

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง "กลยุทธ์การสื่อสารในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของสตรีซึ่งเป็นสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) มีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงสมัครรับเลือกตั้งของสมาชิกสภา อบต. สตรี และศึกษากลยุทธ์การสื่อสารที่ใช้ในการรณรงค์หาเสียงของสมาชิกสภา อบต. สตรี

การวิจัยครั้งนี้ใช้หลักการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยนำแนวคิดปรากฏการณ์นิยม (Phenomenology) มาใช้ในการศึกษา ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Indepth Interview) สมาชิกสภา อบต. สตรี ที่ผ่านการเลือกตั้งเมื่อวันที่ 11 พฤษภาคม 2540 จำนวน 30 คนจาก องค์การบริหารส่วนตำบลที่จัดตั้งใหม่ ปี 2540 จำนวน 30 แห่ง

การเก็บรวบรวมข้อมูลมีวิธีการดังนี้ ผู้วิจัยดำเนินการติดต่อขอความอนุเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับ อบต. ที่จัดตั้งใหม่ปี 2540 จากกองราชการส่วนตำบล กระทรวงมหาดไทย จากนั้นติดต่อประสานงานกับเจ้าหน้าที่ที่ทำการปกครอง (ฝ่ายท้องถิ่น) ศาลากลางจังหวัดขอนแก่น เพื่อขอข้อมูลดังกล่าวพร้อมทั้งรายชื่อของ สมาชิกสภา อบต. สตรี 30 คน จาก องค์การบริหารส่วนตำบล 30 แห่ง ตลอดจนเอกสารที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มตัวอย่างเพื่อวางแผนในเรื่องวันเวลาและสถานที่สัมภาษณ์ หลังจากนั้นผู้วิจัยโทรศัพท์ประสานงานและขอความอนุเคราะห์จากเจ้าหน้าที่ว่าการอำเภอ และจากเจ้าหน้าที่สิ้นเชื้อ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส.) สาขาแต่ละอำเภอ เพื่อทราบเส้นทางที่นำไปสู่หมู่บ้านที่สมาชิกสภา อบต. สตรีแต่ละคนอาศัยอยู่ การเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจะใช้วิธีการสัมภาษณ์และบันทึกเทปเพื่อป้องกันการพลาดประเด็นที่ต้องการ โดยใช้ระยะเวลาการสัมภาษณ์ตั้งแต่เดือน พฤศจิกายน 2540 - เดือนมกราคม 2541

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา 6 ประเด็นหลักดังนี้

1. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงสมัครรับเลือกตั้งเป็นสมาชิกสภา อบต. ของสตรี
2. สื่อที่สตรีสมาชิกสภา อบต. สตรีเลือกใช้ในการรณรงค์หาเสียง
3. กลยุทธ์การใช้สื่อในการรณรงค์หาเสียงของสมาชิกสภา อบต. สตรี
4. เป้าหมายการใช้สื่อในการรณรงค์หาเสียงของสมาชิกสภา อบต. สตรี
5. กลยุทธ์และเป้าหมายการนำเสนอเนื้อหาสารในการรณรงค์หาเสียงของสมาชิกสภาอบต. สตรี
6. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อในการรณรงค์หาเสียงของสมาชิกสภา อบต. สตรี

1. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงสมัครรับเลือกตั้งเป็นสมาชิกสภา อบต. ของสตรี

จากการศึกษาพบว่า มีปรากฏการณ์ที่อธิบายถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงสมัครรับเลือกตั้งของสมาชิกสภา อบต. สตรี ดังนี้

(1) ปัจจัยที่เกิดจากการได้รับแรงสนับสนุน

การได้รับอิทธิพลจากบุคคลในครอบครัว อาทิ เช่น สามี พ่อแม่ พี่น้อง ญาติ เป็นต้น มีส่วนทำให้ สมาชิกสภา อบต. สตรี รู้สึกว่าตนเองมีความมั่นใจขึ้น และกล้าที่จะตัดสินใจลงสมัคร

ส่วนการได้รับแรงสนับสนุนจากบุคคลอื่น ได้แก่ ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน ปลัดอำเภอ สมาชิกกลุ่มแม่บ้านสตรี ชาวบ้าน ซึ่งบุคคลต่างๆ เหล่านี้มีส่วนในการสนับสนุน และแนะนำชักชวนให้สมาชิกสภา อบต. สตรี ลงสมัครเนื่องจากเห็นว่า สตรีเคยให้ความช่วยเหลืองาน

ส่วนรวมของหมู่บ้านมาก่อน มีคุณสมบัติส่วนตัวที่เหมาะสม เช่น การศึกษา อาชีพ นุคลิกที่กล้าแสดงออก กล้าพูด มีประวัติตัวเองและครอบครัวไม่เคยเสียหาย จากการศึกษาพบว่ามีสมาชิกสภา อบต. สตรีจำนวน 19 คนที่ให้เหตุผลว่าส่วนหนึ่งที่ตัดสินใจลงสมัครเพราะได้รับการชักชวนและได้รับการสนับสนุนจากบุคคลในครอบครัวและบุคคลอื่น

(2) ปัจจัยที่เกิดจากความต้องการส่วนบุคคล ประกอบด้วย

- ต้องการพิสูจน์ความสามารถตนเองด้านการเป็นผู้นำ

จากการศึกษาสามารถแบ่งสมาชิกสภา อบต. สตรี ที่ต้องการพิสูจน์ความสามารถตนเองด้านการเป็นผู้นำ ได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่มีประสบการณ์ทางการเมืองหรือประสบการณ์ด้านการเป็นผู้นำ ที่ตัดสินใจลงสมัครเพราะ จากการที่เคยมีหรือมีประสบการณ์ด้านการเมืองหรือประสบการณ์การเป็นผู้นำมาก่อนนั้นมีส่วนผลักดันให้สมาชิกสภา อบต. สตรีเกิดความสนใจ และมีมั่นใจว่าจะสามารถทำงานเป็นตัวแทนชาวบ้านในการบริหารงานของสภา อบต. ได้ และเพื่อเป็นการสานต่องานด้านผู้นำที่ตนเองเคยทำได้ด้วย ทั้งนี้พบว่ามีสมาชิกสภา อบต. สตรี จำนวน 12 คน ที่ต้องการพิสูจน์ความสามารถตนเองจนตัดสินใจลงสมัครรับเลือกตั้ง เพราะมีส่วนจากการที่ตนเองเคยเป็นหรือกำลังดำรงตำแหน่งเป็นผู้นำ

ส่วนกลุ่มที่ไม่มีประสบการณ์ทางการเมืองหรือประสบการณ์ด้านการเป็นผู้นำที่ตัดสินใจลงสมัครครั้งนี้เพื่อต้องการทดสอบตนเองว่าจะสามารถทำงานในลักษณะการเป็นตัวแทนชาวบ้านหรือเป็นผู้นำได้หรือไม่ เพื่อที่จะได้ใช้จุดเริ่มต้นของการเป็นสมาชิกสภา อบต. นี้ก้าวไปสู่บทบาทผู้นำชาวบ้านในตำแหน่งต่างๆ ที่ต้องการต่อไป

- ต้องการรู้เรื่องเกี่ยวกับองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.)

จากการศึกษาพบว่ามีสมาชิกสภา อบต. สตรี จำนวน 5 คน ที่ตัดสินใจลงสมัครรับเลือกตั้งครั้งนี้ เหตุผลส่วนหนึ่งเนื่องมาจาก ความต้องการที่จะรู้ว่าจะระบบการทำงาน ของ อบต. เป็นอย่างไร หน้าที่สมาชิกสภา อบต. ต้องทำอะไร ตัวเองจะทำได้หรือไม่ สิ่งที่ยอธิบายปรากฏการณ์ที่ทำให้สมาชิกสภา อบต. สตรี สนใจอยากรู้อยากเห็น อยากรู้ว่ามีบทบาทเกี่ยวข้องกับเรื่อง อบต. เนื่องจากสตรีเห็นว่า อบต. ถือเป็นเรื่องใหม่ที่น่าสนใจสำหรับตนเอง เป็นระบบ

การบริหารงานโดยการกระจายอำนาจไปสู่ส่วนท้องถิ่นในรูปแบบใหม่ที่เพิ่งเกิดขึ้นใน ปี 2537 ประกอบกับตำบลของตนก็เพิ่งได้รับการยกฐานะจากสภาตำบลเป็นองค์การบริหารส่วนตำบลเป็นปีแรก (ปี 2540) อบต.สตรีจึงมีแนวคิดที่น่าจะลองสมัครดู

- มีบุคคลใกล้ชิดเกี่ยวพันทางการเมือง

จากการที่มีสมาชิกในครอบครัวหรือมีบุคคลใกล้ชิดที่มีบทบาททางการเมืองหรือมีความเกี่ยวพันทางการเมืองก็ถือเป็นอีกจุดหนึ่งที่มีส่วนผลักดันให้สมาชิกสภา อบต. สตรีเกิดความรู้สึกสนใจ มีความเชื่อมั่นในตนเอง ต้องการที่จะลงมาลงสมัครด้วยตัวเอง ภายหลังจากได้คลุกคลีและหลังจากเห็นผู้ใกล้ชิดมีบทบาทมาแล้ว ทั้งนี้พบว่าสมาชิกสภา อบต. สตรี จำนวน 5 คน ที่มีความต้องการ มีความสนใจลงสมัครรับเลือกตั้ง เนื่องจากได้รับอิทธิพลจากบุคคลใกล้ชิดที่มีความเกี่ยวพันทางการเมือง

สรุปได้ว่าความต้องการส่วนบุคคลที่เกิดจากความต้องการพิสูจน์ความสามารถตนเองด้านการเป็นผู้นำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับสตรีที่เคยมีหรือมีประสบการณ์ทางการเมือง หรือด้านการเป็นผู้นำมาก่อน เป็นประเด็นที่มีส่วนทำให้สตรีตัดสินใจเข้ามามีบทบาททางการเมืองมากที่สุดและประเด็นที่เข้ามาเพื่อต้องการรู้เรื่องเกี่ยวกับองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) รวมทั้งมีบุคคลใกล้ชิดเกี่ยวพันทางการเมือง เป็นประเด็นรองลงมา โดยสตรีส่วนใหญ่ที่มีภูมิหลังเห็นว่าสิ่งที่ผลักดันและเป็นแรงจูงใจให้ต้องการเข้ามามีบทบาททางการเมืองเพราะตนเองเคยทำงานด้านการพัฒนามาก่อน รวมทั้งการได้ช่วยเหลือและคลุกคลีกับชาวบ้านมาก่อนทำให้มั่นใจว่าตนเองสามารถทำงานลักษณะนี้ได้

(3) ปัจจัยที่เกิดจากแรงกดดันที่ได้รับ ประกอบด้วย

- ไม่ได้รับความเป็นธรรมในเรื่องการพัฒนางานสตรี

การที่สตรีตัดสินใจลงสมัคร อบต. เกิดจากแรงกดดันจากการที่ไม่ได้รับความเป็นธรรมหรือไม่ได้รับการเหลียวแลในงานพัฒนาสตรีที่ตนเองอยากให้มีเท่าที่ควร จึงมีความคิดว่าถ้ามีตำแหน่งหรือบทบาทมากกว่าที่เป็นอยู่ จะสามารถเชื่อมต่อการทำงานพัฒนาด้านสตรีได้มากยิ่งขึ้น ส่งผลให้สามารถผลักดันให้สตรีในหมู่บ้านได้รับการพัฒนาด้านต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น จากการศึกษาพบว่าสมาชิกสภา อบต. สตรีจำนวน 3 คน ที่ตัดสินใจลงสมัครส่วนหนึ่ง เนื่องจากเหตุผลนี้

- ความไม่พอใจในการทำงานของผู้นำ

เป็นแรงกดดันที่เกิดจากความไม่พอใจในการทำงานที่ไม่ก้าวหน้าของผู้นำหมู่บ้าน พบว่ามีสมาชิกสภา อบต. สตรี จำนวน 4 คน ที่มีแนวคิดและเหตุผลคล้ายกันว่าตัดสินใจลงสมัครอบต. เนื่องจากเหตุผลดังกล่าวนี้

- ไม่มีโอกาสที่จะเข้ามาพัฒนาเท่าที่ควร

มีสมาชิกสภา อบต. สตรีจำนวน 4 คน ที่ต้องการมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือและพัฒนาหมู่บ้าน แต่ต้องพบกับอุปสรรคคือขาดโอกาสที่จะเข้ามาทำในจุดที่ต้องการเท่าที่ควรจึงเกิดแรงกดดันและคิดว่าถ้าตนเองมีโอกาสมากกว่านี้คงได้ทำเพื่อชาวบ้านได้พัฒนาหมู่บ้านเท่าที่ควรจะเป็นได้

จากการศึกษาพบว่า มีสตรี 2 กลุ่มที่ขาดโอกาสดังกล่าว กลุ่มแรก เป็นกลุ่มที่มีโอกาสมีประสบการณ์ที่ได้จากการพบเห็นความเจริญจากที่อื่นและต้องการให้หมู่บ้านที่ตนเองอยู่ได้รับการพัฒนาเช่นที่พบมา

ส่วนกลุ่มที่ 2 พบว่ามีประสบการณ์โดยตรงที่เคยถูกตัดโอกาสจากเจ้าหน้าที่และระเบียบของทางราชการเพราะไม่ได้มีตำแหน่งหรือมีบทบาทที่จะช่วยชาวบ้านได้

สรุปได้ว่าทั้ง 3 ประเด็นมีความสำคัญเท่า ๆ กัน ในการที่มีส่วนทำให้สมาชิกสภา อบต. สตรีเกิดแรงกดดัน จนทำให้ตัดสินใจลงสมัครรับเลือกตั้ง

สรุปว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงสมัครรับเลือกตั้งของสมาชิกสภา อบต. สตรี ประกอบไปด้วยปัจจัยด้านความต้องการส่วนบุคคล ซึ่งเมื่อพิจารณาถือได้ว่าเป็นปัจจัยภายในหรือปัจจัยที่เกิดจากตัวสตรีเอง และปัจจัยภายนอกซึ่งได้แก่เกิดจากการได้รับแรงกดดันในด้านต่าง ๆ รวมทั้งการได้รับแรงสนับสนุนจากบุคคลในครอบครัวหรือบุคคลอื่น ซึ่งการศึกษาครั้งนี้พบว่าปัจจัยที่ได้รับแรงสนับสนุนจากบุคคลต่างๆ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลทำให้ตัดสินใจลงสมัครมากที่สุด

2. สื่อที่สมาชิกสภา อบต. เลือกใช้ในการรณรงค์หาเสียง

จากการศึกษาพบว่าสื่อที่สตรีซึ่งเป็นสมาชิกสภา อบต. ใช้ในการหาเสียงสรุปได้ดังนี้

(1) สื่อบุคคล

จากการศึกษาพบว่าสมาชิกสภา อบต. สตรี จำนวน 30 คน เลือกใช้สื่อประเภทนี้เป็นสื่อหลักในการรณรงค์หาเสียง ทั้งนี้สื่อที่เป็นตัวบุคคลที่ใช้ได้แก่ ตัวผู้สมัครรับเลือกตั้งเอง บุคคลใกล้ชิดผู้สมัคร เช่น พี่น้อง บิดามารดา สามี กลุ่มแม่บ้านสตรี เพื่อนฝูง โดยสามารถแบ่งวิธีการใช้สื่อบุคคลของสมาชิกสภา อบต. สตรี ได้ดังนี้

1. การเข้าถึงตัวผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง หรือเป็นการสื่อสารในรูปแบบที่เรียกว่า การเคาะประตูบ้าน (Knock Door) เป็นลักษณะที่ตัวผู้สมัครหรือบุคคลใกล้ชิดตัวผู้สมัครเดินเข้าเยี่ยมผู้มีสิทธิออกเสียงถึงบ้านโดยส่วนใหญ่จะมีการวางแผนไว้ล่วงหน้าว่าช่วงระยะเวลาในการหาเสียงที่มีอยู่เมื่อเทียบกับจำนวนหลังคาเรือนและที่ตั้งของแต่ละหลังคาเรือนจะต้องเดินอย่างไรและใช้เวลาอย่างน้อยแค่ไหน จากการศึกษพบว่าสมาชิกสภา อบต. สตรี จำนวน 22 คน ที่ใช้การหาเสียงในรูปแบบนี้
2. การแบ่งคุ้ม (เขต) เดินหาเสียง การหาเสียงในลักษณะนี้ ผู้สมัครหรือบุคคลใกล้ชิดจะไม่เดินตามบ้านเป็นหลังๆ ไป แต่ตัวผู้สมัครหรือบุคคลใกล้ชิดจะวางแผนร่วมกัน โดยให้ญาติหรือบุคคลใกล้ชิดช่วยหาเสียงให้ก่อนในฐานะที่เป็นผู้อาศัยหรืออยู่บริเวณใกล้เคียงกับคุ้ม (เขต) ที่ตนเองได้รับผิดชอบ โดยจะเป็นลักษณะการหาเสียงแบบเปิดทางให้ก่อน เป็นผู้ประสานงาน เป็นหูเป็นตาให้ในช่วงการรณรงค์หาเสียง จากนั้นตัวผู้สมัครเองอาจจะมาพบหรือไม่มาพบ ผู้มีสิทธิออกเสียงตามคุ้มต่างๆ เมื่อใกล้โค้งสุดท้ายของการเลือกตั้งก็ได้ จากการศึกษพบว่า มีสมาชิกสภา อบต. สตรี จำนวน 8 คนที่ใช้การหาเสียงรูปแบบนี้
3. การปราศรัยหาเสียง การปราศรัยหาเสียงในระดับ อบต. ที่พบส่วนใหญ่จะจัดปราศรัยขึ้นโดยผู้นำหมู่บ้าน เพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้สมัครทุกคนได้พูดหาเสียงกับชาวบ้าน ซึ่งที่พบมักเกิดกับหมู่บ้านที่มีผู้สมัครจำนวนมาก หรือเป็นหมู่บ้านที่มีจำนวนหลังคาเรือนค่อนข้างมาก นอกจากนี้ยังพบว่า มีวิธีการปราศรัยในลักษณะการปราศรัยกลุ่มย่อยโดยตัวผู้สมัครเป็นผู้จัดปราศรัยขึ้นเอง กำหนดจุดปราศรัยในหมู่บ้านขึ้นมา เมื่อใกล้ถึงวันเลือกตั้งก็จัดปราศรัย

ตามจุดแต่ละจุดที่ได้กำหนดไว้ จากการศึกษาพบว่ามีผู้สมัครเพียง 4 คนเท่านั้นที่ใช้สื่อบุคคลในรูปแบบของการปราศรัยหาเสียง

4. การ.=โอกาสในการหาเสียง เป็นวิธีการใช้สื่อบุคคลอย่างไม่เป็นทางการ คือเป็นการใช้สื่อบุคคลไม่ว่าจะเป็นตัวผู้สมัครหรือผู้ใกล้ชิดในลักษณะไม่ได้ตั้งใจไม่ได้วางแผน โดยจากการศึกษาพบลักษณะที่ปรากฏ คือ เป็นการพูดบอกแบบไม่ตั้งใจ ทักทายตามโอกาส เช่น เดิน หรือ ขับรถไปซื้อของแล้วเจอก็บอก หรือไปร่วมงานกุศล งานประเพณี เจอก็บอกเป็นคน ๆ ไป

สรุปได้ว่าการใช้สื่อบุคคลแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือใช้อย่างเป็นทางการได้แก่ การเดินเคาะประตูบ้าน การแบ่งคุ่ม(เขต)หาเสียง การปราศรัย ส่วนการใช้อย่างไม่เป็นทางการคือการใช้โอกาสในการหาเสียง

(2) สื่อเฉพาะกิจ

จากการศึกษาเรื่องของการเลือกใช้สื่อในการรณรงค์หาเสียงท้องถิ่น ระดับ อบต. พบว่ารูปแบบของสื่อเฉพาะกิจที่ปรากฏจะมีลักษณะที่ไม่ยุ่งยาก ใช้ง่าย การได้มาของสื่อสามารถว่าจ้างหรือทำเองได้ ไม่ยาก ค่าวัสดุสื่อราคาไม่แพง หรือทำในลักษณะนำวัสดุเก่ากลับมาใช้ใหม่ ซึ่งแน่นอนว่าราคาของสื่ออยู่ในระดับไม่สูง สื่อเฉพาะกิจที่ปรากฏให้เห็นในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แผ่นป้าย โปสเตอร์ บัตรแข็ง รถติดเครื่องขยายเสียงเคลื่อนที่

- แผ่นป้าย มีลักษณะป้ายจะเรียบง่ายธรรมดา มีทั้งเป็นกระดาษแข็ง และไม่อัดข้อความที่ปรากฏในแผ่นป้ายส่วนใหญ่ที่เน้นจะเป็น ชื่อ เบอร์ คำขวัญ จะไม่นิยมติดรูปเนื่องจากการทำรูปติดแผ่นป้ายต้องใช้รูปขนาดใหญ่ ซึ่งทำให้เสียค่าใช้จ่ายสูง ทั้งนี้มีเหตุผลว่าการทำสื่อลักษณะนี้ นอกจากจะทำให้ป้ายเด่นแล้ว ชาวบ้านผ่านไปมาจะเห็นว่าตัวผู้สมัครมีความจริงจังในการหาเสียงครั้งนี้ อย่างไรก็ตามพบว่ามีสมาชิกสภา อบต.สตรี เพียงไม่กี่คน ที่ทำแผ่นป้ายจากแผ่นไม้อัด โดยนอกจากจะมีชื่อ มีเบอร์แล้วยังมีรูปติดด้วยซึ่งก็เป็นรูปเดียวกับที่ติดบัตรแข็ง แต่นำไปขยายเป็นขนาดเอสี่ จากการศึกษาพบว่ามีสมาชิกสภา อบต. สตรี จำนวน 14 คน ที่หาเสียงโดยการใช้แผ่นป้ายเป็นสื่อ

- ใบปลิว ส่วนใหญ่ลักษณะใบปลิวที่ใช้พบว่า มีลักษณะเรียบง่าย มีกระบวนการขั้นตอนการทำงานง่าย พิมพ์สีเดียวหรือถ่ายเอกสาร ไม่ต้องลงทุนอะไรมาก บ้างก็จ้างพิมพ์ บ้างก็มีญาติหรือบุคคลใกล้ชิดช่วยทำให้ โดยจำนวนที่ทำส่วนใหญ่จะใช้เกณฑ์ตามจำนวนหลังคาเรือนที่เป็นเช่นนี้เพราะเมื่อพิจารณาถึงรูปแบบการกระจายสื่อพบว่าในการหาเสียงครั้งนี้ ใบปลิวไม่เพียงแต่ใช้ติดแบบกระจายตามบ้านคน ต้นไม้ เสาไฟฟ้า ทุ่งข้าว เท่านั้น แต่มีบางส่วนที่ใช้แจกตอนคนเดินพูดหาเสียงอีกด้วย ขนาดส่วนใหญ่มีขนาด เอสี่ มี ชื่อ เบอร์ รูปและข้อความที่เป็นคำขวัญหรือคุณสมบัติของผู้สมัคร จากการศึกษาพบว่า มีสมาชิกสภา อบต. สตรี จำนวน 11 คน ที่ใช้ใบปลิวช่วยในการหาเสียง

- บัตรแข็งหรือ บัตรเล็ก หรือบัตรพก เมื่อพิจารณารูปแบบของบัตรแข็งส่วนใหญ่จะมีชื่อ เบอร์และติดรูปด้วย อย่างไรก็ตามพบว่า ส่วนใหญ่บัตรแข็งจะจ้างพิมพ์ โดยพิมพ์สีเดียวหรือสองสีเท่านั้น รูปที่ติดจะมีทั้งการใช้รูปถ่ายขนาดประมาณ 1 นิ้ว ติดลงบัตร ที่พิมพ์ออกมาเรียบร้อยแล้ว กับการใช้ วิธีติดรูปลงต้นฉบับพิมพ์แล้วถ่ายเอกสารออกมา จำนวนพิมพ์ส่วนใหญ่พิมพ์โดยใช้เกณฑ์คาดคะเนตามจำนวนผู้มีสิทธิออก เสียงเลือกตั้ง ส่วนลักษณะการกระจายสื่อชนิดนี้ จะแจกด้วยตัวเองบ้างหรือให้ญาติผู้ใกล้ชิดช่วยแจกให้บ้าง โดยจะแจกช่วงการหาเสียงช่วงแรก แต่ที่นิยมจะแจกโค้งสุดท้ายของการเลือกตั้ง หรือการแจกก่อนวันเลือกตั้ง 1 วัน จากการศึกษาพบว่า มีสมาชิกสภา อบต.สตรี จำนวน 9 คน ที่ใช้บัตรแข็งช่วยในการหาเสียง

- รถติดเครื่องขยายเสียงเคลื่อนที่ หรือรถแห่ แม้ว่าจะเป็นการหาเสียงในระดับหมู่บ้านแต่ก็พบว่ามีการนำรถติดเครื่องกระจายเสียงเคลื่อนที่มาใช้เพื่อในการหาเสียงด้วย เพื่อเป็นการตอกย้ำชื่อและเบอร์ รวมทั้งเป็นการบอกให้ชาวบ้านออกไปใช้สิทธิให้มากด้วย การวิจัยครั้งนี้พบว่า มีสมาชิกสภา อบต.สตรี จำนวน 3 คน ที่ใช้สื่อนี้โดยจะนิยมใช้ในโค้งสุดท้ายของการเลือกตั้ง

(3) สื่อชุมชน

ในการรณรงค์หาเสียงนอกจากสื่อต่างๆ ที่กล่าวมายังพบว่าการนำสื่อชุมชนที่เรียกว่า หอกระจายข่าว มาใช้ด้วย

- หอกระจายข่าว เป็นสื่อชุมชนชนิดหนึ่งที่ผู้สมัครใช้เป็นเครื่องมือในการหาเสียง โดยไม่ได้เสียค่าสื่อ จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า มีสมาชิกสภา อบต. สตรีเพียงคนเดียวเท่านั้นที่

รณรงคหาลเสียงผ่านหอกระจายข่าวของหมู่บ้าน ซึ่งการได้มีโอกาสหาเสียงผ่านสื่อชนิดนี้เนื่องจากทางหมู่บ้านเปิดโอกาสให้ผู้สมัคร อบต.ทุกคนหาเสียงผ่านสื่อชนิดนี้

สรุปมีสื่อหลายประเภทที่สตรีซึ่งเป็นสมาชิกสภา อบต. สตรีเลือกใช้ในการรณรงคหาลเสียงเลือกตั้งครั้งนี้ ทั้งนี้พบว่าเลือกใช้สื่อบุคคลเป็นสื่อหลักในการหาเสียงและจะเลือกวิธีการเดินเข้าถึงตัวผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งมากที่สุด ส่วน สื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจ ไม่ว่าจะเป็นใบปลิว ป้าย บัตรแข็ง เลือกใช้ในลักษณะเป็นสื่อสนับสนุนมากกว่า แสดงให้เห็นว่าการรณรงคหาลเสียงเลือกตั้งของสมาชิกสภา อบต. สตรี ครั้งนี้พบว่าทั้งหมดให้ความสำคัญกับการใช้ตัวบุคคลเป็นสื่อหลัก

3. กลยุทธ์การใช้สื่อในการรณรงคหาลเสียง

จากการศึกษาสรุปกลยุทธ์การใช้สื่อ ของสมาชิกสภา อบต.สตรีได้ดังนี้

(ก) กลยุทธ์การเลือกให้สื่อ ประกอบด้วย

1. การนำสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจมาใช้ร่วมกัน ได้แก่

- ใช้วิธีการเคาะประตูบ้าน การให้โอกาส การปราศรัย แผ่นป้าย ใบปลิว บัตรแข็ง และรถติดเครื่องขยายเสียงเคลื่อนที่

จากการศึกษาพบว่ามีสมาชิกสภา อบต. สตรี จำนวน 9 คน ที่รณรงคหาลเสียงเลือกตั้งโดยนำสื่อในรูปแบบต่างๆ มาใช้ร่วมกันมากที่สุด และพบว่าให้ความสำคัญกับสื่อบุคคลในลักษณะการเดินเคาะประตูบ้านมากที่สุด รองลงมาคือการปราศรัย และการให้โอกาส ส่วนสื่อเฉพาะกิจจะให้ความสำคัญในแง่ของการเป็นสื่อสนับสนุน โดยสื่อเฉพาะกิจที่นิยมใช้ได้แก่แผ่นป้าย ใบปลิว บัตรแข็ง และการใช้รถติดเครื่องขยายเสียงเคลื่อนที่ หรือรถแห่ ตามลำดับ

- ใช้วิธีการเคาะประตูบ้าน การให้โอกาส การปราศรัย แผ่นป้าย และใบปลิว

จากการศึกษาพบว่ามีสมาชิกสภา อบต. สตรีจำนวน 9 คน ที่รณรงคหาลเสียงโดยใช้วิธีการเคาะประตูบ้าน การให้โอกาส การปราศรัย แผ่นป้าย และใบปลิวร่วมกัน ทั้งนี้ยังคงให้

ความสำคัญกับสื่อบุคคลในลักษณะเป็นสื่อหลัก และสื่อเฉพาะกิจนำมาใช้ในลักษณะเป็นสื่อสนับสนุน

- ใ้วิธีการเคาะประตูบ้าน การใช้โอกาส และบัตรแข็ง

จากการศึกษาพบว่า มี อบต. ลตรี เพียงคนเดียวที่มีวิธีการหรือกลยุทธ์การหาเสียง โดยใช้วิธีการเคาะประตูบ้านกับชาวบ้านทุกหลังในเวลาเย็น เป็นการเดินคุยแบบไม่ได้วางแผน หรือแบ่งเขตการเดินแต่ละวัน แต่นักจะไปหลังไหนก็ไป หลังจากนั้นเมื่อใกล้ถึงวันเลือกตั้ง ก็จะไปเคาะประตูบ้านอีกครั้งโดยจะนำบัตรแข็งมาแจกด้วย

2. การเลือกใช้เฉพาะสื่อบุคคล

ถือว่าเป็นวิธีการพื้นฐานและใช้กันมากที่สุด คือการใช้สื่อบุคคล ทั้งนี้พบว่า มีสมาชิกสภา อบต. ลตรี จำนวน 11 คน ที่ใช้สื่อชนิดเดียวในการหาเสียงครั้งนี้ ส่วนใหญ่พบว่าในช่วงแรกที่เริ่มหาเสียงจะเดินหาเสียงแบบเคาะประตูบ้านด้วยตัวเอง และเมื่อใกล้โค้งสุดท้ายของการหาเสียง ก็จะเดินย่ำอีกรอบเพื่อเตือนความจำให้แก่ชาวบ้านเป็นลักษณะการใช้ตนเองเป็นสื่อในการเตือนความจำโดยไม่ใช้สื่อสนับสนุนอื่นช่วย

(ข) กลยุทธ์การใช้สื่อมานำเสนอ ประกอบด้วย

1. กลยุทธ์การใช้สื่อเพื่อเปิดตัว ได้แก่

- กลยุทธ์การใช้โอกาส

เป็นการหาเสียงโดยอาศัยโอกาส ถือเป็นการใช้สื่อบุคคลเปิดตัวในการหาเสียง ในลักษณะที่ไม่เป็นทางการ เนื่องจากว่าผู้สมัครเปิดตัวโดยใช้ตัวเองเป็นสื่อในลักษณะไม่ได้วางแผน คือเมื่อมีโอกาสพบเจอใครโดยบังเอิญนอกบ้านหรือมาพบที่บ้านก็จะบอกว่าตนเองลงสมัครได้เบอร์นี้ ยังไงขอให้เลือกด้วย นอกจากนี้ยังพบว่าในช่วงระหว่างรณรงค์หาเสียงผู้สมัครบางคนมีโอกาสร่วมงานบุญประเพณี งานการกุศลโรงเรียน และเมื่อได้พบเพื่อนฝูงหรือคนรู้จักก็จะบอกในลักษณะเดียวกัน จากนั้นก็จะเป็นกลยุทธ์ที่แตกต่างกันไป จากการศึกษพบว่า มีสมาชิกสภา อบต. ลตรี จำนวน 8 คน ที่เปิดตัวโดยการใช้โอกาส

- กลวิธีการอาศัยกลุ่มสนับสนุน

เป็นการหาเสียงโดยอาศัยสมาชิกแม่บ้านสตรี หรือให้คนสนิทไม่ว่าจะเป็น สามี ญาติ เพื่อนบ้านที่สนับสนุนช่วยหาเสียงเปิดทางให้ก่อน กรณีนี้ส่วนใหญ่จะพบกับ อบต. ที่มีกลุ่มแม่บ้าน สตรีสนับสนุน โดยตัวผู้สมัครเองจะวางแผนให้กลุ่มแม่บ้านสตรี หรือญาติพี่น้องไปหาเสียงให้ก่อน ในแต่ละคุ้ม(เขต) ที่ตนเองรับผิดชอบเป็นการไปพูดเปิดทางให้ก่อน นอกจากนี้ยังถือเป็นการหยั่ง เสียงให้ด้วย คือให้แม่บ้านเป็นหูเป็นตาให้ว่าช่วงรณรงค์หาเสียงนี้ เสียงของผู้สมัครอยู่ในขั้นไหน ต้องแก้ไขอย่างไร คุ้ม(เขต)ใดมีปัญหาในเรื่องของการถูกโจมตีจากผู้สมัครคู่แข่ง ประเด็นที่ถูกโจมตีคือประเด็นใด สิ่งเหล่านี้ตัวผู้สมัครจะสอบถามจากกลุ่มแม่บ้านสตรีหรือกลุ่มแม่บ้านสตรีมาแจ้ง ให้ทราบในช่วงการรณรงค์หาเสียงเพื่อที่จะได้หาทางแก้ไขต่อไป จากการศึกษาพบว่ามีสมาชิก สภา อบต. สตรีจำนวน 2 คน ที่เปิดตัวโดยการให้กลุ่มสนับสนุนช่วย

- กลวิธีการเปิดตัวโดยใช้ป้าย

นอกจากนี้ยังพบว่ายังมีสมาชิกสภา อบต. สตรีใช้ป้ายเป็นสื่อในการเปิดตัวจำนวน 9 คน โดยติดหรือตั้งป้ายตามจุดศูนย์กลางของหมู่บ้าน เช่น บริเวณหน้าวัด ศาลากลางบ้าน หน้า บ้านผู้ใหญ่บ้าน หรือบริเวณที่ผู้คนสัญจรไปมาเป็นประจำ

- กลวิธีการเปิดตัวโดยใช้ใบปลิว

จากการศึกษาพบว่ามีสมาชิกสภา อบต. สตรีที่นำใบปลิวมาเป็นสื่อในการเปิดตัว จำนวน 2 คน โดยมีกลยุทธ์หรือวิธีการคือ การเดินติดใบปลิวด้วยตนเอง หรือการมอบหมายให้ สมาชิกกลุ่มที่สนับสนุนตน(ส่วนใหญ่เป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านสตรีด้วยกัน) ช่วยติดให้ทุก จุดกระจายทั่วหมู่บ้านโดยติดตามเสาไฟฟ้า ต้นไม้ รั้วข้าว(ซึ่งนิยมสร้างรั้วข้าวไว้หน้าบ้าน) โดยมีการวางแผนร่วมกันให้แม่บ้านแต่ละคนไปติดแต่ละคุ้ม(เขต) ที่ตนเองรับผิดชอบ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นที่อาศัยและมีความคุ้นเคยกันดี หลังจากนั้นตัวผู้สมัครเริ่มเดินหาเสียงในรอบแรกโดยจะเดิน เข้าเยี่ยมหรือพูดคุยกับชาวบ้านทุกหลังก่อน ซึ่งมีการวางแผนการเดินทางไว้ล่วงหน้าว่าแต่ละวันไปคุ้ม ไหนก่อนเพื่อจะสามารถเดินได้ครบ และครอบคลุมตามที่ตั้งใจไว้ ภายในเวลาที่ตนเองกำหนดการ เดินรอบแรกต้องเดินด้วยตัวเองทุกครั้ง และต้องไปให้ครบทุกหลังคาเรือน แม้จะเป็นบ้านหรือคุ้มที่ ผู้สมัครคู่แข่งอาศัยอยู่ก็ตาม การเลือกเดินจะเลือกเดินเวลาเย็นเป็นส่วนใหญ่เนื่องจากชาวบ้านกลับจากทำงาน ทำไร่ ซึ่งทำให้มีโอกาสเจอชาวบ้านมากกว่าเวลาอื่น

2. กลยุทธ์การใช้สื่อเพื่อตอกย้ำ ได้แก่

- กลยุทธ์การเดินทางเคาะประตูบ้าน

จากการศึกษาพบว่า มีสมาชิกสภา อบต.ลตริ จำนวน 4 คน ที่ใช้สื่อบุคคลโดยการเดินทางเคาะประตูบ้านเพื่อตอกย้ำให้ผู้มีสิทธิ์ออกเสียงเลือกตั้งจำชื่อและเบอร์ของตนได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับผู้ที่มีสิทธิ์ออกเสียงที่เป็นคนเฒ่า คนแก่ การตอกย้ำนี้ยังเพื่อป้องกันไม่ให้ผู้มีสิทธิ์ออกเสียงลับสนระหว่าง ตัวผู้สมัครกับผู้สมัครคู่แข่งได้

- กลยุทธ์การแบ่งคุ้ม (เขต) เดินหาเสียง

เป็นการใช้สื่อบุคคลไม่ว่าจะเป็นตัวผู้สมัครเองหรือผู้ใกล้ชิดที่สนับสนุนไปเดินเข้าพูดคุยกับชาวบ้านในโค้งสุดท้ายของการเลือกตั้ง โดยจะไม่เดินทุกหลังคาเรือน แต่จะเดินเฉพาะคุ้ม(เขต) ซึ่งส่วนใหญ่การที่เลือกเดินเป็นคุ้มก็เนื่องมาจากตัวผู้สมัครเองเป็นผู้วางแผนให้ผู้สนับสนุนตนไปเปิดทางให้ในตอนแรก ในฐานะที่ผู้สนับสนุนอาศัยอยู่บริเวณคุ้มดังกล่าว โดยผู้สนับสนุนจะทำหน้าที่คอยเป็นหูเป็นตาให้ว่าช่วงระหว่างหาเสียง เสียงเป็นยังไง คุ้มไหนจุดไหนถูกใจมติเรื่องอะไร การเดินตอกย้ำโค้งสุดท้ายของการเลือกตั้งกล่าวได้ว่านอกจากจะป้องกันการลืมแล้วยังเพื่อแก้ข้อสงสัย หรือช่วยสร้างความเข้าใจให้กับชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในจุดที่โดนคู่แข่งโจมตีไว้ จากการศึกษพบว่า มีสมาชิกสภา อบต.ลตริ จำนวน 6 คนที่ใช้วิธีการนี้

- กลยุทธ์การเดินทางเคาะประตูบ้านพร้อมแจกบัตรแข็ง

เป็นกลยุทธ์การนำสื่อมาใช้เพื่อตอกย้ำอีกวิธีหนึ่งที่นำสื่อเฉพาะกิจมาเป็นตัวช่วยสนับสนุนสื่อบุคคล ในลักษณะช่วยให้เกิดความมั่นใจว่าผู้มีสิทธิ์ออกเสียงจะจำเบอร์ได้แน่นอน เพราะมีสื่อที่เป็นลายลักษณ์อักษรมอบให้ จากการศึกษพบว่า มีสมาชิกสภา อบต.ลตริ จำนวน 5 คน ที่ใช้วิธีการนี้ตอกย้ำในช่วงโค้งสุดท้ายของการเลือกตั้ง

- กลยุทธ์การปราศรัย

เป็นการนำสื่อบุคคลอีกลักษณะมาใช้ เพื่อตอกย้ำให้ชาวบ้านจดจำชื่อและเบอร์ตนเองให้ได้มากที่สุด ในลักษณะของการแสดงให้ชาวบ้านเห็นบุคลิก การพูดคุยหน้าชุมชน กล่าวแสดงออกของผู้สมัคร และถือเป็นโอกาสที่ผู้สมัครจะได้สร้างความประทับใจแก่ผู้ลงคะแนนเสียง

ด้วย นอกจากนี้การประชาสัมพันธ์เป็นโอกาสที่ผู้สมัครจะได้พูดถึงแนวทางที่จะเข้ามาทำงานพัฒนาหมู่บ้านและจุดที่แจ้งในจุดหรือประเด็นที่ผู้สมัครโดนโจมตีมาตั้งแต่ต้นของการหาเสียงด้วย

- กลวิธีการใช้รถติดเครื่อขยายเสียงเคลื่อนที่

เป็นลักษณะการตอกย้ำให้ชาวบ้านจำชื่อและเบอร์ด้วยการประกาศรอบหมู่บ้าน พร้อมทั้งถือเป็นการกระตุ้นเชิญชวนให้ชาวบ้านออกไปใช้สิทธิ์ด้วย จากการศึกษาพบว่ามีสมาชิกสภาอบต.จำนวน 3 คน ใช้วิธีนี้ ซึ่งการใช้รถติดเครื่อขยายเสียงเคลื่อนที่นี้มีทั้งจัดขึ้นโดยหมู่บ้านและตัวผู้สมัครเป็นผู้ทำขึ้นเอง

4. เป้าหมายการใช้สื่อในการรณรงค์หาเสียงสมาชิกสภา อบต. สตรี

การศึกษาเป้าหมายการใช้สื่อในการรณรงค์หาเสียงของสมาชิกสภา อบต. สตรี เพื่อต้องการทราบผลที่สตรีต้องการให้เกิดกับตัวผู้มีสิทธิออกเสียง ในการเลือกสื่อแต่ละชนิดมาใช้ โดยสื่อที่นำมาใช้แต่ละชนิดต้องสามารถตอบสนองเป้าหมายที่ต้องการให้เกิดแก่ผู้รับสารได้ จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า อบต. สตรีเลือกสื่อแต่ละชนิดมาใช้เพื่อต้องการให้เกิด ผลที่แตกต่างกันดังนี้

(1) เพื่อต้องการให้รู้ว่าตนเองลงสมัคร อบต.

เป็นเป้าหมายที่ต้องการให้เกิดผลกับชาวบ้านผู้มีสิทธิออกเสียงในลักษณะที่ว่า ให้รู้ว่าตนเองได้ลงสมัคร อบต. ชื่อนี้ เบอร์นี้ สื่อที่เลือกใช้ได้แก่

สื่อบุคคล ใช้วิธีการใช้โอกาส การเดินเคาะประตูบ้าน และการแบ่งคุ่ม(เขต)หาเสียง โดยให้กลุ่มแม่บ้าน หรือบุคคลใกล้ชิดช่วยเดินตามคุ่มต่างๆ

สื่อเฉพาะกิจ ใช้วิธีการการติดตั้งป้ายในช่วงแรกของการรณรงค์หาเสียง การติดใบปลิวที่เน้นชื่อและเบอร์ผู้สมัคร รวมทั้ง ใช้การแจกบัตรรณรงค์ในช่วงแรกของการหาเสียง

สรุปได้ว่าจากเป้าหมายดังกล่าว เพื่อให้ผู้รับสารหรือชาวบ้านผู้มีสิทธิ์ออกเสียงรู้ว่าผู้สมัครได้ลงสมัครและได้รู้ชื่อ ผู้เบอร์ตามทีสื่อออกไปนั้นจะสัมพันธ์กับการนำกลยุทธ์การเปิดตัวมาใช้ในการรณรงค์หาเสียงของ อบต.สตรี โดยใช้ทั้ง ใบปลิว ป้าย การใช้โอกาส อาศัยกลุ่มสนับสนุน และการเดินเคาะประตูบ้าน

(2) เพื่อต้องการให้รู้จักตัวคนผู้สมัครมากขึ้น

สมาชิกสภา อบต.สตรีส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการหาเสียงต้องทำให้ชาวบ้านได้รู้จักตัวผู้สมัครให้มากกว่าเดิม แม้จะเป็นการหาเสียงระดับหมู่บ้านที่ผู้สมัครกับชาวบ้านเป็นคนบ้านเดียวกันและรู้จักกันมาก่อนก็ตามสิ่งหนึ่งที่ผู้สมัครต้องการให้เกิดกับผู้มีสิทธิ์ออกเสียงคือต้องสร้างความคุ้นเคยให้ผู้มีสิทธิ์ออกเสียงได้เห็นความตั้งใจจริงที่จะเข้ามาทำงานพัฒนา มาเป็นตัวแทนชาวบ้าน เป็นเป้าหมายที่เรียกได้ว่า "เพื่อให้เขารู้เรา" มากยิ่งขึ้น สื่อที่เลือกใช้ได้แก่

สื่อบุคคล ด้วยวิธีการเดินเคาะประตูบ้าน การทูลปราศรัย

สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่การติด ตั้งป้าย ที่มีคำขวัญในลักษณะแสดงให้เห็นถึงความตั้งใจ

(3) เพื่อต้องการให้รู้จักความสามารถ

จากการศึกษาพบว่าการศึกษาที่สมาชิกสภา อบต.สตรีเลือกสื่อต่างๆ มาใช้ในการรณรงค์หาเสียงเป้าหมายอย่างหนึ่งที่ผู้สมัครต้องการให้เกิดกับผู้รับสาร คือต้องการให้ผู้รับสารรู้ว่าผู้สมัครมีความสามารถแม้จะเป็นสตรีแต่ก็มีความสามารถในด้านงานพัฒนา เป้าหมายนี้เป็นการแสดงให้เห็นให้ผู้รับสารเห็นความสำคัญและความสามารถที่มีอยู่ของผู้สมัคร โดยจะสื่อให้เห็นว่าผู้สมัครมีความสามารถเคยทำงานด้านการพัฒนามาก่อน มีความรู้ก็ไม่น้อย สามารถที่จะทำงานพัฒนาได้เช่นเดียวกับผู้ชาย สื่อที่เลือกใช้ได้แก่

สื่อบุคคล ใช้วิธีการเดินเคาะประตูบ้าน การกล่าวปราศรัย

สื่อเฉพาะกิจ ใช้วิธีการติดใบปลิวที่มีรายละเอียดแสดงความสามารถในตัวผู้สมัคร

(4) เพื่อต้องการให้จดจำชื่อและเบอร์ของผู้สมัคร

สื่อที่สมาชิกสภา อบต.สตรีเลือกใช้ไม่ว่าจะเป็นการใช้สื่อหลายชนิดร่วมกันหรือชนิดเดียวก็ตาม มีเป้าหมายอีกประการหนึ่งที่ต้องการให้เกิดคือต้องการให้ผู้มีสิทธิ์ออกเสียงเลือกตั้งจดจำชื่อและเบอร์ของผู้สมัครให้ได้จนกระทั่งถึงวันเข้ากาบาทที่คูหาเลือกตั้ง ซึ่งสื่อที่เลือกใช้ได้แก่

สื่อบุคคลที่ใช้ร่วมกับสื่อเฉพาะกิจการเดินเคาะประตูบ้านพร้อมแจกบัตรแข็ง การแบ่งคุ้ม (เขต) หาเสียง การปราศรัย การใช้รถติดเครื่องขยายเสียงเคลื่อนที่ โดยส่วนใหญ่จะใช้ในลักษณะการตอกย้ำในโค้งสุดท้ายของการเลือกตั้ง

จากการศึกษาสรุปได้ว่าในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนั้นเป้าหมายสูงสุดของสมาชิกสภา อบต.สตรี ทุกคนคือต้องการให้ได้คะแนนเสียงมากที่สุดทั้งนี้จะเห็นว่าเป้าหมายย่อยต่าง ๆ ที่ได้กล่าวมาที่ต้องการให้เกิดกับผู้มีสิทธิ์ออกเสียงในการนำสื่อแต่ละชนิดมาใช้ของ อบต.สตรี ส่วนต้องการให้มีส่วนทำให้สามารถบรรลุเป้าหมายหลักที่ได้ตั้งไว้

5 กลยุทธ์และเป้าหมายการนำเสนอเนื้อหาสารในการรณรงค์หาเสียง

กลยุทธ์การนำเสนอเนื้อหาสารในการรณรงค์หาเสียง

สรุปได้ว่ามีวิธีการหรือกลยุทธ์การนำเสนอเนื้อหาสารในการรณรงค์หาเสียงที่แตกต่างกัน ดังนี้

(1) กลยุทธ์การเน้นชื่อ-เบอร์ของผู้สมัคร

เป็นการนำเสนอเนื้อหาสารในลักษณะตรงไปตรงมา ว่าผู้สมัครชื่ออะไร ได้เบอร์อะไร ซึ่งสื่อที่ใช้แม้จะมีข้อความอื่น ๆ ด้วยก็ตามแต่เมื่อพิจารณาถึงลักษณะที่ปรากฏพบว่า ผู้สมัครต้องการเน้นให้ผู้ออกเสียงทราบและจำชื่อกับเบอร์ผู้สมัครให้มั่น

จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่กลยุทธ์นี้จะใช้ผ่านสื่อที่เป็นใบปลิวและป้าย รองลงมาคือ บัตรแข็ง และการพูดในลักษณะอาศัยโอกาส มีสมาชิกสภา อบต.สตรีจำนวน 21 คน

(2) กลยุทธ์ไม่ลองไม่รู้

เป็นการนำเสนอเนื้อหาสารในลักษณะเน้นเหตุผลที่ผู้สมัครนำมาเสนอเพื่อให้ผู้มีสิทธิ์ออกเสียงได้คิดไตร่ตรองตามที่ผู้สมัครพูดให้ฟัง การใช้กลยุทธ์ลักษณะนี้เป็นปรากฏการณ์หนึ่งที่น่าสนใจตรงที่ว่า ตัวผู้สมัครใช้จุดเด่นของความเป็นผู้หญิงที่มีความแตกต่างจากผู้ชายในเรื่องของการเข้ามามีบทบาทในงาน อบต. โดยชี้ถึงเหตุผลทั้งที่เป็นตัวอย่างและเหตุผลอธิบายกรณีถูกชักตามกลับในสิ่งที่ตนเองพูด หรือถูกโจมตี การดึงจุดเด่นของการเป็นสตรีที่แตกต่างจากผู้ชายมาพูดไม่ว่าจะเป็น ความสามารถในการเข้าถึงผู้หลักผู้ใหญ่ ความอ่อนน้อม ความละเอียดอ่อน ความประณีตประนอม และกล้าพูดกล้าแสดงออก รวมทั้งการใช้สติปัญญา หรือคำพูดเพื่อขอความช่วยเหลือในการทำงานกรณีที่ไม่สามารถใช้แรงงานนั้นได้ อาจเรียกอีกอย่างได้ว่าเป็นกลยุทธ์การ “รู้เรา” ก็ว่าได้ กลยุทธ์นี้จะมีรูปแบบการขอเสียงกับชาวบ้านในลักษณะใช้ความอ่อนน้อมต่อมตนเข้าหาพร้อมกับพูดว่า “เลือกผู้ชายมาก็เยอะแล้ว ลองเลือกผู้หญิงดู...” และจากการศึกษาพบว่า มีสมาชิกสภา อบต.สตรี จำนวน 15 คน เลือกใช้กลยุทธ์นี้ในการนำเสนอเนื้อหาสาร ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้กับวิธีการเดินเคาะประตูบ้าน และการปราศรัย การใช้บัตรรณรงค์ตามลำดับ

(3) กลยุทธ์อย่าผูกมัดตนเอง

เป็นการนำเสนอเนื้อหาสารในลักษณะ “ไม่ให้คำมั่นสัญญา” ทั้งนี้จากการศึกษาพบว่า อบต.สตรีส่วนใหญ่มีความเห็นว่าตามปกติที่พบเห็นนักการเมืองที่เข้ามาหาเสียง มักจะให้สัญญาประชาคมกับประชาชนว่า ถ้าเลือกตนเข้ามาตนจะสร้างโน่นทำนี่ให้ ซึ่งส่วนใหญ่ที่พบก็ไม่เป็นไปตามสัญญา จุดนี้จึงทำให้สมาชิกสภา อบต. สตรีเห็นว่า การการรณรงค์หาเสียงในระดับหมู่บ้าน ซึ่งผู้สมัครจะเป็นคนในหมู่บ้าน เป็นคนที่ชาวบ้านรู้จักพบเห็นกันบ่อย ดังนั้น เนื้อหาที่พูดในการหาเสียงจะต้องไม่พูดในลักษณะที่ผูกมัดตนเองเด็ดขาด คือเป็นสิ่งที่ตนเองต้องระวังสาเหตุเนื่องมาจากว่า สมาชิกสภา อบต.สตรีส่วนใหญ่ตระหนักดีว่า ประการแรก ตนยังไม่รู้ระบบการทำงาน ในองค์การบริหารส่วนตำบลอย่างลึกซึ้งซึ่งว่า การจะนำโครงการต่าง ๆ เข้าหมู่บ้านตนเองนั้น ทิศารณาความสำคัญด้านไหนเป็นหลัก จึงไม่กล้ารับปาก ประการที่สอง เนื่องจากประสบการณ์ที่มีส.ส. หรือ ส.จ. บางคนที่ให้คำมั่นสัญญากับชาวบ้านแล้วไม่ทำตาม จะถูกตำหนิทำให้เสียชื่อและไม่ได้รับการสนับสนุนเช่นเคย และประการสุดท้าย ถ้ารับปากแล้วทำไม่ได้หรือ

ไม่ได้ทำตามรับปาก อาจจะถูกตำหนิตั้งต่อหน้าและลับหลัง ถูกทวงถามในสิ่งที่พูดไป ซึ่งทำให้ตนเองเสื่อมเสียได้

จากการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่กลยุทธ์นี้จะใช้กับวิธีการเดินเคาะประตูบ้านและพบว่า มี สมาชิกสภา อบต.สตรีจำนวน 13 คน ที่ใช้กลยุทธ์นี้มานำเสนอเนื้อหาสาระในการรณรงค์หาเสียงด้วย

(4) กลยุทธ์การสร้างภาพในอนาคต

เป็นกลยุทธ์การหาเสียงที่นำเสนอเนื้อหาสาระในลักษณะการบอกนโยบายพร้อมทั้งแนวทางการแก้ปัญหาที่กำลังประสบอยู่ เป็นการชี้ให้เห็นภาพแนวทางที่เป็นไปได้ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตว่าตัวผู้สมัครจะเข้ามาพัฒนาหมู่บ้านและแก้ปัญหาที่ชาวบ้านกำลังประสบอยู่ ทั้งนี้เนื้อหาที่พูดก็ไม่ถือว่าเป็นการพูดเพื่อผูกมัดตนเอง เพราะจะพูดในสิ่งที่คิดแล้วว่าตัวเองทำได้ นอกจากนี้เป็นการพูดชักจูงใจในลักษณะสร้างความ "อุ่นใจ" และมั่นใจให้เกิดขึ้นกับชาวบ้าน เช่นการยกประเด็นปัญหาที่ชาวบ้านกำลังประสบอยู่มาพูดพร้อมกับเสนอตัวที่จะเข้ามาช่วยแก้ไขปัญหานั้น

จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่กลยุทธ์นี้จะใช้กับวิธีการเดินเคาะประตูบ้านมากที่สุด รองลงมาคือ การสื่อผ่านแผ่นป้าย การปราศรัย โบปลิ้ว บัตรแข็ง ตามลำดับ ซึ่งพบว่ามีสมาชิกสภา อบต. สตรี จำนวน 12 คน ที่เลือกใช้กลยุทธ์การนำเสนอสารด้วยการสร้างภาพในอนาคต

(5) กลยุทธ์การขอความเห็นใจ

การขอความเห็นใจ เป็นกลยุทธ์ที่มีเนื้อหาเพื่อแสดงให้เห็นว่าผู้สมัครมีความจริงใจ และต้องการเข้ามาทำงานด้วยความตั้งใจจริง ซึ่งผู้สมัครส่วนใหญ่จะเลือกใช้กลยุทธ์นี้ในกรณีที่ถูกระบุชื่อของหรือเงินในระหว่างการรณรงค์หาเสียง ก็จะใช้วิธีการพูดเพื่อขอความเห็นใจว่าตนเองมีความบริสุทธิ์ใจในการทำงาน และไม่มียะอะไรจะให้ นอกจากความตั้งใจจริงในการทำงาน หรือกรณีที่ผู้สมัครต้องการแสดงให้เห็นถึงความใจกว้างของตัวผู้สมัคร กรณีเดินหาเสียงตามบ้าน คุ้มต่าง ๆ นั่นคือการใช้ข้อความขอกับชาวบ้านว่า "ถ้าในใจมีเบอร์หนึ่งอยู่แล้ว ก็ขอฝากเบอร์.... ด้วย" โดยเฉพาะอย่างยิ่งใช้ในกรณีที่ผู้สมัครต้องเดินหาเสียงทุกบ้าน แม้กระทั่งบ้านที่เป็นผู้สมัครคู่แข่งก็ตาม

จากการศึกษาพบว่า กลยุทธ์นี้ใช้กับวิธีการเดินเคาะประตูบ้านมากที่สุดรองลงมาคือ การปราศรัย ซึ่งมีสมาชิกสภา อบต.สตรี จำนวน 12 คน ที่เลือกกลยุทธ์นี้มาใช้ด้วย

(6) กลยุทธ์การเสนอผลงานที่ผ่านมา

เป็นการนำเสนอเนื้อหาสารในลักษณะที่ให้เห็นถึงข้อดีหรือผลงานที่ผู้สมัครได้ทำมาก่อนที่จะลงสมัคร โดยเฉพาะผลงานที่แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการพัฒนางานส่วนรวม กลยุทธ์นี้ส่วนใหญ่พบว่า จะเสนอเนื้อหาในลักษณะที่เป็นลายลักษณ์อักษรมากกว่าการเดินทูดหรือการพูดปราศรัย ทั้งนี้เพื่อเป็นหลักฐานให้ชาวบ้านเกิดความเชื่อมั่นในตัวผู้สมัครมากยิ่งขึ้นว่ามีความสามารถในงานด้านพัฒนามาก่อน จากการศึกษพบว่าส่วนใหญ่กลยุทธ์นี้จะใช้โดยผ่านสื่อที่เป็นลายลักษณ์อักษร เช่น ใบปลิว รองลงมาคือ การเดินทูด และการปราศรัย และมีสมาชิกสภา อบต. สตรี จำนวน 4 คน ที่ใช้กลยุทธ์นี้

สรุปได้ว่ากลยุทธ์การนำเสนอเนื้อหาสารในการรณรงค์หาเสียงทั้ง 6 ประเด็น ได้แก่

- (1) กลยุทธ์การเน้นชื่อ-เบอร์ของผู้สมัคร
- (2) กลยุทธ์ไม่ลงไม่รู้
- (3) กลยุทธ์อย่าผูกมัดตนเอง
- (4) กลยุทธ์การสร้างภาพในอนาคต
- (5) กลยุทธ์การขอความเห็นใจ
- (6) กลยุทธ์การเสนอผลงานที่ผ่านมา

สรุปได้ว่า อบต. สตรี จะเลือกใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ที่กล่าวมาในลักษณะผสมผสานกัน แต่ส่วนใหญ่นิยมใช้กลยุทธ์การเน้นชื่อและเบอร์มากที่สุดเนื่องจากเห็นว่าชื่อและเบอร์เป็นสิ่งสำคัญที่ต้องทำให้ผู้มีสิทธิ์ออกเสียงจำได้ เพราะแม้ว่าส่วนใหญ่ชาวบ้านที่มีสิทธิ์ออกเสียงจะรู้จักผู้สมัครแทบทุกคนอยู่แล้วเนื่องจากเป็นคนบ้านเดียวกัน แต่ต้องทำให้ชื่อและเบอร์ตนเองอยู่ในใจชาวบ้านให้ได้ ดังนั้นเนื้อหาสารส่วนใหญ่ที่พบในช่วงรณรงค์หาเสียงไม่ว่าจะใช้กลยุทธ์อะไร ต้องไม่ลืมที่จะบอกขอเสียงโดยใช้ข้อความว่า "อย่าลืมเบอร์.....นะ" ส่วนเนื้อหาที่ปรากฏในสื่ออื่นๆ ก็ จะเน้นชื่อและเบอร์ให้ชัดเจนเช่นกัน

สำหรับกลยุทธ์ที่ใช้ร้องรอมมาคือกลยุทธ์ไม่ลองไม่รู้ ซึ่งใช้กลยุทธ์นี้เป็นส่วนใหญ่ เพราะเนื่องจาก อบต.สตรีมีความระลึกอยู่เสมอว่าตนเองเป็นผู้หญิงและต้องสมัครกับคู่แข่งชั้นที่เป็นชายซึ่งมีจำนวนมากกว่า อีกทั้งในระหว่างการรณรงค์หาเสียงมักถูกโจมตีในประเด็น ว่าเป็นผู้หญิงเลือกมาทำไม จึงจำเป็นที่ อบต.สตรีต้องดึงจุดเด่นของสตรีที่มีอยู่มาสื่อให้กลุ่มเป้าหมายเห็นความสำคัญในการเลือกสตรีเข้ามาทำงานร่วมกับผู้ชาย ซึ่งข้อความที่ อบต.สตรีส่วนใหญ่นิยมใช้ คือคำว่า "ลองเลือกผู้หญิงดู" ส่วนกลยุทธ์ที่ใช้ร้องลงมาคือ กลยุทธ์อย่างผูกมัดตนเอง กลยุทธ์การสร้างภาพในอนาคต กลยุทธ์การขอความเห็นใจ และกลยุทธ์การเสนอผลงานที่ผ่านมา ตามลำดับ

เป้าหมายการนำเสนอเนื้อหาสารในการรณรงค์หาเสียง

การศึกษาเป้าหมายการนำเสนอเนื้อหาสารในการรณรงค์หาเสียง เพื่อต้องการทราบ ว่าเนื้อหาต่าง ๆ ที่สมาชิกสภา อบต.สตรีนำมาใช้หาเสียงนั้น อบต.สตรีต้องการให้เกิดผล ในด้านใด หรือต้องการโน้มน้าวใจชาวบ้านผู้มีสิทธิ์ลงคะแนนให้เกิดการตอบสนองต่อการสื่อสารนั้นอย่างไร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการที่ผู้สมัครเป็นผู้หญิง และต้องหาเสียงแข่งขันกับผู้สมัครเพศชายที่มีจำนวนมากกว่า การพูดหรือใช้ข้อความผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อให้ชาวบ้านผู้มีสิทธิ์ลงคะแนนได้รับรู้ ลักษณะ แนวคิดเกี่ยวกับตัวผู้สมัคร อันได้แก่ผลงานต่าง ๆ ที่ผ่านมา ความรู้ความสามารถที่ผู้สมัครมีอยู่ ซึ่งผู้มีสิทธิ์ลงคะแนนอาจรับรู้มาก่อนแล้วเนื่องจากเป็นคนในพื้นที่ มีผลงานที่ปรากฏบ้างแล้ว เนื้อหาที่นำเสนอเพื่อให้ผู้มีสิทธิ์ออกเสียงรู้จักตัวผู้สมัครดีขึ้น เลื่อมใสในตัวผู้สมัครและท้ายที่สุดตัดสินใจที่จะเลือกผู้สมัคร

ผลการศึกษาสามารถสรุปได้ว่าสมาชิกสภา อบต.สตรี มีเป้าหมายในการนำเสนอเนื้อหาสารดังนี้

1. เพื่อต้องการให้รู้ว่าตนเองสมัคร อบต.

เป็นการนำกลยุทธ์การเน้นชื่อและเบอร์ของผู้สมัคร สื่อผ่านแผ่นป้าย, โบปลิว หรือ บัตรแข็ง รวมทั้งบอกผ่านสื่อบุคคล คือตัวผู้สมัครเองหรือบุคคลใกล้ชิดที่หาเสียงให้ เพื่อให้รู้ว่าเราสมัคร

อบต.ได้เบอร์นี้ ถือเป็นเป้าหมายพื้นฐานที่ทุกคนต้องการให้เกิดแก่ผู้รับสาร เป็นลักษณะการให้ข่าวสารเกี่ยวกับตัวผู้สมัครในเบื้องต้น

2. เพื่อต้องการให้เกิดความเห็นอกเห็นใจ

การที่สมาชิกสภา อบต.ลตรี สื่อเนื้อหาสารในลักษณะเพื่อให้เห็นว่าผู้สมัครมีความจริงใจ และต้องการเข้ามาทำงานด้วยความตั้งใจจริงเพื่อให้ผู้มีสิทธิ์ออกเสียงได้เข้าใจถึงความตั้งใจของผู้สมัครตลอดจนเกิดความเห็นอกเห็นใจในตัวผู้สมัคร กลยุทธ์ที่นำมาใช้คือกลยุทธ์การขอความเห็นใจ เพื่อสื่อให้เห็นความสำคัญและความตั้งใจจริงของการเลือกสตรีเข้ามาทำงาน อบต.

3. เพื่อต้องการให้เห็นความสามารถของผู้สมัคร

เป็นการนำเสนอผลงานที่ผ่านมา รวมทั้งกลยุทธ์การสร้างภาพในอนาคต มาชี้ให้เห็นถึงความสำคัญที่ต้องเลือกผู้หญิงเข้ามาทำงาน อบต. ให้เห็นว่าผู้หญิงมีความสามารถในการทำงาน อบต. ได้ไม่แพ้ผู้ชาย

4. เพื่อต้องการให้ได้ประเมินและตัดสินใจเองจากเหตุผลที่ได้รับ

เป็นการนำกลยุทธ์ไม่ลองไม่รู้ กลยุทธ์การเสนอผลงานที่ผ่านมา และกลยุทธ์การสร้างภาพในอนาคตมาอธิบายให้ชาวบ้านผู้ออกเสียงได้ประเมินจากข้อมูลในด้านต่างๆ ที่ผู้สมัครให้มาเพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจว่าทำไมต้องเลือกผู้หญิงเข้ามาทำงานด้วย

5. เพื่อต้องการให้มีทัศนคติที่เห็นด้วย

เป็นการนำกลยุทธ์การขอความเห็นใจมาใช้เพื่อโน้มน้าวให้ผู้มีสิทธิ์ออกเสียงมีทัศนคติที่เห็นด้วยและยอมรับในเหตุผลต่างๆ ที่เสนอหรือได้ไร้อ้อของใจให้ทราบว่ามีตัวผู้สมัครเป็นสตรี แต่ก็สามารถทำงานลักษณะนี้ได้เท่ากับบุรุษ

สรุปได้ว่า เป้าหมายการนำเสนอเนื้อหาสาระในการรณรงค์หาเสียง ของสมาชิกสภา อบต.สตรี ที่พบนั้นเป็นสิ่งที่ อบต.สตรีต้องการให้เกิดกับผู้รับสารในช่วงที่ทำการรณรงค์หาเสียง ทั้งนี้เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายสูงสุดที่ตั้งไว้คือ การได้รับเลือกตั้ง

6. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อในการรณรงค์หาเสียงของสมาชิกสภา อบต. สตรี

จากการศึกษาสรุปได้ว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อในการรณรงค์หาเสียง ของสมาชิกสภา อบต. สตรีมีอยู่ 4 ประการ ดังนี้

- (1) เลือกใช้สื่อเนื่องจากคำนึงถึงคุณสมบัติของสื่อ
- (2) เลือกใช้สื่อเนื่องจากได้รับการสนับสนุนจากบุคคลต่างๆ
- (3) เลือกใช้สื่อเนื่องจากได้รับอิทธิพลจากผู้อื่น
- (3) เลือกใช้สื่อเนื่องจากได้รับอิทธิพลจากการฝึกอบรม

(1) เลือกใช้สื่อเนื่องจากคำนึงถึงคุณสมบัติของสื่อ ประกอบด้วย

- คุณสมบัติของสื่อเหมาะที่จะใช้กับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

เป็นการนำสื่อชนิดต่างๆ มาใช้โดย อบต.สตรีมีแนวคิดที่ว่าสื่อ นั้นจะสามารถช่วยแก้ สถานการณ์ฉุกเฉินที่อาจเกิดขึ้นได้ เช่น กรณีที่ถูกโจมตีจากผู้สมัครคู่แข่งที่เป็นชายในเรื่องของเพศ หรือการศึกษา ซึ่งส่วนใหญ่พบว่า เมื่ออบต.สตรีถูกโจมตีในเรื่องดังกล่าวจะไม่ตอบโต้ในทันที แต่ จะนำไปพูดให้เกิดความเข้าใจในช่วงของการเดินหาเสียงตามบ้าน หรือตามคุ้มที่มีปัญหา หรือ กรณีที่มีกลุ่มแม่บ้านที่ช่วยหาเสียงแจ้งให้ทราบว่าชาวบ้านร้องขอให้แจกเงินเหมือนผู้สมัครคนอื่น บ้าง ตัวอบต.สตรีก็จะใช้วิธีพูดผ่านแม่บ้านเพื่อให้เป็นสื่อไปบอกไปชี้แจงเหตุผล หรือตัวผู้สมัคร เดินบอกชาวบ้านในจุดที่มีปัญหาเรื่องการเรียกขอเงินด้วยตนเอง การใช้วิธีการพูดแทนสื่ออื่น เพราะสามารถกล่าวชี้แจงหรือยกตัวอย่างเหตุผลให้ชาวบ้านเห็นถึงข้อดี-ข้อเสียของการเรียกร้อง ดังกล่าวได้ทันที

นอกจากนี้ยังใช้สื่อเนื่องจากพิจารณาเห็นว่าสถานการณ์การเลือกตั้งไม่เข้มข้น มีผู้สมัครคู่แข่งน้อย รวมทั้ง ตัวอบต.สตรีเองมีผู้สนับสนุนหรือญาติพี่น้องมากมาย จึงเลือกใช้สื่อ

เฉพาะอย่างและไม่หลากหลาย เพราะเห็นว่าอย่างน้อยก็มีปัจจัยอื่นๆ ที่มีส่วนทำให้มีโอกาสได้รับเลือกตั้งสูงอยู่แล้ว จากการศึกษาพบว่ามีสมาชิกสภา อบต.สตรี จำนวน 17 คนที่เลือกใช้สื่อเนื่องจากเหตุผลดังกล่าว

-คุณสมบัติของสื่อเหมาะกับเนื้อหาที่ต้องการบอก

เป็นการพิจารณาว่าสื่อนั้นสามารถที่จะถ่ายทอดในสิ่งที่ผู้สมัครในฐานะผู้ส่งสารต้องการบอกแก่ชาวบ้านหรือผู้รับสาร เช่น กรณีที่ผู้สมัครมีประวัติงานและผลงานที่ผ่านมาและต้องการจะสื่อให้ชาวบ้านรู้เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นก็ต้องใช้สื่อที่สามารถเป็นหลักฐานได้ว่าเป็นความจริง หรือในกรณีที่ต้องการจะบอกแนวนโยบายให้น่าสนใจโดยใช้การปราศรัยต่อหน้าชาวบ้านก็เป็นอีกวิธีที่สามารถถ่ายทอดได้ จากการศึกษาพบว่ามีสมาชิกสภา อบต. จำนวน 16 คนที่เลือกใช้สื่อเนื่องจากเหตุผลดังกล่าว

-คุณสมบัติของสื่อเหมาะกับผู้รับสาร

ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง พบว่าผู้สมัครในฐานะผู้ส่งสารบางคนเลือกใช้สื่อเนื่องจากเห็นว่าสื่อดังกล่าวเหมาะสมกับผู้รับสารที่จะทำการส่งสารด้วย การวิจัยครั้งนี้พบว่าสมาชิกสภา อบต.สตรีจำนวน 5 คนที่ตระหนักถึงคุณสมบัติข้อนี้จะเน้นสื่อที่เลือกใช้จึงต้องเลือกให้เหมาะกับผู้มีสิทธิ์ออกเสียงเลือกตั้งที่เป็นชาวบ้านที่ตนเองไปรณรงค์ด้วย เช่น คนแก่มักจะมีสติและสับสนได้ง่าย การพูดบอกย้ำ หรือใช้ตัวเลขเบอร์บนกระดาษจะสามารถช่วยให้ลดความสับสนหรือกำลั้มได้ ในขณะที่เดียวกันกับชาวบ้านบางคนที่มีปัญหาในการขอมรับสตรี หรือต่อต้านเนื่องจากเห็นว่าไม่เหมาะสม ผู้สมัครในฐานะผู้ส่งสารก็ต้องใช้ความสามารถในการพูดโน้มน้าวให้ยอมรับให้ได้

(2) ได้รับการสนับสนุนจากบุคคลต่างๆ ประกอบด้วย

การได้รับแรงสนับสนุนจากบุคคลภายในครอบครัว ได้แก่ สามี พ่อแม่ พี่น้อง ลูก ซึ่งก็มีทั้งในลักษณะช่วยเหลือหาเสียง ไปพิมพ์ใบปลิวให้ คิดข้อความใบปลิวให้ หรือทำป้าย บัตรหนึ่งให้รวมทั้งคอยให้กำลังใจ ในระหว่างที่หาเสียงด้วย

การได้รับแรงสนับสนุนจากบุคคลนอกครอบครัวแต่มีความสนิทสนมรู้จักกับผู้สมัครมาก่อน เช่นกลุ่มแม่บ้านสตรี เพื่อนฝูง ลักษณะการสนับสนุนก็ไม่แตกต่างจากกลุ่มในครอบครัวมากนัก คือ ช่วยค้นหาเสียงให้ คอยให้กำลังใจ เป็นหูเป็นตาให้

จากการศึกษาพบว่ามีสมาชิกสภา อบต.สตรีจำนวน 12 คน ที่เลือกใช้สื่อเนื่องจากได้รับการสนับสนุนจากบุคคลต่าง ๆ

(3) การเลือกใช้สื่อเนื่องจากได้รับอิทธิพลจากผู้อื่น ประกอบด้วย

- เลือกใช้สื่อในลักษณะเห็นและนำแบบอย่างจากผู้สมัครรับเลือกตั้งในการเลือกตั้งที่ผ่านมา เช่น การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร (ส.ส.) การเลือกตั้งสมาชิกสภาจังหวัด (ส.จ.) การเลือกตั้งกำนัน ผู้ใหญ่บ้าน นอกจากการนำแบบอย่างดังกล่าวมาใช้แล้ว

- เป็นการนำสื่อมาใช้เนื่องจากได้รับการบอกหรือแนะนำ จากบุคคลต่างๆ อาทิ เช่น ได้รับการแนะนำจากปลัดอำเภอ รองประธานแม่บ้าน ส.ส. เป็นต้น

จากการศึกษาพบว่า มีสมาชิกสภา อบต.สตรี จำนวน 7 คนที่เลือกใช้สื่อเนื่องจากได้รับอิทธิพลจากผู้อื่น โดยมีจำนวน 4 คนที่เห็นแบบอย่างจากผู้อื่น จำนวน 3 คนจากการได้รับคำแนะนำจากผู้อื่น

(4) เลือกใช้สื่อเนื่องจากได้รับอิทธิพลจากการฝึกอบรม

จากการศึกษาพบว่า มีสมาชิกสภา อบต.สตรีจำนวน 5 คน ที่เคยได้รับความรู้จากการฝึกอบรม ซึ่งสตรีเหล่านี้ต่างก็นำแนวทางที่ได้รับจากการฝึกอบรมมาใช้ในการเลือกสื่อแต่ละคนมาใช้ในการหาเสียง

นอกจากการได้รับอิทธิพลจากการฝึกอบรมมาใช้เป็นแนวทางเลือกใช้สื่อ และวางแผนสื่อแล้ว อบต.สตรีส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า สตรีในหมู่บ้านทุกคนไม่เพียงแต่เฉพาะผู้นำสตรี ควรเปิดโอกาสให้ได้รับการฝึกอบรมมากยิ่งขึ้น เพราะมีความจำเป็นมากในด้านสร้างความมั่นใจ ลดความกลัว ให้กล้าที่จะเข้ามามีบทบาททางการเมืองในระดับที่สูงขึ้น

กล่าวโดยสรุปปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อในการรณรงค์หาเสียงของ อบต.สตริ มี 4 ประการได้แก่ เลือกใช้สื่อเนื่องจากคำนึงถึงคุณสมบัติของสื่อ เลือกใช้สื่อเนื่องจากได้รับการสนับสนุนจากบุคคลต่างๆ เลือกใช้สื่อเนื่องจากได้รับอิทธิพลจากผู้อื่น และเลือกใช้สื่อเนื่องจากได้รับอิทธิพลจากการฝึกอบรม

ทั้งนี้พบว่าการศึกษาที่ อบต.สตริ จะเลือกใช้สื่อชนิดใดนั้น ส่วนใหญ่จะคำนึงถึงปัจจัยด้านคุณสมบัติของสื่อและปัจจัยด้านการได้รับความสนับสนุนจากบุคคลต่างๆ มากที่สุดซึ่งสตรีส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า คุณสมบัติของสื่อแต่ละตัวที่นำมาใช้ ต้องสามารถสื่อให้ผู้รับสารหรือผู้มีสิทธิ์ออกเสียงเลือกตั้งเกิดผลตามที่ต้องการได้ และสื่อที่นำมาใช้ต้องไม่ยุ่งยากและสามารถจัดหา หรือได้มาได้ง่ายด้วย รวมทั้งการได้รับการสนับสนุนด้านสื่อจากบุคคลต่างๆ ยิ่งทำให้ผู้สมัครมีความมั่นใจในการหาเสียงมากขึ้นด้วย



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อภิปรายผล

1. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงสมัครรับเลือกตั้งของสมาชิกสภา อบต. สตรี

จากการศึกษาที่พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงสมัครรับเลือกตั้งที่เกิดจากแรงสนับสนุนที่ได้รับจากบุคคลต่างๆ เช่น บุคคลในครอบครัวได้แก่ ลามี พ่อแม่ ญาติ และบุคคลอื่น เช่น ปลัด กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน แม่บ้านสตรี ชาวบ้าน ซึ่งพบว่าเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลทำให้ อบต.สตรีตัดสินใจลงสมัครมากที่สุดนั้น แสดงให้เห็นว่าปัจจุบันหลายฝ่ายไม่ว่าจะเป็นองค์กรหรือบุคคลมีความตระหนักถึงบทบาทของสตรีมากขึ้น ตัวอย่างเช่น การเปิดโอกาสของทางมหาดไทยโดยการประกาศใช้ พรบ. สภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบลขึ้นซึ่งถือเป็นการกระจายอำนาจไปสู่หน่วยการปกครองส่วนท้องถิ่นที่เปิดโอกาสให้ประชาชนบุรุษและสตรีมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนหรือท้องถิ่นตัวเอง รวมทั้งปัจเจกบุคคลในระดับต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นปลัดอำเภอ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ญาติพี่น้อง ต่างก็เปิดโอกาสให้สตรีมากขึ้น ที่สำคัญการที่สตรียอมรับซึ่งกันและกันสนับสนุนผลักดันกันและกัน จุดนี้ถือว่ามีผลสำคัญอย่างยิ่ง เพราะตัวสตรีที่ถูกผลักดันจะมีความมั่นใจในการเข้ามามีบทบาททางการเมืองในขณะเดียวกันกลุ่มสตรีที่สนับสนุนซึ่งกันและกันก็อุ้มใจที่อย่างน้อยก็มีสตรีด้วยกันเข้าไปเป็นตัวแทนซึ่งมีความเข้าใจปัญหา ร่วม กันได้ดีคือสรุปได้ว่าองค์กรอื่นให้ความสำคัญแล้วสตรีด้วยกันยังให้ความสำคัญสนับสนุนกันอีกด้วยถือเป็นโอกาสที่ดีที่สตรีจะพัฒนาตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับผลการสำรวจของคณะทำงานวางแผนพัฒนาสตรีระยะยาว(2525 : 41- 43)ที่พบว่า ปัจจัยที่สนับสนุนให้สตรีมีบทบาททางการเมืองมากขึ้นได้แก่ การเปลี่ยนแปลงความเชื่อทางสังคม ทำให้อคติที่มีต่อสตรีน้อยลง การให้ความสำคัญเรื่องความสามารถของบุคคลมากขึ้น การที่สตรียอมรับซึ่งกันและกัน และการร่วมมือของสตรีเป็นกลุ่มเป็นองค์กรมากขึ้น

นอกจากนี้ผลการวิจัยดังกล่าวยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของปัทมา จันทกรไธ(2539 :78) ที่พบว่า ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในสมาคมของพนักงานรัฐวิสาหกิจสตรีคือการได้รับการยอมรับจากเพื่อนสตรีด้วยกัน ซึ่งพนักงานที่ได้รับการยอมรับจากเพื่อนสตรีด้วยกันจะเข้ามามีส่วนร่วมกับสมาคมมากกว่าพนักงานที่ไม่ได้รับการยอมรับ แสดงให้เห็นว่า แรงสนับสนุนจากสตรีด้วยกันมีส่วนผลักดันให้สตรีสนใจต่อการเข้ามามีส่วนร่วมได้

นอกจากนี้จากการศึกษาที่พบว่า แรงสนับสนุนไม่ได้เกิดเฉพาะกลุ่มสตรีด้วยกันเท่านั้น ยังมีแรงสนับสนุนที่สำคัญจากกลุ่มเจ้าหน้าที่และผู้นำชุมชนได้แก่ ปลัดอำเภอ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน

ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พงศ์ฤทธิ์ คงประสิทธิ์ (อ้างถึงใน ศศิพร สิทธิพันธุ์ : 2539, 24) ที่พบว่า มีความคิด 3 พวกที่สนับสนุนเห็นว่าผู้หญิงมีความรู้ความสามารถทำอะไรได้เหมือนผู้ชายในเรื่องของการประสานงานและการประชาสัมพันธ์ เพราะผู้หญิงใช้ความอ่อนโยนในการทำงานได้ดีกว่า พวกที่มีความคิดเห็นปานกลางเห็นว่าสิ่งสำคัญอยู่ที่ตัวบุคคลมากกว่าเรื่องเพศ นอกจากนี้แล้วความคิดของปลัดอำเภอซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในกลุ่มตัวอย่างก็ยอมรับว่าผู้หญิงที่เป็นผู้นำระดับตำบลหรือหมู่บ้านมีความรู้ความสามารถปฏิบัติงานในหน้าที่ได้ไม่ด้อยไปกว่าชาย จุดนี้ชี้ให้เห็นถึงความสอดคล้องกับผลการวิจัยที่ได้รับว่า การได้รับแรงสนับสนุนจากบุคคลต่างๆ ที่มองเห็นบทบาทสำคัญของสตรีเมื่อ เทียบกับชายในการทำงานด้านการเมือง ถือได้ว่าสตรีปัจจุบันมีโอกาสมากขึ้นกว่าแต่ก่อน เนื่องจากความคิดที่ยอมรับเหล่านี้เป็นอีกส่วนหนึ่งที่เปิดโอกาสให้สตรีมากขึ้นกว่าแต่ก่อน

แต่อย่างไรก็ตามจากการศึกษาวิจัยพบข้อแตกต่างว่า ปัจจัยที่สมาชิกสภา อบต.สตรีส่วนใหญ่ตัดสินใจลงสมัครรับเลือกตั้งเนื่องจากได้รับแรงสนับสนุนจากบุคคลต่างๆ มากที่สุด แต่งานวิจัยของทันโท สามารถ ชูวิทย์ (2538: 47) พบว่า ส.ส.สตรีตัดสินใจเข้ามาเพื่อต้องการใช้ความรู้ความสามารถของตนเองในการแก้ปัญหาของสังคมมากที่สุด คือ 72.7 %

สำหรับการศึกษาที่พบว่าปัจจัยที่มีส่วนทำให้ อบต.สตรีตัดสินใจเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองระดับลงสมัครรับเลือกตั้งเนื่องมาจากปัจจัยด้าน ความต้องการส่วนบุคคลซึ่งเป็นความต้องการส่วนบุคคลอันเป็นผลเนื่องมาจากความต้องการพิสูจน์ความสามารถตนเอง ต้องการรู้เรื่องเกี่ยวกับ อบต. และเป็นความต้องการส่วนบุคคลที่เกิดจากการมีบุคคลใกล้ชิดเกี่ยวพันทางการเมือง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาจากทฤษฎีด้านจิตวิทยาสังคมที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ(Motivation) ของ มาสโลว์ (อ้างถึงใน สุรางค์ จันทร์เอม, 2524 : 127-128) ที่กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการพื้นฐาน 5 ชั้น กับการมีส่วนร่วมโดยเฉพาะความต้องการขั้นที่ 5 หรือความต้องการขั้นสุดท้ายคือ ความต้องการมีอิสระการแห่งตน (Need for self-actualization) ที่กล่าวว่าบุคคลแต่ละคนต้องการที่จะเป็นคนมีความสามารถ ต้องการที่จะแสดงออกซึ่งประสิทธิภาพของคนที่มืออยู่ อย่างกรณีของสมาชิกสภา อบต.สตรีที่ตัดสินใจลงสมัคร อบต. ส่วนหนึ่งก็เพื่อต้องการพิสูจน์ความสามารถตนเองด้านการเป็นผู้นำ ซึ่งส่วนใหญ่พบกับ อบต.สตรีที่เคยมีหรือมีประสบการณ์ทางการเมืองหรือประสบการณ์ด้านการเป็นผู้นำมาก่อน ด้วย

ในส่วนของปัจจัยที่เกิดจากความต้องการส่วนบุคคล อันเนื่องมาจากต้องการรู้เรื่องเกี่ยวกับ อบต. นั้น พบว่าสอดคล้องกับทฤษฎีสตรีศึกษาในกลุ่มของ System Approach ที่มีแนวคิดว่าเมื่อสังคมใหญ่เปลี่ยนแปลงไปสตรีก็จำเป็นต้องพัฒนาตนเองให้ก้าวหน้าตามไปด้วย โดยจะเห็นได้ว่าการที่สตรีต้องการเข้ามารับรู้บทบาทหน้าที่ รัฐบาลการทำงานขององค์การบริหารส่วนตำบล ซึ่งถือว่าเป็นเรื่องใหม่ที่น่าสนใจ อบต. สตรีเห็นว่าจะเป็นการพัฒนาตนเองให้มีความรู้ความเข้าใจด้านการเมืองการปกครองเพิ่มขึ้น และคิดว่าตนเองในฐานะที่เป็นประชากรส่วนหนึ่งในชุมชน ย่อมควรจะมีส่วนร่วมในการทำงานหรือมีบทบาทที่เกี่ยวข้องในการเข้ามาเป็นตัวแทนชาวบ้าน โดยผ่านระบบการบริหารงานของ อบต. ได้เช่นกัน จุดนี้ทำให้เห็นว่าเมื่อสังคมเปลี่ยนแปลงไปเปิดโอกาสให้สตรีในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการเมืองการปกครองท้องถิ่นแล้ว จึงจำเป็นที่สตรีในท้องถิ่นต้องพัฒนาตนเอง ให้มีความรู้ ความเข้าใจด้วยการเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาพร้อมกับคนอื่นๆ ด้วยเช่นกัน

นอกจากนี้จากผลการศึกษาพบว่า การที่มีบุคคลใกล้ชิดเกี่ยวพันทางการเมืองมีส่วนผลักดันให้สมาชิกสภา อบต.สตรีเกิดความรู้สึกสนใจ ต้องการเข้ามามีบทบาททางการเมือง สอดคล้องกับผลการศึกษาของคสิพร สิทธิพันธุ์(2539 : 39) ที่พบว่า เหตุผลของแรงจูงใจในการเข้ามามีบทบาททางการเมืองของสส.สตรี อีกประการหนึ่งคือ การได้รับอิทธิพลจากบุคคลในครอบครัวที่มีความเกี่ยวพันทางการเมือง คือ ได้รับการปลูกฝัง ชีวรับ คำนิยมทางด้านการเมือง ทำให้สนใจ มีความกระตือรือร้นทางการเมือง

อย่างไรก็ตาม การศึกษาครั้งนี้พบว่าปัจจัยที่เกิดจากความต้องการส่วนบุคคลเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลไม่มากนัก แสดงให้เห็นว่ามีสตรีเพียงบางส่วนเท่านั้นที่เข้ามามีบทบาททางการเมืองเนื่องจากความความต้องการส่วนบุคคลที่มีอยู่จุดนี้ชี้ให้เห็นว่าความกระตือรือร้นที่เกิดจากความต้องการภายในตัวสตรีที่จะเข้ามามีบทบาททางการเมืองยังมีจำนวนไม่มาก ทำให้ทราบว่าการที่จะรณรงค์ให้สตรีเข้ามามีบทบาททางการเมืองมากขึ้น ต้องอาศัยปัจจัยด้านอื่นเป็นตัวช่วยด้วย

สำหรับปัจจัยที่เกิดจากการได้รับแรงกดดันอันเนื่องมาจากไม่ได้รับความเป็นธรรมในเรื่องการพัฒนาสตรี และต้องการเข้ามาพัฒนาช่วยเหลือชาวบ้านแต่ไม่มีโอกาสเท่าที่ควร พบว่าสอดคล้องกับผลการศึกษาของพันโท สามารถ ชูวิทย์(2538 : 47) ที่พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงสมัครรับเลือกตั้งเป็น ส.ส.ของ ส.ส. สตรี เป็นปัจจัยด้านการต่อสู้ เพื่อสิทธิของสตรีอันเนื่องมาจาก สตรีต้องการเข้ามาช่วยเหลือประชาชนและแก้ปัญหาสังคม

อย่างไรก็ตามเมื่อวิเคราะห์ถึงคำตอบที่ได้รับในเรื่องของแรงกดดันอันเนื่องมาจากไม่ได้รับความเป็นธรรมในเรื่องการพัฒนาสตรีและต้องการเข้ามาพัฒนาช่วยเหลือชาวบ้านแต่ไม่มีโอกาสเท่าที่ควรนั้น พบว่าแรงกดดันดังกล่าวสมาชิกสภา อบต.สตรีส่วนใหญ่ ไม่ได้ตระหนักหรือให้ความสำคัญในเรื่อง ความไม่เสมอภาคทางเพศนัก คือ อบต.สตรีต่างก็ไม่ได้มีแรงกดดันที่เกิดจากการที่ไม่ได้รับความเสมอภาคทางเพศ แต่จะเป็ฯในลักษณะแรงกดดันอันเนื่องมาจากถูกจำกัดบทบาทหรือตำแหน่งในการเข้ามาพัฒนางานส่วนรวมมากกว่า

2. สื่อที่สตรีซึ่งเป็นสมาชิกสภา อบต. เลือกใช้

จากผลการศึกษาพบว่าสื่อที่ อบต.สตรีเลือกใช้เป็นสื่อหลักคือสื่อบุคคล โดยเลือกใช้วิธีการเดินเคาะประตูบ้านมากที่สุด และใช้สื่อประเภทป้าย โบปลิว บัตรแข็ง รถติดเครื่องขยายเสียงเคลื่อนที่ เป็นสื่อสนับสนุนสื่อบุคคลซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษารอง ศศิพร สิทธิพันธุ์(2539 : 63) ที่พบว่า สื่อที่สตรีนิยมใช้มากที่สุดคือการใช้สื่อบุคคลในลักษณะการเข้าถึงตัวผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง หรือการเดินเคาะประตูบ้านและยังพบว่าสตรีนิยมใช้ สื่อสนับสนุนในการรณรงค์หาเสียงได้แก่ การใช้สื่อประชาสัมพันธ์และการปราศรัย เช่นการใช้ป้าย การติดโปสเตอร์หรือแจกโบปลิวเช่นกัน แสดงให้เห็นว่า ไม่ว่าจะเป็นการหาเสียงระดับประเทศหรือระดับท้องถิ่นผู้สมัครให้ความสำคัญกับการเลือกสื่อมาใช้เพื่อสนับสนุนกันและกัน

ดังที่เสถียร เขยประทับ(2540)ได้กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับสื่อที่ในการรณรงค์ทางการเมืองสื่อสารว่าในเรื่องการสื่อสารทางการเมืองสื่อมวลชนและสื่อบุคคลจะมีบทบาทแตกต่างกันผู้ส่งสารจะเลือกใช้สื่อโดยคำนึงถึงวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร เนื้อหาสาร ธรรมชาติของผู้รับสารและจังหวะเวลาการรวมสื่อมวลชนกับสื่อบุคคลเป็นวิธีการที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด ในการเข้าถึงและจูงใจประชาชนเป้าหมาย สอดคล้องกับผลการวิจัยในประเด็นที่ว่ากรณีที่ อบต.สตรีนำสื่อหลายชนิดมาใช้ร่วมกันในการรณรงค์หาเสียงเนื่องจากเห็นว่า สื่อชนิดหนึ่งจะสามารถสนับสนุนและทำหน้าที่แทนสื่ออีกชนิดหนึ่งที่ไม่สามารถทำได้

แต่ผลการวิจัยดังกล่าวพบว่าแตกต่างจากผลของรายงานการวิจัย การเลือกตั้งสมาชิกสภา ผู้แทนราษฎร 22 มีนาคม 2535(กรมการปกครอง, 2535 : 92)ที่พบว่า วิธีการหาเสียงที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งหรือพรรคการเมือง นำมาใช้มากที่สุดคือการใช้รถเป็นหน่วยโฆษณาหาเสียงเคลื่อนที่

ร้อยละ 92.3 รองลงมาคือ การพูดปราศรัยในที่ชุมชน ร้อยละ 87.3 ถัดมาคือ การใช้ป้ายโฆษณา ประชาสัมพันธ์ต่างๆ ผู้สมัครหาเสียงเข้าถึงตัวประชาชน และการออกหนังสือเชิญชวนไปปลิว (ร้อยละ 71.4, 69.0 และ 69.0 ตามลำดับ)

ทั้งนี้เมื่อพิจารณาถึงเหตุผลที่ อบต.สตรีส่วนใหญ่นิยมใช้สื่อบุคคลในลักษณะการเข้าถึงตัวผู้มีสิทธิ์ออกเสียงเลือกตั้งหรือการเดินทางเคาะประตูบ้าน พบว่า สื่อจะช่วยให้มีแนวโน้มให้ผู้มีสิทธิ์ออกเสียงเลือกตั้งมากที่สุด และนอกจากจะได้สัมผัสกับผู้รับสารโดยตรงในลักษณะเห็นหน้าค่าตาหรือแบบตัวต่อตัวและสามารถทราบปฏิกิริยาตอบสนองของผู้รับสารที่มีต่อการสื่อสารครั้งนั้นได้ รวมทั้งมีโอกาสได้ชี้แนะหรือตอบกลับในสิ่งที่ถูกซักถามด้วยซึ่งสามารถนำแนวคิดเรื่องประสิทธิภาพของสื่อระหว่างบุคคล(เลดีเยร เขยประทับ, 2540 : 152-156) มาอธิบายได้ว่า แม้การใช้สื่อบุคคลในการสื่อสารทางการเมืองในลักษณะนี้จะมีข้อเสียในเรื่องของความเร็วในการส่งสารไปยังผู้รับสารที่มีจำนวนมากได้ค่อนข้างช้าก็ตามแต่ในการหาเสียงระดับ อบต. ซึ่งเป็นการหาเสียงระดับท้องถิ่นที่มีจำนวนผู้มีสิทธิ์ออกเสียงไม่มากประกอบกับระยะเวลาในการหาเสียงนานจึงไม่มีปัญหาในจุดนี้มากนัก นอกจากนี้การเดินทางเคาะประตูบ้านจะช่วยให้ผู้สมัครในฐานะผู้ส่งสารได้เห็นหน้าค่าตาได้สัมผัสกับผู้รับสารโดยตรงอย่างคุ้นเคยได้ง่าย สามารถทำการสื่อสารแลกเปลี่ยนกันได้ทันทีในกรณีที่มีผู้รับสารไม่เข้าใจสามารถลดปัญหาการเลือกรับสาร(Selective exposure) ได้เพราะผู้สมัครเดินทางถึงตัวผู้รับสารที่สำคัญสามารถจูงใจผู้รับสาร มีโอกาสเปลี่ยนแปลงทัศนคติผู้รับสารได้ง่ายกว่าสื่ออื่นๆ

อย่างไรก็ตามพบข้อแตกต่างของสื่อที่ใช้ในการหาเสียงของ อบต.สตรีกับผู้สมัครหาเสียงระดับใหญ่กว่าในการหาเสียงระดับ อบต. แม้จะมีการนำสื่อหลายประเภทมาใช้ร่วมกัน แต่ชนิดของสื่อมีน้อยกว่านอกจากนี้ยังพบว่าลักษณะและรูปแบบของสื่อแต่ละชนิดก็แตกต่างกัน คือในการหาเสียงระดับใหญ่กว่าจะเน้นรูปแบบและลักษณะที่โดดเด่นกว่า ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของสีล้นที่ปรากฏ คุณภาพของวัสดุ จำนวนที่ผลิต ดังผลการวิจัยของ ดวงทิพย์ วรพันธุ์และคณะ(2536 : 118) ที่สรุปว่า ในการหาเสียงพรรคการเมือง ทุกพรรคเลือกใช้สื่อหาเสียงหลายประเภทและมีปริมาณมาก เช่น แผ่นพจนานุกรมกระเป๋า แผ่นพับนโยบายพรรค โปสเตอร์ เอกสารเผยแพร่พรรค สื่อยึดสถานีโทรทัศน์ การใช้ระคิดเครื่องขยายเสียง คัทเออร์ ที่ออกแบบให้สะดุดตาม การปราศรัยทางทีวี ฯลฯ

ทั้งนี้ ความแตกต่างของการนำสื่อมาใช้ในการรณรงค์หาเสียงระดับท้องถิ่นกับระดับประเทศกล่าวได้ว่ามีปัจจัยหลายอย่าง อาทิเช่น เงินสนับสนุน จำนวนผู้มีสิทธิ์ออกเสียงเลือกตั้งขนาดของชุมชนที่ต้องทำการรณรงค์ ความเข้มข้นของการแข่งขันในการรณรงค์หาเสียง เป็นต้น

3. กลยุทธ์การใช้สื่อ

จากผลการศึกษาพบว่า ในการณรงค์หาเสียงสมาชิกสภา อบต.สตรีมีกลยุทธ์การใช้สื่อ 2 ประการ คือกลยุทธ์การเลือกใช้สื่อ และกลยุทธ์การใช้สื่อมานำเสนอ

สำหรับกลยุทธ์การเลือกใช้สื่อ พบว่าสมาชิกสภา อบต.สตรีส่วนใหญ่เลือกใช้สื่อหลายชนิดร่วมกันมากกว่าที่จะเลือกใช้สื่อเพียงชนิดเดียวในการณรงค์หาเสียง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษารอง ศศิวร.สิทธิพันธุ์ (2539 : 63) ที่พบว่าจากการวิจัยกับ ส.ส.สตรี 15 คน มีจำนวน 11 คน ที่เลือกใช้สื่อหลายชนิดร่วมกันได้แก่ การเดินเคาะประตูบ้าน การปราศรัย สื่อทางวิทยุโทรทัศน์ และการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ เช่นใบปลิว แผ่นป้าย โฆษณา และมีส.ส.สตรี จำนวน 4 คนที่เลือกใช้สื่อเพียงชนิดเดียวในการหาเสียง คือการใช้สื่อบุคคลในลักษณะการเดินเคาะประตูบ้าน ซึ่งจะเห็นได้ว่าปรากฏการณ์ดังกล่าวยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Rogers และคณะ(1979) ที่อธิบายถึงลักษณะของปรากฏการณ์การสื่อสารทางการเมืองว่า การณรงค์จะเน้นการจัดเตรียมกลุ่มของกิจกรรมการสื่อสารไว้ก่อนล่วงหน้า โดยเลือกใช้ชนิดของสารเฉพาะอย่างใดอย่างหนึ่งแต่ปกติมักใช้แนววิธีการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายด้วยสื่อหลาย ชนิดร่วมกัน

รวมทั้งสอดคล้องกับผลการศึกษารอง ดวงทิพย์ และคณะ(2536 : 51)ที่กล่าวว่า ในการเลือกตั้งทั่วไป2535 พรรคการเมือง ทุกพรรคต่างยึดหลัก"สื่อเดียวย่อมไม่มีพลังในการสร้างประสิทธิผล ได้ดีเท่ากับสื่อหลายสื่อ(Synergistic Effects) "

สำหรับกลยุทธ์การใช้สื่อมานำเสนอ ในประเด็นของการใช้สื่อเพื่อเปิดตัวผู้สมัคร จากการศึกษาพบว่า สมาชิกสภา อบต.สตรีมีวิธีการเปิดตัวที่แตกต่างกันไป ทั้งนี้จะนิยมเปิดตัวในการหาเสียงโดยใช้กลวิธีการอาศัยโอกาสมากที่สุด เรียกได้ว่าเป็นลักษณะการหาเสียงแบบไม่เป็นทางการ ในขณะที่ผลการวิจัยของศศิวร.สิทธิพันธุ์ (2539 :60) พบว่า ส.ส.สตรี นิยมเริ่มเปิดตัวด้วย กลวิธีการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนในเขตการเลือกตั้งได้รู้จักผู้สมัครโดยใช้ป้ายโฆษณารขนาดใหญ่ ที่บอกชื่อพรรคที่สังกัด พร้อมคำขวัญและรูปของผู้สมัคร จุดนี้แสดงให้เห็นว่าด้วยลักษณะการหาเสียงระดับประเทศมีผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งจำนวนมากกว่า เขตการเลือกตั้งใหญ่กว่า ดังนั้นสื่อที่เหมาะสมคือสื่อมวลชนในขณะที่การเลือกตั้งระดับท้องถิ่นอย่างการเลือกตั้ง อบต.มีจำนวนผู้มีสิทธิออกเสียงไม่มากคือมี เฉพาะอยู่ในหมู่บ้านนั้นๆ ผู้สมัครเองก็เป็นผู้ที่ชาวบ้านรู้จักเป็นส่วนใหญ่ดังนั้นการเปิดตัวผู้สมัครจึงนิยมใช้สื่อบุคคลมากกว่าสื่อมวลชน

สำหรับกลยุทธ์การใช้สื่อเพื่อตอกย้ำซึ่งนิยมทำกันโด่งดังท้ายของการเลือกตั้งจากการศึกษาพบว่า มีสมาชิกสภา อบต.สตรีนิยมใช้การเดินทางเคาะประตูบ้านและการแบ่งคุ่ม(เขต)หาเสียง แต่ละคุ่มด้วยตนเองหรือเดินพร้อมผู้สนับสนุนและไปวิธีการที่ผู้สมัครคิดว่าได้ผลดังเช่นงานวิจัยของ วิบูลย์ จักรวาลวิบูลย์ (อ้างในศศิพร สิทธิพันธุ์, 2539 : 58) พบว่าการหาเสียงด้วยวิธีการแบบนี้ดูเหมือนจะเป็นวิธีการที่นิยมมากที่สุดและในขณะเดียวกันก็เป็นวิธีการที่สามารถให้นม่นำใจกับผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งได้มากที่สุด เนื่องจากการหาเสียงแบบนี้เป็นวิธีการที่ทำให้เกิดความสัมพันธ์ใกล้ชิดระหว่างตัวผู้สมัครกับประชาชนชาวบ้านร้านค้า พอเห็นตัวผู้สมัครยอมจะทำให้ชาวบ้านเห็นถึงความตั้งใจจริง ยอมลำบากเพื่อประชาชน และเข้าหาชาวบ้านเพื่อจะได้รับการรับรู้ปัญหาที่แท้จริงของประชาชน

4. เป้าหมายการใช้สื่อ

จากการศึกษาพบว่า เป้าหมายการใช้สื่อที่สมาชิกสภา อบต.สตรีส่วนใหญ่ต้องการให้เกิดกับผู้รับสารคือต้องสามารถทำให้ผู้รับสารรู้ว่าตนเองลงสมัคร อบต. ต้องการให้ผู้รับสารรู้จักตัวตนของผู้สมัครมากขึ้น ต้องการให้รู้จักความสามารถของผู้สมัคร และต้องการให้ผู้รับสารจดจำชื่อและเบอร์ของผู้สมัครได้ จากเป้าหมายดังกล่าวที่พบในการวิจัยครั้งนี้สามารถนำแนวคิดเกี่ยวกับการการรณรงค์ทางการสื่อสารมาเป็นกรอบความคิดในการสรุปภาพรวมได้ว่า การรณรงค์ถือเป็นการกระทำที่มีเป้าหมาย (A campaign is purposive) นั่นคือผู้ทำการรณรงค์จะคาดหวังผลตอบแทนที่จะเกิดขึ้นจากการสื่อสารของตนไปยังกลุ่มเป้าหมายซึ่งผลดังกล่าวจะต้องเริ่มตั้งแต่ระดับบุคคลจนกระทั่งระดับสังคมส่วนรวม ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยครั้งนี้ในแง่ที่ว่าผู้สมัครซึ่งเป็นสมาชิกสภา อบต.สตรี เลือกใช้สื่อแต่ละชนิดจะต้องมีเป้าหมายว่าสื่อแต่ละตัวสามารถทำให้ผู้รับสารเกิดผลตามที่ต้องการในระดับต่างๆ ได้ ที่สำคัญผลที่เกิดขึ้นเหล่านั้นต้องส่งผลไปยังเป้าหมายใหญ่คือการได้รับคะแนนเลือกตั้งด้วยเช่นกัน

ทั้งนี้จากผลการศึกษาในเรื่องของเป้าหมายการใช้สื่อในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งยังพบว่าสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ดวงทิพย์ และคณะ(2536 : 51) ที่สรุปว่าการเลือกใช้สื่อและกลยุทธ์การใช้สื่อของพรรคการเมืองนั้นมีเป้าหมาย 3 ประการคือ ประการแรกเป้าหมายทางจิตวิทยาใช้สื่อและมุ่งให้มีผลกระทบต่อความรู้สึกพอใจยอมรับพรรคและผู้สมัครรับเลือกตั้ง ประการที่สองเป้าหมายทางจินตภาพ ใช้สื่อแล้วมุ่งให้มีผลกระทบต่อพรรคและผู้สมัครรับเลือกตั้งซึ่งในที่นี้คือส่งเสริม

ให้ผู้มีสิทธิลงคะแนนเสียงรู้จักและเกิดความรู้สึกพอใจยอมรับพรรคและตัวผู้สมัคร ประการสุดท้าย เป้าหมายทางการกระทำ ใช้สื่อแล้วมุ่งให้มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการแสดงออกซึ่งในที่นี้คือการไปใช้สิทธิลงคะแนนเสียงเลือกตั้งให้

5. กลยุทธ์และเป้าหมายการนำเสนอเนื้อหาสารของสตรีซึ่งเป็นสมาชิกสภา อบต.

กลยุทธ์การนำเสนอเนื้อหาสาร

จากการศึกษาพบว่า กลยุทธ์การนำเสนอเนื้อหาสารที่พบเรียงลำดับการนำมาใช้จากมากไปหาน้อยได้แก่กลยุทธ์การเน้นชื่อ และเบอร์ของผู้สมัคร กลยุทธ์ไม่ลองไม่รู้ กลยุทธ์อย่าผูกมัดตัวเอง กลยุทธ์การสร้างภาพในอนาคต กลยุทธ์ขอความเห็นใจและกลยุทธ์การเสนอผลงานที่ผ่านมาที่พบว่ากลยุทธ์การเน้นชื่อและเบอร์ใช้มากที่สุดเนื่องจากเนื้อหาสารที่สื่อข้อความออกไปไม่ว่าจะเป็นการสื่อผ่านสื่อบุคคลหรือผ่านสื่อต่างๆ จำเป็นอย่างยิ่งต้องบอกชื่อและเบอร์ผู้สมัครให้รู้จัก เพราะผู้สมัคร มีความคิดว่าต้องให้ชื่อและเบอร์อยู่ในใจ อยู่ในความทรงจำของประชาชนให้ได้มากที่สุด ส่วนกลยุทธ์ที่ให้ความสำคัญลงมาคือกลยุทธ์ไม่ลองไม่รู้ เนื่องจากว่าผู้สมัครเป็นหญิง และยังมีความคิดอยู่เสมอว่า เรื่องเพศเป็นจุดอ่อนของตนเองเพราะในการรณรงค์หาเสียงผู้สมัครที่เป็น อบต.สตรีพบว่ายังมีชาวบ้านบางคนที่ไม่เข้าใจและยอมรับผู้หญิงยากแล้ว ยังพบว่าช่วงระหว่างการรณรงค์หาเสียงจุดที่โดนโจมตีจากคู่แข่งคือเรื่องเพศมากที่สุด ดังนั้นเนื้อหาที่พูดจะต้องพยายามโน้มน้ำหนักให้ผู้รับสารเห็นความสำคัญของการเลือกผู้หญิงเข้ามาทำงาน เนื้อหาที่นิยมใช้ได้แก่ การบอกข้อความที่ว่า "ขอให้ลองเลือกผู้หญิงดู"

จุดหนึ่งที่น่าสนใจจากการศึกษาที่พบว่าสมาชิกสภา อบต.สตรีส่วนใหญ่ใช้กลยุทธ์ไม่ลองไม่รู้ซึ่งมีเนื้อหาสารที่ต้องการสื่อให้เห็นจุดเด่นของความเป็นผู้หญิงที่แตกต่างจากชายไม่ว่าจะเป็นเรื่องความสามารถในการเข้าถึงผู้ใหญ่ ความมีมนุษยสัมพันธ์ ความอ่อนน้อม ละเอียดย่อนประนีประนอม กล่าวพูดกล้าแสดงออก ซึ่งจากแนวคิดของสตรีที่ปรากฏในกลยุทธ์นี้พบว่าสอดคล้องกับทฤษฎีสตรีศึกษาในกลุ่มของ Feminist Approach ซึ่งมีแนวคิดหลักสำคัญที่ยืนยันถึงความสัมพันธ์ที่เสมอภาคกันระหว่างหญิงกับชาย โดยที่ฐานะซึ่งด้อยกว่าของผู้หญิงควรจะได้รับ การเปลี่ยนแปลง และต้องการเปลี่ยนแปลงสังคมโลกและความสัมพันธ์ระหว่างหญิงกับชาย เพื่อที่มนุษย์ทุกคนจะได้มีโอกาสทำตามศักยภาพของตนเองในฐานะที่เป็นมนุษย์ได้มากขึ้นตามความต้องการ(Ramazinglu , 1989 อ้างถึงในมณฑนา ทวียนต์เนรมิตร, 2538 : 14-15) จะเห็นได้ว่าจากผลการวิจัยในจุดนี้เมื่อ

วิเคราะห์พบว่าเนื้อหาที่ อบต.สตรีต้องการสื่อให้ผู้รับสารทราบไม่ว่าจะเป็นชายหรือหญิงในการหาเสียงนั้น เพื่อต้องการให้เห็นถึงศักยภาพของตนเองในการที่จะเข้ามาทำงาน อบต.ได้เช่นกัน

นอกจากนี้จากการศึกษาที่พบว่าสมาชิกสภา อบต.สตรีส่วนใหญ่ใช้กลยุทธ์ไม่ลงไม่รู้ ซึ่งมีเนื้อหาสาระที่ต้องการสื่อให้เห็นจุดเด่นของความเป็นผู้หญิงที่แตกต่างจากชายนั้น แตกต่างจากผลการศึกษารองพื้นโทสามารถ ชูวิทย์(2539 : 51) ที่พบว่าผู้สมัครที่เป็น ส.ส.สตรีใช้วิธีการโฆษณาชื่อเสียงของตนเองเป็นส่วนใหญ่(63.6%) ซึ่งเป็นไปตามกลยุทธ์ "The possible" คือการสร้างภาพในอนาคตแนวทางการแก้ไขปัญหาสังคม และพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน

จากการศึกษาที่พบว่า อบต.สตรี เลือกใช้กลยุทธ์ที่เรียกว่ากลยุทธ์ไม่ลงไม่รู้ที่ตัวผู้สมัครใช้จุดเด่นของความเป็นผู้หญิงในการทำงานด้าน อบต.ที่แตกต่างจากชาย โดยชี้ถึงเหตุผลทั้งที่เป็นตัวอย่างและอธิบายให้ผู้รับสารเข้าใจนั้นสามารถให้ทฤษฎีวาทะวิเคราะห์ของอริสโตเติลข้างถึงในอรรถวรรณ ปิรันธนีโอวาท, 2537 : 10-37) มาอธิบายสนับสนุนปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นได้ คือ อบต.สตรี ใช้กลยุทธ์การโน้มน้าวใจโดยเน้นเหตุผล ที่ผู้พูดนำมาเสนอ(Logos) มากที่สุดทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะที่กล่าวแต่ตอนต้นว่า อบต.สตรี เห็นว่าด้วยความเป็นเพศหญิงจะถูกใจในขงการหาเสียงเรื่องเพศหญิงเสมอ จึงต้องอธิบายให้ผู้รับสารเข้าใจและเห็นความสำคัญของผู้หญิงที่จะเข้ามามีบทบาท โดยแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างความคิดและการกระทำกับสิ่งที่จะเกิดขึ้นตามมาว่าน่าพึงพอใจนั้นคือการแสดงให้เห็นถึงความตั้งใจที่ต้องการเข้ามาทำงานและผลที่เกิดขึ้นว่าการทำงาน อบต.ถ้ามีทั้งผู้ชายและผู้หญิงย่อมจะดีกว่าการบริหารงานที่มีแต่ผู้ชายฝ่ายเดียว

ดังที่ ดร.สายสุรี จุติกุล กล่าวในการประชุมเชิงปฏิบัติการเรื่อง "ผู้สมัครหญิงกับการหาเสียง" (ดร.สายสุรี จุติกุล, เทปบรรยาย, 17 พฤศจิกายน 2540)ว่า "...ดิฉันคิดว่าเรามีแต่ที่เราจะต้องมาปรับปรุงความสามารถของเรา รัชนุมมองของสตรี บางทีก็ไม่เหมือนกับบุรุษเสียที ดีขอ มันเสริมกันและกัน อย่างเอกสารการวิจัยของทีดีอาร์ไอ (Thailand Development Research Institute) ที่ ดร.อรุณีไปทำไว้ในระดับ อบต. ในระดับหมู่บ้านแล้วพบว่าถ้ามีผู้ชายบริหารหมู่บ้านหรือตำบลเท่านั้น ก็สนใจแค่ ดินน้ำลมไฟ ดึกถนน ไฟฟ้า นึกออกไหมที่เรียกว่า Infrastructureหรือโครงสร้างของพื้นฐานเท่านั้น แต่เรื่องคนไม่สนใจเลย เรื่องเด็กก็ไม่สนใจ ทัศนาคณะจะเป็นยังไง น้อยมาก..."

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาจากเหตุผลที่ อบต.สตรี นำมาเสนอก็มียังเหตุผลที่เป็นตัวอย่าง เช่นยกตัวอย่างในเชิงเปรียบเทียบว่าในอดีตมีแต่ผู้ชายเป็นผู้นำทำงานด้านนี้มาก่อนก็มีแต่เรื่องโง่

กินให้เห็น มีแต่เรื่องการพัฒนาเรื่องถนนหนทางแต่ไม่ได้มองที่การพัฒนาตัวคนซึ่งเป็นสิ่งสำคัญโดย เฉพาะคนที่เป็นครี เด็ก และคนชรา ที่มีจำนวนไม่น้อยในชุมชน หรือการเปรียบเทียบให้เห็นความ สำคัญของก ารนำชายและหญิงมาร่วมกันพัฒนา นอกจากนี้การศึกษายังพบว่าเหตุผลที่ อบต.สตรี นำมาเสนอขอค้ดล้งกับเหตุผลที่เห็นรูปแบบของการได้แย้งที่เรียกว่า เอนธิมีม(Entythemes) โดย ผู้ส่งสาร ใช้เมื่อจำเป็นต้องให้เหตุผลอธิบายหรือถูกซักถามถูกโต้แย้งในสิ่งที่ตนพูด จากผู้รับสารเพื่อ ให้เกิดความน่าเชื่อถือและเกิดการยอมรับมากขึ้น เช่นการหาเสียงของ อบต.สตรีส่วนใหญ่ที่มักจะถูก โจมตีและถูกถามในลักษณะค่อนข้างอดเสมอว่า เป็นผู้หญิงเข้ามาแล้วทำอะไรได้ ก็ต้องอธิบายและชี้แจงข้อโจมตีว่า ชายทำได้ หญิงก็ทำได้เช่นกันการทำงาน อบต.ไม่จำเป็นต้องใช้แรงงาน เสมอไป แต่ ถ้าต้องใช้แรงงานก็สามารถใช้สมองหรือความสามารถที่มีอยู่หาทาง หาวิธีการที่จะทำให้ได้เช่นเดียว กับการใช้แรงงาน นอกจากนี้การทำงาน อบต. ยเป็นลักษณะการแสดงความคิดร่วมกันในการพัฒนา มากกว่าการใช้แรงงานที่ผู้หญิงจะทำไม่ได้ เป็นต้น

นอกจากนี้ยังพบว่าการใช้กลยุทธ์การขอความเห็นใจเป็นกลยุทธ์การนำเสนอเนื้อหา สารที่สามารถนำทฤษฎีภาวะวิเคราะห์ของอริสโตเติล(อ้างในอรวรรณ ปีฉันทนิโอราท, 2537 : 10-37) มาอธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นได้ว่ากลยุทธ์การนำเสนอเนื้อหาสารดังกล่าวสอดคล้องกับการโน้มน้าวใจที่เน้นบุคลิกผู้พูด(Ethos) ของอริสโตเติลที่เชื่อว่า การจูงใจโดยใช้บุคลิกผู้พูดเป็นการแสดงออกของผู้ส่งสารว่าเป็นผู้ทรงปัญญาที่มีคุณธรรมและความปรารถนาดีต่อผู้รับสาร ความเชื่อมโยงในตัวของผู้พูดช่วยผลักดันให้ผู้รับสารคล้อยตามและเชื่อถือในสิ่งที่ผู้พูดนำมาเสนอ ด้วย เช่น การใช้กลยุทธ์การขอความเห็นใจที่ผู้สมัครแสดงให้ผู้รับสารเห็นว่าตนมีความจริงใจและต้องการเข้ามาทำงานด้วยความตั้งใจจริง นอกจากนี้ผู้สมัครยังแสดงให้เห็นบุคลิกว่าเป็นคนใจกว้างไม่โจมตีใคร ในกรณีที่เดินหาเสียงตามบ้านหรือค้ดมต่างๆ โดยเฉพาะการเดินเข้าบ้านหรือค้ดมที่เป็นของคู่แข่งก็จะใช้เนื้อหาที่สื่อให้เห็นบุคลิกดังกล่าวเช่นการบอกว่าถ้าโนใจมีเบอร์...อยู่แล้ว ก็ขอฝากเบอร์...ด้วย ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของศศิพร สิทธิพันธุ์(2539 : 58) ที่พบว่า ส.ส.สตรี เลือกใช้การเดินเคาะประตูบ้านและนิยมขอเสียงกับชาวบ้านว่า "ถ้าโนใจมีเบอร์หนึ่งอยู่แล้วก็ขอฝากเบอร์...ด้วย" คือไม่เป็นการขอเสียงจากชาวบ้านสำหรับตนเองเพียงฝ่ายเดียวแต่เปิดโอกาสให้ชาวบ้านเลือกผู้สมัครคนอื่นด้วย

นอกจากนี้จากผลการวิจัยที่พบสามารถใช้กรอบแนวคิดเกี่ยวกับการรณรงค์ทางการสื่อสารโดยพิจารณาหลักพื้นฐานของการสื่อสารในประเด็นของการวางกลยุทธ์เกี่ยวกับเนื้อหาของสาร(Message Strategy) มาอธิบายปรากฏการณ์ทางการเมืองที่เกิดขึ้นนี้ได้ว่าเนื้อหาสารถือเป็นแก่นสำคัญในกระบวนการโน้มน้าวใจที่จะทำใหักลุ่มเป้าหมายเปิดรับต่อการรณรงค์การสื่อสารทาง

การเมืองนั้นด้วยหวังว่า บุคคลเหล่านั้นจะได้รับอิทธิพลจากเนื้อหาสารที่สื่อไปให้ ทั้งนี้เมื่อพิจารณา รูปแบบ การนำเสนอซึ่งไม่สามารถกำหนดตายตัวได้ขึ้นกับความพอใจของผู้รับสาร สิ่งสำคัญก็คือ พยายามให้รูปแบบและเนื้อหาเกี่ยวข้องกับชีวิตผู้รับสาร เกิดประโยชน์ต่อผู้รับสารและง่ายต่อการเข้าใจ และการศึกษาค้นคว้าก็พบว่า อบต.สตรีเลือกใช้กลยุทธ์ในการนำเสนอเนื้อหาสารแบบผสมผสานกันไป โดยพิจารณาที่สถานการณ์และผู้รับสารที่ทำการสื่อสารด้วยตัวอย่างเช่นการนำกลยุทธ์อย่าผูกมัดตนเองมาสื่อเพราะเนื่องจากพิจารณาในแง่สถานการณ์ที่ต่างจากการหาเสียงระดับประเทศที่พบว่า สส.ส่วนมากมักจะให้คำมั่นสัญญาว่าถ้าเลือกเขาหรือถ้าเขาได้เข้ามาเป็นตัวแทนชาวบ้านแล้ว จะทำ โบนัสให้ แต่ระดับ อบต. ไม่สามารถกล่าวเช่นนั้นได้ เนื่องจากลักษณะผู้สมัครเป็นคนในหมู่บ้านที่พบเห็นกันอยู่ทุกวันในขณะที่การนำกลยุทธ์สร้างภาพในอนาคตก็จะมีลักษณะการบอกถึงนโยบายแนวทางแก้ปัญหาในลักษณะที่เป็นไปได้ไม่เกินควร รวมทั้งการใช้กลยุทธ์ไม่ลองไม่รู้ที่ต้องยกตัวอย่างที่เข้าใจง่ายว่าการเลือกผู้หญิงเข้ามาทำงานผู้ชาย เปรียบได้กับการทำสถาบันทางการเมืองให้เหมือนสถาบันครอบครัวที่ต้อง มีทั้งสามี และภรรยาอยู่ร่วมกัน

เป้าหมายการนำเสนอเนื้อหาสาร

จากการศึกษาพบว่า อบต.สตรีมีเป้าหมายในการนำเสนอเนื้อหาสาร ได้แก่ เพื่อต้องการให้ผู้รับสารรู้ว่าตนเองลงสมัคร เพื่อต้องการให้เกิดความเห็นอกเห็นใจ เพื่อต้องการให้เห็นความสามารถของผู้สมัคร เพื่อต้องการให้ผู้รับสารได้ประเมินและตัดสินใจเองจากเหตุผลที่ได้รับ และเพื่อต้องการให้มีทัศนคติเห็นด้วยกับผู้สมัคร จากเป้าหมายดังกล่าวพบว่าสอดคล้องกับแนวคิดด้านการวางแผนการสื่อสารที่ว่าโดยทั่วไปการวางแผนการสื่อสารหลักพื้นฐานประการหนึ่งคือ การวางแผนการสื่อสาร (Communication Goals) นั่นคือในการสื่อสารทางการเมืองผู้ส่งสารจะวางจุดประสงค์หลักเกี่ยวกับระดับผลกระทบของเนื้อหาสารที่ต้องการให้เกิดกับผู้รับสาร หรือผู้ส่งสาร ต้องการโน้มน้าวใจให้ผู้รับสารเกิดความตอบสนองต่อ การสื่อสารอย่างไรบ้างซึ่งพิจารณา ได้ 3 ด้านคือองค์ประกอบด้านปัญญา เป้าหมายการนำเสนอเนื้อหาสารที่ตั้งอากรให้รู้ว่าคุณเองลงสมัครเป็นเป้าหมายเป็นเป้าหมายที่ดีอากรสื่อเพื่อให้เกิดผลกระทบในแง่ที่ให้ผู้รับสารได้ตระหนักรู้ว่ามีผู้หญิงลงสมัคร อบต. ชื่อนี้ เบนี่ องค์ประกอบด้านทัศนคติ เป้าหมายการเสนอเนื้อหาสารที่ตั้งอากรให้ผู้รับสารเกิดความเห็นอกเห็นใจ เห็นความสามารถของผู้สมัคร และได้ประเมิน และตัดสินใจเพื่อมุ่งให้เกิดผลกระทบด้านทัศนคติในแง่ที่ให้ผู้รับสารมีความรู้สึกที่ดีเห็นด้วยกับเนื้อหาสารที่ผู้สมัครสื่อออกไป รวมทั้งให้ผู้รับสารได้ประเมินจากเหตุผลที่ผู้สมัครเสนอให้ทราบองค์ประกอบด้านพฤติกรรม

เมื่อประเมินในเนื้อหาที่สื่อให้ทราบ ผลท้ายสุดที่ต้องการให้เกิดกับผู้รับสารคือตัดสินใจที่จะลงคะแนนเสียงให้ผู้สมัคร

จากที่ได้กล่าวมา เป็นวิธีการหาเสียงของผู้สมัครวิธีการต่างๆ ที่นำมาใช้เพื่อจะให้ชาวบ้านได้รับข่าวสารด้านต่างๆ เกี่ยวกับตัวผู้สมัคร ทั้งคุณสมบัติส่วนตัวหรือนโยบายต่างๆของผู้สมัครรับเลือกตั้ง ผู้สมัครจะเลือกใช้วิธีการใดก็แล้วแต่วิธีการของผู้สมัครแต่ละคนว่าจะให้ความสำคัญกับวิธีการใด จุดมุ่งหมายของผู้สมัครก็คือต้องการให้ประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงกาบทลงคะแนนเสียงให้กับตนเองมากที่สุด

6. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อ

จากการศึกษาพบว่ามีปัจจัยต่างๆ ดังนี้ เนื่องจากได้รับอิทธิพลจากผู้อื่น ได้รับการสนับสนุนจากบุคคลต่างๆ คำนึงถึงคุณสมบัติของสื่อ และเลือกใช้สื่อเนื่องจากได้รับอิทธิพลจากการอบรม ทั้งนี้การเลือกใช้สื่อเนื่องจากได้รับอิทธิพลจากผู้อื่นพบว่าสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับสื่อที่ใช้ในการรณรงค์ทางการเมืองสารในประเด็นของเกณฑ์การเลือกให้สื่อ(นภาพกรณ์ อัจฉริยะกุล และรุ่งนภา พิศรปริษา, 2539 : 396-399) ที่ว่าการเลือกใช้สื่อที่เป็นที่ยอมรับและเชื่อถือ เช่น ในการเลือกตั้ง ส.ส. หรือ ส.ท. ผู้เลือกตั้งส่วนใหญ่นิยมใช้ป้ายที่มีขนาดใหญ่ติดตามแหล่งชุมชนซึ่งดูแล้วน่าสนใจ ซึ่งผลจากการวิจัยก็พบเช่นกันว่า อบต.สตรี ส่วนหนึ่งเลือกใช้สื่อเนื่องจากได้รับอิทธิพลจากผู้อื่นโดยการนำแบบอย่างจากการพบเห็นผู้สมัครคนอื่นปฏิบัติเพราะคิดว่าจะได้ผลเช่นเดียวกัน

นอกจากนี้ยังพบว่า การเลือกสื่อเนื่องจากคำนึงถึงคุณสมบัติของสื่อที่ว่าต้องเหมาะกับผู้รับสารสอดคล้องกับเกณฑ์การเลือกให้สื่อที่ว่า สื่อจะต้องมีความสามารถในการทำให้ผู้รับสารเกิดความเข้าใจได้อย่างรวดเร็ว เช่น การหาเสียงในระดับท้องถิ่นชาวบ้านส่วนใหญ่การศึกษาไม่สูงนักค่อนข้างเข้าใจอะไรยากดังนั้นสื่อที่ใช้ต้องง่ายต่อการเข้าใจและเข้าถึงผู้รับสารได้ง่าย เช่น การเดินเคาะประตูบ้านเพื่อพูดคุยบอกนโยบายโดยตรงแก่ผู้รับสารจะเหมาะกว่าการใช้สื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ ส่วนประเด็นที่คำนึงถึงคุณสมบัติของสื่อที่ว่าสื่อที่เลือกใช้ต้องเหมาะกับเนื้อหาสารด้วย เช่น ต้องการสื่อให้เห็นถึงความตั้งใจจริงที่จะเข้ามาทำงานการเมืองผ่านสื่อบุคคลจะมีความน่าเชื่อถือกว่าการผ่านข้อความที่เป็นลายลักษณ์อักษร

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ในการรณรงค์ให้สตรีเข้ามามีบทบาททางการเมือง องค์กรหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด เช่น ให้ความสำคัญกับสื่อบุคคลที่เป็นผู้นำชาวบ้าน หรือเจ้าหน้าที่ทางการที่ชาวบ้านติดต่อกับได้เสมอ ได้แก่ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ประธานแม่บ้านสตรี ปลัดอำเภอ และครู เป็นต้น รวมทั้งให้ความสำคัญกับสื่อมวลชนที่ชาวบ้านนิยมเปิดรับ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ เป็นต้น

2. จากการศึกษาที่พบว่า แรงสนับสนุนมีส่วนสำคัญที่ทำให้สตรีตัดสินใจเข้ามามีบทบาททางการเมืองนั้น องค์กรที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาสตรี ไม่ควรเน้นเฉพาะการปลูกจิตสำนึกให้กับสตรีที่มีบทบาทเป็นผู้นำเท่านั้น แต่ควรกระตุ้นและสร้างจิตสำนึกให้คนในครอบครัวของสตรี ไม่ว่าจะ เป็น พ่อ แม่ สามี ญาติ เห็นความสำคัญว่า การเมืองเป็นเรื่องของทุกคน ดังนั้นควรเปิดโอกาสและสนับสนุนให้สตรีเข้ามามีบทบาททางการเมืองด้วย

3. สำหรับสตรีที่สนใจลงสมัครรับเลือกตั้งการเมืองในระดับท้องถิ่น นอกจากจะต้องวางแผนการหาเสียงไว้ตั้งแต่ต้น เช่น การระดมผู้สนับสนุนจากครอบครัว เพื่อนฝูง ชาวบ้าน ฯลฯ แล้วในส่วนรองกลยุทธ์การใช้สื่อ ควรนำสื่อหลายชนิดมาใช้ในการหาเสียงร่วมกัน เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด สิ่งสำคัญต้องคำนึงถึงว่า สื่อดังกล่าวควรเหมาะกับวิถีการดำเนินชีวิตของผู้รับสารซึ่งเป็นชาวบ้าน และสามารถโน้มน้าวใจผู้รับสารให้คล้อยตามให้ได้มากที่สุด เช่น ควรใช้วิธีการเดินเข้าถึงบ้านเข้าถึงตัวในการเปิดตัวและตอกย้ำ รวมทั้งควรมีการติดตั้งป้ายใบปลิว เพื่อประชาสัมพันธ์ตัวเองให้ชาวบ้านได้รู้จักมากขึ้น

4. ในส่วนของกลยุทธ์การนำเสนอเนื้อหาสาร ในการหาเสียงควรวางแผนด้านเนื้อหาให้พร้อม นั่นคือต้อง "รู้เรา รู้เขา" โดยการตั้งจุดเด่นที่สำคัญของการเป็นสตรีที่สามารถทำงานด้านการเมืองได้ เช่น มีความละเอียดรอบคอบ ความอ่อนน้อม มีมนุษยสัมพันธ์ ถ้าเข้าหาผู้ใหญ่ เป็นต้น นอกจากนี้ควรมีข้อมูลเกี่ยวกับชุมชน หรือหมู่บ้าน โดยเฉพาะข้อมูลที่เป็นปัญหา เพื่อนำมาสื่อให้ชาวบ้านเห็นว่า ผู้หญิงมีความรู้ความสามารถมองปัญหาชุมชนและมีแนวทางแก้ไข รวมทั้งควรเตรียมเนื้อหากรณีถูกโจมตีจากคู่แข่งในเรื่อง "ความเป็นสตรี" ด้วยว่า ไม่ว่าชายหรือหญิงก็สามารถทำงานบริหารการเมืองการปกครองได้ เช่น การสื่อให้เห็นว่า การทำงานที่เป็นผู้แทนชาวบ้านสิ่งสำคัญต้องรู้ปัญหาและความต้องการของชาวบ้านที่เป็นทั้งชาย หญิง เด็ก คนชรา ซึ่งจุดนี้การเปิดโอกาสให้สตรีเข้ามามีบทบาทในการทำงานร่วมกับเพศชายจะทำให้สามารถช่วยแก้ปัญหาได้ทั่วถึงกว่า

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะการรณรงค์หาเสียงทางการเมืองในระดับ อบต. กับกลุ่มสตรีเท่านั้น ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมกับกลุ่มสตรีในประเด็นแนวคิดของสตรีที่มีต่อการกระจายอำนาจการปกครองสู่ท้องถิ่นที่เรียกว่า องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) รวมทั้งควรศึกษาในมุมมองของสมาชิกสภา อบต. ชายที่มีต่อบทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบในการทำงานองค์การบริหารส่วนตำบลของสมาชิกสภา อบต. ที่เป็นสตรี
2. ควรทำการศึกษาการรณรงค์หาเสียงในกลุ่มอื่นด้วย เช่น การรณรงค์หาเสียงในระดับมหาวิทยาลัย การรณรงค์หาเสียงสมาชิกสภาจังหวัด เป็นต้น
3. การศึกษาครั้งนี้ศึกษาเฉพาะพื้นที่จังหวัดขอนแก่น ซึ่งเป็นพื้นที่ภาคอีสาน จึงควรมีการศึกษารณรงค์หาเสียงระดับ อบต. ในพื้นที่ภาคอื่นด้วย เพื่อให้เห็นมุมมองที่เหมือนหรือแตกต่างกันในแง่กลยุทธ์การสื่อสารในการรณรงค์หาเสียง
4. การศึกษาด้านกลยุทธ์การสื่อสารในการรณรงค์หาเสียงควรศึกษาในมุมมองกลับกันด้วย คือ ศึกษากับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเลือกตั้งในฐานะผู้รับสารด้วยว่าประสิทธิผลของการหาเสียงของผู้สมัครในฐานะเป็นผู้ส่งสารเป็นอย่างไร
5. จากการศึกษาพบว่า การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งปัจจัยด้านประสิทธิผลของการสื่อสารไม่ได้เป็นปัจจัยเดียวที่ทำให้ได้รับการเลือกตั้ง ยังมีปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการเลือกตั้งด้วย ดังนั้น ในการศึกษาเรื่องการรณรงค์หาเสียงควรทำการศึกษาปัจจัยแวดล้อมต่างๆ อาทิ เช่น การซื้อเสียงในรูปแบบต่างๆ ได้แก่ เงิน สิ่งของ เครื่องกลาง ควบคู่ไปด้วย

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย