

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องกลยุทธ์การสื่อสารในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของสตรี ซึ่งเป็นสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) มีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงสมัครรับเลือกตั้งเป็นสมาชิกสภา อบต. ของสตรี และเพื่อต้องการศึกษากลยุทธ์การสื่อสารในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งเป็นสมาชิกสภา อบต. ของสตรี ทั้งนี้ใช้หลักการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับสมาชิกสภา อบต. สตรี จำนวน 30 คนจากองค์การบริหารส่วนตำบล 30 แห่ง โดยแบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 6 ประเด็นดังนี้

1. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงสมัครรับเลือกตั้งเป็นสมาชิกสภา อบต. ของสตรี
2. สื่อที่สมาชิกสภา อบต. สตรีเลือกใช้ในการรณรงค์หาเสียง
3. กลยุทธ์การใช้สื่อในการรณรงค์หาเสียงของสมาชิกสภา อบต. สตรี
4. เป้าหมายการใช้สื่อในการรณรงค์หาเสียงของสมาชิกสภา อบต. สตรี
5. กลยุทธ์และเป้าหมายการนำเสนอเนื้อหาสาระในการรณรงค์หาเสียงของสมาชิกสภา อบต. สตรี
6. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อในการรณรงค์หาเสียงของสมาชิกสภา อบต. สตรี

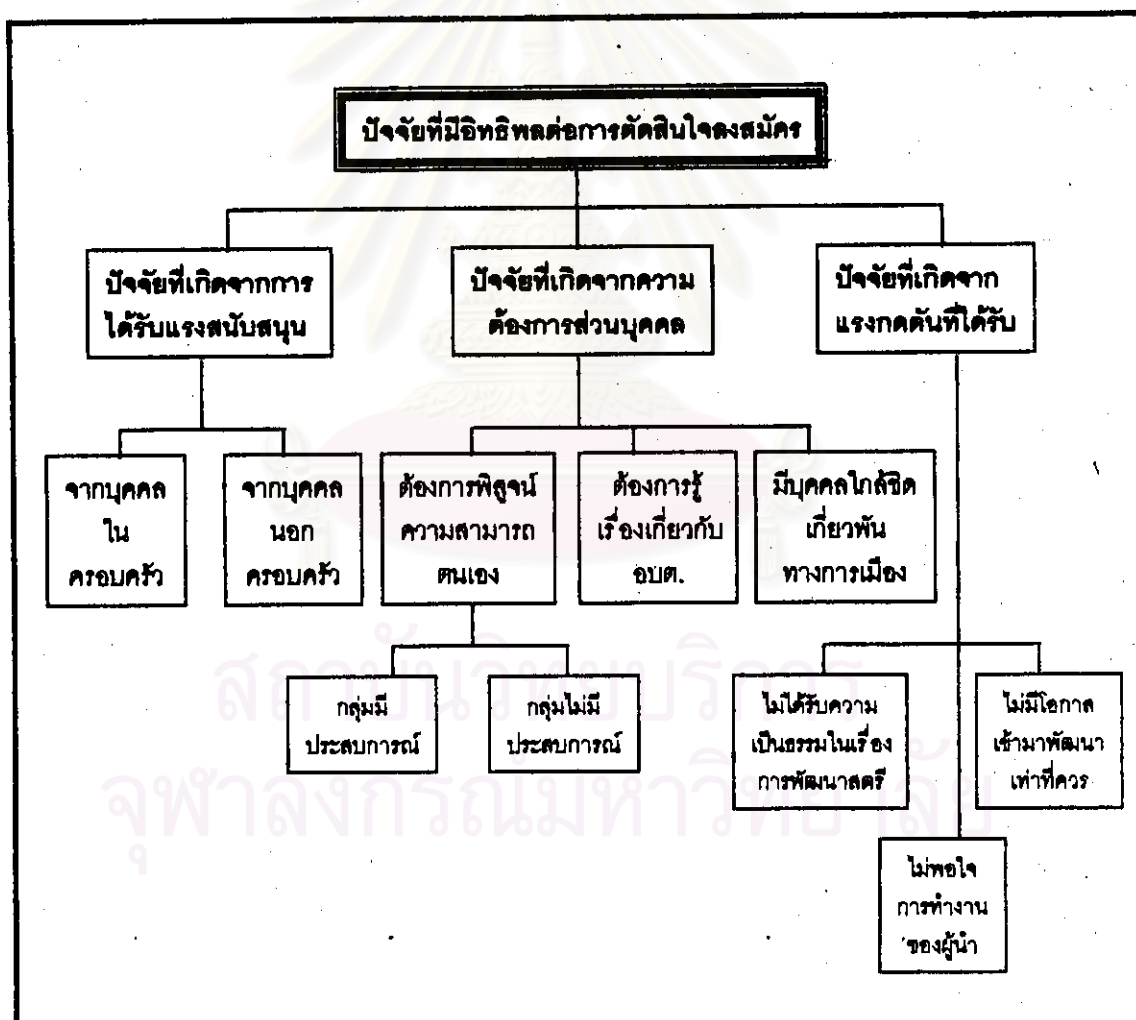
### ผลการวิจัย

1. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงสมัครรับเลือกตั้งของสมาชิกสภา อบต. สตรี

แม้ว่าจำนวนของสตรีที่เข้ามามีบทบาทในการพัฒนาประเทศด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการเมืองการปกครอง เมื่อเทียบกับผู้ชายแล้ว จำนวนของสตรีที่มีบทบาทด้านการ

เมืองยังมีน้อยมากก็ตามแต่เมื่อเทียบกับแต่ก่อนแล้ว ปัจจุบันสตรีไทยถือได้ว่ามีความกระตือรือร้น และเข้ามามีบทบาทในการพัฒนาประเทศด้านต่าง ๆ มากขึ้น ทั้งนี้โดยเจตนาในด้านการเมือง การปกครองมีสตรีจำนวนหลายพันคนเป็นกรรมการในคณะกรรมการหมู่บ้านในด้านกิจกรรมสตรี ขณะเดียวกันมีสตรีอีกจำนวนไม่น้อยที่ได้เข้ามาเป็นกำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และสมาชิกสภา อบต.

การศึกษาในประเด็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงสมัครรับเลือกตั้งเป็นสมาชิกสภา อบต. ของสตรี เพื่อต้องการทราบว่าสตรีที่มีความตื่นตัว สนใจ จนกระทั่งตัดสินใจลงสมัครรับเลือกตั้ง มีอิทธิพลมาจากปัจจัยอะไรบ้าง จากการศึกษาพบปัจจัยต่างๆ ดังได้แสดงไว้ในแผนภูมิที่ 1



แผนภูมิที่ 1 : ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงสมัครรับเลือกตั้งเป็นสมาชิกสภา อบต. ของสตรี

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงสมัครรับเลือกตั้งเป็นสมาชิกสภา อบต. ของสตรี มีปัจจัยหลักอยู่ 3 ประการ ได้แก่ปัจจัยที่เกิดจากการได้รับแรงสนับสนุน ปัจจัยที่เกิดจากความต้องการส่วนบุคคล และปัจจัยที่เกิดจากแรงกดดันที่ได้รับ

โดยพบว่าปัจจัยที่เกิดจากการได้รับแรงสนับสนุนจากบุคคลต่างๆ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลทำให้ตัดสินใจลงสมัครมากที่สุดและปัจจัยที่เกิดจากแรงกดดันที่ได้รับเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลน้อยที่สุด จากแผนภูมิสามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังนี้

### (1) ปัจจัยที่เกิดจากการได้รับแรงสนับสนุน

การได้รับอิทธิพลจากบุคคลในครอบครัวหรือบุคคลอื่น เป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่มีส่วนทำให้สตรีตัดสินใจลงสมัครเป็นสมาชิกสภา อบต. ทั้งนี้เป็นที่น่าสังเกตว่านอกจากปัจจัยอื่นๆ แล้ว ปัจจัยที่เกิดจากแรงสนับสนุนนี้พบว่ามีสมาชิกสภา อบต. สตรี จำนวน 19 คน ที่ให้เหตุผลว่าส่วนหนึ่งที่ตัดสินใจลงสมัครเพราะได้รับการชักชวนหรือแนะนำจากบุคคลอื่น และได้รับการสนับสนุนจากบุคคลในครอบครัวด้วย ทั้งนี้มีประเด็นที่น่าสนใจว่าการที่บุคคลอื่นมามีส่วนสนับสนุน ชักนำ ต้องการให้สตรีเข้ามามีบทบาทเป็นผู้นำเนื่องจากอะไร ซึ่งจากการวิจัยพบว่าบุคคลอื่นที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจที่เข้ามาชักนำและสนับสนุนได้แก่

- ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน ผู้ใหญ่บ้าน ปลัดอำเภอ กำนัน
- สมาชิกกลุ่มแม่บ้านสตรี
- ชาวบ้าน

ภายหลังจากวิเคราะห์ถึงสาเหตุที่บุคคลดังกล่าวเข้ามาชักชวนและสนับสนุนสมาชิกสภา อบต. สตรี ส่วนใหญ่มองว่ามีสาเหตุหลักดังนี้

- คิดว่าชาวบ้านเห็นว่าตนเคยให้ความช่วยเหลืองานส่วนรวมของหมู่บ้านมาก่อน
- คิดว่าชาวบ้านเห็นว่าตนเองคงมีคุณสมบัติส่วนตัวที่เหมาะสม เช่น การศึกษา อาชีพ บุคลิกที่กล้าแสดงออก กล้าพูด
- คงเห็นว่าตนเองมีประวัติและครอบครัวไม่เคยเสียหาย

“ คงเป็นเพราะเห็นเราช่วยงาน เสียสละเวลา มีงานมีการชาวบ้านที่เป็นส่วนรวมซึ่งครั้งแรกเราปฏิเสธไม่ยอมเป็น แต่ชาวบ้านก็บอกว่าจะให้คนที่ไม่เคยช่วยหมู่บ้านเหมือนเรามาเป็นอย่างนั้นแหละ ถ้าเราได้เป็นหมู่บ้านเราจะเป็นอย่างไร คิดดู เลยใจอ่อนยอมไปสมัคร ”

(อบต. นาง(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 16 พ.ย. 2540)

“ตัดสินใจเองก็มีค่ะ แต่ส่วนมากชาวบ้านเรียกชื่อให้สมัครเยอะ เขาบอกเราเป็นคนกล้าพูด กล้าแสดงออก กล้าคิด เลยลงสมัครตามที่ถูกเรียกชื่อ ”

(อบต. นก(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 16 พ.ย. 2540)

“คิดว่าที่ชาวบ้านสนับสนุนเพราะเราไม่เคยมีประวัติเสียหายนะ อีกอย่างเขาก็เห็นเราได้ร่ำเรียนมา ก็อยากให้เราไปสมัครบ้าง ”

(อบต. ติม(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 15 ธ.ค. 2540)

สำหรับการตัดสินใจลงสมัครเพราะได้รับการสนับสนุนจากคนในครอบครัวนั้น จากการศึกษาพบว่ากลุ่มสตรีก่อนจะตัดสินใจลงสมัครจะปรึกษาคนในครอบครัวไม่ว่าจะเป็น สามี ญาติ พี่น้อง เพื่อทราบความคิดเห็นว่าเห็นด้วยหรือไม่ที่จะลงสมัครอบต.ครั้งนี้ ซึ่งส่วนใหญ่ก็จะเห็นด้วย และช่วยเหลือไม่ว่าจะเป็นการหาเสียงหรือการทำงานในสภา ฯ

“ โดยส่วนตัวคิดว่าตัดสินใจลงสมัครเพราะ เชื่อ สามีมากกว่าชาวบ้าน เพราะเขาเป็นคนใกล้ชิด ”

(อบต. ละเหยียด(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 29 ธ.ค. 2540)

## (2) ปัจจัยที่เกิดจากความต้องการส่วนบุคคล

การตัดสินใจเข้ามามีบทบาททางการเมืองของสมาชิกสภา อบต. สตรีนั้น พบว่าเกิดจากปัจจัยหลายประการด้วยกัน และปัจจัยหนึ่งซึ่งถือเป็นปัจจัยภายในที่เกิดจากตัวสตรีเองคือ สตรีเกิดความสนใจ อยากรู้ อยากเห็นในสิ่งที่ไม่เคยปฏิบัติมาก่อนซึ่งถือเป็นความต้องการส่วนบุคคลที่มีส่วนทำให้สตรีตัดสินใจลงสมัครรับเลือกตั้งและยังพบว่าความต้องการที่เกิดขึ้นเป็นผลเนื่องมาจากปัจจัยต่างๆ ได้แก่ ความต้องการที่จะพิสูจน์ความสามารถตนเอง และความต้องการ

รู้เรื่องเกี่ยวกับองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) รวมทั้งการเข้ามาเนื่องจากการมีบุคคลใกล้ชิด เกี่ยวพันทางการเมือง ประเด็นต่างๆ เหล่านี้เป็นปรากฏการณ์ที่พบในการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งสามารถ อธิบายได้ดังนี้

- ต้องการพิสูจน์ความสามารถตนเองด้านการเป็นผู้นำ

จากการศึกษาพบว่ามีสมาชิกสภา อบต. สตรีจำนวน 14 คน ที่ตัดสินใจลงสมัครรับ เลือกลงเพื่อต้องการพิสูจน์ความสามารถตนเองด้านการเป็นผู้นำ ภายหลังจากการวิเคราะห์ยังพบ อีกว่ามีสมาชิกสภา อบต. สตรีอยู่ 2 กลุ่มที่ตัดสินใจเข้ามาเพื่อต้องการพิสูจน์ความสามารถตนเอง ด้านการเป็นผู้นำ โดยแบ่งเป็นกลุ่มที่มีประสบการณ์ทางการเมืองหรือประสบการณ์ด้านการ เป็นผู้นำมาก่อนกับกลุ่มที่ไม่มีภูมิลำเนาในท้องถิ่น

เหตุผลที่ปรากฏจากกลุ่มที่มีภูมิลำเนาในท้องถิ่นที่ตัดสินใจลงสมัครเพราะ จากการที่ เคยมีหรือมีประสบการณ์ด้านการเมือง หรือการเป็นผู้นำมาก่อนนั้นมีส่วนผลักดันให้สมาชิกสภา อบต. สตรีเกิดความสนใจ และมั่นใจว่าจะสามารถทำงานเป็นตัวแทนชาวบ้านในการบริหารงาน ของสภา อบต. ได้ และเพื่อเป็นการสานต่องานด้านผู้นำที่ตนเองเคยทำได้ด้วย ทั้งนี้พบว่ามี สมาชิกสภา อบต. สตรี จำนวน 12 คน ที่ต้องการพิสูจน์ความสามารถตนเองจนตัดสินใจลง สมัครรับเลือกตั้ง เพราะมีส่วนจากการที่ตนเองเคยเป็นหรือกำลังดำรงตำแหน่งเป็นผู้นำอยู่ ตัวอย่างที่อธิบายปรากฏการณ์นี้ได้แก่

อบต. ห้วยทิม กล่าวว่า การตัดสินใจลงสมัคร อบต. ครั้งนี้เพื่อต้องการพิสูจน์ ตัวเองเนื่องจาก ตนเองทำงานด้านพัฒนาตลอดรวมทั้งตอนนี้ก็มีตำแหน่ง ด้านการเป็นผู้นำไม่ว่าจะเป็นที่ปรึกษา อช. (อาสาพัฒนาชุมชน) ประธาน แม่บ้าน คณะกรรมการพัฒนาสตรี ระดับจังหวัด (กพสจ.) และเคยเป็น ผู้ทรงคุณวุฒิมาก่อน จุดนี้เป็นแรงผลักดันให้เกิดความชอบงานพัฒนาและ ทำให้อยากลงสมัคร อบต. ครั้งนี้ "...ตอนเป็นผู้ทรงคุณวุฒิของสภา ตำบล แม่เป็นที่ปรึกษา อช. เป็นประธานแม่บ้าน... แม่ทำงานกับชาวบ้าน มาทุกอย่าง งานช่วยเหลือ งานพัฒนา ช่วงเราเข้ามาทำงานใจเราชอบ คิด ว่าเราต้องลงสมัคร อบต. นะ เพราะเราทำได้มาตลอด"

(อบต. ห้วยทิม(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 26 ม.ค. 2541)

อบต. ลัดดา ที่เคยผ่านประสบการณ์ทางการเมืองมาก่อนคือเคยดำรงตำแหน่งเลขานุการสภาตำบล ครั้งเมื่อยังไม่ได้ยกฐานะเป็น อบต. "ตอนแรกเป็นเลขานุการตำบล สมัยที่ยังเป็นสภาตำบล พอสภาตำบลยุบเลยมาสมัคร อบต. ตอนแรกทำอยู่สภาตำบลการพัฒนาอะไรก็ดี ช่วยบ้านเมืองทำจุดนี้มา เลยมีแรงตั้งจุดใจว่าควรสมัคร อบต. เพื่อจะได้ทำจุดนี้ต่อ "

(อบต. ลัดดา(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 10 ธ.ค. 2540)

อบต. นก ที่มีพื้นฐานตนเองจากที่เคยเป็นอาสาสมัครสาธารณสุข (อสม) มาก่อนกล่าวว่าจุดนี้ก็มีส่วนทำให้ตัดสินใจลงสมัครเช่นกัน " .. คิดว่ามีส่วนที่ว่าเราเคยเป็น อสม. ของหมู่บ้านในเมื่อเราก็มีผลงาน เราวางพื้นฐานมาจากการเป็นอสม. มาแล้วก็เลยลงสมัคร "

(อบต. นก(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 16 พ.ย. 2540)

ส่วนกลุ่มที่ไม่มีภูมิลำเนามาก่อน ภายหลังจากการวิเคราะห์เหตุผลพบว่าคนที่ตนเองตัดสินใจลงสมัครครั้งนี้เพื่อต้องการทดสอบตนเองว่าจะสามารถทำงานในลักษณะการเป็นตัวแทนชาวบ้านหรือเป็นผู้นำได้หรือไม่ เพื่อที่จะได้ให้จุดเริ่มต้นของการเป็นสมาชิกสภา อบต. นี้ก้าวไปสู่บทบาทผู้นำชาวบ้านในตำแหน่งต่างๆ ที่ต้องการเป็น ต่อไป เช่น

อบต. บัว ที่กล่าวว่านอกจากความรู้ความสามารถที่ตนมี รวมทั้งความช่วยเหลือที่มีให้ชาวบ้านมาตลอดแล้ว การตัดสินใจลงสมัครส่วนหนึ่งก็เพื่อต้องการพิสูจน์ความสามารถตนเองด้านการเป็นผู้นำเพื่อให้ชาวบ้านยอมรับ "... ทั้งนี้เรารู้เรื่อง อบต. ก็เพราะทำงานกับชาวบ้านและรู้จักปลัดอำเภอ เขาก็บอกว่าถ้าเราคิดจะลงสมัครผู้ใหญ่บ้านต่อไป เราต้องมีพื้นฐานอันนี้ไว้ก่อนอย่างน้อยเราก็อยากให้ชาวบ้านยอมรับในความสมารถที่จะเป็นตัวแทนให้เราได้เลยลงสมัคร "

(อบต. บัว(นามสมมติ), สัมภาษณ์ 14 พ.ย. 2540)



- ต้องการรู้เรื่องเกี่ยวกับองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.)

จากการศึกษาพบว่าสมาชิกสภา อบต. สตรี จำนวน 5 คน ที่ตัดสินใจลงสมัครรับเลือกตั้งครั้งนี้ เหตุผลส่วนหนึ่งเนื่องมาจาก ความต้องการที่จะรู้ว่าจะรู้ว่าจะระบบการทำงาน ของ อบต. เป็นอย่างไร หน้าที่สมาชิกสภา อบต. ต้องทำอะไร ตัวเองจะทำได้หรือไม่ สิ่งที่ยอธิบายปรากฏการณ์ที่ทำให้สมาชิกสภา อบต. สตรี สนใจอยากรู้อยากเห็น อยากเข้ามามีบทบาทเกี่ยวข้องกับเรื่อง อบต. เนื่องจากสตรีเห็นว่า อบต. ถือเป็นเรื่องใหม่ที่น่าสนใจสำหรับตนเอง เป็นระบบการบริหารงานโดยกระจายอำนาจไปสู่ส่วนท้องถิ่นในรูปแบบใหม่ที่เพิ่งเกิดขึ้นใน ปี 2537 ประกอบกับตำบลของตนก็เพิ่งได้รับการยกฐานะจากสภาตำบลเป็นองค์การบริหารส่วนตำบลเป็นปีแรก (ปี 2540) อบต. สตรี จึงมีแนวคิดว่าจะลงสมัครอย่างน้อยก็ได้รู้ในสิ่งที่ต้องการรู้ ตัวอย่างที่ยอธิบายปรากฏการณ์นี้ได้แก่

อบต. ไพลิน ที่ต้องการรู้เรื่องเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของผู้ที่จะเข้ามาทำงานในองค์การบริหารส่วนตำบลว่ามีบทบาทหน้าที่อะไรบ้าง "...ตอนแรกไม่คิดว่าจะลงแต่เห็น อบต. ที่อื่น เขาทำมาก่อนทำให้เราอยากรู้ว่ามันเป็นยังไง อยากรู้ว่าถ้าเข้าไปแล้วจะต้องทำหน้าที่อะไร เลยอยากลองดู"

(อบต. ไพลิน(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 5 พ.ย. 2540)

อบต. ภัคดี ที่ต้องการรู้ว่าการบริหารงานหมู่บ้านกับการบริหารงานในสภา อบต. เมื่อเทียบกันแล้วแตกต่างกันอย่างไร "...ที่ตัดสินใจลงสมัครเพราะอยากรู้ว่าจะในงานหมู่บ้านทำอย่างไรการบริหารงานในสภาทำอย่างไร อยากรู้และคิดว่าตัวเอง น่าจะทำได้เลยตัดสินใจลงสมัคร..."

(อบต. ภัคดี(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 ม.ค. 2541)

- มีบุคคลใกล้ชิดเกี่ยวข้องพันทางการเมือง

จากการที่มีสมาชิกในครอบครัวหรือมีบุคคลใกล้ชิดมีบทบาททางการเมืองหรือมีความเกี่ยวข้องพันทางการเมืองก็ถือเป็นอีกจุดหนึ่งที่มีส่วนผลักดันให้สมาชิกสภา อบต. สตรีเกิดความรู้สึกสนใจ มีความเชื่อมั่นในตนเอง ต้องการที่จะลงมาลงสมัครด้วยตัวเอง ภายหลังจากได้คลุกคลีและหลังจากเห็นผู้ใกล้ชิดมีบทบาทมาแล้วทั้งนี้พบว่าสมาชิกสภา อบต. สตรี จำนวน 5

คน ที่มีความต้องการ มีความสนใจลงสมัครรับเลือกตั้ง เนื่องจากได้รับอิทธิพลจากบุคคลใกล้ชิดที่มีความเกี่ยวข้องทางการเมือง เช่น

อบต. น้อย ที่นอกจากมีสามีเป็นผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้านแล้วตายังเคยเป็นผู้ใหญ่บ้านมาก่อน อบต.สมบุญธรรมเป็นอีกคนหนึ่งที่มีความเห็นว่า การที่ตัดสินใจลงสมัคร อบต.เพราะตนเองมีความสนใจ ต้องการเข้ามาเป็นอยู่แล้ว พร้อมทั้งยอมรับว่าความสนใจที่มีต่อเรื่องนี้ เพราะเห็นสามีทำมาตลอด "...อยากช่วยเหลือ ชาวบ้าน ไม่มีใครแนะนำตัดสินใจสมัครเองก่อนเป็น อบต.ก็สนใจเรื่องการเมืองอยู่บ้าง แฟนก็ทำมาตลอด เราก็พอได้รู้ได้เห็นจากเขาบ้าง อีกอย่างเราเป็นคนกว้างขวาง ที่เกิดที่นี้ชาวบ้านรู้จักเยอะ.."

(อบต.น้อย(นามสมมติ), สัมภาษณ์ ,15 พ.ย. 2540)

อบต. คำ ที่ยอมรับว่า การที่สามีมีบทบาททางการเมืองมาก่อนทำให้มั่นใจว่าสามารถทำงานด้านนี้ได้ "คิดว่าการที่แฟนเป็นผู้ทรงคุณวุฒิของสภาตำบลมาก่อนก็มีส่วนทำให้เรากล้าตัดสินใจลงสมัครนะ เพราะเราบอกให้ลงสมัครดู อีกอย่างเราเห็นว่าเขาทำงานด้านนี้มาก่อนเราก็มั่นใจนะว่า เธอ ถ้าเป็นเราก็คงทำได้"

(อบต. คำ(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 3 ธ.ค. 2540)

สรุปว่าปัจจัยที่เกิดจากความต้องการส่วนบุคคลที่มีส่วนทำให้สตรีเกิดสนใจลงสมัครเป็นสมาชิกสภาอบต. มี 3 ประเด็น คือ

- ต้องการพิสูจน์ความสามารถตนเองด้านการเป็นผู้นำ
- ต้องการรู้เรื่องเกี่ยวกับองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.)
- มีบุคคลใกล้ชิดเกี่ยวข้องทางการเมือง

ทั้งนี้พบว่าความต้องการพิสูจน์ความสามารถตนเองด้านการเป็นผู้นำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับสตรีที่เคยมีหรือมีประสบการณ์ทางการเมือง หรือด้านการเป็นผู้นำมาก่อน เป็นประเด็นที่มีส่วนทำให้สตรีตัดสินใจเข้ามามีบทบาททางการเมืองมากที่สุด และประเด็นที่เข้ามา



เพื่อต้องการรู้เรื่องเกี่ยวกับองค์การบริหารส่วนตำบล ( อบต.) รวมทั้งมีบุคคลใกล้ชิดเกี่ยวพันทางการเมือง เป็นประเด็นรองลงมา โดยสตรีส่วนใหญ่ที่มีภูมิลำเนาเห็นว่าสิ่งที่ผลักดันและเป็นแรงจูงใจให้ต้องการเข้ามามีบทบาททางการเมืองเพราะตนเองเคยทำงานด้านการพัฒนามาก่อน รวมทั้งการได้ช่วยเหลือและคลุกคลีกับชาวบ้านมาก่อนทำให้มั่นใจว่าตนเองสามารถทำงานลักษณะนี้ได้

### (3) ปัจจัยที่เกิดจากแรงกดดันที่ได้รับ

แรงกดดันที่ได้รับจนทำให้ต้องตัดสินใจลงสมัคร สืบเนื่องมาจากการที่อบต.สตรีมีประสบการณ์ด้วยตัวเองหรือได้พบเห็นจากสิ่งรอบๆ ตัวแล้วเกิดความไม่พอใจกับสภาพหรือปัญหาที่ประสบทำให้ต้องตัดสินใจเข้ามาสมัคร ทั้งนี้พบว่าแรงกดดันที่ได้รับเกิดจากปัจจัยต่างๆ ได้แก่ การไม่ได้รับความเป็นธรรมในเรื่องการพัฒนางานสตรี ความไม่พอใจในการทำงานของผู้ นำ และไม่มีโอกาสที่จะเข้ามาพัฒนางานเท่าที่ควร

#### - ไม่ได้รับความเป็นธรรมในเรื่องการพัฒนางานสตรี

จากการศึกษาพบว่าการศึกษาที่สตรีตัดสินใจลงสมัคร อบต. เกิดจากแรงกดดันจากการที่ไม่ได้รับความเป็นธรรมหรือไม่ได้รับการเหลียวแลในงานพัฒนาสตรีที่ตนเองอยากให้มีเท่าที่ควร ทั้งนี้จึงมีความคิดว่าถ้ามีตำแหน่งหรือบทบาทมากกว่าที่เป็นอยู่ จะสามารถเอื้อต่อการเข้ามาทำงานพัฒนาด้านสตรีได้มากยิ่งขึ้น ส่งผลให้สามารถผลักดันให้สตรีในหมู่บ้านได้รับการพัฒนาด้านต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น จากการศึกษาพบว่ามีสมาชิกสภา อบต. สตรีจำนวน 3 คน ที่ตัดสินใจลงสมัครส่วนหนึ่ง เนื่องจากเหตุผลนี้ เช่น

อบต. อ้อย ที่เคยมีประสบการณ์การต่อสู้เมื่อครั้งมีตำแหน่งเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเพื่อต้องการให้สตรีได้รับการพัฒนามากกว่าที่เป็นอยู่แต่ก็ไม่ประสบความสำเร็จเพราะตำแหน่งที่มีอยู่ในตอนนั้นไม่สามารถช่วยให้ความตั้งใจสำเร็จได้ \* ตามความคิดหัวใจฉันอยากพัฒนาเรื่องผ้าไหมเพื่อให้นักกลุ่มแม่บ้านมีรายได้ ซึ่งที่ประชุมแม่บ้านแจ้งว่า มีงบฯ สล.ที่ใช้ในงานพัฒนาสตรีเลยเขียนหนังสือเข้าไปขอเงินงบดังกล่าว เมื่อส่งเรื่องไปฉันไม่เคยได้รับคำตอบไม่เคยได้รับเงินงบเลย เลยคิดว่า ถ้าได้เข้ามาเป็นอบต. แล้วขวนขวายทำคงได้

(อบต. อ้อย (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 15 ธ.ค. 2540)

อบต. ภัคดี แม้จะมีตำแหน่งเป็นทั้งประธานแม่บ้านของหมู่บ้าน ประธาน  
อสม. ก็ตามแต่มีความคิดว่าตำแหน่งสมาชิกสภา อบต. จะช่วยเปิดทาง  
หรือให้โอกาสตนในการพัฒนางานสตรีหมู่บ้านได้มากกว่านี้ “เราทำงาน  
ส่วนรวมมาตลอด ตอนเป็นแม่บ้านอยากได้ อยากรองบฯ พัฒนาศตรีมันก็  
ไม่ได้ เลยคิดว่าถ้าเป็นอบต. มันจะง่ายขึ้น”

(อบต. ภัคดี(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 ม.ค. 2540)

อบต. วรณา ที่คลุกคลีงานด้านการพัฒนาสตรี เด็ก คนชรา มาตั้งแต่ปี  
2536 คือได้เป็นผู้นำสตรีระดับหมู่บ้าน จนถึงระดับอำเภอ มีความเชื่อมั่น  
และชอบงานด้านนี้มาตลอด และมีมุมมองว่า การที่ให้เฉพาะผู้ชายเข้ามา  
เป็นผู้นำเป็นการจำกัดโอกาสที่จะพัฒนาด้านสตรี เด็ก คนชรา เพราะ  
ผู้ชายมักจะทุ่มไปเรื่องการสร้างถนนหนทางอย่างเดียว ส่วนที่จะพัฒนาเน้น  
เรื่องสตรี เขวชนไม่มีเลย ดังนั้นจึงคิดว่าถ้ามีตำแหน่งสมาชิกสภา อบต.  
คงจะสามารถลงมาทำงานพัฒนาด้านสตรีเด็กและคนชราได้มากกว่านี้

#### -ไม่พอใจในการทำงานของผู้นำ

เป็นแรงกดดันที่เกิดจากความไม่พอใจในการทำงานที่ไม่ก้าวหน้าของผู้นำหมู่บ้าน  
พบว่ามีสมาชิกสภา อบต. สตรี จำนวน 4 คน ที่มีแนวคิดและเหตุผลคล้ายกันว่าตัดสินใจลง  
สมัครอบต. เนื่องจากไม่พอใจการบริหารหรือการทำงานของผู้นำหมู่บ้าน เช่น

“ตัดสินใจลงสมัครเอง คือ เท่าที่ผ่านมาเรื่องการเมืองการปกครองที่ผู้ใหญ่  
บ้านเป็นมา ก็อูๆ ไถ่ๆ เลยอยากเข้ามาเป็นดู ซึ่งชาวบ้านก็เห็นด้วย”

(อบต. ทิมพ์(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 5 ธ.ค. 2540)

“... หมู่บ้านเราถือว่าเป็นบ้านที่มีความเจริญมากกว่าบ้านอื่น ในตำบลนี้ แต่  
ถนนแย่งที่สุด ผู้บริหารบริหารแบบไหนทำไมยังไม่ยังแยะอยู่เลยอยากรู้”

(อบต. สุณีย์(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 พ.ย. 2540)

- ไม่มีโอกาสที่จะเข้ามาพัฒนาเท่าที่ควร

จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า มีสมาชิกสภา อบต. สตรีจำนวน 4 คน ที่มีลักษณะที่ชาวบ้านไว้ใจ และตัวสตรีเองก็มีความชอบหรือเต็มใจยื่นมือช่วยชาวบ้านให้ได้รับความสะดวกหรือช่วยให้หมู่บ้านได้รับการพัฒนามากยิ่งขึ้น แต่ต้องพบกับอุปสรรคคือขาดโอกาสที่จะเข้ามาทำในจุดที่ต้องการเท่าที่ควรจึงเกิดแรงกดดันและคิดว่าถ้าตนเองมีโอกาสมากกว่านี้คงได้ทำเพื่อชาวบ้านได้พัฒนาหมู่บ้านเท่าที่ควรจะเป็นได้

จากการศึกษาพบว่า มีสตรี 2 กลุ่มที่ขาดโอกาสดังกล่าว กลุ่มแรก เป็นกลุ่มที่มีโอกาสมีประสบการณ์ที่ได้จากการพบเห็นความเจริญจากที่อื่นและต้องการให้หมู่บ้านที่ตนเองอยู่ได้รับการพัฒนาเช่นที่พบมา ตัวอย่างที่อธิบายปรากฏการณ์นี้อย่างชัดเจนได้แก่

อบต. ผกา เป็นชาวดำเนินสะดวก ราชบุรี แต่มาปักหลักทำมาหากินที่บ้านกุดฉิม อ. หนองเรือ จังหวัดขอนแก่น เป็นเวลาหลายสิบปี จากการที่เดินทางกลับไปบ้านเกิดเป็นครั้งคราว ทำให้เกิดความคิดว่าทำไมหมู่บ้านที่ตนอาศัยอยู่จึงเทียบไม่ได้กับหมู่บ้านทางภาคกลาง แรงกดดันจากจุดนี้เป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ต้องตัดสินใจลงสมัคร อบต. "... อีกอย่างเห็นว่าหมู่บ้านเราไม่ค่อยเจริญ เห็นทางภาคกลางมันเจริญเลยอยากให้ที่นี้เป็นอย่างนั้นด้วย"

(อบต. ผกา(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 พ.ย. 2540)

อบต. น้อย เข้ามาสมัครอบต. เนื่องจากอีกเหตุผลที่ว่าต้องการให้บ้านเมืองพัฒนาเหมือนที่อื่น"...สิ่งที่ทำให้สนใจคืออยากช่วยหมู่บ้าน อยากทำให้บ้านตัวเองเจริญเหมือนบ้านอื่น"

(อบต. น้อย(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 15 พ.ย.2540)

สำหรับอีกกลุ่มพบว่า มีประสบการณ์โดยตรงที่เคยถูกตัดโอกาสจากเจ้าหน้าที่และระเบียบของทางราชการเพราะไม่ได้มีตำแหน่งหรือมีบทบาทที่จะช่วยชาวบ้านได้ ตัวอย่างอธิบายปรากฏการณ์ที่ว่ามี เช่น

อบต. เพ็ญ เคยมีประสบการณ์ที่ต้องให้ความสะดวกชาวบ้านในการติดต่อ  
อำเภอในฐานะที่เป็นกรรมการหมู่บ้าน ทำให้พบว่าการเป็นแค่กรรมการหมู่บ้าน  
ยังไม่เพียงพอโอกาสที่จะช่วยเหลือชาวบ้านถ้าทราบโดยังไม่มีตำแหน่ง  
หรือบทบาทอื่นๆ อีก ... แต่ก่อนเป็นแค่กรรมการหมู่บ้านเวลาไปติดต่ออำเภอ  
เพื่อขอจัดงานสำคัญของหมู่บ้าน หรือไปปรับมิตรประชาชนให้ชาวบ้านที่เขา  
วานที่อำเภอ เจ้าหน้าที่ก็จะตอบว่าไม่ได้เป็นอะไร ทำไมไม่ให้ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน  
มาติดต่อก็คงกลับออกมาแล้วก็คิดนะว่าถ้าเราได้เป็นคนสำคัญของหมู่บ้าน มี  
ตำแหน่ง คงสามารถทำอะไรเพื่อชาวบ้านได้มากกว่านี้"

( อบต.เพ็ญ(นามสมมติ) ,สัมภาษณ์ , 10 ธ.ค. 2540)

สรุปว่าปัจจัยที่เกิดจากการได้รับแรงกดดันในด้านต่าง ๆ ซึ่งมีส่วนทำให้สตรีตัดสินใจ  
ลงสมัคร เป็นสมาชิกสภา อบต. มี 3 ประเด็นคือ

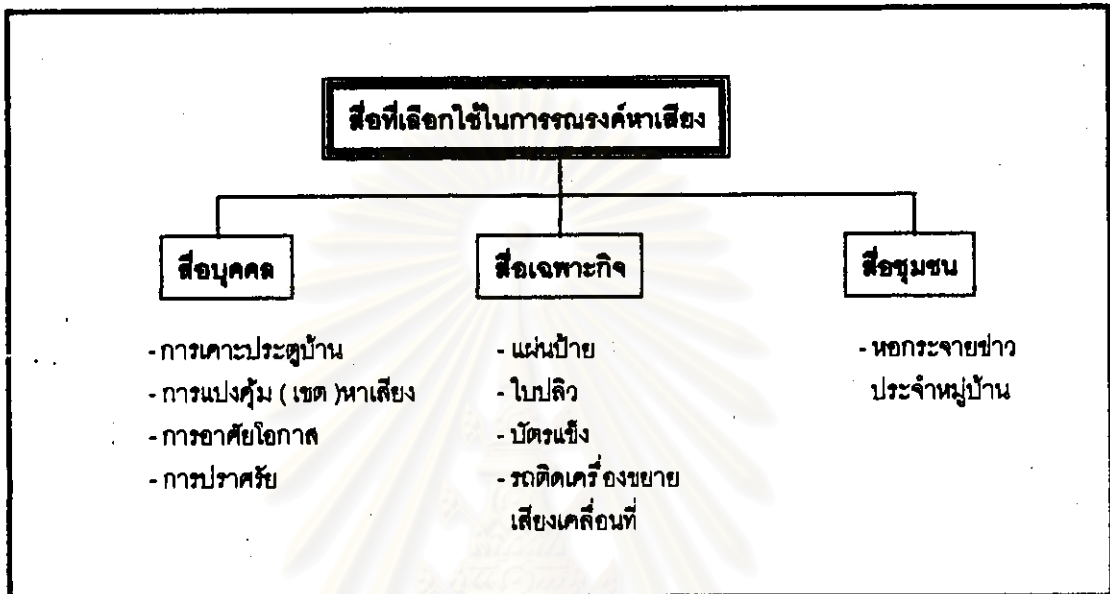
- การไม่ได้รับความเป็นธรรมในเรื่องการพัฒนาสตรี
- ไม่พอใจในการทำงานของผู้นำ
- ไม่มีโอกาสที่จะเข้ามาพัฒนาเท่าที่ควร

ทั้งนี้พบว่าทั้ง 3 ประเด็นมีความสำคัญเท่า ๆ กัน ในการที่มีส่วนทำให้สมาชิกสภา  
อบต. สตรีเกิดแรงกดดัน จนทำให้ตัดสินใจลงสมัครรับเลือกตั้ง

สรุปจากผลการศึกษาวิจัยเพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงสมัคร  
รับเลือกตั้งนั้น พบว่าการที่สตรีจะตัดสินใจลงสมัครเพื่อให้ตนเองเข้ามามีบทบาท หรือมีตำแหน่ง  
ทางการเมืองในระดับท้องถิ่นประกอบไปด้วยปัจจัยที่เกิดจากการได้รับแรงสนับสนุน ปัจจัยที่เกิด  
จากความต้องการส่วนบุคคล และปัจจัยที่เกิดจากแรงกดดันที่ได้รับ ซึ่งเมื่อพิจารณาถือได้ว่า  
ปัจจัยที่เกิดจากความต้องการส่วนบุคคลเป็นปัจจัยภายในหรือปัจจัยที่เกิดจากตัวสตรีเอง และ  
ปัจจัยภายนอกซึ่งได้แก่การได้รับแรงสนับสนุนจากบุคคลต่างๆ รวมทั้งการได้รับแรงกดดันในด้าน  
ต่างๆ

## 2. สื่อที่สมาชิกสภา อบต. สตรีเลือกใช้ในการรณรงค์หาเสียง

จากการศึกษาในเรื่องของสื่อที่ใช้ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของสมาชิกสภาอบต. สตรี สามารถจัดกลุ่มของสื่อที่ใช้ โดยแบ่งตามรูปแบบการใช้สื่อได้ดังแสดงในแผนภูมิที่ 2



แผนภูมิที่ 2 : สื่อที่สมาชิกสภา อบต. สตรีเลือกใช้ในการรณรงค์หาเสียง

จากการศึกษาพบว่าสื่อที่เลือกใช้ได้แก่สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่อชุมชน ทั้งนี้พบว่าสื่อที่ใช้กันมากที่สุดในการรณรงค์หาเสียงครั้งนี้คือ สื่อบุคคล รองลงมาคือสื่อเฉพาะกิจ และสื่อชุมชน ตามลำดับ ซึ่งส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับสื่อเฉพาะกิจว่าเป็นสื่อที่ช่วยสนับสนุนสื่อบุคคล จากแผนภูมิที่ 2 สามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังนี้

### (1) สื่อบุคคล

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

- การเข้าถึงตัวผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง หรือเป็นการสื่อสารในรูปแบบที่เรียกว่า การเคาะประตูบ้าน (Knock Door) เป็นลักษณะที่ตัวผู้สมัครหรือบุคคลใกล้ชิดตัวผู้สมัครเดิน

เข้าเยี่ยมผู้มีสิทธิออกเสียงถึงบ้านโดยส่วนใหญ่จะมีการวางแผนไว้ล่วงหน้าว่า ช่วงระยะเวลาในการหาเสียงที่มีอยู่เมื่อเทียบกับจำนวนหลังคาเรือนและที่ตั้งของแต่ละหลังคาเรือนจะต้องเดินอย่างไรและใช้เวลานาน้อยแค่ไหน จากการศึกษาพบว่า มีสมาชิกสภา อบต. สตรี จำนวน 22 คน ที่ใช้การหาเสียงในรูปแบบนี้

- การแบ่งคุ้ม (เขต) หาเสียง ด้วยลักษณะของชุมชนที่เป็นหมู่บ้านจะแบ่งพื้นที่เป็นเขตที่นิยมเรียกกันว่า "คุ้ม" การหาเสียงในลักษณะนี้ ผู้สมัครหรือบุคคลใกล้ชิดจะไม่เดินตามบ้านเป็นหลังๆ ไป แต่ตัวผู้สมัครหรือบุคคลใกล้ชิดจะวางแผนร่วมกัน โดยให้ญาติหรือบุคคลใกล้ชิดช่วยหาเสียงให้ก่อนในฐานะที่เป็นผู้อาศัยหรืออยู่บริเวณใกล้เคียงกับคุ้ม (เขต) ที่ตนเองได้รับผิดชอบ โดยจะเป็นลักษณะการหาเสียงแบบเปิดทางให้ก่อน เป็นผู้ประสานงาน เป็นหูเป็นตาให้ในช่วงการรณรงค์หาเสียง จากนั้นตัวผู้สมัครเองอาจจะมาพบ หรือไม่มาพบ ผู้มีสิทธิออกเสียงตามคุ้มต่างๆ เมื่อใกล้โค้งสุดท้ายของการเลือกตั้งก็ได้ จากการศึกษาพบว่า มีสมาชิกสภา อบต. สตรี จำนวน 8 คนที่ใช้การหาเสียงรูปแบบนี้

- การปราศรัยหาเสียง จากการศึกษาพบว่า มีผู้สมัครเพียง 4 คนเท่านั้นที่ใช้สื่อบุคคลในรูปแบบของการปราศรัยหาเสียง ทั้งนี้การปราศรัยหาเสียงในระดับ อบต. ที่พบส่วนใหญ่จะจัดปราศรัยขึ้นโดยผู้นำหมู่บ้าน เพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้สมัครทุกคนได้พูดหาเสียงกับชาวบ้าน ซึ่งที่พบมักจะเกิดกับหมู่บ้านที่มีผู้สมัครจำนวนมาก หรือเป็นหมู่บ้านที่มีจำนวนหลังคาเรือนค่อนข้างมาก นอกจากนี้ยังพบว่า มีวิธีการปราศรัยในลักษณะการปราศรัยกลุ่มย่อยโดยตัวผู้สมัครเป็นผู้จัดปราศรัยขึ้นเอง กำหนดจุดปราศรัยในหมู่บ้านขึ้นมา เมื่อใกล้ถึงวันเลือกตั้งก็จัดปราศรัยตามจุดแต่ละจุดที่ได้กำหนดไว้

ในส่วนของการปราศรัยหาเสียง สมาชิกสภา อบต. สตรี ที่ใช้วิธีการนี้เห็นว่าการปราศรัยทำให้ตนสามารถสื่อให้ชาวบ้านได้เห็นความสามารถในการที่จะเข้ามาพัฒนาหมู่บ้านหรือเป็นตัวแทนชาวบ้านได้ นั่นคือในการปราศรัยส่วนใหญ่จะดึงเนื้อหาที่เกี่ยวกับนโยบายที่ตั้งใจจะทำรวมทั้งบอกผลงานที่เคยทำมาก่อน นอกจากนี้ยังเห็นว่าการปราศรัยถือเป็นวิธีการหาเสียงที่ใช้แก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกรณีถูกคู่แข่งโจมตีโดยปราศรัยเพื่อชี้แจงให้ชาวบ้านได้เข้าใจและเกิดความชัดเจนในจุดที่ถูกโจมตีได้



- การใช้โอกาสในการหาเสียง เป็นวิธีการใช้สื่อบุคคลอย่างไม่เป็นทางการ คือเป็นการใช้สื่อบุคคลไม่ว่าจะเป็นตัวผู้สมัครหรือผู้ใกล้ชิดในลักษณะไม่ได้ตั้งใจไม่ได้วางแผน โดยจากการศึกษาพบลักษณะที่ปรากฏ คือ เป็นการพูดบอกแบบไม่ตั้งใจ ทักทายตามโอกาส เช่น เดิน หรือ ขับรถไปซื้อของแล้วเจอกับบอก หรือไปร่วมงานกุศล งานประเพณี เจอกับบอกเป็นคนที่ไป หรือเป็นการไปพูด เพราะชาวบ้านหรือคนใกล้ชิดที่สนับสนุนแนะนำให้ไปพูด แต่ตัวเองไม่ได้ตั้งใจไป ตัวอย่างที่อธิบายปรากฏการณ์นี้ได้แก่

"... อย่างชาวบ้านบางคนบอกว่า ทำไมไม่เดินหาเสียงเลย แม้ก็บอกว่าจะลาขับรถผ่านก็บอกแล้ว ขับมอเตอร์ไซด์ผ่านใครก็บอกช่วยหน่อยนะ ลงอบต. เบอร์นั้นะ คือแม่จะไม่เดินตามบ้านเป็นทางการ แต่ให้เจอใครผ่านใครก็บอก"

(อบต. ละเหยียด(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 29 ธ.ค. 2540)

"พอสมัครก็ไม่ได้เดินหาหาเสียงอะไรเลย จนชาวบ้านบอกคนสมัครคนอื่นเขาหาเสียงกันแล้ว ... แต่เราก็ไม่ได้คุยอะไร เป็นแบบเดินผ่านก็ทักทายธรรมดาปกติ บอกว่าถ้าสงสารเลือกเบอร์ 1 นะ กาง่ายๆ คือทำแบบไม่ได้ตั้งใจว่าจะต้องเดินเข้าทุกบ้าน"

(อบต. ทองพูน(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 29 ธ.ค. 2540)

นอกจากนี้มีสมาชิกสภา อบต.สตรี เพียงคนเดียว ที่พบว่า หาเสียงโดยพูดในลักษณะแฝงกับงาน หรือกิจกรรมที่ตนเองทำอยู่เป็นประจำ คือ ใช้โอกาสพูดเมื่อเสร็จจากงานซึ่งตัวอย่างที่อธิบายปรากฏการณ์นี้คือ อบต. อ้อย "...การพูดบอกชาวบ้านก็ธรรมดา ผ่านหน้าบ้านก็บอก อีกอย่างตอนนั้นเราเป็น อสม. ช่วงนั้นต้องออกซังน้ำหนักเด็ก กับออกสำรวจข้อมูลต้องไปพบปะชาวบ้านตามจุดต่าง ๆ ก็ถือโอกาสบอกเขาตอนนั้น"

(อบต. อ้อย(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 15 ธ.ค. 2540)

## (2) สื่อเฉพาะกิจ

จากการศึกษาเรื่องของการเลือกใช้สื่อในการรณรงค์หาเสียงท้องถิ่น ระดับ อบต. พบว่ารูปแบบของสื่อเฉพาะกิจที่ปรากฏจะมีลักษณะที่ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน การได้มาของสื่อสามารถว่าจ้างหรือทำเองได้ ไม่ยาก ค่าวัสดุสื่อราคาไม่แพง หรือทำในลักษณะนำวัสดุเก่ากลับมาใช้ใหม่ ซึ่งแน่นอนว่าราคาของสื่ออยู่ในระดับไม่สูง สื่อเฉพาะกิจที่ปรากฏให้เห็นในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แผ่นป้าย ใบปลิว บัตรแข็ง รถติดเครื่องขยายเสียงเคลื่อนที่

- แผ่นป้าย มีสมาชิกสภา อบต. สตรี จำนวน 14 คน ที่หาเสียงโดยการใช้แผ่นป้ายเป็นสื่อ ลักษณะป้ายจะเรียบง่ายธรรมดา มีทั้งเป็นกระดาษแข็ง และไม่อัด ข้อความที่ปรากฏในแผ่นป้ายส่วนใหญ่ที่เน้นจะเป็น ชื่อ เบอร์ คำขวัญ จะไม่นิยมติดรูปเนื่องจากการทำรูปติดแผ่นป้ายต้องใช้รูปขนาดใหญ่ ซึ่งทำให้เสียค่าใช้จ่ายสูง ทั้งนี้มีเหตุผลว่าการทำสื่อลักษณะนี้ นอกจากจะทำให้ป้ายเด่นแล้ว ชาวบ้านผ่านไปมาจะเห็นว่าตัวผู้สมัครมีความจริงจังในการหาเสียงครั้งนี้ อย่างไรก็ตามพบว่าสมาชิกสภา อบต. สตรี เพียงไม่กี่คนที่ทำแผ่นป้ายจากแผ่นไม้อัดโดยนอกจากจะมีชื่อ มีเบอร์แล้วยังมีรูปติดด้วยซึ่งก็เป็นรูปเดียวกับที่ติดบัตรแข็ง แต่นำไปขยายเป็นขนาดเอสี่

การให้ความสำคัญกับการทำแผ่นป้าย เหตุผลส่วนใหญ่ที่ได้รับพบว่าการทำแผ่นป้ายขึ้นมากก็เพื่อให้คนผ่านไปผ่านมาได้พบเห็นแล้วจดจำได้ว่าตัวผู้สมัครอยู่เบอร์อะไรทั้งยังดูว่าผู้สมัครนั้นมีความจริงจังในการลงสมัครครั้งนี้ นอกจากนี้เมื่อพิจารณาถึงช่องทางการแพร่กระจายสารของสื่อชนิดนี้เพื่อให้เกิดความบ่อยครั้งในการรับสารของผู้รับสาร การติดหรือตั้งป้าย จะนิยมวางตามจุดที่มีผู้คนสัญจรไปมาเป็นประจำและต้องเป็นตำแหน่งที่สามารถรักษาป้ายให้คงทนให้อยู่ได้นานด้วย เช่น ติดที่ศาลากลางบ้าน ตั้งหรือติดตามต้นไม้บริเวณหน้าวัด บริเวณบ้านผู้ใหญ่บ้าน แต่ก็พบว่าผู้สมัครหนึ่งคนต่อจำนวนป้ายที่ทำก็มีจำนวนไม่มาก ทั้งนี้เนื่องจากการเลือกติดจะติดเฉพาะจุดสำคัญ เท่านั้น

" ในการหาเสียงมีการตั้งป้ายไว้ด้วยหนึ่งจุด เป็นป้ายไม้ติดรูปไว้ด้วยตั้งไว้จุดที่คนเดินผ่านไปผ่านมาบ่อยในหมู่บ้านคือทางแยกกลางหมู่บ้าน "... ลักษณะเป็นแผ่นไม้กระดานมีรูปด้วย ซึ่งเป็นรูปเดียวกับที่ติดบัตรแข็งแต่เอา

ไปขยายข้อความมีชื่อ เบอร์ เหมือนบัตรแข็ง คือ ออกความคิดกับแฟนว่า  
ควรทำป้ายใหญ่ จะได้ดูเด่น "

(อบต. วรรณานามสมมติ), สัมภาษณ์, 15 ธ.ค. 2540)

"ทำป้ายขึ้นมาสามป้าย ป้ายแรกตั้งอยู่ทางเข้าคูหา ป้ายที่สอง อยู่กลางหมู่  
บ้าน อีกป้ายอยู่ใกล้กับบ้านผู้ใหญ่บ้าน เพราะคนผ่านไปมาบ่อย ที่ทำ  
ป้ายขึ้นมาเพื่อให้มองเห็นเด่นชัด ให้ดูจริงจังว่าเรามีการหาเสียงจริง ส่วนข้อ  
ความป้ายเหมือนใบปลิว"

(อบต. นวลนามสมมติ), สัมภาษณ์, 29 ธ.ค. 2540)

- ใบปลิว ส่วนใหญ่ลักษณะใบปลิวที่ใช้พบว่า มีสมาชิกสภา อบต. สตรี จำนวน  
11 คน ที่ใช้ใบปลิวช่วยในการหาเสียง และเมื่อพิจารณาถึงรูปแบบของใบปลิวที่ใช้ส่วนใหญ่มี  
ลักษณะเรียบง่าย มีกระบวนการขั้นตอนการทำงาน พิมพ์สีเดียวหรือถ่ายเอกสาร ซึ่งจากการ  
สอบถามที่มาของใบปลิว พบว่า ไม่ต้องลงทุนอะไรมาก บ้างก็จ้างพิมพ์ บ้างก็มีญาติหรือบุคคล  
ใกล้ชิดช่วยทำ โดยจำนวนที่ทำส่วนใหญ่จะใช้เกณฑ์ตามจำนวนหลังคาเรือนที่เป็นชนชั้น  
เพราะเมื่อพิจารณาถึงรูปแบบการกระจายสื่อพบว่าในการหาเสียงครั้งนี้ ใบปลิวไม่เพียงแต่ใช้ติด  
แบบกระจายตามบ้านคน ต้นไม้ เสาไฟฟ้า รั้วข้าว เท่านั้น แต่มีบางส่วนที่ใช้แจกคนเดิน  
พูดหาเสียงอีกด้วย ขนาดส่วนใหญ่มีขนาด เอสี่ มี ชื่อ เบอร์ รูปและข้อความที่เป็นคำขวัญหรือ  
คุณสมบัตินของผู้สมัคร

สำหรับความสำคัญของการทำใบปลิวขึ้นมาเพื่อทำให้คนอ่านเกิดความจดจำเช่นกัน  
นอกจากนี้ยังได้บอกลักษณะของคุณสมบัติ หรือแนวนโยบายที่ตัวผู้สมัครต้องการสื่อให้ชาวบ้าน  
ทราบด้วย

" ตามความคิดที่ว่าเราไปติดเขาก็ได้อ่าน อย่างเด็กนักเรียนที่อ่านหนังสือ  
ออกพอเห็นที่เราติดก็พูดกันว่า เบอรับั้นเบอรับั้น เบอรับั้น 9 และจำเอาไปบอก  
พ่อแม่ได้"

(อบต. พรนามสมมติ), สัมภาษณ์, 14 พ.ย. 2540)

“นอกจากหาเสียงที่เดินคุยกับชาวบ้านแล้วมีพิมพ์ใบปลิวมาติดด้วยไปจ้างที่ตลาดร้อยละ 300 บาท เป็นใบปลิวขนาดประมาณ เอสี่ มีรูป ชื่อ ข้อความ พิมพ์มา 100 ใบ เพราะบ้านเรามี 112 หลังคาเรือน ใช้ติดตามต้นไม้ ข้างเสา”

(อบต. ไพลิน(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 15 พย. 2540)

“สำหรับใบปลิวมีพัฒนาชุมชนช่วยให้ฟรี เป็นกระดาษ เอสี่ เขียนตัวเล็ก บ้างใหญ่บ้างมีรูปติดให้ด้วย เป็นรูปที่ติดบัตรแต่เอาไปขยาย มาติดแล้วถ่ายเอกสารออกมา ข้อความเขาเขียนให้ คือ เขากถามความตั้งใจเราว่าอยากเป็น อบต. เพื่ออะไร แล้วก็ไปคิดเขียนมาให้ มีชื่อเบอร์ คำขวัญ “จริงจังมุ่งมั่นพัฒนา” แล้วก็ประวัติงานเรา”

(อบต. เพ็ญ(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 10 ธ.ค 2540)

- บัตรแข็งหรือ บัตรเล็ก หรือบัตรพก เมื่อพิจารณารูปแบบของบัตรแข็งส่วนใหญ่จะมีชื่อ เบอร์และติดรูปด้วย อย่างไรก็ตามพบว่า ส่วนใหญ่บัตรแข็งจะจ้างพิมพ์ โดยพิมพ์สีเดียวหรือสองสีเท่านั้น รูปที่ติดจะมีทั้งการใช้รูปถ่ายขนาดประมาณ 1 นิ้ว ติดลงบัตร ที่พิมพ์ออกมาเรียบร้อยแล้ว กับการใช้วิธีติดรูปลงต้นฉบับพิมพ์แล้วถ่ายเอกสารออกมา จำนวนพิมพ์ส่วนใหญ่พิมพ์โดยใช้เกณฑ์คาดคะเนตามจำนวนผู้มีสิทธิ์ออกเสียงเลือกตั้ง ส่วนลักษณะการกระจายสื่อชนิดนี้ จะแจกด้วยตัวเองบ้างหรือให้ญาติผู้ใกล้ชิดช่วยแจกให้บ้าง โดยจะแจกช่วงการหาเสียงช่วงแรก แต่ที่นิยมจะแจกโค้งสุดท้ายของการเลือกตั้ง หรือแจกก่อนวันเลือกตั้ง 1 วัน จากการศึกษพบว่า มีสมาชิกสภา อบต.สตรี จำนวน 9 คน ที่ใช้บัตรแข็งช่วยในการหาเสียง

การให้ความสำคัญของสื่อชนิดนี้พบว่า สื่อจะช่วยทำให้ผู้มีสิทธิ์ออกเสียงเลือกตั้งจำเบอร์ได้โดยเฉพาะส่วนใหญ่จะให้เหตุผลว่าที่แจกเพราะกลัวคนแก่จำไม่ได้สับสนชื่อกับเบอร์

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

“ใช้รถแห่เพราะหมู่บ้านมีขนาดใหญ่ นะ และก็พรุ่งนี้จะเป็นวันเลือกตั้งเรา ต้องยื่นชื่อและเบอร์ให้ชาวบ้านอีกอย่างเป็นทางการให้ชาวบ้านออกไปใช้สิทธิให้มากด้วย

(อบต. ทองนาคน(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 พ.ย. 2540)

### (3) สื่อชุมชน

ในการรณรงค์หาเสียงนอกจากสื่อต่างๆ ที่กล่าวมายังพบว่ามี การนำสื่อชุมชนที่เรียกว่า หอกระจายข่าว มาใช้ด้วย

- หอกระจายข่าว เป็นสื่อชุมชนชนิดหนึ่ง ที่ผู้สมัครใช้เป็นเครื่องมือในการหาเสียง โดยไม่ได้เสียค่าสื่อ จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า มีสมาชิกสภา อบต. สตรีเพียงคนเดียวเท่านั้นที่ รณรงค์หาเสียงผ่านหอกระจายข่าวประจำหมู่บ้าน ซึ่งการได้มีโอกาสหาเสียงผ่านสื่อชนิดนี้ เนื่องจากทางหมู่บ้านเปิดโอกาสให้ ผู้สมัคร อบต. ทุกคนหาเสียงผ่านสื่อชนิดนี้

โดยภาพรวมแล้วมีสื่อหลายประเภทที่สตรีซึ่งเป็นสมาชิกสภา อบต. สตรีเลือกใช้ ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งครั้งนี้ ทั้งนี้พบว่าเลือกใช้สื่อบุคคลเป็นสื่อหลักในการหาเสียงและจะ เลือกวิธีการเดินเข้าถึงตัวผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งมากที่สุด ส่วนสื่อเฉพาะกิจ ไม่ว่าจะเป็นใบปลิว ป้าย บัตรแข็ง เลือกใช้ในลักษณะเป็นสื่อสนับสนุนมากกว่า แสดงให้เห็นว่าการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของสมาชิกสภา อบต. สตรี ครั้งนี้พบว่าทั้งหมดให้ความสำคัญกับการใช้ตัวบุคคล เป็นสื่อหลัก

ทั้งนี้สมาชิกสภา อบต. สตรี ส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า การจะได้รับเลือกตั้ง นอก จากเราจะต้องเป็นที่รู้จักของชาวบ้านเคยให้ความช่วยเหลืองานส่วนรวมแก่ชาวบ้าน และหมู่บ้าน มีมนุษยสัมพันธ์ มีพื้นฐานครอบครัวมาดีแล้ว จะต้องมีการหาเสียงด้วย การที่มีความมั่นใจใน บัจฉัยต่าง ๆ ที่กล่าวมา แต่ไม่มีการหาเสียง เปรียบเสมือนการที่มีข้อดี มีความสามารถ แต่ไม่ แสดงไม่สื่อให้ชาวบ้านรู้ โอกาสได้รับการเลือกตั้งก็จะมีหรือมีน้อยมาก และวิธีการหาเสียงที่ อบต. สตรี คิดว่ามีส่วนช่วยตนเองให้ได้รับเลือกตั้งมากที่สุด คือ การเดินถึงตัวผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งหรือวิธีการเคาะประตูบ้าน โดยมีแนวคิดที่สนับสนุน สรุปได้ดังนี้

1. การหาเสียงในระดับท้องถิ่นหรือระดับหมู่บ้าน ส่วนใหญ่ผู้สมัครและชาวบ้านจะรู้จักกันมาก่อน การเข้าถึงบ้าน ถือเป็น การตอกย้ำให้เกิดความคุ้นเคยยิ่งขึ้น
2. เมื่อวิเคราะห์ถึงลักษณะแนวความคิดของผู้รับสารที่เป็นชาวบ้านส่วนใหญ่ชาวบ้านที่มีอายุมากจะมีแนวคิดว่าการไม่เข้ามาพูดคุยถือเป็น การไม่ให้เกียรติ
3. การเข้าถึงบ้านเข้าถึงตัว ทำให้ผู้สมัครสามารถบอกหลักการหรือพูดประเด็นปัญหาที่ชาวบ้านประสบอยู่ได้สะดวก
4. การเข้าถึงบ้านเข้าถึงตัว ทำให้มีโอกาสทราบว่ายังมีผู้ไม่เข้าใจหรือต่อต้านตัวอยู่สมัครอยู่หรือไม่ ในเรื่องอะไร เพื่อจะสามารถแก้ไขได้

"คิดว่าการได้เข้าไปสัมผัสกับพี่น้อง (ชาวบ้าน) คือเข้าไปพูดคุยกับเขาจะช่วยได้มากที่สุดแต่ต้องบวกกับที่เราเคยทำดี ช่วยชาวบ้านมาตลอดด้วย อีกอย่างอุปนิสัยใจคอความมีมนุษยสัมพันธ์ พ่อแม่ พื้นฐานครอบครัวก็มีส่วน"

(อบต. จันทร์เพ็ญ, สัมภาษณ์, 10 ธ.ค. 2540)

"ถ้าให้สามีไปหาเสียงให้ต่อให้สามีเป็นคนดี ชาวบ้านรักแต่ตัวผู้สมัครไม่คิดถึงว่าเขาดีไม่เลือกเหมือนเดิม มันต้องคู่กัน คือ การหาเสียงต้องประกอบกับพื้นฐานที่ทำมา เงินไม่สำคัญ อย่างบ้านเราตอนนี้เปลี่ยนไปทุกวันนี้มีทีวี ชาวบ้านเขารู้ เราจะมองตัวคนเป็นหลัก รัฐมนตรีใครเป็นแล้วประเทศชาติแย่หรือดี เศรษฐกิจเป็นยังไง เขามองออกแล้วใครดีไม่ดี"

(อบต. ละเหยียด(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 29 ธ.ค. 2540)

สรุปว่าสื่อที่สมัครเลือกใช้ในการณรงค์หาเสียงเลือกตั้งเมื่อแบ่งตามรูปแบบการใช้สื่อมี

ดังนี้

#### 1. สื่อบุคคล ได้แก่

- การเข้าถึงตัวผู้มีสิทธิ ออกเสียงเลือกตั้ง หรือการเคาะประตูบ้าน
- การแบ่งคุ่ม (เขต) หาเสียง
- การปราศรัยหาเสียง



- การอาศัยโอกาส

3. สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่

- แผ่นป้าย
- โบปลิว
- บัตรแข็ง
- รถติดเครื่องขยายเสียงเคลื่อนที่ หรือ รถแห่

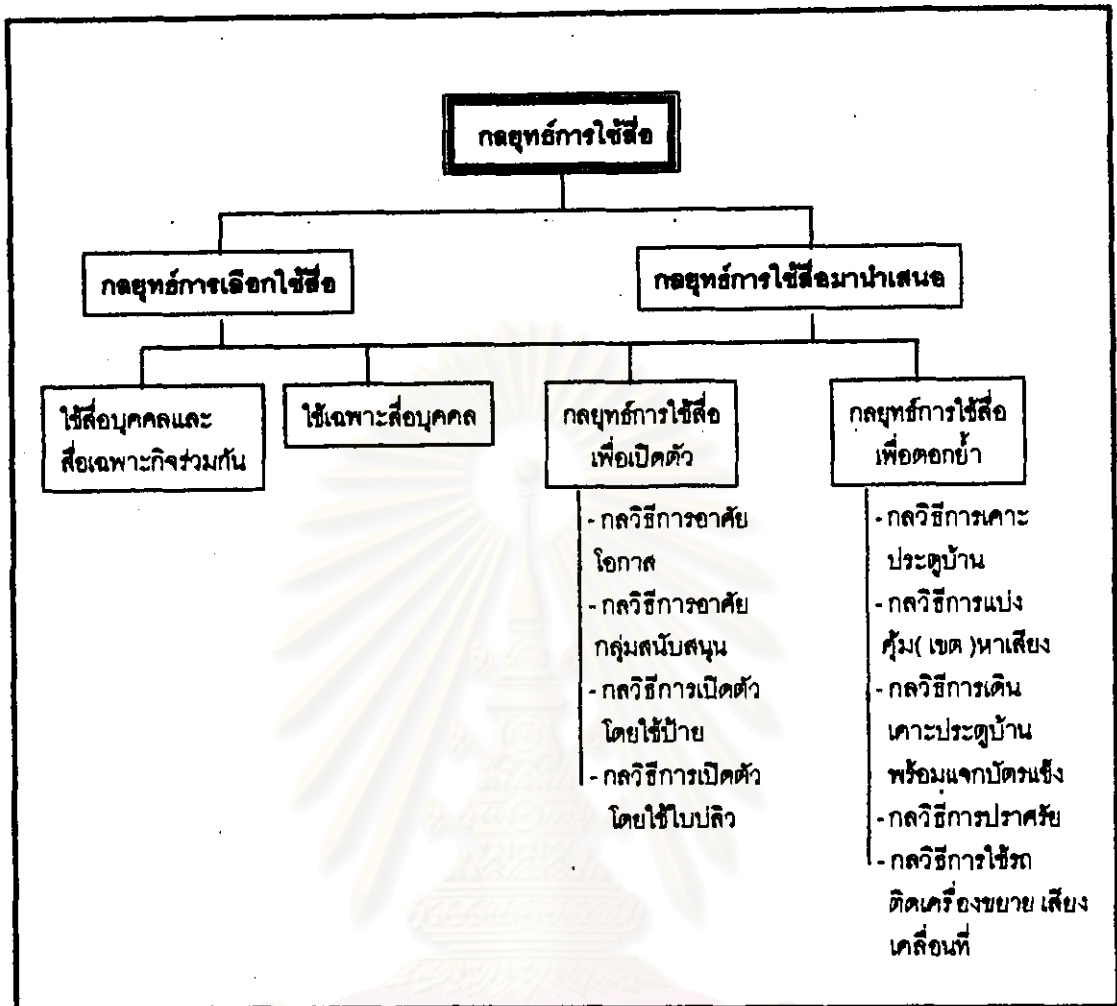
4. สื่อชุมชน ได้แก่

- หอกระจายข่าวประจำหมู่บ้าน

3. กลยุทธ์การใช้สื่อในการรณรงค์หาเสียง

เมื่อพิจารณาตามวิธีการใช้สื่อ รวมทั้งการวางแผนการใช้สื่อในการรณรงค์หาเสียง  
เลือกตั้งของสมาชิกสภาอบต. ตตริ พบว่าตตริเหล่านี้มีกลยุทธ์หรือวิธีการใช้สื่อ ดังแสดงในแผน  
ภูมิที่ 3

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



แผนภูมิที่ 3 : กลยุทธ์การใช้สื่อในการรณรงค์หาเสียง

จากการศึกษาพบว่ากลยุทธ์หรือวิธีการใช้สื่อ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 วิธีการใหญ่ ๆ ดังนี้

(ก) กลยุทธ์การเลือกใช้สื่อ ประกอบด้วย

1. เลือกใช้สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจร่วมกัน
2. เลือกใช้เฉพาะสื่อบุคคล

(ข) กลยุทธ์การใช้สื่อมานำเสนอ ประกอบด้วย

1. กลยุทธ์การใช้สื่อเพื่อเปิดตัว
2. กลยุทธ์การใช้สื่อเพื่อตอกย้ำ

จากแผนภูมิที่ 3 สามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังนี้

### (ก) กลยุทธ์การเลือกใช้สื่อ

ในการสื่อสารทางการเมือง โดยเฉพาะเรื่องการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ผู้สมัครรับเลือกตั้งในฐานะผู้ส่งสารต่างก็มีวิธีการหรือกลยุทธ์ในการนำสื่อชนิดต่างๆ มาใช้ร่วมกัน เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด การนำสื่อหลายชนิดมาใช้ร่วมกันถือว่าเป็นอีกกลยุทธ์หนึ่งที่นิยมปฏิบัติกันมาไม่ว่าจะเป็นการรณรงค์หาเสียงระดับประเทศ ระดับภูมิภาคหรือระดับท้องถิ่นก็ตาม และจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่า มีสมาชิกสภา อบต. ๑๓๖ คนที่หาเสียงโดยการนำสื่อหลายชนิดมาใช้ร่วมกัน

จากที่ได้กล่าวไว้ตอนต้นแล้วว่า สื่อที่สมัครเลือกใช้ในการรณรงค์หาเสียงครั้งนี้ เมื่อแบ่งตามรูปแบบการใช้สื่อพบว่ามี 4 ชนิดด้วยกันคือ

1. สื่อบุคคล ได้แก่
  - การเข้าถึงตัวผู้มีสิทธิ์ออกเสียงเลือกตั้ง หรือวิธีการเคาะประตูบ้าน
  - การแบ่งคุ่ม (เซต) หาเสียง
  - การปราศรัย
  - การใช้โอกาส
2. สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่
  - แผ่นป้าย
  - โปสเตอร์
  - บัตรแข็ง
  - รถติดเครื่องขยายเสียงเคลื่อนที่
3. สื่อชุมชน ได้แก่
  - หอกระจายข่าวประจำหมู่บ้าน

การหาเสียงโดยผู้สมัครเลือกใช้สื่อหลายชนิดร่วมกันนี้ พบว่ามีความหลากหลายของการเลือกสื่อแต่ละชนิดมาใช้ร่วมกันดังนี้

## 1. การนำสื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ มาใช้ร่วมกัน

### - วิธีการเคาะประตูบ้าน การปราศรัย การใช้โอกาส แผ่นป้าย โบปลิว บัตรแข็ง และ รถติดเครื่องขยายเสียงเคลื่อนที่

จากการศึกษาพบว่ามีสมาชิกสภา อบต. สตรี จำนวน 9 คน ที่รณรงค์หาเสียงเลือกตั้งโดยนำสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจมาใช้ในรูปแบบต่างๆ ร่วมกันมากที่สุด และพบว่าให้ความสำคัญกับสื่อบุคคลในลักษณะการเดินเคาะประตูบ้านมากที่สุด รองลงมาคือการปราศรัย และการใช้โอกาส ส่วนสื่อเฉพาะกิจจะให้ความสำคัญในแง่ของการเป็นสื่อสนับสนุน โดยสื่อเฉพาะกิจที่นิยมใช้ได้แก่แผ่นป้าย โบปลิว บัตรแข็ง และการใช้รถติดเครื่องขยายเสียงเคลื่อนที่หรือรถแห่ เช่น

อบต. ภัคดี ที่ตั้งเป้าหมายไว้ว่าถ้าตัดสินใจลงสมัครแล้วต้องให้ได้รับเลือกตั้ง ดังนั้นวิธีการหาเสียงต้องใช้ทุกวิธีที่จะทำให้ได้คะแนนเสียง ซึ่งในการหาเสียงครั้งนี้ อบต. ภัคดี นำสื่อมาใช้ร่วมกันทั้ง 3 ชนิด คือสื่อบุคคล ได้แก่การที่ตัวเองพบเจอใครก็ทักทายบอกกล่าวว่าลงสมัคร อบต. ได้เบอร์นี้ และในฐานะที่ตนเองเป็นประธานแม่บ้านของหมู่บ้านมีแม่บ้านสตรีหลายคนสนับสนุนก็วางแผนให้เหล่าแม่บ้านช่วยเดินหาเสียงแจกบัตรแข็งตาม คุ่ม(เขต)ต่างๆ รับผิดชอบคุ่มละ 2 คน ทั้งนี้หน้าที่ของแม่บ้านนอกจากจะช่วยหาเสียงแล้วยังต้องคอยเป็นหูเป็นตาให้ว่า จุดไหนโดนโจมตีเรื่องอะไร เพื่อที่ตัวผู้สมัครจะได้รับหาประเด็นมาไว้พูดแก้ในวันปราศรัย นอกจากนี้ยังนำสื่อมวลชนมาใช้ ไม่ว่าจะเป็นการวางป้ายใหญ่เพื่อเปิดตัวให้ชาวบ้านทราบว่าเราลงสมัคร และติดโบปลิวเพื่อให้ชาวบ้านได้ทราบกันกระจายทั่วหมู่บ้าน รวมทั้งการใช้รถติดเครื่องกระจายเสียงแห่รอบหมู่บ้านเพื่อตอกย้ำโค้งสุดท้ายของการเลือกตั้งด้วย "...การที่เราจะลงเล่นการเมืองนั้นนอกจากพื้นฐานดีแล้ว วิธีการหาเสียง ก็ต้องมี เพราะถ้าพื้นฐานดีแต่ไม่หาเสียง ชาวบ้านก็จะไม่รู้ หารว่าเราอยู่อีก เรามีทั้งขึ้นบ้าน โบปลิว บัตรแข็ง คือเราวางแผนไว้แล้วว่าต้องให้ได้ เพราะฉะนั้นวิธีการหาเสียงต้องเอาทุกทาง"

(อบต. ภัคดี(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 ม.ค. 40 )

อบต. ประสงค์มีวิธีการหาเสียงคล้ายกับ อบต. ภัคดี ในลักษณะนำสื่อหลายชนิดมาใช้ร่วมกัน ทั้งสื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ โดยมีการวางแผนการใช้สื่อ เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายในการเลือกตั้งครั้งนี้ สื่อบุคคลได้แก่การให้สมาชิกแม่บ้านสตรี 9 คนไปเดินหาเสียงให้ก่อนโดยวางแผน ให้นำใครอาศัยอยู่บริเวณคุ้ม(เขต)ไหนก็ให้ไปรับผิดชอบเขตนั้น จากนั้นตัวผู้สมัครเองก็จะเริ่มเดินกับกลุ่มแม่บ้าน 9 คนหาเสียงตามคุ้มต่างๆ โดยการเดินก็จะเดินบางหลัง แต่บางคุ้มก็เดินทุกหลัง โดยเฉพาะหลังที่สนับสนุนตัวเองมาตั้งแต่ต้น ในขณะที่เดินก็แจกใบปลิวที่เหลือจากการติดมาแจกพร้อมบัตรแข็งด้วย โค้งสุดท้ายของการเลือกตั้ง ก็มีการจัดรถแห่ ซึ่งทางหมู่บ้านจัดขึ้นเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้สมัครทุกคนได้หาเสียงเต็มที่ก่อนวันโหวตเลือกตั้ง จุดหนึ่งที่น่าสนใจในการหาเสียงของอบต.ประสงค์ คือกลยุทธ์ที่นำมาใช้ สร้างความน่าสนใจได้มากคือการจัดรถแห่ที่นอกจากจะมีกลุ่มแม่บ้านสตรีมาช่วยเดินชูป้ายคำขวัญแล้ว อบต.ประสงค์ยังนำเด็กของหมู่บ้านเกือบ 10 คน มาติด-ห้อยป้ายคำขวัญชักชวนให้เลือกตั้ง ทั้งนี้มีแนวคิดว่าการที่นำเด็กและสตรีมาเป็นสื่อช่วยในการหาเสียง เพราะตนเองทำงานพัฒนาสตรีและเด็ก ผู้สูงอายุ ผู้พิการ มาตลอด และการที่เปิดโอกาสให้เด็กและสตรีเข้ามามีส่วนในการหาเสียง ถือเป็นการให้ประสบการณ์ทางการเมืองแก่คนเหล่านี้ด้วย

#### -วิธีการเคาะประตูบ้าน การใช้โอกาส การปราศรัย แผ่นป้าย และใบปลิว

จากการศึกษาพบว่า มีสมาชิกสภา อบต. สตรีจำนวน 9 คน ที่รณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง โดยใช้วิธีการเคาะประตูบ้าน การใช้โอกาส การปราศรัย แผ่นป้าย และใบปลิวทั้งนี้ยังคงให้ความสำคัญกับสื่อบุคคลในลักษณะเป็นสื่อหลัก และสื่อเฉพาะกิจนำมาใช้ในลักษณะเป็นสื่อสนับสนุน เช่น

อบต. ทองพูน มีวิธีการหรือกลยุทธ์ที่ใช้สื่อแบบไม่ได้วางแผน คือเมื่อลงสมัครรับเลือกตั้งแล้วในช่วงแรกไม่ได้หาเสียงเลย เมื่อเวลาผ่านไปสักระยะหนึ่งว่าผู้สมัครคู่แข่งเริ่มตั้งป้าย ติดใบปลิว จึงคิดทำป้ายขึ้นมาโดยมีบิดาเป็นผู้ช่วยเหลือทำป้าย 4-5 แผ่น มาติดตามจุดสำคัญของหมู่บ้าน ส่วนตัวผู้สมัครเองก็

ใช้วิธีการบอกด้วยตนเองในลักษณะทักทายตามโอกาสที่เจอชาวบ้าน "...ก็ไม่ได้คุยอะไรกับชาวบ้านทำแบบลักษณะเดินผ่านแล้วทักทายว่าถ้าสงสารก็ช่วยเลือกเบอร์1 นะทาง่ายๆ แต่ไม่ได้ทำแบบตั้งใจว่าจะเข้าไปทุกหลังทุกบ้าน คือมีแต่พอเขียนป้ายกระดาษแข็งไปติดตามต้นไม้ให้ติดตามจุดสำคัญ 4-5 จุด"

(อบต. ทองพูน(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 29 ธ.ค. 40 )

อบต. ไพลิน มีกลยุทธ์หรือวิธีการหาเสียงโดยในช่วงแรกจะเดินคุยกับชาวบ้านที่สนับสนุนทุกหลังวันละ 5-6 หลัง โดยตนเองเลือกเดินตอนเย็น เพราะชาวบ้านกลับจากทำงาน ส่วนสามีจะเดินแวะให้ตอนเช้าก่อนไปทำงาน จากนั้นจึงคิดว่าควรมีสื่อให้ชาวบ้านจำชื่อ เบอร์ได้ จึงไปพิมพ์ใบปลิวมาติดกระจายตามจุดต่างๆ เช่น ต้นไม้ เสาไฟฟ้า ยุงข้าว เป็นต้น "...คิดว่าการเดินคุยเป็นวิธีการที่ช่วยให้ได้รับการเลือกตั้ง ถ้าติดประกาศอย่างเดียวไม่เดินคุยเขาก็ไม่เลือกเราหรอก แต่ใบปลิวที่ว่ามันช่วยได้ในแง่ความจำนะ คือทำให้เขามองเห็นและไม่ลืม ไม่ลืบนั่น โดยเฉพาะคนแก่ เพราะมีตั้ง 5 เบอร์ 5 คน"

(อบต. ไพลิน(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 15 พ.ย. 40 )

#### - วิธีการเคาะประตูบ้าน การใช้โอกาส และบัตรแข็ง

จากการศึกษาพบว่ามี อบต. สตรี เพียงคนเดียวที่มีวิธีการหรือกลยุทธ์การหาเสียงโดยใช้วิธีการเดินเคาะประตูบ้านกับชาวบ้านทุกหลังในเวลาเย็น เป็นการเดินคุยแบบไม่ได้วางแผนหรือแบ่งเขตการเดินแต่ละวัน แต่นักจะไปหลังไหนก็ไป หลังจากนั้นเมื่อใกล้ถึงวันเลือกตั้ง ก็จะเดินย้ำกับชาวบ้านอีกครั้งโดยจะนำบัตรแข็งมาแจกด้วย

ทั้งนี้ อบต. สตรี มีแนวคิดที่สนับสนุนการใช้กลยุทธ์หรือวิธีการนี้ว่า การเลือกเดินครั้งแรกจะเดินในลักษณะพูดคุยก่อนแล้วว่าลงสมัคร อบต. ได้เบอร์นี้ ซึ่งเป็นการพูดในลักษณะเพื่อสร้างความคุ้นเคย นอกจากนี้ตัวผู้สมัครก็จะถือโอกาสวิเคราะห์ผู้รับสารเพื่อหยั่งเสียงตัวเองด้วยว่าชาวบ้านมีความเห็นด้วยหรือสนับสนุนให้สตรีเข้ามามีบทบาทในการทำงาน อบต. หรือไม่ เพียงใดเพื่อจะได้ทำการบันทึกไว้ว่า ขณะนั้นตนเองมีโอกาสได้เสียงมาก-น้อยแค่ไหน จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเดินย้ำรอบสองเนื่องจากระยะเวลาการหาเสียงค่อนข้างนาน(เดือนกว่า) การย้ำจึงย้ำเมื่อ



ใกล้ถึงวันเลือกตั้ง หรือโค้งสุดท้ายของการเลือกตั้ง พร้อมกับนำบัตรจริงมาแจกเพื่อกันลิ้มด้วย ตัวอย่างเช่น

“ พอสมัครก็เริ่มเดินหาเสียง บ้านเรามีประมาณ 150 หลังคาเรือน เดินแทบทุก หลังใช้เวลานานมากคือเป็นเดือนเลย เดินบอกเขาธรรมดา วันนี้ไปไม่ครบวันหลังก็ ค่อยไป วันไหนจะไปบ้านไหนก็ไปไม่ได้วางแผนไว้ พอใกล้ถึงวันเลือกตั้งก็ไปเดินย้ำ กับเขากันลิ้ม เอาบัตรจริงไปแจกด้วย คือตอนแรกที่เราไปพูดจะดูก่อนว่าจะได้คน ลักก็คน แล้วลงบัญชีไว้ แล้วก็ไปพิมพ์บัตรออกมาแล้วค่อยแจกตอนไปคุยรอบสอง ถ้าเรามีบัตรเรา จะได้ล่วงหน้าแล้วรู้ว่าเราเบอร์นี้เลยมั่นใจว่าถ้ามีบัตรเราพอกอยู่เขา จะอยู่กับเบอร์เรา...”

(อบต. คำ(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 3 ธ.ค. 40)

## 2. การใช้เฉพาะสื่อบุคคล

กลยุทธ์ที่ถือเป็นวิธีการพื้นฐานและใช้กันมากที่สุด คือการใช้สื่อบุคคล ทั้งนี้พบว่า มีสมาชิกสภา อบต. สตรี จำนวน 11 คน ที่ใช้สื่อชนิดเดียวในการหาเสียงครั้งนี้ ส่วนใหญ่พบว่าในช่วงแรกที่เริ่มหาเสียงจะเดินหาเสียงแบบเคาะประตูบ้านด้วยตัวเอง และเมื่อใกล้โค้งสุดท้ายของการหาเสียง ก็จะไปเดินย้ำอีกรอบเพื่อเตือนความจำให้แก่ชาวบ้านเป็นลักษณะการใช้ตนเองเป็นสื่อในการเตือนความจำโดยไม่ใช้สื่อสนับสนุนอื่นช่วย จากการวิเคราะห์ถึงเหตุผลที่เลือกใช้กลยุทธ์การเดินเคาะประตูบ้านของ อบต.สตรี สามารถสรุปได้ดังนี้

1. การเดินเคาะประตูบ้านเป็นวิธีการที่ปฏิบัติได้ง่าย เป็นธรรมชาติ ไม่ต้องเตรียมอะไรมากมาย
2. การเดินเคาะประตูบ้านเหมาะสำหรับการหาเสียงระดับหมู่บ้าน เพราะส่วนใหญ่ชาวบ้านรู้จักตัวผู้สมัครดีอยู่แล้วเพราะเป็นคนในพื้นที่จึงไม่ต้องใช้สื่ออื่นช่วย
3. เลือกใช้สื่อชนิดเดียวเพราะมีความมั่นใจว่า ชาวบ้านสนับสนุน ประกอบกับการมีญาติพี่น้องในหมู่บ้านเยอะ
4. เป็นการหาเสียงที่มีคู่แข่งไม่เยอะ ดังนั้นจึงไม่ต้องใช้สื่ออื่นช่วย
5. หมู่บ้านมีขนาดเล็กการเดินเคาะประตูบ้านเป็นวิธีที่เหมาะสมที่สุด

6. การเดินเคาะประตูบ้านเป็นวิธีที่ทำให้ผู้สมัครมีโอกาสสร้างความคุ้นเคยกับชาวบ้านได้มากกว่าสื่ออื่น
7. เป็นวิธีการที่ไม่ต้องเสียเงิน
8. เป็นวิธีการที่ผู้สมัครได้แสดงความสามารถโดยเฉพาะเรื่องการค้าพูด กล้าเข้าหาคน
9. เนื่องจากผู้สมัครคู่แข่งไม่ทำสื่ออื่นออกมาแข่งกัน
10. เป็นวิธีการที่ง่าย และสะดวกต่อการสำรวจ

“ ไม่คิดว่าจะเอาวิธีการ ส.ส.มาใช้ เราหาแบบคิดเอง หาแบบบ้านนอกเพราะประหยัดเงิน ถ้าไปพิมพ์เสียเงินเยอะ เมื่อไม่ได้จะเสียใจ แต่ถ้าสมมติว่าเราหาเสียงในระดับใหญ่ขึ้น คิดว่าคงต้องใช้พวกบัตรใบปลิวเหมือนเขา”

(อบต. จอม(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 15 พ.ย. 40)

“ ส่วนการพิมพ์บัตร ทำป้าย ใบปลิว ไม่ได้ทำเพราะเชื่อมั่นตัวเองแล้ว พี่ว่ามันไม่จำเป็นเพราะคนบ้านเดียวกัน ก็เห็นกันอยู่ทุกวันอยู่แล้ว คิดว่าการที่เราได้ไปพูดคุยหาเสียงกับเขา สำคัญกว่าที่สุดแล้ว”

(อบต. น้อย(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 15 พ.ย. 40)

### **(ข) กลยุทธ์การใช้สื่อมานำเสนอ**

เป็นปรากฏการณ์ที่อธิบายการรณรงค์หาเสียงที่พิจารณาถึงความก่อนหลังของการนำสื่อมาใช้ในการเปิดตัวผู้สมัคร และตอกย้ำให้ผู้ออกเสียงจดจำเพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้สมัคร การศึกษาครั้งนี้พบว่าในการรณรงค์หาเสียงสมาชิกสภา อบต.สตรี มีกลยุทธ์หรือวิธีการใช้สื่อมานำเสนอเพื่อเปิดตัวและตอกย้ำที่แตกต่างกัน ดังนี้

#### **1. กลยุทธ์การใช้สื่อเพื่อเปิดตัว ประกอบด้วย**

##### **- กลยุทธ์การใช้โอกาส**

เป็นการหาเสียงโดยใช้โอกาส โดยที่เป็นการใช้สื่อบุคคลเปิดตัวในการหาเสียง ในลักษณะที่ไม่เป็นทางการ เนื่องจากว่าผู้สมัครเปิดตัวโดยใช้ตัวเองเป็นสื่อในลักษณะไม่ได้วางแผน คือเมื่อมีโอกาสพบเจอใครโดยบังเอิญนอกบ้านหรือมาพบที่บ้านก็จะบอกว่าตนเองลงสมัครได้

เบอร์นี่ ยังไงขอให้เลือกด้วย นอกจากนี้ยังพบว่าในช่วงระหว่างรณรงค์หาเสียงผู้สมัครบางคนมีโอกาสได้ร่วมงานบุญประเพณี งานการกุศลโรงเรียน และเมื่อได้พบเพื่อนฝูงหรือคนรู้จักก็จะบอกในลักษณะเดียวกัน จากนั้นก็จะเป็นกลยุทธ์ที่แตกต่างกันไป จากการศึกษาพบว่า มีสมาชิกสภา อบต.สตรี จำนวน 8 คน ที่เปิดตัวโดยการอาศัยโอกาส ตัวอย่างที่อธิบายปรากฏการณ์ ได้แก่

อบต. ทองนาค เมื่อติดตั้งป้ายแล้วก็จะติดใบปลิวตามมา ในขณะเดียวกันใบปลิวที่เหลือจากการติดจะเอามาแจกตอนเดินเคาะประตูบ้านทุกหลังด้วยตนเอง ซึ่งจะเดินช่วงประมาณ 1 อาทิตย์ก่อนการเลือกตั้ง หลังจากนั้นอีก 1 วันก่อนเลือกตั้งก็ใช้รถแห่เป็นการตอกย้ำชื่อและเบอร์ ผู้สมัครอีกครั้ง "...พอเริ่มสมัครก็เดินหาเสียงเลยแต่ยังไม่เป็นทางการแต่ก็ไปเรื่อยๆ พอเราเจอใครก็บอกว่าเราสมัครแล้วจะได้เบอร์ 3 ...ส่วนป้ายก็คิดเองนะว่าน่าจะทำขึ้นมา ใบปลิวก็เช่นกันเวลาเราหาเสียงจำเป็นต้องมีเพื่อกันลืม ส่วนการติดป้ายจะวางไว้ตรงฝั่งประตูโงง ซึ่งเป็นจุดที่กำหนดให้เป็นที่เลือกตั้ง อีกที่หนึ่งติดไว้บ้านย่า เพราะคนเดินผ่านไปมาเยอะ ใบปลิวคิดว่าติดที่ชุมชนคนผ่านไปมา จุดเล็กก็ติดเฉพาะบางที่เพราะคนไม่ออกจากบ้านก็มี คือเป็นการติดป้องกันไว้แต่เราเน้นติดที่คนผ่านเยอะ เช่น สีแยก..ส่วนการเดินทางอีกหนึ่งอาทิตย์เลือกตั้งที่ค่อยเดินๆ อยู่ 7 วัน หมดทุกหลังคาเรือน พร้อมแจกใบปลิวที่เหลือด้วย ซึ่งชาวบ้านก็บอกเลยว่าตั้งแต่มีการสมัครอบต.มีทองนาคนี้แหละที่เข้าถึงบ้านน้อยบ้านใหญ่...พอใกล้ถึงวันเลือกตั้งก็เริ่มเข้มข้น ที่เลยใช้วิธีติดโทรโข่งใส่รถแฟน ทำในลักษณะเหมือนรถขายของค่อยๆ ขับไปเรื่อยๆ พร้อมกับพูดขอเสียงว่า ฟุ้งนี้ 11 พ.ค. ออย่าลืมเข้าคูหาเบอร์ 3..."

(อบต.ทองนาค(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 พ.ย. 40)

นอกจากนี้ยังพบว่ามี อบต. บางคนเช่น อบต. นวล ที่เริ่มเปิดตัวอย่างไม่เป็นทางการเมื่อครั้งมีโอกาสไปร่วมงานโรงเรียนของหมู่บ้าน จากนั้นก็ทำการติดตั้งป้ายแล้วก็เริ่มเดินเคาะประตูบ้านด้วยตัวเองทุกหลังเช่นกันโดยเป็นการเดินเพื่อเปิดตัวอย่างเป็นทางการ หลังจากได้เปิดตัวแบบไม่เป็นทางการไปในตอนต้นแล้ว จากนั้นโค้งสุดท้ายของการเลือกตั้งก็เดินอีกรอบพร้อมกับนำบัตรแข็งและใบปลิว ที่ทำไว้มาแจกด้วย "...ตอนแรกเลยหาเสียงแบบหยิ่งเสียงดูก่อน

ใช้วิธีเวลาที่ได้ไปร่วมงานโรงเรียนจัดสงกรานต์ งานกุศล เราก็ไปช่วย เจอ อาจารย์หรือเพื่อนฝูงก็บอกว่าเราสมัครอบต. ขอให้ช่วยด้วย จากนั้นก็หยุดหาเสียงชักพักเพื่อดูท่าทีคน อื่นว่ามารูปแบบใด ระหว่างนั้นก็ทำป้ายขึ้นมา 3 ป้าย ป้ายแรกอยู่นำทางเข้าคุหา ป้ายหนึ่งอยู่กลางหมู่บ้าน อีกป้ายอยู่ใกล้บ้านผู้ใหญ่บ้าน เพื่อให้มองเห็นเด่นให้ดูจริงจางว่าเรามีการหาเสียงจริงจาง จากนั้นก็เดินรอบแรกเดินทุกหลัง พอใกล้ถึงวันเลือกตั้งเดินอีกรอบพร้อมกับแจกบัตรแข็งและใบปลิวที่น้องชายทำมาให้ด้วย การเดินแต่ละครั้งจะมีการวางแผนว่าต้องไปช่วงเย็นๆ คนกลับจากทำไร่ทำนา ต้องคิดไว้แล้วว่าวันนี้จุดนี้ต้องให้ได้ 5-6 หลัง ต่อมาก็อีกจุด ถ้าเราวางแผนก่อนทำให้เราจะได้ สามารถทำได้ครบทุกหลังไม่ตกหล่น "

(อบต.นवल(นามสมมติ) ,สัมภาษณ์, 29 ธ.ค. 40 )

#### - กลวิธีหาอาศัยกลุ่มสนับสนุน

เป็นการหาเสียงโดยอาศัยสมาชิกแม่บ้านสตรี หรือให้คนสนิทไม่ว่าจะเป็น สามี ญาติ เพื่อนบ้านที่สนับสนุนช่วยหาเสียงเปิดทางให้ก่อน กรณีนี้ส่วนใหญ่จะพบกับ อบต.ที่มีกลุ่มแม่บ้านสตรีสนับสนุน โดยตัวผู้สมัครเองจะวางแผนให้กลุ่มแม่บ้านสตรี หรือญาติพี่น้องไปหาเสียงให้ก่อนในแต่ละคุ้ม(เขต) ที่ตนเองรับผิดชอบเป็นการไปพูดเปิดทางให้ก่อน นอกจากนี้ยังถือเป็นการหยั่งเสียงให้ด้วย คือให้แม่บ้านเป็นหูเป็นตาให้ว่าช่วงรณรงค์หาเสียงนี้ เสียงของผู้สมัครอยู่ในขั้นไหน ต้องแก้ไขอย่างไร คุ้ม(เขต)ใดมีปัญหาในเรื่องของการถูกโจมตีจากผู้สมัครคู่แข่ง ประเด็นที่ถูกโจมตีคือประเด็นใด สิ่งเหล่านี้ตัวผู้สมัครจะสอบถามจากกลุ่มแม่บ้านสตรีหรือกลุ่มแม่บ้านสตรีมาแจ้งให้ทราบในช่วงการรณรงค์หาเสียงเพื่อที่จะได้หาทางแก้ไขต่อไป จากการศึกษาพบว่ามีสมาชิกสภา อบต. สตรีจำนวน 2 คน ที่เปิดตัวโดยการให้กลุ่มสนับสนุนช่วย ตัวอย่าง เช่น

อบต.วรรณภา จะไม่ใช้วิธีเดินหาเสียงด้วยตนเองเนื่องจากมีความมั่นใจในเสียงที่สนับสนุนตนเอง ซึ่งหลังจากมอบหมายให้กลุ่มแม่บ้านสตรีเป็นผู้เปิดทางให้ก็ตั้งป้ายเพื่อให้คนรู้จักมากขึ้น รวมทั้งใช้วิธีประชาสัมพันธ์ตัวเองผ่านหอกระจายข่าวของหมู่บ้าน ซึ่งทางหมู่บ้านเปิดโอกาสให้ผู้สมัครทุกคนแนะนำตัวให้ชาวบ้านได้ทราบว่ามีใครสมัครบ้าง จากนั้นก็จัดปราศรัยตามจุดที่สำคัญของหมู่บ้าน ในช่วงเช้า ส่วนช่วงบ่ายก่อนการเลือกตั้ง 1 วัน

มอบหมายให้สมาชิกแม่บ้านสตรี เดินแจกบัตรแข็งเพื่อเตือนความจำขอเสียงอีกครั้ง " ช่วงแรกของการหาเสียงเราจะอยู่เฉยๆ คือเราวางหมากไว้แล้วว่าเราจะให้สมาชิกแม่บ้านที่สนับสนุนเราจับผิดชอบเป็นจุดๆ อย่างวางไว้ 10 จุด จุดนี้มอบให้คนนี้ จุดนั้นมอบให้อีกคนแต่ตัวเราเองไม่ไป เพราะมั่นใจว่าชาว บ้าน รู้จักเราดีอยู่แล้ว...เพื่อออกความคิดกับแฟนว่าเราควรจะทำป้ายขนาดใหญ่ด้วยเพื่อจะให้เห็นเด่นชัด แต่ความคิดเรามั่นใจเต็มร้อยเพราะหลังจากให้สมาชิกแม่บ้านช่วยหยั่งเสียงตามจุดเราได้แน่นอน จากนั้นทางหมู่บ้านจัดให้ผู้สมัครประชาสัมพันธ์ตัวเองทางหอกระจายข่าวหมู่บ้านที่กั้นแนะนำตัว พอวันสุดท้ายก่อนการเลือกตั้งก็ไปเปิดปราศรัย 3 จุด ซึ่งชาวบ้านก็ สนใจ มาฟังเราพูด จากนั้นช่วงบ่ายก็ให้สมาชิกแม่บ้านเดินแจกบัตรแข็งที่พิมพ์ตามจุดที่เราวางไว้ เพราะว่าคนแก่ส่วนใหญ่จะจำเบอร์ไม่ได้"

(อบต.วรรณานา(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 15 ธ.ค. 40)

อบต.ประสงค์ หลังจากหยั่งเสียงดูแล้วก็ใช้วิธีการเดินเคาะประตูบ้าน ร่วมกับกลุ่มแม่บ้านพร้อมทั้งแจกบัตรแข็งใบปลิว ติดใบปลิวโดยเดินทุกคุ้ม เมื่อพบว่าคุ้มใดที่ได้รับแจ้งว่ามีปัญหาหรือโดนโจมตีประเด็นใดผู้สมัครก็จะเข้าพูดคุยชี้แจง เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าวหลังจากนั้นโค้งสุดท้ายของการเลือกตั้งก็จะใช้รถแห่ซึ่งจัดโดยหมู่บ้านเพื่อให้ผู้สมัคร อบต.ทุกคนได้มีโอกาสหาเสียงร่วมกันเป็นการตอกย้ำอีกครั้งหนึ่ง "...ช่วงแรกของการหาเสียง ประชุมกันกับกลุ่มแม่บ้านสตรี 9 คน ให้เราช่วยทุกด้านเพื่อสตรีจะได้มาเป็นผู้นำ...จากนั้น แม่ก็บอกว่าใครอยู่คุ้มไหนก็รับผิดชอบหาเสียงไป พร้อมกับให้เขาประเมินหยั่งเสียงดูซึ่งตามที่สังเกตคะแนนเรานำอยู่แล้ว...วันที่ 4 พ.ค. แม่เดินกับกลุ่มแม่บ้านสตรี 9 คน พร้อมกับแจกใบปลิวและบัตรแข็งไปด้วยพูดหาเสียงกับชาวบ้านไปด้วย จะเข้าเป็นบางหลัง เพราะเคยทำงานมาก่อนอาศัยว่าคนรู้จักอยู่แล้ว ตอนแรกที่ยังไม่เริ่มเดินเพราะจะกระตุ้นช่วงท้าย...ช่วงแรกที่ดูท่าที่คู่แข่งกลุ่มแม่บ้านก็จะมาแจ้งว่าคุ้มนี้เราโดนโจมตี เราก็จะเขียนไว้ พอเราเดินรอบหลังเราก็ไปคุยกับคนนั้นคุ้มนั้น พออีก 3 วันผู้ใหญ่บ้านก็จัดให้มีขบวนรถแห่เพื่อหาเสียง โดยให้ผู้สมัครจัดขบวนรถ แม่เขียนคำขวัญ คำกลอน ความสามารถเราลงบนกระดาษติดเรือกั๊ยคอกให้เด็กเดินขบวนไปกับรถ..."

(อบต.ประสงค์(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 21 ม.ค. 41 )

“ เริ่มต้นหาเสียงจะให้แม่บ้านสตรีด้วยกันและน้องสาวไปพูดหาเสียงให้ก่อน แต่ละคุ่มที่เขาอยู่เพราะชาวบ้านจะคุ้นเคยและรู้จักกลุ่มนี้มากกว่าเราเลยให้เขาเปิดทางให้ก่อน อย่างน้อยชาวบ้านจะเกรงใจคนเปิดทาง...ช่วงที่เราหาให้เราแต่ละจุดก็ให้พี่น้องไปติดป้ายที่ทำขึ้นมา และพอเราวางจุดให้เขาแล้วต้องตามไปพูด ด้วยตัวเอง เขาจะได้ไม่ว่าเราหยัง ...พออีก 1 วันจะเลือกตั้งเรามีโอกาสได้ขึ้น ปราศรัยที่ศาลากลางบ้านให้พูดคนละ 10 นาที เราก็พูดอ่อนๆ ไม่ใช่อารมณ์ มีแต่พูดขอเสียง...”

(อบต.ทับทิม(นามสมมติ) , สัมภาษณ์, 26 ม.ค. 41)

#### - กลวิธีการเปิดตัวโดยใช้ป้าย

นอกจากนี้ยังพบว่า มีสมาชิกสภา อบต. สตรีใช้ป้ายเป็นสื่อในการเปิดตัวจำนวน 9 คน โดยติดหรือตั้งป้ายตามจุดศูนย์กลางของหมู่บ้าน เช่น บริเวณหน้าวัด ศาลากลางบ้าน หน้าบ้านผู้ใหญ่บ้าน หรือบริเวณที่ผู้คนสัญจรไปมาเป็นประจำ

“ เริ่มวางป้ายช่วงแรกของการหาเสียง และบอกให้กลุ่มแม่บ้านมาช่วย เพราะเห็นว่านอกจากจะสนับสนุนเราแล้วเขายังเป็นแกนสำคัญของหมู่บ้านด้วย คือเราวางแผนให้แม่บ้านช่วยหาเสียง 10 หลังคาเรือน ต่อแม่บ้าน 1 คน จากนั้นก็ออกเดินหาเสียงเองกับแฟนหลังต่อหลังเดินวันละหลังสองหลัง วางแผนกับแฟนว่าวันไหนจะไปหลังไหน พอใกล้ถึงวันเลือกตั้งก็ขอกำลังแม่บ้าน 4-5 คนเดินทุกหลัง เพื่อพูดขอเสียงกับชาวบ้านพร้อมแจกบัตรแข็งโดยแจกตอนเย็นก่อนเลือกตั้งเพื่อเป็นการตอกย้ำอีกครั้ง”

(อบต.บัว(นามสมมติ) , สัมภาษณ์ , 14 พ.ย. 40)

“ จะขึ้นป้ายก่อนการหาเสียงทุกอย่างเลย คือถ้าเราไม่เดินทุกหลังคา ป้ายก็จะช่วยได้ คนเดินผ่าน ขับรถผ่านก็จะรู้ว่าเราสมัคร...และก็ให้กลุ่มแม่บ้านแต่ละคุ่มแต่ละจุดช่วย คือเราแบ่งสายว่าคุ่มนั้นให้เธอ 2 คน หาเสียงช่วยพร้อมให้บัตรแข็งไปแจกด้วย เราวางแผนแบ่งให้เลยคุ่มละ 2 คน ส่วนตัวเองเจอใครก็ทักบอก ไปปลิวให้เหล่า อสม. ช่วยติด...ที่ให้กลุ่มแม่บ้านช่วยพูดแทนตัวเอง



เพราะตั้งใจจะ ไปพูดวันสุดท้ายของการหาเสียงอยู่แล้วอีกอย่างบ้านเราขนาด ไม่ใหญ่รู้จักกันอยู่แล้ว ตอนแรกตั้งใจจะไม่แพร่แต่ได้ยินเสียงโจมตีว่าผู้หญิงจะ เลิกไปทำไม ไม่ กล้าพูด ทำอะไรก็ไม่เป็น เลยเก็บประเด็นเหล่านี้ไว้แล้วไปพูดแก่ วันปราศรัย..."

(อบต. ภัคดี (นามสมมติ) , สัมภาษณ์, 22 ม.ค.)

"..ที่ต้องทำป้ายใหญ่ไปติด 2 อันก่อน เพื่อจะให้ชาวบ้านรู้ว่าเบอร์ 2 คือใคร และก็ทำป้ายเล็ก เต็มไปหมดติดแทบทุกจุดของหมู่บ้าน การทำป้ายเพราะ ตั้งใจจะทำอยู่แล้วเป็นการเปิดตัว...พอคนเริ่มรู้จักเรามากขึ้น ก็เริ่มเดินเป็นคุ่ม เดินแทบทุกวันไปครบทุกคุ่ม ที่เดินเป็นคุ่มเพราะเราวางแผนไว้โดยวางแผนเป็น จุด คล้ายให้เขาเป็นหัวคะแนน เป็นคนดึงให้เรา ส่วนใหญ่เป็นญาติ คนสนิท บ้าง เราจะไม่ให้ใครรู้เลยว่าเราวางแผนไว้จุดไหน จนถึงใกล้วันเลือกตั้งพบว่า จุดไหนมีปัญหาเรื่องอะไรเราจัดไว้แล้วหาคำพูดไปแก้..."

(อบต.เกษ(นามสมมติ) , สัมภาษณ์, 24 ม.ค. 41)

#### -กลวิธีการเปิดตัวโดยใช้ใบปลิว

จากการศึกษาพบว่า มีสมาชิกสภา อบต. สตรีที่นำใบปลิวมาเป็นสื่อในการเปิดตัว จำนวน 2 คน โดยมีกลยุทธ์หรือวิธีการคือ การเดินติดใบปลิวด้วยตนเอง หรือการมอบหมายให้ สมาชิกกลุ่มที่สนับสนุนตน(ส่วนใหญ่เป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านสตรีด้วยกัน) ช่วยติดให้ทุก จุดกระจายทั่วหมู่บ้านโดยติดตามเสาไฟฟ้า ต้นไม้ รั้วข้าว(ซึ่งนิยมสร้างรั้วข้าวไว้หน้าบ้าน) โดยมี การวางแผนร่วมกันให้แม่บ้านแต่ละคนไปติดแต่ละคุ่ม(เขต) ที่ตนเองรับผิดชอบ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นที่อาศัยและมีความคุ้นเคยกันดี หลังจากนั้นตัวผู้สมัครเริ่มเดินหาเสียงในรอบแรกโดยจะเดิน เข้าเยี่ยมหรือพูดคุยกับชาวบ้านทุกหลังก่อน ซึ่งมีการวางแผนการเดินทางไว้ล่วงหน้าว่าแต่ละวันไปคุ่ม ไหนก่อนเพื่อจะสามารถเดินได้ครบ และครอบคลุมตามที่ตั้งใจไว้ ภายในเวลาที่ตนเองกำหนดการ เดินรอบแรกต้องเดินด้วยตัวเองทุกครั้ง และต้องไปให้ครบทุกหลังคาเรือน แม้จะเป็นบ้านหรือคุ่มที่ ผู้สมัครคู่แข่งอาศัยอยู่ก็ตาม การเลือกเดินจะเลือกเดินเวลาเย็นเป็นส่วนใหญ่เนื่องจากชาวบ้านกลับจากทำงาน ทำไร่ ซึ่งทำให้มีโอกาสดูชาวบ้านมากกว่าเวลาอื่น

“การติดใบปลิว ตามความคิดของเราไปติดเค้าก็ได้ อ่าน อย่างนักเรียนที่อ่านหนังสือออกก็จะเอาไปบอกพ่อแม่ พอเวลาเราเดินไปตามบ้านเขาก็จะบอกว่านี่เบอร์ 9 ส่วนบัตรแข็งอยากไปแจกโดยเฉพาะคนเฒ่าคนแก่อยากให้เราจำว่าเบอร์ 9 การแจกบัตรแข็งจะแจกช่วงใกล้ๆ วันเลือกตั้ง เพราะไม่ให้เขาลืม เพราะใบปลิวที่เราแจกบางครั้งก็โดนอีกออก การเดินจะเดินทุกหลังจะเดินช่วงบ่ายๆ เย็นๆ เพราะเขาจะอยู่บ้านกันเป็นส่วนใหญ่ ช่วงเวลาที่หาเสียงจะเดินหลายครั้งไม่ทิ้งจะวางแผนการเดินทางทุกครั้งว่าวันนี้ไปคุ้มนี้วันหลังไปอีกคุ้ม”

(อบต. พร(นามสมมติ) , สัมภาษณ์, 14 พ.ย. 40 )

## 2. กลยุทธ์การใช้สื่อเพื่อตอกย้ำ

การรณรงค์หาเสียงของสมาชิกสภา อบต. ในครั้งนี้พบว่า มีระยะเวลาการหาเสียงค่อนข้างยาวนาน(เดือนกว่า) ทั้งนี้ในการหาเสียงของสตรีแต่ละคนพบว่าส่วนใหญ่หลังจากสมัครแล้วจะหาเสียงมาเรื่อยๆ และช่วงใกล้ถึงวันเลือกตั้ง ก็จะเริ่มมีความเข้มข้นในการหาเสียง และไม่ว่าสตรีจะเลือกใช้สื่อชนิดใดก็ตาม ส่วนใหญ่เมื่อใกล้ถึงวันเลือกตั้งจะต้องมีกลยุทธ์หรือใช้วิธีการต่างๆ มาหาเสียงในลักษณะตอกย้ำ โดยมีจุดมุ่งหมายหลักเพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจว่าผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งสนับสนุนและเลือกตนเอง ที่สำคัญตอกย้ำเพื่อให้จำชื่อและเบอร์ได้จนกระทั่งถึงวันเข้าคูหาเพื่อกากบาทรวมทั้งเป็นการแสดงให้เห็นว่าผู้สมัครมีความจริงใจ ตั้งใจจริงต่อชาวบ้าน

สำหรับกลยุทธ์การใช้สื่อตอกย้ำ พบว่าสมาชิกสภา อบต.สตรีนำสื่อต่างๆ ไม่ว่าจะ เป็นสื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจมาใช้เพื่อตอกย้ำ ซึ่งมีวิธีการที่แตกต่างกันดังนี้

### - กลวิธีการเดินเคาะประตูบ้าน

จากการศึกษาพบว่า มีสมาชิกสภา อบต.สตรี จำนวน 4 คน ที่ใช้สื่อบุคคลโดยการเดินเคาะประตูบ้านเพื่อตอกย้ำให้ผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งจดจำชื่อและเบอร์ของตนได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับผู้มีสิทธิออกเสียงที่เป็นคนเฒ่า คนแก่ การตอกย้ำนี้ยังเพื่อป้องกันไม่ให้ผู้มีสิทธิออกเสียงสับสนระหว่าง ตัวผู้สมัครกับผู้สมัครคู่แข่งได้ เช่น

อบต.นก ที่หลังจากหาเสียงมาก่อนหน้านี้ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางตามบ้านทุกหลัง การติดป้ายเพื่อให้ชาวบ้านทราบกันทั่วถึงว่ามีผู้หญิงสมัคร รวมทั้งการแจกใบปลิวแล้วยังต้องเดินเข้าบ้านชาวบ้าน 2 วัน ก่อนถึงวันเลือกตั้งอีกครั้ง “ประมาณ 2 วันจะเลือกตั้งเราก็ไปหาเขาอีกพูดย้ำว่าอย่าลืมนะเบอร์ 2 นะพ่อแม่พี่น้อง คือไปเดินก็เพื่อทบทวนความจำนะยังผู้แก่ผู้เฒ่า คือเรากลัวว่าเขาจะลืม เขาจะว่าเอาว่ามาหาแต่ตอนแรกๆ แล้วก็ไม่ได้ติดตามอีกเลย อีกอย่างความคิดชาวบ้านหลากหลายไม่เหมือนกัน ไม่รู้เขาคิดยังไง จึงต้องกันไว้ก่อน”

(อบต.นก(นามสมมติ) ,สัมภาษณ์ ,15 พ.ย. 40)

อบต.น้อย ที่ใช้วิธีการเดินบอกตามบ้านแต่ละหลังไปเรื่อยๆ จนครบและพอใกล้ถึงวันเลือกตั้งก็กลับไปบอกไปเดินย้ำอีกครั้ง “สรุปแล้วไปพูด ตามบ้านต่างๆ รอบเตี ยว เพราะเดินคนเตี ยว พอใกล้ๆ วัน คือพุงนี้เลือกตั้งก็ไปบอกย้ำอีกครั้ง เมื่อเขาจะลืม”

(อบต.น้อย(นามสมมติ) ,สัมภาษณ์ ,15 พ.ย. 40)

#### - กลวิธีการแบ่งคุ้ม (เขต) หาเสียง

เป็นการใช้สื่อบุคคลไม่ว่าจะเป็นตัวผู้สมัครเองหรือผู้ใกล้ชิดที่สนับสนุนไปเดิน เข้าพูดคุยกับชาวบ้านในโค้งสุดท้ายของการเลือกตั้ง โดยจะไม่เดินทุกหลังคาเรือน แต่จะเดินเฉพาะคุ้ม(เขต) ซึ่งส่วนใหญ่การที่เลือกเดินเป็นคุ้มก็เนื่องมาจากตัวผู้สมัครเองเป็นผู้วางแผนให้ผู้สนับสนุนตนไปเปิดทางให้ในตอนแรก ในฐานะที่ผู้สนับสนุนอาศัยอยู่ในบริเวณคุ้มดังกล่าว โดยผู้สนับสนุนจะทำหน้าที่คอยเป็นหูเป็นตาให้ว่าช่วงระหว่างหาเสียง เสียงเป็นยังไง คุ้มไหนจุดไหนถูกใจมดีเรื่องอะไร การเดินตอกย้ำโค้งสุดท้ายของการเลือกตั้งกล่าวได้ว่านอกจากจะป้องกันการลืมแล้วยังเพื่อแก้ข้อสงสัย หรือช่วยสร้างความเข้าใจให้กับชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในจุดที่โดนคู่แข่งโจมตีไว้ จากการศึกษาพบว่ามีสมาชิกสภา อบต.สตรี จำนวน 6 คนที่ใช้วิธีการนี้ เช่น

อบต.ทับทิม มีกลยุทธ์ในการหาเสียงที่วางแผนให้กลุ่มแม่บ้าน และน้องสาวที่อาศัยในหมู่บ้านเดียวกันแต่อยู่คนละคุ้มเป็นตัวเปิดทางหาเสียงให้ก่อนในแต่ละคุ้มที่พวกเขาคุ้นเคย จากนั้นจึงทำป้ายมาติด 6 แผ่น และเมื่อให้กลุ่มแม่บ้านและน้องสาวเปิดทางประสานงานไว้รอบแล้วตัวเองก็ตามไปพูดย้ำแต่ละจุด

อีกที “การหาเสียงเราให้แม่บ้านและน้องสาวไปพูดให้เราก่อนแต่ละคุ่มคือเราวางแผนให้เขาไปคลุกคลีกับชาวบ้านในคุ่มที่เขาอยู่ตลอดช่วงการหาเสียง เราวางจุดให้เขา แล้วเขาก็ตามไปพูดย้าทีหลัง ...กันลืมเดือนความทรงจำแม่จะย้าใกล้วันเลือกตั้งว่าอย่าลืมนะ...”

(อบต.ทับทิม (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 26 ม.ค. 41)

#### - กลวิธีการเดินเคาะประตูบ้านพร้อมแจกบัตรรณรงค์

เป็นกลยุทธ์การนำสื่อมาใช้เพื่อต่อยอดอีกวิธีหนึ่งที่นำสื่อเฉพาะกิจมาเป็นตัวช่วยสนับสนุนสื่อบุคคล ในลักษณะช่วยให้เกิดความมั่นใจว่าผู้มีสิทธิ์ออกเสียงจะจำเบอร์ได้แน่นอน เพราะมีสื่อที่เป็นลายลักษณ์อักษรมอบให้ จากการศึกษาพบว่า มีสมาชิกสภา อบต.ลตริ จำนวน 5 คน ที่ใช้วิธีการนี้ต่อยอดในช่วงโค้งสุดท้ายของการเลือกตั้ง เช่น

อบต.พรในช่วงแรกของการหาเสียงจะพิมพ์ใบปลิวมาติดให้ทั่วหมู่บ้านก่อน จากนั้นก็เดินทุกหลังๆ ละหลายรอบ และเมื่อโค้งสุดท้ายของการเลือกตั้งก็เดินอีกรอบพร้อมกับนำบัตรรณรงค์ที่พิมพ์มาแจกด้วย “...ตามความคิดนะบัตรรณรงค์ที่พูดกับแฟนอยากไปแจกคนเฒ่าคนแก่ อยากให้เขาจำได้ว่าเบอร์ 9 ซึ่งการแจกบัตรรณรงค์ที่จะแจกช่วงใกล้ๆ วันเลือกตั้ง เพราะไม่ให้เขาลืมเพราะใบปลิวที่เราติด บางครั้งก็โดนอีกออก ก็เลยไปเดินแจกใกล้ๆ วันเลือกตั้ง เพื่อกันลืม “

(อบต.พร(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 14 พ.ย. 40)

#### - กลวิธีการปราศรัย

เป็นการนำสื่อบุคคลอีกลักษณะมาใช้ เพื่อต่อยอดให้ชาวบ้านจดจำชื่อและเบอร์ตนเองให้ได้มากที่สุด ในลักษณะของการแสดงให้ชาวบ้านเห็นบุคคลิก การพูดต่อหน้าชุมชน กล้าแสดงออกของผู้สมัคร และถือเป็นโอกาสที่ผู้สมัครจะได้สร้างความประทับใจแก่ผู้ลงคะแนนเสียงด้วย นอกจากนี้การปราศรัยเป็นโอกาสที่ผู้สมัครจะได้พูดถึงแนวทางที่จะเข้ามาทำงานพัฒนาหมู่บ้านและพูดชี้แจงในจุดหรือประเด็นที่ผู้สมัครโดนโจมตีมาตั้งแต่ต้นของการหาเสียงด้วย

อย่างไรก็ตามจากการศึกษาพบว่า การจัดปราศรัยหาเสียงส่วนใหญ่ผู้สมัครมีโอกาสได้ปราศรัยเนื่องจากผู้นำหมู่บ้านเป็นผู้จัดให้ อบต.ทุกคนมีสิทธิ์ขึ้นพูด ซึ่งพบว่ามีจำนวนสมาชิกสภา อบต. สตรี 4 คน ที่ใช้การปราศรัยตอกย้ำ เช่น

อบต.ลัดดา ในช่วงแรกของการหาเสียงจะเดินขอเสียงทุกหลังพอใกล้ถึงวันเลือกตั้งก็เดินอีกรอบเป็นการขานนอกจากนี้ยังมีโอกาสตอกย้ำชาวบ้านให้จำตนได้จากการปราศรัยที่หมู่บ้านจัดขึ้นมา “ทางหมู่บ้านจัดให้มีการปราศรัยก่อนเลือกตั้ง 1 วัน เราก็มีโอกาสได้พูดบอกชาวบ้านว่าตั้งใจจะเข้ามาพัฒนางานสตรีแม่บ้าน...”

(อบต.ลัดดา(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 10 ธ.ค. 40)

#### - กลวิธีการใช้รถติดเครื่องขยายเสียงเคลื่อนที่

เป็นลักษณะการตอกย้ำให้ชาวบ้านจำชื่อและเบอร์ด้วยการประกาศรอบหมู่บ้าน พร้อมทั้งถือเป็นการกระตุ้นเชิญชวนให้ชาวบ้านออกไปใช้สิทธิ์ด้วย จากการศึกษาค้นคว้ามีสมาชิกสภาอบต.จำนวน 3 คน ใช้วิธีนี้ ซึ่งการใช้รถติดเครื่องขยายเสียงเคลื่อนที่นี้มีทั้งจัดขึ้นโดย หมู่บ้าน และตัวผู้สมัครเป็นผู้ทำขึ้นเอง เช่น

อบต.ทองนาค ในช่วงแรกจะเดินหาเสียงแบบไม่เป็นทางการคือเจอใครก็บอกตามโอกาส จากนั้นก็ทำป้ายตั้งไปจุดสำคัญของหมู่บ้านและติดใบปลิวอีก 1 อาทิตย์ก่อนเลือกตั้ง ใช้วิธีเดินแจกใบปลิวอีกครั้งเพื่อเป็นการย้ำให้จดจำ นอกจากนี้อีก 1 วันก่อนเลือกตั้งก็ใช้วิธีประกาศเชิญชวนผ่านสื่อรถขยายเสียงเคลื่อนที่ “...ที่ใช้วิธีติดโทรโข่งใส่รถแฟน ทำในลักษณะเหมือนเราขายของ ติดโทรโข่งแล้วค่อยๆ ขับรถไปเรื่อยๆ พร้อมกับพูดขอเสียงว่าวันพุธนี้ 11 พฤษภาคม อย่าลืมเข้าคูหาไปกาเบอร์ 3 ให้ด้วย...”

(อบต.ทองนาค(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 พ.ย. 40)

ดังที่กล่าวไว้ตอนต้นว่าจากการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ สมาชิกสภา อบต.สตรีส่วนใหญ่จะมีแนวคิดที่นอกเหนือจากการที่ได้ทำงานเพื่อส่วนรวมมาตลอด การที่มีพื้นฐานครอบครัวที่ไม่เสื่อมเสีย รวมทั้งการที่มีคนสนับสนุนให้เข้ามามีบทบาททางการเมืองจะเป็นตัวที่มีส่วนทำให้ได้รับเลือกตั้ง

แล้ว การรณรงค์หาเสียงถือเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ได้รับเลือกตั้งด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้สื่อบุคคลด้วยวิธีการเคาะประตูบ้านถือเป็นกลยุทธ์หรือวิธีการที่ผู้สมัครในท้องถิ่นควรปฏิบัติ และเมื่อพิจารณาโดยรวมถึงกลยุทธ์หรือวิธีการรณรงค์หาเสียงของ อบต.สตริ ซึ่งแม้ว่าจะเป็นการหาเสียงระดับท้องถิ่นก็ตามพบว่า มีสมาชิกสภา อบต.สตริ ส่วนใหญ่ที่นำกลยุทธ์การใช้สื่อหลายชนิดผสมผสานกันมาใช้ ทั้งนี้เพื่อให้บรรลุเป้าหมายสูงสุด คือ การได้รับเลือกตั้งและเมื่อวิเคราะห์ถึงแนวคิดของสตริ ซึ่งเป็นสมาชิกสภา อบต.ที่มีต่อการนำสื่อหลายชนิดมาใช้ร่วมกันสามารถสรุปประเด็นได้ดังนี้

1. อบต.สตริ มีความเชื่อมั่นว่าการนำสื่อหลายชนิดมาใช้ร่วมกันเพื่อความมั่นใจว่ามีโอกาสบรรลุเป้าหมายทางการสื่อสารที่ได้ตั้งไว้คือเพื่อให้ได้รับการเลือกตั้ง สื่อต่างๆ ที่นำมาใช้ไม่ว่าจะเป็นสื่อบุคคลได้แก่ การใช้วิธีการเคาะประตู การปราศรัยในรูปแบบต่างๆ หรือการใช้โอกาสต่างๆ เพื่อสื่อให้ผู้รับสาร(ผู้มีสิทธิออกเสียง) ได้ทราบโดยตรง และการนำสื่อเฉพาะได้แก่ แผ่นป้าย หรือใบปลิว บัตรแข็ง และรถติดเครื่องขยายเสียง รวมทั้งสื่อชุมชน อย่างหอกระจายข่าวประจำหมู่บ้านมาใช้ เพื่อเป็นตัวสนับสนุนในลักษณะตอกย้ำและเตือนความจำให้ชาวบ้านไปลงคะแนนเสียงและเลือกกาเบอร์ตนเองมากที่สุด
2. การนำสื่อหลายชนิดมาใช้ร่วมกันก็เพื่อให้สอดคล้องกันระหว่างการวางกลยุทธ์ของเนื้อหาที่ใช้ เช่น อบต.ประสงค์ ที่จำเป็นต้องพิมพ์ใบปลิวมาเพื่อสนับสนุนในแง่ข้อมูลที่เป็นประวัติการทำงานของตนเองรวมทั้งต้องการให้ชาวบ้านเห็นถึงความสามารถที่จะเข้ามาพัฒนางานสตริเด็กและคนชราในหมู่บ้าน หรือแม้กระทั่ง อบต. เพ็ญทิพย์ ให้แง่คิดว่า การหาเสียงนอกจากจะต้องวางแผนแล้วควรมีสื่อหลายชนิดเพื่อทำให้เกิดความมั่นใจ ทุกอย่างต้องดูประกอบกัน ทั้งนี้ความหลากหลายของสื่อจะเอื้ออำนวยให้กับเนื้อหาที่ต้องการสื่อให้เห็นว่าเกี่ยวข้องกับและเป็นประโยชน์ต่อผู้รับสารรวมทั้งถ่ายทอดความเข้าใจ และสามารถสร้างความน่าสนใจได้
3. การนำสื่อหลายชนิดมาใช้ร่วมกันทำให้ผู้สมัครในฐานะผู้ส่งสารสามารถจัดทำแผนการใช้สื่อให้เป็นระบบเพื่อส่งสารให้ถึงผู้รับสารเป้าหมายที่มีความแตกต่างกัน ทั้งนี้ลักษณะและรูปแบบของสื่อแต่ละชนิดล้วนมีข้อจำกัดหรือคุณสมบัติที่แตกต่างกันไป ดังนั้นการวางแผนว่าสื่อชนิดใดใช้ได้บ่อยครั้งเท่าไร ความเหมาะสมกับผู้รับสารมีมาก-น้อยแค่ไหน ก็ต้องวางแผนให้เหมาะสม
4. การนำสื่อหลายชนิดมาใช้ร่วมกันเพื่อช่วยให้สามารถปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงวิธีการรณรงค์หาเสียงให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่อาจเปลี่ยนแปลงไป และเกิดประโยชน์ต่อผู้ส่ง

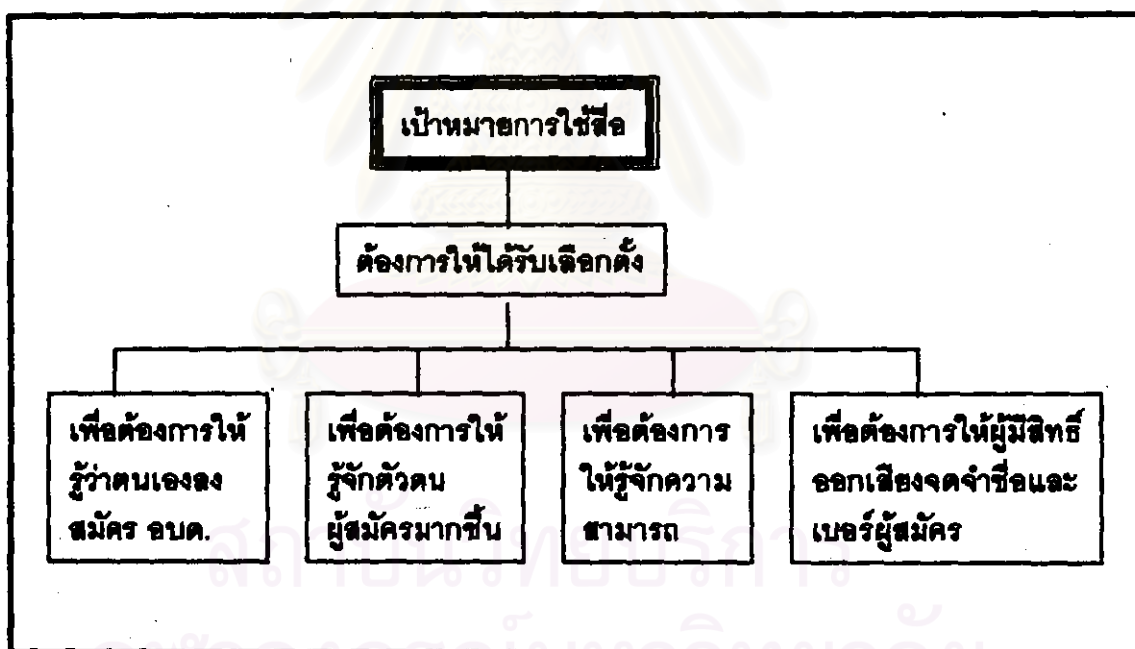


สารมากที่สุด นั่นคือเมื่อผู้ส่งสารมีการประเมินผลในระหว่างหรือก่อนทำการรณรงค์หาเสียงว่า  
ตอนนี้ระดับคะแนนเสียงที่เรามีอยู่อยู่ในระดับใด การใช้สื่อหลายชนิดช่วยให้มีโอกาสบรรลุผลได้  
มากกว่า

5. การนำสื่อหลายชนิดมาใช้ร่วมกัน เพื่อให้สื่อแต่ละตัวมีบทบาทเสริมซึ่งกันและกัน  
ส่งผลให้การรณรงค์หาเสียงสามารถไปสู่ผู้รับสารเป้าหมายได้ทั่วถึง

#### 4. เป้าหมายการใช้สื่อในการรณรงค์หาเสียงของสมาชิกสภา อบต. สตรี

การศึกษาเป้าหมายการใช้สื่อในการรณรงค์หาเสียงของสมาชิกสภา อบต. สตรี  
เพื่อต้องการทราบผลที่สตรีต้องการให้เกิดกับตัวผู้มีสิทธิออกเสียง ในการเลือกสื่อแต่ละชนิดมาใช้  
โดยสื่อที่นำมาใช้แต่ละชนิดต้องสามารถตอบสนองเป้าหมายที่ต้องการให้เกิดแก่ผู้รับสารได้



แผนภูมิที่ 4 : เป้าหมายการใช้สื่อในการรณรงค์หาเสียงของสมาชิกสภา อบต. สตรี

จากการศึกษาครั้งนี้พบว่าสมาชิกสภา อบต. สตรีเลือกสื่อแต่ละชนิดมาใช้เพื่อต้องการให้เกิด ผลที่แตกต่างกันดังนี้ เพื่อต้องการให้รู้ว่าตนเองลงสมัคร อบต. เพื่อต้องการให้รู้จักตัว  
ตนผู้สมัครมากขึ้น เพื่อต้องการให้รู้จักความสามารถ และเพื่อต้องการให้จดจำชื่อและเบอร์ของผู้  
สมัคร จากแผนภูมิตามารถอธิบายรายละเอียดได้ ดังนี้

### 1. เพื่อต้องการให้รู้ว่าตนเองลงสมัคร อบต.

เป็นเป้าหมายที่ต้องการให้เกิดผลกับชาวบ้านผู้มีสิทธิออกเสียงในลักษณะที่ว่า ให้รู้ว่าตนเองได้ลงสมัคร อบต. ชื่อนี้ เบอร์นี้ เป็นลักษณะการสื่อเพื่อต้องการให้ผู้มีสิทธิออกเสียงรู้ข้อมูลของผู้สมัครเบื้องต้นเท่านั้น แต่ยังไม่ได้เจาะลึกถึงรายละเอียดอื่นๆ สื่อที่เลือกใช้ได้แก่ สื่อบุคคล ใช้วิธีการอาศัยโอกาส การเดินเคาะประตูบ้าน และการแบ่งคัม(เขต)หาเสียง โดยให้กลุ่มแม่บ้าน หรือบุคคลใกล้ชิดช่วยเดินตามคัมต่างๆ และสื่อเฉพาะกิจ ใช้วิธีการการติดตั้งป้ายในช่วงแรกของการรณรงค์หาเสียง การติดโปสเตอร์ที่เน้นชื่อและเบอร์ผู้สมัครรวมทั้ง การแจกบัตรแข็งในช่วงแรกของการหาเสียงจะเห็นได้จากเป้าหมายดังกล่าว เพื่อให้ผู้รับสารหรือชาวบ้านผู้มีสิทธิออกเสียงรู้ว่าผู้สมัครได้ลงสมัครและได้รู้ชื่อ เบอร์ตามทีสื่อออกไปนั้นจะสัมพันธ์กับการนำกลยุทธ์การเปิดตัวมาใช้ในการรณรงค์หาเสียงของ อบต.สตรี โดยใช้ทั้ง โปสเตอร์ ป้าย การอาศัยโอกาส อาศัยกลุ่มสนับสนุน และการเดินเคาะประตูบ้าน

### 2. เพื่อต้องการให้รู้จักตัวตนเองผู้สมัครมากขึ้น

จากการศึกษาพบว่าสมาชิกสภา อบต.สตรีมีความเห็นว่าการหาเสียงต้องทำให้ชาวบ้านได้รู้จักตัวผู้สมัครให้มากกว่าเดิม แม้จะเป็นการหาเสียงระดับหมู่บ้านที่ผู้สมัครกับชาวบ้านเป็นคนบ้านเดียวกันและรู้จักกันมาก่อนก็ตามสิ่งหนึ่งที่ผู้สมัครต้องการให้เกิดกับผู้มีสิทธิออกเสียงคือต้องสร้างความคุ้นเคยให้ผู้มีสิทธิออกเสียงได้เห็นความตั้งใจจริงที่จะเข้ามาทำงานพัฒนา มาเป็นตัวแทนชาวบ้าน เป็นเป้าหมายที่เรียกได้ว่า “เพื่อให้เขารู้เรา” มากยิ่งขึ้น การที่จะให้ชาวบ้านได้รู้จักตัวตนของผู้สมัครมากขึ้นสื่อที่เลือกใช้ได้แก่ การใช้สื่อบุคคล ด้วยวิธีการเดินเคาะประตูบ้าน การพูดปราศรัย รวมทั้งนำสื่อเฉพาะกิจ เช่น การติด ตั้งป้าย ที่มีคำขวัญในลักษณะแสดงให้เห็นถึงความตั้งใจด้วย เช่น “มุ่งมั่น จริงใจ พัฒนา”

### 3. เพื่อต้องการให้รู้จักความสามารถ

จากการศึกษาพบว่าวิธีการที่สมาชิกสภา อบต.สตรีเลือกสื่อต่างๆ มาใช้ในการรณรงค์หาเสียงเป้าหมายอย่างหนึ่งที่ผู้สมัครต้องการให้เกิดกับผู้รับสาร คือต้องการให้ผู้รับสารรู้ว่าผู้สมัคร

มีความสามารถแม้จะเป็นสตรีแต่ก็มีความสามารถในด้านงานพัฒนา เป้าหมายนี้เป็นการแสดงให้เห็นให้ผู้รับสารเห็นความสำคัญและความสามารถที่มีอยู่ของผู้สมัคร โดยจะสื่อให้เห็นว่าผู้สมัครมีความสามารถเคยทำงานด้านการพัฒนามาก่อน มีความรู้ก็ไม่น้อย สามารถที่จะทำงานพัฒนาได้เช่นเดียวกับผู้ชาย สื่อที่เลือกใช้ได้แก่ สื่อบุคคล ใช้วิธีการเดินเคาะประตูบ้าน การกล่าวปราศรัย และสื่อเฉพาะกิจ ใช้วิธีการติดโปสเตอร์ที่มีรายละเอียดแสดงความสามารถในตัวผู้สมัคร

#### 4. เพื่อต้องการให้จดจำชื่อและเบอร์ของผู้สมัคร

จากการศึกษาพบว่าสื่อที่สมาชิกสภา อบต.สตรีเลือกใช้ไม่ว่าจะเป็นการใช้สื่อหลายชนิดรวมกันหรือชนิดเดียวก็ตาม มีเป้าหมายอีกประการหนึ่งที่ต้องการให้เกิดคือต้องการให้ผู้มีสิทธิ์ออกเสียงเลือกตั้ง จดจำชื่อและเบอร์ของผู้สมัครให้ได้จนกระทั่งถึงวันเข้ากาบพท์ที่คูหาเลือกตั้ง ซึ่งสื่อที่เลือกใช้ได้แก่ การเดินเคาะประตูบ้านพร้อมแจกบัตรรณรงค์ การแบ่งคุ่ม (เซต) หาเสียง การปราศรัย การใช้รถติดเครื่องขยายเสียงเคลื่อนที่ โดยส่วนใหญ่จะใช้ในลักษณะการตอกย้ำในช่วงโค้งสุดท้ายของการเลือกตั้ง

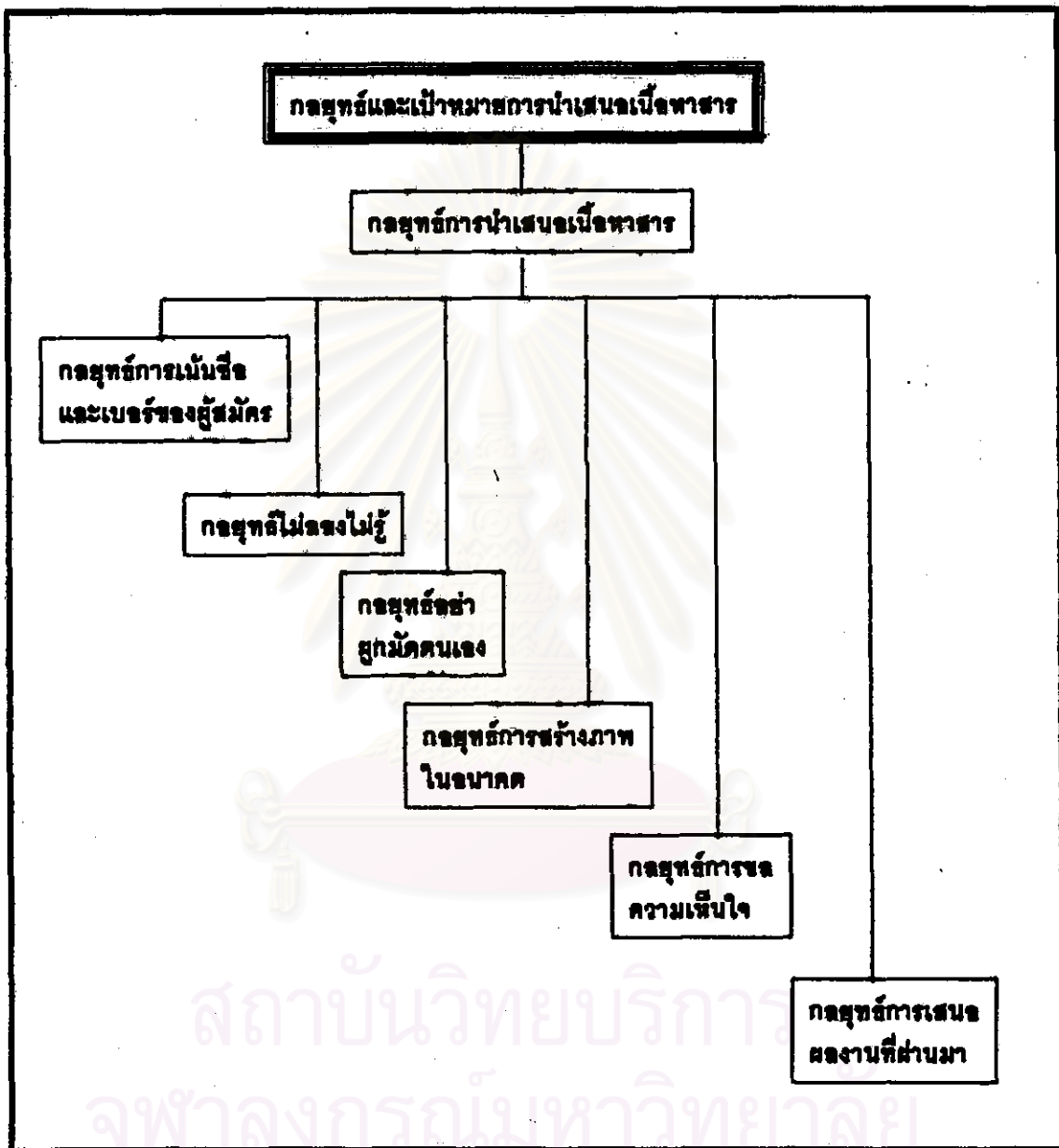
จากการศึกษาสรุปได้ว่าในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนั้นเป้าหมายสูงสุดของสมาชิกสภา อบต.สตรี ทุกคนคือต้องการให้ได้คะแนนเสียงมากที่สุดทั้งนี้จะเห็นว่าเป้าหมายย่อยต่าง ๆ ที่ได้กล่าวมาที่ต้องการให้เกิดกับผู้ที่มีสิทธิ์ออกเสียงในการนำสื่อแต่ละชนิดมาใช้ของ อบต.สตรี ล้วนต้องการให้มีส่วนทำให้สามารถบรรลุเป้าหมายหลักที่ได้ตั้งไว้

#### **5 กลยุทธ์และเป้าหมายการนำเสนอเนื้อหาสาระในการรณรงค์หาเสียง**

##### **กลยุทธ์การนำเสนอเนื้อหาสาระในการรณรงค์หาเสียง**

การศึกษากลยุทธ์การนำเสนอเนื้อหาสาระที่ใช้ในการรณรงค์หาเสียงของสมาชิกสภา อบต. สตรี เพื่อต้องการทราบว่า ลักษณะเนื้อหาที่ใช้ในการหาเสียงมีอย่างไร รวมทั้งรูปแบบที่ใช้ในการนำเสนอเนื้อหาดังกล่าวมีกลยุทธ์หรือวิธีการอย่างไร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้เนื้อหาสาระในการหาเสียงเพื่อทำให้ผู้มีสิทธิ์ออกเสียงเลือกตั้งยอมรับในฐานะที่ผู้สมัครเป็นสตรี และต้องแข่งขันกับผู้สมัครที่เป็นเพศชายซึ่งมีจำนวนมากกว่า การเลือกใช้เนื้อหาสาระที่เหมาะสมเพื่อจูงใจให้ผู้มี

สิทธิ์ออกเสียงเห็นด้วยและยอมรับ จึงเป็นสิ่งที่ท้าทายต่อการหาเสียงครั้งนี้ ของสมาชิกสภา อบต. ตตรืออย่างยิ่ง



แผนภูมิที่ 5 : กลยุทธ์การนำเสนอนโยบายในการรณรงค์หาเสียง

จากการศึกษาพบว่า แม้จะเป็นเพียงการหาเสียงระดับท้องถิ่น แต่ อบต.ตตรือก็มีวิธีการหรือกลยุทธ์การนำเสนอนโยบายในการรณรงค์หาเสียงที่แตกต่างกัน ดังนี้ กลยุทธ์การเน้น

ชื่อ-เบอร์ของผู้สมัคร กลยุทธ์ไม่ลองไม่รู้ กลยุทธ์อย่าผูกมัดตนเอง กลยุทธ์การสร้างภาพใน อนาคต กลยุทธ์การขอความเห็นใจ กลยุทธ์การเสนอผลงานที่ผ่านมา

ทั้งนี้พบว่าทั้งนี้พบว่า อบต. สตริจะเลือกใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ที่กล่าวมาในลักษณะผสม ผลานกัน แต่ที่เด่นชัดคือทุกครั้งที่น่าเสนอเนื้อหาสารไม่ว่าจะผ่านสื่อบุคคล สื่อมวลชน หรือสื่อ เฉพาะกิจ จะต้องเน้นชื่อและเบอร์เสมอ อาจเป็นเพราะเนื่องจากว่ากลุ่มผู้รับสารซึ่งส่วนใหญ่เป็น ชาวบ้าน การศึกษาน้อยถึงปานกลาง ดังนั้น การเน้นข้อความที่สั้น จำง่าย อย่างชื่อและเบอร์ ย่อม จะทำให้ไม่เกิดความสับสนหรือเกิดความสับสนน้อยที่สุด การเน้นย้ำในลักษณะนี้จะทำให้ผู้สมัคร มีโอกาสได้รับเลือกสูงได้เช่นกัน จากแผนภูมิสามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังนี้

### (1) กลยุทธ์การเน้นชื่อ-เบอร์ของผู้สมัคร

เป็นการนำเสนอเนื้อหาสารในลักษณะตรงไปตรงมา ว่าผู้สมัครชื่ออะไร ได้เบอร์ อะไร ซึ่งสื่อที่ใช้แม้จะมีข้อความอื่น ๆ ด้วยก็ตามแต่เมื่อพิจารณาลักษณะที่ปรากฏพบว่า ผู้สมัคร ต้องการเน้นให้ผู้ออกเสียงทราบและจำชื่อกับเบอร์ผู้สมัครให้มั่น

จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่กลยุทธ์นี้จะใช้ผ่านสื่อที่เป็นใบปลิวและป้าย รองลง มาคือ บัตรแข็ง และการพูดในลักษณะอาศัยโอกาส มีลมมาซีกสภา อบต.สตริจำนวน 21 คน ที่ใช้ วิธีนี้ เช่น

"ป้ายที่ทำมีชื่อเบอร์และข้อความ จริงจัง จริงใจ รับใช้ชาวบ้านเรา...ติดตาม หน้าถนนที่คนผ่านไปมาประจำ... เราจะเห็นป้ายเราก่อนคิดว่าการติดหน้า ถนนเขาต้องเห็นเบอร์และชื่อก่อน"

(อบต. สุนีย์ (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 พ.ย.40)

"ตอนจับฉลากได้เบอร์ 1 ส่วนข้อความที่เน้นไม่ว่าจะเป็นบัตรแข็ง ป้าย ใบปลิว จะเน้นเบอร์เป็นหลัก การที่เน้นเบอร์มากกว่า เพราะชาวบ้านส่วนใหญ่รู้จักคน แล้ว แต่เน้นเบอร์เพราะบ้านนอกเราจะรู้สึกได้ว่า ง่ายง่าย จำง่าย..."

(อบต. บัว (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 14 พ.ย.40)

## (2) กลยุทธ์ไม่ลองไม่รู้

เป็นการนำเสนอเนื้อหาสาระในลักษณะเน้นเหตุผลที่ผู้สมัครนำมาเสนอเพื่อให้ผู้มีสิทธิ์ออกเสียงได้คิดไตร่ตรองตามที่ผู้สมัครพูดให้ฟัง การใช้กลยุทธ์ลักษณะนี้เป็นปรากฏการณ์หนึ่งที่น่าสนใจตรงที่ว่า ตัวผู้สมัครใช้จุดเด่นของความเป็นผู้หญิงที่มีความแตกต่างจากผู้ชายในเรื่องของการเข้ามามีบทบาทในงาน อบต. โดยชี้ถึงเหตุผลทั้งที่เป็นตัวอย่างและเหตุผลอธิบายกรณีถูกซักถามกลับในสิ่งที่ตนเองพูด หรือถูกโจมตี การดึงจุดเด่นของการเป็นสตรีที่แตกต่างจากผู้ชายมาพูด ไม่ว่าจะเป็น ความสามารถในการเข้าถึงผู้หลักผู้ใหญ่ ความอ่อนน้อม ความละเอียดอ่อน ความประณีตประนอม และกล้าพูดกล้าแสดงออก รวมทั้งการใช้สติปัญญา หรือคำพูดเพื่อขอความช่วยเหลือในการทำงานกรณีที่ไม่สามารถใช้แรงงานนั้นได้ อาจเรียกอีกอย่างได้ว่าเป็นกลยุทธ์การ "รู้เรา" ก็ว่าได้ กลยุทธ์นี้จะมีรูปแบบการขอเสียงกับชาวบ้านในลักษณะใช้ความอ่อนน้อมถ่อมตนเข้าหาพร้อมกับพูดว่า "เลือกผู้ชายมาก็เยอะแล้ว ลองเลือกผู้หญิงดู..." และจากการศึกษาพบว่า มีสมาชิกสภา อบต.สตรี จำนวน 15 คน เลือกใช้กลยุทธ์นี้ในการนำเสนอเนื้อหาสาระ ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้กับวิธีการเดินเคาะประตูบ้าน และการปราศรัย การใช้บัตรแข็งตามลำดับตัวอย่างที่สามารถอธิบายปรากฏการณ์ของกลยุทธ์นี้ เช่น

อบต.เพ็ญ เป็นคนมีลักษณะพูดจาขาดอาน เปิดเผย มีมนุษยสัมพันธ์ดี กล่าวถึงกลยุทธ์การหาเสียงว่าจะให้ความสำคัญกับคำว่า "ลองเลือกผู้หญิงดู" มาก เนื่องจากมีคู่แข่งที่เป็นผู้ชายมาก รวมทั้งในระหว่างการหาเสียงถูกโจมตีเรื่องเป็นผู้หญิงด้วย "...การหาเสียงเราจะไม่โจมตีใครนะยิ่งเราเป็นผู้หญิง คือเราใช้วิธีบอกชาวบ้านว่าให้ลองเลือกผู้หญิงดู ความคิดผู้หญิงไม่เหมือนกับผู้ชาย อีกอย่างการเมืองผู้ชายก็เยอะแล้ว บางทีความคิดผู้หญิงจะละเอียดอ่อน พิจารณามากกว่าผู้ชายนะ คือเราบอกชาวบ้านว่าควรเอาผู้ชายกับผู้หญิงเข้าไปทำงานร่วมกัน เอาความคิดทั้งคู่ไปผสมกันคล้าย ๆ กับว่าบ้านเราจะชายหนึ่งคนความคิดจะเป็นแบบนี้เราก็จะได้ไปประสานความคิดเราซึ่งเป็นผู้หญิงเข้าไปว่า เธอทำอย่างนี้ก็ดีนะ เป็นในลักษณะคู่หัวหัวเมียเหมือนครอบครัวที่ต้องมีทั้งหัวและเมีย และการที่จะบริหารบ้านเราหรือเป็นผู้นำความคิด สองคนต้องประสานช่วยกัน ซึ่งเท่าที่ชาวบ้านเขาฟังเราพูด เขาก็



ดูเห็นด้วยว่าเราให้เหตุผลดี...ที่เอาเรื่องนี้มาเปรียบเทียบกับเพราะคิดว่าเป็นเรื่องจริง เรื่องใกล้ตัว เขาฟังแล้วจะเข้าใจ ควรเอามาพูด"

(อบต. เทัญ(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 10 ธ.ค.40)

อบต. ประสงค์ ซึ่งผ่านงานพัฒนามามากมาย ทั้งเคยได้รับการอบรมเรื่องสตรี อยู่บ่อย ๆ สามารถประยุกต์ข้อความเพื่อดึงจุดความสนใจให้ผู้รับสาร โดยเฉพาะผู้รับสารที่เป็นผู้หญิงด้วยกัน เห็นความสำคัญของพลังผู้หญิงที่จะเข้ามาพัฒนาหมู่บ้านได้ เพื่อชี้ให้เห็นว่าถ้าไม่ลองเลือกผู้หญิงดูก็ไม่รู้ว่า ผู้หญิงทำได้ "...ตอนพูดปราศรัยก็ขึ้นต้นเป็นคำกลอนเพื่อดึงให้คนสนใจเลยว่า...ในโลกนี้มีสตรีอยู่ถึงครึ่ง ครั้นถามถึงว่าอยู่ ณ ที่ไหน ตอบอยู่บ้าน ไร่ นา โรงงานใหญ่ ทั้งอยู่ในกิจการค้าสถาบัน ครั้นเขาถามถึงเรื่องการเมืองบ้าง ดูอย่างว่าผู้หญิงหายไปไหน วันนี้เราพัฒนาประชาธิปไตย หญิงทั้งหลายจะمينเฉยเลยหรือไร หามิได้เหล่าสตรีที่โลกแดง (ชื่อหมู่บ้าน) มาจับมือกันแน่นรวมกันอยู่ ร่วมกันคิด ร่วมเล่นอ ร่วมเชิดชู เพื่อนำสู่ อบต..พอใจเลย"

(อบต. ประสงค์(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 21 ม.ค.41)

### (3) กลยุทธ์ข้อฆ่าผูกมัดตนเอง

เป็นการนำเสนอเนื้อหาสารในลักษณะ "ไม่ให้คำมั่นสัญญา" ทั้งนี้จากการศึกษาพบว่า อบต.สตรีส่วนใหญ่มีความเห็นว่าตามปกติที่พบเห็นนักการเมืองที่เข้ามาหาเสียง มักจะให้สัญญาประชาคมกับประชาชนว่า ถ้าเลือกตนเข้ามาตนจะสร้างโน่นทำนี่ให้ ซึ่งส่วนใหญ่ที่พบก็ไม่เป็นไปตามสัญญา จุดนี้จึงทำให้สมาชิกสภา อบต. สตรีเห็นว่า การรณรงค์หาเสียงในระดับหมู่บ้าน ซึ่งผู้สมัครจะเป็นคนในหมู่บ้าน เป็นคนที่ชาวบ้านรู้จักพบเห็นกันบ่อย ดังนั้นเนื้อหาที่ พูดในการหาเสียงจะต้องไม่พูดในลักษณะที่ผูกมัดตนเองเด็ดขาด ถือเป็นสิ่งที่ตนเองต้องระวัง สาเหตุเนื่องมาจากว่า สมาชิกสภา อบต.สตรีส่วนใหญ่ตระหนักดีว่า ประการแรก ตนยังไม่รู้ระบบการทำงาน ในองค์การบริหารส่วนตำบลอย่างลึกซึ้งจึงว่า การจะนำโครงการต่าง ๆ เข้าหมู่บ้านตนเองนั้น พิจารณาความสำคัญด้านไหนเป็นหลัก จึงไม่กล้ารับปาก ประการที่สอง เนื่องจากประสบการณ์ที่มี ส.ส. หรือ ส.จ. บางคนที่ให้คำมั่นสัญญากับชาวบ้านแล้วไม่ทำตาม จะถูกตำหนิทำให้เสียชื่อและไม่ได้รับการสนับสนุนเช่นเคย และประการสุดท้าย ถ้ารับปากแล้วทำไม่ได้

หรือไม่ได้ทำตามรับปาก อาจจะถูกตำหนิตั้งต่อหน้าและลับหลัง ถูกทวงถามในสิ่งที่พูดไป ซึ่งทำให้ตนเองเสื่อมเสียได้

จากการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่กลยุทธ์นี้จะใช้กับวิธีการเดินเคาะประตูบ้านและพบว่า มีสมาชิกสภา อบต.สตรีจำนวน 13 คน ที่ใช้กลยุทธ์นี้มานำเสนอเนื้อหาสารในการรณรงค์หาเสียง ด้วย ตัวอย่างเช่น

"การพูดหาเสียง ที่จะไม่บอกนะว่า ถ้าได้เป็นแล้วจะทำโน่นทำนี่ให้ จะไม่พูดเลย เพราะกลัวทำไม่ได้ เราเป็นคนในหมู่บ้าน ชาวบ้านจะว่าเราได้ว่า เราเจอ กันบ่อย แต่ ส.ส.เป็นคนนอก พูดแล้วไม่ทำ เขาก็ไม่เคียดร้อน"

(อบต. ณี (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 24 ม.ค.40)

"ตอนหา เสียงชาวบ้าน ก็ขอโน่นขอนี่เรานะ อย่างบอกว่าถ้าได้เป็นรอนัน หน้อยนะ ก็บอกไปว่าตอนนี้ไม่รับปากอะไรขอให้ได้เข้าไปก่อน แต่จะทำให้ดีที่สุด เท่าที่จะทำได้"

(อบต. นก (นามสมมติ), สัมภาษณ์ 16 พ.ย.40)

"ที่เคยหาเสียงให้ผู้แทนปีที่แล้ว พอมาโดนตัวเองก็หนักใจว่าจะพูดอย่างไร เพราะจะไปบอกเขาเหมือนผู้แทนไม่ได้ว่า ขอให้เลือกเราจะทำอย่างนั้นอย่างนี้ ให้ความรู้สึกเราคิดว่าพูดอย่างนั้นไม่ได้ เพราะเรายังไม่รู้ตัวเราจะทำได้มาก น้อยแค่ไหน ต้องลองให้เข้าไปก่อน ถ้าไปบอกก่อนแล้วทำไม่ได้ ชาวบ้านก็จะ ว่าเราได้ว่า"

(อบต. เทัญ (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 10 ธ.ค.40)

#### **(4) กลยุทธ์การสร้างภาพในอนาคต**

เป็นกลยุทธ์การหาเสียงที่นำเสนอเนื้อหาสารในลักษณะการบอกนโยบายพร้อมกับ แนวทางการแก้ปัญหาที่กำลังประสบอยู่ เป็นการชี้ให้เห็นภาพแนวทางที่เป็นไปได้ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตว่าตัวผู้สมัครจะเข้ามาพัฒนาหมู่บ้านและแก้ปัญหาที่ชาวบ้านกำลังประสบอยู่ ทั้งนี้เนื้อหา ที่พูดก็ไม่ถือว่าเป็นการพูดเพื่อผูกมัดตนเอง เพราะจะพูดในสิ่งที่คิดแล้วว่าตัวเองทำได้ นอกจากนี้

เป็นการพูดชักจูงใจในลักษณะสร้างความ "อุ่นใจ" และมั่นใจให้เกิดกับชาวบ้าน เช่นการยกประเด็นปัญหาที่ชาวบ้านกำลังประสบอยู่มาพูดพร้อมกับเสนอตัวที่จะเข้ามาช่วยแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น

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

"เวลาไปพูดขอเสียงเขา จะขอว่าขอเข้าไปทำงานในครั้งนี้นัก่อน อย่างไรก็ตามจะพยายามทำให้มีผลงานออกมา...ในฐานะที่เราอายุน้อยเราจะพูดกับเด็กและเยาวชนของหมู่บ้านว่าถ้าได้ทำงานใน อบต. จะจัดโครงการแข่งขันกีฬาให้กับเด็กและเยาวชน เพราะเด็กบ้านนี้ชอบเล่นกีฬากัน.."

(อบต. บัว(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 14 พ.ย. 40)

"อย่างตอนที่ไปพูดปราศรัย เราก็หาประเด็นสำคัญที่ชาวบ้านเขารู้ ๆ กันอยู่ มาพูดโดยเฉพาะเรื่องปัญหาการทำงานที่ไม่มีประสิทธิภาพของผู้ใหญ่บ้านว่า ถ้าเราเข้ามาเราจะแก้ปัญหานี้ จะคุยกับเขา คิดว่าการพูดกับบ้านนอกเรา ต้องพูดตรง ๆ "

(อบต. ภัคดี (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 ม.ค.41)

#### (5) กลยุทธ์การขอความเห็นใจ

การขอความเห็นใจ เป็นกลยุทธ์ที่มีเนื้อหาเพื่อแสดงให้เห็นว่าผู้สมัครมีความจริงใจ และต้องการเข้ามาทำงานด้วยความตั้งใจจริง ซึ่งผู้สมัครส่วนใหญ่จะเลือกใช้กลยุทธ์นี้ในกรณีที่ถูกเรียกขอสั่งของหรือเงินในระหว่าง การรณรงค์หาเสียง ก็จะใช้วิธีการพูดเพื่อขอความเห็นใจว่าตนเองมีความบริสุทธิ์ใจในการทำงาน และไม่มียะอะไรจะให้ นอกจากความตั้งใจจริงในการทำงาน หรือกรณีที่ผู้สมัครต้องการแสดงให้เห็นถึงความใจกว้างของตัวผู้สมัคร กรณีเดินหาเสียงตามบ้าน คุ้มต่าง ๆ นั่นคือการใช้ข้อความขอกับชาวบ้านว่า "ถ้าในใจมีเบอร์หนึ่งอยู่แล้ว ก็ขอฝาก

เบอร์... ด้วย" โดยเฉพาะอย่างยิ่งใช้ในกรณีและผู้สมัครต้องเดินหาเสียงทุกบ้าน แม้กระทั่งบ้านที่เป็นผู้สมัครคู่แข่งก็ตาม

จากการศึกษาพบว่า กลยุทธ์นี้ใช้กับวิธีการเดินเคาะประตูบ้านมากที่สุดรองลงมาคือ การปราศรัย ซึ่งมีสมาชิกสภา อบต.สตรี จำนวน 12 คน ที่เลือกกลยุทธ์นี้มาใช้ด้วย เช่น

อบต.นก ซึ่งมีอายุแค่ 25 ปี แต่พูดจากคล่องแคล่ว มีบุคลิกเป็นคนทันสมัย มีวิธีการพูดเพื่อขอความเห็นใจ ในกรณีถูกเรียกร้องเงินทองได้อย่างน่าสนใจ " ...ก็บอกว่าเงิน 50 บาท ซื่อสัตย์ได้อยู่หรือ ถ้าเราเลือกคนที่แจกเงินเราเข้าไปแล้วเขาไม่ตี ไม่ได้ตามที่เราร้องการคิดหรือว่า 50 บาท 100 บาท มันคุ้มก็พูดให้เขาคิด เขาก็จะบอกว่าไม่รู้สิเห็นเบอร์ นั้นแจกก็นึกว่าเบอร์นี้จะแจก หนู ก็บอกว่ายายก็ดูเอานะคะลูกหลานก็ไม่มีเงินหรอก ก็มีแต่ผลงานที่เห็น ๆ อยู่ แต่ถ้าจะให้แจกเงิน อะไรไม่มีเหมือนเราหรอกก็แล้วแต่ยายจะเห็นใจนะ หนูก็พูดในลักษณะขอคะแนนสงสารมากกว่า..."

(อบต. นก(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 16 พ.ย.40)

อบต. บุญ เป็นคนที่มีลักษณะเรียบร้อย พูดน้อย มีวิธีการหรือกลยุทธ์ขอความเห็นใจในลักษณะให้ผู้รับสารหรือผู้มีสิทธิ์ออกเสียงได้ตัดสินใจเอง "...เราก็บอกเราลงสมัคร อบต. นะได้เบอร์ 1 เห็นด้วยหรือไม่ว่าผู้หญิงจะลง ถ้าเห็นด้วยก็ช่วยเลือก แต่ถ้าไม่เห็นด้วยก็ไม่ใช่ไร ให้เขาตัดสินใจเอง เราไม่บังคับเขา เราก็บอกว่าเราไม่มั่นใจหรอกว่าจะได้ ถ้าสงสารก็ขอให้เลือกด้วย ครั้นจะให้แจกเงินก็ไม่ได้เพราะไม่มี..."

(อบต. บุญ(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 21 ม.ค.41)

"ส่วนวิธีการพูดกับคนที่เราดูทำทีแล้วไม่ชอบเรา เราก็จะบอกเขาว่า ถ้าชอบเบอร์ไหนก็เลือก ส่วนอีกเสียงที่เหลือขอให้หนูได้เข้าด้วยนะ ใช้วิธีการฝากว่ามีเบอร์ไหนในใจแล้วก็อย่าลืมเบอร์ 5 ด้วย"

(อบต. ไพลิน(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 15 พ.ย.40)

## (6) กลยุทธ์การเสนอผลงานที่ผ่านมา

เป็นการนำเสนอเนื้อหาสาระในลักษณะชี้ให้เห็นถึงข้อดีหรือผลงานที่ผู้สมัครได้ทำมาก่อนที่จะลงสมัคร โดยเฉพาะผลงานที่แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการพัฒนางานส่วนรวม กลยุทธ์นี้ส่วนใหญ่พบว่า จะเสนอเนื้อหาในลักษณะที่เป็นลายลักษณ์อักษรมากกว่าการเดินทูลหรือการพูดปราศรัย ทั้งนี้เพื่อเป็นหลักฐานให้ชาวบ้านเกิดความเชื่อมั่นในตัวผู้สมัครมากยิ่งขึ้นว่ามีความสามารถในงานด้านพัฒนามาก่อน จากการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่กลยุทธ์นี้จะใช้โดยผ่านสื่อที่เป็นลายลักษณ์อักษร เช่น โบปลิว รองลงมาคือ การเดินทูล และการปราศรัย และมีสมาชิกสภา อบต. สตรีจำนวน 4 คน ที่ใช้กลยุทธ์นี้ ตัวอย่างเช่น

" สำหรับโบปลิวที่ทำเป็นกระดาษเอส มีรูปมีชื่อมีเบอร์ มีคำขวัญ "มุ่งมั่น จริงใจ พัฒนา" และมีประวัติงานเราด้วย พร้อมกับบอกว่า "...ก้าวจากผู้นำ อบ.ทำอะไรทำจริง"

(อบต. เพ็ญ (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 10 ธ.ค.40)

"...ลักษณะโบปลิวจะมีรูปติดเป็นรูปตอเราไปอบรมก่อนจะสมัคร อบต. เขียนประวัติการทำงานที่ผ่านมาใส่เข้าไปด้วย มีรูปมีเบอร์มีชื่อเรา.. "ส่วนบนก็เขียนคำขวัญ ส่วนล่างบอกคุณสมบัติ คำขวัญแม้จะบอกว่า "ความรู้ด้านการพัฒนา รู้จักแก้ปัญหาในหมู่บ้าน ขอทำงานให้มีคุณธรรม" โปรดเลือก...."

(อบต.ประสงค์ (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 21 ม.ค.41)

กล่าวโดยสรุป กลยุทธ์การนำเสนอเนื้อหาสาระในการรณรงค์หาเสียงทั้ง 6 ประเด็น

ได้แก่

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

## เป้าหมายการนำเสนอเนื้อหาสารในการรณรงค์หาเสียง

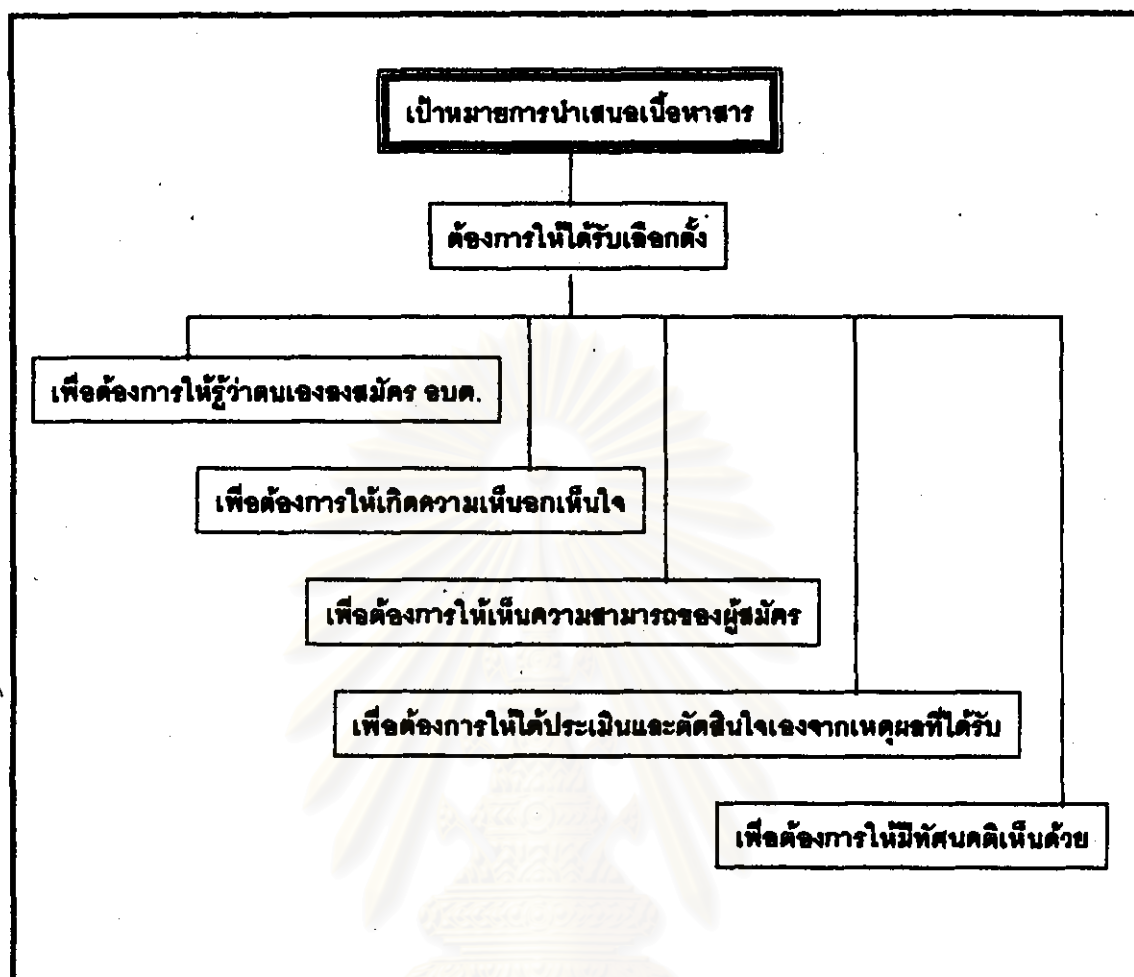
การศึกษาเป้าหมายการนำเสนอเนื้อหาสารในการรณรงค์หาเสียง เพื่อต้องการทราบ ว่าเนื้อหาต่าง ๆ ที่สมาชิกสภา อบต.สตรีนำมาใช้หาเสียงนั้น อบต.สตรีต้องการ ให้เกิดผลในด้านใด หรือต้องการโน้มน้าวใจชาวบ้านผู้มีสิทธิ์ลงคะแนนให้เกิดการตอบสนองต่อสารนั้นอย่างไร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการที่ผู้สมัครเป็นผู้หญิง และต้องการหาเสียงแข่งขันกับผู้สมัครเพศชายที่มีจำนวนมากกว่า การพูดหรือใช้ข้อความผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อให้ชาวบ้านผู้มีสิทธิ์ลงคะแนนได้รับรู้ ลักษณะ แนวคิดเกี่ยวกับตัวผู้สมัคร อันได้แก่ผลงานต่าง ๆ ที่ผ่านมา ความรู้ความสามารถที่ผู้สมัครมีอยู่ ซึ่งผู้มีสิทธิ์ลงคะแนนอาจรับรู้มาก่อนแล้วเนื่องจากเป็นคนในพื้นที่ มีผลงานที่ปรากฏบ้างแล้ว เนื้อหาที่นำเสนอเพื่อให้ผู้มีสิทธิ์ออกเสียงรู้จักตัวผู้สมัครดีขึ้น เสริมใสในตัวผู้สมัครและท้ายที่สุดตัดสินใจที่จะเลือกผู้สมัครต่างก็มีหลายแบบ

ดังได้กล่าวไว้ในตอนต้นว่ากลยุทธ์การนำเสนอเนื้อหาสารในการรณรงค์หาเสียง เลือกตั้งของสมาชิกสภา อบต.สตรีจำนวน 30 คนว่ามีกลยุทธ์ที่แบ่งได้ดังนี้

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

เนื้อหาที่ปรากฏในแต่ละกลยุทธ์สมาชิกสภา อบต.สตรีจะเลือกใช้ในลักษณะผสมผสานกันไป ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับว่าต้องการให้ชาวบ้านเกิดการตอบสนองต่อเนื้อหาสารนั้นอย่างไร หรือมีเป้าหมายว่าสิ่งที่บอกหรือสื่อออกไปจะช่วยให้บรรลุเป้าหมายสูงสุด คือการให้คะแนนเสียงจนได้รับเลือกตั้งตามที่ต้องการอย่างไร จากการศึกษาพบเป้าหมายในการนำเสนอเนื้อหาสาร ดังแสดงในแผนภูมิที่ 6





#### แผนภูมิที่ 6 : เป้าหมายการนำเสนอเนื้อหาสาร

ผลการศึกษาสามารถวิเคราะห์ได้ว่าสมาชิกสภา อบต.สตรีมีเป้าหมายในการนำเสนอเนื้อหาสารที่แตกต่างกันดังนี้ เพื่อต้องการให้รู้ว่าตนเองลงสมัคร อบต. เพื่อต้องการให้เกิดความเห็นอกเห็นใจ เพื่อต้องการให้เห็นความสามารถของผู้สมัคร เพื่อต้องการให้ได้ประเมินและตัดสินใจเองจากเหตุผลที่ได้รับ และเพื่อต้องการให้มีทัศนคติที่เห็นด้วย จากแผนภูมิสามารถอธิบายได้ดังนี้

#### 1. เพื่อต้องการให้รู้ว่าตนเองสมัคร อบต.

เป็นการนำกลยุทธ์การเน้นชื่อและเบอร์ของผู้สมัคร สื่อผ่านแผ่นป้าย, โปสเตอร์ หรือ บัตรแข็ง รวมทั้งบอกผ่านสื่อบุคคล คือตัวผู้สมัครเองหรือบุคคลใกล้ชิดที่หาเสียงให้ เพื่อให้รู้ว่าเราสมัคร

อบต.ได้เบอร์นี้ ถือเป็นเป้าหมายพื้นฐานที่ทุกคนต้องการให้เกิดแก่ผู้รับสาร เป็นลักษณะการให้ข่าวสารเกี่ยวกับตัวผู้สมัครในเบื้องต้น

## 2. เพื่อต้องการให้เกิดความเห็นอกเห็นใจ

การที่สมาชิกสภา อบต.สตรีสื่อเนื้อหาสารในลักษณะเพื่อให้เห็นว่าผู้สมัครมีความจริงใจ และต้องการเข้ามาทำงานด้วยความตั้งใจจริงเพื่อให้ผู้มีสิทธิ์ออกเสียงได้เข้าใจถึงความตั้งใจของผู้สมัครตลอดจนเกิดความเห็นอกเห็นใจในตัวผู้สมัคร กลยุทธ์ที่นำมาใช้คือกลยุทธ์การขอความเห็นใจ เพื่อสื่อให้เห็นความสำคัญและความตั้งใจจริงของการเล็งสตรีเข้ามาทำงาน อบต.

## 3. เพื่อต้องการให้เห็นความสามารถของผู้สมัคร

เป็นการนำเสนอผลงานที่ผ่านมา รวมทั้งกลยุทธ์การสร้างภาพในอนาคต มาชี้ให้เห็นถึงความสำคัญที่ต้องเลือกผู้หญิงเข้ามาทำงาน อบต. ให้เห็นว่าผู้หญิงมีความสามารถในการทำงาน อบต. ได้ไม่แพ้ผู้ชาย

## 4. เพื่อต้องการให้ได้ประเมินและตัดสินใจเองจากเหตุผลที่ได้รับ

เป็นการนำกลยุทธ์ไม่ลองไม่รู้ กลยุทธ์การเสนอผลงานที่ผ่านมา และกลยุทธ์การสร้างภาพในอนาคตมาอธิบายให้ชาวบ้านผู้ออกเสียงได้ประเมินจากข้อมูลในด้านต่างๆ ที่ผู้สมัครให้มาเพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจว่าทำไมต้องเลือกผู้หญิงเข้ามาทำงานด้วย

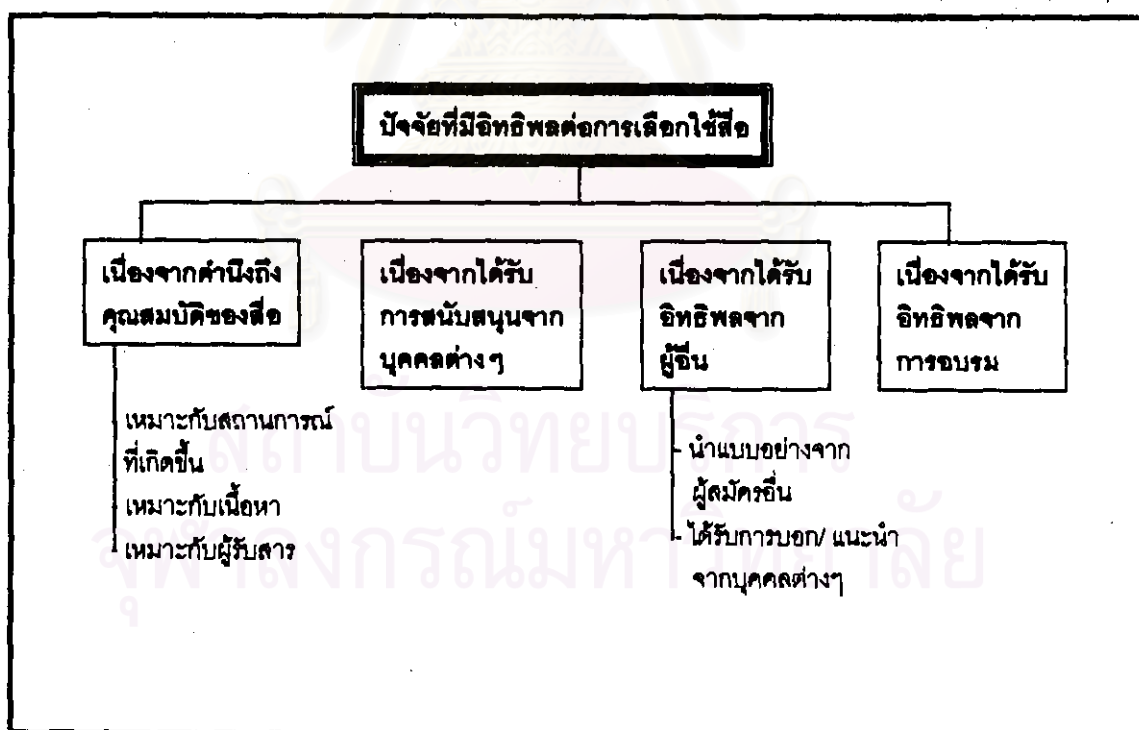
## 5. เพื่อต้องการให้มีทัศนคติที่เห็นด้วย

เป็นการนำกลยุทธ์การขอความเห็นใจมาใช้เพื่อโน้มน้าวให้ผู้มีสิทธิ์ออกเสียงมีทัศนคติที่เห็นด้วยและยอมรับในเหตุผลต่างๆ ที่เสนอหรือได้ไรข้อข้องใจให้ทราบว่ามีตัวผู้สมัครเป็นสตรีแต่ก็สามารถทำงานลักษณะนี้ได้เท่ากับบุรุษ

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

## 6. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อในการรณรงค์หาเสียงของสมาชิกสภา อบต. สตรี

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อในการรณรงค์หาเสียงของสมาชิกสภา อบต. สตรี เพื่อต้องการทราบว่า มีปัจจัยอะไรบ้างที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสื่อต่างๆ มาใช้ในการรณรงค์หาเสียงครั้งนี้ ซึ่งเมื่อพิจารณาถึงสื่อที่เลือกใช้พบว่ามี 3 ชนิดดังนี้ สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่อชุมชน ทั้งนี้จากการศึกษาพบว่ามีปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อของสมาชิกสภา อบต. สตรี ดังแสดงในแผนภูมิที่ 7



แผนภูมิที่ 7 : ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อในการรณรงค์หาเสียงของสมาชิกสภา อบต.สตรี

จากการศึกษาพบว่ามีปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อของสมาชิกสภา อบต. สตรีอยู่ 4 ประการ ได้แก่ เลือกใช้สื่อเนื่องจากคำนึงถึงคุณสมบัติของสื่อ เลือกใช้สื่อเนื่องจากได้รับการสนับสนุนจากบุคคลต่างๆ เลือกใช้สื่อเนื่องจากได้รับอิทธิพลจากผู้อื่น เลือกใช้สื่อเนื่องจากได้รับอิทธิพลจากการฝึกอบรม

ทั้งนี้พบว่าคนที่ อบต.สตรี จะเลือกใช้สื่อนั้น ส่วนใหญ่จะคำนึงถึงปัจจัยด้านคุณสมบัติของสื่อและปัจจัยด้านการได้รับความสนับสนุนจากบุคคลต่างๆ มากที่สุดซึ่งสตรีส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า คุณสมบัติของสื่อแต่ละตัวที่นำมาใช้ ต้องสามารถสื่อให้ผู้รับสารหรือผู้มีสิทธิ์ออกเสียงเลือกตั้งเกิดผลตามที่ต้องการได้ และสื่อที่นำมาใช้ต้องไม่ยุ่งยากและสามารถจัดหา หรือได้มาได้ง่ายด้วย รวมทั้งการได้รับการสนับสนุนด้านสื่อจากบุคคลต่างๆ ยิ่งทำให้ผู้สมัครมีความมั่นใจในการหาเสียงมากขึ้นด้วย จากแผนภูมิสามารถอธิบายได้ ดังนี้

#### (1) เลือกใช้สื่อเนื่องจากคำนึงถึงคุณสมบัติของสื่อ

เป็นการนำสื่อมาใช้โดยที่สมาชิกสภา อบต.สตรีพิจารณาว่าด้วยคุณสมบัติของสื่อที่มีอยู่นั้นจะเอื้อประโยชน์ต่อตนเองในการนำมาใช้เพื่อรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง และจากการวิจัยครั้งนี้พบว่าสมาชิกสภา อบต.สตรีจำนวน 25 คน ที่คำนึงถึงคุณสมบัติของสื่อมาเป็นปัจจัยที่มีส่วนในการเลือกใช้สื่อ ซึ่งเมื่อพิจารณาถึงเหตุผลของสมาชิกสภา อบต.สตรีที่เลือกสื่อมาใช้นั้นสามารถแยกได้ดังนี้

##### - คุณสมบัติของสื่อเหมาะที่จะใช้กับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

เป็นการนำสื่อนิตต่างๆ มาใช้โดย อบต.สตรีมีแนวคิดที่ว่าสื่อนั้นจะสามารถช่วยแก้สถานการณ์ฉุกเฉินที่อาจเกิดขึ้นได้ เช่น กรณีที่ถูกโจมตีจากผู้สมัครคู่แข่งที่เป็นชายในวัยของเพศหรือการศึกษา ซึ่งส่วนใหญ่พบว่า เมื่ออบต.สตรีถูกโจมตีในเรื่องดังกล่าวจะไม่ตอบโต้ในทันที แต่จะนำไปพูดให้เกิดความเข้าใจในช่วงของการเดินทางเสียงตามบ้าน หรือตามคุ้มที่มีปัญหา หรือกรณีที่มีกลุ่มแม่บ้านที่ช่วยหาเสียงแจ้งให้ทราบว่าจะหาชาวบ้านร้องขอให้แจกเงินเหมือนผู้สมัครคนอื่นบ้าง ตัวอบต.สตรีก็จะใช้วิธีพูดผ่านแม่บ้านเพื่อให้เป็นสื่อไปบอกไปชี้แจงเหตุผล หรือตัวผู้สมัครเดินบอกชาวบ้านในจุดที่มีปัญหาเรื่องการเรียกรอเงินด้วยตนเอง การใช้วิธีการพูดแทนสื่ออื่น

เพราะสามารถกล่าวชี้แจงหรือยกตัวอย่างเหตุผลให้ชาวบ้านเห็นถึงข้อดี-ข้อเสียของการเรียกร้องดังกล่าวได้ทันที

นอกจากการใช้สื่อเพื่อแก้ปัญหาในสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วงระหว่างรณรงค์หาเสียงแล้ว ยังพบว่าเลือกใช้สื่อเนื่องจากพิจารณาเห็นว่าสถานการณ์การเลือกตั้งไม่เข้มข้น มีผู้สมัครคู่แข่งน้อย รวมทั้ง ตัวอบต.สตรีเองมีผู้สนับสนุนหรือญาติพี่น้องมากมาย จึงเลือกใช้สื่อเฉพาะอย่างและไม่หลากหลาย เพราะเห็นว่าอย่างน้อยก็มีปัจจัยอื่นๆ ที่มีส่วนทำให้มีโอกาสได้รับเลือกตั้งสูงอยู่แล้ว เช่น

"...บางคนก็ถามต่อหน้าเลยว่า เป็นผู้หญิงจะทำงานได้เหมือนผู้ชายหรือ ซึ่งเราก็ต้องพูดชี้แจงไปว่าผู้ชายทำได้ผู้หญิงก็ทำได้เหมือนกัน เราก็ถามกลับว่าไปทำอะไรได้ เราก็ตอบผู้หญิงไม่อ่อนแอ อีกอย่างงานอบต.คงไม่ได้ให้ไปขนไปแบกหามอะไรหนักๆ หรือ"

(อบต.นาง(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 16 พ.ย. 40)

"...กรณีเจอคนขอกินขอเงิน แม้กับขอเบอร์อื่นๆ ก็ให้แล้วทำไมอยากได้อีกอย่าสิมันนะ 1 เสียง เลือกได้ 2 คนเท่านั้น อีกอย่างถ้าชาวบ้านได้ของหรือได้เงินเบอร์อื่นมาแล้วก็ต้องเลือกเขา เราต้องไม่หักหลังคนที่เราให้เงินเรา คือแม่จะพูดแก้ด้วยคำพูดดีว่าเพราะแสดงความใจกว้างให้เห็นว่าเราไม่โจมตีใคร..."

(อบต.ประดงค์(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 21 ม.ค. 40)

"...แต่ถ้าสมมติว่าเราหาเสียงในระดับใหญ่ขึ้นไป คิดว่าจะใช้พวกบัตรใบปลิวเหมือนผู้แทนอยู่นะ แต่นี่หาแบบไม่มีการแข่งขันกันมากมายเหมือน ส.ส. เลยคิดว่าไม่จำเป็นต้องใช้"

(อบต.จอม(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 15 พ.ย. 40)

#### - คุณสมมติของสื่อเหมาะกับเนื้อหาที่ต้องการบอก

เป็นการพิจารณาว่าสื่อนั้นสามารถที่จะถ่ายทอดในสิ่งที่ผู้สมัครในฐานะผู้ส่งสารต้องการบอกแก่ชาวบ้านหรือผู้รับสาร เช่น กรณีที่ผู้สมัครมีประวัติงานและผลงานที่ผ่านมาและต้อง

การจะสื่อให้ชาวบ้านรู้เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นก็ต้องใช้สื่อที่สามารถเป็นหลักฐานได้ว่าเป็นความจริง หรือในกรณีที่ต้องการจะบอกแนวนโยบายให้นำสนใจโดยใช้การปราศรัยต่อหน้าชาวบ้านก็เป็นอีกวิธีที่สามารถถ่ายทอดได้ เช่น

“ที่พิมพ์ใบปลิวเพราะเราต้องการบอกการทำงานที่เราทำมาตั้งแต่ก่อนจนถึงปัจจุบัน ถ้าเราไม่มีตงนี้บอก แม้คิดว่าใบปลิวคงไม่ได้พิมพ์ อีกอย่างรูปที่ติดใบปลิวก็แสดงให้เห็นว่าเราทำได้ ทำจริง...”

(อบต.ประดงค์(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 21 ม.ค. 41)

#### - คุณสมบัติของสื่อเหมาะกับผู้รับสาร

ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง พบว่าผู้สมัครในฐานะผู้ส่งสารบางคนเลือกใช้สื่อเนื่องจากเห็นว่าสื่อดังกล่าวเหมาะสมกับผู้รับสารที่จะทำการส่งสารด้วย การวิจัยครั้งนี้พบว่ามีสมาชิกสภา อบต.สตรีจำนวน 5 คนที่ตระหนักถึงคุณลักษณะของสื่อที่เลือกใช้จึงต้องเลือกให้เหมาะกับผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งที่เป็นชาวบ้านที่ตนเองไปรณรงค์ด้วย เช่น คนแก่มักจะซีลิมและลำบากได้ง่าย การพูดบอกย้ำ หรือใช้ตัวเลขเบอร์รับนกระดาศจะสามารช่วยให้ลดความลำบากหรือซีลิมได้ ในขณะที่เดียวกันกับชาวบ้านบางคนที่มีปัญหาในการยอมรับสตรี หรือต่อต้านเนื่องจากเห็นว่าไม่เหมาะสม ผู้สมัครในฐานะผู้ส่งสารก็ต้องใช้ความสามารถในการพูดโน้มน้าวให้ยอมรับให้ได้

“การที่พูดกับแต่ละคนแตกต่างกัน แต่เรามีหลักในการเลือกที่จะพูด คือพิจารณาจากลักษณะของคนในหมู่บ้านนี้ ถ้าคุยกับคนพูดยากเข้าใจยากดันทุรัง ไม่ค่อยเข้าใจ ก็จะพูดเรื่องอื่น ทำให้ใจเราอ่อนลงก่อน กับคนที่เข้าใจง่ายเราก็บอกตรงๆ”

(อบต.บัว(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 14 พ.ย. 40)

#### (2) ได้รับการสนับสนุนจากบุคคลต่างๆ

การได้รับแรงสนับสนุนจากบุคคลต่างๆ เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อของอบต.สตรี จากการศึกษาพบว่ามีสมาชิกสภา อบต.สตรีจำนวน 12 คน ที่เลือกใช้สื่อเนื่อง



จากได้รับการสนับสนุนจากบุคคลต่าง ๆ ซึ่งเมื่อวิเคราะห์แล้วยังพบอีกว่ามีกลุ่มบุคคลที่สนับสนุนอยู่ 2 กลุ่ม คือ กลุ่มภายในครอบครัว ได้แก่ ลามี พอแม่ พี่น้อง ลูก ซึ่งก็มีทั้งในลักษณะช่วยเดินหาเสียง ไปพิมพ์ใบปลิวให้ คิดข้อความใบปลิวให้ หรือทำป้าย บัตรแข็งให้รวมทั้งคอยให้กำลังใจ ในระหว่างที่หาเสียงด้วย เป็นต้น สำหรับอีกกลุ่มเป็นกลุ่มนอกครอบครัวแต่มีความสนิทสนมรู้จักกับผู้สมัครมาก่อน เช่นกลุ่มแม่บ้านสตรี เพื่อนฝูง ลักษณะการสนับสนุนก็ไม่แตกต่างจากกลุ่มในครอบครัวมากนัก คือ ช่วยเดินหาเสียงให้ คอยให้กำลังใจ เป็นหูเป็นตาให้

สำหรับแนวคิดของ สมาชิกสภา อบต.สตรีที่มีต่อการได้รับการสนับสนุนจากบุคคลต่างๆ พบว่า ส่วนใหญ่ทำให้รู้สึกดีใจว่ายังมีคนสนับสนุนตน โดยเฉพาะอย่างยิ่งตนเป็นผู้หญิงต้องหาเสียงแข่งกับผู้สมัครชาย ซึ่งมีจำนวนมากกว่า แต่เมื่อได้รับการสนับสนุน ช่วยเหลือด้านสื่อที่ใช้หาเสียงในรูปแบบต่างๆ ยิ่งทำให้เกิดความมั่นใจ ในการหาเสียงมากขึ้น เช่น

“การพิมพ์บัตรแข็งไม่ได้คิดค่าเลยน้องชายที่เป็นนักวิชาการ ที่ม.ขอนแก่น ทำมาให้ เขาโทร ถามว่าเราได้เบอร์อะไร หาเสียงกับใคร เราจะทำบัตรแข็งกับใบปลิวมาให้”

(อบต.นวล (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 29 ธ.ค. 40)

### (3) การเลือกใช้สื่อเบื้องต้นที่ได้รับอิทธิพลจากผู้อื่น

จากการศึกษาพบว่ามีปรากฏการณ์ที่อธิบายประเด็นนี้อยู่ 2 ประการคือ ประการแรกเลือกใช้สื่อในลักษณะเห็นและนำแบบอย่างจากผู้สมัครรับเลือกตั้งในการเลือกตั้งที่ผ่านมา เช่น การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร (ส.ส.) การเลือกตั้งสมาชิกสภาจังหวัด (ส.จ.) การเลือกตั้งกำนัน ผู้ใหญ่บ้าน นอกจากการนำแบบอย่างดังกล่าวมาใช้แล้ว ประการที่สองเป็นการนำสื่อมาใช้เนื่องจากได้รับการบอกหรือแนะนำ จากบุคคลต่างๆ อาทิ เช่น ได้รับการแนะนำจากปลัดอำเภอ รองประธานแม่บ้าน ส.ส. จากการศึกษาค้นคว้า มีสมาชิกสภา อบต.สตรี จำนวน 7 คนที่เลือกใช้สื่อเนื่องจากได้รับอิทธิพลจากผู้อื่น

- เลือกใช้สื่อโดยการนำแบบอย่างจากผู้สมัครคนอื่น

จากการศึกษาพบว่า มีสมาชิกสภา อบต.สตรี จำนวน 4 คน ที่เลือกใช้สื่อเพราะมีส่วนจากการที่นำแบบอย่างการหาเสียงของ ส.ส. ส.จ. หรือผู้ใหญ่บ้านมา ซึ่งมีทั้งแบบอย่างสื่อประเภทสื่อบุคคลโดยจะใช้วิธีการเดินเคาะประตูบ้านเหมือน ส.ส. ส.จ. หรือผู้ใหญ่บ้าน เนื่องจากเห็นว่าวิธีการดังกล่าวสามารถสร้างความคุ้นเคย และทำให้ชาวบ้านเกิดความรัก ความเมตตาในตัวผู้สมัครเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามพบว่า การนำแบบอย่างของผู้อื่นมาใช้ ใช้เพื่อเป็นแนวทางเท่านั้น แต่ไม่ได้เอามาทั้งหมดโดยจะพิจารณาเลือกเฉพาะส่วนดีมาเท่านั้น เช่น การเข้าหาชาวบ้านด้วยใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส อ่อนน้อมถ่อมตน แต่ในส่วนของประเด็นเนื้อหาที่ใช้พูดส่วนใหญ่พบว่าจะไม่ใช้แนวการพูดเหมือน ส.ส. หรือ ส.จ. ในลักษณะให้ความหวังชาวบ้าน หรือการสร้างภาพในอนาคตที่เกินควร ทั้งนี้เนื่องจากว่าการหาเสียงในระดับอบต. เป็นการหาเสียงที่ชาวบ้านต่างรู้จักตัวผู้สมัครดีอยู่แล้ว อีกทั้งตัวผู้สมัครเองก็ยังไม่มั่นใจในกระบวนการของระบบงาน อบต.ชัดเจน การให้ความหวังหรือการสร้างภาพในอนาคตอันเกินควรจึงไม่ควรกระทำเพราะจะเกิดปัญหาตามมาถ้าทำตามที่พูดไม่ได้

นอกจากนี้ยังมีสื่อมวลชน เช่น การพิมพ์หรือเขียนใบปลิวขึ้นมาแจกเพื่อทำให้ชาวบ้านรู้จักตัวผู้สมัครอย่างทั่วถึงในเวลาอันรวดเร็ว รวมทั้งการพิมพ์บัตรแข็งเพราะเป็นการช่วยให้จำชื่อและเบอร์ของผู้สมัครได้จนถึงเข้าคูหาเพื่อออกกบาท อย่างไรก็ตามการได้แบบอย่างจากผู้สมัครอื่นในการผลิตสื่อมวลชนหรือสื่อเฉพาะกิจ ส่วนใหญ่พบว่า นำลักษณะวิธีการจำแนกแจกจ่ายสื่อมาใช้มากกว่าการนำรูปแบบของสื่อมาใช้ เพราะการผลิตสื่อจำพวกใบปลิวหรือบัตรแข็งของ ส.ส. หรือ ส.จ. มักจะมีรูปแบบที่ดึงดูดใจมากกว่า มีการใช้งบประมาณในการพิมพ์สูงกว่าด้วยจำนวนและรูปแบบที่สะดุดตา สำหรับเหตุผลที่เลือกใช้สื่อเนื่องจากเห็นแบบอย่างจาก ส.ส. ส.จ. หรือผู้ใหญ่บ้านมาก่อนนั้นเพราะเห็นว่าสื่อที่เลือกใช้สามารถให้ประโยชน์ในทางที่หวังได้จริง และตัวอบต.สตรีเองเห็นว่าการได้สื่อมาไม่ถึงว่าสิ้นเปลืองงบประมาณมาก รวมทั้งตัวอบต.สตรีบางคนเคยมีประสบการณ์ช่วยส.ส.หาเสียงมาด้วย เช่น

อบต.พร ที่นำแบบอย่างการเดินเคาะประตูบ้านด้วยตนเองทุกหลังจากการหาเสียงของผู้ใหญ่บ้านในปี 39มาใช้ "...ตอนปี 39 เห็นผู้ใหญ่บ้าน เขาหาเสียงกัน เขาไปทุกบ้านเลย เขาบอกว่าใครไปไม่ถึงบ้าน ไม่เข้าถึงตัว ชาวบ้านก็ไม่เลือก"

(อบต.พร(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 14 พ.ย. 40)

อบต.นก ที่เคยมีส่วนร่วมทางการเมือง ในลักษณะช่วย ส.ส. หาเสียงจึง นำแบบอย่างมาใช้บ้าง "...เคยเห็นเราหาเสียงตอนที่ ส.ส.มุกดา มาหาเสียงที่บ้านเราก็ได้หาช่วยเขาอยู่บ้าง เพราะเขาให้กลุ่มสตรีแม่บ้านช่วย ซึ่งพี่ตะไไ้เราก็เป็น เลยไปหาเสียงช่วยกัน เวลาเขามาหาเสียงเราก็จะดู...ก็รับแบบอย่างมาบ้างในแง่การพูดจาว่าเวลาพูดๆ ยังไง เลยทำให้เราไม่ค่อยมีปัญหาในการหาเสียงเพราะเคยหาเสียงมาบ้างแล้ว"

(อบต.นก(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 16 พ.ย. 40)

"ที่พิมพ์โปสเตอร์ออกมา เพราะเราเห็นการหาเสียงระดับชาติ เขามีติด ซึ่งพอเราพิมพ์ออกมาผู้สมัครคนอื่นก็เอาอย่างเราด้วย คือทำแบบประหยัดเน้นรูปเป็นชาวดำ แผ่นละ 75 สตางค์ 100 แผ่นก็ 75 บาทเอง"

(อบต.ผกา(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 พ.ย. 40)

"พิมพ์บัตรแข็งเพราะกลัวคนจำเบอร์ไม่ได้ กลัวเรากาผิด บางคนก็ไม่รู้เลยว่าเป็นเลขอะไร บัตรที่พิมพ์ จะเป็นบัตรลักษณะปฏิทินพกเล็กๆ มีรูปมีเบอร์ คือเอาแบบอย่างมาจากเห็น ส.ส. คือบางคนต้องการเลือกเราแต่พอจะไปลงไปกาจำไม่ได้ว่าเบอร์อะไร บัตรนี้จะช่วยได้ เราทำลักษณะมีเครื่องหมายกากบาทด้วยเหมือนของ ส.ส. "

(อบต.ศูนย์(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 พ.ย. 40)

-นำสื่อมาใช้เนื่องจากได้รับการบอกหรือแนะนำจากบุคคลต่างๆ

จากการศึกษาพบว่า มีสมาชิกสภา อบต.สตรีจำนวน 3 คน ที่เลือกใช้สื่อเพราะมีส่วนเนื่องมาจากได้รับการบอกหรือแนะนำจากบุคคลต่างๆ ที่ให้แนวทางและบอกความจำเป็นที่ต้องผลิต หรือจัดทำสื่อ ออกมากลุ่มคนดังกล่าว ได้แก่ ปลัดอำเภอ รองประธานแม่บ้าน ส.ส. เป็นต้น ตัวอย่างเช่น

“...กลุ่มปลัดอำเภอที่รู้จักกันเขาก็แนะนำมาว่าทำให้มันจริงจังหน่อยนะเป็นผู้หญิง มาสมัครได้แล้ว ขอให้ ทำเอาจริงจังด้วย ทีมพี่บัตรพิมพ์อะไรด้วย ที่เลยเล่าให้แฟนฟัง บัตรเล็กจึงพิมพ์ออกมาประมาณ 200 กว่า”

(อบต.พร(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 14 พ.ย. 40)

#### (4) เลือกใช้สื่อเนื่องจากได้รับอิทธิพลจากการฝึกอบรม

จากการศึกษาพบว่า มีสมาชิกสภา อบต.สตรีจำนวน 5 คน ที่เคยได้รับความรู้จากการฝึกอบรม ซึ่งสตรีเหล่านี้ต่างก็นำแนวทางที่ได้รับจากการฝึกอบรมมามีส่วนในการเลือกสื่อแต่ละชนิดมาใช้ในการหาเสียง เช่น

อบต.บัว เคยเข้ารับการฝึกอบรมเวทีสตรี อีสานที่จัดโดย ศูนย์สตรีศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่นร่วมกับองค์กรติดตามการดำเนินงานทางการเมืองเรื่องสตรี (ตมส.) ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องให้สตรีเข้ามามีบทบาทด้านการเป็นผู้นำมากขึ้น และเทคนิคการหาเสียง และให้เหตุผลว่าการได้รับการฝึกอบรมช่วยให้ตนเองมีความเชื่อมั่นมากขึ้น “...ที่ได้ไป 2 ครั้ง จัดโดย ตมส. กับเวทีสตรี อีสาน ซึ่งการไปอบรมช่วยเราได้นะ เราอบรมแล้วรู้สึกว่าคุณหญิงเราถ้ามีความใจกล้ามากขึ้นก็จะรู้เรื่องเท่าเทียมชาย ส่วน ตมส.ที่อบรมเทคนิคการหาเสียงก็เอามาใช้บ้าง”

(อบต.บัว(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 14 พ.ย. 40)

อบต.นก เข้ารับการอบรมโดยตรงจากทางอำเภอป่าพอง จัดโดย ส.ต.มุกดาซึ่งเป็นส.ส.สตรีคนเดียวของอำเภอป่าพอง จังหวัดขอนแก่น จึงทำให้มีแนวทางในการผลิตสื่อออกมาใช้หาเสียง “...อำเภอเราจัดอบรมให้เฉพาะคนที่สมัครอบต. ทั้งผู้หญิงและผู้ชายโดยส.ต.มุกดา ...เราอบรมเรื่องการหาเสียง หนูสนใจก็เข้าฟัง และนำแนวทางที่ได้จากการไปอบรมมาใช้บ้าง คือฟังแล้วจำมา พอถึงบ้านก็นั่งร่างว่าจะเขียนยังไง เราจึงคิดทำใบปลิวเพื่อให้คนได้รู้ความคิดฐานนโยบายเราบ้าง”

(อบต.นก(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 16 พ.ย. 40)

อบต. เกษ ที่ตัดสินใจเข้าอบรมเมื่อได้ข่าวการอบรมซึ่งจัดโดย ตมส. และ นำแนวทางการอบรมมาใช้วางแผนการ ใช้สื่อในการหาเสียงด้วย "กลยุทธ์การวางแผนพวกนี้ได้มาจากการไปอบรมกับ ตมส. คนที่เราวางไว้แต่ละจุดเหมือนเป็นคนคอยสนับสนุนเราอยู่ แต่เราทำแบบเงียบไม่เอิกเกริก...คิดว่าการที่ชนะการหาเสียงมาอาจเป็นเพราะเราได้วางแผน"

(อบต.เกษ (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 24 ม.ค. 41)

นอกจากการได้รับอิทธิพลจากการฝึกอบรมมาใช้เป็นแนวทางเลือกใช้สื่อ และวางแผนสื่อแล้ว อบต.สตรีส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า สตรีในหมู่บ้านทุกคนไม่เพียงแต่เฉพาะผู้นำสตรี ควรเปิดโอกาสให้ได้รับการฝึกอบรมมากขึ้น เพราะมีความจำเป็นมากในด้านสร้างความมั่นใจ ลดความกลัว ให้กล้าที่จะเข้ามามีบทบาททางการเมืองในระดับที่สูงขึ้น

"แม้คิดว่าการอบรมเป็นสิ่งที่ดี แต่ถ้าอยากให้ผู้หญิงลงมาเล่นการเมืองมาก ต้องไม่อบรมเฉพาะสตรีที่มีบทบาทอยู่แล้ว เราต้องผ่านสื่อทีวีให้คนดูเยอะๆ วรรณคดีโดยให้ทุกคนในครอบครัวให้ทุกคนที่อยู่ในสังคม ทั้งชายและหญิงเห็นความสำคัญที่จะเปิดโอกาสให้ผู้หญิงเข้ามามีบทบาทเป็นผู้นำ และให้ผู้ชายยอมรับส่งสารที่ดีคือทีวีเพราะเข้าถึงทุกหมู่บ้าน"

(อบต.ทับทิม(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 26 ม.ค. 41)

กล่าวโดยสรุปปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อในการรณรงค์หาเสียงของ อบต.สตรี มี 4 ประการได้แก่ เลือกใช้สื่อเนื่องจากคำนึงถึงคุณสมบัติของสื่อ เลือกใช้สื่อเนื่องจากได้รับการสนับสนุนจากบุคคลต่างๆ เลือกใช้สื่อเนื่องจากได้รับอิทธิพลจากผู้อื่น และเลือกใช้สื่อเนื่องจากได้รับอิทธิพลจากการฝึกอบรม