

บทที่ 1

บทนำ



ที่มาและความสำคัญของปัญหา

"การเมืองเป็นเรื่องใหญ่ เป็นเรื่องผลประโยชน์ของประเทศชาติเป็นส่วนรวม และเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับทุกสิ่งทุกชีวิตที่อาศัยร่วมกันในสังคมแห่งนี้ ความจำเป็นที่มนุษย์จะต้องอาศัยอยู่ร่วมกันเป็นชุมชน ทำให้เกิดการเมืองขึ้น..." (คณิน บุญสุวรรณ ,2526)

เมื่อการเมืองมีความสำคัญเช่นนี้แล้ว คุณภาพของ "นักการเมือง" ผู้ฝึกฝนในทางการเมือง หรือผู้ที่ทำหน้าที่ทางการเมือง ซึ่งประชาชนจะเลือกให้เขาเข้ามาเป็นตัวแทนเพื่อทำหน้าที่บริหารประเทศจึงมีความสำคัญยิ่งเช่นกัน และในทางการเมือง ภาพลักษณ์กับนักการเมืองก็เป็นของคู่กัน การสร้างภาพลักษณ์ของบุคคลบางคน อาจเป็นวิถีทางที่นำไปสู่ "ความมีชื่อเสียง" (Celebrity) ซึ่งคนมีชื่อเสียงสามารถสร้างขึ้นได้โดยสื่อมวลชน และถือเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งต่อการพัฒนาการเมือง เพราะชื่อเสียงเป็นตัวแปรสำคัญตัวหนึ่งที่มีผลต่อการเลือกตั้ง หรือการได้รับแรงสนับสนุนจากประชาชน

Lazarsfeld และ Merton (1949) ระบุว่า สื่อมวลชนสร้างชื่อเสียง และเพิ่มพูนอำนาจของปัจเจกชน และกลุ่ม โดยทำให้สิ่งนั้นเป็นที่ยอมรับโดยถูกต้อง เห็นได้จากบรรดาหนังสือพิมพ์ วิทยุ หรือนิตยสารต่าง ๆ ให้การยอมรับ และรับรองว่า มีสิ่งหนึ่งได้มาถึงแล้ว สิ่งนั้นมีความสำคัญพอที่จะเสนอต่อมหาชนจำนวนมาก พฤติกรรม หรือทัศนคติของผู้คนสำคัญพอที่จะเป็นที่น่าสนใจของปวงชน (อ้างถึงใน ร.ต.ท. หลิงอารยา ถาวรวันชัย ,2539)

นักการเมืองหลายคนจึงพยายามสร้างกิจกรรม และแสดงออกถึงความสนใจในเรื่องบางเรื่องซึ่งเขาเห็นว่า เป็นประเด็นที่คนในสังคมตระหนัก และให้ความสนใจอยู่ เรื่องดังกล่าวอาจจะเป็นกิจกรรมการเมือง หรือกิจกรรมสาธารณะที่ช่วยเหลือสังคมก็ได้ และกิจกรรมหนึ่งที่เขาได้เห็นชัดคือนักการเมืองบางคนนิยมออกจากที่ทำงานเพื่อไปตรวจเยี่ยมสิ่งต่าง ๆ เวลาออกไปตรวจเยี่ยมก็ทำท่าทางเข้มแข็ง เอาจริงเอาจัง ทั้ง ๆ ที่บางครั้งก็ไม่ได้รู้เรื่องในสิ่งที่ตรวจเยี่ยมสักเท่าไร แต่สิ่งที่เขาได้คือภาพลักษณ์เชิงบวกของตนในสื่อมวลชน

"...นักการเมืองไม่สามารถออกไปพบประชาชนจำนวนมากในเขตเลือกตั้งของตนได้ เพราะฉะนั้นจึงต้องอาศัยสื่อมวลชนเป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารกับประชาชนที่จะออกเสียง สนิบสนุน หรือคัดค้านตน นักการเมือง หรือเจ้าหน้าที่ของรัฐไม่อาจมองข้ามสื่อมวลชนหรือปฏิบัติ ต่อนักข่าวอย่างไม่ให้เกียรติ นักการเมืองที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่จะใช้เวลา และทรัพยากร จำนวนมากกับสื่อมวลชน เวลาส่วนหนึ่งใช้ไปกับการซ่อนเร้นปิดบังข้อเท็จจริงบางประการไม่ให้ สื่อมวลชนทราบ มากกว่าการร่วมมือกับสื่อมวลชน แต่สิ่งที่สำคัญในประเทศประชาธิปไตย คือ การจะประสบความสำเร็จทางการเมืองในยุคปัจจุบัน นักการเมืองต้องสนใจ และให้ความสำคัญ กับภาพลักษณ์ของตนอย่างมาก อาจจะมีมากกว่าการวางนโยบายเสียอีก" (เสถียร เชยประทีป ,2540 : 64-65)

นักการเมืองกลุ่มนี้ทราบดีว่า การรายงานข่าวสารของสื่อมวลชนเปรียบเสมือนการสร้าง มโนภาพภายนอกให้เกิดขึ้นในสมองของผู้รับสาร หากผู้รับสารเปิดรับข่าวสารจากสื่อก็จะมี ความรู้ เกี่ยวกับเรื่องนั้น ๆ ดีขึ้น เช่นเดียวกับนักการเมืองที่มี "ลูกสื่อลูกชน" หูดแกง ฉลาด หรือดู เหมือนฉลาด ก็จะกลายเป็นแหล่งข่าวที่มีคุณค่าของนักข่าว และนักการเมืองเหล่านี้จะปรากฏเป็น ข่าวมากกว่านักการเมืองที่หูดตะกุกตะกัก วกวน นานาเบื้อ

การลอบให้ข่าวจากวงใน หรือการรั่วข่าวก็เป็นวิธีหนึ่งที่ช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับ นักข่าว ซึ่งจะทำให้นักข่าวคนนั้นรายงานข่าวในลักษณะที่ดีแก่ตน หรือคนของตนเป็นการตอบแทน เพราะต้องการได้รับข่าววงในอีก ซึ่งประธานาธิบดีเคนเนดีแห่งสหรัฐฯ ได้นำวิธีการนี้มาใช้ และ นักข่าวก็รายงานข่าวเกี่ยวกับเขาในเชิงบวกอย่างได้ผล

นั่นหมายความว่า การให้ในสิ่งที่สื่อมวลชนสนใจ หรือต้องการก็จะช่วยทำให้นักการเมือง สามารถปรับปรุงสัมพันธภาพกับผู้สื่อข่าวดีขึ้น และเขาก็จะได้รับการเสนอข่าวในเชิงดีมากขึ้นด้วย กล่าวคือนักการเมืองพยายามให้สื่อมวลชนสนับสนุนตนโดยการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับนักข่าว โดยอาจใช้วิธีการแจกข่าวที่ดี และปิดบังข่าวที่เลวเกี่ยวกับตนเอง หรือการทำกิจกรรมที่มี "คุณค่า ข่าว" ที่นักสื่อสารมวลชนสนใจ (เสถียร เชยประทีป ,2540) ดังนั้นภาพลักษณ์ และชื่อเสียงของ นักการเมืองจะออกมาดีหรือไม่จึงขึ้นกับว่า นักการเมืองผู้นั้นใช้สื่อมวลชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ มากน้อยเพียงใด

"หากคนเราได้รับข่าวสารใดตกย้ำอยู่เป็นนิจ มีแนวโน้มว่า จะทำให้ผู้นั้นเกิดความชอบหรือความประทับใจต่อสิ่งนั้นโดยไม่รู้ตัว นั่นคือในทำนองเดียวกันการเสนอข่าวด้านบวกให้กับใครบางคนอยู่เป็นนิจก็อาจไม่ต้องสงสัยเลยว่า ผู้อ่านจะชื่นชอบ และชื่นชมใครบางคนนั้นโดยไม่รู้ตัวด้วยเหตุนี้นักการเมืองผู้เจนจัดจึงพยายามที่จะใช้สื่อมวลชนต่าง ๆ ตกย้ำภาพลักษณ์ที่ดีของเขาย่างสม่ำเสมอ" (กฤษณ์ ทองเลิศ ,2540 : 79)

เมื่อการรายงานข่าวสารหรือการเปิดโปงของสื่อมวลชนสามารถสร้างชื่อเสียงได้ ในทางกลับกันก็สามารถทำลายนักการเมืองได้เช่นกัน ตัวอย่างเช่น จอห์น เอฟ. เคนเนดี ผู้สมัครรับเลือกตั้งในตำแหน่งประธานาธิบดีสหรัฐฯ ซึ่งในขณะนั้นยังไม่ค่อยมีชื่อเสียง แต่สามารถมีชัยชนะเหนือริชาร์ด นิกสัน ซึ่งเป็นที่รู้จักกันเป็นอย่างดีในวงการเมือง เพราะเคนเนดีอาศัยการได้วาทีสดผ่านการออกอากาศทางโทรทัศน์ ทำให้ผู้เปิดรับสื่อตัดสินใจได้ทันที เนื่องจากสถานีวิทยุโทรทัศน์จัดว่ามีอิทธิพลต่อผู้เปิดรับสื่ออย่างมากในการรณรงค์ทางการเมือง (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร ,2541) ในทางกลับกันการเปิดโปงของหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับคดี Watergate ทำให้ประธานาธิบดีนิกสันหมดอนาคตทางการเมือง (เสถียร เขยประทับ ,2540)

นักการเมืองเชื่อว่า สื่อมวลชนมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อชีวิตทางการเมืองของตน เขาจึงพยายามมีอิทธิพลต่อนักสื่อสารมวลชน หรือเจ้าของกิจการสื่อมวลชน แต่การที่นักการเมืองโดยทั่วไปไม่ค่อยมีอำนาจที่จะควบคุมสื่อมวลชน เขาจึงต้องหาวิธีการต่าง ๆ ให้สื่อสนับสนุนตน ทั้งที่ความจริงแล้วนักการเมือง และนักสื่อสารมวลชนนั้นจะมีความสัมพันธ์กันทั้งในลักษณะที่เป็นปฏิปักษ์ และผู้ร่วมงาน แต่ละฝ่ายจำเป็นต้องมีอีกฝ่ายหนึ่ง ขณะเดียวกันต่างก็พยายามแสวงหาประโยชน์จากอีกฝ่ายหนึ่ง

"จากอดีตจนถึงปัจจุบันเป็นที่ยอมรับกันว่า ช่องทางของการสื่อสารการเมืองที่เป็นหลักนั้นได้แก่สื่อมวลชน รัฐบาล (หรือพรรคการเมือง) ในหลายประเทศมักจะพยายามเข้าไปมีอิทธิพลไม่มากก็น้อยต่อวงการสื่อสารมวลชน โดยอาศัยสื่อมวลชนเป็นเครื่องมือผลักดันให้ประชาชนมีแนวคิดที่ไม่แตกต่างไปจากรัฐบาลและยอมรับรัฐบาล ยุทธศาสตร์การสื่อสารการเมืองจึงอยู่ที่วิธีการสร้างอิทธิพลเหนือระบบสื่อมวลชน" (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร ,2541 : 158)

ดังนั้นการที่นักสื่อสารมวลชนมักมีวิธีเสนอข่าวการเมืองคล้าย ๆ กัน จึงอาจจะตกเป็นเครื่องมือทางการเมืองได้ง่าย ๆ เพราะองค์กรทางการเมือง เช่น พรรคการเมืองมักมีเจ้าหน้าที่ที่เคยเป็นอดีตนักหนังสือพิมพ์ที่เข้าใจกระบวนการในการทำข่าวการเมือง อดีตนักหนังสือพิมพ์

เหล่านี้เชี่ยวชาญในการ "จัดฉาก" ที่จะให้นักการเมืองที่ตนทำงานให้มีโอกาสเป็นข่าวในแง่ดี (เลกียร เซยประทับ ,2540 : 34)

ทั้งนี้ ในสหรัฐอเมริกา นักการเมืองเช่นประธานาธิบดี หรือสมาชิกวุฒิสภาต่างว่าจ้าง หรือ ขอร้องให้นักสื่อสารมวลชนช่วยเหลือตนในงานที่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชน เช่น เตรียมการให้สัมภาษณ์ เขียนและเผยแพร่ข่าวแจก ให้คำแนะนำในการตอบคำถามจากสื่อมวลชน นักสื่อสารมวลชนเหล่านี้ก็จะพยายามหาทางทำให้สื่อมวลชนถ่ายทอดภาพลักษณ์นักการเมืองของตนในเชิงบวก เพราะนักสื่อสารมวลชนเหล่านี้ทราบดีว่า เพื่อนเก่าในวงสื่อสารมวลชนของตน ต้องการข่าวประเภทไหน และอาศัยความสัมพันธ์ส่วนตัวขอให้ลงข่าวนักการเมืองของตนในแง่ดี เช่น เขียนข่าวแจกให้มีลักษณะตื้นตื้น น่าสนใจคล้ายข่าว เพื่อให้สื่อมวลชนนำไปถ่ายทอด (เลกียร เซยประทับ ,2540 : 60)

Ward (อ้างถึงในสุรพงษ์ โสภนะเสกียร) ยกตัวอย่างสื่อมวลชนในออสเตรเลียมาให้เห็น ถึงอิทธิพลของนักการเมือง และการใส่สีสันของนักข่าวว่า กว่า 1/4 ของข่าวสารการเมืองได้รับการชี้นำประเด็นโดยนักการเมือง (เพื่อประชาสัมพันธ์ และแสดงผลงานของตนเอง) ส่วน 3/4 ที่เหลือของข่าวสารการเมืองถูกแต่งเติมเสริมต่อประเด็น (Derived) โดยนักหนังสือพิมพ์ และไม่น้อยกว่าร้อยละ 40 ของข่าวสารการเมืองแทบจะเหมือนต้นฉบับ หรือข่าวแจกจากนักการเมือง ร้อยละ 25 ของข่าวสารการเมืองถูกเขียนขึ้นเองโดยนักหนังสือพิมพ์ สะท้อนให้เห็นว่า นักการเมืองเป็นผู้ริเริ่มในการสร้างข่าว และนักหนังสือพิมพ์จะเป็นผู้ขยายความเนื้อหาสาระ ดังนั้นสารสนเทศที่ส่งไปยังประชาชนจึงเป็นเพียงการแสดงออกของการสร้างสรรค์จากบุคคลทั้งสองกลุ่มมากกว่าการให้ข้อเท็จจริง

สิ่งที่กล่าวมาข้างต้นชี้ให้เห็นว่า สื่อมวลชนเป็นผู้ที่มีส่วนช่วยสร้างชื่อเสียงให้กับนักการเมือง ทำให้ประชาชนรู้จักนักการเมืองแต่ละคนดีขึ้น แต่ก็เฉพาะในแง่มุมที่สื่อมวลชนนำเสนอ ดังนั้นหากนักการเมืองรู้จักวิธีการใช้สื่อมวลชนเป็นอย่างดีก็จะสามารถสร้างชื่อเสียงให้กับตนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และก็น่าจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้นักการเมืองผู้นั้นได้รับการเลือกตั้งเข้ามาเป็นตัวแทนของประชาชนในการบริหารประเทศ อย่างไรก็ตาม นักการเมืองเองก็ต้องพยายามรักษาชื่อเสียงของตนเองไว้โดยทำงานอย่างมุ่งมั่น จริงจัง เพราะหากเห็นเพียงว่าสื่อมวลชนเป็นเครื่องมือสร้างชื่อเสียงให้กับตนแล้วทำงานเพียงเพื่อสร้างภาพให้สื่อมวลชนเห็นหรือทำงานอย่างฉาบฉวย วันหนึ่งชื่อเสียงก็อาจจะหมดไปได้อย่างรวดเร็ว

เหตุดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาถึงการสื่อสารทางการเมืองในส่วนของการใช้สื่อมวลชนสร้างชื่อเสียงของนักการเมือง และเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลในเชิงลึก ผู้วิจัยจึงเลือกนักการเมืองขึ้นมาเป็นกรณีศึกษาเพียง 2 ท่าน คือ นางปวีณา หงสกุล และดร.พิจิตต รัตตกุล เพราะนักการเมือง 2 ท่านนี้เป็นนักการเมืองที่น่าสนใจ และมีชื่อเสียง ซึ่งแน่นอนว่าส่วนหนึ่งเป็นเพราะว่าสื่อมวลชนติดตามนำเสนอข่าวทั้งในเรื่องการทำงาน และผลงานอย่างสม่ำเสมอ ประกอบกับข่าวที่ออกมาส่วนใหญ่เป็นข่าวเชิงบวกมากกว่านักการเมืองท่านอื่น ๆ หรือแม้แต่ในกรณีที่มีข่าวเชิงลบสื่อมวลชนก็มักจะนำเสนอเพียงช่วงระยะเวลาสั้น ๆ เท่านั้น

นางปวีณา หงสกุล โฆษกพรรคชาติพัฒนา และสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดกรุงเทพมหานคร เขต 12 ส.ส.หนึ่งเดียวของพรรคชาติพัฒนาในพื้นที่กรุงเทพมหานคร นางปวีณาเป็นส.ส.ผู้หนึ่งที่สื่อมวลชนนำเสนอผลงานอย่างสม่ำเสมอ และแสดงให้เห็นอย่างเด่นชัดถึงภาพลักษณ์ที่ดี โดยเฉพาะบทบาทการให้ความช่วยเหลือแก่เยาวชนและสตรีที่ถูกละเมิดสิทธิจนมีชื่อเสียง และได้รับการยอมรับในการทำหน้าที่ส.ส.

นอกจากนี้การดำรงตำแหน่งประธานกรรมการวิทยาศาสตร์และสิ่งแวดล้อมของรัฐสภา และโฆษกพรรคชาติพัฒนาก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้สื่อมวลชนต่อยอดภาพการเป็นนักการเมืองที่เก่งของนางปวีณา และความถี่ที่มากขึ้นในการนำเสนอชื่อของเธอผ่านสื่อมวลชนก็ช่วยเพิ่ม และรักษาชื่อเสียงนางปวีณาไว้ได้ ทั้งหมดนี้ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นางปวีณาได้รับตำแหน่งรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมในการปรับคณะรัฐมนตรีเมื่อเดือนตุลาคม 2541 ที่ผ่านมา

ทั้งนี้ การเลือกตั้งในปี 2538 นางปวีณาย้ายสังกัดจากเดิมอยู่พรรคประชากรไทยมาอยู่พรรคชาติพัฒนา ตามคำชักชวนของพล.อ.ชาติชาย ชุณหะวัณ หัวหน้าพรรคชาติพัฒนา ในสมัยนั้น และได้รับเลือกตั้งเข้ามาด้วยคะแนน 59,478 คะแนน เป็นอันดับ 1 ของผู้สมัครในเขต 12 ทั้งที่ภาพรวมของการเลือกตั้งในครั้งนั้น ประชาชนในกรุงเทพฯส่วนใหญ่เลือกผู้สมัครที่สังกัดพรรคประชาธิปัตย์ ไม่ได้เลือกตัวบุคคล แต่นางปวีณาก็เป็นส.ส.คนหนึ่งที่สามารถชนะกระแสดังกล่าวได้

ส่วนดร.พิจิตต รัตตกุล ปัจจุบันดำรงตำแหน่งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จากการลงสมัครรับเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครปี 2539 ในนามอิสระ ไม่สังกัดพรรคการเมืองใด ด้วยคะแนนเสียง 768,994 คะแนน ดร.พิจิตตมีบทบาท และทำกิจกรรมการรณรงค์ในเรื่องมลพิษ และสิ่งแวดล้อมมาโดยตลอดก่อนที่จะลงสมัครรับเลือกตั้งเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร

ก่อนหน้านั้นดร.พิจิตตเป็นนักการเมืองในสังกัดพรรคประชาธิปัตย์ ลงสมัครรับเลือกตั้งระดับชาติจนได้รับเลือกเป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรกรุงเทพมหานคร 3 สมัย และเคยดำรงตำแหน่งรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และการพลังงาน นับเป็นรัฐมนตรีช่วยคนแรกของกระทรวงดังกล่าว

นอกจากนี้ ในช่วงก่อนการเลือกตั้งสมาชิกสภากรุงเทพมหานคร (สก.) และสมาชิกสภาเขต (สข.) พ.ศ.2541 ดร.พิจิตตประกาศเปิดตัวทีมงานที่มีอุดมการณ์ทางการเมืองเดียวกันภายใต้ชื่อกลุ่ม "มดงาน" โดยตนเองดำรงตำแหน่งประธานกลุ่ม และให้สมาชิกกลุ่มมดงานลงสมัครรับเลือกตั้งสก. และสข. เพื่อสนับสนุนการทำงานของกรุงเทพมหานครภายใต้การนำของดร.พิจิตต

วันที่ 5 กันยายน 2541 ดร.พิจิตตประกาศจะไม่ลงสมัครรับเลือกตั้งเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครอีก ทั้งที่เขายังเหลือเวลาทำงานในตำแหน่งดังกล่าวอีก 2 ปีถึงจะครบวาระ 4 ปี และมีโอกาสอย่างมากที่จะชนะการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครสมัยหน้า สื่อมวลชนรายงานข่าวถึงสาเหตุที่เขาตัดสินใจในเรื่องดังกล่าวว่า ดร.พิจิตตต้องการเร่งทำงานในหน้าที่ให้เสร็จสิ้นตามที่สัญญาไว้กับประชาชน พร้อมกับลดแรงกดดันทางการเมือง และกระแสวิพากษ์วิจารณ์ที่สร้างภาพ สื่อมวลชนคาดการณ์ว่า ดร.พิจิตตจะหวนกลับมาลงสมัครรับเลือกตั้งในสนามการเมืองระดับชาติอีกครั้งหนึ่ง

ทั้งนี้ นางปวีณาและดร.พิจิตตต่างแสดงเจตนาและประกาศชัดเจนว่า ไม่ได้ช่วยเหลือสังคม หรือทำงานเพื่อหาเสียง แต่ก็คงปฏิเสธไม่ได้เช่นกันว่า การที่สื่อมวลชนนำเสนอข่าวที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะข่าวด้านบวกเป็นการสร้างชื่อเสียง และทำให้ประชาชนรู้จักนักการเมืองทั้งสองท่านมากยิ่งขึ้น หากนางปวีณาและดร.พิจิตตยังคงทำหน้าที่ของตนเองได้เป็นอย่างดี และมีผลงานออกมาอย่างสม่ำเสมอ สื่อมวลชนก็จะยิ่งตกย้ำให้ประชาชนทราบว่า นางปวีณาและดร.พิจิตตเป็นคนดี มีผลงาน ทั้ง 2 ท่านก็จะได้รับความไว้วางใจอันจะนำไปสู่การได้รับการเลือกตั้งจากประชาชนให้เป็นตัวแทนเพื่อบริหารประเทศชาติต่อไป

กล่าวได้ว่า สื่อมวลชนทำให้ประชาชนรู้จัก และรับทราบผลงานของนักการเมืองอย่างกว้างขวาง ในทางกลับกัน หากสื่อมวลชนไม่นำเสนอข่าวของนักการเมือง ก็คงไม่มีประชาชนรู้จักหรือทราบผลงานของท่าน หากจะมีก็เฉพาะกลุ่มเล็ก ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผลงานชิ้นนั้น ๆ เท่านั้น

ดังนั้นหากนักการเมืองใช้สื่อมวลชนได้อย่างมีประสิทธิภาพก็จะเป็นประโยชน์ต่อตัวนักการเมืองเอง โดยเฉพาะตัวประชาชนเองก็จะมีโอกาสเลือกนักการเมืองที่เป็นคนทำงานที่มีคุณภาพเข้ามาเป็นตัวแทนในการบริหารประเทศและท้องถิ่นได้อย่างเหมาะสม

ปัญหำนำวิจัย

นักการเมืองใช้สื่อมวลชนสร้างชื่อเสียงของตนเองอย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาถึงกระบวนการที่นักการเมืองใช้สื่อมวลชนสร้างชื่อเสียงให้กับตนเอง

ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยการใช้สื่อมวลชนสร้างชื่อเสียงของนักการเมืองชั้นนี้จะศึกษาโดยใช้ความเป็นตัวแทนของกรณีศึกษาของนักการเมืองเพียง 2 ท่านเป็นหลัก คือ นางปวีณา หงสกุล รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดกรุงเทพมหานคร เขต 12 พรรคชาติพัฒนา และดร.พิจิตต รัตตกุล ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ประธานกลุ่มมดงาน ทั้งสองท่านเป็นนักการเมืองที่น่าสนใจ และมีผลงานเฉพาะด้านอย่างโดดเด่น อีกทั้งเป็นนักการเมืองที่มีชื่อเสียง เพราะสื่อมวลชนนำเสนอข่าวอย่างสม่ำเสมอ และข่าวที่นำเสนอส่วนใหญ่เป็นข่าวด้านบวก หากเป็นข่าวด้านลบ สื่อมวลชนก็จะนำเสนอเพียงช่วงเวลาสั้น ๆ

ข้อสันนิษฐานการวิจัย

นักการเมืองสร้างชื่อเสียงของตนเองโดยอาศัยความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน และพยายามสร้างกิจกรรมโดยดึงดูดเด่นหรือเรื่องที่น่าสนใจมาเป็นตัวจริงใจให้สื่อมวลชนติดตามข่าว เพื่อสร้างชื่อเสียง และภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตนเอง

پیام‌ک‌ت

1. สื่อมวลชน หมายถึงหนังสือพิมพ์ และวิทยุโทรทัศน์
2. การสร้างชื่อเสียง หมายถึงกระบวนการที่ทำให้สื่อมวลชนรายงาน หรือนำเสนอข่าวจนกระทั่งบุคคล เช่น นักการเมือง มีชื่อเสียง
3. นักการเมือง หมายถึงบุคคลที่มีความต้องการเข้ามาทำงานเพื่อประชาชน และประเทศชาติ ในฐานะผู้แทนราษฎร ทั้งในระดับท้องถิ่น และระดับชาติ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงกระบวนการที่นักการเมืองใช้สื่อมวลชนสร้างชื่อเสียงให้กับตนเอง
2. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการร่วมมือ หรือพึ่งพาอาศัยกันของนักการเมือง และสื่อมวลชน
3. เพื่อประโยชน์ในการรู้เท่าทันถึงการใช้สื่อมวลชนของผู้ใช้สื่อ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย