

การสร้างภาพลักษณ์เกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบันเทิงที่เข้าทำงานทางการเมือง



นางสาวสุภาภรณ์ สุธรรมโกศล

สถาบันวิทยบริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชาภาษาไทย ภาควิชาภาษาไทยและสื่อสารการแสดง

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2547

ISBN 974-53-1530-3

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CREDIBILITY IMAGE BUILDING OF ENTERTAINING PROFESSIONALS WHO TURN TO  
WORK IN POLITICAL OCCUPATION



Miss Supaporn Suthamgosol

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Arts in Speech Communication

Department of Speech Communication and Performing Arts

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2004

ISBN 974-53-1530-3



สุภาภรณ์ สุธรรมโกศล:การสร้างภาพลักษณ์เกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบันเทิงที่สนใจเข้าทำงานการเมือง. (CREDIBILITY IMAGE BUILDING OF ENTERTAINING PROFESSIONALS WHO TURN TO WORK IN POLITICAL OCCUPATION ) อ. ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นงลักษณ์ ศรีอัญญาพร เจริญงาม 140 หน้า. ISBN 974-53-1530-3.

การวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบันเทิงที่เข้าทำงานทางการเมือง และสำรวจทัศนคติของบุคคลทั่วไปที่มีต่อภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบันเทิงที่เข้าทำงานทางการเมือง โดยใช้แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 4 กลุ่ม ได้แก่ 1. กลุ่มบุคคลในวงการบันเทิงที่สนใจเข้าทำงานทางการเมือง(จำนวน 23 คน) 2. กลุ่มบุคคลในวงการบันเทิงที่ไม่สนใจเข้าทำงานทางการเมือง (จำนวน 30 คน) 3. กลุ่มนักการเมือง(จำนวน 30 คน) 4. กลุ่มบุคคลทั่วไปในสาขาอาชีพอื่นๆ(จำนวน 100 คน)

ผลการวิจัยพบว่า

1. กลุ่มบุคคลในวงการบันเทิงที่สนใจเข้าทำงานการเมืองจำเป็นต้องสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ เพราะยังขาดประสบการณ์การทำงานการเมือง และควรวางแผนล่วงหน้าในการเข้าทำกิจกรรมทางการเมือง และกิจกรรมสังคมเพื่อส่วนรวม เพื่อสร้างการยอมรับ และความไว้วางใจจากประชาชน
2. บุคคลทั่วไปคิดว่าบุคคลในวงการบันเทิงที่เข้าทำงานทางการเมืองสามารถเปลี่ยนภาพลักษณ์ให้เกิดความน่าเชื่อถือได้ ทั้งนี้ต้องมีการเปลี่ยนแปลงบุคลิกภาพก่อนและหลังเข้าทำงานทางการเมือง

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาควิชาวาทวิทยาและสื่อสารการแสดง  
สาขาวิชาวาทวิทยา  
ปีการศึกษา2547

ลายมือชื่อนิสิต.....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

##4685133528 : MAJOR SPEECH COMMUNICATION

KEY WORD: CREDIBILITY / CREDIBILITY IMAGE BUILDING / ENTERTAINING PROFESSIONALS / WORK IN POLITICAL

SUPAPORN SUTHAMGOSOL: CREDIBILITY IMAGE BUILDING OF ENTERTAINING PROFESSIONALS WHO TURN TO WORK IN POLITICAL OCCUPATION. THESIS ADVISOR :ASST.PROF. NONGLUCK SRIUSSADAPORN CHAROENNGAM, Ph.D, 140 pp. ISBN 974-53-1530-3

The main purpose of this qualitative research was to investigate the process of building a credibility image of entertaining professionals who had turned to work in political occupation. In addition, the study was aimed to survey people's attitudes toward this issue. Interview and questionnaires data were collected from 23 entertainers who were interested in political work, 30 entertainers who were not interested political work, 30 politicians, and 100 people who worked in other different occupations.

The study found that lacking political work experience, entertainers who wanted to work in political career needed to build up their credibility. The study also suggests that they should plan to be actively involved in political activities and community services in order to gain future acceptance and trustworthiness from the people. However, before and after entering the political career, they need to change or adjust their personality to become more credible.

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Department Speech Communication and Performing Arts.

Field of study Speech Communication Student's signature.....

Academic year 2004 Advisor's signature.....

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษานี้จะไม่สามารถประสบความสำเร็จได้อย่างดี หากปราศจากการให้ความอนุเคราะห์  
เกื้อกูลของบุคคลต่างๆ ซึ่งมีส่วนสำคัญในผลสำเร็จของงานวิจัย ดังที่ผู้วิจัยจะได้น้อมรำลึกถึงความกรุณาที่ได้รับ  
จากแต่ละท่าน

บุคคลแรกคือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นงลักษณ์ ศรีอักษรภาพร เจริญงาม อาจารย์ที่ปรึกษา  
วิทยานิพนธ์ ซึ่งเป็นผู้ให้คำแนะนำปรึกษาที่มีคุณค่า จุดประกายความคิดของผู้วิจัยให้ได้เรียนรู้ทั้งกระบวนการ  
ทำวิจัย และกระบวนการคิด ซึ่งจะมีประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตของผู้วิจัยต่อไป อีกทั้งความเมตตาและกำลังใจ  
ของท่านอาจารย์ที่ทำให้ผู้วิจัยรู้สึกถึงคุณค่าของความรักความหวังดีของท่านอาจารย์ที่มีต่อลูกศิษย์ เท่าที่  
อาจารย์ผู้หนึ่งจะมีได้ ผู้วิจัยต้องขอกราบขอบพระคุณอย่างเป็นทางการเป็นอย่างสูง มา ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์อวยพร พานิช ที่กรุณาเสียสละเวลาเป็นประธานสอบ  
วิทยานิพนธ์ รวมถึงรอยยิ้มของท่านอาจารย์ที่ทำให้เวลาท้อแท้ ลูกศิษย์คนนี้สามารถยิ้มและมีกำลังใจในการ  
ทำงานต่อไปได้ และกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ศิริชัย พงษ์วิชัย ที่กรุณาเสียเวลาเป็นกรรมการสอบ  
วิทยานิพนธ์ รวมทั้งการประสิทธิประสาทวิชาความรู้ทางสถิติที่เป็นประโยชน์ต่อการทำวิจัยมาก

ขอบพระคุณคณาจารย์ภาควิชาวาทวิทยาและสื่อสารการแสดงที่ให้ความเมตตา และถ่ายทอด  
ความรู้ จนสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในบริบทต่างๆ ของสังคมเพื่อให้เกิดประโยชน์ได้

ขอบคุณกลุ่มตัวอย่างทุกท่าน ที่เสียสละเวลาอันมีค่าของท่านในการให้ข้อมูลในการทำวิจัยขึ้นนี้  
ซึ่งเป็นผลทำให้ทราบถึงกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณมิตรภาพอันแสนดีของเพื่อนๆ วาทีวิทยารุ่น 6 ที่เป็นกำลังใจยามเหนื่อย  
ล้า คอยซัพพอร์ตยามท้อแท้ รวมถึงเพื่อนๆ คนสนิทของผู้วิจัย สำหรับความช่วยเหลือทุกด้าน ไม่ว่าจะเวลาใด  
ผู้วิจัยสามารถขอคำปรึกษาได้เสมอ ผู้วิจัยคงทำงานวิจัยขึ้นนี้ไม่สำเร็จหากขาดมิตรภาพที่แสนดีและความรัก  
จากเพื่อนๆ

และสุดท้ายผู้วิจัยต้องขอกราบขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ และครอบครัวของผู้วิจัยที่หมั่นดูแล และ  
ให้กำลังใจตลอดการทำวิจัยขึ้นนี้ ทำให้เกิดความมุ่งมั่นจนเกิดเป็นความสำเร็จอีกขั้นหนึ่งของชีวิต กราบ  
ขอบพระคุณอย่างสูงค่ะ

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฌ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	3
1.3 ปัญหาคำวิจัย .....	3
1.4 ขอบเขตการวิจัย .....	3
1.5 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย .....	4
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	6
2. แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	7
3. ระเบียบวิธีวิจัย .....	28
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	28
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	31
3.3 การทดสอบเครื่องมือ .....	34
3.4 วิธีการเก็บข้อมูล .....	34
3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล .....	35
4. ผลการวิจัย .....	36
4.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง .....	36
4.2 ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	38
5. สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ .....	84

## สารบัญ ( ต่อ )

รายการอ้างอิง .....	114
ภาคผนวก .....	117
ภาคผนวก ก.....	118
ภาคผนวก ข.....	124
ภาคผนวก ค.....	130
ภาคผนวก ง.....	136
ภาคผนวก จ.....	139
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์ .....	140



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
ตารางที่ 4.1 แสดงข้อมูลกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และสาขาอาชีพในวงการบิน .....37	37
ตารางที่ 4.2 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ของบุคคลในวงการบินที่สนใจทำงานทางการเมือง ..... 41	41
ตารางที่ 4.2.1 แสดงเหตุผลของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ของบุคคลในวงการบินที่สนใจเข้าทำงานการเมือง ..... 41	41
ตารางที่ 4.3 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อผลกระทบของภาพลักษณ์ของคนในวงการบินที่มีต่อความน่าเชื่อถือในการทำงานการเมือง..... 42	42
ตารางที่ 4.3.1 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อภาพลักษณ์ของคนในวงการบินที่จะทำลายหรือส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่ทำงานการเมือง..... 43	43
ตารางที่ 4.4 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการเป็นบุคคลในวงการบินจะมีส่วนส่งเสริม ผลักดัน หรือสนับสนุนให้ได้รับการเลือกตั้งเข้ามาบริหารประเทศ..... 44	44
ตารางที่ 4.4.1 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการเป็นบุคคลในวงการบินจะมีส่วนส่งเสริม ผลักดัน หรือสนับสนุนให้ได้รับการเลือกตั้งเข้ามาบริหารประเทศ..... 45	45
ตารางที่ 4.5 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อเรื่องคุณสมบัติส่วนตัวเรื่องการศึกษาของผู้สมัครรับเลือกตั้งสส. จะเป็นหรือไม่ที่จะต้องจบการศึกษาในด้านการเมืองการปกครอง..... 46	46
ตารางที่ 4.5.1 แสดงเหตุผลของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อเรื่องคุณสมบัติส่วนตัวเรื่องการศึกษาของผู้สมัครรับเลือกตั้งสส. จะเป็นหรือไม่ที่จะต้องจบการศึกษาในด้านการเมืองการปกครอง..... 47	47
ตารางที่ 4.6 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อเรื่องภูมิหลังครอบครัวของนักการเมืองจะมีส่วนช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของนักการเมือง..... 48	48
ตารางที่ 4.6.1 แสดงเหตุผลของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อเรื่องภูมิหลังครอบครัวของนักการเมืองจะมีส่วนช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของนักการเมือง..... 48	48
ตารางที่ 4.7 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อความคิดเรื่องภาพลักษณ์ของคนในวงการบินเป็นสิ่งที่ดีตัวไปถึงแม้จะเลิกประกอบอาชีพนี้.....50	50

ตาราง	หน้า
ตารางที่4.8 แสดงความคิดเห็นผลของกลุ่มตัวอย่างต่อประสบการณ์การทำงานในวงการบินที่สามารถช่วยส่งเสริมเรื่องภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือในการเป็นนักการเมืองได้....	51
ตารางที่4.8.1แสดงเหตุผลของกลุ่มตัวอย่างต่อประสบการณ์การทำงานในวงการบินสามารถช่วยส่งเสริมเรื่องภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือในการเป็นนักการเมืองได้.....	52
ตารางที่4.9 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อพรรคการเมืองที่บุคคลในวงการบินสังกัดจะช่วยสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของนักการเมือง.....	53
ตารางที่4.9.1แสดงเหตุผลของกลุ่มตัวอย่างต่อพรรคการเมืองที่บุคคลในวงการบินสังกัดจะช่วยสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของนักการเมือง.....	54
ตารางที่4.10 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยใดที่ช่วยส่งเสริมให้บุคคลในวงการบินที่ทำงานการเมืองได้รับความน่าเชื่อถือ และการยอมรับจากประชาชน..	56
ตารางที่4.11แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเรื่องปัจจัยที่ไม่ส่งเสริม / เป็นอุปสรรคต่อวิธีการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมือง....	58
ตารางที่4.11.1แสดงเหตุผลของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อเรื่องปัจจัยที่ไม่ส่งเสริม / เป็นอุปสรรคต่อเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมือง.....	59
ตารางที่4.12แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับระยะเวลาเตรียมตัวที่เหมาะสมของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมือง.....	60
ตารางที่4.13แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อการปรับตัวในการเตรียมตัวเข้าทำงานทางการเมืองของบุคคลในวงการบิน.....	61
ตารางที่4.14แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อเรื่องของบุคคลวงการบินที่ทำงานทางการเมืองว่าควรเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ด้านใด.....	62
ตารางที่4.15 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อการเปลี่ยนแปลงบุคลิกภาพของบุคคลในวงการบิน ช่วงก่อนและหลังเข้าทำงานทางการเมือง .....	65
ตารางที่4.15.1แสดงเหตุผลของกลุ่มตัวอย่างต่อการเปลี่ยนแปลงบุคลิกภาพของบุคคลในวงการบิน ช่วงก่อนและหลังเข้าทำงานทางการเมือง.....	66
ตารางที่4.16 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับเรื่องการมีส่วนร่วมทางการเมืองมาก่อนจะส่งผลกระทบต่อการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ.....	67
ตารางที่4.16.1แสดงเหตุผลของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับเรื่องการมีส่วนร่วมทางการเมืองมาก่อน จะส่งผลกระทบต่อสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ.....	68

ตาราง	หน้า
ตารางที่ 4.17 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อวิธีที่บุคคลบันเทิงใช้สร้างความไว้วางใจกับประชาชน.....	69
ตารางที่ 4.18 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อเรื่องการออกพื้นที่ของผู้สมัครสส.ที่มาจากคนในวงการบิน ได้ส่งเสริมการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ.....	71
ตารางที่ 4.18.1 แสดงเหตุผลของกลุ่มตัวอย่างต่อเรื่องการออกพื้นที่ของผู้สมัครสส.ที่มาจากคนในวงการบิน ได้ส่งเสริมการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ.....	71
ตารางที่ 4.19 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีความคิดเห็นต่อการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ของบุคคลบันเทิงที่สนใจเข้าทำงานการเมือง.....	74
ตารางที่ 4.20 แสดงเหตุผลของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีความคิดเห็นต่อการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ของบุคคลบันเทิงที่สนใจเข้าทำงานการเมือง.....	74
ตารางที่ 4.21 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างทั้งเกี่ยวกับความแตกต่างการสร้างความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินกับอาชีพอื่น.....	76
ตารางที่ 4.21.1 แสดงเหตุผลของกลุ่มตัวอย่างทั้งเกี่ยวกับความแตกต่างการสร้างความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินกับอาชีพอื่น.....	76
ตารางที่ 4.22 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อความคาดหวังในการทำงานทางการเมืองของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมือง.....	78
ตารางที่ 4.23 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มบุคคลทั่วไปที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ของบุคคลบันเทิงที่เข้าทำงานการเมือง.....	80
ตารางที่ 4.24 ตารางแสดงความคิดเห็นของกลุ่มบุคคลทั่วไปที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงบุคลิกภาพช่วงก่อนและหลังเข้าทำงานการเมือง.....	81
ตารางที่ 4.25 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างบุคคลทั่วไปที่มีต่อผลของการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ของบุคคลบันเทิงที่เข้าทำงานการเมือง.....	81
ตารางที่ 4.26 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างบุคคลทั่วไปต่อเรื่องภาพลักษณ์ของคนในวงการบินที่เข้าทำงานการเมืองว่าเป็นคุณสมบัติที่แท้จริง.....	82
ตารางที่ 4.27 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างบุคคลทั่วไปที่มีต่อความคาดหวังในการปฏิบัติตามนโยบายที่ให้ไว้กับประชาชนของบุคคลบันเทิงที่เข้าทำงานการเมือง.....	82
ตารางที่ 4.28 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างบุคคลในวงการบินต่อการเลือกบุคคลที่กำหนดให้ในการเลือกตั้ง.....	83

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ความน่าเชื่อถือ เป็นปัจจัยที่จำเป็นมากสำหรับการทำงานในทุกสาขาอาชีพ เนื่องจากความน่าเชื่อถือจะทำให้เกิดความไว้วางใจในการทำงานซึ่งกันและกันได้(อุไรศรี ศุภดิลลลักษณ์ ,2537:24) ความน่าเชื่อถือในอาชีพนักการเมืองก็เช่นกัน ถือว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญเพราะจะเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการยอมรับการมั่นใจในตัวนักการเมืองคนนั้น ว่าจะสามารถปฏิบัติหน้าที่ของการเป็นนักการเมืองที่ดีได้

จากการศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ของนักการเมืองกับการยอมรับของประชาชน โดย พิณดา ประยูรศิริ ( 2541) มีการศึกษาถึงภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของนักการเมืองในด้านต่างๆ ที่ประชาชนยอมรับและต้องการ คือ 1.ด้านความเป็นผู้นำทางการเมือง เช่น การมีศีลธรรม จริยธรรม ไม่เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตัว ใช้เหตุผลในการตัดสินใจแก้ปัญหาและยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น 2. ด้านคุณสมบัติส่วนตัว ซึ่งแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ คือ เรื่องภูมิหลัง ( พื้นฐานครอบครัว , การศึกษา) , เรื่องอุปนิสัย ( ความซื่อสัตย์สุจริต,ความตั้งใจ) , เรื่องประสบการณ์(ดูจากผลงานที่ผ่านมา และ ความเชี่ยวชาญในงานที่รับผิดชอบ) 3.ด้านบทบาทและหน้าที่และความรับผิดชอบของนักการเมือง เช่น การปฏิบัติได้ตามนโยบายที่ให้ไว้กับประชาชนในขณะที่ยาเสี่ยงเลือกตั้ง ซึ่งถ้านักการเมืองคนใดสามารถสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือในด้านเหล่านี้ที่ทำให้ประชาชนเกิดการยอมรับได้ นักการเมืองผู้นั้นก็จะมีโอกาสที่จะได้รับการเลือกตั้ง

ปัจจุบันคนจากหลากหลายอาชีพสนใจเข้าสู่อาชีพทางการเมือง ด้วยแรงจูงใจในการเป็นนักการเมืองที่แตกต่างกันไป จากการศึกษาเปรียบเทียบวิทยานิพนธ์ เรื่องภูมิหลัง แรงจูงใจ และพื้นฐานอำนาจของนักการเมืองในระบอบประชาธิปไตยในประเทศไทย ( อุษา ว่องวงศ์ภ ,2523) และ เรื่อง กระบวนการสื่อสารของนักการเมืองรุ่นใหม่ในการเข้าสู่อาชีพทางการเมือง (จุฑารัตน์ สัมฤทธิ์ผล,2545) ทำให้ทราบว่าแรงจูงใจในการเข้าสู่อาชีพทางการเมืองในงานวิจัยทั้งสองเล่มนี้มีผลที่คล้ายกันคือ ต้องการเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยแก้ไขปัญหาและพัฒนาประเทศ พื้นฐานของครอบครัวมีสมาชิกในครอบครัวประกอบอาชีพทางการเมืองมาก่อน แต่ในงานวิจัยเรื่องกระบวนการสื่อสารของนักการเมืองรุ่นใหม่ในการเข้าสู่อาชีพทางการเมืองมีผลการวิจัยเพิ่มเติมที่แตกต่างคือ การได้รับชักชวนจากบุคคลในวงการการเมือง

ในบรรดาบุคคลจากอาชีพต่างๆ ที่เข้าสู่อาชีพทางการเมืองในระยะที่ผ่านมา บุคคลจากวงการบันเทิงได้รับความสนใจจากประชาชนเป็นอย่างมาก จากการเลือกตั้งเมื่อวันที่ 6 มกราคม พ.ศ.2544 มีบุคคลจากวงการบันเทิงที่ลงสมัครสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรได้รับการเลือกตั้งให้ดำรงตำแหน่งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรหลายคนด้วยกัน ทั้งนี้ประเด็นที่น่าสนใจอยู่ตรงที่ภาพลักษณ์ของอาชีพวงการบันเทิง ซึ่งจะถูกมองว่าเปลี่ยนแปลงไปเรื่อยๆ ตามบทบาทการแสดงที่ได้รับ และในบางครั้งภาพของบทบาทการแสดงนั้นก็ติดตัวดารานักแสดงไปด้วย ประชาชนไม่สามารถที่จะแยกแยะได้(บทสัมภาษณ์ จินตรา สุขพัฒน์,2545:24-38) ภาพลักษณ์ของคนในวงการบันเทิงเหล่านี้จึงน่าจะส่งผลต่อภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ เพราะภาพลักษณ์ของอาชีพก่อนที่จะมาเป็นนักการเมืองนั้นจะมีความสัมพันธ์กับการยอมรับภาพลักษณ์ของนักการเมือง ( พินิดา ประยูรศิริ ,2541:132)

เรื่องของภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของอาชีพก่อนที่จะมาเป็นนักการเมืองนั้น เกิดเป็นปัญหาระดับประเทศมาแล้วในประเทศฟิลิปปินส์ ในสมัยการปกครองของประธานาธิบดี โจเซฟ เอสตราด้า ที่ชนะการเลือกตั้งด้วยฐานเสียงของการเป็นที่รู้จักของประชาชน ด้วยการเป็นนักแสดงที่มีชื่อเสียงมาก่อน แล้วร่วมลงแข่งขันชิงตำแหน่งผู้นำทางการเมือง ซึ่งท่านก็ประสบความสำเร็จได้เลือกให้เป็นประธานาธิบดี แต่เมื่อการบริหารประเทศเริ่มไปได้ระยะหนึ่ง ผลของการบริหารประเทศนั้นไม่เป็นที่พอใจสำหรับประชาชน ไม่เป็นไปตามที่ประชาชนคาดหวัง จึงทำให้เกิดการล้มรัฐบาลเกิดขึ้น และพลังเรียกร้องของประชาชนทำให้ประธานาธิบดี โจเซฟ ต้องถอนตัวออกจากตำแหน่งผู้นำ ( สีดา สอนศรี,2544 :6)

ปัญหาหนึ่งในการไม่ประสบความสำเร็จในการบริหารประเทศของประธานาธิบดีโจเซฟ ก็คือการสร้างภาพที่สวยหรู สร้างความน่าเชื่อถือว่าจะสามารถทำหน้าที่ได้ดี สร้างความฝันลมๆ แล้งๆ ให้กับประชาชน จนทำให้เขาได้รับเลือกให้เป็นประธานาธิบดี แต่พอระยะเวลาผ่านไปนานๆ ประชาชนพากันทวงถามสัญญาที่ให้ไว้จากประธานาธิบดี โจเซฟ เอสตราด้า แต่เขาไม่สามารถทำได้ ( ปรีชา หงษ์ไกรเลิศ,2544:6) ความน่าเชื่อถือที่ได้สร้างขึ้นว่าจะสามารถทำงานทางการเมืองได้โดยใช้พื้นฐานการเป็นที่รู้จักของประชาชนอาจจะมีส่วนช่วยทำให้ประธานาธิบดีโจเซฟ ได้รับการเลือกตั้ง แต่ในระยะยาวนั้นอาจจะทำให้เกิดปัญหาได้ เพราะผู้ได้รับเลือกตั้งนั้นไม่สามารถทำงานทางการเมืองได้ตามภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือที่สร้างไว้

สำหรับประเทศไทยเองนั้น ปัจจุบันนี้ลักษณะการก้าวเข้าสู่อาชีพทางการเมืองของบุคคลในวงการบันเทิงมีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นทุกที สังเกตจากข่าวการเข้าเป็นสมาชิกพรรคการเมือง



ของบุคคลในวงการบิน และเตรียมตัวเพื่อที่จะลงสมัครรับเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในเดือนมกราคม พ.ศ.2548 ( ไทยรัฐ,2547) ประชาชนควรจะดูว่าคุณคนเหล่านี้มีลักษณะของคุณสมบัติของนักการเมือง เช่น เรื่องของความรู้ความสามารถในการทำหน้าที่ มีศีลธรรมและจริยธรรมทางการเมือง เห็นแก่ประโยชน์ของสังคมและประเทศชาติ (ลิขิต ธีรเวคิน ,2542:6) หรือหากแต่มีแต่เรื่องของฐานเสียงในการเป็นที่รู้จักของประชาชนเข้ามาเกี่ยวข้องในการก้าวเข้าสู่อาชีพทางการเมือง

จึงเป็นเรื่องที่น่าศึกษาว่าการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมืองนั้น มีการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์อย่างไรบ้าง และการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือสามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนในเรื่องของบทบาทหน้าที่การเป็นนักการเมืองได้หรือไม่ อย่างไร

## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมือง
2. เพื่อสำรวจความคิดเห็นของบุคคลทั่วไปที่มีต่อภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมือง

## 3. ปัญหาวิจัย

1. กระบวนการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมืองมีลักษณะอย่างไร
2. บุคคลทั่วไปมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้ามาทำงานทางการเมืองอย่างไร

## 4. ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษากระบวนการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมือง และความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อภาพลักษณ์ของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานการเมือง โดยการวิจัยครั้งนี้เก็บข้อมูลจากบุคคล 4 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 คือ บุคคลในวงการบินที่สนใจเข้าทำงานทางการเมือง ซึ่งแบ่งเป็น 2 ประเภท

1.1 บุคคลในวงการบินที่ลงสมัครรับเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

1.2 บุคคลในวงการบินที่สนใจการเมืองโดยสมัครเป็นสมาชิกพรรคการเมือง

กลุ่มที่ 2 คือ บุคคลในวงการบินที่ไม่สนใจเข้าทำงานทางการเมือง

กลุ่มที่ 3 คือ นักการเมือง

กลุ่มที่ 4 คือ บุคคลทั่วไป

สำหรับช่วงเวลาในการเก็บข้อมูลคือช่วงเวลาระหว่างเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2547 – เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2548 โดยจะศึกษาถึงกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานการเมือง และสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างถึงความคาดหวังและบทบาทของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมือง

## 5. นิยามคำศัพท์

1. **ภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ** หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในใจของบุคคล ซึ่งเป็นความเชื่อ ความรู้สึก ทศนคติที่มีต่อบุคคลที่มาจากวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมือง โดยคุณจากองค์ประกอบเรื่องความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร ของอริสโตเติล คือ การมีความรู้ความสามารถ(Good Knowledge), การมีเจตนาดี(Good will),การมีบุคลิกภาพที่ดี (Good charater) ซึ่งความน่าเชื่อถือเหล่านี้จะส่งผลถึงความเชื่อใจ ความไว้วางใจในเรื่องการปฏิบัติหน้าที่ทางการเมืองของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานการเมือง ว่าจะสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ดีมีคุณภาพ

2. **บุคคลในวงการบินที่ลงสมัครรับเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร** หมายถึง บุคคลที่ลงสมัครรับเลือกตั้งเป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในปี พ.ศ.2548 โดยก่อนที่จะเข้ามาสมัครรับเลือกตั้ง เป็นบุคคลที่ประกอบอาชีพในวงการบินมาก่อน ในสาขาต่างๆ เช่น นักแสดง นักร้อง ผู้ประกาศข่าวและพิธีกร
3. **บุคคลในวงการบินที่สนใจทำงานทางการเมืองและเป็นสมาชิกพรรคการเมือง** หมายถึง บุคคลที่ประกอบอาชีพในวงการบินในสาขาต่างๆ เช่น นักแสดง นักร้อง ตลก ผู้ประกาศข่าวและพิธีกร และมีความสนใจทางด้านการเมือง โดยสมัครเป็นสมาชิกพรรคการเมืองต่างๆ แต่ยังไม่ได้มีการลงสมัครรับเลือกตั้งในตำแหน่งใดๆ ทางการเมือง
4. **บุคคลในวงการบินที่ไม่สนใจเข้าทำงานทางการเมือง** หมายถึง บุคคลที่ประกอบอาชีพในวงการบินในด้านสาขาต่างๆ เช่น นักแสดง นักร้อง ตลก ผู้ประกาศข่าวและพิธีกร แต่โดยบทบาทการมีส่วนร่วมทางการเมืองนั้น ไม่ได้สังกัดพรรคการเมืองใดๆ และไม่เคยลงสมัครรับเลือกตั้งในตำแหน่งใดๆ ทางการเมือง
5. **นักการเมือง** หมายถึง สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรโดยมาจากพรรคการเมืองต่างๆ
6. **บุคคลทั่วไป** หมายถึง ประชาชนทั่วไป ที่มีสิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร
7. **ความคิดเห็นของบุคคลทั่วไป** หมายถึง ระดับการยอมรับและการคาดหวังของบุคคลทั่วไปที่มีต่อภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมือง โดยที่บุคคลทั่วไปจะมีเกณฑ์ในการวัดไว้ระดับหนึ่ง ซึ่งถ้าปฏิบัติได้ตามเกณฑ์ ก็จะทำให้เกิดการยอมรับ



## 6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เป็นแหล่งข้อมูลในการศึกษาเกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมือง และเพื่อไว้ขยายเป็นฐานการศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวกับการศึกษาการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมือง
2. เป็นแนวทางสำหรับบุคคลในอาชีพต่างๆ ที่สนใจเข้าทำงานทางการเมืองเกี่ยวกับการศึกษาสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ
3. เป็นแหล่งข้อมูลพื้นฐานสำหรับบุคคลที่สนใจเข้าทำงานทางการเมืองที่จะได้ทราบความคาดหวังของประชาชนต่อภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของนักรการเมืองที่ประชาชนให้การยอมรับ



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในงานวิจัยเรื่อง การสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมือง ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามประเด็นปัญหานำวิจัยดังต่อไปนี้

- ภาพลักษณ์เกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของนักการเมือง
- บทบาทของนักการเมืองและความคาดหวังของประชาชน

#### ภาพลักษณ์เกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของนักการเมือง

เนื่องด้วยการศึกษาเรื่องภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของนักการเมือง จำเป็นที่จะต้องทราบถึง ความหมายของภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ ลักษณะและองค์ประกอบของความน่าเชื่อถือ ตลอดจนถึงกระบวนการในการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของนักการเมือง

#### ความหมายของภาพลักษณ์เกี่ยวกับความน่าเชื่อถือ

ความหมายของ” ภาพลักษณ์” มีนักวิชาการได้ให้ความหมายไว้มากมายดังต่อไปนี้ Philip Lesly ผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ที่มีชื่อเสียงผู้หนึ่งได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับคำว่าภาพลักษณ์ (image) ไว้ว่า หมายถึงความประทับใจของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่มีต่อองค์การสถาบัน บุคคล กลุ่มบุคคล ซึ่งความประทับใจดังกล่าวนี้มีรากฐานมากจากผลกระทบระหว่างบุคคลกับสิ่งนั้น ๆ ( วิรัช อภิรัตน์กุล, 2544:76)

Dr.Claude Robinson และ Dr. Walter Barlow ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับคำว่า ภาพลักษณ์ (image) หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจ ซึ่งบุคคลมีความรู้สึกนึกคิดต่อองค์การสถาบัน ภาพในใจดังกล่าวของบุคคลนั้น ๆ อาจจะได้มาจากการสัมผัสทางตรง ( direct experience) และประสบการณ์ทางอ้อม (indirect experience) ของตัวเขา เช่น ได้พบประสบมาด้วยตนเอง หรือได้ยินได้ฟังมาจากคำบอกเล่าของผู้อื่น เพื่อนฝูงญาติมิตร หรือจากกิตติศัพท์เล่าลือต่าง ๆ นานา เป็นต้น ( วิรัช อภิรัตน์กุล, 2544:77)

## ความหมายและองค์ประกอบของความน่าเชื่อถือ

ในการสื่อสารนั้น ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารจะมีผลต่อการยอมรับของผู้รับสารด้วย ทฤษฎีที่เกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารมาจากการค้นพบในการวิจัยเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้รับสารในการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ (Persuasive Communication) ซึ่งการวิจัยส่วนใหญ่พบว่า ผู้ที่มีความน่าเชื่อถือสูงจะมีความสามารถในการชักจูงใจมากกว่าผู้ที่มีความน่าเชื่อถือต่ำ เพราะฉะนั้นจะเห็นได้ว่าการสื่อสารจะประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงไร ล้วนเริ่มต้นมาจากบรรยากาศแห่งความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารเป็นสำคัญ เพราะฉะนั้นจะต้องทำให้ผู้รับสารเกิดความมั่นใจในตัวผู้ส่งสาร

ฉะนั้นความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารในที่นี้ก็หมายถึงบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมืองจัดได้ว่าเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง ความน่าเชื่อถือเป็นสิ่งที่ตรงกับอริสโตเติล (Aristotle) เรียกไว้ว่า Ethos ซึ่งได้มีการศึกษาค้นคว้ากันอย่างกว้างขวาง เพื่อสืบสาวว่า ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารมีผลต่อการสื่อสารจริงหรือไม่ (Arther R. Cohen, 1964:23) ซึ่งในการศึกษาปัจจัยหรือค้นหาตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความน่าเชื่อถือในเรื่องเหล่านี้มีคำเรียกกันต่างๆไป เช่น Ethos, ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร (source credibility) ,ความสามารถพิเศษ (Charisma)

### ความน่าเชื่อถือ (Source Credibility)

จากงานวิจัยเรื่องการตัดสินใจเลือก ส.ส. ของเยาวชนอายุ 18-19 ปีในเขตกรุงเทพมหานคร ในการเลือกตั้งทั่วไป พ.ศ. 2538 : เปรียบเทียบภาพลักษณ์ด้านการเมืองของผู้สมัคร ส.ส. จากอาชีพทั่วไปกับผู้สมัคร ส.ส. จากวงการบันเทิง ได้มีการวิจัยเกี่ยวกับความคิดเห็นของเยาวชนอายุ 18-19 ปีกับการให้ความสำคัญเกี่ยวกับภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือในด้านการเมืองของ ส.ส. โดยเปรียบเทียบระหว่างผู้สมัคร ส.ส. ของอาชีพทั่วไปและ ผู้สมัคร ส.ส. จากวงการบันเทิง มีผลการวิจัยสรุปได้ว่า เยาวชนยังคงให้ความสำคัญกับเรื่องของภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือในด้านการเมืองของผู้สมัคร ไม่ว่าจะผู้สมัครจะมาจากอาชีพใดๆ ก็ตาม โดยคุณสมบัติของภาพลักษณ์ที่ควรมี เช่น ความน่าไว้วางใจ ความเป็นผู้นำ ความสามารถในการบริหาร (ศิริรัตน์ ชมงาม, 2540:147-148) ทั้งนี้ภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือที่เกิดขึ้นสำหรับผู้สมัคร ส.ส. จะต้องมาจากความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารด้วย

ซึ่งเรื่องของความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารนั้นอริสโตเติลได้กล่าวถึงว่า บุคลิกของผู้พูดเป็นสาเหตุของการโน้มน้าวที่สำคัญของการพูด โดยอธิบายว่าเมื่อผู้ฟังไม่รู้จริงในเรื่องที่ฟัง เมื่อความเห็นถูกแบ่งแยก เมื่อนั้นผู้พูดมีความหมายมาก การโน้มน้าวใจด้วยบุคลิกมาจาก 3 ประการคือ

**Good Knowledge** เป็นผู้มีสติปัญญาลึกซึ้ง มีไหวพริบและเชาว์ปัญญา

**Good Will** แสดงให้เห็นความปรารถนาดีต่อผู้ฟัง มีความตั้งใจจริง

**Good Character** แสดงให้เห็นว่าเป็นผู้มีนิสัยดีมีอยู่ในศีลธรรม

ซึ่งพอจะสรุปความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารขึ้นกับปัจจัย 2 ประการ คือ ความสามารถหรือความเป็นผู้ชำนาญ (Competence of Expertness) และความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness) ซึ่งโฮฟแลนด์ (Hovland) กล่าวไว้ในการศึกษาของเขาพร้อมกับ Janis และ Kelly (1953:19-53) ได้ให้ขอบเขตไว้ว่า

ความสามารถหรือความเป็นผู้ชำนาญ (Competence of Expertness) หมายถึง ขอบเขตที่แหล่งสารถูกประเมินเรื่องความสามารถในการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง กล่าวให้ชัดเจนขึ้นก็คือ เป็นสิ่งที่ประเมินจากคุณสมบัติที่แหล่งสารหรือผู้ส่งสารมีในเรื่องของความรู้เกี่ยวกับสิ่งที่เขาอ้างถึงหรือกำลังพูดอยู่

ส่วนความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness) หมายถึง ระดับความเชื่อมั่นของผู้รับสารที่ประเมินเจตนาของผู้ส่งสาร ในการที่จะส่งข่าวสารหรือทำการสื่อสาร ข้อความที่ถูกต้องตรงตามความเป็นจริงที่เห็นได้ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง ก็คือ เจตนาที่ผู้ส่งสารจะพูดความจริงอย่างจริงใจเพื่อประโยชน์ของผู้ฟังส่วนรวมมิได้เคลือบแฝงความเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตน หรืออีกนัยหนึ่ง คือ ความรู้สึกมั่นใจว่าพฤติกรรมของคนอื่นที่ต่อเรานั้นจะเป็นไปในทางบวก

ปัจจัยทั้งสองประการนี้ผู้รับสารต้องมองเห็นว่ามีอยู่ในตัวผู้ส่งสาร ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารนี้ไม่ใช่สิ่งที่ผู้ส่งสารจะประกาศให้ทุกคนทราบและได้รับการยอมรับ ความน่าเชื่อถือไม่ได้มีลักษณะโดดๆ เหมือนอย่างอายุ เพศ แต่ต้องเป็นสิ่งที่ผู้รับสารมองเห็น รับรู้ และเชื่อ เช่นนั้น ซึ่งความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารจะแตกต่างกันไปตามหัวข้อของสารแต่ละเรื่องและแตกต่างกันไปในแต่ละสถานการณ์

การวิจัยด้านความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารได้พัฒนาโดย เบอร์โธ และคณะ (D.K.Berlo ,J.B.Lemert and Mertz, 1966:155-163) ซึ่งวิเคราะห์หรือออกมาได้ข้อสรุปว่ามีปัจจัย 3 ประการที่ผู้รับสารมักจะใช้ในการตัดสินใจตัดสินความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร

1. ปัจจัยที่สร้างความอบอุ่นใจและไว้ใจได้ของผู้ส่งสาร ( Safety Factor) ผู้ส่งสารที่จะมีคุณลักษณะด้านนี้ได้ต้องมีคุณสมบัติต่อไปนี้ ใจดี , เข้ากับคนอื่นได้ง่าย, มีความเป็นเพื่อน, ไม่ขัดคอใคร , น่าคบ , สุขภาพ , ไม่เห็นแก่ตัว , ยุติธรรม , รู้จักให้อภัย , เอื้อเฟื้อ , ร่าเริง, มีศีลธรรม, อดทน

2. ปัจจัยที่เป็นคุณสมบัติของผู้ส่งสาร ( Qualification Factor) ส่วนใหญ่ปัจจัยนี้จะเน้นความรู้ ความชำนาญ ประสบการณ์ของผู้ส่งสาร คุณสมบัติเหล่านี้ ได้แก่ มีประสบการณ์ในด้านใดด้านหนึ่ง, ได้รับการฝึกฝนที่ดี, มีความชำนาญ, มีอำนาจในหน้าที่, มีความสามารถ, มีเชาวน์ปัญญา

3. ปัจจัยด้านพลวัตของผู้ส่งสาร(Dynamism Factor) ปัจจัยนี้คือ ปัจจัยที่แสดงความคล่องแคล่ว กระตือรือร้น ความไม่เฉื่อยชาของผู้ส่งสาร ได้แก่ มีพลัง , เข้มแข็ง , รู้จักเอาใจเขามาใส่ใจเรา , ตรงไปตรงมา , กล้า , กระตือรือร้น , รวดเร็ว , คล่องแคล่ว

จากปัจจัยทั้ง 3 ประการดังกล่าว หากผู้รับสารพิจารณาว่าผู้ส่งสารมีคุณสมบัติดังกล่าวแล้วก็กล่าวได้ว่า ผู้ส่งสารมีความสามารถในการโน้มน้าวใจได้ เชื่อกันว่า เรื่องที่ผู้ส่งสารพูดจะมีความสำคัญน้อยกว่าบุคลิกภาพของตัวผู้ส่งสารเอง ซึ่งจะมีพลังสำคัญในการเปลี่ยนทัศนคติผู้รับสารได้มากกว่า หรืออีกนัยหนึ่งถ้าผู้ฟังเห็นว่าผู้พูดเป็นผู้ที่ไม่น่าเชื่อถือแล้ว ไม่ว่าจะเรื่องที่จะพูดเป็นเรื่องอะไรก็ย่อมจะไม่น่าเชื่อถือไปด้วย (อรรถวรรณ ปิลาพันธ์โหวาท, 2546:120-123)

ดังนั้นหากพิจารณาความน่าเชื่อถือที่น่าจะเกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ของผู้สมัครส.ส. ก็ควรจะมีปัจจัยดังนี้

1. ปัจจัยที่สร้างความอบอุ่นใจและไว้ใจได้ของผู้ส่งสาร ( Safety Factor) ทั้งหมด คือสามารถเข้ากับประชาชนได้ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และมีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ มีความยุติธรรม รวมถึงมีความอดทนในการปฏิบัติหน้าที่

2. ปัจจัยที่เป็นคุณสมบัติของผู้ส่งสาร ( Qualification Factor) ได้แก่ มีประสบการณ์ด้านกิจการบ้านเมืองและสังคม มีความชำนาญที่จะเข้ามาจัดการกับปัญหาบ้านเมือง มีความสามารถที่จะทำหน้าที่ส.ส.ได้ และมีเชาวน์ปัญญา คือมีความฉลาดและความรู้ตนเอง

3. ปัจจัยที่เป็นพลวัตของผู้ส่งสาร ( Dynamic Factor) ได้แก่ การรู้จักเอาใจของประชาชนมาใส่ใจตัวเอง เป็นคนตรงไปตรงมา เป็นคนกล้าคิดกล้าทำ เป็นคนกระตือรือร้น มีความรวดเร็วในการทำงาน และมีความคล่องตัวในการปฏิบัติงาน

นอกจากนี้ยังได้มีนักคิดท่านอื่นที่ได้พูดถึงการสร้างภาพลักษณ์ แนวคิดของบรูสตันได้เสนอว่า” ภาพลักษณ์” คือ ความดีเลิศ ซึ่งไม่ใช่ของจริง จะเห็นได้จากลักษณะที่เป็นการสังเคราะห์ขึ้นมาจากองค์ประกอบหลายๆ อย่าง เป็นสิ่งที่มีความน่าเชื่อถือได้ เป็นภาพที่มองเห็นได้ชัดเจน ง่ายดาย เข้าใจง่าย และสามารถเข้าใจได้หลายความหมายมีความกำกวม

จากความหมายของบรูสตัน ได้รวบรวมลักษณะของภาพลักษณ์ไว้ 6 ประการ คือ ( ทวินนท์ คงคราญ,2534:อ้างถึงในอารยา ถาวรวันชัย,2539:11)

1. An image is synthetic

ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ถูกประกอบขึ้นมาโดยมีการวางแผนไว้แล้ว สร้างสรรค์ขึ้นมาเพื่อสนองเป้าหมายโดยเฉพาะ และต้องการให้เกิดความประทับใจอย่างแน่นอน

2. An image is believable

ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่น่าเชื่อถือ ผู้สร้างภาพลักษณ์มักมีเจตนาที่จะทำเพื่อภาพของบุคคลหรือองค์กร การสร้างภาพลักษณ์จะไม่มีประโยชน์อะไร ถ้าไม่มีความน่าเชื่อถือ

3. An image is passive

ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่อยู่นิ่งและสมมุติขึ้นมาเพื่อให้เหมาะสมกับความเป็นจริง ผู้สร้างภาพลักษณ์จะเป็นผู้วางสิ่งนั้นให้พอดีกับภาพมากกว่าที่จะดูขัดแย้งไม่เข้ากัน และภาพลักษณ์ คือ “ ความดีที่กลายเป็นความจริงเมื่อนำมาเผยแพร่แล้วเท่านั้น”

4. An image is vivid and concrete

ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เห็นได้ชัดเจนและเป็นรูปธรรม โดยจะต้องตอบสนองเป้าหมายให้ดีที่สุดด้วยการดึงดูดความรู้สึก

5. An image is simplified

ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ทำให้ดูง่าย เพื่อกำจัดแง่มุมอันไม่พึงประสงค์ออกไป กล่าวคือ ภาพลักษณ์จะต้องเป็นสิ่งที่ทำให้ดูง่ายกว่าเป้าหมายที่เสนอออกมา และจะต้องจดจำได้ง่ายด้วย



## 6. An image is ambiguous

ภาพลักษณ์มีความหมาย 2 แง่มุม บางครั้งภาพลักษณ์จะลอยอยู่ระหว่างจินตนาการ กับความรู้สึก ระหว่างความคาดหวังกับความเป็นจริง และแม้ว่าภาพลักษณ์จะเป็นสิ่งที่ดูกำกวม แต่จะต้องไม่ใช่สิ่งที่ผิด กล่าวคือ เป็นสิ่งที่ยอมรับได้

จะเห็นได้ว่าภาพลักษณ์นั้นเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาอย่างมีจุดประสงค์ ภาพลักษณ์กับความมีชื่อเสียงถูกสร้างขึ้นมาได้เหมือนกัน ซึ่งในกรณีของบุคคลในวงการบันเทิงสามารถใช้ความมีชื่อเสียงในการสร้างภาพลักษณ์ โดยใช้กระบวนการต่างๆ และสื่อมวลชนในการสร้างภาพลักษณ์ และความน่าเชื่อถือให้แก่บุคคลเหล่านั้น แต่ก็เป็นที่ทราบกันว่าการทำให้คนยอมรับบุคคลในวงการบันเทิงในเรื่องของภาพลักษณ์นักบริหารค่อนข้างทำได้ยาก เพราะภาพที่ติดการเป็นศิลปินคนจะมีความรู้สึกว่าเป็นคนอ่อนแอ หยิบหย่อง ทำอะไรไม่เป็น ซึ่งถือว่าเป็นข้อเสียเปรียบ ในส่วนของข้อได้เปรียบ คือเป็นคนที่มีความรู้ได้รับการรู้จักแล้ว ได้รับความไว้วางใจในระดับต้น เพราะฉะนั้นสิ่งที่บุคคลในวงการบันเทิงที่เข้าทำงานทางการเมืองควรจะทำก็คือ จะต้องทำให้ประชาชนเชื่อถือว่าเป็นคนที่มีความสามารถ ความรู้ เป็นคนที่มีความเสียสละ( อริสมันต์ พงษ์เรืองรอง อ้างถึงในอลงกรณ์ ณ ระนอง,2538:98-99)

และจากการสำรวจทัศนคติของประชาชน ของสวนดุสิตโพล ในหัวข้อ “ ดารา” และ”ไฮโซ” มาสมัครเป็นส.ส. ในทัศนคติของประชาชน ประจำวันที่ 12 กรกฎาคม 2546 โดยสรุปความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการที่พรรคการเมืองจะให้ดาราและไฮโซมาลงสมัครเป็น ส.ส. อันดับ 1 จะต้องมีการพิจารณาความเหมาะสมทั้ง คุณวุฒิ วัยวุฒิ และการศึกษาที่ตรงกับการทำงาน อันดับ 2 ผู้ที่จะลงสมัครควรมีความตั้งใจจริงในการทำงาน และมีความสามารถที่จะเข้ามาทำงานเพื่อประชาชนได้ อันดับ3 บุคคลเหล่านี้มีภาพลักษณ์ที่เป็นที่รู้จักของประชาชนอยู่แล้ว จึงไม่จำเป็นที่จะต้องมีการประชาสัมพันธ์มากและเป็นการเรียกคะแนนของพรรคการเมืองทางหนึ่ง

## ความสำคัญของการสร้างภาพลักษณ์

เพราะภาพลักษณ์ของนักการเมืองมีความสัมพันธ์กับผลทางการเมือง( political impact)การสร้างภาพลักษณ์จึงมีความสำคัญ ถ้านักการเมืองคนใดมีคุณสมบัติของการเป็นนักการเมืองที่ดี หรือการมีภาพลักษณ์ที่ดีในการลงสมัครรับเลือกตั้งครั้งใดๆ นักการเมืองผู้นั้นก็จะมีโอกาสชนะการเลือกตั้ง ไม่ว่าจะประเทศใดๆ เรื่องของภาพลักษณ์ของการเป็นนักการเมืองที่

ดีเป็นสิ่งจำเป็นที่ตัวนักการเมืองจำต้องสร้างให้ประชาชนเกิดการยอมรับ(พินิตา ประยูรศิริ ,2541:23-24)

การสร้างภาพลักษณ์ เป็นกิจกรรมที่ต้องมีการวางแผนการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เข้าถึงจิตใจของประชาชนการสร้างภาพลักษณ์ผู้มีความมื่อเสียงนั้นจะต้องกระทำโดยเร็ว โดยผู้สร้างภาพลักษณ์อาจมีความมุ่งหมายหรือเหตุผลอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายประการรวมกัน ซึ่งพอประมวลได้ดังนี้

1. **เพื่อให้ได้มาซึ่งการยอมรับ ความเชื่อถือและความไว้วางใจ** ไม่ว่าจะเป็บุคคล องค์กร สินค้า หากได้รับความเชื่อถือจากประชาชนเป็นพื้นฐานแล้ว การดำเนินงานต่างๆ จะเป็นไปได้ด้วยดี โดยอาศัยความร่วมมือจากประชาชน ซึ่งในงานวิจัยนี้การที่ลงสมัครรับเลือกตั้งเป็นนักการเมือง จะต้องได้รับการยอมรับ และความเชื่อถือ ความไว้วางใจ ผู้สมัครรับเลือกตั้งถึงจะได้รับเลือกตั้งให้ดำรงตำแหน่งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ซึ่งถือว่าเป็นการประสบความสำเร็จในระดับหนึ่งของอาชีพทางการเมือง

2. **เพื่อสร้างความประทับใจครั้งแรก ( First Impression)** จากการที่คนเรามีแนวโน้มที่จะสรุปรวมจากข้อมูลเพียงบางส่วนและจากการพบเห็นครั้งแรก ดังนั้นการสร้าง ความประทับใจครั้งแรกต่อสาธารณชนจึงเป็นหัวใจสำคัญของการสร้างภาพลักษณ์อย่างเช่น เมื่อนึกถึงบริษัทที่ดำเนินกิจการเกี่ยวกับเครื่องคอมพิวเตอร์ เรามักนึกถึงไอบีเอ็ม ในฐานะของบริษัทที่บุกเบิกธุรกิจด้านนี้ ทั้ๆ ที่ ความเป็นจริงแล้วบริษัทผู้ริเริ่มคือ บริษัท สเปอริแอนด์ แต่บริษัทไอบีเอ็มเป็นบริษัทแรกที่ทำกรสร้างภาพลักษณ์

การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีก่อนย่อมจะได้เปรียบคู่แข่งโดยเฉพาะอย่างยิ่งในองค์กรธุรกิจ ซึ่งสามารถก่อความประทับใจได้รวดเร็วและยากที่จะลบเลือน การเริ่มต้นสร้างภาพลักษณ์ให้เกิดความประทับใจได้เป็นคนแรกย่อมได้เปรียบในสนามแข่งขันภาพลักษณ์

3. **เพื่อสนองต่อความคาดหวังที่เกิดเลยขอบเขต** เรามักมีความคาดหวังหรือความต้องการต่อบางสิ่งบางอย่างในลักษณะที่เกินเลยขอบเขต หรือยากที่จะเป็นไปได้ในโลกของความเป็นจริง ความคาดหวังเช่นนี้ทำให้ผู้สร้างภาพลักษณ์บางกลุ่มนำมาใช้เป็นวิธีเพื่อจะตอบสนองความต้องการในลักษณะดังกล่าว อาทิเช่น ในช่วงหาเสียงเลือกตั้ง เรามักจะคาดหวังว่าเราได้สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรเป็นคนดี มีความสามารถและเพียบพร้อมด้วยคุณธรรม ยึดมั่น



ในอุดมการณ์ ฯลฯ หากผู้สมัครรับเลือกตั้งคนใดสามารถสร้างภาพลักษณ์เพื่อตอบสนองของความคาดหวังตามแบบฉบับดังกล่าวได้ก็ย่อมมีโอกาสได้รับการเลือกตั้งสูง

**4. เพื่อผลประโยชน์ทางการค้า** ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ขายได้ แบบฉบับของภาพลักษณ์ได้กลายมาเป็นสิ่งที่สงวนลิขสิทธิ์ตามกฎหมาย ยิ่งไปกว่านั้นสินค้าบางประเภทเจ้าของผลิตภัณฑ์ไม่ได้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้เป็นจุดเน้นของการขาย หากแต่ได้ใช้ชื่อเสียงหรือภาพลักษณ์ที่ดีเป็นจุดขาย เช่น เสื้อผ้าสุภาพบุรุษ หากไม่มีการประทับยี่ห้อแล้วจะแยกความแตกต่างได้ยาก แต่เมื่อยี่ห้อปรากฏอยู่บนเสื้อผ้าเหล่านั้น ผสมผสานกับการจัดวางที่ดีก็จะทำให้สินค้าเหล่านั้นมีความแตกต่างเกิดขึ้น อาทิ ถ้าเป็นเสื้อผ้า GQ ก็จะเป็นภาพพจน์แห่งความสำเร็จ Arrow เอกลักษณ์ของบุรุษ เหล่านี้ล้วนเป็นภาพลักษณ์ที่เจ้าของผลิตภัณฑ์สร้างขึ้น (จากความว่างเปล่า) แต่ก็สามารถก่อให้เกิดความประทับใจต่อผู้ใช้สินค้า นั่นคือ ภาพลักษณ์เป็นแบบฉบับที่ขายได้ และเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมผู้ใช้สินค้า และถ้าจะมองทางด้านการเมืองให้เป็นในลักษณะการค้า ยี่ห้อต่างๆ ก็เปรียบได้กับพรรคการเมือง การสร้างภาพคือการใส่บุคลิกลักษณะให้กับตัวนักการเมือง เช่น คุณปวีณา ที่มีภาพลักษณ์ของนักการเมืองหญิงที่จะคอยคุ้มครองสิทธิของสตรี และเด็ก จนได้ชื่อว่า ปวีณา 24 ชม. ซึ่งถ้าประชาชนกลุ่มใดต้องการสส.ที่มีคุณสมบัติด้านป้องกันสิทธิเด็กและสตรีแล้ว ก็จะทำให้ความสำคัญกับคุณปวีณาก่อนทันที

**5. เพื่อให้ภาพลักษณ์เป็นตัวกำหนดพฤติกรรม** Boulding กล่าวว่า เมื่อมีเหตุการณ์อะไรบางอย่างเกิดขึ้น เหตุการณ์นั้นก็จะเปลี่ยนโครงสร้างความรู้ (Knowledge structure) หรือภาพลักษณ์ของเราไป และเมื่อภาพลักษณ์ของเราเปลี่ยนไปเราก็ต้องแสดงพฤติกรรมตามภาพลักษณ์นั้น ลักษณะดังกล่าวนี้ เป็นลักษณะที่เกิดขึ้นหลังจากที่ได้มีการสร้างภาพลักษณ์แก่สิ่งใดสิ่งหนึ่งแล้ว ในกรณีของบุคคลนั้น เรามักพบเสมอว่า คนจำนวนไม่น้อยที่คอยระแวงระวังประพฤติปฏิบัติตัวให้เป็นไปตามความคาดหวังของผู้อื่นในลักษณะเช่นนี้ เป็นผลมาจากการที่ภาพลักษณ์ของเขานั้นเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของเขาเอง

### กระบวนการสร้างภาพลักษณ์

Scott M. Cullip, Allen H. Center, Glen M. Broom (1999:340-341) ได้กล่าวไว้ว่าในกระบวนการสร้างภาพลักษณ์นั้นจะมีขั้นตอนที่สำคัญ 4 ขั้นตอน คือ

**ขั้นตอนที่ 1** ศึกษาคุณลักษณะปัญหาของภาพลักษณ์ (Defining Public Relation Problems) ซึ่งจะเป็นการดูลักษณะปัญหาที่เดิขึ้นว่าจะสามารถเกี่ยวข้องกับหรือสะท้อนอะไรได้บ้างเกี่ยวกับความคิดเห็น ทศนคติ ความรู้ หรือ พฤติกรรม ซึ่งในขั้นตอนนี้มักจะมีการวิจัยเกิดขึ้นเพื่อให้ทราบปัญหาที่ชัดเจน ซึ่งในวิธีการศึกษาก็มีมากมายขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของสถานการณ์ของปัญหานั้นๆ

**ขั้นตอนที่ 2** เป็นการวางแผนและจัดโปรแกรมในการสร้างภาพลักษณ์ (Planning and Programming) การวางแผนกลยุทธ์นั้นจะทำให้เราสามารถกำหนดทิศทางในการแก้ปัญหาได้ โดยเราจะนำข้อมูลในขั้นที่ 1 มาทำการสรุปเป็นโปรแกรม วัตถุประสงค์ กิจกรรมที่จะทำ และกลยุทธ์ในการสื่อสาร และหาปัจจัยที่ทำให้เกิดปัญหาในขั้นตอนที่ 1 เพื่อนำไปสู่การกำหนดนโยบายและวางโปรแกรมต่างๆ ขั้นตอนที่ 2 นี้จะเป็นกระบวนการที่ขึ้นอยู่กับว่า “ พวกเราทำอะไรเกี่ยวกับเหตุการณ์ของปัญหา และมีอะไรที่เราจะเปลี่ยนแปลงได้ “

**ขั้นตอนที่ 3** การจัดทำโครงการเพื่อประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ที่ต้องการให้เกิดขึ้น หรือการสื่อสารตามการวางแผน ( Talking action and communicating) เป็นขั้นตอนของการปฏิบัติ โดยนำความจริงที่หามาได้นั้นปรับใช้กับกลยุทธ์ที่วางไว้ ซึ่งมีหลักง่ายๆ คือ” ใครควรจะทำอะไร ใครควรจะทำอะไร ที่ไหน อย่างไร “ เหล่านี้ควรให้มีความเหมาะสม โดยนำกลยุทธ์ในขั้นที่ 2 ซึ่งถูกออกแบบ มาตามวัตถุประสงค์ที่เฉพาะเจาะจงกับปัญหา

**ขั้นตอนที่ 4** การประเมินผลของโปรแกรม ( การสร้างภาพลักษณ์)(Evaluating the program) เมื่อคุณสามารถที่จะวัดได้ถึงการปฏิบัติการต่างๆ ของกลยุทธ์ ซึ่งในการประเมินนี้เราจะประเมินตั้งแต่ขั้นของการวางแผน การปฏิบัติ และผลของการปฏิบัติตามโปรแกรมที่วางไว้ เพื่อที่จะทำให้สามารถปรับปรุงแก้ไข ขณะที่กำลังอยู่ในขั้นปฏิบัติการ โดยแก้ไขตาม Feed Back ที่ได้รับ

### การสร้างและรักษาภาพลักษณ์เกี่ยวกับความน่าเชื่อถือ

ร.ต.ต. เกรียงศักดิ์ โลหะชาละ ได้กล่าวไว้ว่า ภาพลักษณ์นั้นกว่าจะเกิดได้ต้องอาศัยเวลาอันยาวนาน ประกอบกับความเพียรพยายามสะสมเพิ่มพูนขึ้นทีละน้อยจนฝังรากลึกลงแน่นหนาอยู่ในจิตใจ ในความรู้สึกนึกคิดและทัศนคติของคนทั่วไปเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากความประทับใจอย่างแท้จริง ( True impression) ภาพลักษณ์ในสายตาของคนส่วนใหญ่จะเป็นภาพที่ดีที่สุด

:83-84) ซึ่งการสร้างภาพลักษณ์นั้น มีส่วนประกอบที่สำคัญหลายประการ

1. บุคลิกภาพส่วนตัวที่เหมาะสม เป็นข้อที่สำคัญที่สุดในการสร้างภาพพจน์เพราะจะเป็นสิ่งแรกที่กระทบกับความรู้สึกของคนส่วนใหญ่ เมื่อแรกพบเห็น เพราะจะก่อให้เกิดความประทับใจ ความนิยมเลื่อมใสเชื่อถือมากหรือน้อยแค่ไหนขึ้นอยู่กับ การแสดงออก ไม่ว่าจะเป็นลักษณะท่าที การแต่งกายที่เหมาะสมกับกาลเทศะ การพูดจา สิ่งเหล่านี้สร้างและเรียนรู้ได้หากต้องการ

ซึ่งจากข้อมูลตรงนี้สอดคล้องกับแนวคิด Ethos ของอริสโตเติล ที่ว่าด้วยเรื่องของ Good character เพราะว่าบุคลิกภาพภายนอกจะเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ผู้รับสารเกิดความไว้วางใจ (Trustworthiness) ซึ่งจากงานวิจัยเรื่องกระบวนการสร้างภาพลักษณ์และบุคลิกภาพของนักร้องยอดเยี่ยมในสังกัดบริษัท อาร์เอส . โปรโมชัน 1992 จำกัด (อุไรรัตน์ วิตตานนท์, 2543) ได้มีผลวิจัยที่สนับสนุนแนวคิดนี้ คือ การคัดเลือกบุคคลที่จะมาเป็นนักร้องนั้น นอกจากที่จะดูความสามารถในการร้องเพลงแล้ว เรื่องของบุคลิกภาพ รูปร่างหน้าตา ก็เป็นสิ่งที่สำคัญมาก อีกทั้งควรจะมีการสร้างความโดดเด่นทางบุคลิกภาพที่เด่นชัด

2. การวางแผนและกำหนดขอบเขตของภาพลักษณ์ที่ต้องการจะสร้างให้เกิดขึ้นในจิตใจของคนทั่วไป ก่อนอื่นจะต้องรู้เสียก่อนว่า เราคือใคร มีสถานภาพอย่างไรและมีแนวทางในการดำเนินงานในรูปแบบไหน มีจุดยืนอย่างไร (standpoint) ว่า จะสร้างภาพลักษณ์ไปในทางใด

3. เทคนิคที่ใช้ในการสร้างภาพพจน์ ต้องเป็นเทคนิคที่มีประสิทธิภาพสูงสุดพอที่จะดึงดูดความสนใจ หรือมีอิทธิพลที่จะโน้มน้าวชักจูงให้คนทั่วไปเกิดภาพพจน์ตามที่เรากำลังต้องการ

4. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความศรัทธาอย่างแรงกล้าในการทำงานร่วมกับบุคคลหลายๆ ฝ่าย และศรัทธาดังกล่าวต้องมั่นคง สม่าเสมอในทุกสภาพการณ์ สามารถเข้ากับกลุ่มชนทั่วไปได้อย่างดี รวมไปถึงกริยา มารยาท ท่าทางที่น่าประทับใจในการติดต่อกับบุคคลหลากหลายประเภท สนใจในผู้อื่นมากกว่าตนเองและไม่นำตนเองเป็นหลักในการดำเนินงานและตัดสินใจ

ซึ่งในข้อนี้จะสอดคล้องกับเรื่องของ Good Will ของอริสโตเติล คือการมีเจตนาดี เพราะการเป็นนักการเมืองนั้น จะต้องนึกถึงเรื่องของส่วนรวมเป็นใหญ่ จะต้องมีศรัทธาในการทำงาน

จากงานวิจัยเรื่องการตัดสินใจเลือก ส.ส. ของเยาวชนอายุ 18-19 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร ในการเลือกตั้งทั่วไป พ.ศ.2538: เปรียบเทียบภาพลักษณ์ด้านการเมืองของผู้สมัคร ส.ส. จากอาชีพทั่วไปกับผู้สมัคร ส.ส. จากวงการบันเทิง ของศิริรัตน์ ชมงาม(2540) ได้สรุปความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้านการเมืองของผู้สมัคร ส.ส. จากวงการบันเทิง ไว้ว่า ประชาชนมีแนวโน้มที่ไม่แน่ใจในภาพลักษณ์ของผู้สมัคร ส.ส. จากวงการบันเทิง โดยไม่แน่ใจทั้งด้านด้านภาพลักษณ์ความสามารถหรืออำนาจ ภาพลักษณ์ความเป็นผู้นำ แต่ประชาชนจะให้การยอมรับกลุ่มผู้สมัคร ส.ส. จากวงการบันเทิงในด้านภาพลักษณ์ความน่าไว้วางใจ เพราะมีมนุษยสัมพันธ์ ความสุขุมเยือกเย็นและรอบคอบ ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ไม่เห็นแก่ตัว และมีคุณธรรมกับความยุติธรรม

ซึ่งตรงนี้ตรงกับแนวคิดการสร้างภาพลักษณ์เกี่ยวกับความน่าเชื่อถือ ในเรื่องของการสร้างบุคลิกภาพให้เป็นที่ยอมรับ โดยมีเรื่องของการสร้างมนุษยสัมพันธ์ ทำให้เกิดความไว้วางใจ

### ทฤษฎีบุคลิกภาพ

จากแนวคิดเรื่องความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร ( Source Credibility) ในเรื่องของการมี Good Knowledge และ Good Character บุคลิกภาพเป็นส่วนหนึ่งที่จะสร้างความน่าเชื่อถือได้ โดยที่บุคลิกภาพอาจจะหมายความได้ถึงบุคลิกภาพภายในและภายนอก

ซึ่ง ดร.ศรีเรือน แก้วกังวาล(2539:5)ได้ให้ความหมายของคำว่าบุคลิกภาพว่าเป็นลักษณะเฉพาะตัวของบุคคลในด้านต่างๆ ทั้งส่วนภายนอกและส่วนภายใน ส่วนภายนอก คือ ส่วนที่มองเห็นชัดเจน เช่น รูปร่าง หน้าตา กิริยามารยาท การแต่งตัว วิธีพูดจา การนั่ง การยืน ฯลฯ และส่วนภายใน คือ ส่วนที่มองเห็นได้ยาก แต่อาจทราบได้โดยการอนุมาน เช่น สติปัญญา ความถนัด ลักษณะอารมณ์ประจำตัว ความใฝ่ฝันปรารถนา ปรัชญาชีวิต ค่านิยม ความสนใจ ฯลฯ

ลักษณะต่างๆ ของบุคลิกภาพไม่สามารถแยกเป็นส่วนๆ ออกจากกันโดยเด็ดขาด ทุกๆ ลักษณะของบุคลิกภาพต่างมีความสัมพันธ์ต่อกันและกัน และมีผลกระทบต่อกันแลกันเป็นประดุจลูกโซ่

บุคลิกภาพของมนุษย์ไม่ว่าด้านใดๆ เป็นสิ่งที่ไม่ตายตัว เปลี่ยนแปลงไปตามกาละ การเรียนรู้ และสิ่งแวดล้อมทั้งทางสังคมและทางวัฒนธรรม บุคลิกภาพของแต่ละบุคคลมีทั้งส่วนที่เป็นลักษณะผิวเผินและส่วนที่เป็นนิสัยที่แท้จริง บางส่วนของบุคลิกภาพถูกซ่อนเร้น หรือถูกปิดบังอำพรางโดยจงใจและไม่จงใจ บุคลิกภาพของบุคคลมีทั้งส่วนร่วมซึ่งเป็นลักษณะสากลของมนุษย์ทุกชาติ ทุกภาษา และมีส่วนซึ่งเป็นลักษณะที่เรียกกันว่า “เฉพาะตัว”

ซึ่งลักษณะเฉพาะตัวของบุคลิกภาพของคนคนนั้น จะสามารถบอกวิธีการปรับตัวและวิถีชีวิตของบุคคลได้ว่าจะเป็นอย่างใด(จิราภา เต็งไตรรัตน์และคณะ,2543:320) อีกทั้งบุคลิกภาพจะสามารถทำให้เกิดความประทับใจในยามแรกพบได้ (Janett G Elce:2-3) โดยบุคคลจะใช้เวลาในการตัดสินใจเพียงเล็กน้อยของการพบปะกัน ส่วนประกอบต่างๆที่จะทำให้เกิดความประทับใจ อาจจะมาจากรูปร่าง ท่าทาง การแสดงออก ลักษณะท่าทางการสื่อสาร

บุคลิกภาพที่ดีและพึงประสงค์เป็นสิ่งที่ทุกคนต้องการจะมี (ฉันทนิช อัครนนท์,2540: 89-104) บุคลิกภาพที่ดีและพึงประสงค์ประกอบด้วย

1. สุขภาพ ซึ่งหมายถึง รูปลักษณะภายนอกที่มองเห็น สัดส่วนต่างๆ ของร่างกาย ความสะอาดของร่างกาย และรวมถึงความแข็งแรงของร่างกาย
2. เสียงพูด และอากัปกริยาท่าทาง คือจะต้องรู้จักกาลเทศะ มีเสียงพูดที่ดูเป็นธรรมชาติ ใช้คำพูดและภาษาได้ถูกต้องเหมาะสม กับผู้สนทนาด้วย
3. การแต่งกาย จะต้องแต่งให้ดูดีเหมาะสมกับวัยและตำแหน่งหน้าที่ รวมถึงความสะอาดของเครื่องแต่งกายด้วย
4. มารยาทในการสมาคม ไม่ว่าจะเป็นการออกงานในสังคม หรือการพูดจากับคนในสังคม จะต้องรู้จักมารยาทในสังคมนั้นๆ และประพฤติตัวได้เหมาะสม

บุคลิกภาพนั้นไม่ว่าจะเป็นบุคลิกภาพภายในหรือบุคลิกภาพภายนอก ล้วนมีผลต่อภาพลักษณ์เกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการทำงานที่เข้าทำงานการเมือง เรื่องของสิ่งแวดล้อม เช่น การปรากฏทางสื่อมวลชนบ่อยๆ ก็ทำให้ภาพลักษณ์สามารถเปลี่ยนแปลงได้เช่นกัน (อรุณ งามดี,2540:78-82)

และจากงานวิจัยเรื่องเทคนิคการโน้มน้าวใจในการสื่อสารระหว่างบุคคล ของ กิติมา สุรสนธิ (2528) ได้กล่าวถึง ลักษณะบุคลิกภาพที่ได้รับการชื่นชมอันดีจากบุคคลอื่นนั้น จะต้อง



ประกอบด้วยคุณสมบัติต่างๆ ดังต่อไปนี้ คือ เป็นผู้ที่เข้าถึงจิตใจคน , มีจุดมุ่งหมายแน่นอน ทำอะไรจริงจัง , มีการแต่งกายที่เหมาะสม , มีท่าทางการเคลื่อนไหวที่ดี, น้ำเสียงนุ่มนวลชวนฟัง , มีความซื่อสัตย์ , ใช้ถ้อยคำเหมาะสมแก่ผู้ฟังและโอกาส, มีอารมณ์ขัน , ไม่เห็นแก่ตนมากเกินไป , แสดงสีหน้าเป็นมิตร, นึกคิดแต่ส่วนที่ดี , มีความกระตือรือร้น, มีสุขภาพแข็งแรงดี , มีปฏิภาณไหวพริบ , มีความรู้รอบตัวดี, มีศิลปะในการพูด พูดด้วยความจริงใจ

โดยสรุปการสร้างภาพลักษณ์เกี่ยวกับความน่าเชื่อถือควรเริ่มที่การสร้างบุคลิกภาพ ซึ่งผู้วิจัยขอสรุปลักษณะของการสร้างบุคลิกภาพเพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือเป็น 2 ประเภทคือ บุคลิกภาพภายนอก ซึ่งได้แก่ การแต่งกาย การพูดจา การเคลื่อนไหว มารยาททางสังคม และส่วนที่สองคือ บุคลิกภาพภายใน ได้แก่ ความตั้งใจในการทำงาน ความกระตือรือร้น ความสามารถในการทำงานด้านต่างๆ

เนื่องจากบุคลิกภาพเป็นส่วนหนึ่งของภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือที่เกิดขึ้นของนักการเมือง หากผู้สมัครส.ส.จากวงการบินเชิงมีคุณสมบัติของบุคลิกภาพครบถ้วนและแสดงออกมากเท่าใดย่อมสามารถมีอิทธิพลในการก่อให้เกิดความน่าเชื่อถือ ซึ่งบุคลิกภาพที่เกิดขึ้นนั้นก็ควรที่จะมีความสอดคล้องกับบทบาทหน้าที่ นั่นก็คือการเป็นผู้นำ

### การสร้างมนุษยสัมพันธ์

การสร้างมนุษยสัมพันธ์ เป็นกลยุทธ์อย่างหนึ่งในการสร้างภาพลักษณ์ เพราะจะทำให้เกิดความประทับใจ ความไว้วางใจได้(กิตติมา สุรสนธิ,2528:18-19) ซึ่งการที่คนเราจะมี ความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันได้จะต้องเกิดการปรับปรุงตัวเอง ซึ่งการปรับปรุงตนเองมีหลักการ ดังต่อไปนี้คือ

1. ต้องสร้างหรือแก้ ทำให้ตัวเองมีอารมณ์เป็นผู้ใหญ่ สุขุมหนักแน่น เป็นตัวของตัวเอง ไม่ต้องพึ่งพิงคนอื่นตลอดเวลา
2. ความรู้จักปรับปรุงหรือตัดแปลงตนเองให้เข้ากับบุคคลเหตุการณ์และสถานที่ รู้จักบทบาทของตนเอง
3. ต้องรู้จักสังเกต รู้จักจดจำ ความสังเกตจะทำให้เราไม่เป็นคนเป็น หรือคนเขยในสายตาของคนอื่น

4. รู้จักตัวเอง รู้จักประมาณตน ไม่แสดงตัวเอง สำคัญตัวเองว่าเป็นผู้เก่งกาจเสมอไป หรือถือว่าตัวเองสำคัญ โดยไม่นึกถึงความรู้สึกของผู้อื่น
5. การประนีประนอม ต้องรู้จักประนีประนอม รู้จักเสียสละบ้าง การยอมถ่อมถอยแก่คนอื่นจะทำให้เราเป็นคนที่ไม่เห็นอกเห็นใจผู้อื่น
6. การรู้จักหาเหตุผลและใช้เหตุผลในการกระทำหรือข้ออ้างที่เราจะพูดคุยกับผู้อื่น เพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับตนเอง

และจากหนังสือ เทคนิคมนุษยสัมพันธ์(วิจิตร อวระกุล,2542)ได้กล่าวถึงวิธีการสร้างมนุษยสัมพันธ์ โดยสรุปดังนี้คือ ให้เห็นคุณค่า และความสำคัญของเพื่อนมนุษย์ ,มีอารมณ์ขัน ง่าย ,ให้ความสำคัญกับความคิดเห็นของผู้อื่น , มีรอยยิ้มบนใบหน้าสม่ำเสมอ , งดยกย่องสรรเสริญ ชมผู้อื่น , รู้จักให้อภัย, รู้จักพัฒนาบุคลิกภาพ

ในการเข้าหาประชาชนเพื่อให้เกิดความประทับใจนั้น การสร้างมนุษยสัมพันธ์ของบุคคลในวงการบันเทิงที่เข้าทำงานทางการเมืองจึงเป็นเรื่องที่สำคัญ ซึ่งโดยสรุปแล้ว ก็จะเป็นเรื่องของการพัฒนาตนเองในด้านคุณสมบัติส่วนตัว เช่น อุปนิสัย ทัศนคติ ต่างๆ รวมไปถึงด้านการพัฒนาบุคลิกภาพ ให้เหมาะสมและเป็นที่ประทับใจของประชาชน

## บทบาทของนักการเมืองและความคาดหวังของประชาชน

### แนวคิดและทฤษฎีของบทบาท

**บทบาท** คือ การกระทำหรือพฤติกรรมของสมาชิกในกลุ่มที่อยู่ในสถานภาพนั้นๆ ดังนั้นบทบาทจึงเป็นการกระทำหรือ พฤติกรรมตามตำแหน่งหรือสถานภาพ ซึ่งเป็นไปตามความคาดหวังของสังคม หรือตามลักษณะของการรับรู้บทบาท เป็นผลรวมของการแสดงออกตามสิทธิ และหน้าที่

### แนวคิดเกี่ยวกับบทบาท

ดรอยส์ และ เคราส์ (Deutsch and Krauss) กล่าวว่า บทบาทเป็นสิ่งที่เรารู้สึกได้และสังเกตได้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งอาจจะพิจารณาได้เป็น 3 ลักษณะคือ

1.1 บทบาทที่ถูกคาดหวัง (Prescribed role) เป็นบทบาทที่เกิดขึ้นจากความคาดหวังของตนเองในสถานการณ์ต่างๆ เช่น ในขณะที่เป็นประธานกลุ่ม เป็นสมาชิกในกลุ่ม ซึ่งในการวิจัยคือการเป็นสมาชิกผู้แทนราษฎร

1.2 บทบาทที่รับรู้จากตำแหน่ง ( Subjective role ) เป็นบทบาทที่คนรับรู้จากตำแหน่งของตนเองในขณะที่ปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น เช่น เมื่อเป็นหัวหน้า พ่อ แม่ ครู บทบาทในการเป็นตัวแทนของประชาชนในการทำหน้าที่ทางการเมือง

1.3 บทบาทที่คนในสังคมกำหนดขึ้น ( Enacted role) เป็นบทบาทที่บ่งบอกพฤติกรรมอันแน่ชัดของบุคคล เช่น ตำรวจต้องทำอะไรในฐานะเป็นผู้พิทักษ์สันติราษฎร์ ผู้ที่ได้รับเลือกเป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรต้องปฏิบัติหน้าที่ผู้แทนประชาชนอย่างไร

### ความคาดหวังในบทบาทและความขัดแย้งในบทบาท

โดยทั่วไปบุคคลจะต้องมีสถานภาพ และบทบาทหลายอย่างภายในตัวบุคคลเดียวกัน เช่น ในครอบครัว มีสถานภาพเป็นลูก ในที่ทำงานมีสถานภาพเป็นผู้บังคับบัญชา เป็นต้น แต่ละสถานภาพที่เขาครอบครองอยู่เขาต้องแสดงบทบาทไปตามสถานภาพนั้น เมื่อเป็นเช่นนั้นจึงทำให้เกิดความขัดแย้งในบทบาท ในบางครั้งและในบางโอกาสของการแสดงบทบาทในแต่ละสถานภาพย่อมต้องมีความคาดหวังในบทบาทซึ่งอาจจะมาจากตัวเราเองหรือผู้อื่นก็ได้

### ความคาดหวังในบทบาท (Role Expectation)

ความคาดหวังในบทบาท มิได้กล่าวเฉพาะ “ การกระทำ “ อย่างเดียว แต่จะรวมไปถึงแรงจูงใจ ความเชื่อ ความรู้สึก และค่านิยมอีกด้วย

ความคาดหวังในบทบาทเป็นเรื่องที่กลุ่มสมาชิกโดยทั่วไปรับรู้หรือตั้งความหวังว่าบุคคลที่ครอบครองสถานภาพอยู่ ควรจะมีการกระทำ แรงจูงใจ ความเชื่อ ความรู้สึก เจตคติหรือค่านิยมอย่างไร สังคมโดยทั่วไป ความคาดหวังในบทบาทมักไม่ได้เขียนไว้เป็นลายลักษณ์อักษร แต่อยู่ในความคิดคำนึงมากกว่า การที่บุคคลจะรับรู้ตนเองว่าควรแสดงบทบาทอย่างไรนั้น บุคคลก็รับรู้มาจากความคาดหวังที่สมาชิกคนอื่นมีต่อเขา เช่น ผู้ที่จะครอบครองสถานภาพของผู้นำ เขาจะต้องเรียนรู้สมาชิกกลุ่มที่เขาเป็นผู้นำนั้นว่า มีความคาดหวังในบทบาทของผู้นำอย่างไร ผนวกกับการรับรู้บทบาทของผู้นำในความคิดของเขาเองแล้ว จึงแสดงบทบาทตามที่ควรเป็น ถ้าบทบาทที่แสดงออกมาสอดคล้องกับความคาดหวังของคนส่วนใหญ่ เขาก็จะได้รับความนิยมนิยมชมชอบ แต่ถ้าขัดกับความคาดหวังของคนส่วนใหญ่เขาก็ไม่ได้รับการสนับสนุนอีก



ซึ่งจากโพลสำรวจของสวนดุสิตโพล เกี่ยวกับหัวข้อโพลเรื่อง **ประชาชนคิดอย่างไร?กับการที่ตลกสมัครเข้าพรรคไทยรักไทย** ประจำวันที่ 5-6 ธันวาคม 2546 ได้แสดงถึงความคิดเห็นของประชาชนในด้านบทบาทของกุ่มดาราตลกที่เข้าทำงานทางการเมืองไว้ในประเด็นต่างๆ ดังนี้คือ

1. ในด้านความคาดหวังการทำงาน อันดับ 1 ประชาชนไม่แน่ใจในภาพลักษณ์ของตลกที่จะสมัครเป็นสส.ว่าจะทำงานได้ดีกว่าสส.อื่น สูงถึง 62.04% อันดับ 2 คือกลุ่มดาราตลกจะทำงานได้ดีพอๆกับสส.อื่น ๆ 23.05%

2. ความคิดเห็นในด้านของการที่ตลกสนใจเข้าทำงานทางการเมือง โดยสมัครเป็นสมาชิกพรรคไทยรักไทย อันดับ 1 มองว่าการที่กลุ่มดาราตลกเหล่านี้มาเข้าทำงานทางการเมืองเป็นเรื่องธรรมดาและเป็นสิทธิที่สามารถทำได้ ขึ้นอยู่กับความสมัครใจส่วนบุคคล 33.49% อันดับ 2 มองว่า เป็นการเปิดกว้าง/เปิดโอกาสถ้ามีความสามารถจริงที่จะช่วยพัฒนาประเทศชาติได้ 25.28% อันดับ 3 ไม่เห็นด้วยเพราะยังไม่มีประสบการณ์และความน่าเชื่อถือเพียงพอ 18.08%

3. หากตลกลงสมัคร สส. ประชาชนคิดว่าจะได้เปรียบสส.อื่นหรือไม่ อันดับ 1 ไม่ได้เปรียบ 50.55% เพราะ อาจไม่มีความน่าเชื่อถือในทางการเมือง , ความรู้ความสามารถอาจมีน้อย ไม่มีประสบการณ์มาก่อน อันดับ 2 ได้เปรียบ 49.45% เพราะ เป็นที่รู้จักของประชาชนอยู่แล้ว , มีชื่อเสียงอยู่ก่อนแล้ว , เห็นทางลัดบ่อย เป็นที่คุ้นเคยจากประชาชน

สรุปแล้วในเรื่องของบทบาทของกุ่มดาราตลกนั้น มีประชาชนส่วนหนึ่งที่คาดหวังว่าบุคคลเหล่านี้จะสามารถทำหน้าที่ทางการเมืองได้ ถ้าได้รับเลือกเป็นสส.

### **แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทที่เป็นจริงและบทบาทที่คาดหวัง**

เนื่องจากทุกๆ บทบาทที่มีส่วนสัมพันธ์กับบทบาทอื่น และในสถานการณ์หนึ่ง ๆ บทบาทหนึ่งบทบาทใดไม่สามารถที่จะดำรงอยู่ได้ โดยปราศจากความสัมพันธ์กับบทบาทอื่น ประกอบกับบทบาทที่บุคคลแสดงจริงๆ นั้น เป็นผลของปฏิกริยาแห่งบุคลิกภาพของบุคคลที่ครองสถานภาพบุคคลอื่น ๆ ที่มาร่วมพฤติกรรม และเครื่องกระตุ้นที่มีอยู่ในเวลาแสดงบทบาท

ดังนั้น ความสับสนในบทบาทอาจจะเป็นปัญหาสำคัญของการปฏิบัติงานที่เกิดขึ้นได้เสมอ เพราะบทบาทนั้นแม้ว่าจะเป็นปฏิสัมพันธ์ของความคาดหวังในพฤติกรรมระหว่างผู้ดำรงตำแหน่งและผู้อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องก็ตาม แต่ก็ได้หมายความว่าความคาดหวังในพฤติกรรมของทั้ง 2 ฝ่าย จะตรงกันหรือบทบาทของฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งจะเป็นตามความคาดหวังของอีกฝ่ายหนึ่งเสมอไป

Broom และ Selznick ได้จำแนกบทบาทออกเป็น 3 รูปแบบ (Broom and Selznick อ้างถึงใน อภิชาติ ไตติลกเวชช์ ,2530:18) คือ

1. บทบาทที่กำหนดไว้ หรือบทบาทตามอุดมคติ ( socially prescribed or ideal role) เป็นบทบาทตามอุดมคติที่มีการกำหนดสิทธิหน้าที่ของตำแหน่งทางสังคมไว้
2. บทบาทที่ควรกระทำ ( perceived role) เป็นบทบาทที่แต่ละบุคคลเชื่อว่าควรกระทำในหน้าที่ตำแหน่งนั้นๆ ซึ่งอาจไม่ตรงตามบทบาทตามอุดมคติทุกประการ และอาจแตกต่างกันไปแต่ละบุคคลก็ได้
3. บทบาทที่กระทำจริง ( perform role) เป็นบทบาทที่แต่ละบุคคลได้กระทำไปจริงตามความเชื่อ ความคาดหวังตลอดจนความกดดันและโอกาสที่จะกระทำในแต่ละสังคมในช่วงระยะเวลาหนึ่งๆ

Sill ได้ให้ทัศนคติเกี่ยวกับบทบาทที่คาดหวังไว้ โดยอธิบายว่าบทบาทที่คาดหวังเป็นการกระทำหรือคุณสมบัติต่างๆ ซึ่งผู้อยู่ในตำแหน่งหนึ่งๆ ควรจะมีผู้ได้ตำแหน่งไม่เพียงแต่แสดงพฤติกรรมตามบทบาทซึ่งสอดคล้องกับการคาดหวังของคนอื่นๆ ในสังคมทั่วไปยังต้องแสดงบทบาทซึ่งจะทำให้การครอบครองตำแหน่งของตนเองอยู่ตลอดไป การที่จะแสดงบทบาทความสำเร็จนั้นขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่างบทบาทที่คาดหวังกับความต้องการของบุคคลนั้น (D.L.Sill,1968:230)

จากงานวิจัยเรื่องความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อบทบาทสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของ ทวีโชค พรหมมาลี (2539) พบว่าบทบาทของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในด้านการเป็นตัวแทนของประชาชน , การดำเนินงานทางการเมือง , การประสานประโยชน์ , การพัฒนาทางการเมือง สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรไม่สามารถทำได้ตามที่ประชาชนคาดหวัง ซึ่งมีค่าความแตกต่างกันไปตามบทบาทต่างๆ

แต่ในงานวิจัยเรื่อง การสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบันเทิงที่เข้าทำงานทางการเมืองต้องการศึกษาเฉพาะความคาดหวังที่มีต่อการทำงานทางการเมืองของบุคคลในวงการบันเทิง เพราะคิดว่าภาพลักษณ์ของบุคคลในวงการบันเทิงและนักการเมืองนั้นมีลักษณะที่ค่อนข้างแตกต่างกัน(อลงกรณ์ ณ ระนอง,2538)

### ทฤษฎีลักษณะผู้นำ( Trait theory)

เพื่อทำให้สามารถมองเห็นลักษณะบทบาทของนักการเมืองที่คาดหวังของประชาชนได้ ผู้วิจัยจึงได้ค้นคว้าหาลักษณะส่วนหนึ่งของผู้นำไทยที่เป็นที่คาดหวังของประชาชนในอนาคต

### คุณลักษณะผู้นำการเมืองไทยที่พึงประสงค์

สามารถประมวลคุณสมบัติอนาคตผู้นำการเมืองไทยที่พึงประสงค์ว่าจำเป็นต้องมีคุณลักษณะด้านต่างๆ อย่างน้อย 10 ประการ ดังนี้ (ศ.ดร.เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์:139)

1. ผู้นำทางการเมืองที่มีคุณภาพ นอกจากจะมีคุณวุฒิที่จะเป็นประโยชน์ต่อการบริหารประเทศ ผู้นำต้องเป็นผู้มีความสามารถ ความเก่งกาจ ฉลาดรอบรู้ ที่สำคัญจะต้องเป็นนักบริหารที่ดีเลิศใน 3 ด้าน คือ บริหารงาน บริหารคน บริหารเศรษฐกิจ จะต้องเป็นคนที่ชอบเรียนรู้ ไม่ปฏิเสธสิ่งใหม่ๆ ไม่มีแนวความคิดแบบอนุรักษนิยมโดยเอาตนเองเป็นศูนย์กลาง แต่เปิดใจพัฒนาตนเองให้ก้าวทันโลกตลอดเวลา

2. ผู้นำทางการเมืองที่เป็นผู้มีคุณประโยชน์ทำงานเพื่อส่วนรวมด้วยความเสียสละ ผู้นำที่พึงประสงค์ต้องทำทุกสิ่งโดยเห็นแก่ส่วนรวมเป็นหลักไม่เห็นแก่ส่วนตัว พวกพ้อง ไม่ทำหน้าเพื่อผลประโยชน์ส่วนตัว และต้องไม่ประนีประนอมกระทำตามพลังกลุ่มหากเป็นสิ่งที่ไม่ถูกต้องหรือเป็นผลร้ายแก่ประเทศชาติ

3. ผู้นำทางการเมืองที่เป็นผู้วิสัยทัศน์กว้างไกล ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์กว้างไกลจะเป็นที่น่าเชื่อถือของคนติดตาม และคนที่ติดต่อสัมพันธ์ด้วย ผู้นำทางการเมืองในยุคโลกาภิวัตน์จึงจำเป็นต้องเป็นที่คนวิสัยทัศน์ มองอนาคต เป็นคนที่มีความคิดริเริ่ม ไม่มองอะไรแคบๆ ไม่เป็นคนคิดสั้น ต้องเปิดใจกว้างรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น จะต้องมองระยะยาวไม่มองเพียงแค่ระยะ 5 ปีหรือ 10 ปี

4. ผู้นำทางการเมืองที่มีคุณลักษณะชีวิตดี ผู้นำต้องมีลักษณะพื้นฐานของการดำเนินชีวิตแบบเสมอต้นเสมอปลายก่อนเข้ามาดำรงตำแหน่งเป็นอย่างไร เมื่อได้รับดำรงตำแหน่งแล้วก็เป็นเช่นนั้น คุณลักษณะชีวิตที่ควรมีได้แก่ ต้องมีความเมตตา มีความกรุณาต่อประชาชน คนด้อยโอกาสในสังคม มีความมุ่งมั่นที่จะยกระดับเรื่องสิทธิมนุษยชนให้ทุกคนอยู่ร่วมกันด้วยความเสมอภาค มีความมั่นคงในอารมณ์

5. ผู้นำทางการเมืองที่มีคุณประวัติ ผู้นำทางการเมืองที่พึงประสงค์ในอนาคตจะต้องมีประวัติดี มีการดำเนินชีวิตตั้งแต่อดีตที่โปร่งใส ทั้งในชีวิตหน้าที่การทำงานและชีวิตส่วนตัว จะต้องเป็นผู้ที่มีความหวังดีต่อสาธารณชน และต้องมีชีวิตครอบครัวที่เป็นแบบอย่าง

6. ผู้นำทางการเมืองที่มีคุณวาจา คุณกริยา ผู้นำที่พึงประสงค์ในอนาคตจะต้องเป็นผู้ที่มีวาจาดี มีคำพูดที่สุภาพ มีเหตุมีผล รักษาคำพูดไว้ให้มั่นคง ไม่โกหก ไม่กลับลอก ไม่ปลิ้นปล้อน ต้องไม่เป็นคนที่ชอบด่าต่อว่าผู้อื่น ต้องไม่พูดให้ร้ายโจมตีและที่สำคัญผู้บริหารประเทศต้องสามารถพูดจาสื่อสารได้ดีกับบุคคลในทุกๆ ระดับของสังคมทั้งในประเทศและต่างประเทศได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ต้องประกอบไปด้วยคุณกริยา คือต้องเป็นผู้ที่สง่างาม มนุษย์สัมพันธ์ดี เป็นผู้ที่รู้จักกาลเทศะ วางตัวได้อย่างเหมาะสมสามารถเข้ากับคนทุกประเภททุกระดับได้

7. ผู้นำทางการเมืองที่มีคุณธรรม จริยธรรม จะต้องเป็นคนที่มีความประพฤติดี จะต้องมีความยุติธรรม ไม่เป็นคนลำเอียง เป็นผู้ที่มีจริยธรรม มีความซื่อสัตย์ จริงใจต่อประเทศชาติและประชาชน เป็นผู้ที่รักษาคำพูด และเป็นผู้ที่มีสติในการพิจารณาพิเคราะห์เรื่องราวต่างๆ อย่างละเอียดรอบคอบ ไม่ใช่อารมณ์ในการตัดสินใจ ต้องเป็นผู้ที่มีอุดมการณ์ มีหลักการในการดำเนินชีวิตส่วนตัวและในการบริหารประเทศ

8. ผู้นำทางการเมืองที่มีความเข้มแข็งเด็ดเดี่ยวและกล้าหาญ ขณะเดียวกับรู้จักอ่อนน้อม เป็นผู้นำที่สามารถ นำทิศทางคนจำนวนมากสู่เป้าหมายเดียวกันได้ จึงเป็นสิ่งหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่ผู้นำจะต้องเข้มแข็งเด็ดเดี่ยวและกล้าหาญ ซึ่งจะแสดงออกในลักษณะของการกล้าตัดสินใจและมีความเข้มแข็งในการรับแรงกดดันจากรอบด้าน แรงกดดันจากเสียงวิพากษ์วิจารณ์ ผู้นำต้องยืนหยัดต่อการตัดสินใจ ถ้าการตัดสินใจนั้นถูกต้องและเป็นประโยชน์ต่อคนไทยส่วนรวมและประเทศชาติ ขณะเดียวกันก็ต้องรู้จักอ่อนน้อมน้อมน้อม เพราะในความเข้มแข็งเด็ดเดี่ยวนั้นง่ายต่อการนำไปสู่ความเผด็จการ ผู้นำจึงต้องรู้จักใช้อำนาจอย่างชอบธรรม

9. ผู้นำทางการเมืองต้องมีทีมงานที่สามารถ ในยุคสารสนเทศและเทคโนโลยีระดับสูง ข่าวสารข้อมูลต่างๆ เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ บุคคลที่ไม่หมั่นติดตามข้อมูลข่าวสารและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีจะเป็นล้าสมัยในเวลาอันสั้น นอกจากนี้สังคมมีความซับซ้อนขึ้น ดังนั้นไม่มีผู้นำคนใดสามารถมีความรู้ความสามารถในทุกๆ ด้านอย่างครบถ้วนได้จึงจำเป็นต้องอาศัยทีมงานในการช่วยกันทำงาน

10. ผู้นำทางการเมืองที่มีอุดมการณ์ประชาธิปไตย ไม่ใช่เป็นผู้นำทางการเมืองในลักษณะของสังคมนิยม ผู้นำที่มีลักษณะของความเป็นประชาธิปไตยจะเป็นประโยชน์ต่อประเทศในอนาคตเป็นคุณสมบัติที่ช่วยให้คนในประเทศมีความเข้าใจในระบอบประชาธิปไตยได้ดียิ่งขึ้น เนื่องจากเห็นแบบอย่าง รวมทั้งการที่ผู้นำทางการเมืองของประเทศยึดมั่นตามวิถีประชาธิปไตยจะช่วยให้ประเทศไทยได้รับการยอมรับมากยิ่งขึ้น

ซึ่งลักษณะผู้นำทางการเมืองที่พึงประสงค์มีลักษณะสอดคล้องกับการสำรวจความคิดเห็นของคนหนุ่มสาวทางโทรศัพท์ในเรื่อง 10 อันดับ ส.ส.แบบที่คุณต้องการของรายการวิทยุทูเดย์ เเรดิโอ (Weekend,2538:33) ดังนี้ คือพูดจริงทำจริง มีสัจจะ ,ใจซื่อมือสะอาด ซื่อสัตย์,มีความรู้ มีการศึกษา มีความสามารถ,เป็นนักบริหารที่ดี กล่าวทำ กล่าวรับผิดชอบ,มีหลักการ มีอุดมการณ์,คนรุ่นใหม่ คนหน้าใหม่ ,มีคุณธรรม ,คิดเป็น พูดเป็น ทำเป็น,เสียสละเพื่อส่วนรวม ,มีวิสัยทัศน์กว้างไกล

นักวิชาการหรือนักคิดหลายๆ ท่าน ได้ให้คุณลักษณะของผู้นำในส่วนที่อาจจะคล้ายกันหรือต่างกันบ้าง แต่โดยสรุปผู้วิจัยขอแบ่งคุณลักษณะของผู้นำการเมืองไทยนั้นออกมาได้ 3 ด้าน ที่ผู้นำการเมืองไทยควรมี คือ

- 1.ด้านความเป็นผู้นำทางการเมือง เช่น การเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ
2. ด้านคุณสมบัติส่วนตัว ซึ่งแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ คือ
  - เรื่องภูมิหลัง เช่น มีคุณภาพชีวิตที่ดี มีลักษณะการดำเนินชีวิตที่ดี
  - เรื่องอุปนิสัย เช่น เป็นคนที่เสียสละ ซื่อสัตย์
  - เรื่องประสบการณ์ในการทำงานต่างๆ
- 3.ด้านบทบาทและหน้าที่และความรับผิดชอบของนักการเมือง เช่น การเข้าไปทำหน้าที่เป็นตัวแทนของประชาชน

โดยสรุปในบทนี้ผู้วิจัยได้ทำการประมวลแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ  
ภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานการเมือง บทบาทและความ  
คาดหวังของประชาชนที่มีต่อภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงาน  
การเมือง



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “ การสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมือง ” ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัยไว้ ดังนี้

#### รูปแบบงานวิจัย

เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ( Qualitative Research) โดยอาศัยแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลักในการเก็บข้อมูล โดยแบบสัมภาษณ์นั้นจะนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างบุคคลในวงการบินที่สนใจเข้าทำงานการเมือง กลุ่มบุคคลในวงการบินที่ไม่สนใจเข้าทำงานทางการเมือง และกลุ่มนักการเมือง ส่วนแบบสอบถามจะนำไปใช้กับกลุ่มบุคคลทั่วไป งานวิจัยจะศึกษาเกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมือง และสำรวจความคิดเห็นของบุคคลทั่วไปที่มีต่อภาพลักษณ์ของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมือง

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### ประชากรสำหรับงานวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มประชากรออกเป็น 4 กลุ่ม คือ

1.บุคคลในวงการบินที่สนใจเข้าทำงานทางการเมือง ซึ่งผู้วิจัยขอแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1.1 บุคคลในวงการบินที่ลงสมัครรับเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

1.2 บุคคลในวงการบินที่สนใจการเมืองโดยสมัครเป็นสมาชิกพรรคการเมือง

2.บุคคลในวงการบินที่ไม่สนใจเข้าทำงานทางการเมือง

3.นักการเมือง

4.บุคคลทั่วไป

## กลุ่มตัวอย่างสำหรับงานวิจัย

จากจำนวนกลุ่มประชากรทั้ง 4 กลุ่ม ผู้วิจัยสามารถนำมาทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างได้ดังนี้

- กลุ่มที่ 1 คือ บุคคลในวงการบินที่สนใจเข้าทำงานทางการเมือง ทั้ง 2 ประเภท

คือ จำนวน 23 คน

1.1 บุคคลในวงการบินที่ลงสมัครรับเลือกตั้งจำนวนกลุ่มประชากรจริงทั้งหมด 8 คน

1.2 บุคคลในวงการบินที่สนใจเข้าทำงานทางการเมืองโดยสมัครเป็นสมาชิกพรรค

การเมือง จำนวน 15 คน

ซึ่งกลุ่มตัวอย่างบุคคลในวงการบินที่สนใจเข้าทำงานทางการเมืองนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสมัครใจในการร่วมมือให้สัมภาษณ์

- กลุ่มที่ 2 คือ บุคคลในวงการบินที่ไม่สนใจเข้าทำงานทางการเมือง ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) นั่นคือ เป็นการเลือกตัวอย่างในกลุ่มข้อมูลที่ผู้วิจัยควบคุมไว้ คือ มีการควบคุมลักษณะอาชีพในวงการบินนำมากำหนดตัวอย่างจากนั้นเลือกตัวอย่างที่มีคุณลักษณะที่ตรงตามเกณฑ์ของผู้วิจัย (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2546:117) ซึ่งในเกณฑ์ของผู้วิจัยได้กำหนดให้กลุ่มตัวอย่างเป็นบุคคลในวงการบินที่ไม่ได้สนใจเข้าทำงานการเมือง และไม่เป็นสมาชิกพรรคการเมืองใดๆ ซึ่งจะต้องเป็นบุคคลในวงการบินเบื้องต้น โดยแบ่งเป็นสาขาอาชีพ คือ นักแสดง นักร้อง พิธีกรและผู้ประกาศข่าว นักแสดงตลก ทำให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง เป็นจำนวน 30 คน ซึ่งทางสถิติถือว่าจำนวน 30 นี้เป็นจำนวนที่จะสามารถนำไปหาค่าทางสถิติได้ และได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 2 ตามประเภทของอาชีพในวงการบินได้ ดังนี้คือ

นักแสดง	จำนวน	8	คน
นักร้อง	จำนวน	7	คน
ผู้ประกาศข่าวและพิธีกร	จำนวน	8	คน
ดาราตลก	จำนวน	7	คน
	รวมจำนวน	30	คน

- กลุ่มที่ 3 นักการเมือง ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการหาตัวอย่างแบบกลุ่ม (Stratified Sampling) โดยแบ่งเป็นสัดส่วนกับขนาดของกลุ่ม (Proportinate) โดยใช้สูตรดังต่อไปนี้ (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2546:113) คือ



$$n_i = N_i \cdot (n/N)$$

โดยที่  $n_i$  แทน จำนวนตัวอย่างที่ต้องการของกลุ่มที่  $i$   
 $n$  แทน จำนวนตัวอย่างทั้งหมด  
 $N_i$  แทน จำนวนสมาชิกทั้งหมดของกลุ่มที่  $i$   
 $N$  แทน จำนวนสมาชิกทั้งหมด

ซึ่งสามารถหาค่าของจำนวนกลุ่มตัวอย่างนักการเมืองจากพรรคต่าง ๆ ได้ดังนี้คือ

พรรคไทยรักไทย	จำนวน	18	คน
พรรคประชาธิปัตย์	จำนวน	6	คน
พรรคชาติไทย	จำนวน	2	คน
พรรคอื่นๆ <sup>1</sup>	จำนวน	4	คน
	รวมเป็นจำนวน	30	คน

- กลุ่มที่ 4 บุคคลทั่วไป ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสมัครใจ (Volunteer Sampling) โดยใช้วิธีแจกแบบสอบถามกับกลุ่มบุคคลทั่วไป ตามสถานที่ต่างๆ เช่น ออฟฟิศ สำนักงาน สวนสาธารณะต่างๆ โดยพยายามกระจายการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างบุคคลทั่วไปจำนวนทั้งหมด 100 คน

### การศึกษานำร่อง (Pilot test)

ในการวิจัยนำร่องผู้วิจัยจะเก็บข้อด้วยวิธีการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) และแบบสอบถามเพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมือง ซึ่งผู้วิจัยจะดำเนินการสัมภาษณ์นำร่องแก่กลุ่มตัวอย่างได้แก่

1. กลุ่มบุคคลในวงการบินที่สนใจเข้าทำงานทางการเมือง

1.1 กลุ่มบุคคลในวงการบินที่ลงสมัครรับเลือกตั้งสส.

1.2 กลุ่มบุคคลในวงการบินที่สนใจเข้าทำงานทางการเมืองโดยเป็นสมาชิกพรรคการเมือง

<sup>1</sup> เนื่องจากหลังการเลือกตั้งปีพ.ศ.2544 ได้มีการยุบรวมพรรคการเมืองต่างๆ อีกทั้งมีการลาออกของสส. ทำให้เกิดตำแหน่งสส.บางเขตได้ว่างลง ผู้วิจัยจึงขอใช้จำนวนที่เหลือจากข้อมูลเป็นพรรคอื่นๆ ซึ่งในที่นี้ผู้วิจัยขอใช้กลุ่มตัวอย่างจากพรรคมหาชน เนื่องจากการลงสมัครรับเลือกตั้งครั้งก่อนพรรคมหาชนยังมิได้มีการส่งผู้สมัคร แต่กลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1 จะมีบุคคลในวงการบินที่ลงสมัครรับเลือกตั้งสส. จากพรรคมหาชน ผู้วิจัยจึงต้องการตัวแทนจากพรรคมหาชนด้วย

- 2.กลุ่มบุคคลในวงการบินที่สนใจเข้าทำงานทางการเมือง
  - 3.กลุ่มนักการเมือง
- และจะดำเนินการแจกแบบสอบถามนำร่องให้กับกลุ่มบุคคลทั่วไป

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

#### 1. แบบสัมภาษณ์ 3 ชุด ประกอบไปด้วย

- 1.1 แบบสัมภาษณ์บุคคลในวงการบินที่สนใจเข้าทำงานทางการเมือง( ดูภาคผนวก ก.)
- 1.2 แบบสัมภาษณ์บุคคลในวงการบินที่สนใจเข้าทำงานทางการเมือง( ดูภาคผนวก ข.)
- 1.3 แบบสัมภาษณ์นักการเมือง ( ดูภาคผนวก ค.)

จากแบบสัมภาษณ์ทั้ง 3 ชุด สามารถสรุปประเด็นคำถามสำหรับตอบปัญหานำวิจัยข้อที่ 1 ได้ดังนี้คือ กระบวนการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมืองมีขั้นตอนอย่างไรบ้าง โดยมีประเด็นคำถามดังต่อไปนี้

- การที่บุคคลในวงการบินหันมาสนใจทำงานทางการเมือง บุคคลเหล่านี้จะต้องเปลี่ยน/ สร้างภาพลักษณ์ใหม่หรือไม่
  - ภาพลักษณ์ของคนในวงการบินจะเน้นการให้ความสนุกสนานความบันเทิงต่อผู้ชมหรือผู้บริโภค ท่านคิดว่าภาพเหล่านี้จะทำลายความเชื่อมั่นหรือส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานการเมืองหรือไม่
  - การเป็นบุคคลในวงการบินจะมีส่วนส่งเสริม หรือสนับสนุนให้ได้รับการเลือกตั้งเข้ามาบริหารบ้านเมืองหรือไม่อย่างไร
  - จำเป็นหรือไม่ที่ภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือด้านการศึกษาของผู้สมัครสส. ควรจะต้องจบการศึกษาในด้านการเมืองการปกครอง( รัฐศาสตร์ หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง)
  - ภูมิหลังครอบครัวนักการเมือง จะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของนักการเมืองหรือไม่
  - ภาพลักษณ์คนในวงการบิน เป็นสิ่งที่ติดตัวแม้จะเลิกประกอบอาชีพนี้หรือไม่

- ประสพการณ์ในวงการบันเทิงจะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือในการเป็นนักการเมืองได้หรือไม่ อย่างไร
- พรรคการเมืองที่บุคคลในวงการบันเทิงสังกัดมีส่วนร่วมช่วยในเรื่องการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของนักการเมืองหรือไม่
- ปัจจัยที่จะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบันเทิงที่เข้าทำงานทางการเมืองให้ได้รับความน่าเชื่อถือ และการยอมรับจากประชาชนคือปัจจัยใดบ้าง
- สังเกตเห็นปัจจัยที่ไม่ส่งเสริม / เป็นอุปสรรคต่อวิธีการสร้างภาพลักษณ์ / เปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบันเทิงที่เข้าทำงานทางการเมืองหรือไม่
- บุคคลในวงการบันเทิงที่สนใจเข้าทำงานทางการเมือง จะต้องใช้ระยะเวลาเท่าใดในการเตรียมตัวลงสมัครรับเลือกตั้งทางการเมือง และในระหว่างช่วงเวลานั้น บุคคลเหล่านี้จะต้องปรับตัวอย่างไรบ้าง
- ถ้าบุคคลในวงการบันเทิงต้องเปลี่ยนภาพลักษณ์ บุคคลเหล่านี้จะต้องเตรียมความพร้อมอย่างไรบ้าง
- คิดว่าบุคลิกภาพของบุคคลในวงการบันเทิง ช่วงก่อนและหลังเข้าทำงานทางการเมืองมีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่
- คิดว่าบุคคลในวงการบันเทิงที่สนใจเข้าทำงานทางการเมืองมีการเปลี่ยนภาพลักษณ์จากคนบันเทิงมาเป็นนักการเมืองอย่างไร
- การมีส่วนร่วมทางการเมืองมาก่อน จะส่งผลกระทบต่อการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือหรือไม่
- การสร้างความไว้วางใจกับประชาชนมีด้วยกันหลายวิธี คิดว่าบุคคลในวงการบันเทิงที่สนใจเข้าทำงานทางการเมืองมีวิธีการสร้างความไว้วางใจกับประชาชนอย่างไร
- ระหว่างการหาเสียง การที่ผู้สมัครส.ส. ที่มาจากคนในวงการบันเทิง ได้มีการออกพื้นที่กับนักการเมืองท่านอื่นๆ เป็นการช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือหรือไม่
- คิดว่าบุคคลในวงการบันเทิงที่สนใจเข้าทำงานทางการเมืองสามารถเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ได้ผลหรือไม่

- ระหว่างบุคคลในวงการบินกับบุคคลที่มาจากอาชีพอื่น การสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือในการเป็นนักการเมือง มีความแตกต่างกันหรือไม่ อาชีพไหนสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือได้ยากกว่ากัน
- คิดว่าบุคคลในวงการบินที่สนใจเข้าทำงานการเมืองจะสามารถเข้ามาบริหารประเทศตามที่ประชาชนคาดหวังได้หรือไม่

2. **แบบสอบถาม ซึ่งจะใช้กับบุคคลทั่วไป** (ดูภาคผนวก ง.) เพื่อสำหรับตอบปัญหานำวิจัยข้อ 2 คือ บุคคลทั่วไปมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้ามาทำงานทางการเมืองอย่างไร ซึ่งมีประเด็นคำถามคือ

- คิดว่าการที่บุคคลในวงการบินหันมาสนใจทำงานทางการเมือง บุคคลเหล่านี้จะต้องเปลี่ยน / สร้างภาพลักษณ์ใหม่หรือไม่
- คิดว่าบุคลิกภาพของบุคคลในวงการบิน ช่วงก่อนและหลังเข้าทำงานการเมืองมีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่
- คิดว่าบุคคลในวงการบินที่สนใจเข้าทำงานการเมืองสามารถเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ให้มีความน่าเชื่อถือได้ผลหรือไม่
- ท่านคิดว่าภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมืองที่ท่านเห็น เป็นคุณสมบัติที่แท้จริงของบุคคลเหล่านี้หรือไม่
- ท่านคิดว่าถ้าบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมืองได้รับการเลือกตั้งให้เป็น ส.ส. ในด้านนโยบายต่างๆ ที่ได้ให้ไว้กับประชาชนตอนหาเสียง บุคคลเหล่านี้จะสามารถกระทำได้สำเร็จมากน้อยแค่ไหน
- ถ้าในเขตพื้นที่ที่ท่านอาศัยอยู่ มีบุคคลเหล่านี้เป็นผู้สมัครรับเลือกตั้งท่านจะเลือกใครเป็นผู้แทนของท่าน

ผู้วิจัยจะเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม ปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมือง โดยดูภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือในด้านต่างๆ เช่น ด้านความเป็นผู้นำทางการเมือง ด้านคุณสมบัติส่วนตัว ด้านบทบาทและหน้าที่และความรับผิดชอบของนักการเมือง

## การทดสอบเครื่องมือ

ในการศึกษาเรื่อง การสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมือง ครั้งนี้เพื่อให้เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลการวิจัยมีความตรง (Validity) และความเที่ยง (Reliability) ผู้วิจัยได้วางเป้าหมายเพื่อทดสอบเครื่องมือการวิจัยไว้ดังนี้

1. ผู้วิจัยทำการวิจัยนำร่องแบบสัมภาษณ์ 3 ชุด และแบบสอบถาม 1 ชุด โดยทำการสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่มคือ กลุ่มบุคคลในวงการบินที่สนใจเข้าทำงานทางการเมือง กลุ่มบุคคลในวงการบินที่ไม่สนใจเข้าทำงานทางการเมือง กลุ่มนักการเมือง และทำการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มบุคคลทั่วไป

2. ตรวจสอบความผิดพลาดที่เกิดขึ้นจากแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม ที่ได้ทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง โดยดูเรื่องของความเข้าใจของภาษา ความถูกต้องของภาษา และนำไปพัฒนาแก้ไขต่อไป

3. นำแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามแก้ไขปรับปรุงภาษาเพื่อให้ความกระจ่างชัดเจน ครอบคลุม และเข้าใจง่าย แล้วนำแบบสัมภาษณ์ไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างจริงทั้ง 3 กลุ่ม จำนวน 83 คน ทดสอบแบบสอบถามกับตัวอย่างจริง จำนวน 100 คน แล้วนำผลการทดสอบไปทำการหาค่าความเที่ยงของเครื่องมือวิจัย

## วิธีการเก็บข้อมูล

1. ผู้วิจัยดำเนินการติดต่อพรรคการเมืองหรือองค์กรต่างๆ ที่กลุ่มประชากรสังกัด เพื่อที่จะทำการติดต่ออย่างเป็นทางการในการขอที่อยู่ติดต่อและหมายเลขโทรศัพท์ของบุคคลในวงการบินที่ลงสมัครรับเลือกตั้ง สส. บุคคลในวงการบินที่สนใจการเมืองโดยสมัครสมาชิกพรรคการเมือง บุคคลในวงการบินที่ไม่สนใจการเมือง และ นักการเมือง จากนั้นจะขอติดต่อสัมภาษณ์โดยตรงกับกลุ่มตัวอย่าง

2. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มบุคคลทั่วไปโดยการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง ตามสถานที่ต่างๆ เช่น สำนักงาน และสวนสาธารณะต่างๆ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มารวบรวมและดำเนินการขั้นตอนต่อไป

3. นำข้อมูลที่ได้ทั้งจากแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามมารวบรวมเพื่อเตรียมเข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

### **วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล**

ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบปัญหานำวิจัยในแต่ละข้อต่อไปนี้

#### **ปัญหานำวิจัยข้อ 1 กระบวนการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมืองมีลักษณะอย่างไร**

ผู้วิจัยนำผลข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างมาวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) โดยใช้การลดทอนข้อมูล (data reduction) ตามแบบบันทึกข้อมูลที่สร้างขึ้นเพื่อให้ได้ขั้นตอนของกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมือง โดยนำเสนอเป็นตารางข้อมูล เพื่อให้ให้เห็นความแตกต่างของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มได้ง่ายขึ้น

จากนั้นจะสรุปลักษณะของปัญหา และการดำเนินกิจกรรมของขั้นตอนทั้ง 4 ขั้นตอนของกระบวนการสร้างภาพลักษณ์

#### **ปัญหานำวิจัยข้อ 2 บุคคลทั่วไปมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้ามาทำงานทางการเมืองอย่างไร**

ข้อมูลในการตอบปัญหานำวิจัยข้อ 2 นี้ ได้มาจากแบบสอบถามในการสอบถามกลุ่มบุคคลทั่วไปจำนวน 100 คน ซึ่งข้อมูลที่ได้มานี้จะทำการรวบรวม และวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการหาความถี่แสดงค่าร้อยละของคำตอบ เพื่อแจกแจงความคิดเห็นของกลุ่มบุคคลทั่วไปที่มีต่อภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมือง



## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

ในส่วนของผลการวิจัยเรื่อง “ การสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่สนใจเข้าทำงานการเมือง ” นี้ ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิจัยโดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ

**ส่วนที่ 1** นำเสนอข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

**ส่วนที่ 2** นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยเรียงลำดับตามวัตถุประสงค์และปัญหานำวิจัย 2 ข้อ ดังต่อไปนี้

1. กระบวนการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมืองมีลักษณะอย่างไร
2. บุคคลทั่วไปมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้ามาทำงานทางการเมืองอย่างไร

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มประชากรออกเป็น 4 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มบุคคลในวงการบินที่สนใจเข้าทำงานทางการเมือง 23 คน
2. กลุ่มบุคคลในวงการบินที่ไม่สนใจเข้าทำงานทางการเมือง 30 คน
3. กลุ่มนักรบเมือง 30 คน
4. กลุ่มบุคคลทั่วไป 100 คน

ซึ่งในการทำวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือเป็นแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง ในการนำเสนอผลการวิจัยนี้ ผู้วิจัยจึงขอแบ่งข้อมูลในการนำเสนอ โดยในส่วนแรกจะเป็นการนำเสนอข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มบุคคลในวงการบินที่สนใจเข้าทำงานการเมือง กลุ่มบุคคลในวงการบินที่ไม่สนใจเข้าทำงานทางการเมือง กลุ่มนักรบเมือง และกลุ่มบุคคลทั่วไป

ตารางที่ 4.1 ตารางแสดงข้อมูลกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และสาขาอาชีพในวงการบันเทิง

ข้อมูลประชากร		บุคคล บันเทิง ที่ทำงาน การเมือง	บุคคล บันเทิงที่ ไม่ทำงาน การเมือง	นักการ เมือง	บุคคล ทั่วไป	รวม	จำนวน ประชากร ทั้งหมด
เพศ	ชาย	13	16	26	61	116	183
	หญิง	10	14	4	39	67	
อายุ(ปี)	ต่ำกว่า 25	0	6	0	62	68	183
	25-35	10	12	6	28	56	
	36-45	10	7	18	4	39	
	46-60	3	4	5	6	18	
	60 ขึ้นไป	0	1	1	0	2	
การศึกษา	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	0	4	0	34	38	183
	ปริญญาตรี	12	20	9	55	96	
	ปริญญาโท	11	6	18	11	46	
	ปริญญาเอก	0	0	3	0	3	
สาขา อาชีพ ในวงการ บันเทิง	นักแสดง	10	8	0	0	18	53
	นักร้อง	3	7	0	0	10	
	พิธีกรและ ผู้ประกาศ						
	ข่าว	7	8	0	0	15	
	นักแสดง ตลก	3	7	0	0	10	

จากตารางที่ 4.1 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 กลุ่ม มีจำนวนทั้งหมด 183 คน แบ่งเป็นเพศชาย 116 คน เพศหญิง 67 คน มีระดับอายุสูงสุดคือ ต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 68 คน และรองลงมาคือ ระดับอายุ 25-35 ปี จำนวน 56 คน เรื่องของระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง ระดับการศึกษาสูงสุดคือ ปริญญาตรี จำนวน 96 คน รองลงมาคือระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 46 คน และสาขาอาชีพในวงการบันเทิงของกลุ่มตัวอย่างบุคคลในวงการบันเทิงทั้งสิ้นใจเข้า

ทำงานการเมืองและไม่สนใจนั้น สาขานักแสดงมีจำนวนมากที่สุดคือ 18 คน รองลงมาคือ สาขา พิธีกรและผู้ประกาศข่าว 15 คน

## **ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเรียงตามลำดับตามปัญหานำการวิจัย**

ในการวิเคราะห์ผลข้อมูลผู้วิจัยได้ข้อมูลจากการวิจัยมาจากเครื่องมือ 2 ชนิดคือ แบบ สัมภาษณ์ และแบบสอบถามซึ่งผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากเครื่องมือทั้งสองมาวิเคราะห์ โดยแบบ สัมภาษณ์นั้นจะใช้กับกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มคือ 1.กลุ่มบุคคลในวงการบินที่สนใจเข้าทำงาน ทางการเมือง 2. กลุ่มบุคคลในวงการบินที่ไม่สนใจเข้าทำงานทางการเมือง 3. กลุ่ม นักการเมืองโดยการสัมภาษณ์เจาะลึก ( In-depth Interview) และการเก็บข้อมูลโดยใช้ แบบสอบถามกับบุคคลทั่วไป

ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิจัยโดยการลดทอนข้อมูล(Data Reduction)ทั้งจากแบบ สัมภาษณ์และแบบสอบถามซึ่งผลการวิจัยจะนำเสนอตามกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ ( Personal Image Building)ทั้ง 4 ขั้นตอน โดยสามารถนำเสนอตามประเด็นต่างๆ ต่อไปนี้ คือ

1. ลักษณะและปัญหาของภาพลักษณ์
2. การวางแผนและการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์
3. การจัดทำกิจกรรมเพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ต้องการ
4. การประเมินผลของการสร้างภาพลักษณ์

และจากนั้นจะนำเสนอบทบาทความคาดหวังของกลุ่มตัวอย่างบุคคลในวงการบินที่ ไม่สนใจเข้าทำงานทางการเมือง และกลุ่มนักการเมืองที่มีต่อบุคคลในวงการบินที่สนใจเข้าทำงานทาง การเมือง

**ปัญหานำวิจัยข้อ 1 กระบวนการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลใน วงการบินที่เข้าทำงานทางการเมืองมีลักษณะอย่างไร**

**ลักษณะและปัญหาของภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่ เข้าทำงานการเมือง**

ในการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม เพื่อให้ทราบลักษณะปัญหาและปัจจัยที่มีผล ต่อเรื่องการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้คำถามต่างๆ ดังนี้

- การที่บุคคลในวงการบินทั้งหันมาสนใจทำงานทางการเมือง บุคคลเหล่านี้จะต้องเปลี่ยน/ สร้างภาพลักษณ์ใหม่หรือไม่
  - ภาพลักษณ์ของคนในวงการบินจะเน้นการให้ความสนุกสนานความบันเทิงต่อผู้ชมหรือผู้บริโภค ท่านคิดว่าภาพเหล่านี้จะทำลายความเชื่อมั่นหรือส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานการเมืองหรือไม่
  - การเป็นบุคคลในวงการบินจะมีส่วนส่งเสริม หรือสนับสนุนให้ได้รับการเลือกตั้งเข้ามาบริหารบ้านเมืองหรือไม่อย่างไร
  - จำเป็นหรือไม่ที่ภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือด้านการศึกษาของผู้สมัครสส. ควรจะต้องจบการศึกษาในด้านการเมืองการปกครอง (รัฐศาสตร์ หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง)
  - ภูมิหลังครอบครัวนักการเมือง จะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของนักการเมืองหรือไม่
  - ภาพลักษณ์คนในวงการบิน เป็นสิ่งที่ติดตัวแม้จะเลิกประกอบอาชีพนี้หรือไม่
  - ประสบการณ์ในวงการบินจะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือในการเป็นนักการเมืองได้หรือไม่ อย่างไร
  - พรรคการเมืองที่บุคคลในวงการบินสังกัดมีส่วนร่วมช่วยในเรื่องการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของนักการเมืองหรือไม่

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 83 คน ผู้วิจัยได้นำมาลดทอนข้อมูล ( data reduction) และประมวลผลตามแบบบันทึกข้อมูล ( face sheet) ที่สร้างขึ้น ( ดูภาคผนวก ) จากนั้นจึงได้วิเคราะห์ถึงลักษณะปัญหา และปัจจัยที่เกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานการเมือง ในการนำเสนอผลการวิจัยนั้นเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมี 3 กลุ่ม ผู้วิจัยจึงขอใช้ตารางการแสดงผลของแต่ละกลุ่มตัวอย่าง แล้วจึงขอสรุปผลด้วยตารางแสดงผลรวมของทั้ง 3 กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งผลการวิจัยสามารถนำเสนอได้ดังต่อไปนี้

### 1. การที่บุคคลในวงการบินหันมาสนใจทำงานการเมือง บุคคลเหล่านี้จะต้องเปลี่ยน/ สร้างภาพลักษณ์ใหม่หรือไม่

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม พบว่าการที่บุคคลในวงการบินหันมาสนใจทำงานการเมือง มีความคิดเห็นทั้งควรและไม่ควรที่จะเปลี่ยน ซึ่งสามารถแจกแจงตามความคิดเห็นได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.2 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ของบุคคล  
ในวงการบินที่สนใจทำงานทางการเมือง

บุคคลในวงการบินที่หันมา สนใจทำงานการเมืองจะต้อง เปลี่ยน/สร้างภาพลักษณ์ใหม่ หรือไม่	บุคคลบันเทิง ที่ทำงานการเมือง		บุคคลบันเทิงที่ ไม่ทำงานการเมือง		นักการเมือง		จำนวนทั้งหมด	
	จำนวน คน	ร้อยละ	จำนวน คน	ร้อยละ	จำนวน คน	ร้อยละ	จำนวน คน	ร้อยละ
เปลี่ยน	10	43.47%	17	56.66%	21	70%	48	57.81%
ไม่เปลี่ยน	9	39.13%	9	30%	6	20%	24	28.89%
ไม่แน่ใจ	4	17.39%	4	13.33%	3	10%	11	13.24%
รวมจำนวน	23	99.99%	30	99.99%	30	100%	83	99.94%

จากตาราง 4.2 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 48 คนมีความคิดเห็นว่าบุคคลในวงการบินที่สนใจทำงานการเมืองจะต้องเปลี่ยนหรือสร้างภาพลักษณ์ใหม่ และกลุ่มตัวอย่างจำนวน 24 คนมีความคิดเห็นว่าบุคคลในวงการบินที่สนใจทำงานการเมือง ไม่จำเป็นต้องเปลี่ยนหรือสร้างภาพลักษณ์ใหม่ และกลุ่มตัวอย่างจำนวน 11 คน ไม่แน่ใจว่าบุคคลในวงการบินที่สนใจทำงานการเมืองจะต้องเปลี่ยนหรือสร้างภาพลักษณ์ใหม่หรือไม่

โดยผู้วิจัยได้นำเสนอเหตุผลในการแสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มเป็นคำร้อยละ เพื่อที่จะได้ทราบเหตุผลของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อความคิดเรื่องการเปลี่ยนหรือสร้างภาพลักษณ์ใหม่ของบุคคลในวงการบินที่สนใจเข้าทำงานทางการเมือง

ตารางที่ 4.2.1 แสดงเหตุผลของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ของบุคคลใน  
วงการบินที่สนใจเข้าทำงานการเมือง

บุคคลในวงการบินที่หันมาสนใจทำงานการเมืองจะต้องเปลี่ยน/สร้างภาพลักษณ์ใหม่หรือไม่	กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด		บุคคลบัณฑิตที่ทำงานการเมือง		บุคคลวงการบินที่ไม่ทำงานการเมือง		นักการเมือง	
	จำนวนคน	ค่าร้อยละ	จำนวนคน	ค่าร้อยละ	จำนวนคน	ค่าร้อยละ	จำนวนคน	ค่าร้อยละ
เปลี่ยน เพราะ								
1. ต้องแสดงความสามารถให้เห็น เพราะขาดประสบการณ์ทำงานการเมือง	17	20.48%	2	8.69%	6	20%	9	30%
2. ต้องแสดงวิสัยทัศน์ทางการเมืองให้เห็น	14	16.86%	4	17.39%	5	16.66%	5	16.66%
3. ภาพลักษณ์ของคนในวงการบินที่ไม่มีความน่าเชื่อถือพอ	17	20.47%	4	17.39%	6	19.99%	4	23.33%
ไม่เปลี่ยน เพราะ								
1. คิดว่าประชาชนจะดูที่ความตั้งใจในการทำงานมากกว่า	10	12.04%	3	13.04%	3	10%	4	13.33%
2. มีภาพลักษณ์ที่ดีเหมาะสมแล้ว	7	8.43%	4	17.39%	1	3.33%	2	6.66%
3. ประชาชนจะคิดว่าเสแสร้งเพราะคุ้นเคยกับภาพลักษณ์เดิม	4	4.81%	2	8.69%	2	6.66%	0	0%
4. การเป็นคนบัณฑิตจะได้เปรียบในการเลือกตั้ง	3	3.61%	0	0%	3	10%	0	0%
ไม่แน่ใจ เพราะคิดว่าต้องใช้เวลาในการพิสูจน์ว่าเป็นดาราจะมีผลต่อความน่าเชื่อถือหรือไม่	11	13.04%	4	17.38%	4	13.33%	3	10%
รวมจำนวน	83	99.94%	23	99.97%	30	99.97%	30	99.97%

จากตารางที่ 4.2.1 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 57.81% คิดว่าบุคคลในวงการบินต้องเปลี่ยนหรือสร้างภาพลักษณ์ใหม่ โดยกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30% ให้ความคิดเห็นสูงสุดว่าบุคคลในวงการบินต้องเปลี่ยนหรือสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้เกิดขึ้น เพราะถึงแม้จะมีภาพลักษณ์ที่ดีอยู่แล้ว แต่ไม่เคยทำงานการเมืองมาก่อนต้องแสดงให้เห็นว่าทำได้ และกลุ่ม



ตัวอย่างจำนวน 28.80% เห็นว่าบุคคลในวงการบินทั้งไม่จำเป็นต้องเปลี่ยนหรือสร้างภาพลักษณ์ใหม่ โดยให้เหตุผลที่มากที่สุดคือ บุคคลเหล่านี้มีความตั้งใจที่จะทำงานทางการเมืองควรรีให้โอกาส 12.04% และกลุ่มตัวอย่างจำนวน 13.24% ไม่แน่ใจว่าบุคคลการบินจำเป็นต้องเปลี่ยนหรือสร้างภาพลักษณ์ใหม่หรือไม่ โดยให้เหตุผลว่า ไม่ได้เปลี่ยน แต่ต้องใช้เวลาในการแสดงความสามารถและผลงาน 10.84%

## 2. ภาพลักษณ์ของคนในวงการบินจะเน้นการให้ความสนุกสนานความบันเทิงเรีงรณต่อผู้ชม ภาพลักษณ์เหล่านี้จะทำลายความเชื่อมั่นหรือส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมืองหรือไม่

ภาพลักษณ์ของคนในวงการบินจะเป็นภาพลักษณ์ที่เน้นความสนุกสนาน แต่ในขณะที่เดียวกันการเป็นนักการเมืองนั้นจะต้องมีความน่าเชื่อถือ ผู้วิจัยจึงได้ทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม ถึงความคิดเห็นทัศนคติว่า ภาพลักษณ์ความสนุกสนานเหล่านี้จะทำลายความเชื่อมั่นหรือส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่สนใจเข้าทำงานทางการเมืองหรือไม่ สามารถแสดงผลได้ตามตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.3 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อผลกระทบของภาพลักษณ์ของคนในวงการบินที่มีต่อความน่าเชื่อถือในการทำงานการเมือง

ภาพลักษณ์ของคนในวงการบินทั้งให้ความสนุกสนานภาพลักษณ์เหล่านี้จะทำลายหรือส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่ทำงานการเมืองหรือไม่	บุคคลการบินที่ทำงานการเมือง		บุคคลการบินที่ไม่ทำงานการเมือง		นักการเมือง		จำนวนทั้งหมด	
	จำนวนคน	ร้อยละ	จำนวนคน	ร้อยละ	จำนวนคน	ร้อยละ	จำนวนคน	ร้อยละ
ส่งผลกระทบ	12	52.17%	10	33.33%	7	23.33%	29	34.93%
ไม่ส่งผลกระทบ	6	26.08%	15	50.00%	21	70%	42	50.57%
ไม่แน่ใจ	5	21.73%	5	16.66%	2	6.66%	12	14.44%
รวมจำนวน	23	99.98%	30	99.99%	30	99.99%	83	99.94%

จากตารางที่ 4.3 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นภาพลักษณ์ของคนในวงการบินซึ่งให้ความสนุกสนานจะส่งผลต่อความน่าเชื่อถือในการทำงานการเมืองนั้น 29 คน คิดว่าไม่ส่งผลกระทบ 42 คน และไม่แน่ใจว่าส่งผลกระทบหรือไม่ จำนวน 12 คน

ผู้วิจัยได้แสดงการให้เหตุผลของกลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นต่อเรื่องภาพลักษณ์ของ  
คนในวงการบินที่จะส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่ทำงานการเมือง  
หรือไม่ โดยแสดงเป็นค่าร้อยละ ตามตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.3.1 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อภาพลักษณ์ของคนในวงการบินที่จะ  
ทำลายหรือส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่ทำงานการเมือง

ภาพลักษณ์ของคนในวงการบินให้ ความสนุกสนานภาพลักษณ์เหล่านี้จะ ทำลายหรือส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือ ของบุคคลในวงการบินที่ทำงาน การเมืองหรือไม่	กลุ่มตัวอย่าง ทั้งหมด		บุคคลในวง ที่ทำงานการเมือง		บุคคลในวง ที่ไม่ทำงาน การเมือง		นักการเมือง	
	จำนวน คน	ค่าร้อยละ	จำนวน คน	ค่าร้อยละ	จำนวน คน	ค่าร้อยละ	จำนวน คน	ค่าร้อยละ
ส่งผลกระทบต่อ เพราะ								
1. ไม่เชื่อมั่นว่าจะทำงานการเมืองได้	28	33.73%	11	47.82%	10	33.33%	7	23.33%
2. ตัดภาพลักษณ์ของวงการบิน	1	1.20%	1	4.34%	0	0%	0	0%
ไม่ส่งผลกระทบต่อ เพราะ								
1. ประชาชนสามารถแยกแยะบทบาท ได้	17	20.48	4	17.39%	5	16.66%	8	26.66%
2. มีภาพลักษณ์ที่ดี	16	19.26%	1	4.34%	6	20.33%	9	30%
3. เป็นผลดีเพราะประชาชนจะรู้จัก	8	9.63%	0	0%	4	13.33%	4	13.33%
4. เพราะหยุดงานบินทิ้งไประยะหนึ่ง ทำให้ภาพลักษณ์ความเป็นคน บินลดลง	1	1.20%	1	4.34%	0	0%	0	0%
ไม่แน่ใจ เพราะ								
1. ขึ้นอยู่กับบทบาทและหน้าที่ใน วงการบินด้วย เช่น พิธีกรส่งผล กระทบต่อความน่าเชื่อถือน้อยกว่า นักแสดง	10	12.04%	3	13.04%	5	16.66%	2	6.66%
2. คิดว่าประชาชนยังอยากเห็น ผลงานทางวงการบินอยู่	2	2.40%	2	8.69%	0	0%	0	0%
รวมจำนวน	83	99.94%	23	99.96%	30	100	30	99.97%

จากตารางที่ 4.3.1 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มคิดว่าภาพลักษณ์ของคนใน  
วงการบินที่เข้าทำงานทางการเมืองนั้นจะไม่ส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือของในการทำงาน

การเมือง 50.57% โดยให้เหตุผลว่า ประชาชนสามารถแยกแยะบทบาทได้ มากที่สุดคือจำนวน  
 บัณฑิตส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือทางการเมือง โดยให้เหตุผลที่มากที่สุดว่า หลายๆ คน จะไม่  
 เชื่อกันว่าจะทำงานการเมืองได้ 33.73% สูดทำยกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 14.44% คิดว่าไม่แน่ใจว่า  
 ภาพลักษณ์ของบุคคลในวงการบันเทิงนั้นจะส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือในการทำงาน  
 การเมืองหรือไม่ โดยให้เหตุผลว่าขึ้นอยู่กับสาขาอาชีพในวงการบันเทิงด้วย 12.04%

### 3. การเป็นบุคคลในวงการบันเทิงจะมีส่วนส่งเสริม ผลักดัน หรือสนับสนุนให้ ได้รับการเลือกตั้งเข้ามาบริหารบ้านเมืองหรือไม่

การเป็นบุคคลในวงการบันเทิงมาก่อนนั้น จะมีส่วนส่งเสริม ผลักดัน หรือสนับสนุนให้  
 บุคคลในวงการบันเทิงที่สนใจเข้าทำงานทางการเมืองได้รับการเลือกตั้งเข้ามาบริหารบ้านเมืองได้  
 หรือไม่ จากการที่ผู้วิจัยจึงได้ทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม ถึงความคิดเห็นทัศนคติ ว่า  
 การเป็นบุคคลวงการบันเทิงมีส่วนสนับสนุนหรือไม่ ซึ่งสามารถแสดงผลได้ตามตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.4. แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการเป็นบุคคลในวงการบันเทิงจะมีส่วน  
 ส่งเสริม ผลักดัน หรือสนับสนุนให้ได้รับการเลือกตั้งเข้ามาบริหารประเทศ

การเป็นบุคคลในวงการบันเทิง จะมีส่วนส่งเสริมสนับสนุนให้ ได้รับการเลือกตั้งเข้ามาบริหาร บ้านเมืองหรือไม่	บุคคลบันเทิง ที่ทำงานการเมือง		บุคคลบันเทิงที่ ไม่ทำงานการเมือง		นักการเมือง		จำนวนทั้งหมด	
	จำนวน คน	ร้อยละ	จำนวน คน	ร้อยละ	จำนวน คน	ร้อยละ	จำนวน คน	ร้อยละ
มีส่วนส่งเสริม	7	30.43%	25	83.33%	21	70.00%	53	63.85%
ไม่มีส่วนส่งเสริม	6	26.08%	1	3.33%	1	3%	8	9.62%
ไม่แน่ใจ	10	43.47%	4	13.33%	8	26.66%	22	26.49%
รวมจำนวน	23	99.98%	30	99.99%	30	99.99%	83	99.96%

จากตารางที่ 4.4 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าการเป็นบุคคลในวงการ  
 บันเทิงจะมีส่วนส่งเสริมให้ได้รับการเลือกตั้งจำนวน 53 คน คิดว่าไม่ส่งเสริมให้ได้รับการเลือกตั้ง 8  
 คน และไม่แน่ใจว่าจะส่งเสริมให้ได้รับการเลือกตั้งหรือไม่จำนวน 22 คน

ตารางที่ 4.4.1 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการเป็นบุคคลในวงการบินที่จะมีส่วนส่งเสริม ผลักดัน หรือสนับสนุนให้ได้รับการเลือกตั้งเข้ามาบริหารประเทศ

การเป็นบุคคลในวงการบินจะมี ส่วนส่งเสริมสนับสนุนให้ได้รับการ เลือกตั้งเข้ามาบริหารบ้านเมือง หรือไม่	กลุ่มตัวอย่าง ทั้งหมด		บุคคลบันเทิง ที่ทำงานการเมือง		บุคคลบันเทิงที่ ไม่ทำงานการเมือง		นักการเมือง	
	จำนวน คน	ค่าร้อยละ	จำนวน คน	ค่าร้อยละ	จำนวน คน	ค่าร้อยละ	จำนวน คน	ค่าร้อยละ
มีส่วนส่งเสริม เพราะ								
1. เพราะประชาชนจะไว้ใจ เพราะ รู้จักมาก่อน	48	57.83%	7	30.43%	22	73.33%	19	63.33%
2. แต่ประชาชนยังไม่เคยเห็น ผลงาน จึงอาจ จะต้องใช้เวลา	5	6.02%	0	0%	3	10%	2	6.66%
ไม่มีส่วนส่งเสริม เพราะ								
1. การเป็นคนบันเทิงทำให้ได้รับ ความสนใจ แต่ไม่สนับสนุนให้ ได้รับการเลือกตั้ง	6	7.22%	4	17.39%	1	3.33%	1	3.33%
2. ต้องแสดงความสามารถและ ผลงานถึงจะได้รับการเลือกตั้ง ให้ทำงานการเมือง	2	2.40%	2	8.69%	0	0%	0	0%
ไม่แน่ใจ เพราะ								
1. มีทั้งข้อได้เปรียบและข้อเสีย เปรียบ ข้อได้เปรียบคือคนจะ รู้จัก แต่ข้อเสียเปรียบคือ คน จะไม่เชื่อถือ	20	24.09%	9	39.13%	4	13.33%	7	23.33%
2. ขึ้นอยู่กับบทบาทหน้าที่อาชีพ ในวงการบิน เช่น งาน พิธีกรจะทำให้มีความ น่าเชื่อถือมากกว่างานนักร้อง นักแสดง	2	2.40%	1	4.34%	0	0	1	3.33%
รวมจำนวน	83	99.96%	23	99.98%	30	99.99%	30	99.98%

จากตารางที่ 4.4.1 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 63.85% คิดว่าการเป็นบุคคลในวงการบินจะมีส่วนส่งเสริมสนับสนุนให้ได้รับการเลือกตั้ง โดยให้เหตุผลที่มากที่สุดคือ มีส่วนส่งเสริม เพราะ ประชาชนจะรู้จักทำให้สามารถเข้าหาได้ง่ายประชาชนจะไว้ใจ 57.83% และกลุ่มตัวอย่างคิดว่าการเป็นบุคคลในวงการบินจะไม่ส่งเสริมให้ได้รับการเลือกตั้ง 9.62% โดยให้เหตุผลที่มากที่สุดคือ ไม่ได้ส่งเสริมให้ได้รับการเลือกตั้ง แต่ทำให้เป็นที่รู้จักของคนอื่น 7.22% กลุ่มตัวอย่างสุดท้ายคิดว่าไม่แน่ใจว่าการเป็นคนบันเทิงจะมีส่วนส่งเสริมสนับสนุนให้ได้รับการ

เลือกตั้งหรือไม่ 24.69% โดยให้เหตุผลว่า มีทั้งข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบ ข้อได้เปรียบคือ คนจะรู้จัก แต่ข้อเสียเปรียบคือคนจะไม่เชื่อถือ

#### 4. จำเป็นหรือไม่ที่ภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือด้านคุณสมบัติส่วนตัวเรื่อง การศึกษา ผู้สมัครรับเลือกตั้ง สส. ควรจะต้องจบการศึกษาในด้านการเมืองการปกครอง (รัฐศาสตร์ หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง)

การศึกษาถือเป็นคุณสมบัติส่วนตัวของผู้สมัคร สส. ซึ่งจะมีส่วนช่วยส่งเสริมเรื่อง ภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลนั้น และจำเป็นหรือไม่ที่ผู้ลงสมัครรับเลือกตั้งจะต้องจบ การศึกษาในด้านการเมืองการปกครอง (รัฐศาสตร์หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง) ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการ สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม โดยสามารถแสดงความคิดเห็นเป็นตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.5 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อเรื่องคุณสมบัติส่วนตัวเรื่องการศึกษาของ ผู้สมัครรับเลือกตั้ง สส. ว่าจะจำเป็นหรือไม่ที่จะต้องจบการศึกษาในด้านการเมืองการ ปกครอง (รัฐศาสตร์ หรือ สาขาที่เกี่ยวข้อง)

ความน่าเชื่อถือด้านคุณสมบัติด้าน การศึกษาของผู้สมัคร สส. จำเป็น หรือไม่ต้องจบด้านรัฐศาสตร์หรือ สาขาที่เกี่ยวข้อง	บุคคลบัณฑิต ที่ทำงานการเมือง		บุคคลบัณฑิต ที่ไม่ทำงานการเมือง		นักการเมือง		จำนวนทั้งหมด	
	จำนวน คน	ร้อยละ	จำนวน คน	ร้อยละ	จำนวน คน	ร้อยละ	จำนวน คน	ร้อยละ
มีส่วนส่งเสริม	7	30.43%	9	30.00%	9	30.00%	25	30.11%
ไม่มีส่วนส่งเสริม	11	47.82%	16	53.33%	20	67%	47	56.61%
ไม่แน่ใจ	5	21.73%	5	16.66%	1	3.33%	11	13.25%
รวมจำนวน	23	99.98%	30	99.99%	30	99.99%	83	99.96%

จากตารางที่ 4.5 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างคิดว่าผู้ลงสมัครรับเลือกตั้ง สส. จำเป็นที่ จะต้องจบการศึกษาด้านรัฐศาสตร์หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง จำนวน 25 คน คิดว่าไม่จำเป็นที่จะต้อง จบการศึกษาด้านรัฐศาสตร์หรือสาขาที่เกี่ยวข้องจำนวน 47 คน และไม่แน่ใจว่าจะต้องจบ การศึกษาด้านรัฐศาสตร์หรือสาขาที่เกี่ยวข้องหรือไม่จำนวน 11 คน

ตารางที่ 4.5.1 แสดงเหตุผลของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อเรื่องคุณสมบัติส่วนตัวเรื่องการศึกษาของผู้สมัครรับเลือกตั้งสส. ว่าจะ เป็นหรือไม่ที่จะต้องจบการศึกษาในด้านการเมืองการปกครอง (รัฐศาสตร์ หรือ สาขาที่เกี่ยวข้อง)

ความน่าเชื่อถือด้านคุณสมบัติด้านการศึกษาของผู้สมัครสส. จำเป็นหรือไม่ต้องจบด้านรัฐศาสตร์หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง	กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด		บุคคลบัณฑิตที่ทำงานการเมือง		บุคคลบัณฑิตที่ไม่ทำงานการเมือง		นักการเมือง	
	จำนวนคน	ค่าร้อยละ	จำนวนคน	ค่าร้อยละ	จำนวนคน	ค่าร้อยละ	จำนวนคน	ค่าร้อยละ
จำเป็น เพราะ คนทำงานการเมืองจะต้องมีความรู้ด้านนี้ทำให้ศึกษาการทำงานได้ง่ายขึ้น	25	30.01%	7	30.42%	9	30%	9	30%
ไม่จำเป็น เพราะ								
1. ต้องการคนจากหลากหลายความรู้	37	44.57%	6	26.08%	14	46.66%	17	56.66%
2. ต้องการคนที่มีอุดมการณ์และความตั้งใจมากกว่า	10	12.04%	5	21.73%	2	6.66%	3	10%
ไม่แน่ใจ เพราะ คิดว่าประสบการณ์การทำงานสำคัญมากกว่า	11	13.25%	5	21.73%	5	16.66%	1	3.33%
รวมจำนวน	83	99.97%	23	99.98%	30	99.97%	30	99.99%

จากตารางที่ 4.5.1 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 56.61 % คิดว่าไม่จำเป็นที่ผู้สมัครสส. จะต้องจบการศึกษาด้านรัฐศาสตร์ หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง โดยให้เหตุผลที่มากที่สุดคือ เพราะสส. ต้องการคนจากหลากหลายความรู้ 44.57% และกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30.11% คิดว่าจำเป็นที่ผู้สมัครสส. จำเป็นจะต้องจบการศึกษาด้านรัฐศาสตร์หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง โดยให้เหตุผลมากที่สุดคือ คนทำงานการเมืองจะต้องมีความรู้ด้านนี้ 22.89% นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 13.25% ไม่แน่ใจว่าจำเป็นหรือไม่ที่ผู้สมัครสส. จะต้องจบการศึกษาด้านรัฐศาสตร์หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง เพราะคิดว่า มีความรู้อาจจะดี แต่ประสบการณ์สำคัญกว่า



## 5. ภูมิหลังครอบครัวนักการเมือง จะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของนักการเมืองหรือไม่

ภูมิหลังครอบครัวเป็นส่วนหนึ่งที่มีส่วนช่วยส่งเสริมเรื่องภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของนักการเมือง ผู้วิจัยจึงได้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง เกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อเรื่องภูมิหลังของผู้ลงสมัครรับเลือกตั้งว่าจะส่งผลต่อภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของนักการเมืองหรือไม่ โดยแสดงได้ตามตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.6 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อเรื่องภูมิหลังครอบครัวของนักการเมืองจะมีส่วนช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของนักการเมือง

ภูมิหลังครอบครัวของนักการเมือง จะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือหรือไม่	บุคคลบันเทิงที่ทำงานการเมือง		บุคคลบันเทิงที่ไม่ทำงานการเมือง		นักการเมือง		จำนวนทั้งหมด	
	จำนวนคน	ร้อยละ	จำนวนคน	ร้อยละ	จำนวนคน	ร้อยละ	จำนวนคน	ร้อยละ
มีส่วนส่งเสริม	13	56.52%	19	63.33%	20	66.66%	52	62.65%
ไม่มีส่วนส่งเสริม	9	39.13%	8	26.66%	9	30%	26	31.32%
ไม่แน่ใจ	1	4.34%	3	10.00%	1	3.33%	5	6.02%
รวมจำนวน	23	99.99%	30	99.99%	30	99.99%	83	99.99%

จากตารางที่ 4.2.5 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างคิดว่าภูมิหลังครอบครัวนักการเมืองมีส่วนช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือจำนวน 52 คน คิดว่าไม่ส่งเสริมจำนวน 26 คน และไม่แน่ใจว่าภูมิหลังครอบครัวจะส่งเสริมด้านความน่าเชื่อถือหรือไม่ จำนวน 5 คน

ตารางที่ 4.6.1 แสดงเหตุผลของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อเรื่องภูมิหลังครอบครัวของนักการเมืองจะมีส่วนช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของนักการเมือง

ภูมิหลังครอบครัวของนักรการเมือง จะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือหรือไม่	กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด		บุคคลบันเทิงที่ทำงานการเมือง		บุคคลบันเทิงที่ไม่ทำงานการเมือง		นักรการเมือง	
	จำนวนคน	ค่าร้อยละ	จำนวนคน	ค่าร้อยละ	จำนวนคน	ค่าร้อยละ	จำนวนคน	ค่าร้อยละ
ส่งเสริม เพราะ								
1. คนที่รู้จักและศรัทธาครอบครัว จะให้ความเชื่อมั่นและศรัทธากับตัวบุคคลนั้นด้วย	37	44.57%	10	43.47%	14	46.66%	13	43.33%
2. คนไทยชอบภาพลักษณ์ครอบครัวที่อบอุ่น	15	18.07%	3	13.04%	5	16.66%	7	23.33%
ไม่ส่งเสริม เพราะ								
1. ขึ้นอยู่กับตัวบุคคลมากกว่า	12	14.45%	4	17.39%	2	6.66%	6	20%
2. ช่วยให้ได้รับความสนใจมากกว่าทำให้เกิดความน่าเชื่อถือ	11	13.25%	5	21.73%	3	10.00%	3	10%
3. บางตระกูลก็มีประวัติที่ไม่ดี	3	3.61%	0	0%	3	10.00%	0	0%
ไม่แน่ใจ เพราะ								
1. บางครอบครัวมีประวัติดีมาก แต่ตัวบุคคลก็ไม่น่าเชื่อถือ	3	3.61%	0	0%	2	6.66%	1	3.33%
2. ครอบครัวนั้นต้องทำประโยชน์ที่เป็นคุณอนันต์กับแผ่นดิน ถึงส่งเสริมให้บุคคลนั้นเกิดความน่าเชื่อถือได้	2	2.40%	1	4.34%	1	3.33%	0	0%
รวมจำนวน	83	99.96%	23	99.97%	30	99.97%	30	99.99%

จากตารางที่ 4.6.1 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างคิดว่าภูมิหลังครอบครัวของนักรการเมืองจะมีส่วนช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ 62.64% โดยให้เหตุผลว่า การที่มีตระกูลที่ดีจะทำให้ประชาชนเกิดความศรัทธา 33.73% กลุ่มตัวอย่างคิดว่าภูมิหลังครอบครัวของนักรการเมืองจะไม่มีส่วนส่งเสริมในการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ 31.31% โดยให้เหตุผลว่าไม่ส่งเสริม เพราะ ขึ้นอยู่กับตัวบุคคลมากกว่า 14.45% และกลุ่มตัวอย่างไม่แน่ใจว่าภูมิหลังครอบครัวของนักรการเมืองจะมีส่วนช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ 6.01% โดยให้เหตุผลว่าบางตระกูลมีประวัติที่ดีมาก แต่ตัวบุคคลก็ไม่น่าเชื่อถือ

## 6. ภาพลักษณ์ของคนในวงการบิน เป็นสิ่งที่ติดตัวแม่จะเลิกประกอบอาชีพนี้หรือไม่

ภาพลักษณ์ของคนในวงการบินเป็นสิ่งที่ติดตัวแม่จะเลิกประกอบอาชีพนี้ ถ้าภาพลักษณ์นี้ติดตัวของบุคคลในวงการบิน ถึงแม่จะเลิกประกอบอาชีพนี้แล้วเปลี่ยนแปลงไปประกอบอาชีพอื่น จะสามารถลบภาพเหล่านี้ได้หรือไม่ ผู้วิจัยจึงได้ทำการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของคนในวงการบิน ว่าจะเป็นที่ติดตัวแม่จะเลิกประกอบอาชีพนี้หรือไม่

ตารางที่ 4.7 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อความคิดเห็นเรื่องภาพลักษณ์ของคนในวงการบิน เป็นสิ่งที่ติดตัวไปถึงแม่จะเลิกประกอบอาชีพนี้

ภาพลักษณ์คนการบินเป็นสิ่งติดตัวแม่จะเลิกประกอบอาชีพนี้	กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด		บุคคลการบินที่ทำงานการเมือง		บุคคลการบินที่ไม่ทำงานการเมือง		นักการเมือง	
	จำนวนคน	ค่าร้อยละ	จำนวนคน	ค่าร้อยละ	จำนวนคน	ค่าร้อยละ	จำนวนคน	ค่าร้อยละ
ใช่ เพราะ								
1. คนจะไม่ลืม แม่เวลาจะผ่านไป	54	65.06%	6	26.08%	20	66.66%	28	93.33%
2. คนยังคาดหวังที่จะเห็นบทบาทในวงการบินอยู่	29	34.93%	17	73.91%	10	33.33%	2	6.66%
ไม่ใช่	0	0	0	0	0	0	0	0
ไม่แน่ใจ	0	0	0	0	0	0	0	0
รวมจำนวน	83	99.99%	23	99.99%	30	99.99%	30	99.99%

จากตารางที่ 4.7 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 99.99% คิดว่าภาพลักษณ์คนการบินเป็นสิ่งที่ติดตัวแม่จะเลิกประกอบอาชีพนี้โดยให้เหตุผลว่า คนจะไม่ลืมแม่เวลาจะผ่านไปนาน 65.06% และ คนจะคาดหวังที่จะเห็นบทบาทในการแสดงอยู่ 34.93%

## 7. ประสพการณ์การทำงานในวงการบินจะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของการเป็นนักการเมืองได้หรือไม่

ในเรื่องของประสพการณ์นั้น เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือได้ แต่ประสพการณ์ของแต่ละสาขาอาชีพ โดยเฉพาะเป็นอาชีพที่มีความแตกต่างกัน ประสพการณ์อาจจะไม่ได้ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือขึ้น ผู้วิจัยจึงได้สัมภาษณ์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม เกี่ยวกับประสพการณ์ทำงานในวงการบินจะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของการเป็นนักการเมืองได้หรือไม่ ซึ่งผลการสัมภาษณ์สามารถแสดงเป็นตารางข้อมูลได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.8 แสดงความคิดเห็นผลของกลุ่มตัวอย่างต่อประสพการณ์การทำงานในวงการบินสามารถช่วยส่งเสริมเรื่องภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือในการเป็นนักการเมืองได้

ประสพการณ์การทำงานในวงการบินจะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของการเป็นนักการเมืองได้หรือไม่	บุคคลบินเทิงที่ทำงานการเมือง		บุคคลบินเทิงที่ไม่ทำงานการเมือง		นักการเมือง		จำนวนทั้งหมด	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
	คน		คน		คน		คน	
ได้	10	43.46%	20	66.65%	23	76.65%	53	63.82%
ไม่ได้	10	43.46%	5	16.66%	3	10%	18	21.68%
ไม่แน่ใจ	3	13.04%	5	16.66%	4	13.33%	12	14.45%
รวมจำนวน	23	99.96%	30	99.97%	30	99.98%	83	99.94%

จากตารางที่ 4.8 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมดคิดว่าประสพการณ์การทำงานในวงการบินจะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของการเป็นนักการเมืองได้ 63.82% และคิดว่าประสพการณ์บินเทิงไม่สามารถช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือได้ 21.68% นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 14.45% ไม่แน่ใจว่าประสพการณ์ในวงการบินจะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของการเป็นนักการเมืองได้หรือไม่

ตารางที่ 4.8.1 แสดงเหตุผลของกลุ่มตัวอย่างต่อประสบการณ์การทำงานในวงการบินที่จะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของการเป็นนักการเมืองได้หรือไม่

ประสบการณ์การทำงานในวงการบินจะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของการเป็นนักการเมืองได้หรือไม่	กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด		บุคคลบันเทิงที่ทำงานการเมือง		บุคคลบันเทิงที่ไม่ทำงานการเมือง		นักการเมือง	
	จำนวนคน	ค่าร้อยละ	จำนวนคน	ค่าร้อยละ	จำนวนคน	ค่าร้อยละ	จำนวนคน	ค่าร้อยละ
ส่งเสริม เพราะ								
1. ถ้าเป็นกิจกรรมที่ทำเพื่อสังคมเพื่อชุมชน	26	31.32%	3	13.04%	5	16.66%	18	60%
2. งานบันเทิงไม่ใช่งานไร้สาระต้องมีการวางแผนและการบริหาร	12	14.45%	2	8.69%	8	26.66%	2	6.66%
3. การทำงานทุกอย่างจะสะท้อนลักษณะนิสัยในการทำงานของบุคคลนั้นได้	11	13.25%	3	13.04%	6	20%	2	6.66%
4. งานสื่อบุคคลชนทำให้ต้องเรียนรู้ตลอดเวลา และช่วยในเรื่องการเป็นคนของประชาชน	2	2.40%	1	4.34%	1	3.33%	0	0%
5. ประสบการณ์บันเทิงจะช่วยเรื่องการลงพื้นที่ การพบปะประชาชน	2	2.40%	1	4.34%	0	0%	1	3.33%
ไม่ส่งเสริม เพราะงานเป็นคนละแบบกัน	18	21.67%	10	43.46%	5	16.66%	3	10%
ไม่แน่ใจ เพราะขึ้นอยู่กับโอกาสเวลาออกสื่อจะสามารถแสดงทัศนคติทางการเมืองได้แค่ไหน	12	14.45%	3	13.04%	5	16.66%	4	13.33%
รวมจำนวน	83	99.94%	23	99.95%	30	99.97%	30	99.98%

จากตารางที่ 4.8 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 63.82% คิดว่า ประสบการณ์การทำงานในวงการบินจะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของการเป็นนักการเมืองได้ โดยให้เหตุผลที่มากที่สุดคือ จะช่วยส่งเสริมอย่างมาก ยิ่งถ้าบุคคลนั้นมีกิจกรรมที่ทำอะไรให้กับสังคมหรือชุมชน 31.32% และกลุ่มตัวอย่างจำนวน 21.68% คิดว่าประสบการณ์ทำงานวงการบิน

จะไม่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือในการเป็นนักการเมือง โดยให้เหตุผลว่า ไม่ส่งเสริม และยังโดนสับสนประมาทด้วยซ้ำว่าทำงานการเมืองไม่ได้ 10.84% และกลุ่มตัวอย่างจำนวน 14.45% ไม่แน่ใจว่าประสบการณ์การทำงานบนเวทีจะสามารถช่วยสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือในการเป็นนักการเมืองได้หรือไม่ โดยให้เหตุผลว่า ไม่แน่ใจ บางครั้งอาจจะได้ เวลาออกสื่อถ้าบุคคลนั้นใช้โอกาสในการออกสื่อเป็นการแสดงทัศนคติอุตสาหกรรม อย่างเช่นในการสัมภาษณ์ รายการทอล์คโชว์

### 8. พรรคการเมืองที่บุคคลในวงการบินสังกัดมีส่วนช่วยในเรื่องการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของนักการเมืองหรือไม่

พรรคการเมืองเป็นปัจจัยสำคัญในเรื่องของการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ ในเรื่องของปัจจัยภายนอก เพราะในปัจจุบันนี้พรรคการเมืองถือเป็นเรื่องสำคัญในระบบการเมืองของไทย เพราะฉะนั้นการที่บุคคลในวงการบินเลือกพรรคการเมืองที่เหมาะสมกับตนเองน่าจะเป็นสิ่งที่ส่งเสริมความน่าเชื่อถือ

ตารางที่ 4.9 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อพรรคการเมืองที่บุคคลในวงการบินสังกัดจะช่วยสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของนักการเมือง

พรรคการเมืองที่บุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานการเมืองพรรคการเมืองที่สังกัดมีส่วนช่วยในเรื่องการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลเหล่านั้นหรือไม่	บุคคลบนเวทีที่ทำงานการเมือง		บุคคลบนเวทีที่ไม่ทำงานการเมือง		นักการเมือง		จำนวนทั้งหมด	
	จำนวนคน	ร้อยละ	จำนวนคน	ร้อยละ	จำนวนคน	ร้อยละ	จำนวนคน	ร้อยละ
มี	22	95.65%	23	76.66%	27	90.00%	72	86.74%
ไม่มี	1	4.34%	5	16.66%	3	10%	9	10.84%
ไม่แน่ใจ	0	0.00%	2	6.66%	0	0.00%	2	2.40%
รวมจำนวน	23	99.99%	30	99.98%	30	100.00%	83	99.98%

จากตารางที่ 4.9 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มคิดว่าพรรคการเมืองนั้นมีส่วนช่วยในการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานการเมือง 86.74% และคิดว่าพรรคการเมืองไม่มีส่วนช่วยในเรื่องการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานการเมือง 10.84% และกลุ่มตัวอย่างไม่แน่ใจว่าพรรคการเมือง



จะสามารถช่วยสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่ทำงานการเมืองได้  
2.40%

ตารางที่ 4.9.1 แสดงเหตุผลของกลุ่มตัวอย่างต่อพรรคการเมืองที่บุคคลในวงการบินสังกัดจะ  
ช่วยสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของนักการเมือง

พรรคการเมืองที่บุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานการเมืองสังกัดมีส่วนช่วยในเรื่องการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลเหล่านั้นหรือไม่	กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด		บุคคลในวงการบินที่ทำงานการเมือง		บุคคลในวงการบินที่ไม่ทำงานการเมือง		นักการเมือง	
	จำนวนคน	ค่าร้อยละ	จำนวนคน	ค่าร้อยละ	จำนวนคน	ค่าร้อยละ	จำนวนคน	ค่าร้อยละ
มีส่วนช่วย เพราะ								
1. โดยเฉพาะพรรคที่มีนโยบายที่สามารถทำได้จริง	52	62.65%	12	52.17%	14	46.66%	26	86.66%
2. พรรคการเมืองจะแสดงอุดมการณ์ของบุคคลในพรรค	13	15.66%	7	30.43%	5	16.66%	1	3.33%
3. ระบบการทำงานที่ดีของพรรคจะทำให้ประชาชนยอมรับ	7	8.43%	3	13.04%	4	13.33%	0	0%
ไม่มีส่วนช่วย เพราะ								
1. ความน่าเชื่อถือจะขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคล	5	6.02%	1	4.34%	1	3.33%	3	10%
2. พรรคการเมืองจะใช้บุคคลในวงการบินสร้างภาพลักษณ์ให้กับพรรคมากกว่า	4	4.81%	0	0%	4	13.33%	0	0%
ไม่แน่ใจ เพราะระบบพรรคการเมืองไทยยังขาดความน่าเชื่อถือ	2	2.40%	0	0%	2	6.66%	0	0%
รวมจำนวน	83	99.97%	23	99.98%	30	99.97%	30	99.99%

จากตารางที่ 4.9.1 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างคิดว่าพรรคการเมืองที่บุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานการเมืองสังกัดมีส่วนช่วยในเรื่องการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ 86.74% โดยให้เหตุผลว่า การเมืองปัจจุบันนี้ เน้นที่ระบบพรรคการเมือง คนจะมองที่นโยบายของพรรคเป็นหลัก 62.65% และกลุ่มตัวอย่างจำนวน 10.84% คิดว่าพรรคการเมืองไม่มีส่วนช่วยในเรื่องการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลนั้นๆ โดยให้เหตุผลว่า ทุกอย่างขึ้นอยู่กับตัวบุคคลว่าจะทำให้เกิดความน่าเชื่อถือได้มากน้อยเพียงใด 6.02% นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 2.40% คิดว่าไม่แน่ใจว่าพรรคการเมืองที่บุคคลในวงการบินสังกัดจะมีส่วนช่วยในเรื่องการสร้าง

ภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือหรือไม่ โดยให้เหตุผลว่า เพราะระบบพรรคการเมืองไทยยังไม่ชัดเจน การโยกย้าย สส. อยู่ประจำทำให้บางครั้งก็ต้องดูที่คุณสมบัติส่วนบุคคลเป็นหลัก

สรุปผลของขั้นตอนที่ 1 ลักษณะและปัญหาของภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมืองคือภาพลักษณ์ของคนในวงการบินนั้นเป็นภาพลักษณ์ที่สับสน ทำให้ในการเข้าทำงานทางการเมืองนั้นอาจจะขาดความน่าเชื่อถือ เพราะว่าลักษณะของงานมีความแตกต่างกัน อีกทั้งภาพลักษณ์ของคนในวงการบินเป็นภาพลักษณ์ที่ติดตัวไปเสมอ แม้จะเลิกประกอบอาชีพนี้แล้วก็ตาม ทำให้เป็นความยากที่จะเปลี่ยน หรือสร้างภาพลักษณ์ใหม่ เพราะภาพลักษณ์ของคนในวงการบินยังคงติดอยู่

อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าภาพลักษณ์ของคนการบินจะขัดแย้งกับภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของนักการเมือง แต่ในขณะเดียวกันการมีภาพลักษณ์ของคนการบินก็ทำให้สนับสนุนภาพลักษณ์นักการเมืองได้ ในลักษณะของการทำให้เป็นที่รู้จักของประชาชนได้ง่าย ประชาชนจะให้ความสนใจ

เพราะฉะนั้นลักษณะและปัญหาภาพลักษณ์ของบุคคลในวงการบินที่จะเข้าทำงานการเมืองจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงให้เกิดความเหมาะสม ซึ่งในการเปลี่ยนแปลงนี้จะต้องมีปัจจัยด้านอื่นๆ ประกอบด้วย เช่น คุณสมบัติส่วนตัวของบุคคลนั้นๆ

## ขั้นตอนที่ 2 การวางแผนและการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์

ในขั้นตอนที่ 2 นี้เป็นการวางแผนและการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ ผู้วิจัยจึงได้ทำการสร้างคำถามที่เกี่ยวกับขั้นตอนการวางแผนของบุคคลในวงการบินที่สนใจเข้าทำงานทางการเมือง โดยคำถามนี้ได้นำไปสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม ซึ่งมีคำถามดังต่อไปนี้คือ

- ปัจจัยที่จะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมืองให้ได้รับความน่าเชื่อถือ และการยอมรับจากประชาชนคือปัจจัยใดบ้าง
- สังเกตเห็นปัจจัยที่ไม่ส่งเสริม / เป็นอุปสรรคต่อวิธีการสร้างภาพลักษณ์ / เปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมืองหรือไม่

- บุคคลในวงการบินที่สนใจเข้าทำงานทางการเมือง จะต้องใช้ระยะเวลาเท่าใดในการเตรียมตัวลงสมัครรับเลือกตั้งทางการเมือง และในระหว่างช่วงเวลานั้น บุคคลเหล่านี้จะต้องปรับตัวอย่างไรบ้าง
- ถ้าบุคคลในวงการบินต้องเปลี่ยนภาพลักษณ์ บุคคลเหล่านี้จะต้องเตรียมความพร้อมอย่างไรบ้าง

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 83 คน ในเรื่องของการวางแผนและการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ของบุคคลในวงการบินที่สนใจเข้าทำงานทางการเมือง ผู้วิจัยได้นำมาลดทอนข้อมูล ( data reduction) และประมวลผลตามแบบบันทึกข้อมูล ( face sheet) ที่สร้างขึ้น (ดูภาคผนวก) ในการนำเสนอผลการวิจัยนั้นเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมี 3 กลุ่ม ผู้วิจัยจึงขอใช้ตารางการแสดงผลของแต่ละกลุ่มตัวอย่าง แล้วจึงขอสรุปผลด้วยตารางแสดงผลรวมของทั้ง 3 กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งผลการวิจัยสามารถนำเสนอได้ดังต่อไปนี้

#### 1. ปัจจัยที่จะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานการเมืองให้ได้รับความน่าเชื่อถือ และการยอมรับจากประชาชนคือปัจจัยใดบ้าง

เนื่องจากคำถามวิจัยข้อนี้เป็นคำถามปลายเปิดจึงทำให้คำตอบที่ได้สามารถแยกตอบได้เป็นหลายประเภท จำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ได้จึงไม่ใช่ 83 คน แต่เป็นลักษณะจำนวนความคิดที่มีต่อข้อคำถาม ซึ่งเพื่อให้ง่ายต่อการอ่านค่าตาราง ผู้วิจัยจึงได้ทำเป็นค่าร้อยละ เพื่อให้เห็นอันดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ มากไปหาน้อย ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยใดที่ช่วยส่งเสริมให้บุคคลในวงการบินที่ทำงานการเมืองให้ได้รับความน่าเชื่อถือ และการยอมรับจากประชาชน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือของบุคคลใน วงการบันเทิงที่เข้าทำงานทาง การเมือง	จำนวนประชากร ทั้งหมด		บุคคลบันเทิงที่ ทำงานการเมือง		บุคคลบันเทิงที่ ไม่ทำงานการเมือง		นักการเมือง	
	จำนวน คน	ร้อยละ	จำนวน คน	ร้อยละ	จำนวน คน	ร้อยละ	จำนวน คน	ร้อยละ
1. การแสดงความใกล้ชิดกับ ประชาชน	42	23.33%	13	19.69%	14	23.33%	15	27.77%
2. พรรคการเมืองและนโยบาย ของพรรคที่สังกัด	34	18.88%	9	13.63%	11	18.33%	14	25.92%
3. ความตั้งใจในการทำงาน	19	10.55%	6	9.09%	7	11.66%	6	11.11%
4. กิจกรรมที่ทำเพื่อสังคม ชุมชน	17	9.44%	8	12.12%	3	5%	6	11.11%
5. การแสดงความสนใจทาง การเมือง ,การมีส่วนร่วม ทางการเมือง	15	8.33%	7	10.60%	6	10%	2	3.70%
6. คุณสมบัติส่วนตัว และ ประวัติของบุคคลนั้น	15	8.33%	6	9.08%	6	10%	3	5.55%
7. ประสบการณ์ทำงาน	11	6.11%	4	6.06%	5	8.33%	2	3.70%
8. นโยบาย , ผลงานที่ผ่านมา	6	3.33%	3	4.54%	2	3.33%	1	1.85%
9. ระยะเวลาในการทำงาน การเมือง	6	3.33%	5	7.57%	1	1.66%	0	0%
10. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ของพรรคการเมือง	5	2.77%	0	0%	2	3.33%	3	5.55%
11. ความสามารถในการพูด ปราศรัย	4	2.22%	1	1.51%	2	3.33%	1	1.85%
12. บุคลิกภาพ	4	2.22%	2	3.03%	1	1.66%	1	1.85%
13. ช่วงจังหวะในการลงสมัครรับ เลือกตั้ง การลงสมัครของ ผู้สมัครคนอื่น	2	1.11%	2	3.03%	0	0%	0	0%
รวมจำนวน	180	99.95%	66	99.95%	60	99.95%	54	99.96%

จากตารางที่ 4.10 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่าง ทั้ง 3 กลุ่มคิดว่าปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบันเทิงที่เข้าทำงานทางการเมือง 3 อันดับแรกได้แก่

1. ความใกล้ชิดกับประชาชน เช่นการออกพื้นที่ 23.33%
2. พรรคการเมืองที่สังกัด นโยบายของพรรค 18.88%
3. ความตั้งใจจริงในการเข้าทำงานทางการเมือง 10.55%

**2. สังเกตเห็นปัจจัยที่ไม่ส่งเสริม / เป็นอุปสรรคต่อวิธีการสร้างภาพลักษณ์ / เปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมืองหรือไม่**

ในกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือขั้นตอนการวางแผนนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่เราควรจะต้องทราบถึงอุปสรรค หรือปัจจัยที่ไม่ส่งเสริม ต่อการสร้างภาพลักษณ์หรือเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ให้เกิดความน่าเชื่อถือ เพื่อที่จะได้พยายามแก้ไขสิ่งที่เป็นอุปสรรคนั้นและทำให้ภาพลักษณ์ที่ต้องการเกิดขึ้น

ซึ่งในเรื่องของกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือก็ย่อมต้องมีสิ่งที่เป็นอุปสรรค หรือปัจจัยที่ไม่ส่งเสริมต่อการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างภาพลักษณ์ที่แตกต่างจากอาชีพเดิม เพราะฉะนั้นเพื่อให้ทราบถึงทัศนคติความคิดของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มถึงเรื่องของการสังเกตเห็นปัจจัยที่ไม่ส่งเสริม หรือเป็นอุปสรรคต่อวิธีการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมือง ผู้วิจัยจึงได้ทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม และนำเสนอข้อมูลที่ได้เป็นตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.11 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเรื่องปัจจัยที่ไม่ส่งเสริม / เป็นอุปสรรคต่อวิธีการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมือง

สังเกตเห็นปัจจัยที่ไม่ส่งเสริม/เป็นอุปสรรคต่อวิธีการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมืองหรือไม่	บุคคลบินเชิงที่ทำงานการเมือง		บุคคลบินเชิงที่ไม่ทำงานการเมือง		นักการเมือง		จำนวนทั้งหมด	
	จำนวนคน	ร้อยละ	จำนวนคน	ร้อยละ	จำนวนคน	ร้อยละ	จำนวนคน	ร้อยละ
เห็น	20	86.95%	27	90.00%	23	76.66%	70	84.33%
ไม่เห็น	3	13.04%	3	10.00%	7	23%	13	15.66%
รวมจำนวน	23	99.99%	30	100.00%	30	99.99%	83	99.99%

จากตารางที่ 4.11 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มสังเกตเห็นปัจจัยที่ไม่ส่งเสริม / เป็นอุปสรรคต่อวิธีการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานการเมือง 84.33% และกลุ่มตัวอย่างไม่เห็นอุปสรรคของวิธีการสร้างภาพลักษณ์จำนวน 15.66%

ตารางที่ 4.11.1 แสดงเหตุผลของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อเรื่องปัจจัยที่ไม่ส่งเสริม / เป็นอุปสรรคต่อ  
เปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ของบุคคลในวงการบันเทิงที่เข้าทำงานทางการเมือง

สังเกตเห็นปัจจัยที่ไม่ส่งเสริม/เป็น อุปสรรคต่อวิธีการสร้างภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการ บันเทิงที่เข้าทำงานการเมืองหรือไม่	กลุ่มตัวอย่าง ทั้งหมด		บุคคลบันเทิงที่ ทำงานการเมือง		บุคคลบันเทิงที่ ไม่ทำงานการเมือง		นักการเมือง	
	จำนวน คน	ค่าร้อยละ	จำนวน คน	ค่าร้อยละ	จำนวน คน	ค่าร้อยละ	จำนวน คน	ค่าร้อยละ
เห็นอุปสรรค คือ								
1. ประชาชนยังติดภาพลักษณ์ เก่าๆ ที่ว่าคนบันเทิงไม่มี ความสามารถ ทำงานลำบาก ไม่ได้	41	49.39%	12	52.07%	13	43.33%	16	53.33%
2. ขึ้นอยู่กับบทบาทหน้าที่ใน วงการบันเทิง เช่น ถ้าเคยเป็น นักแสดง บทผู้ร้าย อาจจะขาด ความน่าเชื่อถือ มากกว่าบท พระเอก	11	13.25%	3	13.04%	4	13.33%	4	13.33%
3. บุคลิกภาพและอายุของบุคคล นั้น	5	6.02%	2	8.69%	1	3.33%	2	6.66%
4. พฤติกรรมด้านลบ เช่น คดีรถชน	5	6.02%	1	4.34%	4	13.33%	0	0%
5. การศึกษาที่ไม่ตรงกับลักษณะ การเมือง	3	3.61%	0	0%	2	6.66%	1	3.33%
6. กฎหมายการเลือกตั้งห้ามออก สื่อก่อนเลือกตั้ง ทำให้คน บันเทิงขาดเครื่องมือของตน	2	2.40%	0	0%	2	6.66%	0	0%
7. สถานภาพทางเพศ	1	1.20%	1	4.34%	0	0%	0	0%
ไม่เห็นอุปสรรค โดยสรุปคิดว่า								
1. ภาพคนบันเทิงกลับเป็นสิ่งที่ ส่งเสริมในการทำงานการเมือง	10	12.04%	0	0%	3	10%	7	23.33%
2. ภาพคนบันเทิงไม่มีความ เสียหาย และถ้าไม่ผิดกฎหมาย เลือกตั้งก็ยังสามารถทำงานบันเทิง อยู่	2	2.40%	2	8.69%	0	0%	0	0%
3. ไม่ต้องการเปลี่ยนแปลงตนเอง	1	1.20%	1	4.34%	0	0%	0	0%
รวมจำนวน	83	99.93%	23	99.95%	30	99.97%	30	100%



จากตารางที่ 4.11.1 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างคิดว่าเห็นสิ่งที่เป็นปัจจัย / อุปสรรคต่อการเปลี่ยนหรือสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้เกิดขึ้น โดยให้เหตุผลว่าประชาชนยังติดอยู่กับภาพเก่าๆ ที่ว่าดารานักแสดงไม่มีความรู้ความสามารถ 32.53% และกลุ่มตัวอย่างจำนวน 14.64% คิดว่าไม่เห็นปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของคนบันเทิงที่เข้าทำงานการเมือง เพราะมองว่าเป็นสิ่งที่ส่งเสริมด้วย 12.04%

### 3. บุคคลในวงการบันเทิงที่สนใจเข้าทำงานทางการเมือง จะต้องใช้ระยะเวลา นานเท่าใดในการเตรียมตัวลงสมัครรับเลือกตั้งทางการเมือง

เนื่องจากในการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือนั้น เป็นกระบวนการที่ต้องมีการวางแผนและระยะเวลา ซึ่งการวางแผนและระยะเวลานี้จะแตกต่างกันไปตามลักษณะของบุคคลนั้นๆ อีกทั้งขึ้นอยู่กับภูมิหลังเดิมด้วย ที่จะมีส่วนทำให้เกิดความน่าเชื่อถือด้วย ระยะเวลาจะเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความเหมาะสมในการสร้างภาพลักษณ์ เพราะว่าบางคนอาจจะสามารถเกิดภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือได้ แต่มีระยะเวลาน้อยเกินไป จึงไม่สามารถทำให้ความน่าเชื่อถือเกิดขึ้นได้ ผู้วิจัยจึงได้ทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มถึงระยะเวลาในการเตรียมตัวรับสมัครการเลือกตั้ง ว่าควรมีระยะเวลาเท่าใด และนำเสนอข้อมูลเป็นตารางได้ดังนี้

ตารางที่ 4.12 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับระยะเวลาเตรียมตัวที่เหมาะสมของ บุคคลในวงการบันเทิงที่เข้าทำงานทางการเมือง

จะต้องใช้ระยะเวลานานเท่าใดในการเตรียมตัวลงสมัครรับเลือกตั้งทางการเมือง	กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด		บุคคลบันเทิงที่ทำงานการเมือง		บุคคลบันเทิงที่ไม่ทำงานการเมือง		นักการเมือง	
	จำนวนคน	ค่าร้อยละ	จำนวนคน	ค่าร้อยละ	จำนวนคน	ค่าร้อยละ	จำนวนคน	ค่าร้อยละ
มากกว่า 4 ปี (มากกว่า 1 สมัยการเลือกตั้ง)	7	8.43%	2	8.69%	2	6.66%	3	10%
1- 4 ปี ( 1 สมัยการเลือกตั้ง)	53	63.85%	14	60.86%	17	56.66%	22	73.33%
น้อยกว่า 1 ปี	6	7.22%	3	13.04%	3	10%	0	0%
ไม่จำเป็นต้องกำหนด ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคล	17	20.48%	4	17.39%	8	26.66%	5	16.66%
รวมจำนวน	83	99.98%	23	99.98%	30	99.98%	30	99.99%

จากตารางที่ 4.12 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนมากคิดว่าบุคคลในวงการบันเทิงที่จะเข้าทำงานทางการเมืองจะต้องใช้ระยะเวลาในการเตรียมตัวที่เหมาะสมที่สุดคือ 1-4 ปี ( 1 สมัยการเลือกตั้ง) จำนวน 63.85%

#### 4. ในช่วงเวลาการเตรียมตัวนั้น บุคคลในวงการบินที่สนใจทำงานทาง การเมืองต้องปรับตัวอย่างไร

การวางแผนนั้นแตกต่างกันขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะใช้ระยะเวลานานเท่าใด และ ในช่วงระยะเวลานั้นควรจะปรับตัวอย่างไรบ้าง บางครั้งระยะเวลาที่สั้นแต่มีการวางแผนและ ปรับตัวได้ดีก็อาจจะได้ผลทำให้เกิดความน่าเชื่อถือมากกว่าการวางแผนที่ใช้ระยะเวลานานแต่มี การปรับตัวที่ไม่ถูกต้อง เพื่อให้ทราบระยะเวลาและการปรับตัวที่เหมาะสม ผู้วิจัยจึงได้ถามกลุ่ม ตัวอย่างว่าระหว่างช่วงการเตรียมตัวนั้นควรจะปรับตัวอย่างไรบ้าง และนำเสนอข้อมูลได้ดังตาราง ต่อไปนี้

ตารางที่ 4.13 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อการปรับตัวในการเตรียมตัวเข้าทำงานทาง การเมืองของบุคคลในวงการบิน

ในช่วงระยะเวลาการเตรียมตัวนั้น บุคคล ในวงการบินที่สนใจเข้าทำงาน การเมืองควรจะปรับตัวอย่างไรบ้าง	จำนวนประชากร ทั้งหมด		บุคคลบินเชิงที่ ทำงานการเมือง		บุคคลบินเชิงที่ ไม่ทำงานการเมือง		นักการเมือง	
	จำนวน คน	ค่าร้อยละ	จำนวน คน	ค่าร้อยละ	จำนวน คน	ค่าร้อยละ	จำนวน คน	ค่าร้อยละ
1. ปรับบุคลิกภาพให้ดูสุ่มขึ้น	37	18.59%	12	19.04%	16	24.24%	9	12.85%
2. ลดบทบาทงานในวงการบิน	35	17.58%	16	25.39%	10	15.15%	9	12.85%
3. เลือกพรรคการเมืองที่สังกัดให้ เหมาะสม	34	17.08%	10	15.87%	11	16.66%	13	18.57%
4. ศึกษาเพิ่มเติมในด้านต่างๆ ต่อไปนี								
4.1 ข้อมูลของพื้นที่ ที่สมัคร								
4.2 ความรู้ทางด้านการเมือง								
4.3 กฎหมายการเลือกตั้ง	61	25.62%	15	23.80%	12	18.17%	24	34.28%
5. ทำกิจกรรมเพื่อสังคมและชุมชน	26	13.06%	5	7.93%	7	10.60%	14	20%
6. สร้างการยอมรับจากสื่อมวลชน และสังคม	7	3.51%	2	3.17%	4	6.06%	1	1.42%
7. ปรับพฤติกรรมส่วนตัว ทั้งการ ปรับเอง และกฎหมายบังคับให้ ปรับ	7	3.51%	1	1.58%	6	9.08%	0	0%
8. เรียนรู้วิธีการจัดการสถานการณ์ ต่างๆ	2	1.00%	2	3.17%	0	0%	0	0%
รวมจำนวน	199	99.95%	63	99.95%	66	99.96%	70	99.97%

จากตารางที่ 4.13 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างคิดว่าในระยะเวลาเตรียมตัวนั้นบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมืองควรเตรียมความพร้อมปรับตัวในด้านต่าง ๆ 3 อันดับแรกต่อไปนี้

1. ปรับบุคลิกภาพให้สุ่มขึ้น 18.59%
2. ต้องลดบทบาทงานในวงการบินลง 17.58%
3. เลือกพรรคการเมืองที่สังกัดให้เหมาะสม 17.08%

#### 5. ถ้าบุคคลในวงการบินต้องเปลี่ยนภาพลักษณ์ บุคคลเหล่านี้ต้องเตรียมความพร้อมด้านใด / อย่างไรบ้าง

การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ให้เกิดความน่าเชื่อถือนั้นขึ้นอยู่กับทั้งตัวบุคคลในวงการบินที่ต้องการเข้าทำงานการเมืองด้วย และขึ้นอยู่กับทัศนคติและความคาดหวังของประชาชนด้วยว่าต้องการอย่างไร และทั้งสองส่วนนี้สามารถตอบสนองกันได้หรือไม่ ในส่วนนี้ผู้วิจัยจึงได้ทำแบบสัมภาษณ์เพื่อสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม คือ กลุ่มบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานการเมือง กลุ่มบุคคลในวงการบินที่ไม่เข้าทำงานการเมือง กลุ่มนักการเมือง เพื่อให้ทราบถึงทัศนคติความคิดว่าถ้าบุคคลในวงการบินต้องเปลี่ยนภาพลักษณ์ บุคคลเหล่านี้ต้องเตรียมความพร้อมด้านใดบ้าง ซึ่งแสดงผลตามตารางได้ดังต่อไปนี้คือ

ตารางที่ 4.14 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อเรื่องของบุคคลวงการบินที่ทำงานทางการเมืองว่าจะเปลี่ยนภาพลักษณ์ด้านใด

ถ้าบุคคลในวงการบินต้องเปลี่ยนภาพลักษณ์ บุคคลเหล่านี้ต้องเตรียมความพร้อมอย่างไรบ้าง	จำนวนประชากรทั้งหมด		บุคคลบินที่ทำงานการเมือง		บุคคลบินที่ไม่ทำงานการเมือง		นักการเมือง	
	จำนวน	ค่าร้อยละ	จำนวน	ค่าร้อยละ	จำนวน	ค่าร้อยละ	จำนวน	ค่าร้อยละ
	คน	ละ	คน	ละ	คน	ละ	คน	ละ
1. สร้างความคุ้นเคยกับประชาชน	46	24.73%	17	22.97%	11	20.75%	18	30.50%
2. ลดงานในวงการบินลง	34	18.27%	15	20.27%	10	18.86%	9	15.25%
3. เน้นการทำงานเพื่อชุมชน และสังคมมากขึ้น	29	15.59%	12	16.21%	7	13.20%	10	16.94%
4. เปลี่ยนบุคลิกภาพให้สุ่มขึ้น	27	14.51%	8	10.81%	10	18.86%	9	15.25%
5. หาโอกาส แสดงวิสัยทัศน์ทางการเมือง	20	10.75%	7	9.45%	8	15.09%	5	8.47%

ถ้าบุคคลในวงการบินต้อง เปลี่ยนภาพลักษณ์ บุคคล เหล่านี้ต้องเตรียมความพร้อม อย่างไรบ้าง(ต่อ)	จำนวนประชากร ทั้งหมด		บุคคลบินเชิงที่ ทำงานการเมือง		บุคคลบินเชิงที่ ไม่ทำงานการเมือง		นักการเมือง	
	จำนวน	ค่าร้อยละ	จำนวน	ค่าร้อยละ	จำนวน	ค่าร้อยละ	จำนวน	ค่าร้อยละ
	คน	ละ	คน	ละ	คน	ละ	คน	ละ
6. ศึกษาหาความรู้ทางการเมือง เพิ่มเติม	14	7.52%	5	6.75%	5	9.43%	4	6.77%
7. ร่างนโยบาย ศึกษาปัญหาใน พื้นที่ของตน	9	4.83%	5	6.75%	1	1.88%	3	5.08%
8. ฐานะทางเศรษฐกิจ / การเงิน	4	2.15%	3	4.05%	1	1.88%	0	0%
9. เตรียมทีมงานด้านการเมือง	3	1.61%	2	2.70%	0	0%	1	1.69%
รวมจำนวน	186	99.96%	74	99.96%	53	99.95%	59	99.95%

จากตารางที่ 4.14 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มมีความคิดเห็นว่าถ้าบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานการเมืองต้องเปลี่ยนภาพลักษณ์ บุคคลเหล่านี้ต้องเตรียมความพร้อมในด้านต่างๆ ( 3 อันดับแรก) ดังต่อไปนี้

1. สร้างความคุ้นเคยกับประชาชนในพื้นที่ เช่น การลงพื้นที่เพื่อพูดคุย 24.73%
2. จัดการการทำงานที่เกี่ยวกับงานบินเชิงให้หมดไป 18.27%
3. เน้นการทำงานที่เพื่อสังคม เพื่อชุมชนมากขึ้น 15.59%

ขั้นตอนที่ 2 การวางแผนการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์นั้น หลังจากเราทราบลักษณะปัญหาของภาพลักษณ์คนบินเชิงที่จะเข้าทำงานการเมืองแล้วว่ายังขาดความน่าเชื่อถือ ในขั้นตอนที่ 2 นี้จึงต้องวางแผนว่าจะต้องทำอะไรบ้าง จึงจะสามารถทำให้ภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือเกิดกับกลุ่มบุคคลในวงการบินได้

ซึ่งในคำถามของแบบสัมภาษณ์นั้นจะได้มีการถามถึงปัจจัยที่เป็นสิ่งส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ และปัจจัยที่เป็นอุปสรรคของการเปลี่ยนภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ ในส่วนของปัจจัยทั้ง 2 นั้น เป็นคุณสมบัติส่วนตัวของบุคคลบินเชิงที่สนใจเข้าทำงานการเมือง ซึ่งแต่ละคนอาจจะมีไม่เท่ากัน บางคนอาจจะเตรียมตัวในการเข้าทำงานการเมืองพร้อมจนไม่มีปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือเลยก็เป็นได้

เพราะฉะนั้นการวางแผนเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์นี้จึงต้องขึ้นอยู่กับคุณสมบัติส่วนตัวของแต่ละบุคคล ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์จะสามารถบอกได้ถึงอันดับของปัจจัยที่ส่งเสริม และ

ปัจจัยที่เป็นอุปสรรค ซึ่งจะเป็นแนวทางของขั้นตอนการวางแผนเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ โดยรวมเพียงเท่านั้น

### **ขั้นตอนที่3 การปฏิบัติและลักษณะการสื่อสารที่ทำให้เกิดภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ**

การปฏิบัติและลักษณะการสื่อสารที่ทำให้เกิดภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือนี้ เป็นขั้นตอนของการลงมือปฏิบัติเพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่บุคคลในวงการบินที่สนใจเข้าทำงานทางการเมืองเหล่านี้ต้องการ โดยผู้วิจัยได้นำคำถามสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม เพื่อให้ได้ทัศนคติ และความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มต่างๆ และนำมาเปรียบเทียบกัน ซึ่งคำถามมีดังต่อไปนี้คือ

- คิดว่าบุคลิกภาพของบุคคลในวงการบิน ช่วงก่อนและหลังเข้าทำงานการเมืองมีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่
- คิดว่าบุคคลในวงการบินที่สนใจเข้าทำงานทางการเมืองมีการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์จากคนการบินมาเป็นนักการเมืองอย่างไร
- การมีส่วนร่วมทางการเมืองมาก่อน จะส่งผลกระทบต่อการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือหรือไม่
- การสร้างความไว้วางใจกับประชาชนมีด้วยกันหลายวิธี คิดว่าบุคคลในวงการบินที่สนใจเข้าทำงานทางการเมืองมีวิธีการสร้างความไว้วางใจกับประชาชนอย่างไร
- ระหว่างการหาเสียง การที่ผู้สมัครส.ส. ที่มาจากคนในวงการบิน ได้มีการออกพื้นที่กับนักการเมืองท่านอื่นๆ เป็นการช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือหรือไม่

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 83 คน ในเรื่องของการปฏิบัติและลักษณะการสื่อสารที่ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่บุคคลในวงการบินที่สนใจเข้าทำงานทางการเมืองต้องการ ผู้วิจัยได้นำมาลดทอนข้อมูล ( data reduction) และประมวลผลตามแบบบันทึกข้อมูล ( face sheet) ที่สร้างขึ้น ( ดูภาคผนวก ) ในการนำเสนอผลการวิจัยนั้นเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมี 3 กลุ่ม ผู้วิจัยจึงขอใช้ตารางการแสดงผลของแต่ละกลุ่มตัวอย่าง แล้วจึงขอสรุปผลด้วยตารางแสดงผลรวมของทั้ง 3 กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งผลการวิจัยสามารถนำเสนอได้ดังต่อไปนี้

## 1. คิดว่าบุคลิกภาพของบุคคลในวงการบิน ช่วงก่อนและหลังเข้าทำงาน การเมืองมีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่

บุคลิกภาพส่วนตัวที่เหมาะสม เป็นข้อที่สำคัญที่สุดในการสร้างภาพลักษณ์เพราะจะเป็นสิ่งแรกที่กระทบกับความรู้สึกของผู้คน ก่อให้เกิดความประทับใจ ความนิยมเลื่อมใส น่าเชื่อถือ ซึ่งจะมากหรือน้อยแค่ไหน ก็ขึ้นอยู่กับ การแสดงออก ไม่ว่าจะเป็นลักษณะท่าที การแต่งกายที่เหมาะสมกับกาลเทศะ การพูดจา จึงเป็นสิ่งที่ต้องควรทราบว่าคุณลักษณะบุคลิกภาพของบุคคลในวงการบิน ช่วงก่อนและหลังเข้าทำงานการเมืองนั้นมีบุคลิกภาพที่เปลี่ยนไปหรือไม่ และถ้าเปลี่ยนแปลงไปนั้น จะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม แสดงข้อมูลจากการ สัมภาษณ์ได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.15 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อการเปลี่ยนแปลงบุคลิกภาพของบุคคลใน วงการบิน ช่วงก่อนและหลังเข้าทำงานทางการเมือง

บุคลิกภาพของบุคคลในวงการบิน ช่วงก่อนและหลังเข้าทำงานการเมืองมีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่	บุคคลในวงการบิน ที่ทำงานการเมือง		บุคคลในวงการบิน ที่ไม่ทำงานการเมือง		นักการเมือง		จำนวนทั้งหมด	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
	คน		คน		คน		คน	
เปลี่ยน	20	86.95%	26	86.66%	25	83.33%	71	85.54%
ไม่เปลี่ยน	2	8.69%	2	6.66%	4	13%	8	9.63%
ไม่แน่ใจ	1	4.34%	2	6.66%	1	3.33%	4	4.81%
รวมจำนวน	23	99.98%	30	99.98%	30	99.99%	83	99.98%

จากตารางที่ 4.15 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มคิดว่าบุคลิกภาพของบุคคลใน วงการบินช่วงก่อนและหลังเข้าทำงานการเมืองมีการเปลี่ยนแปลง 85.54% , คิดว่าบุคลิกภาพ ของบุคคลในวงการบินช่วงก่อนและหลังเข้าทำงานการเมืองไม่เปลี่ยนแปลง 9.63% และไม่ แน่ใจว่าบุคลิกภาพของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานการเมืองเปลี่ยนแปลงหรือไม่



ตารางที่ 4.15.1 แสดงเหตุผลของกลุ่มตัวอย่างต่อการเปลี่ยนแปลงบุคลิกภาพของบุคคลในวงการทำงาน  
 บ้านเทิง ช่วงก่อนและหลังเข้าทำงานทางการเมือง

บุคลิกภาพของบุคคลในวงการทำงาน บ้านเทิงช่วงก่อนและหลังเข้าทำงาน การเมืองมีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่	กลุ่มตัวอย่าง ทั้งหมด		บุคคลบ้านเทิงที่ ทำงานการเมือง		บุคคลบ้านเทิงที่ ไม่ทำงานการเมือง		นักการเมือง	
	จำนวน คน	ค่าร้อยละ	จำนวน คน	ค่าร้อยละ	จำนวน คน	ค่าร้อยละ	จำนวน คน	ค่าร้อยละ
เปลี่ยนแปลง เพราะ								
1. การแต่งกายและการพูดจาจะ เรียบร้อยมากขึ้น	30	36.14%	9	39.13%	10	33.33%	11	36.66%
2. ใจเย็นขึ้น ต้องสามารถรับฟัง ปัญหาของประชาชนได้	12	14.45%	3	13.04%	3	10%	6	20%
3. ลดกิจกรรมส่วนตัวที่จะทำให้ ขาดความน่าเชื่อถือ เช่นการขี่ มอเตอร์ไซด์	10	12.04%	2	8.69%	5	16.66%	3	10%
4. เปลี่ยนแปลงวิธีการพูดและการ แสดงความคิด	7	8.43%	0	0%	4	13.33%	3	10%
5. บุคลิกภาพเปลี่ยนตามกาลเทศะ	5	6.02%	1	4.34%	3	10%	1	3.33%
6. จะไม่ใช่ของที่ทรูเกินไป	3	3.61%	2	8.69%	0	0%	1	3.33%
7. สำนวณกริยามากขึ้น	2	2.40%	2	8.69%	0	0%	0	0%
8. เป็นคนที่เด็ดขาดมากขึ้น	2	2.40%	1	4.34%	1	3.33%	0	0%
ไม่เปลี่ยนแปลง เพราะ								
1. ต้องไปตามกาลเทศะอยู่แล้ว	4	4.81%	0	0%	1	3.33%	3	10%
2. ทำการเปลี่ยนแปลงก่อนที่จะเข้า ทำงานการเมืองแล้ว	4	4.81%	2	8.69%	1	3.33%	1	3.33%
ไม่แน่ใจ เพราะ								
1. อาจจะเป็นบางคน ที่พอมี อำนาจแล้วการวางตัวก็จะ เปลี่ยนไป	2	2.40%	0	0%	2	6.66%	0	0%
2. อาจจะเปลี่ยนแปลงตามอายุ ไม่ใช่เปลี่ยนเพราะทำงาน การเมือง	2	2.40%	1	4.34%	0	0%	1	3.33%
รวมจำนวน	83	99.91%	23	99.95%	30	99.97%	30	99.98%

จากตารางที่ 4.15.1 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มคิดว่าบุคลิกภาพของบุคคลในวงการบันเทิง ช่วงก่อนและหลังเข้าทำงานการเมืองเปลี่ยนแปลงไป 85.54% โดยให้เหตุผลคือเปลี่ยนแปลงอย่างมาก จะต้องเรียบร้อยขึ้น ทั้งการแต่งกายและการพูดจา 36.14% นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 9.62% คิดว่าบุคลิกภาพของบุคคลบันเทิงในช่วงก่อนและหลังเข้าทำงานการเมืองไม่มีการเปลี่ยนแปลง โดยให้เหตุผลคือ ไม่เปลี่ยน เพราะเป็นไปตามกาลเทศะอยู่แล้ว 4.81% และไม่เปลี่ยน เพราะมีการเปลี่ยนแปลงมาก่อนที่จะทำงานการเมือง 4.81% และกลุ่มตัวอย่างจำนวน 4.81% ที่ไม่แน่ใจว่าบุคลิกภาพของบุคคลในวงการบันเทิงในช่วงก่อนและหลังเข้าทำงานการเมืองมีการเปลี่ยนแปลงไปหรือไม่ โดยให้เหตุผลคือไม่แน่ใจเพราะ เป็นบางคน บางคนพอมีอำนาจแล้วการวางตัวก็เปลี่ยนไป 2.40%

## 2. การมีส่วนร่วมทางการเมืองมาก่อน จะส่งผลกระทบต่อการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือหรือไม่

การมีส่วนร่วมทางการเมืองเป็นการร่วมกิจกรรมทางการเมืองอย่างหนึ่ง ซึ่งผู้วิจัยคิดว่าน่าจะส่งผลกระทบต่อการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลบันเทิงในการทำงานการเมืองได้ ผู้วิจัยจึงได้ทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม ถึงประเด็นการมีส่วนร่วมทางการเมืองมาก่อน ที่จะลงสมัคร ส.ส. ซึ่งจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 83 คน สามารถนำเสนอข้อมูลเป็นคำร้อยละได้ตามตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.16 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับเรื่องการมีส่วนร่วมทางการเมืองมาก่อน จะส่งผลกระทบต่อการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ

การมีส่วนร่วมทางการเมืองมาก่อน จะส่งผลกระทบต่อการสร้าง ภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือหรือไม่	บุคคลบันเทิง ที่ทำงานการเมือง		บุคคลบันเทิงที่ไม่ ทำงานการเมือง		นักการเมือง		จำนวนทั้งหมด	
	จำนวน คน	ร้อยละ	จำนวน คน	ร้อยละ	จำนวน คน	ร้อยละ	จำนวน คน	ร้อยละ
ส่งผลกระทบ	21	91.30%	29	96.66%	28	93.31%	78	93.97%
ไม่ส่งผลกระทบ	0	0%	1	3.33%	2	6.66%	3	3.61%
ไม่แน่ใจ	2	8.69%	0	0%	0	0%	2	2.4%
รวมจำนวน	23	99.99%	30	99.99%	30	99.97%	83	99.92%

จากตารางที่ 4.16 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม มีความคิดเกี่ยวกับเรื่องการมีส่วนร่วมทางการเมืองมาก่อน จะส่งผลกระทบต่อการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือทั้งหมด 93.97% และกลุ่มตัวอย่างคิดว่าการมีส่วนร่วมทางการเมืองมาก่อน จะไม่ส่งผลกระทบต่อสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ 3.61% สุดท้าย กลุ่มตัวอย่างไม่แน่ใจว่าการมีส่วนร่วมทางการเมืองมาก่อนจะส่งผลกระทบต่อสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือหรือไม่ 2.4%

ตารางที่ 4.16.1 แสดงเหตุผลของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับเรื่องการมีส่วนร่วมทางการเมืองมาก่อน จะส่งผลกระทบต่อสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ

การมีส่วนร่วมทางการเมืองมาก่อน จะส่งผลกระทบต่อสร้าง ภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือหรือไม่	กลุ่มตัวอย่าง ทั้งหมด		บุคคลบันเทิงที่ ทำงานการเมือง		บุคคลบันเทิงที่ ไม่ทำงานการเมือง		นักการเมือง	
	จำนวน คน	ค่าร้อยละ	จำนวน คน	ค่าร้อยละ	จำนวน คน	ค่าร้อยละ	จำนวน คน	ค่าร้อยละ
ส่งผลกระทบ เพราะ								
1. สะท้อนความตั้งใจและความ มุ่งมั่นในการทำงาน	29	34.93%	8	34.78%	9	30%	12	40%
2. เป็นขั้นตอนหนึ่งในการสร้าง ภาพลักษณ์ (image)	14	16.86%	3	13.04%	6	20%	5	16.66%
3. ทำให้เรียนรู้และทราบได้ว่า ตัวเองเหมาะสมที่จะแก้ปัญหา ตรงไหนและอย่างไร	8	9.63%	3	13.04%	1	3.33%	4	13.33%
4. เป็นโอกาสในการแสดงวิสัยทัศน์	8	9.63%	4	17.39%	3	10%	1	3.33%
5. ทำให้เห็นทักษะ แนวโน้มในการ ทำงานการเมืองได้	7	8.43%	2	8.69%	3	10%	2	6.66%
ไม่ส่งผลกระทบ เพราะ								
ประชาชนจะดูที่ผลงานและ นโยบาย	3	3.61%	0	0%	1	3.33%	2	6.66%
ไม่แน่ใจ เพราะ								
เพราะโดยส่วนตัวไม่มีส่วนร่วม ทางการเมืองมาก่อนจึงไม่คิดว่า จะส่งผลต่อความน่าเชื่อถือ	2	2.40%	2	8.69%	0	0%	0	0%
รวมจำนวน	83	99.94%	23	99.97%	30	99.99%	30	99.97%

จากตารางที่ 4.16.1 ให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มคิดว่าการมีส่วนร่วมทางการเมืองมาก่อน จะส่งผลกระทบต่อการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ 93.97% โดยให้เหตุผลว่าการมีส่วนร่วมทางการเมืองส่งผลกระทบต่อสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ เหตุผลที่มากที่สุดคือส่งผลกระทบต่อเพราะทำให้เห็นความตั้งใจ และความมุ่งมั่นในการทำงานการเมือง 34.93%

นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างคิดว่าการมีส่วนร่วมทางการเมืองมาก่อนไม่ส่งผลกระทบจำนวน 3.61 % โดยให้เหตุผลว่าไม่ส่งผลกระทบ โดยเฉพาะกับประชาชนในเขตกรุงเทพ เพราะประชาชนจะดูที่นโยบายและผลงาน และกลุ่มตัวอย่างไม่แน่ใจว่าการมีส่วนร่วมทางการเมืองมาก่อนจะส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือหรือไม่จำนวน 2.40%

### 3. การสร้างความไว้วางใจกับประชาชนมีด้วยกันหลายวิธี คิดว่าบุคคลในวงการบันเทิงที่สนใจเข้าทำงานทางการเมือง มีวิธีสร้างความไว้วางใจกับประชาชนอย่างไร

บุคคลในวงการบันเทิงที่เข้าทำงานการเมืองจะต้องมีวิธีที่จะสร้างภาพลักษณ์ที่จะทำให้เกิดการยอมรับ ความเชื่อถือและความไว้วางใจ เพราะหากได้รับความเชื่อถือจากประชาชนเป็นพื้นฐานแล้ว การดำเนินงานต่างๆ จะเป็นไปด้วยดีโดยอาศัยความร่วมมือจากประชาชน อีกทั้งความไว้วางใจนี้จะเป็นส่วนหนึ่งที่สามารถทำให้ผู้สมัครรับเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรได้รับการเลือกตั้งได้ด้วย

ตารางที่ 4.17 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อวิธีที่บุคคลบันเทิงใช้สร้างความไว้วางใจกับประชาชน

บุคคลในวงการบันเทิงที่สนใจเข้าทำงานทางการเมือง มีวิธีการสร้างความไว้วางใจกับประชาชนอย่างไร	กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด		บุคคลบันเทิงที่ทำงานการเมือง		บุคคลบันเทิงที่ไม่ทำงานการเมือง		นักการเมือง	
	จำนวนคน	ค่าร้อยละ	จำนวนคน	ค่าร้อยละ	จำนวนคน	ค่าร้อยละ	จำนวนคน	ค่าร้อยละ
1. การลงพื้นที่เพื่อบอกนโยบายที่จะทำ	33	22%	12	22.64%	7	16.66%	14	25.45%
2. การเป็นคนบันเทิงจะได้รับความไว้วางใจ ชาวบ้านจะคิดเสมือนว่าเป็นญาติกัน	25	16.66%	7	13.02%	13	30.95%	5	9.09%
3. ศึกษาปัญหาของชุมชนนั้น	19	12.66%	6	11.32%	5	11.90%	8	14.54%

บุคคลในวงการบินที่สนใจเข้า ทำงานทางการเมือง มีวิธีการ สร้างความไว้วางใจกับ ประชาชนอย่างไร (ต่อ)	กลุ่มตัวอย่าง ทั้งหมด		บุคคลบัณฑิตที่ ทำงานการเมือง		บุคคลบัณฑิตที่ ไม่ทำงานการเมือง		นักการเมือง	
	จำนวน	ค่าร้อยละ	จำนวน	ค่าร้อยละ	จำนวน	ค่าร้อยละ	จำนวน	ค่าร้อยละ
	คน	ละ	คน	ละ	คน	ละ	คน	ละ
4. แสดงความตั้งใจในการทำงาน	19	12.66%	7	13.02%	4	9.52%	8	14.54%
5. สร้างความน่าเชื่อถือโดยรับปาก แต่ในสิ่งที่สามารถทำได้	17	11.33%	8	15.09%	3	7.14%	6	10.90%
6. การไปร่วมงานต่างๆ ของ ชาวบ้าน เช่น งานศพ งาน ทำบุญ ฯลฯ	12	8%	5	9.43%	2	4.76%	5	9.09%
7. ให้สื่อมวลชนช่วยประชาสัมพันธ์	11	7.33%	1	1.88%	5	11.90%	5	9.09%
8. มีคุณสมบัติส่วนตัวที่ดี	8	5.33%	3	5.66%	3	7.14%	2	3.63%
9. ใช้สรรพนามในการพูดที่เป็นกับ เองกับชาวบ้าน	6	4%	4	7.54%	0	0%	2	3.63%
รวมจำนวน	150	99.97%	53	99.60%	42	99.97%	55	99.96%

จากตารางที่ 4.17 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มคิดว่าวิธีที่บุคคลในวงการบินที่สนใจเข้าทำงานทางการเมืองมีวิธีการสร้างความไว้วางใจกับประชาชนโดยวิธีต่างๆ (3 อันดับแรก) ดังนี้คือ

1. การลงพื้นที่เพื่อพบปะพูดคุย โดยบอกนโยบายต่างๆ ที่จะทำ 22 %
2. การเป็นคนบัณฑิตจะได้รับความไว้วางใจอยู่แล้ว ชาวบ้านจะคิดเหมือนกับว่าเป็นญาติกัน 16.66%
3. เข้าศึกษาปัญหาของชุมชนนั้นๆ เพื่อจะได้เข้าใจปัญหาจริงๆ 12.66%

4. ระหว่างการหาเสียง การที่ผู้สมัครส.ส. ที่มาจากคนในวงการบิน ได้มีการออกพื้นที่กับนักการเมืองท่านอื่นๆ เป็นการช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือหรือไม่

การออกหาเสียงเป็นวิธีการหนึ่งที่จะทำให้ประชาชนรู้จักกับผู้สมัครรับเลือกตั้ง สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร และจะทำให้เกิดความไว้วางใจ การยอมรับได้ การออกหาเสียงในปัจจุบันนี้มักจะมีนักการเมืองที่มีชื่อเสียง หรือแกนนำพรรคเข้าร่วมออกหาเสียงกับผู้สมัครด้วย ผู้วิจัยจึงต้องการทราบความคิดเห็นทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มว่าถ้าผู้สมัครส.ส. ที่มาจากคนในวงการบิน ได้มีการออกพื้นที่กับนักการเมืองท่านอื่นๆ เป็นการช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือหรือไม่

ตารางที่ 4.18 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อเรื่องการออกพื้นที่ของผู้สมัครส.ส.ที่มาจาก  
คนในวงการบินได้จะส่งเสริมการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ

ระหว่างการหาเสียง การที่ผู้สมัคร ส.ส.ที่มาจากคนในวงการบินได้ มีการออกพื้นที่กับนักการเมืองท่าน อื่นๆ เป็นการช่วยส่งเสริม ภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือหรือไม่	บุคคลการบิน ที่ทำงานการเมือง		บุคคลการบินที่ไม่ ทำงานการเมือง		นักการเมือง		จำนวนทั้งหมด	
	จำนวน คน	ร้อยละ	จำนวน คน	ร้อยละ	จำนวน คน	ร้อยละ	จำนวน คน	ร้อยละ
ส่งเสริม	22	95.64%	25	83.31%	29	96.65%	76	91.54%
ไม่ส่งเสริม	1	4.34%	2	6.66%	1	3.33%	4	4.80%
ไม่แน่ใจ	0	0%	3	10%	0	0%	3	3.61%
รวมจำนวน	23	99.98%	30	99.97%	30	99.98%	83	99.95%

จากตารางที่ 4.18 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มคิดว่าระหว่างการหาเสียง การ  
ที่ผู้สมัครส.ส. ที่มาจากบุคคลในวงการบินได้มีการออกพื้นที่กับนักการเมืองท่านอื่นๆ เป็นการ  
ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ 91.54% นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างคิดว่าการออกหาเสียง  
กับส.ส.คนอื่นไม่เป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ 4.80% และกลุ่มตัวอย่างจำนวน  
3.61% ไม่แน่ใจว่าระหว่างการหาเสียง การที่ผู้สมัครส.ส.ที่มาจากคนในวงการบินได้มีการออก  
พื้นที่กับนักการเมืองเป็นการช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือหรือไม่

ตารางที่ 4.18.1 แสดงเหตุผลของกลุ่มตัวอย่างต่อเรื่องการออกพื้นที่ของผู้สมัครส.ส.ที่มาจากคนใน  
วงการบินได้จะส่งเสริมการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ

ระหว่างการหาเสียง การที่ผู้สมัครส.ส. ที่มาจากคนในวงการบินได้มีการ ออกพื้นที่กับนักการเมืองท่านอื่นๆ เป็น การช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความ น่าเชื่อถือหรือไม่	กลุ่มตัวอย่าง ทั้งหมด		บุคคลการบินที่ ทำงานการเมือง		บุคคลการบินที่ ไม่ทำงานการเมือง		นักการเมือง	
	จำนวน คน	ค่าร้อยละ	จำนวน คน	ค่าร้อยละ	จำนวน คน	ค่าร้อยละ	จำนวน คน	ค่าร้อยละ
ส่งเสริม เพราะ								
1. ทำให้เกิดความมั่นใจในตัวผู้สมัคร	29	34.93%	8	34.78%	11	36.66%	10	33.33%
2. ระบบพรรคการเมืองจะเป็นตัว สนับสนุน แสดงออกถึงการทำงาน เป็นทีม	33	39.75%	10	43.47%	9	30%	14	46.66%
3. ได้คะแนนเสียงจากคนที่ชอบ นักการเมืองเหล่านี้ด้วย	14	16.86%	4	17.39%	5	16.66%	5	16.66%



ระหว่างการทำงานเสี่ยง การที่ผู้สมัครส.ส. ที่มาจากคนในวงการบันเทิงได้มีการออกพื้นที่กับนักการเมืองท่านอื่นๆ เป็นการช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือหรือไม่ (ต่อ)	กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด		บุคคลบันเทิงที่ทำงานการเมือง		บุคคลบันเทิงที่ไม่ทำงานการเมือง		นักการเมือง	
	จำนวนคน	ร้อยละ	จำนวนคน	ร้อยละ	จำนวนคน	ร้อยละ	จำนวนคน	ร้อยละ
ไม่ส่งเสริม เพราะ								
1. โดยส่วนตัวไม่ชอบลักษณะนี้	2	2.40%	0	0%	2	6.66%	0	0%
2. โดยส่วนตัวไม่เคยมีนักการเมืองช่วยออกหาเสียง	2	2.40%	1	4.34%	0	0%	1	3.33%
ไม่แน่ใจ เพราะ เป็นหน้าที่ของพรรคการเมือง ซึ่งทำเหมือนกันหมด จึงอาจจะไม่ช่วยส่งเสริมก็ได้	3	3.61%	0	0%	3	10%	0	0%
รวมจำนวน	83	99.95%	23	99.98%	30	99.97%	30	99.98%

จากตารางที่ 4.18.1 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 คิดว่าระหว่างการทำงานเสี่ยงการที่ผู้สมัครส.ส. ที่มาจากอาชีพบุคคลในวงการบันเทิงได้มีการออกพื้นที่กับนักการเมืองท่านอื่นๆ เป็นการช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ 91.54% โดยให้เหตุผลดังมากที่สุดคือส่งเสริมเพราะจะสร้างความมั่นใจให้กับประชาชน ทำให้รู้สึกว่าคุณสมัครคนนั้นมีผู้ดูแลดี 34.93%

นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างคิดว่าการที่มีนักการเมืองออกหาเสียงกับผู้สมัครส.ส. ที่มาจากวงการบันเทิงไม่เป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ 2.40% , ไม่ส่งเสริมเพราะ โดยส่วนตัวไม่มีนักการเมืองท่านอื่นช่วยออกหาเสียง 2.40% และกลุ่มตัวอย่างคิดว่าไม่แน่ใจว่าการที่บุคคลในวงการบันเทิงออกหาเสียงกับนักการเมืองท่านอื่นๆ จะช่วยเป็นการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือหรือไม่ 3.61%

ขั้นตอนการปฏิบัติตามขั้นตอนการวางแผนสร้างภาพลักษณ์ เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือนี้ หลังจากได้มีการวางแผนเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์แล้ว ก็มาสู่ขั้นตอนของการปฏิบัติตามขั้นตอนของการวางแผน ซึ่งจากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์นั้น บุคคลในวงการบันเทิงที่เข้าทำงานทางการเมืองจะต้องมีการเปลี่ยนภาพลักษณ์ในช่วงก่อนและหลังเข้าทำงานการเมือง และจะต้องมีการเปลี่ยนภาพลักษณ์จากคนบันเทิงให้สามารถเป็นภาพลักษณ์ที่มีความน่าเชื่อถือของนักการเมืองให้ได้ โดยอาจจะมีการเพิ่มกิจกรรมทางการเมือง การมีส่วนร่วมทางการเมือง หรือแม้กระทั่งการเพิ่มความน่าเชื่อถือโดยอาศัยบุคคลอื่นๆ ช่วยเหลือ เช่นการออกหาเสียงกับนักการเมืองท่านอื่นๆ ในพรรค รวมถึงกลยุทธ์ต่างๆ ของพรรคการเมืองที่จะช่วยให้

บุคคลบัณฑิตเหล่านี้สามารถเปลี่ยนแปลงให้เกิดภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือในการทำงาน การเมืองได้

#### **ขั้นตอนที่ 4 การประเมินกระบวนการสร้างภาพลักษณ์**

ในขั้นตอนการประเมินกระบวนการสร้างภาพลักษณ์นี้ เป็นการประเมินผลของขั้นตอนต่างๆ ที่ผ่านมา ว่าประสบความสำเร็จมากน้อยแค่ไหน โดยผู้วิจัยได้ใช้คำถามในการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม โดยลักษณะคำถามจะเกี่ยวกับภาพลักษณ์หลังจากการเปลี่ยนแปลง หรือ ภาพลักษณ์หลังจากได้เข้าทำงานการเมือง โดยมีลักษณะคำถามดังต่อไปนี้คือ

- คิดว่าบุคคลในวงการบริหารบัณฑิตที่สนใจเข้าทำงานทางการเมืองสามารถเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ได้ผลหรือไม่
- ระหว่างบุคคลในวงการบริหารบัณฑิตกับบุคคลที่มาจากอาชีพอื่น การสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือในการเป็นนักการเมือง มีความแตกต่างกันหรือไม่ อาชีพไหนสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือได้ยากกว่ากัน
- คิดว่าบุคคลในวงการบริหารบัณฑิตที่สนใจเข้าทำงานการเมืองจะสามารถเข้ามาบริหารประเทศตามที่ประชาชนคาดหวังได้หรือไม่

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 83 คน ในเรื่องของการประเมินกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบริหารบัณฑิตที่สนใจเข้าทำงานทางการเมือง ผู้วิจัยได้นำมาลดทอนข้อมูล ( data reduction) และประมวลผลตามแบบบันทึกข้อมูล ( face sheet) ที่สร้างขึ้น ( ดูภาคผนวก ) ในการนำเสนอผลการวิจัยนั้นเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมี 3 กลุ่ม ผู้วิจัยจึงขอใช้ตารางแสดงผลของแต่ละกลุ่มตัวอย่าง แล้วจึงขอสรุปผลด้วยตารางแสดงผลรวมของทั้ง 3 กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งผลการวิจัยสามารถนำเสนอได้ดังต่อไปนี้

1. **คิดว่าบุคคลในวงการบริหารบัณฑิตที่สนใจเข้าทำงานการเมืองสามารถเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ได้ผลหรือไม่**

ตารางที่ 4.19 แสดงความคิดของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีความคิดเห็นต่อการเปลี่ยนภาพลักษณ์ของ  
บุคคลบันเทิงที่สนใจเข้าทำงานการเมือง

บุคคลในวงการบันเทิงที่เข้า ทำงานการเมืองสามารถเปลี่ยน ภาพลักษณ์ให้มีความน่าเชื่อถือ ได้หรือไม่	จำนวนทั้งหมด		บุคคลบันเทิง ที่ทำงานการเมือง		บุคคลบันเทิงที่ ไม่ทำงานการเมือง		นักการเมือง	
	จำนวน คน	ร้อยละ	จำนวน คน	ร้อยละ	จำนวน คน	ร้อยละ	จำนวน คน	ร้อยละ
ได้	128	69.94%	13	56.52%	19	63.33%	20	66.66%
ไม่ได้	30	16.39%	9	39.13%	8	26.66%	9	30%
ไม่แน่ใจ	25	13.66%	1	4.34%	3	10.00%	1	3.33%
รวมจำนวน	83	99.99%	23	99.99%	30	99.99%	30	99.99%

จากตารางที่ 4.19 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 กลุ่มเห็นว่าบุคคลในวงการบันเทิงที่  
เข้าทำงานทางการเมืองสามารถเปลี่ยนภาพลักษณ์ให้มีความน่าเชื่อถือได้ 69.94% และเปลี่ยน  
ไม่ได้ 16.39% นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างไม่แน่ใจว่าบุคคลบันเทิงที่เข้าทำงานการเมืองเหล่านี้  
สามารถเปลี่ยนภาพลักษณ์ได้หรือไม่ 13.66%

ตารางที่ 4.20 แสดงเหตุผลของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีความคิดเห็นต่อการเปลี่ยนภาพลักษณ์ของบุคคล  
บันเทิงที่สนใจเข้าทำงานการเมือง

บุคคลในวงการบันเทิงที่สนใจเข้า ทำงานทางการเมืองสามารถเปลี่ยน ภาพลักษณ์ได้ผลหรือไม่	กลุ่มตัวอย่าง ทั้งหมด		บุคคลบันเทิงที่ ทำงานการเมือง		บุคคลบันเทิงที่ ไม่ทำงานการเมือง		นักการเมือง	
	จำนวน คน	ค่าร้อยละ	จำนวน คน	ค่าร้อยละ	จำนวน คน	ค่าร้อยละ	จำนวน คน	ค่าร้อยละ
สามารถเปลี่ยนได้ โดยเหตุผล ต่อไปนี้คือ								
1. ต้องแสดงความตั้งใจทาง การเมือง โดยหยุดงานบันเทิง	17	20.48%	5	21.73%	5	16.66%	7	23.33%
2. ต้องใช้เวลาในการเปลี่ยนแปลง โดยทำงานการเมืองไประยะ หนึ่ง	16	19.27%	6	26.08%	5	16.66%	5	16.66%
3. เปลี่ยนได้แต่ไม่ทั้งหมด ยังมีภาพ คนบันเทิงอยู่	7	8.43%	3	13.04%	4	13.33%	0	0%

บุคคลในวงการบินที่สนใจเข้า ทำงานทางการเมืองสามารถ เปลี่ยนภาพลักษณ์ได้ผลหรือไม่ (ต่อ)	กลุ่มตัวอย่าง ทั้งหมด		บุคคลบันเทิงที่ ทำงานการเมือง		บุคคลบันเทิงที่ ไม่ทำงานการเมือง		นักการเมือง	
	จำนวน คน	ค่าร้อยละ	จำนวน คน	ค่าร้อยละ	จำนวน คน	ค่าร้อยละ	จำนวน คน	ค่าร้อยละ
4. ประชาชนยอมรับและไว้วางใจใน บทบาทนักการเมือง	6	7.22%	2	8.69%	1	3.33%	3	10%
5. ในต่างประเทศมีบุคคลบันเทิง ทำงานการเมืองได้ดี เช่น โรนัลด์ เรแกน จึงคิดว่าคนไทยก็น่าจะ ทำได้	6	7.22%	0	0%	4	13.33%	2	6.66%
6. ทำบทบาทนักการเมืองได้ดี เช่น การอภิปรายในสภา	5	6.02%	0	0%	1	3.33%	4	13.33%
7. ต้องเปลี่ยน เพราะถ้าไม่เปลี่ยน ภาพลักษณ์จะขัดแย้งกับ ลักษณะของงานเป็นคนละแบบ	5	6.02%	2	8.69%	1	3.33%	2	6.66%
8. ประชาชนยอมรับและเลือกตั้งให้ เป็นสส.	3	3.61%	2	8.69%	0	0%	1	3.33%
เปลี่ยนไม่ได้ เพราะ คนยังคาดหวังกับภาพลักษณ์ คนบันเทิง และสนับสนุนให้ ทำงานบันเทิง	6	7.22%	0	0%	4	13.33%	2	6.66%
ไม่แน่ใจ เพราะ								
1. ขึ้นอยู่กับแต่ละคน บางคน สามารถเปลี่ยนได้ แต่บางคนก็ ไม่สามารถเปลี่ยน	7	8.43%	0	0%	4	13.33%	3	10%
2. คิดว่าควรจะมีแค่เสริมความ น่าเชื่อถือ แต่ไม่ควร เปลี่ยนแปลง	3	3.61%	2	8.69%	1	3.33%	0	0%
3. ต้องรอดูจากผลการเลือกตั้ง	2	2.40%	1	4.34%	0	0%	1	3.33%
รวมจำนวน	83	99.93%	23	99.95%	30	99.96%	30	99.96%

จากตารางที่ 4.20 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มคิดว่าบุคคลในวงการบินที่  
เข้าทำงานทางการเมืองสามารถเปลี่ยนภาพลักษณ์ได้ 78.27% โดยให้เหตุผลมากที่สุดต่อไปนี้ คือ  
สามารถเปลี่ยนได้ แต่จะต้องหยุดงานบันเทิงไปเพื่อทำงานการเมืองอย่างเดียว คนจะให้เห็นความ  
ตั้งใจ 20.48% นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างที่คิดว่ากลุ่มบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานการเมืองไม่  
สามารถเปลี่ยนภาพลักษณ์ได้ 7.22% โดยให้เหตุผลว่า คนยังคาดหวังให้ทำงานบันเทิงมากกว่า  
คนจึงลังเลที่จะลงคะแนนเสียงให้ และกลุ่มตัวอย่างจำนวน 14.44% ไม่แน่ใจว่าบุคคลในวงการบิน

บัณฑิตสามารถเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ได้หรือไม่ โดยให้เหตุผลว่า ไม่น่าเชื่อว่าสามารถเปลี่ยนภาพลักษณ์ได้เพราะขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคล 8.43%

2. คิดว่าระหว่างบุคคลในวงการบินกับบุคคลที่มาจากอาชีพอื่น การสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือในการเป็นนักการเมืองแตกต่างกันหรือไม่ และระหว่างอาชีพในวงการบินกับอาชีพอื่น อาชีพใดมีการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของนักการเมืองได้ยากกว่ากัน

ตารางที่ 4.21 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างทั้งเกี่ยวกับความแตกต่างการสร้างความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินกับอาชีพอื่น

ระหว่างอาชีพในวงการบินและอาชีพอื่นอาชีพใดสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือในการเป็นนักการเมืองได้ยากกว่ากัน	บุคคลบัณฑิตที่ทำงานการเมือง		บุคคลบัณฑิตที่ไม่ทำงานการเมือง		นักการเมือง		จำนวนทั้งหมด	
	จำนวนคน	ร้อยละ	จำนวนคน	ร้อยละ	จำนวนคน	ร้อยละ	จำนวนคน	ร้อยละ
แตกต่างกัน	18	78.24%	20	66.65%	24	79.98%	62	74.66%
ไม่แตกต่างกัน	5	21.73%	10	33.32%	6	19.99%	21	25.77%
รวมจำนวน	23	99.97%	30	99.97%	30	99.97%	83	99.93%

จากตารางที่ 4.21 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มคิดว่าระหว่างบุคคลในวงการบินกับบุคคลที่มาจากอาชีพอื่น การสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือในการเป็นนักการเมืองแตกต่างกัน 74.66% และกลุ่มตัวอย่างคิดว่าระหว่างบุคคลในวงการบินกับบุคคลที่มาจากอาชีพอื่นการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือในการเป็นนักการเมืองไม่แตกต่างกัน 25.77%

ตารางที่ 4.21.1 แสดงเหตุผลของกลุ่มตัวอย่างทั้งเกี่ยวกับความแตกต่างการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินกับอาชีพอื่น

ระหว่างอาชีพในวงการบินและ อาชีพอื่นอาชีพใดสร้างความ น่าเชื่อถือในการเป็นนักการเมืองได้ ยากกว่ากัน	กลุ่มตัวอย่าง ทั้งหมด		บุคคลบันเทิงที่ ทำงานการเมือง		บุคคลบันเทิงที่ ไม่ทำงานการเมือง		นักการเมือง	
	จำนวน คน	ร้อยละ	จำนวน คน	ร้อยละ	จำนวน คน	ร้อยละ	จำนวน คน	ร้อยละ
แตกต่างกัน เพราะ								
1. ขึ้นอยู่กับบทบาทและหน้าที่ อาชีพในวงการบินด้วย เพราะ ถ้าเป็นงานพิธีกร จะมี ความน่าเชื่อถือมากกว่า นักแสดง	7	8.43%	3	13.04%	3	10%	1	3.33%
2. อาชีพอื่นยากกว่า เพราะต้องทำ ให้ประชาชนรู้จัก	10	12.04%	0	0%	2	6.66%	8	26.66%
3. อาชีพอื่นง่ายกว่า เพราะไม่มี ภาพลักษณ์ที่ติดตัว	6	7.22%	5	21.73%	1	3.33%	0	0%
4. อาชีพบันเทิงยากกว่า เพราะบาง อาชีพมีความน่าเชื่อถืออยู่แล้ว เช่น แพทย์	6	7.22%	2	8.69%	3	10%	1	3.33%
5. อาชีพบันเทิงจะง่าย เพราะคน จะให้ความสนใจ	13	15.66%	0	0%	6	20%	7	23.33%
6. ต่างกันโดยวิธีการของแต่ละ อาชีพง่าย ขึ้นอยู่กับอาชีพ เดิม	20	24.09%	8	34.78%	5	16.66%	7	23.33%
ไม่แตกต่าง เพราะ								
1. แต่ละอาชีพมีบทบาทต่างกัน ข้อได้เปรียบและเสียเปรียบ จึงแตกต่างกัน	14	16.85%	3	13.04%	7	23.32%	4	13.33%
2. ถ้าสองอาชีพมีชื่อเสียงใกล้เคียง กัน เช่น คุณอภิรักษ์ โกษะโยธิน ซึ่งเป็นนักธุรกิจที่มีชื่อเสียง	4	4.81%	0	0%	3	10%	1	3.33%
3. ไม่ว่าจะมาจากอาชีพใด ก็จะต้อง ลักษณะของการทำงานและ ผลงาน	3	3.61%	2	8.69%	0	0%	1	3.33%
รวมจำนวน	83	99.93%	23	99.97%	30	99.97%	30	99.97%

จากตารางที่ 4.21.1 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มคิดวาระหว่างการสร้าง  
ภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินกับบุคคลอาชีพอื่นมีความแตกต่างกัน  
74.66% โดยให้เหตุผลดังมากที่สุดต่อไปนี้ คือ วิธีการจะแตกต่างเพราะถ้าเป็นอาชีพบันเทิงต้อง



สร้างความน่าเชื่อถือ อาชีพอื่นต้องทำให้ประชาชนรู้จักก่อนความน่าเชื่อถือจึงจะเกิด 24.09% นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่ระหว่างการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบันเทิงกับบุคคลอาชีพอื่นไม่มีความแตกต่างกัน 25.77% โดยให้เหตุผลว่า ไม่แตกต่าง เพราะ เพราะคนบันเทิงต้องประชาสัมพันธ์เรื่องความสามารถ แต่คนอาชีพอื่นต้องทำให้คนรู้จัก คนที่จะทำงานการเมืองได้ต้องสร้างผลงานให้ตนเองก่อนจึงยากง่ายพอกัน 14.45%

### 3.คิดว่าบุคคลในวงการบันเทิงที่สนใจเข้าทำงานการเมืองจะสามารถเข้ามาบริหารประเทศตามที่ประชาชนคาดหวังได้หรือไม่

ตารางที่ 4.22 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อความคาดหวังในการทำงานทางการเมืองของบุคคลในวงการบันเทิงที่เข้าทำงานทางการเมือง

บุคคลในวงการบันเทิงที่สนใจเข้าทำงานการเมืองจะสามารถเข้าบริหารประเทศตามที่ประชาชนคาดหวังหรือไม่	กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด		บุคคลบันเทิงที่ทำงานการเมือง		บุคคลบันเทิงที่ไม่ทำงานการเมือง		นักการเมือง	
	จำนวนคน	ค่าร้อยละ	จำนวนคน	ค่าร้อยละ	จำนวนคน	ค่าร้อยละ	จำนวนคน	ค่าร้อยละ
ได้ เพราะ								
1. บุคคลเหล่านี้จะสัญญาแต่สิ่งที่ทำได้	17	20.48%	8	34.78%	3	10%	6	20%
2. แต่พรรคการเมืองที่สังกัดต้องอยู่ฝ่ายรัฐบาล	13	15.66%	2	8.69%	6	20%	5	16.66%
3. แต่ต้องใช้เวลาในการศึกษาและแก้ปัญหา	24	28.85%	9	39.02%	8	26.66%	7	23.33%
4. ขึ้นอยู่กับความตั้งใจในการแก้ปัญหา	4	4.81%	0	0%	2	6.66%	2	6.66%
ไม่ได้ เพราะ								
เป็นนักการเมือง ยังไม่ค่อยมีบทบาท การแก้ไขเป็นเรื่องผู้บริหาร	3	3.61%	0	0%	2	6.66%	1	3.33%
ไม่แน่ใจ เพราะ								
1. ต้องเป็นบุคคล ที่มี Background มีความรู้ความสามารถที่ดี	14	16.86%	3	13.04%	6	20%	5	16.66%
2. ต้องดูที่ผลงานในอดีต	8	9.63%	1	4.34%	3	10%	4	13.33%
รวมจำนวน	83	99.95%	23	99.97%	30	99.98%	30	99.97%

จากตารางที่ 4.22 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างคิดว่าบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงาน การเมืองสามารถทำตามนโยบายที่ได้ให้ไว้ได้โดยให้เหตุผลที่มากที่สุดคือ เพราะบุคคลเหล่านี้ จะต้องสัญญาเฉพาะสิ่งที่ทำได้ 20.48% และกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าบุคคลในวงการบินที่ทำงาน การเมืองเหล่านี้จะไม่สามารถทำตามนโยบายได้ เพราะ คนบินที่ไปเป็นนักการเมืองยังไม่ค่อย มีบทบาทในด้านการบริหาร และสุดท้าย กลุ่มตัวอย่างไม่แน่ใจว่าบุคคลบินที่ทำงานการเมือง เหล่านี้จะสามารถทำตามนโยบายที่ได้ให้ไว้หรือไม่ เพราะต้องดูที่ background และความรู้ ความสามารถที่ดี 16.86%

ในขั้นตอนการประเมินผลของการสร้างภาพลักษณ์นี้ เกณฑ์การประเมินผลของการ สร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือในการเข้าทำงานการเมืองของบุคคลบิน อาจจะมี ความแตกต่างกันไปตามแต่ละบุคคล การได้รับการเลือกตั้งเข้าไปทำหน้าที่ผู้แทนราษฎร อาจจะเป็น วิธีการประเมินวิธีหนึ่ง หรือแม้กระทั่งการปราศรัยหาเสียงของบุคคลบินเหล่านี้ในการลงสมัคร รับเลือกตั้ง ส.ส. และได้รับการยอมรับจากประชาชน โดยมีประชาชนไว้ใจให้มีส่วนร่วมในการ ฟังปราศรัยจำนวนมาก เพียงแค่การเข้าร่วมฟังปราศรัยนี้ บุคคลบินบางคนอาจจะประเมินผล ว่าตนสามารถมีภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือในการเป็นนักการเมืองแล้ว เพราะประชาชนให้การ ยอมรับในกิจกรรมที่ทำ เพราะฉะนั้นในเกณฑ์การประเมินการสร้างภาพลักษณ์นั้นขึ้นอยู่กับแต่ละ บุคคล และในบางครั้งก็ขึ้นอยู่กับช่วงเวลาในการประเมินสร้างภาพลักษณ์นี้ด้วย

## **ปัญหานำวิจัยข้อ 2 บุคคลทั่วไปมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ ของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมือง**

ในการตอบปัญหานำวิจัยข้อ 2 ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ซึ่งข้อมูลที่ได้จะนำมารวบรวม และนำเสนอโดยใช้คำร้อยละ เพื่อแจกแจงความคิดเห็นของกลุ่ม บุคคลทั่วไปที่มีต่อภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมือง โดยมีข้อคำถามดังต่อไปนี้ คือ

- คิดว่าการที่บุคคลในวงการบินหันมาสนใจทำงานทางการเมือง บุคคลเหล่านี้ จะต้องเปลี่ยน / สร้างภาพลักษณ์ใหม่หรือไม่
- คิดว่าบุคลิกภาพของบุคคลในวงการบิน ช่วงก่อนและหลังเข้าทำงานการเมืองมี การเปลี่ยนแปลงหรือไม่
- คิดว่าบุคคลในวงการบินที่สนใจเข้าทำงานการเมืองสามารถเปลี่ยนแปลง ภาพลักษณ์ให้มีความน่าเชื่อถือได้ผลหรือไม่

- ท่านคิดว่าภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมืองที่ท่านเห็น เป็นคุณสมบัติที่แท้จริงของบุคคลเหล่านี้หรือไม่
- ท่านคิดว่าถ้าบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมืองได้รับการเลือกตั้งให้เป็น ส.ส. ในด้านนโยบายต่างๆ ที่ได้ให้ไว้กับประชาชนตอนหาเสียง บุคคลเหล่านี้จะสามารถกระทำได้สำเร็จมากน้อยแค่ไหน
- ถ้าในเขตพื้นที่ที่ท่านอาศัยอยู่ มีบุคคลเหล่านี้เป็นผู้สมัครรับเลือกตั้งท่านจะเลือกใคร เป็นผู้แทนของท่าน

ซึ่งจากข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้แจกแจงเป็นตารางร้อยละ เกี่ยวกับความคิดเห็นและความคาดหวังภาพลักษณ์ของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมือง กลุ่มบุคคลทั่วไปได้แสดงความคิดเห็นดังต่อไปนี้

### 1. คิดว่าการที่บุคคลในวงการบินหันมาสนใจทำงานทางการเมือง บุคคลเหล่านี้จะต้องเปลี่ยน / สร้างภาพลักษณ์ใหม่หรือไม่

ตารางที่ 4.23 ตารางแสดงความคิดเห็นของกลุ่มบุคคลทั่วไปที่มีต่อการเปลี่ยนภาพลักษณ์ของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานการเมือง

บุคคลในวงการบินหันมาสนใจทำงานทางการเมือง บุคคลเหล่านี้จะต้องเปลี่ยนภาพลักษณ์	จำนวนคน	ค่าร้อยละ
ไม่เปลี่ยน	15	15.0
ไม่แน่ใจ	23	23.0
เปลี่ยน	62	62.0
รวมจำนวนทั้งหมด	100	100.0

กลุ่มบุคคลทั่วไปคิดว่าบุคคลในวงการบินที่จะเข้าทำงานทางการเมืองจะต้องเปลี่ยนหรือสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้เกิดขึ้นจำนวน 62 คน และคิดว่าไม่จำเป็นต้องเปลี่ยนภาพลักษณ์ 15 คน กลุ่มบุคคลทั่วไปจำนวน 23 คน ไม่แน่ใจว่าควรจะเปลี่ยนภาพลักษณ์หรือไม่

### 2. คิดว่าบุคลิกภาพของบุคคลในวงการบิน ช่วงก่อนและหลังเข้าทำงานการเมือง มีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่

ตารางที่ 4.24 ตารางแสดงความคิดเห็นของกลุ่มบุคคลทั่วไปที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงบุคลิกภาพช่วงก่อนและหลังเข้าทำงานการเมือง

การเปลี่ยนแปลงบุคลิกภาพช่วงก่อนและหลังเข้าทำงานการเมืองของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมือง	จำนวนคน	ค่าร้อยละ
ไม่เปลี่ยนแปลง	7	7.0
ไม่แน่ใจ	14	14.0
เปลี่ยนแปลง	79	79.0
รวมจำนวนทั้งหมด	100	100.0

จากตารางที่ 4.24 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างบุคคลทั่วไปคิดว่าบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมืองมีการเปลี่ยนแปลงบุคลิกภาพ จำนวน 79 คน และกลุ่มตัวอย่างบุคคลทั่วไปจำนวน 7 คน คิดว่าบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมืองไม่มีการเปลี่ยนแปลงบุคลิกภาพ นอกจากนี้กลุ่มบุคคลทั่วไปจำนวน 14 คน ไม่แน่ใจว่าบุคลิกภาพของบุคคลในวงการบินมีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่

### 3. คิดว่าบุคคลในวงการบินที่สนใจเข้าทำงานการเมืองสามารถเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ให้มีความน่าเชื่อถือได้ผลหรือไม่

ตารางที่ 4.25 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างบุคคลทั่วไปที่มีต่อผลของการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานการเมือง

บุคคลในวงการบินที่สนใจเข้าทำงานการเมืองสามารถเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ให้มีความน่าเชื่อถือได้	จำนวนคน	ค่าร้อยละ
ไม่ได้	4	4.0
ไม่แน่ใจ	20	20.0
ได้	76	76.0
รวมจำนวนทั้งหมด	100	100.0

จากตารางที่ 4.25 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างบุคคลทั่วไปคิดว่าบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานการเมืองสามารถเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ให้มีความน่าเชื่อถือได้ 76 คน และกลุ่มตัวอย่างบุคคลในวงการบินจำนวน 4 คนคิดว่าบุคคลในวงการบินไม่สามารถเปลี่ยนแปลงให้มีภาพลักษณ์ความ

น่าเชื่อถือได้ นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างบุคคลทั่วไปจำนวน 20 คน ไม่แน่ใจว่าบุคคลบัณฑิตสามารถเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือได้หรือไม่

#### 4. ท่านคิดว่าภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมืองที่ท่านเห็น เป็นคุณสมบัติที่แท้จริงของบุคคลเหล่านี้หรือไม่

ตารางที่ 4.26 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างบุคคลทั่วไปต่อเรื่องภาพลักษณ์ของคนในวงการบินที่เข้าทำงานการเมืองว่าเป็นคุณสมบัติที่แท้จริง

ความคิดต่อเรื่องภาพลักษณ์ของคนในวงการบินที่เข้าทำงานการเมือง ว่าเป็นคุณสมบัติที่แท้จริง	จำนวนคน	ค่าร้อยละ
เป็นสิ่งที่ดีสร้างขึ้น	23	23.0
ไม่แน่ใจ	56	56.0
เป็นคุณสมบัติที่แท้จริง	21	21.0
รวมจำนวนทั้งหมด	100	100.0

จากตารางที่ 4.26 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างบุคคลทั่วไปคิดว่าภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลบัณฑิตที่เข้าทำงานการเมือง เป็นคุณสมบัติที่แท้จริง 21 คน และคิดว่าเป็นสิ่งที่สร้างขึ้น 23 คน นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างบุคคลบัณฑิตจำนวน 56 คน ไม่แน่ใจว่าภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลบัณฑิตเหล่านี้เป็นคุณสมบัติที่แท้จริงหรือไม่

#### 5. ท่านคิดว่าถ้าบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมืองได้รับการเลือกตั้งให้เป็น ส.ส. ในด้านนโยบายต่างๆ ที่ได้ให้ไว้กับประชาชนต่อนหาเสียง บุคคลเหล่านี้จะสามารถกระทำได้ดีสำเร็จมากน้อยแค่ไหน

ตารางที่ 4.27 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างบุคคลทั่วไปที่มีต่อความคาดหวังในการปฏิบัติตามนโยบายที่ให้ไว้กับประชาชนของบุคคลบัณฑิตที่เข้าทำงานการเมือง

บุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมืองได้รับการเลือกตั้งให้เป็น ส.ส. นโยบายต่างๆ ที่ได้ให้ไว้กับประชาชนบุคคลเหล่านี้จะสามารถกระทำได้สำเร็จมากน้อยแค่ไหน	จำนวนคน	ค่าร้อยละ
น้อย	15	15.0
ปานกลาง	58	58.0
มาก	23	23.0
มากที่สุด	4	4.0
จำนวนรวมทั้งหมด	100	100.0

จากตารางที่ 4.27 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างบุคคลทั่วไปคิดว่าบุคคลในวงการบินเหล่านี้เมื่อได้รับการเลือกตั้งจะสามารถทำตามนโยบายได้สำเร็จมากที่สุด จำนวน 4 คน สามารถทำได้มาก 23 คน และจะสามารถทำตามนโยบายได้ปานกลาง 58 คน ส่วนกลุ่มตัวอย่างบุคคลทั่วไปที่คิดว่าบุคคลในวงการบินเหล่านี้จะทำได้น้อย จำนวน 15 คน

#### 6. ถ้าในเขตพื้นที่ที่ท่านอาศัยอยู่ มีบุคคลเหล่านี้เป็นผู้สมัครรับเลือกตั้งท่านจะเลือกใครเป็นผู้แทนของท่าน

ตารางที่ 4.28 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างบุคคลในวงการบินต่อการเลือกบุคคลที่กำหนดให้ในการเลือกตั้ง

ชื่อผู้สมัครรับเลือกตั้ง	จำนวนคน	ค่าร้อยละ
ตึก เจษฎาภรณ์ ผลดี	7	7.0
สรยุทธ สุทัศนะจินดา	51	51.0
หม่า จ๊กม๊ก	3	3.0
พลพล พลกองเส็ง	1	1.0
ส.ส.คนเดิมในเขตของท่าน	15	15.0
จะพิจารณาท่านอื่นๆ นอกจากนี้	23	23.0
จำนวนรวมทั้งหมด	100	100.0

จากตารางที่ 4.28 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างบุคคลทั่วไปคิดว่าถ้ามีสิทธิเลือกบุคคลเหล่านี้จะเลือกคุณสรยุทธ สุทัศนะจินดา เป็นจำนวนมากที่สุด คือ 51 คน ลำดับรองลงมาคือ จะพิจารณาท่านอื่นๆ นอกจากนี้ จำนวน 23 คน



## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “ การสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมือง ” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่สนใจเข้าทำงานทางการเมือง รวมถึงความคาดหวังของประชาชนในภาพลักษณ์ของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานการเมือง ว่ามีความน่าเชื่อถือพอหรือไม่

รูปแบบการวิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเริ่มต้นจากการกำหนดกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มประชากรออกเป็น 4 กลุ่มคือ

กลุ่ม 1 บุคคลในวงการบินที่สนใจเข้าทำงานทางการเมือง แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

- บุคคลในวงการบินที่สนใจงานการเมืองและลงสมัครสส. ปีพ.ศ. 2548
- บุคคลในวงการบินที่สนใจงานการเมืองโดยเป็นสมาชิกพรรคการเมือง

กลุ่ม 2 บุคคลในวงการบินที่ไม่สนใจเข้าทำงานทางการเมือง

กลุ่ม 3 นักการเมือง

กลุ่ม 4 ประชาชน

ซึ่งการกำหนดจำนวนประชากรจะได้จากการสุ่มกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการทางสถิติ ทำให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างดังต่อไปนี้ คือ 1. กลุ่มบุคคลในวงการบินที่สนใจเข้าทำงานทางการเมือง แบ่งเป็น กลุ่มที่สมัครสส.ปีพ.ศ. 2548 จำนวน 8 คน และกลุ่มที่เป็นสมาชิกพรรคการเมืองต่าง ๆ 15 คน รวมจำนวน 23 คน 2. กลุ่มบุคคลในวงการบินที่สนใจเข้าทำงานทางการเมืองจำนวน 30 คน 3. กลุ่มนักการเมือง 30 คน 4. กลุ่มบุคคลทั่วไป 100 คน

ในการเก็บข้อมูลนั้นผู้วิจัยได้ใช้ทั้งการสัมภาษณ์และการตอบแบบสอบถาม โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth-Interview) กับกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม คือ กลุ่มบุคคลในวงการบินที่ทำงานการเมือง กลุ่มบุคคลในวงการบินที่ไม่ทำงานการเมือง และกลุ่มนักการเมือง และได้ใช้การแจกแบบสอบถามกับกลุ่มบุคคลทั่วไป เพื่อความง่ายในการนำเสนอ ผู้วิจัยจึงได้แยกการนำเสนอข้อมูล รวมถึงการอภิปรายผล ออกเป็น 2 ส่วน โดยในส่วนแรกจะเป็นการสรุปและอภิปรายผลของการสัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่มคือ กลุ่มบุคคลในวงการบินที่เข้า

ทำงานการเมือง กลุ่มบุคคลในวงการบินที่ไม่เข้าทำงานการเมือง กลุ่มนักการเมือง และส่วนที่สองจะเป็นการสรุปและอภิปรายในส่วนរបแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างบุคคลทั่วไป

## สรุปผลการวิจัย

### ส่วนที่1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

จากการเก็บข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 กลุ่มจำนวน 183 คน พบว่า

- กลุ่มตัวอย่างบุคคลในวงการบินที่สนใจเข้าทำงานการเมืองจำนวน 23 คน เป็นเพศชาย 13 คน เพศหญิง 10 คน ระดับอายุที่มากที่สุดคือ 25-35ปี จำนวน 10 คน และ 36-45ปี จำนวน 10 คน ระดับการศึกษาสูงสุดคือปริญญาตรี 12 คน และการศึกษาปริญญาโท 11 คน และมาจากสาขาอาชีพต่างๆ ดังนี้คือ นักแสดง 10 คน นักร้อง 3 คน พิธีกรและผู้ประกาศข่าว 7 คน นักแสดงตลก 3 คน

- กลุ่มตัวอย่างบุคคลในวงการบินที่ไม่สนใจเข้าทำงานทางการเมืองจำนวน 30 คน เป็นเพศชาย 16คน เพศหญิง 14 คน ระดับอายุมากที่สุดคือ 25-35 ปีจำนวน 12 คน อายุ 36-45 ปี จำนวน 7 คน น้อยกว่า 25 ปี จำนวน 6 คน 45-60 ปี จำนวน 4 คน และ มากกว่า 60 ปี จำนวน 1 คน จบการศึกษาระดับปริญญาตรี 20 คน ปริญญาโท 6 คน และต่ำกว่าปริญญาตรี 4 คน และมาจากสาขาอาชีพต่างๆ ดังนี้คือ นักแสดง 8 คน นักร้อง 7 คน พิธีกรและผู้ประกาศข่าว 8 คน นักแสดงตลก 7 คน

- กลุ่มตัวอย่างนักการเมือง จำนวน 30 คน เป็นเพศชาย 24 คน เพศหญิง 6 คน ระดับอายุที่มากที่สุดคือ 36-45 ปี 18 คน รองลงมาคือ ระดับอายุ 25-35 ปี จำนวน 6 คน ,46-60 ปี จำนวน 5 คน และมากกว่า 60 ปี จำนวน 1 คน จบการศึกษาระดับปริญญาโท 18 คน ระดับปริญญาตรีจำนวน 9 คน และปริญญาเอกจำนวน 3 คน

- กลุ่มตัวอย่างบุคคลทั่วไปเป็นเพศชายจำนวน 61 คน และเป็นเพศหญิง 39 คน โดยมีระดับอายุที่มากที่สุด คือ กลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี ระดับการศึกษาที่มากที่สุดคือ การศึกษา ระดับปริญญาตรี 55 คน

## ส่วนที่ 2 การสรุปข้อมูลตามปัญหานำวิจัย

### ปัญหานำวิจัยข้อ 1 กระบวนการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่สนใจเข้าทำงานทางการเมืองเป็นอย่างไร

ในกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือนี้สามารถแยกลักษณะขั้นตอนออกได้เป็น 4 ขั้นตอนคือ

1. ระบุปัญหาภาพลักษณ์ที่ต้องการ การเปลี่ยนแปลงและการสร้างใหม่
2. การวางแผนและกำหนดขั้นตอนการสร้างภาพลักษณ์ใหม่
3. การปฏิบัติและลักษณะการสื่อสารที่ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ต้องการ
4. การประเมินกระบวนการสร้างภาพลักษณ์

ซึ่งผู้วิจัยได้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มคือ กลุ่มบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมือง กลุ่มบุคคลในวงการบินที่ไม่สนใจเข้าทำงานทางการเมือง และกลุ่มนักการเมือง เกี่ยวกับทัศนคติความคิดเห็นขั้นตอนกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ทั้ง 4 ขั้นตอน ซึ่งสามารถสรุปผลได้ดังนี้คือ

1. ระบุปัญหาภาพลักษณ์ที่ต้องการ การเปลี่ยนแปลงและการสร้างใหม่ ในขั้นตอนนี้เป็นการถามความคิดเห็นเพื่อที่จะให้ทราบถึงปัญหาในการสร้างหรือเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ใหม่ของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมือง เพราะตามแนวคิดเกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์นั้น การที่จะแก้ไขภาพลักษณ์ใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นได้ เราจะต้องรู้ถึงลักษณะเป้าหมายของภาพลักษณ์ที่ต้องการก่อน

- จากคำถามที่ว่าบุคคลในวงการบินที่หันมาสนใจทำงานการเมืองจะต้องเปลี่ยนหรือสร้างภาพลักษณ์ใหม่หรือไม่ กลุ่มตัวอย่างส่วนมาก 57.81% จะตอบว่าต้องเปลี่ยนโดยให้เหตุผลที่ว่าเพราะว่ายังขาดประสบการณ์ทางการเมือง ต้องแสดงความสามารถให้เห็น และมีกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าไม่เปลี่ยนเพราะคิดว่าการทำงานการเมืองนั้นประชาชนจะดูที่ความตั้งใจมากกว่า บางคนจะคิดว่าไม่จำเป็นต้องเปลี่ยน เพราะมีภาพลักษณ์ที่ดีอยู่แล้ว ซึ่งในคำตอบข้อนี้ กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 คิดเหมือนกันเป็นส่วนใหญ่ว่าบุคคลในวงการบินที่สนใจเข้าทำงานการเมืองจะต้องเปลี่ยนภาพลักษณ์ใหม่

- ในเรื่องของภาพลักษณ์ที่ขัดแย้งกัน เพราะภาพลักษณ์ของคนบ้านเทิงจะเน้นที่ความสนุกสนานให้ความบันเทิงกับผู้ชม ภาพลักษณ์เหล่านี้จะทำลายความเชื่อมั่นหรือส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบันเทิงที่เข้าทำงานการเมืองหรือไม่ กลุ่มตัวอย่างส่วนมาก 50.57 % คิดว่าจะไม่ส่งผลกระทบเพราะคิดว่าประชาชนสามารถแยกแยะบทบาทได้ แต่ก็มีกลุ่มตัวอย่างส่วนหนึ่งที่คิดว่าจะส่งผลกระทบเพราะคิดว่า ประชาชนคิดว่าเชื่อมั่นว่าจะทำงานได้ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าจะส่งผลกระทบนั้น ส่วนมากคือกลุ่มบุคคลในวงการบันเทิงที่สนใจเข้าทำงานทางการเมือง แต่ก็จะมีกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่า ไม่แน่ใจว่าจะภาพลักษณ์ความสนุกสนานของคนบ้านเทิงจะส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือมั้ย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับบทบาทและหน้าที่ในการทำงานวงการบันเทิงด้วย

- ถึงแม้ว่าจะมีภาพลักษณ์ที่ขัดแย้งกันระหว่างคนบ้านเทิงและนักการเมือง แต่การเป็นคนบ้านเทิงจะมีส่วนส่งเสริม ผลักดัน หรือสนับสนุนให้ได้รับการเลือกตั้ง โดยกลุ่มตัวอย่างจำนวนถึง 63.85% จะคิดว่า การเป็นคนบ้านเทิงจะทำให้ประชาชนรู้จัก และไว้ใจ มีกลุ่มตัวอย่างเพียง 9.62% ที่คิดว่าไม่ส่งเสริมนั้นก็เพราะว่าการเป็นคนบ้านเทิงนั้นทำให้ได้รับความสนใจ แต่ไม่สนับสนุนให้ได้รับการเลือกตั้ง

จากคำตอบของกลุ่มตัวอย่างที่ว่าการเป็นคนบ้านเทิงจะมีส่วนทั้งส่งเสริม และไม่ส่งเสริมให้ได้รับการเลือกตั้ง จึงทำให้มีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 26.49% ที่คิดว่าไม่แน่ใจว่าการเป็นคนบ้านเทิงจะส่งเสริมให้ได้รับการเลือกตั้งหรือไม่ เพราะการเป็นคนบ้านเทิงมีทั้งข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบ ข้อได้เปรียบคือ คนจะรู้จัก แต่ข้อเสียเปรียบคือ คนจะไม่เชื่อถือ

- ในด้านคุณสมบัติส่วนตัวของผู้สมัคร ส.ส. นั้น เป็นปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้เกิดความน่าเชื่อถือได้ สำหรับการศึกษาก็มีส่วนสำคัญมาก ผู้วิจัยจึงได้ถามกลุ่มตัวอย่างถึงเรื่องการศึกษาว่าจำเป็นหรือไม่ที่ผู้สมัครรับเลือกตั้ง ส.ส. ควรจะต้องจบการศึกษาในด้านการเมืองการปกครอง (ด้านรัฐศาสตร์หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง) ซึ่งจากคำตอบของกลุ่มตัวอย่างส่วนมากจำนวนถึง 56.61% ที่คิดว่าผู้สมัคร ส.ส. ไม่จำเป็นต้องจบด้านรัฐศาสตร์หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง เพราะว่าอาชีพนี้ต้องการคนที่มาจากหลากหลายความรู้ แต่กลุ่มตัวอย่างก็มองว่าถ้าจบด้านรัฐศาสตร์หรือสาขาที่เกี่ยวข้องมาจะทำให้ศึกษาการทำงานได้ง่ายขึ้น และกลุ่มตัวอย่างอีกส่วนหนึ่งจะให้ความสำคัญกับประสบการณ์การทำงานมากกว่า

- คุณสมบัติส่วนตัวอีกเรื่องหนึ่งคือ เรื่องของภูมิหลังครอบครัวของนักการเมือง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างจำนวน 62.65% มองว่าภูมิหลังครอบครัวจะมีส่วนช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของนักการเมือง เพราะว่าคนที่รู้จักและศรัทธาในครอบครัว จะให้ความเชื่อมั่นและศรัทธากับตัวบุคคลนั้นด้วย แต่ก็มีกลุ่มตัวอย่างที่มองว่าขึ้นอยู่กับตัวบุคคลมากกว่าที่จะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ

- ลักษณะของภาพลักษณ์ของคนในวงการบินจะเป็นภาพลักษณ์ที่ติดตัวไป ถึงแม้ว่าจะเลิกประกอบอาชีพนี้ กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งหมดคิดเช่นนี้ โดยให้เหตุผลว่า เพราะคนจะไม่ลืมภาพลักษณ์นี้แม้เวลาจะผ่านไป และคนยังคาดหวังที่จะเห็นบทบาทในวงการบินอยู่

- ในเรื่องของประสบการณ์การทำงานในวงการบินจะมีส่วนช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือได้ เพราะกลุ่มตัวอย่างจำนวน 63.82% โดยให้เหตุผลว่าจะส่งเสริมถ้าประสบการณ์วงการบินนั้นเป็นกิจกรรมที่ทำเพื่อสังคม หรือเพื่อชุมชน และงานบินนั้นก็จะเป็นงานที่ก็ต้องมีการวางแผนไม่ใช่งานที่ไร้สาระ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 21.67% คิดว่าประสบการณ์ทำงานบินไม่สามารถส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือได้ เพราะลักษณะงานเป็นคนละแบบกัน และในบางครั้งกลุ่มตัวอย่างก็มองว่าประสบการณ์ในวงการบินอาจจะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือได้ ถ้าเวลาบุคคลบินออกสื่อแล้วใช้โอกาสในการออกสื่อ นั้น เป็นการแสดงทัศนคติ อุดมการณ์ อย่างเช่นในการสัมภาษณ์ออกรายการทอล์กโชว์ต่างๆ

- กลุ่มตัวอย่างจำนวนถึง 86.74% ที่คิดว่าพรรคการเมืองที่สังกัดก็มีส่วนช่วยในเรื่องของการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ โดยให้เหตุผลว่า จะมีส่วนช่วยถ้าพรรคการเมืองนั้นเป็นพรรคที่มีนโยบายทำได้จริง แต่พรรคการเมืองจะไม่มีส่วนช่วยสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือเพราะกลุ่มตัวอย่างมองว่า ความน่าเชื่อถือจะขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคล และกลุ่มตัวอย่างไม่แน่ใจว่าพรรคการเมืองที่สังกัดมีส่วนช่วยในเรื่องการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือได้หรือไม่ โดยให้เหตุผลว่า เพราะระบบพรรคการเมืองของไทยยังขาดความน่าเชื่อถืออยู่

**2. การวางแผนและการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์** ในขั้นตอนของกระบวนการสร้างภาพลักษณ์นี้ หลังจากที่ได้ทราบปัญหาเกี่ยวกับภาพลักษณ์และสิ่งที่ต้องการแก้ไข หรือสร้างภาพลักษณ์ให้เกิดขึ้น ผู้ที่จะทำการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ควรจะดำเนินการวางแผนที่จะเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ต่อไป



ซึ่งในกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบันเทิงที่เข้าทำงานการเมืองนั้นการวางแผนและเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์เราควรจะต้องทราบดีถึงปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ เพื่อเป็นแนวทางในการเปลี่ยนแปลงได้ ซึ่งผู้วิจัยได้มีการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างว่า ปัจจัยที่จะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบันเทิงที่เข้าทำงานการเมืองให้ได้รับความน่าเชื่อถือ และการยอมรับจากประชาชนคือปัจจัยใดบ้าง

- การวางแผนในการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์นี้ ควรจะต้องทราบดีถึงปัจจัยที่จะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ เพราะปัจจัยเหล่านี้จะทำให้ในการเข้าทำงานการเมืองของบุคคลบันเทิงเป็นที่ยอมรับจากประชาชน และเมื่อทราบปัจจัยเหล่านี้ได้ก็จะสามารถนำไปวางแผนในการเปลี่ยนแปลงได้อย่างถูกต้อง ซึ่งปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือมากที่สุดตามความคิดของกลุ่มตัวอย่างคือ การแสดงความใกล้ชิดกับประชาชน อันดับ 2 คือ พรรคการเมืองและนโยบายของพรรค อันดับ 3 คือ ความตั้งใจในการทำงาน

- ในขั้นตอนการวางแผนเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์นั้นนอกจากเราจะต้องทราบดีถึงปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมในการสร้างภาพลักษณ์แล้ว ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการสร้างภาพลักษณ์ก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ควรจะต้องทราบ ซึ่งจากคำตอบของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างจะคิดว่าปัจจัยที่เป็นอุปสรรคที่สุดสำหรับการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ ก็คือ ประชาชนยังติดกับภาพลักษณ์เก่าๆที่ว่าคนบันเทิงไม่มีความสามารถทำงานลำบากไม่ได้ และในบางครั้งปัจจัยในการสร้างภาพลักษณ์จะขึ้นอยู่กับบทบาทหน้าที่ในวงการบันเทิงด้วย เช่น ถ้าบุคคลนั้นเคยเป็นนักแสดงที่ได้รับเล่น บทผู้ร้าย อาจจะทำให้ความน่าเชื่อถือมากกว่านักแสดงที่ได้รับบทพระเอก

แต่จะมีกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าภาพลักษณ์คนบันเทิงจะไม่ใช่เป็นอุปสรรคต่อการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ และกลับคิดว่าภาพคนบันเทิงกลับเป็นสิ่งที่ส่งเสริมในการทำงานการเมือง

- ระยะเวลาการเตรียมตัวที่เหมาะสม เป็นการวางแผนการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญอย่างหนึ่ง กลุ่มตัวอย่างจำนวน 63.85% คิดว่าระยะเวลาเตรียมตัวที่เหมาะสมสำหรับบุคคลในวงการบันเทิงที่เข้าทำงานการเมืองคือ ประมาณ 1-4 ปี หรือ เท่ากับ 1 สมัยการเลือกตั้ง ซึ่งในช่วงระยะเวลาการเตรียมตัวนี้ บุคคลบันเทิงควรจะปรับตัวคือ ปรับบุคลิกภาพให้ดูสุ่มขึ้น ควรลดบทบาทงานในวงการบันเทิงลง



- การเตรียมความพร้อมถ้าจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ของบุคคลบ้นเทิงที่สนใจเข้าทำงานการเมืองนี้ กลุ่มตัวอย่างคิดว่าควรจะเป็นโดยสร้างความคุ้นเคยกับประชาชนมากที่สุด อันดับรองลงมาคือ ควรจะลดงานในวงการบันเทิงลง และอันดับ 3 ควรจะเน้นการทำงานเพื่อชุมชนและสังคมมากขึ้น

### 3. ขั้นตอนการปฏิบัติและสื่อสารเพื่อทำให้เกิดภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ

หลังจากมีการหาปัญหาในเรื่องภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลบ้นเทิงที่เข้าทำงานการเมือง และได้มีการวางแผนการปฏิบัติเพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ต้องการ ขั้นตอนการปฏิบัติและทำการสื่อสารเพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ต้องการ ถือเป็นขั้นตอนที่สำคัญอีกขั้นตอนหนึ่ง ซึ่งจากคำถามที่ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้คือ

- ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับเรื่องบุคลิกภาพของบุคคลในวงการบันเทิง ช่วงก่อนและหลังเข้าทำงานการเมืองนั้น กลุ่มตัวอย่างคิดว่าการเปลี่ยนแปลงถึง 85.54% โดยมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านการแต่งกายและการพูดจาจะเรียบร้อยมากขึ้น ใจเย็นขึ้นเพราะต้องสามารถรับฟังปัญหาของประชาชนได้ และควรที่จะลดกิจกรรมส่วนตัวที่ทำให้ขาดความน่าเชื่อถือ เช่น การดื่มเออร์ไฮด์ เป็นต้น แต่ก็มีกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าบุคลิกภาพของบุคคลบ้นเทิงในช่วงก่อนและหลังเข้าทำงานการเมืองไม่มีการเปลี่ยนแปลง โดยให้เหตุผลว่า ต้องเป็นไปตามกาลเทศะอยู่แล้ว

- ในด้านกิจกรรมที่จะส่งผลต่อภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ กลุ่มตัวอย่างคิดว่าการมีส่วนร่วมทางการเมืองมาก่อนจะส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือ จำนวน 93.97% โดยให้เหตุผลที่ว่าเพราะการมีส่วนร่วมทางการเมืองมาก่อนจะสะท้อนความตั้งใจและความมุ่งมั่นในการทำงาน อีกทั้งการมีส่วนร่วมทางการเมืองมาก่อนนั้น จะเป็นขั้นตอนหนึ่งในการสร้างภาพลักษณ์ด้วย แต่จะมีกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าการมีส่วนร่วมทางการเมืองมาก่อนนั้นจะไม่ส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือโดยให้เหตุผลว่า ประชาชนจะดูที่นโยบายและผลงานที่ผ่านมา ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่แน่ใจว่าการมีส่วนร่วมทางการเมืองมาก่อนจะส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือหรือไม่ เพราะโดยส่วนตัวนั้นไม่เคยมีส่วนร่วมทางการเมืองมาก่อน จึงไม่ทราบว่า การมีส่วนร่วมทางการเมืองจะส่งผลต่อความน่าเชื่อถือหรือไม่

- นอกจากกิจกรรมที่ส่งเสริมให้เกิดภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือแล้ว บุคคลบ้นเทิงที่เข้าทำงานการเมืองควรที่จะสร้างความไว้วางใจกับประชาชน เพราะว่าความไว้วางใจนั้นจะเป็น

สิ่งที่ทำให้ประชาชนยอมรับในตัวบุคคลนั้นๆ รวมถึงเป็นโอกาสที่จะทำให้สามารถบอกนโยบายอุดมการณ์ความตั้งใจในการทำงานได้ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างคิดว่าวิธีที่บุคคลในวงการบินจะปฏิบัติเพื่อให้เกิดความไว้วางใจกับประชาชนมากที่สุดคือ การลงพื้นที่เพื่อที่จะบอกนโยบายที่จะทำ

- และในการลงพื้นที่เพื่อหาเสียงนั้นกลุ่มตัวอย่างคิดว่า ถ้าระหว่างการหาเสียง มีนักการเมืองท่านอื่นๆ ร่วมหาเสียงกับบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานการเมืองนั้น จะเป็นการช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ โดยให้เหตุผลว่าเพราะจะทำให้เกิดความมั่นใจในตัวผู้สมัคร และระบบพรรคการเมืองจะเป็นตัวสนับสนุน แสดงออกถึงการทำงานเป็นทีม แต่ก็มีความกังวลที่เห็นว่าการที่มีนักการเมืองท่านอื่นๆ มาร่วมหาเสียงด้วยนั้นจะไม่ส่งเสริมต่อภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ เพราะว่า โดยส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจะไม่ชอบการร่วมหาเสียงแบบนี้ และกลุ่มตัวอย่างกลุ่มสุดท้ายคิดว่าไม่แน่ใจว่าการที่มีนักการเมืองร่วมหาเสียงด้วยนั้นจะเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ได้หรือไม่ เพราะว่าทุกพรรคการเมืองก็ทำลักษณะเดียวกันหมด ทำให้รู้สึกว่าเป็นความเคยชิน

4. **ขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ก็คือการประเมินกระบวนการสร้างภาพลักษณ์** หลังจากขั้นตอนต่างๆ ของกระบวนการสร้างภาพลักษณ์แล้ว ควรจะมีการประเมินผล เพื่อที่จะทราบได้ว่าภาพลักษณ์ใหม่ที่เกิดขึ้นนั้น ประสบความสำเร็จหรือไม่ ซึ่งวิธีการประเมินผลก็จะแตกต่างกันไป แล้วแต่วิธีการของแต่ละคน อาจจะมีการประเมินผลเป็นระยะ ระหว่างขั้นตอนการสร้างภาพลักษณ์ หรือประเมินผลหลังเสร็จขั้นตอนการปฏิบัติเพื่อสร้างภาพลักษณ์

ซึ่งจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคิดว่าบุคคลในวงการบินนั้นสามารถเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ได้ โดยให้เหตุผลว่า ต้องแสดงความตั้งใจทางการเมือง โดยหยุดงานบันเทิง และจะต้องใช้เวลาในการเปลี่ยนแปลงโดยทางการเมืองไประยะหนึ่ง และกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าบุคคลบันเทิงไม่สามารถเปลี่ยนภาพลักษณ์ได้ เพราะประชาชนยังคาดหวังที่จะเห็นผลงานและสนับสนุนให้ทำงานบันเทิง ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่แน่ใจว่าบุคคลบันเทิงเหล่านี้จะสามารถเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ได้หรือไม่นั้นให้เหตุผลว่า เพราะขึ้นอยู่กับแต่ละคน บางคนสามารถเปลี่ยนได้ แต่บางคนก็ไม่สามารถเปลี่ยนได้

- และระหว่างอาชีพอื่นกับอาชีพในวงการบินนั้นการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือจะมีความแตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างคิดว่า ขึ้นอยู่กับบทบาทและหน้าที่อาชีพใน

วงการบันเทิงด้วย อย่างเช่นการเป็นพิธีกรอาจจะสร้างความน่าเชื่อถือได้ง่ายกว่า อาชีพนักแสดง และกลุ่มตัวอย่างคิดว่าอาชีพอื่นกับอาชีพในวงการบันเทิงไม่มีความแตกต่างกันในการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ เพราะว่าแต่ละอาชีพมีบทบาทแตกต่างกัน ข้อได้เปรียบและเสียเปรียบ จึงแตกต่างกัน

- การประเมินผลข้อสุดท้ายกลุ่มตัวอย่างคิดว่าบุคคลในวงการบันเทิงที่สนใจเข้าทำงานการเมืองจะสามารถเข้ามาบริหารประเทศตามที่ประชาชนคาดหวังได้ เพราะคิดว่าบุคคลเหล่านี้จะสัญญาแต่สิ่งที่ทำได้ แต่พรรคการเมืองที่สังกัดจะต้องอยู่ฝ่ายรัฐบาล แต่ก็มีกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าบุคคลบันเทิงไม่สามารถปฏิบัติตามที่ได้ให้สัญญากับประชาชนได้ เพราะว่าเป็นนักการเมืองที่ยังไม่ค่อยมีบทบาท การแก้ไขเป็นเรื่องของผู้บริหาร กลุ่มตัวอย่างที่ไม่แน่ใจว่าบุคคลบันเทิงเหล่านี้จะสามารถปฏิบัติตามนโยบายที่ได้ให้ไว้ได้หรือไม่ เพราะว่าจะต้องดูที่บุคคลว่าเป็นคนมีความรู้ความสามารถหรือไม่ และต้องดูที่ผลงานในอดีต

### **ปัญหานำวิจัยข้อ 2 บุคคลทั่วไปมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบันเทิงที่เข้าทำงานทางการเมือง**

สำหรับปัญหานำวิจัยข้อ 2 เป็นการสำรวจทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างโดยผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลซึ่งคำถามที่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน ซึ่งได้มาจากการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง ตามสถานที่ต่างๆ เช่น สำนักงาน สวนสาธารณะต่างๆ เป็นต้น ซึ่งกลุ่มตัวอย่างคิดว่าบุคคลในวงการบันเทิงต้องเปลี่ยนภาพลักษณ์ในการเข้าทำงานการเมือง 62 คน กลุ่มตัวอย่างคิดว่าบุคคลในวงการบันเทิงไม่จำเป็นต้องเปลี่ยนภาพลักษณ์ในการเข้าทำงานการเมือง 15 คน และไม่แน่ใจว่าจะต้องเปลี่ยนภาพลักษณ์ในการเข้าทำงานการเมืองหรือไม่ 23 คน

ในเรื่องของบุคลิกภาพทั้งก่อนและหลังช่วงเข้าทำงานทางการเมืองของบุคคลในวงการบันเทิง กลุ่มตัวอย่างคิดว่าการเปลี่ยนแปลงถึง 79 คน มีเพียง 7 คนเท่านั้นที่คิดว่าบุคลิกภาพของคนในวงการบันเทิงไม่มีการเปลี่ยนแปลง และจำนวน 17 คน ที่คิดว่าไม่แน่ใจว่าบุคลิกภาพของบุคคลในวงการบันเทิงจะมีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่ในการเข้าทำงานการเมือง

ความคิดเห็นของกลุ่มบุคคลทั่วไปเกี่ยวกับเรื่องการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ให้มีความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบันเทิงที่เข้าทำงานทางการเมืองนั้น กลุ่มบุคคลทั่วไปคิดว่าสามารถ

เปลี่ยนแปลงให้มีความน่าเชื่อถือได้ และไม่แน่ใจว่าคุณสมบัติเหล่านี้เป็นคุณสมบัติที่แท้จริง หรือไม่เป็นจำนวนสูงสุด 56 คน และกลุ่มตัวอย่างมองว่าเป็นคุณสมบัติที่แท้จริง 21 คน และคิดว่า ภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือเหล่านี้เป็นสิ่งที่สร้างขึ้น 23 คน

ในด้านนโยบายที่บุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานการเมืองได้ให้ไว้ในตอนหาเสียง กลุ่มตัวอย่างบุคคลทั่วไปคิดว่า บุคคลในวงการบินจะสามารถกระทำได้สำเร็จระดับปานกลาง อันดับสองคือ สามารถทำได้มาก และจากคำถามที่ผู้วิจัยได้สมมติบุคคลการบินให้เป็นผู้สมัครรับเลือกตั้ง บุคคลที่ได้รับคะแนนจากกลุ่มตัวอย่างบุคคลทั่วไปมากที่สุด คือ คุณสรยุทธ สุทัศนะจินดา ซึ่งจัดว่าอยู่ในบทบาทหน้าที่พิธีกรในสาขาอาชีพวงการบิน รองลงมากลุ่มตัวอย่างบุคคลทั่วไป คิดว่าจะพิจารณาท่านอื่นๆ นอกเหนือจากที่กำหนดไว้ให้

### อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง “ การสร้างภาพลักษณ์เกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมือง ” ผู้วิจัยได้แบ่งการอภิปรายตามการนำเสนอผลการวิจัย ซึ่งได้แบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 อภิปรายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 อภิปรายผลการวิจัยเรียงลำดับตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังนี้

- กระบวนการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมืองเป็นอย่างไร
- บุคคลทั่วไปคิดเห็นอย่างไรกับภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมือง

### ส่วนที่ 1 อภิปรายผลข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาการวิจัยครั้งนี้ขอบเขตกลุ่มตัวอย่างประชากรการศึกษาแบ่งเป็นทั้งสิ้น 4 กลุ่ม คือ 1. กลุ่มบุคคลการบินที่สนใจเข้าทำงานการเมือง 2. กลุ่มบุคคลการบินที่ไม่สนใจเข้าทำงานการเมือง 3. กลุ่มนักการเมือง 4. กลุ่มบุคคลทั่วไป ซึ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่างจะมีทั้งสิ้น 183

คน ซึ่งแบ่งเป็นเพศชาย 116 คน และเพศหญิง 67 คน ซึ่งระดับอายุที่มากที่สุดคือต่ำกว่า 25 ปี ส่วนมากจะจบระดับการศึกษาปริญญาตรี

จากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 กลุ่มจะสังเกตได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากจะเป็นเพศชาย และในกลุ่มบุคคลบันเทิงที่ทำงานการเมืองและกลุ่มนักการเมือง ในด้านระดับการศึกษานั้นกลุ่มที่สนใจทางการเมืองตามกฎหมายระบุไว้ว่าจะต้องจบการศึกษาระดับชั้นต่ำสุดคือ ปริญญาตรี ในข้อมูลตัวอย่างวิจัยจึงไม่มีผู้ใดจบการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี อีกทั้งในเรื่องของการศึกษายังมีแนวโน้มว่าส่วนมากจะจบระดับการศึกษาปริญญาโทด้วย นอกจากนี้ในเรื่องของการศึกษานั้น ถึงแม้ว่ากลุ่มตัวอย่างบางคนโดยเฉพาะในกลุ่มบุคคลบันเทิงที่สนใจเข้าทำงานการเมือง และกลุ่มนักการเมืองจะจบการศึกษาระดับปริญญาตรี แต่บางคนจะจบปริญญาตรี 2 ใบ ซึ่งส่วนมากจะเป็นการเรียนทางด้านรัฐศาสตร์เพิ่มเติมวุฒิปริญญาของตน และในเรื่องของอายุก็จะมีกลุ่มตัวอย่างที่อายุต่ำกว่า 25 ปีเช่นกัน เพราะว่าตามกฎหมายนั้นก็ได้ระบุไว้ว่า ผู้ที่จะสมัครส.ส. จะต้องอายุไม่ต่ำกว่า 25 ปี ซึ่งในข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างนี้ระดับอายุที่มีมากที่สุดคือ ช่วงอายุ 36-45 ปี แต่ถ้าดูจากผลข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างบุคคลในวงการบันเทิงที่ไม่สนใจเข้าทำงานทางการเมือง จะเห็นได้ว่าทั้งในเรื่องระดับอายุและระดับการศึกษาจะมีช่วงที่ต่ำกว่าอายุ 25 ปี และระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี

ในกลุ่มตัวอย่างกลุ่มบุคคลในวงการบันเทิงทั้งที่สนใจเข้าทำงานการเมือง และไม่สนใจเข้าทำงานทางการเมือง ด้านสาขาอาชีพในวงการบันเทิงนั้นมีผลต่อความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบันเทิงที่เข้าทำงานทางการเมืองด้วยเช่นเดียวกัน เนื่องจากว่าแต่ละอาชีพนั้นมีลักษณะงานที่แตกต่างกัน ถึงแม้ว่าจะเป็นงานในวงการบันเทิงเหมือนกัน อย่างเช่น นักแสดงนั้นก็ขึ้นอยู่กับว่าจะได้รับบทใด ถ้าได้รับบทพระเอก หรือ บทที่ตัวละครมีความรู้ สุขุม ก็จะทำให้นักแสดงคนนั้นดูมีความน่าเชื่อถือ ผิดกับการที่ได้รับบทตัวร้าย หรือ คนที่มีอารมณ์เกรี้ยวกราด จะทำให้บุคคลผู้นั้นขาดความน่าเชื่อถือ ในขณะที่เดียวกันถ้างานบันเทิงมีบทบาทหน้าที่เป็นพิธีกรหรือผู้ประกาศข่าว อาจจะมีส่วนช่วยในเรื่องของความน่าเชื่อถือ โดยเฉพาะการทำรายการที่เกี่ยวกับเหตุการณ์บ้านเมือง



## ส่วนที่ 2 อภิปรายข้อมูลตามปัญหานาวิชัย

### ปัญหานาวิชัยข้อ 1 กระบวนการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่สนใจเข้าทำงานทางการเมืองเป็นอย่างไร

กระบวนการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือนี้สามารถแยกลักษณะขั้นตอนออกได้เป็น 4 ขั้นตอนคือ

1. ระบุปัญหาภาพลักษณ์ที่ต้องการ การเปลี่ยนแปลงและการสร้างใหม่
2. การวางแผนและกำหนดขั้นตอนการสร้างภาพลักษณ์ใหม่
3. การปฏิบัติและลักษณะการสื่อสารที่ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ต้องการ
4. การประเมินกระบวนการสร้างภาพลักษณ์

ในขั้นตอนของการระบุปัญหาภาพลักษณ์ที่ต้องการ การเปลี่ยนแปลงและการสร้างใหม่สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้คือ บุคคลในวงการบินที่ควรที่จะเปลี่ยนหรือสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้เกิดขึ้นโดยที่กลุ่มบุคคลในวงการบินที่ไม่สนใจเข้าทำงานการเมือง และกลุ่มนักการเมือง มองว่าเป็นเพราะบุคคลในวงการบินยังไม่มีผลงานทางการเมือง จึงควรแสดงความน่าเชื่อถือให้เห็น แต่สำหรับกลุ่มตัวอย่างบุคคลในวงการบินที่สนใจเข้าทำงานการเมือง จะให้เหตุผลเรื่องของการเปลี่ยนภาพลักษณ์ว่าควรเปลี่ยน เพราะต้องสร้างวิสัยทัศน์ รวมถึงแสดงอุดมการณ์ทางการเมืองให้ชัดเจน และ ต้องเสริมความน่าเชื่อถือเพราะวงการบินมีหลายบทบาท ทำให้ประชาชนสับสนได้

ซึ่งในกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มอาจจะไม่มีความแตกต่างกัน เพราะจะให้ความสำคัญกับเรื่องของอุดมการณ์ทางการเมือง เพียงแต่ต่างกันที่ถ้าเป็นบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานการเมือง จะเน้นที่อยากจะทำอย่างไรแสดงออกถึงวิสัยทัศน์ให้มาก เพื่อให้ตัวเองมีความน่าเชื่อถือมากกว่าเดิม แสดงว่าอุดมการณ์ทางการเมืองในปัจจุบันนี้เป็นเรื่องที่สำคัญ ที่บุคคลที่จะเล่นการเมืองเองต้องมี และสามารถแสดงให้ประชาชนรับรู้ถึงอุดมการณ์ทางการเมืองของตนเองให้ได้

และความคิดเห็นต่อมาของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 เกี่ยวกับเรื่องการที่บุคคลในวงการบินหันมาสนใจทำงานการเมือง บุคคลเหล่านี้ไม่จำเป็นต้องเปลี่ยนหรือสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้เกิดขึ้น โดยให้เหตุผลที่ว่าไม่ต้องเปลี่ยนภาพลักษณ์เพราะบุคคลเหล่านี้มีความตั้งใจที่จะทำงานการเมือง



ควรให้โอกาส กลุ่มตัวอย่างที่ตอบเหตุผลนี้มากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างบุคคลในวงการบินที่ไม่น่าสนใจเข้าทำงานการเมือง และกลุ่มนักการเมือง ซึ่งในเรื่องความตั้งใจนี้จะตรงกับเรื่องของแนวคิดของอริสโตเติลในเรื่องความน่าเชื่อถือของการสื่อสาร ในหัวข้อที่ว่า Good will คือเจตนาของผู้สื่อสาร การมีความตั้งใจจริง สำหรับกลุ่มบุคคลในวงการบินที่สนใจเข้าทำงานการเมืองที่กลับมองว่าไม่จำเป็นต้องเปลี่ยนภาพลักษณ์เพราะมั่นใจว่าที่ผ่านมามีภาพลักษณ์ที่ดี จากตรงนี้จะเห็นได้ว่าในการที่จะลงสมัครรับเลือกตั้งนั้น ความมั่นใจในภาพลักษณ์ที่มีอยู่ของตนเป็นเรื่องดี จึงไม่น่าแปลกที่ผลการวิจัยจะแสดงว่า บุคคลในวงการบินคิดว่าไม่จำเป็นต้องเปลี่ยนภาพลักษณ์ เพราะมั่นใจในภาพลักษณ์ของตนเอง แต่ในขณะที่กลุ่มบุคคลในวงการบินที่ไม่น่าสนใจเข้าทำงานทางการเมือง และกลุ่มนักการเมือง กลับมองว่าไม่จำเป็นต้องเปลี่ยนเพราะว่าบุคคลเหล่านี้มีความตั้งใจ ควรให้โอกาสในการทำงาน แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างนี้มีทัศนคติต่อบุคคลที่ลงสมัครรับเลือกตั้งว่า ควรจะให้โอกาสกับคนที่มีความตั้งใจจริงในการทำงาน อาจจะเป็นเพราะเรื่องของผลงานและภาพลักษณ์เป็นเรื่องที่ต้องใช้เวลาพิสูจน์

และกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าไม่แน่ใจว่าบุคคลในวงการบินต้องมีการเปลี่ยนแปลงหรือสร้างภาพลักษณ์ใหม่หรือไม่นั้น ให้เหตุผลที่มากที่สุดคือ ไม่แน่ใจ เพราะไม่ได้เปลี่ยน แต่ต้องใช้เวลาในการแสดงความสามารถและผลงาน ซึ่งเหตุผลนี้ที่ตอบมากที่สุด อาจจะเป็นเนื่องจากว่าแสดงว่ากลุ่มตัวอย่างมั่นใจในความสามารถและภาพลักษณ์ของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานการเมืองอยู่แล้ว เพียงแต่การแสดงความสามารถและผลงานเหล่านี้จะต้องใช้เวลา

และในเรื่องภาพลักษณ์ของคนในวงการบินเน้นการให้ความสนุกสนาน ความบันเทิง ใจรุ่มต่อผู้ชม ภาพลักษณ์เหล่านี้จะทำลายความเชื่อมั่น หรือส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานการเมืองหรือไม่ กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มคิดว่าภาพลักษณ์คนบันเทิงเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือ โดยให้เหตุผลที่ว่า ส่งผลกระทบเพราะ หลายๆ คนจะไม่เชื่อมั่นว่าจะทำงานการเมืองได้ ซึ่งทั้ง 3 กลุ่มตัวอย่างตอบเหตุผลข้อนี้มากที่สุด แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มมองว่าถ้าภาพลักษณ์คนบันเทิงจะเป็นปัญหาต่อกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ เหตุผลก็เพราะว่าหลายๆคนไม่เชื่อมั่นในภาพลักษณ์ที่เป็นคนบันเทิงมาก่อน

กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม ซึ่งมีความคิดเห็นว่าภาพลักษณ์ของคนในวงการบินเน้นการให้ความสนุกสนานนั้น ไม่ส่งผลกระทบต่อการทำลายความเชื่อมั่น หรือส่งผลต่อความน่าเชื่อถือ โดยให้เหตุผลว่าไม่ส่งผลกระทบเพราะ ประชาชนสามารถแยกแยะบทบาทได้มากที่สุด แสดงว่าปัจจุบันนี้ประชาชนสามารถแยกแยะบทบาทได้ทั้งบทบาทการแสดง และบทบาทที่แท้จริงใน

ชีวิตประจำวัน หรืออีกนัยหนึ่งก็คือ ปัจจุบันนี้ค่านิยมของอาชีพในวงการบันเทิงนั้นได้เปลี่ยนไปแล้ว จากเมื่อก่อนจะถูกมองว่าคนที่ทำงานอาชีพนี้จะเป็นอาชีพที่ไม่ค่อยดีนัก จนกระทั่งถูกเรียกว่าเดินกินรำกิ้น แต่สมัยนี้คนในวงการบันเทิงกลับเป็นอาชีพที่ประชาชนให้ความสนใจ และมีหลายๆ คนอยากจะทำอาชีพนี้ อีกทั้งคนในวงการบันเทิงก็มีระดับการศึกษามากขึ้น ทำให้ค่านิยมเกี่ยวกับอาชีพนี้ได้มีการเปลี่ยนแปลงไป

นอกจากนี้ก็มีกลุ่มตัวอย่างที่ไม่แน่ใจว่าภาพลักษณ์ของคนในวงการบันเทิงซึ่งให้ ความสนุกสนานนี้ จะส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือในการเข้าทำงานการเมืองหรือไม่ โดยให้เหตุผลที่มากที่สุดว่า ไม่แน่ใจเพราะขึ้นอยู่กับสาขาอาชีพในวงการบันเทิงด้วย เนื่องจากวงการบันเทิงนั้นมีหลายสาขาอาชีพ ทั้งนักแสดง นักร้อง พิธีกรและผู้ประกาศข่าว รวมทั้งนักแสดงตลก บุคคลในสาขาอาชีพต่างๆ เหล่านี้จะมีความน่าเชื่อถือแตกต่างกันไป อย่างเช่น ในงานพิธีกรและผู้ประกาศข่าวนั้นจะเป็นสาขาอาชีพที่ดูมีความน่าเชื่อถือมากที่สุด เพราะจะต้องมีบุคลิกที่ดูสุภาพ ในทางตรงกันข้ามกับสาขาอาชีพนักแสดงตลก แต่ทั้งนี้สาขาอาชีพมิใช่เป็นเพียงปัจจัยเดียวที่จะวัดความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบันเทิงที่เข้าทำงานทางการเมือง อาจจะต้องขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านอื่นๆ ของบุคคลคนนั้นด้วย (เช่น คุณสมบัตินั้นบุคคล)

ข้อคำถามที่ว่าความเป็นบุคคลในวงการบันเทิงจะมีส่วนส่งเสริม ผลักดัน หรือสนับสนุนให้ได้รับการเลือกตั้งเข้ามาบริหารบ้านเมืองหรือไม่นั้น ในการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม ผลการสัมภาษณ์นั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนมากจะคิดว่าการเป็นบุคคลในวงการบันเทิงจะมีส่วนส่งเสริมสนับสนุน ให้ได้รับการเลือกตั้งเข้ามาบริหารบ้านเมือง โดยให้เหตุผลมากที่สุดคือ มีส่วนส่งเสริม เพราะประชาชนรู้จักทำให้สามารถเข้าหาประชาชนได้ง่าย ประชาชนจะไว้ใจ ซึ่งเป็นเหตุผลที่ทั้ง 3 กลุ่มตัวอย่างตอบมากที่สุด

โฮฟแลนด์ (Hovland) กล่าวไว้ในการศึกษาของเขาพร้อมกับ Janis และ Kelly (1953:19-53) ว่า ความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness) นั่นก็คือ เจตนาที่ผู้ส่งสารจะพูดความจริงอย่างจริงใจ และทำให้เกิดความรู้สึกมั่นใจว่าพฤติกรรมของคนอื่นที่มีต่อบุคคลนั้นจะเป็นไปในทางบวก ซึ่งถ้าดูตามกระบวนการสร้างภาพลักษณ์แล้ว ถ้าเราสามารถสร้างความไว้วางใจให้เกิดขึ้นได้ ประชาชนจะเปิดยอมรับการสื่อสารด้านอื่นๆ ทำให้ภาพลักษณ์ต่างๆ ที่ต้องการสร้างสามารถสำเร็จได้

และมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าการเป็นบุคคลในวงการบินไม่ได้มีส่วนส่งเสริมหรือสนับสนุนให้ได้รับการเลือกตั้งเข้ามาบริหารบ้านเมือง โดยให้เหตุผลว่า ไม่ได้ส่งเสริมให้ได้รับการเลือกตั้ง แต่ทำให้เป็นที่รู้จักของคนอื่น เป็นแค่ที่สนใจของประชาชน แต่จะไม่เกี่ยวกับการได้รับการเลือกตั้งถึงแม้ว่าเหตุผลที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างคิดว่าทั้งการส่งเสริมและไม่ส่งเสริมนั้นคล้ายกัน ก็คือ การทำให้เป็นที่รู้จักของประชาชน แต่ในการที่จะส่งเสริมได้นั้นเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างคิดว่ามีความไว้วางใจร่วมอยู่ด้วย

นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างที่ไม่แน่ใจว่าการเป็นบุคคลในวงการบินจะมีส่วนส่งเสริมหรือผลักดันให้ได้รับการเลือกตั้งเข้ามาบริหารบ้านเมืองหรือไม่ ให้เหตุผลว่าไม่แน่ใจว่าส่งเสริมหรือไม่ เพราะ มีทั้งข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบ ข้อได้เปรียบคือ คนจะรู้จัก แต่ข้อเสียเปรียบคือ คนจะไม่เชื่อถือ ซึ่งในกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มนั้น กลุ่มบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานการเมืองจะเลือกตอบเหตุผลข้อนี้มากที่สุด อาจจะเป็นเพราะว่ากลุ่มบุคคลในวงการบินที่ทำงานการเมืองนี้เป็นผู้ปฏิบัติ และได้รับผลสะท้อนกลับมาทำให้มองเห็นภาพของข้อได้เปรียบและเสียเปรียบมากกว่ากลุ่มตัวอย่างอื่นๆ

ในด้านคุณสมบัติส่วนตัวเรื่องการศึกษา ผู้สมัครรับเลือกตั้ง ส.ส. ควรจะต้องจบการศึกษาในด้านการเมืองการปกครอง( รัฐศาสตร์ หรือ สาขาที่เกี่ยวข้อง) ซึ่งในการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคิดว่าไม่จำเป็นที่คุณสมบัติส่วนตัวเรื่องการศึกษา ของผู้สมัครรับเลือกตั้ง ส.ส. เพราะเหตุผลดังต่อไปนี้มากที่สุดคือ ส.ส. ต้องการคนจากหลากหลายความรู้ และมีกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าคุณสมบัติด้านการศึกษาของผู้สมัคร ส.ส. จำเป็นต้องจบด้านรัฐศาสตร์หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง โดยให้เหตุผลว่า คนทำงานการเมืองจะต้องมีความรู้ด้านนี้ เพื่อที่จะเรียนรู้การทำงานได้เร็ว

นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างที่ไม่แน่ใจว่าความน่าเชื่อถือด้านคุณสมบัติด้านการศึกษาของผู้สมัคร ส.ส. จำเป็นหรือไม่ที่จะต้องจบด้านรัฐศาสตร์หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง โดยให้เหตุผลว่าไม่แน่ใจเพราะ การมีความรู้อาจจะดี แต่ประสบการณ์สำคัญกว่า จากคำตอบเหล่านี้จะเห็นได้ว่าคนส่วนมากยังต้องการ ส.ส. ที่มาจากหลายอาชีพ เพราะว่าการเป็นตัวแทนของประชาชนนั้น จะต้องเป็นตัวแทนของหลากหลายอาชีพด้วยเช่นเดียวกัน และเมื่อดูจากคุณสมบัติด้านการศึกษาของผู้สมัคร ส.ส. ในปัจจุบันนี้นั้น ส่วนมากเมื่อจบการศึกษาชั้นต้นระดับปริญญาตรีตามที่กฎหมายกำหนดแล้ว มักจะมีการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมทางด้านรัฐศาสตร์ อีกทั้งยังมองเห็นเรื่องประสบการณ์การทำงานมีความสำคัญ เพราะในบางครั้งการมีเพียงแค่ความรู้ แต่ยังไม่เคย

นำมาใช้ อาจจะไม่ค่อยมีประโยชน์มากมายเท่ากับประสบการณ์ที่เคยผ่านงานมา เพราะงานการเมืองก็เป็นงานที่ต้องอาศัยความเข้าใจ มากกว่าการรู้เพียงแค่นือหาในตำราเรียนเท่านั้น

ในคำถามของผู้วิจัยที่ว่า ภูมิหลังครอบครัวนักการเมือง จะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของนักการเมืองหรือไม่ กลุ่มตัวอย่างได้ให้ความคิดเห็นว่า ภูมิหลังครอบครัวนักการเมือง จะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของนักการเมือง โดยให้เหตุผลว่า ภูมิหลังครอบครัวมีส่วนส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือเพราะ คนที่รู้จักและศรัทธาครอบครัว จะทำให้ความเชื่อมั่นและศรัทธากับตัวบุคคลนั้นด้วย กลุ่มตัวอย่างที่มองว่าภูมิหลังครอบครัวนักการเมืองไม่ช่วยส่งเสริมเรื่องภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ โดยให้เหตุผลที่มากที่สุดว่าขึ้นอยู่กับตัวบุคคลมากกว่าการที่จะมองที่ภูมิหลังครอบครัว

นอกจากนี้ก็มีกลุ่มตัวอย่าง ที่ไม่แน่ใจว่าภูมิหลังครอบครัวของนักการเมือง จะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือหรือไม่ โดยให้เหตุผลว่า ไม่แน่ใจเพราะ บางตระกูลมีประวัติที่ดีมาก แต่ตัวบุคคลก็ไม่น่าเชื่อถือ เพราะฉะนั้นถ้านำเหตุผลที่มากที่สุดของกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าไม่แน่ใจว่าภูมิหลังครอบครัวจะส่งเสริมความน่าเชื่อถือ และกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าภูมิหลังครอบครัวจะไม่ส่งเสริมความน่าเชื่อถือ คำตอบสองกลุ่มนี้จะมองไปที่เรื่องของตัวบุคคลมากกว่า แต่โดยคำตอบรวมทั้งหมด เรื่องของภูมิหลังครอบครัวก็ยังคงมีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ จากงานวิจัยของพินิดา ประยูรศิริ ในเรื่องของบทบาทคุณสมบัตินิสัยส่วนตัวของผู้แทนราษฎรที่ประชาชนคาดหวัง

ในเรื่องของภาพลักษณ์ของคนในวงการบันเทิง เป็นสิ่งที่ติดตัวแม้จะเลิกประกอบอาชีพนี้หรือไม่ ปัญหาในกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ส่วนหนึ่งคือเรื่องของภาพลักษณ์ที่ติดตัวมาก่อน อาจจะไม่เนื่องด้วยการประกอบอาชีพ หรือลักษณะนิสัยส่วนตัว เพื่อที่จะทำให้ทราบภาพลักษณ์ของอาชีพในวงการบันเทิงนี้จะเป็นปัญหาสำหรับการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือหรือไม่ จึงจำเป็นที่จะต้องทราบว่าภาพลักษณ์ของคนในวงการบันเทิง เป็นสิ่งที่ติดตัวแม้จะเลิกประกอบอาชีพนี้หรือไม่ ซึ่งจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มนั้น กลุ่มตัวอย่างจำนวน 83 คน คิดเป็น 100 %คิดว่าภาพลักษณ์ของคนในวงการบันเทิงเป็นสิ่งที่ติดตัวแม้จะเลิกประกอบอาชีพนี้ โดยให้เหตุผลว่า คนจะไม่ลืม แม้เวลาจะผ่านไปนาน และอีกเหตุผลหนึ่งก็คือ คิดว่าเป็นสิ่งที่ติดตัวแม้จะเลิกประกอบอาชีพนี้เพราะ คนยังคาดหวังจะเห็นบทบาทในการแสดงอยู่ แสดงว่าประชาชนและคนส่วนมากจะติดกับภาพลักษณ์ของคนในวงการบันเทิงอยู่ และขึ้นอยู่กับกระบวนการต่อไปว่าจะสามารถเปลี่ยนภาพลักษณ์ หรือทำให้ประชาชนยอมรับภาพลักษณ์ใหม่ได้หรือไม่



เนื่องจากประสบการณ์การทำงานเป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้เกิดความน่าเชื่อถือในการเป็นนักการเมืองได้ ผู้วิจัยจึงได้ทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคำถามที่ว่าประสบการณ์การทำงานในวงการบันเทิงจะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของการเป็นนักการเมืองได้หรือไม่ ซึ่งในการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผลออกมาว่า กลุ่มตัวอย่างคิดว่าประสบการณ์ในการทำงานบันเทิงสามารถช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือได้ โดยให้เหตุผลที่มากที่สุดว่า ประสบการณ์ในการทำงานวงการบันเทิงส่งเสริมอย่างมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าบุคคลนั้นมีกิจกรรมที่ทำอะไรให้กับสังคมหรือชุมชน และกลุ่มตัวอย่างอีกกลุ่มคิดว่าประสบการณ์ในการทำงานบันเทิงไม่สามารถช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือได้ โดยให้เหตุผลที่มากที่สุดว่า การทำงานวงการบันเทิงทำให้โดนสบประมาทด้วยซ้ำ นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างคิดว่าไม่แน่ใจว่าประสบการณ์การทำงานการเมืองจะสามารถช่วยเรื่องภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือได้หรือไม่ โดยให้เหตุผลว่า ไม่แน่ใจเพราะบางครั้งประสบการณ์ทำงานบันเทิงอาจจะสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือได้ ถ้าเวลาออกสื่อถ้าบุคคลนั้น ใช้โอกาสในการออกสื่อเป็นการแสดงทัศนคติ และอุดมการณ์ อย่างเช่นในการสัมภาษณ์รายการทอล์คโชว์

ซึ่งจากการวิจัยด้านความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารได้พัฒนาโดย เบอร์โกล และคณะ (D.K.Berlo ,J.B.Lemert and Mertz,1966:155-163)ได้กล่าวถึงเรื่องของประสบการณ์การทำงานว่าเป็นปัจจัยของคุณสมบัติของผู้ส่งสาร ( Qualification Factor) ที่จะเน้นความรู้ ความชำนาญ ประสบการณ์ของผู้ส่งสาร ซึ่งอาจจะหมายถึงประสบการณ์ด้านใดด้านหนึ่งก็ได้ จากคำตอบทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่าง ก็จะได้เห็นว่าประสบการณ์ทำงานนั้นมีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือทั้งสิ้น แต่เป็นการส่งผลกระทบทั้งแง่ดีและแง่ลบ กล่าวคือ ถ้าประสบการณ์ทำงานบันเทิงช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือก็จะเป็นการส่งผลกระทบในแง่ดี แต่ถ้าประสบการณ์ทำงานบันเทิงไม่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ เพราะทำให้คนสบประมาทว่าทำงานไม่ได้ อันนี้จะเป็นการส่งผลกระทบในแง่ลบทันที สำหรับเหตุผลของความไม่แน่ใจนี้ กลุ่มตัวอย่างมองว่าถ้าบุคคลบันเทิงที่สนใจการเมืองมองว่าประสบการณ์ทำงานบันเทิงเป็นโอกาสในการแสดงความคิดเห็นทางการเมือง ยิ่งใช้โอกาสตรงนี้ได้มากและมีประสิทธิภาพก็จะทำให้ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือได้

พรรคการเมืองที่บุคคลในวงการบันเทิงสังกัดมีส่วนช่วยในเรื่องการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของนักการเมือง โดยให้เหตุผลที่มากที่สุดคือ การเมืองปัจจุบันนี้ เน้นที่ระบบพรรคการเมือง คนจะมองที่นโยบายของพรรคเป็นหลัก และมีกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าพรรคการเมืองที่บุคคลในวงการบันเทิงสังกัดไม่มีส่วนช่วยในเรื่องของการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของ

นักการเมือง ในส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าพรรคการเมืองไม่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือเพราะมองว่าทุกอย่างขึ้นอยู่กับตัวบุคคลว่าจะทำให้เกิดความน่าเชื่อถือได้มากน้อยเพียงใด กลุ่มตัวอย่างสุดท้ายมองว่าไม่แน่ใจว่าพรรคการเมืองที่บุคคลในวงการบันเทิงสังกัดมีส่วนช่วยในเรื่องของการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของนักการเมืองได้หรือไม่ ได้ให้เหตุผลว่าเพราะระบบพรรคการเมืองของไทยยังไม่ชัดเจนยังมีการโยกย้ายสส.อยู่เป็นประจำ ทำให้บางครั้งก็ต้องดูที่คุณสมบัติตัวบุคคลเป็นหลัก ซึ่งจริงๆ แล้วก็คิดว่าพรรคการเมืองมีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ เพียงแต่ยังไม่แน่ใจว่าจะช่วยส่งเสริมได้หรือเปล่า

จะเห็นได้จากการตอบคำถามสัมภาษณ์นี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนมากยังให้ความสำคัญกับพรรคการเมืองไทย อาจเป็นเพราะว่าหลังการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการเลือกตั้งตามกฎหมายรัฐธรรมนูญปี 2540 ทำให้ต้องมีการเลือกตั้งทั้งระบบสส.บัญชีรายชื่อ และสส.ระบบพรรคการเมือง ทำให้ประชาชนเห็นความสำคัญของพรรคการเมืองมากยิ่งขึ้น อีกทั้งในปัจจุบันนี้การทำงานทางการเมืองนั้นพยายามที่จะเปลี่ยนรูปลักษณะไปในลักษณะของการทำงานที่มีพรรคการเมืองสนับสนุน พรรคการเมืองต่างๆ พยายามที่จะเปลี่ยนภาพลักษณ์ของตัวเองให้เป็นภาพลักษณ์ที่มีบทบาทและหน้าที่มากขึ้น ซึ่งจากผลการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรปี พ.ศ. 2548 ก็จะทำให้ประชาชนให้ความสำคัญกับพรรคไทยรักไทยมาก บางครั้งไม่ได้ชอบใจผู้สมัครส.ส.ในเขตของตนัก แต่ให้คะแนนเสียงเพราะว่าชอบนโยบายของพรรคการเมือง

สรุปได้ว่าในขั้นตอนลักษณะของปัญหาภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบันเทิงที่เข้าทำงานทางการเมืองนั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนมากจะเห็นว่าบุคคลในวงการบันเทิงจำเป็นที่ต้องมีการเปลี่ยนหรือสร้างภาพลักษณ์ใหม่ เนื่องจากภาพลักษณ์เดิมซึ่งคือภาพลักษณ์ของคนบันเทิงนั้น เป็นภาพลักษณ์ที่สนุกสนานทำให้บางครั้งขาดความน่าเชื่อถือ ถึงแม้ว่าภาพลักษณ์การเป็นคนบันเทิงนี้จะไม่ทำลายความเชื่อมั่นเพราะว่าประชาชนจะรู้จักแยกแยะบทบาทของบุคคลเหล่านี้แล้วก็ตาม แต่ภาพลักษณ์เหล่านี้จะติดตัวไปถึงแม้ว่าจะเลิกประกอบอาชีพนี้แล้วก็ตาม เพราะฉะนั้นในการเข้าทำงานทางการเมืองของบุคคลในวงการบันเทิงอาจจะต้องมีวิธีการเปลี่ยน หรือกำจัดภาพลักษณ์ที่ติดตัวเหล่านี้ออกไป จากคำถามที่สัมภาษณ์นี้กลุ่มตัวอย่างส่วนมากยังคงมองว่าการที่มีภาพลักษณ์เป็นคนบันเทิงมาก่อนจะทำให้เกิดความน่าเชื่อถือได้ยาก แต่ปัญหาในการสร้างภาพลักษณ์อาจจะขึ้นอยู่กับคุณสมบัติส่วนตัวของบุคคลวงการบันเทิงที่เข้าทำงานการเมืองนั้นด้วย ซึ่งแต่ละคนอาจจะแตกต่างกัน เช่น คุณสมบัติด้านการศึกษา ภูมิหลังครอบครัว ไปจนถึงเรื่องของพรรคการเมืองที่สังกัดด้วย



ในขั้นตอนการวางแผนและการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ หลังจากที่ได้ทราบปัญหาเกี่ยวกับภาพลักษณ์และสิ่งที่ต้องการแก้ไข หรือสร้างภาพลักษณ์ให้เกิดขึ้น ผู้ที่จะทำการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ควรจะดำเนินการวางแผนที่จะเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ต่อไป

ซึ่งในกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานการเมื่อนั้นการวางแผนและเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์เราควรจะต้องพิจารณาถึงปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ เพื่อเป็นแนวทางในการเปลี่ยนแปลงได้ สรุปได้ว่าปัจจัยที่จะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานการเมื่อนั้นให้ได้รับความน่าเชื่อถือ คือ ความใกล้ชิดกับประชาชน เช่น การออกพื้นที่พบประชาชน รองลงมาคือเรื่องของพรรคการเมืองที่สังกัด นโยบายของพรรค อันดับ 3 ความตั้งใจจริงในการทำงานทางการเมือง ซึ่งจากอันดับแรก ความใกล้ชิดกับประชาชนนั้น ความใกล้ชิดจะเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดการไว้วางใจ การยอมรับ และเปิดยอมรับสิ่งใหม่ๆ เข้าไปได้ และเป็นปัจจัยแรกที่จะนำไปให้เกิดความน่าเชื่อถือสำหรับอันดับ 2 เรื่องของนโยบายพรรค เป็นเรื่องที่ทราบกันดีอยู่แล้วว่า ในช่วงหลังนี้ประชาชนจะให้ความไว้วางใจกับพรรคการเมือง ยิ่งพรรคการเมืองใดมีความมั่นคง หรือมีนโยบายที่สามารถทำให้เป็นจริงได้ ประชาชนจะไว้วางใจมากขึ้น และถ้าผู้รับสมัครเลือกตั้ง ส.ส. เลือกที่จะอยู่พรรคการเมืองที่มีความมั่นคง มีนโยบายที่ประชาชนยอมรับก็มีโอกาสที่จะได้รับความไว้วางใจได้ง่ายยิ่งขึ้นตามไปด้วย

ในการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ นอกจากจะต้องทราบถึงปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดความน่าเชื่อถือแล้ว ย่อมที่จะต้องทราบถึงปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อวิธีการสร้างภาพลักษณ์ เพื่อที่จะได้ลดหรือกำจัดอุปสรรคเหล่านี้ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างคิดว่ามีปัจจัยที่ไม่ส่งเสริมหรือเป็นอุปสรรคต่อวิธีการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินคือ ประชาชนยังติดกับภาพเก่าๆ ที่ว่าดารานักแสดง ไม่มีความรู้ความสามารถ จะล่าอาณานิคมลำบากไม่ได้จำนวน และการสร้างความน่าเชื่อถือขึ้นอยู่กับสาขาอาชีพในวงการบินด้วย ถ้าคนที่มาจากงานบันเทิงที่มีสาระ จะต้องทำให้ตนเองไม่ดูเครียดไป แต่ถ้ามาจากงานบันเทิงที่สนุกสนาน ต้องเพิ่มความน่าเชื่อถือ จากสามอันดับเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างตอบมานี้ จะเห็นได้ว่า ปัญหาหรืออุปสรรคในการสร้างภาพลักษณ์นั้นเกิดจากภาพลักษณ์ที่ติดตัวมาจากการทำงานบันเทิงมาก่อน อีกทั้งในเรื่องของค่านิยม และทัศนคติที่มองว่าบุคคลในวงการบินเป็นผู้ที่ไม่ค่อยมีความสามารถ และเป็นผู้ที่ทำงานหนักไม่ได้ อีกทั้งสาขาอาชีพในวงการบินก็มีส่วนเพราะว่าบางครั้งงานพิธีกร อาจจะมีมีความน่าเชื่อถือมากกว่างานการแสดง เพราะฉะนั้นในการแก้ปัญหานี้จึงต้องมุ่งเน้นไปที่การเปลี่ยนทัศนคติค่านิยมว่า คนในวงการบินก็มีความสามารถ และทำงานหนักได้

แต่ก็มีกลุ่มตัวอย่างจำนวนที่คิดว่าไม่มีปัจจัยใดที่เป็นอุปสรรคในการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบันเทิงที่เข้าทำงานการเมือง โดยให้เหตุผลส่วนใหญ่ว่า การเป็นคนบันเทิงไม่มีปัญหา กลับจะกลายเป็นสิ่งที่ส่งเสริมด้วย ในส่วนนี้จะเป็นกลุ่มความคิดของกลุ่มตัวอย่างนักการเมืองมากที่สุด อาจจะเป็นเพราะว่าในฐานะการทำงานการเมืองด้วยกัน กลุ่มนักการเมืองอาจจะมองว่าการที่บุคคลบันเทิงทำให้เป็นที่รู้จัก และได้เปรียบในเรื่องของการทำความรู้จักของประชาชน แต่อาจจะไม่ได้มองถึงความเสียเปรียบอีกด้าน ในเรื่องของภาพลักษณ์ที่ติดตัวไปด้วย

- ระยะเวลาที่กลุ่มตัวอย่างส่วนมากคิดว่าบุคคลในวงการบันเทิงเหมาะสมที่ควรเตรียมตัวคือระยะเวลา 1-4 ปี หรือเท่ากับ 1 สมัยการเลือกตั้ง โดยมีกลุ่มตัวอย่างส่วนมากคิดเช่นนี้ ซึ่งระยะเวลานี้จะเป็นช่วงในการวางแผนที่จะเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ให้เหมาะสม อีกทั้งจะเป็นการแสดงความสามารถในการทำงานการเมืองด้วย ในระยะเวลานี้จะสามารถทำสิ่งที่จำเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดภาพลักษณ์ และลดสิ่งที่จำเป็นปัจจัยให้เกิดอุปสรรคได้ เพราะฉะนั้นจึงขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลด้วยว่าจะมีปัญหาที่ต้องแก้ไข หรือมีสิ่งที่ต้องสร้างเพิ่มขึ้นมากน้อยเพียงใด

- ซึ่งในระยะเวลาที่เตรียมตัวนี้ บุคคลในวงการบันเทิงที่เข้าทำงานทางการเมืองควรจะต้องปรับตัว ตามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม ดังต่อไปนี้คือ อันดับ 1 ต้องปรับบุคลิกภาพให้ดูสุ่มขึ้น ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ตอบคำตอบนี้มากที่สุดคือ กลุ่มบุคคลในวงการบันเทิงที่สนใจเข้าทำงานทางการเมือง แสดงว่ากลุ่มบุคคลบันเทิงเหล่านี้มองเห็นว่าอุปสรรคของตนเองในการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ ก็คือเรื่องของบุคลิกภาพ ซึ่งก็ตรงกับคำถามที่ผู้วิจัยใช้สัมภาษณ์ในข้ออื่นๆ ที่คำตอบแสดงว่าภาพลักษณ์ของบุคคลบันเทิงเป็นภาพลักษณ์ที่สนุกสนาน จึงต้องมีการสร้างภาพลักษณ์ที่สุ่มขึ้น

ต้องลดบทบาทในวงการบันเทิงลง เป็นวิธีการปรับตัวอีกวิธีหนึ่งที่กลุ่มตัวอย่างตอบเป็นอันดับ 2 เพื่อที่จะให้ภาพลักษณ์เดิมๆ ของการเป็นคนในวงการบันเทิงลดลง นอกจากจะต้องสร้างสิ่งอื่น เช่นการออกพื้นที่กับประชาชน หรือการทำงานเพื่อส่วนรวมแล้ว จะต้องลดบทบาทภาพลักษณ์ของการเป็นบุคคลในวงการบันเทิงด้วย เพราะจากคำถามที่ว่าปัจจัยใดบ้างเป็นอุปสรรคในการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ คำตอบพอสรุปมาได้ว่าสิ่งที่เป็อุปสรรคก็คือภาพลักษณ์คนบันเทิงที่ติดตัวมา การลดบทบาทในวงการบันเทิงจึงเป็นการปรับตัวที่จะทำให้ภาพลักษณ์คนบันเทิงเลือนหายไปบ้าง

ในเรื่องของการเปลี่ยนภาพลักษณ์นั้น อย่างที่ผู้วิจัยได้ถามคำถามแต่แรกว่าบุคคลในวงการบินที่ ต้องการเข้าทำงานทางการเมืองนั้น จะต้องมีการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์หรือไม่ ซึ่งในกรณีที่กลุ่มตัวอย่างตอบว่าต้องเปลี่ยนภาพลักษณ์ ผู้วิจัยจึงได้มีการถามคำถามต่อว่า ถ้าบุคคลในวงการบินต้องเปลี่ยนภาพลักษณ์ บุคคลเหล่านี้ต้องเตรียมความพร้อมด้านใด / อย่างไรก็ตามบ้าง ซึ่งคำตอบของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 นั้น สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างคิดว่าควรจะต้องเตรียมความพร้อมด้านการสร้างความคุ้นเคยกับประชาชนในพื้นที่ เช่น การลงพื้นที่พูดคุยกับประชาชนมากที่สุด และอันดับ 2 ต้องเปลี่ยนโดยจัดการการทำงานที่เกี่ยวกับงานการบินให้หมดไป อันดับ 3 ต้องเปลี่ยนโดยเน้นการทำงานเพื่อสังคม เพื่อชุมชนมากขึ้น จากคำตอบทั้ง 3 อันดับของกลุ่มตัวอย่างนี้จะเห็นว่ามีความสอดคล้องกันในเรื่องของข้อคำถามที่ว่าปัจจัยที่ช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้กับบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมืองนั้นมีอะไรบ้าง สรุปก็คือในการปรับตัวเตรียมความพร้อมในช่วงระยะเวลาเตรียมตัวของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานการเมือง สิ่งที่บุคคลการบินเหล่านี้ควรจะทำก็คือการลดปัจจัยที่เป็นอุปสรรค และทำการเปลี่ยนแปลงหรือเพิ่มปัจจัยใดก็ตามที่ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือได้

สำหรับคำตอบที่น่าสนใจของเรื่องที่ว่าบุคคลในวงการบินต้องเปลี่ยนภาพลักษณ์ควรต้องเตรียมความพร้อมด้านใดบ้าง สิ่งหนึ่งที่กลุ่มตัวอย่างพูดถึงก็คือ เรื่องของฐานะการเงิน ถึงแม้จะเป็นแค่ 2.15% แต่ก็พอจะแสดงให้เห็นว่าอาชีพทางการเมืองนั้นเป็นอาชีพหนึ่งที่ต้องจำเป็นต้องใช้เงินพอสมควร เพราะจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง จะบอกว่างานนักการเมืองนั้นเป็นอาชีพที่ต้องมีความพร้อมด้านต่างๆ รวมทั้งฐานะการเงิน เพราะต้องเป็นงานที่เสียสละแล้ว และต้องทุ่มเทเวลาเต็มที่ให้กับการเมือง เพราะฉะนั้นเพื่อความมั่นคงกับทางครอบครัวด้วย ก็ควรที่จะมีฐานะการเงินที่มั่นคงก่อนที่จะไปทำงานทางการเมือง และงานการเมืองมีภาระค่าใช้จ่าย นอกเหนือจากภาระส่วนตัวเช่น ค่าใช้จ่ายในการเข้าสังคม การช่วยเหลืองานต่างๆ ของชาวบ้าน เช่น การไปงานเลี้ยงต่างๆ หรือแม้กระทั่งการช่วยเหลือผู้ประสบภัย

สรุปในขั้นตอนการวางแผนเปลี่ยนแปลงสร้างภาพลักษณ์นี้ นอกจากเราจะต้องทราบปัจจัยทั้งที่เสริมภาพลักษณ์ และปัจจัยที่เป็นอุปสรรคสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือแล้ว ก็ต้องจัดระยะเวลาที่เหมาะสมกับแต่ละบุคคล เพราะว่าแต่ละบุคคลนั้นจะมีช่วงเวลาและปัจจัยต่างๆ แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับความเหมาะสมส่วนบุคคล ในขั้นตอนการวางแผนนี้จึงเป็นขั้นตอนที่สำคัญ ที่จะต้องมีการวางแผนให้เหมาะสมกับบุคคลนั้น และเหมาะสมกับภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือที่ต้องการ

ขั้นตอนการปฏิบัติและลักษณะการสื่อสารที่ทำให้เกิดภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ หลังจากที่ได้ทราบลักษณะปัญหาของการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ และการวางแผนในการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ของบุคคลในวงการบินที่สนใจเข้าทำงานทางการเมืองแล้ว ขั้นตอนการปฏิบัติเพื่อให้เป็นไปตามการวางแผนจึงเป็นขั้นตอนต่อไป ที่จะทำให้กระบวนการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่สนใจเข้าทำงานการเมืองสมบูรณ์ขึ้น

เรื่องแรกที่ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจในเรื่องของการปฏิบัติ และลักษณะการสื่อสารของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานการเมือง ก็คือเรื่องของบุคลิกภาพ โดยผู้วิจัยได้ใช้คำถามในการสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มคือ คิดว่าบุคลิกภาพของบุคคลในวงการบิน ช่วงก่อนและหลังเข้าทำงานการเมืองมีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่ ซึ่งคำตอบที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง คิดว่าบุคลิกภาพของบุคคลในวงการบินช่วงก่อนและหลังเข้าทำงานทางการเมืองมีการเปลี่ยนแปลงไป โดยให้เหตุผลที่มากที่สุดคือ บุคลิกภาพเปลี่ยนอย่างมาก จะต้องเรียบร้อยขึ้น ทั้งการแต่งกายและการพูดจา คำตอบนี้เป็นความคิดเห็นส่วนมากของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มเลย แสดงให้เห็นว่าสิ่งแรกที่บุคคลในวงการบินที่ต้องการทำงานการเมือง ตามความคิดของกลุ่มตัวอย่าง ควรจะเปลี่ยนในเรื่องบุคลิกภาพให้มีความเรียบร้อยขึ้น เพราะจากเรื่องของบุคลิกภาพตามทฤษฎีบุคลิกภาพนั้น จิราภา เต็งไธรรัตน์และคณะ(2543:320) ได้กล่าวไว้ว่า ซึ่งลักษณะเฉพาะตัวของบุคลิกภาพของคนคนนั้น จะสามารถบอกวิถีการปรับตัวและวิถีชีวิตของบุคคลได้ว่าจะเป็นอย่างไรร อีกทั้งบุคลิกภาพจะสามารถทำให้เกิดความประทับใจในยามแรกพบได้ โดยบุคคลจะใช้เวลาในการตัดสินเพียงเล็กน้อยของการพบปะกัน ส่วนประกอบต่าง ๆ ที่จะทำให้เกิดความประทับใจ อาจจะมาจากรูปร่าง ท่าทาง การแสดงออก ลักษณะท่าทางการสื่อสาร

แต่ก็มีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 9.63% คิดว่าบุคลิกภาพของบุคคลในวงการบิน ช่วงก่อนและหลังเข้าทำงานการเมืองนั้นไม่มีการเปลี่ยนแปลงเพราะจะต้องเปลี่ยนไปตามกาลเทศะอยู่แล้ว และมีการเปลี่ยนแปลงมาก่อนแล้ว ที่จะทำงานการเมือง กลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าบุคลิกภาพต้องเปลี่ยนไปตามกาลเทศะอยู่แล้วจะคิดว่าไม่ว่าบุคคลในวงการบินเหล่านี้จะไปทำอาชีพใด ก็ย่อมต้องเปลี่ยนภาพลักษณ์ไปตามสถานการณ์ รวมถึงเวลาด้วยอยู่แล้ว และอีกกลุ่มที่ให้เหตุผลว่ามีการเปลี่ยนแปลงมาก่อนที่จะทำงานการเมืองแล้วนั้น เป็นเพราะว่ามีบุคคลในวงการบินที่สนใจเข้าทำงานการเมืองส่วนหนึ่งที่ได้เปลี่ยนแปลงหลังทำงานการบิน และก่อนทำงานการเมือง จึงจำเป็นที่จะต้องเปลี่ยนภาพลักษณ์ตามอาชีพที่ตนได้รับก่อนแล้ว เช่น การออกไปประกอบอาชีพเลขานุการของนักธุรกิจต่างๆ เป็นต้น



นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างจำนวนที่ไม่แน่ใจว่าบุคลิกภาพช่วงก่อนและหลังเข้าทำงาน การเมืองของบุคคลลงการบันทึกที่เข้าทำงานการเมืองมีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่ โดยให้เหตุผลที่ว่า เป็นบางคน บางคนพอมีอำนาจการวางตัวก็จะเปลี่ยนไป และอายุมากขึ้น บุคลิกภาพก็น่าจะ เปลี่ยนไปตามอายุ

การที่แสดงเจตนา หรือความตั้งใจในการทำงานการเมืองมีด้วยกันหลายแบบ และ การมีส่วนร่วมทางการเมืองเป็นส่วนหนึ่งที่จะสามารถแสดงความคิดเห็นที่บุคคลในวงการบันทึกมี ให้กับการเมือง ผู้วิจัยจึงได้ทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับเรื่องของการมีส่วนร่วมทางการเมืองมาก่อน จะส่งผลกระทบต่อการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือหรือไม่ ซึ่งคำตอบของกลุ่ม ตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม สรุปได้ว่าการมีส่วนร่วมทางการเมืองจะส่งผลกระทบต่อสร้างภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือ โดยเหตุผลที่มากที่สุดก็คือ ส่งผลกระทบต่อ เพราะ ทำให้เห็นความตั้งใจ และความ มุ่งมั่นในการทำงานการเมือง อันดับ 2 คือ การมีส่วนร่วมทางการเมืองมีผลกระทบ เพราะเป็นวิธี หนึ่งที่ช่วงสร้างความน่าเชื่อถือ เพราะฉะนั้นจะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างยังเชื่อว่าการมีส่วนร่วม ทางการเมืองมาก่อนนั้น เป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมให้เกิดความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบันทึกที่ เข้าทำงานการเมือง เพราะได้แสดงถึงความตั้งใจ ความสนใจในทางการเมือง

แต่ก็มีกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าการมีส่วนร่วมทางการเมืองมาก่อนนั้นไม่ส่งผลกระทบต่อ การสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือในการทำงานการเมืองของบุคคลในวงการบันทึก โดยเฉพาะกับ ประชาชนในเขตกรุงเทพ เพราะประชาชนจะดูที่นโยบายและผลงาน การที่กลุ่มตัวอย่างคิดเช่นนี้ อาจจะเป็นเพราะว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพอาจจะมีพิเศษกว่าประชาชนกลุ่มอื่นตรงที่ ค่าเฉลี่ยการศึกษาส่วนมากอาจจะสูงกว่าประชาชนเขตอื่น จึงทำให้สนใจที่ตัวนโยบายมากกว่า การมีส่วนร่วมทางการเมือง และต้องการที่จะเห็นผลงานที่แท้จริงมากกว่าด้วย

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าไม่แน่ใจว่าการมีส่วนร่วมทางการเมืองมาก่อนนั้นจะส่งผล กระทบต่อการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือในการทำงานการเมืองหรือไม่ และเป็นกลุ่ม ตัวอย่างบุคคลในวงการบันทึกที่สนใจเข้าทำงานการเมือง อาจจะเป็นเพราะตนเองไม่เคยมีส่วน ร่วมทางการเมืองมาก่อน จึงไม่สามารถแสดงความคิดเห็นได้

ถึงแม้ว่าเราจะทราบว่าความไว้วางใจนั้นเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้เกิดความน่าเชื่อถือ สำหรับบุคคลในวงการบันทึกที่สนใจเข้าทำงานทางการเมืองได้ ผู้วิจัยจึงได้ถามกลุ่มตัวอย่างถึง วิธีที่บุคคลในวงการบันทึกจะสร้างความไว้วางใจกับประชาชน ซึ่งได้คำตอบดังนี้คือ อันดับ 1 การ

ลงพื้นที่เพื่อพบปะพูดคุย โดยบอกนโยบายต่างๆ ที่จะทำ จากคำตอบนี้ทำให้ทราบได้ว่า วิธีที่ประชาชนต้องการนั้น เป็นวิธีการสื่อสารที่ใกล้ชิด เพราะการพบปะพูดคุยลงพื้นที่นั้น จะเป็นการสัมผัสกันระหว่างนักการเมืองและชาวบ้านที่ใกล้ชิด ได้มีการพูดคุย ทักทาย รวมถึงรับทราบปัญหาต่างๆ ด้วย ในอันดับ 2 นั้น วิธีการที่บุคคลในวงการบินเชิงจะสร้างความไว้วางใจกับประชาชน ก็คือ กลุ่มตัวอย่างคิดว่า การเป็นคนบินเชิงจะได้รับความไว้วางใจอยู่แล้ว ชาวบ้านจะคิดเหมือนๆ กันเป็นญาติกัน และจากการสัมภาษณ์บุคคลในวงการบินเชิงทั้งที่สนใจเข้าทำงานการเมืองและไม่สนใจเข้าทำงานการเมืองนั้น กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 จะบอกว่าการที่เป็นคนในวงการบินเชิงจะมีความใกล้ชิดกับประชาชน ส่วนหนึ่งอาจจะเป็นเพราะว่าประชาชนได้เห็นตนเองตามสื่อบ่อยๆ ทำให้เกิดความคุ้นเคย เมื่อได้มีโอกาสพบตัวตนจริงๆ นอกจากในสื่อแล้ว ทำให้ทำความรู้จักกันได้ง่ายขึ้น

และคำตอบที่น่าสนใจสำหรับวิธีสร้างความไว้วางใจของบุคคลบินเชิงที่ปฏิบัติกับประชาชนนั้นก็คือ เรื่องของการใช้สรรพนามในการพูดที่เป็นกันเองกับชาวบ้าน ให้ความเป็นกันเอง จะเห็นได้จากการพบปะพูดคุยนั้น จะมีการใช้สรรพนามที่เป็นลักษณะเครือญาติกัน เช่น เรียกประชาชนที่มีเชื้อสายจีน ว่า เจ้, แปะ ฯลฯ อีกทั้งในการทักทายกันนั้น ถ้ามีความสนิทสนมในการลงพื้นที่จะมีการสวมกอดกัน เพื่อแสดงความสนิทสนม และทำให้ประชาชนรู้สึกอบอุ่นใจด้วยเช่นกัน เป็นลักษณะของการใช้วัจนภาษา และอวัจนภาษาในการสื่อสารที่ดี

ในขั้นตอนของการปฏิบัติเพื่อสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือนั้น เรื่องของการออกหาเสียงเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่ง และในปัจจุบันนี้จะเห็นได้ว่าในระหว่างการออกหาเสียงนั้น ผู้สมัครรับเลือกตั้ง ส.ส. จะมีการออกพื้นที่กับนักการเมืองที่มีชื่อเสียงท่านอื่นๆ ตรงนี้ผู้วิจัยจึงได้นำมาเป็นคำถามในการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มว่า ระหว่างการออกหาเสียง การที่ผู้สมัคร ส.ส. ที่มาจากคนในวงการบินเชิง ได้มีการออกพื้นที่กับนักการเมืองท่านอื่นๆ เป็นการช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือหรือไม่

และจากคำตอบของกลุ่มตัวอย่างนั้นคิดว่าระหว่างการออกหาเสียงของบุคคลในวงการบินเชิงถ้ามีนักการเมืองท่านอื่นๆ ร่วมออกหาเสียงด้วยจะช่วยส่งเสริมความน่าเชื่อถือ ซึ่งเหตุผลที่ให้ส่วนมากเพราะว่าทำให้เห็นลักษณะการทำงานเป็นทีม เช่น ส่งเสริมเพราะจะสร้างความมั่นใจให้กับประชาชน ทำให้รู้สึกว่าการเกิดความเชื่อมั่นกับผู้สมัครคนนั้นได้ ส่งเสริม เพราะการเมืองปัจจุบันนี้ เป็นระบบพรรคการเมืองไม่ใช่ตัวบุคคล ยังมีบุคคลแกนนำของพรรคมาช่วยส่งเสริม หรือ ส่งเสริม เพราะ แสดงการทำงานที่เป็นทีม คำตอบของกลุ่มตัวอย่างเหล่านี้ ล้วน



แสดงให้เห็นว่า ปัจจุบันคนจะให้ความสำคัญกับการเป็นพรรคการเมือง การสมาคมคึกภายในพรรค การทำงานที่เป็นทีม

จะมีกลุ่มตัวอย่างเพียงจำนวนหนึ่งที่คิดว่าการที่มีนักการเมืองที่มีชื่อเสียงมาช่วยหาเสียงในระหว่างการออกพื้นที่ไม่เป็นการส่งเสริมการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบันเทิงที่เข้าทำงานการเมือง โดยให้เหตุผลว่า ไม่ชอบลักษณะนี้ คิดว่าควรที่จะทำอะไรด้วยตนเอง และคิดว่าไม่ส่งเสริม เพราะโดยส่วนตัวไม่มีนักการเมืองท่านอื่นๆ ช่วยออกหาเสียง ซึ่งจากคำตอบทั้ง 2 เหตุผลนี้เป็นในแง่ของความคิดเห็นส่วนตัวที่ไม่ชอบ และประสบการณ์ส่วนตัวที่ไม่ได้รับการช่วยออกหาเสียงกับนักการเมืองท่านอื่นๆ และมีกลุ่มตัวอย่างจำนวนที่ไม่แน่ใจว่าระหว่างการออกหาเสียง การที่ผู้สมัครส.ส. ที่มาจากคนในวงการบันเทิงได้มีการออกพื้นที่กับนักการเมืองท่านอื่นๆ เป็นการช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือหรือไม่ เพราะ คิดว่าเป็นหน้าที่ของพรรค ต้องให้นักการเมืองช่วยหาเสียงอยู่แล้ว เพราะทุกพรรคทำเหมือนกันหมด ตรงนี้กลุ่มตัวอย่างมองว่าเป็นหน้าที่ของพรรคการเมือง ฉะนั้นไม่มีความแตกต่างในการที่มีนักการเมืองช่วยออกหาเสียง จึงมิใช่เป็นข้อได้เปรียบหรือเสียเปรียบ เพราะเป็นหลักที่ทุกพรรคทำ

ในขั้นตอนปฏิบัติการสื่อสารเพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือนี้จะปฏิบัติตามขั้นตอนของการวางแผน ในคำถามที่ผู้วิจัยได้มีการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างถึงภาพลักษณ์ทั้งก่อนและหลังเข้าทำงานการเมืองนี้ว่ามีการเปลี่ยนแปลง เพื่อที่จะได้ทราบถึงกระบวนการ และพัฒนาการของการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ที่กลุ่มตัวอย่างสามารถรับทราบได้ โดยในขั้นตอนการปฏิบัติการสื่อสารเพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือนี้ ควรจะมีกิจกรรมต่างๆ ที่ทำกับกลุ่มประชาชน ทั้งเพื่อให้เกิดความไว้วางใจ การยอมรับในบทบาทของนักการเมือง ซึ่งขั้นตอนการเปลี่ยนแปลงนี้จะประสบความสำเร็จอีกหรือไม่ อาจจะได้ดูจากขั้นตอนต่อไป ก็คือการประเมินกระบวนการสร้างภาพลักษณ์

ขั้นตอนที่ 4 การประเมินกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ ขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการสร้างภาพลักษณ์นั้นก็คือการประเมินกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ของบุคคลในวงการบันเทิงที่เข้าทำงานทางการเมือง ว่าจะสามารถสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือให้เกิดขึ้นได้มากน้อยเพียงใด อีกทั้งการประเมินนี้จะสามารถทำให้เห็นข้อแก้ไขที่จะต้องแก้ไขภายหลังต่อไปด้วย

ในคำถามแรกบุคคลในวงการบินที่สนใจเข้าทำงานทางการเมืองสามารถเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ได้หรือไม่ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีความคิดว่าบุคคลในวงการบินที่สนใจเข้าทำงานทางการเมืองสามารถเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ได้ผล โดยให้เหตุผลที่มากที่สุดคือ เปลี่ยนได้ แต่จะต้องหยุดทำงานการบินเพื่อทำงานการเมืองเพียงอย่างเดียว คนจะเห็นความตั้งใจ แสดงว่าในเรื่องของความตั้งใจนี้เป็นสิ่งที่ประชาชนต้องการจะเห็นในการทำงานการเมืองของบุคคลในวงการบิน เพราะถ้ามีความตั้งใจแล้วสิ่งต่างๆ ที่ต้องการอาจจะเกิดตามมาได้ สำหรับเหตุผลอื่น ๆ นอกจากนี้ที่น่าสนใจก็คือ มีการให้ความสนใจกับต่างประเทศโดยนำไปเปรียบเทียบกับการเมืองในต่างประเทศ ที่ว่าเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ได้ เพราะว่าเป็นต่างประเทศมีบุคคลจากวงการบินที่ทำงานการเมือง และทำได้ดี เช่น โรนัลด์ เรแกน จึงคิดว่าคนไทยก็น่าจะทำได้ แต่ในความเป็นจริงนั้นปัจจัยแวดล้อมของประเทศไทย กับประเทศสหรัฐอเมริกาที่มีความแตกต่างกัน ทั้งด้านคุณสมบัติของประชากร และตัวนักการเมืองที่มาจากอาชีพในวงการบินเอง ดังนั้นอาจจะเป็นเรื่องที่แตกต่างกัน แต่บางครั้งบุคคลการบินในประเทศไทย สามารถนำวิธีการที่นายโรนัลด์ เรแกนมาประยุกต์ใช้ได้เช่นเดียวกัน และยังสามารถสรุปได้สำหรับเหตุผลของกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าบุคคลการบินจะสามารถเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ได้ คือ จะต้องใช้ระยะเวลา เพราะถึงแม้ประชาชนยังอยากเห็นภาพของการเป็นคนการบินอยู่ แต่ก็บุคคลเหล่านี้ก็ได้รับความไว้วางใจเชื่อใจ อีกทั้งในผู้สมัคร ส.ส. ที่มาจากวงการบินบางคนนั้นยังได้รับความไว้วางใจให้เป็น ส.ส. อีกสมัยหนึ่งด้วย

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าบุคคลในวงการบินไม่สามารถเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ได้นั้น มี โดยให้เหตุผลว่าคนยังคาดหวังให้ทำงานการบินมากกว่า คนจึงลังเลที่จะลงคะแนนเสียงให้ แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างเหล่านี้วัดผลของการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์จากคะแนนเสียงที่ได้รับในการเลือกตั้ง นอกจากนี้มีกลุ่มตัวอย่างจำนวนที่ ไม่แน่ใจว่าบุคคลการบินเหล่านี้สามารถเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ได้หรือไม่ โดยให้เหตุผลที่มากที่สุดว่า ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคล 8.43% และไม่จำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ แค่เสริมความน่าเชื่อถือก็พอ สุดท้ายให้เหตุผลที่ไม่แน่ใจเพราะว่าอยู่ในช่วงหาเสียง ต้องรอดูผลการเลือกตั้ง

จะสังเกตได้ว่ากลุ่มตัวอย่างหลายๆ คนจะประเมินผลของการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์จากคะแนนเสียงที่ได้ในการเลือกตั้ง แต่ในกลุ่มตัวอย่างบางคนจากการสัมภาษณ์นั้นจะมองที่การยอมรับที่มากขึ้น แต่ไม่จำเป็นว่าจะต้องมีคะแนนเสียงมากขึ้นตามก็ได้ เนื่องจากในบางเขตการเลือกตั้งนั้น มีผู้สมัครที่มีคุณสมบัติที่ดี เหมาะสม เพียงแค่บุคคลการบินเหล่านั้นได้รับการยอมรับในฐานะนักการเมืองมากขึ้นก็ถือว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ที่ได้ผลในระดับหนึ่ง

แล้ว และมีกลุ่มตัวอย่างอีกจำนวนหนึ่ง que คิดว่า สามารถเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ได้ แต่อาจจะไม่ใช่ลงสมัครรับเลือกตั้งเพียงสมัยเดียวแล้วจะได้รับเลือกตั้งเลย อาจจะต้องใช้เวลาในการลงสมัครสักประมาณ 2 สมัยการเลือกตั้ง เป็นต้น

เพื่อเป็นการประเมินการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบันเทิงกับบุคคลอาชีพอื่น ว่าการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือในการเป็นนักการเมืองแตกต่างกันหรือไม่ และถ้าแตกต่าง จะแตกต่างกันอย่างไรนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม ซึ่งได้ผลการสัมภาษณ์คือ กลุ่มตัวอย่างคิดว่าระหว่างอาชีพในวงการบันเทิงและอาชีพอื่น ๆ มีการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือที่แตกต่างกัน โดยให้เหตุผลที่มากที่สุดคือ วิธีการจะแตกต่างกัน เพราะถ้าเป็นอาชีพบันเทิงต้องสร้างความน่าเชื่อถือ อาชีพอื่นต้องทำให้ประชาชนรู้จักก่อนความน่าเชื่อถือจึงจะเกิด ซึ่งโดยสรุปจากเหตุผลทั้งหมดพอจะสรุปได้ว่า วิธีการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือจะมีความแตกต่างกันหลาย ๆ อย่าง คือ ถ้าเป็นอาชีพในวงการบันเทิงจะได้เปรียบในส่วนที่เป็นที่รู้จักของประชาชนอยู่แล้ว แต่ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับสายงานอาชีพในวงการบันเทิง ถ้าเป็นงานพิธีกร หรือผู้ประกาศข่าว จะมีความน่าเชื่อถือกว่านักแสดง และในบางครั้งงานพิธีกรหรืองานผู้ประกาศข่าวจะเป็นงานที่สนับสนุน โดยเฉพาะถ้าทำงานพิธีกรที่เกี่ยวกับรายการการเมือง จะสนับสนุนมากยิ่งขึ้น สำหรับอาชีพอื่นความแตกต่างในการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือนั้นจะอยู่ที่ การประชาสัมพันธ์ตัวเองให้เป็นที่รู้จักของประชาชน แต่ในเรื่องของความน่าเชื่อถือ ความเชี่ยวชาญด้านต่างๆ นั้นจะมีอยู่แล้ว เพียงแต่ต้องทำให้ประชาชนรู้จัก ประชาชนถึงอยากจะทำมาถึงคุณสมบัติส่วนตัวเหล่านั้นต่อไป

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าไม่มีความแตกต่างระหว่างอาชีพในวงการบันเทิงและอาชีพอื่น ๆ ในการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือนั้น โดยให้เหตุผลโดยสรุปได้ว่า คนในวงการบันเทิงจะต้องประชาสัมพันธ์ความรู้ความสามารถ แต่คนอาชีพอื่นต้องทำให้คนรู้จัก คนที่จะทำงานการเมืองได้ต้องสร้างผลงานให้ตนเองก่อน จึงมีความยากง่ายพอกัน และบางครั้งอาจจะไม่จำเป็นต้องเป็นคนที่มาจากวงการบันเทิงก็มีชื่อเสียงได้ เพราะอาจจะมีชื่อเสียงมาจากวงการอื่น ๆ เช่น คุณอภิรักษ์ โกษะโยธิน ที่เป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงในแวดวงธุรกิจ

ในขั้นตอนการประเมินผลการสร้างภาพลักษณ์นี้จะเป็นการประเมินความสำเร็จของภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบันเทิงที่เข้าทำงานการเมืองในระดับหนึ่ง แต่อาจจะไม่ใช่สิ่งที่วัดความสำเร็จทั้งหมด ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเป้าหมายของบุคคลนั้นด้วย บางคนอาจจะตั้งเป้าหมายไว้เพียงแค่ว่าให้มีคนยอมรับในบทบาทการเป็นนักการเมืองก่อนในเบื้องต้น แล้ว

จากนั้นจึงอาจจะเข้าสู่กระบวนการสร้างภาพลักษณ์อีกระดับหนึ่งให้ได้รับการเลือกตั้ง เพราะตระหนักดีว่างานการเมืองนั้น เป็นงานที่ต้องอาศัยระยะเวลา

## ปัญหานำวิจัยข้อ 2 ประชาชนมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบันเทิงที่เข้ามาทำงานทางการเมืองอย่างไร

ในปัญหานำวิจัยข้อ 2 นี้ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างประชาชน 100 คน ซึ่งสามารถสรุปข้อมูลประชากรได้ดังนี้คือ ประชาชนจำนวน 100 คน เป็นเพศชายจำนวน 61 คน เพศหญิงจำนวน 39 คน จบระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมจำนวน 2 คน , มัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือเทียบเท่า 32 คน, ปริญญาตรี 55 คน และปริญญาโท 11 คน โดยกลุ่มตัวอย่างเคยไปใช้สิทธิในการเลือกตั้ง 94 คน และไม่เคยไปใช้สิทธิ 6 คน เนื่องจากในการแจกแบบสอบถามผู้วิจัยได้ใช้การสุ่มตัวอย่าง จึงทำให้ประชากรมีจำนวนที่แตกต่างกันไป

สำหรับการทดสอบเรื่องของความคาดหวังของประชากรที่มีต่อบทบาทของบุคคลในวงการบันเทิงที่เข้าทำงานทางการเมืองนั้น ประชาชนส่วนมากคิดว่าบุคคลในวงการบันเทิงต้องเปลี่ยนภาพลักษณ์ใหม่ 62% โดยกลุ่มตัวอย่างประชาชนได้มีการให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมว่า ที่จะต้องมีการเปลี่ยนแปลง เพราะต้องให้เกิดความศรัทธากับประชาชน ประชาชนสามารถเชื่อมั่นว่าจะปฏิบัติหน้าที่ในการเป็นนักการเมืองได้ และจำเป็นต้องเปลี่ยนเพราะคนจะยึดติดกับภาพลักษณ์เก่าๆ ว่าคนบันเทิงจะไม่ค่อยฉลาด

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 15% คิดว่าภาพลักษณ์ของบุคคลในวงการบันเทิงไม่เปลี่ยนแปลง เพราะเท่าที่ผ่านมายังคงเห็นว่าบุคคลในวงการบันเทิงยังคงทำงานการเมืองได้ไม่ค่อยดีนัก โดยส่วนมากจะแสดงออกทางการพูดมากกว่าผลงานทางการเมือง และนอกจากนี้ยังมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 23 % ที่ไม่แน่ใจว่าบุคคลในวงการบันเทิงเปลี่ยนภาพลักษณ์ในการทำงานทางการเมืองหรือไม่ โดยให้เหตุผลว่า ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าควรจะเปลี่ยนภาพลักษณ์หรือไม่

ซึ่งทัศนคติส่วนมากของกลุ่มบุคคลทั่วไปที่มีต่อบุคคลในวงการบันเทิงที่เข้าทำงานการเมืองนั้นคิดว่า บุคคลในวงการบันเทิงนั้นมีการเปลี่ยนแปลงบุคลิกภาพ ในช่วงระหว่างก่อนและหลังเข้าทำงานทางการเมือง ซึ่งกลุ่มบุคคลในวงการบันเทิงยังคิดว่าภาพลักษณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปนั้นสามารถทำให้เกิดความน่าเชื่อถือได้ โดยก็ไม่แน่ใจว่าภาพลักษณ์เหล่านี้เป็นคุณสมบัติที่แท้จริงหรือไม่

การที่กลุ่มบุคคลทั่วไปคิดเห็นเช่นนี้อาจจะเป็นเพราะว่าในปัจจุบันนี้ มีบุคคลในวงการบ้านเทิงสนใจเข้าทำงานการเมืองจำนวนมากขึ้นก็ตาม แต่บทบาทและหน้าที่ในหน้าที่ของนักการเมืองของบุคคลเหล่านี้ยังไม่ชัดเจนเท่าไร ทำให้ประชาชนไม่แน่ใจในภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้น แต่แสดงความคิดเห็นในลักษณะของภาพลักษณ์คนบ้านเทิงที่รับรู้ ถ้าในอนาคตบทบาทของบุคคลบ้านเทิงที่ทำงานการเมืองเหล่านี้มีมากยิ่งขึ้น ก็น่าจะทำให้ประชาชนและสังคมให้ความสำคัญกับบทบาทตรงนี้มากยิ่งขึ้นตามไปด้วย

จากการที่ผู้วิจัยได้สร้างข้อคำถามสมมุติให้ประชาชนสามารถเลือกบุคคลต่อไปนี้ได้ โดยกลุ่มคนที่สมมุตินี้จะเป็นผู้มีชื่อเสียงทุกคน แต่จะแตกต่างกันในสาขาอาชีพในวงการบ้านเทิง ซึ่งจากคำตอบ คุณสรยุทธ สุทัศนะจินดาจะเป็นผู้ที่ได้รับการเลือกตั้งมากที่สุดคือ 51% อาจจะเป็นเพราะเนื่องจากรายการที่คุณสรยุทธดำเนินรายการนั้น เป็นรายการที่เกี่ยวกับข่าว เหตุการณ์บ้านเมือง ซึ่งจะต้องใช้ความน่าเชื่อถืออยู่แล้ว ประกอบกับในปัจจุบันนี้คุณสรยุทธเป็นคนที่มีความเชื่อถืออย่างมาก จึงทำให้มีคนนิยมชมชอบมาก

สำหรับตัวเลือกอันดับ 2 ก็คือ จะพิจารณาท่านอื่นๆ นอกเหนือจากนี้ 23% สำหรับคำตอบนี้อาจจะเป็นเพราะไม่พอใจส.ส. ในเขตพื้นที่ของตน และไม่พอใจในตัวเลือกที่ผู้วิจัยเสนอไว้ให้ จำนวนเปอร์เซ็นต์ตรงนี้จึงเป็นช่องทางสำหรับนักการเมืองที่สมัครหน้าใหม่ได้ ที่จะหาโอกาสแสดงความสามารถแล้วได้คะแนนเสียงส่วนนี้มาก เพราะคนกลุ่มนี้ส่วนมากอยากเห็นการเปลี่ยนแปลง และพร้อมที่จะให้โอกาสคนใหม่ๆ เสมอ

### ข้อเสนอแนะ

1. เนื่องจากงานวิจัยดังกล่าวเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ที่อาศัยวิธีการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างบุคคลในวงการบ้านเทิงที่สนใจเข้าทำงานทางการเมือง ซึ่งผู้วิจัยมีข้อจำกัดในด้านเวลาทำให้เก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างได้เพียงแค่ 23 คน ดังนั้นข้อมูลที่ได้จึงเป็นพื้นฐานส่วนหนึ่งที่แสดงให้เห็นกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือในระดับหนึ่ง จึงควรได้มีการศึกษาในประเด็นที่เจาะลึกต่อไปเกี่ยวกับลักษณะวิธีสร้างภาพลักษณ์ และกระบวนการเข้าทำงานการเมืองของบุคคลบ้านเทิงที่เข้าทำงานการเมืองเหล่านี้
2. การศึกษาการสร้างภาพลักษณ์ของบุคคลในวงการบ้านเทิงที่เข้าทำงานการเมืองเหล่านี้ เป็นการจำกัดเฉพาะตำแหน่งผู้สมัครรับเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรปีพ.ศ.



2548 และผู้ที่เป็นสมาชิกพรรคการเมืองแต่ยังไม่ได้ลงสมัครรับเลือกตั้ง ในการเริ่มเข้าทำงาน การเมืองของบุคคลในวงการบินยังมีอีกหลายวิธี และอีกหลายระดับการเมือง เช่นการเมือง ท้องถิ่น เป็นต้น จึงควรมีการเปรียบเทียบกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ของบุคคลในวงการบิน ที่เข้าทำงานการเมืองในระดับต่างๆ

3. การศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลใน วงการบินที่เข้าทำงานทางการเมืองนี้ อาจจะมีการนำไปประยุกต์ได้กับบุคคลในสาขาอาชีพ อื่นๆ ที่สนใจเข้าทำงานทางการเมือง เพราะในปัจจุบันคนหลากหลายอาชีพก็สนใจหันมาทำงาน ทางการเมืองกัน

4. นอกจากนี้ในการศึกษากระบวนการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของ บุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมือง สามารถใช้แนวคิดเรื่องของการสร้างภาพลักษณ์ ไปใช้กับการสร้างภาพลักษณ์ในอาชีพต่างๆ ต่อไปได้อีก



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

- กฤษณ์ ทองเลิศ. การสร้างภาพลักษณ์สู่มาภาพแห่งความมีชื่อเสียง. วารสารวิชาการนิเทศ  
ปริทรรศน์:คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต. กรุงเทพมหานคร,ฉบับที่ 2 มิถุนายน  
2537:83-93.
- กิตติมา สุรสนธิ. เทคนิคการโน้มน้าวใจการสื่อสารระหว่างบุคคล. งานวิจัยเสริมหลักสูตร  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,2528
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. อนาคตผู้นำการเมืองไทยในสองทศวรรษหน้า. กรุงเทพมหานคร:  
บริษัทซัคเซสมีเดีย,2539:84-101.
- คณะกรรมการกลุ่มผลิตชุดวิชาการสื่อสาร. เอกสารการสอนชุดวิชาการสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร:  
โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ,2532.
- จินตหรา สุขพัฒน์. Hiclass. กรุงเทพมหานคร:เอเชียแปซิฟิก ออฟเซท.211,มกราคม 2545:25-38
- จิราภา เต็งไตรรัตน์และคณะ. จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,2543:223-224.
- จตุรรัตน์ สัมฤทธิ์ผล. กระบวนการสื่อสารของนักการเมืองรุ่นใหม่ในการเข้าสู่อาชีพนักการเมือง.  
วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาวาทวิทยาและสื่อสารการแสดง คณะนิเทศ  
ศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2545.
- ติดอันดับ. Weekend. 1436/1212(17-23มิถุนายน 2538),23.
- บรรลือศักดิ์ แสงสว่าง. กระบวนการสร้างภาพทางการเมืองของผู้สมัครรับเลือกตั้ง: ศักยภาพ  
เลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร 2543. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต  
ภาควิชาการปกครอง คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2544.
- ปรีชา หงษ์ไกรเลิศ,บทเรียนจากผู้นำของฟิลิปปินส์ที่ถูกขับต่อผู้นำไทยในอนาคต. หนังสือพิมพ์  
มติชน. 29 มกราคม 2544:6
- พรนพ พุกกะพันธ์. ภาวะผู้นำและการจูงใจ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย,2544
- พินิดา ประยูรศิริ. ภาพลักษณ์ของนักการเมืองกับการยอมรับของประชาชน. วิทยานิพนธ์  
ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการปกครอง คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
,2541.
- ลิขิต ธีรเวคิน ,คุณสมบัติของนักการเมืองที่ดี. หนังสือพิมพ์มติชน. 5 มกราคม 2542:6.

- วิจิตร อวระกุล, เทคนิคมนุษยสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร :สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2542
- วิรัช ลภีรัตนกุล. การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2544.
- วิษณุ สุวรรณเพิ่ม. การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ศรีเวื่อน แก้วก้งวาล. ทฤษฎีจิตวิทยาบุคลิกภาพ(รู้เรา รู้เขา). กรุงเทพมหานคร:สำนักพิมพ์หมอชาวบ้าน,2539:5-9.
- ศิริศักดิ์ คัมภีร์ญาณ. แรงจูงใจในการเป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของนักการเมืองไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการปกครอง คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2540.
- ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร. จิตวิทยาสังคม:ทฤษฎีและการปฏิบัติการ. กรุงเทพมหานคร:สุวีริยาสาสน์,2545
- ศิริรัตน์ ชมงาม. การตัดสินใจเลือกส.ส. ของเยาวชนอายุ 18-19 ปีในเขตกรุงเทพมหานครในการเลือกตั้งทั่วไป พ.ศ.2538: เปรียบเทียบภาพลักษณ์ด้านการเมืองของผู้สมัครส.ส. จากอาชีพทั่วไปกับผู้สมัคร ส.ส. จากวงการบันเทิง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,2540.
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์. กรุงเทพมหานคร:สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2546
- สีดา สอนศรี,จากพลังประชาชนครั้งที่1 ถึงพลังประชาชนครั้งที่3 ในฟิลิปปินส์. หนังสือพิมพ์มติชน. 9 พฤษภาคม 2544 :6.
- สิทธิโชค วรานุสันติกุล. จิตวิทยาสังคม:ทฤษฎีและการประยุกต์. กรุงเทพมหานคร:บริษัทซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด( มหาชน),2546.
- สุวัจนา จันธิมา. วิธีสร้างความประทับใจในยามแรกพบ. กรุงเทพมหานคร:สำนักพิมพ์แม่น้ำ:2-3
- อลงกรณ์ ณ ระนอง. ศิลปินไทยกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการปกครอง คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2538.
- อภิชาติ ไตติลภเวชช์. ความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อบทบาทนักการเมืองท้องถิ่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการปกครอง คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2530.
- อุษา ว่องวงศ์ภพ. ภูมิหลัง แรงจูงใจ และพื้นฐานอำนาจของนักการเมืองไทยในระบอบประชาธิปไตยในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการปกครอง คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2523.

อุไรศรี ศุภดิลลักษ์ณ. ความน่าเชื่อถือของเภสัชกรในบริการปรึกษาเรื่องยา คึกษาเฉพาะกรณี:  
กลุ่มงานเภสัชกรรม โรงพยาบาลราชบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะ  
วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,2537

อรวรรณ ปิณฑน์โหวท. การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. กรุงเทพมหานคร:สำนักพิมพ์แห่ง  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2546

### ภาษาอังกฤษ

Arther R.Conen. Attitude Change and Social Influence. Newyork,USA:Basic Book  
 Inc,1964

D.L. Sill . Internation Encyclopedia of the Social Science. Newyork, USA: The Macmillan  
 Company,1968.

David K.Berlo, James B. Lemert and Robert J. Dimension for Evaluating the  
Acceptability of Message Source, mimiographed Michigan State  
 University,1966

Richard R.Fagen. politics and communication, Canada: Little,Brown and Company  
 limited,1985.

Daniel J.O'Keefe . Persuasion Theory and Research. USA:Sage Publications,Inc ,1996.

Scott M. Cullip,Allen H. Center,Glen M.Broom. Effective Public Relations. USA:Prentice-  
 Hall Inc,1999

สถาบันวิทยบริการ  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ภาคผนวก ก.

## แบบสัมภาษณ์การวิจัยประกอบวิทยานิพนธ์

## เรื่อง

การสร้างภาพลักษณ์เกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมืองสำหรับกลุ่มบุคคลในวงการบินที่สนใจเข้าทำงานทางการเมือง

วันที่สัมภาษณ์ ..... เวลา ..... รหัส.....  
สถานที่ ..... ชื่อ-สกุล .....

**ตอนที่1 ข้อมูลส่วนบุคคล**

1. ชื่อ – สกุล .....
2. อายุ ..... ปี
3. การศึกษา ( ระดับ – สาขา )  
.....  
.....  
.....
4. สังกัดพรรคการเมือง .....
5. สาขาการทำงานในวงการบินก่อนที่จะเข้าทำงานการเมือง  
.....
6. ระยะเวลาในการประกอบอาชีพในวงการบินก่อนที่จะสนใจเข้าทำงานการเมือง  
.....(เดือน/ ปี)
7. ภูมิหลังครอบครัว
  - บิดา / มารดา เป็นนักการเมืองหรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับการเมืองระดับ  
 ท้องถิ่น  ประเทศ (โปรดระบุตำแหน่ง) .....
  - ญาติพี่น้องหรือบุคคลในวงศ์ตระกูลได้แก่ ..... เป็นนักการเมือง หรือ  
มีส่วนเกี่ยวข้องกับการเมือง ระดับ  ท้องถิ่น  ประเทศ
  - ไม่มีญาติพี่น้องหรือคนในวงศ์ตระกูลเกี่ยวข้องทำงานทางด้านการเมือง

**ตอนที่2** กระบวนการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงาน  
การเมือง

**ขั้นตอนที่1** ระบุปัญหาภาพลักษณ์ที่ต้องการ การเปลี่ยนแปลงและสร้างใหม่

1. ท่านคิดว่าการทำงานที่ท่านหันมาสนใจทำงานทางการเมือง ท่านจะต้องเปลี่ยน / สร้างภาพลักษณ์ใหม่หรือไม่

เปลี่ยน  ไม่เปลี่ยน

เพราะอะไร

.....  
.....

2. ภาพลักษณ์ของคนในวงการบินจะเน้นการให้ความสนุกสนานความบันเทิงเรีงรมณ์ต่อผู้ชมหรือผู้บริโภค ท่านคิดว่าภาพลักษณ์เหล่านี้จะทำลายความเชื่อมั่นหรือส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของตัวท่านในการเข้าทำงานการเมืองหรือไม่

ส่งผลกระทบ  ไม่ส่งผลกระทบ  ไม่แน่ใจ

และถ้าส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ จะส่งผลกระทบมากน้อยเพียงใด

มากที่สุด  มาก  ปานกลาง  น้อย

โปรดช่วยแสดงความคิดเห็นว่าภาพลักษณ์เหล่านี้จะส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของตัวท่านในการเข้าทำงานทางการเมืองอย่างไร

.....  
.....

3. ท่านคิดว่าความเป็นบุคคลในวงการบินจะมีส่วนส่งเสริม ผลักดัน หรือสนับสนุนให้ได้รับการเลือกตั้งเข้ามาบริหารบ้านเมืองหรือไม่

มี  ไม่มี  ไม่แน่ใจ

เพราะเหตุใด

.....  
.....

4. ท่านคิดว่าจำเป็นหรือไม่ที่ภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือในด้านคุณสมบัติส่วนตัวของนักการเมือง เรื่องการศึกษา ผู้สมัครรับเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรควรจะต้องจบการศึกษาในด้านการเมืองการปกครองมา (รัฐศาสตร์ หรือ สาขาที่เกี่ยวข้อง)

จำเป็น  ไม่จำเป็น  ไม่แน่ใจ



เพราะเหตุใด

.....

.....

และโดยส่วนตัวของท่านได้มีการศึกษาเพิ่มเติมทางด้านการเมืองการปกครองหรือไม่

มี  ไม่มี

ในระดับ/ สาขา ใด (โปรดระบุ)

.....

5. ท่านคิดว่าภูมิหลังครอบครัวนักการเมือง จะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของนักการเมืองหรือไม่

ส่งเสริม  ไม่ส่งเสริม  ไม่แน่ใจ

และโดยส่วนตัวของท่าน ครอบครัวของท่านมีส่วนช่วยส่งเสริมในเรื่องภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของนักการเมืองสำหรับตัวท่าน หรือไม่ อย่างไร

ส่งเสริม  ไม่ส่งเสริม  ไม่แน่ใจ

เพราะเหตุใด

.....

.....

6. ท่านคิดว่าภาพลักษณ์ของคนในวงการบันเทิง เป็นสิ่งที่ติดตัวแม้จะเลิกประกอบอาชีพนี้หรือไม่

ใช่  ไม่ใช่  ไม่แน่ใจ

เพราะเหตุใด

.....

.....

7. ท่านคิดว่าภาพลักษณ์ใดบ้างที่เหมือนกัน ทั้งของบุคคลในวงการบันเทิงและของนักการเมือง และความเหมือนกันนี้มีส่วนช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของนักการเมืองหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

8. ท่านคิดว่าประสบการณ์การทำงานในวงการบันเทิงจะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของการเป็นนักการเมืองได้หรือไม่

ได้  ไม่ได้  ไม่แน่ใจ

เพราะเหตุใด

9. พรรคการเมืองที่ท่านสังกัดมีส่วนช่วยในเรื่องการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของ  
นักการเมืองหรือไม่

มี  ไม่มี  ไม่แน่ใจ

อย่างไร

**ขั้นตอนที่2** การวางแผนและกำหนดขั้นตอนการสร้างภาพลักษณ์

1. ท่านคิดว่าปัจจัยที่จะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของท่านในการเข้าทำงาน  
การเมือง ให้ได้รับความน่าเชื่อถือ และการยอมรับจากประชาชนคือปัจจัยใดบ้าง

2. ท่านสังเกตเห็นปัจจัยที่ไม่ส่งเสริม / เป็นอุปสรรคต่อวิธีการสร้างภาพลักษณ์ / เปลี่ยนแปลง  
ภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของท่านในการเข้าทำงานการเมืองหรือไม่

เห็น  ไม่เห็น

อย่างไรบ้าง

ท่านคิดว่าจะต้องใช้ระยะเวลาานเท่าใดในการเตรียมตัวลงสมัครรับเลือกตั้งทางการเมือง  
..... เดือน / ปี

และในระหว่างช่วงเวลานั้น ท่านจะต้องปรับตัวอย่างไรบ้าง ช่วยอธิบาย

3. ถ้าท่านต้องเปลี่ยนภาพลักษณ์ ท่านต้องเตรียมความพร้อมอย่างไรบ้าง / ด้านใดบ้าง

**ขั้นตอนที่3** การปฏิบัติและลักษณะการสื่อสารที่ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ต้องการ

1. ท่านคิดว่าบุคลิกภาพของท่านในช่วงก่อนและหลังเข้าทำงานการเมืองมีการเปลี่ยนแปลง  
หรือไม่

มี  ไม่มี  ไม่แน่ใจ

อย่างไร

.....  
 .....  
 ท่านคิดว่าท่านมีการเปลี่ยนภาพลักษณ์จากคนบ้านเกิดมาเป็นนักการเมืองอย่างไร โปรดเล่า

.....  
 .....  
 2. ท่านคิดว่าการมีส่วนร่วมในทางการเมืองมาก่อน จะส่งผลกระทบต่อการสร้างภาพลักษณ์  
 ความน่าเชื่อถือหรือไม่

ส่งผลกระทบ  ไม่ส่งผลกระทบ  ไม่แน่ใจ

อย่างไร

.....  
 .....  
 และในส่วนตัวของท่านเคยมีส่วนร่วมทางการเมืองมาก่อนหรือไม่ อย่างไร

.....  
 .....  
 3. การสร้างความไว้วางใจกับประชาชน มีด้วยกันหลายวิธี ท่านช่วยอธิบายว่าท่านมีวิธีการสร้าง  
 ความไว้วางใจกับประชาชนอย่างไร

.....  
 .....  
 4. ระหว่างที่มีการหาเสียงการเลือกตั้งในปี พ.ศ. 2548 ท่านได้มีการออกพื้นที่กับนักการเมือง  
 ท่านอื่นๆ บ้างหรือไม่

มี  ไม่มี

และท่านคิดว่าเป็นการช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือหรือไม่ เพราะเหตุใด

.....  
 .....  
**ขั้นตอนที่ 4** การประเมินกระบวนการสร้างภาพลักษณ์

1. ท่านคิดว่าการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ของท่านได้ผลหรือไม่

ได้  ไม่ได้  ไม่แน่ใจ

อย่างไร

.....  
 2. ท่านคิดว่าระหว่างบุคคลในวงการบินเทียบกับบุคคลที่มาจากอาชีพอื่น การสร้างภาพลักษณ์  
 ความน่าเชื่อถือในการเป็นนักการเมือง จะมีความแตกต่างกันหรือไม่

ต่างต่าง                                       ไม่แตกต่าง                                       ไม่แน่ใจ

และระหว่างอาชีพในวงการบินเทียบกับอาชีพอื่น อาชีพใดมีการสร้างภาพลักษณ์ความ  
 น่าเชื่อถือ ของนักการเมืองได้ยากกว่ากัน

- บุคคลในวงการบินยากกว่า  
 อาชีพอื่นๆ ยากกว่า  
 อื่นๆ.....

3. ท่านคิดว่าท่านจะสามารถเข้ามาบริหารประเทศตามที่ประชาชนคาดหวังได้หรือไม่

ได้     ไม่ได้     ไม่แน่ใจ

และท่านจะเข้ามาช่วยบริหารประเทศได้อย่างไร

.....  
 .....  
 .....

สถาบันวิทยบริการ  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ภาคผนวก ข.

แบบสัมภาษณ์การวิจัยประกอบวิทยานิพนธ์  
เรื่อง

การสร้างภาพลักษณ์เกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทาง  
การเมืองสำหรับกลุ่มบุคคลในวงการบินที่ไม่สนใจเข้าทำงานทางการเมือง

วันที่สัมภาษณ์ ..... เวลา ..... รหัส .....  
สถานที่ ..... ชื่อ-สกุล.....

**ตอนที่1 ข้อมูลส่วนบุคคล**

1. ชื่อ - สกุล .....
2. อายุ ..... ปี
3. การศึกษา ( ระดับ - สาขา )  
.....  
.....  
.....
4. สาขาการทำงานในวงการบิน .....  
.....

**ตอนที่2 กระบวนการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงาน  
การเมือง****ขั้นตอนที่1** ระบุปัญหาภาพลักษณ์ที่ต้องการ การเปลี่ยนแปลงและสร้างใหม่

1. ท่านคิดว่าคนที่บุคคลในวงการบินหันมาสนใจทำงานทางการเมือง บุคคลเหล่านี้จะต้อง  
เปลี่ยน / สร้างภาพลักษณ์ใหม่หรือไม่

- เปลี่ยน  ไม่เปลี่ยน  
เพราะอะไร

2.ภาพลักษณ์ของคนในวงการบินจะเน้นการให้ความสนุกสนานความบันเทิงเจริญมิตรต่อผู้ชม  
หรือผู้บริโภค ท่านคิดว่าภาพลักษณ์เหล่านี้จะทำลายความเชื่อมั่นหรือส่งผลต่อความน่าเชื่อถือ  
ของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานการเมืองหรือไม่

- ส่งผลกระทบ  ไม่ส่งผลกระทบ  ไม่แน่ใจ

และถ้าส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ จะส่งผลกระทบต่อมากน้อยเพียงใด

- มากที่สุด       มาก       ปานกลาง       น้อย

โปรดช่วยแสดงความคิดเห็นว่าภาพลักษณ์เหล่านี้จะส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของบุคคลใน  
วงการบันเทิงที่เข้าทำงานทางการเมืองอย่างไร

.....

.....

3. ท่านคิดว่าการเป็นบุคคลในวงการบันเทิงมีส่วนส่งเสริม ผลักดัน หรือสนับสนุนให้ได้รับการ  
เลือกตั้งเข้ามาบริหารบ้านเมืองหรือไม่

- มี       ไม่มี       ไม่แน่ใจ

เพราะเหตุใด

.....

.....

4.. ท่านคิดว่าจำเป็นหรือไม่ที่ภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือในด้านคุณสมบัติส่วนตัวของ  
นักการเมือง เรื่องการศึกษา ผู้สมัครรับเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรควรจะต้องจบ  
การศึกษาในด้านการเมืองการปกครองมา (รัฐศาสตร์ หรือ สาขาที่เกี่ยวข้อง)

- จำเป็น       ไม่จำเป็น       ไม่แน่ใจ

เพราะเหตุใด

.....

.....

5. ท่านคิดว่าภูมิหลังครอบครัวนักการเมือง จะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของ  
นักการเมืองหรือไม่

- ส่งเสริม       ไม่ส่งเสริม       ไม่แน่ใจ

เพราะเหตุใด

.....

.....

5. ท่านคิดว่าภาพลักษณ์ของคนในวงการบันเทิง เป็นสิ่งที่ติดตัวแม่จะเลิกประกอบอาชีพนี้  
หรือไม่

- ใช่       ไม่ใช่       ไม่แน่ใจ

เพราะเหตุใด

.....

.....



6. ท่านคิดว่าภาพลักษณ์ใดบ้างที่เหมือนกัน ทั้งของบุคคลในวงการบินและของนักการเมือง และความเหมือนกันนี้มีส่วนช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของนักการเมืองหรือไม่ อย่างไร
- .....
- .....

7. ท่านคิดว่าประสบการณ์การทำงานในวงการบินจะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของการเป็นนักการเมืองได้หรือไม่

ได้  ไม่ได้  ไม่แน่ใจ

เพราะเหตุใด

.....

.....

8. พรรคการเมืองที่บุคคลในวงการบินสังกัดมีส่วนร่วมช่วยในเรื่องการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของนักการเมืองหรือไม่

มี  ไม่มี  ไม่แน่ใจ

อย่างไร

.....

.....

### ขั้นตอนที่2 การวางแผนและกำหนดขั้นตอนการสร้างภาพลักษณ์

9. ท่านคิดว่าปัจจัยที่จะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานการเมือง ให้ได้รับความน่าเชื่อถือ และการยอมรับจากประชาชนคือปัจจัยใดบ้าง
- .....
- .....

10. ท่านสังเกตเห็นปัจจัยที่ไม่ส่งเสริม / เป็นอุปสรรคต่อวิธีการสร้างภาพลักษณ์ / เปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานการเมืองหรือไม่

เห็น  ไม่เห็น

อย่างไรบ้าง

.....

.....

11. ท่านคิดว่าบุคคลในวงการบินที่สนใจเข้าทำงานทางการเมือง จะต้องใช้ระยะเวลาานเท่าใดในการเตรียมตัวลงสมัครรับเลือกตั้งทางการเมือง

..... เดือน / ปี

และในระหว่างช่วงเวลานั้น บุคคลเหล่านี้จะต้องปรับตัวอย่างไรบ้าง ช่วยอธิบาย

.....

.....

12. ถ้าบุคคลในวงการบินต้องเปลี่ยนภาพลักษณ์ บุคคลเหล่านี้ต้องเตรียมความพร้อมอย่างไรบ้าง / ด้านใดบ้าง ช่วยแสดงความคิดเห็น

.....

.....

**ขั้นตอนที่3** การปฏิบัติและลักษณะการสื่อสารที่ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ต้องการ

13. ท่านคิดว่าบุคลิกภาพของบุคคลในวงการบิน ช่วงก่อนและหลังเข้าทำงานการเมืองมีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่

มี  ไม่มี  ไม่แน่ใจ

อย่างไร

.....

.....

14. ท่านคิดว่าบุคคลในวงการบินที่สนใจเข้าทำงานการเมืองมีการเปลี่ยนภาพลักษณ์จากคนบันเทิงมาเป็นนักการเมืองอย่างไร ช่วยแสดงความคิดเห็น

.....

.....

15. ท่านคิดว่าการมีส่วนร่วมในทางการเมืองมาก่อน จะส่งผลกระทบต่อการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือหรือไม่

ส่งผลกระทบ  ไม่ส่งผลกระทบ  ไม่แน่ใจ

อย่างไร

.....

.....

16. การสร้างความไว้วางใจกับประชาชน มีด้วยกันหลายวิธี ท่านคิดว่าบุคคลในวงการบินที่สนใจเข้าทำงานการเมืองมีวิธีการสร้างความไว้วางใจกับประชาชนอย่างไร ช่วยแสดงความคิดเห็น

.....

.....

.....

.....



**ตอนที่3** ทศนคติเกี่ยวกับบทบาทและความคาดหวังเกี่ยวกับภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ  
ของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานการเมือง

1. ท่านคิดว่าบทบาทของนักการเมืองมีความหมายอย่างไร

.....  
.....

2.ภาพลักษณ์ของการเป็นบุคคลในวงการบิน(ก่อนการเปลี่ยนแปลง)มีความเหมาะสมกับ  
บทบาทของนักการเมืองที่ท่านได้ให้ความหมายไว้หรือไม่

เหมาะสม                                       ไม่เหมาะสม                                       ไม่แน่ใจ

ถ้าไม่เหมาะสม การสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินจะช่วย  
ส่งเสริมให้มีความน่าเชื่อถือเหมาะสมกับบทบาทนักการเมืองที่ท่านได้ให้ความหมายไว้  
หรือไม่ อย่างไร

.....  
.....  
.....

3. ท่านคิดว่าภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมือง  
ที่ท่านเห็น เป็นคุณสมบัติที่แท้จริงของบุคคลเหล่านี้หรือไม่

แท้จริง                                       ไม่แท้จริง                                       ไม่แน่ใจ

อย่างไร

.....  
.....

4. ท่านคิดว่าถ้าบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมืองได้รับการเลือกตั้งให้เป็น  
ส.ส. ในด้านนโยบายต่างๆ ที่ได้ให้ไว้กับประชาชนตอนหาเสียง บุคคลเหล่านี้จะสามารถ  
กระทำสำเร็จมากน้อยแค่ไหน อย่างไร

.....  
.....

5. ท่านพอใจกับภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานการเมือง  
ในการลงสมัครรับเลือกตั้งส.ส.ปี พ.ศ. 2548 นี้ มากน้อยเพียงใด เพราะเหตุใด ช่วย  
อธิบาย

.....  
.....  
.....

## ภาคผนวก ค.

แบบสัมภาษณ์การวิจัยประกอบวิทยานิพนธ์  
เรื่อง

การสร้างภาพลักษณ์เกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทาง  
การเมืองสำหรับกลุ่มนักการเมือง

วันที่สัมภาษณ์ ..... เวลา..... รหัส.....  
สถานที่ ..... ชื่อ-สกุล .....

**ตอนที่1 ข้อมูลส่วนบุคคล**

1. ชื่อ - สกุล .....
2. อายุ ..... ปี
3. การศึกษา ( ระดับ - สาขา )  
.....  
.....  
.....
4. สังกัดพรรคการเมือง .....

**ตอนที่2 กระบวนการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงาน  
การเมือง****ขั้นตอนที่1** ระบุปัญหาภาพลักษณ์ที่ต้องการ การเปลี่ยนแปลงและสร้างใหม่

1. ท่านคิดว่าการที่บุคคลในวงการบินหันมาสนใจทำงานทางการเมือง บุคคลเหล่านี้จะต้อง  
เปลี่ยน / สร้างภาพลักษณ์ใหม่หรือไม่  
 เปลี่ยน  ไม่เปลี่ยน  
เพราะอะไร  
.....  
.....  
.....

2. ภาพลักษณ์ของคนในวงการบินจะเน้นการให้ความสนุกสนานความบันเทิงเร้าอารมณ์ต่อผู้ชม  
หรือผู้บริโภค ท่านคิดว่าภาพลักษณ์เหล่านี้จะทำลายความเชื่อมั่นหรือส่งผลต่อความ  
น่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานการเมืองหรือไม่  
 ส่งผลกระทบ  ไม่ส่งผลกระทบ  ไม่แน่ใจ

และถ้าส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ จะส่งผลกระทบมากน้อยเพียงใด

- มากที่สุด       มาก       ปานกลาง       น้อย

โปรดช่วยแสดงความคิดเห็นว่าภาพลักษณ์เหล่านี้จะส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของบุคคลใน  
วงการบันเทิงที่เข้าทำงานทางการเมืองอย่างไร

.....

.....

3. ท่านคิดว่าการเป็นบุคคลในวงการบันเทิงมีส่วนส่งเสริม ผลักดัน หรือสนับสนุนให้ได้รับการ  
เลือกตั้งเข้ามาบริหารบ้านเมืองหรือไม่

- มี       ไม่มี       ไม่แน่ใจ

เพราะเหตุใด

.....

.....

4. ท่านคิดว่าจำเป็นหรือไม่ที่ภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือในด้านคุณสมบัติส่วนตัวของ  
นักการเมือง เรื่องการศึกษา ผู้สมัครรับเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจะต้องจบ  
การศึกษาในด้านการเมืองการปกครองมา (รัฐศาสตร์ หรือ สาขาที่เกี่ยวข้อง)

- จำเป็น       ไม่จำเป็น       ไม่แน่ใจ

เพราะเหตุใด

.....

.....

5. ท่านคิดว่าภูมิหลังครอบครัวนักการเมือง จะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของ  
นักการเมืองหรือไม่

- ส่งเสริม       ไม่ส่งเสริม       ไม่แน่ใจ

เพราะเหตุใด

.....

.....

6. ท่านคิดว่าภาพลักษณ์ของคนในวงการบันเทิง เป็นสิ่งที่ติดตัวแม่จะเลิกประกอบอาชีพนี้  
หรือไม่

- ใช่       ไม่ใช่       ไม่แน่ใจ

เพราะเหตุใด

.....

.....



7. ท่านคิดว่าภาพลักษณ์ใดบ้างที่เหมือนกัน ทั้งของบุคคลในวงการบินและของนักการเมือง และความเหมือนกันนี้มีส่วนช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของนักการเมืองหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

8. ท่านคิดว่าประสบการณ์การทำงานในวงการบินจะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของการเป็นนักการเมืองได้หรือไม่

ได้  ไม่ได้  ไม่แน่ใจ

เพราะเหตุใด

.....

.....

9. พรรคการเมืองที่บุคคลในวงการบินสังกัดมีส่วนร่วมช่วยในเรื่องการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของนักการเมืองหรือไม่

มี  ไม่มี  ไม่แน่ใจ

อย่างไร

.....

.....

.....

**ขั้นตอนที่2** การวางแผนและกำหนดขั้นตอนการสร้างภาพลักษณ์

10. ท่านคิดว่าปัจจัยที่จะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานการเมือง ให้ได้รับความน่าเชื่อถือ และการยอมรับจากประชาชนคือปัจจัยใดบ้าง

.....

.....

.....

11. ท่านสังเกตเห็นปัจจัยที่ไม่ส่งเสริม / เป็นอุปสรรคต่อวิธีการสร้างภาพลักษณ์ / เปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานการเมืองหรือไม่

เห็น  ไม่เห็น

อย่างไรบ้าง

.....

.....

12. ท่านคิดว่าบุคคลในวงการบินที่สนใจเข้าทำงานทางการเมือง จะต้องใช้เวลานานเท่าใดในการเตรียมตัวลงสมัครรับเลือกตั้งทางการเมือง

..... เดือน / ปี

และในระหว่างช่วงเวลานั้น บุคคลเหล่านี้จะต้องปรับตัวอย่างไรบ้าง ช่วยอธิบาย

.....  
.....

13. ถ้าบุคคลในวงการบินต้องเปลี่ยนภาพลักษณ์ บุคคลเหล่านี้ต้องเตรียมความพร้อมอย่างไรบ้าง / ด้านใดบ้าง ช่วยแสดงความคิดเห็น

.....  
.....

**ขั้นตอนที่3** การปฏิบัติและลักษณะการสื่อสารที่ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ต้องการ

14. ท่านคิดว่าบุคลิกภาพของบุคคลในวงการบิน ช่วงก่อนและหลังเข้าทำงานการเมืองมีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่

มี  ไม่มี  ไม่แน่ใจ

อย่างไร

.....  
.....  
.....

15. ท่านคิดว่าบุคคลในวงการบินที่สนใจเข้าทำงานการเมืองมีการเปลี่ยนภาพลักษณ์จากคนบันเทิงมาเป็นนักการเมืองอย่างไร ช่วยแสดงความคิดเห็น

.....  
.....

16. ท่านคิดว่าการมีส่วนร่วมในทางการเมืองมาก่อน จะส่งผลกระทบต่อการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือหรือไม่

ส่งผลกระทบ  ไม่ส่งผลกระทบ  ไม่แน่ใจ

อย่างไร

.....  
.....



**ตอนที่3** ทศนคติเกี่ยวกับบทบาทและความคาดหวังเกี่ยวกับภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ  
ของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานการเมือง

21. ท่านคิดว่าบทบาทของนักการเมืองมีความหมายอย่างไร

.....  
 .....

22. ภาพลักษณ์ของการเป็นบุคคลในวงการบิน(ก่อนการเปลี่ยนแปลง)มีความเหมาะสม  
กับบทบาทของนักการเมืองที่ท่านได้ให้ความหมายไว้หรือไม่

เหมาะสม  ไม่เหมาะสม  ไม่แน่ใจ

ถ้าไม่เหมาะสม การสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินจะช่วย  
ส่งเสริมให้มีความน่าเชื่อถือเหมาะสมกับบทบาทนักการเมืองที่ท่านได้ให้ความหมายไว้  
หรือไม่ อย่างไร

.....  
 .....

23. ท่านคิดว่าภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมือง  
ที่ท่านเห็น เป็นคุณสมบัติที่แท้จริงของบุคคลเหล่านี้หรือไม่

แท้จริง  ไม่แท้จริง  ไม่แน่ใจ

อย่างไร

.....  
 .....

24. ท่านคิดว่าถ้าบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมืองได้รับการเลือกตั้งให้เป็น  
ส.ส. ในด้านนโยบายต่างๆ ที่ได้ให้ไว้กับประชาชนตอนหาเสียง บุคคลเหล่านี้จะสามารถ  
กระทำสำเร็จมากน้อยแค่ไหน อย่างไร

.....  
 .....

25. ท่านพอใจกับภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานการเมือง  
ในการลงสมัครรับเลือกตั้งส.ส.ปี พ.ศ. 2548 นี้ มากน้อยเพียงใด เพราะเหตุใด อธิบาย

.....  
 .....

## ภาคผนวก ง.

แบบสอบถามการวิจัยประกอบวิทยานิพนธ์  
เรื่อง

การสร้างภาพลักษณ์เกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทาง  
การเมือง

สำหรับกลุ่มตัวอย่างประชาชน

**คำชี้แจง** แบบสอบถามนี้มี 3 ส่วน คือ **ส่วนที่ 1** เป็นข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม **ส่วนที่ 2** เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเรื่องภาพลักษณ์เกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานทางการเมือง **ส่วนที่ 3** เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติเกี่ยวกับบทบาทและความคาดหวังเกี่ยวกับภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานการเมือง

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลส่วนตัว

1. เพศ  ชาย  หญิง
2. อายุ ..... ปี
3. การศึกษาสูงสุดระดับ .....
4. อาชีพปัจจุบัน .....
5. เขตพื้นที่ที่ท่านอาศัย อำเภอ/เขต..... จังหวัด.....
6. ท่านเคยใช้สิทธิในการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร  
 เคย  ไม่เคย

**ตอนที่ 2** กระบวนการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงาน  
การเมือง

1. ท่านคิดว่าการที่บุคคลในวงการบินหันมาสนใจทำงานทางการเมือง บุคคลเหล่านี้จะต้อง  
เปลี่ยน / สร้างภาพลักษณ์ใหม่หรือไม่  
 เปลี่ยน  ไม่เปลี่ยน  ไม่แน่ใจ  
เพราะอะไร
2. ภาพลักษณ์ของคนในวงการบินจะเน้นการให้ความสนุกสนานความบันเทิงเร้าอารมณ์ต่อผู้ชม  
หรือผู้บริโภค ท่านคิดว่าภาพลักษณ์เหล่านี้จะทำลายความเชื่อมั่นหรือส่งผลต่อความ  
น่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบินที่เข้าทำงานการเมืองหรือไม่  
 ส่งผลกระทบ  ไม่ส่งผลกระทบ  ไม่แน่ใจ





9. ท่านคิดว่าบุคคลในวงการบันเทิงที่สนใจเข้าทำงานการเมืองจะสามารถเข้ามาบริหารประเทศตามที่ประชาชนคาดหวังได้หรือไม่

ได้  ไม่ได้  ไม่แน่ใจ

**ตอนที่3 ทศนคติเกี่ยวกับบทบาทและความคาดหวังเกี่ยวกับภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบันเทิงที่เข้าทำงานการเมือง**

1. ท่านคิดว่าภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบันเทิงที่เข้าทำงานทางการเมืองที่ท่านเห็น เป็นคุณสมบัติที่แท้จริงของบุคคลเหล่านี้หรือไม่

แท้จริง  ไม่แท้จริง  ไม่

แน่ใจ

2. ท่านคิดว่าถ้าบุคคลในวงการบันเทิงที่เข้าทำงานทางการเมืองได้รับการเลือกตั้งให้เป็น ส.ส. ในด้านนโยบายต่างๆ ที่ได้ให้ไว้กับประชาชนตอนหาเสียง บุคคลเหล่านี้จะสามารถกระทำได้สำเร็จมากน้อยแค่ไหน

มากที่สุด  มาก  ปานกลาง  น้อย

3. ถ้าในเขตพื้นที่ที่ท่านอาศัยอยู่ มีบุคคลเหล่านี้เป็นผู้สมัครรับเลือกตั้งท่านจะเลือกใครเป็นผู้แทนของท่าน

( เลือกได้เพียงคนเดียว)

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ตี๋ เกษภากรณ์ ผลดี           | <input type="checkbox"/> สรยุทธ สุทัศนจินดา           |
| <input type="checkbox"/> หม่ำ จ๊กมิก                  | <input type="checkbox"/> กุ้ง สุทธิราช วงศ์เทเวศย์    |
| <input type="checkbox"/> ปัญญา นิรันดร์กุล            | <input type="checkbox"/> พลพล พลกองเส็ง               |
| <input type="checkbox"/> สส.คนเดิมในเขตพื้นที่ของท่าน | <input type="checkbox"/> จะพิจารณาท่านอื่นๆ นอกจากนี้ |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ.....          |   |

4. ข้อเสนอแนะในการทำแบบสอบถามชุดนี้

.....  
 .....  
 .....

ขอขอบพระคุณอย่างยิ่งที่สละเวลาในการทำแบบสอบถามนี้

นางสาวสุภาภรณ์ สุธรรมโกศล

ผู้ทำวิจัย

## ภาคผนวก จ.

ภาควิชาวาทวิทยาและสื่อสารการแสดง  
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ถนนพญาไท เขตปทุมวัน กทม. 10300

ธันวาคม 2547

เรื่อง ขออนุญาตให้นิสิตเข้าสัมภาษณ์  
เรียน

ด้วย นางสาวสุภาภรณ์ สุธรรมโกศล นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาวาทวิทยา ภาควิชาวาทวิทยาและสื่อสารการแสดง คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กำลังทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “ การสร้างภาพลักษณ์เกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบันเทิงที่เข้าทำงานทางการเมือง “ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบันเทิงที่เข้าทำงานทางการเมือง

งานวิจัยดังกล่าวเป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ อาศัยการวิจัยเชิงคุณภาพและใช้การสัมภาษณ์และแบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลักในการเก็บข้อมูล เนื่องจากผู้วิจัยเห็นว่าท่านเป็นบุคคลสำคัญท่านหนึ่งที่สามารถให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาครั้งนี้ได้ จึงใคร่ขอความกรุณาท่านอนุญาตให้นิสิตเข้าสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบันเทิงที่เข้าทำงานทางการเมืองดังกล่าวต่อไป ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ทั้งหมดนิตินิตจะนำไปใช้เพื่อการศึกษาเชิงวิชาการเท่านั้น และจะได้นำเสนอผลการศึกษาในภาพรวมที่มีได้เปิดเผยชื่อหรือแหล่งข้อมูลแต่อย่างใด

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาต และขอขอบพระคุณล่วงหน้ามา ณ โอกาสนี้ หากท่านมีข้อสงสัยเกี่ยวกับงานวิจัยของนางสาวสุภาภรณ์ สุธรรมโกศล สามารถติดต่อดิฉันได้ที่หมายเลขโทรศัพท์ 0-2218-2188(ที่ทำงาน) หรือ 0-1684-9698(โทรศัพท์มือถือ)

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นงลักษณ์ ศรีอักษรพร เจริญงาม)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

นางสาวสุภาภรณ์ สุธรรมโกศล

โทรศัพท์มือถือ 0-1995-4388

## ประวัติผู้เขียน

นางสาวสุภาภรณ์ สุธรรมโกศล เกิดเมื่อวันที่ 24 กันยายน พ.ศ. 2524 สำเร็จการศึกษาระดับระดับปริญญาตรี สาขารัฐศาสตร์ จากคณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ในปีการศึกษา 2545 จากนั้นได้เข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาโท รุ่นที่ 6 สาขาวาริชวิทยา ภาควิชาวาริชวิทยาและสื่อสารการแสดง คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2546 และสำเร็จการศึกษาในปีการศึกษา 2547



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย