

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัย เรื่อง ความคิดเห็นของ ผู้นำชุมชนในเขตเทศบาลตำบลสันนาเม็ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ต่อคุณสมบัติและ ภาพลักษณ์ของพ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร ในการเป็นผู้นำทางการเมือง มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 1) แนวคิดเกี่ยวกับผู้นำทางการเมือง
- 2) แนวคิดเกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้นำ
- 3) แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์
- 4) แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง
- 5) แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น
- 6) เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับผู้นำทางการเมือง

นิยามความหมายของผู้นำ

ได้มีผู้นำนิยามความหมายของผู้นำ ดังนี้

กวี พงศ์พุด (2535:14-15) ได้สรุปความหมายไว้ ดังนี้

ผู้นำ หมายถึง ผู้ซึ่งเป็นศูนย์กลางหรือจุดรวมของกิจกรรมภายในกลุ่ม เปรียบเสมือน แกนกลุ่ม เป็นผู้มีโอกาสติดต่อสื่อสารกับผู้อื่นมากกว่าทุกคนในกลุ่ม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ของกลุ่มในระดับที่สูงมาก

ผู้นำ หมายถึง ผู้ซึ่งสามารถนำกลุ่มไปในทิศทางที่ต้องการ เป็นบุคคลที่มีส่วนร่วมและ เกี่ยวข้องโดยตรงต่อการแสดงบทบาทหรือพฤติกรรมความเป็นผู้นำ

เสาวนิต เสาวนันท (2542:4-5) ได้ชี้แจงความหมายของคำว่า ภาวะผู้นำ และผู้นำ ที่ แตกต่างกัน ได้แบ่งซึ่งถึงองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ ในการพิจารณาว่าผู้นำใดมีภาวะผู้นำ หรือไม่ ได้แก่

1. กระบวนการของการใช้อิทธิพล (Process) เป็นกระบวนการที่ผู้นำพยายามจะมี อิทธิพลเหนือผู้ตาม เพื่อให้มีพฤติกรรมการปฏิบัติตามจุดประสงค์ของผู้นำ ซึ่งภาวะผู้นำอาจจะ เกิดขึ้นกับบุคคลที่ได้ชื่อว่าเป็นผู้นำโดยชอบธรรมหรือไม่ก็ตาม แต่เขาสามารถสร้างอิทธิพลให้ ผู้อื่นคล้อยตามด้วยความเต็มใจ

2. ความชอบธรรมของการใช้อิทธิพล ภาวะผู้นำเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อผู้ตามยอมให้ผู้มาใช้ อิทธิพลต่อตัวเขา ซึ่งโดยทั่วไปผู้ตามจะพิจารณาถึงระดับความถูกต้องของอิทธิพลที่ใช้ด้วยว่า เป็นความชอบธรรมของผู้ใช้ในการใช้อิทธิพล ไม่ใช่เป็นการใช้อำนาจเข้าขู่เข็ญหรือบีบบังคับให้ ทำตาม เพราะถ้าเป็นการกระทำเช่นนั้นก็ไม่ถือว่าผู้นั้นมีภาวะผู้นำได้

3. ความสำเร็จของเป้าหมาย ภาวะผู้นำจะถูกอ้างถึงเมื่อจุดมุ่งหมายหรือผลประโยชน์ ของกลุ่มประสบความสำเร็จ ดังนั้นถ้าหากผู้นำไม่สามารถนำกลุ่มไปสู่ความสำเร็จดังกล่าวได้ ก็ ย่อมหมายถึงว่าผู้นำไม่ได้แสดงภาวะผู้นำหรือไม่มีความสามารถในการนำนั่นเอง

ณรงค์ สินสวัสดิ์ (2537:8) กล่าวว่าผู้นำทางการเมือง คือ ผู้ที่มีอำนาจทางการเมือง ซึ่ง หมายถึงอำนาจในการกำหนดนโยบายของประเทศ และอำนาจในการกำหนดตัวตนที่จะช่วย บริหารประเทศ

จากความหมายของผู้นำจึงพอสรุปได้ว่า ผู้นำคือ บุคคลที่มีความสามารถ มีอิทธิพลเป็น ศูนย์กลางของกลุ่ม สามารถเป็นสัญลักษณ์ของกลุ่มได้ใกล้เคียงที่สุด

ลักษณะของผู้นำ

จากความหมายของผู้นำ ถึงแม้จะมีภาพรวมของผู้นำที่คล้าย ๆ กันแต่ลักษณะของ พฤติกรรมในภาวะผู้นำและผลงาน ทำให้จำแนกลักษณะของผู้นำตามแนวคิดของนักวิชาการต่าง ๆ ดังนี้

การจำแนกลักษณะผู้นำของ Eugene E. Jennings (อ้างใน แม่น สารรัตน์, 2536:8-9) สามารถแบ่งลักษณะของผู้นำ โดยศึกษาจากสาเหตุและความสามารถในการได้มาของอำนาจ ใช้ อำนาจ และการให้ความสำคัญกับตัวของผู้นำเองในการปฏิบัติตัวขณะเป็นผู้นำดังนี้

1. ผู้นำที่สืบทอดอำนาจ (The Prince) ได้แก่ผู้นำที่ให้ความสำคัญแก่การมีอำนาจเหนือ ผู้อื่น แต่ไม่ให้ความสำคัญแก่การทำงานในตำแหน่งผู้นำ หรือผู้นำที่เป็นอันตรายต่อคู่แข่งทาง การเมือง มีเล่ห์เหลี่ยมและมีไหวพริบรอบตัว พยายามทำทุกวิถีทาง เพื่อจะได้มาซึ่งอำนาจ ถึงแม้ จะทำในเรื่องผิดศีลธรรม ทรมานหักหลังคนอื่น เขาจะพูดไม่ตรงกับใจของตนเอง คอยทำลายคู่แข่ง เมื่อมีโอกาส คอยประจบประแจงผู้มีอำนาจ เพื่อผลประโยชน์ของตนเอง และเมื่อขึ้นสู่อำนาจ แล้วเขาก็จะใช้วิธีการต่าง ๆ ในทุกกรณี โดยไม่คำนึงถึงศีลธรรมหรือคุณธรรม เพื่อรักษาอำนาจ ไว้ให้นานที่สุด

2. ผู้นำแบบวีรบุรุษ (The Hero) ได้แก่ผู้นำที่มีความรู้สึกนึกคิดไปถึงอนาคตอันยิ่งใหญ่ ของสังคมที่รออยู่ข้างหน้า เขามีความรู้สึกว่าโชคชะตาผลักดันให้เขาต้องมีหน้าที่รับผิดชอบ เป็น ผู้นำของสังคมมากกว่าความต้องการมีอำนาจเหนือผู้อื่น การแข่งขันเพื่อแย่งชิงการเป็นผู้นำ จะ พยายามหลีกเลี่ยงการใช้เล่ห์เหลี่ยม หรือ การกระทำที่ผิดศีลธรรม นอกจากจำเป็นจริง ๆ เท่านั้น

ซึ่งการกระทำเช่นนั้นก็เพื่อให้บรรลุถึงภารกิจของความรับผิดชอบของตนต่อสังคม ผู้นำลักษณะนี้มีความคิดว่าฟ้าส่งเขามาเพื่อช่วยเหลือสังคม

3. ผู้นำแบบซูเปอร์แมน (The Superman) ได้แก่ ผู้นำที่ยึดถือความคิดของตนเองเป็นหลัก จะไม่ปฏิบัติตามแนว หรือแบบความคิดของคนทั่ว ๆ ไป จะเลือกปฏิบัติเฉพาะบางอย่างที่ตนเห็นว่าดีและเหมาะสมเท่านั้น ผู้นำลักษณะนี้จะมีความคิดใหม่ ๆ ที่สร้างค่านิยมใหม่ ๆ ให้แก่สังคม จึงเป็นแบบอย่างของผู้นำในการเปลี่ยนแปลงเหตุการณ์ครั้งสำคัญ

James D. Barber (อ้างใน ฌรงค์ ลินสวัสดิ์, 2537:134-135) ได้แบ่งลักษณะของผู้นำเป็น 4 ประเภท ดังนี้

1. ผู้นำแบบ Active-Positive คือ ผู้นำประเภทที่มีความกระตือรือร้น อยากได้ตำแหน่งเมื่อได้มาแล้วก็จะทำงานด้วยความเข้มแข็ง

2. ผู้นำแบบ Active-Negative คือ ผู้นำประเภทไม่ไขว่คว้าตำแหน่งผู้นำ แต่เมื่อบังเอิญได้มาก็จะทำงานด้วยความขยันขันแข็ง

3. ผู้นำแบบ Passive-Positive คือ ผู้นำประเภทถึงแม้มีความอยากได้ตำแหน่งผู้นำ ถ้าได้มาซึ่งตำแหน่งแล้วถือว่างานของตนเองได้บรรลุวัตถุประสงค์แล้ว มักจะเป็นผู้นำที่ไม่ชอบทำงาน เนื้อหา มักผลักภาระให้ผู้อื่นเสมอ

4. ผู้นำแบบ Passive-Negative คือ ผู้นำประเภท “บุญหล่นทับ” หรือ “สั้มหล่น” ผู้นำประเภทนี้ไม่ค่อยจะพึงพอใจในตำแหน่งผู้นำ เพราะคิดว่าเป็นการเพิ่มภาระงานให้กับตนเอง ไม่ชอบทำงานและพร้อมที่จะสละตำแหน่งเสมอ

Max Weber (อ้างใน ฌรงค์ ลินสวัสดิ์, 2533:102-106) แบบประเภทของผู้นำออกเป็น 3 ลักษณะ คือ

1. ผู้นำแบบยอมรับด้วยเหตุผล (Rational Grounds) หมายถึง สิทธิอันชอบธรรมทางกฎหมายอำนาจผู้นำเช่นนี้ เกิดขึ้นเพราะตำแหน่งไม่ถือตัวบุคคลเป็นหลัก และขอบเขตของอำนาจก็มีเท่าที่กำหนดไว้ในกฎหมายเท่านั้น

2. ผู้นำแบบยอมรับด้วยระเบียบประเพณี (Traditional Grounds) ผู้นำลักษณะนี้จะได้อำนาจตามระเบียบประเพณีสืบทอดมาแต่ดึกดำบรรพ์ว่าผู้ที่อยู่ในอำนาจสมควรได้รับการยอมรับนับถือ

3. ผู้นำแบบยอมรับด้วยบุญญาธิการ (Charismatic Grounds) เป็นผู้นำที่มีลักษณะพิเศษมีความสามารถเหนือมนุษย์ธรรมดา ที่ได้มาจากพระเจ้าหรือสรวงสวรรค์เป็นของกำนัลจากสวรรค์

David McClelland (อ้างใน ณรงค์ ลินสวัสดิ์, 2533:102-106) ได้จำแนกผู้นำออกเป็น 3 ลักษณะของผู้นำตามปัจจัยอิทธิพลและความต้องการหรือแรงจูงใจภายในจิตใจ

1. ผู้นำต้องการอำนาจ (Need for Power) ผู้นำลักษณะนี้มีนิสัยต้องการมีอิทธิพลเหนือคนอื่น ชอบมีชื่อเสียง มีตำแหน่งทางสังคม
2. ผู้นำต้องการความสำเร็จ (Need for Achievement) ผู้นำลักษณะนี้มีนิสัยสนใจในที่จะสร้างมาตรฐานการทำงานให้สูง ชอบกระทำในสิ่งที่ยากที่คนอื่นทำไม่ได้ เป็นคนชอบการแข่งขัน
3. ผู้นำที่ต้องการด้านความรักหรือการมีมิตรสัมพันธ์ (Need for Affiliation) ผู้นำในลักษณะนี้จะให้ความสำคัญแก่การสร้างมิตร และรักษามิตรภาพ รักพวกพ้องชอบกิจกรรม เน้นการมีส่วนร่วม

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้นำ

ณรงค์ ลินสวัสดิ์ (2537:48-71) ได้กล่าวถึงคุณสมบัติของผู้นำทุกคนจะมีคุณสมบัติเฉพาะตัวที่อาจแตกต่างกันและคล้ายคลึงกัน เช่น ผู้นำที่พูดเก่ง สามารถโน้มน้าวจิตใจผู้คนได้ดี Niccolo Machiavelli กล่าวว่า ผู้นำควรจะเป็นทั้งสิงโตและสุนัขจิ้งจอกในเวลาเดียวกัน ก็จะต้องเป็นคนทีกล้าใช้อำนาจเด็ดขาดแบบสิงโต และมีเล่ห์เหลี่ยมอย่างสุนัขจิ้งจอก

Ordway Tead (อ้างใน ณรงค์ ลินสวัสดิ์, 2537:48-71) ได้รวบรวมคุณสมบัติผู้นำที่สามารถทำให้ผู้นำประสบความสำเร็จ ดังนี้

1. พลังกายและพลังประสาท ต้องแสดงศักยภาพของความเป็นผู้นำที่อยู่เหนือผู้อื่นต้องกระตุ้นให้ผู้อื่นเลื่อมใสและศรัทธา ดังนั้นจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีความอดทนสูง มีความสมบูรณ์ทั้งกาย ใจและสติปัญญามากกว่าผู้อื่น
2. รู้จุดมุ่งหมายและแนวทางที่จะนำประเทศ มีนโยบายเป้าหมายและวิธีที่ชัดเจนสามารถอธิบายให้ผู้อื่นเห็นดีด้วย ต้องยึดมั่นอย่างแน่วแน่และจริงจังในการพยายามทำให้บรรลุเป้าหมาย อีกทั้งยังสามารถทำงานอย่างมีระบบ แก้ไขปัญหาต่าง ๆ ตามความสำคัญก่อนหลังได้ดี และเป็นผู้ที่กล้าตัดสินใจได้อย่างเด็ดขาด
3. ความกระตือรือร้น ผู้นำที่ดีจะต้องมีความกระตือรือร้นอย่างจริงจังต่อการทำงาน ถ้าผู้นำมีความกระตือรือร้น ผู้ตามก็จะกระตือรือร้นตามด้วย จะทำให้งานราบรื่น
4. ความเป็นมิตรและความรัก ผู้นำที่ดีควรจะต้องทำให้ผู้ตามหรือผู้ใกล้ชิดรู้สึกผูกพัน โดยที่ความเป็นมิตร ความรักใคร่สนิทสนม โอบอ้อมอารี เอื้ออาทร และถามทุกข์ สุข จะเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจและศรัทธารักใคร่และเกิดความนับถืออย่างจริงจังจากบริวาร

5. ความน่าเชื่อถือ ผู้นำต้องประพฤติตนให้เป็นที่น่าเชื่อถือต่อผู้ตาม โดยจะต้องให้ผู้ตามมั่นใจว่าผลประโยชน์ของพวกเขาจะปลอดภัยภายใต้การดำเนินการของผู้นำ ผู้นำจะต้องเป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบสูง ไม่ทอดทิ้ง ไม่ทรยศ ไว้วางใจได้ มีความประพฤติดี สัญญาอะไรต้องทำให้สำเร็จ

6. ความกล้าตัดสินใจ ผู้นำจะต้องประสบปัญหาด้านต่าง ๆ ซึ่งปัญหาก็มีระดับความสำคัญแตกต่างกัน และอาจมีทางออกหลายทาง ดังนั้น ผู้นำจะต้องเป็นผู้ตัดสินใจเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่ง ซึ่งผลการตัดสินใจอาจจะประสบความสำเร็จหรือผิดพลาดก็ได้ ดังนั้นผู้นำที่ดีไม่เพียงแต่กล้าตัดสินใจ แต่จะต้องกล้ารับผิดชอบต่อผลที่ตามมาด้วย

7. สถิติปัญญาความรู้ ผู้นำควรมีความเฉลียวฉลาด รอบรู้ในเรื่องราวต่าง ๆ กว่าคนสามัญชนทั่วไป แต่ก็อาจสร้างการรับรู้ได้ด้วยการอ่าน การฟัง และประสบการณ์ในอดีตเป็นเครื่องช่วยตัดสินใจในการแก้ไขปัญหา

8. ครูที่ดี ผู้นำที่ดีจะต้องเป็นครูที่ดี เพราะในฐานะของผู้นำนั้นเขาจะต้องสามารถชี้แนวทางที่ควรจะดำเนิน เหตุผลหรือความจำเป็นที่จะต้องแก้ไข โดยจะต้องสามารถถ่ายทอดความคิด เพื่อชักจูงให้บริวารคล้อยตาม โดยยอมรับในเหตุผลรวมทั้งการรู้จักมอบหมายงานให้ผู้อื่นทำด้วยความเข้าใจและเต็มใจ

9. ศรัทธาและความเชื่อมั่น ผู้นำจะต้องสร้างศรัทธาและความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ตามให้เกิดความรู้สึก เชื่อฟัง ขอมปฏิบัติตาม อย่างเต็มใจ และผู้นำที่ดีต้องไม่ย่อท้อ ผู้นำต้องอดทนและรอเวลาหรือโอกาสที่เหมาะสม

10. ทักษะในเรื่องใดเรื่องหนึ่งเป็นพิเศษ ผู้นำแต่ละคนไม่สามารถจะมีทักษะหรือความรู้ความเข้าใจในทุก ๆ ด้านได้ แต่จะช่วยให้ได้มากหากผู้นำมีความรู้ความชำนาญที่เรียกว่าทักษะ ด้านใดด้านหนึ่งเป็นพิเศษ เพราะจะเป็นคุณสมบัติเด่นประจำตัวของเขาที่สามารถผลักดันให้เขาเป็นผู้นำได้

วิธีการศึกษาผู้นำทางการเมือง

การศึกษาและวิเคราะห์ผู้นำทางการเมือง จะต้องศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้นำ ซึ่งมีทั้งปัจจัยภายในตัวผู้นำและปัจจัยภายนอก ที่มีผลทำให้คนธรรมดาคนหนึ่งเปลี่ยนผู้นำได้โดยวิธีการวิเคราะห์ผู้นำพิจารณาศึกษาจากปัจจัยของอิทธิพลต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ (ณรงค์ ลินสวัสดิ์, 2537:112-130)

1. อิทธิพลจากการกล่อมเกลาทางสังคม ได้กล่าวถึงสาเหตุสำคัญของความแตกต่างในพฤติกรรมของผู้นำแต่ละคน คือ ความเชื่อ ค่านิยม บุคลิกภาพ และทัศนคติ โดยเชื่อว่าผลมาจาก

ประสบการณ์ในชีวิตตั้งแต่วัยเด็กจนถึงเป็นผู้ใหญ่ ประสบการณ์เหล่านี้มาจากครอบครัว สถาบันการศึกษาสภาพแวดล้อมของสังคม ซึ่งรวมถึงศาสนา ประเพณี และวัฒนธรรมอีกด้วย

1. ครอบครัว ครอบครัวเป็นหน่วยสังคมแรกที่มนุษย์ได้สัมผัสหล่อหลอมลักษณะนิสัย ก่อนสถาบันอื่น ๆ เป็นโครงสร้างของสังคมแรกที่ได้เริ่มเรียนรู้พฤติกรรมทางการเมืองต่าง ๆ โดยการถ่ายทอดผ่านผู้ใกล้ชิดในครอบครัวมีส่วนในการสร้างประสบการณ์ฝังใจต่าง ๆ ในวัยเด็ก ทั้งด้านลบและด้านบวก ถ้าศึกษาชีวิตประวัติของผู้นำแต่ละคน จะพบว่าพฤติกรรมขณะเป็นผู้นำเกิดจากการหล่อหลอมของครอบครัว เช่น จอห์น เอฟ. เคนเนดี ได้รับการปลูกฝังให้เป็นคน ชอบแข่งขัน เป็นนักการเมืองที่ไม่ยอมแพ้ วินสตัน เชอร์ชิล ชอบเป็นนักการเมือง เพราะมีบิดา เป็นนักการเมือง

2. สถาบันการศึกษา สถาบันการศึกษาทุกระดับเป็นองค์กรสำคัญที่มีบทบาทต่อการเรียนรู้ทางการเมือง เพราะเป็นสถาบันที่ถ่ายทอดความรู้ ความเชื่อและค่านิยม นอกเหนือจากเนื้อหาในวิชาการแล้ว ระเบียบวินัยและวิธีการสอนของสถาบันการศึกษาแต่ละแห่งจะมีอิทธิพล โน้มน้าวด้านพฤติกรรม ตัวอย่างเช่น ออดอล์ฟ ฮิตเลอร์ ไม่ค่อยชอบครูเกือบทุกคน เพราะส่วนใหญ่ไม่ค่อยฉลาดและไม่น่าเชื่อถือ ไชยวัจน์แต่ครูที่มีเชื้อชาติเยอรมันมีลักษณะชาตินิยมสูง มีความภูมิใจในชาติพันธุ์เยอรมันมากฮิตเลอร์ชอบและเลื่อมใสในตัวครูคนนี้มากจึงทำให้ฮิตเลอร์มีความเป็นชาตินิยมสูง

3. กลุ่มเพื่อน ในสังคมไทยปัจจุบันกลุ่มเพื่อนมีอิทธิพลสูงมาก โดยเข้ามาทำหน้าที่แทน ครอบครัว สามารถถ่ายทอดวิธีการอยู่ในสังคมที่หลากหลาย เริ่มจากเล่นด้วยกัน ทำงานร่วมกัน มีความสัมพันธ์ เท้าเทียมกันและปรับตัวให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้ ถึงแม้จะมีความแตกต่างของสถานะทางสังคมในวัยผู้ใหญ่

4. อุดมการณ์นิยมในท้องถิ่น ความผูกพันของกลุ่มชนต่อท้องถิ่นตนเองเป็นความผูกพันที่มีต่อพื้นฐานของมนุษย์หรือกลุ่มชนที่มีต่อที่อยู่ของตนเอง โดยทั่วไปไม่มีปัจจัยผลึกหรือปัจจัยอุดมมนุษย์จะไม่ยอมเคลื่อนย้ายจากถิ่นที่อยู่ ความผูกพันนี้จะป็นความรู้สึกรักผูกพันต่อที่อยู่ และสิ่งแวดล้อม เป็นความผูกพันแห่งความเป็นมิตร อบอุ่น ปลอดภัย ยิ่งวัฒนธรรมของไทยจะนับถือกลุ่มชนเดียวกันในลักษณะของเครือญาติ ความผูกพันนี้จะส่งผลให้มีความสัมพันธ์ว่าเป็นพวกเดียวกัน รักกัน ห่วงใยกัน เจ็บร้อนแทนกัน ความรู้สึกนี้จะมีผลสำคัญต่อการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ แทนกัน เห็นอกเห็นใจกันเรียกความผูกพันต่อที่อยู่ของตนเองว่า อุดมการณ์ท้องถิ่นนิยม ชุมชนใดมีความเข้มข้นของอุดมการณ์ท้องถิ่นนิยม จะส่งผลให้มีความรักและความผูกพันต่อบุคคลในท้องถิ่นมากกว่าบุคคลอื่น ความเป็นอุดมการณ์นิยมท้องถิ่น น่าจะเป็นพื้นฐานสำคัญ

ของความเป็นชาตินิยม เพราะคนเราไม่น่าจะเป็นชาตินิยมได้โดยถ้าขาดความเป็นท้องถิ่นนิยม คนเราถ้าไม่รักบ้านเกิดของตนเองแล้วจะรักเมืองของตนเองได้อย่างไร

5. กลุ่มอาชีพ จะเป็นกลุ่มที่ทำให้เกิดการเรียนรู้วิธีการต่าง ๆ ทางสังคม โดยจะมีอิทธิพลทำให้คนที่เริ่มเข้าสู่กลุ่มอาชีพ ต้องเรียนรู้ในการเข้าร่วมกลุ่มและปฏิบัติต่อกัน สมาชิกกลุ่มต้องมีการเรียนรู้ทางการเมืองในแง่ที่มีผลกระทบต่อความมั่นคงของอาชีพ เรียนรู้วิธีการใช้อำนาจต่อรอง ความผูกพันตามอาชีพการงานก่อให้เกิดการยอมรับบทบาทและสถานะของสมาชิกกลุ่ม มีการประเมินค่าสิ่งต่าง ๆ เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อกลุ่ม ทำให้กลุ่มอาชีพเป็นอีกหน่วยหนึ่งที่ทำให้เกิดผู้นำทางการเมือง โดยได้รับการสนับสนุนจากกลุ่มอาชีพที่ตนเป็นสมาชิก

6. สื่อมวลชน ปัจจุบันถือว่าเป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลมากต่อกลุ่มต่าง ๆ ที่ต้องการมีส่วนร่วมทางการเมือง เพราะเป็นกลุ่มที่มีหน้าที่สำคัญที่ให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ทำให้บุคคลได้รับข้อมูล เกิดความคิดและทัศนคติทางการเมืองที่โน้มเอียงตามสื่อได้ง่าย ดังนั้นผู้มีอำนาจทางการเมืองพยายามครอบงำสื่อไม่ว่าทางใดก็ตาม เพื่อส่งเสริมให้เกิดประโยชน์แก่ตน สื่อมวลชนที่ให้ข้อมูลจริงไม่บิดเบือนจะเป็นที่ยอมรับของสังคม ข้อมูลต่าง ๆ จากสื่อสามารถสร้างค่านิยมความเชื่ออุดมการณ์ทางการเมืองแก่บุคคลให้มีพฤติกรรมร่วมทางการเมืองจนสามารถเข้าสู่วิถีทางการเมืองจนเป็นผู้นำได้

2. อิทธิพลจากปัจจัยเฉพาะตัว ปัจจัยเฉพาะตัวของผู้ที่ต้องการจะเป็นผู้นำทางการเมืองนั้น จะขึ้นกับปัจจัยหลายประการ ดังนี้

1. เพศ ในสังคมไทยผู้นำส่วนใหญ่ยังเป็นผู้ชาย ในการเลือกตั้งแต่ละครั้ง จะได้ผู้แทนที่เป็นผู้หญิงน้อยมาก ทั้งที่ประชากรผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย แสดงว่าผู้หญิงยังไม่ยอมรับความสามารถของผู้หญิงด้วยกันเอง ปัจจัยของเพศจึงเป็นปัจจัยลบอย่างหนึ่งของผู้นำที่เป็นหญิงจะต้องเผชิญ

2. ลักษณะเด่น ผู้นำที่มีลักษณะเด่นอย่างใดอย่างหนึ่งก็สามารถเป็นปัจจัยหนุนให้เป็นผู้ทางการเมืองได้ ถึงแม้บางครั้งจะเป็นลักษณะเด่นที่ไม่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการบริหาร เช่น ผู้นำที่มีรูปร่างดีหน้าตาดี เป็นต้น แต่ถ้ามีลักษณะเด่นในด้านสติปัญญาความสามารถหรือด้านการพูดโน้มน้าวก็จะเป็นปัจจัยสนับสนุนให้มีโอกาสเป็นผู้นำได้มากยิ่งขึ้น

3. ลักษณะด้อย ลักษณะด้อยจะมีทั้งส่วนที่เป็นอุปสรรคและเป็นส่วนกระตุ้นให้เกิดผู้นำได้ ลักษณะด้อยที่เป็นอุปสรรค ได้แก่ลักษณะพิการทางกายภาพต่าง ๆ หรือบางครั้งลักษณะผิดเพศ ซึ่งไม่เป็นการพิการทางกายแต่สังคมมีความโน้มเอียงว่าเป็นความพิการทางจิต ทำให้ผู้ที่มิ

ส่วนลักษณะด้อยที่เป็นแรงกระตุ้นนั้น จะเป็นลักษณะกระตุ้นเพื่อชดเชย (Compensate) หรือลดลักษณะด้อย เช่น คนที่รวยแต่มีความรู้ต่ำ เป็นคน

4. ปัจจัยอุปนิสัยภายใน เป็นลักษณะเฉพาะตัวที่ไม่ได้เกิดจากการกล่อมเกลาด้วยสังคม นักวิชาการบางคนกล่าวว่าเป็นอิทธิพลจากปัจจัยทางชีวเคมีในโครงสร้างร่างกาย ยีนต่าง ๆ เป็นตัวกำหนดพันธุกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ พันธุกรรมต่าง ๆ นั้น เป็นเรื่องของความสูงต่ำดำขาว ชาติพันธุ์ ปลายนิ้วมือหรืออุปนิสัยที่เป็นเฉพาะส่วนบุคคลนั่นเอง

ดังนั้นจะพบว่าปัจจัยอุปนิสัยจึงเป็นลักษณะเฉพาะแต่ละบุคคลที่สามารถถ่ายทอดผ่านทางพันธุกรรม ซึ่งการถ่ายทอดพันธุกรรมนั้นจะแสดงลักษณะหรืออุปนิสัยเด่นเท่านั้น ส่วนลักษณะหรืออุปนิสัยด้อย จะเป็นลักษณะแฝง สามารถแสดงออกเมื่อมีการถ่ายทอดและไม่มีลักษณะเด่นมาข่มอยู่ ลักษณะอุปนิสัยทางพันธุกรรมนี้เป็นอุปนิสัยเฉพาะบุคคล ซึ่งศึกษาได้จากพี่น้องที่ผ่านกระบวนการในการอบรมกล่อมเกลามาคล้ายคลึงกัน สุภชาติ น้ำทิพย์ (2538:3) ผู้นำหลายคนที่มีอุปนิสัยที่ต้องการเป็นผู้นำหรือหัวหน้ามาตลอดนับตั้งแต่อยู่ในสถาบันการศึกษา เขาจะรู้สึกหงาและไร้คุณค่าถ้าไม่มีตำแหน่งของผู้นำรองรับ

3. อิทธิพลจากประสบการณ์สั่งใจ จะมีอิทธิพลต่อความคิดและพฤติกรรมในการสร้างแรงกระตุ้นให้ทำตามหรือหลีกเลี่ยงพฤติกรรมของประสบการณ์นั้น ๆ ในภาวะของช่วงเวลาในการกล่อมเกลาทางสังคม พบว่าในแต่ละบุคคลจะมีประสบการณ์ที่สั่งใจเกิดขึ้น ซึ่งประสบการณ์นั้นอาจเกิดจากการย่ำคิดย่ำทำ เช่นบุคคลที่มีบิดาเป็นนักการเมืองและได้รับยกย่องจากสังคมอยู่ตลอดเวลา จะมีส่วนกระตุ้นให้บุคคลนั้นมีความอยากจะเป็นนักการเมือง และอาจจะมีความฝันอยากจะเป็นถึงจุดสูงสุดของนักการเมืองด้วย แต่ในทางลบถ้ามีบิดาเป็นนักการเมืองและประสบการณ์ที่ล้มเหลวทางการเมือง มีผลทำให้ครอบครัวประสบปัญหาด้านเศรษฐกิจและสุขภาพจิตอย่างรุนแรงจะเป็นแรงส่งให้บุคคลนั้นเกลียดการเมืองก็ได้ อิทธิพลจากประสบการณ์สั่งใจนั้นนอกจากเกิดจากเหตุการณ์ย่ำคิดย่ำทำแล้วอาจเกิดจากประสบการณ์สั่งใจเพียงครั้งเดียวในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง เช่น การได้พบนักการเมืองที่ยิ่งใหญ่ หรือการได้รับการกดดันจากอำนาจรัฐหรือบุคคลอย่างรุนแรง จะส่งผลให้บุคคลนั้นตั้งใจ มุ่งมั่น ที่จะเข้ามาในวิถีทางการเมือง เพื่อเรียนแบบหรือเพื่อสร้างอำนาจมาต่อสู้กับแรงกดดันที่สั่งใจในอดีต

4. อิทธิพลจากสถานการณ์แวดล้อมต่าง ๆ การที่ผู้กล่าวว่า “สถานการณ์สร้างวีรบุรุษ” เป็นสิ่งที่ยอมรับในหลาย ๆ สถานการณ์ที่ผ่านมา เช่นในยามสงคราม แต่ในปัจจุบันสถานการณ์ของกระแสโลกาภิวัตน์ และปัญหาทางด้านเศรษฐกิจที่เป็นปัญหาของทุกประเทศทั่วโลก ผู้นำในปัจจุบันจึงต้องเป็นลักษณะที่มีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกลเป็นที่ยอมรับ มีความรู้ความสามารถนำพาประเทศให้ทันต่อกระแสโลกาภิวัตน์ และต้องสามารถแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจได้อีกด้วย ผู้นำ

นักการเมืองหลาย ๆ คนมักจะใช้สถานการณ์ต่าง ๆ เป็นประโยชน์ต่อตนในการสนับสนุนตนในวิถีทางการเมือง ซึ่งสถานการณ์ต่าง ๆ เหล่านี้มักจะมีสิ่งสนับสนุนและเป็นอุปสรรคต่อการเป็นผู้นำได้ ในปัจจุบันพบว่านอกจากสถานการณ์แวดล้อมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเองตามสภาพและปัจจัยส่งผลกระทบให้เกิดสถานการณ์นั้น ๆ แล้ว ยังมีสถานการณ์แวดล้อมที่ถูกสร้างขึ้นด้วยความตั้งใจ เพื่อสนับสนุนตนเองหรือทำลายฝ่ายตรงข้าม ดังนั้น การศึกษาผู้นำทางการเมืองต้องศึกษาสถานการณ์ที่เกิดขึ้นเองหรือถูกสร้างขึ้นเองหรือถูกสร้างขึ้นมา

สำหรับแนวความคิดเกี่ยวกับผู้นำ สามารถสรุปได้ดังนี้

จากแนวความคิดเกี่ยวกับผู้นำทางการเมืองผู้ศึกษามองว่า มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของความเป็นผู้นำไว้แตกต่างกันไป และมองว่าผู้นำแต่ละคนก็มีคุณสมบัติที่แตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของ ความเข้มแข็ง มีความรู้ความสามารถ มีความกระตือรือร้น ซึ่งคุณสมบัติและลักษณะของผู้นำแต่ละคนก็ขึ้นอยู่กับอิทธิพลการกล่อมเกลாதาสังคม (ณรงค์สินสวัสดิ์, 2537:112-130) เช่น ครอบครัว, สถาบันการศึกษา, กลุ่มเพื่อน, กลุ่มอาชีพ และสื่อมวลชน นอกจากนี้ยังมีอิทธิพลเฉพาะตัว ได้แก่ เพศ, ลักษณะเด่น, ลักษณะด้อยและอุปนิสัย อิทธิพลที่เกิดจากประสบการณ์ฝังใจ ทำให้มีส่วนกระตุ้นให้เกิดความอยากได้อะไรเป็น ไม่อยากได้ ไม่อยากเป็นเหมือนเช่นอดีตที่ผ่านมา รวมไปถึงอิทธิพลจากสภาพแวดล้อมด้วย ได้แก่ ปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง ไม่ว่าสถานการณ์ต่าง ๆ จะถูกสร้างด้วยความตั้งใจหรือไม่ก็ตาม ดังนั้นแนวความคิดเกี่ยวกับผู้นำ จึงมีความสำคัญที่จะช่วยสนับสนุนคำตอบในการศึกษาในครั้งนี้

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์

ตามแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ได้กล่าวถึง ทักษะการรับรู้ และความเชื่อของบุคคลต่อสิ่งต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นบุคคล สัตว์ สิ่งของ สามารถทำให้นักคนนั้นเกิดหรือสร้างภาพลักษณ์ต่อสิ่งนั้น ๆ ในลักษณะของความเป็นจริงหรือทางเลือก แล้วแต่ว่าจะประเมินสิ่งเหล่านั้นเป็นสิ่งดีหรือเลว และยังหมายถึงการสันนิษฐาน แสดงความคิดเห็น การสรุปจากความจริง จุดมุ่งหมายและเงื่อนไขต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่การแสดงพฤติกรรมในการตอบสนองต่อสิ่งนั้น ๆ โดยทั้งนี้ยังขึ้นอยู่กับประสบการณ์และการได้รับการฝึกฝนของบุคคลนั้นด้วย (นิตยา สุขดี, 2541:29)

Kenneth E. Boulding (อ้างใน นิตยา สุขดี, 2541:30) ได้ศึกษาว่าภาพลักษณ์มีส่วนสำคัญ ในการกำหนดพฤติกรรมต่อสิ่งที่คิดถึงในภาพลักษณ์ นั้น โดยจะเน้นว่าผู้นำมักจะกระทำการหรือกำหนดนโยบายโดยเชื่อภาพลักษณ์ที่เขายึดถือมากกว่าการยึดถือสภาพที่เป็นจริง และได้มีการชี้ให้เห็นว่าระบบความเชื่อจะมีอิทธิพลและบทบาทอย่างสำคัญต่อกระบวนการรับรู้ (Cognitive process) และการแสดงออกของพฤติกรรม ดังนั้นเมื่อกล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่าง

ความเชื่อ การรับรู้และการตัดสินใจในด้านการเมืองระหว่างประเทศมักจะมีปัญหาเรื่อง
ภาพลักษณ์ของชาติและภาพลักษณ์ของผู้นำ ซึ่งเป็นปัจจัยอย่างหนึ่งแฝงอยู่ในพฤติกรรมเสมอ

จากแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นจากทัศนคติ การรับรู้ และความเชื่อนั้นจะเห็น
ว่าเป็นการแสดงถึงพฤติกรรมหรือการตัดสินใจอย่างใดอย่างหนึ่งต่อสิ่งต่าง ๆ ที่บุคคลนั้น มี
ความเชื่อจนปรากฏเป็นภาพลักษณ์ที่ฝังแน่นต่อสิ่งนั้น ๆ เป็นแนวคิดที่อธิบายถึงพฤติกรรมและ
ความเชื่อของผู้นำในการกำหนดนโยบายต่าง ๆ ทางการเมืองระหว่างประเทศการนำแนวคิด
เกี่ยวกับภาพลักษณ์มาเป็นบทสรุปที่สามารถใช้เป็นภาพรวมด้านใดด้านหนึ่งของผู้นำได้อย่าง
ชัดเจนไม่ว่าจะเป็นเรื่องบทสรุปพฤติกรรม ความสามารถในการทำงานหรือลักษณะบุคลิกภาพ
เฉพาะตัว ประเภทของภาพลักษณ์สามารถพิจารณาแบ่งได้ / ประเภทตามรูปลักษณ์และ
พฤติกรรม ดังนี้ (นิตยา สุขดี ,2541:45-46)

1. ภาพลักษณ์ทางกายภาพ ภาพลักษณ์ลักษณะนี้เป็นการอธิบายที่เป็นนามธรรมเป็น
หลัก ซึ่งใช้เป็นสื่อในการอธิบายรูปลักษณ์ของบุคคลหรือองค์กร เช่นคำว่า หน้าสั้น คือ รูปร่าง
ลักษณะของ นายบรรหาร ศิลปะอาชา หรือ เต็งเลี้ยวผิง ของจีน จมูกชมพู หมายถึง นายสมัคร
สุนทรเวช เป็นต้น

2. ภาพลักษณ์ทางมโนภาพ เป็นการอธิบายที่เป็นนามธรรม ซึ่งใช้เป็นสื่อในการอธิบาย
ถึงพฤติกรรมหรือความหมายที่เป็นภาพสมมุติ เช่น ยิ้มสยาม หมายถึง ประเทศไทยที่มีบุคคลที่
เป็นมิตรมีใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส เมืองมังกร หมายถึง ประเทศจีน

ลักษณะของภาพลักษณ์ต่าง ๆ จะมีทั้งแง่ลบและแง่บวก โดยเฉพาะด้านมโนภาพ ถ้า
เป็นแง่ลบของนักการเมือง จะเป็นอุปสรรคอย่างมากต่อการสร้างความชอบธรรมจากประชาชน
แต่ความเป็นจริงจะพบว่า ในบุคคลหรือองค์กรหนึ่ง ๆ จะมีภาพลักษณ์ทั้งแง่ลบและแง่บวกใน
เวลาเดียวกันได้ เช่น ประเทศไทย นอกจากจะมีภาพลักษณ์ของยิ้มสยามแล้ว ตัวผู้นำอย่างนาย
ชวน หลีกภัย ที่เป็นคนซื่อ แต่ก็เชื่องช้า เป็นต้น

ในปัจจุบันนักการเมืองและองค์กรต่าง ๆ จะให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์มาก เพราะจะ
เป็นสื่อสัญลักษณ์ ความหมายที่บ่งบอกอย่างชัดเจนของบุคคล หรือองค์กรนั้น ๆ ใครก็ต้องการที่
จะมีภาพลักษณ์ในแง่บวกโดยเฉพาะนักการเมือง ในการโน้มน้าวการตัดสินใจของประชาชนใน
การเลือกให้เป็นผู้แทนโดยชอบธรรม สำหรับ พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร ได้ให้ความสำคัญของการ
รักษาภาพลักษณ์มาก โดยทำการว่าจ้างบริษัทมีอาชีพจากประเทศสหรัฐอเมริกาเข้ามาทำการ
สำรวจและวางแผนเตรียมการเลือกตั้งให้กับพรรคไทยรักไทย ซึ่งหมายถึงการวางแผนในการ
สร้างภาพลักษณ์ของหัวหน้าพรรคด้วย (กรุงเทพธุรกิจ,22 พฤศจิกายน 2543)

ดังนั้นการเกิดภาพลักษณ์ของนักการเมืองของไทยในปัจจุบัน จะเกิดจากปัจจัย 2 ด้าน คือ ปัจจัยหนึ่งเกิดจากพฤติกรรมของนักการเมืองที่แสดงออกจากการบริหารและบทบาทในวิถีทางการเมืองหรือบทบาทในชีวิตส่วนตัว ภาพลักษณ์ในด้านนี้จะเป็นภาพลักษณ์จริงซึ่งนักการเมืองหลีกเลี่ยงไม่ได้ สามารถเป็นภาพลักษณ์ทั้งด้านลบและด้านบวก ขณะที่ภาพลักษณ์รวมของนักการเมืองไทยส่วนใหญ่มีปัญหาด้านการคอร์รัปชันสูงมาก ส่วนปัจจัยอีกด้านหนึ่ง คือ ภาพลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นมา ปัจจัยทางด้านนี้อาจจะเป็นภาพลักษณ์จริง หรือภาพลักษณ์ลวงซึ่งจะเป็นภาพลักษณ์ทั้งทางด้านลบและบวกได้เช่นกัน ซึ่งถ้าเป็นด้านบวก ส่วนใหญ่นักการเมืองมักจะเป็นผู้สร้างขึ้นเองหรือฝ่ายเดียวกันร่วมสร้างให้ ส่วนด้านลบมักจะเป็นฝีมือของฝ่ายตรงข้ามทางการเมือง เพื่อต้องการบั่นทอนความนิยมและศรัทธาของประชาชนต่อนักการเมือง นั้น ปัจจุบันสื่อเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการสร้างภาพลักษณ์ต่าง ๆ ทางการเมืองจะใช้สื่อมวลชนเป็นหลัก จนทำให้เมื่อมีสื่อด้านลบของพรรคหรือนักการเมืองใด จะถูกมองว่าเกิดจากนักการเมืองฝ่ายตรงข้ามที่ต้องการสร้างเรื่องใส่ร้ายโดยผ่านสื่อมวลชน(กรุงเทพธุรกิจ,14 มิถุนายน 2539)

การเกิดภาพลักษณ์

การพัฒนาเป็นภาพลักษณ์ เมื่อบุคคลได้รับทราบเหตุการณ์ เรื่องราวจากภายนอกมายังตัวตนเองนั้น เหตุการณ์ยังไม่สามารถจะสร้างเป็นภาพได้ทันที (พงษ์เทพ วรกิจ โภคาทร,2537:41-58) โดยภาพลักษณ์สามารถเกิดได้ 2 ประการ คือ (ดวงพร คำบุญวัฒน์ และวาสนา จันทรสว่าง ,2536:62-63)

1. เกิดขึ้นโดยธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ตามสภาพการณ์ เกิดขึ้นในช่วงเวลาต่าง ๆ อันเกิดจากการปล่อยให้เป็นไปตามสภาวะแวดล้อมแล้วแต่ประชาชนจะนึกคิดได้ โดยไม่ได้ดำเนินการให้เป็นไปตามที่องค์กรปรารถนา

2. เกิดขึ้นโดยการสร้างสรรค์ โดยกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ตามที่องค์กรได้วางแผนไว้ในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ สำหรับประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ซึ่งเป็นเรื่องกิจกรรมขององค์กรว่าเป็นไปในรูปแบบใดและเรื่องของบุคลากรภายในเกี่ยวกับบทบาทในการปฏิบัติงาน โดยเฉพาะบทบาทของผู้บริหาร บุคลิกและการแสดงออกในสังคม ซึ่งจะฉายภาพลักษณ์ขององค์กรต่อสาธารณชนได้อย่างชัดเจน เช่น เมื่อนึกถึงองค์กรก็จะนึกถึงว่าผู้บริหารคือใคร เป็นอย่างไร เป็นต้น

ลักษณะของภาพลักษณ์

ลักษณะที่สำคัญของภาพลักษณ์ คือ การสร้างภาพลักษณ์ต้องใช้เวลา เพราะภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นทีละน้อยและสะสมเพิ่มพูนมากขึ้นจนฝังรากลึกลงในจิตใจและทัศนคติหรือความรู้สึกของประชาชน วิรัช ลภีรัตนกุล (อ้างใน กฤษณ์ ทองเลิศ, 2539: 39) ที่ได้กล่าวถึง

ลักษณะสำคัญของภาพลักษณ์ว่า ภาพลักษณ์เป็นการสร้างชื่อเสียงเกียรติคุณ ความนิยมชมชอบ ให้เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชน โครงสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต้องอาศัยเวลาพอสมควรแต่ ภาพลักษณ์ที่อาจสูญเสียได้ง่ายในระยะเวลาอันสั้น ซึ่งการแก้ไขภาพลักษณ์กลับคืนคืนนั้นทำได้ยาก แต่ก็สามารถทำได้โดยต้องอาศัยเวลา

องค์ประกอบของภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์เป็นความรู้และความรู้สึกของคนเราที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ เป็นเรื่องเกี่ยวกับกระบวนการของความคิดจิตใจ ในเมื่อคนเราไม่ได้มีเพียงประสบการณ์โดยตรงกับโลกรอบตัว ซึ่งเราได้สัมผัส ชิมรส ได้กลิ่น และเห็นได้ด้วยตาตนเองเท่านั้น เรายังมีประสบการณ์โดยทางอ้อมอื่น ๆ ด้วย ซึ่งประสบการณ์เหล่านี้ต้องอาศัยการตีความและให้ความหมายสำหรับตนเอง ด้วยภาพลักษณ์จึงเป็นการแทนความหมายเชิงอัตวิสัย (subjective representation) หรือความประทับใจภาพปรากฏ (appearance) ความคล้ายคลึงหรือเป็นการแทนความหมายของการรับรู้ ตีความกระบวนการของการรับรู้อย่างเลือกสรรและให้ความหมายต่อสิ่งต่าง ๆ นี้ คือ กระบวนการเกิดภาพลักษณ์ ซึ่งมักจะมีความหมายสำคัญยิ่งต่อการรับรู้ในสิ่งที่ไม่มีความหมายชัดเจนในตัวของมันเอง องค์ประกอบของภาพลักษณ์แยกได้เป็น 4 ส่วน ดังนี้ (พงษ์เทพ วรกิจโก ภาทร, 2537:127-129)

1. องค์ประกอบเชิงการรับรู้ (perceptual component) เป็นสิ่งที่บุคคลจะได้จากการสังเกตโดยตรง สิ่งที่ถูกสังเกตนั้นจะเป็นสิ่งที่นำไปสู่การรับรู้ (cues) หรือมีสิ่งที่ถูกรับรู้นั้นเอง ซึ่งอาจจะเป็นบุคคล สถานที่ เหตุการณ์ ความคิด หรือวัตถุสิ่งของต่าง ๆ เราจะได้ภาพของสิ่งแวดลอมต่าง ๆ โดยผ่านการรับรู้
2. องค์ประกอบเชิงเรียนรู้ (cognitive component) ได้แก่ ภาพลักษณ์ที่เป็นความรู้เกี่ยวกับลักษณะ ประเภท ความแตกต่างของสิ่งต่าง ๆ ที่ได้จากการสังเกตสิ่งที่ถูกรับรู้
3. องค์ประกอบเชิงความรู้สึก (affective component) ได้แก่ ภาพลักษณ์เกี่ยวกับความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ เป็นสิ่งที่เกี่ยวกับความรู้สึกผูกพัน ชอบรับ ชอบหรือไม่ชอบ
4. องค์ประกอบเชิงการกระทำ (cognitive component) เป็นภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับความมุ่งหมายหรือเจตนาที่จะเป็นแนวทางปฏิบัติตอบโต้สิ่งเรานั้น อันเป็นผลของปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเชิงความรู้และความรู้สึก

การเกิดภาพลักษณ์ในเชิงการสื่อสารสามารถพิจารณาในสาระของลักษณะการรับรู้ ข่าวสารที่มีส่วนสัมพันธ์หรือมีผลต่อองค์ประกอบต่าง ๆ ของภาพลักษณ์เป็นสำคัญ ลักษณะการก่อตัวของภาพลักษณ์ต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดเมื่อพิจารณาจากความสัมพันธ์ขององค์ประกอบแล้วจะก่อตัวขึ้นจากการผสมผสานขององค์ประกอบเชิงความรู้ การรับรู้ความรู้สึกและการกระทำ จนเกิด

เป็นภาพของโลกที่บุคคลมีประสบการณ์มา กล่าวคือ จะมีสิ่งที่ถูกสังเกต ซึ่งเป็นสิ่งที่ถูกรับรู้ผ่านเข้ามาทางการรับรู้ ได้แก่สัมผัสทั้ง 5 ของบุคคลเป็นการสังเกตจากประสบการณ์โดยตรงหรือโดยอ้อม ทั้งผ่านสื่อมวลชนและสื่ออื่น ๆ ในรูปแบบต่างๆ

ภาพลักษณ์ที่พึงปรารถยานั้นควรครอบคลุมเนื้อหาต่างๆ ได้แก่ ความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง สินค้าหรือตราสินค้า ความปลอดภัย มลภาวะ เทคโนโลยีการมีส่วนร่วมเสริมสร้างเศรษฐกิจและสังคม ความรับผิดชอบต่อสังคม กฎหมายและระเบียบข้อบังคับ พงษ์เทพ วรกิจโกคาทร (2537:127-129) ซึ่งมีแนวคิดไปในทางเดียวกับ ประจวบ อินออด (2532:97) กล่าวว่าองค์ประกอบของการสร้างภาพลักษณ์ คือ ตัวอาคาร สถานที่ ผู้บริหาร บทบาทในสังคมของผู้บริหาร

Daniel J. Bostin (อ้างใน พนิตา ประยูรศิริ, 2534:35) ได้ให้แนวคิดภาพลักษณ์ เป็นภาพที่มนุษย์สร้างขึ้นด้วยเหตุการณ์เทียมซึ่งเป็นสิ่งที่สร้างขึ้นมาเพื่อจำลองเหตุการณ์ที่ไม่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ เป็นการสร้างจากองค์ประกอบต่าง ๆ ที่มองเห็นได้ชัดเจน เข้าใจง่ายและเข้าใจได้หลายความหมายและมีความน่าเชื่อถือ โดยกล่าวว่าภาพลักษณ์มีอยู่ 6 ลักษณะ ดังนี้

1. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่จำลองขึ้นมา ไม่ได้เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติแต่เกิดจากการวางแผนประกอบกันขึ้นเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์บางอย่างที่กำหนดไว้ เช่น วัตถุประสงค์ทางการประชาสัมพันธ์ ดังนั้นภาพลักษณ์ จึงเกิดจากการวางแผนประชาสัมพันธ์
2. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เชื่อถือได้ ในการสร้างภาพลักษณ์สิ่งที่สำคัญที่สุด คือ ความน่าเชื่อถือ กล่าวคือ แม้ว่าภาพลักษณ์จะเป็นภาพที่ถูกสร้างขึ้นมา แต่ก็ต้องอยู่บนพื้นฐานของความน่าเชื่อถือ
3. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่อยู่เนิ่น ภาพลักษณ์จะต้องไม่ขัดแย้งกับความเป็นจริง ถึงแม้ภาพลักษณ์จะไม่ใช่ความเป็นจริง แต่ภาพลักษณ์จะต้องถูกนำเสนอ อย่างสอดคล้องกับความเป็นจริง
4. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เห็นได้ชัดเจน ภาพลักษณ์ถูกสร้างขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมด้วยการสร้างสรรค์จากนามธรรม ซึ่งเรียกได้ว่าเป็นการสร้างสรรคจากจินตนาการรูปธรรมเพื่อให้ตอบสนอง ดึงดูดใจ และดึงดูดความรู้สึทางอารมณ์
5. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ทำให้ดูง่าย ภาพลักษณ์จะต้องชัดเจน และง่ายต่อความเข้าใจและจดจำ มีความแตกต่าง แต่ก็สื่อความหมายได้ครบถ้วนตรงตามความต้องการ
6. ภาพลักษณ์มีความหมายหลายแง่หลายมุม ภาพลักษณ์ในบางครั้ง อาจเป็นสิ่งที่ดูเหมือนกำกวม มีลักษณะที่กำกึ่ง ระหว่างความหมายได้ครบถ้วนตรงตามความต้องการ

การสร้างสรรค์ภาพลักษณ์ ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่สร้างสรรค์ได้ด้วยการประชาสัมพันธ์ที่ถูกต้องและมีประสิทธิภาพ แม้จะอาศัยระยะเวลาที่ยาวนานและต่อเนื่องแต่ให้ผลคุ้มค่า ภาพลักษณ์นี้จะปล่อยให้เกิดขึ้นตามธรรมชาติไม่ได้เพราะจะไม่เป็นไปตามที่เราต้องการ หรืออาจผิดพลาดจากความเป็นจริงและพัฒนาอยู่เสมอ ภาพลักษณ์ที่สร้างสรรค์ประกอบด้วยการส่งเสริม การป้องกัน การรักษาและการแก้ไข (ดวงพร คำบุญวัฒน์ และ วาสนา จันทร์สว่าง, 2541: 63)

การสร้างภาพลักษณ์ที่ดี (positive image) ภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรหรือสถาบันใด สถาบันหนึ่งย่อมเป็นผลแห่งความเพียรพยายามด้วยเวลาอันยาวนานขององค์กรหรือสถาบัน การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีจึงไม่สามารถทำได้ในระยะเวลาอันรวดเร็วหรือใช้เวลาเพียงสั้นๆ ได้ (วิรัช ฤทธิธน์กุล, 2540: 83-84)

วิธีการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่งานมี 3 วิธี ดังนี้ (วิรัช ฤทธิธน์กุล, 2540: 85)

1. ค้นหาจุดเด่นและจุดบกพร่องหรือจุดอ่อนแห่งภาพลักษณ์ของหน่วยงานเพื่อศึกษาวิเคราะห์และวางแผนการดำเนินงานในขั้นตอนต่อไป

2. วางแผนและกำหนดขอบเขตของภาพลักษณ์ที่องค์กรหรือสถาบันต้องการจะสร้างให้เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชน เช่น จุดยืน (standpoint) ของสถาบัน คือ หน่วยงานหรือสถาบันต้องการที่จะให้ประชาชนมีภาพลักษณ์เป็นไปในทางใดเป็นต้น

3. คิดหัวข้อ (theme) เพื่อเข้าไปช่วยดำเนินงานสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถเข้าถึงประชาชนได้อย่างกว้างขวาง เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์

ภาพลักษณ์มีลักษณะหลายรูปแบบ มีทั้งภาพลักษณ์ที่ไม่เป็นจริง ภาพลักษณ์ที่เชื่อถือได้ ภาพลักษณ์ที่ได้รับการสร้างสรรคอย่างมีแบบแผน ตลอดจนภาพลักษณ์ที่เข้าใจง่าย โดยมีองค์ประกอบอันเกิดจากความรู้ ความรู้สึก และประสาทสัมผัสในการรับรู้หรือในด้านการกระทำต่าง ๆ ทั้งในด้านบริการ การอำนวยความสะดวกและการพัฒนาบุคลากร ดังนั้นภาพลักษณ์ที่ดีจึงต้องขึ้นอยู่กับพื้นฐานของความเป็นจริงและสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของผู้นำ สามารถสรุปดังนี้

ภาพลักษณ์ของผู้นำมีความสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมของบุคคล ไม่ว่าจะเป็นภาพลักษณ์ทั้งด้านบวกและด้านลบ ซึ่งภาพลักษณ์มี 2 ประเภท (นิธยา สุชาติ, 2541: 45-46) คือ ภาพลักษณ์ทางกายภาพ ไม่ว่าจะเป็น สูง ต่ำ ดำ ขาว ชาย หรือหญิง เป็นสิ่งที่เราเห็นและระบุได้ชัดเจน และภาพลักษณ์ทางโนภาพ เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดจากความรู้สึกนึกคิด ซึ่งภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นอาจเกิดขึ้นโดยธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ที่พบตามสภาพทางสังคม และภาพลักษณ์ที่

เกิดขึ้นโดยสร้างสรรค์ ด้วยวิธีการวางแผน เพื่อให้ประชาชนรับรู้ เรียนรู้ รู้ลึก และเกิดการกระทำ (ดวงพร คำบุญวัฒน์และวาสนา จันทรสว่าง, 2541: 62-63) ซึ่งเกิดจากการสังเกตของประชาชน ดังนั้นแล้วภาพลักษณ์ของผู้นำที่เกิดขึ้นโดยจงใจ บ้างก็เกิดขึ้นโดยสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีออกสู่สายตาประชาชน เพื่อให้เกิดการยอมรับและสร้างให้เกิดศรัทธา ในตัวของผู้นั้น แต่หากภาพลักษณ์ที่แสดงออกมาเป็นไปในทางลบ ก็จะทำให้ประชาชนเกิดการต่อต้านกับภาพลักษณ์ที่แสดงออกสู่สายตาประชาชนได้ในเวลานั้นด้วยเช่นกัน

จากแนวความคิดดังกล่าวผู้ศึกษามองว่า ผู้นำทางการเมืองภาพลักษณ์เป็นสิ่งสำคัญ การจะสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดแก่สายตาประชาชนนั้น เป็นสิ่งที่ยากยิ่งที่ภาพลักษณ์ที่แสดงออกมาจะถูกใจประชาชนทุกครั้ง ดังนั้นจากแนวความคิดกล่าวเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างมุมมองด้านภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมให้ภาพลักษณ์ของผู้นำทางการเมืองเป็นภาพลักษณ์ที่ดีงาม และเพื่อช่วยในการสนับสนุนความคิดเห็นของผู้นำชุมชนที่มีต่อภาพลักษณ์ของผู้นำทางการเมือง เพื่อให้เกิดความชัดเจนให้มากที่สุด

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง (Political Communication)

ความหมายของการสื่อสารทางการเมือง

Almond และ Powell (อ้างในเสถียร เชยประทับ, 2540: 141) กล่าวว่า การสื่อสารด้านการเมือง คือ หน้าที่ของระบบในขั้นพื้นฐาน (Basic System Function) ซึ่งจะมีผลในการรักษาและเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมทางการเมืองและโครงสร้างทางการเมือง ความจริงแล้วอาจกล่าวได้ว่า ความเปลี่ยนแปลงส่วนใหญ่ในระบบการเมืองมีส่วนเกี่ยวข้องกับความเปลี่ยนแปลงในรูปแบบของการสื่อสารซึ่งมักเป็นทั้งในรูปของต้นเหตุและผลลัพธ์

Denton และ Woodward (อ้างใน อาคม สุวรรณกันทา, 2542: 4) ได้ให้ความหมายของคำว่า การสื่อสารทางการเมือง คือ การสนทนา และเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างบริสุทธิ์ เกี่ยวกับการจัดสรรทรัพยากรสาธารณะ (อย่างเช่นรายได้, ภาษีอากร), อำนาจหน้าที่อย่างเป็นทางการ(อำนาจในทางตุลาการ, นิติบัญญัติ และบริหาร)และการให้ข้อมูลที่โหดอย่างใดอย่างหนึ่งตามอำนาจหน้าที่นั้น ๆ

Karl W. Deutsch (อ้างในเสถียร เชยประทับ, 2540: 140) ได้ชี้ให้เห็นถึงการสื่อสารและการควบคุมว่าเป็นเรื่องสำคัญยิ่งของระบบการเมืองเป็นเสมือนเส้นประสาท (The Nerves of Government) ของระบบการเมือง ทั้งนี้เขาได้อธิบายถึงกระบวนการสื่อสารทางการเมืองว่า เป็นเรื่องของการแสดงออกซึ่งความเรียกร้องต้องการของประชาชน การตอบสนองของรัฐ นำไปสู่การตัดสินใจ ตกลงใจ อันเป็นผลจากการสื่อสารทางการเมืองในสังคมนั้น ระบบการเมืองจะ

สามารถดำรงคงอยู่ และมีคุณภาพได้ก็ขึ้นอยู่กับความสามารถที่จะ “ตอบสนอง” ต่อการเรียกร้องต้องการทางการเมืองการสื่อสารทางการเมืองเป็นตัวกลางหรือสื่อกลางระหว่างสมาชิกของระบบการเมืองกล่าวคือ เป็นช่องทางในการเสนอข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการตัดสินใจและนโยบายต่างๆ ของรัฐบาล ให้ประชาชนได้รับรู้ ในขณะที่เดียวกันก็จะเป็นกระบวนการในการนำเอาข้อเรียกร้อง และความต้องการของประชาชนไปให้รัฐบาลได้รับรู้ ลักษณะของการสื่อสารคือระบบการสื่อสารโดยบุคคลทั้งหลายในระบบถูกเชื่อมโยงเข้าด้วยกันในลักษณะของวงจรสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารได้เป็น 2 ทาง ดังนี้



ภาพ 2.4.1 ลักษณะการสื่อสารทางการเมืองแบบสองทาง

ที่มา : ธรรมนูญ กุลณรงค์, การสื่อสารทางการเมืองบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในช่วง
การต่อต้านรัฐบาลทักษิณ, 2550:28

ช่องทางการสื่อสารทางการเมือง

Almond และ Powell (อ้างใน เสถียร เชยประทีป, 2540: 142-149) ได้วิเคราะห์ระบบการเมืองโดยจำแนกโครงสร้างตามหน้าที่ในการสื่อสารหรือช่องทางการสื่อสารทางการเมืองไว้ 5 ช่องทาง คือ

1. การสื่อสารแบบพบหน้ากันอย่างไม่เป็นทางการ หมายถึง การสื่อสารข้อมูลข่าวสารอย่างไม่เป็นทางการ หรือเป็นการสื่อสารแบบปฐมนุฎิซึ่งจะอยู่ในรูปของการแสดงความคิดเห็นหรือการสนทนากับเพื่อน ผู้ร่วมงาน โดยเป็นวิธีการของคน ๆ หนึ่งเล่าเรื่อง ให้ความเห็น หรือวิพากษ์วิจารณ์เหตุการณ์บ้านเมืองให้อีกคนหนึ่งฟัง และผู้ที่รับฟังนั้น และเห็นด้วยกับบุคคลผู้นั้น ซึ่งมักจะเกิดสภาพการสื่อสารลักษณะนี้ในระบบการเมือง หรือสังคมยังไม่มีวิวัฒนาการ

2. การสื่อสารแบบสังคมที่ไม่ใช่ระบบเมือง หมายถึง การสื่อสารในสังคมจารีตประเพณี โดยผ่านตัวกลาง คือ ผู้นำชุมชน ผู้นำศาสนา ผู้นำครอบครัว ซึ่งเป็นรูปแบบการสื่อสารที่มีอิทธิพลอย่างมาก ในสังคมชนบท ซึ่งเป็นรูปแบบการสื่อสารที่มีอิทธิพลอย่างมากในสังคมชนบท โดยตัวกลางดังกล่าวมีบทบาทในการเป็นผู้ริเริ่ม และแปลผลข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ให้สมาชิกส่วนใหญ่ในสังคมรับทราบ

3. การสื่อสารในปัจจัยนำเข้าของระบบการเมือง หมายถึง ช่องทางการสื่อสารทางการเมืองที่สามารถเป็นตัวแทนการเข้าสู่ระบบการเมืองโดยผ่านสมาคมการเมือง, กลุ่มผลประโยชน์, พรรคการเมือง เพื่อถ่ายทอดข้อเรียกร้อง ความต้องการ ความคิดเห็นประชาชน ความคิดเห็นผู้นำการเมือง หรือการที่ผู้นำทางการเมืองกระจายข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมของรัฐบาลให้ประชาชนได้รับรู้ผ่านช่องทางสำคัญ คือ พรรคการเมืองและกลุ่มผลประโยชน์ ในทางตรงกันข้ามพรรคฝ่ายค้านก็สามารถใช้เป็นช่องทางที่จะเปิดเผยข้อผิดพลาดและไม่เหมาะสมของผู้มีหน้าที่ในการบริหาร โดยการสื่อสารประเภทนี้ต้องมีการจัดตั้งองค์กรที่เป็นอิสระ มีระเบียบวินัย และความเข้มแข็ง การเรียกร้องจึงจะได้ผล

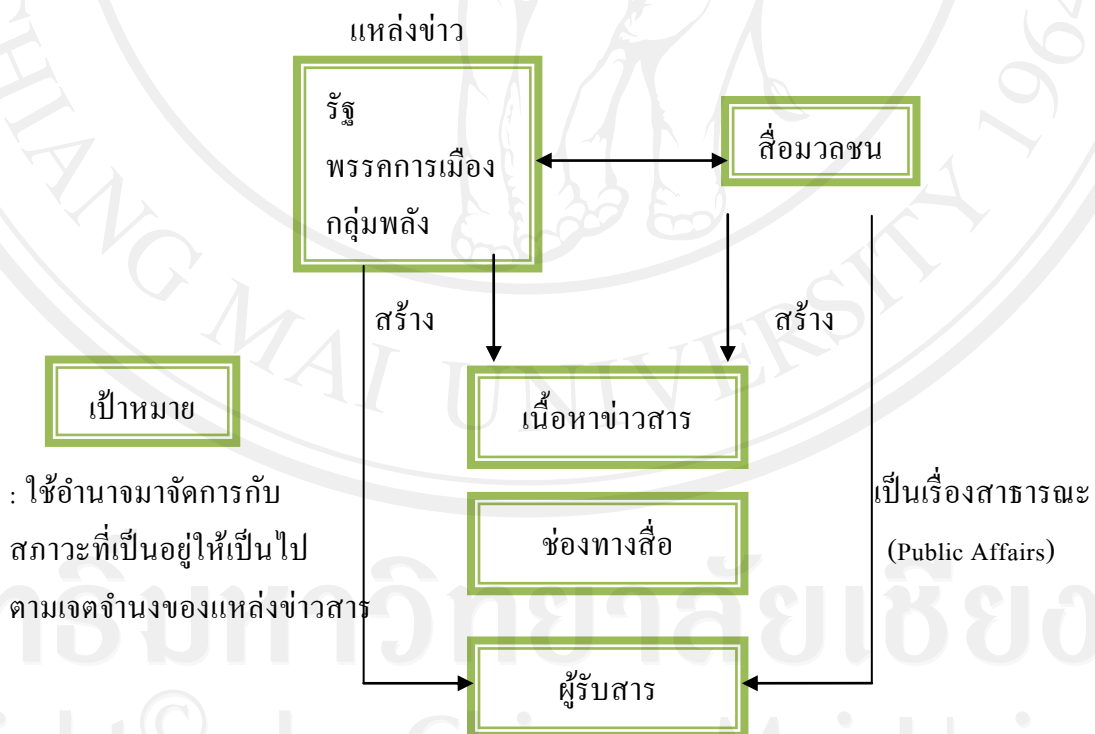
4. การสื่อสารในปัจจัยส่งออกของระบบการเมือง หมายถึง ช่องทางการสื่อสารที่เป็นทางการ ได้แก่ หน่วยราชการ ซึ่งเป็นเครือข่ายสำคัญในการที่ผู้นำทางการเมืองใช้ในการติดต่อกับข้าราชการ และเป็นตัวประสานระหว่างผู้นำทางการเมืองกับประชาชน ด้วยการกระจายข้อมูลข่าวสารไปให้ทั่วถึงทั้งระบบ โดยเฉพาะด้านนโยบาย ทั้งในชุมชนเมืองและชุมชนชนบททั้งทิศทางขึ้นและลง ทำให้เกิดความร่วมมือและความเคลื่อนไหวในสังคม อีกทั้งยังเป็นการเชื่อมระหว่างผู้นำทางการเมืองกับประชาชน โดยเป็นเครื่องมือที่ประชาชนจะใช้แสดงความไม่พอใจ การร้องทุกข์ หรือขอความช่วยเหลือได้

5. สื่อมวลชน หมายถึง การสื่อสารที่เกี่ยวกับเหตุการณ์และปรากฏการณ์ทางการเมือง หรือการสื่อสารจากคนกลุ่มหนึ่งไปสู่คนอีกกลุ่มหนึ่ง โดยผ่านช่องทางการสื่อสาร คือ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร และหนังสือ สิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นมาก็ด้วยจุดประสงค์เฉพาะ เพื่อต้องการให้ข่าวสารแก่ประชาชน

แบบจำลอง และองค์ประกอบการสื่อสารทางการเมือง

แบบจำลอง (Model) คือสิ่งที่มนุษย์คิด และเขียนขึ้น โดยความคิดนั้นตั้งอยู่บนพื้นฐานของความรู้ ความเข้าใจ ความสนใจ และความชำนาญของแต่ละคน สำหรับแบบจำลองการสื่อสารทางการเมืองได้มีนักคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมืองหลายท่าน ได้เสนอแบบจำลองการสื่อสารทางการเมืองในรูปแบบต่างๆ กัน แน่นอนว่าไม่มีแบบจำลองใดที่สมบูรณ์แบบที่สุด และไม่มีแบบจำลองใดที่ถูกหรือผิดโดยสิ้นเชิง ความสำคัญของแบบจำลองอยู่ที่แบบจำลองนั้นสามารถนำไปใช้ได้มากน้อยแค่ไหน แบบจำลองที่จะนำเสนอในที่นี้จะสะท้อนความรู้ ความเข้าใจและความสนใจของผู้สร้าง ซึ่งในที่นี้จะนำเสนอแบบจำลองการสื่อสารทางการเมืองของ

Gurevitch & Blumler



ภาพ 2.4.2 แบบจำลองการสื่อสารทางการเมืองของ Gurevitch & Blumler

ที่มา : กาญจนา แก้วเทพ, การวิเคราะห์สื่อแนวคิดและเทคนิค, 2547:239

จากแบบจำลองการสื่อสารทางการเมืองข้างต้นสามารถอธิบายได้ดังนี้ (Gurevitch & Blumler, อ้างใน กาญจนา แก้วเทพ, 2547:239)

1. ในระดับผู้ส่งสาร จะประกอบด้วยกลุ่มบุคคล 2 กลุ่มใหญ่ ๆ กลุ่มแรกคือ แหล่งข่าว ซึ่งอาจจะเป็นรัฐบาล เจ้าหน้าที่รัฐ พรรคการเมือง กลุ่มผลประโยชน์ กลุ่มผลักดันฝ่ายประชาชน ฯลฯ และอีกกลุ่มหนึ่งคือ สื่อมวลชน ในบางกรณี สื่อมวลชนอาจทำหน้าที่เป็นเพียงช่องทางนำเสนอข่าวสารข้อมูลที่แหล่งข่าวส่งมาให้ แต่ในหลายกรณีสื่อมวลชนเองก็สามารถจะแสดงบทบาทเป็นผู้ส่งข่าวสารทางการเมืองได้ เช่น ในรูปแบบของบทวิเคราะห์ทางการเมือง การตั้งฉายานาม เป็นต้น

2. เนื้อหาของข่าวสาร จะมีลักษณะพิเศษเฉพาะ คือเป็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการเมือง ในความหมายของการจัดสรร การต่อสู้ แย่งชิง ปรับเปลี่ยนความสัมพันธ์เชิงอำนาจ คุณลักษณะที่สำคัญประการหนึ่งของเนื้อหาทางการเมืองก็คือ เป็นเรื่องราวที่อยู่ในปริณิณทลของสาธารณะ (Public Affairs) เช่น เรื่องการเลือกตั้ง การแก้ไขกฎหมาย การทำงานของหน่วยงานของรัฐ ฯลฯ ตัวบุคคลที่อยู่ในข่าวสารจึงเป็นบุคคลสาธารณะ และเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นก็เป็นผลประโยชน์ของส่วนรวม

3. ช่องทางสำหรับการได้มาซึ่งข่าวสารและการเผยแพร่ข่าวสารนั้น มีทั้งรูปแบบที่เป็นแบบฉบับ เป็นทางการ เช่น พรรคการเมืองเปิดแถลงข่าว นายกรัฐมนตรีให้สัมภาษณ์ ฯลฯ รวมทั้งรูปแบบที่ไม่เป็นทางการ ซึ่งสื่อมวลชนสามารถควบคุมช่องทางได้มากขึ้น เช่น การเจาะข่าวด้วยการค้นคว้าเอกสาร หรือเลือกสัมภาษณ์ข้าราชการชั้นผู้น้อยที่เกี่ยวข้องใกล้ชิดกับเหตุการณ์ เป็นต้น

คุณลักษณะที่สำคัญประการหนึ่งของการสื่อสารทางการเมืองก็คือ เป้าหมายของการส่งข่าวสาร ฌ็องกานต์ กุลฌรงค์ (2550:31) ดังที่กล่าวมาแล้วว่า การเมือง เป็นเรื่องของการใช้อำนาจมาจัดการกับสถานะที่เป็นอยู่ให้เป็นไปตามเจตจำนงของผู้กระทำ การสื่อสารทางการเมืองย่อมเป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ (Persuasive Communication) ด้วยคุณลักษณะดังกล่าว ทำให้ภาพลักษณ์ของการสื่อสารทางการเมืองในสายตาของประชาชนทั่วไปมักมีลักษณะเป็น การสื่อสารที่มีเป้าหมายเพื่อการครอบงำ (Manipulative Purpose) ซึ่งดูติดลบยิ่งไปกว่าการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวเสียอีก และอาจมาจากคุณลักษณะดังกล่าวนี้เองทำให้ประชาชนส่วนหนึ่งมีปฏิกิริยาตอบโต้กับการสื่อสารทางการเมืองอยู่ 2 แบบ แบบแรกคือ กลัว และหลีกเลี่ยงที่จะสื่อสาร (เช่นกลุ่มผู้หญิงที่ไม่อยากยุ่งกับการเมือง เพราะเป็นเรื่องโหดร้าย

สกปรก) อีกแบบหนึ่งคือทำให้คนเบื่อ และเลิกติดตามข่าวสารทางการเมือง ปฏิกริยาทั้งสองแบบนี้ นับว่าเป็นอันตรายอย่างยิ่งสำหรับการปกครองระบอบประชาธิปไตยที่มีเงื่อนไขแบบแรก คือ ประชาชนต้องตัดสินใจเองและปกครองตัวเองด้วยการติดตามข่าวสารทางการเมืองอย่างเพียงพอ

จากแนวคิดดังกล่าวผู้ศึกษามองว่าในปัจจุบันนี้โลกเรากำลังเข้าสู่ความเป็นโลกาภิวัตน์มากขึ้น พัฒนาการทางด้านการสื่อสารพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว เพราะมีช่องทางการส่งผ่านของข่าวสารมากขึ้น ทำให้เกิดการรับรู้ได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้นการเลือกแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมืองขึ้นมานั้น เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยได้หยิบยกรวบรวมที่สำคัญทั้งด้านบวกและด้านลบที่ พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร ได้สื่อสารผ่านสื่อ ในช่วงของการเป็นผู้นำทางการเมือง ซึ่งแนวคิดนี้จะเป็นตัวช่วยในการสนับสนุนและอธิบายเกี่ยวกับคุณสมบัติและภาพลักษณ์ ของ พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร ในการเป็นผู้นำทางการเมือง ได้เป็นอย่างดี เนื่องจาก พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร ได้ใช้วิธีการสื่อสาร เพื่อการติดต่อ เรียกร้อง ได้ตอบ ทางการเมืองทั้งทางบวกและทางลบมา โดยตลอด จนทำให้เกิดกระแสวิพากษ์วิจารณ์ต่อคุณสมบัติและภาพลักษณ์ทางการเมืองของ พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร อย่างต่อเนื่อง ดังนั้นผู้วิจัยจึงมองว่า แนวความคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมืองจึงมีความสำคัญต่อการแสดงความคิดเห็นของผู้นำชุมชนให้มีความชัดเจนขึ้น เพราะผู้นำชุมชน หรือแม้แต่ประชาชนเองก็เป็นผู้รับสารโดยตรง และเป็นกระบวนการที่ทำให้เราเห็นภาพของการส่งสาร และรับสาร กระทั่งถึงการวิพากษ์วิจารณ์หรือแสดงความคิดเห็นเมื่อประชาชนได้รับสารนั้นได้อย่างชัดเจนมากขึ้น

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น

ความหมายของความคิดเห็น

Good (อ้างใน ศิริพร ไกรประสิทธิ์, 2545: 20) ได้ให้คำจำกัดความของความคิดเห็นไว้ว่า ความคิดเห็น หมายถึง ความเชื่อ ความคิด หรือการลงความเห็นเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งไม่อาจบอกได้ว่าเป็นการถูกต้อง

Morgan and King (อ้างใน อรรถพร ชินพัฒนานิช, 2546: 10) ได้ให้ความหมายของความคิดเห็นไว้ว่า เป็นการยอมรับคำพูดเกิดขึ้นโดยทัศนคติ

ลาวัญย์ จักรานวัฒน์ (2540: 9) จากการศึกษาความหมายของความคิดเห็นต่างๆ ที่กล่าวไว้แล้วนั้น สรุปได้ว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงความรู้สึกลึกซึ้งของแต่ละบุคคลในอันที่จะพิจารณาถึงข้อเท็จจริงต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดด้วยการพูด การเขียน โดยอาศัยพื้นฐานความรู้ ประสบการณ์ และสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคลเป็นส่วนประกอบในการพิจารณา ซึ่งความคิดเห็นนี้อาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ ถ้าหากมีหลักฐานข้อเท็จจริงปรากฏ

มาลี สุจิรพัฒน์พงษ์ (2537:61) กล่าวว่า การศึกษาความคิดเห็นมีความสำคัญและมีประโยชน์อย่างมาก เพราะทำให้ทราบความต้องการของบุคคลต่าง ๆ ให้สังคมได้สะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมของผู้กระทำและผู้ถูกกระทำว่าดี หรือไม่ดีอย่างไร ความเห็นที่ได้จะมีประโยชน์ต่อผู้กระทำในการปรับปรุงพฤติกรรม ทักษะคดีต่อผู้ถูกกระทำให้ดีกว่าเดิม

ปิยรัตน์ วงศ์ไทย (2542 :116) ให้ความหมายของความคิดเห็น (Opinion) ว่า เป็นความเชื่อหรือทัศนคติ ซึ่งบางครั้งอาจมีความรู้สึกเลื่อนรางในข้อเท็จจริงของตน และไม่มีความรู้สึกแรงกล้า ถึงกับจะพิสูจน์ข้อเสนอนั้นๆ ได้เป็นแต่เพียงว่าตนยอมรับข้อเสนอนั้น เพราะรู้สึก หรือดูเหมือนว่า มันจะเป็นอย่างนั้น ซึ่งใน(A Dictionary of General Psychology) ความหมายไว้เป็นข้อๆ ดังนี้

1. เป็นความเชื่อหรือทัศนคติซึ่งแต่ละบุคคลก่อขึ้น (Forms) มาจากความรู้สึก หรือการตัดสินใจจากความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับ หรือไม่ยอมรับในข้อเสนอนั้น
2. การตัดสินใจหรือความเชื่อมั่นจะรวมไปถึงความคาดหวัง (Expectation) หรือการคาดคะเน (Prediction) ที่เกี่ยวกับพฤติกรรมหรือเหตุการณ์
3. การแสดงออกเป็นถ้อยคำจากทัศนคติ (Attitude) ว่า เป็นความเชื่อที่บุคคล มีความรู้สึกโดยปราศจากข้อผูกพันทางอารมณ์หรือการตัดสินใจและแสดงออกมาอย่างเปิดเผย ถึงแม้ว่าจะไม่ปรากฏหลักฐานเป็นที่ยอมรับว่า น่าเชื่อถือก็ตาม ซึ่งสามารถจะแสดงออกมาเป็นถ้อยคำภายใต้สถานการณ์ที่เหมาะสม อย่างน้อยที่สุดสำหรับบุคคลหนึ่ง ข้อสันนิฐานในเรื่องของจุดมุ่งหมายของความคิดเห็นนั้น เค้นชัดกว่าจุดมุ่งหมายของทัศนคติ ถึงแม้บางครั้งจุดมุ่งหมายอาจหลุดตัวเองอยู่บ้าง(ความคิดเห็นส่วนมากจะนำข้อเท็จจริง การตัดสินใจที่ถูกต้องและโครงสร้างของบุคลิกภาพออกมามากกว่าที่จะยึดมั่นบนข้อสมมติโดยทั่วไป) แต่ถึงว่าอิทธิพลเหล่านี้ จะมาจากแรงจูงใจ หรือการตัดสินใจก็ตาม ความคิดเห็นก็ยังเป็นคำกล่าวถึงเรื่องราวที่คลุมไปถึงความรู้บางอย่าง และข้อสรุปของหลักบางแห่งความจริงพอประมาณอีกประการหนึ่ง มันอาจจะมีความผันล่วนๆ ที่นึกขึ้นเองอย่างไม่มีเหตุผลก็ได้

การเกิดความคิดเห็น

ความคิดเห็นเกิดจากการเรียนรู้ และประสบการณ์ของบุคคล Gordon Allport (อ้างในชนานุช วิชิตะกุล,2546:10) เสนอความคิดเห็นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของคนเกิดขึ้นได้ตามเงื่อนไขดังนี้

1. การเลียนแบบ การถ่ายทอดความคิดเห็นของคนบางคน ได้มาจากการเลียนแบบความคิดเห็นของคนอื่นที่ตนพอใจ เช่น พ่อแม่ ครู พี่น้อง และคนอื่นๆ

2. อิทธิพลของกลุ่มสังคม คนย่อมมีความคิดเห็นคล้อยกันตามกลุ่มสังคม ที่ตนอาศัยตามสภาพแวดล้อม เช่น ความคิดเห็นต่อศาสนา สถาบันต่างๆ เป็นต้น

ประเภทของความคิดเห็น

Remmer (อ้างใน จำเรียง ภาพจิตร, 2536: 248-249) กล่าวว่า ความคิดเห็นมี 2 ประเภทด้วยกัน คือ

1. ความคิดเห็นเชิงบวกสุด – เชิงลบสุด เป็นความคิดเห็นที่เกิดจากการเรียนรู้ และประสบการณ์ซึ่งสามารถรวบทิศทางได้

1.1 ทิศทางบวกสุด ได้แก่ ความรักจนหลงบูชา

1.2 ทิศทางลบสุด ได้แก่ รังเกียจมาก ความคิดเห็นนี้รุนแรงเปลี่ยนแปลงได้ยาก

2. ความคิดเห็นจากความรู้ ความเข้าใจ การมีความคิดต่อสิ่งหนึ่งขึ้นอยู่กับการรู้ความเข้าใจที่มีต่อสิ่งนั้น เช่น ความรู้ความเข้าใจในทางที่ดี ชอบ ยอมรับ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแสดงความคิดเห็น

ชาติชาย โทสินธิติ (2529:15) ได้เสนอว่าสิ่งที่มีอิทธิพลทำให้ความคิดเห็นแตกต่างกันเพิ่มเติมอีก 2 ข้อ ดังนี้

1. วัฒนธรรมประเพณี บุคคลเมื่อได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมและประเพณีใดย่อมปฏิบัติไปตามวัฒนธรรมและประเพณีนั้น ๆ และมักจะมีความคิดเห็นต่อวัฒนธรรมและประเพณีของตนไปในทางที่ดี

2. การศึกษา ระดับการศึกษามีอิทธิพลมากต่อการแสดงความคิดเห็น เพราะเป็นการจัดประสบการณ์ให้กับบุคคล

ความสัมพันธ์ของความรู้สึกและความคิดเห็น (สุชา จันท์ธอม และสุรางค์ จันท์ธอม, 2540:104)

1. ปัจจัยทางด้านอายุ อายุเป็นตัวกำหนดความแตกต่างของบุคคลได้อย่างหนึ่ง บุคคลเดียวกันมีช่วงอายุที่แตกต่างกัน จะมีความเข้าใจเรื่องหนึ่งเรื่องใดต่างกัน

2. ปัจจัยทางเพศ เพศสามารถเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความแตกต่างทางด้านความรู้และความคิดเห็น

3. ปัจจัยทางด้านระดับการศึกษา การเรียน การศึกษาเป็นแนวทางหนึ่งทำให้บุคคลเปลี่ยนพฤติกรรม ความรู้สึกความคิดเห็นเพราะได้เรียนรู้บางสิ่งบางอย่างเพิ่มเติม ความคิดหรือการกระทำกิจกรรมบางอย่างจึงผิดไปจากเดิม

4. ปัจจัยทางด้านข้อมูลข่าวสาร เป็นสิ่งที่จำเป็น เพราะมนุษย์เป็นสัตว์สังคม มีความจำเป็นต้องติดตามข่าวสาร แลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็น ความต้องการของคนประสพการณ์ และความเข้าใจซึ่งกันและกัน เพราะข่าวสารเป็นปัจจัยที่ใช้ประกอบในการตัดสินใจของมนุษย์

ประโยชน์ของความคิดเห็น (สุชา จันทรเฒ และสุรางค์ จันทรเฒ, 2540:104)

1. ประสพการณ์ บุคคลจะมีความคิดเห็นที่ดีหรือไม่ ขึ้นอยู่กับประสพการณ์ที่มีต่อสิ่งนั้นๆ ในลักษณะใด หากบุคคลนั้นมีประสพการณ์ที่ดี ก็จะมีความคิดเห็นที่ดี และหากบุคคลนั้นมีประสพการณ์ที่ไม่ดี ก็จะมีความคิดเห็นที่ไม่ดีเช่นกัน

2. การติดต่อสัมพันธ์กับผู้อื่น ความคิดเห็นของคนบางคนอาจเกิดจากความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับคนอื่น โดยได้รับข้อมูลเรื่องราวต่างๆ จากผู้ที่สัมพันธ์ด้วย แล้วถ่ายทอดความคิดเห็นนั้นมาเป็นของตน เช่น ความสัมพันธ์ที่มีต่อพ่อ แม่ ครู อาจารย์ บุคคลนั้น ก็จะได้รับความคิดเห็นถ่ายทอดมาจากบุคคลที่ใกล้ชิดได้เป็นอย่างมาก

3. ตัวแบบ ความคิดเห็นของบุคคลบางอย่าง เกิดจากการเลียนแบบ เด็กอาจเลียนแบบพฤติกรรมอย่างที่ชอบจากพ่อ แม่ ครู อาจารย์ และบุคคลที่ใกล้ชิด นอกจากนั้นอาจจะเลียนแบบจากภาพยนตร์ และสื่อต่างๆ ที่ได้พบเห็นมา หากตัวแบบมีความคิดเห็นที่ดีต่อบุคคลหรือสิ่งต่างๆ ผู้เลียนแบบก็จะรับเอาข้อมูลฝังเข้าไปในจิตใจ และมีความคิดเห็นต่างๆ เหมือนตัวแบบ

4. องค์ประกอบทางสถาบันสังคม สถาบัน และสังคมต่างๆ เช่น โรงเรียน วัด โรงภาพยนตร์ และองค์กรต่างๆ เป็นสิ่งที่อิทธิพลในการสร้างความคิดเห็นให้เกิดขึ้นกับบุคคลได้เป็นอย่างดี โดยที่บุคคลจะค่อยๆ รับประสพการณ์ จากชีวิตประจำวัน และสะสมมากขึ้น จนเป็นความคิดเห็น และมีพฤติกรรมที่ดีต่อไป เช่น โรงเรียน อาจจะอบรมให้เด็กรู้จักเชื่อฟัง พ่อ แม่ เด็กก็จะรับข้อมูลและความคิดเห็นที่ดีต่อพ่อ แม่ เป็นต้น

ความคิดเห็นเป็นความรู้สึกรับรู้ของบุคคล เป็นการแสดงออก ด้านเจตคติด้านใดด้านหนึ่งที่พร้อมจะมีปฏิกิริยาเฉพาะอย่าง ต่อสถานการณ์ ภายนอกที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ำ การที่บุคคลสัมพันธ์กันและมีความคิดเห็นต่อสิ่งต่างๆ ที่แตกต่างกัน ความขัดแย้งระหว่างบุคคลก็จะเกิดขึ้น ซึ่งความคิดเห็นนี้จะเกิดขึ้นจากความรู้และประสพการณ์ที่มีอยู่ของแต่ละบุคคล

จากแนวคิดและทฤษฎีทั้งหมดที่ได้หยิบยกมาเพื่อสนับสนุนกับผลการศึกษาที่ได้ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของผู้นำชุมชนในเขตเทศบาลตำบลสันนาเม็ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ต่อคุณสมบัติและภาพลักษณ์ของพ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร ในการเป็นผู้นำทางการเมือง นั้น แนวความคิดเกี่ยวกับผู้นำมีส่วนสำคัญ ทำให้ทราบถึงอิทธิพลการกล่อมเกลாதทางด้านสังคม เพื่อ

ใช้ในการอธิบายคุณสมบัติของผู้นำทางการเมือง นอกจากนี้ในเรื่องของภาพลักษณ์ การเกิดภาพลักษณ์ดังกล่าว สาเหตุสำคัญประการหนึ่งเกิดจากคุณสมบัติของผู้นำแต่ละบุคคลเช่นกัน ภาพลักษณ์ที่แสดงออกมาอาจเป็นไปภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติสรรค์สร้าง หรืออาจเป็นภาพลักษณ์ที่เกิดจากความจงใจ ก็ขึ้นอยู่กับอิทธิพลกล่อมเกลาจากเป็นครอบครัว สถาบันการศึกษา กลุ่มเพื่อน กลุ่มอาชีพ และสื่อมวลชน ด้วยความเป็นโลกาภิวัตน์ของโลก การสื่อสาร และสื่อมวลชนจึงมีความสำคัญในระบบการเมืองมากขึ้น เพราะ ผู้นำต่างใช้การสื่อสารเป็นตัวช่วยในการแสดงความต้องการ แสดงพลังอำนาจ เพื่อการถ่ายทอดข่าวสาร หรือการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ระหว่างรัฐบาล ประชาชน รวมถึงกลุ่มต่างๆ ในสังคม เพื่อให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นทางการเมือง ในลักษณะที่เป็นประชาธิปไตย ดังนั้นแล้ว ความเป็นผู้นำทางการเมือง นอกจากจะต้องให้ความสำคัญด้านคุณสมบัติและภาพลักษณ์แล้ว ยังต้องให้ความสำคัญกับการสื่อสาร เพราะสื่อมวลชนเป็นผู้ส่งสารให้กับประชาชนเป็นผู้รับสาร เพื่อให้เกิดการแสดงความคิดเห็น เพื่อให้เกิดการรับรู้ เรียนรู้ และเกิดการกระทำไม่ว่าจะเป็นบวก หรือจะเป็นลบก็ตามขึ้นอยู่กับว่าผู้นำต้องการสื่อสารออกไปในทิศทางใด สื่อสารดี ไตร่ตรอง คุณสมบัติและภาพลักษณ์ที่แสดงออกต่อสายตาประชาชนก็จะเป็นบวก ประชาชนก็จะให้การสนับสนุนผู้นำ และพรรคการเมืองนั้น หากสื่อสารไม่ดี ก็จะเกิดผลกระทบต่อคุณสมบัติและภาพลักษณ์ของผู้นำ ทำให้ประชาชนเกิดการต่อต้านในตัวของผู้นำด้วยเช่นกัน เพราะฉะนั้นแล้ว คุณสมบัติและภาพลักษณ์ของผู้นำขึ้นอยู่กับสื่อสาร ดังนั้นแนวคิดและทฤษฎีที่หยิบยกมาจึงมีความเชื่อมโยงเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ผลศึกษาต่อไป

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เชิงชัย สุภาศรี (2543) ได้ทำการวิเคราะห์บทบาทการเป็นผู้นำทางการเมืองของ พ.ต.ท.ดร.ทักษิณ ชินวัตร พบว่า เป็นคนรุ่นใหม่ไฟแรงและมีอุดมการณ์ที่แตกต่างไปจากผู้นำคนอื่น ๆ เป็นสิ่งส่งเสริมทำให้มีภาวะการเป็นผู้นำการเมืองสูงและสามารถต่อสู้กับผู้นำคนอื่นได้ดี เนื่องจากมีบุคลิกภาพและลักษณะที่แสดงถึงความเป็นผู้นำทางการเมืองประกอบไปด้วย พื้นฐานทางด้านครอบครัว การศึกษา การประสบความสำเร็จทางด้านธุรกิจ และบุคลิกภาพส่วนตัวประกอบกัน

ส่วนบทบาทและพฤติกรรมทางการเมือง บทบาททางการเมืองไม่โดดเด่นในการเป็นหัวหน้าพรรคพลังธรรม จนทำให้ภาพลักษณ์ที่ประชาชนมองไม่ดีมากนัก เช่นเป็นคนโลเล พูดคำไหนไม่เป็นคำนั้น ทำให้พรรคพลังธรรมไม่สามารถอยู่ได้ จนได้ลาออกจากพรรคพลังธรรม ทำให้สูญเสียความนิยมและจัดตั้งพรรคการเมืองใหม่ขึ้น คือ ไทยรักไทย มีการรณรงค์หาเสียงและ

หาสมาชิกอย่างกว้างขวาง และกระจายไปทั่วทุกส่วนของภูมิภาค แสดงให้เห็นบทบาททางการเมืองของ พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร มีความโดดเด่น การจะก้าวไปสู่การเป็นนายกรัฐมนตรีก็มีโอกาสสูงแต่ต้องอาศัยระยะเวลาและการสังสมประสบการณ์ การได้เข้าสู่ระบบพรรคการเมือง และได้เป็นถึงหัวหน้าพรรคการเมืองนั้น สังคมไทยเริ่มที่จะมองหาผู้นำทางการเมืองรุ่นใหม่ ที่มีความรู้ ความสามารถ มีวิสัยทัศน์ที่จะนำพาประเทศไทยเข้าไปมีส่วนร่วมบนเวทีโลก ฝ่ากระแสโลกาภิวัตน์ได้ โดยตระหนักถึงการสร้างพรรคให้มีความเป็นปึกแผ่น มั่นคง เป็นพรรคการเมืองที่เป็นพรรคมวลชนอย่างแท้จริง

สำหรับงานของ เชิงชัย สุภาศรี ในปี 2543 เป็นช่วงระยะเปลี่ยนผ่านทางการเมือง ซึ่งการเมืองในช่วงนั้นมีการแข่งขันสูง และคุณสมบัติและภาพลักษณ์ของพ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร โดดเด่นมาก ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการหาเสียง เพื่อให้เกิดความนิยม และด้วยพ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร เป็นผู้ที่มีความรู้ในด้านการบริหาร ดังนั้นจึงเป็นการง่ายที่จะใช้หลักการบริหาร เพื่อสร้างให้เกิดการโน้มน้าวคนรากหญ้า ให้คล้อยตามกับนโยบายที่สามารถนำมาปฏิบัติได้จริงเป็นรูปธรรม ช่วงเวลานั้นจึงทำให้ พรรคไทยรักไทย และตัวของพ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร เป็นที่นิยมในหมู่ของประชาชนในระดับรากหญ้าเป็นอย่างมาก จนสร้างพลังทางการเมืองใหม่ขึ้น

ปฐม ปฐมธนพงศ์ (2544) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ทักษะคติของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ต่อคุณสมบัติและภาพลักษณ์ของผู้นำพรรคการเมือง : ศึกษาเปรียบเทียบนายชวน หลีกภัย และ พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร พบว่าผู้นำทั้งสองคนมีความแตกต่างทั้งอิทธิพลจากสภาพแวดล้อมและปัจจัยภายในเฉพาะของบุคคล โดยนายชวน หลีกภัย เป็นผู้นำพรรคประชาธิปัตย์ มีจุดขายคือ เป็นผู้ที่ได้แต่ทางการเมือง Want To Be ชนิดที่ไม่กระตือรือร้นทางการเมืองแบบเปี่ยมพลังของนักต่อสู้ทางการเมือง จึงมีลักษณะของผู้แบบ Passive Positive เป็นสิ่งที่ด้านปัจจัยส่งเสริมทางสิ่งแวดล้อมมากกว่าความสามารถจากการแสดงออกของตน คุณสมบัติและภาพลักษณ์ส่วนต่อ คือ ความซื่อสัตย์ สมณะ และฝึปากกล้า ส่วน พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร เป็นผู้มีพลังของนักต่อสู้ เขาพยายามบอกกับตนเองว่า เป็น Want to do แต่แนวทางการปฏิบัติของเขาหลายกรณีเป็น Want to be จากหลักการทำงานของเขา คือ เขาจะไม่ทนต่อผู้ในสงครามที่ไม่รู้ว่าจะมีจุดจบที่ความพ่ายแพ้ แต่บางครั้งก็กลับตัดสินใจกล้าเสี่ยงแบบด้นเครื่องชน เพื่อหวังผลที่เลิศกว่า แต่ในวิถีทางการเมืองเขาพร้อมแล้วที่จะเสียสละเพื่อประเทศชาติ เขาจึงตั้งพรรคไทยรักไทยขึ้นเพื่อใช้เป็นเครื่องมือเพื่อให้ฝันของเขาเป็นจริง เพื่อจะได้ทำงานทดแทนคุณของแผ่นดินหรือว่าจะเป็น High risk high return และ จะเห็นได้ว่าทัศนคติเกี่ยวกับการเมืองไทยยังยึดติดอยู่กับตัวบุคคลมากกว่าสถาบัน ยึดติดกับภาพลักษณ์มากกว่าคุณสมบัติ ไม่ยึดมั่นในอุดมการณ์ของตนเอง ยังเป็นลักษณะตามกระแส

สำหรับงานของ ปฐม ปฐมธนพงศ์ ที่ได้ศึกษาคณสมบัติและภาพลักษณ์ของ พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร ในปี พ.ศ. 2544 เป็นช่วงระยะเวลาที่พรรคไทยรักไทยและ พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตรเป็นที่นิยมเป็นอย่างมาก หรือเรียกได้ว่าเป็นช่วงสูงสุด ในเรื่องของการกำหนดนโยบายที่แตกต่างไปจากพรรคการเมืองอื่น และสามารถนำนโยบายดังกล่าวมาปฏิบัติได้จริงและเป็นรูปธรรม ทำให้คุณสมบัติและภาพลักษณ์ของพ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตรในสายตาของประชาชนเป็นไปในทางที่ดี และด้วยลักษณะของการชูนโยบายประชานิยมที่ช่วยเหลือประชาชนในระดับรากหญ้า เพื่อให้เกิดการยกระดับคุณภาพชีวิต ให้ได้รับคะแนนเสียงท่วมท้น ดังนั้นจึงมองว่าในเวลานั้น คงไม่มีใครเกิน พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร เพราะไม่ว่าจะทำอะไรก็จะได้เสียงตอบรับและความร่วมมือจากประชาชน สังคม ประเทศ และนานาชาติอย่างเต็มที่

ชาตรี เชื้อมนโนชาญ (2549) ได้ทำการศึกษาเรื่อง สื่อมวลชนท้องถิ่นกับภาพลักษณ์ของนักการเมืองในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า สื่อเสนอข่าวเกี่ยวกับผลงานของผู้บริหารเทศบาลนครเชียงใหม่ในทางบวก ทำให้ประชาชนมีภาพลักษณ์ของนักการเมืองในทางที่ดี โดยประชาชนมองว่านักการเมืองท้องถิ่นมีความรู้ ความสามารถ มีประสบการณ์ด้านการทำงานด้านการเมือง มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และเป็นที่ยอมรับของประชาชนโดยทั่วไป โดยเกิดจากปัจจัยด้านการนำเสนอข่าวสารทางการเมืองของสื่อมวลชน ซึ่งมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อนักการเมืองท้องถิ่น เพราะสื่อมวลชนมีบทบาทโดยตรงในการนำเสนอข่าวให้ประชาชนทราบ และทิศทางการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนด้านการเมืองก็มีผลโดยตรงกับภาพลักษณ์ของนักการเมืองท้องถิ่นเช่นกัน

หงษา อินทนนท์ไชย (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ความเป็นผู้นำของพลเอกสนธิ บุญยรัตกลินในหนังสือพิมพ์ จากการศึกษาพบว่า หนังสือพิมพ์มุ่งเน้น การนำเสนอภาพลักษณ์ของพลเอกสนธิ บุญยรัตกลิน ด้านบวกเป็นหลัก มุ่งเสนอว่าเป็นผู้ที่มีความรอบรู้เป็นนักประชาธิปไตย สามารถแก้ไขปัญหาของบ้านเมืองได้โดยใช้กำลังทางการทหารเข้ามายึดอำนาจ จากรัฐบาลเดิมเพื่อแก้ไขปัญหาความขัดแย้งในสังคม โดยหนังสือพิมพ์ได้นำเสนอภาพลักษณ์ด้านการเป็นผู้นำของ พลเอกสนธิ บุญยรัตกลินที่โดดเด่นอยู่ 3 ประเภท คือ ภาพลักษณ์ของผู้นำด้านรัฐอุดมการณ์และแนวทางการนำประเทศ, ภาพลักษณ์ผู้นำด้านความกระตือรือร้น และ ภาพลักษณ์ผู้นำที่มีทักษะด้านการสื่อสารมวลชน นอกจากภาพลักษณ์ในด้านบวกแล้วยังพบภาพลักษณ์ในด้านลบ คือ ไม่มีความน่าเชื่อถือ ไม่มีคุณธรรมและไม่มีความซื่อสัตย์ และภาพลักษณ์ด้านไม่มีสติปัญญาความรู้ ไม่ได้เป็นครูที่ดีอีกด้วย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมดที่ได้หยิบยกขึ้นมา มีความน่าสนใจในเรื่องของ การศึกษาคณสมบัติและภาพลักษณ์ของ พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร แม้ว่าบางงานวิจัยอาจเป็นการศึกษาผู้นำทาง

การเมืองท่านอื่นก็ตาม หรือแม้แต่วิธีการศึกษาที่แตกต่างกัน ช่วงเวลาที่แตกต่างกัน และพื้นที่ในการศึกษาที่แตกต่างกัน ก็สามารถนำงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเปรียบเทียบกับงานวิจัยที่กำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้คือ งานวิจัยเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้นำชุมชนต่อคุณสมบัติและภาพลักษณ์ของ พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร เพราะมุมมองในเรื่องของความคิดเห็นต่อคุณสมบัติและภาพลักษณ์ ของพ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร อาจจะเปลี่ยนแปลงไปตามระยะเวลา และพื้นที่ในการศึกษา ก็เป็นไปได้ ดังนั้นแล้ว งานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมดมีความสำคัญต่อการทำการวิจัยในครั้งนี้ เพราะ เป็นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถนำมาเปรียบเทียบและเชื่อมโยงเพื่อให้เกิดการสนับสนุนกับผลการศึกษาได้ ที่สำคัญและยังทำให้ทราบว่าผู้ศึกษาประเด็นเดียวกันแล้วมาน้อยเพียงใด เพื่อให้เกิดการพัฒนางานวิจัยจากเรื่องเดิมก็เป็นได้

2.7 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

จากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยดังกล่าวผู้ศึกษาได้กำหนดกรอบในการศึกษาไว้ดังนี้

