....  
.....

๓) องค์ประกอบย่อยของช่องทางการสื่อสารในการพัฒนาท้องถิ่นควรมีอะไรบ้าง

.....  
.....  
.....

## ๓.๔.๑ เกี่ยวกับผู้รับสาร

๑) ผู้รับสารควรมีคุณสมบัติอย่างไรบ้างเพื่อให้เอื้อต่อการพัฒนาท้องถิ่น

.....

.....

.....

๒) องค์ประกอบหลักของผู้รับสารในการพัฒนาท้องถิ่นควรมีอะไรบ้าง

.....

.....

.....

๓) องค์ประกอบย่อยของผู้รับสารในการพัฒนาท้องถิ่นควรมีอะไรบ้าง

.....

.....

.....

ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสัมภาษณ์



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรพล พรหมกุล)

หัวหน้าโครงการวิจัย

แบบสอบถามการวิจัย  
เรื่อง  
การสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหาร  
องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

คำชี้แจง

๑) แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัย การสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

๑.๑) เพื่อศึกษาองค์ประกอบการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

๑.๒) ตรวจสอบรูปแบบ Smart Communicator ด้านความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์

๒) ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงให้ครบทุกข้อทุกตอน จึงจะสมบูรณ์ และใช้ประโยชน์ในการวิจัยได้

๓) คำตอบทุกข้อและความคิดเห็นต่าง ๆ ผู้วิจัยจะเก็บไว้เป็นความลับและจะไม่เกิดผลเสียต่อท่านแต่อย่างใด

ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสัมภาษณ์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรพล พรมกุล)

หัวหน้าโครงการวิจัย



ประเด็นพิจารณา	ความเหมาะสม					ความเป็นไปได้					ความเป็นประโยชน์				
	๕	๔	๓	๒	๑	๕	๔	๓	๒	๑	๕	๔	๓	๒	๑
๒.๖ สืบค้นสะดวก															
<b>๓. ช่องทางสื่อสาร</b>															
๓.๑ สื่อมวลชน															
๓.๒ สื่อบุคคล															
๓.๓ สื่อสิ่งพิมพ์															
๓.๔ สื่อดิจิทัล															
๓.๕ สื่ออิเล็กทรอนิกส์															
<b>๔. ผู้รับสาร (Receiver)</b>															
๔.๑ กระบวนการเลือกรับสาร															
๔.๒ เทคนิคการรับสาร															
๔.๓ แนวทางการรับสาร															

**แบบสอบถามการวิจัย**  
**เรื่อง**  
**การสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหาร**  
**องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น**

**คำชี้แจง**

- ๑) แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัย การสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ
- ๑.๑) ประเมินก่อนและหลังการพัฒนาการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น
- ๒) ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงให้ครบทุกข้อทุกตอน จึงจะสมบูรณ์ และใช้ประโยชน์ในการวิจัยได้
- ๓) คำตอบทุกข้อและความคิดเห็นต่าง ๆ ผู้วิจัยจะเก็บไว้เป็นความลับและจะไม่เกิดผลเสียต่อท่านแต่อย่างใด

ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสัมภาษณ์



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรพล พรมกุล)

หัวหน้าโครงการวิจัย

**ตอนที่ ๑** แบบสอบถามการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่องว่าง (.....) ที่กำหนดให้ตามความเป็นจริง

- |                    |                          |                   |
|--------------------|--------------------------|-------------------|
| ๑. เพศ             | (.....) ชาย              | (.....) หญิง      |
| ๒. อายุ            | (.....) ๔๐-๕๐ ปี         | (.....) ๕๑-๖๐ ปี  |
|                    | (.....) ๖๑ ปีขึ้นไป      |                   |
| ๓. ประสบการณ์ทำการ | (.....) ต่ำกว่า ๕ ปี     | (.....) ๕-๑๐ ปี   |
|                    | (.....) ๑๑-๑๕ ปี         | (.....) ๑๖-๒๐ ปี  |
|                    | (.....) ๒๑ ปีขึ้นไป      |                   |
| ๔. ระดับการศึกษา   | (.....) ม.๖              | (.....) ปริญญาตรี |
|                    | (.....) สูงกว่าปริญญาตรี |                   |

**ตอนที่ ๒** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้รูปแบบ

**คำชี้แจง** โปรดพิจารณาตามเกณฑ์ดังต่อไปนี้

- ๕ หมายถึง มีการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด
- ๔ หมายถึง มีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก
- ๓ หมายถึง มีการปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง
- ๒ หมายถึง มีการปฏิบัติอยู่ในระดับที่น้อย
- ๑ หมายถึง มีการปฏิบัติอยู่ในระดับน้อยที่สุด



การสื่อสารทางการเมือง เพื่อพัฒนาท้องถิ่น	ระดับการปฏิบัติ				
	๕	๔	๓	๒	๑
<b>๑. ผู้ส่งสาร</b>					
<b>๑.๑ คุณสมบัติพื้นฐานของผู้ส่งสารในการพัฒนาท้องถิ่น</b>					
(๑) มีใจรักในการช่วยเหลือสังคม					
(๒) มีใจรักในการสื่อสาร					
(๓) เรียนรู้การสื่อสารแบบใหม่อยู่เสมอ					
(๔) มีความพร้อมในการสื่อสารกับผู้อื่น					
(๕) มีความรู้เชิงลึก เช่น ความรู้เกี่ยวกับนโยบายการพัฒนาท้องถิ่น เป็นต้น					
(๖) มีความสามารถในการส่งสารหรือถ่ายทอดสาร					
<b>๑.๒ คุณสมบัติเฉพาะของผู้ส่งสารในการพัฒนาท้องถิ่น</b>					
(๗) มีทัศนคติเชิงบวก					
(๘) มีความคิดสร้างสรรค์					
(๙) มีความรู้เกี่ยวกับการส่งสาร					
(๑๐) มีการสื่อสารเชิงบวก					
<b>๑.๓ คุณสมบัติจำเป็นของผู้ส่งสารในการพัฒนาท้องถิ่น</b>					
(๑๑) มีภาวะผู้นำ					
(๑๒) มีสติคิดก่อนพูด					
(๑๓) มีการตัดสินใจเด็ดขาด					
(๑๔) มีการจัดการอารมณ์					
<b>๒. สาร</b>					
<b>๒.๑ ความถูกต้อง</b>					
(๑๕) สื่อสารด้วยเนื้อหาที่เป็นข้อเท็จจริง					
(๑๖) เนื้อหาที่สื่อสารสามารถพิสูจน์ได้					
<b>๒.๒ ความสมบูรณ์</b>					
(๑๗) เนื้อหาที่สื่อสารตอบสนองความต้องการของผู้รับสาร					
(๑๘) แสดงข้อมูลสำคัญในเนื้อหาของสาร					
<b>๒.๓ มีจุดหมาย</b>					
(๑๙) ใช้เนื้อหาสารสื่อให้ผู้รับสารรับรู้และเข้าใจ					
(๒๐) เนื้อหาสารมีใจความสำคัญ					
<b>๒.๔ มีความน่าเชื่อถือ</b>					
(๒๑) เนื้อหาสารที่สื่อสารมีความน่าไว้วางใจ					
(๒๒) เนื้อหาสารที่สื่อสารมีความปรารถนาดีต่อผู้รับสาร					

การสื่อสารทางการเมือง เพื่อพัฒนาท้องถิ่น	ระดับการปฏิบัติ				
	๕	๔	๓	๒	๑
<b>๒.๕ กระชับเรียบง่าย</b>					
(๒๓) เนื้อหาสารที่สื่อสารเข้าใจง่าย					
(๒๔) เนื้อหาสารที่สื่อสารไม่คลุมเครือ					
<b>๒.๖ สืบค้นสะดวก</b>					
(๒๕) เนื้อหาสารที่สื่อสารสืบค้นได้อย่างรวดเร็ว					
(๒๖) เนื้อหาสารเอื้อต่อการสืบค้น					
<b>๓. ช่องทางสื่อสาร</b>					
<b>๓.๑ สื่อมวลชน</b>					
(๒๗) ติดตามข้อมูลการพัฒนาท้องถิ่นจากวิทยุชุมชน					
(๒๘) ติดตามข้อมูลการพัฒนาท้องถิ่นจากโทรทัศน์					
<b>๓.๒ สื่อบุคคล</b>					
(๒๙) การเป็นนักบริหารมืออาชีพ : ปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายเต็ม ความสามารถ					
(๓๐) การเป็นสัญลักษณ์ของท้องถิ่น : มีความรับผิดชอบมีการ จัดบริการสาธารณะเพื่อให้ประชาชนอยู่ดีมีสุข					
(๓๑) การเป็นแบบอย่างประชาธิปไตย : ส่งเสริมการมีส่วนร่วม ให้ ประชาชนเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร และสิทธิที่พึงได้รับ					
(๓๒) บริหารงานตามหลักธรรมาภิบาล : บริหาร งานให้เกิดประโยชน์ สุขแก่ประชาชน					
<b>๓.๓ สื่อสิ่งพิมพ์</b>					
(๓๓) มีการจัดทำแผนพับเพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลการพัฒนาท้องถิ่น					
(๓๔) มีการจัดทำวารสารเพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลการพัฒนาท้องถิ่น					
(๓๕) มีการจัดทำรายงานประจำปีเพื่อสรุปข้อมูลการพัฒนาท้องถิ่น					
(๓๖) ติดตามข้อมูลการพัฒนาท้องถิ่นจากหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น					
<b>๓.๔ สื่อดิจิทัล</b>					
(๓๗) ติดตามข้อมูลข่าวสารการพัฒนาท้องถิ่นจากเว็บไซต์					
(๓๘) ติดตามข้อมูลข่าวสารการพัฒนาท้องถิ่นจากเฟซบุ๊ก					
(๓๙) ติดตามข้อมูลข่าวสารการพัฒนาท้องถิ่นจากไลน์					
(๔๐) ติดตามข้อมูลข่าวสารการพัฒนาท้องถิ่นจากยูทูบ					
<b>๓.๕ สื่ออิเล็กทรอนิกส์</b>					
(๔๑) ใช้โทรศัพท์ในการติดต่อสื่อสารการพัฒนาท้องถิ่น					
(๔๒) ใช้หอกระจายข่าวในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการพัฒนาท้องถิ่น					

การสื่อสารทางการเมือง เพื่อพัฒนาท้องถิ่น	ระดับการปฏิบัติ				
	๕	๔	๓	๒	๑
(๔๓) ก่อนที่จะตัดสินใจเชื่อในข้อมูลข่าวสารท่านได้ไตร่ตรองก่อนแล้ว ค่อยเชื่อ					
(๔๔) ก่อนที่จะให้ความสนใจในข้อมูลข่าวสารท่านได้ไตร่ตรองอย่างดี					
(๔๕) เลือกรับรู้และตีความหมายข้อมูลข่าวสารบางเรื่องเท่านั้น					
(๔๖) จะจดจำข้อมูลข่าวสารที่สนใจเท่านั้น					
<b>๔.๔ เทคนิคการรับสาร</b>					
(๔๗) มีการเตรียมตัวเพื่อรับข้อมูลข่าวสาร					
(๔๘) เลือกสรรที่จะรับข้อมูลข่าวสาร					
(๔๙) มีความมุ่งมั่นตั้งใจในการรับข้อมูลข่าวสาร					
(๕๐) ไม่มีอคติในการรับข้อมูลข่าวสาร					
<b>๔.๕ แนวทางการรับสาร</b>					
(๕๑) รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อที่มองเห็นและสื่อที่ได้ยินเสียง					
(๕๒) มีการประเมินค่าของข้อมูลข่าวสาร					
(๕๓) รวบรวมความคิดและข้อมูลที่ได้จากการรับสารมาเรียบเรียง อย่างเป็นระบบ					
(๕๔) รู้จักสรุปเนื้อหาสาระที่ได้เป็นความคิดรวบยอด เพื่อถ่ายทอดการ นำไปใช้					

ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสัมภาษณ์

แบบสอบถามการวิจัย  
เรื่อง  
การสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหาร  
องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

คำชี้แจง

๑) แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัย การสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

๑.๑) ประเมินการใช้ไลน์ OA ในการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

๒) ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงให้ครบทุกข้อทุกตอน จึงจะสมบูรณ์ และใช้ประโยชน์ในการวิจัยได้

๓) คำตอบทุกข้อและความคิดเห็นต่าง ๆ ผู้วิจัยจะเก็บไว้เป็นความลับและจะไม่เกิดผลเสียต่อท่านแต่อย่างใด

ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสัมภาษณ์



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรพล พรมกุล)

หัวหน้าโครงการวิจัย

**ตอนที่ ๑** แบบสอบถามการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่องว่าง (.....) ที่กำหนดให้ตามความเป็นจริง

- |                    |                          |                   |
|--------------------|--------------------------|-------------------|
| ๕. เพศ             | (.....) ชาย              | (.....) หญิง      |
| ๖. อายุ            | (.....) ๔๐-๕๐ ปี         | (.....) ๕๑-๖๐ ปี  |
|                    | (.....) ๖๑ ปีขึ้นไป      |                   |
| ๗. ประสบการณ์ทำการ | (.....) ต่ำกว่า ๕ ปี     | (.....) ๕-๑๐ ปี   |
|                    | (.....) ๑๑-๑๕ ปี         | (.....) ๑๖-๒๐ ปี  |
|                    | (.....) ๒๑ ปีขึ้นไป      |                   |
| ๘. ระดับการศึกษา   | (.....) ม.๖              | (.....) ปริญญาตรี |
|                    | (.....) สูงกว่าปริญญาตรี |                   |

**ตอนที่ ๒** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้รูปแบบ

**คำชี้แจง** โปรดพิจารณาตามเกณฑ์ดังต่อไปนี้

- ๕ หมายถึง มีการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด
- ๔ หมายถึง มีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก
- ๓ หมายถึง มีการปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง
- ๒ หมายถึง มีการปฏิบัติอยู่ในระดับที่น้อย
- ๑ หมายถึง มีการปฏิบัติอยู่ในระดับน้อยที่สุด

การสื่อสารทางการเมือง เพื่อพัฒนาท้องถิ่นของไลน์ OA	ระดับการปฏิบัติ				
	๕	๔	๓	๒	๑
๑. รายละเอียดของการฝึกอบรมตามหลักสูตรมีความสอดคล้องกับลักษณะงานที่ท่านปฏิบัติ					
๒. เนื้อหาในการฝึกอบรมตรงตามความต้องการ และความสนใจ					
๓. ความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ของวิทยากรบรรยายในการถ่ายทอดความรู้ แก่ผู้เข้าฝึกอบรม					
๔. แนวความคิดใหม่ๆที่ท่านได้รับจากการเข้าฝึกอบรมครั้งนี้สามารถนำไปปรับใช้กับงานที่ปฏิบัติได้					
๕. เทคนิคใหม่ๆที่ท่านได้รับจากการเข้าฝึกอบรมครั้งนี้สามารถนำไปปรับใช้กับงานที่ปฏิบัติได้					
๖. ไลน์ OA สามารถทำให้รับรู้ข้อมูลข่าวสารการพัฒนาท้องถิ่นได้เร็วขึ้น					
๗. ไลน์ OA สามารถทำให้เกิดความสนใจในการติดตามข้อมูลข่าวสารการพัฒนาท้องถิ่นตลอดถึงเรื่องอื่นๆ ของ อบต.					
๘. ข้อมูลจาก ไลน์ OA มีความน่าเชื่อถือเพราะส่งตรงจาก อบต.					
๙. ข้อมูลในไลน์ OA ครอบคลุมส่วนงานของ อบต.					
๑๐. ไลน์ OA ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการติดต่อประสานงานกันในพื้นที่ อบต.					

ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสัมภาษณ์

ภาคผนวก ค

คู่มือการใช้ รูปแบบ Smart Communicator



คู่มือการใช้ รูปแบบ Smart Communicator  
โครงการวิจัยเรื่อง การสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหาร  
องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

โดย

ผศ.ดร.สุรพล พรหมกุล

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตขอนแก่น  
คู่มือการใช้ รูปแบบ Smart Communicator  
โครงการวิจัยเรื่อง การสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหาร  
องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

---

ผศ.ดร.สุรพล พรหมกุล

พิมพ์เมื่อ มีนาคม ๒๕๖๖

จำนวน ๕๐ เล่ม

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตขอนแก่น



## คำนำ

คู่มือการดำเนินการตามรูปแบบ Smart Communicator จากโครงการวิจัยเรื่อง การสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่นนี้ จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการของการจัดกิจกรรมตามการพัฒนาการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย ๑) Smart Sender ๒) Smart Message ๓) Smart Channel ๔) Smart Receiver ในแต่ละองค์ประกอบมีกิจกรรมในการพัฒนาตามรูปแบบอย่างชัดเจน เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

ผู้จัดทำขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนทำให้คู่มือฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคู่มือฉบับนี้จะเป็นแนวทางที่ดีและก่อให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น อันจะส่งผลให้คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีศักยภาพในการสื่อสารที่ดีและนำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นสามารถแก้ปัญหาได้ตรงกับความต้องการตลอดไป

ผศ.ดร.สุรพล พรหมกุล

ผู้จัดทำ

## ส่วนที่ ๑

### บทนำ

#### ๑. หลักการและเหตุผล

การสื่อสารทางการเมืองของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความสำคัญต่อการพัฒนาท้องถิ่นเป็นอย่างมาก เพราะการอยู่ร่วมกันในชุมชนท้องถิ่นจะต้องมีการติดต่อประสานงานกันอยู่ทุกวัน ซึ่งอาจกำหนดไม่ได้ว่าในแต่ละวันจะสื่อสารกันด้วยเรื่องอะไร ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพการณ์นั้น ๆ อีกทั้งอาจมีหลายปัจจัยที่ทำให้การสื่อสารประสบผลสำเร็จหรือไม่ประสบผลสำเร็จ เพราะการพัฒนาท้องถิ่นในแต่ละด้านย่อมมีข้อจำกัดที่แตกต่างกัน เช่น การพัฒนาด้านเศรษฐกิจ ย่อมมีมิติที่แตกต่างจากการพัฒนาด้านวัฒนธรรม ด้านการศึกษา ดังนั้น การสื่อสารทางการเมืองจึงเป็นเรื่องสำคัญที่คณะผู้บริหารจะต้องจัดการให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของการพัฒนาและลักษณะของการพัฒนาจะต้องเป็นการทำร่วมกันระหว่างภาครัฐกับประชาชนโดยปราศจากการบังคับ คณะผู้บริหารต้องให้ประชาชนเข้ามีส่วนร่วมเกี่ยวกับการสื่อสารในการพัฒนา ตั้งแต่เริ่มต้นพัฒนาจนเสร็จสิ้นการพัฒนา ต้องให้ความสำคัญอย่างต่อเนื่อง โดยที่เสถียร เขยปรทับได้ให้ทัศนะว่า การสื่อสารเป็นเครื่องมือสำหรับการพัฒนาอย่างแท้จริงนั้นควรให้ประชาชนเข้ามาเกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสาร ประชาชนต้องเข้ามาเกี่ยวข้องทั้งในฐานะผู้รับสารและผู้มีส่วนร่วมในการวางแผนและผลิตเนื้อหาของสื่อ ควรมีลักษณะที่ผู้รับสารสามารถควบคุมกระบวนการสื่อสารได้มากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน และผู้ส่งสารสามารถควบคุมกระบวนการสื่อสารได้น้อยลง ในปัจจุบันผู้ทำหน้าที่ส่งสารคือ ผู้กำหนดกิจกรรมการสื่อสารว่าจะเกิดขึ้นที่ไหน อย่างไร เมื่อไร และความถี่เป็นอย่างไร อีกทั้งต้องเป็นการผลิตในท้องถิ่น ปัจจัยที่สำคัญของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาคือ เนื้อหาของสื่อควรได้รับการจัดทำขึ้นในท้องถิ่น แสดงให้เห็นว่า จากที่กล่าวมานั้นการสื่อสารจะเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบหลายส่วนกลายเป็นกระบวนการสื่อสารที่เป็นระบบที่ประกอบด้วย

การจัดทำคู่มือฉบับนี้ขึ้นมาจึงเป็นเครื่องมือที่นำไปสู่การพัฒนาการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่นได้เป็นอย่างดี

#### ๒. วัตถุประสงค์

เพื่อนำคู่มือการดำเนินการตามรูปแบบ Smart Communicator จากโครงการวิจัยเรื่อง การสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่นไปใช้ในการพัฒนาโดยมีวัตถุประสงค์คือ

๒.๑ เพื่อเพิ่มความรู้ (Knowledge) การสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นให้กับคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

๒.๒ เพื่อเพิ่มทัศนคติ (Attitude) การสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นให้กับคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

## ส่วนที่ ๒

### รูปแบบและวิธีดำเนินการตามรูปแบบ

#### องค์ประกอบของรูปแบบ

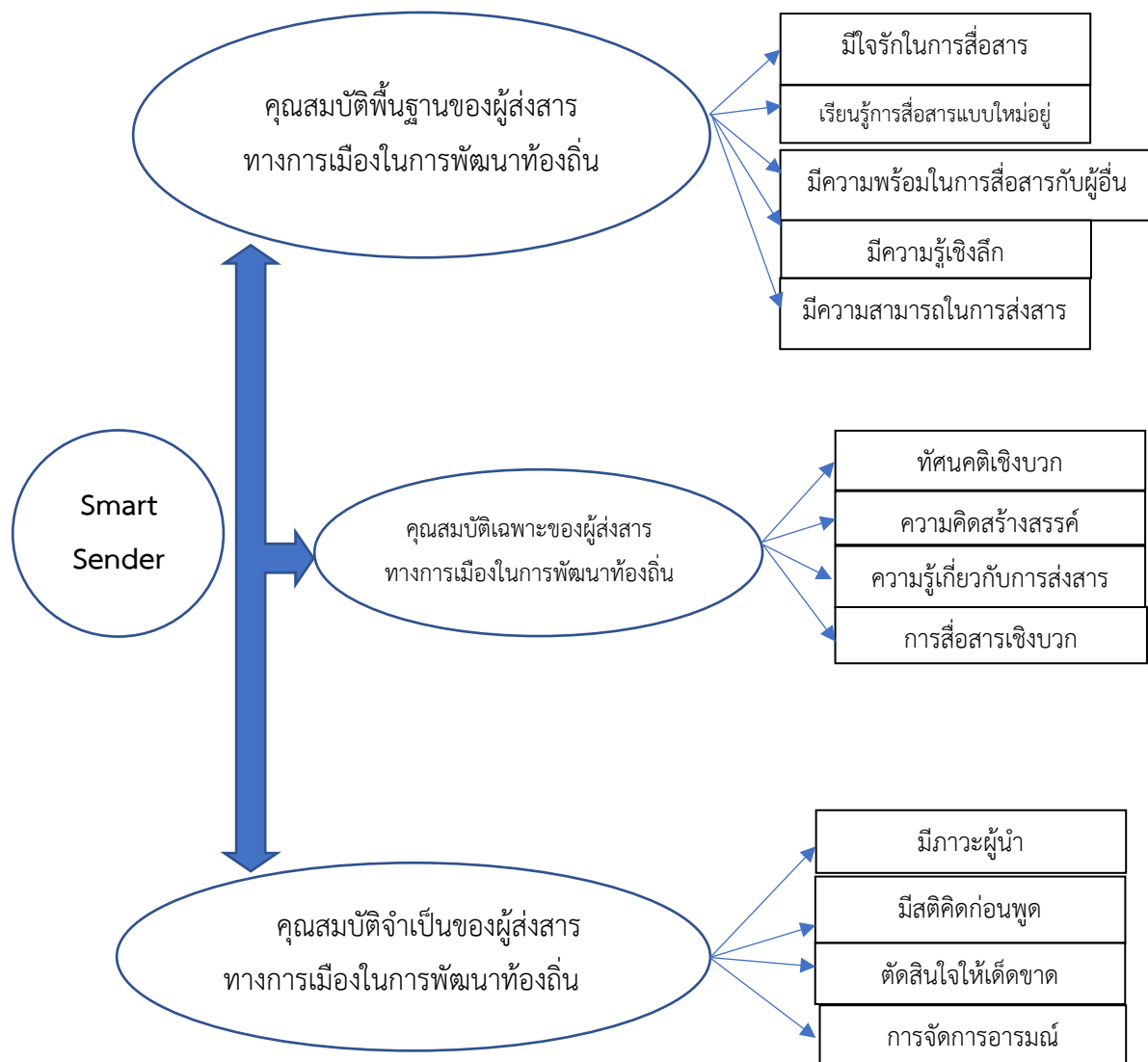
รูปแบบครั้งนี้ประกอบด้วย

๑. ชื่อรูปแบบ
๒. วัตถุประสงค์ของรูปแบบ
๓. หลักการและแนวคิด
๔. วิธีดำเนินการ และการประเมินผล
๕. ผลลัพธ์ที่คาดหวังและตัวชี้วัดความสำเร็จ

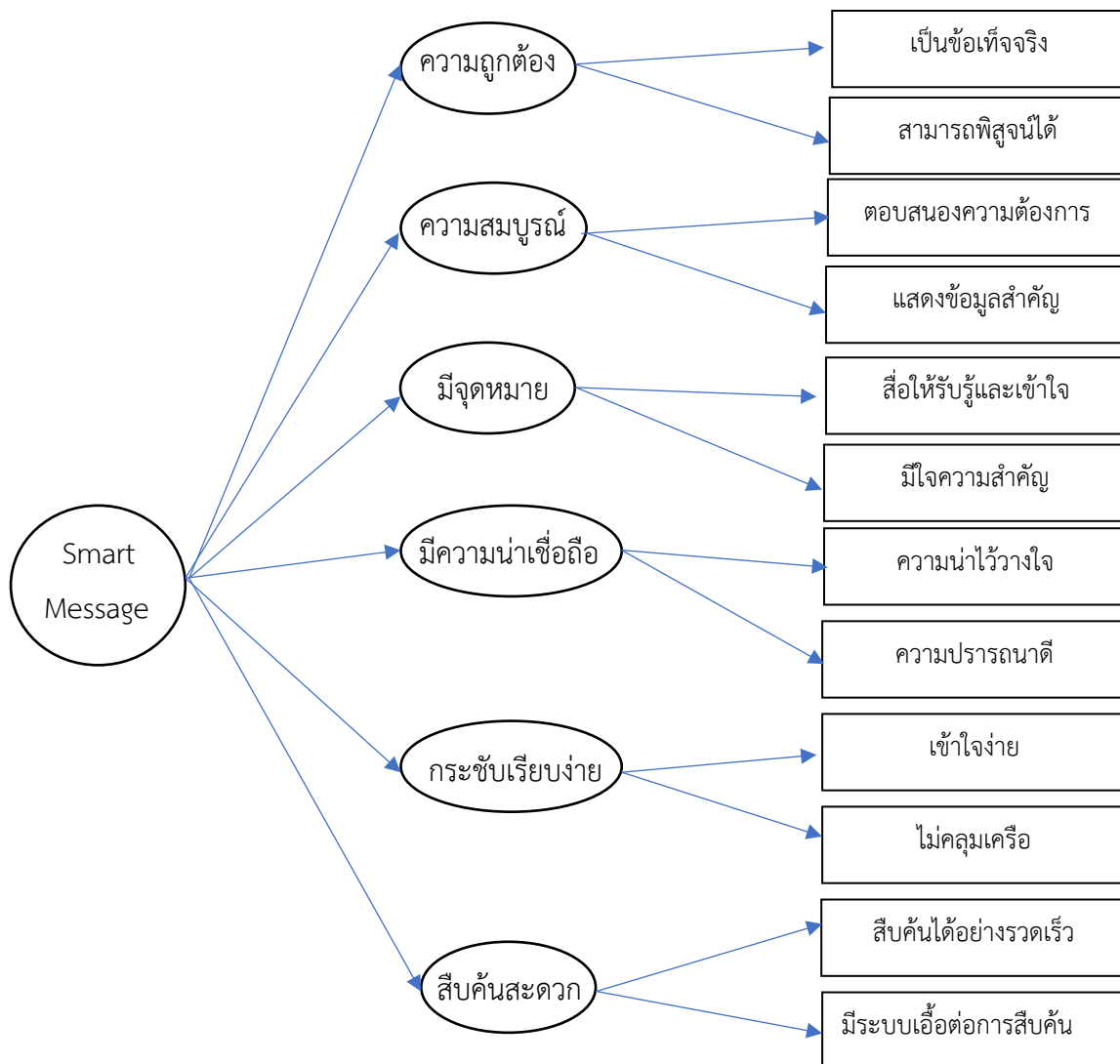
ดังรายละเอียดต่อไปนี้

#### ๑. ชื่อรูปแบบ

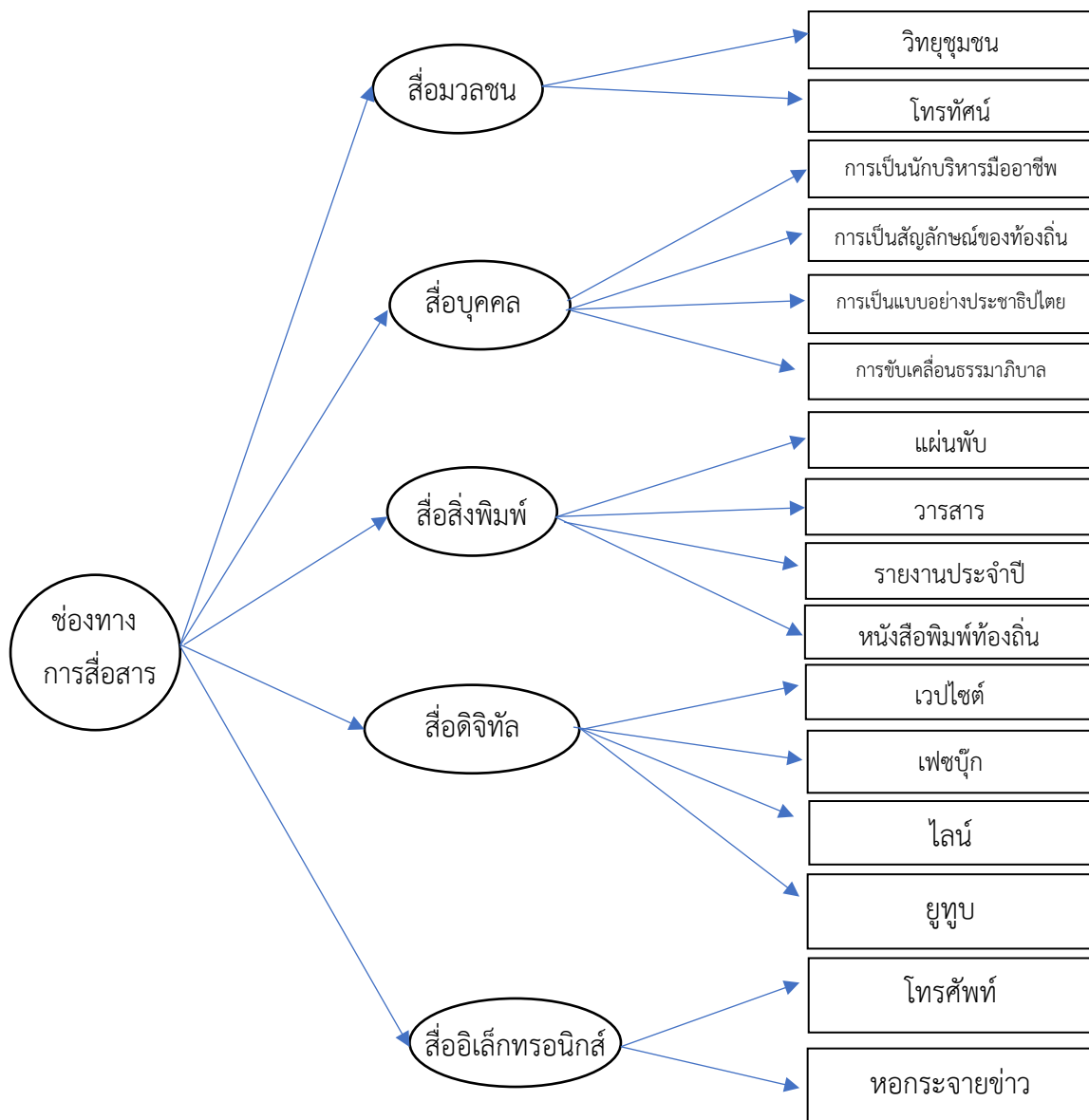
รูปแบบ Smart Communicator



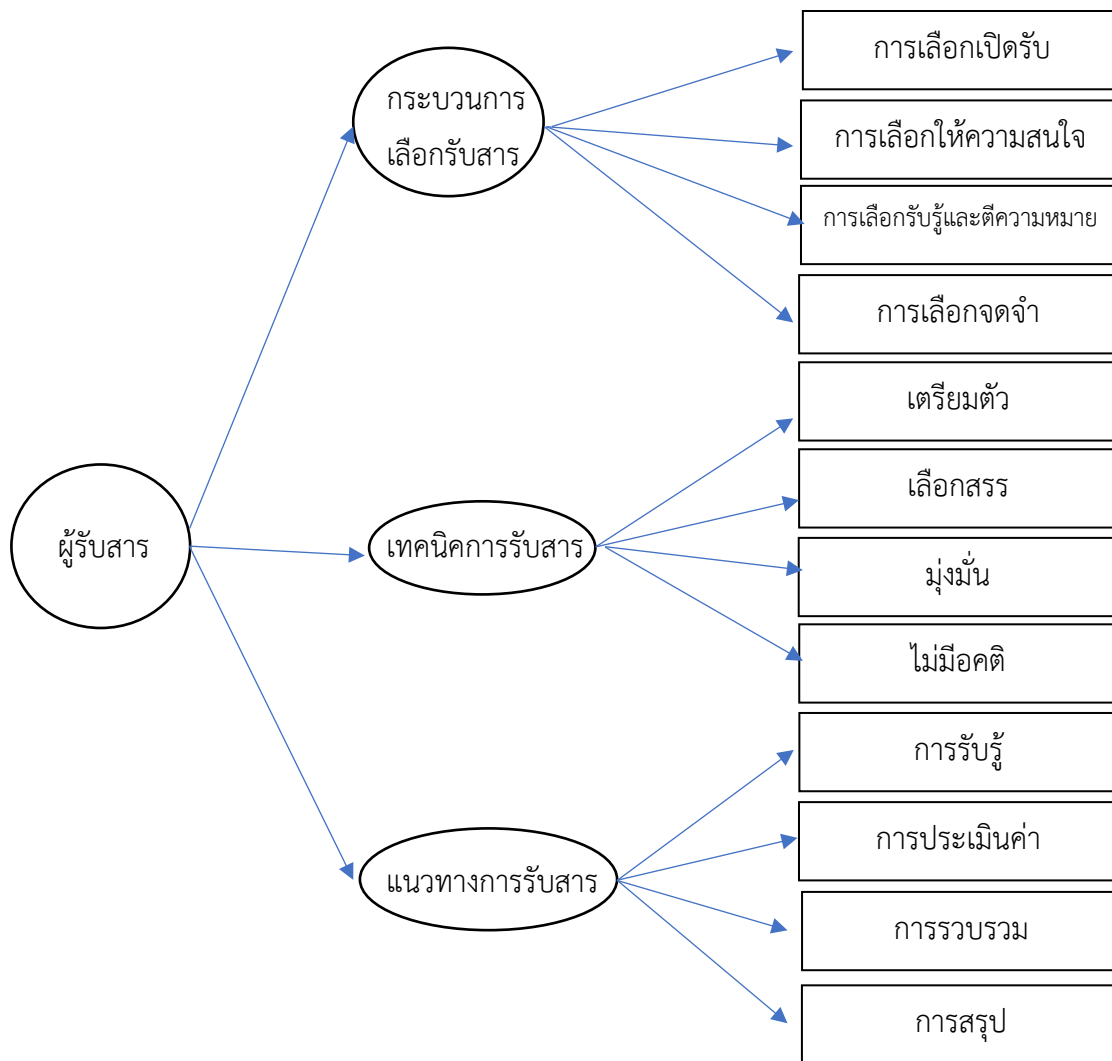
ภาพที่ ๔.๑๓ แสดงองค์ประกอบหลัก องค์ประกอบย่อยของ Smart Sender



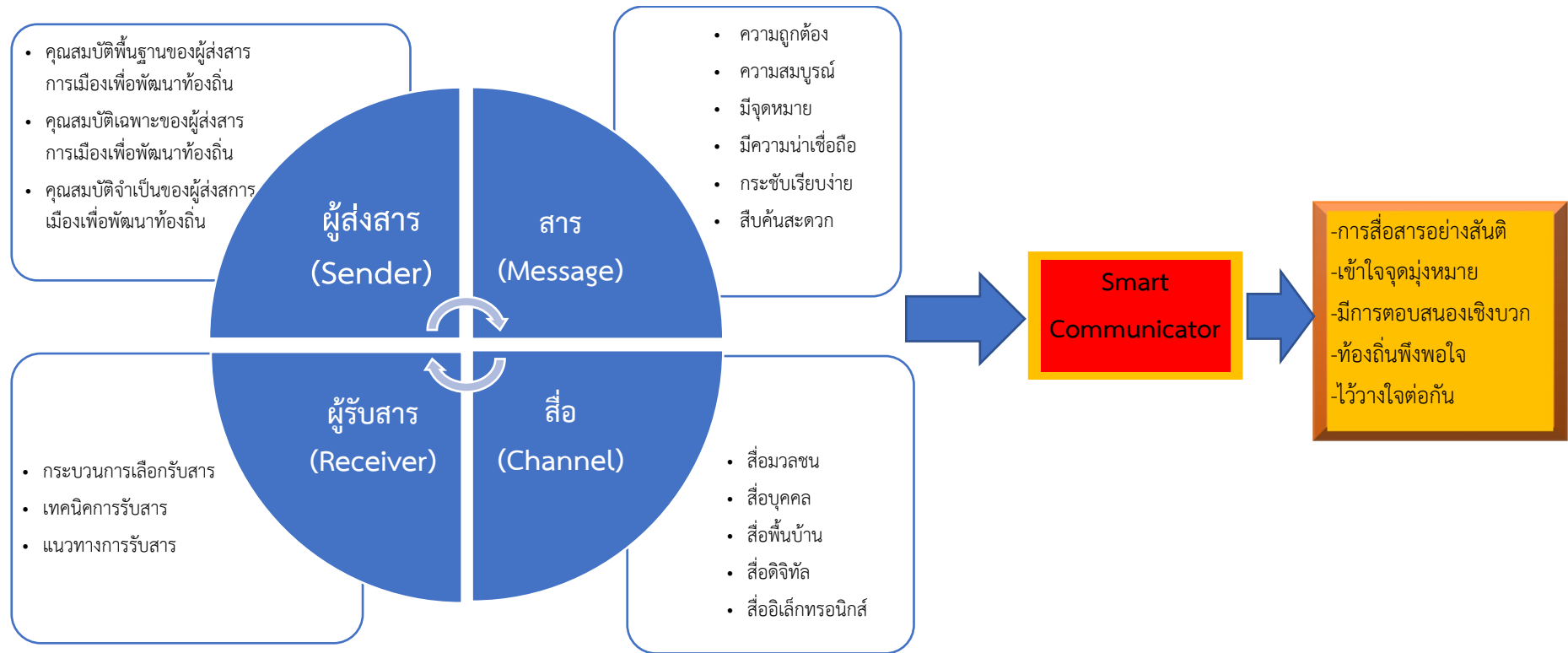
ภาพที่ ๔.๑๔ แสดงองค์ประกอบหลัก องค์ประกอบย่อย ของ Smart Message



ภาพที่ ๔.๑๕ แสดงองค์ประกอบหลัก องค์ประกอบย่อย ของสื่อหรือช่องทางสื่อสาร



ภาพที่ ๔.๑๖ แสดงองค์ประกอบหลัก องค์ประกอบย่อย ของ Smart Receiver



แผนภาพที่ ๔.๑ แสดง าร่างรูปแบบ “Smart Communicator”



### คำอธิบายรูปแบบ “Smart Communicator”

การพัฒนาการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น ครั้งนี้ ประกอบด้วย ผู้ปฏิบัติ คือ คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น และสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบล

การพัฒนาการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นในครั้งนี้ ได้มีเทคนิคการพัฒนาคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย

การสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดขอนแก่นประกอบด้วย ๔ องค์ประกอบ คือ

### องค์ประกอบที่ ๑ ผู้ส่งสาร (Sender)

มี ๓ องค์ประกอบหลัก ดังนี้

๑) คุณสมบัติพื้นฐานของการเป็นผู้ส่งสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น มี ๖ องค์ประกอบย่อย คือ

- ๑.๑) มีใจรักในการช่วยเหลือสังคม
- ๑.๒) มีใจรักในการสื่อสาร
- ๑.๓) เรียนรู้การสื่อสารแบบใหม่อยู่เสมอ
- ๑.๔) มีความพร้อมในการสื่อสารกับผู้อื่น
- ๑.๕) มีความรู้เชิงลึก
- ๑.๖) มีความสามารถในการส่งสาร

๒) คุณสมบัติเฉพาะของผู้ส่งสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น มี ๔ องค์ประกอบย่อย คือ

- ๒.๑) ทักษะคติเชิงบวก
- ๒.๒) ความคิดสร้างสรรค์
- ๒.๓) ความรู้เกี่ยวกับการส่งสาร
- ๒.๔) การสื่อสารเชิงบวก

๓) คุณสมบัติจำเป็นของผู้ส่งสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น มี ๔ องค์ประกอบย่อย คือ

- ๓.๑) ภาวะผู้นำ
- ๓.๒) มีสติคิดก่อนพูด
- ๓.๓) ตัดสินใจเด็ดขาด
- ๓.๔) การจัดการอารมณ์

**องค์ประกอบที่ ๒ สารหรือข่าวสาร (Message)**

มี ๖ องค์ประกอบหลัก ดังนี้

๑) ความถูกต้อง มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ

๑.๑) เป็นข้อเท็จจริง

๑.๒) สามารถพิสูจน์ได้

๒) ความสมบูรณ์ มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ

๒.๑) ตอบสนองความต้องการ

๒.๒) แสดงข้อมูลสำคัญ

๓) มีจุดหมาย มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ

๓.๑) สื่อให้รับรู้และเข้าใจ

๓.๒) มีใจความสำคัญ

๔) มีความน่าเชื่อถือ มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ

๔.๑) ความน่าไว้วางใจ

๔.๒) ความปรารถนาดี

๕) กระชับเรียบง่าย มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ

๕.๑) เข้าใจง่าย

๕.๒) ไม่คลุมเครือ

๖) สืบค้นสะดวก มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ

๖.๑) สืบค้นได้อย่างรวดเร็ว

๖.๒) มีระบบเอื้อต่อการสืบค้น

**องค์ประกอบที่ ๓ ช่องทางสื่อสาร (Channel)**

มี ๕ องค์ประกอบหลัก ดังนี้

๑) สื่อมวลชน มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ

๑.๑) วิทยุชุมชน

๑.๒) โทรทัศน์

๒) สื่อบุคคล มี ๔ องค์ประกอบย่อย คือ

๒.๑) การเป็นนักบริหารมืออาชีพ

๒.๒) การเป็นสัญลักษณ์ของท้องถิ่น

๒.๓) การเป็นแบบอย่างประชาธิปไตย

๒.๔) การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาล

๓) สื่อสิ่งพิมพ์ มี ๔ องค์ประกอบย่อย คือ

๓.๑) แผ่นพับ

๓.๒) วารสาร

๓.๓) รายงานประจำปี

๓.๔) หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

๔) สื่อดิจิทัล มี ๔ องค์ประกอบย่อย คือ

๔.๑) เว็บไซต์

๔.๒) เฟซบุ๊ก

๔.๓) ไลน์

๔.๔) ยูทูบ

๕) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ

๕.๑) โทรศัพท์

๕.๒) หอกระจายข่าว

## องค์ประกอบที่ ๔ ผู้รับสาร (Receiver)

มี ๓ องค์ประกอบหลัก ดังนี้

๑) กระบวนการเลือกรับสาร มี ๔ องค์ประกอบย่อย คือ

- ๑.๑) การเลือกเปิดรับ
- ๑.๒) การเลือกให้ความสนใจ
- ๑.๓) การเลือกรับรู้และตีความหมาย
- ๑.๔) การเลือกจดจำ

๒) เทคนิคการรับสาร มี ๔ องค์ประกอบย่อย คือ

- ๒.๑) เตรียมตัว
- ๒.๒) เลือกสรร
- ๒.๓) มุ่งมั่น
- ๒.๔) ไม่มีอคติ

๓) แนวทางการรับสาร มี ๔ องค์ประกอบย่อย คือ

- ๓.๑) การรับรู้
- ๓.๒) การประเมินค่า
- ๓.๓) การรวบรวม
- ๓.๔) การสรุป

## ๒. วัตถุประสงค์ของรูปแบบ

๒.๑ เพื่อเตรียมการสร้างองค์ความรู้และทักษะการสื่อสารทางการเมืองก่อนพัฒนาคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

๒.๒ เพื่อเรียนรู้และพัฒนาการสื่อสารทางการเมืองก่อนพัฒนาคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

๒.๓ เพื่อพัฒนาการสื่อสารทางการเมืองให้กับคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น

๒.๔ เพื่อประเมินรูปแบบ Smart Communicator

## ๓. หลักการและแนวคิด

๓.๑ หลักการ เน้นการมีส่วนร่วมของผู้เข้าร่วมโครงการพัฒนาการสื่อสารทางการเมืองแบบสมัครใจ

๓.๒ แนวคิด เน้นการพัฒนาตนเอง พัฒนาวิชาชีพ และพัฒนาท้องถิ่น

๓.๓ ยึดหลักการ แนวคิดในการพัฒนาตามสัดส่วน ๗๐ : ๒๐ : ๑๐ ซึ่งเป็นหลักการที่ทำให้เกิดการพัฒนาด้านที่ดียิ่งขึ้น กล่าวคือ

ร้อยละ ๗๐ : การพัฒนาแบบไม่เป็นทางการ เช่น เรียนรู้จากประสบการณ์และการลงมือปฏิบัติ

ร้อยละ ๒๐ : เป็นการได้รับการกระตุ้นและสนับสนุนจากผู้อื่น เช่น วิทยากร เป็นต้น

ร้อยละ ๑๐ : การพัฒนาแบบเป็นทางการ เช่น อบรม เป็นต้น

#### ๔. วิธีดำเนินการ และการประเมินผล

#### ๕. ผลลัพธ์ที่คาดหวังและตัวชี้วัดความสำเร็จ

วิธีดำเนินการตามรูปแบบแต่ละกลยุทธ์สามารถนำไปสร้างกิจกรรมเพื่อพัฒนาคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น ดังนี้

## วิธีดำเนินการตามรูปแบบ

### องค์ประกอบที่ ๑ ผู้ส่งสาร (Sender)

#### โครงสร้างของกระบวนการพัฒนาผู้ส่งสาร

๑. วัตถุประสงค์
๒. เนื้อหาที่จะนำเสนอ
๓. กิจกรรม
๔. การประเมินผล

#### ๑. วัตถุประสงค์

- ๑.๑ เพื่อให้คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีคุณสมบัติพื้นฐานของการเป็นผู้ส่งสารสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น
- ๑.๒ เพื่อให้คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีคุณสมบัติเฉพาะของการเป็นผู้ส่งสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น
- ๑.๓ เพื่อให้คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีคุณสมบัติจำเป็นของการเป็นผู้ส่งสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น

#### ๒. เนื้อหาที่จะนำเสนอ

- ๑.๑ คุณสมบัติพื้นฐานของการเป็นผู้ส่งสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นมี ๖ องค์ประกอบย่อย คือ
  - ๑.๑.๑ มีใจรักในการช่วยเหลือสังคม
  - ๑.๑.๒ มีใจรักในการสื่อสาร
  - ๑.๑.๓ เปิดใจกว้างเรียนรู้การสื่อสาร และเครื่องมือสื่อสาร
  - ๑.๑.๔ มีความพร้อมในการสื่อสารกับผู้อื่น
  - ๑.๑.๕ มีความรู้เชิงลึก
  - ๑.๑.๖ มีความสามารถในการส่งสารหรือถ่ายทอดสาร
- ๑.๒ คุณสมบัติเฉพาะของผู้ส่งสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น มี ๔ องค์ประกอบย่อย คือ
  - ๑.๒.๑ ทักษะคติเชิงบวก
  - ๑.๒.๒ ความคิดสร้างสรรค์

๑.๒.๓ ความรู้เกี่ยวกับการส่งสาร

๑.๒.๔ กลยุทธ์การสื่อสาร

๑.๓ คุณสมบัติจำเป็นของผู้ส่งสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น มี ๔ องค์ประกอบย่อย

คือ

๓.๑) ภาวะผู้นำ

๓.๒) มีสติคิดก่อนพูด

๓.๓) ตัดสินใจเด็ดขาด

๓.๔) การจัดการอารมณ์

### ๓. กิจกรรม

#### ๓.๑ กิจกรรมก่อนการอบรม

๓.๑.๑ จัดเตรียมเอกสารและสื่อใบงานสำหรับการจัดกิจกรรม

๓.๑.๒ กำหนดกลุ่มเป้าหมายจำนวน ๒๐ คน

๓.๑.๓ นัด วัน เวลา สถานที่กับกลุ่มเป้าหมาย

๓.๑.๔ พัฒนาเนื้อหาและรูปแบบกิจกรรม

#### ๓.๒ กิจกรรมสร้างความเข้าใจร่วมกัน (๑๕ นาทีแรก)

๓.๒.๑ ผู้วิจัยโน้มน้าวให้คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเห็นความสำคัญ เพิ่มความรู้ พัฒนาตนเอง

๓.๒.๒ แจ้งให้คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกคนทราบถึงหน้าที่ต้องแสดงออกตามธรรมชาติและเต็มความสามารถในการแสดงความคิดเห็น ฟังและการทำงานกิจกรรมร่วมกัน

๓.๒.๓ เงื่อนไขคือคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกคนจะต้องร่วมกิจกรรมทุกกิจกรรม ตั้งแต่เริ่มจนกระทั่งจบ

๓.๒.๔ ในกรณีที่คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นฟังไม่เข้าใจหรือมีปัญหาอะไรสามารถสอบถามหรือวิพากษ์วิจารณ์ได้

#### ๓.๓ กิจกรรมการสอบก่อน

๓.๓.๑ ผู้วิจัยแนะนำให้ตั้งใจทำแบบประเมินอย่างเต็มที่พร้อมชี้แจงว่าผลของแบบประเมินจะไม่มีผลกระทบใด ๆ

๓.๓.๒ ทำแบบประเมินก่อนการทดลอง ๑๕ นาที

#### ๓.๔ ตารางการพัฒนา

ตารางที่ ๓.๕ การพัฒนาการเป็นผู้ส่งสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น

เป้าประสงค์	การปฏิบัติ/วิธีการ	พฤติกรรมบ่งชี้
๑) คุณสมบัตพื้นฐานของการเป็นผู้ส่งสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น	๑) บรรยายเกี่ยวกับความรู้พื้นฐานการเป็นผู้ส่งสารมืออาชีพ ๒) บรรยายเกี่ยวกับ ๖ องค์ประกอบย่อย คือ ๒.๑) มีใจรักในการช่วยเหลือสังคม ๒.๒) มีใจรักในการสื่อสาร ๒.๓) เรียนรู้การสื่อสารและเครื่องมือสื่อสารใหม่ ๆ ๒.๔) มีความพร้อมในการสื่อสารกับผู้อื่น ๒.๕) มีความรู้เชิงลึก ๒.๖) มีความสามารถในการส่งสาร	-อธิบายความรู้พื้นฐานการเป็นผู้ส่งสารได้ -เสียสละเวลาส่วนตนให้กับส่วนรวม -ศึกษาแนวทางการสื่อสารแบบใหม่ -เปิดใจกว้างพร้อมรับฟังข้อเสนอแนะ -เรียนรู้การสื่อสาร และเครื่องมือสื่อสาร -พร้อมที่จะสื่อสารกับผู้อื่น
๒) คุณสมบัติเฉพาะของการเป็นผู้ส่งสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น	๑) บรรยายเกี่ยวกับคุณสมบัติเฉพาะของผู้ส่งสารมืออาชีพ ๒) บรรยายเกี่ยวกับ ๔ องค์ประกอบย่อย คือ ๒.๑) ทักษะคติเชิงบวก ๒.๒) ความคิดสร้างสรรค์ ๒.๓) ความรู้เกี่ยวกับการส่งสาร ๒.๔) การสื่อสารทางบวก	-อธิบายความรู้เฉพาะการเป็นผู้ส่งสารได้ -มองโลกในแง่ดี -มีมุมมองที่ดีในการสื่อสาร -สื่อสารเพื่อให้เกิดการพัฒนา
๓) คุณสมบัติจำเป็นของการเป็นผู้ส่งสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น	๑) บรรยายเกี่ยวกับคุณสมบัติจำเป็นของการเป็นผู้ส่งสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น ๒) บรรยายเกี่ยวกับ ๔ องค์ประกอบย่อย คือ ๒.๑) ภาวะผู้นำ ๒.๒) มีสติคิดก่อนพูด ๒.๓) ตัดสินใจเด็ดขาด ๒.๔) การจัดการอารมณ์	-อธิบายความรู้เกี่ยวกับคุณสมบัติจำเป็นของการเป็นผู้ส่งสารได้ -ใช้ถ้อยคำที่สุภาพ น่าฟัง -พิจารณาหาคำตอบที่เป็นทางเลือกที่ดีที่สุด -มีความมั่นใจในตนเอง -ควบคุมตนเองได้



ตารางที่ ๓.๖ กิจกรรมพัฒนาผู้ส่งสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น

เวลา	กิจกรรม	ผลที่ได้
๑๕ นาที	แนะนำวิทยากร ชี้แจงโครงการ	ตกลงร่วมกันและให้ความร่วมมือเต็มที่ ฝึกการมีส่วนร่วม สามารถแสดงความคิดเห็น รับฟัง และลงมือทำ
๓๐ นาที	ทำแบบประเมิน	ผลการประเมิน
๑.๓๐ ชั่วโมง	-บรรยายความรู้พื้นฐานการเป็นผู้ส่งสารมืออาชีพ -บรรยายคุณสมบัติเฉพาะของผู้ส่งสารมืออาชีพ -บรรยายการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น	-มีความรู้พื้นฐานการเป็นผู้ส่งสารมืออาชีพ -มีความรู้เกี่ยวกับคุณสมบัติเฉพาะของผู้ส่งสารมืออาชีพ -มีความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น -บูรณาการการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นได้
	พัก ๑๕ นาที	
๔๕ นาที	ร่วมกันอภิปรายเกี่ยวกับพฤติกรรมที่นำไปสู่การสื่อสารทางการเมือง	-การมองโลกที่กว้างขึ้น -การเปิดใจรับฟังผู้อื่น -วิพากษ์ วิचारณ์ได้ -ยึดเสียงส่วนใหญ่ แต่รับฟังเสียงส่วนน้อย -สื่อสารได้ตรงประเด็น -สื่อสารได้รวดเร็วทันต่อการแก้ปัญหา
	-มีการสังเกตพฤติกรรมแบบกึ่งทางการ -สัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ	-บันทึกพฤติกรรม -บันทึกผลการสัมภาษณ์
	*จะทำการประเมินหลังพัฒนา ๖๐ วัน	ผลการประเมิน

#### ๔. การประเมินผล

ประเมินจากใบงานในระหว่างอบรม จากการศึกษา และการประเมินก่อนและหลังการฝึกอบรม

## องค์ประกอบที่ ๒ สาร (Message)

### โครงสร้างของสาร

๑. วัตถุประสงค์
๒. เนื้อหาที่จะนำเสนอ
๓. กิจกรรม
๔. การประเมินผล

#### ๑. วัตถุประสงค์

๑.๑ เพื่อให้คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความเข้าใจเกี่ยวกับสารที่มีความถูกต้อง ความสมบูรณ์ มีจุดหมาย มีความน่าเชื่อถือ กระชับเรียบง่าย และสืบค้นสะดวก

๑.๒ เพื่อให้คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นประยุกต์ใช้สารให้มีความเหมาะสมกับการพัฒนาท้องถิ่น

#### ๒. เนื้อหาที่จะนำเสนอ

- ๑) ความถูกต้อง มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ
  - ๑.๑) เป็นข้อเท็จจริง
  - ๑.๒) สามารถพิสูจน์ได้
- ๒) ความสมบูรณ์ มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ
  - ๒.๑) ตอบสนองความต้องการ
  - ๒.๒) แสดงข้อมูลสำคัญ
- ๓) มีจุดหมาย มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ
  - ๓.๑) สื่อให้รับรู้และเข้าใจ
  - ๓.๒) มีใจความสำคัญ
- ๔) มีความน่าเชื่อถือ มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ
  - ๔.๑) ความน่าไว้วางใจ
  - ๔.๒) ความปรารถนาดี
- ๕) กระชับเรียบง่าย มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ
  - ๕.๑) เข้าใจง่าย
  - ๕.๒) ไม่คลุมเครือ
- ๖) สืบค้นสะดวก มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ
  - ๖.๑) สืบค้นได้อย่างรวดเร็ว
  - ๖.๒) มีระบบเอื้อต่อการสืบค้น

### ๓. กิจกรรม

#### ๓.๑ กิจกรรมก่อนการอบรม

๓.๑.๑ จัดเตรียมเอกสารและสื่อใบงานสำหรับการจัดกิจกรรม

๓.๑.๒ กำหนดกลุ่มเป้าหมายจำนวน ๒๐ คน

๓.๑.๓ นัด วัน เวลา สถานที่กับกลุ่มเป้าหมาย

๓.๑.๔ พัฒนาเนื้อหาและรูปแบบกิจกรรม

#### ๓.๒ กิจกรรมสร้างความเข้าใจร่วมกัน (๑๕ นาทีแรก)

๓.๒.๑ ผู้วิจัยโน้มน้าวให้คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเห็นความสำคัญ เพิ่มความรู้ พัฒนาตนเอง

๓.๒.๒ แจ้งให้คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกคนทราบถึงหน้าที่ต้องแสดงออกตามธรรมชาติและเต็มความสามารถในการแสดงความคิดเห็น ฟังและการทำงานกิจกรรมร่วมกัน

๓.๒.๓ เจือใจคือคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกคนจะต้องร่วมกิจกรรมทุกกิจกรรม ตั้งแต่เริ่มจนกระทั่งจบ

๓.๒.๔ ในกรณีที่คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นฟังไม่เข้าใจหรือมีปัญหาอะไรสามารถสอบถามหรือวิพากษ์วิจารณ์ได้

#### ๓.๓ กิจกรรมการสอบก่อน

๓.๓.๑ ผู้วิจัยแนะนำให้ตั้งใจทำแบบประเมินอย่างเต็มที่พร้อมชี้แจงว่าผลของแบบประเมินจะไม่มีผลกระทบใด ๆ

๓.๓.๒ ทำแบบประเมินก่อนการทดลอง ๑๕ นาที

#### ๓.๔ ตารางการพัฒนา

ตารางที่ ๓.๕ การพัฒนาเกี่ยวกับสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น

เป้าประสงค์	การปฏิบัติ/วิธีการ	พฤติกรรมบ่งชี้
๑) ลักษณะของสารที่มีความถูกต้อง	๑) บรรยายเกี่ยวกับลักษณะของสารที่มีความถูกต้อง ตามองค์ประกอบย่อย คือ ๑.๑) เป็นข้อเท็จจริง ๑.๒) สามารถพิสูจน์ได้	-มีความเข้าใจในสาร -อธิบายถึงสารเป็นจริงหรือเป็นเท็จได้ -อธิบายเพื่อนำไปสู่การพิสูจน์ได้
๒) ลักษณะของสารที่มีความสมบูรณ์	๑) บรรยายเกี่ยวกับลักษณะของสารที่มีความสมบูรณ์ มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ ๑) ตอบสนองความต้องการ ๒) แสดงข้อมูลสำคัญ	-มีความเข้าใจในสารที่มีความสมบูรณ์ -อธิบายถึงสารที่มีความสมบูรณ์ได้ -อธิบายเพื่อนำไปสู่ข้อมูลสำคัญได้
๓) ลักษณะของสารที่มีจุดหมาย	๑) บรรยายเกี่ยวกับลักษณะของสารที่มีจุดหมาย มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ ๑) สื่อให้รับรู้และเข้าใจ ๒) มีใจความสำคัญ	-มีความเข้าใจในจุดหมายของสาร -อธิบายให้เห็นใจความสำคัญได้ -อธิบายได้ตรงตามจุดประสงค์ของการสื่อสาร
๔) ลักษณะของสารที่น่าเชื่อถือ	๑) บรรยายเกี่ยวกับลักษณะของสารที่น่าเชื่อถือ มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ ๑) ความน่าไว้วางใจ ๒) ความปรารถนาดี	-มีความเข้าใจในลักษณะของสารที่น่าเชื่อถือ -อธิบายแหล่งสารที่น่าเสนอข้อมูลให้แก่ผู้รับสารได้
๕) ลักษณะของสารที่มีความกระชับเรียบง่าย	๑) บรรยายเกี่ยวกับลักษณะของสารที่มีความกระชับเรียบง่าย มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ ๑) เข้าใจง่าย ๒) ไม่คลุมเครือ	-มีความเข้าใจในลักษณะของสารที่มีความกระชับเรียบง่าย -จัดลำดับเนื้อหาสารได้ดี
๖) ลักษณะของสารที่มีการสืบค้นสะดวก	๑) บรรยายเกี่ยวกับลักษณะของสารที่สืบค้นสะดวก มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ ๑) สืบค้นได้อย่างรวดเร็ว ๒) มีระบบเอื้อต่อการสืบค้น	-มีความเข้าใจในลักษณะของสารที่มีการสืบค้นสะดวก -สืบค้นข้อมูลได้รวดเร็ว -ใช้วัสดุ อุปกรณ์เพื่อสืบค้นข้อมูลได้

ตารางที่ ๓.๖ กิจกรรมพัฒนาสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น

เวลา	กิจกรรม	ผลที่ได้
๑๕ นาที	แนะนำวิทยากร ชี้แจงโครงการ	ตกลงร่วมกันและให้ความร่วมมือเต็มที่ ฝึกการมีส่วนร่วม สามารถแสดงความคิดเห็น รับฟัง และลงมือทำ
๓๐ นาที	ทำแบบประเมิน	ผลการประเมิน
๑.๓๐ ชั่วโมง	-บรรยายเกี่ยวกับสารที่มีความถูกต้อง ความสมบูรณ์ มีจุดหมาย มีความ น่าเชื่อถือ กระชับเรียบง่าย และสืบค้น สะดวก	-สามารถอธิบายเกี่ยวกับสารที่มีความถูกต้อง ความสมบูรณ์ มีจุดหมาย มีความน่าเชื่อถือ กระชับเรียบง่าย และสืบค้นสะดวกได้
พัก ๑๕ นาที		
๑๕ นาที	วิเคราะห์เนื้อหาสารร่วมกัน	มีการไตร่ตรองเกี่ยวกับสารที่มีความถูกต้อง ความสมบูรณ์ มีจุดหมาย มีความน่าเชื่อถือ กระชับเรียบง่าย และสืบค้นสะดวกได้
	-มีการสังเกตพฤติกรรมแบบกึ่ง ทางการ -สัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ	-บันทึกพฤติกรรม -บันทึกผลการสัมภาษณ์
	*จะมีการประเมินหลังพัฒนา ๖๐ วัน	ผลการประเมิน

#### ๔. การประเมินผล

ประเมินจากใบงานในระหว่างอบรม จากการสังเกต และผลการประเมินก่อนและหลังการฝึกอบรม

## องค์ประกอบที่ ๓ ช่องทางการสื่อสาร (Channel)

### โครงสร้างของการพัฒนาช่องทางการสื่อสาร

๑. วัตถุประสงค์
๒. เนื้อหาที่จะนำเสนอ
๓. กิจกรรม
๔. การประเมินผล

#### ๑. วัตถุประสงค์

- ๑.๑ เพื่อให้คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความรู้เกี่ยวกับสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อพื้นบ้าน สื่อดิจิทัล สื่ออิเล็กทรอนิกส์
- ๑.๒ เพื่อให้คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นประยุกต์ใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายเหมาะสมกับสภาพการพัฒนาท้องถิ่น

#### ๒. เนื้อหาที่จะนำเสนอ

##### องค์ประกอบที่ ๓ ช่องทางการสื่อสาร (Channel)

มี ๕ องค์ประกอบหลัก ดังนี้

- ๑) สื่อมวลชน มี ๓ องค์ประกอบย่อย คือ
  - ๑.๑) วิทยุชุมชน
  - ๑.๒) โทรทัศน์
  - ๑.๓) หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น
- ๒) สื่อบุคคล มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ
  - ๒.๑) การเป็นนักบริหารมืออาชีพ
  - ๒.๒) การเป็นสัญลักษณ์ของท้องถิ่น
  - ๒.๓) การเป็นแบบอย่างประชาธิปไตย
  - ๒.๔) การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาล
- ๓) สื่อสิ่งพิมพ์ มี ๔ องค์ประกอบย่อย คือ
  - ๓.๑) แผ่นพับ
  - ๓.๒) วารสาร
  - ๓.๓) รายงานประจำปี
  - ๓.๔) หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

๔) สื่อดิจิทัล มี ๔ องค์ประกอบย่อย คือ

๔.๑) เว็บไซต์

๔.๒) เฟซบุ๊ก

๔.๓) ไลน์

๔.๔) ยูทูบ

๕) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ

๕.๑) โทรศัพท์

๕.๒) หอกระจายข่าว

### ๓. กิจกรรม

#### ๓.๑ กิจกรรมก่อนการอบรม

๓.๑.๑ จัดเตรียมเอกสารและสื่อใบงานสำหรับการจัดกิจกรรม

๓.๑.๒ กำหนดกลุ่มเป้าหมายจำนวน ๒๐ คน

๓.๑.๓ นัด วัน เวลา สถานที่กับกลุ่มเป้าหมาย

๓.๑.๔ พัฒนาเนื้อหาและรูปแบบกิจกรรม

#### ๓.๒ กิจกรรมสร้างความเข้าใจร่วมกัน (๑๕ นาทีแรก)

๓.๒.๑ ผู้วิจัยโน้มน้าวให้คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเห็นความสำคัญ เพิ่มความรู้ พัฒนาตนเอง

๓.๒.๒ แจ้งให้คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกคนทราบถึงหน้าที่ต้องแสดงออกตามธรรมชาติและเต็มความสามารถในการแสดงความคิดเห็น ฟังและการทำกิจกรรมร่วมกัน

๓.๒.๓ เจื่อนใจคือคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกคนจะต้องร่วมกิจกรรมทุกกิจกรรม ตั้งแต่เริ่มจนกระทั่งจบ

๓.๒.๔ ในกรณีที่คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นฟังไม่เข้าใจหรือมีปัญหาอะไรสามารถสอบถามหรือวิพากษ์วิจารณ์ได้

#### ๓.๓ กิจกรรมการสอบก่อนฝึกอบรม

๓.๓.๑ ผู้วิจัยแนะนำให้ตั้งใจทำแบบประเมินอย่างเต็มที่พร้อมชี้แจงว่าผลของแบบประเมินจะไม่มีผลกระทบใด ๆ

๓.๓.๒ ทำแบบประเมินก่อนการฝึกอบรม ๑๕ นาที

#### ๓.๔ ตารางการพัฒนา

ตารางที่ ๓.๕ กิจกรรมการพัฒนาช่องทางการสื่อสาร

เป้าประสงค์	การปฏิบัติ/วิธีการ	พฤติกรรมบ่งชี้
๑) เข้าใจและเข้าถึงสื่อมวลชน	๑) บรรยายเกี่ยวกับสื่อมวลชน มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ ๑.๑) วิทยุชุมชน ๑.๒) โทรทัศน์	-สามารถใช้วิทยุชุมชนเป็นช่องทางในการสื่อสารกับประชาชนในพื้นที่ได้ -สามารถใช้โทรทัศน์เป็นช่องทางในการสื่อสารกับประชาชนในพื้นที่ได้
๒) มีความรู้เกี่ยวกับสื่อบุคคล	๑) บรรยายเกี่ยวกับสื่อบุคคลที่มีผลต่อการพัฒนาท้องถิ่น มี ๔ องค์ประกอบย่อย คือ ๑) การเป็นนักบริหารมืออาชีพ ๒) การเป็นสัญลักษณ์ของท้องถิ่น ๓) การเป็นแบบอย่างประชาธิปไตย ๒) การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาล	-สามารถสื่อสารแบบเป็นทางการได้ -สามารถสื่อสารในที่ชุมชนได้ -มีวิธีการถ่ายทอดงานให้กับผู้บังคับบัญชาได้ -เปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสื่อสารการพัฒนาท้องถิ่น -สื่อสารให้เห็นถึงการทำงานที่โปร่งใสตรวจสอบได้
๓) มีความรู้เกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์	๑) บรรยายเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์ มี ๔ องค์ประกอบย่อย คือ ๑) แผ่นพับ ๒) วารสาร ๓) รายงานประจำปี ๔) หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	-อธิบายการทำสื่อสิ่งพิมพ์ได้ -มีแผนพับเกี่ยวกับการพัฒนาท้องถิ่น -มีวารสารเกี่ยวกับการพัฒนาท้องถิ่น -มีรายงานประจำปีขององค์กร -มีการส่งข้อมูลข่าวสารการพัฒนาให้หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น
๔) มีความรู้เกี่ยวกับสื่อดิจิทัล	๑) บรรยายเกี่ยวกับสื่อดิจิทัล มี ๔ องค์ประกอบย่อย คือ ๑) เว็บไซต์ ๒) เฟซบุ๊ก ๓) ไลน์ ๔) ยูทูป	-สามารถใช้สื่อดิจิทัลเพื่อสื่อสารกับชุมชนท้องถิ่นได้ -มีเว็บไซต์สำนักงาน -มีเฟซบุ๊กสำนักงาน -มีไลน์สำนักงาน -มียูทูปสำนักงาน
๕) มีความรู้เกี่ยวกับสื่ออิเล็กทรอนิกส์	๑) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ มี ๒ องค์ประกอบย่อย คือ ๑) โทรศัพท์ ๒) หอกระจายข่าว	-สามารถใช้โทรศัพท์ในการติดต่อสื่อสารเพื่อพัฒนาท้องถิ่น -สามารถใช้แอปพลิเคชันต่าง ๆ ในโทรศัพท์เพื่อพัฒนาท้องถิ่น -สามารถประกาศข้อมูลข่าวสารทางหอกระจายข่าวได้



## ตารางที่ ๓.๖ กิจกรรมพัฒนาช่องทางการสื่อสาร

เวลา	กิจกรรม	ผลที่ได้
๑๕ นาที	แนะนำวิทยากร ชี้แจงโครงการ	ตกลงร่วมกันและให้ความร่วมมือเต็มที่ ฝึกการมีส่วนร่วม สามารถแสดงความคิดเห็น รับฟัง และลงมือทำ
๓๐ นาที	ทำแบบประเมิน	ผลการประเมิน
๑.๓๐ ชั่วโมง	บรรยายความรู้เกี่ยวกับ -สื่อมวลชน -สื่อบุคคล -สื่อพื้นบ้าน -สื่อดิจิทัล -สื่ออิเล็กทรอนิกส์	-ได้รับความรู้เกี่ยวกับ -สื่อมวลชน -สื่อบุคคล -สื่อพื้นบ้าน -สื่อดิจิทัล -สื่ออิเล็กทรอนิกส์ -สามารถเลือกใช้สื่อที่มีความเหมาะสมกับการพัฒนาท้องถิ่น
พัก ๑๕ นาที		
๑๕ นาที	วิเคราะห์ช่องทางการสื่อสาร	-สามารถเลือกใช้สื่อที่หลากหลายในการพัฒนาท้องถิ่น
๓๐ นาที	มีการสังเกตพฤติกรรมแบบกึ่งทางการ -สัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ	-บันทึกพฤติกรรม -บันทึกผลการสัมภาษณ์
	*ทำแบบประเมินหลังผ่านประเมิน ๖๐ วัน	ผลการประเมิน

## ๔. การประเมินผล

ประเมินจากใบงานในระหว่างอบรม จากการสังเกต และผลการประเมินก่อนและหลังการฝึกอบรม

## องค์ประกอบที่ ๔ ผู้รับสาร (Receiver)

### โครงสร้างของความรู้เกี่ยวกับผู้รับสาร (Receiver)

๑. วัตถุประสงค์
๒. เนื้อหาที่จะนำเสนอ
๓. กิจกรรม
๔. การประเมินผล

#### ๑. วัตถุประสงค์

๑.๑ เพื่อให้คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความรู้เกี่ยวกับกระบวนการเลือกรับสาร เทคนิคการรับสาร และแนวทางการรับสาร

๑.๒ เพื่อให้คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถประยุกต์ใช้องค์ความรู้ในการรับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

#### ๒. เนื้อหาที่จะนำเสนอ

ผู้ส่งสารต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องต่อไปนี้

#### องค์ประกอบที่ ๔ ผู้รับสาร (Receiver)

มี ๓ องค์ประกอบหลัก ดังนี้

๑) กระบวนการเลือกรับสาร มี ๔ องค์ประกอบย่อย คือ

- ๑.๑) การเลือกเปิดรับ
- ๑.๒) การเลือกให้ความสนใจ
- ๑.๓) การเลือกรับรู้และตีความหมาย
- ๑.๔) การเลือกจดจำ

๒) เทคนิคการรับสาร มี ๔ องค์ประกอบย่อย คือ

- ๒.๑) เตรียมตัว
- ๒.๒) เลือกสรร
- ๒.๓) มุ่งมั่น
- ๒.๔) ไม่มีอคติ

๓) แนวทางการรับสาร มี ๓ องค์ประกอบย่อย คือ

- ๓.๑) การรับรู้
- ๓.๒) การประเมินค่า

๓.๓) การรวบรวม

๓.๔) การสรุป

### ๓. กิจกรรม

#### ๓.๑ กิจกรรมก่อนการอบรม

๓.๑.๑ จัดเตรียมเอกสารและสื่อใบงานสำหรับการจัดกิจกรรม

๓.๑.๒ กำหนดกลุ่มเป้าหมายจำนวน ๒๐ คน

๓.๑.๓ นัด วัน เวลา สถานที่กับกลุ่มเป้าหมาย

๓.๑.๔ พัฒนาเนื้อหาและรูปแบบกิจกรรม

#### ๓.๒ กิจกรรมสร้างความเข้าใจร่วมกัน (๑๕ นาทีแรก)

๓.๒.๑ ผู้วิจัยโน้มน้าวให้คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเห็นความสำคัญ เพิ่มความรู้ พัฒนาตนเอง

๓.๒.๒ แจ้งให้คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกคนทราบถึงหน้าที่ต้องแสดงออกตามธรรมชาติและเต็มความสามารถในการแสดงความคิดเห็น ฟังและการทำกิจกรรมร่วมกัน

๓.๒.๓ เงื่อนไขคือคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกคนจะต้องร่วมกิจกรรมทุกกิจกรรม ตั้งแต่เริ่มจนกระทั่งจบ

๓.๒.๔ ในกรณีที่คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นฟังไม่เข้าใจหรือมีปัญหาอะไรสามารถสอบถามหรือวิพากษ์วิจารณ์ได้

#### ๓.๓ กิจกรรมการสอบก่อนฝึกอบรม

๓.๓.๑ ผู้วิจัยแนะนำให้ตั้งใจทำแบบประเมินอย่างเต็มที่พร้อมชี้แจงว่าผลของแบบประเมินจะไม่มีผลกระทบใด ๆ

๓.๓.๒ ทำแบบประเมินก่อนการฝึกอบรม ๑๕ นาที

#### ๓.๔ ตารางการพัฒนา

ตารางที่ ๓.๕ กิจกรรมพัฒนาผู้รับสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น

เป้าประสงค์	การปฏิบัติ/วิธีการ	พฤติกรรมบ่งชี้
๑) มีกระบวนการเลือกรับสาร	๑) บรรยายเกี่ยวกับกระบวนการเลือกรับสาร มี ๔ องค์ประกอบย่อย คือ ๑) การเลือกเปิดรับ ๒) การเลือกให้ความสนใจ ๓) การเลือกรับรู้และตีความหมาย ๔) การเลือกจดจำ	-สามารถแสวงหาข้อมูลตามที่ต้องการได้ -มีความเข้าใจข้อมูล -สามารถตีความข้อมูลได้ -สามารถนำไปถ่ายทอดได้
๒) มีเทคนิคการรับสาร	๑) บรรยายเกี่ยวกับเทคนิคการรับสาร มี ๔ องค์ประกอบย่อย คือ ๑) เตรียมตัว ๒) เลือกสรร ๓) มุ่งมั่น ๔) ไม่มีอคติ	-มีความพร้อมที่จะฟังหรืออ่านข้อมูล -รู้จักคัดเลือกเนื้อหาที่จะนำไปใช้ -มีการบันทึกช่วยจำในสมุด -รับฟังและนำข้อมูลไปพิจารณา
๓) มีแนวทางการรับสาร	๑) บรรยายเกี่ยวกับแนวทางการรับสาร มี ๔ องค์ประกอบย่อย คือ ๑) การรับรู้ ๒) การประเมินค่า ๓) การรวบรวม ๔) การสรุป	-สามารถประเมินคุณค่าของข้อมูลได้ -มีการจัดลำดับข้อมูลให้เป็นระบบ -สามารถสรุปเป็นความคิดรวบยอดได้

ตารางที่ ๓.๖ กิจกรรมพัฒนาเกี่ยวกับผู้รับสาร

เวลา	กิจกรรม	ผลที่ได้
๑๕ นาที	แนะนำวิทยากร ชี้แจงโครงการ	ตกลงร่วมกันและให้ความร่วมมือเต็มที่ ฝึกการมีส่วนร่วม สามารถแสดงความคิดเห็น รับฟัง และลงมือทำ
๓๐ นาที	ทำแบบประเมิน	ผลการประเมิน
๑.๓๐ ชั่วโมง	บรรยายเกี่ยวกับประเด็นต่อไปนี้ ๑) กระบวนการเลือกรับสาร ๒) เทคนิคการรับสาร ๓) แนวทางการรับสาร	-ได้รับความรู้เกี่ยวกับ ๑) กระบวนการเลือกรับสาร ๒) เทคนิคการรับสาร ๓) แนวทางการรับสาร
พัก ๑๕ นาที		
๓๐ นาที	-วิเคราะห์ในประเด็นต่อไปนี้ ๑) กระบวนการเลือกรับสาร ๒) เทคนิคการรับสาร ๓) แนวทางการรับสาร	-สามารถวิพากษ์ วิเคราะห์ได้ อย่างชัดเจนเกี่ยวกับผู้รับสาร
	-มีการสังเกตพฤติกรรมแบบกึ่งทางการ -สัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ	-บันทึกพฤติกรรม -บันทึกผลการสัมภาษณ์
	*จะทำแบบประเมินหลังพัฒนา ๖๐ วัน	ผลการประเมิน

#### ๔. การประเมินผล

ประเมินจากใบงานในระหว่างอบรม จากการสังเกต และผลการประเมินก่อนและหลังการฝึกอบรม

## การใช้ไลน์ OA (Line Official Account)

### โครงสร้างของความรู้เกี่ยวกับไลน์ OA (Line Official Account)

- วัตถุประสงค์
- เนื้อหาที่จะนำเสนอ
- กิจกรรม
- การประเมินผล

#### ๑. วัตถุประสงค์

- ๑.๑ เพื่อให้คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความรู้เกี่ยวกับไลน์ OA (Line Official Account)
- ๑.๒ เพื่อให้คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถประยุกต์ใช้ไลน์ OA (Line Official Account) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

#### ๒. เนื้อหาที่จะนำเสนอ

๒. ผู้ส่งสารต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องต่อไปนี้
  - ๒.๑ ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับไลน์
  - ๒.๒ การเพิ่มเพื่อนเพื่อรับข่าวสารจาก ไลน์ OA
  - ๒.๓ การเข้าใช้งานระบบ ไลน์ OA ผ่านทางเครื่องคอมพิวเตอร์
  - ๒.๔ การติดตามข้อมูลข่าวสารจากไลน์ OA

#### ๓. กิจกรรม

##### ๓.๑ กิจกรรมก่อนการอบรม

- ๓.๑.๑ จัดเตรียมเอกสารและสื่อใบงานสำหรับการจัดกิจกรรม
- ๓.๑.๒ กำหนดกลุ่มเป้าหมายจำนวน ๒๐ คน
- ๓.๑.๓ นัด วัน เวลา สถานที่กับกลุ่มเป้าหมาย
- ๓.๑.๔ พัฒนาเนื้อหาและรูปแบบกิจกรรม

### ๓.๒ กิจกรรมสร้างความเข้าใจร่วมกัน (๑๕ นาทีแรก)

๓.๒.๑ ผู้วิจัยโน้มน้าวให้คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเห็นความสำคัญ เพิ่มความรู้ พัฒนาตนเอง

๓.๒.๒ แจ้งให้คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกคนทราบถึงหน้าที่ต้องแสดงออกตามธรรมชาติและเต็มความสามารถในการแสดงความคิดเห็น ฟังและการทำงานกิจกรรมร่วมกัน

๓.๒.๓ เงื่อนไขคือคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกคนจะต้องร่วมกิจกรรมทุกกิจกรรม ตั้งแต่เริ่มจนกระทั่งจบ

๓.๒.๔ ในกรณีที่คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นฟังไม่เข้าใจหรือมีปัญหาอะไรสามารถสอบถามหรือวิพากษ์วิจารณ์ได้

### ๓.๓ กิจกรรมการสอบก่อนฝึกอบรม

๓.๓.๑ ผู้วิจัยแนะนำให้ตั้งใจทำแบบประเมินอย่างเต็มที่พร้อมชี้แจงว่าผลของแบบประเมินจะไม่มีผลกระทบใด ๆ

๓.๓.๒ ทำแบบประเมินก่อนการฝึกอบรม ๑๕ นาที

### ๓.๔ ตารางการพัฒนา

#### ตารางที่ ๓.๕ กิจกรรมพัฒนาผู้รับสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น

เป้าประสงค์	การปฏิบัติ/วิธีการ	พฤติกรรมบ่งชี้
๑) ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับไลน์	บรรยายเนื้อหาว่าด้วยความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับไลน์	-สามารถอธิบาย แยกแยะประเภทของไลน์ได้
๒) การเพิ่มเพื่อนเพื่อรับข่าวสารจาก ไลน์ OA	บรรยายเกี่ยวกับการเพิ่มเพื่อนใน LINE OA	-สามารถสมัครเป็นสมาชิกของ ไลน์ OA ได้
๓) การเข้าใช้งานระบบ ไลน์ OA ผ่านทางเครื่องคอมพิวเตอร์	บรรยายเกี่ยวกับระบบปฏิบัติการของ ไลน์ OA ผ่านทางเครื่องคอมพิวเตอร์	-มีความรู้เกี่ยวกับระบบปฏิบัติการของไลน์ OA
๔) การติดตามข้อมูลข่าวสารจากไลน์ OA	บรรยายเกี่ยวกับการติดตามข้อมูลข่าวสารจากไลน์ OA	สามารถเช็คข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ จากไลน์ OA ได้

ตารางที่ ๓.๖ กิจกรรมพัฒนาเกี่ยวกับผู้รับสาร

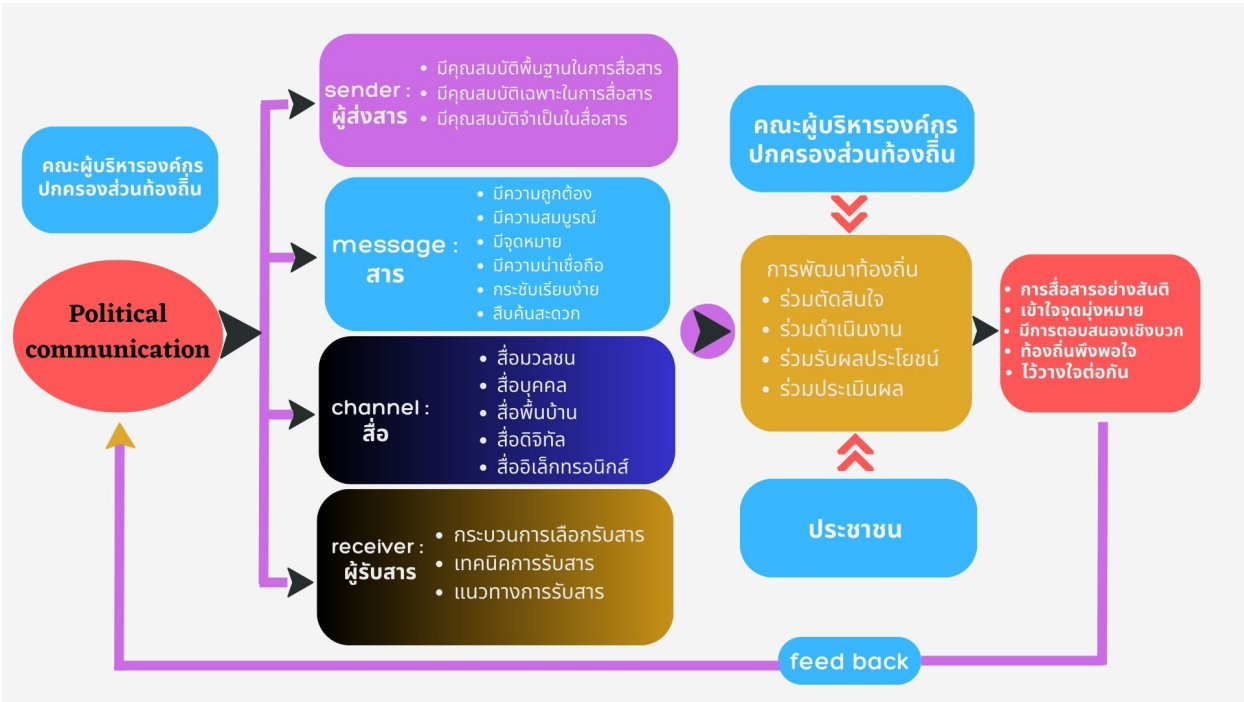
เวลา	กิจกรรม	ผลที่ได้
๑๕ นาที	แนะนำวิทยากร ชี้แจงโครงการ	ตกลงร่วมกันและให้ความร่วมมือเต็มที่ ฝึกการมีส่วนร่วม สามารถแสดงความคิดเห็น รับฟัง และลงมือทำ
๑๕ นาที	ทำแบบประเมิน	ผลการประเมิน
๑.๓๐ ชั่วโมง	บรรยายเกี่ยวกับประเด็นต่อไปนี้ ๑) ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับไลน์ ๒) การเพิ่มเพื่อนเพื่อรับข่าวสารจาก ไลน์ OA ๓) การเข้าใช้งานระบบ ไลน์ OA ผ่านทางเครื่องคอมพิวเตอร์ ๔) การติดตามข้อมูลข่าวสารจากไลน์ OA	-ได้รับความรู้เกี่ยวกับ ๑) ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับไลน์ ๒) การเพิ่มเพื่อนเพื่อรับข่าวสารจาก ไลน์ OA ๓) การเข้าใช้งานระบบ ไลน์ OA ผ่านทางเครื่องคอมพิวเตอร์ ๔) การติดตามข้อมูลข่าวสารจากไลน์ OA
พัก ๑๕ นาที		
๓๐ นาที	-วิเคราะห์ในประเด็นต่อไปนี้ ๑) ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับไลน์ ๒) การเพิ่มเพื่อนเพื่อรับข่าวสารจาก ไลน์ OA ๓) การเข้าใช้งานระบบ ไลน์ OA ผ่านทางเครื่องคอมพิวเตอร์ ๔) การติดตามข้อมูลข่าวสารจากไลน์ OA	-สามารถวิพากษ์ วิเคราะห์ได้อย่างชัดเจนเกี่ยวกับผู้รับสาร
	-มีการสังเกตพฤติกรรมแบบกึ่งทางการ -สัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ	-บันทึกพฤติกรรม -บันทึกผลการสัมภาษณ์
	*จะทำแบบประเมินหลังพัฒนา ๖๐ วัน	ผลการประเมิน

๔. การประเมินผล

ประเมินจากใบงานในระหว่างอบรม จากการสังเกต และผลการประเมินก่อนและหลังการฝึกอบรม



แผนภาพที่ ๒ แสดงสรุปรูปแบบ “Smart Communicator”



ภาคผนวก ง

คู่มือการใช้งาน LINE Official Account

## คู่มือการใช้งาน LINE Official Account

องค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี อ.เมือง จังหวัดขอนแก่น

@koksee-khonlaen

เอกสารฉบับนี้เป็นคู่มือ ฉบับการใช้งานบนเครื่องคอมพิวเตอร์

พัฒนาโดย

ผศ.ดร. สุรพล พรหมกุล

โครงการวิจัย การสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัด  
ขอนแก่น

## ส่วนที่ ๑ บทนำ

### ๑. หลักการและเหตุผล

สืบเนื่องจากการที่ผู้วิจัยได้นำโครงการวิจัยเรื่อง การสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยมีรูปแบบคือ Smart Communicator ไปใช้ในการพัฒนาคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น ๑ พื้นที่ คือ องค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ซึ่งในขณะที่ทำกิจกรรมการพัฒนาอยู่นั้นได้มีสมาชิกผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้เสนอว่า องค์การบริหารส่วนตำบลโคกสีควรมีช่องทางติดต่อสื่อสารที่รวดเร็วและเข้าถึงประชาชนได้อีกหนึ่งช่องทางระหว่างคณะผู้บริหารและสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลกับประชาชนทุกภาคส่วน ผู้วิจัยได้เปิดโอกาสให้ระดมมันสมองกัน (Brain storming) ว่าช่องทางที่ต้องการจริง ๆ คืออะไร ผลการระดมมันสมองได้ตกลงกันว่า ควรสร้างไลน์ OA (Line Official Account) ให้เป็นช่องทางสื่อสารอีกหนึ่งช่องทางสำหรับติดต่อสื่อสารเพื่อพัฒนาท้องถิ่นให้รวดเร็วทันต่อการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น อีกทั้งใช้เป็นช่องทางในการแจ้งข่าวสารขององค์การบริหารส่วนตำบลโคกสีด้วย

### ๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อสร้างไลน์ OA (Line Official Account) ให้เป็นช่องทางสื่อสารอีกหนึ่งช่องทางสำหรับติดต่อสื่อสารเพื่อพัฒนาท้องถิ่น

๒.๒ เพื่อเพิ่มความรู้ (Knowledge) เกี่ยวกับไลน์ OA (Line Official Account) ให้กับคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

๒.๓ เพื่อเพิ่มทักษะ (Attitude) เกี่ยวกับไลน์ OA (Line Official Account) ให้กับคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

## ส่วนที่ ๒

### การใช้งาน LINE Official Account

องค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี อ.เมือง จังหวัดขอนแก่น

@koksee-khonlaen

การเพิ่มเพื่อนเพื่อรับข่าวสารจาก LINE Official องค์การบริหารส่วนตำบลโคกสีสามารถทำได้หลากหลายช่องทาง ดังนี้

๑. การเพิ่มเพื่อนโดยการคลิกลิงค์ผ่านทางหน้าเว็บไซต์ขององค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ([www.koksee.com](http://www.koksee.com))
๒. การเพิ่มเพื่อนด้วยการเพิ่มเพื่อนปกติทางไลน์ @koksee-khonkaen
๓. เพิ่มเพื่อนผ่าน QR Code



ภาพที่ ๑ แสดงการเชิญชวนให้สมัครใช้ไลน์ OA ผ่านคิวอาร์โค้ด

การเข้าใช้งานระบบ LINE Official Account ผ่านทางเครื่องคอมพิวเตอร์

### หมายเหตุ

๑. ผู้ที่จะเข้าใช้งาน LINE Official Account ผ่านทางระบบคอมพิวเตอร์ได้นั้น ต้องได้รับสิทธิ์จากผู้ดูแลระบบก่อน
๑. ผู้ที่มีสิทธิ์ที่เป็น Admin เท่า จึงจะสามารถปรับเปลี่ยนการตั้งค่าต่าง ๆ ได้

การเข้าสู่ระบบของ LINE Official Account องค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ให้ทำการเข้าผ่านลิงค์

<https://account.line.biz/login?redirectUri=https%3A%2F%2Fmanager.line.biz%2F>

\*\*\* ความยาวลิงค์จะขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการ ท่านสามารถสืบค้นการเข้าใช้งานผ่านทาง Google ได้ โดยใช้คำว่า “LINE Official Account”

**LINE Business ID**

เข้าสู่ระบบด้วยบัญชี LINE

หรือ

เข้าสู่ระบบด้วยบัญชีธุรกิจ

สร้างบัญชี

เมื่อคุณเข้าสู่ระบบ LINE Business ID หมายความว่า คุณยอมรับข้อกําหนดการใช้บริการ และรับทราบนโยบายความเป็นส่วนตัว

📌 เกี่ยวกับ LINE Business ID

ภาษาไทย

[ช่วยเหลือ](#) [ข้อกำหนดการใช้บริการ](#) © LINE Corporation

ภาพที่ ๒ แสดงการเข้าสู่ระบบการใช้งาน ไลน์ OA

จากนั้นให้ท่านเลือก ว่าต้องการเข้าสู่ระบบด้วยวิธีการใด วิธีที่ง่ายและสะดวกที่สุดก็คือการเข้าสู่บัญชี LINE Official ด้วยบัญชี LINE ปกติ แต่ท่านต้องได้รับมอบสิทธิ์เป็นผู้ดูแลระบบจาก Admin หลักเสียก่อนถึงจะเข้าใช้ระบบได้



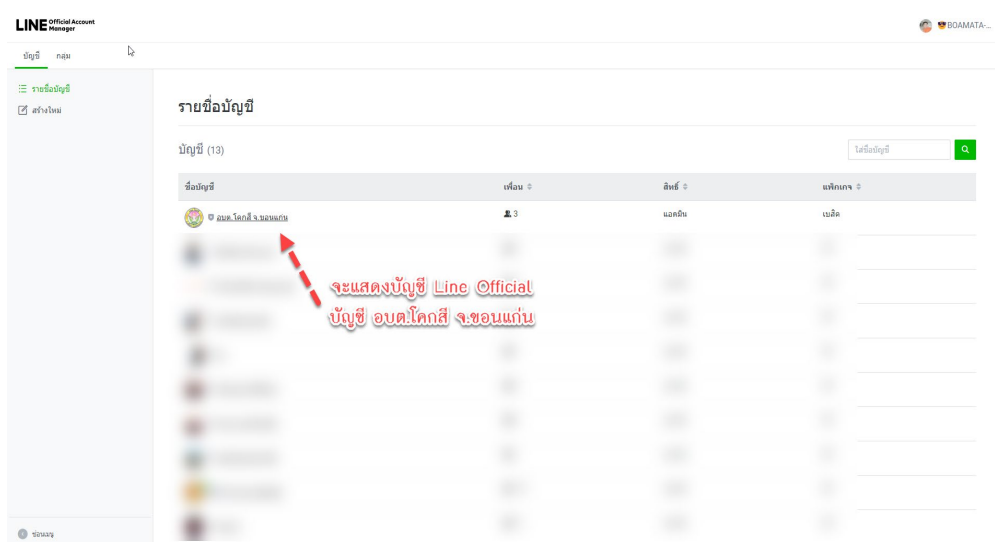
ภาพที่ ๓ แสดงการสแกนคิวอาร์โค้ดเพื่อเข้าสู่ไลน์ OA

หลังจากทำการสแกน QR Code เรียบร้อยแล้วจะมีการส่งรหัสยืนยันย้อนกลับมาเพื่อให้ผู้ใช้งานไปป้อน  
ในบัญชี LINE และเข้าสู่ระบบบัญชี LINE Official



ภาพที่ ๔ แสดงตัวอย่างการกรอกรหัสยืนยันตัวตนการเข้าไลน์ OA

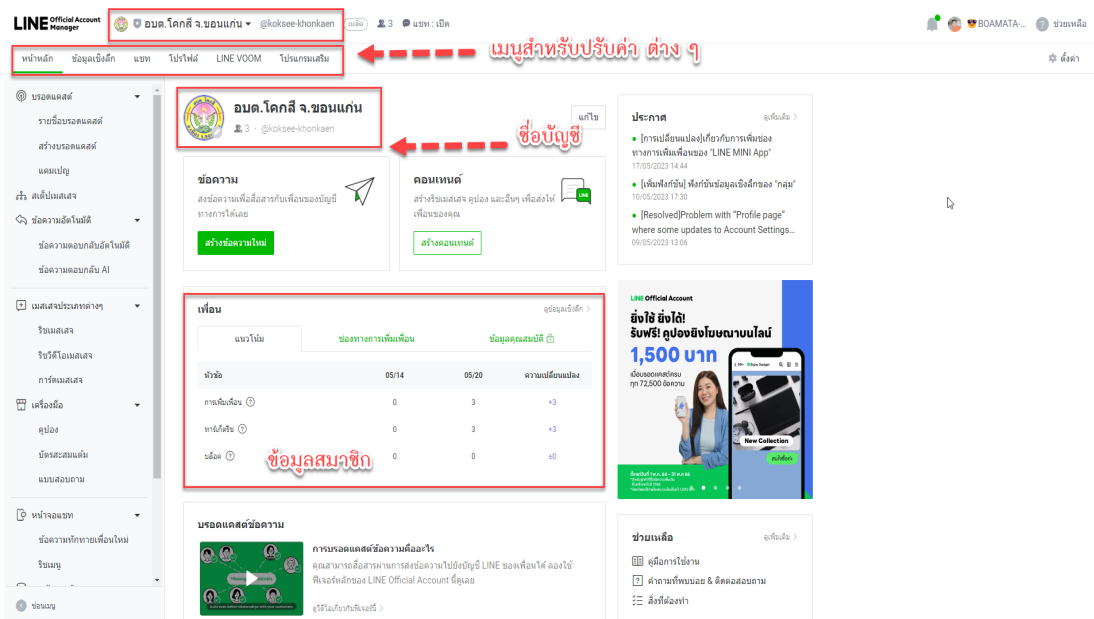
เมื่อทำการเข้าสู่ระบบเรียบร้อยแล้วจะแสดงบัญชีรายชื่อ Line Official อบต.โคกสี จังหวัด  
ขอนแก่น ที่เรานั้นเป็นเจ้าของ LINE official นั้นอยู่ หากต้องการเข้าใช้งานในบัญชีให้ทำการคลิกเข้าสู่บัญชี  
LINE official อบต.โคกสี จังหวัดขอนแก่น



ภาพที่ ๕ แสดงการเข้าใช้งานไลน์ OA ของ อบต.โคกสีจากการค้นหาในไลน์

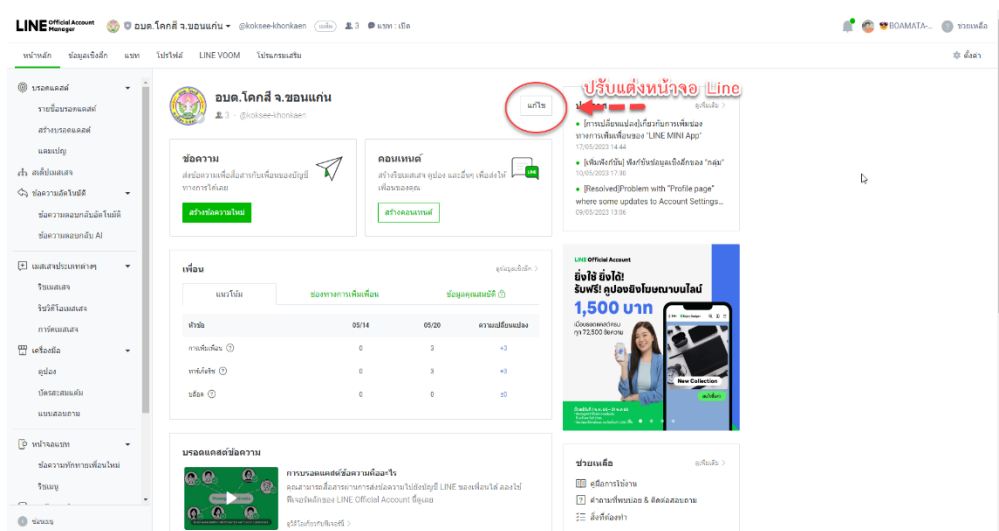


หลังจากที่เราทำการคลิกที่ชื่อบัญชี Line Official อบต.โคกสี จังหวัดขอนแก่นแล้ว ระบบจะแสดงหน้าต่างในการทำงานโดยจะมีเมนูต่าง ๆ และหัวข้อการปรับแต่ง line official ต่าง ๆ ตามหน้าจอ



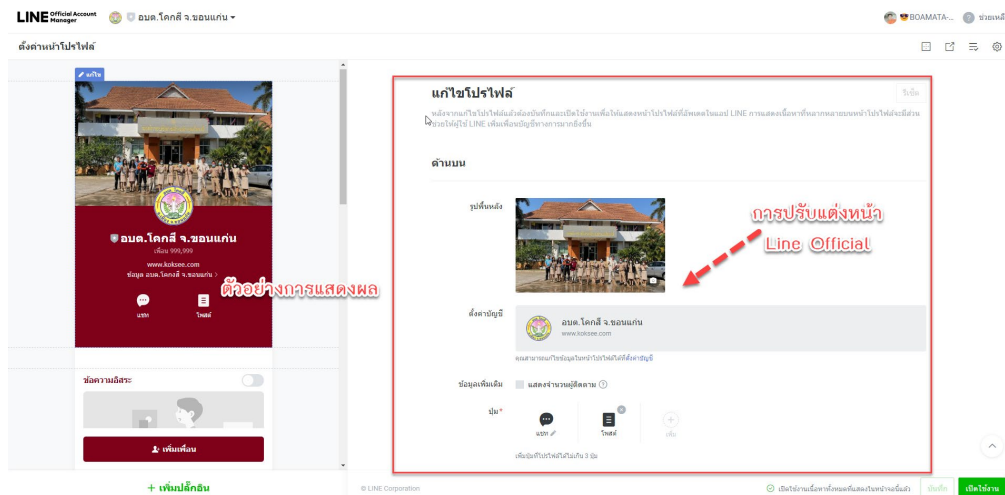
ภาพที่ ๖ แสดงเมนูสำหรับปรับค่าต่าง ๆ ในการใช้งานไลน์ OA

หากเราต้องการปรับแต่งหน้าจอรแรกของ LINE Official หรือหน้าจอรต้อนรับ เราสามารถคลิกได้ที่ปุ่มแก้ไขตามตัวอย่างและระบบจะแสดงหน้าจอรการปรับแต่งแก้ไขหน้า LINE Official



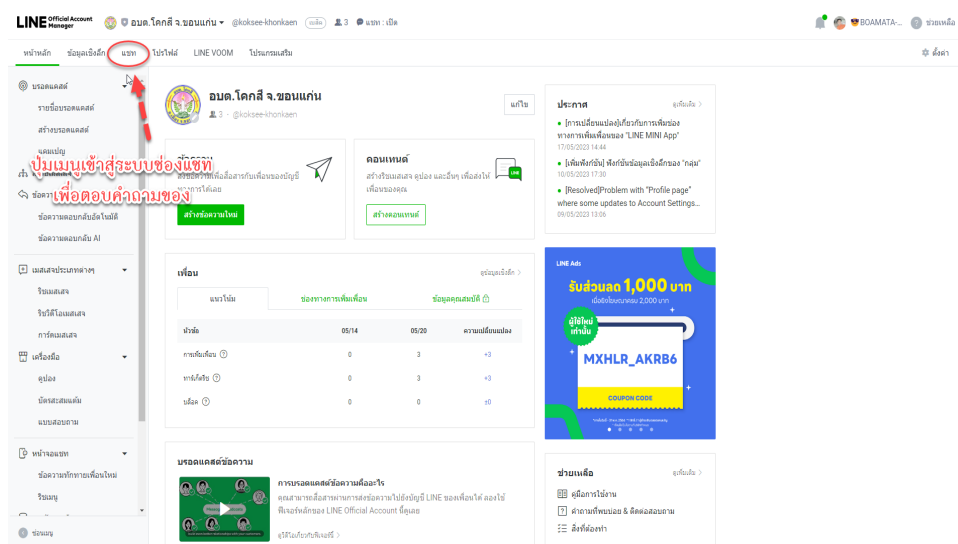
ภาพที่ ๗ แสดงการปรับแต่งหน้าไลน์ OA

เมื่อเราคลิกที่ปุ่มแก้ไขตามรูปภาพ หน้าเพจของ LINE Official จะแสดงฟังก์ชันการปรับแต่ง เพื่อให้ผู้ใช้ขององค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี สามารถปรับแต่งค่าตัวหนังสือ ใส่รูปภาพ และค่าต่างๆได้ตามต้องการ



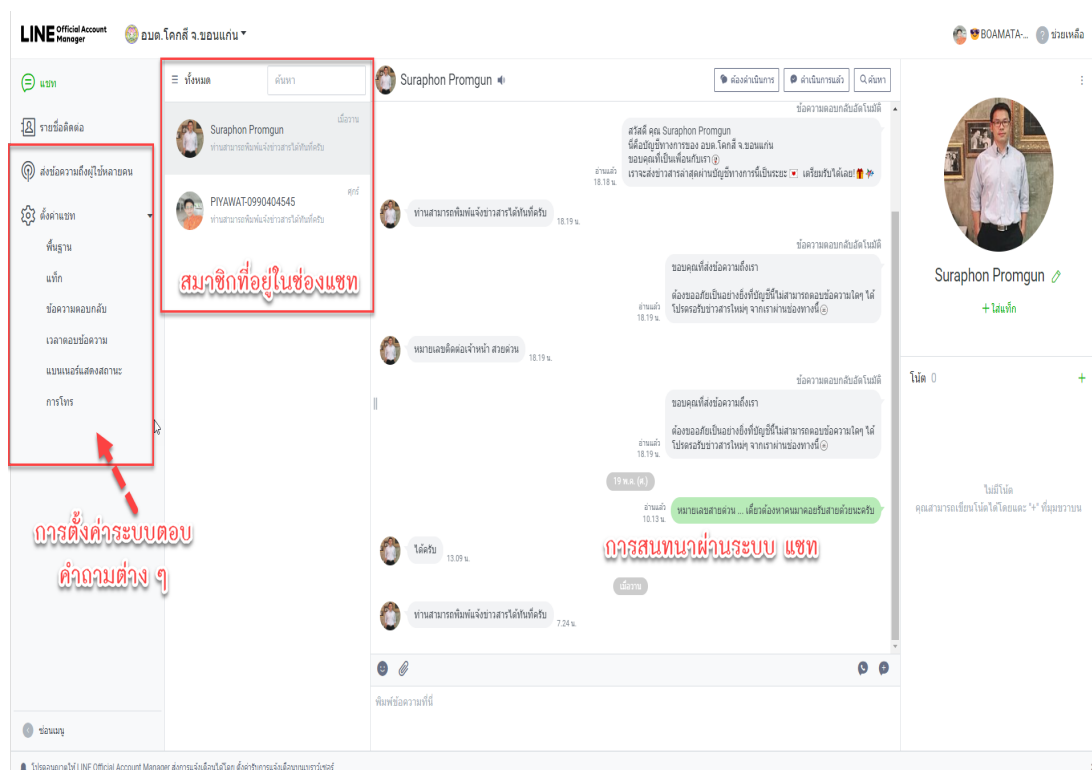
ภาพที่ ๘ แสดงหน้าแรกของไลน์ OA อบต.โคกสี จังหวัดขอนแก่น

หากเราต้องการสนทนากับเพื่อนสมาชิกในระบบ หรือตอบคำถามต่างๆที่สมาชิกนั้นแจ้งก็มาผ่านทาง LINE Official เราสามารถคลิกไปที่เมนู “แชท” เพื่อเข้าไปตอบคำถามและอ่านรายละเอียดที่ทางสมาชิกนั้นส่งข้อความเข้ามา



ภาพที่ ๙ แสดงช่องทางการแชทไลน์ OA

หลังจากที่เราเข้าสู่ห้องแชท ระบบจะแสดงบัญชีรายชื่อสมาชิกที่มีการส่งข้อมูลข่าวสารเข้ามาในระบบ Line official อบรม. โคอีสี่จังหวัดขอนแก่น เพื่อเป็นการสนทนารายบุคคล การสนทนาย่หว่างบุคคล บุคคลอื่นที่อยู่ในระบบจะไม่สามารถมองเห็นบทสนทนาต่าง ๆ ที่ทางผู้ดูแลระบบกำลังสนทนากับผู้ใช้



ภาพที่ ๑๐ แสดงรายชื่อสมาชิกที่อยู่ในแชทไลน์ OA

หน้าจอการแสดงผลของผู้ใช้ ระหว่างสนทนากับผู้ดูแลระบบใน LINE Official ผู้ใช้สามารถพิมพ์ข้อมูลข่าวสารหรือคำถามต่าง ๆ ลงใน LINE Official ได้โดยตรง ซึ่งจะส่งไปแสดงผลใน LINE Official ของผู้ดูแลระบบอีกครั้งหนึ่ง การใช้งานระบบ Line Official องค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี จังหวัดขอนแก่น สามารถใช้งานระบบข้อความอัตโนมัติได้ แต่ผู้ดูแลระบบต้องทำการป้อนค่าต่าง ๆ เข้าในระบบเสียก่อน ถึงจะใช้งานได้



เมนูริช.. จะแสดงในหน้าจอของผู้ใช้ เป็นเมนูที่อำนวยความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ของ อบต.โคกสี จังหวัดขอนแก่น

ภาพที่ ๑๑ แสดงหน้าจอของผู้ใช้ เป็นเมนูที่อำนวยความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ของ อบต.โคกสี จังหวัดขอนแก่น

ภาคผนวก จ

ใบรับรองจริยธรรมการวิจัย



**ใบรับรองจริยธรรมการวิจัยของข้อเสนอการวิจัย**  
**เอกสารข้อมูลคำอธิบายสำหรับผู้เข้าร่วมการวิจัยและยินยอม**

หมายเลขข้อเสนอการวิจัย ว.๓๖๘/๒๕๖๕

ข้อเสนอการวิจัยนี้และเอกสารประกอบของข้อเสนอการวิจัยตามรายงานการแสดงด้านล่าง ได้รับการพิจารณาจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยแล้ว คณะกรรมการฯ มีความเห็นว่าข้อเสนอการวิจัยที่จะดำเนินการมีความสอดคล้องกับหลักจริยธรรมสากล ตลอดจนกฎหมาย ข้อบังคับและข้อกำหนดภายในประเทศ จึงเห็นสมควรให้ดำเนินการวิจัยตามข้อเสนอการวิจัยนี้ได้

**ชื่อข้อเสนอการวิจัย:** การสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น  
 (Political Communication for Local Development of Administrators of Local Administrative Organization in Khon Kaen Province)

**รหัสข้อเสนอการวิจัย:** MCU RS 800765163

**สถาบันที่สังกัด:** มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตขอนแก่น

**ผู้วิจัยหลัก:** ผศ.ดร.สุรพล พรหมกุล

**เอกสารที่พิจารณาทบทวน**

๑. แบบเสนอโครงการวิจัย	ฉบับที่ วันที่ ๒๕ กรกฎาคม ๒๕๖๕
๒. เอกสารชี้แจงข้อมูลผู้เข้าร่วมการวิจัย	ฉบับที่ วันที่ ๒๕ กรกฎาคม ๒๕๖๕
๓. หนังสือแสดงเจตนายินยอมเข้าร่วมการวิจัย	ฉบับที่ วันที่ ๒๕ กรกฎาคม ๒๕๖๕
๔. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	ฉบับที่ วันที่ ๒๕ กรกฎาคม ๒๕๖๕

(พระสุวรรณเมธาภรณ์, ผศ.)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย  
 มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย  
 ๒๒ สิงหาคม ๒๕๖๕

**หมายเลขใบรับรอง:** ว.๓๖๘/๒๕๖๕

**วันที่ให้การรับรอง:** ๒๒ สิงหาคม ๒๕๖๕

**วันหมดอายุใบรับรอง:** ๒๒ สิงหาคม ๒๕๖๖

ภาคผนวก ฉ

กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำผลจากโครงการวิจัยไปใช้ประโยชน์

## กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำผลจากโครงการวิจัยไปใช้ประโยชน์

หนังสือรับรองการใช้ประโยชน์จากผลงานวิจัยหรืองานสร้างสรรค์

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

วันที่ ๑๐ มิถุนายน ๒๕๖๖

เรื่อง การรับรองการใช้ประโยชน์ของผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์

นพัสการ รองอธิการบดีมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตขอนแก่น

ข้าพเจ้า นายธนาศักดิ์ ร้อยพา ตำแหน่ง นายกองค้การบริหารส่วนตำบลโคกสี อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

ชื่อหน่วยงาน/องค์กร/ชุมชน องค์กรบริหารส่วนตำบลโคกสี

ที่อยู่ ๓๑ หมู่ ๑ ตำบลโคกสี อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ๔๐๐๐๐

โทรศัพท์ ๐-๔๓๒๕-๓๑๙๒-๓ ต่อ ๐ โทรสาร ๐-๔๓๒๘-๓๑๙๕ e-mail : 6400101@dla.go.th

ขอรับรองว่า ได้มีการนำผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์ ของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย เรื่อง “การสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น”

ซึ่งเป็นของผลงานวิจัยของ ผศ.ดร.สุรพล พรหมกุล

โดยนำไปใช้ประโยชน์ ดังนี้

- การใช้ประโยชน์เชิงวิชาการ เช่น การบรรยาย การสอน การพัฒนาการสื่อสารทางการเมือง
- การใช้ประโยชน์ด้านการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น
- การใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ เช่น งานวิจัยและ/หรืองานสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาสิ่งประดิษฐ์
- การใช้ประโยชน์เชิงนโยบายหรือระดับประเทศ
- การใช้ประโยชน์ตามวัตถุประสงค์/เป้าหมายของงานวิจัย/งานสร้างสรรค์

ช่วงเวลาที่น่าไปใช้ประโยชน์ ตั้งแต่เดือน มีนาคม ๒๕๖๖ จนถึง มิถุนายน ๒๕๖๖ ซึ่งการนำผลงานวิจัย เรื่องนี้ไปใช้ประโยชน์นั้น ก่อให้เกิดผลดี ดังนี้

- ๑) คณะผู้บริหารและสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลมีความรู้เกี่ยวกับพัฒนาการสื่อสารทางการเมือง
- ๒) คณะผู้บริหารและสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลได้ฝึกการสื่อสารทางการเมืองทำให้เกิดความมั่นใจในการสื่อสารกับประชาชนเพิ่มมากขึ้น
- ๓) มีนวัตกรรมเกิดขึ้นคือ ไลน์ OA ชื่อ “อบต.โคกสี จ.ขอนแก่น” ซึ่งเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารแบบใหม่ทำให้ได้มีการติดต่อสื่อสารกันได้รวดเร็วยิ่งขึ้น



- ๔) คณะผู้บริหารและสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลเปลี่ยนทัศนคติในการส่งสารคือ มีการเตรียมพร้อมก่อนจะส่งสาร ด้วยการรวบรวมข้อมูลให้เพียงพอ ตรวจสอบความถูกต้อง มีการลำดับเรื่องที่จะสื่อออกไป
- ๕) ทำให้การสื่อสารเพื่อพัฒนาท้องถิ่นบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ ประชาชนเข้าใจ ฟังพอใจ นำมาซึ่งความไว้วางใจเชื่อใจต่อกันทำให้เกิดผลดีต่อการพัฒนาท้องถิ่น

ขอรับรองว่าข้อความข้างต้นเป็นจริงทุกประการ

ลงชื่อ .....

(นายธนาศักดิ์ ร้อยพา)

ตำแหน่ง นายกองค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี

หมายเหตุ: ท่านสามารถประทับตราของหน่วยงานในเอกสารนี้ได้ (ถ้ามี)

#### **กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำผลจากโครงการวิจัยไปใช้ประโยชน์**

ในการวิจัยครั้งนี้มีกิจกรรมที่เกิดขึ้นเพื่อให้คณะผู้บริหารและสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลมีองค์ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง โดยทำการฝึกอบรมคณะผู้บริหารและสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลจำนวน ๓ วัน โดยใช้สถานที่คือห้องประชุมองค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

ในการวิจัยครั้งนี้มีนวัตกรรมเกิดขึ้นคือ การเปิดใช้ไลน์ OA (Line Official Account) ชื่อ “อบต.โคกสี จ.ขอนแก่น” เพื่อเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารระหว่างคณะผู้บริหารและสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลกับประชาชน

ภาคผนวก ช

ตารางเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ กิจกรรมที่วางแผนไว้  
และกิจกรรมที่ได้ดำเนินการมาและผลที่ได้รับของโครงการ

**ตารางเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ กิจกรรมที่วางแผนไว้  
และกิจกรรมที่ได้ดำเนินการมาและผลที่ได้รับของโครงการ**

กิจกรรม	ผลที่ได้รับ	บรรลุมติประสงค์	โดยทำให้
๑. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาอุปสรรค และปัจจัยเงื่อนไขที่มีผลต่อการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น	ได้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับ -สภาพการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น -ปัญหาอุปสรรคการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น -ปัจจัยเงื่อนไขที่มีผลต่อการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น	ข้อที่ ๑	นำไปเป็นแนวทางในการสร้างรูปแบบการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น
๒. เพื่อพัฒนารูปแบบการพัฒนาการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น	ได้รูปแบบการพัฒนาการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น	ข้อที่ ๒	มีคู่มือการใช้รูปแบบการพัฒนาการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น
๓. เพื่อศึกษาการนำรูปแบบไปใช้ในการพัฒนา คณะผู้บริหารองค์กรปกครองท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น	นำคู่มือการใช้รูปแบบการพัฒนาการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นไปพัฒนา คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น -มีนวัตกรรมเกิดขึ้น ๑ ชิ้น คือ Line Official Account (Line OA)	ข้อที่ ๓	-คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่นมีพฤติกรรมสื่อสารทางการเมืองเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นกล่าวคือมีคะแนนเฉลี่ยการ

กิจกรรม	ผลที่ได้รับ	บรรลุวัตถุประสงค์	โดยทำให้
			<p>สื่อสารทางการเมืองสูงกว่าก่อนได้รับการพัฒนา</p> <p>-ช่องทางในการติดต่อสื่อสารเพิ่มขึ้น ๑ ช่องทาง</p>
๔. รายงานฉบับสมบูรณ์	<p>ได้รายงานฉบับสมบูรณ์ที่สามารถตอบวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัยทั้ง ๓ ข้อ คือ</p> <p>๑) เพื่อศึกษาสภาพ ปัญหา อุปสรรค และปัจจัยเงื่อนไขที่มีผลต่อการสื่อสารทางการเมือง เพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น</p> <p>๒) เพื่อพัฒนารูปแบบการพัฒนาการสื่อสารทางการเมือง เพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น</p> <p>๓) เพื่อศึกษานำรูปแบบไปใช้ในการพัฒนาคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น</p>	ข้อที่ ๑-๓	ได้รายงานการวิจัยที่มีคุณค่าสามารถตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่เหมาะสม

แบบสรุปโครงการ

## แบบสรุปโครงการวิจัย

<p><b>สัญญาเลขที่</b> ว.๓๖๘/๒๕๖๕</p> <p><b>ชื่อโครงการ</b> การสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น</p> <p><b>หัวหน้าโครงการ</b> ผศ.ดร.สุรพล พรหมกุล</p> <p>มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตขอนแก่น</p> <p>โทรศัพท์ ๐๘๘-๕๗๘๑๖๗๑ Email : promgun@gmail.com</p>
<p><b>ความเป็นมาและความสำคัญ</b></p> <p>การสื่อสารของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกล่าวได้ว่ามีความสำคัญต่อการพัฒนาท้องถิ่นมาตลอด เพราะคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นคือตัวแทนของประชาชนที่ได้รับเลือกตั้งให้เข้าไปบริหารงบประมาณ โครงการ ตามกฎหมายกำหนด องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนั้นจึงเป็นอีกหนึ่งองค์กรที่ต้องใช้การสื่อสารทั้งภายในและภายนอก การปกครองท้องถิ่นผู้นำทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตยมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีความเชี่ยวชาญในการสื่อสารเป็นอย่างมาก ยิ่งเป็นการเมืองระดับท้องถิ่นนั้นยิ่งมีความจำเป็นที่จะต้องสื่อสารอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ประชาชนเกิดการรับรู้เกี่ยวกับเรื่องราว ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของนโยบายในการพัฒนา การประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชน การสร้างความเชื่อมั่นหรือความน่าเชื่อถือ</p> <p>ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น ซึ่งถือว่าการสื่อสารในปัจจุบันจะต้องมีความผูกพันกันระหว่างผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับประชาชนกล่าวคือให้อยู่ในระนาบเดียวกันลดความเป็นสถาบันของรัฐลงแล้วแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน อันจะทำให้เกิดการสื่อสารสองทางระหว่างคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับประชาชนอย่างสันติ เกิดความไว้วางใจซึ่งกันและกันนำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นแบบมีส่วนร่วมคือ ร่วมกำหนดนโยบาย ร่วมดำเนินการ ร่วมรับผลประโยชน์ และร่วมประเมินผลด้วยกันให้ความสำคัญกับประชาชนในฐานะที่เป็นเจ้าของพื้นที่ที่ต้องการสื่อสารข้อมูลให้ตรงประเด็นซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่นต่อไป</p>
<p><b>วัตถุประสงค์ของการวิจัย</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>๑) เพื่อศึกษาสภาพ ปัญหาอุปสรรค และปัจจัยเงื่อนไขที่มีผลต่อการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น</li> <li>๒) เพื่อพัฒนารูปแบบการพัฒนาการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น</li> <li>๓) เพื่อศึกษาการนำรูปแบบไปใช้ในการพัฒนาคณะผู้บริหารองค์กรปกครองท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น</li> </ol>

### ผลการวิจัย

๑) สภาพการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น พบว่า มีกระบวนการสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นที่เป็นรูปธรรม ประกอบด้วย ๑) ผู้ส่งสาร ๒) สาร ๓) ช่องทางการสื่อสาร ๔) ผู้รับสาร ลักษณะการสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ประกอบด้วย ๑) เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการสื่อสาร ๒) ผลิตสื่อในท้องถิ่น ๓) สนับสนุนบทบาทของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมหรือนักพัฒนา ๔) มีการสื่อสารตามนโยบายประเภทของสื่อที่ใช้ในการพัฒนาท้องถิ่น ประกอบด้วย ๑) สื่อมวลชน ๒) สื่อบุคคล ๓) สื่อสิ่งพิมพ์ ๔) สื่อดิจิทัล ส่วนปัญหาอุปสรรคของการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่น พบว่า ๑) ผู้ส่งสารคือ คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นขาดความรู้ความเข้าใจในข้อมูลที่ต้องการจะสื่อ การสื่อสารในบางเรื่องมีวิธีการถ่ายทอดและการนำเสนอที่ไม่เหมาะสม มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อการส่งสาร ขาดความพร้อมในการส่งสาร มีความบกพร่องในการวิเคราะห์ผู้รับสาร ๒) สารไม่เหมาะสมกับผู้รับสาร อาจยากหรือง่ายเกินไป สารขาดการจัดลำดับที่ดี สลับซับซ้อน สารมีรูปแบบแปลกใหม่ยากต่อความเข้าใจ สารที่ใช้ภาษาคลุมเครือ ขาดความชัดเจน ๓) การใช้ช่องทางสื่อสารไม่เหมาะสมกับสารที่ต้องการนำเสนอ การใช้ช่องทางสื่อสารไม่มีประสิทธิภาพ ๔) ผู้รับสารขาดความรู้ ขาดความพร้อมในสารที่จะรับ ผู้รับสารมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อผู้ส่งสาร ผู้รับสารมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสาร ผู้รับสารมีความคาดหวังในการสื่อสารสูงเกินไป ในขณะที่ปัจจัยเงื่อนไขที่มีผลต่อการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นคือ ทัศนคติทักษะในการสื่อสาร ความรู้ สถานภาพทางสังคม ตำแหน่ง บทบาทหน้าที่ทางสังคม ปัจจัยของสาร ๖) ปัจจัยของสื่อ

๒) รูปแบบการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น พบว่า รูปแบบมี ๔ องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบที่ ๑ ผู้ส่งสาร มี ๓ องค์ประกอบหลัก มี ๑๔ องค์ประกอบย่อย องค์ประกอบที่ ๒ สาร มี ๖ องค์ประกอบหลัก มี ๑๒ องค์ประกอบย่อย องค์ประกอบที่ ๓ ช่องทางการสื่อสาร มี ๕ องค์ประกอบหลัก มี ๑๖ องค์ประกอบย่อย องค์ประกอบที่ ๔ ผู้รับสาร มี ๓ องค์ประกอบหลัก มี ๑๒ องค์ประกอบย่อย ผลการประเมินรูปแบบ ซึ่งมีประเด็นพิจารณาประกอบด้วย ชื่อรูปแบบ หลักการ วัตถุประสงค์ วิธีดำเนินการ องค์ประกอบของรูปแบบ ตัวชี้วัดความสำเร็จ พบว่า รูปแบบมีความเหมาะสม มีความเป็นไปได้ และเป็นประโยชน์ ในระดับมากที่สุด ในขณะที่เดียวกันผู้วิจัยได้พัฒนาไลน์ OA เพื่อใช้ในการติดต่อประสานงานให้เร็วขึ้นระหว่างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เป็นกลุ่มเป้าหมายกับประชาชน พร้อมกับดำเนินการฝึกอบรมให้กับผู้ดูแลระบบในการเขียนข่าวเพื่อประชาสัมพันธ์งานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

๓) ผลการประเมินการนำรูปแบบไปใช้ในการพัฒนา พบว่า คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เป็นกลุ่มเป้าหมายมีการสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นก่อนได้รับการพัฒนาตามรูปแบบมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\mu = ๔.๑๗$ ) หลังได้รับการพัฒนาตามรูปแบบมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน ( $\mu = ๔.๔๑$ ) นั่นคือคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เป็นกลุ่มเป้าหมายมี

ค่าเฉลี่ยหลังได้รับการพัฒนาสูงขึ้นกว่าก่อนได้รับการพัฒนาอย่างชัดเจน ส่วนผลการประเมินการใช้  
 ไลน์ OA พบว่า ก่อนการพัฒนาการใช้ไลน์ OA คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เป็น  
 กลุ่มเป้าหมายมีค่าเฉลี่ยระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อได้รับการพัฒนาการใช้ไลน์ OA แล้ว  
 พบว่า คณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เป็นกลุ่มเป้าหมายมีค่าเฉลี่ยระดับการปฏิบัติอยู่ใน  
 ระดับมากที่สุด นั่นคือคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เป็นกลุ่มเป้าหมายมีค่าเฉลี่ยหลัง  
 ได้รับการพัฒนาสูงขึ้นกว่าก่อนได้รับการพัฒนาอย่างชัดเจน

#### การนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

๑) คณะผู้บริหารและสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลมีความรู้เกี่ยวกับพัฒนาการสื่อสาร  
 ทางการเมือง

๒) คณะผู้บริหารและสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลได้ฝึกการสื่อสารทางการเมืองทำให้  
 เกิดความมั่นใจในการสื่อสารกับประชาชนเพิ่มมากขึ้น

๓) มีนวัตกรรมเกิดขึ้นคือ ไลน์ OA ชื่อ “อบต.โคกสี จ.ขอนแก่น” ซึ่งเป็นช่องทางในการ  
 ติดต่อสื่อสารแบบใหม่ทำให้ได้มีการติดต่อสื่อสารกันได้รวดเร็วยิ่งขึ้น

๔) คณะผู้บริหารและสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลเปลี่ยนทัศนคติในการส่งสารคือ มี  
 การเตรียมพร้อมก่อนจะส่งสาร ด้วยการรวบรวมข้อมูลให้เพียงพอ ตรวจสอบความถูกต้อง มีการ  
 ลำดับเรื่องที่จะสื่อออกไป

๕) ทำให้การสื่อสารเพื่อพัฒนาท้องถิ่นบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ ประชาชนเข้าใจ ฟังพอใจ  
 นำมาซึ่งความไว้วางใจต่อกันทำให้เกิดผลดีต่อการพัฒนาท้องถิ่น

#### การประชาสัมพันธ์

มีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและผลงานวิจัยทางอินเทอร์เน็ต

<http://www.mcukk.ac.th/>

ส่วนการประชาสัมพันธ์การตีพิมพ์บทความ

<https://so05.tci-thaijo.org/index.php/SASAJ/index>



ประวัตินักวิจัย

## ประวัตินักวิจัย

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตขอนแก่น



### ๑. รายละเอียดทั่วไป

ชื่อ ผศ.ดร.สุรพล พรหมกุล

ตำแหน่ง อาจารย์

เลขที่ ๑๒๓๑XXX

สังกัด วิทยาลัยสงฆ์ขอนแก่น

### ๒. ประวัติการศึกษา

๒.๑ คุณวุฒิทางธรรม เปรียญธรรม ๕ ประโยค นักธรรมชั้นเอก

๒.๒ คุณวุฒิระดับอุดมศึกษา

คุณวุฒิ	ชื่อสถานศึกษา	ปีที่สำเร็จการศึกษา
Ph.D.(Social Science for Political Science)	Magadh University India	๒๕๕๒
ศน.ม. (รัฐศาสตร์การปกครอง)	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย	๒๕๕๓
ศศ.ม.(สังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา)	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย	๒๕๕๔
พธ.บ.(การสอนสังคมศึกษา)	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย	๒๕๕๒

### ๓. ผลงานทางวิชาการ

#### ๓.๑ ตำรา

สุรพล พรหมกุล. สังคมวิทยาเบื้องต้น. เลย : รุ่งแสงธุรกิจการพิมพ์, ๒๕๕๐.

สุรพล พรหมกุล. การเมืองการปกครองไทยในอดีต ปัจจุบัน และอนาคต. ขอนแก่น : ผลิตผลการพิมพ์, ๒๕๕๑.

สุรพล พรหมกุล. ความคิดทางการเมืองแนวสังคมนิยม. ขอนแก่น : ผลิตผลการพิมพ์, ๒๕๕๒.

สุรพล พรหมกุล. ความรู้เบื้องต้นทางรัฐศาสตร์. ขอนแก่น: เอ็มมี ก๊อปปี เซ็นเตอร์, ๒๕๕๙.

สุรพล พรหมกุล. การเมืองการปกครองของไทย. ขอนแก่น: เอ็มมี ก๊อปปี เซ็นเตอร์, ๒๕๖๑.

สุรพล พรหมกุล. ประชาธิปไตยเบื้องต้น. ขอนแก่น: เอ็มมี ก๊อปปี เซ็นเตอร์, ๒๕๖๓.

#### ๓.๒ หนังสือ

สุรพล พรหมกุล. ระเบียบวิธีวิจัยทางรัฐศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ไอดีเอ็นเอสโตร์, ๒๕๕๔.

สุรพล พรหมกุล. การเมืองแนวสังคมนิยมเชิงสร้างสรรค์. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ๒๕๖๔.

สุรพล พรหมกุล. ประชาธิปไตยสมัยใหม่. ขอนแก่น: ขอนแก่นการพิมพ์, ๒๕๖๔.

## ๔. งานวิจัย

### ๔.๑ หัวหน้าโครงการวิจัย

- สุรพล พรหมกุล. การศึกษาสภาพการดำเนินงานศิลปวัฒนธรรมขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตพื้นที่จังหวัดเลย. **รายงานการวิจัย**. มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย. ๒๕๕๔. (ทุนมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย)
- สุรพล พรหมกุล. บทบาทของพระสงฆ์ในการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ. **รายงานการวิจัย**. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาราชวิทยาลัย. ๒๕๕๔. (ทุนสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.))
- สุรพล พรหมกุล. การป้องกันและแก้ไขปัญหาเสพติดของพระสงฆ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ๑. **รายงานการวิจัย**. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาราชวิทยาลัย. ๒๕๕๕. (ทุนสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ)
- สุรพล พรหมกุล. พฤติกรรมการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ๒๕๕๗ : กรณีศึกษาจังหวัดขอนแก่น ๒๕๕๗. **รายงานการวิจัย**. (ทุนมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย).
- สุรพล พรหมกุล. การสร้างสันติสุขในชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น : กรณีศึกษาประเพณีบุญหลวงจังหวัดเลย. **รายงานการวิจัย**. ๒๕๕๘. (ทุนมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย).
- สุรพล พรหมกุล. ศึกษาการจัดการเรียนรู้วิชาสัมมนาภาวะผู้นำทางการเมืองของนิสิตพุทธศาสตรบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์ ชั้นปีที่ ๔ ในรูปแบบวิธีการเรียนการสอนแบบมีส่วนร่วม. ๒๕๕๘.
- สุรพล พรหมกุล. กระบวนการสร้างวัฒนธรรมการอยู่ร่วมกันของชุมชน ตามโครงการหมู่บ้านรักษาศีล ๕ : กรณีศึกษาหมู่บ้านในภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้. **รายงานการวิจัย**. ๒๕๕๙. (ทุนมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย).
- สุรพล พรหมกุล. รูปแบบการพัฒนาศูนย์การเรียนรู้ตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักเรียนโรงเรียนบ้านหนองแวง ตำบลบัวเงิน อำเภอ น้ำพอง จังหวัดขอนแก่น. **รายงานการวิจัย**. ๒๕๖๐. (ทุนมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย).
- สุรพล พรหมกุล. การประเมินหลักสูตรรัฐศาสตรบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์ฉบับปรับปรุง พ.ศ.๒๕๕๙ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยวิทยาเขตขอนแก่น. **รายงานการวิจัย**. ๒๕๖๐. (ทุนมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย).
- สุรพล พรหมกุล. การจัดการความรู้การป้องกันยาเสพติดของพระสงฆ์กลุ่มสังฆพัฒนาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. **รายงานการวิจัย**. ๒๕๖๑. (ทุนมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย).
- สุรพล พรหมกุล. การจัดการเรียนรู้พระพุทธศาสนาสำหรับผู้สูงอายุในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. **รายงานการวิจัย**. ๒๕๖๑. (ทุนมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย).
- สุรพล พรหมกุล. การจัดการแหล่งโบราณคดีทางพระพุทธศาสนาในจังหวัดมหาสารคาม. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. **รายงานการวิจัย**. ๒๕๖๑. (ทุนมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย).

สุรพล พรหมกุล. การประเมินผลความพึงพอใจในการใช้บริการมิติที่ ๒ ด้านคุณภาพการให้บริการ องค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี ตำบลโคกสี อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. **รายงานวิจัย**. ๒๕๖๑ . (ทุนองค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี).

สุรพล พรหมกุล. การประเมินผลความพึงพอใจในการใช้บริการมิติที่ ๒ ด้านคุณภาพการให้บริการ องค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี ตำบลโคกสี อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. **รายงานวิจัย**. ๒๕๖๒ . (ทุนองค์การบริหารส่วนตำบลโคกสี).

สุรพล พรหมกุล. การพัฒนารูปแบบการมีส่วนร่วมในการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดเชิงพุทธในกลุ่มเด็กและเยาวชนของผู้นำท้องถิ่น จังหวัดขอนแก่น. **รายงานการวิจัย**. ๒๕๖๓. (ทุนสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.))

สุรพล พรหมกุล. พุทธบูรณาการเพื่อการส่งเสริมนักร้องท้องถิ่นต้นแบบในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง. **รายงานวิจัย**. ๒๕๖๔ (ทุนสถาบันภูมิโนเวศพัฒนาอย่างยั่งยืน)

สุรพล พรหมกุล. การสื่อสารทางการเมืองเพื่อพัฒนาท้องถิ่นของคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น. **รายงานการวิจัย**. ๒๕๖๕. (ทุนมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตขอนแก่น).

#### ๔.๒ ร่วมวิจัย

สุรพล พรหมกุล. บทบาทของพระสงฆ์ในการอนุรักษ์ ส่งเสริม และเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านในจังหวัดเลย. **รายงานการวิจัย**. มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย. ๒๕๔๙. (ทุนสถาบันวิจัยญาณสังวร มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย)

สุรพล พรหมกุล. บทบาทของพระสงฆ์ในการอนุรักษ์ ส่งเสริม และเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านสองฝั่งโขง. **รายงานการวิจัย**. มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย. ๒๕๕๑. (ทุนสถาบันวิจัยญาณสังวร มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย)

สุรพล พรหมกุล. ความคิดเห็นของนักศึกษาต่อการให้บริการห้องสมุดมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง. **รายงานการวิจัย**. มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย. ๒๕๕๑. (ทุนสถาบันวิจัยญาณสังวร มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย)

สุรพล พรหมกุล. พฤติกรรมเชิงจริยธรรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง **รายงานการวิจัย**. มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย. ๒๕๕๒. (ทุนสถาบันวิจัยญาณสังวร มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย)

วิทยา ทองดี สุรพล พรหมกุล. การประเมินผลการดำเนินงานโครงการการบริหารจัดการสำหรับผู้นำชุมชนในมิติพุทธและวิทยาการสมัยใหม่. **รายงานการวิจัย**. ๒๕๕๘. (ทุนมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย).

วิทยา ทองดี สุรพล พรหมกุล. การพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้พระสอนศีลธรรมในโรงเรียนภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน. **รายงานการวิจัย**. ๒๕๕๘. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

- บุรินทร์ ภูสกุล. สุรพล พรหมกุล. “การประเมินผลการดำเนินงานโครงการการบริหารจัดการสำหรับผู้นำชุมชนในมิติพุทธและวิทยาการสมัยใหม่” **รายงานการวิจัย**. ๒๕๕๘. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตขอนแก่น
- วิทยา ทองดี. สุรพล พรหมกุล. การพัฒนาคุณภาพชีวิตตามหลักศีล ๕ ของบุคลากรทางการศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน. **รายงานการวิจัย**. ๒๕๕๙. (ทุนมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย).
- วิทยา ทองดี. สุรพล พรหมกุล. รูปแบบการพัฒนาครูต้นแบบด้านสังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรมของครูในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. **รายงานการวิจัย**. ๒๕๖๐. (ทุนมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย).
- วิทยา ทองดี. สุรพล พรหมกุล. การพัฒนารูปแบบการจัดการกิจกรรมการเรียนรู้เชิงพุทธ กลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม. **รายงานการวิจัย**. ๒๕๖๑. (ทุนมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย).
- พระโสภณพัฒนบัณฑิต. สุรพล พรหมกุล. โครงการพัฒนาสุขภาพและการเรียนรู้ของสังคมตามแนวพระพุทธศาสนาในจังหวัดขอนแก่น. **รายงานการวิจัย**. ๒๕๖๑. ทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)
- พระมหาดาวสยาม วชิรปัญญา. สุรพล พรหมกุล. การเสริมสร้างสุขภาพและเครือข่ายทางสังคมเพื่อลดเหล้า บุหรี่ เชิงพุทธบูรณาการในจังหวัดขอนแก่น. **รายงานการวิจัย**. ๒๕๖๒. ทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)
- วิทยา ทองดี. สุรพล พรหมกุล. สมควร นามสีฐาน. การศึกษารูปแบบการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจพอเพียงและเศรษฐกิจใหม่ของชุมชนในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. **รายงานการวิจัย**. ๒๕๖๒. ทุนอุดหนุนการวิจัยจากวิทยาเขตขอนแก่น
- วิทยา ทองดี. สุรพล พรหมกุล. สมควร นามสีฐาน. สุธิพงษ์ สวัสดิ์ดีทา. พันทิวา ทับภูมิ. รูปแบบการพัฒนาชุมชนสร้างสรรค์ด้วยกระบวนการทางเทคโนโลยี สิ่งแวดล้อม สุขภาวะ ศิลปะ และการออกแบบเมืองขอนแก่น. **รายงานการวิจัย**. ๒๕๖๓. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

## ๕. ผลงานวิชาการที่ได้รับการตีพิมพ์

### ๕.๑ วารสารระดับนานาชาติ

#### Scopus Q1

- Suraphon Promgun. Winit Pharcharuen. Worawit Noppakaew. Paisarn Khursang. Vitthaya Thongdee. Participation in the Political Communication of People in Northeast Region Thailand. LINGUISTICA ANTVERPIENSIA. 2021 Issue-3 ISSN: 0304-2294 [www.hivt.be](http://www.hivt.be)

### Scopus Q4 & ERIC

- Vitthaya Thongdee. **Suraphon Promgun**. Suthipong Sawadtha. Somkhoun Namsithan. Panthiwa Thubphumee. Niraj Ruangsarn. A Model of Creative Community Development in Khon Kaen: Buea-Ban (Old City Pillar Shrine). Multicultural Education. ISSN : 10683844 (accepted for April 2021). Volume 7. Issue 4. 2021 (Scopus Q3). Journal link: <http://ijdri.com/me/wp-content/uploads/2021/04/37.pdf>.
- Niraj Ruangsarn. Phrasophonphatthanabundit. Vitthaya Thongdee. **Suraphon Promgun**. Wichian Sanmee. Ekarach Kositpimanvach. 'Buddhist Instruction Care for Thai Elderly in the Upper Northeast'. Psychology and Education. ISSN : 1553-6939. 2021 58(1) 2021-01-29 : p. 1513-1517. (Scopus Q4 & ERIC). Journal link: <http://psychologyandeducation.net/pae/index.php/pae/article/view/938>. ERIC link: <https://eric.ed.gov/?q=Niraj+Ruangsarn>.
- Vitthaya Thongdee. **Suraphon Promgun**. Sutipong Sawatta. Somkuan Namseethan. Niraj Ruangsarn. The Model of Buddhist Learning Activities for Social Studies. Religion and Culture. Psychology and Education. 2021. 58(2): p. 10498-10504. (Scopus Q4). Journal link: <http://www.psychologyandeducation.net/pae/index.php/pae/article/view/4021/3568>.
- PhrakhrusangkharakThaweeAbhayoa. PhramahaWiruth Wirojanob. Chanathip Srithoc. **Suraphon Promgun**. Leadership According to the Buddhist Concepts. Turkish Journal of Computer and Mathematics Education. Vol.12 No. 8 (2021). 2428-2433 (Scopus Q4). Journal link: <https://www.turcomat.org/index.php/turkbilmat/article/view/3754/3217>.
- Chanchai Huadsria. **Suraphon Promgun**. Prachaya Meenonthongmahasnanc. Chayun Boonpiyo. Government Policy: Change And Preservation Of Isan Culture. Turkish Journal of Computer and Mathematics Education. Vol.12 No.8 (2021). 2308-2314 (Scopus Q4). Journal link: <https://www.turcomat.org/index.php/turkbilmat/article/view/3511/3000>.
- Worawit Noppakaew. Winit Pharcharuen. **Suraphon Promgun**. Paisarn Khursang. Vitthaya Thongdee. PROTECTED AREAS / CULTURE PROTECTED AREAS: SOCIAL MOVEMENT ON HOPES AND CHALLENGES OF ETHNIC GROUP. Turkish Journal of Physiotherapy and Rehabilitation; 32(3) 2021. ISSN 2651-4451. 11334-111340. Journal link:

<https://turkijphysiotherrehabil.org/pub/pdf/321/32-1-1421.pdf?fbclid=IwAR1>

OMUxszkdb2j59-0faPGORLLS7nzYTuiOQ7402687s9eLbNR0jvITcuE.

Vitthaya Thongdee. **Suraphon Promgun**. Suthipong Sawadtha. Somkhoun Namsithan. Phanthiwa Thubphume. Niraj Ruangsarn. (2022). The Development of Community Learning Center ‘Bue Ban’ in Driving the Smart City Policy in Khon Kaen. Thailand. International Journal of Evaluation and Research in Education (IJERE). Vol. 11. No. 2. June 2022. pp. xx~xx. ISSN: 2252-8822. DOI: 10.11591/ijere.v8.i1.ppxx-xx

## ๕.๒ วารสารระดับชาติ

### TCI กลุ่ม ๑

สุรพล พรหมกุล. กระบวนการสร้างวัฒนธรรมการอยู่ร่วมกันของชุมชน ตามโครงการหมู่บ้านรักษาศีล ๕ : กรณีศึกษาหมู่บ้านในภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้. **วารสารวิชาการธรรมทรรศน์**. ปีที่ ๑๖ ฉบับที่ ๓ ประจำเดือนพฤศจิกายน - ธันวาคม ๒๕๕๙.

สุรพล พรหมกุล. รูปแบบการพัฒนาศูนย์การเรียนรู้ตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของนักเรียนโรงเรียนบ้านหนองแวง ตำบลบัวเงิน อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น. **วารสารการบริหารท้องถิ่น**. ฉบับที่ ๑ มกราคม-มีนาคม ๒๕๖๑.

สุรพล พรหมกุล. การพัฒนาคุณภาพชีวิตตามหลักศีล ๕ ของบุคลากรทางการศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน. **วารสารบัณฑิตศึกษามหาจุฬาลงกรณ์**. (กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๖๑).

สุรพล พรหมกุล. การจัดการความรู้การป้องกันยาเสพติดของพระสงฆ์กลุ่มสังฆพัฒนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. **วารสารบัณฑิตศึกษามหาจุฬาลงกรณ์**. ปีที่ ๖ ฉบับที่ ๓ ประจำเดือนกรกฎาคม – กันยายน ๒๕๖๒.

สุรพล พรหมกุล. พุทธบูรณาการเพื่อการส่งเสริมนักการเมืองท้องถิ่นต้นแบบในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง. **วารสารศิลปการจัดการ**. ปีที่ ๖ ฉบับที่ ๑ ประเดือนมกราคม-มีนาคม ๒๕๖๕.

### TCI กลุ่ม ๒

สุรพล พรหมกุล. การป้องกันและแก้ไขปัญหาเสพติดของพระสงฆ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ๑ ขอนแก่น. **วารสารบัณฑิตศึกษาปริทรรศน์**. ฉบับที่ ๒ ปีที่ ๙ พฤษภาคม-สิงหาคม ๒๕๕๖.

สุรพล พรหมกุล. การหาเสียง : กระบวนการที่มาพร้อมกับการเลือกตั้ง. ประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ ๒ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตขอนแก่น. ๒๕๕๘. **วารสารวิชาการธรรมทรรศน์**. ปีที่ ๑๔ ฉบับที่ ๒ กรกฎาคม-ตุลาคม ๒๕๕๗.

- สุรพล พรหมกุล. ศึกษาผลการจัดการเรียนรู้วิชาสัมมนาภาวะผู้นำทางการเมืองของนิสิตพุทธศาสตรบัณฑิต สาขารัฐศาสตร์ ชั้นปีที่ ๔ ในรูปแบบวิธีการเรียนการสอนแบบมีส่วนร่วม. วารสารวิชาการธรรม วรรณ. ปีที่ ๑๔ ฉบับที่ ๓ พฤศจิกายน ๒๕๕๗-กุมภาพันธ์ ๒๕๕๘.
- สุรพล พรหมกุล. การประเมินหลักสูตรรัฐศาสตรบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์ฉบับปรับปรุง พ.ศ.๒๕๕๙ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยวิทยาเขตขอนแก่น. วารสารสถาบันวิจัยพินิตธรรม ปีที่ ๔ ฉบับที่ ๒ กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๖๐.
- สุรพล พรหมกุล. รูปแบบและกระบวนการสร้างสังคมจิตอาสาป้องกันปัญหาเสพติดในประเทศไทย. วารสารวิชาการวิทยาลัยบริหารศาสตร์. ปีที่ ๒ ฉบับที่ ๒ เมษายน-มิถุนายน ๒๕๖๒.
- สุรพล พรหมกุล. การจัดการความรู้พระพุทธศาสนาของผู้อายุในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน. *Journal of Buddhist Education and Research*. ปีที่ ๕ ฉบับที่ ๑ ประจำเดือนมกราคม-มิถุนายน ๒๕๖๒
- สุรพล พรหมกุล. รูปแบบการจัดการแหล่งโบราณคดีทางพระพุทธศาสนาจังหวัดมหาสารคาม. *วารสาร มจร วิชาการล้านนา*. ปีที่ ๙ ฉบับที่ ๒ กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๖๒
- สุรพล พรหมกุล. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท ในมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง. *วารสารวิชาการวิทยาลัยบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้*. ปีที่ ๓ ฉบับที่ ๑ มกราคม-มีนาคม ๒๕๖๓.
- ภาสกร ดอกจันทร์. สุขพัฒน์ อนนธ์จารย์. สุรพล พรหมกุล. การสร้างความปรองดองของประชาชนในจังหวัดเลย ตามหลักธรรมในคัมภีร์พระพุทธ ศาสนาเถรวาท เพื่อให้มีการอยู่ร่วมกันอย่างผาสุก. *วารสารวิชาการวิทยาลัยบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้*. ปีที่ ๓ ฉบับที่ ๑ มกราคม-มีนาคม ๒๕๖๓.
- วินิจ ฝาเจริญ. สุรพล พรหมกุล. สิทธิและเสรีภาพในการชุมนุมสาธารณะตามพระราชบัญญัติการชุมนุมสาธารณะ พ.ศ. ๒๕๕๘ :ข้อสังเกตหลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการชุมนุมสาธารณะ. *วารสารวิชาการ มจร บุรีรัมย์*. ปีที่ ๔ ฉบับที่ ๑ มกราคม – มิถุนายน ๒๕๖๓.
- พระมหาดาวสยาม วชิรปัญญา. สุรพล พรหมกุล. การเสริมสร้างสุขภาวะและเครือข่ายทางสังคมเพื่อลดเหล้า บุหรี่ เชิงพุทธบูรณาการในจังหวัดขอนแก่น. *วารสารวิชาการ มจร บุรีรัมย์*. ปีที่ ๔ ฉบับที่ ๑ มกราคม – มิถุนายน ๒๕๖๓.
- สุขพัฒน์ อนนธ์จารย์. ภาสกร ดอกจันทร์. สุรพล พรหมกุล. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท ในมหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง. *วารสารวิชาการ วิทยาลัยบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้*. ปีที่ ๓ ฉบับที่ ๑ เดือนมกราคม-มีนาคม ๒๕๖๓.
- Chanchai Haudsri. Chayan Bunpiyo. Suraphon Promgun. The Role of Learning Supporting of Local Administration Organization and Khon Kaen Non Formal and Informal Education office for the Street Children in Urban Community. Khon Kaen Province. *Journal of Buddhism Education and Research*. Vol.6 No.1 January-June 2020.



พระมหาสุทนต์ จิตตปญโญ. สุรพล พรหมกุล. การมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางการเมืองของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตขอนแก่น. **วารสารวิชาการวิทยาลัยบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้**. ปีที่ ๔ ฉบับที่ ๓ กรกฎาคม-กันยายน ๒๕๖๔.

พระมหาสถิตย์ สุทธิมน. สุรพล พรหมกุล. พฤติกรรมการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของประชาชนในจังหวัดขอนแก่น เขตเลือกตั้งที่ ๑. **วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์ มจร วิทยาเขตอุบลราชธานี**. ปีที่ ๖ ฉบับที่ ๒ พฤษภาคม-สิงหาคม ๒๕๖๔.

พระไกรสร สุมโน. สุรพล พรหมกุล. ความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อนักการเมืองท้องถิ่นใน ๔ จังหวัดเลย. **วารสารวิชาการ มจร บุรีรัมย์ วิทยาลัยสงฆ์บุรีรัมย์**. ปีที่ ๖ ฉบับที่ ๑ มกราคม-มิถุนายน ๒๕๖๔.

พระเจตพล อินทปญโญ. สุรพล พรหมกุล. หลักธรรมาภิบาลที่ส่งผลต่อการปกครองส่วนท้องถิ่นอำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม. **วารสารวิชาการวิทยาลัยบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้**. ปีที่ ๔ ฉบับที่ ๓ เมษายน-มิถุนายน ๒๕๖๔.

พระมหาสุรศักดิ์ สุวณณกาโย. สุรพล พรหมกุล. การส่งเสริมหลักนิติธรรมในการปกครองของผู้นำท้องถิ่นตำบลนามะเฟือง อำเภอเมือง จังหวัดหนองบัวลำภู. **วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์ มจร วิทยาเขตอุบลราชธานี**. ISSN ๒๕๓๙-๕๗๒๖ ปีที่ ๖ ฉบับที่ ๒ พฤษภาคม-สิงหาคม ๒๕๖๔.

พระมหาทัศนพงษ์ ชยเมธี. สุรพล พรหมกุล. การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในการปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอเทพสถิต จังหวัดชัยภูมิ. **วารสารบัณฑิตศึกษามหาจุฬาลงกรณ มจร วิทยาเขตขอนแก่น**. ISSN ๒๕๓๙-๖๗๕๗ ปีที่ ๘ ฉบับที่ ๑ กรกฎาคม-กันยายน ๒๕๖๔

พระอธิการวรวิฑูรี สุขเมธี. สุรพล พรหมกุล. พฤติกรรมการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของประชาชนในการเลือกตั้งทั่วไป พ.ศ. ๒๕๖๓ ในจังหวัดนครราชสีมา เขตเลือกตั้งที่ ๕ **วารสารวิชาการ มจร บุรีรัมย์ วิทยาลัยสงฆ์บุรีรัมย์**. ปีที่ ๖ ฉบับที่ ๒ กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๖๔

นิภา ทัดตานนท์. สุรพล พรหมกุล. ความไว้วางใจทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อนักการเมืองท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น. **วารสารบัณฑิตศึกษามหาจุฬาลงกรณ มจร วิทยาเขตขอนแก่น**. ปีที่ ๘ ฉบับที่ ๑ กรกฎาคม-กันยายน ๒๕๖๔

### ๕.๓ รายงานสืบเนื่องจากการประชุม

สุรพล พรหมกุล และสัญญา เคนาภูมิ. พฤติกรรมการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ๒๕๕๗ : กรณีศึกษาจังหวัดขอนแก่น ๒๕๕๗. **ประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ ๑ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตขอนแก่น**. ขอนแก่น : คลังนานาวิทยา. ๒๓-๒๔ ธันวาคม ๒๕๕๗.

สุรพล พรหมกุล. การสร้างสันติสุขในชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น : กรณีศึกษาประเพณีบุญหลวงจังหวัดเลย. **ประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ ๖ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต**. ๑๗-๑๘ ธันวาคม ๒๕๕๘.

สุรพล พรหมกุล. การประเมินการดำเนินงานตามโครงการการบริหารจัดการสำหรับผู้นำชุมชนในมิติพุทธและ  
 วิทยาการสมัยใหม่. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ ๒ มหาวิทยาลัย  
 ราชภัฏกำแพงเพชร. ๒๒ ธันวาคม ๒๕๕๘.

พระครูปริยัติธรรมวงศ์. สุรพล พรหมกุล. รูปแบบและกระบวนการสร้างสังคมจิตอาสาป้องกันปัญหาอาเสพ  
 ติดในประเทศไทย. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตขอนแก่น. ๒๘-๒๙ มีนาคม ๒๕๖๑.

สัญญา ถี่ถ้วน พระมหาอนุวัฒน์ สุวฑฒนภิตติ พระครูปลัดที่เทพ นรินโท พระมหาสถิต สิริวัฒนโณ พระ  
 มหาพรชัย วิริยโชโย และสุรพล พรหมกุล. **การเลือกตั้งระดับชาติกับหลักการการเลือกตั้งท้องถิ่น  
 ของไทย.** รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 2 และระดับนานาชาติ ครั้งที่ 1 “การจัดการท้องถิ่นให้เข้มแข็งด้วยนวัตกรรมทางสังคมบนฐานสหวิทยาการด้าน  
 มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์”. วันที่ ๑๕-๑๖ กันยายน ๒๕๖๕. หน้า ๗๒๙.

พระอัฐฐ์ชานซ์ สิริสาโร พระมหากิตติ กิตติเมธี พัฒนพงษ์ หนองน้ำ ปภัสญา ยวนรัมย์ สุทธิรักษ์ ตาพล และ  
 สุรพล พรหมกุล. **การประชาสัมพันธ์การไปใช้สิทธิเลือกตั้งของประชาชนเพื่อรักษาสิทธิตาม  
 กฎหมาย.** รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 2 และระดับนานาชาติ ครั้งที่ 1 “การจัดการท้องถิ่นให้เข้มแข็งด้วยนวัตกรรมทางสังคมบนฐานสหวิทยาการด้าน  
 มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์”. วันที่ ๑๕-๑๖ กันยายน ๒๕๖๕. หน้า ๗๖๓.

#### รางวัล/การได้รับเชิดชูเกียรติ/การศึกษาดูงาน

พ.ศ.๒๕๕๘ รางวัล "ครูดีในดวงใจ" จากมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขต  
 ขอนแก่น

พ.ศ.๒๕๖๑ รางวัล "ศิษย์เก่าดีเด่น" จากสมาคมศิษย์เก่ามหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราช  
 วิทยาลัย

พ.ศ. ๒๕๖๓ ได้รับเกียรติบัตร รางวัล "ผลงานวิจัยระดับดีมาก" ประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๓ จาก  
 สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย เมื่อวันที่ ๑๙ มีนาคม พ.ศ.๒๕๖๔

พ.ศ. ๒๕๖๔ ได้รับเกียรติบัตร รางวัล "นักวิจัยระดับดีมาก" ประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๔ จาก  
 สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย เมื่อวันที่ ๑๙ มีนาคม พ.ศ.๒๕๖๕

#### การศึกษาดูงาน

- ศึกษาดูงานประเทศจีน ๑ ครั้ง
- ศึกษาดูงานประเทศเวียดนาม ๔ ครั้ง
- ศึกษาดูงานประเทศอินเดีย ๕ ครั้ง
- ศึกษาดูงานประเทศกัมพูชา ๑ ครั้ง
- ศึกษาดูงานประเทศลาว ๕ ครั้ง
- ศึกษาดูงานประเทศญี่ปุ่น ๑ ครั้ง