



การสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่าราชการ
กรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ – พ.ศ. ๒๕๖๖

POLITICAL COMMUNICATION ACCORDING TO
VACISUCARITADHAMMA OF THE GOVERNOR OF
BANGKOK BETWEEN 2565 – 2566 B.E.

หลักสูตรบัณฑิตศึกษา
ภาควิชารัฐศาสตร์

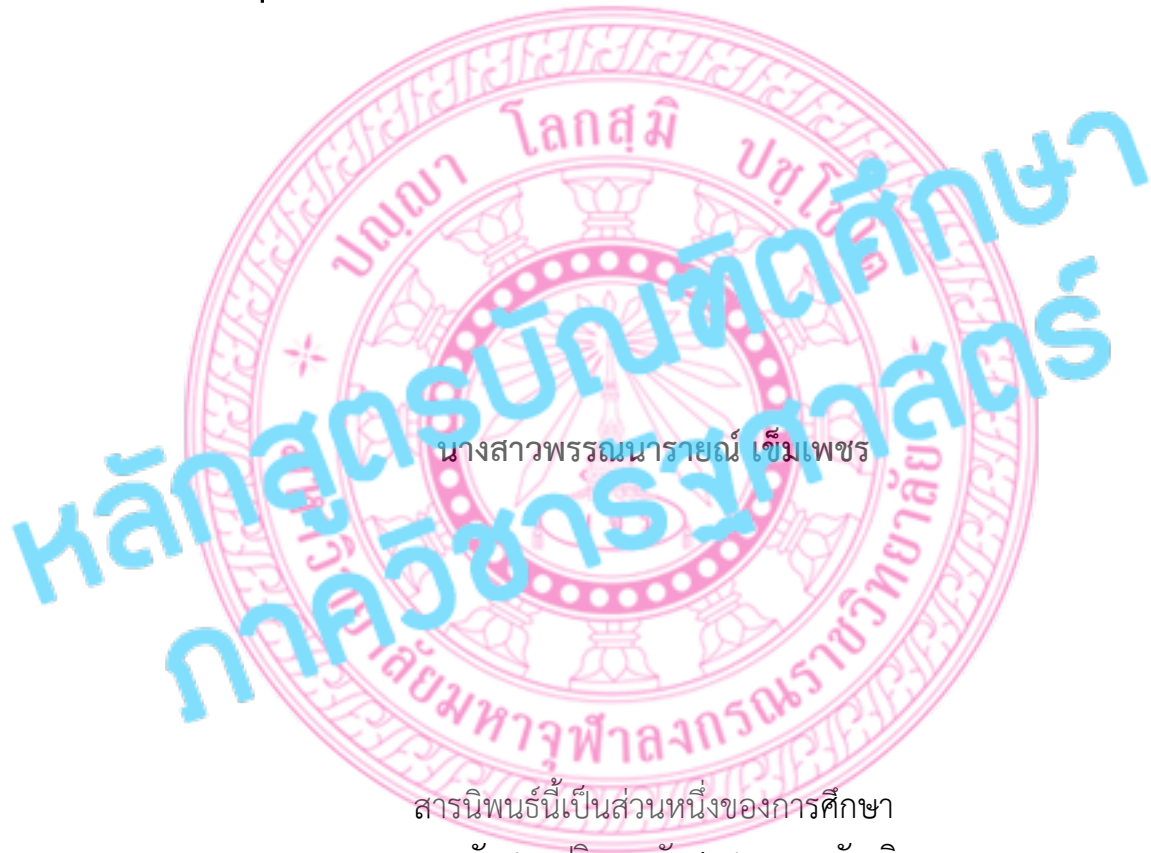
นางสาวพรรณนารายณ์ เข้มเพชร

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชารัฐศาสตร์

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
พุทธศักราช ๒๕๖๘



การสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่าราชการ
กรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ – พ.ศ. ๒๕๖๖



นางสาวพรรณนารายณ์ เข้มเพชร

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชารัฐศาสตร์

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
พุทธศักราช ๒๕๖๘

(ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย)



Political Communication According to Vacisucaritadhamma of
the Governor of Bangkok Between 2565 – 2566 B.E.

Miss Pannarai Khemphet

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of
the Requirements for the Degree of
Master of Political Science
(Political Science)

Graduate School
Mahachulalongkornrajavidyalaya University
C.E. 2025

(Copyright by Mahachulalongkornrajavidyalaya University)



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย อนุมัติให้นับสารนิพนธ์ เรื่อง
“การสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ.
๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖” เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต



(พระสุธีรัตนบัณฑิต, รศ. ดร.)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการตรวจสอบสารนิพนธ์



ประธานกรรมการ

(รศ. ดร.สุรพล สุษะพรหม)



กรรมการ

(รศ. วาที พ.ศ. ดร.สวัสดิ์ จิรัฎฐิติกาล)



กรรมการ

(รศ. ดร.อภิญา ฉัตรช่อฟ้า)



กรรมการ

(รศ. ดร.เต็มศักดิ์ ทองอินทร์)



(รศ. ดร.วัชรินทร์ ขาญศิลป์)

กรรมการและเลขานุการ

คณะกรรมการควบคุมสารนิพนธ์

รศ. ดร.เต็มศักดิ์ ทองอินทร์

ประธานกรรมการ

รศ. ดร.วัชรินทร์ ขาญศิลป์

กรรมการ

ชื่อผู้วิจัย



(นางสาวพรรณนารายณ์ เข้มเพชร)

ชื่อสารนิพนธ์ : การสื่อสารทางการเมืองตามแนวทฤษฎีจิตกรรมของผู้ว่าราชการ
กรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖

ผู้วิจัย : นางสาวพรรณนารายณ์ เข้มเพชร

ปริญญา : รัฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการควบคุมสารนิพนธ์

: รศ. ดร. เต็มศักดิ์ ทองอินทร์, พธ.บ. (การสอนสังคมศึกษา), M.A. (Politics),
Ph.D. (Political Science)

: รศ. ดร. อภิญา นัตรช่อฟ้า, ศศ.บ. (การจัดการทั่วไป), ร.ม. (สื่อสาร
การเมือง), ร.อ.ม. (การจัดการภาครัฐและเอกชน), ป.ร.ด. (สื่อสาร
การเมือง), ป.ร.ด. (รัฐประศาสนศาสตร์)

วันสำเร็จการศึกษา : ๒๒ เมษายน ๒๕๖๘

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้ ๑. เพื่อศึกษาระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่า
ราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี ๒๕๖๕-๒๕๖๖ ๒. เพื่อเปรียบเทียบการสื่อสารทางการเมือง
ของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖ โดยจำแนกตามปัจจัย
ส่วนบุคคล ๓. เพื่อศึกษาแนวทางส่งเสริมการสื่อสารทางการเมืองตามแนวทฤษฎีจิตกรรมของผู้ว่า
ราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเป็นการ
วิจัยแบบผสมวิธี การวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยคุณภาพ การวิจัยเชิงปริมาณเก็บข้อมูลด้วย
แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง ๓๙๙ คน ประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตบางคอแหลม
กรุงเทพมหานคร จำนวน ๘๐,๙๗๘ คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ
ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยการทดสอบค่าที (t-test) และค่าเอฟ
(F-test) และการวิจัยเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน ๙ รูปหรือคน วิเคราะห์ข้อมูลโดย
วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงพรรณนาความ

ผลการวิจัยพบว่า

๑. การสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ.
๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=๓.๕๕$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่
ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงตามลำดับได้ดังนี้ ด้านการสร้างความสนใจในการเมือง ($\bar{X}=๓.๖๔$),
ด้านการสร้างทัศนคติทางการเมือง ($\bar{X}=๓.๕๘$), ด้านการสร้างความรู้และความเข้าใจทางการเมือง
($\bar{X}=๓.๕๕$) และด้านการสร้างบทบาททางการเมือง ($\bar{X}=๓.๔๒$) ตามลำดับ

๒. ประชาชนที่มีอายุ การศึกษา และรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทาง
การเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ๐.๐๕
จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย ส่วนประชาชนที่มีเพศ และอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการสื่อสาร

ทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน จึงไม่ยอมรับสมมติฐานการวิจัย

๓. แนวทางการสื่อสารทางการเมืองตามแนวจิตสุจริตธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ดังนี้ การสื่อสารทางการเมืองตามแนวจิตสุจริตธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=๓.๗๐$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน ดังนี้ หลักการไม่พูดเท็จ ($\bar{X}=๓.๘๐$) พูดจริง นำเชื่อถือมีหลักการ ปฏิบัติเป็นแบบอย่างในการปฏิบัติตามคำสัญญาที่ให้ไว้กับประชาชนปฏิบัติตามนโยบายที่แถลงไว้ต่อประชาชนกรุงเทพมหานคร, หลักการไม่พูดคำหยาบ ($\bar{X}=๓.๗๗$) นักการเมืองไม่จำเป็นต้องกล่าวคำหยาบในการหาเสียง พูดจาสุภาพกับผู้คนทุกอาชีพไม่แบ่งชนชั้น ไลฟ์สดด้วยความสุภาพตั้งแต่เริ่มเข้าดำรงตำแหน่ง สื่อสารด้วยความสุภาพเรียบร้อยต่อสาธารณชน, หลักการไม่พูดเพ้อเจ้อ ($\bar{X}=๓.๖๗$) พูดจาสื่อสารดี มีหลักฐานข้อมูลสถิติอ้างอิง มีสาระที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชน ไม่กล่าวพาดพิงนักการเมืองหรือกลุ่มบุคคลต่าง ๆ ในสังคม เลือกสื่อสารด้วยเหตุผล เห็นประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าความชอบส่วนบุคคลหรือคนใกล้ชิด และหลักการไม่พูดคำส่อเสียด ($\bar{X}=๓.๕๕$) ยกย่องกลุ่มทางการเมือง นักการเมืองที่ปฏิบัติดีปฏิบัติชอบ ไม่พูดจาสื่อส่อเสียดกลุ่มผลประโยชน์ทางการเมืองที่ต่างกลุ่ม แสดงออกในการสนับสนุนกลุ่มนักการเมืองท้องถิ่น กลุ่มนักธุรกิจด้วยวาจาที่เป็นธรรม ส่งเสริมการมีส่วนร่วมจากกลุ่มต่าง ๆ ตามลำดับ

Research Paper Title : Political Communication According to Vacisucaritadhamma of the Governor of Bangkok Between 2565 – 2566 B.E.

Researcher: : Miss Pannarai Khemphet

Degree: : Master of Political Science

Research Paper Supervisory Committee:

: Assoc. Prof. Dr. Termsak Thong-In, B.A. (Teaching in Social Studies), M.A. (Politics), Ph.D. (Political Science)

: Assoc. Prof. Dr. Apinyar Chatchorfa, B.A. (Administration), M.A. (Political Communication), Ph.D. (Political Communication)

Date of Graduation: : April 22, 2025

Abstract

The objectives of this research are 1. To study the level of opinions on the political communication according to Vacisucaritadhamma of the governor of Bangkok between 2022-2023. 2. To compare public opinions on the Political Communication According to Vacisucaritadhamma of The governor of Bangkok between 2022-2023. classified by personal factors, 3. To study the guidelines for promoting political communication according to the honest speech of the Governor of Bangkok in the period 2022-2023, using a research method that is an integrated research method. Quantitative research and qualitative research Quantitative research collected data using questionnaires from a sample of 399 voters in Bang Kho Laem District. Bangkok, totaling 80,978 people. Data were analyzed using descriptive statistics including frequency, percentage, mean, standard deviation. and test hypotheses by testing t-tests and F-tests and qualitative research from in-depth interviews with 9 people. Data were analyzed using descriptive content analysis.

Findings of the research were as follows:

1. Opinions on the political communication of the governor of Bangkok in the period 2022-2023 as a whole are at a high level ($\bar{X}$ =3.55) when considered in each aspect. It was found to be at a high level in every aspect. They can be arranged in order as follows: in terms of creating interest in politics ($\bar{X}$ = 3.64), in creating

political attitudes ($\bar{X}=3.58$), in creating political knowledge and understanding ($\bar{X}=3.55$), and in creating political roles ($\bar{X}=3.42$), respectively.

2. Results of comparing people with different ages, education and incomes. Have opinions on the political communication of the governor of Bangkok? Overall different Significant at the 0.05 level, therefore, the research hypothesis is accepted. As for the people who have sex and different careers Have opinions on the political communication of the Governor of Bangkok? Overall, they are not different. Therefore, the research hypothesis was not accepted.

3. Guidelines for political communication according to the principles of honest speech of the Governor of Bangkok in the period 2022-2023 are as follows: Political communication according to the principles of honest speech of the Governor of Bangkok in the period 2022-2023, overall, is at the level a lot ($\bar{X}=3.70$) when considering each aspect It was found to be at a high level in every aspect as follows: Principle of not telling lies ($\bar{X}=3.80$) Speak the truth, be trustworthy, have principles. Acting as an example in fulfilling promises made to the people, following the policies stated to the people of Bangkok. Principle of not speaking harsh words ($\bar{X}=3.77$) Politicians do not need to use harsh words in campaigning. Speak politely to people of all professions, regardless of class. Live broadcast politely since the beginning of taking office Communicate politely to the public, Principle: Don't talk nonsense ($\bar{X}=3.67$) Speak and communicate well. There is evidence of reference statistics. Contains information that is beneficial to the people Do not refer to politicians or various groups of people in society. Choose to communicate with reason. See the common good more than personal preferences or those close to you. and the principle of not speaking slanderous words ($\bar{X}=3.55$) praising political groups Politicians who act well and act rightly Do not speak in the media that is offensive to different political interest groups. Showing support for local politicians Group of businessmen with fair speech Promote participation from different groups accordingly.

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่อง “การสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้นำราชการ กรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖” สำเร็จเสร็จสมบูรณ์ได้ เพราะได้รับความเมตตาจากกรรมการควบคุมสารนิพนธ์ รศ. ดร.เต็มศักดิ์ ทองอินทร์ และ รศ. ดร.อภิญา ฉัตรช่อฟ้า ที่กรุณาให้คำแนะนำ ผู้วิจัยจึงขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณประธานและคณะกรรมการสอบทุกท่าน ที่ให้คำแนะนำและชี้แนะให้งานวิจัยฉบับนี้มีความสมบูรณ์ ขอคุณ รศ. ดร.สุรพล สุษะพรหม ผู้อำนวยการหลักสูตรบัณฑิตศึกษา ภาควิชา รัฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ ที่ให้คำแนะนำทำให้การทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ลุล่วงไปด้วยดี

ขอคุณ พระครูสุธีกิตติบัณฑิต, รศ. ดร., พระปลัดระพิน พุทธิสารโร, รศ. ดร., ผศ. ดร.นรพัชร เสาธงทอง, ว่าที่ ร.ต. ดร.เอกรินทร์ ศิริรัตนชัย, อาจารย์ ดร.กาญจนา ดำจตุ, นายพนม อนุวงศ์ ณ ลำพูน, นายปวิณ แพทยานนท์, นายสีลม แสงแก้ว และ นายลือศักดิ์ เอกชน ที่เมตตาให้ข้อมูลสำคัญแก่งานวิจัยเล่มนี้ ขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย ขอขอบคุณคณาจารย์ หลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ที่กรุณาให้ความรู้และประสบการณ์ในการเรียนที่ดี ขอคุณ ดร.ณิกรสรณ์ เตสิริประชาชนเขต และเจ้าหน้าที่เขตบางคอแหลม ที่อำนวยความสะดวก และตอบแบบสอบถามให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัย รวมทั้งเพื่อน ๆ ในหลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต และเพื่อนร่วมงานที่น่ารัก

อนึ่ง คุณค่าอันเป็นประโยชน์บังเกิดขึ้นจากสารนิพนธ์เล่มนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณความดีนี้บูชา พระคุณขององค์สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้า ตลอดจนพระคุณของบิดามารดา ครอบครัว และผู้มีพระคุณทุกท่าน

นางสาวพรรณนารายณ์ เข้มเพชร

๑ สิงหาคม ๒๕๖๗

สารบัญ

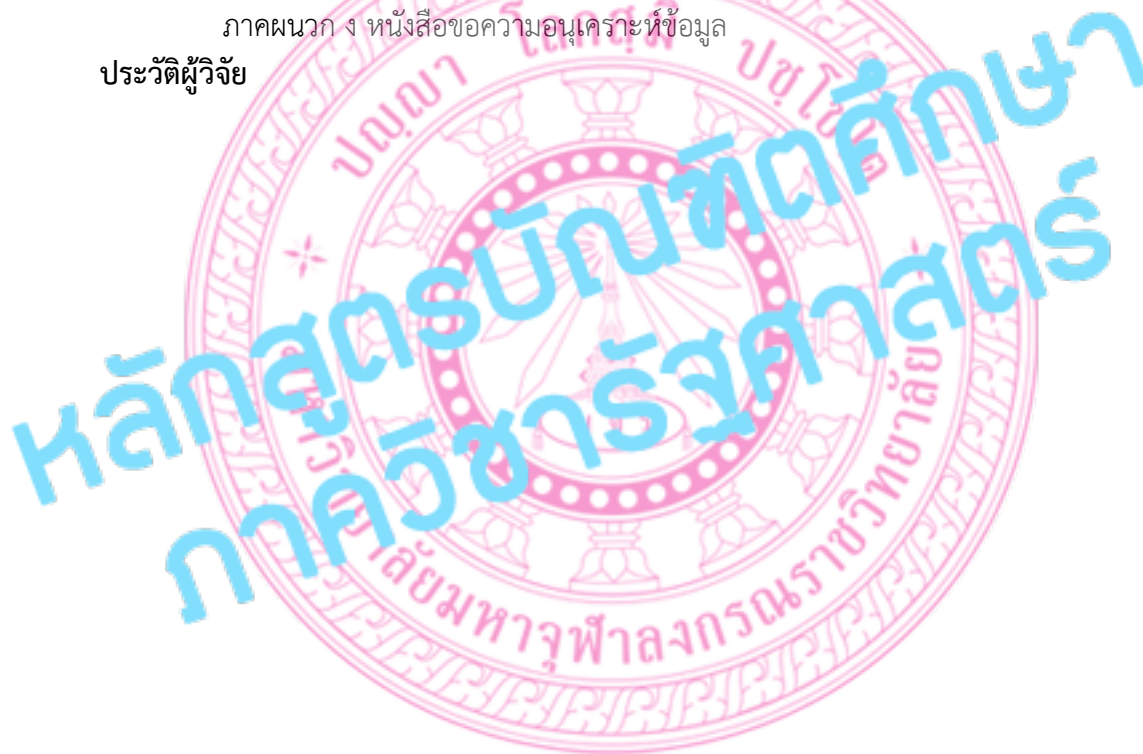
เรื่อง	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญแผนภาพ	ฐ
คำอธิบายสัญลักษณ์และคำย่อ	ท
บทที่ ๑ บทนำ	๑
๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	๑
๑.๒ คำถามการวิจัย	๔
๑.๓ วัตถุประสงค์ของการวิจัย	๔
๑.๔ สมมติฐานการวิจัย	๔
๑.๕ ขอบเขตของการวิจัย	๖
๑.๖ นิยามศัพท์เฉพาะศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย	๖
๑.๗ ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	๘
บทที่ ๒ แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	๙
๒.๑ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร	๙
๒.๒ แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง	๓๑
๒.๓ แนวคิดเกี่ยวกับการเมืองในระบอบประชาธิปไตย	๔๐
๒.๔ บทบาทของผู้นำทางการเมืองกรุงเทพมหานคร	๔๘
๒.๕ หลักทฤษฎีสุจริต	๕๖
๒.๖ ข้อมูลบริบทเรื่องที่วิจัย	๕๗
๒.๗ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	๖๔
๒.๘ กรอบแนวคิดในการวิจัย	๗๗

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
บทที่ ๓ วิธีดำเนินการวิจัย	๗๙
๓.๑ รูปแบบการวิจัย	๗๙
๓.๒ การวิจัยเชิงปริมาณ	๘๐
๓.๒.๑ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	๘๐
๓.๒.๒ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	๘๑
๓.๒.๓ การเก็บรวบรวมข้อมูล	๘๔
๓.๒.๔ การวิเคราะห์ข้อมูล	๘๔
๓.๓ การวิจัยเชิงคุณภาพ	๘๕
๓.๓.๑ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	๘๕
๓.๓.๒ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	๘๖
๓.๓.๓ การเก็บรวบรวมข้อมูล	๘๗
๓.๓.๔ การวิเคราะห์ข้อมูล	๘๗
บทที่ ๔ ผลการวิจัย	๘๘
๔.๑ การสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครใน ระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖	๘๙
๔.๒ ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อการสื่อสารทาง การเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	๑๐๒
๔.๓ แนวทางส่งเสริมการสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖	๑๑๙
๔.๔ องค์ความรู้	๑๓๔
๔.๔.๑ องค์ความรู้ที่ได้รับจากการวิจัย	๑๓๔
๔.๔.๒ องค์ความรู้ที่ได้สังเคราะห์จากการวิจัย	๑๓๗
บทที่ ๕ สรุป อภิปรายผล และเสนอแนะ	๑๓๙
๕.๑ สรุปผลการวิจัย	๑๔๑
๕.๒ อภิปรายผลการวิจัย	๑๔๕
๕.๓ ข้อเสนอแนะ	๑๕๐
๕.๓.๑ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	๑๕๐

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
๕.๓.๒ ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ	๑๕๑
๕.๓.๓ ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป	๑๕๑
บรรณานุกรม	๑๕๒
ภาคผนวก	๑๕๘
ภาคผนวก ก เครื่องมือวิจัย	๑๕๙
ภาคผนวก ข ผลการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง	๑๖๗
ภาคผนวก ค ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ	๑๗๐
ภาคผนวก ง หนังสือขอความอนุเคราะห์ข้อมูล	๑๗๓
ประวัติผู้วิจัย	๑๗๗



สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
๒.๑	สรุปความหมายของการสื่อสาร	๑๓
๒.๒	สรุปสาระสำคัญของวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร	๒๙
๒.๓	สรุปสาระสำคัญของแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง	๓๘
๒.๔	สรุปแนวคิดเกี่ยวกับการเมืองในระบอบประชาธิปไตย	๔๖
๒.๕	สรุปสาระสำคัญของหลักธรรมเกี่ยวกับวีสุจริต	๕๖
๒.๖	สรุปงานวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง	๖๙
๒.๗	สรุปงานวิจัยเกี่ยวกับหลักสุจริต ๓	๗๕
๓.๑	จำนวนประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตบางคอแหลม กรุงเทพมหานคร	๘๑
๔.๑	จำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง	๘๙
๔.๒	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการสื่อสารทางการเมืองของ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖ โดยภาพรวม และรายด้าน	๙๑
๔.๓	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการสื่อสารทางการเมืองของ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖ ด้านการสร้างทัศนคติทางการเมือง	๙๒
๔.๔	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการสื่อสารทางการเมืองของ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖ ด้านการสร้างความสนใจในการเมือง	๙๓
๔.๕	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการสื่อสารทางการเมืองของ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ ด้านการสร้างความรู้และความเข้าใจทางการเมือง	๙๔
๔.๖	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการสื่อสารทางการเมืองของ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ ด้านการสร้างบทบาททางการเมือง	๙๕
๔.๗	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการสื่อสารทางการเมืองตาม แนววจีสุจริตธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ โดยภาพรวม และรายด้าน	๙๖
๔.๘	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการสื่อสารทางการเมืองตาม แนววจีสุจริตธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ หลักการไม่พูดเท็จ	๙๗

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
๔.๙	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการสื่อสารทางการเมืองตาม แนววจีสุจริตธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ หลักการไม่พูดคำส่อเสียด	๙๘
๔.๑๐	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการสื่อสารทางการเมืองตาม แนววจีสุจริตธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ หลักการไม่พูดคำหยาบ	๙๙
๔.๑๑	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการสื่อสารทางการเมืองตาม แนววจีสุจริตธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ หลักการไม่พูดเพื่อเจ้า	๑๐๐
๔.๑๒	การเปรียบเทียบระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการ กรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ จำแนกตาม เพศ	๑๐๑
๔.๑๓	การวิเคราะห์แหล่งความแปรปรวนของระดับการสื่อสารทางการเมือง ของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ	๑๐๒
๔.๑๔	การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด ของระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม จำแนกตามอายุ	๑๐๓
๔.๑๕	การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด ของระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ ด้านการสร้างทัศนคติทาง การเมือง จำแนกตามอายุ	๑๐๔
๔.๑๖	การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด ของระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ ด้านการสร้างความสนใจใน การเมือง จำแนกตามอายุ	๑๐๕
๔.๑๗	การวิเคราะห์แหล่งความแปรปรวนของระดับความคิดเห็นต่อการสื่อสาร ทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ จำแนกตามระดับการศึกษา	๑๐๖
๔.๑๘	การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด ของระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ จำแนกตามระดับการศึกษา โดยภาพรวม	๑๐๗

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
๔.๑๙	การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด ของระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านการสร้างทัศนคติทางการเมือง	๑๐๘
๔.๒๐	การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด ของระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านการสร้างความสนใจในการเมือง	๑๐๙
๔.๒๑	การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด ของระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านการสร้างความรู้และความเข้าใจทางการเมือง	๑๑๐
๔.๒๒	การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด ของระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านการสร้างบทบาททางการเมือง	๑๑๑
๔.๒๓	การวิเคราะห์แหล่งความแปรปรวนของระดับความคิดเห็นต่อการสื่อสาร ทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ จำแนกตามอาชีพ	๑๑๒
๔.๒๔	การวิเคราะห์แหล่งความแปรปรวนของระดับความคิดเห็นต่อการสื่อสาร ทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ จำแนกตามรายได้	๑๑๓
	การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุดของ ระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลา ปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ จำแนกตามรายได้ โดยภาพรวม	๑๑๔
๔.๒๖	การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด ของระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ จำแนกตามรายได้ ด้านการ สร้างความสนใจในการเมือง	๑๑๕
๔.๒๗	การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด ของระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ จำแนกตามรายได้ ด้านการ สร้างความรู้และความเข้าใจทางการเมือง	๑๑๖

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
๔.๒๘	การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด ของระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ใน ระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ จำแนกตามรายได้ ด้านการ สร้างบทบาททางการเมือง	๑๑๗
๔.๒๙	สรุปผลการเปรียบเทียบการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการ กรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ ตาม สมมติฐานที่ ๑-๕	๑๑๘
๔.๓๐	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแนวทางส่งเสริมการสื่อสารทาง การเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครใน ระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ โดยภาพรวม และรายด้าน	๑๑๙
๔.๓๑	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการส่งเสริมการสื่อสารทาง การเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครใน ระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ หลักการไม่พูดเท็จ	๑๒๐
๔.๓๒	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการส่งเสริมการสื่อสารทาง การเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครใน ระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ หลักการไม่พูดคำส่อเสียด	๑๒๑
๔.๓๓	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการส่งเสริมการสื่อสารทาง การเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครใน ระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ หลักการไม่พูดคำหยาบ	๑๒๒
๔.๓๔	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการส่งเสริมการสื่อสารทาง การเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครใน ระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ หลักการไม่พูดเพื่อเจ้า	๑๒๒
๔.๓๕	แนวทางส่งเสริมการสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่า ราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ หลักการไม่พูดเท็จ	๑๒๕
๔.๓๖	แนวทางส่งเสริมการสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่า ราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ หลักการไม่พูดส่อเสียด	๑๒๘
๔.๓๗	แนวทางส่งเสริมการสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่า ราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ หลักการไม่พูดคำหยาบ	๑๓๐
๔.๓๘	แนวทางส่งเสริมการสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่า ราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ หลักการไม่พูดเพื่อเจ้า	๑๓๓

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่		หน้า
๒.๑	แบบจำลองการสื่อสารของอริสโตเติล	๒๐
๒.๒	แบบจำลองการสื่อสารของ เรย์ โรเบิร์ต	๒๐
๒.๓	จำลองการสื่อสาร ของ เดวิด เค เบอร์โล	๒๑
๒.๔	กระบวนการสื่อสาร (Communication Process)	๒๒
๒.๕	การสื่อสารทิศทางเดียว (One way Communication)	๒๖
๒.๖	การสื่อสารในลักษณะสองทาง (Two way Communication)	๒๖
๒.๗	การสื่อสารในลักษณะหลายทิศทาง (Multi Step Flow Communication)	๒๗
๒.๘	นโยบาย ๙ ตี ๒๑๖ นโยบาย	๕๘
๒.๙	สื่อ ๑๒ เทศกาล ๑๒ เดือน	๕๙
๒.๑๐	กรอบแนวคิดในการวิจัย	๗๘
๓.๑	จำนวนประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตบางคอแหลม กรุงเทพมหานคร	๗๕
๔.๑	การสื่อสารทางการเมืองตามแนววจิสุจริตรธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ตามหลักการไม่พูดเท็จ	๑๒๖
๔.๒	การสื่อสารทางการเมืองตามแนววจิสุจริตรธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ตามหลักการไม่พูดส่อเสียด	๑๒๘
๔.๓	การสื่อสารทางการเมืองตามแนววจิสุจริตรธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ตามหลักการไม่พูดหยาบ	๑๓๑
๔.๔	การสื่อสารทางการเมืองตามแนววจิสุจริตรธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ตามหลักการไม่พูดเพ้อเจ้อ	๑๓๓
๔.๕	องค์ความรู้ที่ได้รับจากการวิจัย	๑๓๔
๔.๖	องค์ความรู้ที่ได้สังเคราะห์จากการวิจัย	๑๓๖

คำอธิบายสัญลักษณ์และคำย่อ

อักษรย่อในสารนิพนธ์ฉบับนี้ ใช้อ้างอิงจากพระไตรปิฎกภาษาไทย ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย พ.ศ. ๒๕๓๙

การอ้างอิงพระไตรปิฎก ได้ระบุ เล่ม/หน้า/ข้อ หลังอักษรย่อชื่อคัมภีร์ เช่น ที.ส. (ไทย) ๙/๒๗๖/๙๘ หมายถึง ทีฆนิกาย สีสันธวรรค ภาษาไทย เล่ม ๙ ข้อ ๒๗๖ หน้า ๙๘ ฉบับ มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย พ.ศ. ๒๕๓๙ ตามลำดับดังนี้

๑. คำอธิบายคำย่อในภาษาไทย

ก. คำย่อชื่อคัมภีร์พระไตรปิฎก

วิ.ม. (ไทย)	พระวินัยปิฎก = วินัยปิฎก มหาวรรค	ภาษาไทย
ที.ปา. (ไทย)	พระสุตตันตปิฎก ชื่อคัมภีร์	ภาษาไทย
ที.ม. (ไทย)	คัมภีร์ = ทีฆนิกาย ปาฎิกวรรค	ภาษาไทย
	= ทีฆนิกาย มหาวรรค	ภาษาไทย

๒. คำอธิบายคำย่อในภาษาอังกฤษ

คำย่อ	คำเต็ม	ความหมาย	หมายเหตุ
ibid.	ibidem	เรื่องเดียวกัน ต่างหน้ากัน	
no. (s)	number (s)	ฉบับที่	
p.	page	หน้า	พหูพจน์ใช้ pp.
vol.	volume	เล่มที่	พหูพจน์ใช้ vols.

บทที่ ๑

บทนำ

๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

๑.๑.๑ ความเป็นมา

ปัจจุบันนี้ประชาชนในสังคมเรามีการสื่อสารกันอย่างแพร่หลายผ่านช่องทางต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ข่าวสาร บันทึกรายการ กิจกรรมใด ๆ ก็ตาม รวมไปถึงวิถีชีวิตที่ต้องอาศัยการสื่อสารเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการดำรงชีวิตของทุกคนในสังคมไม่ว่าจะเป็น เด็ก วัยรุ่น วัยทำงาน หรือวัยผู้สูงอายุ ส่วนการสื่อสารนั้นก็หลากหลายรูปแบบ หลากหลายช่องทางให้ประชาชนในสังคมได้เลือกเสพตามความต้องการอีกทั้งเรายังให้ความสำคัญกับการสื่อสารอีกด้วย การสื่อสาร สำหรับแลกเปลี่ยนสาร รูปแบบอย่างง่ายของสาร จากผู้ส่งสารหรืออุปกรณ์เข้ารหัส ไปยังผู้รับสารหรืออุปกรณ์ถอดรหัส อาจอยู่ในรูปแบบของทางกายภาพ สัญญาณ บางอย่างอยู่ในรูปแบบของภาษา การสื่อสารเกิดจากความต้องการที่คนจะส่งข้อมูลหากัน การศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารอาจจำแนกได้หลายหมวดหมู่^๑

หนึ่งในการสื่อสารที่ส่งผลหรือมีผลกระทบกับการดำเนินชีวิตของเราคงหนีไม่พ้นด้านการสื่อสารทางการเมือง ซึ่งต้องยอมรับว่ามีอิทธิพลต่อการใช้ชีวิตของประชาชนอย่างยิ่งเพราะการพัฒนาการของการสื่อสารที่สามารถเข้าถึงได้อย่างทั่วถึงและรวดเร็ว รวมไปถึงการสื่อสารทางการเมืองในรูปแบบต่าง ๆ ผ่านสื่อที่หลากหลาย ทั้งออนไลน์ออฟไลน์ ตัวอย่างเช่น โทรศัพท์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ เฟสบุ๊ก อินสตาแกรม ทวิตเตอร์ โดยเฉพาะการสื่อสารระหว่างผู้ว่าราชการจังหวัด กรุงเทพมหานครที่ท่านก็เป็นหนึ่งในบุคคลที่มีการใช้ช่องทางต่าง ๆ เพื่อเป็นการสื่อสารทางการเมืองให้กับประชาชนได้ทราบอย่างสาธารณะ โดยมีกระบวนการสื่อสารเข้ามาเกี่ยวข้อง ตัวอย่างเช่น รูปแบบของการสื่อสารทางการเมืองที่ปรากฏสามารถแบ่งรูปแบบอย่างกว้าง ๆ ออกได้ ๒ รูปแบบ คืออย่างหนึ่งเรียกว่า การสื่อสารระหว่างผู้รับสารโดยตรง (Face to Face Communication) และรูปแบบที่สองเรียกว่า การสื่อสารผ่านสื่อมวลชน (Mass Media)^๒ ซึ่งการสื่อสารในทั้ง ๒ รูปแบบล้วน

^๑วิกิพีเดีย, ความหมายของการสื่อสาร, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : <https://th.wikipedia.org> [๒๒ สิงหาคม ๒๕๖๕].

^๒สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, การสื่อสารกับการเมือง, พิมพ์ครั้งที่ ๔, (กรุงเทพมหานคร : ประสิทธิ์ภักดิ์ แอนด์ พรินติ้ง, ๒๕๔๑), หน้า ๑๕.

เป็นที่สนใจอย่างยิ่งเนื่องจากนับเป็นเครื่องมือในการทางเมืองที่สามารถทำให้คนเข้าถึง รับรู้ เข้าใจ ในสิ่งที่เราได้แสดงออกได้อย่างทั่วถึง อย่างที่ตัวอย่างที่เราได้เห็น คือ ท่าน ชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ปัจจุบันเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร คนที่ ๑๗ ซึ่งนับว่ามีผลงานให้ติดตามได้ประจักษ์ในทุก ๆ ด้าน ทุก ๆ มุมมองทุก ๆ เหตุการณ์ที่ได้พบเจอ รวมไปถึงปัญหาของชาวกรุงเทพมหานคร ไม่ซ้ำในแต่ละวัน และทำทุกวันต่อเนื่องอย่างสม่ำเสมออีกด้วย จึงเป็นที่ชื่นชอบของประชาชนทั้งในและนอกพื้นที่จังหวัด กรุงเทพมหานครไม่น้อย แถมเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับหลาย ๆ คนอีกด้วย

๑.๑.๒ ความสำคัญของปัญหา

การสื่อสารทางการเมือง (Political Communication) เป็นสิ่งที่นับว่าเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทางการเมืองเนื่องจากหากเราสังเกตถึงเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่พูดถึงการเมือง หรือข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการเมือง ย่อมมีการเกิดขึ้นและอยู่ควบคู่กันกับการสื่อสารมาอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ยุคอดีต แรกเริ่มของการค้นพบ การกล่าวถึงการเมืองในสมัยกรีกโบราณ ประชากรในสมัยนั้นก็ได้มีการนำการสื่อสารทางการเมืองนี้มาใช้เป็นเครื่องมือเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการสามารถไปพัฒนาต่อยอดได้จนถึงทุกวันนี้

ยิ่งในปัจจุบันนี้ที่อาศัยในยุคโลกาภิวัตน์ ทุกสิ่งทุกอย่างย่อมถูกกระจายออกไปได้อย่างรวดเร็วและทั่วถึงอย่างมาก จึงไม่แปลกใจที่สมัยนี้นักการเมืองไทยมักจะมีการนำเครื่องมือที่เรียกว่า “การสื่อสารทางการเมือง” มาใช้ในสังคมไม่ว่าจะทั้งก่อนและหลังจากได้รับดำรงตำแหน่งอย่างเป็นทางการ ยกตัวอย่างเช่น การโฆษณานโยบายพรรค การนำเสนอแนวทางการแก้ไขสถานการณ์บ้านเมือง การลงพื้นที่ การเสนอความเคลื่อนไหว การเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ เป็นต้น สิ่งต่าง ๆ ที่ปรากฏนั้นส่งผลต่อการตอบสนอง (Responses) ที่ได้รับ ยกตัวอย่างเช่น ท่าน ชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ที่ได้นำการสื่อสารทางการเมืองมาใช้และสร้างปรากฏการณ์ต่าง ๆ เพียงเวลาไม่นาน นับเป็นการตอบสนองต่อสิ่งที่ท่านได้กระทำในแต่ละวันโดยผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งสื่อออนไลน์ และออฟไลน์ จึงยังตอกย้ำว่าสื่อมีอิทธิพลต่อการแสดงออกทางความคิด ทศนคติ มุมมอง การรับรู้ต่าง ๆ จึงเกิดอิทธิพลของสื่อมวลชนในทางการเมือง

นับวันสื่อมวลชนได้กลายเป็นตัวแสดงทางการเมืองที่มีอิทธิพลมากยิ่งขึ้น ยิ่งเห็นได้ชัดในปัจจุบัน ที่เกิดขึ้นกับหลากหลายกรณี สื่อมวลชนมีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อกระบวนการทางการเมือง ความสำเร็จหรือความล้มเหลวของตัวนักการเมือง พรรคการเมือง การโจมตีของการแสดงความคิดเห็นของการบริหารของรัฐบาล รวมไปถึงการดำเนินนโยบายสาธารณะของรัฐบาล ยกตัวอย่างเช่น นโยบายคนละครึ่ง นโยบายการสร้างสาธารณูปโภค นโยบายคมนาคมต่าง ๆ การหยิบยกประเด็น

ปัญหา การเรียกร้องสิทธิเสรีภาพที่ควรจะเป็นและการผลักดันข้อเรียกร้องของกลุ่มผลประโยชน์ในกรณีต่าง ๆ ล้วนมีความสัมพันธ์กับบทบาทของการสื่อสารทางการเมืองและสื่อมวลชนอย่างยิ่ง^๓

ความสำคัญของเขตบางคอแหลมต่อการบริหารผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร บางคอแหลมเป็นหนึ่งในเขตที่มีบทบาทสำคัญทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางด้านการพัฒนาเมืองและการให้บริการแก่ประชาชน ดังนี้ เนื่องจากมีสถานที่สำคัญหลายแห่ง เช่น ท่าเรือ คลังสินค้า ตลาดกลางค้าส่ง และศูนย์การค้า ซึ่งมีผลต่อการจ้างงาน การลงทุน และการพัฒนาทางเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่นและระดับเมือง เขตบางคอแหลมตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีการคมนาคมที่สะดวกสบาย เช่น ทางด่วน และรถไฟฟ้า ซึ่งมีผลต่อการเชื่อมต่อและขนส่งสินค้าและผู้คนในกรุงเทพฯ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในเขตนี้มีความสำคัญในการเสริมสร้างความสะดวกในการดำเนินชีวิตและการค้า มีชุมชนที่หลากหลายทั้งในด้านอายุ อาชีพ และความเชื่อ การพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในเขตนี้จึงเป็นเรื่องที่ผู้ว่าฯ กทม. ให้ความสำคัญ โดยเฉพาะในด้านการศึกษา การดูแลสุขภาพ และการพัฒนาความเป็นอยู่ที่ดีของประชาชน มีสถานที่ท่องเที่ยวและแหล่งวัฒนธรรมที่สำคัญ เช่น พิพิธภัณฑ์ และตลาดท้องถิ่น ซึ่งเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร และการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม ซึ่งมีผลต่อการสร้างรายได้และสร้างความน่าสนใจให้กับพื้นที่ เขตบางคอแหลมมีประชากรหลากหลายและมีพื้นที่ที่อาจเผชิญกับปัญหาสังคม เช่น ปัญหาความยากจน หรือการเข้าถึงบริการพื้นฐาน ซึ่งการพัฒนาและให้บริการจากผู้ว่าฯ กรุงเทพมหานคร จะช่วยแก้ไขปัญหาดังกล่าวและยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน โดยรวมแล้วเขตบางคอแหลมมีความสำคัญในการพัฒนาเมืองกรุงเทพมหานครอย่างยั่งยืน และเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินนโยบายที่ผู้ว่าฯ กรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญในการสร้างความเจริญก้าวหน้าให้กับพื้นที่นี้ สำนักงานเขตบางคอแหลม ได้ดำเนินการงานสภาคนเมืองประจำเขต โดยมีคำสั่งจัดตั้งสภาคนเมืองประจำเขตบางคอแหลม และแต่งตั้งคณะกรรมการสภาคนเมืองประจำเขตบางคอแหลม กรุงเทพมหานคร ที่ ๒๖/๒๕๖๖ ลงวันที่ ๒๔ มกราคม ๒๕๖๖ และที่ผ่านมามีการจัดประชุมจำนวน ๓ ครั้ง (ทุกวันเสาร์ที่ ๒ ของ เดือน) เพื่อพัฒนาและแก้ไขปัญหาของเขต^๔

การสื่อสารทางการเมืองที่ว่ำนั้นเป็นเสมือนเครื่องมือเครื่องมือหนึ่งแต่มีอีกหนึ่งที่ขาดไม่ได้คือการใช้เครื่องมืออย่างเป็นธรรมที่ตรงกับหลักธรรมที่ว่า สุจริตธรรม หรือสุจริต ๓ ความหายคือ ความประพฤติดี, ประพฤติชอบ (Good Conduct) ประกอบด้วย ๑. กายสุจริต ความประพฤติชอบด้วยกาย (Good Conduct in act) มี ๓ คือ งดเว้นและประพฤติตรงข้ามกับ ปาณาติบาต อทินนาทาน และกาเมสุมิฉฉาจาร ๒. วชิสุจริต ความประพฤติชอบด้วยวาจา (Good Conduct in

^๓อุรพงษ์ แพทย์ศขา, อิทธิพลของสื่อมวลชนในทางการเมือง, พิมพ์ครั้งที่ ๖, (กรุงเทพมหานคร : ประสิทธิ์ภักดิ์ แอนด์ พรีนติ้ง, ๒๕๕๓), หน้า ๔๔.

^๔สำนักงานเขตบางคอแหลม, แผนพัฒนาเชิงพื้นที่, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : <https://webportal.bangkok.go.th/bangkholaem> [๓๑ มกราคม ๒๕๖๘].

word) มี ๔ คือ งดเว้นและประพฤติตรงข้ามกับ มุสาวาท ปิสุณวาจา ผรุสวาจา และ สัมผัสปลาปะ ๓. มโนสุจริต ความประพฤติชอบด้วยใจ (Good Conduct in Thought) มี ๓ คือ อนภิขมา อพยาบาท และ สัมมาทักขณิ^๕ หลักธรรมที่สำคัญโดยเน้นที่คำพูดหรือวาจาซึ่งเป็นส่วนของการสื่อสารเป็นหลักโดยมีหลักธรรมที่เกี่ยวข้อง คือวจีสุจริต ๔ ประการ หมายถึงความสุจริตด้วยวาจา ทางธรรมประกอบด้วย ๑. มุสาวาทา เวรมณี เว้นพูดเท็จ ๒. ปิสุณาย วาจาเย เวรมณี เว้นพูดส่อเสียด ๓. ผรุสวาย วาจาเย เวรมณี เว้นพูดคำหยาบ และ ๔. สัมผัสปลาปะ เวรมณี เว้นพูดเพ้อเจ้อ^๖

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ที่มีบทบาทในการสื่อสารกับประชาชนที่ไม่เหมือนกับการหาเสียงของนักการเมืองที่ผ่านมา รวมทั้งวิธีการหาเสียงที่ทำให้ชนะการเลือกตั้งที่ผ่านมา

๑.๒ คำถามการวิจัย

๑.๒.๑ ระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖ เป็นอย่างไร

๑.๒.๒ การสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖ โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

๑.๒.๓ แนวทางส่งเสริมการสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖ ควรเป็นอย่างไร

๑.๓ วัตถุประสงค์ของการวิจัย

๑.๓.๑ เพื่อศึกษาระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖

๑.๓.๒ เพื่อเปรียบเทียบการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖ โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

๑.๓.๓ เพื่อศึกษาแนวทางส่งเสริมการสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

๑.๔ ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖” มีขอบเขตการวิจัยดังนี้

^๕พระพรหมคุณาภรณ์ (ป. อ. ปยุตฺโต), พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ธรรมสภา, ๒๕๖๒), หน้า ๘๑.

^๖ที.ม. (ไทย) ๑๐/๒๖๗๘/๒๒๒.

๑.๔.๑ ขอบเขตด้านเนื้อหา

ขอบเขตด้านเนื้อหาประกอบด้วย แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องการสื่อสารทางการเมือง วิถีจริยธรรม รูปแบบของการสื่อสาร ขั้นตอนการสื่อสาร องค์ประกอบของการสื่อสาร ทฤษฎีทางการเมือง ภาวะผู้นำทางการเมืองในฐานะผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

๑) ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่

- (๑) ปัจจัยส่วนบุคคล เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้
- (๒) หลักจริยธรรม ประกอบด้วย ๑) ไม่พูดเท็จ ๒) ไม่พูดคำส่อเสียด ๓) ไม่พูดคำหยาบ และ ๔) ไม่พูดเพ้อเจ้อ

๒) ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่

การสื่อสารทางการเมือง ของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย

- (๑) ด้านทัศนคติทางการเมือง
- (๒) ด้านความสนใจในการเมือง
- (๓) ด้านความรู้และความเข้าใจทางการเมือง
- (๔) ด้านบทบาททางการเมือง

๑.๔.๒ ขอบเขตด้านประชากรและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

๑) ประชากร

ได้แก่ ประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตบางคอแหลม กรุงเทพมหานคร จำนวน ๘๐,๙๓๘ คน^๙

๒) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้วิจัยได้กำหนดผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประกอบด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิที่สำคัญและมีความรู้เกี่ยวกับการเมืองการปกครอง และการบริหารจัดการ จำนวน ๙ รูปหรือคน

- กลุ่มนักวิชาการด้านพระพุทธศาสนา จำนวน ๒ รูป
- กลุ่มนักวิชาการด้านรัฐศาสตร์ จำนวน ๓ คน
- กลุ่มข้าราชการสำนักงานเขตบางคอแหลม จำนวน ๑ คน
- กลุ่มผู้นำชุมชนเขตบางคอแหลม จำนวน ๒ คน
- กลุ่มนักการเมืองท้องถิ่น จำนวน ๑ คน

๑.๔.๓ ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ซึ่งใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ เขตบางคอแหลม ประกอบด้วย ๓ แขวง ได้แก่ แขวงบางคอแหลม แขวงวัดพระยาไกร และแขวงบางโคล่

^๙เสรี วงษ์มณฑา, การประยุกต์ทฤษฎีในการสื่อสาร หลักและทฤษฎีการสื่อสาร, (นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๓๗), หน้า ๒๙-๓๐

^๙เขตบางคอแหลม, ข้อมูลทั่วไป, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : <https://th.wikipedia.org/wiki/เขตบางคอแหลม> [๑ กรกฎาคม ๒๕๖๕].

๑.๔.๔ ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเริ่มตั้งแต่ เดือน ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๕ ถึง กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๗ รวมเป็นระยะเวลา ๑๒ เดือน

๑.๕ สมมติฐานการวิจัย

๑.๕.๑ ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

๑.๕.๒ ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

๑.๕.๓ ประชาชนที่มีการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

๑.๕.๔ ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

๑.๕.๕ ประชาชนที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

๑.๖ นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย

เพื่อให้เข้าใจความหมายที่ตรงกัน ผู้วิจัยจึงได้กำหนดนิยามศัพท์เฉพาะเชิงปฏิบัติการในการวิจัย ไว้ดังนี้

๑.๖.๑ การสื่อสารทางการเมือง (Political Communication) การสื่อสารเพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ในทางการเมือง โดยรูปแบบของการสื่อสารทางการเมือง เพื่อนำไปสู่เป้าหมายทางการเมือง โดยอาศัยการสื่อสารสร้างแนวทางการยอมรับในกลุ่มประชาชนผู้รับสาร

๑) ด้านทัศนคติทางการเมือง การพูดคุย การเผยแพร่ การประชุม การอบรม การแจกใบปลิว การติดป้ายประกาศ การแจกแผ่นพับ ข่าว และบทความทางวิทยุกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์และนิตยสาร สามารถที่จะช่วยสร้างสำนึกทางการเมือง ค่านิยมทางการเมืองและทัศนคติทางการเมืองให้แก่ประชาชนได้ การให้ข่าวสารเกี่ยวกับการทำงานของ รัฐบาล เหตุผลของการออกกฎหมาย การออกนโยบาย การกำหนดโครงการต่าง ๆ ขึ้นมาจะทำให้ประชาชนรู้จักรัฐบาลดีขึ้น เข้าใจรัฐบาลดีขึ้น และยอมรับรัฐบาลได้มากขึ้น ข่าวคราวเกี่ยวกับนักการเมืองจะสร้างความรู้สึกให้แก่ประชาชนว่า ควรจะเข้าไปยุ่งเกี่ยวกับกิจกรรมทางการเมืองมากน้อยเพียงใด อย่างเป็นอยู่ในขณะนี้ มีฝรั่งบางคนเขียนถึงเมืองไทยว่า การเมืองไทยเป็นการเข้าร่วมของผู้ไม่รู้แต่ผู้รู้ไม่เข้าร่วม (Uninformed Participants and Information Nonparticipants) นั่นคือคนรู้อะไรดี ๆ มักจะเสื่อมศรัทธาในระบบการเมือง และไม่เข้าร่วมกิจกรรมทางการเมือง เช่น ไม่ไปเลือกตั้ง แต่คนที่สนใจนั้นเพราะยังไม่รู้อะไรดีนัก จึงยังศรัทธาอยู่ เช่น ขาวนาที่ไปเลือกตั้งกันมาก เป็นต้น

๒) ด้านความสนใจทางการเมือง ในสมัยก่อนนั้นคนส่วนใหญ่ไม่ค่อยสนใจการเมืองนัก เพราะไม่ค่อยได้รู้ข่าวสารทางการเมือง ไม่เคยพบเห็นนักการเมืองหรือผู้บริหาร แต่ในปัจจุบันนี้ข่าวคราวของรัฐบาลมีให้สัมผัส รับรู้กันเป็นประจำ นักการเมืองจะเป็นชาวให้เห็นทั้งในหนังสือพิมพ์ วิทยุโทรทัศน์วิทยุกระจายเสียง ตลอดจนการวิพากษ์วิจารณ์ทางสื่อต่าง ๆ อยู่เป็นประจำ จึงมีส่วนทำให้คนในยุคนี้จะสนใจข่าวสารการเมืองเพิ่มมากขึ้น

๓) ด้านความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเมือง นอกเหนือจากการสร้างความสนใจแล้ว การสื่อสารยังถูกนำมาใช้สร้างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเมืองได้อย่างมาก การเผยแพร่ ประชาธิปไตยโดยสื่อบุคคลก็ดีโดยสื่อมวลชนก็ดีหรือการนำเสนอพระราชบัญญัติใหม่ที่ประชาชน ต้องรับรู้และเข้าใจ เพื่อปฏิบัติตนในฐานะพลเมืองดีสู่ประชาชนด้วยการสื่อสาร

๔) ด้านบทบาททางการเมือง ความสนใจที่ก่อให้เกิดความรู้และทัศนคติอันจะนำไปสู่ การกำหนดบทบาททางการเมือง ประชาชนในปัจจุบันได้รู้ถึงบทบาท สิทธิและหน้าที่ของตนในฐานะที่เป็นประชาชนดีขึ้น การเขียนจดหมายถึงสื่อมวลชนก็เป็นการแสดงบทบาททางการเมืองการ ได้รับข่าวสารทำให้เรารู้บทบาททางการเมือง และการแสดงบทบาททางการเมืองก็เป็นการส่ง ข่าวสารไปยังผู้บริหาร หรือรัฐบาลด้วยเช่นกัน

๑.๖.๒ วลีสุจริต ๔ หมายถึง การทำความดีทางวาจา เช่น พูดจาไพเราะ พูดแต่ความจริง พูดยกย่อง เพื่อน พูดให้กำลังใจผู้อื่น เป็นต้น

๑) ไม่พูดเท็จ เว้นขาดจากการพูดเท็จ พูดแต่ความจริง ดำรงคำสัตย์ มีถ้อยคำเป็นหลักฐาน ควรเชื่อได้ ไม่พูดลวงโลก

๒) ไม่พูดส่อเสียด เว้นขาดจากคำส่อเสียด ฟังจากข้างนี้แล้วไม่ไปบอกข้างโน้น เพื่อให้คนหมั่นแค้นร้ายกัน หรือฟังจากข้างโน้น แล้วไม่มาบอกข้างนี้ เพื่อให้คนหมั่นแค้นร้ายกัน สมานคนที่แค้นร้ายกันแล้วบ้าง ส่งเสริมคนที่พร้อมเพรียงกันแล้วบ้าง ชอบคนผู้พร้อมเพรียงกัน ยินดีในคนผู้พร้อมเพรียงกัน เพลิดเพลินในคนผู้พร้อมเพรียงกัน กล่าวแต่คำที่ทำให้คนพร้อมเพรียงกัน

๓) ไม่พูดคำหยาบ เว้นขาดจากคำหยาบ กล่าวแต่คำที่ไม่มีโทษเพราะหยาบ หยาบให้รัก จับใจ เป็นของชาวเมือง คนส่วนมากรักใคร่พอใจ

๔) ไม่พูดคำเพ้อเจ้อ เว้นขาดจากคำเพ้อเจ้อ พูดถูกกาล พูดแต่คำ ที่เป็นจริง พูดอิงอรรด พูดอิงธรรม พูดอิงวินัย พูดแต่คำมีหลักฐานมีที่อ้าง มีที่กำหนด ประกอบด้วยประโยชน์ โดยกาลอันควร

๑.๗ ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

๑.๗.๑ ได้ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖

๑.๗.๒ ได้ความรู้เกี่ยวผลการเปรียบเทียบการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖ โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

๑.๗.๓ ได้องค์ความรู้เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการสื่อสารทางการเมืองตามแนววจีสุจริตธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖

๑.๗.๔ ผลที่ได้จากการวิจัยจะสามารถนำไปเป็นข้อมูลสำหรับการพัฒนาการสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องต่อไป



บทที่ ๒

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การสื่อสารทางการเมืองตามแนวจิตสุจริตธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖” ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารทางการเมือง ดังนี้

๒.๑ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง

๒.๒ แนวคิดเกี่ยวกับการเมืองในระบอบประชาธิปไตย

๒.๓ บทบาทของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

๒.๔ หลักจิตสุจริต

๒.๕ ข้อมูลบริบทเรื่องที่วิจัย

๒.๖ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

๒.๗ กรอบแนวคิดในการวิจัย

๒.๑ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง

การสื่อสารทางการเมืองเป็นกระบวนการที่สำคัญในการเชื่อมโยงระหว่างรัฐบาลกับประชาชน โดยมีวัตถุประสงค์ในการถ่ายทอดข้อมูล แนวคิด และนโยบายทางการเมือง ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจและการมีส่วนร่วมของประชาชนในการตัดสินใจทางการเมือง การสื่อสารนี้ไม่เพียงแต่ช่วยสร้างความเข้าใจในประเด็นสำคัญ แต่ยังเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมและการตรวจสอบการทำงานของรัฐบาลในระบบประชาธิปไตย อีกทั้งยังเสริมสร้างความโปร่งใสในกระบวนการทางการเมือง

๒.๑.๑ แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร

การสื่อสารมีความสำคัญอย่างยิ่งในปัจจุบัน และการสื่อสารมีบทบาทสำคัญต่อการเมืองไทย ซึ่งเป็นยุคโลกาภิวัตน์เป็นยุคของข้อมูลข่าวสาร การสื่อสารมีประโยชน์ทั้งในแง่บุคคลและสังคม การสื่อสารทำให้คนมีความรู้และโลกทัศน์ที่กว้างขวางขึ้น การสื่อสารเป็นกระบวนการที่ทำให้การเมืองไทยเกิดการเปลี่ยนแปลงทำให้เกิดการเรียนรู้ การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาทางการเมืองไทย สร้างสรรค์ความเจริญก้าวหน้าแก่ชุมชนและสังคมในทุกด้าน การเมืองเป็นการ

ผสมผสานระหว่างการสื่อสารกับการเมือง ดังนั้นหากจะทำความเข้าใจการสื่อสารการเมือง จึงจำเป็นต้องมีความเข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับทฤษฎีทางด้านการสื่อสารเป็นเบื้องต้นเป็นลำดับแรก

การสื่อสาร คือ กระบวนการถ่ายทอดข้อมูลจากคนหนึ่งไปยังอีกคนหนึ่ง หรือกลุ่มคนหนึ่ง เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน^๑ ซึ่งการสื่อสารนั้นจะต้องดำเนินการผ่านสื่อต่าง ๆ สื่อมวลชนจึงมีบทบาทสำคัญในการเป็นตัวกลางในการส่งผ่านข้อมูล โดยสื่อในปัจจุบัน แบ่งเป็นสื่อประเภทใหญ่ ๆ คือ สื่อหลัก ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อใหม่ ซึ่งเป็นสื่อที่มาพร้อมเทคโนโลยีสมัยใหม่ นั่นคือ อินเทอร์เน็ต ในการศึกษาการสื่อสาร^๒ ดังนั้นจึงต้องเรียนรู้ประเภทของสื่อต่าง ๆ รวมถึงคุณลักษณะของสื่อ เพื่อให้การสื่อสารนั้นมีประสิทธิภาพและบรรลุวัตถุประสงค์

การสื่อสาร (Communication) มีรากศัพท์ มาจากภาษากรีกว่า Communis แปลว่า ทำให้เหมือน หมายถึง กระบวนการถ่ายทอดข่าวสาร ข้อมูล ความรู้ ประสบการณ์ ความรู้สึก ความคิดเห็น ความต้องการจากผู้ส่งสารโดยผ่านสื่อต่าง ๆ การสื่อสาร คือ การทำให้เกิดความเข้าใจร่วมกันตรงกัน^๓ ซึ่งต่อมาได้นักวิชาการให้ความหมายของการสื่อสารไว้มากมาย ดังนี้ ราชบัณฑิตยสถาน ได้ นิยามความหมายของคำว่า การสื่อสารในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๕๔ ว่าหมายถึง วิธีการนำถ้อยคำ ข้อความ หรือหนังสือจากบุคคลหนึ่งหรือสถานที่หนึ่งไปยังอีกบุคคลหรือสถานที่หนึ่ง ความรู้สึก และความคิดจากผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสาร^๔ การสื่อสารว่าคือ กระบวนการที่ผู้ส่ง (Sender) ทำการส่งผ่านข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับ (Receiver) ด้วยความเข้าใจอันดี^๕ การสื่อสาร คือ กระบวนการในการแลกเปลี่ยน ข่าวสารความคิดเห็น ทศนคติ ระหว่างบุคคลกับบุคคลหรือกลุ่ม บุคคลโดยผ่านทาง การพูด การเขียนกิริยา ท่าทางการแสดงออกเพื่อให้เกิดความเข้าใจ ตรงกันระหว่างผู้ส่งและผู้รับสารมากที่สุด^๖ กล่าวได้ว่า การสื่อสาร ครอบคลุมถึงกระบวนการทุกอย่างที่บุคคลหนึ่งส่งผลกระทบต่อความรู้สึก การเขียน และการพูดเท่านั้น แต่รวมถึงการแสดงและพฤติกรรมทุกอย่างของมนุษย์^๗ การสื่อสารหรือวิชา วาทศิลป์ (Rhetoric) คือการจูงใจทุกรูปแบบการสื่อสารหมายถึงการถ่ายทอดข่าวสารจากที่หนึ่งไปยัง

^๑Wood. J.T., *Communication in Our Lives*, 2nd ed., (Belmont, CA: Wadsworth, 2000), p. 11.

^๒พลศักดิ์ จิรไกรศิริ, **หน่วยที่ ๑๕ การสังเคราะห์การสื่อสารและพลวัตทางการเมือง**, (นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๕๙), หน้า ๓.

^๓Tubbs, S.L. & Moss, S., *Human Communication*, (Boston: Mcgraw – Hill, 2000), p. 4.

^๔ราชบัณฑิตยสถาน, **พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๕๔**, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพมหานคร : ราชบัณฑิตยสถาน, ๒๕๕๖), หน้า ๑๒๔๐.

^๕Lussier, *Effective Leadership*, 3rd ed., (Ohio: South-Western, 2019), p. 221.

^๖Everett M. Roger & F. Floyd Shoemaker, *Communication of Innovation*, (New York: The Free Press, 1971), p. 110.

^๗Warren W. Weaver, *The Mathematical Theory of Communication*, (Urbana. Ill: University of Illinois Press, 1949), p. 95.

อีกทีหนึ่ง^๔ การสื่อสารคือ การแสดงปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ด้วยการใช้สัญลักษณ์ และระบบสาร (Message Systems)^๕ การสื่อสารเป็นกระบวนการ ถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสาร ความคิด อารมณ์ ความรู้สึก ผ่านสัญลักษณ์ เช่น ภาษา ภาพ ตัวเลข ฯลฯ^๖

กล่าวโดยสรุป การสื่อสาร หมายถึง กระบวนการในการส่งสาร หรือแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความคิด ความรู้สึกระหว่างบุคคล เน้นความสัมพันธ์ของมนุษย์ ซึ่งกระบวนการที่เกิดขึ้นนั้นเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีต่อกันของคนหนึ่งหรือกลุ่มหนึ่ง เพื่อจะให้บุคคลอื่นทราบว่าการอะไรหรือ ต้องการสื่อสารอะไร กระบวนการของการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารจากผู้ส่งสาร ไปยังผู้รับสาร โดยผ่านสื่อต่าง ๆ กระบวนการในการส่งสาร หรือแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความคิด ความรู้สึกระหว่างบุคคล เน้นความสัมพันธ์ของมนุษย์ ซึ่งกระบวนการที่เกิดขึ้นนั้นเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีต่อกัน

๒.๑.๒ ความสำคัญของการสื่อสาร

การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิต มนุษย์จำเป็นต้องติดต่อสื่อสารกันอยู่ตลอดเวลา การสื่อสารจึงเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งนอกเหนือจากปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิตของมนุษย์ การสื่อสารมีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์มาก เช่นในปัจจุบันซึ่งได้ชื่อว่าเป็นยุคโลกาภิวัตน์ เป็นยุคของข้อมูลข่าวสาร การสื่อสารก่อให้เกิดการประสานสัมพันธ์กันระหว่างบุคคลและสังคม ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างคนในสังคม ช่วยสืบทอดวัฒนธรรมประเพณี สะท้อนให้เห็นภาพความเจริญรุ่งเรือง วิถีชีวิตของผู้คน ช่วยดำรงสังคมให้อยู่ร่วมกันเป็นปกติสุขและอยู่ร่วมกันอย่างสันติ

การสื่อสารมีความสำคัญ ดังนี้

๑. การสื่อสารมีบทบาทที่สำคัญยิ่งต่อชีวิตประจำวัน ในวันหนึ่งเราใช้การสื่อสารตลอดเวลา ทั้งการสื่อสารกับตนเอง การสื่อสารกับผู้อื่น ตั้งแต่บุคคลในครอบครัว กลุ่มเพื่อนร่วมงาน และทุกกิจกรรมในการดำรงชีวิต จึงสรุปได้ดังนี้

๑) การสื่อสารทำให้เราสามารถรับรู้ความรู้สึกนึกคิดและความต้องการของบุคคลอื่นได้
๒) การสื่อสารทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน เพราะการสื่อสารเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ตั้งแต่การสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว และบุคคลต่าง ๆ ในสังคม

๓) การสื่อสารทำให้เกิดการพักผ่อนหย่อนใจ ความสุนทรีย์ การผ่อนคลายอารมณ์ และเกิดความเพลิดเพลินทางจิตใจ และความสุขในชีวิต

^๔George A. Miller, **Language and Communication**, (New York: McGraw-Hill, 1996), p. 6.

^๕George Gerbner, "W on Defining Communication: Still another View", **W Journal of Communication**, No. 16 (June, 1996): 102.

^๖Berelson & Steiner, **Human Behavior**, (New York: Harcourt Brace and World, 1964), p. 15.

๔) การสื่อสารช่วยในการสร้างเอกลักษณ์ของบุคคล ทำให้เข้าใจตนเองและผู้อื่น รู้จักแสดงออกพฤติกรรมในด้านต่าง ๆ รวมทั้งทำให้รู้จักบทบาทของตนเองและผู้อื่น

๕) การสื่อสารทำให้เกิดการเรียนรู้ การแลกเปลี่ยนความรู้ ส่งผลต่อการพัฒนา ด้านสติปัญญา ความถนัด ความสนใจ ทักษะต่าง ๆ ในการดำเนินชีวิต และมีโลกทัศน์มากขึ้น

๖) การสื่อสารช่วยให้เกิดแรงจูงใจ ทำให้เกิดความหวัง การสร้างกำลังใจและการ สร้างเป้าหมายในชีวิต

๗) การสื่อสารช่วยสอดส่องดูแลสิ่งแวดล้อมและทำให้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ซึ่งเป็นข้อมูลหรือข่าวสาร แล้วมีการนำมาเผยแพร่หรือแลกเปลี่ยนกัน ที่จะทำให้เกิดการรับรู้ ข้อมูล และปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม รวมทั้งยังเป็นการร่วมช่วยกันดูแล และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมด้วย^{๑๑}

๒. ความสำคัญต่อความเป็นสังคม มนุษย์รวมตัวกันเป็นกลุ่มสังคมได้ตั้งแต่สังคมเล็ก ระดับครอบครัวจนถึงสังคมระดับประเทศและระดับโลกได้ ก็เพราะอาศัยการสื่อสารเป็นพื้นฐานเมื่อ มนุษย์อยู่รวมกัน และดำเนินชีวิตร่วมกันมีข้อตกลงร่วมกัน โดยกำหนดเป็นระเบียบ กติกาต่าง ๆ เพื่อ ใช้เป็นกฎเกณฑ์ทางสังคม ทำให้สังคมนั้น ๆ ดำรงอยู่ได้ และมนุษย์ก็ใช้การสื่อสารให้เกิดความ เข้าใจกันอันดีต่อกัน และการที่สังคมมนุษย์ได้รับการพัฒนามาตลอดเวลาและอย่างต่อเนื่อง ก็เพราะ ใช้การสื่อสารเป็นสายใยแห่งการสืบทอดวัฒนธรรม ประเพณี ความรู้สึกนึกคิดของคนรุ่นหนึ่งมาสู่คน อีกรุ่นหนึ่ง

๓. ความสำคัญต่ออุตสาหกรรมและธุรกิจ ภาคอุตสาหกรรมและธุรกิจตั้งแต่ขั้นตอน การตลาด การขาย การจัดหา วัตถุดิบ การวางแผนการผลิต การผลิต การเงิน การบัญชี และการ บริหารงานบุคคล ต้องใช้การสื่อสารทุกขั้นตอน นับตั้งแต่การสื่อสารกันระหว่างบุคคล จนกระทั่งถึง การสื่อสารกับมวลชน เช่น การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ รวมทั้งได้มีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการ สื่อสาร

๔. ความสำคัญต่อการปกครอง การปกครองไม่ว่าจะเป็นการปกครองระดับใด หรือการ ปกครองระบอบใดก็ตามผู้ปกครองและผู้ถูกปกครอง จะต้องมีการตกลงร่วมกันในกฎเกณฑ์หรือ ระเบียบต่าง ๆ ผู้ปกครองต้องเผยแพร่ข่าวสารเหล่านี้ให้ผู้ถูกปกครองทราบทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อความสงบสุขของบ้านเมืองเป็นสำคัญ

๕. ความสำคัญต่อการเมืองและเศรษฐกิจ ทุกประเทศมีการติดต่อสื่อสารกันทั้งทางด้าน การเมือง และเศรษฐกิจ และปัจจุบันมีหน่วยงานหรือองค์กรของแต่ละประเทศ ที่ทำหน้าที่ ติดต่อสื่อสารข่าวสารการเมืองและเศรษฐกิจทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ เพื่อการสร้างเครือข่าย หรือพันธมิตร ซึ่งการสื่อสารมวลชนก็เข้ามามีบทบาทพร้อมด้วยเช่นกัน^{๑๒}

^{๑๑}Davito, J.A., *Human Communication*, 8th ed, (New York: Longman, 2000), p. 6.

^{๑๒}Ibid, p. 8.

การสื่อสารก่อให้เกิดการประสานสัมพันธ์กันระหว่างบุคคลและสังคม ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างคนในสังคม ช่วยสืบทอดวัฒนธรรมประเพณี ช่วยดำรงสังคมให้อยู่ร่วมกันเป็นปกติสุขและอยู่ร่วมกันอย่างสันติ การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาความเจริญก้าวหน้าทั้งตัวบุคคลและสังคม พัฒนาทางสังคมในด้านคุณธรรม จริยธรรม วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ฯลฯ รวมทั้งศาสตร์ในการสื่อสารจำเป็นต้องพัฒนา ให้การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและพัฒนาความเจริญก้าวหน้าในด้านต่าง ๆ

ตารางที่ ๒.๑ สรุปความหมายของการสื่อสาร

นักวิชาการหรือแหล่งข้อมูล	แนวคิดหลัก
Wood. J.T.	การสื่อสาร คือ กระบวนการถ่ายทอดข้อมูลจากคนหนึ่งไปยังอีกคนหนึ่ง หรือกลุ่มคนหนึ่ง เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน
พลศักดิ์ จิรไกรศิริ	การสื่อสารนั้นจะต้องดำเนินการผ่านสื่อต่าง ๆ สื่อมวลชนจึงมีบทบาทสำคัญในการเป็นตัวกลางในการส่งผ่านข้อมูล โดยสื่อในปัจจุบัน แบ่งเป็นสื่อประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อใหม่ ซึ่งเป็นสื่อที่มาพร้อมเทคโนโลยีสมัยใหม่
Tubbs, S.L. & Moss, S.,	การสื่อสาร (Communication) มีรากศัพท์ มาจากภาษากรีกว่า Communis แปลว่า ทำให้เหมือนกัน หมายถึง กระบวนการถ่ายทอดข่าวสาร ข้อมูล ความรู้ ประสบการณ์ ความรู้สึก ความคิดเห็น ความต้องการจากผู้ส่งสารโดยผ่านสื่อต่าง ๆ การสื่อสาร คือ การทำให้เกิดความเข้าใจร่วมกันตรงกัน
ราชบัณฑิตยสถาน	การสื่อสารหมายถึง วิธีการนำถ้อยคำ ข้อความ หรือหนังสือจากบุคคลหนึ่งหรือสถานที่หนึ่งไปยังอีกบุคคลหรือสถานที่หนึ่งความรู้สึก และความคิดจากผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสาร
Lussier	การสื่อสารว่าคือ กระบวนการที่ผู้ส่ง (Sender) ทำการส่งผ่านข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับ (Receiver) ด้วยความเข้าใจอันดี

ตารางที่ ๒.๑ สรุปความหมายของการสื่อสาร (ต่อ)

นักวิชาการหรือแหล่งข้อมูล	แนวคิดหลัก
Everett M. Roger & F. Floyd Shoemaker	การสื่อสาร คือ กระบวนการในการแลกเปลี่ยนข่าวสารความคิดเห็นทัศนคติระหว่างบุคคลกับบุคคลหรือกลุ่มบุคคลโดยผ่านทาง การพูด การเขียนกิริยาท่าทางการแสดงออก เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันระหว่างผู้ส่งและผู้รับสารมากที่สุด

๒.๑.๓ วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

การที่บุคคลจะมาสื่อสารกันนั้นจะพบว่าต่างก็จะต้องมีจุดมุ่งหมายในการที่จะมาทำการแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูลซึ่งกันและกัน^{๑๓} ดังนี้

๑. เพื่อแจ้งให้ทราบ (Inform) ในการทำการสื่อสาร ผู้ทำการสื่อสารควรมีความต้องการที่จะบอกกล่าวหรือชี้แจงข่าวสาร เรื่องราว เหตุการณ์ หรือสิ่งอื่นใดให้ผู้รับสารได้รับทราบ

๒. เพื่อสอนหรือให้การศึกษา (Teach or Education) ผู้ทำการสื่อสารอาจมีวัตถุประสงค์เพื่อจะถ่ายทอดวิชาความรู้ หรือเรื่องราวเชิงวิชาการ เพื่อให้ผู้รับสารได้มีโอกาสพัฒนาความรู้ให้เพิ่มพูนยิ่งขึ้น

๓. เพื่อสร้างความพอใจหรือให้ความบันเทิง (Please or Entertain) ผู้ทำการสื่อสารอาจใช้วัตถุประสงค์ในการสื่อสารเพื่อสร้างความพอใจหรือให้ความบันเทิงแก่ผู้รับสาร โดยอาศัยสารที่ตนเองส่งออกไป ไม่ว่าจะเป็นรูปของการพูด การเขียน หรือการแสดงกิริยาต่าง ๆ

๔. เพื่อเสนอหรือชักจูงใจ (Propose or Persuade) ผู้ทำการสื่อสารอาจใช้วัตถุประสงค์ในการสื่อสารเพื่อให้ข้อเสนอแนะ หรือชักจูงใจในสิ่งใดสิ่งหนึ่งต่อผู้รับสาร และอาจชักจูงใจให้ผู้รับสารมีความคิดคล้อยตาม หรือยอมปฏิบัติตามการเสนอแนะของตน

๕. เพื่อเรียนรู้ (Learn) วัตถุประสงค์นี้มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับผู้รับสาร การแสวงหาความรู้ของผู้รับสาร โดยอาศัยลักษณะของสาร ในกรณีนี้มักจะเป็นสารที่มีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับวิชาความรู้เป็นการหาความรู้เพิ่มเติมและเป็นการทำความเข้าใจกับเนื้อหาของสารที่ผู้ทำการสื่อสารถ่ายทอดมาถึงตน

๖. เพื่อกระทำหรือตัดสินใจ (Dispose or Decide) ในการดำเนินชีวิตมีสิ่งหนึ่งที่ต้องกระทำอยู่เสมอก็คือ การตัดสินใจกระทำการอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งการตัดสินใจนั้นอาจได้รับการเสนอแนะ

^{๑๓}Schramm, W., *Nature of Communication Between Humans*, (Urbana IL: University of Illinois, 1974), p. 19.

หรือชักจูงใจให้กระทำอย่างนั้นอย่างนี้จากบุคคลอื่นอยู่เสมอ ทางเลือกในการตัดสินใจจึงขึ้นอยู่กับข้อเสนอแนะนั้น ๆ

การสื่อสารจะประสบความสำเร็จตรงตามจุดประสงค์หรือไม่ผู้ส่งสารควรคำนึงถึงหลักการสื่อสาร ดังนี้

๑. ผู้ที่จะสื่อสารให้ได้ผลและเกิดประโยชน์ จะต้องทำความเข้าใจเรื่ององค์ประกอบในการสื่อสาร และปัจจัยทางจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับระบบการรับรู้ การคิด การเรียนรู้ การจำ ซึ่งมีผลต่อประสิทธิภาพในการสื่อสาร

๒. ผู้ที่จะสื่อสารต้องคำนึงถึงบริบทในการสื่อสาร หมายถึง สิ่งที่อยู่แวดล้อมที่มีส่วนในการกำหนดรู้ความหมายหรือความเข้าใจในการสื่อสาร

๓. คำนึงถึงกรอบแห่งการอ้างอิง มนุษย์ทุกคนจะมีพื้นความรู้ทักษะ เจตคติ ค่านิยม สังคม ประสบการณ์ หรือภูมิหลังแตกต่างกัน ถ้าผู้สื่อสารได้มีกรอบแห่งการอ้างอิงคล้ายกันใกล้เคียงกันจะทำให้การสื่อสารง่ายขึ้น

๔. การสื่อสารจะมีประสิทธิผล เมื่อผู้ส่งสารส่งสารอย่างมีวัตถุประสงค์ชัดเจน ผ่านสื่อหรือช่องทางที่เหมาะสม ถึงผู้รับสารที่มีทักษะในการสื่อสารและมีวัตถุประสงค์สอดคล้องกัน

๕. ผู้ส่งสารและผู้รับสาร ควรเตรียมตัวและเตรียมการล่วงหน้า เพราะจะทำให้การสื่อสารราบรื่น สะดวก รวดเร็ว เป็นไปตามวัตถุประสงค์และสามารถแก้ไขได้ทันทั้งที่

๖. คำนึงถึงการใช้ทักษะ ภาษาเป็นสัญลักษณ์ที่มนุษย์ตกลงใช้ร่วมกันในการสื่อความหมาย ซึ่งถือได้ว่าเป็นหัวใจในการสื่อสาร ผู้สื่อสารต้องศึกษาและสามารถใช้ภาษาให้เหมาะสมกับกาลเทศะ บุคคล เนื้อหาของสาร และช่องทางหรือสื่อที่ใช้ในการสื่อสาร

๗. คำนึงถึงปฏิกิริยาตอบกลับตลอดเวลา ถือเป็นการประเมินผลการสื่อสาร ที่จะทำให้ผู้สื่อสารรับรู้ผลของการสื่อสารว่าประสบผลตรงตามวัตถุประสงค์หรือไม่ ควรปรับปรุงเปลี่ยนแปลงหรือแก้ไขข้อบกพร่องใด เพื่อที่จะทำให้การสื่อสารเกิดผลตามที่ต้องการ

การที่บุคคลจะมาสื่อสารกันนั้นจะพบว่าแน่นอนทั้ง ๒ ฝ่าย ต่างก็จะต้องมีจุดมุ่งหมายในการที่จะมาทำการแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูลซึ่งกันและกัน ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารกลุ่มเล็ก การสื่อสารสาธารณะหรือการสื่อสารมวลชนก็ตาม เปรียบกันง่าย ๆ ก็เหมือนกับการรวมตัวกันของคนทีบุคคลที่มารวมตัวกันนั้นย่อมมีวัตถุประสงค์ว่ามารวมตัวกันเพื่ออะไร สามารถผู้ส่งสารและผู้รับสารมีวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร ดังต่อไปนี้

ก. วัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร

๑. เพื่อแจ้งให้ทราบ (Inform) ผู้ทำการสื่อสารมีความต้องการที่จะบอกกล่าวหรือชี้แจงข่าวสาร เรื่องราว เหตุการณ์ หรือสิ่งอื่นใดให้ผู้รับสารได้รับทราบ

๒. เพื่อสอนหรือให้การศึกษา (Teach or Education) ผู้ทำการสื่อสารอาจมีวัตถุประสงค์เพื่อจะถ่ายทอดวิชาความรู้ หรือเรื่องราวเชิงวิชาการ

๓. เพื่อสร้างความพอใจหรือให้ความบันเทิง (Please or Entertain) เพื่อสร้างความพอใจ หรือให้ความบันเทิงแก่ผู้รับสาร โดยอาศัยสารที่ตนเองส่งออกไป

๔. เพื่อเสนอหรือชักจูงใจ (Propose or Persuade) ผู้สื่อสารอาจใช้เพื่อให้ข้อเสนอแนะหรือชักจูงใจในสิ่งใดสิ่งหนึ่งต่อผู้รับสาร หรือยอมปฏิบัติตามการเสนอแนะของตน

๕. เพื่อเรียนรู้ (Learn) วัตถุประสงค์นี้มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับผู้รับสาร การแสวงหาความรู้ของผู้รับสาร โดยอาศัยลักษณะของสาร เป็นสารที่มีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับวิชาความรู้

๖. เพื่อกระทำหรือตัดสินใจ (Dispose or Decide) ซึ่งการตัดสินใจนั้นอาจได้รับการเสนอแนะ ชักจูงใจ หรือเป็นทางเลือกในการตัดสินใจ ซึ่งขึ้นอยู่กับข้อเสนอแนะนั้น

ข. วัตถุประสงค์ของผู้รับสาร

ในส่วนของผู้รับสารนั้นเมื่อได้เข้าร่วมในกิจกรรมทางการสื่อสารกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารระดับใดก็ตาม ผู้รับสารก็จะมีวัตถุประสงค์หรือความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างจากการสื่อสารโดยผู้รับสารจะมีวัตถุประสงค์หลัก ๆ ในการทำการสื่อสารดังนี้

๑. เพื่อทราบ (Understand) ในการเข้าร่วมกิจกรรมทางการสื่อสาร ที่ผู้รับสารต้องการจะทราบเรื่องราว ข่าวสาร ข้อมูล เหตุการณ์ หรือสิ่งอื่น ๆ ที่มีผู้แจ้งหรือรายงานให้ทราบ เป็นการยืนยันความถูกต้องของข่าวสารที่ตนมีอยู่ให้เกิดความมั่นใจยิ่งขึ้น

๒. เพื่อเรียนรู้ (Learn) หมายถึง การแสวงหาความรู้ของผู้รับสารจากการสื่อสาร ลักษณะของสารมักจะเป็นสารที่มีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับวิชาความรู้และวิชาการ เป็นการหาความรู้เพิ่มเติม

๓. เพื่อหาความพอใจ (Enjoy) โดยทั่วไปแล้วจะทำการสื่อสารเพื่อให้ทราบข่าวคราวเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม และยังมีความต้องการความบันเทิงด้วย เช่น อาจจะสื่อสารด้วยการฟังเพลง อ่านหนังสือพิมพ์หรือคอลัมน์บันเทิงต่าง ๆ ชมรายการโทรทัศน์บ้าง เกมโชว์บ้าง เป็นต้น

๔. เพื่อประกอบการตัดสินใจหรือเพื่อการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ในการตัดสินใจนั้นย่อมจะมีการศึกษาทางเลือกว่าทางเลือกไหนจะดีกว่ากัน ขึ้นอยู่กับว่าข้อเสนอแนะนั้น ๆ

จากสิ่งที่กล่าวมาข้างต้นนั้น จะเห็นได้ว่าทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างก็มีวัตถุประสงค์และความต้องการของตนเอง เมื่อใดก็ตามที่วัตถุประสงค์หรือความต้องการของทั้ง ๒ ฝ่ายสอดคล้องต้องกัน การสื่อสารครั้งนั้นก็จะประสบผลสำเร็จ ในทางตรงกันข้ามเมื่อใดก็ตามที่วัตถุประสงค์หรือความต้องการของทั้ง ๒ ฝ่าย ไม่สอดคล้องต้องกันหรือขัดแย้งกันการสื่อสารก็จะประสบความล้มเหลว ซึ่งเป็นการพิจารณาในด้านความหมายที่ว่า การสื่อสารเป็นการส่งสารเพื่อก่อให้เกิดผลตามเจตนารมณ์ของผู้ส่งสารที่ใช้กันอยู่ทั่วไป แต่ถ้าหากมองกันในอีกความหมายหนึ่งว่าเป็นการถ่ายทอดข่าวสารจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง ก็ถือว่ามี การสื่อสารเกิดขึ้นแล้ว ยิ่งหากว่ารวมไปถึงการรับสาร ปฏิกริยาตอบกลับ (Feedback) และปฏิกริยาที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารมีต่อกัน (Interaction) แล้วมีลักษณะของ Two - way Communication แม้วัตถุประสงค์ไม่สอดคล้องต้องกัน ก็ไม่ถือว่าเป็นการสื่อสารที่ล้มเหลว แต่ถือว่ามี การสื่อสารเกิดขึ้นแล้วเช่นเดียวกัน

๒.๑.๔ ประเภทของการสื่อสาร

การสื่อสารของมนุษย์ จำแนกได้ ๓ ประเภท ดังนี้ การสื่อสารตามจำนวนหรือลักษณะของผู้รับสาร การสื่อสารตามทิศทางและการสื่อสารตามวิธีการ ทั้งนี้จะกล่าวรายละเอียดประเภทของการสื่อสารตามลำดับ ดังนี้

๑. การสื่อสารตามจำนวนหรือลักษณะของผู้รับสาร แบ่งออกเป็น ๗ ประเภท ได้แก่

๑) การสื่อสารภายในบุคคล (Intra-personal Communication) คือ การสื่อสารของบุคคลคนเดียว เช่น การคิดถึงเรื่องราวต่าง ๆ การร้องเพลงฟังคนเดียว การเขียนแล้วอ่านคนเดียว เป็นต้น

๒) การสื่อสารระหว่างบุคคล (Inter-personal Communication) คือ การสื่อสารที่ประกอบด้วยบุคคลตั้งแต่สองคนสื่อสารกันอย่างมีวัตถุประสงค์ หรือเพื่อความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

๓) การสื่อสารกลุ่มย่อย (Small-group Communication) คือ การสื่อสารระหว่างบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไป มารวมกันเพื่อการประชุมหรือทำกิจกรรมใด ๆ มีการแสดงกริยาโต้ตอบกัน

๔) การสื่อสารกลุ่มใหญ่ (Large-group Communication) คือ การสื่อสารระหว่างคนจำนวนมาก ซึ่งอยู่ในที่เดียวกันหรือใกล้เคียงกัน เช่น การอภิปรายในห้องประชุม การพูดหาเสียง การสอนนักศึกษา โอกาสที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารจะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันโดยตรงมีน้อย

๕) การสื่อสารในองค์กร (Organization Communication) คือ การสื่อสารระหว่างบุคคลที่เป็นสมาชิกขององค์กรหรือหน่วยงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรหรือหน่วยงาน

๖) การสื่อสารมวลชน (Mass Communication) คือ การสื่อสารกับมวลชนจำนวนมากในขณะเดียวกันพร้อม ๆ กัน โดยมีสมาชิกของมวลชนแต่ละคนอยู่ในที่ต่างกัน เพื่อให้ข่าวสารไปถึงมวลชนได้พร้อมกัน จึงต้องสื่อที่เข้าถึงประชาชนจำนวนมากในเวลาอันรวดเร็ว

๗) การสื่อสารระหว่างประเทศ (International Communication) คือ การสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีความแตกต่างกันในเรื่อง เชื้อชาติ ภาษา วัฒนธรรม การเมือง หรือสังคมระหว่างประเทศต่าง ๆ

๒. การสื่อสารตามทิศทาง

๑) การสื่อสารจากบนลงล่าง (Up-Down) ได้แก่ การสื่อสารจากบุคคลที่มีตำแหน่งหรือสถานภาพสูงกว่า ไปยังบุคคลที่มีตำแหน่งหรือสถานภาพต่ำกว่า เช่น มีคำสั่งหรือข่าว แจ้งให้ทราบจากพ่อแม่ไปยังลูก หรือจากหัวหน้างานไปยังลูกน้อง เป็นต้น

๒) การสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Down-Flow) ได้แก่ การสื่อสารจากบุคคลที่มีตำแหน่งหรือสถานภาพต่ำกว่า ไปยังบุคคลที่มีตำแหน่งหรือสถานภาพสูงกว่า เช่น นิสิตทำบันทึกเรื่องลงทမ်းเรียนเสนอขออนุญาตจากอาจารย์ที่ปรึกษา ตามลำดับ

๓) การสื่อสารในแนวราบ (Horizontal Flow) ได้แก่ การสื่อสารในระดับเดียวกันจากบุคคลที่มีตำแหน่งหรือสถานภาพในระดับเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน เช่น นิสิตคุยกับเพื่อนก่อนเข้าห้องเรียน นักการเมืองปรึกษาหารือก่อนแถลงนโยบายพรรค เป็นต้น

๔) การสื่อสารแบบผสม (Mix Flow) ได้แก่ การสื่อสารทางโทรศัพท์หลายสาย หรือ การจัดประชุมทางวีดิทัศน์ (Video Teleconference) การประชุมออนไลน์ (Online) ซึ่งเป็นการสื่อสารหลายทิศทาง และนำสื่อที่ทันสมัยมาใช้ในการสื่อสารด้วย

๓. การสื่อสารตามวิธีการ แบ่งเป็น ๓ ประเภท

๑) การสื่อสารทางเดียว (One - way Communication) ได้แก่ การออก คำสั่งหรือ แจ้งให้ทราบจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร โดยผู้รับสารไม่มีโอกาสสอบถามหรือตอบโต้กลับ เช่น หัวหน้างานสั่งงานลูกน้อง ผู้จัดการมีประกาศห้ามสูบบุหรี่ในที่ทำงาน เป็นต้น

๒) การสื่อสารสองทาง (Two - way Communication) ได้แก่ การแจ้งข่าวและ ข้อมูลให้ทราบจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร และเปิดโอกาสให้ผู้รับสารซักถามได้ เช่น ประธานรุ่นพี่ได้ เรียกน้อง ๆ ทุกชั้นปีประชุม เพื่อแจ้งข่าวคราวเกี่ยวกับกิจกรรมของคณะฯ และเปิดโอกาสให้น้อง ๆ ได้ ซักถาม หรืออาจารย์ได้ชี้แจงมอบหมายงานกลุ่ม และให้สมาชิกกลุ่มได้ซักถามข้อสงสัยต่าง ๆ

๓) การสื่อสารแบบผสม (Mix - way Communication) ได้แก่ การออกคำสั่งหรือ แจ้งข่าวและข้อมูลให้ทราบจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร โดยใช้สื่อหรือมีปฏิสัมพันธ์กับข้อมูล ได้ เช่น อาจารย์สั่งงานทางอินเทอร์เน็ตและให้นักศึกษาส่งงานผ่านอินเทอร์เน็ต มหาวิทยาลัยแจ้งข่าว ประชาสัมพันธ์ผ่านเสียงตามสาย โทรศัพท์วงจรปิด หรือเว็บของมหาวิทยาลัย เป็นต้น

๒.๑.๕ รูปแบบของการสื่อสาร

การสื่อสารสามารถแบ่งได้หลายประเภทดังรายละเอียดข้างต้น และจัดแบ่งตาม สัญลักษณ์ก็สามารถแบ่งได้เป็น ๒ รูปแบบ ดังนี้

๑. การสื่อสารที่ใช้ถ้อยคำหรือการสื่อสารเชิงวจนะ (Verbal Communication) คือ ภาษาพูดและภาษาเขียนที่เป็นถ้อยคำของมนุษย์ในแต่ละกลุ่มสังคม หรือชาติ สร้างขึ้นโดยมีข้อตกลง ร่วมกันเพื่อว่าภาษาเหล่านั้นแทนมโนภาพของสิ่งต่าง ๆ ภาษาพูดพูดจะใช้เสียงพูดเป็นถ้อยคำ และ ภาษาเขียนจะใช้ตัวอักษรประสมเป็นถ้อยคำ “ภาษาถ้อยคำจึงเป็นภาษาที่มนุษย์สร้างขึ้นอย่างมีระบบ มีหลักเกณฑ์ทางภาษาหรือไวยากรณ์ ซึ่งคนในสังคมนั้นต้องเรียนรู้ที่จะเข้าใจและใช้ภาษาในการฟัง พูด อ่าน เขียนและคิด^{๑๔}

๒. การสื่อสารที่ไม่ใช้ภาษาถ้อยคำ หรือการสื่อสารเชิงอวัจนะ (Non -verbal Communication) ได้แก่ การใช้ท่ากิริยาท่าทางที่เรียกว่า “ภาษากาย” ซึ่งเป็นการแสดง พฤติกรรมต่าง ๆ ออกมาให้เห็นส่วนวัตถุและสัญลักษณ์ต่าง ๆ นั้น เรียกว่า “ภาษาวัตถุ” ซึ่งเป็นการ สื่อสารเพื่อความเข้าใจที่ตรงกัน ได้แก่

๑) ภาษากาย (Physical Language) ประกอบด้วย (๑) สายตา (Eye Contact) เช่น การมอง การสบตา การจ้อง เป็นการสะท้อนถึงความรู้สึกของผู้พูดได้ (๒) การแสดงสีหน้า (Facial

^{๑๔}มัลลิกา คณานุรักษ์, จิตวิทยาการสื่อสารของมนุษย์, (กรุงเทพมหานคร : โอเดียน สโตร์, ๒๕๔๗),

Expression) ได้แก่ การแสดงออกทางสีหน้าอันแสดงถึงลักษณะอารมณ์ (๓) การแสดงอากัปกิริยาท่าทาง (Gestures) ได้แก่ การใช้ส่วนของอวัยวะของร่างกายเคลื่อนไหว เช่น การก้มมือ การชูสามนิ้ว การพยักหน้า เป็นต้น (๔) ระยะห่างของบุคคล (Personal Space) ได้แก่ การรักษาระยะห่างของร่างกายระหว่างบุคคล ซึ่งแสดงถึงระดับความสัมพันธ์ของบุคคลได้ เช่น ถ้าบุคคลใดชอบพอกันหรือสนิทสนมกันก็จะนั่งใกล้ชิดกัน เป็นต้น

๒) ภาษาวัตถุ (Object Language) คือ การตีความหมายของวัตถุและสัญลักษณ์ต่าง ๆ เพื่อสื่อความหมายไปยังผู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น บุคคลที่มีโครงสร้างสูง ใหญ่ จะสื่อความหมายถึงความแข็งแรง ความน่าเกรงขาม บุคลิกภาพ (Personality) บุคคลจะเลือกใช้วัตถุลักษณะต่าง ๆ มาประกอบเป็นบุคลิกภาพของตนเอง เช่น เสื้อผ้าสีสรรค์ต่าง ๆ แบบรูปทรง ตลอดจน รองเท้า กระเป๋า ซึ่งสื่อถึงความหมายของนิสัย ค่านิยม รสนิยม และความเป็นระเบียบเรียบร้อย ซึ่งประกอบเป็นบุคลิกภาพของบุคคล วัตถุประเภทที่มีความหมายเฉพาะ (Specific) และความหมายไม่เฉพาะเจาะจง (Non Specific) เช่น ดอกมะลิ สื่อความหมายถึง พระคุณของแม่ ดอกกุหลาบ สื่อความหมายถึงความรัก ดอกบัว สื่อความหมายถึง การระลึกถึงคุณของพระพุทธ พระธรรม และพระสงฆ์

๓) ภาษาธรรมเนียมและมารยาท (Etiquette and Manners) ภาษาธรรมเนียมและมารยาท เป็นการแสดงพฤติกรรมตามธรรมเนียมและมารยาทของสังคมนั้น เช่น ธรรมเนียมไทย “ใครไปถึงเรือนชานต้องต้อนรับ” เป็นต้น^{๑๕}

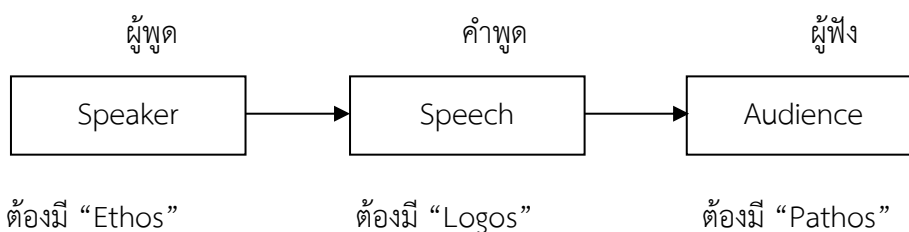
๒.๑.๖ องค์ประกอบของการสื่อสาร

แบบจำลองการสื่อสาร ด้วยองค์ประกอบสำคัญ ๓ ประการ คือ ผู้พูด (Speaker) คำพูด (Speech) และผู้ฟัง (Audience) โดยจะประสบผลสำเร็จได้นั้น ต้องมีองค์ประกอบเอื้ออำนวยของแต่ละองค์ประกอบสำคัญ คือ ผู้พูดจะต้องมีสิ่งที่เรียกว่า “Ethos” คือ กฎเกณฑ์ความประพฤติ ซึ่งคำว่า Ethos นี้มักใช้คำรวม ๆ ว่า “จริยธรรม” ตรงกับภาษาอังกฤษว่า Ethnicity^{๑๖} จึงจะถือว่าเป็นผู้มีบุคลิกภาพที่ดีในการสื่อสาร ซึ่งตัวคำพูดนั้นก็จะต้องมีสิ่งที่เรียกว่า “Logos” หรือมีตรรกความเป็นเหตุเป็นผลที่น่าเชื่อถือ เรียกว่า “Logic” นั่นเอง ส่วนทางด้านคนฟังหรือผู้รับสารคำพูด ก็จะต้องมีอารมณ์ความรู้สึกที่เรียกว่า “Pathos” (Emotional Feeling) นั่นเอง การสื่อสารก็จะเป็นไป^{๑๗} ดังแผนภาพ

^{๑๕}ชวนะ ภวภานันท์, “การศึกษารัฐศาสตร์แนวทางการสื่อสาร”, ใน เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและวิธีการศึกษาทางรัฐศาสตร์, (นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๔๘), หน้า ๑๕๘.

^{๑๖}กิริติ บุญเจือ, ปรัชญาและศาสนาเซนต่อจอห์นเลมตัน เริ่มรู้จักปรัชญา, (กรุงเทพมหานคร : แผนกพิมพ์และผลิตเอกสาร มหาวิทยาลัยเซนตจอห์น, ม.ป.พ.), หน้า ๖๔.

^{๑๗}ชวนะ ภวภานันท์, “การศึกษารัฐศาสตร์แนวทางการสื่อสาร”, ใน เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและวิธีการศึกษาทางรัฐศาสตร์, หน้า ๑๕๗.



แผนภาพที่ ๒.๑ แบบจำลองการสื่อสารของอริสโตเติล^{๑๘}

จากแบบจำลองของอริสโตเติลดังกล่าว เรย์ โรเบิร์ต ได้ขยายแบบจำลองของการสื่อสารจากแบบจำลองของ อริสโตเติล ออกมาอีกให้ชัดเจนยิ่งขึ้น^{๑๙} จนน่าจะเป็นที่มาของแบบจำลองการสื่อสารของเดวิด เค เบอร์โล ในเวลาต่อมาก็ได้ ดังนี้



ต้องมี “Ethos”	ต้องมี “Logos”	ต้องมี “Pathos”
คือ บุคลิกภาพ ที่เข้าถึงผู้ฟังได้ ซึ่งได้แก่	คือ “Content” สารเนื้อหา ได้แก่	คือ การเข้าถึงสาระได้ทางอารมณ์รู้สึก (Emotional Approach)
- ความรู้ (Knowledge) - ค่านิยม (Values) - ความรู้สึก (Feelings) - ทักษะการสื่อสาร (การพูด) (Communication Skills) - อื่น ๆ	- การเรียบเรียงหรือบรู้งแต่ง (Arrangement) - การส่งมอบสาร (Delivery) -เค้าโครงความคิด (Outline of Ideas) - ภาษา (Language) - การยกตัวอย่าง (Example)	- วิธีการเข้าถึง (Approach) - ความรู้ (Knowledge) - ประสบการณ์ (Experience) - ค่านิยม (Values) - ความรู้สึก (Feelings) - ทักษะการฟัง (Communication Skills) - อื่น ๆ

แผนภาพที่ ๒.๒ แบบจำลองการสื่อสารของ เรย์ โรเบิร์ต^{๒๐}

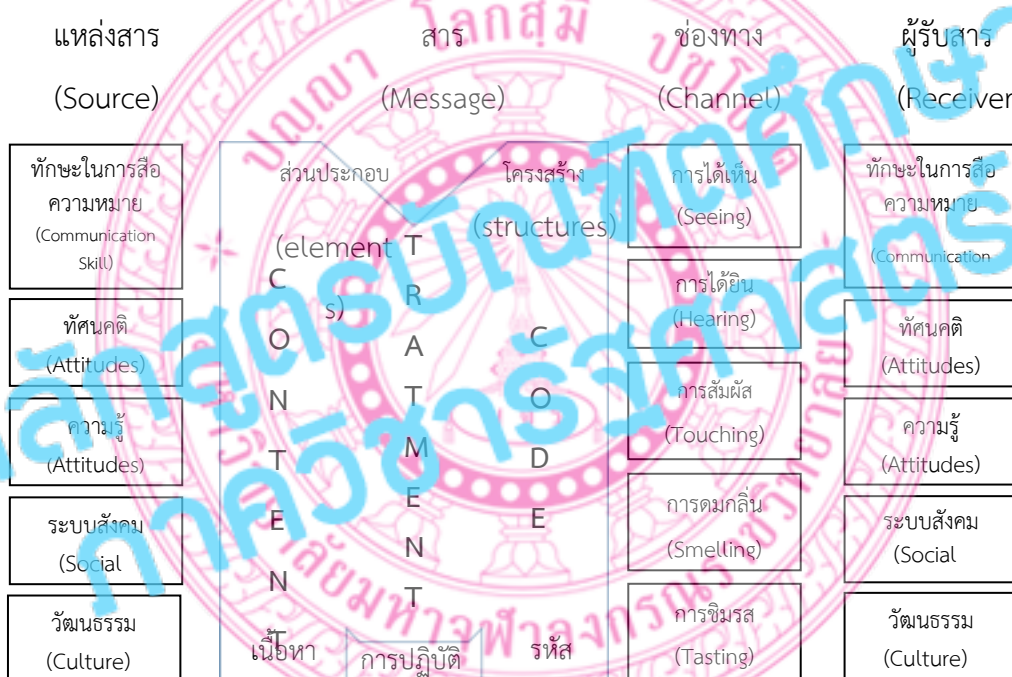
^{๑๘}กิริติ บุญเจือ, ปรัชญาและศาสนาเซนต์จอห์นเล่มต้น เริ่มรู้จักปรัชญา, หน้า ๖๔.

^{๑๙}Ray Robert. *Rhetorica, The Work of Aristotle* W.D. Rossed, (London: Oxford University, 1964), p. 5.

^{๒๐}Ibid, p. 5.

ทฤษฎีการสื่อสาร ศึกษาการเมืองหรือรัฐศาสตร์เช่นเดียวกับวิชาการอื่น ๆ เช่นเดียวกับที่นักรัฐศาสตร์ หรืองานศึกษาทางการเมืองซึ่งอ้างสมัยกรีก สมัยกลาง สมัยฟื้นฟู ศิลปวิทยาของตะวันตกและสมัยปัจจุบัน ว่าไม่มีความแตกต่างอะไรเลย ทั้งที่แท้จริงปรากฏการณ์หรือสภาพการณ์ทางการเมืองหรือรัฐศาสตร์แต่ละช่วงสมัยมีความแตกต่างกัน ซึ่งความแตกต่างสำคัญอยู่ที่สำนึกของความเป็นนักรัฐศาสตร์ที่ต้องมองให้ทะลุไปไกลกว่าการอ้างความจำเป็น

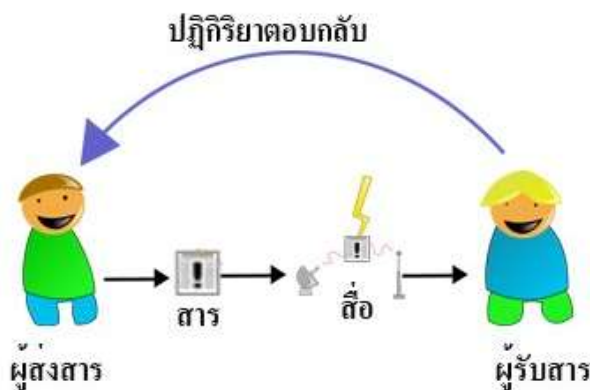
ในทางการสื่อสารก็เช่นกัน ตัวแบบจำลองการสื่อสารของ เดวิด เค เบอร์โล ที่มองว่ากระบวนการสื่อสารจะต้องประกอบด้วยองค์ประกอบทั้ง ๔ ดังต่อไปนี้ คือ ผู้ส่งสาร สาร สื่อ หรือช่องทาง และผู้รับสาร^{๒๑} ดังแผนภาพ



แผนภาพที่ ๒.๓ แบบจำลองการสื่อสาร ของ เดวิด เค เบอร์โล^{๒๒}

^{๒๑}David K. Berlo, *The Process of Communication*, (New York: Holf. Rinehart and Winston Inc., 1960), p. 40.

^{๒๒}Ibid, P. 41.



แผนภาพที่ ๒.๔ กระบวนการสื่อสาร (Communication Process)^{๒๓}

นักการสื่อสารที่นักวิชาการได้กล่าวขวัญมากที่สุด คือ ใช้การศึกษาของนักรัฐศาสตร์ชาวอเมริกันที่สนใจเรื่องการสื่อสารอย่างมาก นั่นก็คือ ฮาโรลด์ ดี. ลาสเวลล์ (Harold D. Lasswell) เห็นว่าการสื่อสารทุกครั้งจะมีผลกระทบเรียกว่า “Effect” เกิดขึ้นเสมอจากแบบจำลองการสื่อสารที่สร้างขึ้นหลังศึกษาการใช้สื่อเพื่อการโฆษณาชวนเชื่อในระหว่างสงครามโลกครั้งที่สองเมื่อปี ๑๙๔๘ เป็นการมองกระบวนการสื่อสารในเชิงพฤติกรรมด้วยองค์ประกอบที่เขาตั้งเป็นคำถามง่าย ๆ เพื่อให้เห็นการเริ่มต้นของการสื่อสารและจุดหมายปลายทางที่เด่นชัด^{๒๔} คือ

จากการวิจารณ์ในจุดอ่อนของแบบจำลองการสื่อสารของ ลาสเวลล์ ในเรื่องผู้ส่งสารที่ตามแนวคิดของ ลาสเวลล์ แล้วต้องมีอยู่จริง คือ มีตัวตนอยู่และข่าวสารหรือตัวสารจะต้องมีวัตถุประสงค์ทุกครั้ง ซึ่งความจริงเป็นไปได้ยาก เพราะมีปัจจัยสภาพแวดล้อมและผลสะท้อนกลับ (Feedback) มาเกี่ยวข้องด้วย ซึ่งลาสเวลล์ไม่ได้กล่าวถึงจึงเป็นที่มาของการเกิดการศึกษาวิจัยอีกหลายแนวทาง เช่น

๑. การศึกษาเกี่ยวกับตัวผู้ส่งสาร ว่ามีปัจจัยใดในตัวผู้ส่งสารที่มีต่ออิทธิพลของการสื่อสารหรือส่งสาร เรียกว่า การวิเคราะห์การควบคุม (Control Analysis)

๒. การศึกษาเกี่ยวกับชนิดประเภทของเนื้อหาสาร ที่ผู้ส่งสารส่งออกไปว่ามีผลต่อการสื่อสารแง่ใดบ้าง เรียกว่า การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

^{๒๓}เกียรติพงษ์ อุดมธนะธีระ, กระบวนการติดต่อสื่อสาร (Communication Process), [ออนไลน์], แหล่งที่มา : <https://www.iok2u.com/article/business-administrator/communication-process> [๑๕ มีนาคม ๒๕๖๗].

^{๒๔}Harold, D. Lasswell, “The Structure and Function of Communication in Society”, in Lyman Bryson (ed), *The Communication of Ideas*, (New York: The Macmillan Company, 1948), p. 42.

๓. การศึกษาสื่อที่ใช้ในการสื่อสาร ด้วยการพิจารณาประสิทธิภาพของสื่อแต่ละชนิดแต่ละประเภทว่าสื่อ นั้น ๆ มีอิทธิพลต่อผู้รับสารและความเหมาะสมของการใช้สื่อว่าเป็นอย่างไรหรือไม่ เรียกว่า การวิเคราะห์สื่อ (Media Analysis)

๔. การศึกษาวิเคราะห์ผู้รับสารด้วยการพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ ที่จะมีผลหรืออิทธิพลต่อการรับรู้ การตีความ และการเข้าใจในสารหลังได้รับสารจากผู้ส่งสารที่ส่งออกไปแล้ว ว่ามีความสนใจในการเปิดรับจากสื่อต่าง ๆ ของผู้รับสารขนาดไหน ระดับใด เรียกว่า การวิเคราะห์ผู้รับสาร (Audience Analysis)

๕. การศึกษาวิเคราะห์ผลการสื่อสาร ด้วยการดูผลของการสื่อสารในแต่ละครั้งแต่ละช่วงว่า การสื่อสารที่เกิดขึ้นนั้นดำเนินไปก่อให้เกิดผล เรียกว่า การวิเคราะห์ผลการสื่อสาร (Effect Analysis)

นอกจาก ฮาโรลด์ ลาสเวลล์ แล้ว นักวิชาการทางการสื่อสารที่สนใจเรื่องกระบวนการสื่อสารที่มีผลกระทบต่อบุคคลและสภาพแวดล้อมของบุคคลที่เกี่ยวข้องคนสำคัญที่มีถูกนำมากล่าวอ้างก็คือ เอเวอร์ เรท เอ็ม โรเจอร์ (Everett M. Rogers) ที่สรุปองค์ประกอบพื้นฐานของการสื่อสารไว้ ๖ อย่าง คือ

๑. ผู้ส่งสาร (Sender of Source)

๒. สาร (Message)

๓. สื่อหรือช่องทาง

๔. ผู้รับสาร

๕. ผลกระทบ

๖. ผลย้อนกลับ

โดยมีรายละเอียดแต่ละองค์ประกอบ^{๒๕} ดังนี้

๑. ผู้ส่งสาร คือ เป็นจุดเริ่มต้นของการสื่อสาร โดยให้ความหมายไปที่บุคคลตั้งแต่หนึ่งคนขึ้นไป หรือกลุ่มบุคคล คือ จำนวนตั้งแต่ ๒ คนขึ้นไปมาร่วมกันกระทำกิจกรรมทางการสื่อสารเพื่อให้บรรลุ วัตถุประสงค์ของกลุ่ม เช่น การสัมมนา การอภิปรายกลุ่ม ต้องสื่อสารเพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจ ความร่วมมือ และให้การสนับสนุน เช่น การสื่อสารทั้งสื่อมวลชนวิทยุและโทรทัศน์จะประกอบ ด้วยฝ่ายผลิตรายการ ฝ่ายข่าว ฝ่ายเทคนิค/ฝ่ายโฆษณา สำหรับการประชาสัมพันธ์ผู้ส่งสารก็จะตกแก่หน้าที่ของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ไป

๒. สาร คือ ข่าวสารที่ผู้ส่งสารมุ่งแลกเปลี่ยนกันกับผู้รับสาร เพื่อให้เกิดการรับรู้ร่วมกัน ซึ่งเป็นตัวแทนความรู้สึกรู้สึกนึกคิดของผู้ส่งสารที่แสดงออกมาในรูปสัญญาณ (Sign) หรือสัญลักษณ์ (Symbol) เช่น คำพูด ภาษา ตัวหนังสือ ตัวเลข รูปภาพ เครื่องหมาย แสง สี เสียง ฯลฯ สาร จึงเป็น

^{๒๕}ชวนะ ภวภานันท์, “การศึกษารัฐศาสตร์แนวทางการสื่อสาร”, ใน เอกสารการสอนชุดวิชาหลัก และวิธีการศึกษาทางรัฐศาสตร์, หน้า ๑๕๘.

ตัวเราในการทำให้ผู้รับสารเกิดการรับรู้ต่อข่าวสารนั้น ๆ และแสดงปฏิกิริยาตอบสนอง มีองค์ประกอบสำคัญต่อไปนี้

๒.๑ รหัสสาร (Message Codes)

๒.๒ เนื้อหาของสาร (Message Content)

๒.๓ การจัดเรียงลำดับสาร (Message Treatment)

๑) รหัสสาร นั้นจะอยู่ในรูปของภาษา (Language) สัญลักษณ์ (Symbol) หรือ สัญญาณ (Sign) ที่ถูกแสดงออกมาได้ทั้งภาษาพูด (Verbal) ภาษาเขียน (Verbal Message Codes) และที่ไม่ใช่ภาษาเขียน (Nonverbal Message Codes) เช่น กิริยาท่าทางอาการต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งผู้ส่งสารจะอาศัยระบบสังคม วัฒนธรรม สภาพถิ่นที่อยู่ของตนเองและผู้รับสารในการเลือกตั้งรหัสสาร

๒) เนื้อหาของสาร เป็นเรื่องราวหรือข่าวสารในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เนื้อหาทั่วไป เนื้อหาเฉพาะ เนื้อหาเชิงวิชาการ และไม่เชิงวิชาการ ได้แก่ เนื้อหาประเภทบอกเล่า ประเภทแสดงความคิดเห็นข่าวบันเทิง และการชักจูงใจ เป็นต้น ที่ผู้ส่งสารต้องการแลกเปลี่ยนในกระบวนการสื่อสารกับผู้รับสาร

๓) การจัดเรียงลำดับสาร จะถูกนำมาใช้เป็นรูปแบบหรือวิธีการในการนำรหัสสารมาเรียบเรียง ให้ได้ใจความตามเนื้อหาของสารที่ต้องการซึ่งอยู่ในรูปโครงสร้างของภาษา (Structure) บุคลิกลักษณะของแต่ละบุคคล (Personalities) จึงมีการจัดเรียงลำดับสารออกมาในรูปแบบของลีลา (Styles) และความเป็นส่วนตัวหรือตามบุคลิกลักษณะของแต่ละผู้ส่งสาร เช่น มีอารมณ์ร้อนหรือชอบเร่งรัดพูดสรุปจบเร็ว ๆ ในการสื่อสาร ซึ่งตรงข้ามกับอารมณ์เย็นที่มักจะสุภาพ สุขุม และใช้การจูงใจมากกว่า เป็นต้น

๓. สื่อหรือช่องทาง คือ ส่วนที่เป็นตัวนำสารจากผู้ส่งไปยังผู้รับสาร ซึ่งแบ่งได้หลายชนิดหลายประเภทตามเกณฑ์ต่าง ๆ ได้ ๓ เกณฑ์ใหญ่ ๆ ดังนี้

๓.๑ เกณฑ์สื่อที่เป็นมนุษย์และไม่เป็นมนุษย์

๓.๒ เกณฑ์การมีส่วนร่วมกับสื่อของผู้รับสาร

๓.๓ เกณฑ์แหล่งกำเนิดสื่อ

๓.๑ เกณฑ์สื่อที่เป็นมนุษย์และไม่เป็นมนุษย์ สำหรับเกณฑ์สื่อที่เป็นมนุษย์และไม่เป็นมนุษย์ นั้นยังแบ่งแยกย่อยได้อีก ๒ ประเภท คือ

๑) สื่อบุคคลหรือสื่อตัวมนุษย์ (Personal Media) ก็คือ ตัวผู้ส่งสารเองที่ต้องการแลกเปลี่ยนสารในกระบวนการสื่อสารกับผู้รับสาร

๒) สื่อธรรมชาติหรือสื่อที่ถูกประดิษฐ์ขึ้น ซึ่งได้แก่ สื่อมวลชน (Mass Media) ที่สามารถแยกออกเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ (Printed Media) คือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทอื่น ๆ เช่น แผ่นพับ จุลสาร ฯลฯ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronics Media) ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ และอินเทอร์เน็ต เป็นต้น และสื่อระยะไกลหรือสื่อโทรคมนาคมที่ต้องอาศัยเทคโนโลยีการสื่อสารเข้ามาสร้างสมรรถนะของช่องทางส่งสารมากขึ้น

๓.๒ เกณฑ์การมีส่วนร่วมกับสื่อของผู้รับสาร ส่วนเกณฑ์การมีส่วนร่วมกับสื่อของผู้รับสาร สามารถแบ่งสื่อหรือช่องทางการส่งสารได้ ๒ ประเภท ด้วยกันคือ

๑) สื่อร้อน (Hot Media) ที่เรียกเช่นนี้เพราะอาศัยการพิจารณาที่สื่อประเภทนี้ ผู้รับสารไม่ต้องใช้ความพยายามมากในการรับสาร ก็ทำความเข้าใจเกี่ยวกับตัวสารในการสื่อสารได้ เช่น ภาพยนตร์ ผู้รับสารคือผู้ชมสร้างจินตนาการร่วมกับผู้สร้างหรือผู้กำกับภาพยนตร์ที่ถือเป็นผู้ส่งสารได้โดย ไม่ต้องใช้จินตนาการเอง ในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตก็น่าจะจัดเป็นสื่อประเภทนี้ได้เช่นกัน เพราะเมื่อเข้าเว็บไซต์ต่าง ๆ ได้แล้ว ข่าวสารต่าง ๆ ที่อยู่ในเว็บนั้น ๆ ทำให้ผู้รับสารเข้าใจในข่าวสารหรือตัวสารนั้น ๆ ได้อย่างไม่ต้องใช้จินตนาการตามเลยเช่นกัน เพราะมีการจัดเรียงลำดับสารไว้แต่ละหน้าจอให้คลิกเข้าไปค้นหาข่าวสารอย่างง่าย ตามแต่จะเปิดรับและความสนใจของผู้รับสารเอง

๒) สื่อเย็น (Cool Media) ถือได้ว่าเป็นสื่อที่มีลักษณะตรงกันข้ามกับสื่อร้อนซึ่งเห็นได้ชัดที่สุดคือ สื่อวิทยุกระจายเสียงที่ผู้รับสารคือผู้รับฟังต้องใช้จินตนาการตัวเองและต้องมีสมาธิในการติดตามรับฟังด้วย เนื่องจากได้ยินแต่เสียงของผู้ส่งสาร คือ ผู้ประกาศรายการต่าง ๆ หรือผู้เปิดแผ่นเสียง แต่ในปัจจุบันในรูปของแผ่นเสียงที่ผลิตด้วยเชิงโลหะรูปที่ เรียกว่า ซีดี

๓.๓ เกณฑ์แหล่งกำเนิดสื่อ ซึ่งชื่อก็บอกอยู่แล้วชัดเจนจึงเป็นสื่อที่เกิดภายนอกสังคมท้องถิ่น และภายในสังคมหรือท้องถิ่นก็ได้ ซึ่งแบ่งประเภทออกเป็น

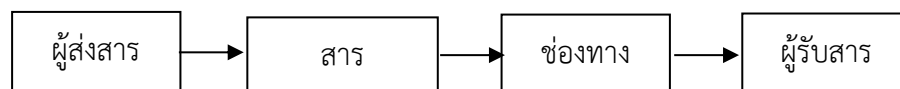
๑) สื่อท้องถิ่นหรือสื่อพื้นบ้าน (Folk Media) ที่เกิดขึ้นจากการถ่ายทอดเรื่องราวความเชื่อต่าง ๆ เช่น การเล่านิทาน ตำนาน สิ่งเหนือธรรมชาติ เช่น ภูตผีปิศาจ เทพารักษ์ รุกขเทวดา ตลอดจนเทพต่าง ๆ ฯลฯ หรือในรูปของประเพณีตลอดจนวัฒนธรรมท้องถิ่นนั้น ๆ จากวิถีชีวิต เช่น การฟ้อนรำ ของท้องถิ่น เช่น ภาคเหนือมีฟ้อนเล็บ ภาคอีสานมีเพลงหมอลำ ภาคกลางก็มีเพลงลำตัด หรือภาคใต้มีหนังตะลุง รำวงเงี้ยว เป็นต้น

๒) สื่อทั่วไป (General Media) คือ สื่อทันสมัยหรือสื่อสมัยใหม่ เป็นสื่อที่ถือกำเนิด และพัฒนาการมาจากสังคมอื่น เช่น สื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ หรือสื่อโทรคมนาคมซึ่งมีผลต่อการเข้าถึงผู้รับ จำนวนมากและย่นระยะทางและเวลาในการรับสารของผู้รับสารทำให้สังคมโลกก้าวเข้าสู่ยุคสังคมข่าวสาร (Information Societies)

๔. ผู้รับสาร เป็นบุคคลที่ผู้รับสารส่งสารไปหาและเมื่อได้รับสารแล้วจะตอบสนองหรือแสดงผลย้อนกลับหรือผ่านไปยังผู้รับสารคนอื่น เพื่อให้ผู้ส่งสารได้รับรู้ว่าในการส่งสารแต่ละครั้งของตนเองนั้น ประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวกระบวนการสื่อสาร (Flow of Information) คือ ปฏิบัติการตอบสนองหรือผลย้อนกลับ (Feedback) ที่เกิดขึ้นระหว่างการสื่อสารของผู้ส่งสารและผู้รับสารที่มี^{๒๖} ดังนี้

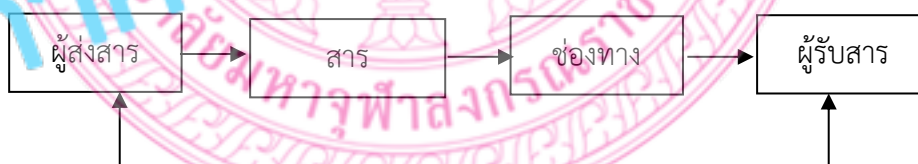
^{๒๖} John Fiske, *Perspective on Human Communication*, (New York: Macmillan, 1987),

๔.๑ การสื่อสารลักษณะการไหลของสารทิศทางเดียว (One way Communication) เป็นการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างบุคคลต่อบุคคล ซึ่งมักจะเป็นบุคคลคนเดียวกับอีกบุคคลคนเดียว โดยผู้รับสารไม่สามารถหรือไม่ได้แสดงการตอบสนองรวมทั้งแสดงผลย้อนกลับใด ๆ มายังผู้ส่งสารเลย จะเป็นไปในลักษณะของการออกคำสั่ง การส่งบันทึกข้อความ การสื่อสารมวลชน การโฆษณาชวนเชื่อ เป็นต้น โดยแสดงภาพการสื่อสารนี้ได้ดังนี้



แผนภาพที่ ๒.๕ การสื่อสารทิศทางเดียว (One way Communication)^{๒๗}

๔.๒ การสื่อสารในลักษณะสองทาง (Two way Communication) เป็นการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร โดยผู้รับสารมีโอกาสแสดงการตอบสนองรวมทั้งแสดงผลย้อนกลับไปให้ได้รับรู้ แบบทันทีทันใด เพราะได้เผชิญหน้ากันอยู่ใกล้ชิดกัน เช่น การสื่อสารแบบเผชิญหน้ากัน (Face to Face Communication) การสื่อสารระหว่างบุคคล หรือในรูปแบบการสื่อสารแบบใหม่ที่ใช้เทคโนโลยี การสื่อสาร สามารถโต้ตอบกันได้ (Interactive Media) เช่น อินเทอร์เน็ต เป็นต้น^{๒๘} โดยแสดงภาพการสื่อสารลักษณะดังนี้



ผลย้อนกลับ

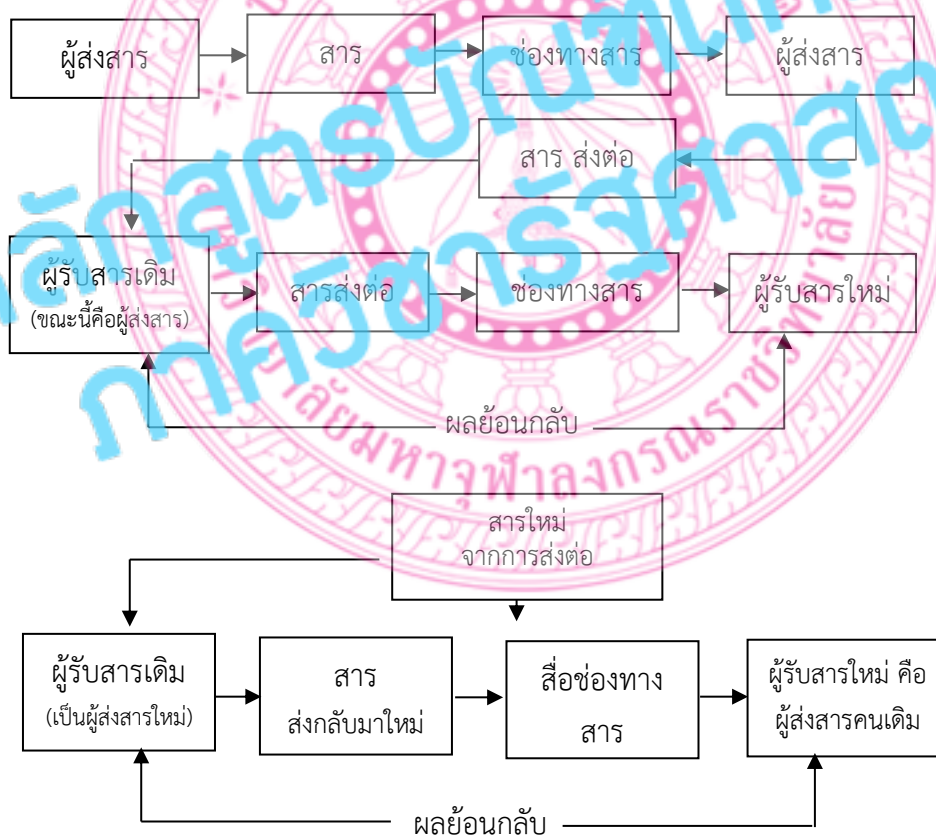
แผนภาพที่ ๒.๖ การสื่อสารในลักษณะสองทาง (Two way Communication)^{๒๙}

^{๒๗} John Fiske, *Perspective on Human Communication*, p. 162.

^{๒๘} ชวนะ ภวภานันท์, “การศึกษาประวัติศาสตร์แนวทางการสื่อสาร”, ใน เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและวิธีการศึกษาทางรัฐศาสตร์, หน้า ๑๖๐-๑๖๒.

^{๒๙} เรื่องเดียวกัน, หน้า ๑๖๐-๑๖๒.

๔.๓ การสื่อสารในลักษณะหลายทิศทาง (Multi Step Flow Communication) เป็นการพิจารณา แนวความเป็นจริงที่เห็นได้ว่าการไหลของสารระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารนั้น แต่ละฝ่ายจะไม่ได้ทำหน้าที่รับ หรือส่งอย่างเดียว หากแต่การตอบสนองรวมทั้งผลย้อนกลับนั้น โดยความจริงในสารหนึ่ง ๆ สามารถมีผู้รับสารที่จะมีปฏิกริยาดังกล่าวได้มากกว่าผู้รับสารเดียว ขณะเดียวกันก็สามารถมีผู้ส่งสารได้มากกว่าผู้ส่งสารคนเดียวอีกเช่นกัน ดังจะพบความจริงจากตัวท่านผู้อ่านเองได้ว่า เมื่อท่านเกิดความสงสัยในสารเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ท่านก็ต้องถามอีกบุคคลที่รับสารนี้เช่นกัน บุคคลผู้ที่ท่านไปถามเพื่อให้หายสงสัยนั้น ก็ถือได้ว่าเป็นผู้รับสาร เรื่องนั้นด้วยเหมือนกัน แม้ไม่ได้เป็นการรับจากผู้ส่งสารคนเดียวกับท่านก็ตามในความหมายเดียวกัน ท่านผู้อ่านเดิมที่เป็นผู้รับสารขณะนี้ท่านเปลี่ยนเป็นผู้ส่งสารแล้ว โดยมีสารที่ท่านสงสัยนั้นเป็นสารนั่นเอง แล้วเมื่อบุคคลผู้ที่ท่านจะไปถามความสงสัยนั้นซึ่งขณะที่ท่านถามนี้เขาเป็นผู้รับสารอยู่ แต่พอเขาตอบข้อสงสัยท่าน เขาก็จะเป็นผู้ส่งสารแล้ว โดยมีสารของการตอบข้อสงสัยท่านโดยท่านขณะนี้ก็เปลี่ยนเป็นผู้รับสารแทน สามารถแสดงการสื่อสารในลักษณะนี้



แผนภาพที่ ๒.๗ การสื่อสารในลักษณะหลายทิศทาง (Multi Step Flow Communication)^{๓๐}

^{๓๐}ชวนะ ภวภานันท์, “การศึกษารัฐศาสตร์แนวทางการสื่อสาร”, ใน เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและวิธีการศึกษาทางรัฐศาสตร์, หน้า ๑๖๐-๑๖๒.

๕. ผลกระทบ เป็นผลลัพธ์ที่ได้จากการแปลความหมายของข่าวสารโดยใช้กรอบอ้างอิง ได้แก่ ความรู้สึก ความเชื่อ ปทัสถาน ความรู้ ความสามารถ บุคลิกลักษณะส่วนตัว และความเหมือนหรือความคล้ายคลึงกัน (Homophily) และความแตกต่างกัน (Heterophily) ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ถิ่นที่อยู่อาศัย ความเชื่อ ค่านิยม ฯลฯ รวมทั้ง อดมการณ์ของผู้รับสาร ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีผลต่อการรับรู้ เรียนรู้ และประสบการณ์ทั้งหมดที่สั่งสมมาตั้งแต่เกิด มีผลต่อการแปลความหมายของผู้รับสารในสารของผู้ส่งสารที่เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เกิดความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจ เชื่อใจ รู้สึกหวาดระแวงไม่ไว้วางใจ รวมถึงการประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวได้

๖. ผลย้อนกลับ เป็นการย้อนกลับของการไหลของข่าวสารในตัวสารที่ทำให้ผู้ส่งสารกลายมาเป็น ผู้รับสาร ซึ่งก่อประโยชน์ในการสื่อสารได้ ๒ ประการ สำคัญ คือ

๑) ทำให้ผู้ส่งสารสามารถทราบและรับรู้ได้ว่าการสื่อสารในครั้งนั้นประสบผลสำเร็จหรือไม่ มากน้อยเพียงใด

๒) ทำให้ผู้ส่งสารสามารถนำผลย้อนกลับดังกล่าวมาปรับปรุงหรือพัฒนาการสื่อสารในครั้งต่อไปให้ประสบผลสำเร็จมากยิ่งขึ้นไปอีก

สำหรับปฏิกิริยาของผลย้อนกลับนี้แสดงออกให้เห็นได้ทั้งในทางบวก เช่น ได้รับคำกล่าวแสดงความชื่นชม นำไปเป็นตัวอย่างเพื่อปฏิบัติให้เกิดผลสำเร็จตามการมอบรางวัล หรือแม้เพียงแค่เสียงปรบมือก็ตาม เป็นต้น นอกจากนี้ยังแสดงให้เห็นได้ในทางลบอีก คือ การพุดจาถูกเหยียดหยามยังสามารถแสดงได้ในลักษณะที่ไม่ใช่ภาษาพูดหรือภาษาเขียน รวมทั้งยังแสดงออกในลักษณะภาษาพูด ภาษาเขียนได้อีก เช่น การพุดชมเชย การเขียนจดหมายแสดงความคิดเห็นคล้อยตาม เป็นต้น

สรุปได้ว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการที่มีความสำคัญในการถ่ายทอดข้อมูลเป็นอย่างยิ่ง ทำให้ผู้คนในสังคมได้มีปฏิสัมพันธ์กัน ระหว่างประชาชนกับประชาชน ระหว่างรัฐกับประชาชน รัฐ ซึ่งเป็นตัวแทนประชาชน สามารถสื่อสารนโยบาย หลักการ ไปยังประชาชน ให้ประชาชนได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารตามที่รัฐดำเนินการเพื่อประชาชน ซึ่งมีความเข้าใจหากปราศจากซึ่งการสื่อสารก็ไม่อาจเชื่อมโยงสิ่งต่าง ๆ เข้าด้วยกัน แต่การสื่อสารจะบรรลุเป้าหมายได้นั้น จำเป็นจะต้องอาศัยสื่อมวลชนซึ่งสื่อมวลชนในแต่ละประเภท มีคุณลักษณะที่แตกต่างกัน การเลือกใช้สื่อตามคุณลักษณะที่เหมาะสมก็สามารถผลักดันให้การสื่อสารบรรลุเป้าหมายได้

ตารางที่ ๒.๒ สรุปสาระสำคัญวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

นักวิชาการหรือแหล่งข้อมูล	แนวคิดหลัก
Schramm, W.	การที่บุคคลจะมาสื่อสารกันนั้นจะพบว่าต่างก็จะต้องมีจุดมุ่งหมายในการที่จะมาทำการแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูลซึ่งกันและกัน
มัลลิกา คณานุรักษ์	การสื่อสารสามารถจัดแบ่งตามสัญลักษณ์ก็สามารถแบ่งได้เป็น ๒ รูปแบบ ดังนี้ ๑. การสื่อสารที่ใช้ถ้อยคำหรือการสื่อสารเชิงวจนะ (Verbal Communication) ๒. การสื่อสารที่ไม่ใช้ภาษาถ้อยคำ หรือการสื่อสารเชิงอวัจนะ (Non-verbal Communication)
Wood. J.T.	การสื่อสาร คือ กระบวนการถ่ายทอดข้อมูลจากคนหนึ่งไปยังอีกคนหนึ่ง หรือกลุ่มคนหนึ่ง เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน
ชวนะ ภวกันันท์	ภาษาธรรมเนียมและมารยาท (Etiquette and Manners) ภาษาธรรมเนียมและมารยาท เป็นการแสดงพฤติกรรมตามธรรมเนียมและมารยาทของสังคมนั้น เช่น ธรรมเนียมไทย “ใครไปถึงเรือนชานต้องต้อนรับ” เป็นต้น
กิริติ บุญเจือ	การสื่อสาร ด้วยองค์ประกอบสำคัญ ๓ ประการ คือ ผู้พูด (Speaker) คำพูด (Speech) และผู้ฟัง (Audience) โดยจะประสบผลสำเร็จได้นั้น ต้องมีองค์ประกอบเอื้ออำนวยของแต่ละองค์ประกอบสำคัญ คือ ผู้พูดจะต้องมีสิ่งที่เรียกว่า “Ethos” คือ กฎเกณฑ์ความประพฤติ ซึ่งคำว่า Ethos นี้มักใช้คำรวม ๆ ว่า “จริยธรรม”
Ray Robert	คำพูดนั้นก็ต้องมีสิ่งที่เรียกว่า “Logos” หรือมีตรรกะความเป็นเหตุเป็นผล เรียกว่า “Logic” ส่วนด้านคนฟังหรือผู้รับสารคำพูด ก็ต้องมีอารมณ์ความรู้สึกที่เรียกว่า “Pathos” (Emotional Feeling) นั่นเอง
David K. Berio	ตัวแบบจำลองการสื่อสารของ เดวิด เค เบอร์โล ที่มองว่ากระบวนการสื่อสารจะต้องประกอบด้วยองค์ประกอบทั้ง ๔ ดังต่อไปนี้ คือ ผู้ส่งสาร สาร สื่อ หรือช่องทาง และผู้รับสาร

ตารางที่ ๒.๒ สรุปสาระสำคัญวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร (ต่อ)

นักวิชาการหรือแหล่งข้อมูล	แนวคิดหลัก
เกียรตินิพนธ์ อุดมธนะธีระ	กระบวนการติดต่อสื่อสารจะต้องประกอบด้วย ผู้ส่งสาร สาร สื่อ ผู้รับสาร และปฏิกิริยาตอบกลับจากผู้รับสารไปยังผู้ส่งสาร
Harold, D. Lasswell	การสื่อสารทุกครั้งจะมีผลกระทบเรียกว่า “Effect” เกิดขึ้นเสมอจากแบบจำลองการสื่อสารที่สร้างขึ้น ผู้ส่งสารต้องมีอยู่จริง คือ มีตัวตนอยู่และข่าวสาร
George Gerbner	๑. เพื่อแจ้งให้ทราบ (Inform) ๒. เพื่อสอนหรือให้การศึกษา (Teach or Education) ๓. เพื่อสร้างความพอใจหรือให้ความบันเทิง (Please of Entertain)
John Fiske	๔. เพื่อเสนอหรือชักจูงใจ (Propose or Persuade) ๕. เพื่อเรียนรู้ (Learn) วัตถุประสงค์นี้มีความ ๖. เพื่อกระทำหรือตัดสินใจ (Dispose or Decide)
ราชบัณฑิตยสถาน	ผู้รับสาร เป็นบุคคลที่ผู้ส่งสาร ส่งสารไปหาและเมื่อได้รับสารแล้วจะตอบสนองหรือแสดงผลย้อนกลับหรือผ่านต่อไปยังผู้รับสารคนอื่น เพื่อให้ผู้ส่งสารได้รับรู้ว่าการส่งสารแต่ละครั้ง
	การสื่อสารในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๕๔ ว่าหมายถึง วิธีการนำถ้อยคำ ข้อความ หรือหนังสือจากบุคคลหรือสถานที่หนึ่งไปยังอีกบุคคลหรือสถานที่หนึ่ง
Tubbs, S.L. & Moss, S.	การสื่อสาร (Communication) มีรากศัพท์ มาจากภาษากรีกว่า Communis แปลว่า ทำให้เหมือน หมายถึง กระบวนการถ่ายทอดข่าวสาร ข้อมูล ความรู้ ประสบการณ์ ความรู้สึก ความคิดเห็น ความต้องการจากผู้ส่งสารโดยผ่านสื่อต่าง ๆ การสื่อสาร คือ การทำให้เกิดความเข้าใจร่วมกันตรงกัน

๒.๒ แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง

การสื่อสารทางการเมือง (Political Communication) เป็นศาสตร์ที่มีจุดเริ่มต้นมาตั้งแต่ยุคกรีกโบราณ เน้นในเรื่องวาทวิทยา (Rhetoric) การเมืองและจริยธรรม เป็นการนำการโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda) มาผสมผสานกับเนื้อหาทางการเมืองและการสื่อสารเข้าด้วยกัน เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ในทางการเมือง โดยรูปแบบของการสื่อสารทางการเมือง เป็นแนวทางการศึกษาที่ตระหนักถึงการสื่อสาร ในฐานะเครื่องมือกำหนดยุทธศาสตร์ เพื่อนำไปสู่เป้าหมายทางการเมือง โดยอาศัยการสื่อสารสร้างแนวทางการยอมรับในกลุ่มประชาชนผู้รับสาร

ความหมายของการสื่อสารทางการเมือง

การสื่อสารทางการเมือง เป็นกระบวนการทางการเมืองที่เกี่ยวข้องต่อการแลกเปลี่ยนข้อเท็จจริง ทักษะ และความคิดเห็น ตลอดจนประสบการณ์ทางการเมืองระหว่างบุคคล เป็นกระบวนการพิเศษที่ก่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกของสังคมการเมืองและทำให้บุคคลสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ในสังคมการเมืองเป็นกิจกรรมที่แพร่หลายทั่วไป^{๓๑}

การสื่อสารทางการเมือง คือ กิจกรรมที่เผยแพร่ทั่วไป เป็นการทำหน้าที่ทั้งหลายของระบบการเมือง กระบวนการ สังคมประกิต การสร้างโครงข่ายผลประโยชน์ การประสานประโยชน์ การสร้างกฎ การประยุกต์ใช้กฎและการปรับเปลี่ยนกฎ ล้วนดำเนินไปโดยการสื่อสารเป็นเครื่องมือ^{๓๒} การสื่อสารทางการเมือง หมายถึง การถ่ายทอดข่าวสารที่เกี่ยวกับการเมือง จากส่วนหนึ่งของระบบการเมือง ไปยังอีกส่วนหนึ่งของระบบการเมือง และเป็นการถ่ายทอดระหว่างระบบสังคมกับระบบการเมือง^{๓๓}

การสื่อสารทางการเมือง คือ การสนทนา และเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างบริสุทธิ์เกี่ยวกับการจัดสรรทรัพยากรสาธารณะ (อย่างเช่นรายได้, ภาษีอากร), อำนาจหน้าที่อย่างเป็นทางการ (อำนาจในทางตุลาการ, นิติบัญญัติ และบริหาร) และการให้คุณให้โทษอย่างใดอย่างหนึ่งตามอำนาจหน้าที่นั้น ๆ^{๓๔} การสื่อสารและการควบคุมว่าเป็นเรื่องสำคัญยิ่ง ของระบบการเมืองเป็นเสมือนเส้นประสาท (The Nerves of Government) ของระบบการเมือง ทั้งนี้เขาได้อธิบายถึงกระบวนการสื่อสารทางการเมืองว่า เป็นเรื่องของการแสดงออกซึ่งความ เรียกร้องต้องการของประชาชน การ

^{๓๑} Agree, W. K. , Ault P. H. , & Emery, E. **Introduction to Mass Communication**, (New York: Harper & Row, 1976), p. 4.

^{๓๒} Almond and Coleman, **The Politics of the Developing Area**, (Princeton: Princeton University Press, 1960), p. 59.

^{๓๓} Rush and Altoff, **An Introduction to Political Sociology**, (London: Thomas Nelson and Son, 1971), p. 160.

^{๓๔} Denton, Woodward อ้างใน Brian Mcnair, **An Introduction to Political Communication**, (London: Routledge, 2003), p. 3.

ตอบสนองของรัฐ อันนำไปสู่การตัดสินใจ อันเป็นผลจาก การสื่อสารทางการเมืองในสังคมนั้น ระบบการเมืองจะสามารถดำรงคงอยู่ และมีบูรณภาพได้ก็ ขึ้นอยู่กับความสามารถที่จะ “ตอบสนอง” ต่อการเรียกร้องต้องการทางการเมืองการสื่อสารทางการเมืองเป็นตัวกลางหรือสื่อกลางระหว่าง สมาชิกของระบบการเมือง กล่าวคือ เป็นช่องทางในการเสนอข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการตัดสินใจ และนโยบายต่าง ๆ ของรัฐบาล ให้ประชาชนได้รับรู้ในขณะเดียวกันก็จะเป็นกระบวนการในการ นำเอาข้อเรียกร้อง และ ความต้องการของประชาชนไปให้รัฐบาลได้รับรู้เช่นกัน^{๓๕} การสื่อสารทางการเมืองว่าเป็นการตอบคำถาม ที่ว่าใคร, พูดอะไร, ด้วยช่องทางใด, ถึงใคร และมีผลกระทบใดบ้าง^{๓๖} การสื่อสารทางการเมืองว่า มีลักษณะเป็นระบบของการแพร่ข่าวสารทางการเมืองไปยังสมาชิกของ ระบบราชการเมือง ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า การสื่อสารทางการเมือง เป็นแบบแผนหรือกระบวนการ เผยแพร่ข่าวสารทางการเมืองระหว่างสมาชิกกับหน่วยต่าง ๆ ในระบบการเมือง โดยข่าวสารทางการเมือง นั้น Chaffee หมายความว่า ความรู้(Knowledge) ของสมาชิกในระบบการเมือง เกี่ยวกับการ เปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวใด ๆ (Any Change) ในสถานะของระบบในแง่ของการใช้อำนาจหน้าที่หรือ อำนาจรัฐ (the Authoritative) แบ่งสรรสิ่งที่มีคุณค่าใน สังคม (Allocation of Value)^{๓๗} กล่าวถึง การสื่อสารทางการเมือง คือ กระบวนการทางการเมืองที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนข้อเท็จจริง ทัศนคติ และความคิดเห็น ตลอดจนประสบการณ์ต่าง ๆ ในทางการเมืองระหว่างบุคคล การสื่อสารทางการเมืองจึงนับเป็นกระบวนการ พิเศษที่ก่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกของสังคม การเมือง และทำให้บุคคลสามารถดำรง อยู่ได้ในสังคมการเมืองนั้น^{๓๘}

สรุปได้ว่า การสื่อสารทางการเมือง หมายถึง กิจกรรมการสื่อสารที่มนุษย์กระทำ หรือ เกิดขึ้นนอกบ้านเรือนของตนเอง การยื่นข้อเรียกร้องระหว่างประเทศ การกล่าวคำปราศรัยของ นักการเมือง ถึงกิจกรรมใด ๆ ของสถาบันเฉพาะ ซึ่งถูกจัดตั้งขึ้นเพื่อทำหน้าที่กระจายข้อมูลข่าวสาร ความคิดและทัศนคติอันเกี่ยวกับเรื่องการเมืองการปกครอง การศึกษาการสื่อสารทางการเมืองส่วนใหญ่มักจะมองการสื่อสารทางการเมืองโดยเน้นแห่งความหมายนี้

^{๓๕}Karl W. Deutsch อ้างใน พลศักดิ์ จิโรศิริ, การสังเคราะห์การสื่อสารและพลวัตทางการเมือง, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : <https://www.stou.ac.th/Schoolnew/polsci/UploadedFile/2015%20.pdf> [๑๓ มกราคม ๒๕๖๗]

^{๓๖}Harold D. Lasswell, *The Structure and Functional of Communication in Society, The Communication of Ideals*, (New York. NY: Harper and Row Publishers, 1948), p. 115.

^{๓๗}Chaffee Ellen Earic & William G. Tierney, *Collegiate Culture and Leadership Strategies*, (New York: American Council on Education and Macmillan, 1988), p. 113.

^{๓๘}พฤทธิสาณ ชุมพล, *ระบบการเมือง : ความรู้เบื้องต้น*, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๐), หน้า ๒๐.

ลักษณะของการสื่อสารทางการเมือง

การสื่อสารทางการเมือง มีลักษณะเป็นระบบของการแพร่ข่าวสารทางการเมือง ไปยังสมาชิกของการเมือง การสื่อสารทางการเมืองจึงเป็นแบบแผน หรือกระบวนการแพร่ข่าวทางการเมือง ระหว่างสมาชิกกับหน่วยต่าง ๆ ในระบบการเมือง หรือมีบทบาทเป็นตัวกลางระหว่างประชาชนกับรัฐบาล โดยเป็นช่องทางในการเสนอข่าวสารข้อมูลทางการเมืองต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการตัดสินใจ และนโยบายของรัฐบาลให้ประชาชนได้รับรู้ ขณะเดียวกันก็เป็นกระบวนการในการนำเอาข้อเรียกร้อง และความต้องการของประชาชนไปสู่รัฐบาล ที่จะกำหนดนโยบายและตัดสินใจให้สอดคล้อง และสนองตอบความต้องการของประชาชนได้มากยิ่งขึ้น^{๓๙}

การสื่อสารทางการเมืองมีคุณลักษณะ ๔ ประการ ประกอบด้วย

๑. การสื่อสารทุกรูปแบบที่ดำเนินโดยนักการเมืองและผู้ที่เกี่ยวข้องทางการเมือง
๒. โดยมีวัตถุประสงค์ที่เจาะจง
๓. การสื่อสารที่สื่อมวลชนและผู้มีสิทธิเลือกตั้งส่งถึงนักการเมือง
๔. กิจกรรมการสื่อสารที่สื่อมวลชนนำเสนอเกี่ยวกับการเมือง

การสื่อสารทางการเมือง ประกอบด้วย ๓ ส่วน

๑. องค์กรทางการเมือง (Political Organization)
๒. สื่อ (Media)
๓. ประชาชน (Citizens) หรือผู้รับสาร (Audience)^{๔๐}

กระบวนการสื่อสาร

ประกอบด้วย

๑. ผู้ส่งสาร : ประกอบด้วย ๒ กลุ่มคือแหล่งข่าว เช่น พรรคการเมือง รัฐบาล ข้าราชการ กลุ่มผลประโยชน์ กลุ่มผลักดันต่าง ๆ และอีกกลุ่มหนึ่งคือ สื่อมวลชน
๒. สาร : เนื้อหาของข่าวสารซึ่งเป็นเนื้อหาทางการเมือง สาธารณะ เช่น การเลือกตั้ง การแก้ไขกฎหมาย
๓. สื่อ : ช่องทางในการสื่อสารและการเผยแพร่ข่าวสาร ทั้งที่เป็นทางการ และไม่ใชทางการ

๔. ผู้รับสาร : เป้าหมายในการสื่อสาร

๕. ผล : ภาพลักษณ์ของการสื่อสารทางการเมืองในสายตาของบุคคลทั่วไป

หน้าที่ของการสื่อสารทางการเมือง

๑. สร้างทัศนคติทางการเมือง

^{๓๙}Shaffee, อ้างใน พระสังฆาณ เขมพลโณ (สายเนตร) และคณะ, “การสื่อสารทางการเมือง”, วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์, ปีที่ ๗ ฉบับที่ ๓ (กันยายน - ธันวาคม ๒๕๖๕) : ๓๕๗-๓๖๘.

^{๔๐}MacNair, *An Introduction to Political Communication*, 2nd ed., (New York: Routledge, 1999), p. 5.

๒. สร้างความสนใจในการเมือง

๓. สร้างความรู้และความเข้าใจทางการเมือง

๔. สร้างบทบาททางการเมือง

ความสำคัญของการสื่อสารทางการเมือง

การสื่อสารได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางว่าเป็นพลังสำคัญในการพัฒนาประเทศทั้งนี้ เพราะสามารถเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นหรือทัศนคติของบุคคลตลอดจนอาจทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในวิถีชีวิตและแบบแผนแห่งความเป็นอยู่ในสังคมได้ในทำนองเดียวกันการสื่อสารทางการเมืองเองก็เป็นพลังสำคัญในการพัฒนาทางการเมืองของระบบการเมืองด้วยเช่นกัน กล่าวคือ การสื่อสารทางการเมืองจะทำให้ประชาชนได้รับรู้และเรียนรู้ประสบการณ์ต่าง ๆ ทางการเมือง เมื่อประชาชนมีความรู้ความเข้าใจทางการเมือง ก็อาจจะก่อให้เกิดการเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมือง ของประชาชน ซึ่งนับได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญและจำเป็นของการปกครองในระบอบประชาธิปไตย ทั้งนี้ เพราะการเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในระบบการเมือง จะทำให้รัฐบาลสามารถรับรู้ถึงความต้องการของประชาชน และสามารถสนองตอบความต้องการของประชาชนได้อย่างถ้วนทั่ว^{๔๑} กล่าวถึงการสื่อสารที่มีผลต่อระบบการเมือง ดังนี้

๑. เป็นการสร้างทัศนคติทางการเมือง การพูดคุย การเผยแพร่ การประชุม การอบรม การแจกใบปลิว การติดป้ายประกาศ การแจกแผ่นพับ ข่าว และบทความทางวิทยุกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์และนิตยสาร สามารถที่จะช่วยสร้างสำนึกทางการเมือง ค่านิยมทางการเมือง และทัศนคติทางการเมืองให้แก่ประชาชนได้ การให้ข่าวสารเกี่ยวกับการทำงานของรัฐบาล เหตุผลของการออกกฎหมาย การออกนโยบาย การกำหนดโครงการต่าง ๆ ขึ้นมาจะทำให้ ประชาชนรู้จักรัฐบาลดีขึ้น เข้าใจรัฐบาลดีขึ้น และยอมรับรัฐบาลได้มากขึ้นข่าวคราวเกี่ยวกับ นักการเมืองจะสร้างความรู้สึกให้แก่ประชาชนว่า ควรจะเข้าไปยุ่งเกี่ยวกับกิจกรรมทางการเมือง มากน้อยเพียงใด อย่างที่เป็นอยู่ในขณะนี้ มีฝรั่งบางคนเขียนถึงเมืองไทยว่า การเมืองไทยเป็นการเข้าร่วมของผู้ไม่รู้แต่ผู้รู้ไม่เข้าร่วม (Uninformed Participants and Information Nonparticipants) นั่นคือคนรู้อะไรดี ๆ มักจะเสื่อมศรัทธาในระบบการเมือง และไม่เข้าร่วมกิจกรรมทางการเมือง เช่น ไม่ไปเลือกตั้ง แต่คนที่สนใจนั้น เพราะยังไม่รู้อะไรดีนัก จึงยังศรัทธาอยู่ เช่น ขาวนาที่ไปเลือกตั้งกันมาก เป็นต้น

๒. สร้างความสนใจทางการเมือง ในสมัยก่อนนั้นคนส่วนใหญ่ไม่ค่อยสนใจการเมืองนัก เพราะไม่ค่อยได้รู้ข่าวสารทางการเมือง ไม่เคยพบเห็นนักการเมืองหรือผู้บริหาร แต่ในปัจจุบันนี้ข่าวคราวของรัฐบาลมีให้สัมผัสรับรู้กันเป็นประจำ นักการเมืองจะเป็นข่าวให้เห็นทั้งในหนังสือพิมพ์ วิทยุ

^{๔๑} เสรี วงษ์มณฑา, การประยุกต์ทฤษฎีในการสื่อสาร หลักและทฤษฎีการสื่อสาร, (นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๓๗), หน้า ๒๙-๓๐.

โทรทัศน์วิทยุกระจายเสียง ตลอดจนการวิพากษ์วิจารณ์ทางสื่อต่าง ๆ อยู่เป็นประจำ จึงมีส่วนทำให้คนในยุคนี้จะสนใจข่าวสารการเมืองเพิ่มมากขึ้น

๓. สร้างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเมือง นอกเหนือจากการสร้างความสนใจแล้ว การสื่อสารยังถูกนำมาใช้สร้างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเมืองได้อย่างมาก การเผยแพร่ ประชาธิปไตยโดยสื่อบุคคลก็ดีโดยสื่อมวลชนก็ดีหรือการนำเสนอพระราชบัญญัติใหม่ที่ประชาชน ต้องรับรู้และเข้าใจ เพื่อปฏิบัติตนในฐานะพลเมืองดีสู่ประชาชนด้วยการสื่อสาร

๔. สร้างบทบาททางการเมือง ความสนใจที่ก่อให้เกิดความรู้และทัศนคติอันจะนำไปสู่การกำหนดบทบาททางการเมือง ประชาชนในปัจจุบันได้รู้ถึงบทบาท สิทธิและหน้าที่ของตนในฐานะที่เป็นประชาชนดีขึ้น การเขียนจดหมายถึงสื่อมวลชนก็เป็นการแสดงบทบาททางการเมืองการได้รับข่าวสารทำให้เรารู้บทบาททางการเมือง และการแสดงบทบาททางการเมืองก็เป็นการส่ง ข่าวสารไปยังผู้บริหาร หรือรัฐบาลด้วยเช่นกัน

๕. การสื่อสารเป็นการนำเอารัฐบาลเข้าไปอยู่ในบ้านของประชาชน นักรัฐศาสตร์จะมองว่าการสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นการสื่อสารที่มีความสำคัญเป็นอันดับแรก ส่วนการสื่อสารทางด้านสื่อมวลชนนั้นจะมีบทบาทสำคัญรองลงมา การที่นักการเมืองได้พบปะพูดคุยกันกับประชาชนนั้น ย่อมดีกว่าการที่จะกระจายข่าวสารต่าง ๆ ออกไปทางสื่อมวลชน แต่ในกรณีที่การสื่อสารระหว่างบุคคลไม่สามารถกระจายไปได้อย่างทั่วถึง สื่อสารมวลชนจะเข้ามามีบทบาทที่สำคัญในการทำให้ประชาชนรู้จักพรรคการเมือง ผู้นำของรัฐบาลและผลงานของรัฐบาล โดยผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารที่รวดเร็ว และทันสมัยในปัจจุบัน

๖. การสื่อสารมวลชนทำให้ความสนใจของประชาชนมีลักษณะความเป็นนานาชาติ (Cosmopolitan-Oriented) โดยในปัจจุบันนี้โทรทัศน์ภาค การส่งข่าวผ่านดาวเทียมทำให้ความสนใจของประชาชนเปลี่ยนแปลงไป นอกจากการสนใจแต่เพียงสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวเท่านั้น พวกเขายังสนใจสิ่งที่อยู่ไกลตัว มีความคิดที่เป็นสากลกันมากยิ่งขึ้น ทำให้รัฐบาลต้องตื่นตัวกับการสนองตอบความต้องการของประชาชนตามมาตรฐานนานาชาติที่ประชาชนมีโอกาสได้พบเห็น

๗. การสื่อสารถูกนำมาใช้ในการรับรองสถานภาพก่อนที่จะเป็นนักการเมือง คนบางคนไม่เป็นที่รู้จักเลย แต่การที่สื่อสารมวลชนเขียนถึงเขาบ่อย ๆ ในวงสนทนามีคนพูดถึงเขาบ่อย ๆ คนที่ไม่มีความสำคัญก็มีความสำคัญขึ้น สถานภาพดังกล่าวเป็นอะไรก็จะได้การยอมรับขึ้น เพราะฉะนั้นในการเสนอนักการเมืองให้รับใช้ประชาชนนั้น พรรคการเมืองจะสร้างการยอมรับโดยการเสนอบุคคลดังกล่าวในสื่อมวลชนด้วยความถี่สูงให้คนได้รู้จักคุณสมบัติและผลงานต่าง ๆ ของเขา แม้คนบางคนจะมีผลงานมากกว่าความสามารถสูงกว่า แต่ถ้าไม่ได้รับการเสนอในข่าวของสื่อมวลชนไม่มีการกล่าวขวัญถึงคนก็ย่อมไม่ยอมรับสถานภาพ^{๔๒}

^{๔๒}เรื่องเดียวกัน, หน้า ๒๙-๓๐.

การสื่อสารทางการเมืองเป็นทั้งปัจจัยนำเข้า (Input) และปัจจัย ส่งออก (Output) ของระบบการเมือง กล่าวคือ ประชาชนสามารถส่งผ่านข้อเรียกร้อง รวมถึงความคิดเห็นต่าง ๆ ที่มีต่อรัฐบาล นโยบายหรือผลงานของรัฐบาล ผ่านช่องทางการสื่อสารทางการเมืองไม่ว่าเป็นเป็นกลุ่มผลประโยชน์พรรคการเมือง ผู้แทนของประชาชน รวมถึงสื่อมวลชนไปสู่รัฐบาล ขณะที่ฝ่ายรัฐบาลเองสามารถนำเสนอนโยบาย ข่าวสารจากทางรัฐบาลไปสู่ประชาชนโดยผ่านช่องทางการสื่อสารที่มีอยู่สำหรับประเทศที่ปกครองในระบอบเผด็จการ รัฐบาลอาจใช้การสื่อสารทางการเมืองเป็นเครื่องมือในการโน้มน้าว หรือโฆษณาชวนเชื่อให้ประชาชนเชื่อมั่นและยอมรับในรัฐบาล จะเห็นได้ว่าไม่ว่าจะอยู่ภายใต้ระบบการปกครองแบบใด การสื่อสารทางการเมืองก็มีความสำคัญต่อการดำรงอยู่และการพัฒนาระบบการเมืองทั้งสิ้น สำหรับการปกครองในระบอบประชาธิปไตย การสื่อสารทางการเมืองแบบสองทางเป็นสิ่งที่จำเป็นและมีความสำคัญต่อระบบ การเมืองแบบประชาธิปไตยเป็นอย่างยิ่ง

จะเห็นได้ว่าระบบการเมืองนั้นมีผลต่อลักษณะ และรูปแบบการสื่อสารทางการเมือง กล่าวคือ ในระบบการเมืองแบบประชาธิปไตยนั้น รัฐบาล ประชาชน พรรคการเมือง กลุ่มผลประโยชน์ต่าง ๆ ในสังคมจะมีสิทธิและเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น เรียกร้อง แสวงหาข้อมูล ข่าวสาร และการสื่อสารทางการเมือง ภายใต้บรรยากาศเช่นนี้ทำให้รูปแบบการสื่อสารทางการเมืองในระบบประชาธิปไตยเป็นการไหลของข้อมูลข่าวสารทางการเมืองแบบสองทาง (Two-ways Flow) ที่ประชาชนสามารถส่งผ่านความคิดเห็น ข้อเรียกร้อง หรือข้อมูลข่าวสารกลับไปยังรัฐบาลได้และ เป็นการไหลของข้อมูลข่าวสารทางการเมืองในแนวตั้งผสมกับแนวนอน ขณะที่ระบบการเมืองแบบเผด็จการนั้น ประชาชนจะมีสิทธิและเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นหรือการสื่อสารทางการเมืองที่จำกัด โดยรัฐบาลจะเป็นผู้ควบคุมการสื่อสารทางการเมืองของประชาชน ย่อมส่งผลให้รูปแบบของการสื่อสารทางการเมืองที่พบนั้นเป็นการไหลของข้อมูลข่าวสารทางการเมือง แบบทางเดียว (One-way Flow) คือ รัฐบาลจะเป็นผู้ส่งข่าวสารให้ประชาชนแต่เพียงฝ่ายเดียว และเป็นการไหลของข้อมูลข่าวสารทางการเมืองในแนวตั้ง หรือแนวดิ่ง คือ รัฐบาลจะเป็นผู้ส่ง ข่าวสารลงมาให้ประชาชนเพียงฝ่ายเดียว

นอกจากสื่อมวลชนจะมีบทบาทสำคัญในการสร้างตัวบุคคลของนักการเมืองให้เป็นที่ยอมรับแล้ว รัฐบาลเองจำเป็นต้องใช้สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือในการนำเสนอข่าวของรัฐบาลไปสู่ประชาชนไม่ว่าจะเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของรัฐบาล หรือการนำเสนอนโยบายต่าง ๆ ออกมาหรือแม้กระทั่งการใช้สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือในการรับฟังเสียงสะท้อนกลับจากประชาชนในประเด็นต่าง ๆ ขณะเดียวกันประชาชนเองก็ได้รับทราบข้อมูลข่าวสารทางการเมืองจากสื่อมวลชนที่สำคัญ ประชาชนยังสามารถใช้สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือในการนำเสนอข้อเรียกร้องต่าง ๆ ไปยังรัฐบาล หรือ หน่วยงานราชการได้ด้วย

นักคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมืองหลายคน ได้เสนอแบบจำลองการสื่อสารทางการเมืองในรูปแบบต่าง ๆ กัน แน่นอนว่าไม่มีแบบจำลองใดที่สมบูรณ์แบบที่สุด และไม่มีแบบจำลองใดที่ถูกหรือผิดโดยสิ้นเชิง ความสำคัญของแบบจำลองอยู่ที่แบบจำลองนั้นสามารถนำไปใช้ได้มากน้อย

แค้ไหน แบบจำลองที่จะนำเสนอในที่นี้จะสะท้อนความรู้ความเข้าใจและ ความสนใจของผู้สร้างแบบจำลองการสื่อสารทางการเมืองของ Gurevitch & Blumler จากแบบจำลองการสื่อสารทางการเมืองข้างต้นสามารถอธิบายได้ดังนี้

๑. ในระดับผู้ส่งสาร จะประกอบด้วยกลุ่มบุคคล ๒ กลุ่มใหญ่ ๆ กลุ่มแรกคือ แหล่งข่าว ซึ่ง อาจจะเป็นรัฐบาล เจ้าหน้าที่รัฐ พรรคการเมือง กลุ่มผลประโยชน์กลุ่มผลักดันฝ่ายประชาชน ฯลฯ และอีกกลุ่มหนึ่งคือ สื่อมวลชน ในบางกรณีสื่อมวลชนอาจทำหน้าที่เป็นเพียงช่องทางการนำเสนอข่าวสารข้อมูลที่แหล่งข่าวส่งมาให้แต่ในหลายกรณีสื่อมวลชนเองก็สามารถจะแสดงบทบาทเป็นผู้ ส่งข่าวสารทางการเมืองได้เช่น ในรูปแบบของบทวิเคราะห์ทางการเมือง การตั้งฉายานาม เป็นต้น

๒. เนื้อหาของข่าวสาร จะมีลักษณะพิเศษเฉพาะ คือเป็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการเมือง ในความหมายของการจัดสรร การต่อสู้แย่งชิง ปรับเปลี่ยนความสัมพันธ์เชิงอำนาจ คุณลักษณะที่สำคัญประการหนึ่งของเนื้อหาทางการเมืองก็คือ เป็นเรื่องราวที่อยู่ในปริณทลของสาธารณะ (Public Affairs) เช่น เรื่องการเลือกตั้ง การแก้ไขกฎหมาย การทำงานของหน่วยงานของรัฐ ฯลฯ ตัวบุคคลที่อยู่ในข่าวสารจึงเป็นบุคคลสาธารณะ และเหตุการณ์ที่เกิดก็เป็นผลประโยชน์ของ ส่วนรวม

๓. ช่องทางสำหรับการได้มาซึ่งข่าวสารและการเผยแพร่ข่าวสารนั้น มีทั้งรูปแบบที่เป็น แบบฉบับ เป็นทางการ เช่น พรรคการเมืองเปิดแถลงข่าว นายกรัฐมนตรีให้สัมภาษณ์ ฯลฯ รวมทั้ง รูปแบบที่ไม่เป็นทางการ ซึ่งสื่อมวลชนสามารถควบคุมช่องทางได้มากขึ้น เช่น การเจาะข่าว ด้วยการ คั้นคว่ำเอกสาร หรือเลือกสัมภาษณ์ข้าราชการชั้นผู้น้อยที่เกี่ยวข้องใกล้ชิดกับเหตุการณ์ เป็นต้น

คุณลักษณะที่สำคัญประการหนึ่งของการสื่อสารทางการเมืองก็คือ เป้าหมายของการส่งข่าวสาร ดังที่กล่าวมาแล้วว่า การเมืองเป็นเรื่องของการใช้อำนาจมาจัดการกับสถานะที่เป็นอยู่ให้ เป็นไปตามเจตจำนงของผู้กระทำการ ดังนั้น การสื่อสารทางการเมืองย่อมเป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ (Persuasive Communication) ด้วยคุณลักษณะดังกล่าว ทำให้ ภาพลักษณ์ของการสื่อสารทางการเมืองในสายตาของประชาชนทั่วไปมักมีลักษณะเป็นการสื่อสาร ที่มีเป้าหมายเพื่อการครอบงำ (Manipulative Purpose) ซึ่งดูติดลบยิ่งไปกว่าการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวเสียอีก และอาจมาจากคุณลักษณะดังกล่าวนี้เองทำให้ประชาชนส่วนหนึ่งมีปฏิกิริยาตอบโต้กับการสื่อสารทางการเมืองอยู่ ๒ แบบ แบบแรกคือ กลัวและหลีกเลี่ยงที่จะสื่อสาร (เช่นกลุ่มผู้หญิงที่ไม่อยากยุ่งกับการเมือง เพราะเป็นเรื่องโหดร้าย สกปรก) อีกแบบหนึ่งคือทำให้คนเบื่อ และเลิกติดตามข่าวสารทางการเมือง ปฏิกริยาทั้งสองแบบนี้ นับว่าเป็นอันตรายอย่างยิ่งสำหรับการปกครองระบอบประชาธิปไตยที่มีเงื่อนไขแบบแรก คือ ประชาชนต้องตัดสินใจเองและปกครองตัวเองด้วยการติดตามข่าวสารทางการเมืองอย่างเพียงพอ

ดังนั้นการสื่อสารทางการเมือง คือ การแลกเปลี่ยน อภิปราย ถ่ายทอดข่าวสารทางการเมือง ต่าง ๆ ระหว่างสมาชิกในสังคมการเมือง ทำให้สมาชิกต่าง ๆ นี้ยังสามารถเป็นส่วนหนึ่งของสังคมการเมืองนั้น ๆ ด้วย ซึ่งการสื่อสารทางการเมืองในแต่ละสังคมการเมืองนั้นจะเป็นเช่นไร

ย่อมขึ้นอยู่กับบริบททางการเมืองของแต่ละสังคมนั้นด้วย หากเป็นสังคมประชาธิปไตย การสื่อสารทางการเมืองย่อมมีอิสระและหลากหลายรูปแบบ การสื่อสารทางการเมืองเกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนข้อเท็จจริง ทศนะความคิดเห็น ตลอดจนประสบการณ์ต่าง ๆ ทางการเมืองระหว่างบุคคล ก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกของสังคมการเมือง โดยที่ระบบการเมืองหรือรัฐบาลจะได้หาช่องทางให้ประชาชนได้รับทราบนโยบาย และกิจกรรมของรัฐบาลกับการที่ประชาชนจะได้เรียนรู้ถึงนโยบายและกิจกรรมต่าง ๆ อันมีผลกระทบกับต่อประชาชน โดยที่เกี่ยวข้องกับบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปหรือมากกว่านั้น เป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารทางการเมือง เพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกันทางการเมือง

ตารางที่ ๒.๓ สรุปสาระสำคัญของแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง

นักวิชาการหรือแหล่งข้อมูล	แนวคิดหลัก
Agree, W.K., Ault P.H., & Emery	การสื่อสารทางการเมืองคือกระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิดเห็น และประสบการณ์ทางการเมือง สร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในสังคมการเมือง เพื่อการดำรงชีวิตและมีส่วนร่วมในระบบการเมือง
Almond and Coleman	การสื่อสารทางการเมือง คือ กิจกรรมที่เผยแพร่ทั่วไป เป็นการทำหน้าที่ทั้งหลายของระบบการเมือง กระบวนการ สังคมประกิต การสร้างโครงข่ายผลประโยชน์ การประสานประโยชน์ การสร้างกฎ
Rush and Altoff	การสื่อสารทางการเมือง หมายถึง การถ่ายทอดข่าวสารที่เกี่ยวกับการเมือง จากส่วนหนึ่งของระบบการเมือง ไปยังอีกส่วนหนึ่งของระบบการเมือง และเป็นการถ่ายทอดระหว่างระบบสังคมกับระบบการเมือง
Denton, Woodward	การสื่อสารทางการเมือง คือ การสนทนา และเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างบริสุทธิ์เกี่ยวกับการจัดสรรทรัพยากรสาธารณะ
Karl W. Deutsch	การสื่อสารทางการเมืองในสังคมนั้น ระบบการเมืองจะสามารถดำรงคงอยู่ และมีบูรณภาพได้ก็ขึ้นอยู่กับความสามารถที่จะ “ตอบสนอง” ต่อการเรียกร้องต้องการทางการเมืองการสื่อสารทางการเมืองเป็นตัวกลางหรือสื่อกลางระหว่างสมาชิกของระบบการเมือง

ตารางที่ ๒.๓ สรุปสาระสำคัญของแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง (ต่อ)

นักวิชาการหรือแหล่งข้อมูล	แนวคิดหลัก
Harold D. Lasswel	การสื่อสารทางการเมืองว่าเป็นการตอบคำถามที่ว่าใคร, พูดอะไร, ด้วยช่องทางใด, ถึงใคร และมีผลกระทบใดบ้าง
Chaffee Ellen Earic & William G. Tierney	การสื่อสารทางการเมือง เป็นแบบแผนหรือกระบวนการเผยแพร่ข่าวสารทางการเมืองระหว่างสมาชิกกับหน่วยต่าง ๆ ในระบบการเมือง
พฤทธิสถาน ชุมพล	การสื่อสารทางการเมือง คือ กระบวนการทางการเมืองที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนข้อเท็จจริง ทัศนะ และความคิดเห็น ตลอดจนประสบการณ์ต่าง ๆ ในทางการเมือง
Shaffee	การสื่อสารทางการเมือง มีลักษณะเป็นระบบของการแพร่ข่าวสารทางการเมือง ไปยังสมาชิกของการเมือง เป็นแบบแผน หรือกระบวนการแพร่ข่าวสารทางการเมือง ระหว่างสมาชิกกับหน่วยต่าง ๆ ในระบบการเมือง หรือมีบทบาทเป็นตัวกลางระหว่างประชาชนกับรัฐบาล โดยเป็นช่องทางในการเสนอข่าวสารข้อมูลทางการเมืองต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการตัดสินใจ และนโยบายของรัฐบาลให้ประชาชนได้รับรู้
MacNair	การสื่อสารทางการเมือง ประกอบด้วย ๓ ส่วน ๑. องค์การทางการเมือง (Political Organization) ๒. สื่อ (Media) ๓. ประชาชน (Citizens) หรือผู้รับสาร (Audience)
เสรี วงษ์มณฑา	การเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในระบบการเมือง จะทำให้รัฐบาลสามารถรับรู้ถึงความต้องการของประชาชน และสามารถสนองตอบความต้องการของประชาชนได้อย่างถ้วนทั่ว การสื่อสารเป็นการนำเอารัฐบาลเข้าไปอยู่ในบ้านของประชาชน

๒.๓ แนวคิดเกี่ยวกับการเมืองในระบอบประชาธิปไตย

๒.๓.๑ ความหมายเกี่ยวกับการเมือง

ในทางทฤษฎีรัฐศาสตร์ มุมมองที่ใช้พิจารณาการเมืองหรือศัพท์ทางวิชาการ คือ การศึกษาวิเคราะห์การเมือง (Approach to Political Analysis) ที่แตกต่างกันออกไป ตามแต่ใครจะเห็นว่าแนวการมองการเมืองนั้นเป็นสิ่งที่ใกล้เคียงต่อการอธิบายความเป็นการเมืองได้มากที่สุด โดยคำว่า “การเมือง” นี้ นักวิชาการด้านรัฐศาสตร์ ได้ให้ความหมายไว้แตกต่างกันไปบ้างในรายละเอียด ตามแต่จะใช้ตัวแบบใดในการศึกษาวิเคราะห์ปรากฏการณ์ทางการเมือง และด้วยตัวแบบที่เป็นกรอบในการศึกษาวิเคราะห์ ในขณะที่สาระสำคัญของคำจำกัดความเป็นไปในทำนองเดียวกัน กล่าวคือ เป็นเรื่องของการใช้อำนาจแบบสองทางระหว่างฝ่ายที่เป็นผู้ปกครอง (Rulers) และฝ่ายผู้ถูกปกครอง (Ruled) จากทัศนะของนักวิชาการที่ว่า การเมืองเป็นเรื่องเกี่ยวกับรูปของรัฐและการจัดระเบียบความสัมพันธ์ภายในรัฐระหว่างผู้ปกครองและผู้ถูกปกครอง เมื่อสังคมมนุษย์ยังมีความจำเป็นที่จะต้องมียุติธรรม คนเราจึงต้องแบ่งออกเป็นสองพวก คือ ผู้ที่ทำหน้าที่บังคับกับผู้ถูกบังคับเสมอ^{๔๓}

ทั้งนี้ การเมืองยังเป็นเรื่องของอำนาจ โดยเป็นการต่อสู้กันเพื่อให้ได้มาซึ่งอำนาจและอิทธิพลในการบริหารกิจการบ้านเมือง ทุกสิ่งทุกอย่างที่เกี่ยวกับอำนาจ สถาบันและองค์กรในสังคมได้รับการยอมรับว่ามีอำนาจเด็ดขาดครอบคลุมสังคมนั้น ในการสถาปนาและทำนุรักษาความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสังคม มีอำนาจในการทำให้จุดประสงค์ร่วมกันของสมาชิกในสังคมได้บังเกิดผลขึ้นมา และมีอำนาจในการประนีประนอมความคิดเห็นที่แตกต่างกันของคนในสังคม^{๔๔} อีกหนึ่งคำนิยามที่ครอบคลุมและช่วยให้เห็นภาพความเกี่ยวข้องของการเมืองกับบุคคลในสังคม กล่าวคือ การเมืองเป็นการต่อสู้ช่วงชิง การรักษาไว้และการใช้อำนาจทางการเมือง โดยที่อำนาจทางการเมืองหมายถึง อำนาจในการที่จะวางนโยบายในการบริหารประเทศหรือสังคม อำนาจที่จะแต่งตั้งบุคคลเพื่อช่วยในการนำนโยบายไปปฏิบัติ และอำนาจที่จะใช้ข้าราชการ งบประมาณหรือเครื่องมือในการนำนโยบายไปปฏิบัติ แนวการมองการเมืองเป็นเรื่องของอำนาจ (Power Approach) ความนิยมชมชอบในหมู่นักรัฐศาสตร์และนักสังคมศาสตร์ทั่วไป เห็นว่าการเมืองเป็นเรื่องหรือมีบริบทเกี่ยวกับการใช้อำนาจเพื่อการปกครองประชาชน มักให้คำนิยามของการเมืองว่าเป็นปฏิสัมพันธ์ในเชิงการใช้ อำนาจของรัฐาธิปัตย์ต่อผู้อยู่ใต้อำนาจซึ่งก็คือประชาชน^{๔๕} หรือเกี่ยวกับการแข่งขันเพื่อแสวงหาอำนาจ ส่งผลกระทบต่อสังคมส่วนรวมหรือส่วนใหญ่ของสังคมเกี่ยวกับการบริหารวางระเบียบ

^{๔๓}ชัยอนันต์ สมุทวณิช, ความคิดอิสระ : รวมบทความทางการเมืองระหว่างปี ๒๕๕๗-๒๕๕๙, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพมหานคร : พิมพ์, ๒๕๕๙), หน้า ๕๕.

^{๔๔}Pennock and Smith, David G., *Political Science*, (New York: McMillan, 1997), p. 9.

^{๔๕}ณรงค์ สีนสวัสดิ์, การเมืองไทย : การวิเคราะห์เชิงจิตวิทยา, พิมพ์ครั้งที่ ๓, (กรุงเทพมหานคร : วชรินทร์การพิมพ์, ๒๕๕๙), หน้า ๔๓.

กฎเกณฑ์สำหรับสังคม เพื่อสร้างความเสมอภาคเป็นธรรมแก่สังคม เพื่อให้สังคมมีความสุข หรือ เพื่อให้เกิดการบำบัดทุกข์ บำรุงสุข ทั้งนี้ การเมืองและการปกครองจะมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกัน เพราะการปกครองจำเป็นต้องอาศัยอำนาจ คือ การเมืองจึงจะสามารถดำเนินการได้สำเร็จ ดังนั้น การเมืองการปกครอง จึงหมายถึง การศึกษาเกี่ยวกับองค์ที่ใช้อำนาจ และระเบียบกฎเกณฑ์การใช้ อำนาจทางการบริหารอำนาจอธิปไตย (Sovereignty) หมายถึง อำนาจเด็ดขาดและเต็มที่จะบัญญัติ บังคับและตัดสินกฎหมาย สำหรับภาครัฐ และประชาชนภายในอาณาเขตของตนเอง สามารถที่จะ ดำเนินกิจการภายในหรือนอกประเทศได้ โดยอิสระไม่ถูกบังคับ ควบคุม หรือแทรกแซงโดย ประเทศอื่น^{๔๖} การเมืองการปกครองจะมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกัน ซึ่งการปกครอง จำเป็นต้อง อาศัยอำนาจของการเมืองจึงจะสามารถดำเนินการได้สำเร็จ และยังเป็นเรื่องของอำนาจ โดยเป็นการ ต่อสู้กันเพื่อให้ได้มาซึ่งอำนาจและอิทธิพลในการบริหารกิจการบ้านเมือง มีการใช้อำนาจ แบบสอง ทางระหว่างฝ่ายที่เป็นผู้ปกครอง (Rulers) และฝ่ายผู้ถูกปกครอง (Ruled)

สรุปได้ว่า การเมืองในระบอบประชาธิปไตยเน้นอำนาจของประชาชน ความเสมอภาค เสรีภาพ การมีส่วนร่วมทางการเมือง การเลือกตั้งอย่างเสรีและเป็นธรรม เคารพเสียงข้างมากและสิทธิ เสียงข้างน้อย มีการตรวจสอบถ่วงดุลอำนาจ โปร่งใส รับผิดชอบ และยึดหลักนิติธรรมในการบริหาร ประเทศ

๒.๓.๒ หลักการสำคัญของการปกครองระบอบประชาธิปไตย

๑. หลักความเสมอภาค

ความเสมอภาคทางการเมืองประชาชนทุกคนสามารถมีส่วนร่วมทางการเมืองได้อย่าง เท่าเทียมกัน รูปแบบจัดแสดง การ์ตูนเคลื่อนไหว Animation แสดงหลักความเสมอภาคทางการเมือง ผ่านประชาชนทุกระดับทุกอาชีพที่ต่างมีหนึ่งสิทธิหนึ่งเสียงเท่าเทียมกัน ความเสมอภาคทางเศรษฐกิจ ประชาชนทุกคนต้องไม่ถูกกีดกันในการประกอบอาชีพการประกอบการต้องเป็นไปอย่างเสรีเป็นธรรม ไม่มีการผูกขาดทางการค้ารูปแบบการจัดแสดงการ์ตูนเคลื่อนไหวแสดงหลักความเสมอภาคทาง เศรษฐกิจผ่านเรื่องราวของประชาชนคนหนึ่งซึ่งสามารถเปลี่ยนอาชีพได้อย่างอิสระเสรี ความเสมอ ภาควทางโอกาสบุคคลสามารถจะได้รับการศึกษาการรักษาพยาบาลและการให้บริการจากรัฐอย่างเท่า เท่าเทียมกันรูปแบบการจัดแสดง การ์ตูนเคลื่อนไหว แสดงหลักความเสมอภาคทางโอกาสผ่านภาพ เปรียบเทียบการได้รับโอกาสที่เท่าเทียมกันแม้ว่าจะต่างฐานะกัน

^{๔๖}พรเศรษฐี วุฒิปัญญาอิสกุล, การเมืองการปกครองของไทย, [ออนไลน์], แหล่งที่มา :

<https://sites.google.com/site/pisitsuriyachan>. [๒๙ กรกฎาคม ๒๕๖๗].

๒. หลักสิทธิ เสรีภาพและหน้าที่

สิทธิ คือ อำนาจอันชอบธรรม หรือประโยชน์ที่กฎหมายรับรองและคุ้มครองรูปแบบการจัดแสดง การตูนเคลื่อนไหว แสดงหลักสิทธิเปรียบเทียบผ่านเรื่องราวการเคารพสิทธิซึ่งกันและกันบนท้องถนน โดยรถยนต์คันหนึ่งที่กระทำละเมิดสิทธิของรถคันอื่นที่มาก่อน เสรีภาพ คือ การมีอิสระที่จะกระทำการใด ๆ โดยต้องไม่ละเมิดเสรีภาพของผู้อื่น รูปแบบการจัดแสดง การตูนเคลื่อนไหว Animation แสดงหลักเสรีภาพการเคารพเสรีภาพซึ่งกันและกันของเพื่อนที่อาศัยร่วมห้องเดียวกัน^{๔๗}

หน้าที่ คือ สิ่งที่บุคคลต้องปฏิบัติหรืองดเว้นจากการปฏิบัติบุคคลย่อมมีสิทธิ เสรีภาพ และหน้าที่ซึ่งการใช้สิทธิ เสรีภาพต้องไม่ไปละเมิดสิทธิของผู้อื่น และต้องปฏิบัติหน้าที่ของตนภายใต้กฎหมาย รูปแบบการจัดแสดง การตูนเคลื่อนไหว Animation แสดงหลักหน้าที่ผ่านอาชีพแต่ละอาชีพที่แต่ละบุคคลในสังคมพึงปฏิบัติตามหน้าที่แห่งอาชีพของตน

๓. หลักนิติธรรม

การใช้กฎหมายเป็นหลักในการบริหารประเทศ บุคคลทุกคนต้องอยู่ภายใต้กฎหมาย เจ้าหน้าที่ของรัฐต้องใช้กฎหมายต่อทุกคนอย่างเท่าเทียมกันโดยไม่เลือกปฏิบัติ รูปแบบการจัดแสดง การตูนเคลื่อนไหว Animation แสดงหลักนิติธรรมผ่านตาซึ่งความยุติธรรมเท่าเทียมกันแม้ว่าอีกฝ่ายจะมีอำนาจฐานะมากกว่าอีกฝ่ายก็ตาม

๔. หลักการใช้เหตุผล

การใช้หลักเหตุผลมาเป็นพื้นฐานในการตัดสินใจ และหากมีการตัดสินใจปัญหาด้วยการออกเสียงต้องยอมรับมติของเสียงข้างมาก แต่ต้องเคารพสิทธิของเสียงส่วนน้อย รูปแบบการจัดแสดง การตูนเคลื่อนไหว Animation แสดงหลักการใช้เหตุผลผ่านการลงมติเสียงเลือกทาสีห้องใหม่ของนักเรียนห้องหนึ่งโดยอาศัยหลักเหตุผลและเสียงข้างมากในการตัดสินใจแต่ไม่ละเลยเสียงข้างน้อย

๕. หลักการมีส่วนร่วมทางการเมือง

การปกครองระบอบประชาธิปไตยนั้น ประชาชนมีส่วนร่วมในการปกครองประเทศทั้งทางตรงและทางอ้อม ทางตรง เช่น การออกเสียงประชามติ การเสนอถอดถอน ฯลฯ ทางอ้อม เช่น การเลือกตั้งตัวแทนเข้าไปทำหน้าที่บริหารประเทศแทนตน ทางตรง คือการใช้สิทธิเสรีภาพตามรัฐธรรมนูญ เช่น การแสดงความคิดเห็น การออกเสียงประชามติ การขอรับรู้ข้อมูลข่าวสารราชการ การชุมนุม การร้องทุกข์ส่วนราชการ ทางอ้อม คือ การเลือกตั้งตัวแทน เช่น ส.ส., ส.ว. ไปทำหน้าที่ในการออกกฎหมายและบริหารประเทศ

^{๔๗}ธัญวัฒน์ รัตนศักดิ์, นโยบายสาธารณะ, (เชียงใหม่ : คະนิงนิจการพิมพ์, ๒๕๕๖), หน้า ๑๘.

รูปแบบการจัดแสดง การ์ตูนเคลื่อนไหว Animation แสดงหลักการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านการคัดเลือกหัวหน้าท้องถิ่นใหม่ หากเลือกคนไม่ดีเข้าไปเป็นตัวแทนจะทำให้เดือดร้อน ดังนั้น ควรเลือกตัวแทนที่ดีเข้าไปทำหน้าที่แทนตน^{๔๘}

ดังนั้น การเมืองในระบอบประชาธิปไตยคือกระบวนการที่ประชาชนมีสิทธิและเสรีภาพในการกำหนดผู้นำและนโยบายผ่านการเลือกตั้งอย่างเสรี โดยเน้นหลักความเสมอภาค การมีส่วนร่วมของประชาชน การตรวจสอบถ่วงดุลอำนาจ และการบริหารด้วยความโปร่งใส รับผิดชอบและเคารพเสียงของทุกฝ่ายในสังคม

๒.๓.๓ คำนิยามพื้นฐานทางการเมืองแบบประชาธิปไตย

การเมืองการปกครองตามระบอบประชาธิปไตย สามารถสะท้อนแนวคิดเกี่ยวกับค่านิยมอันเป็นพื้นฐานทางการเมืองแบบประชาธิปไตย เพื่อเป็นแนวทางการยึดปฏิบัติของคนรุ่นหลัง ดังนั้นสาระสำคัญของประชาธิปไตยอันสะท้อนถึงค่านิยมทางการเมือง กล่าวถึง ความหมายของประชาธิปไตย ธรรมเนียมการปกครองระบอบประชาธิปไตยของไทยเป็นการอ้างอิงของชาติตะวันตกที่ได้รับการถ่ายทอดวัฒนธรรมมาจากสมัยกรีกโบราณ ตามความหมายดั้งเดิมของอริสโตเติล (Aristotle) ได้อธิบายว่า ประชาธิปไตย คือ สภาวะที่คนที่เป็นไทยและคนยากจนในสังคมได้รับมอบหมายให้กุมอำนาจของรัฐไว้ในมือ ประชาธิปไตยที่บริสุทธิ์ที่สุดได้รับการเรียกเช่นนั้นได้ก็เพราะมีสภาพแห่งความเสมอภาค ปรากฏอยู่ในที่นั้น และกฎหมายของรัฐมุ่งรับรองความเสมอภาค คนยากจนจะไม่ต้องอยู่ภายใต้บังคับของกฎหมายกว่าคนร่ำรวย หรืออำนาจสูงสุดจะไม่ต้องอยู่ในกำมือของฝ่ายใด แต่ทั้งสองฝ่ายจะมีส่วนใช้อำนาจนั้นด้วยกัน ถ้าตามที่คนส่วนใหญ่เห็นว่าเสรีภาพและความเสมอภาคจะมีอยู่ในประชาธิปไตยแล้วทุกแผนการของรัฐบาลก็ต้องเปิดประตูให้แก่ทุกคน ดังนั้น ที่ใดที่เป็นประชาชนเป็นฝ่ายข้างมาก และสิ่งที่พวกเขาลงคะแนนแล้วจะเป็นกฎหมาย จึงเป็นข้อพิสูจน์ได้ว่าในสภาวะเช่นนั้นก็ควรจะเรียกได้ว่าเป็นประชาธิปไตย^{๔๙}

ทั้งนี้คนจำนวนไม่น้อยที่เรียนรู้ความหมายของประชาธิปไตยจากสุนทรพจน์ของประธานาธิบดีอับราฮัม ลินคอล์น (Abraham Lincoln) ที่เกิดตีสเบอร์ก เมื่อ ค.ศ. ๑๘๖๔ กล่าวว่า ประชาธิปไตย คือ การปกครอง ของประชาชน โดยประชาชน และเพื่อประชาชน (Government of The People, by The People and For The People) นอกจากนี้เอเลียต (Elyot) ได้นิยามไว้ว่า ประชาธิปไตย คือ รูปแบบการปกครองประเภทหนึ่งซึ่งใช้กันในหมู่ชาวเอเธนส์ ถือเอาความเสมอภาค (Equalitie) เป็นลักษณะสำคัญของประชาชน การปกครองในลักษณะนี้เรียกในภาษากรีกว่า

^{๔๘}เรื่องเดียวกัน, หน้า ๑๕.

^{๔๙}อมร รัชสาสัย และคณะ, ประชาธิปไตย : อุดมการณ์ หลักการและแบบอย่างการปกครองหลายประเทศ, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๖๔), หน้า ๔ – ๑๗.

Democratia เท่ากับความหมายในภาษาละตินว่า Popularis Potential และในภาษาอังกฤษ เรียกว่า การปกครองของสามัญชน (Comminaltie)^{๕๐} ดังนั้น ประชาธิปไตย จึงหมายถึง

๑. การปกครองเป็นของประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศที่อยู่บนพื้นฐานของความเป็นธรรมและเสมอภาค หลักการสำคัญของประชาธิปไตย คือ ประชาชนปกครองตนเอง ประชาชนทุกคน มีสิทธิ เสรีภาพ และความเสมอภาค ภายใต้กฎหมายรัฐธรรมนูญ ยึดหลักเสียงข้างมากในการตัดสินใจ ปัญหาหรือลงมติในเรื่องต่าง ๆ แต่ก็ต้องรับฟังเสียงข้างน้อยหรือมีลักษณะที่สำคัญ คือ เป็นอำนาจของปวงชน ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารประเทศ การปกครองต้องถือเสียงข้างมาก มีสิทธิ เสรีภาพ และมีความเสมอภาค^{๕๑}

นอกจากนี้ ระบบการเมืองแบบประชาธิปไตยจะต้องประกอบด้วยหลัก “อำนาจอธิปไตย” เป็นของมวลชนหรือมาจากประชาชน มีสิทธิเสรีภาพ ปกครองด้วยกฎหมาย การรวมศูนย์อำนาจในรัฐสภา และหลักการแยกอำนาจการคานอำนาจ อนึ่งการปกครองระบอบประชาธิปไตยยังมีลักษณะสำคัญในแง่ของหลักการและอุดมการณ์ รัฐได้อำนาจมาจากประชาชนหรือโดยความยินยอมของประชาชน มีการเลือกตั้งผู้แทนและพนักงานของรัฐอย่างยุติธรรม โดยประชาชนสามารถใช้สิทธิเลือกตั้ง ได้อย่างอิสระ ประชาชนต้องมีส่วนร่วมในการปกครองประเทศผ่านบทบาทโดยตรง มีสิทธิติชมควบคุม การทำงานของรัฐบาล และเปลี่ยนแปลงรัฐบาลตามวิธีการที่กำหนดไว้ ซึ่งรัฐบาลต้องมีการแบ่งอำนาจและกระจายอำนาจปกครองประเทศ มีการตรวจสอบถ่วงดุลหรือคานอำนาจซึ่งกันและกัน มีการส่งเสริมปัจเจกชน เสรีภาพ ความเสมอภาค มาตรฐานของพลเมือง การตัดสินใจต้องเป็นไปตามเสียงฝ่ายข้างมาก โดยคำนึงถึงสิทธิของฝ่ายข้างน้อย มีความเสมอภาคกัน โดยเฉพาะความเสมอภาคบนพื้นฐานของกฎหมาย และความมีโอกาสเท่าเทียม ทุกคนมีศักดิ์ศรีและไม่มีใครมีอภิสิทธิ์เหนือผู้อื่น โดยรัฐบาลให้หลักประกัน และคุ้มครองการใช้สิทธิเสรีภาพเหล่านั้นน้อยในสิทธิเสรีภาพพื้นฐานที่สำคัญ และประชาชนมีอิสระในการพูด การพิมพ์ การแสดงความคิดเห็น การร่วมชุมนุม การตั้งพรรคการเมือง เพื่อให้สามารถมีส่วนร่วมในการปกครองประเทศได้จริงและอย่างมีข้อมูลข่าวสาร ทั้งนี้รัฐบาลต้องใช้หลักการปกครองโดยกฎหมาย หรือหลักนิติธรรม ไม่ใช่อำนาจตามอำเภอใจ^{๕๒}

^{๕๐}สมเกียรติ วันทะนะ, อุดมการณ์ทางการเมืองร่วมสมัย, (กรุงเทพมหานคร : อักษรข้าวสวย, ๒๕๕๑), หน้า ๑๔๓-๑๔๖.

^{๕๑}เกรียงศักดิ์ ราชโคตร, การเมืองการปกครองของไทย, (กรุงเทพมหานคร : สหธรรมิก, ๒๕๕๖), หน้า ๔๔.

^{๕๒}วิชัย ต้นศิริ, วิวัฒนาการของระบอบประชาธิปไตย, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๖๕), หน้า ๔๔๒ - ๔๔๔.

ประชาธิปไตยถือเป็นลักษณะสากล ประกอบด้วยหลักการสำคัญ ๕ ประการ อันได้แก่

๑. หลักอำนาจอธิปไตยของปวงชน โดยการปกครองระบอบประชาธิปไตย ถือว่าประชาชนเป็นเจ้าของอำนาจอธิปไตย เพราะฉะนั้นประชาชนจึงมีอำนาจในการกำหนดตัวผู้ปกครอง ทั้งการแต่งตั้งและถอดถอน ทั้งนี้โดยผ่านกระบวนการเลือกตั้ง

๒. หลักเสรีภาพในระบอบประชาธิปไตยครอบคลุมทั้งเสรีภาพในทางการเมือง การใช้สิทธิในการกำหนดผู้ปกครอง การวิพากษ์วิจารณ์ทางการเมือง เสรีภาพในการนับถือศาสนาที่จะเชื่อหรือยอมรับนับถือศาสนาใดก็ได้ เสรีภาพในการประกอบอาชีพสุจริตได้ตามความสมัครใจของตน หรือตามความถนัดของตน เสรีภาพในการเป็นเจ้าของทรัพย์สินอันเกิดจากการประกอบอาชีพโดยสุจริต เสรีภาพในการเลือกถิ่นที่อยู่อาศัยของตนได้อย่างเสรี

๓. หลักความเสมอภาคหรือความเท่าเทียมกันในเรื่องของ “โอกาส”

๔. หลักกฎหมาย ต้องมาจากการบัญญัติของตัวแทนที่ได้รับการมอบหมายจากประชาชน ซึ่งมีการบังคับใช้กฎหมายที่เสมอภาคและเท่าเทียมกัน โดยไม่เลือกชั้นวรรณะ และประชาชนจะต้องได้รับการคุ้มครองจากกระบวนการยุติธรรมอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน

๕. หลักเสียงข้างมาก ไม่ว่าจะเป็นการตัดสินใจของประชาชนในการกำหนดตัวผู้ปกครอง หรือการตัดสินใจของฝ่ายนิติบัญญัติ ฝ่ายบริหารและฝ่ายตุลาการ เมื่อมีความคิดเห็นแตกต่างกันให้ถือเสียงข้างมากเป็นเกณฑ์ ทั้งนี้ เพื่อให้แน่ใจว่าการตัดสินใจเหล่านั้น สะท้อนถึงความต้องการของคนส่วนใหญ่อย่างแท้จริง ถ้าเป็นเรื่องสำคัญจะต้องพยายามให้มีเสียงข้างมากจำนวนมากจริง แต่ถ้าเป็นเรื่องทั่วไปก็ให้ใช้เสียงข้างธรรมดา (Simple Majority) เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจ^{๕๓}

สรุปได้ว่า ค่านิยมพื้นฐานทางการเมืองแบบประชาธิปไตยประกอบด้วยหลักการเคารพสิทธิเสรีภาพของประชาชน เสมอภาคภายใต้กฎหมาย การมีส่วนร่วมทางการเมืองของทุกคน การยอมรับความคิดเห็นที่แตกต่าง การใช้เหตุผลมากกว่าอารมณ์ การรับฟังเสียงข้างน้อย การเลือกตั้งอย่างเสรี โปร่งใส และยุติธรรม รวมถึงการบริหารที่ตรวจสอบได้และมีความรับผิดชอบต่อสาธารณะ

^{๕๓}วินัย ผลเจริญ, “ผลกระทบของนโยบายประชานิยมที่มีต่อเศรษฐกิจสังคมและการเมืองไทย (ตอนที่ ๑)”, จุลสารกลุ่มประชาชนเพื่อประชาธิปไตย, ปีที่ ๔ ฉบับที่ ๓๗ (ธันวาคม ๒๕๔๖) : ๑๕.

ตารางที่ ๒.๔ สรุปสาระสำคัญของแนวคิดเกี่ยวกับการเมืองในระบอบประชาธิปไตย

นักวิชาการหรือแหล่งข้อมูล	แนวคิดหลัก
ชัยอนันต์ สมุทวณิช	การเมืองเป็นเรื่องเกี่ยวกับรูปของรัฐและการจัดระเบียบ ความสัมพันธ์ภายในรัฐระหว่างผู้ปกครองและผู้ถูกปกครอง เมื่อสังคมมนุษย์ยังมีความจำเป็นที่จะต้องมียุติบาล คนเราจึงต้องแบ่งออกเป็นสองพวก คือ ผู้ที่ทำหน้าที่บังคับกับผู้ถูกบังคับเสมอ
Pennock and Smith, David G.,	การเมืองยังเป็นเรื่องของอำนาจ โดยเป็นการต่อสู้กันเพื่อให้ได้มาซึ่งอำนาจและอิทธิพลในการบริหารกิจการบ้านเมือง ทุกสิ่งทุกอย่างที่เกี่ยวกับอำนาจ สถาบันและองค์กรในสังคม
ณรงค์ สิ้นสวัสดิ์	การเมืองและการปกครองจะมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกัน เพราะการปกครองจำเป็นต้องอาศัยอำนาจ
พรเศรษฐี วุฒิปัญญาธิกุล	การเมืองและการปกครองจะมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกัน เพราะการปกครองจำเป็นต้องอาศัยอำนาจ คือ การเมืองจึงจะสามารถดำเนินการได้สำเร็จ
Denton, Woodward	การสื่อสารทางการเมือง หมายถึง การถ่ายทอดข่าวสารที่เกี่ยวกับการเมือง จากส่วนหนึ่งของระบบการเมือง ไปยังอีกส่วนหนึ่งของระบบการเมือง และเป็นการถ่ายทอดระหว่างระบบสังคมกับระบบการเมือง
ธัญวัฒน์ รัตนศักดิ์	เสรีภาพ คือ การมีอิสระที่จะกระทำการสิ่งใด ๆ โดยไม่ต้องไม่ละเมิดเสรีภาพของผู้อื่น รูปแบบการจัดแสดงการเคลื่อนไหว
อมร รักษาสัตย์ และคณะ	คนส่วนใหญ่เห็นว่าเสรีภาพและความเสมอภาคจะอยู่ในประชาธิปไตยแล้วทุกแผนการของรัฐบาลก็ต้องเปิดประตูให้แก่ทุกคน
สมเกียรติ วันทะนะ	ความเสมอภาค (Equalitie) เป็นลักษณะสำคัญของประชาชน

ตารางที่ ๒.๔ สรุปสาระสำคัญของแนวคิดเกี่ยวกับการเมืองในระบอบประชาธิปไตย (ต่อ)

นักวิชาการหรือแหล่งข้อมูล	แนวคิดหลัก
เกรียงศักดิ์ ราชโคตร	อำนาจของปวงชน ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารประเทศ การปกครองต้องถือเสียงข้างมาก มีสิทธิเสรีภาพ และมีความเสมอภาค
วิชัย ตันศิริ	ประชาชนมีอิสระในการพูด การพิมพ์ การแสดงความคิดเห็น การร่วมชุมนุม การตั้งพรรคการเมือง เพื่อให้สามารถมีส่วนร่วมในการปกครองประเทศได้จริงและอย่างมีข้อมูลข่าวสาร ทั้งนี้รัฐบาลต้องใช้หลักการปกครองโดยกฎหมาย หรือหลักนิติธรรม
Karl W. Deutsch	การสื่อสารทางการเมืองในสังคมนั้น ระบบการเมืองจะสามารถดำรงคงอยู่ และมีบูรณภาพได้ก็ขึ้นอยู่กับความสามารถที่จะ “ตอบสนอง” ต่อการเรียกร้องต้องการทางการเมือง
พญทิสาน ชุมพล	การสื่อสารทางการเมือง คือ กระบวนการทางการเมืองที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนข้อเท็จจริง ทัศนะ และความคิดเห็น ตลอดจนประสบการณ์ต่าง ๆ ในทางการเมืองระหว่างบุคคล การสื่อสารทางการเมืองจึงนับเป็นกระบวนการที่ก่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกของสังคมการเมือง
Harold D.Lasswel	การสื่อสารทางการเมืองว่าเป็นการตอบคำถามที่ว่าใคร, พูดอะไร, ด้วยช่องทางใด, ถึงใคร และมีผลกระทบใดบ้าง
Chaffee Ellen Earic & William G. Tierney	การสื่อสารทางการเมือง เป็นแบบแผนหรือกระบวนการเผยแพร่ข่าวสารทางการเมืองระหว่างสมาชิกกับหน่วยต่าง ๆ ในระบบการเมือง
พญทิสาน ชุมพล	การสื่อสารทางการเมือง คือ กระบวนการทางการเมืองที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนข้อเท็จจริง ทัศนะ และความคิดเห็น ตลอดจนประสบการณ์ต่าง ๆ ในทางการเมือง

ตารางที่ ๒.๔ สรุปสาระสำคัญของแนวคิดเกี่ยวกับการเมืองในระบอบประชาธิปไตย (ต่อ)

นักวิชาการหรือแหล่งข้อมูล	แนวคิดหลัก
Shaffee	การสื่อสารทางการเมือง มีลักษณะเป็นระบบของการแพร่ข่าวสารทางการเมือง ไปยังสมาชิกของการเมือง การสื่อสารทางการเมืองจึงเป็นแบบแผน หรือกระบวนการแพร่ข่าวสารทางการเมือง ระหว่างสมาชิกกับหน่วยต่าง ๆ ในระบบการเมือง หรือมีบทบาทเป็นตัวกลางระหว่างประชาชนกับรัฐบาล โดยเป็นช่องทางในการเสนอข่าวสารข้อมูลทางการเมืองต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการตัดสินใจ และนโยบายของรัฐบาลให้ประชาชนได้รับรู้

๒.๔ บทบาทของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร เป็นหัวหน้าฝ่ายบริหารของกรุงเทพมหานคร ตำแหน่งนี้จัดตั้งขึ้นจากประกาศของคณะปฏิวัติ ฉบับที่ ๓๓๕ (สมัยจอมพลถนอม กิตติขจร) และพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. ๒๕๑๘ ผู้ดำรงตำแหน่งมีที่มาจากการเลือกตั้งโดยตรง มีวาระการดำรงตำแหน่งคราวละสี่ปี (หรือบางช่วงมาจากคำสั่งของคณะรัฐประหาร)^{๔๔} ผู้ดำรงตำแหน่งคนที่ ๑๗ และคนปัจจุบัน คือ ชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ซึ่งดำรงตำแหน่งเมื่อวันที่ ๒๒ พฤษภาคม ๒๕๖๕

ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร
ที่มา

ผู้ว่าฯ กทม. มาจากการเลือกตั้งโดยตรง มีวาระดำรงตำแหน่ง ๔ ปี

ขอบเขตอำนาจผู้ว่าฯ กทม. ตาม พ.ร.บ. ระเบียบบริหารราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ.

๒๕๖๒

- กำหนดนโยบาย ทิศทางการแก้ไข พัฒนา และบริหารราชการให้เป็นไปตามแผน
- มีอำนาจสั่งการที่เกี่ยวกับราชการของกรุงเทพมหานคร (กทม.) และรักษาการให้เป็นไปตามข้อบัญญัติ กทม.

- บริหารภายในหน่วยงานกรุงเทพมหานคร (กทม.) ให้ดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพ
- แต่งตั้งหรือถอดถอนรองผู้ว่าฯ กทม. และข้าราชการการเมืองอื่น ๆ และบริหารจัดการข้าราชการประจำของกรุงเทพมหานคร (กทม.)

^{๔๔}MGR Online, "สปิริต "อภิรักษ์" ลาออกขอโทษคนกทม.-กกต. คาดเลือกใหม่", [ออนไลน์], แหล่งที่มา : <https://mgronline.com/daily/detail/9510000134622> [๑ สิงหาคม ๒๕๖๗].

- นำนโยบายจากรัฐบาลกลางมาปฏิบัติ

นโยบายและทิศทางการบริหาร กทม.

นโยบายและทิศทางการบริหาร กทม. เกี่ยวพันกับชีวิตของประชาชนทุกด้าน

อำนาจหน้าที่ของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

ตามกฎหมายปัจจุบันคือ พระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. ๒๕๒๘ ในมาตรา ๔๙ กำหนดให้ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร มีอำนาจหน้าที่ดังนี้ กำหนดนโยบายบริหารราชการของกรุงเทพมหานคร ให้เป็นไปตามกฎหมาย สั่ง อนุญาต อนุมัติ เกี่ยวกับราชการของกรุงเทพมหานคร

กรุงเทพมหานครจัดรูปแบบการปกครองตาม พ.ร.บ.จัดระเบียบบริหารราชการกรุงเทพฯ พ.ศ. ๒๕๒๘ ซึ่งมีอำนาจและหน้าที่ตามที่กำหนดในพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. ๒๕๒๘ มาตรา ๘๙ ดังนี้

๑. การรักษาความสงบเรียบร้อยของประชาชน
๒. การทะเบียนตามที่กฎหมายกำหนด
๓. ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย
๔. การรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง
๕. การผังเมือง
๖. การจัดให้มีและบำรุงรักษาทางบกหรือทางน้ำ และทางระบายน้ำ
๗. การจัดการจราจรและการวิศวกรรมจราจร
๘. การส่งเสริมและสนับสนุนสถานีดำรง และหน่วยงานอื่นในการปฏิบัติหน้าที่ตามข้อ ๑-๗
๙. การขนส่ง
๑๐. การจัดให้มีและควบคุมตลาด ท่าเทียบเรือ ท่าข้าม และที่จอดรถ
๑๑. การดูแลรักษาที่สาธารณะ
๑๒. การควบคุมอาคาร
๑๓. การปรับปรุงแหล่งชุมชนแออัดและการจัดการเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย
๑๔. การจัดให้มีและบำรุงรักษาสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ
๑๕. การพัฒนาและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
๑๖. บำรุงรักษาศิลปะ จารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมอันดีของท้องถิ่น
๑๗. การสาธารณสุข
๑๘. การสาธารณสุข การอนามัยครอบครัว และการรักษาพยาบาล
๑๙. การจัดให้มีและควบคุมสุสานและฌาปนสถาน
๒๐. การควบคุมสัตว์เลี้ยง
๒๑. การจัดให้มีและควบคุมการฆ่าสัตว์

๒๒. การควบคุมความปลอดภัยความเป็นระเบียบเรียบร้อยการอนามัยในโรงแรมหรื
และสาธารณะสถานอื่น ๆ

๒๓. การจัดการศึกษาให้สอดคล้องกับแผนการศึกษาของชาติ รวมทั้งส่งเสริมและ
สนับสนุนการจัดการศึกษา

๒๔. การสาธารณูปการ

๒๕. การสังคมสังเคราะห์

๒๖. การส่งเสริมการกีฬา

๒๗. การส่งเสริมการประกอบอาชีพ

๒๘. การพาณิชย์ของกรุงเทพมหานคร

๒๙. หน้าที่อื่น ๆ ตามที่กฎหมายระบุให้เป็นอำนาจของผู้ว่าราชการจังหวัด อำเภอ
เทศบาลนคร หรือตามที่คณะรัฐมนตรี หรือรัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทยมอบหมายหรือ
กฎหมายระบุให้เป็นหน้าที่ของกรุงเทพมหานคร^{๕๕}

ดังนั้น ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครมีบทบาทสำคัญในการบริหารและพัฒนากรุงเทพฯ
ทั้งด้านโครงสร้างพื้นฐาน การจราจร การศึกษา สาธารณสุข สิ่งแวดล้อม และความปลอดภัยของ
ประชาชน ทำหน้าที่กำกับดูแลหน่วยงานในสังกัด ออกนโยบายและแผนพัฒนาเมือง ตลอดจนเป็น
ตัวแทนของประชาชนในการประสานงานกับรัฐบาลกลางเพื่อแก้ไขปัญหาและส่งเสริมคุณภาพชีวิต
ของชนกรุงเทพมหานคร

๒.๔ หลักจริยธรรม

หลักจริยธรรม เป็นหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาที่เน้นการใช้วาจาอย่างมีคุณธรรม ได้แก่
ไม่พูดเท็จ ไม่ส่อเสียด ไม่พูดคำหยาบ และไม่พูดเพ้อเจ้อ เมื่อนำมาประยุกต์ใช้กับการสื่อสารทาง
การเมือง โดยเฉพาะในบทบาทของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในงานวิจัยชิ้นนี้ จึงนำหลักจริยธรรม
มาศึกษาเพื่อส่งเสริมให้การสื่อสารของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร เป็นไปอย่างสร้างสรรค์ โปร่งใส
และเป็นธรรม เกิดความไว้วางใจจากประชาชนและเสริมสร้างประชาธิปไตยอย่างยั่งยืน

สุจริต หมายถึง การประพฤติชอบประพฤติดี ส่งผลให้ผู้ประพฤติประสพกับสิ่งที่ดี เช่น
ช่วยพ่อแม่ทำงานบ้าน พูดความจริง พูดจาไพเราะ ประรณชาติต่อผู้อื่น เป็นต้น^{๕๖}

^{๕๕}พระราชบัญญัติ ระเบียบบริหารราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. ๒๕๒๘, [ออนไลน์], แหล่งที่มา :
<https://official.bangkok.go.th/page/16> [๑๒ มกราคม ๒๕๖๗].

^{๕๖}พระพรหมคุณาภรณ์ (ป. อ. ปยุตโต), พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม,
(กรุงเทพมหานคร : บริษัท สำนักพิมพ์แพรวแอนดริโอ จำกัด, ๒๕๕๖), หน้า ๔๕๖.

ความประพฤติชอบเกิดได้ ๓ ทาง คือ

๑. กายสุจริต คือ การทำความดีทางกาย เช่น แบ่งปันสิ่งของให้เพื่อนบริจาคเงินสร้างวัด บริจาคสิ่งของแก่ผู้ที่เดือดร้อน ช่วยครูถือหนังสือ เป็นต้น เป็นความสุจริตทางกาย ทำสิ่งที่พึงามถูกต้อง ประพฤติชอบด้วยกาย ละเว้นการบีบคั้น เบียดเบียน มีเมตตากรุณา ช่วยเหลือเกื้อกูลสงเคราะห์กัน ไม่แย่งชิงลักขโมย หรือเอาไร้อาเปรียบ แต่เคารพสิทธิในทรัพย์สินของกันและกัน ไม่ประพฤติผิดล่วงละเมิดในของรักของหวงของผู้อื่น ไม่ข่มเหงจิตใจ หรือทำลายลบหลู่เกียรติและวงศ์ตระกูลของกัน

๒. วาจาสุจริต คือ การทำความดีทางวาจา เช่น พูดจาไพเราะ พูดแต่ความจริง พูดยกย่องเพื่อน พูดให้กำลังใจผู้อื่น เป็นต้น เป็นความสุจริตทางวาจา ทำสิ่งที่พึงามถูกต้อง ประพฤติชอบด้วยวาจา ละเว้นการพูดเท็จ โกหกหลอกลวง กล่าวแต่คำสัตย์ไม่จงใจพูดให้ผิดจากความจริง เพราะเห็นแก่ผลประโยชน์ใด ๆ ไม่พูดส่อเสียด ยุยง สร้างความแตกแยก พูดแต่คำที่ส่งเสริมสามัคคีละเว้นจากการพูดคำหยาบคาย สกปรกเสียหาย พูดแต่คำสุภาพ นุ่มนวลควรฟัง รวมถึงละเว้นจากการพูดเหลวไหลเพ้อเจ้อ พูดแต่คำจริง มีเหตุมีผล มีสารประโยชน์และถูกกาลเทศะ

๓. มโนสุจริต คือ การทำความดีทางใจ เช่น ปราปรณาให้ผู้อื่นมีความสุข คิดแต่สิ่งที่พึงามถูกต้อง เป็นต้น เป็นความสุจริตทางใจ ทำสิ่งที่พึงามถูกต้อง ประพฤติชอบด้วยใจ ไม่ละโมภ ไม่เพ่งเล็ง คิดหาทางเอาแต่จะได้ คิดให้ คิดเสียสละ ทำใจให้ผ่องแผ้วว่างขวาง ไม่คิดร้ายมุ่งเบียดเบียน หรือเพ่งมองในแง่ที่จะทำลาย แต่ตั้งความปราปรณาดี แม้มันตรึงให้เกิดประโยชน์สุขแก่กัน มีความเห็นถูกต้อง เป็นสัมมาทิฐิ เข้าใจในหลักกรรมว่า ทำดีมีผลดี ทำชั่วมีผลชั่ว รู้เท่าทันความจริงที่เป็นธรรมชาติของโลกและชีวิต มองเห็นความเป็นไปตามเหตุปัจจัย

“สุจริต” ในหลัก “จักรวรรดิวัตร” ที่เน้นความสุจริตทั้งกาย วาจา และใจ^{๕๗} หลักการนี้จึงถือได้ว่าเป็นหลักการสำคัญที่ชนชั้นนำทางการเมืองได้ใช้เป็นหลักปฏิบัติในการบริหารกิจการบ้านเมืองตามหลักธรรมาภิบาลตามกรอบของผู้นำตามแบบของ “ธรรมราชา” ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน พระพรหมคุณาภรณ์ (ป. อ. ปยุตโต) “ธรรมานุชีวิต” ท่านได้กล่าวเอาไว้ คนกับสังคม คนมีศีลธรรม (สมาชิกในหมู่อารยชน) คนมีศีลธรรมหรือมีมนุษยธรรมที่เรียกได้ว่าเป็นอารยชนมีธรรมคือคุณสมบัติดังนี้ มีสุจริตทั้ง ๓ คือ มีความประพฤติดีประพฤติดชอบ ๓ ประการ ๑. กายสุจริต ความสุจริตทางกาย ทำสิ่งที่พึงามถูกต้องประพฤติดชอบด้วยกาย ๒. วาจาสุจริต ความสุจริตทางวาจา พูดสิ่งที่พึงามถูกต้องประพฤติดชอบด้วยวาจา ๓. มโนสุจริต ความสุจริตทางใจ คิดสิ่งที่พึงามถูกต้องประพฤติดชอบด้วยใจ^{๕๘} ความประพฤติชอบทั้ง ๓ ทางนี้ เป็นสิ่งที่ดีควรทำ เพราะเมื่อกระทำลงไปแล้วจะทำให้ตนเองและผู้อื่นมีความสุข และส่งผลให้สังคมส่วนรวมมีความสุข

^{๕๗}ที.ปา.อ. (ไทย) ๘๔/๓๔/๑๔๕-๑๔๖.

^{๕๘}พระพรหมคุณาภรณ์ (ป. อ. ปยุตโต), ธรรมานุชีวิต, พิมพ์ครั้งที่ ๑๑๙, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ โรงพิมพ์พระพุทธศาสนาของธรรมสภา, ๒๕๕๕), หน้า ๑๗.

สุจริตเป็นพื้นฐานในการประพฤติชอบตามคลองธรรม ประพฤติด้วยตั้งใจดีประพฤติซื่อตรง สุจริตเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้และเป็นนามธรรม ไม่มีความหมายเฉพาะทางเทคนิคหรือคำจำกัดความตามบทบัญญัติกฎหมายแต่ประการใด ขอบเขตความเชื่อโดยสุจริตได้แก่สิ่งที่ไม่ประสงค์มุ่งร้ายและไม่ประสงค์ที่จะไปฉ้อฉลบุคคลใดหรือการไปแสวงหาเอาเปรียบคนอื่น เพราะเขาขาดความสำนึก ดังนั้นจึงเห็นว่าความสุจริตของบุคคลแต่ละคน จึงเป็นความคิดส่วนตัวของแต่ละคนซึ่งเป็นเรื่องสภาพในจิตใจของบุคคลนั้น^{๕๙} “สุจริต” การที่มนุษย์มีความต้องการที่จะอยู่รอด ต้องการดำรงเผ่าพันธุ์ของตนเอง มนุษย์จึงจำเป็นต้องมีการพึ่งพากันและกัน เพื่อตอบสนองความต้องการดังกล่าว จึงเกิดการรวมกลุ่มอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ และโดยเหตุนี้เองมนุษย์จึงต้องรู้จักที่จะเรียนรู้ และอดทนต่อสมาชิกคนอื่นในกลุ่ม ยอมโอนอ่อนผ่อนปรนแก่กัน รวมทั้งต่างก็มีหน้าที่ของตนเอง และได้รับการคาดหวังจากสมาชิกคนอื่นว่าแต่ละคนจะปฏิบัติหน้าที่ของตนเองเพื่อความอยู่รอดของกลุ่ม ต่อมาเมื่อกลุ่มคนดังกล่าวพัฒนาไปเป็นชุมชนที่มีความเจริญมากขึ้น แนวคิดเรื่องหน้าที่นี้ก็พัฒนาตามไปด้วย จากระยะเริ่มแรกซึ่งมักจะเป็นหน้าที่ในลักษณะเพื่อการยังชีพ เช่น เมื่อสมาชิกคนหนึ่งของกลุ่มนักล่าสัตว์ได้ล่อเหยื่อไปตามทางที่ตกลงกันไว้แล้ว สมาชิกอีกคนหนึ่งของกลุ่มจะจับสัตว์นั้น ก็พัฒนาไปสู่หน้าที่ตามคำสัญญา (Obligation of Promise) ซึ่งเป็นการสะท้อนถึงการที่ทุกคนจะต้องปฏิบัติตามสัญญาที่ตนได้ให้สัญญาไว้ เกิดจากเหตุผลในทางปฏิบัติเพื่อการดำรงอยู่ของกลุ่มนั่นเอง^{๖๐}

การสื่อสารเชิงพุทธเพื่อสันติสุข เป็นแนวทางการสื่อสารด้วยหลักสัมมาวาจา ซึ่งเป็นทางสายกลางในมรรคมีองค์ ๘ คือ วชิสุจริต ๔ อย่าง ๑) เจตนางดเว้นจากการพูดเท็จ ๒) เจตนางดเว้นจากการพูดส่อเสียด ๓) เจตนางดเว้นจากการพูดหยาบ ๔) เจตนางดเว้นจาก การพูดเพ้อเจ้อ

“เจรจาชอบ” หรือสัมมาวาจา คือ วชิสุจริต ๔ ประกอบด้วย ๑) ไม่พูดเท็จ ๒) ไม่พูดคำส่อเสียด ๓) ไม่พูดคำหยาบ และ ๔) ไม่พูดเพ้อเจ้อ ซึ่งรวมถึงพูดถูกกาลเทศะด้วย ถ้าเราต้องการให้สังคมไทยเป็นสังคมประชาธิปไตยที่แท้จริงแล้ว “เจรจาชอบ” ถือว่ามีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้เพราะหลักการที่สำคัญของประชาธิปไตยคือ การเคารพเสียงส่วนน้อย โดยทำตามมติของเสียงส่วนใหญ่ หมายถึงเปิดโอกาสให้ทุกคนได้แสดงความคิดเห็นอย่างทั่วถึง รวมทั้งผู้ที่มีความคิดแตกต่างซึ่งเป็นเสียงส่วนน้อยด้วย สำหรับการตัดสินใจด้วยมติเสียงส่วนใหญ่นั้น ผู้ลงมติดำเนินการต้องมีข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน และรอบด้านไว้ เพื่อใช้พิจารณาไตร่ตรองในการตัดสินใจ ดังนั้น ในที่ประชุมจึงต้องเปิดโอกาสให้ทุกคนได้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระเสรี ปราศจากความกลัว ซึ่งจะเป็นเช่นนี้ได้ก็ต่อเมื่อทุกคนใช้คำพูดที่เป็นความจริง ที่ส่งเสริมความสามัคคี ที่สุภาพอ่อนโยน ที่มีเหตุผล ที่มีสาระประโยชน์ และที่ถูกต้องเหมาะสม ถ้าที่ประชุมปราศจาก “เจรจาชอบ” แล้ว ย่อมมีผลทำให้การลงมติของที่ประชุม

^{๕๙}ราชบัณฑิตยสถาน, พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๕๔, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพมหานคร : ราชบัณฑิตยสถาน, ๒๕๕๖), หน้า ๑๒๔๒.

^{๖๐}J.F O' Connor, *Good Faith in International Law*, (Aldershot: Dartmouth Publishing Company Limited, 1991), p. 6-7.

นั่นไม่เป็นประชาธิปไตยที่แท้จริง เพราะข้อมูลที่ใช้เพื่อการตัดสินใจลงมติ อาจเป็นข้อมูลที่ไม่เป็นจริง ถ้าผู้ให้ข้อมูลกล่าวเท็จ หรืออาจได้ข้อมูลไม่ครบถ้วน ถ้าผู้ใหญ่ใช้คำพูดไม่สุภาพ ทำให้ผู้น้อยไม่กล้าออกความคิดเห็น หรือถ้ามีการพูดเพื่อเจ้อ ส่อเสียด ไร้สาระ ไม่ถูกกาลเทศะ ก็จะทำให้ไม่มีเวลาเพียงพอที่จะให้ทุกคนได้แสดงความคิดเห็นอย่างทั่วถึง

อย่างไรก็ตาม การลงมติออกเสียงในระบบประชาธิปไตย ก็ไม่ได้มีแต่ในที่ประชุมเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงการลงคะแนนออกเสียงอื่น ๆ เช่น เลือกตั้ง ลงประชามติ ในการนี้ผู้มีสิทธิออกเสียงลงคะแนนก็ควรได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ไม่เป็นเท็จ และครบถ้วนรอบด้าน รวมทั้งมีสิทธิในการแสดงความคิดเห็นอย่างเท่าเทียมกันด้วย ซึ่งจะเป็นไปได้ก็ต่อเมื่อ ไม่มีใครแสดงอำนาจทางวาจาด้วยการพูดจาหยาบค้าย (โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่มีอำนาจต้องทำตัวให้เป็นตัวอย่าง) ดังนั้น สัมมาวาจาหรือเจรจาชอบจึงควรเป็นคุณธรรมที่ต้องได้รับการส่งเสริม ถ้าเราต้องการให้สังคมเป็นประชาธิปไตยเต็มใบ ไม่ใช่ประชาธิปไตยแบบพวกมากลากไป

"วจีสุจริต"

- เว้นจากการพูดเท็จ
- เว้นจากการพูดส่อเสียด
- เว้นจากการพูดคำหยาบ
- เว้นจากการพูดเพื่อเจ้อเหลวไหล

คือแม้ว่า "จะเป็นความจริง แต่หากว่าเป็นคำส่อเสียดก่อให้เกิดความแตกร้าง" เช่น "นำความข้างนี้ไปบอกข้างนั้น นำความข้างนั้นมาบอกข้างนี้ เพื่อจะยุให้ทั้งสองฝ่ายแตกกัน แม้จะเป็นความจริงที่ไม่ควรพูด เพราะทำให้เขาแตกกัน เข้าในพวกส่อเสียด" หรือแม้ว่า "เป็นคำหยาบ ไม่ได้มุ่งจะหลอกลวงให้เข้าใจผิด" แต่ว่าเป็นคำหยาบค้าย เช่นเป็นคำด่าว่า "เป็นสัตว์ดิรัจฉานอย่างโน้นอย่างนี้ อะไรเป็นต้น" หรือแม้ว่าอาจอย่างอื่นซึ่งเป็นการกล่าว "กดให้เลวลง" ซึ่งทุกคนก็รู้ว่าไม่ได้เป็นเช่นนั้น และก็ได้มุ่งที่จะหลอก แต่ว่า "กล่าวด้วยความโกรธ ด้วยความเหยียดหยาม ต้องการจะกดเขาให้เลวก็ไม่ควรพูด" และแม้ว่า "เป็นคำที่เพื่อเจ้อเหลวไหล ไม่เป็นธรรม ไม่เป็นวินัย ไม่มีขอบเขตจำกัด" หากสาระแก่นสารมิได้ หรือว่ามีสาระแก่นสารน้อยเกินไป ก็เป็นคำไม่ควรพูด

"วจีทุจริต"

วาจาเช่นที่กล่าวมานี้ คือ ..

- การพูดเท็จก็ดี
- การพูดส่อเสียดก็ดี
- การพูดคำหยาบก็ดี
- การพูดเพื่อเจ้อเหลวไหลก็ดี

ก็นับว่าเป็น "วจีทุจริต" คือ "การพูดที่เป็นทุจริตเสมอกัน เพราะฉะนั้นแม้เป็นความจริง ก็ไม่ใช่ว่าเป็นข้อที่ควรพูดเสมอไป" ต้องอยู่ในขอบเขตอันสมควร .. "

ความหมายของหลักธรรมเกี่ยวกับ สัมมาวาจา (วจีสุจิริต)

สัมมาวาจา เจรจาชอบ คือ วจีสุจิริต ๔ (เว้นจาก วจีหุจิริต ๔) “การงดเว้นจากการพูดเท็จ งดเว้นจากการพูดส่อเสียด งดเว้นจากการพูดคำหยาบ งดเว้นจากการพูดเพ้อเจ้อ เป็นหนึ่งในมรรค ๘ หรือ มรรคมืองค์แปด” ละการพูดเท็จ เว้นขาดจากการพูดเท็จ พูดแต่คำจริง ดำรงคำสัตย์ มีถ้อยคำเป็นหลักฐาน ควรเชื่อได้ ไม่พูดลวงโลก ละคำส่อเสียด เว้นขาดจากคำส่อเสียด ฟังจากข้างนี้แล้วไม่ไปบอกข้างโน้น เพื่อให้คนหมั่นนี้แตกร้างกัน หรือฟังจากข้างโน้น แล้วไม่มาบอกข้างนี้ เพื่อให้คนหมู่นี้แตกร้างกัน สมานคนที่แตกร้างกันแล้วบ้าง ส่งเสริมคนที่พร้อมเพรียงกันแล้วบ้าง ชอบคนผู้พร้อมเพรียงกัน ยินดีในคนผู้พร้อมเพรียงกัน เพลิดเพลินในคนผู้พร้อมเพรียงกัน กล่าวแต่คำที่ทำให้คนพร้อมเพรียงกัน ละคำหยาบ เว้นขาดจากคำหยาบ กล่าวแต่คำที่ไม่มีโทษเพราะหู ชวนให้รัก จับใจ เป็นของชาวเมือง คนส่วนมากรักใคร่พอใจ ละคำเพ้อเจ้อ เว้นขาดจากคำเพ้อเจ้อ พูดถูกกาล พูดแต่คำ ที่เป็นจริง พูดอิงอรรถ พูดอิงธรรม พูดอิงวินัย พูดแต่คำมีหลักฐานมีที่อ้าง มีที่กำหนด ประกอบด้วยประโยชน์ โดยกาลอันควร^{๖๑} รู้จักมีจรรยาว่ามิฉฉาวจา รู้จักสัมมาวาจาว่าสัมมาวาจา ความรู้นั้น เป็น สัมมาทิฐิ สัมมาวาจา ๒ อย่าง สัมมาวาจาที่ยังเป็นสาสวะ เป็นส่วนแห่งบุญให้ผลแก่ชั้นธ คือ เจตนางดเว้นจากการพูดเท็จ งดเว้นจากการพูดส่อเสียด งดเว้นจากการพูดคำหยาบ งดเว้นจากการเจรจาเพ้อเจ้อ สัมมาวาจาของพระอริยะที่เป็นอนาสวะ เป็นโลกุตระ เป็นองค์มรรค คือ ความงด ความเว้น ความเว้นขาด เจตนางดเว้น จากวจีหุจิริตทั้ง ๔ ของภิกษุผู้มีจิตไกลข้าศึก มีจิตหาอาสวะมิได้ พรั่งพร้อมด้วยอริยมรรค เจริญอริยมรรคอยู่

ธรรมที่เกี่ยวข้อง จาก อภัยราชกุมารสูตร (พระไตรปิฎก เล่มที่ ๑๓)

ตลาคต... ย่อมรู้วาจาที่ไม่จริง ไม่แท้ ไม่ประกอบด้วยประโยชน์ และวาจานั้นไม่เป็นที่รัก ไม่เป็นที่ชอบใจของผู้อื่น ตลาคตไม่กล่าววาจานั้น

อนึ่ง ตลาคตย่อมรู้วาจาที่จริง ที่แท้ แต่ไม่ประกอบด้วยประโยชน์ และวาจานั้นไม่เป็นที่รัก ไม่เป็นที่ชอบใจของผู้อื่น ตลาคตไม่กล่าววาจานั้น

อนึ่ง ตลาคตย่อมรู้วาจาที่จริง วาจาที่แท้ และประกอบด้วยประโยชน์ แต่วาจานั้นไม่เป็นที่รัก ไม่เป็นที่ชอบใจของผู้อื่น ในข้อนี้ ตลาคตย่อมรู้กาลที่จะพยากรณ์วาจานั้น

^{๖๑}วิ.ม. (ไทย) ๔/๑๓๖/๒๑๓.

ตลาคตย้อมรู้วาจาที่ไม่จริง ไม่แท้ ไม่ประกอบด้วยประโยชน์ แต่ว่าเจ้านั้น
เป็นที่รัก เป็นที่ชอบใจของผู้อื่น ตลาคตไม่กล่าววาจานั้น^{๖๒}

ตลาคตย้อมรู้วาจาที่จริง ที่แท้ ไม่ประกอบด้วยประโยชน์ แต่ว่าเจ้านั้นเป็นที่รัก เป็นที่
ชอบใจของผู้อื่น ตลาคตไม่กล่าววาจานั้นอนึ่ง ตลาคตย้อมรู้วาจาที่จริง ที่แท้ และประกอบด้วย
ประโยชน์ และวาจานั้นเป็นที่รัก เป็นที่ชอบใจของผู้อื่น ในข้อนี้ ตลาคตย้อมรู้กาลที่จะพยากรณ์
วาจานั้น

ความหมายของหลักธรรมเกี่ยวกับ สัมมาวาจา(วจีสุจริต)

สัมมาวาจา เจรจาชอบ คือ วจีสุจริต ๔ (เว้นจาก วจีทุจริต ๔) “การงดเว้นจากการพูด
เท็จ งดเว้นจากการพูดส่อเสียด งดเว้นจากการพูดคำหยาบ งดเว้นจากการพูดเพ้อเจ้อ เป็นหนึ่งใน
มรรค ๘ หรือ มรรคมีองค์แปด” ละการพูดเท็จ เว้นขาดจากการพูดเท็จ พูดแต่คำจริง ดำรงคำสัตย์ มี
ถ้อยคำเป็นหลักฐาน ควรเชื่อได้ ไม่พูดลวงโลก ละคำส่อเสียด เว้นขาดจากคำส่อเสียด ฟังจากข้างนี้
แล้วไม่ไปบอกข้างโน้น เพื่อให้คนหมั่นแค้นกัน หรือฟังจากข้างโน้น แล้วไม่มาบอกข้างนี้ เพื่อให้คน
หมั่นแค้นกัน สมานคนที่แค้นกันแล้วบ้าง ส่งเสริมคนที่พร้อมเพรียงกันแล้วบ้าง ชอบคนผู้
พร้อมเพรียงกัน ยินดีในคนผู้พร้อมเพรียงกัน เพลิดเพลินในคนผู้พร้อมเพรียงกัน กล่าวแต่คำที่ทำให้
คนพร้อมเพรียงกัน ละคำหยาบ เว้นขาดจากคำหยาบ กล่าวแต่คำที่ไม่มีโทษเพราะหู ชวนให้รัก จับใจ
เป็นของชาวเมือง คนส่วนมากรักใคร่พอใจ ละคำเพ้อเจ้อ เว้นขาดจากคำเพ้อเจ้อ พูดถูกกาล พูดแต่
คำที่เป็นจริง พูดอิงอรรถ พูดอิงธรรม พูดอิงวินัย พูดแต่คำมีหลักฐานมีที่อ้าง มีที่กำหนด ประกอบด้วย
ประโยชน์ โดยกาลอันควร^{๖๓} รู้จักมีฉฉาวาจาว่ามิฉฉาวาจา รู้จักสัมมาวาจาว่าสัมมาวาจา ความรู้นั้น
เป็น สัมมาทิฐิ สัมมาวาจา ๒ อย่าง สัมมาวาจาที่ยังเป็นสาสวะ เป็นส่วนแห่งบุญให้ผลแก่ขันธ คือ
เจตนางดเว้นจากการพูดเท็จ งดเว้นจากการพูดส่อเสียด งดเว้นจากการพูดคำหยาบ งดเว้นจากการ
เจรจาเพ้อเจ้อ สัมมาวาจาของพระอริยะที่เป็นอนาสวะ เป็นโลกุตระ เป็นองค์มรรค คือ ความงด
ความเว้น ความเว้นขาด เจตนางดเว้น จาจากวจีทุจริตทั้ง ๔ ของภิกษุผู้มีจิตไกลข้าศึก มีจิตหาอาสวะ
มิได้ พรั่งพร้อมด้วยอริยมรรค เจริญอริยมรรคอยู่

ดังนั้น การสื่อสารทางการเมืองตามแนววจีสุจริตธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร
คือการใช้วาจาที่จริงใจ สุภาพ ไม่หลอกลวง ไม่ยุยงหรือสร้างความขัดแย้ง มุ่งสื่อสารด้วยเหตุผล

^{๖๒}พระพรหมคุณาภรณ์ (ป. อ. ปยุตฺโต), พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม, พิมพ์ครั้งที่ ๓๔,
(กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๙), หน้า ๒๐๐-๒๐๑.

^{๖๓}วิ.ม. (ไทย) ๔/๑๓๖/๒๑๓.

สร้างความเข้าใจและความร่วมมือกับประชาชน เสริมสร้างความโปร่งใสในนโยบาย สร้างความไว้วางใจ และเป็นแบบอย่างที่ดีของผู้นำในระบอบประชาธิปไตยที่ยึดมั่นในคุณธรรม

ตารางที่ ๒.๕ สรุปสาระสำคัญของหลักธรรมเกี่ยวกับบวรวิสุจริต

นักวิชาการหรือแหล่งข้อมูล	แนวคิดหลัก
พระพรหมคุณาภรณ์ (ป. อ. ปยุตฺโต)	สุจริต หมายถึง การประพฤติชอบประพฤติดี ส่งผลให้ผู้ประพฤติประสบกับสิ่งที่ดี เช่น ช่วยพ่อแม่ทำงานบ้าน พุดความจริง พุดจาใจเพราะ ปราศจากดีต่อผู้อื่น เป็นต้น
ที.ปา.อ. (ไทย) ๘๔/๓๔/๑๔๕-๑๔๖	“สุจริต” ในหลัก “จักรวรรดิวัตร” ที่เน้นความสุจริตทั้งกาย วาจา และใจ
ราชบัณฑิตยสถาน	สุจริตเป็นพื้นฐานในการประพฤติชอบตามคลองธรรม ประพฤติด้วยตั้งใจดีประพฤติซื่อตรง สุจริตเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้และเป็นนามธรรม
J.F O' Connor	มนุษย์จึงต้องรู้จักที่จะเรียนรู้ และอดทนต่อสมาชิกคนอื่นในกลุ่ม ยอมโอนอ่อนผ่อนปรนแก่กัน รวมทั้งต่างก็มีหน้าที่ของตนเอง และได้รับการคาดหวังจากสมาชิกคนอื่นว่าแต่ละคนจะปฏิบัติหน้าที่ของตนเอง
วิ.ม. (ไทย) ๔/๑๓๖	ตลาดย่อมรู้ว่าจากรู้อย่างไร วาจาที่แท้ และประกอบด้วยประโยชน์ แต่วาจานั้นไม่เป็นที่รัก ไม่เป็นที่ชอบใจของผู้อื่น ในข้อนี้ ตลาดย่อมรู้กาลที่จะพยากรณ์ว่าจากรู้อย่างไร

๒.๕ ข้อมูลบริบทเรื่องที่วิจัย

ผลการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครได้รับความไว้วางใจจากชาวกรุงเทพมหานคร (กทม.) อย่างท่วมท้นสูงสุดเป็นประวัติการณ์ที่ ๑,๓๘๖,๒๑๕ คะแนน ก่อนที่ กกต. จะประกาศรับรองผลการเลือกตั้งอย่างเป็นทางการในวันที่ ๓๑ พฤษภาคม ๒๕๖๕ ก่อนถึงวันเลือกตั้ง website SDG Move ได้นำเสนอนโยบายของบรรดาผู้สมัครที่ให้ความสำคัญกับ Sustainable Development Goals: SDGs ๑๗ เป้าหมาย ๖ อย่างน่าสนใจ

“กรุงเทพฯ เมืองน่าอยู่สำหรับทุกคน” คือโจทย์ที่ใช้ในการออกแบบนโยบายของผู้สมัครหมายเลข ๘ นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ที่คัดสรรกลั่นกรองจากปัญหาจริงของชาวเมืองกรุง ผ่านอาสาสมัครและการเข้าพื้นที่พบกับคนที่อยู่อาศัยทั่วกรุงเทพฯ บนรากฐานของข้อมูลสถิติที่เป็น

วิทยาศาสตร์ ทีมเพื่อนซี้ชาติ ได้ศึกษาดัชนีชี้วัดเมืองน่าอยู่ (The Global Liveability Index) ของ Economist Intelligence Unit (EIU) เพื่อใช้เป็นพื้นฐานในการจัดกลุ่มนโยบายและดัดแปลงให้ครอบคลุมบริบทของเมืองกรุงเทพฯ นำมาสู่ "กรุงเทพฯ ๙ ดี" หรือนโยบาย ๙ มิติ : ปลอดภัยดี สุขภาพดี สร้างสรรค์ดี สิ่งแวดล้อมดี บริหารจัดการดี เรียนดี โครงสร้างดี เศรษฐกิจดี และเดินทางดี^{๖๔}

"ซี้ซชาติ" มองว่า การที่จะทำให้กรุงเทพฯ ดีขึ้นได้นั้น จะใช้แนวคิด Design Thinking ในการหาทางแก้ปัญหา ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนดังนี้

- เข้าใจและเข้าถึงการใช้ชีวิตของคนกรุงเทพฯ (Empathize) ลงพื้นที่ รวบรวม รับฟัง เพื่อให้เข้าใจและเข้าถึงปัญหาของคนกรุงเทพฯ อย่างแท้จริง ไม่ใช่นั่งแต่อยู่ในห้องแอร์รับฟังรายงาน

- กำหนดปัญหาในแต่ละเรื่อง (Define) ถ้ากำหนดปัญหาผิด ก็ไม่มีทางที่จะมีทางออกที่ถูกได้ ดังนั้นจึงใช้ทีมงานในการวิเคราะห์ปัญหาต่าง ๆ ของกรุงเทพฯ ทั้งในส่วนของพื้นที่ (ระดับเขต) และในส่วนของหน้าที่งาน (ระดับสำนัก) และกำหนดปัญหาที่แท้จริงของแต่ละเรื่องรวมทั้งกำหนดความเร่งด่วนของแต่ละปัญหา

- ระดมความคิด หาแนวทางแก้ไข (Ideate) การแก้ไขปัญหาในกรุงเทพมหานคร หลาย ๆ เรื่องต้องใช้การคิดใหม่ ถ้าใช้คนเดิมคิด วิธีการเดิมคิด ก็จะได้คำตอบเดิม ๆ ที่เป็นต้นเหตุของปัญหาที่มีอยู่ ดังนั้นต้องมีการระดมผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในแต่ละด้านมาร่วมกันคิด เพื่อหาทางออกของปัญหาที่มีอยู่ เรามีคนเก่งเยอะ ต้องให้โอกาสคนเก่ง ๆ เหล่านี้มาร่วมกันเพื่อช่วยกันหาคำตอบให้กรุงเทพมหานคร

- ลงมือทำแบบจำลอง (Prototype) และ ทำการทดสอบ (Test) ปัญหาในกรุงเทพฯ มีจำนวนมาก แต่หลาย ๆ เรื่องเป็นปัญหาที่ซ้ำ ๆ กัน คล้าย ๆ กันในทุกเขต เช่น ปัญหาทางเท้า ปัญหาการระบายน้ำ ปัญหาขยะ เราสามารถทดลองการแก้ปัญหาดังกล่าวด้วยการลงมือและทดสอบในบางจุดก่อน ถ้าสำเร็จก็จะขยายผลไปยังพื้นที่ต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว^{๖๕}

นโยบายของ ซี้ซชาติ คัดสรรกลั่นกรองจากปัญหาจริงของชาวเมืองกรุง ผ่านอาสาสมัคร และการเข้าพื้นที่พบกับคนที่อยู่อาศัยทั่วกรุงเทพมหานคร อยู่บนรากฐานของข้อมูลสถิติที่เป็นวิทยาศาสตร์ คิดสร้างสรรค์ร่วมกับนักวิชาการชั้นนำจากหลายสถาบันการศึกษา และพร้อมที่จะลงมือดำเนินการได้ทันทีด้วยฝีมือของผู้บริหารคุณภาพ^{๖๖} จำนวน ๒๑๖ นโยบาย แบ่งตามหมวดหมู่ดังนี้

^{๖๔}มนวิภา จุภิบาล, ผู้ว่าฯ ซี้ซชาติกับเป้าหมายความยั่งยืน, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : <https://www.opt-news.com/news/๒๖๘๒๘> [๑๕ เมษายน ๒๕๖๖].

^{๖๕}The Bangkok Insight, เปิดนโยบาย "ซี้ซชาติ สิทธิพันธุ์" ทำไมคนกรุงเทพพอใจให้เป็นผู้ว่าฯ กทม., [ออนไลน์], แหล่งที่มา : <https://today.line.me/th/v2/article/zNzOJOP> [๑๕ เมษายน ๒๕๖๖].

^{๖๖}ซี้ซชาติ สิทธิพันธุ์, กรุงเทพฯ ๙ ดี ๒๑๖ นโยบาย, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : <https://www.chadchart.com/policy/> [๑๕ เมษายน ๒๕๖๖].

๑. นโยบายปลอดภัย ๓๔ โครงการ
๒. นโยบายสร้างสรรค์ดี ๒๐ โครงการ
๓. นโยบายสิ่งแวดล้อมดี ๓๔ โครงการ
๔. นโยบายเศรษฐกิจดี ๓๐ โครงการ
๕. นโยบายเดินทางดี ๔๒ โครงการ
๖. นโยบายสุขภาพดี ๓๔ โครงการ
๗. นโยบายโครงสร้างดี ๓๕ โครงการ
๘. นโยบายเรียนดี ๓๐ โครงการ
๙. นโยบายบริหารจัดการดี ๓๒ โครงการ



แผนภาพที่ ๒.๘ นโยบาย ๙ ดี ๒๐๖ นโยบาย

สองวันแรกหลังคว่ำชนะในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร (กทม.) อย่างถล่มทลาย นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ว่าที่ผู้ว่าฯ กทม. คนที่ ๑๗ ประกาศ ๓ ภารกิจเร่งด่วนที่ต้องทำ โดยหนึ่งในนั้นคือการแก้ไขปัญหาน้ำท่วม และเลือกลงพื้นที่ไปสำรวจคลอง และดูงานอุโมงค์ระบายน้ำ

หลังการชนะเลือกตั้งอย่างท่วมท้นของว่าที่ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ‘ชัชชาติ สิทธิพันธุ์’ คนกรุงเทพฯ ต่างตื่นเต้น และเฝ้ารอการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้นตามนโยบาย ๒๐๐ ข้อที่วางไว้ ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่เรื่องพื้นฐานทั่วไปไปจนถึงเศรษฐกิจและชีวิตความเป็นอยู่ของชาวกรุง หนึ่งในนโยบายที่กำลังเป็นกระแสมากที่สุดตอนนี้ทางโซเชียลมีเดีย คือนโยบาย ‘๑๒ เทศกาลตลอดปีทั้งกรุงเทพฯ’ ซึ่งว่าที่ผู้ว่าฯ ชัชชาติ ได้จัดโครงการนี้ให้อยู่ในหมวดสร้างสรรค์ดีและเศรษฐกิจดี โดยเขาได้

อธิบายว่าการจัดเทศกาลคือการกระตุ้นเศรษฐกิจระยะสั้นในรูปแบบหนึ่ง จากสถิติของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า ปี ๒๕๖๔ มีแรงงานที่มียานพาหนะลดลง ๑๐๗,๓๕๔ คนจากปี ๒๕๖๓ หรือคิดเป็นประมาณ ๒% ดังนั้นกรุงเทพฯ จะต้องเป็นแหล่งสร้างงานเพื่อทดแทนแรงงานที่หายไป โดยเทศกาลสามารถกระตุ้นเศรษฐกิจระยะสั้น เพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ และเปิดโอกาสประกอบธุรกิจใหม่ ๆ ให้กับคนกรุงเทพฯ เป็นเครื่องมือผลักดันความสร้างสรรค์ การออกแบบ ชุมชน รวมถึงดึงดูดลักษณะและศักยภาพของแต่ละย่านทั่วกรุง และสามารถนำไปต่อยอดธุรกิจท่องเที่ยวหลังเทศกาลจบได้ด้วย

๑๒ เดือน ๑๒ เทศกาล จะมีอะไรบ้างนั้น ทางทีมชัชชาติ ได้ลิสรัดเบื้องต้นมาให้ดูแล้ว สำหรับใครที่มีไอเดียที่ดีกว่า หรืออยากจัดเทศกาลใด ๆ สามารถนำเสนอความคิดเห็นของตนเองได้ที่ลิงก์ในหน้านโยบาย www.chadchart.com^{๖๗}



แผนภาพที่ ๒.๙ ส่อง ๑๒ เทศกาล ๑๒ เดือน

Communication Strategy สื่อสารแบบ ชัชชาติ สิทธิพันธุ์

ย้อนไปปี ๒๕๖๔ ที่โพลความนิยมของ ‘ชัชชาติ สิทธิพันธุ์’ ในฐานะผู้สมัครผู้ว่าฯ กทม. อยู่ที่ ๒๒% ถึงวันนี้ นับเป็น ๑ ปีที่เราได้เห็นความสำเร็จของทีม ชัชชาติ ที่ทำผลงานโดดเด่น จนในสนามเลือกตั้งที่ผ่านมา ชัชชาติ กลายเป็นผู้ชนะตำแหน่งผู้ว่าฯ ที่ได้คะแนนเสียงไปกว่า ๑.๓ ล้านเสียง หรือกระโดดขึ้นไปถึง ๕๑%

^{๖๗} ประชาชาติธุรกิจ, ๑๒ เดือน ๑๒ เทศกาล นโยบายชัชชาติ สีสันใหม่กรุงเทพฯ, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : <https://www.prachachat.net/politics/news-941144> [๑๖ เมษายน ๒๕๖๖].

การสื่อสารการเมืองต่างกับงานโฆษณาทั่ว โดยเฉพาะในประเทศประชาธิปไตยที่พัฒนาแล้ว การสื่อสารทั้ง ๒ แบบนี้จะยังต่างกัน เพราะมีวิถีคิดพื้นฐานและการทำงานที่ไม่เหมือนกัน ข้อแตกต่างจากการทำการตลาดที่เห็นชัดคือ การสื่อสารการเมืองจะไม่ใช้การขายโปรดัคส์เสียทีเดียว แต่เป็นความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ที่มีชุดคุณค่าทางความคิด (Shared Value) เข้ามาเกี่ยวข้อง การเลือกตั้งก็เหมือนกับการหาผู้ทำงานกลุ่ม ถ้าแคนดิเดตมีทิศทางแนวคิดเดียวกัน ก็มีโอกาสดิได้รับเลือกให้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของทีม

ความท้าทายของการสื่อสารทางการเมืองเองก็มีความยากของมันคือต้องพยายามทำโฆษณาไปพร้อม ๆ ความหวังของคนหลักล้าน ยังไม่รวมถึงปัจจัยยับยั้งอย่างทรัพยากรที่จำกัดหรือระยะเวลาที่กฎหมายกำหนด อีกประเด็นที่น่าสนใจก็คือ บริบทการเลือกตั้งเป็นแบบ “Winner Takes All” คือผู้ชนะได้ครอบครองทุกอย่าง นั้นทำให้การแข่งขันในสนามการเมืองนั้นยิ่งเข้มข้นกว่าการทำโฆษณา เราจะเห็นว่าในการขายสินค้าและบริการทั่วไป ถึงแม้แบรนด์จะไม่ใช่นำตลาดก็ยังสามารถหาตลาดของตัวเองให้อยู่รอดและเติบโตได้ แต่ถ้าผู้สมัครไม่ชนะเลือกตั้ง จะเท่ากับการหาเสียงที่ผ่านมามีได้อะไรเลย

การกำหนดแนวทางทำแคมเปญเลือกตั้ง ๒ ประเด็นหลัก ๆ

๑. พูดอย่างไรให้คนฟัง

๑) พูดในสิ่งที่สำคัญ นำเสนอแต่สิ่งที่จำเป็นกับประชาชน ไม่ให้เกิดความรู้สึกว่ากำลังพูดเรื่องนี้เพื่อตัวเอง เช่น เลี่ยงการโพสต์ภาพเรื่องการลงพื้นที่รายวัน แต่หันไปโพสต์สรุปสาระสำคัญที่เกี่ยวกับความเป็นอยู่ของประชาชนแทน

๒) พูดในเวลาที่สำคัญ นำเสนอข้อมูลอย่างรวดเร็ว ในจังหวะที่ประชาชนกำลังหาข้อมูล หรือต้องการคำตอบจากเรื่องนั้นอยู่

๓) พูดให้ดีและสร้างสรรค์ ด้วยการสื่อสารที่หลากหลาย เช่น การ์ตูน เพลงแร็ป

๔) ไม่พูดอะไรเข้าไปมา แต่เลือกพูดเฉพาะเรื่องที่ประชาชนควรรู้ เพราะจะสะท้อนความเป็นตัวตนได้มากกว่าความเป็นหน่วยงานหรือองค์กรที่มีโพสต์อะไรเป็นรูทีน

๒. เครื่องมือหลังบ้านที่ไม่ควรมองข้าม

๑) ความสร้างสรรค์ เช่น ออกแบบแคมเปญอย่างไรให้ออกมาสนุก สร้างสรรค์สร้างความหวังให้กับประชาชนได้

๒) วิทยาศาสตร์การสื่อสาร การใช้วิทยาศาสตร์ช่วยออกแบบกรอบการทำงาน ตัวอย่างเช่น เว็บไซต์ chadchart.com ที่เกิดจากการตั้งคำถามเรื่องอินเทอร์เน็ตกับการเปลี่ยนวิถีชีวิตคน จนเกิดเป็นแพลตฟอร์ม ๒๐๐ นโยบาย ที่ให้ประชาชนเข้ามาค้นหาจากเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตตัวเองในด้านต่าง ๆ อย่างขึ้น

๓) เทคโนโลยี ช่วยวิเคราะห์ เก็บข้อมูล และสื่อสาร เช่น การเชื่อมต่อระบบนโยบายรายเขตเข้าไปในเว็บไซต์ ให้ประชาชนค้นหาได้ว่าเขตที่ตัวเองอาศัยอยู่มีนโยบายใดเกี่ยวข้องบ้าง หรือมีจุดไหนที่กำลังเป็นปัญหาอยู่บ้าง

๔) การวางกลยุทธ์ กำหนดทิศทางในแต่ละช่วงของการเลือกตั้ง รวมทั้งประสานการทำงานระหว่างความสร้างสรรค์ วิทยาศาสตร์การสื่อสาร และเทคโนโลยี เพื่อให้มีโอกาสชนะเลือกตั้งมากที่สุด^{๖๔}

“วันนี้ผู้ว่าฯ ทำอะไร” กลยุทธ์สร้างความเชื่อใจ พุดน้อย ทำมาก และเน้นสร้างความร่วมมือ

‘เพจชัชชาติ สิทธิพันธุ์’ มีผู้ติดตาม ๒.๓ ล้านคน ปัจจุบันเป็นช่องทางการสื่อสารของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครที่โดดเด่นที่สุดในประวัติศาสตร์ ผู้บริหารราชการกรุงเทพมหานคร ด้วยการถ่ายทอดสดที่มีผู้ชมไม่ต่ำกว่าหลักหมื่นทุกครั้ง ไม่ว่าจะเช้าตรู่หรือดึกดื่นแค่ไหน จากบริบทของสื่อที่เปลี่ยนไป จากการต้องพึ่งสื่อมวลชนเป็นตัวกลางทำหน้าที่ส่งสาร กลายเป็นว่าใคร ๆ ก็มีช่องทางเป็นของตัวเองได้ และเทคโนโลยีก็ทำให้การสื่อสารจากหน่วยงานราชการอย่างกรุงเทพมหานคร ไม่จำเป็นต้องรายงานผลงานให้ประชาชนฟังแต่ฝ่ายเดียว แต่ยังเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการรายงานบอกเล่าปัญหาด้วย

ทีมงานสื่อสารอีกหลายชีวิตที่ร่วมกันวางแผนและทำงาน เพื่อให้เพจเฟซบุ๊ก ‘ชัชชาติ สิทธิพันธุ์’ กลายเป็นช่องทางการสื่อสารที่รับใช้ประชาชน อย่างที่ตั้งใจมาตั้งแต่เปิดเพจตัวแทน ‘ทีมชัชชาติ’ ผู้ดูแลการสื่อสารช่องทางออนไลน์ให้อาจารย์ชัชชาติตั้งแต่ช่วงหาเสียง จนถึงปัจจุบัน มาเล่าเรื่องกลยุทธ์ ปัจจัย และแนวคิดที่ทำให้ช่องทางของอาจารย์ชัชชาติติดลมบน จนเป็นผู้ว่าฯ ที่มีคนติดตามการทำงานมากที่สุดในประวัติศาสตร์ได้อย่างทุกวันนี้ ทุกคน ทุกเรื่องราวที่ตั้งใจและคิดมาอย่างดี ทำให้การทำงานของ ผู้ว่าฯ ชัชชาติ ทุกวันนี้ มีผู้ติดตามผ่านช่องทางออนไลน์อย่างอบอุ่น เป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างความร่วมมือกันอย่างสร้างสรรค์ของชาวกรุงเทพฯ และผู้ว่าฯ จนเราได้เห็นกิจกรรมดี ๆ ใน กทม. มากขึ้นอย่างไม่เคยมีมาก่อน

ถ้าเขาเชื่อใจ จะทำอะไรเขาก็เชื่อ เพจเฟซบุ๊ก ชัชชาติ สิทธิพันธุ์ เกิดขึ้นใน พ.ศ. ๒๕๕๖ เมื่อครั้งที่เป็นรัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคม จากโจทย์ที่ต้องการสร้างความเชื่อมั่น โดยมีแนวนโยบาย ต้องให้ประชาชนยังคงเชื่อมั่นและไว้วางใจเรา

ตอนนั้นกำลังจะมีโครงการที่พลิกโฉมประเทศไทย คือโครงการรถไฟฟ้าความเร็วสูง ซึ่งมันต้องใช้งบประมาณ ๒ ล้านล้านบาท “โจทย์คือจะสื่อสารเรื่องนี้กับประชาชน ชัชชาติ ให้สร้างเพจเฟซบุ๊ก เพราะนอกจากประชาชนอยากรู้ว่ารถไฟจะวิ่งจากไหนไปไหน หรือใช้งบประมาณเท่าไรแล้ว ยังอยากรู้อีกว่า คนที่ต้องการใช้เงินภาษีจำนวนมหาศาลก้อนนี้ เชื่อใจได้หรือเปล่า” จากความตั้งใจจะสร้างความน่าไว้วางใจในตัวรัฐมนตรีที่ขณะนั้นแทบไม่มีใครรู้จัก ปราบและอาจารย์ชัชชาติจึงเห็นพ้องต้องกันว่า เพจนี้จะต้องนำเสนอด้วยความเป็นของแท้และน่าเชื่อถือ (Authenticity) ซึ่งเป็นคุณสมบัติสำคัญในการสร้างความเชื่อใจ

ชัชชาติ is LIVE Now เพจชัชชาติ สิทธิพันธุ์ โไลฟ์ครั้งแรก เมื่อวันที่ ๓๑ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๖๕ ซึ่งเป็นวันเปิดรับสมัครผู้ลงสมัครเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ซึ่งความตั้งใจวันนั้น คือ

^{๖๔}ปราบ เล่าหะโรจนพันธุ์, Communication Strategy สื่อสารแบบ ชัชชาติ สิทธิพันธุ์, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : <https://workpointtoday.com/communication-strategy-team-chatchat/> [๑ สิงหาคม ๒๕๖๗].

อยากให้ประชาชนเห็นภาพการลงพื้นที่ของอาจารย์ชัชชาติ “วัตถุประสงค์ของการไลฟ์ คือ ให้คนเห็น ไหวพริบ (Wisdom) ของอาจารย์ตอนที่อยู่หน้างาน อาจารย์ชัชชาติเป็นคนถามเก่ง กล่าวว่าการที่เรา จะเข้าใจปัญหาของคน ต้องเริ่มจากการตั้งคำถามที่ดีก่อน เราอยากให้คนเห็นสิ่งนั้นตอนที่ ชัชชาติ ลงพื้นที่” จากที่ตั้งใจไลฟ์แค่ในวันลงสมัครเพื่อให้คนได้เห็นตัวตน เห็นวิชาและเห็นความใส่ใจ ในความทุกข์และความสุขของผู้คนผ่านการตั้งคำถามของอาจารย์ กลายเป็นว่ามีคนเข้ามาดูและคอม เมนต์กันอย่างล้นหลาม จนเป็นผลดีทั้งกับยอดการเข้าถึงของเพจและได้สื่อสารกับประชาชนแบบ เรียวลไทม์ ทำให้คนดูชอบด้วยทำให้มีการไลฟ์กันเรื่อย ๆ เป็นช่องทางให้ประชาชนได้มาคุยกับ ชัชชาติ ตั้งแต่ตอนหาเสียงจนถึงตอนนี้ที่เป็นผู้ว่าฯ แล้ว ชัชชาติ จะอ่านคอมเมนต์เองทุกอัน เพราะ อยากรู้ว่ามีใครแจ้งปัญหาอะไรไหม หรือมีความคิดเห็นอย่างไร “ยิ่งทำ คนยิ่งมาดูเยอะ ก็เลยทำมา เรื่อย ๆ เพราะมีคนอยากดูอยู่ เพื่อที่จะเป็นประตูสู่ประชาชน”

Prime time is your time การสื่อสารต้องทำผ่านสื่อมวลชนเป็นหลัก มีแต่สื่อ โทรทัศน์เท่านั้นที่พอจะทำให้รู้สึกใกล้ชิดได้ผ่านการสื่อสารแบบเห็นหน้าเห็นตา แต่ก็ยังเป็นการ สื่อสารทางเดียวและจำเป็นต้องมีกำหนดเวลาแน่นอน จะเห็นได้ว่า หน่วยงานราชการใช้วิธีล็อกเวลา มารายงานผลงานที่ทำไปแบบสม่ำเสมอ หรือไม่ก็เป็นแถลงการณ์แบบเป็นครั้งคราว ซึ่งต้องขอความ ร่วมมือจากสถานี และส่วนใหญ่จะเป็นช่วง Prime Time หรือช่วงที่คนดูโทรทัศน์เยอะที่สุด แต่จะทำ ได้ไม่บ่อย เพราะเป็นช่วงเวลาทำเงินของสถานีโทรทัศน์เช่นกัน ในยุคนี้ การถ่ายทอดสดผ่านช่องทาง ออนไลน์ทำได้ง่าย เป็นการสื่อสาร ๒ ทางและสะดวกสุด ๆ จึงเปิดโอกาสให้หน่วยงานราชการได้ สื่อสาร บอกเล่าการทำงาน และรับฟังปัญหาของประชาชนได้แบบสายตรง ที่ไหนหรือเมื่อไหร่ก็ได้ “ที่สำคัญ เราไม่จำเป็นต้องเสียเวลาทำงานเพื่อไปสถานีโทรทัศน์เพื่อแถลง แต่ไลฟ์ในระหว่างทำงาน เพื่อให้ประชาชนติดตามได้เลย” ในมุมมองของประชาชน การติดตามดูการทำงานของผู้นำ ก็ทำได้ง่าย ในเวลาที่แต่ละคนสะดวกผ่านการดูย้อนหลัง

คลิปที่คนดูสุดเยอะที่สุด คือคลิปที่ผู้ว่าฯ ไปดูการทำงานของสำนักการระบายน้ำ กรุงเทพมหานคร ในวันที่ฝนตกหนักช่วง ๔ ทุ่ม มีคนดูพร้อมกันในช่วงเวลานั้นมากที่สุดคือ ๕๓,๐๐๐ คน และมียอด Engagement รวมการกลับมาชมใหม่หลังจากไลฟ์อยู่ที่ ๑๐ ล้าน

เนื้อหาที่ดีต้องมีประโยชน์ (และสนุก) สูตรลับมัดใจคนดูในการไลฟ์แต่ละครั้ง คือ การ ตั้งใจทำเนื้อหาให้คนอยากดูและได้ประโยชน์ มากกว่าแค่บอกสิ่งที่ผู้ว่าฯ อยากบอก หรือแค่ทำไปเพื่อ แซะ หรือเพื่อความสะใจ ตั้งใจทำไลฟ์ให้ฟังกันเพลิน ๆ สอดแทรกข้อมูลไปด้วย ให้คนที่ไม่ได้สนใจ การเมืองมาก่อนก็เปิดฟังได้ เขาก็จะได้ความรู้ไปด้วยระหว่างทำกิจวัตรประจำวัน ใช้วิธีการคิดแบบ คนทำภาพยนตร์มาเล่าเรื่องการทำงาน โดยทุก ๆ โครงการที่สื่อสารผ่านไลฟ์ จะวางโครงเรื่องแบบ กว้าง ๆ เอาไว้ ทำให้มันกลายเป็นการเล่าเรื่องที่เข้าใจง่ายและมีพลัง จะไลฟ์อะไรบ้าง ประเด็นไหนที่ ใช้ไลฟ์เปิด จะมีการกลับไปไลฟ์ช่วงติดตามและแก้ปัญหาต่อ จนกระทั่งไปไลฟ์รายงานเมื่อสิ่งนั้น ๆ ได้รับการแก้ไขหรือผลักดันจนสำเร็จ

การไลฟ์คือการถ่ายไปเรื่อย ๆ ไม่ได้มีการวางสคริปต์หรือบทให้กระชับตรงประเด็น ซึ่งขัดกับหลักการของโซเชียลมีเดียสุด ๆ ที่เอาวิชาการเล่าเรื่องให้น่าติดตามเข้ามาใช้ในการไลฟ์ด้วย เช่น การเล่ารายละเอียดให้คนเห็นภาพ อย่างการเล่าบรรยากาศของทั้งสถานที่และเหตุการณ์ ทำให้คลิบมีมุมสนุก ตลก หักมุม เล่นมุข จากบทสนทนาของ ชัชชาติ หรือมีเนื้อหาที่คนไม่เคยรู้จากความรู้ของอาจารย์ และที่สำคัญคือ การสร้างความมีส่วนร่วมของผู้ชม เพจจะไม่สื่อสารอะไรเพียงเพราะเป็นหน้าที่ประจำ อย่างการรายงานทุกกำหนดการ การโพสต์ทุกนโยบาย หรือการสื่อสารอะไรที่ไม่ได้มีประโยชน์กับประชาชน ไม่ทำให้เป็นงานประจำ แต่เรารู้ว่าจังหวะไหนคือจังหวะที่ต้องพูด ประชาชนก็จะเห็นว่าเรื่องใด ๆ ก็ตามที่เราดัดสินใจพูด เรื่องนั้นคือสิ่งสำคัญ มีการกำชับเรื่องความถูกต้อง เรื่องกฎหมาย ว่าเราต้องไม่สัญญา ต้องระวังคำพูดต่าง ๆ บางครั้งจะพูดอะไรก็ต้องระวัง คำพูดด้วยเหมือนกัน

ใช้ Soft Power ผ่านความไม่เป็นทางการ เรายังได้เห็นอีกหลากหลายอิริยาบถของอาจารย์ เช่น เวลาอยู่ในบทบาทพ่อของลูกชาย เมื่อไปงานรับปริญญาของ คุณแสนปิติ สิทธิพันธุ์ ที่สหรัฐอเมริกา หรือแม้แต่เวลาที่อาจารย์ไปรับประทานอาหารกลางวัน ตอนบ่าย ๓ จนทำให้คนเข้ามาให้กำลังใจมากมายด้วย ธรรมชาติของสื่อแบบถ่ายทอดสด ไม่มีการตัดต่อ ไม่มีเทคนิคพิเศษใด ๆ มาช่วย ซึ่งนอกจากทำให้เป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครที่ประชาชนรู้สึกใกล้ชิดที่สุดแล้ว ยังสร้างความรู้สึกไว้นับถือใจว่า คนคนนี้ไม่มีอะไรปิดบัง การสื่อสารของ ชัชชาติ ใช้กลยุทธ์นี้มาตั้งแต่ตอนหาเสียง ซึ่งถ้าสังเกตให้ดี ชัชชาติ สิทธิพันธุ์ มีช่องทางการสื่อสารทางออนไลน์อยู่ ๒ รูปแบบ คือแอคเคานต์แบบเป็นทางการ ใช้ชื่อว่า ‘ชัชชาติ สิทธิพันธุ์’ และแอคเคานต์ที่มีเนื้อหาสนุก ๆ ใช้ชื่อว่า ‘เพื่อนชัชชาติ’ ซึ่งเป็นรูปแบบการหาเสียงที่ไม่เคยมีมาก่อน และมีในช่องทางใหม่เอี่ยมอย่าง TikTok ด้วย “เพื่อนชัชชาติ เป็นพื้นที่ให้คนรุ่นใหม่ได้ปล่อยพลัง เน้นสนุกไปเลย เอาให้เต็มที่ และสิ่งที่สื่อสารในนามเพื่อนชัชชาติไม่จำเป็นต้องอยู่ในกรอบแบบดั้งเดิม” การที่อาจารย์ชัชชาติอยู่ใน TikTok คนก็ได้เห็นหลาย ๆ มุมของอาจารย์ ทำให้คนเห็นว่าอาจารย์เข้าถึงง่าย เข้าใจคนรุ่นใหม่ และคนรุ่นใหม่ก็รู้จักอาจารย์ เพราะเห็นว่าคนนี้อยู่ในฟีด TikTok ของเขา คอนเทนต์ที่ยอดวิวถล่มทลาย อย่างคอนเทนต์ที่เป็นมิมในคลิบที่คนเข็นรถแล้วรถไม่ขยับ แล้วก็คลิบที่อาจารย์ชัชชาติอ่านคอมเมนต์ชาวเน็ต ทำให้เห็นว่าจริง ๆ แล้ว ชัชชาติ รับรู้ทุกความคิดเห็นในโลกออนไลน์ และพร้อมจะรับฟัง เล่นด้วย บางทีก็มีแซวตัวเองบ้าง

ไม่มีพรรค แต่มีเพื่อน อีกหนึ่งปัจจัยที่หนุนให้การไลฟ์ของ ชัชชาติมีแฟนคลับเหนียวแน่น และมีท่าทีการสร้างการมีส่วนร่วมอย่างจริงจัง อาจเริ่มมาตั้งแต่ไอบีเอ็มพลังที่อยากฟังปัญหาจากคนกรุงเทพฯ ทุกเขตในนาม ‘อาสาสมัครเพื่อนชัชชาติ’ ตั้งแต่ช่วงหาเสียงเลือกตั้งก็เป็นได้ การสร้างระบบอาสาสมัครขึ้นมาให้ประชาชนมีส่วนร่วม เพื่อเราจะได้เช็คจริง ๆ ว่า ปัญหาที่เห็นจากงานวิจัย มันเป็นปัญหาสำหรับประชาชนจริง ๆ หรือเปล่า และเลือกเช็คระบบอาสาสมัครเพื่อนชัชชาติผ่านแอปพลิเคชันไลน์ ซึ่งเป็นช่องทางที่คนเข้าถึงง่ายที่สุด แอดมินของกรู๊ปไลน์อาสาสมัครเพื่อนชัชชาติ ที่มีทั้งกรู๊ปรวมและกรู๊ปแยกรายเขต สิ่งสำคัญของความเป็นเพื่อนชัชชาติ คือ การมี

ส่วนร่วม ชัชชาติ พูดตลอดจนถึงวันที่ชนะเลือกตั้งว่า ถ้ามีแค่ตัวชัชชาติหรือทีมงาน จะทำให้กรุงเทพฯ น่ายู่สำหรับทุกคนไม่ได้ คนกรุงเทพฯ ทั้งหมดต้องมาช่วยกัน ทำให้เมืองน่ายู่สำหรับทุกคน

อาสาสมัครเพื่อนชัชชาติทุกคนจะมีส่วนร่วมตั้งแต่สมัครในระบบลงทะเบียน ซึ่งจะให้ระบุว่าบ้านอยู่เขตไหน สนใจปัญหาอะไร มีนโยบายหรือการพัฒนาอะไรที่อยากนำเสนอ หลังจากนั้นทีมงานก็จัดให้มี ‘ชัชชาติ Zoom Talk’ เพื่อให้อาสาสมัครรายเขตได้คุยกับอาจารย์โดยตรงผ่านหน้าจอ ก่อนคุย ชัชชาติ จะเข้าไปดูประวัติทุกคนล่วงหน้า ว่าในใบสมัครเขาเขียนว่าอยู่เขตไหน สนใจปัญหาเรื่องอะไร ชัชชาติ ทำการบ้านก่อนเข้า Zoom ทุกครั้ง แล้วก็ชวนคุย เช่น

“อ้าว คุณพิชญาเป็นไง หน้าบ้านดีขึ้นหรือยัง ในซอยเจอปัญหาอะไรบ้าง รกติดไหม” แล้วก็สอบถามเรื่องปัญหาชีวิตทั่วไป รวมไปถึงนโยบายที่อยากเสนอ หรืออะไรที่อยากฝาก ก็ได้ข้อมูลเหล่านั้นเก็บเข้ามาทำเป็นนโยบาย”

นอกจากจะได้มีส่วนร่วมแล้ว อาสาสมัครเพื่อนชัชชาติทุกคนยังได้รับเสื้อ ‘ทำงาน ทำงาน ทำงาน’ ส่งไปให้ถึงบ้านแบบไม่รู้ตัวมาก่อนด้วย เพราะเขาสะดวกเวลาให้ข้อมูล จึงเห็นว่าเป็นเรื่องจำเป็นที่ต้องตอบแทนเขา แม้จะบอกว่าไม่ได้ตั้งใจ แต่นี่ก็เป็นแผนการสร้างการมีส่วนร่วมที่ได้ผลเป็นไวรัลแบบย่อม ๆ และทำให้เสื้อและวลี ทำงาน ทำงาน ทำงาน เป็นกระแสไปได้แบบบายบิล ผ่านการกดสูตรให้มากกว่าที่คาดและไม่ขออะไรตอบแทน

การเกิดขึ้นของสื่อสังคมออนไลน์ เทคโนโลยีการถ่ายทำ การถ่ายทอดสดที่ทำได้ง่ายขึ้น และใช้งบประมาณน้อยลงหลายเท่าตัวจากเมื่อ ๑๐ ปีก่อน น่าจะเป็นเวลาที่ดีที่หน่วยงานภาครัฐทั้งหลาย จะกลับมาทบทวนและคิดเรื่องสื่อที่จะใช้สื่อสารใหม่ เพราะเทคโนโลยีเหล่านี้เป็นโอกาสในการสร้างความรู้ ความเข้าใจในด้านการบริหารบ้านเมืองอย่างโปร่งใส และสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน ซึ่งจะลดความขัดแย้งไปได้อย่างมหาศาล อีกทั้งน่าจะทำให้บ้านเมืองนี้น่ายู่มากขึ้นไปอีกไม่น้อย”

๒.๗ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “การสื่อสารทางการเมืองตามแนวจิตสุจริตธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖” ผู้วิจัยได้รวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

^{๖๔}พิชญา อุทัยเจริญพงษ์, วันนี้อยู่ที่ไหนทำอะไร, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : <https://readthecloud.co/chadchartofficial/> [๑ สิงหาคม ๒๕๖๗].

๒.๗.๑ งานวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง

การสื่อสารทางการเมือง เพื่อการพัฒนาสร้างความสามัคคี ให้คนในกรุงเทพมหานครมีสุขภาพกายสุขภาพจิตที่ดีจากนโยบายของนักการเมืองที่ผ่านการสื่อสารไปยังประชาชน มีนักวิจัยหลายท่านได้ศึกษาไว้ ดังนี้

กฤติยา รุจิโชค ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การสื่อสารทางการเมืองเพื่อรักษาภาพลักษณ์รัฐบาลในสื่อยุคดิจิทัล” ผลการวิจัยพบว่า การสื่อสารการเมืองเพื่อรักษาภาพลักษณ์รัฐบาลมีรูปแบบการสื่อสารทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการผ่านสื่อดิจิทัล มีการสร้างเนื้อหา ภาพ วีดีโอ กราฟฟิกให้เหมาะสมกับสื่อดิจิทัล มีองค์กรประชาสัมพันธ์รัฐ หน่วยงานประชาสัมพันธ์ภาครัฐและประชาสัมพันธ์พรรคการเมือง (พรรคร่วมรัฐบาล) ทำหน้าที่ร่วมกันเพื่อดูแลภาพลักษณ์รัฐบาลให้เป็นที่ไปตามนโยบายประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล ส่วนผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ ๒ พบว่า ปัจจัยที่สนับสนุนการจัดการสื่อสารทางการเมืองเพื่อรักษาภาพลักษณ์รัฐบาลในสื่อยุคดิจิทัลได้แก่ ปัจจัยด้านการวางแผนการสื่อสารทางการเมือง นโยบายการสื่อสารทางการเมืองและการจัดการการสื่อสารทางการเมืองเพื่อรักษาภาพลักษณ์รัฐบาลในสื่อยุคดิจิทัล องค์ความรู้จากงานวิจัยคือ หน่วยงานประชาสัมพันธ์ภาครัฐและองค์กรประชาสัมพันธ์รัฐมีปัจจัยที่สนับสนุนการสื่อสารการเมืองและรูปแบบการสื่อสารการเมืองเพื่อรักษาภาพลักษณ์รัฐบาลในสื่อยุคดิจิทัล ได้แก่ การวางแผนการสื่อสาร นโยบายการสื่อสารการเมือง และการสร้างเนื้อหาการสื่อสารการเมืองให้เหมาะสมกับสื่อในยุคดิจิทัล^{๗๐}

มนัสนันท์ ศิวะพรพัฒนา ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การสื่อสารทางการเมืองของนักการเมืองที่มีผลต่อการไปใช้สิทธิ์เลือกตั้งทั่วไปของประชาชนในอำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี” ผลการวิจัยพบว่า ๑. ระดับความคิดเห็นที่มีต่อการสื่อสารทางการเมืองของนักการเมืองที่มีผลต่อการไปใช้สิทธิ์เลือกตั้งทั่วไปของประชาชนในอำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านประชาชนหรือผู้รับสาร รองลงมาด้านสื่อ และด้านองค์กรทางการเมือง ตามลำดับ ๒. ผลเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อการสื่อสารทางการเมืองของนักการเมืองที่มีผลต่อการไปใช้สิทธิ์เลือกตั้งทั่วไปของประชาชนในอำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรีจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า ประชาชนที่รายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นที่มีต่อการสื่อสารทางการเมืองของนักการเมือง โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕ จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย ส่วนประชาชนที่มีเพศ อายุ อาชีพ ต่างกัน มีความคิดเห็นที่มีต่อการสื่อสารทางการเมืองของนักการเมือง โดยรวมไม่แตกต่างกัน จึงไม่ยอมรับสมมติฐานการวิจัย^{๗๑}

^{๗๐} กฤติยา รุจิโชค, “การสื่อสารทางการเมืองเพื่อรักษาภาพลักษณ์รัฐบาลในสื่อยุคดิจิทัล”, วารสาร มจร พุทธปัญญาปริทรรศน์, ปีที่ ๖ ฉบับที่ ๑ (มกราคม – เมษายน ๒๕๖๔) : ๒๕-๓๔.

^{๗๑} มนัสนันท์ ศิวะพรพัฒนา, “การสื่อสารทางการเมืองของนักการเมืองที่มีผลต่อการไปใช้สิทธิ์เลือกตั้งทั่วไปของประชาชนในอำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี”, สารนิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๖๔).

พระมหาพิพัฒพงศ์ จิตธมโม (วงศ์ชาลี) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การประยุกต์หลักพุทธธรรมเพื่อส่งเสริมการสื่อสารของนักการเมืองไทย” ผลการวิจัยพบว่า สภาพทั่วไปของการสื่อสารทางการเมืองของนักการเมืองไทยที่มีความสำคัญ ได้แก่ การสื่อสารทางการเมืองของนักการเมืองสามารถสื่อสารให้ประชาชนมีความเชื่อมั่นในการแก้ไขปัญหาให้ได้สำเร็จและโน้มน้าวให้ประชาชนเลือกมาเป็นตัวแทนของประชาชนได้ โดยประชาชนได้พิจารณาจากการติดตามข่าวสารและนโยบายของพรรคการเมืองทางช่องทางการสื่อสารทุกช่องทางเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจทางการเมืองและนำมาวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ตรงประเด็นตามหลักประชาธิปไตย และเป็นข้อมูลที่น่าเชื่อถือได้^{๗๒}

ปิยะพล พวงแก้ว ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “ประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม” ผลการวิจัยพบว่า ระดับประสิทธิผลต่อการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลต่อการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยผู้ส่งสาร ปัจจัยช่องทางการสื่อสาร ปัจจัยข้อมูลข่าวสาร ปัจจัยผู้รับสาร มีผลเชิงบวก และสามารถร่วมกันพยากรณ์ประสิทธิผลต่อการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๑^{๗๓}

พระสังฆาน เขมปญโญ (สายเนตร) และคณะ ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การสื่อสารทางการเมือง” ผลการวิจัยพบว่า ช่องทางการสื่อสารทางการเมือง มีองค์ประกอบด้วยสถาบันทางการเมืองต่าง ๆ เช่น พรรคการเมือง กลุ่มผลประโยชน์ ระบบราชการ หรือกลุ่มมวลชนอื่น ๆ ที่สามารถเชื่อมประชาชนเข้ากับผู้นำได้ ซึ่งองค์กรเหล่านี้ อาจมีโครงสร้างที่ถาวร หรือกึ่งถาวรก็ได้และอาจไม่จำเป็นที่จะต้องทำหน้าที่ติดต่อกัน ด้วยช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย แนวทางพัฒนาบทบาทสื่อมวลชนเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองสำหรับแนวทางพัฒนาสื่อมวลชนควรจะเริ่มต้นจากด้านการบริหารจัดการภายในองค์กรที่เกี่ยวข้อง โดยองค์กรสื่อมวลชนควรจะต้องเป็นอิสระจากรัฐบาล ไม่ตกอยู่ภายใต้อำนาจทุนเจ้าของสื่อหรือทุนทางการเมือง มีการพัฒนาบุคลากรภายในองค์กร ให้มีความรู้ความสามารถ ในงานข่าวสารทางการเมืองอยู่เสมอ และต้องยึดถือการทำเพื่อประโยชน์ของส่วนรวมเป็นหลัก และไม่ใช้เสรีภาพที่มีในการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนในการปลุกระดม ใช้ความรุนแรง ด้วยการบิดเบือนข้อเท็จจริงขณะที่องค์กรวิชาชีพสื่อมวลชน จะต้องทำหน้าที่

^{๗๒}พระมหาพิพัฒพงศ์ จิตธมโม (วงศ์ชาลี), “การประยุกต์หลักพุทธธรรมเพื่อส่งเสริมการสื่อสารของนักการเมืองไทย”, *ดุชนิพนธ์ปรัชญาดุชนิติต สาขาวิชารัฐศาสตร์*, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๖๔).

^{๗๓}ปิยะพล พวงแก้ว, “ประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม”, *สารนิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการปกครอง*, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยสยาม, ๒๕๖๓)

กำกับดูแล เรื่องจรรยาบรรณ จริยธรรม คุณธรรมของสื่อมวลชน ด้วยการไม่ให้ร้ายผู้อื่น หรือละเมิดสิทธิของผู้อื่นที่ชัดเจน เพื่อคุ้มครองผู้เกี่ยวข้อง และมีความพร้อมที่จะตรวจสอบสื่ออย่างจริงจัง^{๗๔}

ชฎาพร สิทธิศาสตร์ และคณะ ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษากลวิธีทางภาษาของ “ซัชชาติ สิทธิพันธุ์” ในการหาเสียงรับเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านสื่อออนไลน์” ผลการวิจัยพบว่า กลวิธีทางภาษาที่ปรากฏมีทั้งสิ้น ๑๒ กลวิธีสามารถเรียงลำดับความถี่ที่พบจากมากไปน้อย ได้แก่การใช้ทัศนภาวะร้อยละ ๒๕.๔๖ การใช้ภาษาต่างประเทศร้อยละ ๑๗.๘๗ การใช้ภาษาแบบกันเองร้อยละ ๑๖.๓๖ การเลือกใช้คำศัพท์ร้อยละ ๑๔.๑๗ การใช้คำย่อของชื่อเฉพาะร้อยละ ๙.๑๙ การใช้นามนัยร้อยละ ๔.๕๕ การกล่าวซ้ำร้อยละ ๓.๘๘ การใช้คำเรียกเครือญาติร้อยละ ๒.๗๐ การใช้มูลบทร้อยละ ๒.๒๘ การใช้อุปสรรคณ์ร้อยละ ๑.๓๕ การอ้างถึงร้อยละ ๑.๒๖ และการกล่าวอ้างร้อยละ ๐.๙๓ ตามลำดับ^{๗๕}

มัลลิกา บุญมีตระกูล มหาสุข ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การสื่อสารทางการเมืองไทยผ่านสื่อสังคมออนไลน์” ผลการวิจัยพบว่า ๑) กระบวนการสื่อสาร ผู้ส่งสารมีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสาร “ศาสตร์ทางการเมืองการตลาด” มีบทบาทในการเจาะกลุ่มเป้าหมาย ขณะที่ผู้รับสารในสังคมไทยมีความแตกต่างกันมาก แต่มีลักษณะเฉพาะร่วม คือ อ่อนไหวง่ายต่อกระแสสังคมและนิยมหวังพึ่งวีรบุรุษซึ่งตรงกับลักษณะมีสีแดงในทฤษฎีเกลียวพลวัต จึงทำให้การสื่อสารแบบปากต่อปาก (Viral Marketing) ใช้ได้ผลดี ๒) ปรากฏการณ์หลอมรวมสื่อสังคมออนไลน์เป็นนวัตกรรมสื่อใหม่ที่ขับเคลื่อนมวลชนในยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพเอื้อต่อ “ขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมใหม่” ผลักดันขอบเขตของ “พื้นที่สาธารณะ” ทั้งมีติกายภาพและออนไลน์ ช่วยให้การผลิตชุดข้อมูลซ้ำเป็นไปได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว โดยไม่ผูกติดกับสถานที่หรือเวลา ๓) ปัจจัยความสำเร็จของการสื่อสารทางการเมืองภายใต้บริบทสังคมไทยประกอบด้วย “ผู้ส่งสาร” ที่มีทักษะการพูดดี เข้าใจกลยุทธ์การตลาด และทักษะดิจิทัล “สาร” ที่ตรงกับพฤติกรรมและรสนิยมของกลุ่มเป้าหมาย “ช่องทางการสื่อสาร” แบบหลอมรวมระหว่างสื่อใหม่กับสื่อเก่าโดยใช้นวัตกรรมช่วย และ “ผู้รับสาร” ที่พร้อมสนองตอบอย่างรวดเร็ว^{๗๖}

ปิยะพล พวงแก้ว ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “ประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานคร ในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม” ผลการวิจัยพบว่า ระดับประสิทธิผลต่อการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานคร ในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลต่อการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครใน

^{๗๔}พระสังฆาณ เชมบุญโณ (สายเนตร) และคณะ, “การสื่อสารทางการเมือง”, วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์, ปีที่ ๗ ฉบับที่ ๓ (กันยายน-ธันวาคม ๒๕๖๕) : ๓๕๗-๓๖๘.

^{๗๕}ชฎาพร สิทธิศาสตร์ และคณะ, “การศึกษากลวิธีทางภาษาของ “ซัชชาติ สิทธิพันธุ์” ในการหาเสียงรับเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านสื่อออนไลน์”, วารสารภาษาไทยและวัฒนธรรมไทย, ปีที่ ๙ ฉบับที่ ๑ (มกราคม - มิถุนายน ๒๕๖๖) : ๔๓-๗๑.

^{๗๖}มัลลิกา บุญมีตระกูล มหาสุข, “การสื่อสารทางการเมืองไทยผ่านสื่อสังคมออนไลน์”, วารสารปรัชญาปริทรรศน์, ปีที่ ๒๗ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม - ธันวาคม ๒๕๖๕) : ๖๓-๘๑.

รูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยผู้ส่งสาร ปัจจัยช่องทางการสื่อสาร ปัจจัยข้อมูล ข่าวสาร ปัจจัยผู้รับสาร มีผลเชิงบวกและสามารถร่วมกันพยากรณ์ประสิทธิผลต่อการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ^{๗๗}

วรัญญา ประเสริฐ ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การสื่อสารทางการเมืองในรายการคืนความสุขให้คนในชาติ ศึกษาระหว่างปี พ.ศ. ๒๕๕๗ - ๒๕๕๙” ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบรายการคืนความสุขให้คนในชาติมีการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ ความจงรักภักดีต่อชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์ ให้แก่คณะรักษาความสงบแห่งชาติ ทั้งนี้ เนื้อหาหรือสารที่สื่อสารออกมาจากรายการสามารถแบ่งได้ ๒ ลักษณะ คือ เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนภารกิจทางการเมือง ได้แก่ การระบุปัญหาของประเทศ การชี้แจงเจตนารมณ์ทางการเมือง การให้ภาพการปกครองในอุดมคติ การสร้างความปรองดองสมานฉันท์ การปฏิรูปประเทศด้านต่าง ๆ และ เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการจัดอุปสรรคทางการเมือง ได้แก่ การจัดการด้านสื่อมวลชน การจัดการด้านการชุมนุมต่อต้าน และการจัดการด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ นอกจากนี้ กลวิธีโน้มน้าวใจที่พบในรายการมีลักษณะผสมผสานระหว่างการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลและการโฆษณาชวนเชื่อ ๗ ประการ^{๗๘}

พระมหาธนาธิป สีสสุโท (บุญมา) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การประยุกต์หลักปัญญาธรรมเพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตยของประชาชน ตำบลบ้านนา อำเภอกาหลง จังหวัดระยอง” ผลการวิจัยพบว่า ความรู้ความเข้าใจทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตยของประชาชน ตำบลบ้านนา อำเภอกาหลง จังหวัดระยอง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า ประชาชนที่มีเพศ อายุระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ต่างกัน มีความรู้ความเข้าใจทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตย ตำบลบ้านนา อำเภอกาหลง จังหวัดระยอง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕^{๗๙}

สรุปได้ว่า การสื่อสารทางการเมืองของนักการเมืองสามารถสื่อสารให้ประชาชนมีความเชื่อมั่นในการแก้ไขปัญหาให้สำเร็จและโน้มน้าวให้ประชาชนเลือกมาเป็นตัวแทนของประชาชนได้ โดยประชาชนได้พิจารณาจากการติดตามข่าวสารและนโยบายของพรรคการเมืองทางช่องทางการสื่อสารทุกช่องทางเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจทางการเมืองและนำมา วิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ตรงประเด็นตามหลักประชาธิปไตย และเป็นข้อมูลที่น่าเชื่อถือได้

^{๗๗}ปิยะพล พวงแก้ว, “ประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานคร ในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม”, สารนิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการปกครอง, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยสยาม, ๒๕๖๓).

^{๗๘}วรัญญา ประเสริฐ, “การสื่อสารทางการเมืองในรายการคืนความสุขให้คนในชาติ ศึกษาระหว่างปี พ.ศ. ๒๕๕๗ - ๒๕๕๙”, วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการปกครอง, (คณะรัฐศาสตร์ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๙).

^{๗๙}พระมหาธนาธิป สีสสุโท (บุญมา), “การประยุกต์หลักปัญญาธรรมเพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตยของประชาชน ตำบลบ้านนา อำเภอกาหลง จังหวัดระยอง”, สารนิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๖๓).

ตารางที่ ๒.๖ สรุปงานวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง

นักวิจัย	สรุปผลการวิจัย
กฤติยา รุจิโชค	การสื่อสารการเมืองเพื่อรักษาภาพลักษณ์รัฐบาลมีรูปแบบการสื่อสารทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการผ่านสื่อดิจิทัล มีการสร้างเนื้อหา ภาพ วีดีโอ กราฟฟิคที่เหมาะสมกับสื่อดิจิทัล มีองค์กรประชาสัมพันธ์รัฐ ทำหน้าที่ร่วมกัน
มนัสนันท์ ศิวะพรพัฒนา	การสื่อสารทางการเมืองของนักการเมืองที่มีผลต่อการไปใช้สิทธิ์เลือกตั้งทั่วไปของประชาชนในอำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ดังนี้ ด้านประชาชนหรือผู้รับสาร รองลงมาด้านสื่อ และด้านองค์กรทางการเมือง ตามลำดับ
พระมหาพิพัฒพงศ์ จิตธมโม (วงศ์ชาลี)	การสื่อสารทางการเมืองของนักการเมืองสามารถสื่อสารให้ประชาชนมีความเชื่อมั่นและไว้วางใจประชาชนเลือกมาเป็นตัวแทนของประชาชนได้ จากการติดตามข่าวสารและนโยบายเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจทางการเมือง
ปิยะพล พวงแก้ว	ระดับประสิทธิผลต่อการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานคร ในรูปแบบดิจิทัลแพลตฟอร์มในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง
พระสังวาล เขมปญโญ (สายเนตร) และคณะ	ช่องทางการสื่อสารทางการเมืองมีองค์ประกอบด้วยสถาบันทางการเมืองต่าง ๆ เช่น พรรคการเมือง กลุ่มผลประโยชน์ ระบบราชการ หรือกลุ่มมวลชนอื่น ๆ ที่สามารถเชื่อมประชาชนเข้ากับผู้นำได้
ชฎาพร สิทธิศาสตร์ และคณะ	กลวิธีทางภาษาที่ปรากฏมีทั้งสิ้น ๑๒ กลวิธีสามารถเรียงลำดับความถี่ที่พบจากมากไปน้อย ได้แก่ การใช้ทัศนภาพะร้อยละ ๒๕.๔๖ การใช้ภาษาต่างประเทศร้อยละ ๑๗.๘๗ การใช้ภาษาแบบกันเองร้อยละ ๑๖.๓๖ การเลือกใช้คำศัพท์ร้อยละ ๑๔.๑๗ ตามลำดับ

ตารางที่ ๒.๖ สรุปงานวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง (ต่อ)

นักวิจัย	สรุปผลการวิจัย
มัลลิกา บุญมีตระกูล มหาสุข	กระบวนการสื่อสาร ผู้ส่งสารมีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสาร “ศาสตร์ทางการเมือง” มีบทบาทในการเจาะกลุ่มเป้าหมาย ขณะที่ผู้รับสารในสังคมไทยมีความแตกต่างกันมาก แต่มีลักษณะเฉพาะร่วม คือ อ่อนไหวง่ายต่อกระแสสังคมและนิยมหวังพึ่งวีรบุรุษซึ่งตรงกับลักษณะมีสีแดงในทฤษฎีเกลียวพลวัต จึงทำให้การสื่อสารแบบปากต่อปาก (Viral Marketing) ใช้ได้ดี
พระมหาธนาธิป สีสสุทธิ (บุญมา)	ประชาชนที่มีเพศ อายุระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความรู้ความเข้าใจทางการเมืองในระดับประชาชนปไต่ย ตำบลบ้านนา อำเภอแก่ง จังหวัดระยอง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕

๒.๗.๒ งานวิจัยเกี่ยวกับหลักสูตร ๓

การศึกษาเรื่อง “การสื่อสารทางการเมืองตามแนววจีสจริตธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖” ผู้วิจัยได้ทบทวนเอกสารงานวิจัยที่ศึกษาหลักสูตร ๓ ซึ่งประกอบด้วย กายสูจริต วจีสจริต มโนสูจริต ซึ่งมีผู้วิจัยหลายท่านทำการวิจัยไว้ดังนี้

พระครูธรรมธรมบุญเที่ยง พุทธสวโก (ลักษณะพลวงค์) ได้วิจัยเรื่อง “การบูรณาการหลักพุทธธรรมกับการสื่อสารทางการเมือง เพื่อเสริมสร้างความสมานฉันท์” ผลการวิจัยพบว่า ๑. สภาพทั่วไปของการสื่อสารทางการเมือง พบว่า ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสาร ผู้รับสาร ทั้ง ๔ ข้อ มีด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ ด้านผู้รับสาร ผู้ส่งสารไม่สามารถส่งสารไปให้กับประชาชนได้ มีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน มีความคิดที่จะครอบงำความคิดของประชาชนให้เป็นไป ในทางเดียวกัน ตัวสารเองอาจไม่มีความเป็นจริง และไม่สามารถถ่ายทอดข้อมูลที่เป็นจริงไปให้ ประชาชนคนอื่นได้รับทราบ และรับรู้ ด้านช่องทางการสื่อสาร การใช้ช่องทางการสื่อสารสะดวก รวดเร็วประหยัด ด้านผู้รับคือผู้ที่สำคัญที่สุด ๒. การสื่อสารทางการเมืองที่เสริมสร้างความสมานฉันท์ พบว่า การสื่อสารทางการเมืองเพื่อเสริมสร้างความสมานฉันท์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณา โดยเรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน ดังนี้ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ ด้านผู้รับสาร รองลงมาได้แก่ ด้านสาร ด้านผู้ส่งสาร และด้านช่องทางการสื่อสาร จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลพบว่า ผู้ส่งสารต้องให้ความสำคัญกับการมีคุณธรรม จริยธรรม แห่่งข้อมูลที่สามารถอ้างอิงได้ มีความน่าเชื่อถือ เกิดประโยชน์ทั้งส่วนรวมและส่วนตัว ช่องทางการสื่อสาร ได้แก่ การใช้ช่องทางผ่านเฟซบุ๊ก,

ทวิสเตอร์และอินสตาร์แกรม การพบปะพูดคุยกับประชาชน การแถลงนโยบาย การรายงานผลการปฏิบัติงานและผู้รับสารมีความสำคัญที่สุด ๓. การบูรณาการหลักพุทธธรรมกับการสื่อสารทางการเมืองเพื่อเสริมสร้างความ สมานฉันท์ พบว่า การนำหลักสารานีธรรมมาบูรณาการกับการสื่อสารทางการเมืองเพื่อเสริมสร้าง ความสมานฉันท์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก พบว่า นักการเมืองมีการแต่งกายเหมาะสม ถูกต้องตามกาลเทศะ มีการพูดคุยกับบุคคลที่เห็นต่างทางการเมือง มีจิตเมตตาปรารถนาดีต่อประชาชนทั้งต่อหน้าและลับหลัง มีการแบ่งปันข้อมูลข่าวสารให้กับประชาชน มีความประพฤติทางกาย ทางวาจา ทางใจ อย่างสุจริต รู้จักเคารพและรับฟังความคิดเห็นของประชาชน แหล่งข้อมูลที่น่ามาสื่อสารให้ได้รับรู้ต้องสามารถอ้างอิงได้ นำเสนอให้ประชาชนได้เห็นภาพ ข้อมูลถูกต้องตามหลักกฎหมาย การสื่อสารด้วยจิตที่มีความคิดอันเป็นเมตตาต่อประชาชนใช้วาจาที่เป็นกัลยาณมิตรพูดด้วย ความจริงใจ มีจิตคิดเมตตากรุณาในการใช้ช่องทางการสื่อสาร การแบ่งปันข่าวสารที่มีเนื้อหา สาระ,ความเหมาะสม เคารพกติกา มารยาทและไม่ละเมิดสิทธิ์เสรีภาพ ผู้รับสารมีคุณธรรม ยึดผลประโยชน์เพื่อส่วนรวมเป็นหลักและมีความคิดที่เปิดกว้าง^{๘๐}

คณะนาง วังฝายแก้ว ได้วิจัยเรื่อง “การเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมของนักการเมืองท้องถิ่นตามหลักสุจริต ๓” ผลการวิจัยพบว่า ๑. นโยบาย กลไก และ กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมตามหลัก สุจริต ๓ ของนักการเมืองท้องถิ่น นโยบายการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมของภาครัฐ ที่มุ่งเน้นการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดี ส่งผลให้องค์การบริหารส่วนท้องถิ่นต้องดำเนินนโยบายเพื่อให้บริการสาธารณะตามพันธกิจ ๕ ด้าน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจและโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาสังคม การศึกษา และวัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การรักษาความมั่นคงและรักษาความสงบเรียบร้อย และการบริหารจัดการ ส่วนกลไกในการขับเคลื่อนในการเสริมสร้างความรับผิดชอบ ของนักการเมืองท้องถิ่น ประกอบด้วย แผนพัฒนา ๓ ปี แผนพัฒนา ๕ ปี หรือแผนพัฒนาท้องถิ่น โดยมีโครงการเป็นตัวขับเคลื่อนตามพันธกิจทั้ง ๕ ด้าน การจัดทำโครงการการดำเนินงานตามโครงการ การวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน และการติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน ดำเนินโครงการโดยบุคลากรขององค์การบริหารส่วนท้องถิ่น โดยการมีส่วนร่วมของประชาชน เครือข่ายภาคประชาชน สถาบันทางสังคมทุกภาคส่วน ดำเนินกิจกรรมผ่านวัฒนธรรมท้องถิ่นและวัฒนธรรมองค์กร ส่งผลต่อการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมของนักการเมืองท้องถิ่นตามหลักสุจริต ๒. นโยบาย กลไก และการปฏิบัติหน้าที่ของนักการเมืองท้องถิ่นกับความรับผิดชอบต่อสังคมตามหลักสุจริต การเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมของนักการเมืองท้องถิ่นตามหลักสุจริต ๓ การดำเนินนโยบายภายใต้กลไกในการขับเคลื่อนกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคม ดำเนินการโดยบุคลากรขององค์การบริหารส่วนท้องถิ่นตามพันธกิจขององค์กร ๕

^{๘๐}พระครูธรรมธรบุญเที่ยง พุทธสาโร (ลักษณะพลวงค์), “การบูรณาการหลักพุทธธรรมกับการสื่อสารทางการเมืองเพื่อเสริมสร้างความสมานฉันท์”, ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๖๔).

ด้าน ด้วยการกำหนดนโยบายเชิงจริยธรรม จัดทำแผนพัฒนาตามนโยบายที่กำหนดตามอำนาจหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนท้องถิ่น และหน้าที่ความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน เครือข่ายภาคประชาชน และสถาบันทางสังคม ผ่านกระบวนการทำประชาสังคม การดำเนินงานกิจกรรมหรือโครงการบนพื้นฐานของวัฒนธรรมองค์กรและวัฒนธรรมท้องถิ่น ๓. ปัญหาอุปสรรคการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมของนักการเมืองท้องถิ่น ตามหลักสุจริต ปัญหาอุปสรรคการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมของนักการเมืองท้องถิ่นแยก ออกเป็น ๓ กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ ๑ กลุ่มสภาพปัญหาด้านกายสุจริต ประกอบด้วยลักษณะจำนวน ๘ ประการ ได้แก่ แหล่งบันเทิงมาก ขาดงบประมาณในการส่งเสริมสนับสนุนด้านจริยธรรม ความไม่โปร่งใส ไม่ปฏิบัติตามกติกากฎ การใช้เงินในการเข้าสู่อำนาจ การทุจริตคอร์รัปชัน ขาดการกลั่นกรอง บุคลากร และนายกเทศมนตรีมีอำนาจมากเกินไป กลุ่มที่ ๒ กลุ่มสภาพปัญหาด้านจิตสุจริต ประกอบด้วย ลักษณะจำนวน ๖ ประการ ได้แก่ ขาดความร่วมมือในองค์กร ไม่สามารถดำเนินการตามพันธกิจ ขาดต้นแบบของภาวะผู้นำทางจริยธรรมการซื้อสิทธิขายเสียงในท้องถิ่น ระบบอุปถัมภ์ นักการเมืองไม่เป็นแบบที่ดี และนักการเมืองไม่เป็นแบบอย่างที่ดี และกลุ่มที่ ๓ กลุ่มสภาพปัญหาด้านมโนสุจริต ประกอบด้วยลักษณะจำนวน ๙ ประการ ได้แก่ ปัญหาไม่ให้ความสำคัญต่อจริยธรรม ขาดระบบในการพัฒนาการเปลี่ยนแปลงของโลกาภิวัตน์ ขาดจิตสำนึกต่อหน้าที่วัฒนธรรมพวกพ้อง ปัญหาความเห็นแก่ประโยชน์ตนขาด ขาดความรู้ด้านจริยธรรม และขาดภาวะผู้นำที่ดี^{๔๑}

พิชญชน มากไชย ได้วิจัยเรื่อง “การนำหลักสุจริต ๓ ไปใช้ในการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจ สถานีตำรวจภูธรเมืองภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต” ผลการวิจัยพบว่า การนำหลักสุจริต ๓ ไปใช้ในการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจสถานีตำรวจภูธรเมืองภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต โดยรวม มีค่าแปลผล อยู่ในระดับมาก จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา ชั้น ยศ ระยะเวลาการรับราชการ และรายได้ต่อเดือน พบว่า โดยรวมมีค่าแปลผล อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านมโนสุจริต มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือด้านวจีสุจริต และด้านกายสุจริต มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ผลการเปรียบเทียบการนำหลักสุจริต ๓ ไปใช้ในการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจ สถานีตำรวจภูธรเมืองภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต จำแนกตามระยะเวลาการรับราชการ และรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๑ ระดับการศึกษา แตกต่างกันอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๐๑ ส่วนอายุ และชั้นยศ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ ๐.๐๕ ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหาการนำหลักสุจริต ๓ ไปใช้ในการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจสถานีตำรวจภูธรเมืองภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต ปัญหา คือ บางคนมักจะทำตามใจตนเอง ไม่ค่อยพอเพียงในสิ่งที่ตนเองมีอยู่ บางคนขาดเมตตา กรุณาในผู้อื่น บางคนกล่าวคำไม่เพราะกับประชาชนที่มาติดต่อราชการ คดีความ เสียค่าปรับ แนวทางแก้ไข คือ หน่วยงานควรนิมนต์พระมาให้ความรู้

^{๔๑}คณะอง วังฝ่ายแก้ว, “การเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคม ของนักการเมืองท้องถิ่นตามหลักสุจริต ๓”, รายงานการวิจัย, (สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๖๐).

หลักธรรมทางพระพุทธศาสนาโดยเฉพาะสุจริต ๓ และศีล ๕ ที่ต้องปฏิบัติในชีวิตประจำวัน ข้าราชการตำรวจควรฝึกการควบคุมอารมณ์ของตนเอง ควรกล่าวคำไพเราะกับประชาชนที่มาติดต่อราชการ และควรเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม มากกว่าผลตอบแทน^{๕๒}

สมถวิล แฝงลาภ ได้วิจัยเรื่อง “รูปแบบการพัฒนาผู้เรียนด้านความซื่อสัตย์สุจริตผ่านวรรณกรรมอีสาน” ผลการวิจัยพบว่า (๑) ปัญหาด้านความซื่อสัตย์ สุจริตของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๑ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุบลราชธานี เขต ๓ พบว่าปัญหา ๔ ด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านมีปัญหาด้านความซื่อสัตย์สุจริต ลำดับที่ ๑ การปฏิบัติต่อบุคคลอื่นลำดับที่ ๒ การปฏิบัติต่อหน้าที่ และลำดับที่ ๓ ด้านความซื่อสัตย์สุจริตต่อตนเอง และความต้องการสร้างรูปแบบพัฒนาผู้เรียนด้านความซื่อสัตย์สุจริต ต้องการใช้ชุดกิจกรรมการเรียนรู้ผ่านเนื้อหาวรรณกรรมอีสาน มีเนื้อหาบางเรื่องสอดคล้องกับคำสอนทางพระพุทธศาสนาเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยประยุกต์รูปแบบเข้ากับวัยของนักเรียน (๒) ผลการสร้างรูปแบบการพัฒนาผู้เรียนด้านความซื่อสัตย์สุจริต พบว่าการสร้างรูปแบบใช้ชุดกิจกรรมการเรียนรู้จากเนื้อหาวรรณกรรมอีสานมีเนื้อหาบางเรื่องสอดคล้องกับพุทธศาสนา มีจำนวน ๒๐ เรื่อง โดยรูปแบบของชุดกิจกรรมการเรียนรู้มีองค์ประกอบ ๘ องค์ประกอบและมีคุณภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก และ (๓) ผลการประเมินการใช้รูปแบบของชุดกิจกรรมการเรียนรู้ โดยการเปรียบเทียบความซื่อสัตย์สุจริตผ่านวรรณกรรมอีสานก่อนเรียนกับหลังเรียน พบว่ามีความแตกต่างกันสำคัญทางสถิติ .๐๕ และประเมินพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อรูปแบบโดยรวมอยู่ในระดับมาก^{๕๓}

ศิริ พันธธา ได้วิจัยเรื่อง “หลักสุจริตธรรมกับการบริหารองค์การอย่างยั่งยืน” ผลการวิจัยพบว่า การเป็นนักบริหารองค์การต้องมีทั้งศาสตร์และศิลป์ในการบริหาร รวมถึงวิธีการในการบริหารด้วยความเที่ยงธรรม นักบริหารที่มีความเชี่ยวชาญในการบริหารสามารถบูรณาการการบริหารได้หลากหลายวิธี ทั้งนี้เมื่อนำหลักสุจริตธรรมสู่การบริหารองค์การอย่างยั่งยืน จึงปรากฏแนวทางบริหารซึ่งประกอบด้วย ๑. การวางแผนด้วยความสุจริต คือ วิธีการวางแผนด้วยพฤติกรรมที่เหมาะสมถึงมฤตยู ๒. การจัดองค์การด้วยความสุจริต โดยวางรากฐานของบุคลากรที่เหมาะสมกับงาน ๓. การบริหารงานบุคคลด้วยความสุจริต เป็นวิธีการในการจัดการองค์การอย่างสร้างสรรค์ ปรับกระบวนการทำงานให้มีความหลากหลาย ๔. การอำนวยการด้วยความสุจริต มีขั้นตอนและลำดับขั้นในการปฏิบัติงานให้เป็นไปตาม ระเบียบขององค์การ ๕. การประสานงานด้วยความสุจริต เป็นการสร้างบรรทัดฐานในการทำงานอย่างเป็นกลาง ๖. การรายงานด้วยความสุจริต นำเสนอด้วยข้อมูลที่

^{๕๒}พิชญ์ หมายไชย, “การนำหลักสุจริต ๓ ไปใช้ในการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจ สถานีตำรวจภูธรเมืองภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต”, วารสารพุทธสังคมวิทยาปริทรรศน์, ปีที่ ๑ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม – ธันวาคม ๒๕๕๙) : ๓๕-๕๔.

^{๕๓}สมถวิล แฝงลาภ, “รูปแบบการพัฒนาผู้เรียนด้านความซื่อสัตย์สุจริตผ่านวรรณกรรมอีสาน”, ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, ๒๕๖๑).

เป็นจริงตามขั้นตอนและกระบวนการของงาน ๗. การงบประมาณด้วยความสุจริต ชี้แจงกระบวนการในการจัดทำงบประมาณในการบริหารองค์การอย่างสุจริต โปร่งใส ตรวจสอบได้^{๘๔}

พระมหาพรหม ธรรมหาโส ได้วิจัยเรื่อง “สุจริตธรรมในฐานะเครื่องมือป้องกันการทุจริตคอร์รัปชันในสังคมไทยปัจจุบัน” ผลการวิจัยพบว่า หลักสุจริตธรรมนั้นจัดได้ว่าเป็นรากฐานความดีทุกประการ เพราะหากบุคคลใดมีหลักสุจริตธรรมภายในจิตใจ จะกลายเป็นบุคคลที่มีชีวิตที่สะอาด ทั้งทางจิตใจ ทางกาย และทางวาจา ซึ่งความสะอาดของชีวิตทั้ง ๓ ด้านนั้น จะส่งผลต่อการเป็นอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขภายในครอบครัว ชุมชน องค์กร สังคม และประเทศชาติ เริ่มต้นด้วยการจัดการความรู้เกี่ยวกับความสุจริต การจัดทำแผนที่ว่าด้วยความสุจริต การพัฒนาองค์กรสุจริตต้นแบบการพัฒนา และต่อยอดหมู่บ้านสะอาดสู่หมู่บ้านสุจริตอย่างยั่งยืน การจัดหลักสูตรพัฒนาสุจริตธรรมสู่ชีวิตสะอาดอย่างยั่งยืนและการจัดทำตัวชี้วัดว่าด้วยการพัฒนาสุจริตธรรม บทบาท และหน้าที่ในการพัฒนา และส่งเสริมความสุจริตให้เกิดขึ้นในสังคมไทยควรเริ่มต้นปลูกฝัง และกระตุ้นเตือนเสริมสร้างพลังสุจริตเข้าไปในหลักสูตรที่ว่าด้วยวิชาหน้าที่พลเมืองและศีลธรรม เพื่อให้เด็กเยาวชนละลายชีวและเกรงกลัวต่อการประพฤติทุจริต อันจะส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรมโตไปแล้วไม่โกงประเทศชาติบ้านเมือง ซึ่งจะทำให้พลเมืองอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข และเคารพในศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ของกันและกัน ให้มีการตระหนักรู้ในคุณค่าและความสำคัญของ “สุจริตธรรม” อย่างต่อเนื่อง ทั้งผู้นำภาคข้าราชการและรัฐวิสาหกิจต่าง ๆ ไม่ประพฤติตัวและดำรงตนให้สอดคล้องกับหลักการสุจริตดังกล่าว ฉะนั้น การกระตุ้นเตือนความสุจริตให้เกิดขึ้นในสังคมไทยจนกลายเป็นค่านิยมหลักนั้น จะทำให้สังคมไทยเป็นสังคมที่อยู่ร่วมกันอย่างมีศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ บนฐานของความรัก แบ่งปันเคารพ และให้เกียรติซึ่งกันและกัน^{๘๕}

พระครูศรีปริชากร (เลื่อน บุญยงค์) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวทางการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อสันติสุขในสังคมไทย” ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อสันติสุข เป็นแนวทางการสื่อสารด้วยหลักสัมมาวาจา ซึ่งเป็นทางสายกลางในมรรคมีองค์ ๘ คือ วชิสุจริต ๔ อย่าง ๑) เจตนางดเว้นจากการพูดเท็จ ๒) เจตนางดเว้นจากการพูดส่อเสียด ๓) เจตนางดเว้นจากการพูดหยาบ ๔) เจตนางดเว้นจากการพูดเพ้อเจ้อ และหลักวาจาสุภาสิต คือ ๑) พูดถูกกาล ๒) พูดคำจริง ๓) พูดคำอ่อนหวาน ๔) พูดคำมีประโยชน์ และ ๕) พูดด้วยเมตตาธรรมไม่มีอคติ ในขณะเดียวกัน พระพุทธเจ้าในฐานะผู้สื่อสารถือได้ว่าเป็นสุดยอดอัจฉริยะบุคคลที่รู้จักกาลเทศะ บุคคล และกลุ่มบุคคลอย่างแท้จริง ผู้รับสารที่มีสติปัญญาจึงศรัทธารับฟังจนบรรลุเป้าหมายที่เป็นสันติสุขในชีวิต^{๘๖}

^{๘๔}ศิริ พันธทา, “หลักสุจริตธรรมกับการบริหารองค์การอย่างยั่งยืน”, Journal of Modern Learning Development, ปีที่ ๑ ฉบับที่ ๑ (มกราคม – มิถุนายน ๒๕๕๙) : ๑-๖.

^{๘๕}พระมหาพรหม ธรรมหาโส, สุจริตธรรมในฐานะเครื่องมือป้องกันการทุจริตคอร์รัปชันในสังคมไทยปัจจุบัน, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : <https://www.mcu.ac.th/article/detail/439> [๑๕ มีนาคม ๒๕๖๖].

^{๘๖}พระครูศรีปริชากร (เลื่อน บุญยงค์), “แนวทางการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อสันติสุขในสังคมไทย”, วารสารมหาจุฬานาครทรรณ, ปีที่ ๖ ฉบับที่ ๖ (สิงหาคม ๒๕๖๒) : ๒๘๐๒-๒๘๒๐.

พระปัญญา สุจิตโต (สีงาม) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การบูรณาการหลักพุทธธรรมเพื่อส่งเสริมจิตสำนึกการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในอำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง” ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อการบูรณาการหลักพุทธธรรมเพื่อส่งเสริมจิตสำนึกการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในอำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง พบว่า ประชาชนที่มีเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน มีการบูรณาการหลักพุทธธรรมเพื่อส่งเสริมจิตสำนึกการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน แตกต่างกันไป มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕ จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้^{๘๗}

สรุปได้ว่า การสื่อสารทางการเมืองตามแนววจีสัจธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ที่จะต้องปฏิบัติตนที่เป็นบุคคลของสังคม เพื่อให้ปลูกฝังความคิดที่เป็นประชาธิปไตยให้ตระหนักต่อสังคมและประโยชน์ของส่วนร่วม มีความรับผิดชอบต่อตนเอง ต่อหน้าที่ต่อประชาชน และสังคม

ตารางที่ ๒.๗ สรุปงานวิจัยเกี่ยวกับหลักสุจริต

นักวิจัย	สรุปผลการวิจัย
พระครูธรรมธรบุญเที่ยง พุทธสาโร (ลักษณะพลวงค์)	การสื่อสารทางการเมือง เพื่อเสริมสร้างความสมานฉันท์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก การสื่อสารทางการเมือง เมื่อพิจารณา โดยเรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน ดังนี้ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ ด้านผู้รับสาร รองลงมาได้แก่ ด้านสาร ด้านผู้ส่งสารและด้านช่องทางการสื่อสาร
คะนอง วังฝ่ายแก้ว	กระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมตามหลักสุจริต ๓ ของนักการเมืองท้องถิ่น ที่มุ่งเน้นการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดี
สมถวิล แผงลาก	การสร้างรูปแบบการพัฒนาผู้เรียนด้านความซื่อสัตย์สุจริต โดยรูปแบบของชุดกิจกรรมการเรียนรู้มีองค์ประกอบ ๘ องค์ประกอบและมีคุณภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก

^{๘๗}พระปัญญา สุจิตโต (สีงาม), “การบูรณาการหลักพุทธธรรมเพื่อส่งเสริมจิตสำนึกการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในอำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง”, สารนิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๖๔).

ตารางที่ ๒.๗ สรุปงานวิจัยเกี่ยวกับหลักสุจริต

นักวิจัย	สรุปผลการวิจัย
ศิริ พันธทา	หลักสุจริตธรรมสู่การบริหารองค์การอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย ๑. การวางแผนด้วยความสุจริต ๒. การจัดองค์การด้วยความสุจริต ๓. การบริหารงานบุคคลด้วยความสุจริต ๔. การอำนวยการด้วยความสุจริต ๕. การประสานงานด้วยความสุจริต ๖. การรายงานด้วยความสุจริต ๗. การงบประมาณด้วยความสุจริต
พระมหาหรรษา ธมฺมหาโส	“ความรัก” ที่ประชาชนอยากได้จาก “นักการเมือง” อันดับ ๑ คือซื่อสัตย์ สุจริต จริ่งใจ ร้อยละ ๔๕.๗๗ และอยากให้นักการเมืองทำเพื่อส่วนรวม ให้ประชาชนอยู่ดีมีสุข ร้อยละ ๓๘.๔๑
พิภูษณ มากไชย	การนำหลักสุจริต ๓ ไปใช้ในการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจสถานีตำรวจภูธรเมืองภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต โดยรวม มีค่าแปลผล อยู่ในระดับมาก
พระครูศรีปริชากร (เลื่อน บุญยงค์)	การสื่อสารเชิงพุทธเพื่อสันติสุข ด้วยหลักสัมมาวาจา ซึ่งเป็นทางสายกลางในมรรคมีองค์ ๘ คือ วชิสุจริต ๔ อย่าง ๑) เจตนางดเว้นจากการพูดเท็จ ๒) เจตนางดเว้นจากการพูดส่อเสียด ๓) เจตนางดเว้นจากการพูดหยาบ ๔) เจตนางดเว้นจากการพูดเพ้อเจ้อ และหลักวาจาสุภาสิต คือ ๑) พูดถูกกาล ๒) พูดคำจริง ๓) พูดคำอ่อนหวาน ๔) พูดคำมีประโยชน์และ ๕) พูดด้วยเมตตาธรรมไม่มีอคติ
พระปัญญา สุจิตโต (สิงาม)	ความคิดเห็นของประชาชนต่อการบูรณาการหลักพุทธธรรมเพื่อส่งเสริมจิตสำนึกการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในอำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง พบว่าประชาชนที่มีเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน มีการบูรณาการหลักพุทธธรรมเพื่อส่งเสริมจิตสำนึกการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน แตกต่างกัน มีค่านัยสำคัญทางสถิติไม่น้อยกว่าระดับ ๐.๐๕

๒.๘ กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖” จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปได้ดังนี้

ตัวแปรอิสระ ได้แก่

๑) ปัจจัยส่วนบุคคล เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้

๒) หลักจริยธรรม^{๘๘} จริยธรรม หมายถึง ความประพฤติดีทางวาจา การทำความดีที่บุคคลประพฤติหรือแสดงออกทางวาจา ได้แก่

(๑) ไม่พูดเท็จ

(๒) ไม่พูดคำส่อเสียด

(๓) ไม่พูดคำหยาบ

(๔) ไม่พูดเพ้อเจ้อ

ตัวแปรตาม ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับ

๑) การสื่อสารทางการเมือง ดังนี้

(๑) สร้างทัศนคติทางการเมือง

(๒) สร้างความสนใจในการเมือง

(๓) สร้างความรู้และความเข้าใจทางการเมือง

(๔) สร้างบทบาททางการเมือง^{๘๙}

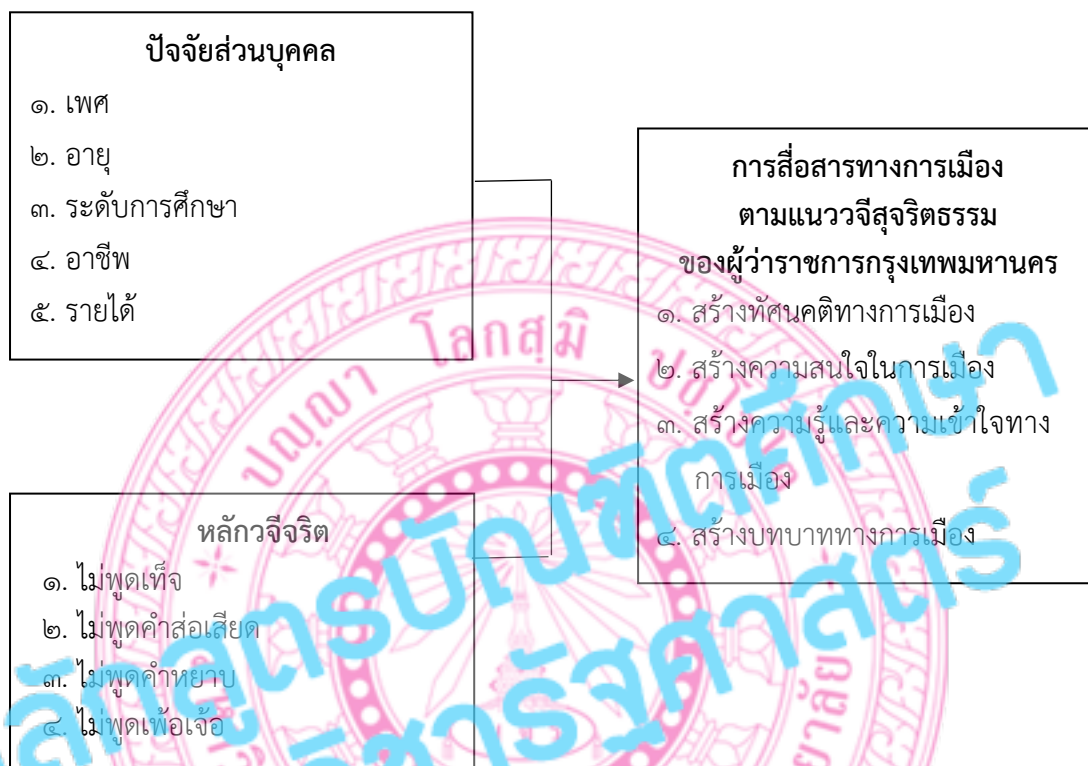
ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง และหลักจริยธรรม มาสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้

^{๘๘}พระพรหมคุณาภรณ์ (ป. อ. ปยุตฺโต), พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม, (กรุงเทพมหานคร : พิมพ์การพิมพ์, ๒๕๕๓), หน้า ๙๐-๙๑.

^{๘๙}เสรี วงษ์มณฑา, การประยุกต์ทฤษฎีในการสื่อสาร หลักและทฤษฎีการสื่อสาร, (นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๓๗), หน้า ๒๙-๓๐

ตัวแปรอิสระ
(Independent Variables)

ตัวแปรตาม
(Dependent Variable)



แผนภาพที่ ๒.๑๐ กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ ๓

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การสื่อสารทางการเมืองตามแนวจิตสุจริตธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖” ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methods Research) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนต่อไปนี้

๓.๑ รูปแบบการวิจัย

๓.๒ การวิจัยเชิงปริมาณ

๓.๒.๑ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

๓.๒.๒ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

๓.๒.๓ การเก็บรวบรวมข้อมูล

๓.๒.๔ การวิเคราะห์ข้อมูล

๓.๓ การวิจัยเชิงคุณภาพ

๓.๓.๑ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

๓.๓.๒ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

๓.๓.๓ การเก็บรวบรวมข้อมูล

๓.๓.๔ การวิเคราะห์ข้อมูล

๓.๑ รูปแบบการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “การสื่อสารทางการเมืองตามแนวจิตสุจริตธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖” เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Method Research) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) จากแบบสอบถาม (Questionnaire) จากประชาชนที่มีสิทธิ์เลือกตั้งจำนวน ๓๙๙ คน และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จำนวน ๙ รูปหรือคน

๓.๒ การวิจัยเชิงปริมาณ

๓.๒.๑ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตบางคอแหลม กรุงเทพมหานคร จำนวน ๘๐,๙๗๘ คน^๑

กลุ่มตัวอย่าง (Sample)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตบางคอแหลม กรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) และวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง (Sampling) ดังนี้

๑) ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) กลุ่มตัวอย่างได้มาจากสูตรของ ยามาเน่ (Yamane) ซึ่งใช้ระดับความคลาดเคลื่อนที่ ๐.๐๕^๒

สูตร

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

โดย

N

=

จำนวนประชากรทั้งหมด

e

=

ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้

n

=

จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่มีสิทธิเลือกตั้งทั้งหมด ๘๐,๙๗๘ คน เมื่อแทนค่าในสูตรจะได้ดังนี้

$$n = \frac{80,978}{1 + 80,978(0.05)^2}$$

$$n = \frac{80,978}{1 + 51.3325}$$

$$n = \frac{80,978}{202.445}$$

$$n = 398.0339$$

$$n = 399$$

^๑เขตบางคอแหลม, ข้อมูลประชากร, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : <https://th.wikipedia.org/wiki/เขตบางคอแหลม> [๑ กรกฎาคม ๒๕๖๕].

^๒สุรพล สุยะพรหม และ สุทธิรักษ์ ศรีจันทร์เพ็ญ, ระเบียบวิธีวิจัยทางการจัดการ, (กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๕๓), หน้า ๑๐๖-๑๐๗.

เพราะฉะนั้นจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตบางคอแหลม กรุงเทพมหานคร เท่ากับ ๓๙๙ คน แต่เพื่อป้องกันความผิดพลาดในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ ๓๙๙ คน

๒) วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง (Sampling) การสุ่มกลุ่มตัวอย่างใช้หลักการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi Random Sampling) ประกอบด้วยขั้นตอน ดังนี้^๓

(๑) ทำการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) โดยการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเป็นส่วน สัดจากจำนวนประชากรเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีลักษณะกระจายให้สัมพันธ์กับสัดส่วนประชากร โดยใช้จำนวนหมู่บ้านในแต่ละตำบลเป็นระดับการสุ่มกลุ่มตัวอย่างเป็นส่วน สัดส่วนโดยใช้สูตร ดังนี้

$$\text{จำนวนตัวอย่างในแต่ละชั้น} = \frac{\text{จำนวนตัวอย่างทั้งหมด} \times \text{จำนวนประชากรในแต่ละชั้น}}{\text{จำนวนประชากรทั้งหมด}}$$

จากสูตรจะได้ประชากรที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในแต่ละแขวงของประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งและอาศัยอยู่ในเขตบางคอแหลม กรุงเทพมหานคร รวม ๓๙๙ คน รายละเอียดดังตารางที่ ๓.๑

ตารางที่ ๓.๑ จำนวนประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตบางคอแหลม กรุงเทพมหานคร

แขวง	จำนวนประชากร N (คน)	กลุ่มตัวอย่าง n (คน)
๑. แขวงบางคอแหลม	๒๒,๓๐๖	$\frac{๒๒,๓๐๖ \times ๓๙๙}{๘๐,๙๗๘}$ ๑๑๐
๒. แขวงวัดพระยาไกร	๒๓,๕๖๖	$\frac{๒๓,๕๖๖ \times ๓๙๙}{๘๐,๙๗๘}$ ๑๑๖
๓. แขวงบางโคล่	๓๕,๑๐๖	$\frac{๓๕,๑๐๖ \times ๓๙๙}{๘๐,๙๗๘}$ ๑๗๓
รวม	๘๐,๙๗๘	๓๙๙

๓.๒.๒ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์ ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น มีรายละเอียดการสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

ผู้วิจัยดำเนินการสร้างแบบสอบถามดังนี้

๑. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจากเอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบความคิดในการสร้างแบบสอบถาม

^๓สุรพล สุยะพรหม และ สุทธิรักษ์ ศรีจันทร์เพ็ญ, ระเบียบวิธีวิจัยทางการจัดการ, หน้า ๑๐๘-๑๐๙.

๒. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและเอกสารการวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยพิจารณาถึงรายละเอียดต่าง ๆ เพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนดไว้

๓. ขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

๔. สร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

๕. นำเสนอร่างแบบสอบถามอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์และผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไข

๖. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกลุ่มตัวอย่าง เพื่อหาความเชื่อมั่น (Reliability) แล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา

๗. จัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับจริง และนำไปแจกกับกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

๘. รวบรวมแบบสอบถาม แล้วนำมาวิเคราะห์

๑) ลักษณะของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นตามกรอบของ “การสื่อสารทางการเมืองตามแนวจิตสำนึกของผู้นำทางการเมืองกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖” โดยแบ่งออกเป็น ๓ ตอน ดังนี้

ตอนที่ ๑ คำถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ เป็นแบบสอบถามประเภทตรวจสอบรายการ (Check List) จำนวน ๕ ข้อ

ตอนที่ ๒ เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของประชาชนต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้นำทางการเมืองกรุงเทพมหานคร ซึ่งแบ่งออกเป็น ๔ ด้าน คือ ได้แก่ (๑) สร้างทัศนคติทางการเมือง (๒) สร้างความสนใจในการเมือง (๓) สร้างความรู้และความเข้าใจทางการเมือง และ (๔) สร้างบทบาททางการเมือง

ตอนที่ ๓ เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับหลักจริยธรรม

ซึ่งมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) มี ๕ ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

๑ หมายถึง มีการปฏิบัติ อยู่ในระดับน้อยที่สุด

๒ หมายถึง มีการปฏิบัติ อยู่ในระดับน้อย

๓ หมายถึง มีการปฏิบัติ อยู่ในระดับปานกลาง

๔ หมายถึง มีการปฏิบัติ อยู่ในระดับมาก

๕ หมายถึง มีการปฏิบัติ อยู่ในระดับมากที่สุด

๒) การตรวจสอบและหาคุณภาพของแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้นำเสนอแบบสอบถามเพื่อหาคุณภาพแบบสอบถามโดยความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้

๑. ขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์และผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบเครื่องมือที่สร้างไว้

๒. หาความเที่ยงตรง (Validity) โดยการนำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จ เสนอประธานและกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เพื่อขอความเห็นชอบและนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมจำนวน ๕ คน ประกอบไปด้วย

๑) รศ.อนุภูมิ โขเกษม อาจารย์ประจำหลักสูตรบัณฑิตศึกษา

คณะสังคมศาสตร์ มจร

๒) รศ.ดร.ธัชพันธ์ อิศรเดช อาจารย์ประจำหลักสูตรบัณฑิตศึกษา

คณะสังคมศาสตร์ มจร

๓) ผศ.ดร.ปนัดดา รักษาแก้ว อาจารย์ประจำภาควิชารัฐศาสตร์

คณะสังคมศาสตร์ มจร

๔) ผศ.ดร.บวร ขมขุนศรี อาจารย์ประจำภาควิชารัฐศาสตร์

คณะสังคมศาสตร์ มจร

๕) ผศ.ดร.สุมาลี บุญเรือง อาจารย์ประจำหลักสูตรบัณฑิตศึกษา

คณะสังคมศาสตร์ มจร

แล้วนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของแต่ละข้อ (Index of Item - Objective Congruence: IOC)^๔ ได้ค่าความเชื่อมั่น อยู่ระหว่าง ๐.๘๐-๑.๐๐ แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามทุกข้อมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

๓. หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้เครื่องมือ (Try Out) จากกลุ่มตัวอย่างที่มีการปฏิบัติงานคล้ายคลึงกันจากประชาชนเขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร จำนวน ๓๐ ชุด เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha α – coefficient) ตามวิธีการของครอนบาค (Cronbach)^๕ ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ ๐.๙๕๖ แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูงสามารถนำไปแจกกับกลุ่มตัวอย่างจริงได้

^๔สมนึก ภัททิยธนี, การวัดผลการศึกษา, (กาฬสินธุ์ : ประสานการพิมพ์, ๒๕๔๙), หน้า ๒๒๐.

^๕สิน พันธุ์พินิจ, เทคนิคการวิจัยทางสังคม, (กรุงเทพมหานคร : บริษัทจุฬพลับลิชชิ่ง จำกัด, ๒๕๔๗), หน้า ๑๙๑.

๔. นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขแล้วนำมาเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์เพื่อขอความเห็นชอบและจัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ในการนำไปใช้แจกกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยต่อไป

๓.๒.๓ การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลมีขั้นตอน ดังนี้

๑) ขอหนังสือจากผู้อำนวยการหลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการอำนวยความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนผู้สิทธิ์เลือกตั้งและอาศัยอยู่ในเขตบางคอแหลมที่มีต่อการสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

๒) นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปเก็บข้อมูลกับประชาชนผู้สิทธิ์เลือกตั้งและอาศัยอยู่ในพื้นที่เขตบางคอแหลมที่มีต่อการสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน ๓๙๙ ชุด ผู้วิจัยในการเก็บรวบรวมแบบสอบถาม เมื่อได้รับแบบสอบถามกลับมาแล้ว นำมาตรวจสอบความถูกต้อง ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ทั้งหมดจำนวน ๓๙๙ ชุด คิดเป็นร้อยละ ๑๐๐ ของจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด

๓) นำข้อมูลดิบที่ได้ไปวิเคราะห์และประมวลผลโดยใช้โปรแกรมการวิจัยทางสังคมศาสตร์ต่อไป

๓.๒.๔ การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมการวิจัยทางสังคมศาสตร์ และเลือกใช้ค่าสถิติที่เหมาะสมกับข้อมูลสามารถตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ ดังนี้

๑) สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) สำหรับอธิบายปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างและพรรณนาความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร สถิติที่ใช้ คือ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

กำหนดเกณฑ์ที่ใช้ในการแปลความหมายโดยใช้เกณฑ์ของเบสท์ (Best) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย ๑.๐๐ – ๑.๕๐ หมายถึง มีระดับการปฏิบัติ อยู่ในระดับน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ย ๑.๕๑ – ๒.๕๐ หมายถึง มีระดับการปฏิบัติ อยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย ๒.๕๑ – ๓.๕๐ หมายถึง มีระดับการปฏิบัติ อยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย ๓.๕๑ – ๔.๕๐ หมายถึง มีระดับการปฏิบัติ อยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย ๔.๕๑ – ๕.๐๐ หมายถึง มีระดับการปฏิบัติ อยู่ในระดับมากที่สุด^๖

^๖Best, John W, *Research in Education*, (New Jersey: Pretice-Hall, Inc., 1981), pp.179

๒) สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้สำหรับทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล สถิติที่ใช้คือ การทดสอบค่าที (t-test) ในกรณีตัวแปรอิสระสองกลุ่ม และการทดสอบค่าเอฟ (F-Test) ด้วยวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ในกรณีตัวแปรต้นตั้งแต่สามกลุ่มขึ้นไป เมื่อพบว่ามีความแตกต่างจะทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีผลต่างเป็นสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD.)

๓) การวิเคราะห์ข้อมูลจากคำถามปลายเปิด (Open Ended Question) ที่แสดงปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะแนวความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร วิเคราะห์โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis Technique) ประกอบบริบท (Context) นำเสนอเป็นความเรียงประกอบตาราง โดยการแจกแจงความถี่ของผู้ตอบคำถามปลายเปิด

๓.๓ การวิจัยเชิงคุณภาพ

๓.๓.๑ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants)

ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) เกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีคุณสมบัติสอดคล้องกับประเด็นการวิจัย จำนวน ๙ รูปหรือคน ดังนี้

ลำดับที่	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง
กลุ่มที่ ๑ นักวิชาการด้านพระพุทธศาสนา จำนวน ๒ รูป		
๑	พระครูสุธีรัตติบัณฑิต, รศ.ดร.	ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มจร
๒	พระปลัดระพีณ พุทธิสารโร, รศ.ดร.	รองคณบดีคณะสังคมศาสตร์ ฝ่ายวิชาการ มจร
กลุ่มที่ ๒ นักวิชาการด้านรัฐศาสตร์ จำนวน ๓ คน		
๓	ผศ.ดร.นรพัชร เสาธงทอง	อาจารย์ประจำคณะรัฐศาสตร์ ม.ปทุมธานี
๔	ว่าที่ ร.ต. ดร.เอกรินทร์ ศิริรัตนชัย	อาจารย์ประจำคณะรัฐศาสตร์ ม.ปทุมธานี
๕	อาจารย์ ดร.กาญจนา คำจตุ	อาจารย์ประจำภาควิชารัฐศาสตร์ มจร
กลุ่มที่ ๓ ข้าราชการสำนักงานเขต จำนวน ๑ คน		
๖	นายพนม อนุวงศ์ ณ ลำพูน	หัวหน้าฝ่ายปกครอง เขตบางคอแหลม
กลุ่มที่ ๕ ผู้นำชุมชน จำนวน ๒ คน		
๗	นายสีลม แสงแก้ว	ประธานชุมชนซอยโรงเจ
๘	นายลือศักดิ์ เอกชน	ประธานชุมชนบาหยัน

ลำดับที่	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง
กลุ่มที่ ๔ นักการเมืองท้องถิ่น จำนวน ๑ คน		
๙	นายปวิน แพทยานนท์	สมาชิกสภากรุงเทพมหานคร เขตบางคอแหลม

๓.๓.๒ แบบสัมภาษณ์

๑) การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของแบบสัมภาษณ์

(๑) ศึกษาวิธีสร้างแบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบความคิดในการสร้างแบบสัมภาษณ์

(๒) ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารทางการเมืองตามแนวทฤษฎีสูตรธรรมของผู้นำราชการกรุงเทพมหานคร โดยพิจารณาถึงรายละเอียดต่าง ๆ เพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนดไว้

(๓) ขอคำแนะนำจากกรรมการควบคุมสารนิพนธ์เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสัมภาษณ์

(๔) สร้างแบบสัมภาษณ์ให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant)

(๕) นำแบบสัมภาษณ์ให้กรรมการควบคุมสารนิพนธ์ตรวจสอบเนื้อหาและโครงสร้างของคำถาม ตลอดจนภาษาที่ใช้ เพื่อขอความเห็นชอบ

(๖) นำแบบสัมภาษณ์ที่กรรมการควบคุมสารนิพนธ์ตรวจสอบและให้ความเห็นชอบแล้ว มาปรับแก้ไขเพื่อจัดทำแบบสมบูรณ์เพื่อนำไปใช้ในการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) ต่อไป

๒) ลักษณะของแบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นเป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structure Intertie) มีสาระสำคัญของการสัมภาษณ์ แบ่งออกเป็น ๒ ตอน ดังนี้

ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ ๒ ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมืองตามแนวทฤษฎีสูตรธรรมของผู้นำราชการกรุงเทพมหานคร

๓.๓.๓ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์

๑) ขอนหนังสือจากผู้อำนวยการหลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ถึงผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการให้สัมภาษณ์

๒) ทำการนัดวัน เวลา และสถานที่กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) เพื่อสัมภาษณ์ตามที่กำหนดไว้ ซึ่งบางท่านก็สะดวกในการให้สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์

๓) ดำเนินการสัมภาษณ์ตามวัน เวลา และสถานที่ที่กำหนดไว้ จนครบทุกประเด็น โดยขออนุญาตใช้วิธีการจดบันทึกและการบันทึกเสียงประกอบการสัมภาษณ์ หากผู้ให้ข้อมูลสำคัญไม่สะดวกให้ถ่ายภาพก็จะมีบันทึกภาพ จะทวนใจความสำคัญจากการสัมภาษณ์ให้ผู้ให้ข้อมูลฟังก่อน

๔) นำข้อมูลดิบที่ได้มารวบรวมเพื่อวิเคราะห์โดยวิธีการที่เหมาะสมและนำเสนอต่อไป

๓.๓.๔ การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์โดยวิธีการดังนี้

๑) นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาถอดเสียงและบันทึกเป็นข้อความ

๒) นำข้อความจากการสัมภาษณ์และการจดบันทึกมาจำแนกเป็นประเด็นและเรียบเรียงเฉพาะประเด็นที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

๓) วิเคราะห์คำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) ตามวัตถุประสงค์การวิจัย โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis Technique) ประกอบบริบท (Context)

๔) สังเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยและนำเสนอในรูปของความเรียง

บทที่ ๔

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “การสื่อสารทางการเมืองตามแนวจิตสุจริตธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖” มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้ ๑. เพื่อศึกษาระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ ๒. เพื่อเปรียบเทียบการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ ๓. เพื่อศึกษาแนวทางส่งเสริมการสื่อสารทางการเมืองตามแนวจิตสุจริตธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖

กลุ่มประชากรที่ใช้วิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตบางคอแหลม กรุงเทพมหานคร จำนวน ๘๐,๙๗๘ คน ซึ่งผู้วิจัยได้จัดลำดับการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามที่แจกทั้งหมด ๓๙๙ ฉบับ ได้รับกลับคืนและเป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์ที่สุดจำนวน ๓๙๙ ฉบับ คิดเป็นร้อยละ ๑๐๐ โดยกำหนดการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับต่อไปนี้

๔.๑ การสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖

๔.๒ ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖

๔.๓ แนวทางส่งเสริมการสื่อสารทางการเมืองตามแนวจิตสุจริตธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖

๔.๔ องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

๔.๔.๑ องค์ความรู้ที่ได้รับจากงานวิจัย

๔.๔.๒ องค์ความรู้ที่ได้สังเคราะห์จากการวิจัย

๔.๑ การสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ.

๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖

๔.๑.๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ของประชาชนเขตบางคอแหลม กรุงเทพมหานคร ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน ๓๙๙ จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ด้วยการแสดงความถี่ และร้อยละ มีรายละเอียดดังแสดงในตาราง

ตารางที่ ๔.๑ จำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง

(n=๓๙๙)

ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม		
เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	๑๓๑	๓๒.๘๓
หญิง	๒๖๘	๖๗.๑๗
รวม	๓๙๙	๑๐๐.๐๐
อายุ		
๑๘ - ๓๐ ปี	๑๕	๓.๗๖
๓๑ - ๔๐ ปี	๑๙๕	๔๘.๘๗
๔๑ - ๕๐ ปี	๗๙	๑๙.๘๐
๕๑ - ๖๐ ปี	๖๖	๑๖.๕๔
๖๑ ปี ขึ้นไป	๔๔	๑๑.๐๓
รวม	๓๙๙	๑๐๐.๐๐
ระดับการศึกษา		
ประถม	๗๗	๑๙.๓๐
มัธยมศึกษา	๙๐	๒๒.๕๖
ปวช. / ปวส. / อนุปริญญา	๗๙	๑๙.๘๐
ปริญญาตรี	๑๒๘	๓๒.๐๘
สูงกว่าปริญญาตรี	๒๕	๖.๒๗
รวม	๓๙๙	๑๐๐.๐๐
อาชีพ		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	๖๑	๑๕.๒๙
พนักงานบริษัทเอกชน	๑๘๖	๔๖.๖๒
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	๘๖	๒๑.๕๕
รับจ้าง	๔๒	๑๐.๕๓
พ่อบ้าน / แม่บ้าน / อื่น ๆ	๒๔	๖.๐๒
รวม	๓๙๙	๑๐๐.๐๐

ตารางที่ ๔.๑ จำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

(n=๓๙๙)

ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม		
รายได้		
ไม่เกิน ๑๕,๐๐๐ บาท	๗๘	๑๙.๕๕
๑๕,๐๐๑ – ๒๐,๐๐๐ บาท	๑๕๒	๓๘.๑๐
๒๐,๐๐๑ – ๒๕,๐๐๐ บาท	๑๐๑	๒๕.๓๑
๒๕,๐๐๑ – ๓๐,๐๐๐ บาท	๔๘	๑๒.๐๓
๓๐,๐๐๑ บาทขึ้นไป	๒๐	๕.๐๑
รวม	๓๙๙	๑๐๐.๐๐

จากตารางที่ ๔.๑ พบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามเรื่อง “การสื่อสารทางการเมืองตามแนวจิตสุจริตธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖” ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ๓๙๙ คน จำแนกได้ดังนี้

เพศ จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน ๒๖๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๖๗.๑๗ และเพศชาย ๑๓๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๒.๘๓ ตามลำดับ

อายุ จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่มีอายุ ๓๑ – ๔๐ ปี จำนวน ๑๙๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๘.๘๗, อายุ ๔๑ – ๕๐ ปี จำนวน ๗๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๙.๘๐, อายุ ๕๑-๖๐ ปี จำนวน ๖๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๖.๕๔, อายุ ๖๑ ปี ขึ้นไป จำนวน ๔๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๑.๐๓ และอายุระหว่าง ๑๘ – ๓๐ ปี จำนวน ๑๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๓.๗๖ ตามลำดับ

การศึกษา จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน ๑๒๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๒.๐๘, มัธยมศึกษา จำนวน ๙๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๒.๕๖, ปวช. / ปวส. / อนุปริญญา จำนวน ๗๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๙.๘๐, ประถม ๗๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๙.๓๐ และระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน ๒๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๖.๒๗ ตามลำดับ

อาชีพ จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน ๑๘๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๖.๖๒, ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน ๘๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๑.๕๕, ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน ๖๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๕.๒๙, รับจ้าง จำนวน ๔๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๐.๕๓ และพ่อบ้าน / แม่บ้าน / อื่น ๆ จำนวน ๒๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๖.๐๒ ตามลำดับ

รายได้ จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้ ๑๕,๐๐๑ – ๒๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๑๕๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๘.๑๐, รายได้ ๒๐,๐๐๑ – ๒๕,๐๐๐ บาท จำนวน ๑๐๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๕.๓๑, รายได้ไม่เกิน ๑๕,๐๐๐ บาท จำนวน ๗๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๙.๕๕, รายได้ ๒๕,๐๐๑ – ๓๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๔๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๒.๐๓ และรายได้ ๓๐,๐๐๑ บาทขึ้นไป จำนวน ๒๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๕.๐๑ ตามลำดับ

๔.๑.๒ ระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖

ผลการวิเคราะห์ระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยภาพรวม และเป็นรายด้านการสร้างทัศนคติทางการเมือง ด้านการสร้างความสนใจในการเมือง ด้านการสร้างความรู้และความเข้าใจทางการเมือง และด้านการสร้างบทบาททางการเมือง และรายชื่อ ดังนี้

ตารางที่ ๔.๒ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖ โดยภาพรวม และรายด้าน

(n=๓๙๙)

การสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการ กรุงเทพมหานคร	ระดับการปฏิบัติ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลค่า
๑. ด้านการสร้างทัศนคติทางการเมือง	๓.๕๘	๐.๗๕	มาก
๒. ด้านการสร้างความสนใจในการเมือง	๓.๖๔	๐.๗๔	มาก
๓. ด้านการสร้างความรู้และความเข้าใจทางการเมือง	๓.๕๕	๐.๙๕	มาก
๔. ด้านการสร้างบทบาททางการเมือง	๓.๔๒	๐.๘๗	มาก
โดยภาพรวม	๓.๕๕	๐.๕๘	มาก

จากตารางที่ ๔.๒ พบว่า ระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=๓.๕๕$, S.D.=๐.๕๘) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงตามลำดับได้ดังนี้ ด้านการสร้างความรู้และความเข้าใจทางการเมือง ($\bar{X}=๓.๖๔$, S.D.=๐.๗๔), ด้านการสร้างทัศนคติทางการเมือง ($\bar{X}=๓.๕๘$, S.D.=๐.๗๕), ด้านการสร้างความรู้และความเข้าใจทางการเมือง ($\bar{X}=๓.๕๕$, S.D.=๐.๙๕) และด้านการสร้างบทบาททางการเมือง ($\bar{X}=๓.๔๒$, S.D.=๐.๘๗) ตามลำดับ

ตารางที่ ๔.๓ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖ ด้านการสร้างทัศนคติทางการเมือง

(n=๓๙๙)

ด้านการสร้างทัศนคติทางการเมือง	ระดับการปฏิบัติ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลค่า
๑) ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร มีวิธีการหาเสียงที่ชวนให้ประชาชนเกิดความประทับใจ	๓.๗๓	๐.๘๖	มาก
๒) ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร สร้างภาพลักษณ์ใหม่ ๆ ในการหาเสียง เช่น การหาเสียงล่วงหน้าโดยใช้งบประมาณไม่มาก	๓.๕๘	๐.๙๑	มาก
๓) ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร สร้างบรรยายการหาเสียงที่แตกต่างกับพรรคอื่น ๆ	๓.๔๔	๐.๘๕	มาก
โดยภาพรวม	๓.๕๘	๐.๗๕	มาก

จากตารางที่ ๔.๓ พบว่า ระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖ ด้านการสร้างทัศนคติทางการเมือง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.58$, S.D.=0.75) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร มีวิธีการหาเสียงที่ชวนให้ประชาชนเกิดความประทับใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.73$, S.D.=0.86) รองลงมา คือ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร สร้างภาพลักษณ์ใหม่ ๆ ในการหาเสียง เช่น การหาเสียงล่วงหน้าโดยใช้งบประมาณไม่มาก ($\bar{X}=3.58$, S.D.=0.91) และน้อยที่สุด คือ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครสร้างบรรยายการหาเสียงที่แตกต่างกับพรรคอื่น ๆ ($\bar{X}=3.44$, S.D.=0.85) ตามลำดับ

ตารางที่ ๔.๔ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖ ด้านการสร้างความสนใจในการเมือง

(n=๓๙๙)

ด้านการสร้างความสนใจในการเมือง	ระดับการปฏิบัติ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลค่า
๑) ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร มีวิธีการสื่อสารที่ทำให้ประชาชนสนใจการเมือง	๓.๖๗	๑.๐๑	มาก
๒) ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ใจพุดให้เหตุผลถึงประโยชน์ของการมีส่วนร่วมทางการเมือง	๓.๖๒	๐.๙๖	มาก
๓) ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร มีความตั้งใจและปรารถนาดีต่อการปกครองในระบอบประชาธิปไตย	๓.๖๓	๐.๙๔	มาก
โดยภาพรวม	๓.๖๔	๐.๙๔	มาก

จากตารางที่ ๔.๔ พบว่า ระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖ ด้านการสร้างความสนใจในการเมือง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.64$, S.D.=0.94) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร มีวิธีการสื่อสารที่ทำให้ประชาชนสนใจการเมือง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.67$, S.D.=1.01) รองลงมา คือ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร มีความตั้งใจและปรารถนาดีต่อการปกครองในระบอบประชาธิปไตย ($\bar{X}=3.63$, S.D.=0.94) และน้อยที่สุด คือ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ใจพุดให้เหตุผลถึงประโยชน์ของการมีส่วนร่วมทางการเมือง ($\bar{X}=3.62$, S.D.=0.96) ตามลำดับ

ตารางที่ ๔.๕ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ ด้านการสร้างความรู้และความเข้าใจทางการเมือง

(n=๓๙๙)

ด้านการสร้างความรู้และความเข้าใจทางการเมือง	ระดับการปฏิบัติ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลค่า
๑) ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ติดต่อบริษัททางหน่วยงานราชการเมืองในการขอความกระจ่างเกี่ยวกับปัญหาของประชาชน	๓.๔๗	๑.๑๒	มาก
๒) ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมและประเทศชาติและประชาชน	๓.๕๔	๐.๙๑	มาก
๓) ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ติดต่อบริษัทโดยตรงกับพื้นที่ที่เกิดปัญหา	๓.๖๔	๑.๑๐	มาก
โดยภาพรวม	๓.๕๕	๐.๙๕	มาก

จากตารางที่ ๔.๕ พบว่า ระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ ด้านการสร้างความรู้และความเข้าใจทางการเมือง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.55$, $S.D.=0.95$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ติดต่อบริษัทโดยตรงกับพื้นที่ที่เกิดปัญหา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.64$, $S.D.=1.10$) รองลงมา คือ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมและประเทศชาติและประชาชน ($\bar{X}=3.54$, $S.D.=0.91$) และน้อยที่สุด คือ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ติดต่อบริษัททางหน่วยงานราชการเมืองในการขอความกระจ่างเกี่ยวกับปัญหาของประชาชน ($\bar{X}=3.47$, $S.D.=1.12$) ตามลำดับ

ตารางที่ ๔.๖ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ ด้านการสร้างความบอบทางทางการเมือง

(n=๓๙๙)

ด้านการสร้างความบอบทางทางการเมือง	ระดับการปฏิบัติ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลค่า
๑) ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร มีวิธีการทำงานที่ไม่เหมือนใคร เช่น การไลฟ์สดทุกเช้า ให้ประชาชนติดตาม	๓.๕๒	๑.๐๒	มาก
๒) ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร มีวิธีคิดและการกระทำที่ประหยังบประมาณในการหาเสียง	๓.๓๐	๑.๐๙	ปานกลาง
๓) ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร มีการวางแผนหาเสียงไว้ก่อนการเลือกตั้งอย่างต่อเนื่อง เช่น จากการลงเลือกตั้งครั้งแรกเพื่อให้ประชาชนรู้จัก และเกิดความศรัทธา	๓.๔๖	๑.๐๑	มาก
โดยภาพรวม	๓.๔๒	๐.๘๗	มาก

จากตารางที่ ๔.๖ พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ ด้านการสร้างความบอบทางทางการเมือง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.42$, S.D.=0.87) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร มีวิธีการทำงานที่ไม่เหมือนใคร เช่น การไลฟ์สดทุกเช้า ให้ประชาชนติดตามอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.52$, S.D.=1.02) รองลงมา คือ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร มีการวางแผนหาเสียงไว้ก่อนการเลือกตั้งอย่างต่อเนื่อง เช่น จากการลงเลือกตั้งครั้งแรกเพื่อให้ประชาชนรู้จัก และเกิดความศรัทธา ($\bar{X}=3.46$, S.D.=1.01) และน้อยที่สุด คือ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร มีวิธีคิดและการกระทำที่ประหยังบประมาณในการหาเสียง อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.30$, S.D.=1.09) ตามลำดับ

๔.๑.๒ ระดับการสื่อสารทางการเมืองตามแนวจิตสุจริตธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖

ผลการวิเคราะห์ระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยภาพรวม และเป็นรายด้านการสร้างทัศนคติทางการเมือง ด้านการสร้างความสนใจในการเมือง ด้านการสร้างความรู้และความเข้าใจทางการเมือง ด้านการสร้างบทบาททางการเมือง และรายชื่อ ดังนี้

ตารางที่ ๔.๗ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการสื่อสารทางการเมืองตามแนวจิตสุจริตธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ โดยภาพรวม และรายด้าน

(n=๓๙๙)

การสื่อสารทางการเมืองตามแนวจิตสุจริตธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร	ระดับการปฏิบัติ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลค่า
๑) การไม่พูดเท็จ	๓.๘๐	๐.๗๖	มาก
๒) การไม่พูดคำส่อเสียด	๓.๕๕	๐.๘๕	มาก
๓) การไม่พูดคำหยาบ	๓.๗๗	๐.๗๖	มาก
๔) การไม่พูดเพ้อเจ้อ	๓.๖๗	๐.๘๑	มาก
โดยภาพรวม	๓.๗๐	๐.๕๒	มาก

จากตารางที่ ๔.๗ พบว่า ระดับการสื่อสารทางการเมืองตามแนวจิตสุจริตธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.70$, S.D.=0.52) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงตามลำดับได้ดังนี้ การไม่พูดคำหยาบ ($\bar{X}=3.77$, S.D.=0.76), การไม่พูดเท็จ ($\bar{X}=3.80$, S.D.=0.76), การไม่พูดเพ้อเจ้อ ($\bar{X}=3.67$, S.D.=0.81) และการไม่พูดคำส่อเสียด ($\bar{X}=3.55$, S.D.=0.85) ตามลำดับ

ตารางที่ ๔.๘ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการสื่อสารทางการเมืองตามแนววิ
 สัจจริตรธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ.
 ๒๕๖๖ หลักการไม่พูดเท็จ

(n=๓๙๙)

หลักการไม่พูดเท็จ	ระดับการปฏิบัติ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลค่า
๑) ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปฏิบัติตามที่พูดหา เสียใจไว้ แก้ปัญหาตามลำดับความสำคัญของ ปัญหา	๓.๘๗	๐.๙๖	มาก
๒) ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปฏิบัติเป็น แบบอย่างในการปฏิบัติตามคำสัญญาที่ให้ไว้กับ ประชาชน	๓.๗๓	๑.๐๑	มาก
๓) ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปฏิบัติตนเป็น นักการเมืองที่ดี	๓.๗๙	๐.๙๔	มาก
โดยภาพรวม	๓.๘๐	๐.๗๖	มาก

จากตารางที่ ๔.๘ พบว่า ระดับการสื่อสารทางการเมืองตามแนววิสัจจริตรธรรมของผู้ว่า
 ราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ หลักการไม่พูดเท็จ อยู่ในระดับ
 มาก ($\bar{X}$ =๓.๘๐, S.D.=๐.๗๖) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียง
 ตามลำดับได้ดังนี้ ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปฏิบัติตามที่พูดหาเสียใจไว้
 แก้ปัญหาตามลำดับความสำคัญของปัญหา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =๓.๘๗, S.D.=๐.๙๖) รองลงมาคือ
 ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปฏิบัติตนเป็นนักการเมืองที่ดี อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =๓.๗๙, S.D.=๐.๙๔)
 และน้อยที่สุด คือ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปฏิบัติเป็นแบบอย่างในการปฏิบัติตามคำสัญญาที่ให้
 ไว้กับประชาชน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =๓.๗๓, S.D.=๑.๐๑) ตามลำดับ

ตารางที่ ๔.๙ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการสื่อสารทางการเมืองตามแนววิ
 สัจจริตรธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ.
 ๒๕๖๖ หลักการไม่พูดคำส่อเสียด

(n=๓๙๙)

หลักการไม่พูดคำส่อเสียด	ระดับการปฏิบัติ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลค่า
๑) ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ไม่พูดจาส่อเสียด กลุ่มผลประโยชน์ทางการเมืองที่ท่านไม่เห็นด้วย	๓.๕๗	๑.๐๖	มาก
๒) ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ยกย่องนักการเมือง ที่ปฏิบัติดีปฏิบัติชอบ ให้ความสำคัญกับการ ทำงานเพื่อแก้ปัญหาส่วนรวม	๓.๕๖	๐.๙๗	มาก
๓) ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร แสดงออกในการ สนับสนุนนักการเมือง และกลุ่มทางการเมืองต่าง ๆ ด้วยวาจาที่เป็นธรรม	๓.๕๓	๐.๙๑	มาก
โดยภาพรวม	๓.๕๕	๐.๘๕	มาก

จากตารางที่ ๔.๙ พบว่า ระดับการสื่อสารทางการเมืองตามแนววิสัจจริตรธรรมของผู้ว่า
 ราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ หลักการไม่พูดคำส่อเสียด อยู่ใน
 ระดับมาก ($\bar{X}$ =๓.๕๕, S.D.=๐.๘๕) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียง
 ตามลำดับได้ดังนี้ ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ไม่พูดจาส่อเสียดกลุ่ม
 ผลประโยชน์ทางการเมืองที่ท่านไม่เห็นด้วย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =๓.๕๗, S.D.=๑.๐๖) รองลงมาคือ
 ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ยกย่องนักการเมืองที่ปฏิบัติดีปฏิบัติชอบ ให้ความสำคัญกับการทำงาน
 เพื่อแก้ปัญหาส่วนรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =๓.๕๖, S.D.=๐.๙๗) และน้อยที่สุด คือ ผู้ว่าราชการ
 กรุงเทพมหานคร แสดงออกในการสนับสนุนนักการเมือง และกลุ่มทางการเมืองต่าง ๆ ด้วยวาจาที่
 เป็นธรรม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =๓.๕๓, S.D.=๐.๙๑) ตามลำดับ

ตารางที่ ๔.๑๐ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการสื่อสารทางการเมืองตามแนววจี
สุจริตธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ.
๒๕๖๖ หลักการไม่พูดคำหยาบ

(n=๓๙๙)

หลักการไม่พูดคำหยาบ	ระดับการปฏิบัติ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลค่า
๑) ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ใช้วาจาสุภาพสร้าง ความประทับใจในการหาเสียง	๓.๘๒	๐.๙๑	มาก
๒) ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครไม่กล่าวคำหยาบ เป็นกันเองกับผู้ร่วมงานและทีมทำงานในพื้นที่	๓.๗๔	๐.๙๑	มาก
๓) ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ไม่พูดคำหยาบกับ ประชาชนที่ติดตามการทำงานตามสถานที่ต่าง ๆ ที่ลงพื้นที่ทำงานแก้ปัญหา ตรวจสอบและติดตาม	๓.๗๓	๐.๙๖	มาก
โดยภาพรวม	๓.๗๗	๐.๗๖	มาก

จากตารางที่ ๔.๑๐ พบว่า ระดับการสื่อสารทางการเมืองตามแนววจีสุจริตธรรมของผู้ว่า
ราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ หลักการไม่พูดคำหยาบ อยู่ใน
ระดับมาก ($\bar{X}$ =๓.๗๗, S.D.=๐.๗๖) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียง
ตามลำดับได้ดังนี้ ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ใช้วาจาสุภาพสร้าง
ความประทับใจในการหาเสียง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =๓.๘๒, S.D.=๐.๙๑) รองลงมาคือ ผู้ว่าราชการ
กรุงเทพมหานครไม่กล่าวคำหยาบเป็นกันเองกับผู้ร่วมงานและทีมทำงานในพื้นที่ อยู่ในระดับมาก
($\bar{X}$ =๓.๗๔, S.D.=๐.๙๑) และน้อยที่สุด คือ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ไม่พูดคำหยาบกับประชาชน
ที่ติดตามการทำงานตามสถานที่ต่าง ๆ ที่ลงพื้นที่ทำงานแก้ปัญหา ตรวจสอบและติดตาม อยู่ในระดับ
มาก ($\bar{X}$ =๓.๗๓, S.D.=๐.๙๖) ตามลำดับ

ตารางที่ ๔.๑๑ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ หลักการไม่พูดเพื่อเจ้า

(n=๓๙๙)

หลักการไม่พูดเพื่อเจ้า	ระดับการปฏิบัติ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลค่า
๑) ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ไม่กล่าวพาดพิง นักการเมืองอื่นหรือกลุ่มคิดต่าง	๓.๖๕	๐.๙๘	มาก
๒) ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร พูดดีมีสาระ ยึด หลักการและมีเหตุผล น่าเชื่อถือ ทำให้ บริษัทเอกชนให้ความร่วมมือในการทำงาน	๓.๗๒	๑.๐๒	มาก
๓) ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร เลือกสื่อสารด้วย ด้วยเหตุผลมากกว่าความชอบส่วนบุคคล	๓.๖๔	๐.๙๕	มาก
โดยภาพรวม	๓.๖๗	๐.๘๑	มาก

จากตารางที่ ๔.๑๑ พบว่า ระดับการสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ หลักการไม่พูดเพื่อเจ้าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =๓.๖๗, S.D.=๐.๘๑) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงตามลำดับดังนี้ ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร พูดดีมีสาระ ยึดหลักการและมีเหตุผล น่าเชื่อถือ ทำให้บริษัทเอกชนให้ความร่วมมือในการทำงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =๓.๗๒, S.D.=๑.๐๒) รองลงมาคือ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ไม่กล่าวพาดพิงนักการเมืองอื่นหรือกลุ่มคิดต่าง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =๓.๖๕, S.D.=๐.๙๘) และน้อยที่สุดคือ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร เลือกสื่อสารด้วยด้วยเหตุผลมากกว่าความชอบส่วนบุคคล อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =๓.๖๔, S.D.=๐.๙๕) ตามลำดับ

๔.๒ ผลการเปรียบเทียบการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครใน ระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ต่อการสื่อสารทั้ง ๔ ด้าน ดังนี้ ด้านการสร้างทัศนคติทางการเมือง ด้านการสร้างความสนใจในการเมือง ด้านการสร้างความรู้และความเข้าใจทางการเมือง และด้านการสร้างบทบาททางการเมือง เพื่อนำไปสู่การทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งสามารถแสดงรายละเอียดได้ ดังนี้

สมมติฐานที่ ๑ ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ แตกต่างกัน

ตารางที่ ๔.๑๒ การเปรียบเทียบระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ จำแนกตามเพศ

(n=๓๙๙)

ความคิดเห็นของประชาชนต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร		n	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
๑ ด้านการสร้างทัศนคติทางการเมือง	ชาย	๑๓๑	๓.๖๒	๐.๘๔	๐.๖๑๑	๐.๕๔๑
	หญิง	๒๖๘	๓.๕๗	๐.๗๐		
๒ ด้านการสร้างความสนใจในการเมือง	ชาย	๑๓๑	๓.๕๑	๐.๙๒	-๐.๖๓๙	๐.๕๒๓
	หญิง	๒๖๘	๓.๕๗	๐.๙๖		
๓ ด้านการสร้างความรู้และความเข้าใจทางการเมือง	ชาย	๑๓๑	๓.๖๔	๐.๗๘	-๐.๐๗๑	๑.๙๔๕
	หญิง	๒๖๘	๓.๖๔	๐.๗๒		
๔ ด้านการสร้างบทบาททางการเมือง	ชาย	๑๓๑	๓.๔๒	๐.๘๙	-๐.๑๒๒	๐.๙๐๓
	หญิง	๒๖๘	๓.๔๓	๐.๘๖		
โดยภาพรวม	ชาย	๑๓๑	๓.๕๔	๐.๕๘	-๐.๑๓๒	๐.๘๙๕
	หญิง	๒๖๘	๓.๕๕	๐.๕๙		
	รวม	๓๙๙	๓.๕๕	๐.๕๘		

จากตารางที่ ๔.๑๒ พบว่า ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ โดยรวมไม่แตกต่างกัน ($t=-๐.๑๓๒$, $Sig.=๐.๘๙๕$) ดังนั้นจึงไม่ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ ๒ ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

การวิเคราะห์สมมติฐานที่ ๒ ใช้สถิติ F-test (One-way ANOVA) ในการทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียวเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยที่มากกว่า ๒ กลุ่ม ใช้ระดับความเชื่อมั่น ๙๕% ดังนั้น ถ้าเป็นไปตามสมมติฐานต่อเมื่อค่า Sig. น้อยกว่า ๐.๐๕ ถ้าพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ๐.๐๕ จะเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีการของ (Least Significant Difference: LSD.) และนำเสนอในรูปตารางประกอบการบรรยาย ดังต่อไปนี้

ตารางที่ ๔.๑๓ การวิเคราะห์แหล่งความแปรปรวนของระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ จำแนกตามอายุ

(n=๓๙๙)						
การสื่อสารทางการเมือง ของผู้ว่าราชการจังหวัด กรุงเทพมหานคร	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
๑. ด้านการสร้าง ทัศนคติทางการเมือง	ระหว่างกลุ่ม	๑๐.๒๕๘	๔	๒.๕๖๔	๔.๗๙๕	๐.๐๐๒*
	ภายในกลุ่ม	๒๑๐.๗๓๕	๓๙๔	๐.๕๓๕		
	รวม	๒๒๐.๙๙๓	๓๙๘			
๒. ด้านการสร้าง ความสนใจในการเมือง	ระหว่างกลุ่ม	๒๒.๙๕๘	๔	๕.๗๔๐	๖.๗๗๙	๐.๐๐๑*
	ภายในกลุ่ม	๓๓๓.๕๕๔	๓๙๔	๐.๘๔๗		
	รวม	๓๕๖.๕๑๒	๓๙๘			
๓. ด้านการสร้าง ความรู้และความเข้าใจทาง การเมือง	ระหว่างกลุ่ม	๓.๖๑๗	๔	๐.๙๐๔	๑.๖๔๗	๐.๑๖๒
	ภายในกลุ่ม	๒๑๖.๓๒๐	๓๙๔	๐.๕๔๙		
	รวม	๒๑๙.๙๓๗	๓๙๘			
๔. ด้านการสร้าง บทบาททางการเมือง	ระหว่างกลุ่ม	๖.๒๗๙	๔	๑.๕๗๐	๒.๑๑๔	๐.๐๗๘
	ภายในกลุ่ม	๒๙๒.๕๘๕	๓๙๔	๐.๗๔๓		
	รวม	๒๙๘.๘๖๔	๓๙๘			
โดยภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	๗.๕๖๕	๔	๑.๘๙๑	๕.๘๒๕	๐.๐๐๑*
	ภายในกลุ่ม	๑๒๗.๙๑๘	๓๙๔	๐.๓๒๕		
	รวม	๑๓๕.๔๘๓	๓๙๘			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕

จากตารางที่ ๔.๑๓ พบว่า ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ โดยภาพรวมแตกต่างกัน ($F=๕.๘๒๕$, $Sig.=๐.๐๐๑$) จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ แตกต่างกัน ในด้านการสร้างทัศนคติทางการเมือง และด้านการสร้างความสนใจในการเมือง

ดังนั้น จึงเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD.) รายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ ๔.๑๔ การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุดของระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ โดยภาพรวม จำแนกตามอายุ

		(n=๓๙๙)				
อายุ	$\bar{X}$	อายุ				
		๑๘-๓๐ ปี	๓๑-๔๐ ปี	๔๑-๕๐ ปี	๕๑-๖๐ ปี	๖๑ ปีขึ้นไป
		๓.๗๔	๓.๖๖	๓.๕๓	๓.๓๓	๓.๓๗
๑๘ - ๓๐ ปี	๓.๗๔	-	-๐.๐๘	-๐.๒๑	-๐.๔๑*	-๐.๓๗*
๓๑ - ๔๐ ปี	๓.๖๖		-	-๐.๑๓	-๐.๓๓*	-๐.๒๙*
๔๑ - ๕๐ ปี	๓.๕๓			-	-๐.๒๐*	-๐.๑๖
๕๑ - ๖๐ ปี	๓.๓๓				-	๐.๐๔
๖๑ ปีขึ้นไป	๓.๓๗					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕

จากตารางที่ ๔.๑๔ พบว่า ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ โดยภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ๐.๐๕ จำนวน ๕ คู่ ได้แก่

ประชาชนที่มีอายุ ๑๘-๓๐ ปี มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ แตกต่างกับประชาชนที่มีอายุ ๕๑ - ๖๐ ปี และอายุ ๖๑ ปี ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ๐.๐๕

ประชาชนที่มีอายุ ๓๑ - ๔๐ ปี มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ แตกต่างกับประชาชนที่มีอายุ ๕๑ - ๖๐ ปี และอายุ ๖๑ ปี ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ๐.๐๕

ประชาชนที่มีอายุ ๔๑ - ๕๐ ปี มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ แตกต่างกับประชาชนที่มีอายุ ๕๑ - ๖๐ ปี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ๐.๐๕

นอกนั้นไม่พบความแตกต่างรายคู่

ตารางที่ ๔.๑๕ การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุดของระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕-พ.ศ. ๒๕๖๖ ด้านการสร้างความมั่นคงทางการเมือง จำแนกตามอายุ

(n=๓๙๙)

อายุ	$\bar{X}$	อายุ				
		๑๘-๓๐ ปี	๓๑-๔๐ ปี	๔๑-๕๐ ปี	๕๑-๖๐ ปี	๖๑ ปี ขึ้นไป
		๓.๗๘	๓.๖๕	๓.๗๓	๓.๓๐	๓.๓๙
๑๘ - ๓๐ ปี	๓.๗๘	-	-๐.๑๓	-๐.๐๕	-๐.๔๘*	-๐.๓๙
๓๑ - ๔๐ ปี	๓.๖๕		-	๐.๐๘	-๐.๓๕*	-๐.๒๖*
๔๑ - ๕๐ ปี	๓.๗๓			-	-๐.๔๓*	-๐.๓๔*
๕๑ - ๖๐ ปี	๓.๓๐				-	๐.๐๙
๖๑ ปี ขึ้นไป	๓.๓๙					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕

จากตารางที่ ๔.๑๕ พบว่า ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ ด้านการสร้างความมั่นคงทางการเมือง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ๐.๐๕ จำนวน ๕ คู่ ได้แก่

ประชาชนที่มีอายุ ๑๘-๓๐ ปี มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ แตกต่างกับประชาชนที่มีอายุ ๕๑ - ๖๐ ปี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ๐.๐๕

ประชาชนที่มีอายุ ๓๑ - ๔๐ ปี มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ แตกต่างกับประชาชนที่มีอายุ ๕๑ - ๖๐ ปี และอายุ ๖๑ ปี ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ๐.๐๕

ประชาชนที่มีอายุ ๔๑ - ๕๐ ปี มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ แตกต่างกับประชาชนที่มีอายุ ๕๑ - ๖๐ ปี และอายุ ๖๑ ปี ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ๐.๐๕

นอกจากนี้ไม่พบความแตกต่างรายคู่

ตารางที่ ๔.๑๖ การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุดของระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕-พ.ศ. ๒๕๖๖ ด้านการสร้างความสนใจในการเมือง จำแนกตามอายุ

(n=๓๙๙)

อายุ	$\bar{X}$	อายุ				
		๑๘-๓๐ ปี	๓๑-๔๐ ปี	๔๑-๕๐ ปี	๕๑- ๖๐ ปี	๖๑ ปี ขึ้นไป
		๔.๐๔	๓.๗๕	๓.๓๔	๓.๒๖	๓.๓๑
๑๘ - ๓๐ ปี	๔.๐๔	-	-๐.๒๙	-๐.๗๐*	-๐.๗๘*	-๐.๗๓*
๓๑ - ๔๐ ปี	๓.๗๕		-	-๐.๔๑*	-๐.๔๙*	-๐.๔๔*
๔๑ - ๕๐ ปี	๓.๓๔			-	-๐.๐๘	-๐.๐๔
๕๑ - ๖๐ ปี	๓.๒๖				-	๐.๐๕
๖๑ ปี ขึ้นไป	๓.๓๑					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕

จากตารางที่ ๔.๑๖ พบว่า ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ ด้านการสร้างความสนใจในการเมือง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ๐.๐๕ จำนวน ๖ คู่ ได้แก่

ประชาชนที่มีอายุ ๑๘-๓๐ ปี มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ แตกต่างกับประชาชนที่มีอายุ ๔๑ - ๕๐ ปี , อายุ ๕๑ - ๖๐ ปี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ๐.๐๕

ประชาชนที่มีอายุ ๓๑ - ๔๐ ปี มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ แตกต่างกับประชาชนที่มีอายุ ๔๑ - ๕๐ ปี , อายุ ๕๑ - ๖๐ ปี และอายุ ๖๑ ปี ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ๐.๐๕

นอกจากนี้ไม่พบความแตกต่างรายคู่

สมมติฐานที่ ๓ ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

การวิเคราะห์สมมติฐานที่ ๓ ใช้สถิติ F-test (One-way ANOVA) ในการทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียวเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยที่มากกว่า ๒ กลุ่ม ใช้ระดับความเชื่อมั่น ๙๕% ดังนั้น ถ้าเป็นไปตามสมมติฐานต่อเมื่อค่า Sig. น้อยกว่า ๐.๐๕ ถ้าพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ๐.๐๕ จะเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีการของ (Least Significant Difference : LSD.) และนำเสนอในรูปตารางประกอบการบรรยาย ดังต่อไปนี้

ตารางที่ ๔.๑๗ การวิเคราะห์แหล่งความแปรปรวนของระดับความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ จำแนกตามระดับการศึกษา

(n=๓๙๙)

การสื่อสารทางการเมือง ของผู้ว่าราชการจังหวัด กรุงเทพมหานคร	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
๑. ด้านการสร้าง ทัศนคติทางการเมือง	ระหว่างกลุ่ม	๗.๐๙๔	๔	๑.๗๗๔	๓.๒๖๗	๐.๐๑๒*
	ภายในกลุ่ม	๒๑๓.๘๙๙	๓๙๔	๐.๕๔๓		
	รวม	๒๒๐.๙๙๓	๓๙๘			
๒. ด้านการสร้าง ความสนใจในการเมือง	ระหว่างกลุ่ม	๒๖.๙๘๖	๔	๖.๗๔๗	๘.๐๖๖	๐.๐๐๑*
	ภายในกลุ่ม	๓๒๙.๕๕๖	๓๙๔	๐.๘๓๖		
	รวม	๓๕๖.๕๔๒	๓๙๘			
๓. ด้านการสร้าง ความรู้และความเข้าใจทาง การเมือง	ระหว่างกลุ่ม	๑๑.๔๗๙	๔	๒.๘๗๐	๕.๔๒๔	๐.๐๐๒*
	ภายในกลุ่ม	๒๐๘.๔๕๘	๓๙๔	๐.๕๒๙		
	รวม	๒๑๙.๙๓๗	๓๙๘			
๔. ด้านการสร้าง บทบาททางการเมือง	ระหว่างกลุ่ม	๑๔.๘๒๘	๔	๓.๗๐๗	๕.๑๔๒	๐.๐๐๒*
	ภายในกลุ่ม	๒๘๔.๐๓๖	๓๙๔	๐.๗๒๑		
	รวม	๒๙๘.๘๖๔	๓๙๘			
โดยภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	๑๑.๕๓๑	๔	๒.๘๘๓	๙.๑๖๔	๐.๐๐๑*
	ภายในกลุ่ม	๑๒๓.๙๕๑	๓๙๔	๐.๓๑๕		
	รวม	๑๓๕.๔๘๓	๓๙๘			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕

จากตารางที่ ๔.๑๗ พบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ โดยภาพรวมแตกต่างกัน ($F=๙.๑๖๔$, $Sig.= ๐.๐๐๑$) จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ประชาชนที่มีการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖ แตกต่างกัน ในทุกด้านคือ ด้านการสร้างทัศนคติทางการเมือง ด้านการสร้างความสนใจในการเมือง ด้านการสร้างความรู้และความเข้าใจทางการเมือง และด้านการสร้างบทบาททางการเมือง

ดังนั้น จึงเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD.) รายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ ๔.๑๘ การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุดของระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕-พ.ศ. ๒๕๖๖ จำแนกตามระดับการศึกษา โดยภาพรวม

(n=๓๙๙)

ระดับการศึกษา	X̄	ระดับการศึกษา				
		ประถม	มัธยมศึกษา	ปวช./ปวส./อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		๓.๓๖	๓.๓๘	๓.๖๔	๓.๖๔	๓.๙๘
ประถม	๓.๓๖	-	๐.๐๒	๐.๒๘*	๐.๒๘*	๐.๖๒*
มัธยมศึกษา	๓.๓๘		-	๐.๒๖*	๐.๒๕*	๐.๖๐*
ปวช./ปวส./อนุปริญญา	๓.๖๔			-	๐.๐๐	๐.๓๔*
ปริญญาตรี	๓.๖๔				-	๐.๓๔*
สูงกว่าปริญญาตรี	๓.๙๘					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕

จากตารางที่ ๔.๑๘ พบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖ โดยภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ๐.๐๕ จำนวน ๘ คู่ ได้แก่

ประชาชนที่มีการศึกษาระดับประถม มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖ แตกต่างกับประชาชนที่มีการศึกษาระดับ ปวช./ปวส./อนุปริญญา, ปริญญาตรี และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ๐.๐๕

ประชาชนที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ แตกต่างกับประชาชนที่มีการศึกษาระดับ ปวช./ปวส./อนุปริญญา, ปริญญาตรี และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ๐.๐๕

ประชาชนที่มีการศึกษาระดับปวช./ปวส./อนุปริญญา มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖ แตกต่างกับประชาชนที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ๐.๐๕

ประชาชนที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖ แตกต่างกับประชาชนที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ๐.๐๕ นอกนั้นไม่พบความแตกต่างรายคู่

ตารางที่ ๔.๑๙ การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุดของระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖ จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านการสร้างความมั่นคงทางการเมือง

(n=๓๙๙)

ระดับการศึกษา	X̄	ระดับการศึกษา				
		ประถม	มัธยมศึกษา	ปวช./ปวส./ อนุปริญญา	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
		๓.๓๒	๓.๖๒	๓.๖๐	๓.๖๗	๓.๗๓
ประถม	๓.๓๒	-	๐.๓๐	๐.๒๘*	๐.๓๕*	๐.๔๐*
มัธยมศึกษา	๓.๖๒		-	-๐.๐๒	๐.๐๕	๐.๑๑
ปวช./ปวส./ อนุปริญญา	๓.๖๐			-	๐.๐๗	๐.๑๓
ปริญญาตรี	๓.๖๗				-	๐.๐๖
สูงกว่าปริญญาตรี	๓.๗๓					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕

จากตารางที่ ๔.๑๙ พบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ ด้านการสร้างความมั่นคงทางการเมือง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ๐.๐๕ จำนวน ๓ คู่ ได้แก่

ประชาชนที่มีการศึกษาระดับประถม มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ แตกต่างกับประชาชนที่มีการศึกษาระดับ ปวช./ปวส./อนุปริญญา, ปริญญาตรี และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ๐.๐๕

นอกนั้นไม่พบความแตกต่างรายคู่

ตารางที่ ๔.๒๐ การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุดของระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕-พ.ศ. ๒๕๖๖ จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านการสร้างความสนใจในการเมือง

(n=๓๙๙)

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ระดับการศึกษา				
		ประถม	มัธยมศึกษา	ปวช./ปวส./ อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		๓.๒๘	๓.๒๙	๓.๗๐	๓.๖๗	๔.๒๓
ประถม	๓.๒๘	-	๐.๐๑	๐.๔๒*	๐.๓๙*	๐.๙๕*
มัธยมศึกษา	๓.๒๙		-	๐.๔๑*	๐.๓๘*	๐.๙๔*
ปวช./ปวส./ อนุปริญญา	๓.๗๐			-	-๐.๐๓	๐.๕๓*
ปริญญาตรี	๓.๖๗				-	๐.๕๖*
สูงกว่าปริญญาตรี	๔.๒๓					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕

จากตารางที่ ๔.๒๐ พบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖ ด้านการสร้างความสนใจในการเมือง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ๐.๐๕ จำนวน ๘ คู่ ได้แก่

ประชาชนที่มีการศึกษาระดับประถม มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ แตกต่างกับประชาชนที่การศึกษาระดับ ปวช./ปวส./อนุปริญญา, ปริญญาตรี และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ๐.๐๕

ประชาชนที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ แตกต่างกับประชาชนที่การศึกษาระดับ ปวช./ปวส./อนุปริญญา, ปริญญาตรี และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ๐.๐๕

ประชาชนที่มีการศึกษาระดับปวช./ปวส./อนุปริญญา มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ แตกต่างกับประชาชนที่การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ๐.๐๕

ประชาชนที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖ แตกต่างกับประชาชนที่การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ๐.๐๕ นอกนั้นไม่พบความแตกต่างรายคู่

ตารางที่ ๔.๒๑ การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุดของระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖ จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านการสร้างความรู้และความเข้าใจทางการเมือง

(n=๓๙๙)

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ระดับการศึกษา				
		ประถม	มัธยมศึกษา	ปวช./ปวส./ อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
		๓.๕๘	๓.๔๔	๓.๗๘	๓.๖๓	๔.๑๓
ประถม	๓.๕๘	-	-๐.๑๔	๐.๒๐	๐.๐๘	๐.๕๕*
มัธยมศึกษา	๓.๔๔		-	๐.๓๔*	๐.๑๘	๐.๖๙*
ปวช./ปวส./ อนุปริญญา	๓.๗๘			-	-๐.๑๕	๐.๓๕*
ปริญญาตรี	๓.๖๓				-	๐.๕๐*
สูงกว่าปริญญาตรี	๔.๑๓					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕

จากตารางที่ ๔.๒๑ พบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ ด้านการสร้างความรู้และความเข้าใจทางการเมือง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ๐.๐๕ จำนวน ๕ คู่ ได้แก่

ประชาชนที่มีการศึกษาระดับประถม มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ แตกต่างกับประชาชนที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ๐.๐๕

ประชาชนที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ แตกต่างกับประชาชนที่มีการศึกษาระดับ ปวช./ปวส./อนุปริญญา, และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ๐.๐๕

ประชาชนที่มีการศึกษาระดับปวช./ปวส./อนุปริญญา มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ แตกต่างกับประชาชนที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ๐.๐๕

ประชาชนที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ แตกต่างกับประชาชนที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ๐.๐๕ นอกนั้นไม่พบความแตกต่างรายคู่

ตารางที่ ๔.๒๒ การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุดของระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕-พ.ศ. ๒๕๖๖ จำแนกตามระดับการศึกษา ด้านการสร้างบทบาททางการเมือง

(n=๓๙๙)

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ระดับการศึกษา				
		ประถม	มัธยมศึกษา	ปวช./ปวส./ อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
		๓.๒๗	๓.๑๗	๓.๔๗	๓.๕๘	๓.๘๓
ประถม	๓.๒๗	-	-๐.๑๐	๐.๒๐	๐.๓๑*	๐.๕๖*
มัธยมศึกษา	๓.๑๗		-	๐.๓๐*	๐.๔๑*	๐.๖๖*
ปวช./ปวส./ อนุปริญญา	๓.๔๗			-	๐.๑๑	๐.๓๖*
ปริญญาตรี	๓.๕๘				-	๐.๒๕*
สูงกว่าปริญญาตรี	๓.๘๓					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕

จากตารางที่ ๔.๒๒ พบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ ด้านการสร้างบทบาททางการเมือง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ๐.๐๕ จำนวน ๗ คู่ ได้แก่

ประชาชนที่มีการศึกษาระดับประถม มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ แตกต่างกับประชาชนที่การศึกษาระดับปริญญาตรี และระดับสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ๐.๐๕

ประชาชนที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ แตกต่างกับประชาชนที่การศึกษาระดับปวช./ปวส./อนุปริญญา, ระดับปริญญาตรี และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ๐.๐๕

ประชาชนที่มีการศึกษาระดับปวช./ปวส./อนุปริญญา มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ แตกต่างกับประชาชนที่การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ๐.๐๕

ประชาชนที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ แตกต่างกับประชาชนที่การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ๐.๐๕ นอกนั้นไม่พบความแตกต่างรายคู่

สมมติฐานที่ ๔ ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้นำทางการเมืองกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

การวิเคราะห์สมมติฐานที่ ๔ ใช้สถิติ F-test (One-way ANOVA) ในการทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียวเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยที่มากกว่า ๒ กลุ่ม ใช้ระดับความเชื่อมั่น ๙๕% ดังนั้น ถ้าเป็นไปตามสมมติฐานต่อเมื่อค่า Sig. น้อยกว่า ๐.๐๕ ถ้าพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ๐.๐๕ จะเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีการของ (Least Significant Difference : LSD.) และนำเสนอในรูปตารางประกอบการบรรยาย ดังต่อไปนี้

ตารางที่ ๔.๒๓ การวิเคราะห์แหล่งความแปรปรวนของระดับความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้นำทางการเมืองกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ จำแนกตามอาชีพ

(n=๓๙๙)

การสื่อสารทางการเมือง ของผู้นำทางการเมือง กรุงเทพมหานคร	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
๑. ด้านการสร้าง ทัศนคติทางการเมือง	ระหว่างกลุ่ม	๔.๑๙๓	๔	๑.๐๔๘	๑.๙๐๕	๐.๑๐๙
	ภายในกลุ่ม	๒๑๖.๘๐๐	๓๙๔	๐.๕๕๐		
	รวม	๒๒๐.๙๙๓	๓๙๘			
๒. ด้านการสร้าง ความสนใจในการเมือง	ระหว่างกลุ่ม	๓.๘๖๓	๔	๐.๙๖๖	๑.๐๗๙	๐.๓๖๗
	ภายในกลุ่ม	๓๕๒.๖๗๙	๓๙๔	๐.๘๙๕		
	รวม	๓๕๖.๕๔๒	๓๙๘			
๓. ด้านการสร้าง ความรู้และความเข้าใจทาง การเมือง	ระหว่างกลุ่ม	๒.๙๙๒	๔	๐.๗๔๘	๑.๓๕๘	๐.๒๔๘
	ภายในกลุ่ม	๒๑๖.๙๔๕	๓๙๔	๐.๕๕๑		
	รวม	๒๑๙.๙๓๗	๓๙๘			
๔. ด้านการสร้าง บทบาททางการเมือง	ระหว่างกลุ่ม	๒.๕๔๙	๔	๐.๖๓๗	๐.๘๔๗	๐.๔๙๖
	ภายในกลุ่ม	๒๙๖.๓๑๕	๓๙๔	๐.๗๕๒		
	รวม	๒๙๘.๘๖๔	๓๙๘			
โดยภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	.๕๕๖	๔	๐.๑๓๙	๐.๔๐๖	๐.๘๐๔
	ภายในกลุ่ม	๑๓๔.๙๒๗	๓๙๔	๐.๓๔๒		
	รวม	๑๓๕.๔๘๓	๓๙๘			

จากตารางที่ ๔.๒๓ พบว่า ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้นำทางการเมืองกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ($F=0.406$, $Sig.=0.804$) จึงไม่ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้นำทางการเมืองกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖

ไม่แตกต่างกัน ในทุกด้านคือ ด้านการสร้างทัศนคติทางการเมือง ด้านการสร้างความสนใจในการเมือง ด้านการสร้างความรู้และความเข้าใจทางการเมือง และด้านการสร้างบทบาททางการเมือง

สมมติฐานที่ ๕ ประชาชนที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

การวิเคราะห์สมมติฐานที่ ๕ ใช้สถิติ F-test (One-way ANOVA) ในการทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียวเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยที่มากกว่า ๒ กลุ่ม ใช้ระดับความเชื่อมั่น ๙๕% ดังนั้น ถ้าเป็นไปตามสมมติฐานต่อเมื่อค่า Sig. น้อยกว่า ๐.๐๕ ถ้าพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ๐.๐๕ จะเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีการของ (Least Significant Difference: LSD.) และนำเสนอในรูปตารางประกอบการบรรยาย ดังต่อไปนี้

ตารางที่ ๔.๒๔ การวิเคราะห์แหล่งความแปรปรวนของระดับความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ จำแนกตามรายได้

							(n=๓๙๙)
การสื่อสารทางการเมือง ของผู้ว่าราชการจังหวัด กรุงเทพมหานคร	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.	
๑. ด้านการสร้าง ทัศนคติทางการเมือง	ระหว่างกลุ่ม	๔.๗๘๕	๔	๑.๑๙๖	๒.๑๘๐	๐.๐๗๑	
	ภายในกลุ่ม	๒๑๖.๒๐๘	๓๙๔	.๕๕๙			
	รวม	๒๒๐.๙๙๓	๓๙๘				
๒. ด้านการสร้างคาม สนใจในการเมือง	ระหว่างกลุ่ม	๑๑.๐๙๓	๔	๒.๗๗๓	๓.๑๖๓	๐.๐๑๔*	
	ภายในกลุ่ม	๓๔๕.๔๔๙	๓๙๔	.๘๗๗			
	รวม	๓๕๖.๕๔๒	๓๙๘				
๓. ด้านการสร้างความรู้ และความเข้าใจทาง การเมือง	ระหว่างกลุ่ม	๕.๘๙๕	๔	๑.๔๗๔	๒.๗๑๓	๐.๐๓๐*	
	ภายในกลุ่ม	๒๑๔.๐๔๒	๓๙๔	.๕๔๓			
	รวม	๒๑๙.๙๓๗	๓๙๘				
๔. ด้านการสร้าง บทบาททางการเมือง	ระหว่างกลุ่ม	๑๖.๙๔๗	๔	๔.๒๓๗	๕.๙๒๑	๐.๐๐๑*	
	ภายในกลุ่ม	๒๘๑.๙๑๗	๓๙๔	.๗๑๖			
	รวม	๒๙๘.๘๖๔	๓๙๘				
โดยภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	๖.๐๐๓	๔	๑.๕๐๑	๔.๕๖๗	๐.๐๐๑*	
	ภายในกลุ่ม	๑๒๙.๔๗๙	๓๙๔	.๓๒๙			
	รวม	๑๓๕.๔๘๓	๓๙๘				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕

จากตารางที่ ๔.๒๔ พบว่า ประชาชนที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ โดยภาพรวมแตกต่างกัน ($F=๔.๕๖๗$, $Sig.=๐.๐๐๑$) จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ประชาชนที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ แตกต่างกัน ใน ด้านการสร้างความสนใจในการเมือง ด้านการสร้างความรู้และความเข้าใจทางการเมือง และการสร้างบทบาททางการเมือง ส่วนด้านการสร้างทัศนคติทางการเมือง ไม่แตกต่างกัน

ดังนั้น จึงเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference: LSD.) รายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ ๔.๒๕ การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุดของระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ จำแนกตามรายได้ โดยภาพรวม

(n=๓๙๙)						
รายได้	$\bar{X}$	ไม่เกิน ๑๕,๐๐๐ บาท	๑๕,๐๐๑ - ๒๐,๐๐๐ บาท	๒๐,๐๐๑ - ๒๕,๐๐๐ บาท	๒๕,๐๐๑ - ๓๐,๐๐๐ บาท	๓๐,๐๐๑ บาทขึ้นไป
ไม่เกิน ๑๕,๐๐๐ บาท	๓.๔๙	-	-๐.๐๓	๐.๐๗	๐.๓๕*	๐.๒๑
๑๕,๐๐๑ - ๒๐,๐๐๐ บาท	๓.๔๖	-	-	๐.๑๐	๐.๓๘*	๐.๒๔
๒๐,๐๐๑ - ๒๕,๐๐๐ บาท	๓.๕๖	-	-	-	๐.๒๘*	๐.๑๔
๒๕,๐๐๑ - ๓๐,๐๐๐ บาท	๓.๘๔	-	-	-	-	-๐.๑๔
๓๐,๐๐๑ บาทขึ้นไป	๓.๗๐	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕

จากตารางที่ ๔.๒๕ พบว่า ประชาชนที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ โดยภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ๐.๐๕ จำนวน ๓ คู่ ได้แก่

ประชาชนที่มีรายได้ ๒๕,๐๐๑ – ๓๐,๐๐๐ บาท มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ แตกต่างกับประชาชนที่มีรายได้ ไม่เกิน ๑๕,๐๐๐ บาท, ๑๕,๐๐๑ – ๒๐,๐๐๐ บาท และรายได้ ๒๑,๐๐๑ – ๒๕,๐๐๐ บาท อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ๐.๐๕ นอกนั้นไม่พบความแตกต่างรายคู่

ตารางที่ ๔.๒๖ การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุดของระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ จำแนกตามรายได้ ด้านการสร้างความสนใจในเมือง

(n=๓๙๙)

รายได้	$\bar{X}$	รายได้				
		ไม่เกิน ๑๕,๐๐๐ บาท	๑๕,๐๐๑ – ๒๐,๐๐๐ บาท	๒๑,๐๐๑ – ๒๕,๐๐๐ บาท	๒๕,๐๐๑ – ๓๐,๐๐๐ บาท	๓๐,๐๐๑ บาทขึ้นไป
		๓.๓๒	๓.๔๗	๓.๖๙	๓.๘๓	๓.๖๘
ไม่เกิน ๑๕,๐๐๐ บาท	๓.๓๒					
๑๕,๐๐๑ – ๒๐,๐๐๐ บาท	๓.๔๗	๐.๐๓				
๒๑,๐๐๑ – ๒๕,๐๐๐ บาท	๓.๖๙	-	๐.๑๐			
๒๕,๐๐๑ – ๓๐,๐๐๐ บาท	๓.๘๓	-	-	๐.๒๘*		
๓๐,๐๐๑ บาทขึ้นไป	๓.๖๘	-	-	-	๐.๑๔	
ขึ้นไป	๓.๖๘	-	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕

จากตารางที่ ๔.๒๖ พบว่า ประชาชนที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ ด้านการสร้างความสนใจในเมือง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ๐.๐๕ จำนวน ๓ คู่ ได้แก่

ประชาชนที่มีรายได้ ๒๕,๐๐๑ – ๓๐,๐๐๐ บาท มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ ด้านการสร้างความสนใจในเมือง แตกต่างกับประชาชนที่มีรายได้ไม่เกิน ๑๕,๐๐๐ บาท, ๑๕,๐๐๑ – ๒๐,๐๐๐ บาท และรายได้ ๒๑,๐๐๑ – ๒๕,๐๐๐ บาท อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ๐.๐๕ นอกนั้นไม่พบความแตกต่างรายคู่

ตารางที่ ๔.๒๗ การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุดของระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ จำแนกตามรายได้ ด้านการสร้างความรู้และความเข้าใจทางการเมือง

(n=๓๙๙)

รายได้	$\bar{X}$	รายได้				
		ไม่เกิน ๑๕,๐๐๐ บาท	๑๕,๐๐๑ - ๒๐,๐๐๐ บาท	๒๐,๐๐๑ - ๒๕,๐๐๐ บาท	๒๕,๐๐๑ - ๓๐,๐๐๐ บาท	๓๐,๐๐๑ บาทขึ้นไป
		๓.๖๘	๓.๕๐	๓.๖๘	๓.๘๗	๓.๗๗
ไม่เกิน ๑๕,๐๐๐ บาท	๓.๖๘	-	-๐.๑๘	๐.๐๐	๐.๑๙	๐.๐๙
๑๕,๐๐๑ - ๒๐,๐๐๐ บาท	๓.๕๐		-	๐.๑๘	๐.๓๗*	๐.๒๗
๒๐,๐๐๑ - ๒๕,๐๐๐ บาท	๓.๖๘			-	๐.๑๙	๐.๐๙
๒๕,๐๐๑ - ๓๐,๐๐๐ บาท	๓.๘๗				-	-๐.๑๐
๓๐,๐๐๑ บาทขึ้นไป	๓.๗๗					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕

จากตารางที่ ๔.๒๗ พบว่า ประชาชนที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ ด้านการสร้างความรู้และความเข้าใจทางการเมือง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ๐.๐๕ จำนวน ๑ คู่ ได้แก่

ประชาชนที่มีรายได้ ๒๕,๐๐๑ - ๓๐,๐๐๐ บาท มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ ด้านการสร้างความรู้และความเข้าใจทางการเมือง แตกต่างกับประชาชนที่มีรายได้ ๑๕,๐๐๑ - ๒๐,๐๐๐ บาท อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ๐.๐๕ นอกนั้นไม่พบความแตกต่างรายคู่

ตารางที่ ๔.๒๘ การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญน้อยที่สุดของระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕-พ.ศ. ๒๕๖๖ จำแนกตามรายได้ ด้านการสร้างบทบาททางการเมือง

(n=๓๙๙)

รายได้	$\bar{X}$	รายได้				
		ไม่เกิน ๑๕,๐๐๐ บาท	๑๕,๐๐๑ – ๒๐,๐๐๐ บาท	๒๐,๐๐๑ – ๒๕,๐๐๐ บาท	๒๕,๐๐๑ – ๓๐,๐๐๐ บาท	๓๐,๐๐๑ บาทขึ้นไป
		๓.๓๙	๓.๒๗	๓.๔๓	๓.๙๔	๓.๔๘
ไม่เกิน ๑๕,๐๐๐ บาท	๓.๓๙	-	-๐.๑๒	๐.๐๔	๐.๕๕*	๐.๐๙
๑๕,๐๐๑ – ๒๐,๐๐๐ บาท	๓.๒๗		-	๐.๑๖	๐.๖๗*	๐.๒๑
๒๐,๐๐๑ – ๒๕,๐๐๐ บาท	๓.๔๓			-	๐.๕๑*	๐.๐๕
๒๕,๐๐๑ – ๓๐,๐๐๐ บาท	๓.๙๔				-	-๐.๔๖*
๓๐,๐๐๑ บาทขึ้นไป	๓.๔๘					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕

จากตารางที่ ๔.๒๘ พบว่า ประชาชนที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ ด้านการสร้างบทบาททางการเมือง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ๐.๐๕ จำนวน ๔ คู่ ได้แก่

ประชาชนที่มีรายได้ ๒๕,๐๐๑ – ๓๐,๐๐๐ บาท มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ ด้านการสร้างบทบาททางการเมืองแตกต่างกับประชาชนที่มีรายได้ ไม่เกิน ๑๕,๐๐๐ บาท, รายได้ ๑๕,๐๐๑ – ๒๐,๐๐๐ บาท และรายได้ ๒๐,๐๐๑ – ๒๕,๐๐๐ บาท อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ๐.๐๕

ประชาชนที่มีรายได้ ๒๐,๐๐๑ – ๒๕,๐๐๐ บาท มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ ด้านการสร้างบทบาททางการเมืองแตกต่างกับประชาชนที่มีรายได้ ๓๐,๐๐๑ บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ๐.๐๕

นอกจากนี้ไม่พบความแตกต่างรายคู่

ตารางที่ ๔.๒๙ สรุปผลการเปรียบเทียบการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร
ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ ตามสมมติฐานที่ ๑-๕

(n=๓๙๗)

สมมติ ฐาน	ตัวแปร อิสระ	ตัวแปรตาม	ค่า t	ค่า F	Sig.	ผลการศึกษา	
						ยอมรับ	ไม่ยอมรับ
๑.	เพศ	ความ คิดเห็นของ	-๐.๑๓๒		๐.๘๙๕	-	✓
๒.	อายุ	ประชาชน ต่อการ	-	๕.๘๒๕	๐.๐๐๑*	✓	-
๓.	การศึกษา	สื่อสารทาง การเมือง	-	๙.๑๖๔	๐.๐๐๑*	✓	-
๔.	อาชีพ	ของผู้ว่า ราชการ	-	๐.๔๐๖	๐.๘๐๔	-	✓
๕	รายได้	กรุงเทพมหา นคร		๔.๕๖๗	๐.๐๐๑*	✓	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕

จากตารางที่ ๔.๒๙ พบว่า ประชาชนที่มีอายุ การศึกษา และรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ๐.๐๕ จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย ส่วนประชาชนที่มีเพศ และอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน จึงไม่ยอมรับสมมติฐานการวิจัย

๔.๓ แนวทางส่งเสริมการสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖

๔.๓.๑ แนวทางส่งเสริมการสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖

ตารางที่ ๔.๓๐ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแนวทางส่งเสริมการสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖ โดยภาพรวม และรายด้าน

(n=๓๙๙)

หลักจริยธรรม	ระดับการปฏิบัติ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลค่า
หลักการไม่พูดเท็จ	๓.๘๐	๐.๗๖	มาก
หลักการไม่พูดคำส่อเสียด	๓.๕๕	๐.๘๕	มาก
หลักการไม่พูดคำหยาบ	๓.๗๗	๐.๗๖	มาก
หลักการไม่พูดเพ้อเจ้อ	๓.๖๗	๐.๘๑	มาก
โดยภาพรวม	๓.๗๐	๐.๕๒	มาก

จากตารางที่ ๔.๓๐ พบว่า แนวทางส่งเสริมการสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.70$, $S.D.=0.52$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงตามลำดับได้ดังนี้ หลักการไม่พูดเท็จ ($\bar{X}=3.80$, $S.D.=0.76$) หลักการไม่พูดคำหยาบ ($\bar{X}=3.77$, $S.D.=0.76$), หลักการไม่พูดเพ้อเจ้อ ($\bar{X}=3.67$, $S.D.=0.81$) และหลักการไม่พูดคำส่อเสียด ($\bar{X}=3.55$, $S.D.=0.85$) ตามลำดับ

ตารางที่ ๔.๓๑ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการส่งเสริมการสื่อสารทางการเมืองตามแนว
 วชิรสุจริตธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ.
 ๒๕๖๖ หลักการไม่พูดเท็จ

(n=๓๙๙)

หลักการไม่พูดเท็จ	ระดับการปฏิบัติ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลค่า
๑) ประชาชนเห็นว่าผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปฏิบัติตามที่พูดไว้	๓.๘๘	๐.๙๖	มาก
๒) ประชาชนเห็นว่าผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปฏิบัติเป็นแบบอย่างในการปฏิบัติตามคำสัญญาที่ ให้ไว้กับประชาชน	๓.๗๒	๑.๐๐	มาก
๓) ประชาชนเห็นว่าผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปฏิบัติตนเป็นนักการเมืองที่ดี	๓.๗๙	๐.๙๔	มาก
โดยภาพรวม	๓.๘๐	๐.๗๖	มาก

จากตารางที่ ๔.๓๑ พบว่า การสื่อสารทางการเมืองตามแนววชิรสุจริตธรรมของผู้ว่า
 ราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ หลักการไม่พูดเท็จ อยู่ในระดับ
 มาก ($\bar{X}=3.80$, $S.D.=0.76$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ ประชาชน
 เห็นว่าผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปฏิบัติตามที่พูดไว้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.88$, $S.D.=0.96$)
 รองลงมาคือ ประชาชนเห็นว่าผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปฏิบัติตนเป็นนักการเมืองที่ดี อยู่ในระดับ
 มาก ($\bar{X}=3.79$, $S.D.=0.94$) และน้อยที่สุด คือ ประชาชนเห็นว่าผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร
 ปฏิบัติเป็นแบบอย่างในการปฏิบัติตามคำสัญญาที่ให้ไว้กับประชาชน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.72$,
 $S.D.=1.00$) ตามลำดับ

ตารางที่ ๔.๓๒ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการส่งเสริมการสื่อสารทางการเมืองตามแนว
 วังสุจริตธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ.
 ๒๕๖๖ หลักการไม่พูดคำส่อเสียด

(n=๓๙๙)

หลักการไม่พูดคำส่อเสียด	ระดับการปฏิบัติ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลค่า
๑) ประชาชนเห็นว่าผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ไม่ พูดจาส่อเสียดกลุ่มผลประโยชน์ทางการเมืองที่ ต่างกลุ่ม	๓.๕๗	๑.๐๖	มาก
๒) ประชาชนเห็นว่าผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ยกย่องกลุ่มทางการเมือง นักการเมืองที่ปฏิบัติดี ปฏิบัติชอบ	๓.๕๖	๐.๙๗	มาก
๓) ประชาชนเห็นว่าผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร แสดงออกในการสนับสนุนกลุ่มนักการเมือง ท้องถิ่นด้วยวาจาที่เป็นธรรม	๓.๕๓	๑.๐๑	มาก
โดยภาพรวม	๓.๕๕	๐.๘๕	มาก

จากตารางที่ ๔.๓๒ พบว่า การสื่อสารทางการเมืองตามแนววังสุจริตธรรมของผู้ว่า
 ราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ หลักการไม่พูดคำส่อเสียด อยู่ใน
 ระดับมาก ($\bar{X}$ =๓.๕๕, S.D.=๐.๘๕) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่
 ประชาชนเห็นว่าผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ไม่พูดจาส่อเสียดกลุ่มผลประโยชน์ทางการเมืองที่
 ต่างกลุ่ม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =๓.๕๗, S.D.=๑.๐๖) รองลงมาคือ ประชาชนเห็นว่าผู้ว่าราชการ
 กรุงเทพมหานคร ยกย่องกลุ่มทางการเมือง นักการเมืองที่ปฏิบัติดีปฏิบัติชอบ อยู่ในระดับมาก
 ($\bar{X}$ =๓.๕๖, S.D.=๐.๙๗) และน้อยที่สุด คือ ประชาชนเห็นว่าผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร แสดงออก
 ในการสนับสนุนนักการเมืองด้วยวาจาที่เป็นธรรม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =๓.๕๓, S.D.=๑.๐๑) ตามลำดับ

ตารางที่ ๔.๓๓ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการส่งเสริมการสื่อสารทางการเมืองตามแนว
 วชิรจริตรธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ.
 ๒๕๖๖ หลักการไม่พูดคำหยาบ

(n=๓๙๙)

หลักการไม่พูดคำหยาบ	ระดับการปฏิบัติ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลค่า
๑) ประชาชนเห็นว่าผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ไม่ กล่าวคำหยาบในการหาเสียง พุดจาสุภาพกับผู้คน ทุกอาชีพไม่แบ่งชนชั้น	๓.๘๒	๐.๙๑	มาก
๒) ประชาชนเห็นว่าผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ไลฟ์สดด้วยความสุภาพตั้งแต่เริ่มเข้าดำรง ตำแหน่ง	๓.๗๓	๐.๙๑	มาก
๓) ประชาชนเห็นว่าผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร พุดจาสื่อสารด้วยความสุภาพเรียบร้อยต่อ สาธารณชน	๓.๗๔	๐.๙๖	มาก
โดยภาพรวม	๓.๗๗	๐.๗๖	มาก

จากตารางที่ ๔.๓๓ พบว่า การสื่อสารทางการเมืองตามแนววชิรจริตรธรรมของผู้ว่า
 ราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ หลักการไม่พูดคำหยาบ อยู่ใน
 ระดับมาก ($\bar{X}$ =๓.๗๗, S.D.=๐.๗๖) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่
 ประชาชนเห็นว่าผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ไม่กล่าวคำหยาบในการหาเสียง พุดจาสุภาพกับผู้คน
 ทุกอาชีพไม่แบ่งชนชั้น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =๓.๘๒, S.D.=๐.๙๑) รองลงมาคือ ประชาชนเห็นว่าผู้ว่า
 ราชการกรุงเทพมหานคร พุดจาสื่อสารด้วยความสุภาพเรียบร้อยต่อสาธารณชน อยู่ในระดับมาก
 ($\bar{X}$ =๓.๗๔, S.D.=๐.๙๖) และน้อยที่สุด คือ ประชาชนเห็นว่าผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครไลฟ์สดด้วย
 ความสุภาพตั้งแต่เริ่มเข้าดำรงตำแหน่ง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =๓.๗๓, S.D.=๐.๙๑) ตามลำดับ

ตารางที่ ๔.๓๔ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการส่งเสริมการสื่อสารทางการเมืองตามแนว
 วชิสุจริตธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ.
 ๒๕๖๖ หลักการไม่พูดเพื่อเจ้า

(n=๓๙๙)

หลักการไม่พูดเพื่อเจ้า	ระดับการปฏิบัติ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลค่า
๑) ประชาชนเห็นว่าผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร พูดจาสื่อสารดีมีสาระที่เป็นประโยชน์ต่อ ประชาชน	๓.๖๔	๐.๙๘	มาก
๒) ประชาชนเห็นว่าผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ไม่ กล่าวพาดพิงนักการเมืองหรือกลุ่มบุคคลต่างๆ ใน สังคม	๓.๗๒	๐.๘๖	มาก
๓) ประชาชนเห็นว่าผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร เลือกสื่อสารด้วยเหตุผล เห็นประโยชน์ส่วนรวม มากกว่าความชอบส่วนบุคคลหรือคนใกล้ชิด	๓.๖๕	๐.๙๖	มาก
โดยภาพรวม	๓.๖๗	๐.๘๑	มาก

จากตารางที่ ๔.๓๔ พบว่า การสื่อสารทางการเมืองตามแนววชิสุจริตธรรมของผู้ว่า
 ราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ หลักการไม่พูดเพื่อเจ้า อยู่ใน
 ระดับมาก ($\bar{X}$ =๓.๗๗, S.D.=๐.๗๖) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่
 ประชาชนเห็นว่าผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ไม่กล่าวคำหยาบในการหาเสียง พูดจาสุภาพกับผู้คน
 ทุกอาชีพไม่แบ่งชนชั้น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =๓.๘๒, S.D.=๐.๙๑) รองลงมาคือ ประชาชนเห็นว่าผู้ว่า
 ราชการกรุงเทพมหานคร พูดจาสื่อสารด้วยความสุภาพเรียบร้อยต่อสาธารณชน อยู่ในระดับมาก
 ($\bar{X}$ =๓.๗๓, S.D.=๐.๙๖) และน้อยที่สุด คือ ท่านเห็นว่าผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครโลเฟสด้วยความ
 สุภาพตั้งแต่เริ่มเข้าดำรงตำแหน่ง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =๓.๗๓, S.D.=๙๑) ตามลำดับ

๔.๓.๒ แนวทางส่งเสริมการสื่อสารทางการเมืองตามแนววชิสุจริตธรรมของผู้ว่า
 ราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖

โดยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน ๙ รูปหรือคน

๑. หลักการไม่พูดเท็จ

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมืองตามแนววชิสุจริต
 ธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร หลักการไม่พูดเท็จต่อประชาชน ควรสื่อสารอย่างไร ในการ
 สร้างทัศนคติทางการเมือง สร้างความสนใจทางการเมือง สร้างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับ
 การเมือง สร้างบทบาททางการเมือง ควรสื่อสารอย่างไร?

ผลการจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง ๙ รูปหรือคน สรุปได้ดังนี้

๑) การหาเสียงของนายซัชชาติ สิทธิพันธุ์ นับว่ามีความโดดเด่นในการใช้การตลาดทางการเมือง เมื่อเปรียบเทียบกับผู้สมัครรายอื่น ๆ โดยได้เน้นวิธีการหาเสียงแบบรักษเมือง โดยผ่านกระบวนการคิดและสร้างสรรค์ได้ออกมาแตกต่าง ไม่ว่าจะเป็นป้ายหาเสียงต่าง ๆ ที่เน้นใส่ใจกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นประเด็นเป็นที่น่าสนใจของกลุ่มผู้มีสิทธิเลือกตั้งหลากหลายกลุ่ม^๑

๒) เชื้อมั่นตัวเอง มีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือ มีภาวะในการเป็นผู้นำประชาชน รอบรู้ ปัญหาท้องถิ่น มีบุคลิกภาพคล่องแคล่ว ฉับไว ใส่ใจประชาชน อ่อนโยน ถ่อมตน มีความอดทน กระตือรือร้นและมีความสามารถในการปรับตัว และเป็นมิตรกับทุกคน เปลี่ยนมุมมอง ลดอคติ เปลี่ยนใจให้เขามาสนับสนุนและเข้าร่วมกิจกรรมทางการเมือง^๒

๓) ป้ายหาเสียงต่าง ๆ ที่เน้นใส่ใจกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นประเด็นเป็นที่น่าสนใจของกลุ่มผู้มีสิทธิเลือกตั้งหลากหลายกลุ่ม จะต้องมีบุคลิกที่เชื่อมั่นในตนเอง มีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือ มีภาวะในการเป็นผู้นำรอบรู้ในการแก้ไขปัญหาให้กับประชาชน มีความเป็นกลางและมียุติธรรม^๓

๔) มีความสร้างสรรค์ในเรื่องการสร้างค่านิยมของนายซัชชาติ สิทธิพันธุ์ ที่ได้เชื่อมโยงกับเรื่องของสิ่งแวดล้อมแล้วยังมีการเลือกใช้สีเขียวในการทำการสื่อสาร ซึ่งเป็นสีที่สอดคล้องไปกับนโยบายเมืองน่าอยู่สำหรับทุกคน มีการใช้สื่อที่หลากหลาย โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ อย่างเว็บไซต์ และโซเชียลมีเดีย ทำตามที่เขาเสียง ในการสื่อสารกับประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร^๔

๕) เป็นผู้นำเป็นนักการเมืองที่มีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือ เรียบง่าย เป็นกันเอง ไม่ถือตัว เข้าพบได้ง่าย ปฏิบัติงานด้วยการยึดถือกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ เพื่อควบคุมพฤติกรรมกรรมการกระทำผิดกฎหมาย และประพฤติปฏิบัติตามกรอบจริยธรรมทางการเมืองอันจะก่อให้เกิดผลดีต่อตนเองในการปฏิบัติงาน ทำตามที่เขาเสียง^๕

๖) รักษาคำพูด มีความอ่อนน้อมถ่อมตนอยู่ในศีลธรรม มีความเป็นมิตร มีความอบอุ่น มีความสามารถในการสื่อสารให้สังคมได้รับรู้ คุณธรรมจริยธรรมเป็นเรื่องใหญ่ ทำตามที่เขาเสียง โดยการเพิ่มพื้นที่สีเขียวและลานกีฬา มีการขึ้นทะเบียนสัตว์เลี้ยงตลอดอายุขัย ป้องกันการสูญหาย และโดนทอดทิ้งจัดให้มีการแยกขยะตั้งแต่ต้นทางและสร้างพื้นที่เขตต้นแบบ เป็นต้น^๖

๗) ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลางในการทำงาน ทำตามที่เขาเสียง โดยให้ประชาชนเข้าถึงง่าย มีความขยันอดทน ทุ่มเท เสียสละเพื่อประโยชน์ส่วนรวม กล้าแสดงออก มีวาทศิลป์ อธิบายดี ไม่ถือตัว มีความยุติธรรมในจิตใจเป็นที่ตั้ง^๗

^๑สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๑ วันที่ ๑๙ กรกฎาคม ๒๕๖๖.

^๒สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๒ วันที่ ๑๘ กรกฎาคม ๒๕๖๖.

^๓สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๓ วันที่ ๒๑ กรกฎาคม ๒๕๖๖.

^๔สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๔ วันที่ ๒๓ กรกฎาคม ๒๕๖๖.

^๕สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๕ วันที่ ๒๓ กรกฎาคม ๒๕๖๖.

^๖สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๖ วันที่ ๑ สิงหาคม ๒๕๖๗.

^๗สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๗ วันที่ ๑ สิงหาคม ๒๕๖๗.

๘) ทำตามที่หาเสียงตั้งแต่ กกต. ยังไม่ประกาศ มีความเชื่อมั่นในตนเองวางตัวเหมาะสมมีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือกับสถานการณ์ซึ่งสามารถควบคุมได้ แต่งกายเหมาะสมในการเข้าถึงประชาชน กินง่ายอยู่เรียบง่าย มีจิตสำนึกดีมีหลักเกณฑ์การใช้อำนาจหน้าที่ตามบทบาทของนักการเมือง^๘

๙) เป็นคนที่ดีมีความอบอุ่น น่าเชื่อถือ ทำตามที่หาเสียงทำให้ประชาชนสนใจและติดตามการทำงานของนักการเมือง และออกพบปะเยี่ยมเยียนประชาชนอยู่บ่อยครั้ง โดยไม่ถือตัวก่อนเลือกตั้งและหลังเลือกตั้ง ขึ้นทะเบียนผู้ค้าแผงลอย พร้อมติดตามการดำเนินงาน มีประสิทธิภาพและความคุ้มค่าของโครงการในกรุงเทพฯ^๙

สรุปได้ว่า หลักการไม่พูดเท็จ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร มีความจริงใจใส่ใจปัญหาประชาชน มีความเชื่อมั่นในตนเองวางตัวเหมาะสมกับสถานการณ์ เป็นผู้ที่มีความสุขุม เรียบง่าย เป็นกันเอง ไม่ถือตัว มีคุณลักษณะที่น่าเลื่อมใส ให้มีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือ น่าเคารพศรัทธาของประชาชน คงรักษาคำพูด ทำตามที่หาเสียงไว้ เช่น การเพิ่มพื้นที่สีเขียว ลานกีฬา การแยกขยะ การขึ้นทะเบียนสัตว์เลี้ยง และการจัดการพื้นที่เขตให้เป็นต้นแบบ ทั้งยังยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง มีความยุติธรรม หุ่่มเห เสียสละ และแสดงออกถึงจิตสำนึกด้านคุณธรรมจริยธรรม เข้าถึงง่าย กินอยู่ง่าย เป็นกันเอง และไม่ถือตัว อีกทั้งยังติดตามการดำเนินงานเพื่อประเมินประสิทธิภาพโครงการต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง แสดงถึงภาวะผู้นำที่มีความรับผิดชอบและยึดมั่นในคำมั่นสัญญาอย่างแท้จริง

ตารางที่ ๔.๓๕ แนวทางส่งเสริมการสื่อสารทางการเมืองตามแนววิสัยทัศน์ธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ หลักการไม่พูดเท็จ

ประเด็น	ความถี่	ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่
๑. ทำตามที่หาเสียง	๙	๑, ๒, ๓, ๔, ๕, ๖, ๗, ๘, ๙
๒. พูดจริงและทำได้	๗	๒, ๓, ๕, ๖, ๗, ๘, ๙
๓. สื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง	๔	๓, ๔, ๖, ๗
๔. สื่อสารจริงใจ ทำตามนโยบายที่ให้กับประชาชน	๓	๑, ๖, ๙

^๘สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๘ วันที่ ๒ สิงหาคม ๒๕๖๗.

^๙สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๙ วันที่ ๓ สิงหาคม ๒๕๖๗.



แผนภาพที่ ๔.๑ การสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้นำราชการกรุงเทพมหานคร ตามหลักการไม่พูดเท็จ^{๑๐}

๒. หลักการไม่พูดสื่อเสีย

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้นำราชการกรุงเทพมหานคร หลักการไม่พูดสื่อเสีย ต่อประชาชน ควรสื่อสารอย่างไร ในการสร้างทัศนคติทางการเมือง สร้างความสนใจทางการเมือง สร้างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเมือง สร้างบทบาททางการเมือง ควรสื่อสารอย่างไร?

ผลการจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง ๙ รูปหรือคน สรุปได้ดังนี้

๑) การหาเสียงของนายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ นับว่ามีความโดดเด่นในการใช้การตลาดทางการเมือง เมื่อเปรียบเทียบกับผู้สมัครรายอื่น ๆ โดยได้เน้นวิธีการหาเสียงแบบรักษามือ โดยผ่านกระบวนการคิดและสร้างสรรค์ได้ออกมาแตกต่าง ไม่ว่าจะเป็นป้ายหาเสียงต่าง ๆ ที่เน้นใส่ใจกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นประเด็นเป็นที่น่าสนใจของกลุ่มผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งหลากหลายกลุ่ม^{๑๑}

๒) เชื่อมมันตัวเอง มีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือ มีภาวะในการเป็นผู้นำประชาชน รอบรู้ ปัญหาท้องถิ่น มีบุคลิกภาพคล่องแคล่ว ฉับไว ใส่ใจประชาชน อ่อนโยน ถ่อมตน มีความอดทน กระตือรือร้นและมีความสามารถในการปรับตัว และเป็นมิตรกับทุกคน เปลี่ยนมุมมอง ลดอคติ เปลี่ยนใจให้เขามาสนับสนุนและเข้าร่วมกิจกรรมทางการเมือง^{๑๒}

^{๑๐}สังเคราะห์แผนภาพโดยผู้วิจัย นางสาวพรรณนารายณ์ เข้มเพชร.

^{๑๑}สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๑ วันที่ ๑๙ กรกฎาคม ๒๕๖๖.

^{๑๒}สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๒ วันที่ ๑๘ กรกฎาคม ๒๕๖๖.

๓) ป้ายหาเสียงต่าง ๆ ที่เน้นใส่ใจกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นประเด็นเป็นที่น่าสนใจของกลุ่มผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งหลากหลายกลุ่ม จะต้องมีบุคลิกที่เชื่อมั่นในตนเอง มีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือ มีภาวะในการเป็นผู้นำรอบรู้ในการแก้ไขปัญหาให้กับประชาชน มีความเป็นกลางและมียุติธรรม^{๓๓}

๔) มีความสร้างสรรค์ในเรื่องการสร้างคะแนนนิยมของนายซัชชาติ สิทธิพันธุ์ ที่ได้เชื่อมโยงกับเรื่องของสิ่งแวดล้อมแล้วยังมีการเลือกใช้สื่อบุคคลในการทำสื่อสาร ซึ่งเป็นสิ่งที่สอดคล้องไปกับนโยบายเมืองน่าอยู่สำหรับทุกคน มีการใช้สื่อที่หลากหลาย โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ อย่างเว็บไซต์และโซเชียลมีเดีย ทำตามที่หาเสียง ในการสื่อสารกับประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร^{๓๔}

๕) เป็นผู้นำเป็นนักการเมืองที่มีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือ เรียบง่าย เป็นกันเอง ไม่ถือตัว เข้าพบได้ง่าย ปฏิบัติงานด้วยการยึดถือกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ เพื่อควบคุมพฤติกรรมกรรมการกระทำผิดกฎหมาย และประพฤติปฏิบัติตามกรอบจริยธรรมทางการเมืองอันจะก่อให้เกิดผลดีต่อตนเองในการปฏิบัติงาน ทำตามที่หาเสียง^{๓๕}

๖) รักษาคำพูด มีความอ่อนน้อมถ่อมตนอยู่ในศีลธรรม มีความเป็นมิตร มีความอบอุ่น มีความสามารถในการสื่อให้สังคมได้รับรู้ คุณธรรมจริยธรรมเป็นเรื่องใหญ่ ทำตามที่หาเสียง โดยการเพิ่มพื้นที่สีเขียวและลานกีฬา มีการขึ้นทะเบียนสัตว์เลี้ยงตลอดอายุขัย ป้องกันการสูญหาย และโดนทอดทิ้งจัดให้มีการแยกขยะตั้งแต่ต้นทางและสร้างพื้นที่เขตต้นแบบ เป็นต้น^{๓๖}

๗) ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลางในการทำงาน ทำตามที่หาเสียง โดยให้ประชาชนเข้าถึงง่าย มีความขยันอดทน ท้มเท เสียสละเพื่อประโยชน์ส่วนรวม กล้าแสดงออก มีวาทศิลป์ อธิษฐานดี ไม่ถือตัว มีความยุติธรรมในจิตใจเป็นที่ตั้ง^{๓๗}

๘) ทำตามที่หาเสียงตั้งแต่ กทม. ยังไม่ประกาศ มีความเชื่อมั่นในตนเองวางตัวเหมาะสมมีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือกับสถานการณ์ซึ่งสามารถควบคุมได้ แต่งกายเหมาะสมในการเข้าถึงประชาชน กินง่ายอยู่เรียบง่าย มีจิตสำนึกดีมีหลักเกณฑ์การใช้อำนาจหน้าที่ตามบทบาทของนักการเมือง^{๓๘}

๙) เป็นคนที่ดูดีมีความอบอุ่น น่าเชื่อถือ ทำตามที่หาเสียงทำให้ประชาชนสนใจและติดตามการทำงานของนักการเมือง และออกพบปะเยี่ยมเยียนประชาชนอยู่บ่อยครั้ง โดยไม่ถือตัวก่อนเลือกตั้งและหลังเลือกตั้ง ขึ้นทะเบียนผู้ค้าแผงลอย พร้อมติดตามการดำเนินงาน มีประสิทธิภาพและความคุ้มค่าของโครงการในกรุงเทพฯ^{๓๙}

สรุปได้ว่า หลักการไม่พูดส่อเสียดสะท้อนออกมาอย่างชัดเจนในตัวผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ผ่านการแสดงออกที่สุภาพ มีความสุขุมรอบคอบ และหลีกเลี่ยงถ้อยคำที่สร้างความแตกแยกหรือบั่นทอนศักดิ์ศรีของผู้อื่น ท่านมีความจริงใจและใส่ใจต่อปัญหาของประชาชนอย่างลึกซึ้ง

^{๓๓}สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๓ วันที่ ๒๑ กรกฎาคม ๒๕๖๖.

^{๓๔}สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๔ วันที่ ๒๓ กรกฎาคม ๒๕๖๖.

^{๓๕}สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๕ วันที่ ๒๓ กรกฎาคม ๒๕๖๖.

^{๓๖}สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๖ วันที่ ๑ สิงหาคม ๒๕๖๗.

^{๓๗}สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๗ วันที่ ๑ สิงหาคม ๒๕๖๗.

^{๓๘}สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๘ วันที่ ๒ สิงหาคม ๒๕๖๗.

^{๓๙}สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๙ วันที่ ๓ สิงหาคม ๒๕๖๗.

วางตัวเหมาะสมกับสถานการณ์ต่าง ๆ ด้วยบุคลิกภาพที่เรียบง่าย เป็นกันเอง ไม่ถือตัว จึงทำให้ประชาชนเข้าถึงได้ง่าย เกิดความไว้วางใจและความเคารพศรัทธาอย่างกว้างขวาง ความเชื่อมั่นในตนเองประกอบกับความนอบน้อมและเมตตา ส่งเสริมให้ท่านเป็นผู้นำที่น่าเลื่อมใส เป็นแบบอย่างของนักการเมืองผู้มีวิจจริตและจริยธรรม

ตารางที่ ๔.๓๖ แนวทางส่งเสริมการสื่อสารทางการเมืองตามแนววิจจริตธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ หลักการไม่พูดส่อเสียด

ประเด็น	ความถี่	ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่
๑. ทำตามที่หาเสียง	๙	๑, ๒, ๓, ๔, ๕, ๖, ๗, ๘, ๙
๒. พูดจริงและทำได้	๗	๒, ๓, ๕, ๖, ๗, ๘, ๙
๓. สื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง	๔	๓, ๔, ๖, ๗
๔. สื่อสารจริงใจ ทำตามนโยบายที่ให้กับประชาชน	๓	๑, ๖, ๙



แผนภาพที่ ๔.๒ การสื่อสารทางการเมืองตามแนววิจจริตธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครตามหลักการไม่พูดส่อเสียด^{๒๐}

๓. หลักการไม่พูดคำหยาบ

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมืองตามแนววิจจริตธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร หลักการไม่พูดคำหยาบต่อประชาชน ควรสื่อสารอย่างไร ใน

^{๒๐}สังเคราะห์แผนภาพโดยผู้วิจัย นางสาวพรรณนารายณ์ เข้มเพชร.

การสร้างทัศนคติทางการเมือง สร้างความสนใจทางการเมือง สร้างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเมือง สร้างบทบาททางการเมือง ควรสื่อสารอย่างไร?

ผลการจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง ๙ รูปหรือคน สรุปได้ดังนี้

๑) จะเห็นว่าการลงพื้นที่หาเสียงตั้งแต่สมัยที่ยังไม่ได้รับการเลือกตั้ง ก็ไม่เคยให้สัมภาษณ์ ที่ทำให้คนอื่นดูไม่ดีในสายตาประชาชน เมื่อเปรียบเทียบกับผู้สมัครรายอื่น ๆ โดยได้เน้นวิธีการหาเสียงแบบสุภาพ^{๒๑}

๒) มีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือ มีภาวะในการเป็นผู้นำด้านการสื่อสาร ที่แปลกใหม่ในการหาเสียง ไม่เหมือนนักการเมืองคนอื่น ๆ รอบรู้ปัญหาท้องถิ่น ใส่ใจประชาชน กระตือรือร้นและมีความเป็นมิตรกับทุกคน^{๒๒}

๓) การหาเสียงใส่ใจทุกปัญหากับทุกชุมชน ซึ่งเป็นประเด็นเป็นที่น่าสนใจของกลุ่มผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งหลากหลายกลุ่ม จะต้องมีบุคลิกที่เชื่อมั่นในตนเอง มีภาวะในการเป็นผู้นำรอบรู้ในการแก้ไขปัญหาให้กับประชาชน^{๒๓}

๔) มีการสื่อสารที่สร้างสรรค์ในเรื่องการสร้างค่านิยมที่เชื่อมโยงกับเรื่องของสิ่งแวดล้อมแล้วยังมีการเลือกใช้สื่อเชิงบวกในการทำการสื่อสารสำหรับทุกคน มีการใช้สื่อที่หลากหลาย โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ อย่างเว็บไซต์ และโซเชียลมีเดีย ในการสื่อสารกับประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร^{๒๔}

๕) เป็นนักการเมืองที่มีความแข็งแกร่ง ดุดันเรียบง่าย เป็นกันเอง ไม่ถือตัว เข้าพบได้ง่าย ปฏิบัติงานด้วยการยึดถือกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ เพื่อควบคุมพฤติกรรมการกระทำผิดกฎหมาย และทำตามที่เขาเสีย^{๒๕}

๖) มีความอ่อนน้อมถ่อมตนอยู่ในศีลธรรม มีความเป็นมิตร สามารถสื่อให้สังคมได้รับรู้ ทำตามที่เขาเสียโดยการเพิ่มลานกีฬา มีการขึ้นทะเบียนสัตว์เลี้ยงตลอดอายุขัย ป้องกันการสูญหายและโดนทอดทิ้งจัดให้มีการแยกขยะตั้งแต่ต้นทางและสร้างพื้นที่ต้นแบบ เป็นผู้ที่มิพลงเหลือในการทำงานให้เป็นผลงานของทุกคนที่ร่วมมือกัน เป็นผลงานของผู้บริหาร พี่น้องข้าราชการ บุคลากร กรุงเทพมหานคร ทีมสมาชิกสภากรุงเทพมหานครที่เป็นกำลังสำคัญในการออกกฎหมาย และเกิดจากความร่วมมือของภาคีเครือข่ายที่เป็นการทำงานแบบไร้รอยต่อ^{๒๖}

^{๒๑}สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๑ วันที่ ๑๙ กรกฎาคม ๒๕๖๖.

^{๒๒}สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๒ วันที่ ๑๘ กรกฎาคม ๒๕๖๖.

^{๒๓}สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๓ วันที่ ๒๑ กรกฎาคม ๒๕๖๖.

^{๒๔}สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๔ วันที่ ๒๓ กรกฎาคม ๒๕๖๖.

^{๒๕}สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๕ วันที่ ๒๓ กรกฎาคม ๒๕๖๖.

^{๒๖}สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๖ วันที่ ๑ สิงหาคม ๒๕๖๗.

๗) พุดจาให้เกียรติประชาชน ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลางในการทำงาน ประชาชนเข้าถึงง่ายพุดคุยเป็นกันเอง มีความขยันอดทน ทุ่มเท เสียสละเพื่อประโยชน์ส่วนรวม กล้าแสดงออก ไม่ถือตัว มีความยุติธรรม^{๒๗}

๘) มีความมั่นใจ ไม่สนใจฝ่ายตรงข้าม วางตัวเหมาะสมคำพูดน่าเชื่อถือกับสถานการณ์ ซึ่งสามารถควบคุมได้ เหมาะสมในการเข้าถึงประชาชน กินง่ายอยู่เรียบง่าย มีจิตสำนึกดีมีหลักเกณฑ์ การใช้อำนาจหน้าที่ตามบทบาทของนักการเมือง^{๒๘}

๙) ไม่พุดจากระทบกระทั้งฝั่งตรงข้าม ไม่กล่าวถึงความผิดพลาดของคนรุ่นก่อน ทำให้ประชาชนสนใจและติดตามการทำงานของนักการเมือง และออกพบปะเยี่ยมเยียนประชาชนอยู่บ่อยครั้ง โดยไม่ถือตัวก่อนเลือกตั้งและหลังเลือกตั้ง^{๒๙}

สรุปได้ว่า หลักการไม่พุดหยาบของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครสะท้อนถึงวุฒิภาวะและคุณธรรมในฐานะผู้นำที่มีความสุขุม ใช้ถ้อยคำที่สุภาพ เรียบง่าย เป็นกันเอง ไม่ถือตัว พร้อมใส่ใจรับฟังปัญหาของประชาชนอย่างจริงใจ ท่านมีพลังเหลือในการทำงานเพื่อผลประโยชน์ส่วนรวม โดยยึดหลักการทำงานแบบมีส่วนร่วม ไม่อวดอ้างความสำเร็จแต่เพียงผู้เดียว กลับยกย่องว่าเป็นผลงานของทีม ไม่ว่าจะเป็นผู้บริหาร ข้าราชการ บุคลากร ทีมสภากรุงเทพมหานคร และเครือข่ายต่าง ๆ ที่ร่วมมือกันอย่างไร้รอยต่อ การไม่พุดหยาบยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ผู้นำที่น่าเคารพ สร้างบรรยากาศการเมืองที่อ่อนโยนแต่ทรงพลัง

ตารางที่ ๔.๓๗ แนวทางส่งเสริมการสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ หลักการไม่พุดคำหยาบ

ประเด็น	ความถี่	ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่
๑. คำพุดสุภาพ อ่อนน้อม มีมนุษยสัมพันธ์ดี	๗	๑, ๒, ๔, ๕, ๖, ๗, ๘, ๙
๒. ไม่พุดต่อว่าเหตุการณ์ก่อนหน้าดำรงตำแหน่ง	๖	๒, ๔, ๖, ๗, ๘, ๙
๓. ไม่กล่าวตำหนิคนอื่น	๓	๓, ๔, ๗
๔. ทำให้เห็นเป็นแบบอย่าง ไม่พุดหยาบก็มีพวกได้	๓	๒, ๔, ๕

^{๒๗} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๗ วันที่ ๑ สิงหาคม ๒๕๖๗.

^{๒๘} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๘ วันที่ ๒ สิงหาคม ๒๕๖๗.

^{๒๙} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๙ วันที่ ๓ สิงหาคม ๒๕๖๗.



แผนภาพที่ ๔.๓ การสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร
ตามหลักการไม่พูดหยาบ^{๓๐}

๔. หลักการไม่เพ้อเจ้อ

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร หลักการไม่เพ้อเจ้อ ต่อประชาชน ควรสื่อสารอย่างไร ในการสร้างทัศนคติทางการเมือง สร้างความสนใจทางการเมือง สร้างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเมือง สร้างบทบาททางการเมือง ควรสื่อสารอย่างไร?

ผลการจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง ๙ รูปหรือคน สรุปได้ดังนี้

๑) การหาเสียงไม่เปรียบเทียบกับผู้สมัครรายอื่น ปัญหาที่นำมาหาเสียงได้จากการลงพื้นที่มาแล้ว โดยผ่านกระบวนการคิด ไม่ว่าจะเป็นปัญหาเสียงต่าง ๆ มีสถิติให้เห็น เช่น แก้ปัญหา ๒๑๖ ปัญหา^{๓๑}

๒) มีการรายงานตัวเลขแต่ละหมวดหมู่ สามารถชักจูงหรือโน้มน้าวให้ผู้คนให้ปฏิบัติตามที่ท่านประสงค์ โดยการสร้างเสน่ห์โดยการไลฟ์สดในการปฏิบัติหน้าที่อย่างทุ่มเท ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่แข็งแกร่ง จริงจัง ตั้งใจ รู้ปัญหา^{๓๒}

๓) แก้ปัญหาให้ประชาชนได้ ทำให้ประชาชนชื่นชม และสมัครใจที่จะช่วยเหลือร่วมมือกับท่าน และยอมรับท่านโดยความยินยอมพร้อมใจต่อการบริหารงานภาครัฐที่ยึดหลัก

^{๓๐} สักเคราะห์แผนภาพโดยผู้วิจัย นางสาวพรรณนารายณ์ เข้มเพชร.

^{๓๑} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๑ วันที่ ๑๙ กรกฎาคม ๒๕๖๖.

^{๓๒} สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๒ วันที่ ๑๘ กรกฎาคม ๒๕๖๖.

ประชาธิปไตยและหลักธรรมาภิบาลโดยนำแนวคิดการบริหารงานภาครัฐแนวใหม่มาผสมผสานกับแนวคิดการบริการสาธารณะแนวใหม่ได้อย่างลงตัว^{๓๓}

๔) มีความสร้างสรรค์ในเรื่องการสร้างค่านิยมในการสื่อสารกับประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ในมุมมองของท่านถ้าทำแบบนี้ได้ สังคมจะขัดแย้งกันน้อยลง เราน่าจะหันมาฟังกันและเข้าใจกันมากขึ้น และสังคมน่าจะมีความสุขขึ้น มันเป็นเรื่องไม่ยากแต่ก็ควรจะทำบ้าง และทุกอย่างเริ่มได้ที่ตัวเรา^{๓๔}

๕) เป็นผู้พูดจาอ่อนโยน เข้าใจความรู้สึกของคนอื่น เรียบง่าย เป็นกันเอง ไม่ถือตัว เข้าพบได้ง่าย ปฏิบัติงานด้วยการยึดถือกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ การทำงาน ทำงาน ทำงาน แม้จะโดนแรงต้าน หรือโดนด่าหนักหนาแค่ไหน และยังเป็นพ่อที่รักและใส่ใจลูกมาก รวมถึงยังเป็นผู้ที่มีความเป็นมนุษย์สูงมาก^{๓๕}

๖) เป็นคนกล้าหาญ รักษาคำพูด มีความอินเทรนด์ สามารถเป็นการสื่อให้สังคมได้รับรู้ มีความเป็นผู้นำ คำพูดทำให้ประสบความสำเร็จ สื่อสารการเมืองเป็นแบบอย่างที่ดี^{๓๖}

๗) คิดบวกประชาชนเข้าถึงง่าย มีความขยันอดทน ทุ่มเท เสียสละเพื่อประโยชน์ส่วนรวม กล้าแสดงออก มีวาทีศิลป์ อธิษฐานดี ไม่ถือตัว มีความยุติธรรมในจิตใจเป็นที่ตั้ง ประชาชนส่วนใหญ่เห็นถึงวิสัยทัศน์ ความสามารถในการบริหาร มีความอิสระ^{๓๗}

๘) มีความเชื่อมั่นในตนเองวางตัวดี น่าเชื่อถือดูจริงใจมีความสัมพันธ์อันดีกับพรรคหรือกลุ่มการเมืองต่าง ๆ ง่ายอยู่เรียบง่าย มีจิตสำนึกดี ทำงานมีเป้าหมาย มีทักษะในการสื่อสารเน้นพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในประเทศ เช่น ระบบขนส่งมวลชน สาธารณสุข และการศึกษา^{๓๘}

๙) เป็นคนที่ดูดีมีความอบอุ่น น่าเชื่อถือ ทำตามที่หาเสียงทำให้ประชาชนสนใจและติดตามการทำงานของนักการเมือง และออกพบปะเยี่ยมเยียนประชาชนอยู่บ่อยครั้ง พร้อมติดตามผลการดำเนินงาน มีประสิทธิภาพและความคุ้มค่าของโครงการในกรุงเทพฯ^{๓๙}

สรุปได้ว่า หลักการไม่พูดเพื่อเจ้าของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครสะท้อนถึงความคิดรอบคอบ พูดในสิ่งที่มีสาระ มุ่งเน้นข้อเท็จจริง ไม่กล่าววาจาลอย ๆ หรือสัญญาเลื่อนลอย โดยเฉพาะการนำเสนอปัญหาที่มาจาก基层ที่จริง ทำให้ประชาชนรู้สึกถึงความจริงใจและตั้งใจในการทำงาน ท่านมีท่าทีอ่อนโยน เข้าอกเข้าใจผู้อื่น ใช้ถ้อยคำที่สร้างสรรค์ ไม่โอ้อวด สื่อสารอย่างตรงไปตรงมา พร้อมทั้งมีบุคลิกเรียบง่าย น่าเชื่อถือ อยู่ร่วมกับพรรคหรือกลุ่มการเมืองอื่นด้วยท่าทีประนีประนอม ไม่ขัดแย้ง สะท้อนถึงภาวะผู้นำที่มีวุฒิภาวะสูง เป็นผู้มีความขยัน อดทน ทุ่มเท เสียสละ และเข้าถึงประชาชนได้ง่าย ด้วยความเป็นกันเองและไม่ถือตัว

^{๓๓}สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๓ วันที่ ๒๑ กรกฎาคม ๒๕๖๖.

^{๓๔}สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๔ วันที่ ๒๓ กรกฎาคม ๒๕๖๖.

^{๓๕}สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๕ วันที่ ๒๓ กรกฎาคม ๒๕๖๖.

^{๓๖}สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๖ วันที่ ๑ สิงหาคม ๒๕๖๗.

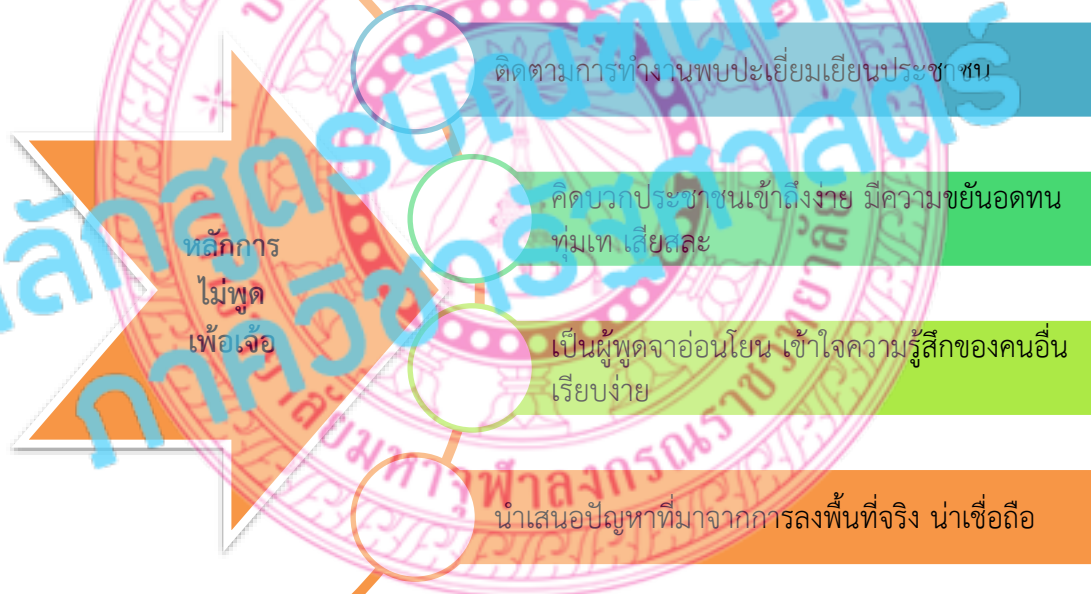
^{๓๗}สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๗ วันที่ ๑ สิงหาคม ๒๕๖๗.

^{๓๘}สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๘ วันที่ ๒ สิงหาคม ๒๕๖๗.

^{๓๙}สัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่ ๙ วันที่ ๓ สิงหาคม ๒๕๖๗.

ตารางที่ ๔.๓๘ แนวทางส่งเสริมการสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ หลักการไม่พูดเพื่อใจ

ประเด็น	ความถี่	ผู้ให้ข้อมูลสำคัญลำดับที่
๑. ติดตามการทำงานพบปะเยี่ยมเยียนประชาชน	๘	๑, ๒, ๓, ๔, ๕, ๖, ๗, ๘
๒. คิดบวกประชาชนเข้าถึงง่าย มีความขยันอดทน ทุ่มเท เสียสละ	๘	๒, ๓, ๕, ๖, ๗, ๘, ๙
๓. เป็นผู้พูดจาอ่อนโยน เข้าใจความรู้สึกของคนอื่น เรียบง่าย	๔	๓, ๔, ๖, ๗
๔. นำเสนอปัญหาที่มาจากการลงพื้นที่จริง	๔	๑, ๔, ๕, ๘



แผนภาพที่ ๔.๔ การสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครตามหลักการไม่พูดเพื่อใจ^{๔๐}

^{๔๐}สังเคราะห์แผนภาพโดยผู้วิจัย นางสาวพรรณนารายณ์ เข้มเพชร.

๔.๕ องค์ความรู้

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย ในการวิจัยเรื่อง “การสื่อสารทางการเมืองตามแนวจิตสุจริตธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖” ซึ่งได้ทำการศึกษาจากเอกสาร ตำรา ผลงานทางวิชาการต่าง ๆ และลงพื้นที่ทำการวิจัย ผู้วิจัยสรุปความรู้ที่ได้ดังนี้

๔.๕.๑ องค์ความรู้ที่ได้รับจากการวิจัย ดังนี้



แผนภาพที่ ๔.๕ องค์ความรู้ที่ได้รับจากการวิจัย^{๔๑}

^{๔๑}สังเคราะห์แผนภาพโดยผู้วิจัย นางสาวพรรณนารายณ์ เข้มเพชร.

จากแผนภาพที่ ๔.๕ องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย ในการวิจัยเรื่อง “การสื่อสารทางการเมืองตามแนววจีสุจริตธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖” ซึ่งได้สรุปและอธิบายองค์ความรู้ได้ ดังนี้

๑. ด้านการสร้างทัศนคติทางการเมือง อธิบายได้ว่า ประชาชนรับรู้การสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ผ่านสื่อต่าง ๆ ที่หาเสียงลงเล่นการเมืองเพื่อสร้างพื้นที่การรับรู้ของประชาชนตั้งแต่ก่อนได้รับการเลือกตั้ง มีวิธีการหาเสียงที่ชวนให้ประชาชนเกิดความประทับใจ สร้างภาพลักษณ์ใหม่ๆ ในการหาเสียง เช่น การหาเสียงล่วงหน้าโดยใช้งบประมาณไม่มาก สร้างบรรยายการหาเสียงที่แตกต่างกับพรรคอื่น ๆ ป้ายหาเสียงต่าง ๆ ที่เน้นใส่ใจกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นประเด็นเป็นที่น่าสนใจของกลุ่มผู้มีสิทธิเลือกตั้งหลากหลายกลุ่ม จะต้องมีความเชื่อมั่นในตนเอง มีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือ มีภาวะในการเป็นผู้นำรอบรู้ในการแก้ไขปัญหาให้กับประชาชน ความเป็นกลางและมียุติธรรม

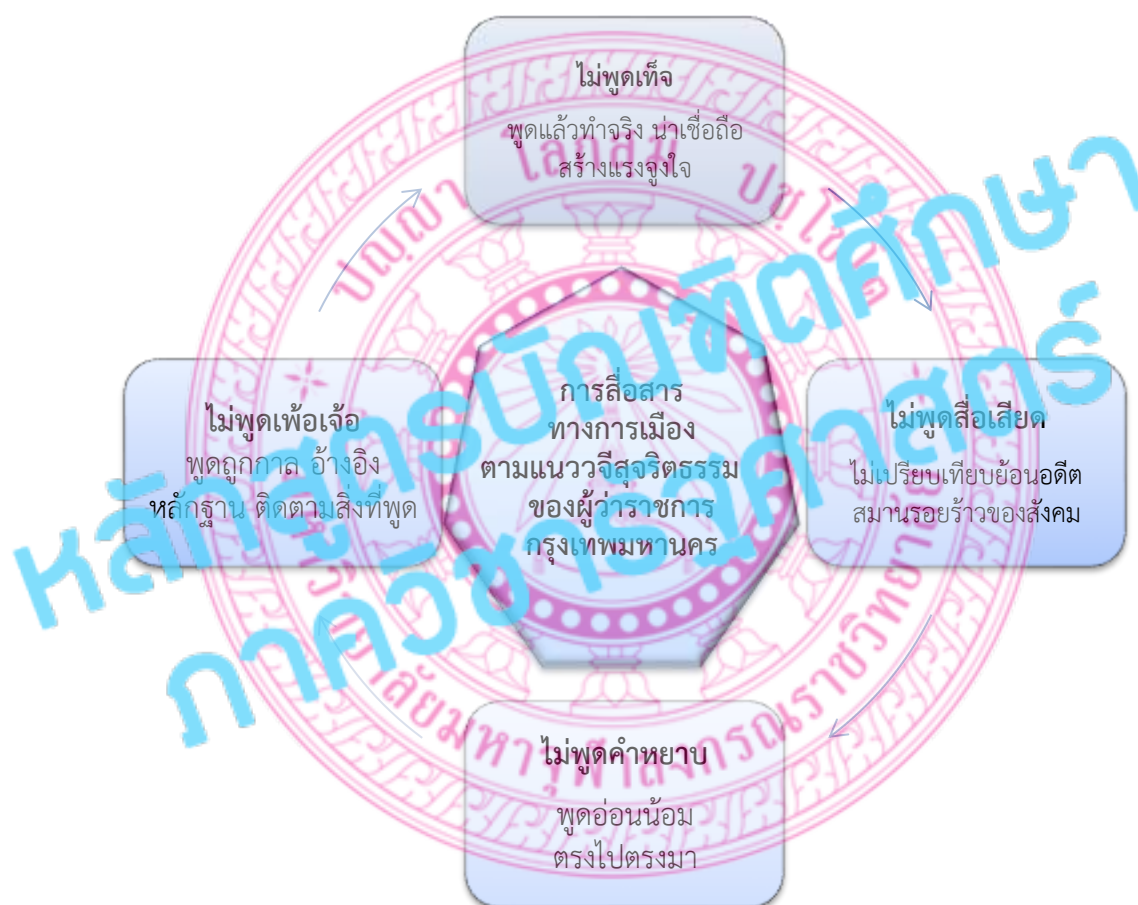
๒. ด้านการสร้างความสนใจในการเมือง อธิบายได้ว่า ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร วิธีการสื่อสารที่ทำให้ประชาชนสนใจการเมือง การสื่อสารไม่จำเป็นต้องขุดคุ้ยคู่ต่อสู้ ก็สามารถสร้างความสนใจทางการเมืองได้เช่นกัน จงใจพูดให้เหตุผลถึงประโยชน์ของการมีส่วนร่วมทางการเมือง มีความตั้งใจและปรารถนาดีต่อการปกครองในระบอบประชาธิปไตย พูดถึงอนาคตที่จะทำ เช่น การสร้างพื้นที่สีเขียวให้กับกรุงเทพมหานคร การแก้ปัญหา ๒๒๖ ปัญหา ทำให้ประชาชนติดตามได้ พูดสร้างแรงบันดาลใจให้ประชาชนมีส่วนร่วม การรายงานตัวเลขแต่ละหมวดหมู่ สามารถชักจูงหรือโน้มน้าวให้ผู้คนให้ปฏิบัติตามที่ท่านประสงค์ โดยการสร้างเสน่ห์โดยการไลฟ์สดในการปฏิบัติหน้าที่อย่างทุ่มเท ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่แข็งแกร่ง จริงจัง ตั้งใจ รู้ปัญหา

๓. ด้านการสร้างความรู้และความเข้าใจทางการเมือง อธิบายได้ว่า ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ติดต่อสอบถามทางหน่วยงานราชการเมืองในการขอความกระจ่างเกี่ยวกับปัญหาของประชาชน ติดต่อสื่อสารโดยตรงกับพื้นที่ที่เกิดปัญหา เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมและประเทศชาติ และประชาชน ทำตามที่หาเสียงทำให้ประชาชนสนใจและติดตามการทำงานของนักการเมือง และออกพบปะเยี่ยมเยียนประชาชนอยู่บ่อยครั้ง โดยไม่ถือตัวก่อนเลือกตั้งและหลังเลือกตั้ง ขึ้นทะเบียนผู้ค้าแผงลอย พร้อมติดตามการดำเนินงาน มีประสิทธิภาพและความคุ้มค่าของโครงการในกรุงเทพฯ วางตัวเหมาะสมคำพูดน่าเชื่อถือกับสถานการณ์ซึ่งสามารถควบคุมได้ เหมาะสมในการเข้าถึงประชาชน กินง่ายอยู่เรียบง่าย มีจิตสำนึกดีมีหลักเกณฑ์การใช้อำนาจหน้าที่ตามบทบาทของนักการเมือง

๔. ด้านการสร้างบทบาททางการเมือง อธิบายได้ว่า ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร มีวิธีการทำงานที่ไม่เหมือนใคร เช่น การไลฟ์สดทุกเช้า ให้ประชาชนติดตาม มีการวางแผนหาเสียงไว้ก่อนการเลือกตั้งอย่างต่อเนื่อง เช่น จากการลงเลือกตั้งครั้งแรกเพื่อให้ประชาชนรู้จัก และเกิดความศรัทธา มีวิธีคิดและการกระทำที่ประหยังบประมาณในการหาเสียง มีความจริงใจใส่ใจปัญหาประชาชน มีความเชื่อมั่นในตนเองวางตัวเหมาะสมกับสถานการณ์ เป็นผู้ที่มีความสุข เรียบง่าย เป็นกันเอง ไม่ถือตัว มีคุณลักษณะที่น่าเลื่อมใส ให้มีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือ น่าเคารพศรัทธาของประชาชน มีความอ่อนน้อมถ่อมตนอยู่ในศีลธรรม ความเป็นมิตร สามารถสื่อให้สังคมได้รับรู้ ทำตามที่หาเสียง โดยการเพิ่มลานกีฬา มีการขึ้นทะเบียนสัตว์เลี้ยงตลอดอายุขัย ป้องกันการสูญหายและโดนทอดทิ้งจัด

ให้มีการแยกขยะตั้งแต่ต้นทางและสร้างพื้นที่ต้นแบบ เป็นผู้มีพลังเหลือในการทำงานให้เป็นผลงานของทุกคนที่ร่วมมือกัน เป็นผลงานของผู้บริหาร พี่น้องข้าราชการ บุคลากรกรุงเทพมหานคร ทีมสมาชิกสภากรุงเทพมหานครที่เป็นกำลังสำคัญในการออกกฎหมาย และเกิดจากความร่วมมือของภาคีเครือข่ายที่เป็นการทำงานแบบไร้รอยต่อ

๔.๔.๒ องค์ความรู้ที่ได้สังเคราะห์จากการวิจัย ดังนี้



แผนภาพที่ ๔.๖ องค์ความรู้ที่ได้สังเคราะห์จากการวิจัย^{๔๒}

จากแผนภาพที่ ๔.๖ องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย ในการวิจัยเรื่อง “การสื่อสารทางการเมืองตามแนววิถีสุจริตธรรมของผู้นำราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ.

^{๔๒}สังเคราะห์แผนภาพโดยผู้วิจัย นางสาวพรรณนารายณ์ เข้มเพชร.

๒๕๖๖” ซึ่งได้สรุปและอธิบายองค์ความรู้ที่ได้จาก หลักการไม่พูดเท็จ หลักการไม่พูดส่อเสียด หลักการไม่พูดคำหยาบ หลักการไม่พูดเพ้อเจ้อ เพื่อสร้างทัศนคติทางการเมือง สร้างความสนใจทางการเมือง สร้างความรู้และความเข้าใจทางการเมือง และสร้างบทบาททางการเมือง ดังนี้

๑. หลักการไม่พูดเท็จ อธิบายได้ว่า ประชาชนรับรู้การสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ผ่านสื่อต่าง ๆ ที่หาเสียงลงเล่นการเมืองเพื่อสร้างพื้นที่การรับรู้ของประชาชนตั้งแต่ก่อนได้รับการเลือกตั้ง มีวิธีการหาเสียงที่ชวนให้ประชาชนเกิดความประทับใจ สร้างภาพลักษณ์ใหม่ ๆ ในการหาเสียง เช่น การหาเสียงล่วงหน้าโดยใช้งบประมาณไม่มาก สร้างบรรยากาศการหาเสียงที่แตกต่างกับพรรคอื่น ๆ ป้ายหาเสียงต่าง ๆ ที่เน้นใส่ใจกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นประเด็นที่เป็นที่สนใจของกลุ่มผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งหลากหลายกลุ่ม จะต้องมีบุคลิกที่เชื่อมั่นในตนเอง มีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือ มีภาวะในการเป็นผู้นำรอบรู้ในการแก้ไขปัญหาให้กับประชาชน มีความเป็นกลางและมียุติธรรม การตั้งใจทำเนื้อหาให้คนอยากดูและได้ประโยชน์ มากกว่าแค่บอกสิ่งที่ผู้ว่าฯ อยากบอกหรือแค่ทำไปเพื่อแะ ให้ฟังกันเพลิน ๆ สอดแทรกข้อมูลไปด้วย ให้คนที่ไม่ได้สนใจการเมืองมาก่อนก็เปิดฟังได้ จะได้ความรู้ไปด้วยระหว่างทำกิจวัตรประจำวัน ใช้วิธีการคิดแบบคนทำภาพยนตร์มาแล้ว เรื่องการทำงานโดยทุก ๆ โครงการที่สื่อสารผ่านไลฟ์ ทำให้กลายเป็นการเล่าเรื่องที่เข้าใจง่ายและมีพลัง จะไลฟ์อะไรบ้าง ประเด็นไหนที่ใช้ไลฟ์เปิด จะมีการกลับไปไลฟ์ช่วงติดตามและแก้ปัญหาต่อจนกระทั่งไปไลฟ์รายงานเมื่อสิ่งนั้น ๆ ได้รับการแก้ไขหรือผลักดันจนสำเร็จ

๒. หลักการไม่พูดคำส่อเสียด อธิบายได้ว่า ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร มีวิธีการสื่อสารเพื่อสร้างทัศนคติทางการเมือง เปลี่ยนวิธีคิด สร้างความสนใจทางการเมือง โดยการไลฟ์สดติดตามการทำงาน สร้างความรู้และความเข้าใจทางการเมือง และสร้างบทบาททางการเมือง ให้ประชาชนสนใจการเมือง พูดให้เหตุผลถึงประโยชน์ของการมีส่วนร่วมทางการเมือง มีความตั้งใจและปรารถนาดีต่อการปกครองในระบอบประชาธิปไตย พูดถึงอนาคตที่จะทำให้กับกรุงเทพมหานคร ทำให้ประชาชนติดตามได้ พูดสร้างแรงบันดาลใจให้ประชาชนมีส่วนร่วม การรายงานตัวเลขแต่ละหมวดหมู่ สามารถชักจูงหรือโน้มน้าวให้ผู้คนให้ปฏิบัติตามโดยการสร้างภาพลักษณ์ที่แข็งแกร่ง จริงจัง ตั้งใจ รู้ปัญหาจริง การไลฟ์ไปเรื่อย ๆ โดยไม่ได้มีการวางสคริปต์หรือบทให้กระชับ ตรงประเด็น ซึ่งขัดกับหลักการของโซเชียลมีเดียสุด ๆ ที่เอาวิชาการเล่าเรื่องให้น่าติดตามเข้ามาใช้ในการไลฟ์ด้วย เช่น การเล่ารายละเอียดให้คนเห็นภาพ อย่างการเล่าบรรยากาศของทั้งสถานที่และเหตุการณ์ ทำให้คลิปมีมุมสนุก ตลก หักมุม เล่นมุข จากบทสนทนาของ ชัชชาติ หรือมีเนื้อหาที่คนไม่เคยรู้จากความรู้ของอาจารย์ และสร้างความมีส่วนร่วมของผู้ชม

๓. หลักการไม่พูดคำหยาบ อธิบายได้ว่า ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร เพื่อสร้างทัศนคติทางการเมือง สร้างความสนใจทางการเมือง สร้างความรู้และความเข้าใจทางการเมือง และสร้างบทบาททางการเมือง ติดต่อบริษัทหน่วยงานราชการเมืองในการขอความกระจ่างเกี่ยวกับปัญหาของประชาชน ติดต่อบริษัทโดยตรงกับพื้นที่ที่เกิดปัญหา เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมและประเทศชาติและประชาชน ทำตามที่เขาเสียงทำให้ประชาชนสนใจและติดตามการทำงานของนักการเมือง และออกพบปะเยี่ยมเยียนประชาชนอยู่บ่อยครั้ง โดยไม่ถือตัวติดตามการดำเนินงาน มีประสิทธิภาพและความคุ้มค่าของโครงการในกรุงเทพฯ วางตัวเหมาะสมคำพูดน่าเชื่อถือกับ

สถานการณ์ซึ่งสามารถควบคุมได้ เหมาะสมในการเข้าถึงประชาชน พูดให้ดีและสร้างสรรค์ ด้วยการสื่อสารที่หลากหลาย เช่น การ์ตูน เพลงแร็ป

๔. หลักการไม่พูดเพื่อเจ้อ อธิบายได้ว่า ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร เพื่อสร้างทัศนคติทางการเมือง สร้างความสนใจทางการเมือง สร้างความรู้และความเข้าใจทางการเมือง และสร้างบทบาททางการเมือง มีวิธีการทำงานที่ไม่เหมือนใคร เช่น การไลฟ์สดทุกเช้า ให้ประชาชนติดตาม มีการวางแผนหาเสียงไว้ก่อนการเลือกตั้งอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ประชาชนรู้จัก และเกิดความศรัทธา มีวิธีคิดและการกระทำที่ประหยัดงบประมาณในการหาเสียง มีความจริงใจใส่ใจปัญหาประชาชนมีความเชื่อมั่นในตนเองวางตัวเหมาะสมกับสถานการณ์ เป็นผู้ที่มีความเรียบง่ายเป็นกันเอง ไม่ถือตัว มีคุณลักษณะที่น่าเลื่อมใส มีความเป็นมิตร สามารถสื่อให้สังคมได้รับรู้ ทำตามที่หาเสียง เป็นผู้ที่มีพลังเหลือในการทำงานเป็นกำลังสำคัญสร้างความร่วมมือของภาคีเครือข่ายที่เป็นการทำงานแบบไร้รอยต่อ พูดในสิ่งที่สำคัญ นำเสนอแต่สิ่งที่จำเป็นกับประชาชน ไม่ให้เกิดความรู้สึกว่ากำลังพูดเรื่องนี้เพื่อตัวเอง พูดในเวลาที่สำคัญ นำเสนอข้อมูลอย่างรวดเร็ว ในจังหวะที่ประชาชนกำลังหาข้อมูล หรือต้องการคำตอบจากเรื่องนั้นอยู่ ไม่พูดอะไรเข้าไปมา แต่เลือกพูดเฉพาะเรื่องที่ประชาชนควรรู้ เพราะจะสะท้อนความเป็นตัวตน



บทที่ ๕

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖” มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้ ๑. เพื่อศึกษาระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี ๒๕๖๕-๒๕๖๖ ๒. เพื่อเปรียบเทียบการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ ๓. เพื่อศึกษาแนวทางส่งเสริมการสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖

กลุ่มประชากรที่ใช้วิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตบางคอแหลม กรุงเทพมหานคร จำนวน ๘๐,๘๗๘ คน ซึ่งผู้วิจัยได้จัดลำดับการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามที่แจกทั้งหมด ๓๙๙ ฉบับ ได้รับกลับคืนและเป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์ที่สุดจำนวน ๓๙๙ ฉบับ คิดเป็นร้อยละ ๑๐๐ วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามที่แจกทั้งหมด ๓๙๙ ฉบับ ได้รับกลับคืนและเป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์ที่สุดจำนวน ๓๙๙ ฉบับ คิดเป็นร้อยละ ๑๐๐ โดยกำหนดการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับต่อไปนี้

โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ลักษณะของแบบสอบถามปลายปิด ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ โดยหาค่าความถี่ (Frequency), ค่าร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ทดสอบสมมติฐานโดยการค่าทดสอบ t-test, F-test และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) เพื่อสนับสนุนข้อมูลเชิงปริมาณ จำนวน ๙ รูปหรือคน ดังต่อไปนี้

๕.๑ สรุปผลการวิจัย

๕.๒ อภิปรายผลการวิจัย

๕.๓ ข้อเสนอแนะ

๕.๓.๑ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

๕.๓.๒ ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

๕.๓.๓ ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

๕.๑ สรุปผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัยเรื่อง “การสื่อสารทางการเมืองตามแนวจิตสำนึกของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖” สามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

๕.๑.๑ สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของประชาชนผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน ๒๖๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๖๗.๑๗, มีอายุ ๓๑ - ๔๐ ปี จำนวน ๑๙๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๘.๘๗, มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน ๑๒๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๒.๐๘, มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน ๑๘๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๖.๖๒ และมีรายได้ ๑๕,๐๐๑ - ๒๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๑๕๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๘.๑๐ ตามลำดับ

๕.๑.๒ ระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี ๒๕๖๕-๒๕๖๖

พบว่า ระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี ๒๕๖๕-๒๕๖๖ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=๓.๕๕$, $S.D.=๐.๕๘$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงตามลำดับได้ดังนี้ ด้านการสร้างความสนใจในการเมือง ($\bar{X}=๓.๖๔$, $S.D.=๐.๗๔$), ด้านการสร้างทัศนคติทางการเมือง ($\bar{X}=๓.๕๘$, $S.D.=๐.๗๕$), ด้านการสร้างความรู้และความเข้าใจทางการเมือง ($\bar{X}=๓.๕๕$, $S.D.=๐.๕๕$) และด้านการสร้างบทบาททางการเมือง ($\bar{X}=๓.๔๒$, $S.D.=๐.๘๗$) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบดังนี้

ด้านการสร้างทัศนคติทางการเมือง พบว่า ระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี ๒๕๖๕-๒๕๖๖ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=๓.๕๘$, $S.D.=๐.๗๕$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร มีวิธีการหาเสียงที่ชวนให้ประชาชนเกิดความประทับใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=๓.๗๓$, $S.D.=๐.๘๖$) รองลงมา คือ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร สร้างภาพลักษณ์ใหม่ ๆ ในการหาเสียง เช่น การหาเสียงล่วงหน้าโดยใช้งบประมาณไม่มาก ($\bar{X}=๓.๕๘$, $S.D.=๐.๙๑$) และน้อยที่สุด คือ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครสร้างบรรยากาศการหาเสียงที่แตกต่างกับพรรคอื่น ๆ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=๓.๔๔$, $S.D.=๐.๘๕$) ตามลำดับ

ด้านการสร้างความสนใจในการเมือง พบว่า ระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี ๒๕๖๕-๒๕๖๖ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=๓.๖๔$, $S.D.=๐.๗๔$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร มีวิธีการสื่อสารที่ทำให้ประชาชนสนใจการเมือง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=๓.๖๗$, $S.D.=๑.๐๑$) รองลงมา คือ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร มีความตั้งใจและปรารถนาดีต่อการปกครองในระบอบประชาธิปไตย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=๓.๖๓$, $S.D.=๐.๙๔$) และน้อยที่สุด คือ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จงใจพูดให้

เหตุผลถึงประโยชน์ของการมีส่วนร่วมทางการเมือง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.62$, S.D.=0.96) ตามลำดับ

ด้านการสร้างความรู้และความเข้าใจทางการเมือง พบว่า ระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี ๒๕๖๕-๒๕๖๖ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.55$, S.D.=0.95) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ ประชาชนเห็นว่าผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ติดต่อสื่อสารโดยตรงกับพื้นที่ที่เกิดปัญหา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.64$, S.D.=0.10) รองลงมา คือ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมและประเทศชาติและประชาชน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.54$, S.D.=0.91) และน้อยที่สุด คือ ประชาชนเห็นว่าผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ติดต่อสอบถามทางหน่วยงานราชการเมืองในการขอความกระจ่างเกี่ยวกับปัญหาของประชาชน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.47$, S.D.=0.12) ตามลำดับ

ด้านการสร้างบทบาททางการเมือง พบว่า ระดับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี ๒๕๖๕-๒๕๖๖ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.42$, S.D.=0.87) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร มีวิธีการทำงานที่ไม่เหมือนใคร เช่น การไลฟ์สดทุกเช้า ให้ประชาชนติดตาม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.52$, S.D.=0.12) รองลงมา คือ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร มีการวางแผนหาเสียงไว้นก่อนการเลือกตั้งอย่างต่อเนื่อง เช่น จากการลงเลือกตั้งครั้งแรกเพื่อให้ประชาชนรู้จัก และเกิดความศรัทธา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.46$, S.D.=0.11) และน้อยที่สุด คือ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร มีวิธีคิดและการกระทำที่ประหยัดงบประมาณในการหาเสียง อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.30$, S.D.=0.08) ตามลำดับ

๕.๑.๓ ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖

พบว่า ประชาชนที่มีอายุ การศึกษา และรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย ส่วนประชาชนที่มีเพศ และอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน จึงไม่ยอมรับสมมติฐานการวิจัย

เมื่อพิจารณารายสมมติฐาน สรุปได้ดังนี้

สมมติฐานที่ ๑ ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖ แตกต่างกัน

พบว่า ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖ โดยรวมไม่แตกต่างกัน ($t=-0.132$, Sig.=0.895) ดังนั้นจึงไม่ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ ๒ ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ประชาชนที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖ แตกต่างกัน ใน ด้านการสร้างความสนใจในการเมือง ด้านการสร้างความรู้และความเข้าใจทางการเมือง และด้านการสร้างบทบาททางการเมือง ส่วนด้านการสร้างทัศนคติทางการเมือง ไม่แตกต่างกัน

๕.๑.๔ การสื่อสารทางการเมืองตามแนววจีสุจริตธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖

พบว่า ระดับการสื่อสารทางการเมืองตามแนววจีสุจริตธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.68$, $S.D.=0.58$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงตามลำดับได้ดังนี้ การไม่พูดคำหยาบ ($\bar{X}=3.77$, $S.D.=0.76$), การไม่พูดเท็จ ($\bar{X}=3.80$, $S.D.=0.76$), การไม่พูดเพ้อเจ้อ ($\bar{X}=3.67$, $S.D.=0.81$) และการไม่พูดคำส่อเสียด ($\bar{X}=3.55$, $S.D.=0.85$) ตามลำดับ

หลักการไม่พูดเท็จ พบว่า ระดับการสื่อสารทางการเมืองตามแนววจีสุจริตธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.80$, $S.D.=0.76$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงตามลำดับได้ดังนี้ ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปฏิบัติตามที่พูดหาเสียงไว้ แก้ปัญหาตามลำดับความสำคัญของปัญหา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.87$, $S.D.=0.96$) รองลงมาคือ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปฏิบัติตนเป็นนักการเมืองที่ดี อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.79$, $S.D.=0.94$) และน้อยที่สุด คือ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปฏิบัติเป็นแบบอย่างในการปฏิบัติตามคำสัญญาที่ให้ไว้กับประชาชน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.73$, $S.D.=1.01$) ตามลำดับ

หลักการไม่พูดคำส่อเสียด พบว่า ระดับการสื่อสารทางการเมืองตามแนววจีสุจริตธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.55$, $S.D.=0.85$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงตามลำดับได้ดังนี้ ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ไม่พูดจาส่อเสียดกลุ่มผลประโยชน์ทางการเมืองที่ตนไม่เห็นด้วย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.57$, $S.D.=1.06$) รองลงมาคือ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ยกย่องนักการเมืองที่ปฏิบัติดีปฏิบัติชอบ ให้ความสำคัญกับการทำงานเพื่อแก้ปัญหาส่วนรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.56$, $S.D.=0.97$) และน้อยที่สุด คือ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร แสดงออกในการสนับสนุนนักการเมืองและกลุ่มทางการเมืองต่างๆ ด้วยวาจาที่เป็นธรรม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.53$, $S.D.=0.91$) ตามลำดับ

หลักการไม่พูดคำหยาบ พบว่า ระดับการสื่อสารทางการเมืองตามแนววจีสุจริตธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.77$, $S.D.=0.76$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงตามลำดับได้ดังนี้ ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ใช้วาจาสุภาพสร้างความประทับใจในการหาเสียง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.82$, $S.D.=0.91$) รองลงมาคือ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ไม่กล่าวคำหยาบเป็นกันเองกับผู้ร่วมงานและทีมทำงานในพื้นที่ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.74$, $S.D.=0.91$) และน้อยที่สุด คือ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ไม่พูดคำหยาบกับประชาชนที่ติดตามการทำงานตามสถานที่ต่างๆ ที่ลงพื้นที่ทำงานแก้ปัญหา ตรวจสอบและติดตาม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.73$, $S.D.=0.96$) ตามลำดับ

หลักการไม่พูดเพ้อเจ้อ พบว่า ระดับการสื่อสารทางการเมืองตามแนววจีสุจริตธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.67$, $S.D.=0.81$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงตามลำดับได้ดังนี้ ข้อที่ค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร พูดดีมีสาระ ยึดหลักการและมีเหตุผล น่าเชื่อถือ ทำให้บริษัทเอกชนให้ความร่วมมือ

ในการทำงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=๓.๗๒$, S.D.=๑.๐๒) รองลงมาคือ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ไม่กล่าวพาดพิงนักการเมืองอื่นหรือกลุ่มคิดต่าง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=๓.๖๕$, S.D.=๐.๙๘) และน้อยที่สุด คือ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร เลือกล้อสารด้วยด้วยเหตุผลมากกว่าความชอบส่วนบุคคล อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=๓.๖๔$, S.D.=๐.๙๕) ตามลำดับ

๕.๒ อภิปรายผล

การอภิปรายผลการวิจัยเรื่อง “การสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖” ผู้วิจัยได้อภิปรายจากผลการวิจัยในแต่ละวัตถุประสงค์ ทั้ง ๓ วัตถุประสงค์ ดังนี้

๕.๒.๑ ความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖

พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก อภิปรายได้ว่า ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร สามารถสร้างความสนใจในการเมือง มีวิธีการหาเสียงที่ชวนให้ประชาชนเกิดความประทับใจ สร้างทัศนคติทางการเมือง มีวิธีการสื่อสารที่ทำให้ประชาชนสนใจการเมือง สร้างความรู้และความเข้าใจทางการเมือง กำหนดนโยบาย และบริหารราชการเขตกรุงเทพมหานครให้เป็นไปตามกฎหมาย และมีบทบาททางการเมือง มีวิธีการทำงานที่ไม่เหมือนใคร เช่น การไลฟ์สดทุกเช้าให้ประชาชนติดตาม มีการวางแผนหาเสียงไว้ก่อนการเลือกตั้งอย่างต่อเนื่อง เช่น จากการลงเลือกตั้งครั้งแรกเพื่อให้ประชาชนรู้จัก และเกิดความศรัทธา ปกป้องผลประโยชน์ และดูแลทุกข์สุขของประชาชนในท้องถิ่น ให้ประชาชนอยู่ดีกินดีรวมทั้งพัฒนากรุงเทพมหานครให้มีความเป็นระเบียบเรียบร้อยตลอดจนแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของประชาชนที่เกิดขึ้นในชุมชน จะเห็นได้จากใหม่ ๆ ประชาชนทำงานแบบลุยลงพื้นที่ เป็นสไตล์ส่วนตัว หวังเห็นปัญหาจริงหน้างาน แก้ปัญหา- บริหารจัดการงบประมาณได้ตรงจุด ย้ำชัด หากใครไม่ชอบก็รื้อไปเลือกคนที่ทำอีกแบบหนึ่งได้ ยินดีนอนรับคำติชม แต่สิ่งที่ทำมันคือการสื่อสารว่าเป็นการให้ความสำคัญกับใคร ถ้าให้ความสำคัญของการแก้ปัญหา โดยการลงไปดูแลพื้นที่ และเพราะกลางคืนมีการเรียกประชุม การลงพื้นที่ทำให้รู้ เช่น ปัญหาของคลองลาดพร้าวคืออะไร, เชื้อตรงไหนที่สร้างและทิ้งงาน, น้ำเข้าบ้านประชาชนอย่างไร การลงพื้นที่ก็ไปเพื่อให้เข้าใจปัญหาที่แท้จริง ไม่ได้เข้าไปแบบสั่งงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพระมหาพิพัฒพงศ์ จิตธมโม (วงษ์ชาติ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การประยุกต์หลักพุทธธรรมเพื่อส่งเสริมการสื่อสารของนักการเมืองไทย” ผลการวิจัยพบว่า สภาพทั่วไปของการสื่อสารทางการเมืองของนักการเมืองไทยที่มีความสำคัญ ได้แก่ การสื่อสารทางการเมืองของนักการเมืองสามารถ สื่อสารให้ประชาชนมีความเชื่อมั่นในการแก้ไขปัญหาให้สำเร็จและโน้มน้าวให้ประชาชนเลือกมาเป็นตัวแทนของประชาชนได้ โดยประชาชนได้พิจารณาจากการติดตามข่าวสารและนโยบายของพรรคการเมืองทางช่องทางการสื่อสารทุกช่องทางเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจทางการเมืองและนำมาวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารที่

ถูกต้อง ตรงประเด็นตามหลักประชาธิปไตย และเป็นข้อมูลที่น่าเชื่อถือได้^๑ และงานวิจัยของกฤติยา รุจิโชค ได้วิจัยเรื่อง “การสื่อสารทางการเมืองเพื่อรักษาภาพลักษณ์รัฐบาลในสื่อยุคดิจิทัล” ผลการวิจัยพบว่า การวางแผนการสื่อสารทางการเมือง นโยบายการสื่อสารทางการเมืองและการจัดการการสื่อสารทางการเมืองเพื่อรักษาภาพลักษณ์รัฐบาลในสื่อยุคดิจิทัล มีปัจจัยที่สนับสนุนการสื่อสารการเมืองและรูปแบบการสื่อสารการเมืองเพื่อรักษาภาพลักษณ์ ได้แก่ การวางแผนการสื่อสาร นโยบายการสื่อสารการเมือง และการสร้างเนื้อหาการสื่อสารการเมืองให้เหมาะสมกับสื่อในยุคดิจิทัล^๒ และจากการไลฟ์สด การมีกลุ่มเพื่อนซี้ชาติ ทำให้เห็นความเป็นกันเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชฎาพร สิทธิศาสตร์ และคณะ ได้วิจัยเรื่อง “การศึกษาทวิทางภาษาของ “ซี้ชาติ สิทธิพันธุ์” ในการหาเสียงรับเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านสื่อออนไลน์” ผลการศึกษาพบว่าทวิทางภาษาที่ปรากฏมีทั้งสิ้น ๑๒ ทวิทางสามารถเรียงลำดับความถี่ที่พบจากมากไปน้อย ได้แก่ การใช้ทัศนภาพร้อยละ ๒๕.๔๖ การใช้ภาษาต่างประเทศร้อยละ ๑๗.๘๗ การใช้ภาษาแบบกันเองร้อยละ ๑๖.๓๖ การเลือกใช้คำศัพท์ร้อยละ ๑๔.๑๗ การใช้คำย่อของชื่อเฉพาะร้อยละ ๙.๑๙ การใช้นามนัยร้อยละ ๔.๕๕ การกล่าวซ้ำร้อยละ ๓.๘๘ การใช้คำเรียกเครือญาติร้อยละ ๒.๗๐ การใช้มูลบทร้อยละ ๒.๒๘ การใช้อุปลักษณ์ร้อยละ ๑.๓๕ การอ้างถึงร้อยละ ๑.๒๖ และการกล่าวอ้างร้อยละ ๐.๙๓ ตามลำดับ^๓

๕.๒.๒ ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖

จากผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

ประชาชนที่มีเพศต่างกัน ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ โดยรวมไม่แตกต่างกัน สรุปได้ว่า ประชาชนที่มีเพศต่างกันให้ความสนใจการทำงานของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จะเห็นได้จากยอดการไลฟ์สดในแต่ละวันที่มียอดการติดตามเป็นจำนวนมาก กระแสซี้ชาติทีวีเอร์ ที่เกิดขึ้นนั้นเป็นความสำเร็จในการสื่อสาร ทำงานแบบที่ให้ความสำคัญกับทุกคน ทุกคนเท่าเทียมกัน มันไม่มีผู้ว่าฯ ไม่มีรองผู้ว่าฯ ไม่มีพี่ทวดถนน พอเห็นใครปัญหาถ้าช่วยอะไรกันได้อีกช่วยกัน ซึ่งส่งเสริมการท่องเที่ยวใน กทม. การสนับสนุนการกีฬา การปรับปรุงการให้บริการในหน่วยงานของ กทม. การแก้ไขปัญหาหน้าท่วม การจัดระเบียบการชุมนุม การพัฒนาระบบขนส่ง

^๑พระมหาพิพัฒพงศ์ จิตธมโม (วงศ์ชาลี), “การประยุกต์หลักพุทธ ธรรมเพื่อส่งเสริมการสื่อสารของนักการเมืองไทย”, *คชภูมินพนธ์ปรัชญาคชภูณิติต สาขาวิชารัฐศาสตร์*, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๖๔).

^๒กฤติยา รุจิโชค, “การสื่อสารทางการเมืองเพื่อรักษาภาพลักษณ์รัฐบาลในสื่อยุคดิจิทัล”, *วารสารมจร พุทธปัญญาปริทรรศน์*, ปีที่ ๖ ฉบับที่ ๑ (มกราคม – เมษายน ๒๕๖๔) : ๒๕-๓๔.

^๓ชฎาพร สิทธิศาสตร์ และคณะ, “การศึกษาทวิทางภาษาของ “ซี้ชาติ สิทธิพันธุ์” ในการหาเสียงรับเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านสื่อออนไลน์”, *วารสารภาษาไทยและวัฒนธรรมไทย*, ปีที่ ๙ ฉบับที่ ๑ (มกราคม - มิถุนายน ๒๕๖๖) : ๔๓-๗๑.

สาธารณะ เช่น รถไฟฟ้า เรือ การแก้ไขปัญหาสุขภาพ/สาธารณสุข การพัฒนาการศึกษา แก้ไขปัญหาเด็กและเยาวชน การจัดระเบียบคนเร่ร่อน คนจรจัด ขอดาน การแก้ไขปัญหาทุจริต คอร์รัปชัน ในหน่วยงานของ กทม. การจัดระเบียบคนเร่ร่อน คนจรจัด ขอดาน การแก้ไขปัญหาจราจรและรถติด สอดคล้องกับงานวิจัยของมนัสนันท์ ศิวะพรพัฒนา ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การสื่อสารทางการเมืองของนักการเมืองที่มีผลต่อการไปใช้สิทธิ์เลือกตั้งทั่วไปของประชาชนในอำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี” ผลเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อการสื่อสารทางการเมืองของนักการเมืองที่มีผลต่อการไปใช้สิทธิ์เลือกตั้งทั่วไปของประชาชนในอำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า ประชาชนที่มีเพศ อายุ อาชีพ ต่างกัน มีความคิดเห็นที่มีต่อการสื่อสารทางการเมืองของนักการเมืองโดยรวมไม่ แตกต่างกัน จึงไม่ยอมรับสมมติฐานการวิจัย^๔

ประชาชนที่มีอายุต่างกัน พบว่า มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมแตกต่างกัน อภิปรายได้ว่า ประชาชนแต่ละช่วงวัยมีการเข้าถึงผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครต่างกัน ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครปลูกฝังในจิตสำนึกของทุกคนคือการเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าส่วนตัว การทำงานร่วมกับผู้อื่น การทำงานกับลูกน้องในการสร้างความไว้วางใจ เชื่อใจซึ่งกันและกัน สิ่งนี้คือหัวใจของการทำงานของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพระวิชาญ จนทสโร (ม่งภู่งกลาง) ได้วิจัยเรื่อง “อิทธิพลของสื่อที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเทศบาล ตำบลกุดจิก อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดนครราชสีมา” ผลการเปรียบเทียบพบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีความคิดเห็นต่ออิทธิพลของสื่อที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเทศบาลตำบลกุดจิก อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดนครราชสีมา โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕ จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย ส่วนประชาชนที่มีเพศ และอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่ออิทธิพลของสื่อที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย^๕

ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมแตกต่างกัน อภิปรายได้ว่า ประชาชนที่มีการศึกษาระดับประถม มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕-พ.ศ. ๒๕๖๖ แตกต่างกับประชาชนที่มีการศึกษาระดับ ปวช./ปวส./อนุปริญญา, ปริญญาตรี และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ๐.๐๕ ประชาชนที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕-พ.ศ. ๒๕๖๖ แตกต่างกับประชาชนที่มีการศึกษาระดับ ปวช./ปวส./อนุปริญญา, ปริญญาตรี และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ๐.๐๕ ประชาชนที่มีการศึกษาระดับปวช./ปวส./

^๔มนัสนันท์ ศิวะพรพัฒนา, “การสื่อสารทางการเมืองของนักการเมืองที่มีผลต่อการไปใช้สิทธิ์เลือกตั้งทั่วไปของประชาชนในอำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี”, สารนิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๖๔).

^๕พระวิชาญ จนทสโร (ม่งภู่งกลาง), “อิทธิพลของสื่อที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเทศบาล ตำบลกุดจิก อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดนครราชสีมา”, สารนิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๖๔).

อนุปริญา มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลา ปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ แตกต่างกับประชาชนที่การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ๐.๐๕ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพระมหานาธิป สีสสุโท (บุญมา) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การประยุกต์หลักปัญญาธรรมเพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตยของประชาชน ตำบลบ้านนา อำเภอกาหลง จังหวัดระยอง” ผลการวิจัยพบว่า ความรู้ความเข้าใจทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตยของประชาชน ตำบลบ้านนา อำเภอกาหลง จังหวัดระยอง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ประชาชนที่ระดับการศึกษาต่างกัน มีความรู้ความเข้าใจทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตย ตำบลบ้านนา อำเภอกาหลง จังหวัดระยอง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ ๐.๐๕^๖

ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน อภิปรายได้ว่า ประชาชนทุกอาชีพยินดีกับผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จากการลงพื้นที่พบประชาชนเพื่อหาแนวทางแก้ปัญหาในทุกพื้นที่ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร มองปัญหาเมืองอยู่ที่เส้นเลือดฝอย ดังนั้น จะต้องใส่ใจเส้นเลือดฝอยให้มากขึ้น ที่เอาความใส่ใจกับการแก้ไขจะต้องได้รับความใส่ใจและแนวร่วม เพื่อที่ทุกคนมีสิทธิในการเดินทางได้อย่างสะดวกปลอดภัย มีการใช้ชีวิตที่มีคุณภาพ สามารถให้ลูกหลานเรียนโรงเรียนใกล้ที่พักอาศัย ผู้สูงอายุ ผู้เจ็บป่วยสามารถเดินทางมายังโรงพยาบาลได้อย่างสะดวก ไม่ไกลจากที่พักอาศัย การเรียนรู้โลกกว้าง ทำให้การตัดสินใจทำได้ง่ายและตรงกับความต้องการมากขึ้น ในด้านการศึกษา มองว่าเด็กรุ่นใหม่ค่อนข้างมีความคิดเป็นของตัวเองกันอย่างเห็นได้ชัดเจน หากมีการแนะแนวทางที่เหมาะสมด้าน การศึกษาก็อาจจะช่วยส่งเสริมการศึกษาตามที่เขาสนใจ บางคนอาจจะยังไม่รู้เลยก็ได้ว่าตัวเองกำลังสนใจอะไร แต่การเรียนรู้โลกกว้าง จะทำให้เขาตัดสินใจได้ง่ายขึ้น อย่างไรก็ตาม เราจำเป็นจะต้องมี Role Model ที่สามารถเป็นแบบอย่างที่ดีให้แก่เด็กรุ่นใหม่ เพื่อเป็นแรงบันดาลใจให้แก่เขา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของมนัสนันท์ ศิวะพรพัฒนา ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การสื่อสารทางการเมืองของนักการเมืองที่มีผลต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งทั่วไปของประชาชนในอำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี” ผลเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อการสื่อสารทางการเมืองของนักการเมืองที่มีผลต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งทั่วไปของประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นที่มีต่อการสื่อสารทางการเมืองของนักการเมือง โดยรวมไม่แตกต่างกัน จึงไม่ยอมรับสมมติฐานการวิจัย^๗

ประชาชนที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมแตกต่างกัน อภิปรายได้ว่า ประชาชนที่มีรายได้ ๒๕,๐๐๑ – ๓๐,๐๐๐ บาท มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ.

^๖พระมหานาธิป สีสสุโท (บุญมา), “การประยุกต์หลักปัญญาธรรมเพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตยของประชาชน ตำบลบ้านนา อำเภอกาหลง จังหวัดระยอง”, สารนิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๖๓).

^๗มนัสนันท์ ศิวะพรพัฒนา, “การสื่อสารทางการเมืองของนักการเมืองที่มีผลต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้งทั่วไปของประชาชนในอำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี”, สารนิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๖๔).

๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ แตกต่างกับประชาชนที่มีรายได้ ไม่เกิน ๑๕,๐๐๐ บาท, ๑๕,๐๐๑ - ๒๐,๐๐๐ บาท และรายได้ ๒๑,๐๐๑ - ๒๕,๐๐๐ บาท ด้านการสร้าง ความสนใจในการเมือง ประชาชนที่มีรายได้ ๒๕,๐๐๑ - ๓๐,๐๐๐ บาท มีความคิดเห็นต่อการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖ แตกต่างกับประชาชนที่มีรายได้ไม่เกิน ๑๕,๐๐๐ บาท, ๑๕,๐๐๑ - ๒๐,๐๐๐ บาท และรายได้ ๒๑,๐๐๑ - ๒๕,๐๐๐ บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ **พระปัญญา สฤติโต (สีงาม)** ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การบูรณาการหลักพุทธธรรมเพื่อส่งเสริมจิตสำนึกการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในอำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง” ผลการเปรียบเทียบ พบว่า ประชาชนที่มีรายได้ต่างกัน มีจิตสำนึกแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย^๔

๕.๒.๓ การสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี ๒๕๖๕-๒๕๖๖

พบว่า การสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก อธิบายได้ว่า ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปฏิบัติตามทีพุดหาเสียงไว้ แก้ปัญหาตามลำดับความสำคัญของปัญหา ปฏิบัติตนเป็นนักการเมืองที่ดี สร้างขวัญกำลังใจให้กับเจ้าหน้าที่ ให้กับประชาชน เน้นลงพื้นที่เห็นปัญหา-กระตุ้นคนรับผิดชอบแก้ไข น้อมรับคำติชม แต่สิ่งที่ทำมันคือการสื่อสารว่า ให้ความสำคัญกับใคร ถ้าให้ความสำคัญของการแก้ปัญหาที่ต้องลงปดูละพื้นที่ นับตั้งแต่การชนะเลือกตั้งอย่างถล่มทลายเมื่อกลางปี ๒๕๖๕ ชื่อของ ‘ซัชชาติ สิทธิพันธุ์’ ก็อยู่ในกระแสสังคมการเมืองไทยมาโดยตลอด ทั้งเสี่ยงจากกองเชียร์ที่ติดตามด้วยความหวังว่าพลังของเขาจะสามารถเปลี่ยนแปลงกรุงเทพมหานคร ได้ และจากผู้ตั้งคำถามวิพากษ์วิจารณ์ต่อปรากฏการณ์ ‘ซัชชาติ พิเวอร์’ ที่ผ่านมาของการทำงานจริง ‘ผู้ว่าฯ ซัชชาติ’ เห็นอะไรบ้าง งานกรุงเทพมหานคร ยากแค่ไหน เป็นอย่างที่คุณคิดหรือไม่ อะไรคือโอกาส ความเป็นไปได้ และข้อจำกัดของกรุงเทพฯ หลังจากชัยชนะแบบ ‘ซูเปอร์แลนด์สไลด์’ กว่า ๑.๓ ล้านเสียงในสนามเลือกตั้งผู้ว่าฯ กทม. ปี ๒๕๖๕ และตลอดที่ผ่านมาในการทำงานจริงของซัชชาติ สิทธิพันธุ์ กล่าวได้ว่าตั้งแต่เข้ารับตำแหน่ง จนถึงปัจจุบันยังคงมีการกิจและโครงการต่าง ๆ ที่ต้องทำอีกมาก ซึ่งในขณะนี้ทั้งเรื่องที่ทำสำเร็จแล้ว ตามนโยบายที่ประกาศไว้ รวมถึงสิ่งที่ยังทำไม่สำเร็จและยังคงต้องผลักดันต่อไป สำหรับซัชชาติมองว่า ความสำเร็จสูงสุดที่เกิดขึ้นกับการบริหารกรุงเทพมหานคร คือการปรับเปลี่ยนทัศนคติในการทำงานของเจ้าหน้าที่ทุกภาคส่วนให้ยึดประชาชนเป็นที่ตั้งมากขึ้น โดยยืนยันว่าดำเนินการบนพื้นฐานของความโปร่งใสและตรวจสอบได้ ทั้งการเลื่อนตำแหน่งของเจ้าหน้าที่รุ่นใหม่ การโยกย้ายพนักงาน การคัดเลือกคนที่มีความสามารถและเชื่อถือได้ เหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นระบบที่จะทำให้เจ้าหน้าที่ในทีม ตื่นตัวและมีกำลังใจในการทำงานต่อไป เน้นพูดจริงทำได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ **คนอง**

^๔พระวิชาญ จนทสาโร (มุงกุกลาง), “อิทธิพลของสื่อที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเทศบาล ตำบลกุตจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา”, สารนิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๖๔).

วังฝ่ายแก้ว ได้วิจัยเรื่อง “การเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมของนักการเมืองท้องถิ่นตามหลักสุจริต ๓” ผลการวิจัยพบว่า ๑. นโยบาย กลไก และกระบวนการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมตามหลักสุจริต ๓ ของนักการเมืองท้องถิ่น นโยบายการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมของภาครัฐที่มุ่งเน้นการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดีส่งผลให้องค์การบริหารส่วนท้องถิ่นต้องดำเนินนโยบายเพื่อให้บริการสาธารณะตามพันธกิจ ๕ ด้าน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจและโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาสังคม การศึกษา และวัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การรักษาความมั่นคงและรักษาความสงบเรียบร้อย และการบริหารจัดการ ส่วนกลไกในการขับเคลื่อนในการเสริมสร้างความรับผิดชอบของนักการเมืองท้องถิ่น ประกอบด้วย แผนพัฒนา ๓ ปี แผนพัฒนา ๕ ปี หรือแผนพัฒนาท้องถิ่น โดยมีโครงการเป็นตัวขับเคลื่อนตามพันธกิจเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมของนักการเมืองท้องถิ่นตามหลักสุจริต^๔

๕.๓ ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาวิจัยเรื่อง “การสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้นำราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖” มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

๕.๓.๑ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

๑. ด้านการสร้างทัศนคติทางการเมือง ผู้นำราชการกรุงเทพมหานคร ควรสร้างภาพลักษณ์ใหม่ๆ ทางการเมือง สร้างกระแสความนิยมทางการเมือง ชัดเจน มั่นคง ตรงประเด็น
๒. ด้านการสร้าง ความสนใจในการเมือง ผู้นำราชการกรุงเทพมหานคร ควรมีวิธีการสื่อสาร เช่น ลงมือทำแทนการพูด
๓. ด้านการสร้างความรู้และความเข้าใจทางการเมือง ผู้นำราชการกรุงเทพมหานคร ควร ใช้โซเชียลมีเดียกระจายข้อมูลอย่างต่อเนื่อง
๔. ด้านการสร้างบทบาททางการเมือง ผู้นำราชการกรุงเทพมหานคร ควรทำอย่างเป็นธรรมชาติ

๕.๓.๒ ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

๑. ด้านการสร้างทัศนคติทางการเมือง ผู้นำราชการกรุงเทพมหานคร ควรสร้างบรรยากาศการหาเสียงที่แตกต่างกับพรรคอื่น ๆ
๒. ด้านการสร้าง ความสนใจในการเมือง ผู้นำราชการกรุงเทพมหานคร ควรตั้งใจพูดให้เหตุผลถึงประโยชน์ของการมีส่วนร่วมทางการเมือง

^๔คณะนาง วังฝ่ายแก้ว, “การเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคม ของนักการเมืองท้องถิ่นตามหลักสุจริต ๓”, รายงานการวิจัย, (สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๖๐).

๓. ด้านการสร้างความรู้และความเข้าใจทางการเมือง ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ควรมีลักษณะเข้าถึงง่าย และอ่อนน้อมถ่อมตน สามารถติดต่อขอความกระจ่างเกี่ยวกับปัญหาของประชาชนได้ง่าย

๔. ด้านการสร้างบทบาททางการเมือง ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ควรมีวิธีคิดและการกระทำที่ประหยังบประมาณในการหาเสียง

๕.๓.๓ ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

จากการวิจัยเรื่อง “การสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕- พ.ศ. ๒๕๖๖” พบว่าจะต้องวิจัยต่อในประเด็นดังนี้

๑) ควรวิจัยเกี่ยวกับ การสื่อสารที่สร้างความนิยมทางการเมืองในการครองใจคนในการสร้างค่านิยมการมีส่วนร่วมเพื่อการปกครองในระบอบประชาธิปไตย

๒) ควรวิจัยเกี่ยวกับ การสื่อสารเพื่อสร้างค่านิยมในการส่งเสริมภาวะผู้นำของของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

๓) ควรวิจัยเกี่ยวกับ ปัจจัยความสำเร็จที่ใช้ในการหาเสียงเป็นความสำเร็จที่ชวนให้ประชาชนเกิดความประทับใจเกิดกระแสชาติ ปีเวอร์

บรรณานุกรม

๑. ภาษาไทย

ก. ข้อมูลปฐมภูมิ

มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. พระไตรปิฎกฉบับภาษาไทย ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๓๙.

ข. ข้อมูลทุติยภูมิ

๑) หนังสือ :

กิตติ บุญเจือ. ปรัชญาและศาสนาเชนดัจจอนันต์ เริ่มรู้จักปรัชญา. กรุงเทพมหานคร : แผนกพิมพ์และผลิตเอกสาร มหาวิทยาลัยเชนดัจจอนันต์, ๒๕๔๕.

เกรียงศักดิ์ ราชโคตร. การเมืองการปกครองของไทย. กรุงเทพมหานคร : สหธรรมิก, ๒๕๕๖.

ชวนะ ภวานันท์. “การศึกษาประวัติศาสตร์แนวทางการสื่อสาร”. ใน เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและวิธีการศึกษาทางประวัติศาสตร์. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๔๘.

ชัยอนันต์ สมุทวณิช. ความคิดอิสระ : รวมบทความทางการเมืองระหว่างปี ๒๕๕๗-๒๕๕๙. พิมพ์ครั้งที่ ๒. กรุงเทพมหานคร : พิมพ์, ๒๕๕๙.

ณรงค์ สันสวัสดิ์. การเมืองไทย : การวิเคราะห์เชิงจิตวิทยา. พิมพ์ครั้งที่ ๓. กรุงเทพมหานคร : วชิรวิทย์การพิมพ์, ๒๕๕๙.

ธันยวัฒน์ รัตนศักดิ์. นโยบายสาธารณะ. เชียงใหม่ : คเนจนิการพิมพ์, ๒๕๕๖.

พระธรรมปิฎก (ป. อ. ปยุตโต). พจนานุกรมพุทธศาสตร์ฉบับประมวลธรรม. พิมพ์ครั้งที่ ๘. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๓๘.

_____ . พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม. กรุงเทพมหานคร : เพ็ญทรัพย์การพิมพ์, ๒๕๕๓.

_____ . ธรรมานุญชีวิต. พิมพ์ครั้งที่ ๑๑๙. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ โรงพิมพ์พระพุทธศาสนาของธรรมสภา, ๒๕๕๕.

พฤทธิสถาน ชุมพล. ระบบการเมือง : ความรู้เบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณมหาวิทยาลัย, ๒๕๔๐.

พลศักดิ์ จิรไกรศิริ. หน่วยที่ ๑๕ การสังเคราะห์การสื่อสารและพลวัตทางการเมือง. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๕๒.

มัลลิกา คณานุรักษ์. จิตวิทยาการสื่อสารของมนุษย์. กรุงเทพมหานคร : โอเดียน สโตร์, ๒๕๔๗.

ราชบัณฑิตยสถาน. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๕๔. พิมพ์ครั้งที่ ๒. กรุงเทพมหานคร : ราชบัณฑิตยสถาน, ๒๕๕๖.

วิชัย ตันศิริ. วิวัฒนาการของระบอบประชาธิปไตย. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณมหาวิทยาลัย, ๒๕๖๕.

บรรณานุกรม (ต่อ)

สมเกียรติ วันทะนะ. **อุดมการณ์ทางการเมืองร่วมสมัย**. กรุงเทพมหานคร : อักษรข้าวสวย, ๒๕๕๑.
 เสรี วงษ์มณฑา. **การประยุกต์ทฤษฎีในการสื่อสาร หลักและทฤษฎีการสื่อสาร**. นนทบุรี :
 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๓๗.

อมร รักษาสัตย์ และคณะ. **ประชาธิปไตย : อุดมการณ์ หลักการและแบบอย่างการปกครองหลาย
 ประเทศ**. พิมพ์ครั้งที่ ๒. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๖๔.

๒) คุษณินพนธ์ / วิทยานิพนธ์ / สารนิพนธ์ :

ปิยะพล พวงแก้ว. “ประสิทธิผลของการสื่อสารทางการเมืองของกรุงเทพมหานครในรูปแบบดิจิทัล
 แพลตฟอร์ม”. **สารนิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการปกครอง**. บัณฑิต
 วิทยาลัย : มหาวิทยาลัยสยาม, ๒๕๖๓

พระครูธรรมธรรมาบุญเที่ยง (พุทธสาวโก ลักษณะพลวงศ์). “การบูรณาการหลักพุทธธรรมกับการสื่อสาร
 ทางการเมืองเพื่อเสริมสร้างความสมานฉันท์”. **คุษณินพนธ์ปรัชญาคุษณินบัณฑิต
 สาขาวิชารัฐศาสตร์**. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย,
 ๒๕๖๔.

พระปัญญา สุจิตโต (สิงาม). “การบูรณาการหลักพุทธธรรมเพื่อส่งเสริมจิตสำนึกการมีส่วนร่วม
 ทางการเมืองของประชาชนในอำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง”. **สารนิพนธ์รัฐศาสตร
 มหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๖๔.

พระมหาธนาธิป สีสสุทโธ (บุญมา). “การประยุกต์หลักปัญญาธรรมเพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ
 ทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตยของประชาชน ตำบลบ้านนา อำเภอแกลง จังหวัด
 ระยอง”. **สารนิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลง
 กรณราชวิทยาลัย, ๒๕๖๗.

พระมหาพิพัฒพงษ์ (จิตอมโม วงษ์ชาลี). “การประยุกต์หลักพุทธ ธรรมเพื่อส่งเสริมการสื่อสารของ
 นักการเมืองไทย”. **คุษณินพนธ์ปรัชญาคุษณินบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์**. บัณฑิต
 วิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๖๔.

มนัสนันท์ คีวะพรพัฒนา. “การสื่อสารทางการเมืองของนักการเมืองที่มีผลต่อการไปใช้สิทธิเลือกตั้ง
 ทั่วไปของประชาชนในอำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี”. **สารนิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต**.
 บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๖๔.

วรัญญา ประเสริฐ. “การสื่อสารทางการเมืองในรายการคืนความสุขให้คนในชาติ ศึกษาระหว่างปี พ.ศ.
 ๒๕๕๗ - ๒๕๕๙”. **วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการปกครอง**. คณะ
 รัฐศาสตร์ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๙.

สมถวิล แฝงลาภ. “รูปแบบการพัฒนาผู้เรียนด้านความซื่อสัตย์สุจริตผ่านวรรณกรรมอีสาน”. **ปรัชญา
 คุษณินบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น**. บัณฑิตวิทยาลัย :
 มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, ๒๕๖๑.

บรรณานุกรม (ต่อ)

อาคม สุวรรณกันทา. “การรายงานข่าวสืบสวนทางการเมืองในหนังสือพิมพ์ไทยและผลกระทบต่อการรับรู้ของสังคม”. รัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเมืองและการปกครอง, บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๔๒.

๓) รายงานการวิจัย :

คะนอง วังฝายแก้ว. “การเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคม ของนักการเมืองท้องถิ่นตามหลักสุจริต ๓”. รายงานการวิจัย. สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ๒๕๖๐.

๔) บทความ :

กฤติยา รุจิโชค. “การสื่อสารทางการเมืองเพื่อรักษาภาพลักษณ์รัฐบาลในสื่อยุคดิจิทัล”. วารสาร มจร พุทธปัญญาปริทรรศน์. ปีที่ ๖ ฉบับที่ ๑ (มกราคม – เมษายน ๒๕๖๔) : ๒๕-๓๔.

ชฎาพร สิทธิสาตร์ และคณะ. “การศึกษาทวิวิธีทางภาษาของ “ชัชชาติ สิทธิพันธุ์” ในการหาเสียงรับเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครผ่านสื่อออนไลน์”. วารสารภาษาไทยและวัฒนธรรมไทย. ปีที่ ๙ ฉบับที่ ๑ (มกราคม - มิถุนายน ๒๕๖๖) : ๔๓-๗๑.

พระครูศรีปริชากร เลื่อน บุญยงค์. “แนวทางการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อสันติสุขในสังคมไทย”. วารสาร มหาจุฬานาครทรรศน์. ปีที่ ๖ ฉบับที่ ๖ (สิงหาคม ๒๕๖๒) : ๒๘๐๒-๒๘๒๐.

พระสงวน เขมปโยธ สายนตร และคณะ. “การสื่อสารทางการเมือง”. วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์. ปีที่ ๗ ฉบับที่ ๓ (กันยายน - ธันวาคม ๒๕๖๕) : ๓๕๓-๓๖๘.

พิชญม มากไชย. “การนำหลักสุจริต ๓ ไปใช้ในการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจ สถานีตำรวจภูธรเมืองภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต”. วารสารพุทธสังคมวิทยาปริทรรศน์. ปีที่ ๑ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม - ธันวาคม ๒๕๕๙) : ๓๕-๕๔.

มัลลิกา บุญมีตระกูล มหาสุข. “การสื่อสารทางการเมืองไทยผ่านสื่อสังคมออนไลน์”. วารสารปรัชญาปริทรรศน์. ปีที่ ๒๗ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม - ธันวาคม ๒๕๖๕) : ๖๓-๘๑.

วินัย ผลเจริญ. “ผลกระทบของนโยบายประชานิยมที่มีต่อเศรษฐกิจสังคมและการเมืองไทย ตอนที่๑”. จุลสารกลุ่มประชาชนเพื่อประชาธิปไตย. ปีที่ ๔ ฉบับที่ ๓๗ (ธันวาคม ๒๕๔๖) : ๔๘.

ศิริ พันธทา. “หลักสุจริตธรรมกับการบริหารองค์การอย่างยั่งยืน”. Journal of Modern Learning Development. ปีที่ ๑ ฉบับที่ ๑ (มกราคม – มิถุนายน ๒๕๕๙) : ๑-๖.

๕) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ :

เกียรติพงษ์ อุดมธนะธีระ. กระบวนการติดต่อสื่อสาร (Communication Process). [ออนไลน์], แหล่งที่มา : <https://www.iok2u.com/article/business administrator/ communication process> [๑๕ มีนาคม ๒๕๖๗].

บรรณานุกรม (ต่อ)

ประชาชาติธุรกิจ. ๑๒ เดือน ๑๒ เทศกาล นโยบายชัชชาติ สีสันใหม่กรุงเทพฯ. [ออนไลน์].
แหล่งที่มา : <https://www.prachachat.net/politics/news-941144> [๑๖ เมษายน ๒๕๖๖].

ปราบ เลหาโรจนพันธุ์. Communication Strategy สื่อสารแบบ ชัชชาติ ลิทธิพันธุ์. [ออนไลน์],
แหล่งที่มา : <https://workpointtoday.com/communication-strategy-team-chatchat/> [๑ สิงหาคม ๒๕๖๗].

พระมหาพรหม ธรรมหาโส. สุจริตธรรมในฐานะเครื่องมือป้องกันการทุจริตคอร์รัปชันในสังคมไทย
ปัจจุบัน. [ออนไลน์] แหล่งที่มา : <https://www.mcu.ac.th/article/detail/439> [๑๕ มีนาคม ๒๕๖๖].

พระราชบัญญัติ. ระเบียบบริหารราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. ๒๕๒๘. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา :
<https://official.bangkok.go.th/page/16> [๑๒ มกราคม ๒๕๖๗].

พิชญา อุทัยเจริญพงษ์, วันนี้ผู้ว่าฯ ทำอะไร, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : <https://readtheloud.co/chadchartofficial/> [๑ สิงหาคม ๒๕๖๗].

อิศราวดี ชำนาญกิจ. New World Order การจัดระเบียบโลกใหม่ ที่ผู้นำควรรู้. [ออนไลน์].
แหล่งที่มา : Available URL: <http://leadership.exteen.com/20090420/new-world-order> [๕ มกราคม ๒๕๖๖].

๖) สัมภาษณ์ :

สัมภาษณ์. พระครูสุธีภิตติบัณฑิต, รศ.ดร. ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มจร. วันที่ ๑๙
กรกฎาคม ๒๕๖๖.

พระปลัดระพีณ พุทธิสารโร, รศ.ดร. รองคณบดีคณะสังคมศาสตร์ ฝ่ายวิชาการ มจร. ๑๘
กรกฎาคม ๒๕๖๖.

ผศ.ดร.นรพัชร เสาธงทอง. อาจารย์ประจำคณะรัฐศาสตร์ ม.ปทุมธานี. ๒๑ กรกฎาคม
๒๕๖๖.

ว่าที่ ร.ต. ดร.เอกรินทร์ ศิริรัตน์ชัย. อาจารย์ประจำคณะรัฐศาสตร์ ม.ปทุมธานี. ๒๓
กรกฎาคม ๒๕๖๖.

อาจารย์ ดร.กาญจนา ดำจตุ. อาจารย์ประจำภาควิชารัฐศาสตร์ มจร. ๒๓ กรกฎาคม
๒๕๖๖.

นายพนม อนุวงศ์ ณ ลำพูน. หัวหน้าฝ่ายปกครอง เขตบางคอแหลม. ๑ สิงหาคม ๒๕๖๗.

นายสีลม แสงแก้ว. ประธานชุมชนซอยโรงเจ. ๑ สิงหาคม ๒๕๖๗.

นายลือศักดิ์ เอกชน. ประธานชุมชนบาหยัน. ๒ สิงหาคม ๒๕๖๗.

บรรณานุกรม (ต่อ)

สัมภาษณ์. นายปวิณ แพทยานนท์. สมาชิกสภากรุงเทพมหานคร เขตบางคอแหลม. ๓ สิงหาคม ๒๕๖๗.

๒. ภาษาอังกฤษ :

(I) Books:

Agree. W.K.. Ault P.H.. & Emery. E. **Introduction to Mass Communication**. New York, 1976.

Almond and Coleman. **The Politics of the Developing Area**. Princeton: Princeton University Press, 1960.

Berelson & Steiner. **Human Behavior**. New York: Harcourt Brace and World, 1964.

Chaffee Ellen Earic & William G. Tierney. **Collegiate Culture and Leadership Strategies**. New York: American Council on Education and Macmillan, 1988.

David K. Berio. **The Process of Communication**. New York: Holf. Rinehart and Winston Inc., 1960.

Davito. J.A.. **Human Communication**. 8th ed. New York: Longman, 2000.

Denton. Woodward. Brian Mcnair. **An Introduction to Political Communication**. London: Routledge, 2003.

Everett M. Roger & F. Floyd Shoemaker. **Communication of Innovation**. New York: The Free Press, 1971.

George A. Miller. **Language an Communication**. New York: McGraw-Hill, 1996.

George Gerbner. "W on Defining Communication: Still another View". **W Journal of Communication**. No.16 (June. 1996): 102.

Harold D.Lasswel. **The Structure and Functional of Communication in Society. The Communication of Ideals**. Lyman Brysoned. New York. NY: Harper and Row Publishers, 1948.

J.F O' Cornor. **Good Faith in International Law**. Aldershot: Dartmouth Publishing Company Limited, 1991.

John Fiske. **Perspective on Human Communication**. New York: Macmillan, 1987.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Kreitner. R. **Management**. 10th ed.. Boston. MA: Houghton Mifflin, 2007.
- Lussier. **Effective Leadership**. 3th ed.. Ohio: South-Western, 2019.
- MacNair. **An Introduction to Political Communication** 2nd ed.. New York: Routledge, 1999.
- Pennock and Smith. David G.. **Political Science**. New York: McMillan, 1997.
- Ray Robert. **Rhetorica. The Work of Aristotle** W.D. Rossed. London: Oxford University, 1964.
- Robbins. S. P. & Coulter. M. **Management**. 7th ed. Upper Saddle River. New Jersey: Prentice Hall, 2002.
- Rush and Altoff. **An Introduction to Political Sociology**. London: Thomas Nelson and Son, 1971.
- Schramm. W.. **Nature of Communication Between Humans**. Urbana IL: University of Illinois, 1974.
- Tubbs. S. L. & Moss. S.. **Human Communication**. Boston: McGraw – Hill, 2000.
- Warren W. Weaver. **The Mathematical Theory of Communication**. Urbana. Ill: University of Illinois Press, 1949.
- Wood. J. T. **Communication in Our Lives**. 2nd ed.. Belmont. CA: Wadsworth, 2000.
- Yamane. Taro. **Statistics: An Introductory Analysis**. New York: Harpen and Row, 1967.







แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง การสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลา

ปี ๒๕๖๕-๒๕๖๖

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ตามหลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา รัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย เพื่อรวบรวมเป็นข้อมูลทางวิชาการสำหรับศึกษา ค้นคว้าและเพื่อประโยชน์สำหรับการวิจัยและขอรับรองว่าจะไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความกรุณาจากท่านในการตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อ ตามความเห็น ของท่าน เพื่อจะนำไปวิเคราะห์ให้เป็นประโยชน์ดังที่กล่าว ข้อมูลที่ท่านตอบจะถือเป็นความลับและ นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลบนแบบภาพรวมเท่านั้น

แบบสอบถามนี้ มี ๓ ตอน ดังนี้

ตอนที่ ๑ แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ ๒ แบบสอบถามเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ ๓ แบบสอบถามเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่า ราชการกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถามนี้เป็นอย่างสูง

นางสาวพรรณนารายณ์ เข้มเพชร

นิสิตหลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตอนที่ ๑ แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง. โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง □ หน้าข้อความที่เป็นจริง

๑. เพศ

() ๑. ชาย

() ๒. หญิง

๒. อายุ

() ๑. อายุ ๑๘-๓๐ ปี

() ๒. อายุ ๓๑-๔๐ ปี

() ๓. อายุ ๔๑-๕๐ ปี

() ๔. อายุ ๕๑-๖๐ ปี

() ๕. อายุ ๖๑ ปีขึ้นไป

๓. ระดับการศึกษาสูงสุด

() ๑. ประถมศึกษา

() ๒. มัธยมศึกษา

() ๓. ปวช. ปวส. อนุปริญญา

() ๔.ปริญญาตรี

() ๕. สูงกว่าปริญญาตรี

๔. อาชีพ

() ๑. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

() ๒. พนักงานบริษัทเอกชน

() ๓. ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว

() ๔. รับจ้าง

() ๕. ไม่ได้ประกอบอาชีพ

๕. ระดับรายได้

() ๑. ต่ำกว่า ๑๕,๐๐๐ บาท

() ๒. ๑๕,๐๐๑ - ๒๐,๐๐๐ บาท

() ๓. ๒๐,๐๐๑ - ๒๕,๐๐๐ บาท

() ๔. ๒๕,๐๐๑ บาทขึ้นไป

ตอนที่ ๒ : แบบสอบถามเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง

ข้อที่	การสื่อสารทางการเมือง	ระดับการปฏิบัติ				
		มากที่สุด (๕)	มาก (๔)	ปานกลาง (๓)	น้อย (๒)	น้อยที่สุด (๑)
๑	ด้านการสร้างทัศนคติทางการเมือง					
	๑) ท่านเห็นว่าผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร มีวิธีการหาเสียงที่ประชาชนประทับใจ					
	๒) ท่านเห็นว่าผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร สร้างภาพลักษณ์ใหม่ๆในการหาเสียง					
	๓) ท่านเห็นว่าผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร สร้างบรรยายกาศหาเสียงที่แตกต่างกับ พรรคอื่นๆ					
๒	ด้านการสร้างความสนใจในเมือง					
	๑) ท่านเห็นว่าผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร มีวิธีการสื่อสารที่ทำให้ประชาชนสนใจ การเมือง					
	๒) ท่านเห็นว่าผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ใจพุดให้เหตุผลถึงประโยชน์ของการมี ส่วนร่วมทางการเมือง					
	๓) ท่านเห็นว่าผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร มีความตั้งใจและปรารถนาดีต่อการ ปกครองในระบอบประชาธิปไตย					
๓	ด้านการสร้างความรู้และความเข้าใจทาง การเมือง					
	๑) ท่านเห็นว่าผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ติดต่อสอบถามทางหน่วยงานราชการ เมืองในการขอความกระจ่างเกี่ยวกับ ปัญหาของประชาชน					
	๒) ท่านเห็นว่าผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมและ ประเทศชาติและประชาชน					

ข้อที่	การสื่อสารทางการเมือง	ระดับการปฏิบัติ				
		มากที่สุด (๕)	มาก (๔)	ปานกลาง (๓)	น้อย (๒)	น้อยที่สุด (๑)
	๓) ท่านเห็นว่าผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครติดต่อสื่อสารโดยตรงกับพื้นที่ที่เกิดปัญหา					
๔	ด้านการสร้างบทบาททางการเมือง					
	๑) ท่านเห็นว่าผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร มีวิธีการทำงานที่ไม่เหมือนใคร เช่น การไลฟ์สดทุกเช้า					
	๒) ท่านเห็นว่าผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ประหยัดงบประมาณในการหาเสียง					
	๓) ท่านเห็นว่าผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร มีการวางแผนหาเสียงไว้ก่อนการเลือกตั้งอย่างต่อเนื่องให้ประชาชนเกิดความศรัทธา					

ตอนที่ ๓ การสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

ข้อที่	การสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรม	ระดับการปฏิบัติ				
		มากที่สุด (๕)	มาก (๔)	ปานกลาง (๓)	น้อย (๒)	น้อยที่สุด (๑)
	๑. ด้านการไม่พูดเท็จ					
	๑) ท่านเห็นว่าผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปฏิบัติตามที่พูดไว้					
	๒) ท่านเห็นว่าผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปฏิบัติเป็นแบบอย่างในการปฏิบัติตามคำสัญญาที่ให้ไว้กับประชาชน					
	๓) ท่านเห็นว่าผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ปฏิบัติตนเป็นนักการเมืองที่ดี					
	๒. ด้านการไม่พูดคำส่อเสียด					

ข้อที่	การสื่อสารทางการเมืองตามแนววจีสุจริตธรรม	ระดับการปฏิบัติ				
		มากที่สุด (๕)	มาก (๔)	ปานกลาง (๓)	น้อย (๒)	น้อยที่สุด (๑)
	๑) ท่านเห็นว่าผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครไม่พุดจาสื่อเสียดกลุ่มผลประโยชน์ทางการเมืองที่ท่านไม่เห็นด้วย					
	๒) ท่านเห็นว่าผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครยกย่องนักการเมืองที่ปฏิบัติดีปฏิบัติชอบ					
	๓) ท่านเห็นว่าผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครแสดงออกในการสนับสนุนนักการเมืองตัวยวจาที่เป็นธรรม					
	๓. ด้านการไม่พุดคำหยาบ					
	๑) ท่านเห็นว่าผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครไม่กล่าวคำหยาบในการหาเสียง					
	๒) ท่านเห็นว่าผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครไม่กล่าวคำหยาบต่อลูกน้อง					
	๓) ท่านเห็นว่าผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครไม่พุดจาหยาบคาย					
	๔. ด้านการไม่พุดเพื่อเจ้อ					
	๔) ท่านเห็นว่าผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครพุดดีมีสาระ					
	๕) ท่านเห็นว่าผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครไม่กล่าวพาดพิงนักการเมือง					
	๖) ท่านเห็นว่าผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครเลือกสื่อด้วยด้วยเหตุผลมากกว่าความชอบส่วนบุคคล					



แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย
การสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ ๑ ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth interview)

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์..... ฉายา/นามสกุล.....

ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน.....

สถานที่สัมภาษณ์.....

วัน เดือน ปีที่สัมภาษณ์.....

ตอนที่ ๒ การประยุกต์หลักจริยธรรม ประกอบด้วย

ตอนที่ ๓ ข้อคำถามแบบสัมภาษณ์

๑. ท่านคิดการสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในการไม่พูดเท็จ ต่อประชาชน ควรสื่อสารอย่างไร ในการสร้างทัศนคติทางการเมือง สร้างความสนใจทางการเมือง สร้างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเมือง สร้างบทบาททางการเมือง ควรสื่อสารอย่างไร

.....

.....

.....

๒. ท่านคิดการสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในการไม่พูดสื่อเสียด ต่อประชาชน ควรสื่อสารอย่างไร ในการสร้างทัศนคติทางการเมือง สร้างความสนใจทางการเมือง สร้างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเมือง สร้างบทบาททางการเมือง ควรสื่อสารอย่างไร

.....

.....

.....

.....

๓. ท่านคิดการสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในการไม่พูดคำหยาบ ต่อประชาชน ควรสื่อสารอย่างไร ในการสร้างทัศนคติทางการเมือง สร้างความสนใจทางการเมือง สร้างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเมือง สร้างบทบาททางการเมือง ควรสื่อสารอย่างไร

.....

.....

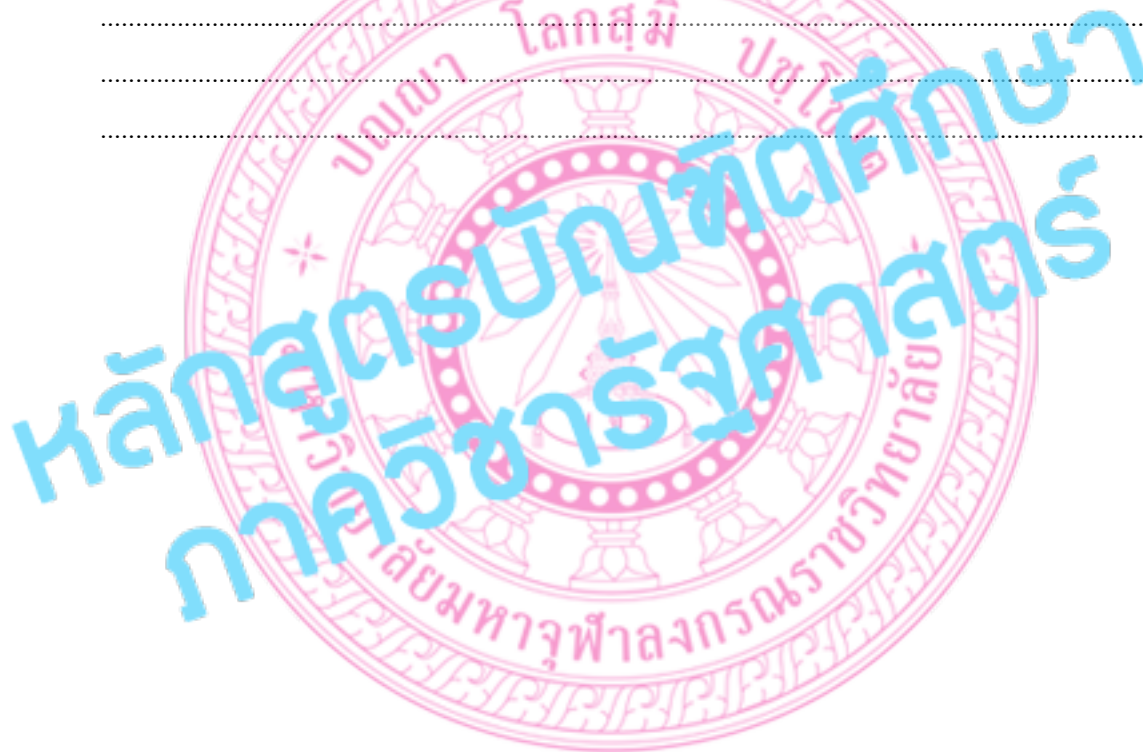
.....

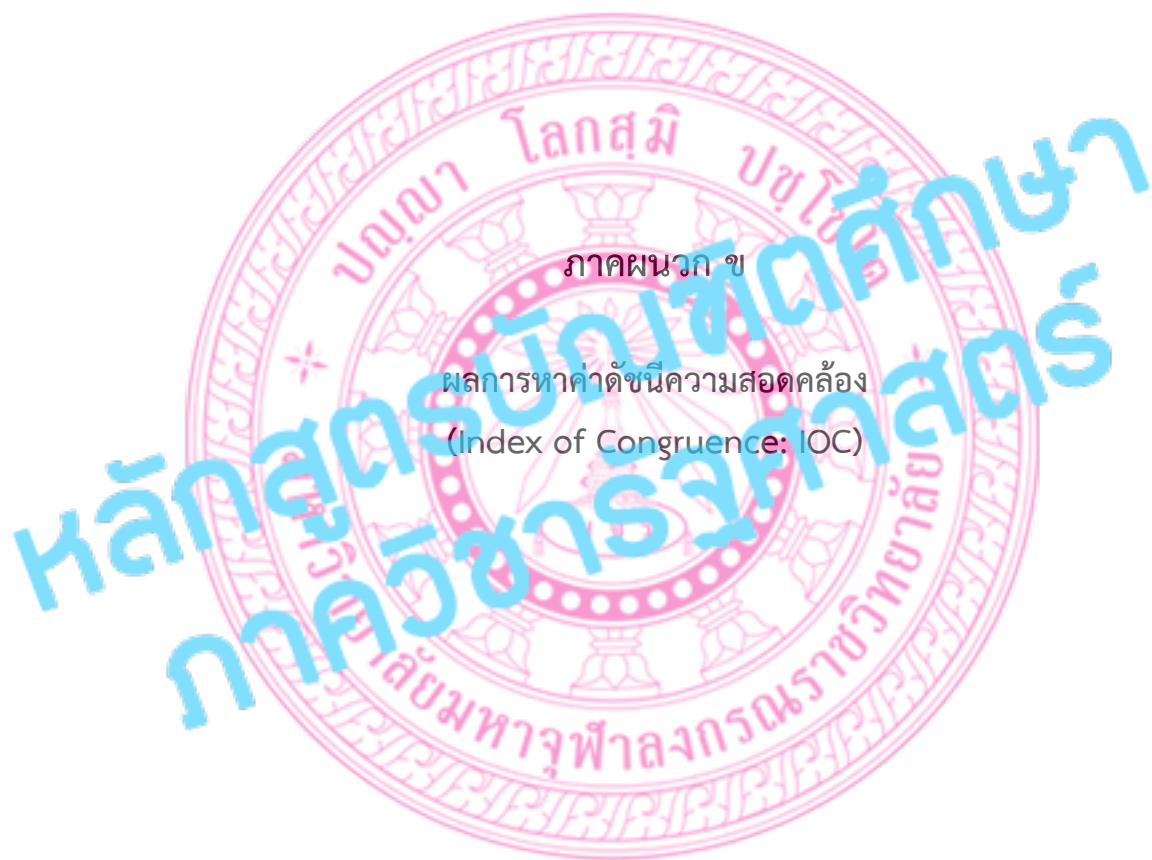
๔. ท่านคิดการสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในการไม่พูดเพื่อเจื้อ ต่อประชาชน ควรสื่อสารอย่างไร ในการสร้างทัศนคติทางการเมือง สร้างความสนใจทางการเมือง สร้างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเมือง สร้างบทบาททางการเมือง ควรสื่อสารอย่างไร

.....

.....

.....





ผลการหาค่าดัชนีความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์เป็นรายข้อ (IOC) ของแบบสอบถาม
เรื่อง “การสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในระยะเวลา
ปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖”

ตอนที่ ๒ : การสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครใน
ระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖

การสื่อสารทางการเมืองของผู้ว่า ราชการกรุงเทพมหานครใน ระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖	ผู้เชี่ยวชาญคนที่					สรุปและแปลผล		
	๑	๒	๓	๔	๕	รวม	ค่า IOC	แปลผล
๑. ด้านการสร้างความทัศนคติทาง การเมือง								
ข้อ ๑	+๑	+๑	+๑	+๑	+๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
ข้อ ๒	+๑	+๑	+๑	+๑	+๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
ข้อ ๓	+๑	+๑	+๑	+๑	+๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๒. ด้านการสร้างความสนใจใน การเมือง								
ข้อ ๑	๐	+๑	+๑	+๑	+๑	๔	๐.๘๐	ใช้ได้
ข้อ ๒	+๑	+๑	+๑	+๑	+๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
ข้อ ๓	+๑	+๑	+๑	+๑	+๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๓. ด้านการสร้างความรู้และความ เข้าใจทางการเมือง								
ข้อ ๑	+๑	+๑	+๑	+๑	+๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
ข้อ ๒	+๑	+๑	+๑	+๑	+๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
ข้อ ๓	+๑	+๑	+๑	+๑	+๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๔. ด้านการสร้างความรู้และความ เข้าใจทางการเมือง								
ข้อ ๑	+๑	+๑	+๑					
ข้อ ๒	+๑	+๑	+๑					
ข้อ ๓	+๑	+๑	+๑					

ตอนที่ ๓ การสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครใน
ระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - พ.ศ. ๒๕๖๖

การสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร								
๑. หลักการไม่พูดเท็จ								
ข้อ ๑	+๑	+๑	+๑	+๑	+๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
ข้อ ๒	๐	+๑	+๑	+๑	+๑	๔	๑.๐๐	ใช้ได้
ข้อ ๓	+๑	+๑	+๑	+๑	+๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๒. หลักการไม่พูดคำส่อเสียด								
ข้อ ๑	+๑	+๑	+๑	+๑	+๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
ข้อ ๒	+๑	+๑	+๑	+๑	๐	๔	๐.๘๐	ใช้ได้
ข้อ ๓	+๑	+๑	+๑	+๑	+๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๓. หลักการไม่พูดคำหยาบ								
ข้อ ๑	+๑	+๑	+๑	๐	+๑	๔	๐.๘๐	ใช้ได้
ข้อ ๒	+๑	+๑	+๑	+๑	+๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
ข้อ ๓	+๑	+๑	+๑	+๑	+๑	๕	๑.๐๐	ใช้ได้
๔. หลักการไม่พูดเพ้อเจ้อ								
ข้อ ๑	+๑	+๑	+๑	+๑	+๑	๕		
ข้อ ๒	+๑	+๑	+๑					
ข้อ ๓	+๑	+๑	+๑					



การวิจัยเรื่อง “การสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครใน
ระยะเวลาปี ๒๕๖๕-๒๕๖๖”

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.956	24

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y11	173.9667	935.344	.888	.956
Y12	174.1000	937.266	.858	.956
Y13	174.1000	943.886	.722	.956
Y21	173.7333	945.582	.706	.956
Y22	174.0667	938.478	.797	.956
Y23	173.9333	950.754	.862	.956
Y31	173.8667	946.326	.747	.956
Y32	173.9667	945.068	.730	.956
Y33	174.2000	938.717	.742	.956
Y41	174.4000	937.283	.782	.956
Y42	174.1000	941.266	.736	.956
Y43	174.0667	942.340	.721	.956
X11	174.2333	944.116	.872	.956
X12	174.2000	938.717	.864	.956
X13	174.1667	932.420	.861	.956
X21	174.2333	942.944	.731	.956
X22	174.1000	941.266	.736	.956
X23	174.0667	942.340	.721	.956

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X25	174.2333	944.116	.872	.956
X21	174.2000	938.717	.864	.956
X22	174.1667	932.420	.861	.956
X23	174.2000	951.683	.874	.956
X31	174.1010	937.266	.858	.956
X32	174.1025	943.886	.722	.956
X33	174.2667	945.789	.713	.958
X41	174.0667	938.478	.797	.956
X42	173.9333	950.754	.862	.956
X43	174.0000	947.517	.868	.956

หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต ภาควิชารัฐศาสตร์



ภาคผนวก ง

หนังสือขอความอนุเคราะห์ข้อมูล

ประวัติผู้วิจัย



ชื่อ-สกุล : นางสาวพรรณนารายณ์ เข้มเพชร

วัน/เดือน/ปีเกิด : ๔ มีนาคม ๒๕๓๙

ภูมิลำเนา : กรุงเทพมหานคร

การศึกษา

พ.ศ. ๒๕๖๐ : ปริญญาตรี สาขาการจัดการ คณะนวัตกรรมการบริหาร
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ผลงานวิชาการ : พรรณนารายณ์ เข้มเพชร “การสื่อสารทางการเมืองตามแนวจริยธรรมของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในระยะเวลาปี พ.ศ. ๒๕๖๕-พ.ศ. ๒๕๖๖”. วารสารสหวิทยาการนวัตกรรมการบริหาร. ปีที่ ๘ ฉบับที่ ๔ (กรกฎาคม-สิงหาคม ๒๕๖๘).

ปีที่เข้าศึกษา : ปีการศึกษา ๒๕๖๕

ปีที่สำเร็จการศึกษา : ปีการศึกษา ๒๕๖๗

ที่อยู่ปัจจุบัน : เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร

โทรศัพท์ : ๐๙๒-๒๕๗๑๙๐๔