

การสื่อสารเชิงพุทธเพื่อสร้างคณินยมทงการเมืองของนักการเมืองทอึงถึน ในจ้งหวัตุอูตรธานี*

BUDDHIST COMMUNICATION FOR CREATING POLITICAL POPULARITY OF LOCAL POLITICIANS IN UDONTHANI PROVINCE

นฤมล โคตรสาขา, อภินยญา จัตรชอฟ้า, สุรพล สยะพรหม

Naruemon Kotsakha, Apinya Chatchofa, Surapon Suyaprom

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

Mahachulalongkornrajavidyalaya University

Corresponding Author E-mail: naruemontammy@gmail.com

บทคัดย่อ

บทควณินยจึญนี้มึว้ตถุประสงค้เพือ 1. คณินยมทงการเมืองของนักการเมืองทอึงถึนในจ้งหวัตุอูตรธานี 2. ปัจจยที่สงผลตอ้คณินยมทงการเมืองของนักการเมืองทอึงถึนในจ้งหวัตุอูตรธานี 3. การสื่อสารเชิงพุทธเพือสร้างคณินยมทงการเมืองของนักการเมืองทอึงถึนในจ้งหวัตุอูตรธานี โดยผู้วิจัยได้กำหนดรูปแบบการวิจัยแบบผสานว้ธีการวิจัยเชิงคุณภาพใช้ว้ธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และการสนทนากลุ่มเฉพาะ และการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถาม ซึ่มีค่าความเชือมนั้ทั้งฉบับเทำกับ 0.959 เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนที่มีสิทธิเลือกต้งในจ้งหวัตุอูตรธานี จำนวน 399 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1. คณินยมทงการเมืองของนักการเมืองทอึงถึนในจ้งหวัตุอูตรธานี พบว่า ด้านนโยบายสำคัญของผู้สมัครมีการแสดงว้สัยทัศน์ให้ด้เห็น ด้านแรงสนับสนุนจากเครือขำยด้วยการมีเครือขำยที่สนับสนุนชัดเจน ด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านการใช้สื่อโฆษณาที่น่าสนใจ ด้านการหยั่งเสียงมีการหมั่นประเมินกระแสการตอบรับ 2. ปัจจยที่สงผลตอ้การสื่อสารเพือสร้างคณินยมทงการเมืองของนักการเมืองทอึงถึนในจ้งหวัตุอูตรธานีพบว่า การสื่อสารสามารถร่วมกันทำนายนคณินยมทงการเมืองของนักการเมืองทอึงถึนในจ้งหวัตุอูตรธานี ได้ร้อยละ 63.1 และหลักส้งคหวัตุ 4 สามารถ

*Received September 9, 2024; Revised September 19, 2024; Accepted November 22, 2024

ร่วมกันทำนาย ได้ร้อยละ 57.0 3. การสื่อสารเชิงพุทธเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของนักการเมืองท้องถิ่นในจังหวัดอุดรธานี พบว่า ด้านทานควรมีการเป็นผู้เสียสละเพื่อส่วนรวม ด้านปียวาจาควรมีการแสดงออกอย่างอ่อนน้อมและจริงใจ ด้านอัตถจริยาควรมีการประพฤติตนเป็นประโยชน์มีส่วนร่วม ด้านสมานัตตตาควรมีการไม่เลือกปฏิบัติ

คำสำคัญ: การสื่อสารเชิงพุทธ; ความนิยมทางการเมือง; นักการเมืองท้องถิ่น

Abstract

This research aims to 1. Political popularity of local politicians in Udon Thani Province, 2. Factors affecting political popularity of local politicians in Udon Thani Province, and 3. Buddhist communication to create political popularity of local politicians in Udon Thani Province. The researcher has set a mixed-method research model. The qualitative research used in-depth interviews with key informants and focus group discussions, and the quantitative research used a questionnaire with a reliability of 0.959. Data were collected from a sample group of 399 eligible voters in Udon Thani Province. Data was analyzed by finding frequency, percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis.

The research results found that 1. Political popularity of local politicians in Udon Thani Province was found to include the vision of candidates' important policies; support from networks by having clear networks; public relations by using interesting advertising media; and frequent assessment of feedback by polling. 2. Factors affecting communication to create political popularity of local politicians in Udon Thani Province were found to include: Communication can jointly predict the political popularity of local politicians in Udon Thani Province at 63.1 percent, and the four principles of Sanghavatthu can jointly predict at 57.0 percent. 3. Buddhist communication to create political popularity of local politicians in Udon Thani Province found that in the aspect of giving, there should be sacrifice for the public good; in the aspect of kindness, there should be humility and sincerity;

in the aspect of attachariya, there should be beneficial and participatory behavior; in the aspect of unity, there should be non-discrimination.

Keywords: Buddhist Communication; Political Popularity; Local Politicians

บทนำ

การสื่อสารทางการเมืองจึงเกี่ยวโยงกับอำนาจและผลประโยชน์ โดยมีการใช้สารสนเทศทางการเมืองมาเป็นยุทธศาสตร์การเมืองที่ใช้ในการสร้างความนิยมหรือได้รับการยอมรับ นโยบายทางการเมืองที่ผ่านมารการกลั่นกรองจนนำไปสู่การขับเคลื่อนในทางปฏิบัติ ช่องทางการสื่อสารที่จะก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน และผู้รับสารที่มีความสำคัญที่สุดโดยเป็นคนที่มีความสนใจทางการเมือง นโยบายสาธารณะ โครงการ หรือกิจกรรมที่เป็นผลมาจากระบบการเมือง (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2545) สิ่งที่แสดงออกทางการเมืองของนักการเมืองในฐานะผู้แทนประชาชนที่ได้รับการเลือกไม่ว่าจะเป็นฝ่ายรัฐบาลหรือฝ่ายค้านมักเป็นเรื่องที่มีวาระซ่อนเร้นหรือสิ่งที่ซ่อนอยู่ภายหลัง (ณัฐพงศ์ บุญเหลือ, 2556)

การสื่อสารทางการเมืองเป็นกระบวนการการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารของการเมืองเป็น กิจกรรมที่เผยแพร่ทั่วไป จากคนหนึ่งไปหาอีกคนหนึ่งหรือกลุ่มคนกลุ่มหนึ่ง เพื่อให้อีกกลุ่มหนึ่งเข้าใจ เช่น การสื่อสารหลักการบริหารงานที่แปลกใหม่เข้ามาใช้ในการกำหนดโครงสร้างนโยบายและการ บริหารประเทศ โดยการใช้แนวคิดการบริหารธุรกิจมาปรับใช้ในการบริหารบ้านเมือง มาใช้กับหน่วยงานราชการและประชาชน โดยส่งผลให้เกิดนโยบายสาธารณะที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงจาก ประชาชนเป็นระยะเวลารวดเร็วที่สำคัญคือเป็นนโยบายประชานิยมที่ให้ผลประโยชน์โดยตรงแก่ ชาวบ้านโดยไม่ต้องผ่านระบบอุปถัมภ์ของนักการเมืองในจังหวัด รวมทั้งนักการเมืองท้องถิ่น (อเนก เหล่าธรรมทัศน์, 2549) การสื่อสารทางการเมืองมีความเกี่ยวโยงกับอำนาจและผลประโยชน์ที่เป็นเป้าหมายในการให้ ได้มาซึ่งคะแนนนิยมผ่านการนำเสนอทางสารสนเทศทางการเมืองในรูปแบบยุทธศาสตร์การเมืองนโยบายทางการเมืองที่ผ่านมารการกลั่นกรองจนนำไปสู่การขับเคลื่อนในทางปฏิบัติ ช่องทางการสื่อสารที่สามารถเห็นได้ชัดเจนส่วนใหญ่จะได้แก่ รัฐบาล พรรคการเมือง สื่อสารมวลชน หรือช่องทางการสื่อสารอื่น ๆ ที่จะเป็นการกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน และผู้รับสารคือคนที่มีความสนใจทางการเมือง นโยบายสาธารณะ โครงการหรือกิจกรรมที่เป็นผลมาจากระบบการเมือง (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2545) การสื่อสารทางการเมืองในสังคมไทย โดยเฉพาะการปกครองในระบอบ

ประชาธิปไตยที่แสดงให้เห็นถึงการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนนับว่ามีความสำคัญมาก ยิ่งในยุคปัจจุบันที่มีการพัฒนาด้านเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีความสะดวกรวดเร็วและสามารถเข้าถึงได้ง่ายยิ่งขึ้น จนกล่าวได้ว่าสังคมปัจจุบันว่าเป็น “สังคมแห่งการสื่อสาร” (The Communication Society) (พุทธธิสาณ ชุมพล, 2556) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารเพื่อให้เกิดความนิยมในตัวนักการเมืองท้องถิ่นในปัจจุบันนี้เองนั้น ต้องเริ่มจากการมีภาพลักษณ์ที่ดีอันเป็นสิ่งสำคัญในการเกิดความน่าเชื่อถือและศรัทธา ซึ่งคุณสมบัติของการเป็นนักการเมืองที่ดีที่เป็นส่วนสำคัญในการเกิดมาตรฐานของผู้นำที่จะต้องมีความประพฤติดี มีคุณธรรมที่จะเป็นประโยชน์ต่อการบริหารประเทศชาติ มีคุณประโยชน์ที่มีการแสดงถึงการทำงานเพื่อส่วนรวมด้วยความเสียสละไม่เห็นแก่ตัว มีวิสัยทัศน์กว้างไกล และที่สำคัญมีคุณธรรมจริยธรรมซื่อสัตย์จริงใจต่อประชาชนและประเทศชาติ (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2539)

ดังนั้นการขับเคลื่อนการสร้างความนิยมของนักการเมืองท้องถิ่นโดยใช้สื่อสารเชิงพุทธนั้น ถือเป็นเครื่องมือที่สำคัญเป็นอย่างมากของนักการเมืองท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองให้กับประชาชน ซึ่งจากสถานการณ์ปัญหาของการใช้สื่อที่เป็นเครื่องมือชวนเชื่อมากกว่าเป็นการแสดงออกทางภาพลักษณ์อย่างจริงจัง ทำให้ประชาชนมักจะสนใจกับคนที่มีความเชื่อเสียงส่วนหนึ่งมาจากการสื่อสารในทุกรูปแบบและช่องทางการสื่อสารในปัจจุบัน จึงทำให้อิทธิพลของสื่อมีอิทธิพลอย่างมากต่อการเกิดความนิยมของประชาชนในตัวนักการเมืองท้องถิ่น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความนิยมทางการเมืองของนักการเมืองท้องถิ่นในจังหวัดอุดรธานี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความนิยมทางการเมืองของนักการเมืองท้องถิ่นในจังหวัดอุดรธานี
3. เพื่อนำเสนอการสื่อสารเชิงพุทธเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของนักการเมืองท้องถิ่นในจังหวัดอุดรธานี

วิธีดำเนินการวิจัย

1. รูปแบบของการวิจัย

เพื่อให้การวิจัยครั้งนี้มีประสิทธิภาพและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดรูปแบบการวิจัยโดยใช้การวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methods

Research) ทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพที่ใช้วิธีการในการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และการวิจัยเชิงปริมาณด้วยวิธีการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 399 คน

2. ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชาชนที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไปที่มีสิทธิในการออกเสียงเลือกตั้งในจังหวัดอุดรธานี จำนวน 131,652 คน (สำนักงานคณะกรรมการเลือกตั้งจังหวัดอุดรธานี, ออนไลน์, 2566) คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane (1973) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 399 คน ซึ่งได้ใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

2.2 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยแบ่งผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ประกอบด้วย กลุ่มนักวิชาการหรือผู้ปฏิบัติงานด้านพระพุทธศาสนาจำนวน 3 รูป กลุ่มนักวิชาการหรือผู้ปฏิบัติงานด้านรัฐศาสตร์จำนวน 3 คน กลุ่มผู้ปฏิบัติงานที่นัการเมืองท้องถิ่นจำนวน 4 คน กลุ่มผู้ปฏิบัติหน้าที่ผู้นำชุมชนจำนวน 4 คน ตัวแทนประชาชนจำนวน 4 คน รวมจำนวน 18 รูปหรือคน โดยกำหนดผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบ เฉพาะเจาะจง (Purposive Selection) ตามคุณสมบัติที่เกี่ยวกับเรื่องที่วิจัย

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

วิจัยเชิงคุณภาพผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และการวิจัยเชิงปริมาณ ด้วยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม ซึ่งมีการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาที่มีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยใช้เทคนิค IOC จากการคำนวณค่าและคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องพบว่า มีค่าดัชนีความสอดคล้องที่ 0.80 - 1.00 และได้ค่าความเชื่อมั่นใน ภาพรวมเท่ากับ 0.959

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 การวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประกอบด้วย กลุ่มนักวิชาการหรือผู้ปฏิบัติงานด้านพระพุทธศาสนาจำนวน 3 รูป กลุ่มนักวิชาการหรือผู้ปฏิบัติงานด้านรัฐศาสตร์ จำนวน 3 คน กลุ่มนัการเมืองท้องถิ่นจำนวน 4 คน กลุ่มผู้นำชุมชน จำนวน 4 คน กลุ่มตัวแทนประชาชน จำนวน 4 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 18 รูปหรือคน และการสนทนากลุ่มเฉพาะจากผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นผู้มีความเกี่ยวข้องกับการวิจัยมีส่วนเกี่ยวข้อง จำนวน 8 รูปหรือคน พร้อมทั้งการบันทึกเทป

4.2 การวิจัยเชิงปริมาณเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) จากประชาชนที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไปที่เป็นผู้มีสิทธิเลือกตั้งในจังหวัดอุดรธานีใน 5 เขต

5. การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงพรรณนา และการศึกษาเชิงปริมาณจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญการใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาโดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบ Stepwise ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

ผลการวิจัย

1. ความนิยมทางการเมืองของนักการเมืองท้องถิ่นในจังหวัดอุดรธานี ผลการวิจัยพบว่า ด้านนโยบายสำคัญของผู้สมัครด้วยการแสดงวิสัยทัศน์ให้ได้เห็นว่ามีเหมาะสมทั้งความรู้และความสามารถในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในการเสียสละ ด้านแรงสนับสนุนจากเครือข่ายด้วยการมีเครือข่ายที่สนับสนุนชัดเจนที่ถือได้ว่าเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งและการเข้าถึงเครือข่ายใหม่ ๆ ที่อยู่ในสังคม ด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านการใช้สื่อโฆษณาด้วยการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจเพื่อกระตุ้นให้ประชาชนเกิดความสนใจการสื่อสารที่มีความหลากหลายและการสร้างกระแสสังคมด้วยการเข้าไปมีบทบาทสำคัญในการช่วยเหลือสังคม ด้านการสำรวจความคิดเห็นด้วยการหมั่นประเมินกระแสการตอบรับที่ต้องมีการตรวจสอบกระแสความนิยมและการสอบถามประชาชนอย่างต่อเนื่องถึงคุณลักษณะผู้นำที่ต้องการ ซึ่งข้อมูลเกี่ยวกับความนิยมทางการเมืองของนักการเมืองท้องถิ่นในจังหวัดอุดรธานี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.69)

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความนิยมทางการเมืองของนักการเมืองท้องถิ่นในจังหวัดอุดรธานี โดยภาพรวม

ความนิยมทางการเมือง	ระดับการปฏิบัติ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ผลิตภัณฑ์คือนโยบายสำคัญของผู้สมัคร	3.79	0.81	มาก
2. การตลาดแบบผลักดันคือแรงสนับสนุนผ่านเครือข่าย	4.00	0.78	มาก
3. การตลาดแบบดึงดูดคือการประชาสัมพันธ์ผ่านการใช้ สื่อโฆษณา	3.68	0.74	มาก
4. การหยั่งเสียงคือการสำรวจความคิดเห็น	3.72	0.79	มาก
ภาพรวม	3.80	0.69	มาก

2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความนิยมทางการเมืองของนักการเมืองท้องถิ่นในจังหวัดอุดรธานี ผลการวิจัยพบว่า 1. การสื่อสารของนักการเมืองท้องถิ่น ส่งผลต่อ ความนิยมทางการเมืองของนักการเมืองท้องถิ่นในจังหวัดอุดรธานีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 แสดงว่าการสื่อสารของนักการเมืองท้องถิ่น สามารถร่วมกันทำนายความนิยมทางการเมืองของนักการเมืองท้องถิ่นในจังหวัดอุดรธานี ได้ร้อยละ 63.1 2) หลักสังคหวัตถุ 4 ส่งผลต่อความนิยมทางการเมืองของนักการเมืองท้องถิ่นในจังหวัดอุดรธานี แสดงว่าหลักสังคหวัตถุ 4 สามารถร่วมกันทำนายความนิยมทางการเมืองของนักการเมืองท้องถิ่นในจังหวัดอุดรธานี ได้ร้อยละ 47.0 จึงสามารถสรุปได้ว่า การสื่อสารของนักการเมืองท้องถิ่น (X1) มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β_1) เท่ากับ 0.631 และปัจจัยสังคหวัตถุ 4 (X2) มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β_1) เท่ากับ 0.470 จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย ผลการวิเคราะห์ดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2 แสดงการสื่อสารของนักการเมืองท้องถิ่นส่งผลต่อความนิยมทางการเมืองของนักการเมืองท้องถิ่นในจังหวัดอุดรธานี

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	β		
ค่าคงที่ (Constant)	0.828	0.117		7.085**	.000
ผู้สื่อสาร	0.274	0.037	0.317	7.451**	.000
ด้านสาร	0.218	0.037	0.270	5.872**	.000
ด้านผู้รับสาร	0.290	0.037	0.327	7.889**	.000
ค่าคงที่ (Constant)	1.278	0.15		8.585**	.000
ด้านทาน	0.104	0.043	0.131	2.410**	.016
ด้านปิยวาจา	0.256	0.059	0.310	4.351**	.000
ด้านอัตถจริยา	0.198	0.056	0.211	3.520**	.000
ด้านสมานัตตตา	0.108	0.052	0.116	2.065**	.040

3. การสื่อสารเชิงพุทธเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของนักการเมืองท้องถิ่นในจังหวัดอุดรธานี พบว่า 1. ด้านทานการให้และการเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ด้วยการเป็นผู้เสียสละทำเพื่อส่วนรวมช่วยเหลือประชาชนอย่างจริงใจและมุ่งมั่นสร้างสาธารณะประโยชน์ 2. ด้านปิย

วาทะวาจาสุภาพด้วยการแสดงออกอย่างอ่อนน้อมถ่อมตนเป็นพื้นฐานการพูดจาไพเราะ และจริงใจและการเป็นคนพูดจริงทำจริงเป็นผู้ที่รับผิดชอบคำพูด 3. ด้านอัตถจริยาด้วยการประพฤติตนเป็นประโยชน์มีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชนเสมอ เป็นผู้นำในการช่วยเหลือสังคมและสนับสนุนการทำงานทุกภาคส่วน 4. ด้านสมานัตตาคความมีตนสม่าเสมอไม่เลือกปฏิบัติด้วยปฏิบัติต่อทุกคนอย่างเท่าเทียมไม่เลือกปฏิบัติ รับผิดชอบหน้าที่อยู่เสมอและเป็นคนมีความเสมอต้นเสมอปลายต้องเป็นคนที่ไม่ว่าจะผ่านเวลานานแค่ไหนก็ยังคงปฏิบัติดีเช่นเดิมไม่เปลี่ยนแปลง

อภิปรายผลการวิจัย

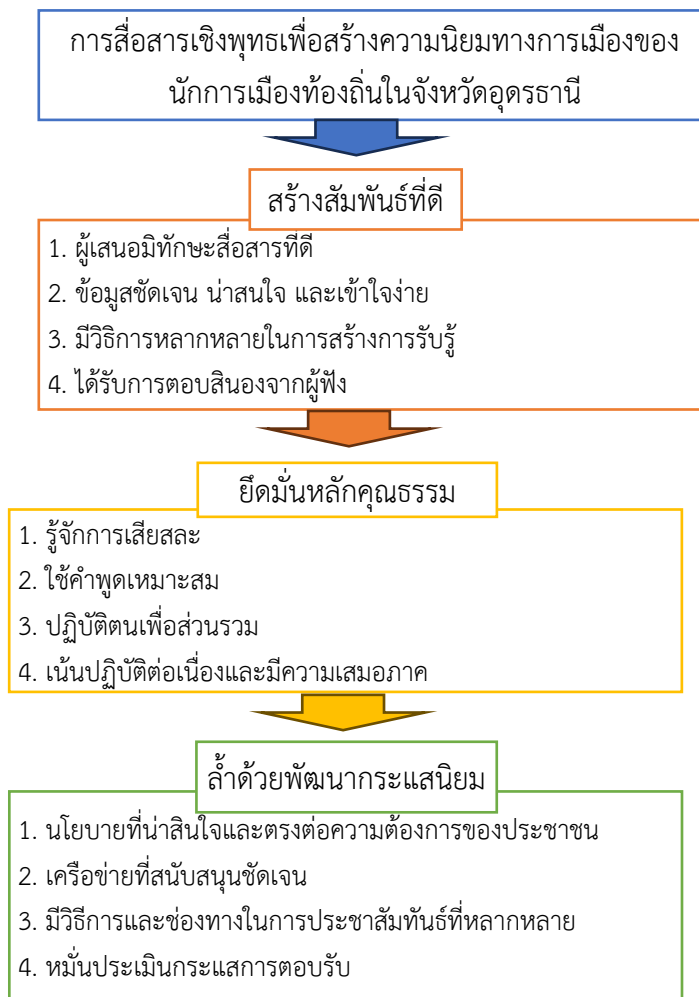
1. ความนิยมทางการเมืองของนักการเมืองท้องถิ่นในจังหวัดอุดรธานี พบว่า ด้านนโยบายสำคัญของผู้สมัครด้วยการแสดงวิสัยทัศน์ให้ได้เห็นว่ามีเหมาะสมทั้งความรู้และความสามารถในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในการเสียสละ ด้านแรงสนับสนุนจากเครือข่ายด้วยการมีเครือข่ายที่สนับสนุนชัดเจนที่ถือได้ว่าเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งและการเข้าถึงเครือข่ายใหม่ ๆ ที่อยู่ในสังคม ด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านการใช้สื่อโฆษณาด้วยการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจเพื่อกระตุ้นให้ประชาชนเกิดความสนใจการสื่อสารที่มีความหลากหลายและการสร้างกระแสสังคมด้วยการเข้าไปมีบทบาทสำคัญในการช่วยเหลือสังคม ด้านการสำรวจความคิดเห็นด้วยการหมั่นประเมินกระแสการตอบรับที่ต้องมีการตรวจสอบกระแสความนิยมและการสอบถามประชาชนอย่างต่อเนื่องถึงคุณลักษณะผู้นำที่ต้องการ ซึ่งข้อมูลเกี่ยวกับความนิยมทางการเมืองของนักการเมืองท้องถิ่นในจังหวัดอุดรธานี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.69) สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประคอง มาโต (2564) เรื่อง การส่งเสริมความนิยมทางการเมืองของประชาชนมีต่อนักการเมืองในจังหวัดอุทัยธานี พบว่า ด้านค่านิยมเชิงผลประโยชน์ นักการเมืองวางแผนการทำประโยชน์ ศึกษาปัญหา รับฟังปัญหาของพื้นที่ เข้าช่วยเหลือความเดือดร้อนที่มี มีจิตในการพัฒนาคิดถึงประชาชนเป็นหลัก ด้านการกล่อมเกลາทางการเมือง การสื่อสารกับประชาชน นักการเมืองติดบอร์ดให้ความรู้ความเข้าใจ ติดบอร์ดรับฟังปัญหาในพื้นที่ ด้านลักษณะนิสัยของนักการเมือง นักการเมืองเป็นผู้มีลักษณะชอบ ช่วยเหลือประชาชน มีความซื่อสัตย์สุจริต ตรงไปตรงมา พูดจริงทำจริง และเป็นคนดี ด้านความรู้ันักการเมืองเป็นผู้มีความสามารถในการบริหาร ด้านความสัมพันธ์กับเครือข่ายนักการเมืองมีความสัมพันธ์กับคนอื่น เป็นผู้มีความสัมพันธ์กับชุมชน มีความสัมพันธ์กับผู้นำท้องถิ่นในพื้นที่ สามารถเข้าถึงประชาชนได้ทุกระดับ

2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความนิยมทางการเมืองของนักการเมืองท้องถิ่นในจังหวัดอุดรธานี ผลการวิจัยพบว่า 1. การสื่อสารของนักการเมืองท้องถิ่น ส่งผลต่อ ความนิยมทางการเมืองของนักการเมืองท้องถิ่นในจังหวัดอุดรธานีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 แสดงว่าการสื่อสารของนักการเมืองท้องถิ่น สามารถร่วมกันทำนายความนิยมทางการเมืองของนักการเมืองท้องถิ่นในจังหวัดอุดรธานี ได้ร้อยละ 63.1 2) หลักสังคหวัตถุ 4 ส่งผลต่อความนิยมทางการเมืองของนักการเมืองท้องถิ่นในจังหวัดอุดรธานี แสดงว่าหลักสังคหวัตถุ 4 สามารถร่วมกันทำนายความนิยมทางการเมืองของนักการเมืองท้องถิ่นในจังหวัดอุดรธานี ได้ร้อยละ 47.0 จึงสามารถสรุปได้ว่า การสื่อสารของนักการเมืองท้องถิ่น (X1) มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β_1) เท่ากับ 0.631 และปัจจัยสังคหวัตถุ 4 (X2) มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (β_1) เท่ากับ 0.470 จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ พระครูธรรมธรรมบุญเที่ยง พุทธสาวิโก (ลักษณะพลวงค์) (2564) เรื่อง การบูรณาการหลักพุทธธรรมกับการสื่อสารทางการเมืองเพื่อเสริมสร้างความสมานฉันท์ พบว่า สภาพทั่วไปของการสื่อสารทางการเมือง พบว่า ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสาร ผู้รับสาร ทั้ง 4 ข้อมีด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ได้แก่ ด้านผู้รับสาร ผู้ส่งสารไม่สามารถส่งสารไปให้กับประชาชนได้ มีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน มีความคิดที่จะครอบงำความคิดของประชาชนให้เป็นไปในทางเดียวกัน ตัวสารเองอาจไม่มีความเป็นจริง และไม่สามารถถ่ายทอดข้อมูลที่เป็นจริงไปให้ประชาชนคนอื่นได้รับทราบและรับรู้ ด้านช่องทางการสื่อสาร การใช้ช่องทางการสื่อสารสะดวก รวดเร็วประหยัด ด้านผู้รับคือผู้ที่สำคัญที่สุด นักการเมืองมีการแต่งกายเหมาะสมถูกต้องตามกาลเทศะ มีการพูดคุยกับบุคคลที่เห็นต่างทางการเมือง มีจิตเมตตาปรารถนาดีต่อประชาชนทั้งต่อหน้าและลับหลัง มีการแบ่งปันข้อมูลข่าวสารให้กับประชาชน มีความประพฤติทางกาย ทางวาจา ทางใจ อย่างสุจริต

3. การสื่อสารเชิงพุทธเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของนักการเมืองท้องถิ่นในจังหวัดอุดรธานี พบว่า ด้านทานการให้และการเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ด้วยการเป็นผู้เสียสละทำเพื่อส่วนรวมช่วยเหลือประชาชนอย่างจริงใจและมุ่งมั่นสร้างสาธารณประโยชน์ ด้านปิยวาจา วาจาสุภาพ ด้วยการแสดงออกอย่างอ่อนน้อมถ่อมตนเป็นพื้นฐานการพูดจาไพเราะและจริงใจและการเป็นคนพูดจริงทำจริงเป็นผู้ที่รับผิดชอบคำพูด ด้านอัตถจริยาด้วยการประพฤติตนเป็นประโยชน์มีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชนเสมอ เป็นผู้ผู้นำในการช่วยเหลือสังคมและสนับสนุนการทำงานทุกภาคส่วน ด้านสมานัตตตาความมีตนสม่าเสมอไม่เลือกปฏิบัติด้วยปฏิบัติต่อทุกคนอย่างเท่าเทียมไม่เลือกปฏิบัติ รับผิดชอบหน้าที่อยู่เสมอและเป็นคนมีความเสมอต้นเสมอปลายต้องเป็นคนที่ไม่ว่าจะผ่านเวลานานแค่ไหนก็ยังคงปฏิบัติดี

เช่นเดิมไม่เปลี่ยนแปลง สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุมาลี บุญเรือง และ สุรพล สุยะพรหม (2566) เรื่อง การบูรณาการหลักพุทธธรรมเพื่อส่งเสริมความนิยมทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อนักการเมืองในจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า การส่งเสริมความนิยมทางการเมืองโดยใช้หลักสังคหวัตถุ 4 เป็นแนวประพฤติปฏิบัติ ประกอบด้วย ทาน การให้ที่ยิ่งใหญ่ ปิยะวาจา การพูดอย่างสร้างสรรค์ อตถจริยา รับผิดชอบต่อชีวิตของตนและทุกคนในชุมชนทุกคน สมานัตตตามีน้ำใจปรารถนาเพื่อประโยชน์สุขที่เกิดขึ้นต่อส่วนรวมอย่างแท้จริง

องค์ความรู้จากการวิจัย



ภาพที่ 1 องค์ความรู้จากการวิจัย

สรุปองค์ความรู้ที่ได้สังเคราะห์จากการวิจัยที่แสดงให้เห็นถึงการสื่อสารที่จะช่วยสร้างให้เกิดความนิยมทางการเมือง การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสร้างความเข้าใจและเชื่อมโยงกับประชาชนอย่างมีประสิทธิภาพ การสื่อสารที่ดีไม่เพียงแต่ทำให้ข้อมูลและนโยบายทางการเมืองเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง แต่ยังช่วยสร้างความไว้วางใจ ความเชื่อมั่น และการสนับสนุนจากประชาชนได้ด้วย ซึ่งพบประเด็นสำคัญดังนี้

1. สร้างสัมพันธ์ที่ดี ต้องมุ่งเน้นในการสื่อสารอย่างจริงจัง การสื่อสารอย่างจริงจังเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจจากผู้รับสาร ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารในชีวิตประจำวันหรือในบริบททางการเมืองและสังคม การสื่อสารที่จริงจังแสดงถึงความเปิดเผย ความซื่อสัตย์ และความเคารพต่อความรู้สึกและความคิดเห็นของผู้อื่น การนำเสนอข้อมูลต่างๆ ด้วยความจริงใจ นำเสนอข้อมูลจริงการแสดงความจริงใจผ่านการเปิดเผยความจริงเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งสามารถส่งผลให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีขึ้นและเสริมสร้างการสนับสนุนจากผู้คนรอบตัวได้ ซึ่งก็ได้นำหลักสังคหวัตถุธรรมมาสนับสนุนในการปฏิบัติต่อกันด้วยการเป็นกัลยาณมิตรที่ดีทั้งด้วยกาย วาจา และใจ ที่ทำให้เกิดความรู้สึกดีต่อกันในการช่วยเหลือกัน ใ้วาจาอย่างเหมาะสม และสร้างประโยชน์ให้กับส่วนรวมโดยไม่เลือกปฏิบัติ แนวทางดังกล่าวย่อมทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีตามมา

2. ยึดมั่นหลักคุณธรรม การยึดมั่นหลักคุณธรรมในการสร้างความนิยมทางการเมืองเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความไว้วางใจจากประชาชน และทำให้ผู้นำหรือพรรคการเมืองได้รับการยอมรับอย่างยั่งยืน โดยไม่ใช่เพียงการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในระยะสั้น แต่เป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ลึกซึ้งและมีคุณค่าระหว่างผู้นำกับประชาชน การยึดมั่นในหลักคุณธรรมยังช่วยป้องกันการเกิดความเสื่อมเสียในระยะยาว และสร้างความยั่งยืนทางการเมืองได้ดียิ่งขึ้น การซื่อสัตย์และเปิดเผยข้อมูลอย่างตรงไปตรงมาเป็นรากฐานสำคัญของการสร้างความนิยมทางการเมือง ผู้นำที่ยึดมั่นในความจริงจะได้รับการยอมรับและไว้วางใจจากประชาชน รวมไปถึงการแสดงออกด้วยความเสียสละต่อสังคมที่จะเป็นภาพลักษณ์ที่ดีในการนำเสนอตัวตนของนักการเมืองให้ได้รับความนิยตามมา การนำหลักสังคหวัตถุธรรมมาใช้ในการเป็นคุณธรรมประจำใจเพื่อให้เกิดการประพาสที่ดีที่ประกอบไปด้วยการแสดงออกอย่างเหมาะสม พุทจาติ และการช่วยเหลือผู้อื่นอย่างเท่าเทียม

3. ถ้าวัยพัฒนากระแสนิยม กระแสนิยมเป็นสิ่งที่สามารถขับเคลื่อนความสนใจและการสนับสนุนจากประชาชน ซึ่งหากสามารถจัดการและพัฒนาให้เกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ก็จะช่วยให้นโยบายหรือประเด็นต่างๆ ได้รับการตอบรับอย่างกว้างขวาง

กระแสนิยมสามารถพัฒนาได้ผ่านการใช้กลยุทธ์ที่ผสมผสานทั้งการสื่อสาร การมีส่วนร่วมจากกลุ่มเป้าหมาย และการสร้างภาพลักษณ์ที่โดดเด่น การสื่อสารที่ชัดเจนและทรงพลังเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างกระแสนิยม การใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย เช่น สื่อสังคมออนไลน์ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน และการสื่อสารโดยตรงกับประชาชน ช่วยให้ข้อความเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนากระแสนิยมต้องเริ่มจากการเข้าใจความต้องการ ความสนใจ และพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย การประเมินความชื่นชอบแล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับประชาชนในกลุ่มเป้าหมายจะช่วยให้สามารถพัฒนาเนื้อหาหรือแนวคิดที่ตอบสนองต่อความต้องการของพวกเขาได้ จากที่กล่าวมาข้างต้นผลจากการสร้างสัมพันธ์ที่ดีและยึดมั่นในคุณธรรมย่อมทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. นักการเมืองท้องถิ่นกำหนดนโยบายที่ตอบสนองความต้องการของประชาชน ด้วยการที่ ภาครัฐสำรวจความต้องการของประชาชน นำมากำหนดนโยบายเพื่อตอบสนองความต้องการ
2. หน่วยงานภาครัฐควรมีนโยบายกำหนดคุณสมบัติของนักการเมืองต้นแบบ มีการพัฒนาคุณสมบัตินักการเมืองให้เป็นไปตามความต้องการ
3. นักการเมืองท้องถิ่นควรส่งเสริมเครือข่ายทุกระดับในการสร้างประโยชน์ให้สาธารณะเพื่อจะเป็นแบบอย่างในการมีภาพลักษณ์ที่ดี

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1. ควรส่งเสริมให้นักการเมืองต้องมีบทบาทในการสนับสนุนกิจกรรมการพัฒนาชุมชนในพื้นที่เพื่อประโยชน์ของประชาชน
2. ควรสนับสนุนให้นักการเมืองพัฒนาคุณลักษณะที่เหมาะสมด้วยการมีความรู้ความสามารถที่เป็นการพัฒนาตนให้ทำงานเพื่อสังคม
3. ควรส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพของนักการเมืองให้เกิดการตื่นตัวในการปฏิบัติหน้าที่เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดีให้กับสังคม

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความนิยมทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อการเมือง

2. ควรศึกษาอิทธิพลที่ส่งผลต่อความนิยมทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อนักการเมือง

3. ควรศึกษาองค์ประกอบของหลักธรรมที่เหมาะสมในการเสริมสร้างความนิยมทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อนักการเมือง

เอกสารอ้างอิง

ณัฐพงศ์ บุญเหลือ. (2566). *นักการเมืองถิ่นจังหวัดสุพรรณบุรี*. นนทบุรี: บริษัท เอ.พี. กราฟิก ดีไซน์และการพิมพ์ จำกัด.

ประคอง มาโต. (2564). *การส่งเสริมความนิยมทางการเมืองของประชาชนมีต่อนักการเมืองในจังหวัดอุทัยธานี* (ดุชนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์). พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

พระครูธรรมธรบุญเที่ยง พุทธสวโก (ลักษณะพลวงค์). (2564). *การบูรณาการหลักพุทธธรรมกับการสื่อสารทางการเมืองเพื่อเสริมสร้างความสมานฉันท์* (ดุชนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์). พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

พฤทธิสาน ชุมพล. (2556). *ระบบการเมืองความรู้เบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามลดา.

สมเด็จพระอริยวงศาคตญาณ (วาสน์ วาสโน). (2528). *สังคหวัดถุ 4*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหามกุฏราชวิทยาลัย.

สำนักงานคณะกรรมการเลือกตั้งจังหวัดอุดรธานี. (2566). *ประกาศการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดอุดรธานี*. สืบค้น 14 ธันวาคม 2566, จาก <https://www.vote62.com/digitize/list/>.

สุมาลี บุญเรือง และสุรพล สุษะพรหม. (2566). การบูรณาการหลักพุทธธรรมเพื่อส่งเสริมความนิยมทางการเมืองของประชาชนที่มีต่อนักการเมืองในจังหวัดบุรีรัมย์. *วารสารพุทธนวัตกรรมการจัดการ*, 6(3), 99-112.

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2545). *สื่อสารกับการเมือง* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: ประสิทธิ์ ภัณฑ์ แอนด์ พรินติ้ง.

อเนก เหล่าธรรมทัศน์. (2549). *ทักษิณา-ประชานิยม : ความหมาย ปัญหา ทางออก*. นนทบุรี: สถาบันพระปกเกล้า.