

HSS-005

กลยุทธ์การสร้างและหล่อหลอมความเป็นเครือข่ายเดียวกันของผู้สนับสนุน
ในการสื่อสารเพื่อการสร้างคานิยมทางการเมือง
Strategies for Building and Shaping a Single Network of Supporters in
Political Popularity Communication

ภัทรธีรา แพครบุรี^{1,*}, วิทยาธร ท่อแก้ว² และ กมลรัฐ อินทรทัศน์³

Patteera Phaekhonburee^{1,*}, Wittayatorn Tokeaw² and Kamolrat Intaratat²

¹คณะวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา

^{2,3}สาขาวิชานิตศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช นนทบุรี

¹Faculty of Sciences and Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Isan, Nakhon Ratchasima

²School of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University, Nonthaburi

*Corresponding author's e-mail: patteerapat28@gmail.com

บทคัดย่อ

กลยุทธ์การสร้างและหล่อหลอมความเป็นเครือข่ายเดียวกันของผู้สนับสนุนในการสื่อสารเพื่อการสร้างคานิยมทางการเมืองมีความสำคัญต่อการปรับปรุงองค์กรเครือข่ายผู้สนับสนุนในฐานะนักสื่อสารทางการเมือง (Political Communicator) ให้มีเอกภาพ (Unity) ทั้งในเชิงสัมพันธ์ภาพ (Relationship) ของเครือข่ายผู้สนับสนุนด้วยกันเอง และทิศทางในการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพของเครือข่ายผู้สนับสนุนในการสื่อสารเพื่อการสร้างคานิยมทางการเมืองให้กับนักการเมือง กลุ่มการเมือง หรือพรรคการเมือง โดยการสร้างและหล่อหลอมความเป็นเป็นทีมเดียวกันของเครือข่ายผู้สนับสนุนในการสื่อสารเพื่อการสร้างคานิยมทางการเมืองมีเป้าหมายสำคัญคือ การสร้างความสามัคคีความกลมเกลียว ความแน่นแฟ้น ความปรองดอง และความพร้อมเพรียงกันของเครือข่ายผู้สนับสนุนให้เกิดความเชื่อมั่นในการขับเคลื่อนภารกิจของเครือข่ายในการดำเนินกิจกรรมทางการเมืองต่าง ๆ ให้ประสบผลสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างคานิยมทางการเมืองจากประชาชนให้เกิดกับบุคคลและองค์กรทางการเมืองของตนเอง โดยบทความนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อนำเสนอวิธีการที่มีประสิทธิภาพในการสร้างและหล่อหลอมความเป็นเครือข่ายเดียวกันของผู้สนับสนุนในการสื่อสาร เพื่อการสร้างคานิยมทางการเมืองให้กับนักการเมือง กลุ่มการเมือง หรือพรรคการเมือง ในเรื่องกำหนัดบทบาทของเครือข่ายผู้สนับสนุนเทคนิคการสร้างและหล่อหลอมความเป็นเครือข่ายเดียวกัน และกิจกรรมการสร้างและหล่อหลอมความเป็นเครือข่ายเดียวกันที่มีความสัมพันธ์ไปสู่ความสำเร็จความเป็นเครือข่ายเดียวกัน ซึ่งจะเป็แนวทางสำหรับการประยุกต์ใช้การสร้างและหล่อหลอมความเป็นเครือข่ายเดียวกันของผู้สนับสนุนในการสื่อสารเพื่อการสร้างคานิยมทางการเมืองสำหรับแกนนำเครือข่าย ผู้จัดการเครือข่าย ผู้นำเครือข่าย ตลอดจนนักการเมืองที่ต้องการสร้างหล่อหลอมความเป็นเครือข่ายเดียวกันของผู้สนับสนุนทางการเมืองให้เกิดความเข้มแข็ง ทั้งในเชิงสัมพันธ์ภาพของ

เครือข่ายสมาชิกด้วยกันเอง และการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ตลอดจนการทำงานที่มีทิศทางเดียวกัน ไปสู่จุดมุ่งหมายที่กำหนด

คำสำคัญ: กลยุทธ์การสื่อสาร, การสร้างและหล่อหลอมความเป็นเครือข่ายเดียวกัน, เครือข่ายผู้สนับสนุนทาง การเมือง, ความนิยมทางการเมือง, การสื่อสารการเมือง

ABSTRACT

The strategy of building and shaping the same network of supporters in communicating to create political popularity is important for improving the organization of the supporter network as a political communicator to have unity in terms of relationship of the supporter network and the direction of the effective operation of the supporter network in communicating to create political popularity for politicians, political groups or political parties. By building and shaping the same team of the supporter network in communicating to create political popularity, the main goal is to create unity, harmony, tightness, harmony and readiness of the supporter network to create confidence in driving the mission of the network in carrying out various political activities to be successful, especially in creating political popularity from the people for individuals and their own political organizations. This article aims to present an effective method of building and shaping the same network of supporters in communicating to create political popularity for politicians, political groups or political parties in terms of defining the role of the supporter network, techniques for building and shaping the same network, and activities for building and shaping the same network that are related to the success of the same network, which will be a guideline for applying the building and shaping of the same network of supporters in communicating to create political popularity for network leaders, network managers. Network leaders and politicians who want to create and strengthen a single network of political supporters, both in terms of network member relationships and more efficient operations, as well as working in the same direction towards the set goals.

Keywords: Communication strategies, Building and shaping of coalitions, Political support networks, Political popularity, Political communication

บทนำ

สถานการณ์แข่งขันทางการเมืองเพื่อให้ได้คะแนนนิยมของนักการเมือง กลุ่มการเมือง หรือพรรคการเมือง ในปัจจุบันต้องแข่งขันสูงด้วยปัจจัยของฐานคะแนนนิยมจากเดิมฐาน คะแนนนิยมจากอำนาจใหม่

ตลอดจนฐานคะแนนใหม่ที่ต้องช่วงชิงคะแนนนิยมนั้น ทำให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการสื่อสารทางการเมืองเพื่อการสร้างความนิยมทางการเมือง จำเป็นต้องแสวงหาและสร้างกลยุทธ์ใหม่ ๆ ที่สามารถสร้างกระแสให้ประชาชนได้รับรู้ สนใจ ติดตาม หรือเกิดความนิยมชมชอบในตัวนักการเมือง กลุ่มการเมือง หรือพรรคการเมืองในสังกัดของตนเอง ดังที่ วิทยากร ท่อแก้ว กล่าวว่า ผู้นำทางการเมืองหรือเครือข่ายที่เกี่ยวข้องในทางการเมืองนอกจากทำงานการเมืองและแข่งขันในสนามการเมืองเพื่อให้ได้มาซึ่งชัยชนะจากการเลือกตั้งแล้ว ผู้นำยุคใหม่ ผู้นำในโลกดิจิทัลต้องมีวิสัยทัศน์ มีแนวคิด และต้องมีกิจกรรมและการสร้างความเข้าใจกับกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่องตลอดเวลาผ่านกระบวนการสื่อสารทุกรูปแบบเพื่อให้มีประสิทธิภาพบรรลุผลตามที่ต้องการ (วิทยากร ท่อแก้ว, 2562)

การสื่อสารทางการเมืองกับประชาชนจึงเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างความนิยมทางการเมืองให้เกิดขึ้นกับนักการเมือง กลุ่มการเมือง หรือพรรคการเมือง ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อสารทางการเมืองโดยใช้สื่อดั้งเดิม (Traditional Media) หรือสื่อใหม่ (New Media) แล้ว คงปฏิเสธไม่ได้ว่าการใช้สื่อบุคคล (Personal Media) มีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าสื่อต่าง ๆ เนื่องจากจุดเด่นของสื่อบุคคลคือ มีความใกล้ชิด และสามารถเข้าถึงอารมณ์และความรู้สึกของประชาชนเป้าหมายได้อย่างลึกซึ้งมากกว่า ซึ่งจากการศึกษาวิจัยของ วิทยากร ท่อแก้ว เรื่องแนวทางการสื่อสารในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ปี 2568 พบว่า สื่อดั้งเดิมในลักษณะของสื่อบุคคลยังคงมีบทบาทสำคัญในการช่วยกระจายข้อมูล ไม่ว่าจะเป็นการปราศรัยในพื้นที่ การเคาะประตูพบปะประชาชนและทีมห้วคะแนนจะช่วยกระจายข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ (วิทยากร ท่อแก้ว, 2568) โดยเฉพาะสื่อบุคคลที่เป็นเครือข่ายผู้สนับสนุนในฐานะนักสื่อสารทางการเมือง (Political Communicator) สามารถปรับเปลี่ยนวิธีการสื่อสารกับประชาชนได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ตลอดจนสอดคล้องกับวิถีชีวิตหรือพฤติกรรมของประชาชน สอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ วิทยากร ท่อแก้ว ในเรื่องแนวทางการพัฒนาทักษะการสื่อสารของห้วคะแนนเพื่อการหาเสียงเลือกตั้งท้องถิ่น พบว่า ในด้านวิธีการนำเสนอที่ห้วคะแนนควรถ่ายทอดข้อมูลโดยใช้วิธีการที่หลากหลาย ทั้งการพูดคุยปัญหาในท้องถิ่น การจัดกิจกรรมพบปะประชาชน การเยี่ยมเยียนประชาชนตามบ้าน หรือการปราศรัย เพื่อให้เข้าถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมาย (วิทยากร ท่อแก้ว, 2568) ดังนั้นในการสื่อสารทางการเมืองนั้น นักการเมือง กลุ่มการเมือง หรือพรรคการเมือง ตลอดจน ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการสื่อสารทางการเมือง จึงพยายามสร้างฐานคะแนนความนิยมให้เกิดขึ้นโดยใช้สื่อบุคคลในรูปแบบของเครือข่ายผู้สนับสนุนทางการเมือง ที่เป็นบุคคลที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ในชุมชนเพื่อเป็นกระบอกเสียงหรือฐานเสียงให้กับตนเองในการสื่อสารทางการเมืองกับประชาชน ทั้งในเรื่องอุดมการณ์ทางการเมือง นโยบายทางการเมือง ผลงานทางการเมือง ตลอดจนภาพลักษณ์นักการเมือง หรือภาพลักษณ์ของกลุ่มการเมืองหรือพรรคการเมือง ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญต่อการสร้างความนิยมทางการเมือง

อย่างไรก็ดี ถึงแม้บทบาทของเครือข่ายผู้สนับสนุนทางการเมืองในฐานะสื่อบุคคลจะมีความสำคัญต่อความสำเร็จในการสื่อสารเพื่อการสร้างความนิยมทางการเมืองให้กับนักการเมือง กลุ่มการเมือง หรือพรรคการเมืองก็ตาม แต่การให้ความสำคัญต่อการสร้างและหล่อหลอมความเป็นเครือข่ายเดียวกันของผู้สนับสนุนทางการเมืองจะเป็นสิ่งที่มองข้ามหรือละเลยไม่ได้ เนื่องจากการสร้างและหล่อหลอมความเป็นเครือข่ายเดียวกันของ

ผู้สนับสนุนเป็นการสร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายผู้สนับสนุนในการปฏิบัติงานด้านการสื่อสาร เพื่อเป็นพลังผลักดันความสำเร็จในการสื่อสารทางการเมืองให้เกิดคะแนนความนิยมทางการเมืองจากประชาชน ดังที่ วิทยธร ท่อแก้ว ได้ชี้ให้เห็นถึงแนวคิดสำคัญเกี่ยวกับกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมของผู้บริหารทางการเมืองท้องถิ่นว่า มีองค์ประกอบด้านการสร้างเครือข่าย ประกอบด้วยกระบวนการติดต่อสื่อสารในการสร้างเครือข่ายหรือกลุ่มต่าง ๆ ด้วยเทคนิคในการสร้างความเข้าใจร่วมกันกับเครือข่ายกลุ่มต่าง ๆ การสร้างให้ประชาชนมีความชื่นชอบซึ่งประกอบไปด้วย องค์ประกอบด้านการสร้างความสัมพันธ์ ได้แก่ กระบวนการติดต่อสื่อสารในการสร้างความสัมพันธ์กับประชาชน และเทคนิคในการรักษาความสัมพันธ์ภาพกับสมาชิกเครือข่าย องค์ประกอบด้านการสร้างกิจกรรม ได้แก่ กระบวนการติดต่อสื่อสารในการสร้างกิจกรรมกับประชาชน และเทคนิคในการจัดกิจกรรมที่ทำให้ประชาชนมีส่วนร่วม และ องค์ประกอบด้านการรับรู้ ได้แก่ กระบวนการติดต่อสื่อสารในการสร้างการรับรู้กับประชาชน และเทคนิคในการสร้างการรับรู้กับประชาชน (วิทยธร ท่อแก้ว, 2563: 11-5) ทั้งนี้จากการศึกษาวิจัยของ สิงห์ สิงห์ขจร ในเรื่องการสื่อสารเพื่อการสร้างความนิยมของผู้บริหารทางการเมืองท้องถิ่น พบว่า กลยุทธ์ในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองประกอบไปด้วย 1) การสร้างเครือข่ายมีการลงพื้นที่พบปะพูดคุยกับกลุ่มเครือข่ายต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องให้รู้สึกใกล้ชิด 2) การสร้างความสัมพันธ์โดยเน้นการเป็นพี่เป็นน้องและเป็นคนบ้านเดียวกันต้องดูแลซึ่งกันและกัน 3) การสร้างกิจกรรมในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง เน้นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมของชุมชน และ 4) การสร้างการรับรู้เกี่ยวกับผลงานอย่างต่อเนื่อง (สิงห์ สิงห์ขจร, 2560) และตามที่ กานต์รวี กรดมาก ได้ศึกษาการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลเขานินพันธ์ อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดสกลนคร พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองประกอบไปด้วย 1) กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายภาคประชาชนผู้รับสารโดยใช้วิธีการสร้างความสัมพันธ์และการจูงใจให้ร่วมเป็นเครือข่าย โดยชี้ให้เห็นถึงผลประโยชน์ร่วมกัน ตลอดจนการเข้าถึงง่าย และสามารถพึ่งพาได้ 2) กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ของทีมงานปฏิบัติงาน โดยการประสานงานกันในทีมงานเดียวกันที่มีความเป็นเอกภาพ 3) กลยุทธ์การสื่อสารด้วยการสร้างกิจกรรมที่สอดคล้องกับความสนใจหรือวิถีชีวิตของประชาชน และ 4) กลยุทธ์การสื่อสารในการสร้างการรับรู้ของประชาชนในพื้นที่ผ่านช่องทางสื่อสารต่าง ๆ (กานต์รวี กรดมาก, 2563) จึงเป็นเครื่องยืนยันได้ว่ากลยุทธ์การสร้างและหล่อหลอมความเป็นเครือข่ายเดียวกันของผู้สนับสนุนในฐานะนักสื่อสารทางการเมือง มีความสำคัญต่อการสร้างความนิยมทางการเมืองให้กับนักการเมือง กลุ่มการเมืองหรือพรรคการเมือง และเป้าหมายสำคัญของการสร้างและหล่อหลอมความเป็นเครือข่ายเดียวกันของผู้สนับสนุนในการสื่อสารเพื่อการสร้างความนิยมทางการเมือง นอกจากจะช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งในการปฏิบัติงานด้านการสื่อสารแล้วยังช่วยให้ทีมงานเดียวกันของเครือข่ายผู้สนับสนุน มีสัมพันธภาพที่ดีต่อกัน และเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันในการขับเคลื่อนการสื่อสารเพื่อการสร้างความนิยมทางการเมืองต่อไป และยังช่วยทำให้ผู้สนับสนุนเครือข่ายทางการเมืองสามารถทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนไม่เพียงแต่เป็นผลจากการดำเนินการที่เหมาะสมในการสร้างความร่วมมือเท่านั้น แต่ยังเป็นผลจากการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและการสนับสนุนซึ่งกันและกันในระยะยาว (Gratton, L. & Erickson, T. J., 2024)

เอกภาพ (Unity) : เป้าหมายของการสร้างและหล่อหลอมความเป็นเครือข่ายเดียวกัน

การหล่อหลอมความเป็นเครือข่ายเดียวกันของผู้สนับสนุนในฐานะนักสื่อสารทางการเมือง (Political Communicator) คือ การสื่อสารเพื่อให้กลุ่มบุคคลเป้าหมายที่มีความรู้ ความคิดเห็น ทักษะ หรือจิตใจ ตลอดจนพฤติกรรมที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน มีลักษณะแบบเดียวกัน หรือปราศจากความแตกต่างกันในกลุ่มบุคคลเดียวกัน เพื่อให้กลุ่มบุคคลแสดงออกซึ่งความรู้ ความคิดเห็น ทักษะ หรือพฤติกรรมตามที่จุดประสงค์ หรือรูปแบบที่กำหนดไว้ โดยพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ได้ให้ความหมายของคำว่า หล่อหลอม หมายถึง การอบรมบ่มนิสัยให้จิตใจโน้มแน่วไปในทางใดทางหนึ่ง (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554) และในทางเดียวกันสำหรับการหล่อหลอมความเป็นเครือข่ายเดียวกันของผู้สนับสนุนในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง มีความจำเป็นต่อความสำเร็จในการสร้างความนิยมทางการเมืองให้กับนักการเมือง กลุ่มการเมือง หรือพรรคการเมืองของเครือข่ายผู้สนับสนุน ที่มีบทบาทหน้าที่ในการสื่อสารกับประชาชนเพื่อให้เกิดความนิยมชมชอบ ความไว้วางใจ ความศรัทธา และร่วมกันสนับสนุนการดำเนินงานทางการเมืองในรูปแบบต่าง ๆ รวมถึงการลงคะแนนเสียงให้ได้รับการเลือกตั้งในเวทีการเลือกตั้ง ดังที่ วิทยาธร ท่อแก้ว ได้กล่าวถึงทฤษฎีเครือข่ายไว้ว่าเป็นทฤษฎีสื่อสารในระดับองค์การ เป็นการศึกษาในรูปแบบอันตรกิริยาที่เห็นว่าใครสื่อสารกับใคร แต่บางครั้งอาจไม่ได้อยู่ในรูปแบบอันตรกิริยาอย่างง่าย ๆ ในแบบนั้น เพราะไม่สามารถเห็นการสื่อสาร ซึ่งหน้าแต่รับรู้ได้ว่าการสื่อสาร โดยเฉพาะการสื่อสารที่สมาชิกติดต่อกันอย่างทั่วหน้าแม้ไม่ใช่ต่อหน้าเรา กลุ่ม (Cluster) ของการสื่อสารแบบนี้แสดงให้เห็นความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันเหมือนตาข่าย การสร้างพลังของเครือข่ายจำเป็นต้องใช้เครือข่ายเป็นเครื่องมือสร้างมิตรภาพ ข้อมูลข่าวสาร การผลิตและนวัตกรรมในการเชื่อมโยง เพื่อสร้างความรู้สึกร่วมกัน โดยสร้างปทัสถานและพฤติกรรมร่วมกัน ซึ่งเป็นที่มาของอำนาจ หน้าที่ของเครือข่ายที่ทำให้เครือข่ายทรงพลังและประสบผลสำเร็จ (วิทยาธร ท่อแก้ว, 2563: 5-14) ซึ่งการให้ความสำคัญกับการสร้างและหล่อหลอมความเป็นเครือข่ายเดียวกันของผู้สนับสนุนจะเป็นพลังในการสร้างทีมหรือกลุ่มบุคคลให้เกิดความเข้มแข็ง สามัคคี ประองดองพร้อมเพรียง และร่วมมือร่วมใจกันในการทำงานด้านการสื่อสารกับประชาชนไปสู่เป้าหมาย

ดังนั้นเป้าหมายการสร้างและหล่อหลอมความเป็นเครือข่ายเดียวกันของผู้สนับสนุนในฐานะนักสื่อสารทางการเมือง (Political Communicator) ในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองจึงเป็นหัวใจสำคัญของการสร้างเครือข่ายผู้สนับสนุนให้มีความสามัคคี กลมเกลียว แน่นแฟ้น พร้อมเพรียง และประองดองกัน เพื่อร่วมมือร่วมใจในการขับเคลื่อนภารกิจในการสื่อสารของเครือข่ายให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

บทบาทผู้สนับสนุน : ความเข้มแข็งในฐานะนักสื่อสารทางการเมือง

บทบาทของผู้สนับสนุนในการหล่อหลอมเครือข่ายทางการเมืองมีความสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างความสำเร็จให้กับการสื่อสารและการดำเนินกิจกรรมทางการเมือง โดยเฉพาะในระดับท้องถิ่นและระดับชุมชน เพราะเครือข่ายผู้สนับสนุนในฐานะนักสื่อสารทางการเมือง (Political Communicator) สามารถช่วยส่งเสริมการเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มต่าง ๆ และทำให้เกิดความร่วมมือและการสนับสนุนที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งการสร้างและหล่อหลอมเครือข่ายทางการเมืองผ่านผู้สนับสนุนช่วยให้เกิดความร่วมมือที่ยั่งยืน และทำให้กลุ่มต่าง ๆ ในสังคมมี

ทิศทางเดียวกันในการดำเนินการทางการเมือง ดังนั้นความสำเร็จของเครือข่ายจึงไม่ได้มาจากการกระทำของผู้นำเพียงอย่างเดียว แต่ยังขึ้นอยู่กับบทบาท ของเครือข่ายผู้สนับสนุนในการทำให้เครือข่ายนี้เข้มแข็งและประสบผลสำเร็จ ทั้งนี้ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับเครือข่ายผู้ปฏิบัติงาน การเพิ่มภาพลักษณ์และชื่อเสียง การสร้างความมั่นใจให้กับพันธมิตรในการปฏิบัติงานร่วม และการเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารและการดำเนินงานขององค์กร (Luoma-Aho, V. & Badham, M., 2023) ช่วยให้เครือข่ายผู้สนับสนุนทางการเมืองสามารถตอบสนองต่อความต้องการและความเป็นไปได้ของประชาชนเป้าหมาย ซึ่งกลยุทธ์การสร้างและหล่อหลอมความเป็นเครือข่ายเดียวกันของผู้สนับสนุนในการสื่อสารเพื่อการสร้างความนิยมทางการเมืองให้กับนักการเมือง กลุ่มการเมือง หรือพรรคการเมืองนั้น มีองค์ประกอบสำคัญในการกำหนดบทบาทของเครือข่ายผู้สนับสนุน 8 ประการ ดังต่อไปนี้

1. การรับรู้ (Perception) คือ การแสดงออกของเครือข่ายผู้สนับสนุนในการเปิดรับข้อมูล ข่าวสาร และความคิดเห็นที่หลากหลายตรงตามจุดมุ่งหมาย และเป็นประโยชน์ต่อตนเองและต่อเครือข่ายร่วมกัน ทั้งการรับรู้จากเครือข่ายผู้สนับสนุนด้วยกันเองและการรับรู้ผ่านสื่อต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับพฤติกรรม หรือวิถีชีวิตของเครือข่ายในชีวิตประจำวันและตามกระแสสังคม การแสดงออกซึ่งการรับรู้ข้อมูล ข้อเท็จจริง ข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนความรู้ หรือความคิดเห็นที่ทำให้เครือข่ายผู้สนับสนุนมีมุมมองต่อโลกทัศน์ (World View)

2. การเรียนรู้ (Learning) คือ การแสดงออกของเครือข่ายผู้สนับสนุนแสดงถึงความสนใจ กระตือรือร้น ความสนใจใฝ่รู้ในสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัวและเกี่ยวข้องกับเครือข่าย ซึ่งส่งผลต่อความรู้ ความคิดเห็น ทักษะ และประสบการณ์ต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเครือข่ายในด้านต่าง ๆ และการดำเนินงานตามภารกิจของเครือข่ายที่กำหนดไว้

3. การเปิดใจ (Open Mind) คือ การแสดงออกของเครือข่ายผู้สนับสนุนที่จำเป็นต้องพยายามเปิดเผยตนเอง (Self-Disclosure) ความเป็นตัวตนของกันและกัน ในสิ่งที่จำเป็นและเป็นประโยชน์ร่วมกัน ของเครือข่ายผู้สนับสนุนด้วยกันเอง เพื่อให้เกิดความไว้วางใจ (Trust) ของเครือข่ายผู้สนับสนุนด้วยกัน อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมให้เครือข่ายผู้สนับสนุนได้รับรู้และเรียนรู้ความรู้สึกลึกซึ้ง นิสัยใจคอ หรือพฤติกรรมที่มีต่อกันได้โดยไม่รู้สึกลูกถูกปิดบัง หรือซ่อนเร้น ซึ่งจะช่วยให้เครือข่ายผู้สนับสนุนได้รู้สึกถึงการเปิดเผย ความสบายใจ ความปลอดภัย และความจริงใจที่มีต่อกันในการอยู่ร่วมกัน ซึ่งจะส่งผลต่อความสัมพันธ์หรือสัมพันธ์ภาพที่ดีระหว่างเครือข่ายผู้สนับสนุน

4. การสื่อสาร (Communication) คือ การแสดงออกของเครือข่ายผู้สนับสนุนในการสื่อสารระหว่าง การถึงข้อมูล ข้อมูลข่าวสาร ข้อเท็จจริง ความคิดเห็น ทักษะ หรือประสบการณ์ต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อภารกิจ การดำเนินงานตามจุดมุ่งหมายของเครือข่าย ตลอดจนการสื่อสารยังช่วยส่งเสริมการรับรู้ ความเข้าใจ และสัมพันธภาพที่ดีระหว่างกัน ทั้งนี้การสื่อสารที่จำเป็นต่อการสร้างและหล่อหลอมความเป็นเครือข่ายเดียวกัน ได้แก่ การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ซึ่งเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลสองคน (Two-person) ที่มีปฏิสัมพันธ์กันในลักษณะใกล้ชิดและเห็นหน้าเห็นตากันระหว่างเครือข่ายผู้สนับสนุน (Face to Face Communication) และการสื่อสารกลุ่ม (Group Communication) ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารกลุ่มเล็ก (Small Group Communication) และการสื่อสารกลุ่มใหญ่ (Large Group Communication) ซึ่งเป็นการสื่อสารกับ

บุคคลเป้าหมายตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป อาทิ การสนทนากลุ่ม การอภิปราย การประชุมเครือข่าย การอบรม หรือ การสัมมนาของเครือข่ายร่วมกันทั้งในรูปแบบสถานการณ์การสื่อสาร แบบการสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Communication) และการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication)

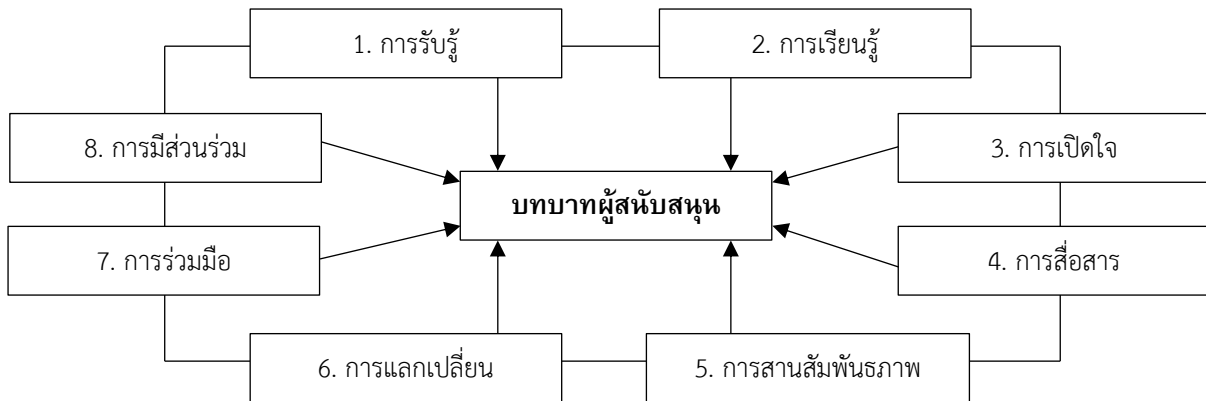
5. การสานสัมพันธ์ภาพ (Relationship) คือ การแสดงออกของเครือข่ายผู้สนับสนุนในการแสดงออกซึ่งเจตนาในการสร้างและสานความสัมพันธ์และความผูกพันระหว่างเครือข่ายด้วยตนเอง ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ทางสังคมของเครือข่ายผู้สนับสนุนที่มีความสัมพันธ์ต่อการหล่อหลอมความเป็นเครือข่ายเดียวกันของผู้สนับสนุนในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง ด้วยการแสดงความใกล้ชิดเอาใจใส่ (Empathy) ที่ความเห็นอกเห็นใจ (Sympathy) กันในบางเรื่อง การยอมรับซึ่งกันและกัน และการให้ความเคารพและให้เกียรติซึ่งกันและกัน (Respect) ทั้งนี้การสานสัมพันธ์ภาพ (Relationship) ยังเป็นการยึดโยงและเชื่อมโยง (Link) ความเป็นเครือข่ายของผู้สนับสนุนเข้าด้วยกัน

6. การแลกเปลี่ยน (Exchange) คือ การแสดงออกของเครือข่ายผู้สนับสนุนในการแลกเปลี่ยนสิ่งต่าง ๆ ระหว่างกันของเครือข่ายผู้สนับสนุนในบริบท (Context) ของการแลกเปลี่ยนทางสังคม (Social Exchange) เพื่อให้เกิดผลประโยชน์ในด้านความสัมพันธ์ของเครือข่ายผู้สนับสนุนที่เกี่ยวข้องกัน ทั้งในด้านความเข้าใจ ความรู้สึก ความเชื่อใจ และความพึงพอใจที่มีต่อกันของเครือข่ายผู้สนับสนุนด้วยตนเอง โดยมุ่งเน้นการแลกเปลี่ยน (Exchange) และแบ่งปัน (Share) ข้อมูล ข้อเท็จจริง ความคิดเห็น ทักษะ ประสบการณ์ หรือทรัพยากรร่วมกันในการดำเนินภารกิจให้บรรลุจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้ ซึ่งการแลกเปลี่ยนจะทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ในด้านความใกล้ชิด การมีส่วนร่วม และความผูกพันของเครือข่ายผู้สนับสนุน

7. การร่วมมือ (Collaboration) คือ การแสดงออกของเครือข่ายผู้สนับสนุนในการให้ความร่วมมือในการแสดงความคิดเห็นและลงมือทำกิจกรรมร่วมกัน เพื่อส่งเสริมให้เครือข่ายผู้สนับสนุนได้เรียนรู้ในการทำงานเป็นทีมหรือเป็นกลุ่ม ตลอดจนได้พัฒนาทักษะทางสังคมให้เกิดการหล่อหลอมพฤติกรรมไปพร้อมกัน ซึ่งการร่วมมือ (Collaboration) เป็นปัจจัยสำคัญในการประสานพลังเครือข่าย (Synergy) ให้การดำเนินภารกิจไปสู่จุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้

8. การมีส่วนร่วม (Participation) คือ การแสดงออกของเครือข่ายผู้สนับสนุนในการมีส่วนร่วมกิจกรรมเหตุการณ์ หรือสถานการณ์ ที่เครือข่ายต้องเผชิญหรือกำหนดขึ้น ซึ่งเครือข่ายผู้สนับสนุนจำเป็นต้องร่วมคิด ร่วมวิเคราะห์ ร่วมวางแผน ร่วมดำเนินการ และร่วมติดตามและประเมินผล ตลอดจนร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่าง ๆ ในฐานะส่วนหนึ่งของเครือข่าย (Network) ซึ่งการมีส่วนร่วม (Participation) เป็นบทบาทสำคัญ (Involve) ในการหล่อหลอมความเป็นทีมเดียวกันของเครือข่ายผู้สนับสนุน

โดยผู้เขียนสามารถสรุปองค์ประกอบสำคัญในการกำหนดบทบาทของเครือข่ายผู้สนับสนุนเป็นแผนภาพ ได้ดังนี้



ภาพที่ 1 องค์ประกอบสำคัญในการกำหนดบทบาทของเครือข่ายผู้สนับสนุน

การสื่อสารและปฏิสัมพันธ์ : เทคนิคการสร้างและหล่อหลอมความเป็นเครือข่ายเดียวกัน

การสร้างและหล่อหลอมความเป็นเครือข่ายเดียวกันนั้น มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของเครือข่ายผู้สนับสนุนในฐานะนักสื่อสารทางการเมือง (Political Communicator) ที่มีการร่วมคิดร่วมทำ และร่วมอุดมการณ์เดียวกัน (ภัทรธีรา แพครบุรี และคณะ, 2568) โดยวิธีการเฉพาะหรือเทคนิคในการสื่อสารและสร้างปฏิสัมพันธ์ในการสร้างและหล่อหลอมความเป็นเครือข่ายเดียวกัน ของผู้สนับสนุนในการสื่อสารเพื่อการสร้างค่านิยมทางการเมืองให้กับนักการเมือง กลุ่มการเมือง และพรรคการเมือง ถือเป็นหัวใจสำคัญของการขับเคลื่อนสัมพันธภาพที่ดีระหว่างเครือข่ายผู้สนับสนุนด้วยกันเองและประชาชนเป้าหมาย ซึ่งประกอบไปด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ การสร้างความรู้จัก การสร้างความคุ้นเคย การสร้างความสนิทสนม และการสานผลประโยชน์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การสร้างความรู้จัก

การสร้างและหล่อหลอมความเป็นเครือข่ายเดียวกันของผู้สนับสนุนในการสื่อสารเพื่อการสร้างค่านิยมทางการเมืองนั้น ขั้นตอนแรกสู่ความสำเร็จในการสร้างและหล่อหลอมความเป็นเครือข่ายเดียวกันให้มีเอกภาพหรือความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน (Unity) ของเครือข่ายนั้นถือเป็นการประสานพลัง (Synergy) เพื่อการขับเคลื่อนไปสู่จุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้ ซึ่งการสร้างความรู้จักเป็นการยึดโยง (Link) เครือข่ายผู้สนับสนุนเข้าหากัน โดยการแสดงท่าทีที่เป็นมิตร (Being Friendly) ถือเป็นการเปิดประตูสู่การสร้างความสัมพันธ์ของเครือข่ายผู้สนับสนุนกันเอง ด้วยการสื่อสารและปฏิสัมพันธ์ทางสังคมที่เปิดเผยตัวตนของกันและกันในขอบเขตที่เหมาะสม เพื่อให้เกิดผลลัพธ์สุดท้ายคือความประทับใจ (Impression) ที่มีต่อกันและกัน ทั้งนี้การทำความรู้จักกันของเครือข่ายผู้สนับสนุนจำเป็นต้องมีการสื่อสารและปฏิสัมพันธ์ (Communication and Interaction) อย่างเหมาะสมและถูกกาลเทศะ ทั้งวัจนภาษา (Verbal Language) และอวัจนภาษา (Non-Verbal Language) ที่ปรากฏต่อกันและกัน ในเหตุการณ์ (Event) และสถานการณ์ (Situation) ที่เหมาะสม อาทิ การแนะนำตนเอง การแลกเปลี่ยนทัศนคติและมุมมองที่มีต่อกัน การเปิดโอกาสและยอมรับความแตกต่างของกันและกัน การแสดงความเห็นใจเข้าใจ และพร้อมสนับสนุนหรือแก้ไขปัญหาาร่วมกัน เป็นต้น

2. การสร้างความคุ้นเคย

การสร้างความคุ้นเคยเป็นบันไดขั้นที่สองของการสร้างสัมพันธ์ภาพระหว่างเครือข่ายผู้สนับสนุนในการสร้างและหล่อหลอมความเป็นเครือข่ายเดียวกันให้เป็นไปในลักษณะของการสร้างความใกล้ชิด (Closely) ของเครือข่ายผู้สนับสนุนด้วยกันเพื่อการกระชับความสัมพันธ์ที่มีต่อกัน (Strengthen Relationships) ด้วยการสื่อสารและปฏิสัมพันธ์ (Communication and Interaction) อย่างต่อเนื่อง (Continuously) และสม่ำเสมอ (Always) อาทิ การพูดคุย สนทนา อภิปราย แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์ร่วมกัน และทำกิจกรรมร่วมกัน ทั้งแบบกิจกรรมเป็นทางการ (Formal Activity) และกิจกรรมไม่เป็นทางการ (Informal Activity)

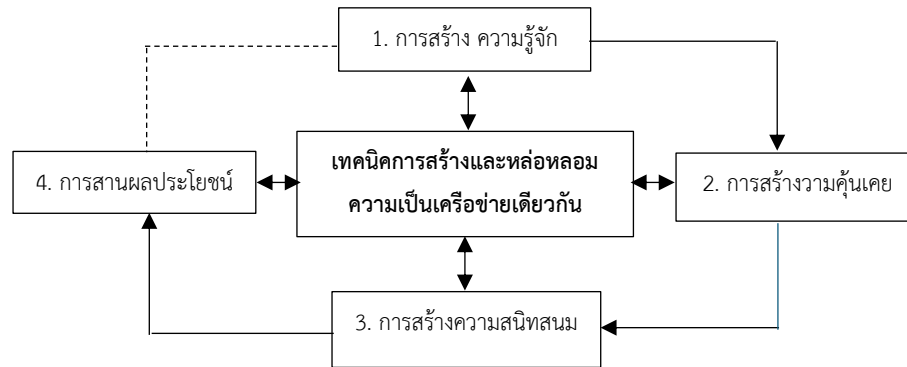
3. การสร้างความสนิทสนม

การสร้างความสนิทสนมเป็นบันไดขั้นที่สามของการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างเครือข่ายผู้สนับสนุนในการหล่อหลอมความเป็นเครือข่ายเดียวกัน เพื่อให้เกิดความไว้วางใจกัน (Trust) ความผูกพัน (Binding) ซึ่งกันและกันของเครือข่ายผู้สนับสนุน ด้วยความสนิทสนม (Intimate) ซึ่งแสดงถึงความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้น กลมเกลียว และเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของการหล่อหลอมความเป็นเครือข่ายเดียวกัน โดยสามารถแสดงออกหรือแสดงถึงพฤติกรรมที่มีความร่วมมือร่วมใจ (Collaboration) ในเรื่องต่าง ๆ ซึ่งความสนิทสนมสามารถสร้างได้จากการแสดงออกถึงความยอมรับนับถือส่วนรวม การเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ การเกื้อกูลซึ่งกันและกัน การเสียสละและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ตลอดจนการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือให้คำปรึกษาแนะนำระหว่างกัน ผ่านการสื่อสารและปฏิสัมพันธ์ (Communication and Interaction) ในกิจกรรมต่าง ๆ

4. การสานผลประโยชน์

การสานผลประโยชน์ร่วมกันของเครือข่ายผู้สนับสนุนในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยามทางการเมือง ถือเป็นบันไดขั้นสุดท้ายของการสร้างและหล่อหลอมความเป็นเครือข่ายเดียวกัน ด้วยการสานผลประโยชน์สำหรับเครือข่ายผู้สนับสนุนทุกคนให้เท่าเทียมกัน เพื่อให้เกิดความเสมอภาค (Equality) ซึ่งเป็นสิ่งสะท้อนความเป็นธรรม (Justice) ที่เครือข่ายทุกคนควรได้รับ ด้วยมาตรการให้เครือข่ายผู้สนับสนุนได้ช่วยเหลือซึ่งกันและกันพึ่งพาอาศัยกัน ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่กัน และจัดสรรแบ่งปันซึ่งกันและกัน ซึ่งจะทำให้เครือข่ายผู้สนับสนุนทุกคนมีความรู้สึกถึงความเท่าเทียม ความเสมอภาค และความเป็นเครือข่ายเดียวกัน ตลอดจนป้องกันการเหลื่อมล้ำกันจนเป็นประเด็นปัญหาไปสู่ความขัดแย้ง หรือการแตกสามัคคีกันในเครือข่ายผู้สนับสนุน

โดยผู้เขียนสามารถสรุปความสัมพันธ์เทคนิคการสร้างและหล่อหลอมความเป็นเครือข่ายเดียวกันเป็นแผนภาพ ได้ดังนี้



ภาพที่ 2 เทคนิคการสร้างและหล่อหลอมความเป็นเครือข่ายเดียวกัน

กิจกรรมการสื่อสาร : การขับเคลื่อนสู่ความเป็นเครือข่ายเดียวกัน

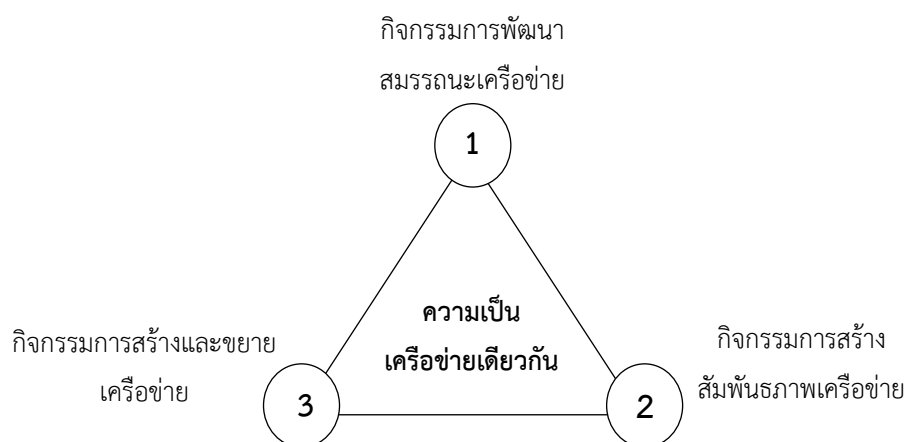
กิจกรรมการสร้างและหล่อหลอมความเป็นเครือข่ายเดียวกันของผู้สนับสนุนในฐานะนักสื่อสารทางการเมือง (Political Communicator) ในการสื่อสารเพื่อสร้างคามนิยมทางการเมือง เปรียบเสมือนกลไกในการขับเคลื่อนความสัมพันธ์ของเครือข่ายผู้สนับสนุนให้เกิดการหล่อหลอมความเป็นทีมเดียวกันอย่างมีเอกภาพ (Unity) โดยมีกิจกรรมสม่ำเสมอและมากพอที่จะทำให้สมาชิกได้ทำงานร่วมกัน เพื่อเป็นการส่งเสริมให้เกิดสายสัมพันธ์ระหว่างเครือข่ายต่าง ๆ และมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันในระดับอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง (วัลลภ สุขสวัสดิ์, 2565) ซึ่งกิจกรรมการสร้างและหล่อหลอมความเป็นเครือข่ายเดียวกัน ประกอบไปด้วย 1) กิจกรรมการพัฒนาสมรรถนะเครือข่าย 2) กิจกรรมการสร้างสัมพันธ์ภาพเครือข่าย และ 3) กิจกรรมการสร้างและขยายเครือข่าย โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. กิจกรรมการพัฒนาสมรรถนะเครือข่าย คือ การกำหนดกิจกรรมการดำเนินงานเฉพาะสำหรับสมาชิกเครือข่ายผู้สนับสนุน โดยมีจุดมุ่งหมายหลักของกิจกรรมที่พัฒนาสมรรถนะของสมาชิกเครือข่ายผู้สนับสนุน ให้มีความรู้ ความสามารถ ทักษะ และประสบการณ์ในการปฏิบัติงานที่ส่งเสริมสนับสนุนและยกระดับการปฏิบัติงานตามภารกิจของเครือข่ายผู้สนับสนุนให้บรรลุจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้ ทั้งนี้ กิจกรรมการพัฒนาสมรรถนะของสมาชิกเครือข่ายผู้สนับสนุนจะเป็นตัวกำหนดทิศทางและมาตรฐานการทำงาน ตลอดจนหล่อหลอมพฤติกรรมปฏิบัติงานให้เป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน เกิดความเท่าเทียมกันในการปฏิบัติงาน ตลอดจนการส่งเสริมการทำงานเป็นทีมของเครือข่าย (Teamwork) โดยสมาชิกเครือข่ายผู้สนับสนุนจะเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของตนเองและเพื่อนสมาชิกเครือข่ายผู้สนับสนุนตามโครงสร้างขององค์กรเครือข่ายที่กำหนดไว้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น ซึ่งรูปแบบกิจกรรม การพัฒนาสมรรถนะเครือข่าย อาทิ การประชุมเชิงปฏิบัติการ การอบรม การเสวนา การสัมมนา หรือการทัศนศึกษาต่าง ๆ ทั้งนี้ สมรรถนะที่จำเป็นต่อสมาชิกเครือข่ายผู้สนับสนุน เช่น สมรรถนะการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ สมรรถนะการพูดในที่ชุมชน สมรรถนะการใช้สื่อเชิงนวัตกรรม และสมรรถนะการจัดรายการเสียงตามสาย เป็นต้น

2. กิจกรรมการสร้างสัมพันธ์ภาพเครือข่าย คือ การกำหนดหรือร่วมกิจกรรมการดำเนินงานต่าง ๆ สำหรับสมาชิกเครือข่ายผู้สนับสนุน โดยมีจุดมุ่งหมายหลักของกิจกรรมในการสร้างและสานสัมพันธ์ของสมาชิกเครือข่ายเข้าด้วยกัน เพื่อให้สมาชิกเครือข่ายผู้สนับสนุนได้มีสัมพันธ์ภาพที่ดีต่อกัน (Rapport) ทั้งนี้ กิจกรรมการสร้างสัมพันธ์ภาพสำหรับสมาชิกเครือข่ายผู้สนับสนุนจะเน้นการสื่อสาร (Communication) ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Interaction) การมีส่วนร่วม (Participation) และการร่วมมือกัน (Collaboration) ในกิจกรรมทางการ (Formal Activity) และกิจกรรมไม่เป็นทางการ (Informal Activity) ซึ่งสอดคล้องกับภารกิจหลักของเครือข่าย (Mission) อาทิ การปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่ของสมาชิกเครือข่าย การช่วยเหลือช่วยเหลือกัน ในการปฏิบัติงาน หรือการร่วมกิจกรรมของเครือข่ายผู้สนับสนุน และกิจกรรมที่สอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวข้องกับสมาชิกเครือข่ายผู้สนับสนุนด้วยกัน อาทิ การร่วมกิจกรรมทางสังคมที่เกี่ยวกับบุคคล ความเชื่อ ศาสนา จารีตประเพณี และวัฒนธรรม เป็นต้น ซึ่งการร่วมกิจกรรมดังกล่าวจะช่วยให้สมาชิกเครือข่ายผู้สนับสนุนด้วยกันเองได้แสดงท่าทีการกระทำ หรือพฤติกรรมที่แสดงออกถึงการช่วยเหลือ (Readiness) และการแสดงท่าทีที่เป็นมิตร (Being Friendly) การมุ่งมั่นที่จะช่วยเหลือกัน (Attentiveness) และความจริงใจที่มีต่อกัน (Cordial) เป็นต้น

3. กิจกรรมการสร้างและขยายเครือข่าย คือ การกำหนดกิจกรรมการดำเนินงานสำหรับสมาชิกเครือข่ายผู้สนับสนุนในการสร้างความสัมพันธ์และขยายจำนวนสมาชิกเครือข่ายผู้สนับสนุนให้เพิ่มมากขึ้นในชุมชนหรือพื้นที่เป้าหมายให้มีจำนวนสมาชิกมากขึ้น โดยร่วมกันลงพื้นที่เป้าหมายหรือชุมชนเป้าหมาย เพื่อสร้างพื้นที่ทางสังคมของเครือข่ายผู้สนับสนุน (Social Space) ในกิจกรรมทางสังคม (Social Activity) ที่เป็นกิจกรรมที่ชุมชนจัดขึ้น และมีบุคคลหรือกลุ่มคนในชุมชนมาร่วมกิจกรรมกัน สามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างกันได้ ทั้งบุคคลหรือกลุ่มคนที่ยังไม่เป็นสมาชิกเครือข่ายผู้สนับสนุน และบุคคลหรือกลุ่มคนที่เป็นเครือข่ายผู้สนับสนุนอยู่แล้วให้มีความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นมากยิ่งขึ้น อาทิ งานส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ งานบวช งานแต่ง งานขึ้นบ้านใหม่ และงานบุญประเพณีต่าง ๆ ในชุมชน เป็นต้น

โดยผู้เขียนสามารถสรุปกิจกรรมการสร้างและหล่อหลอมความเป็นเครือข่ายเดียวกันเป็นแผนภาพได้ดังนี้

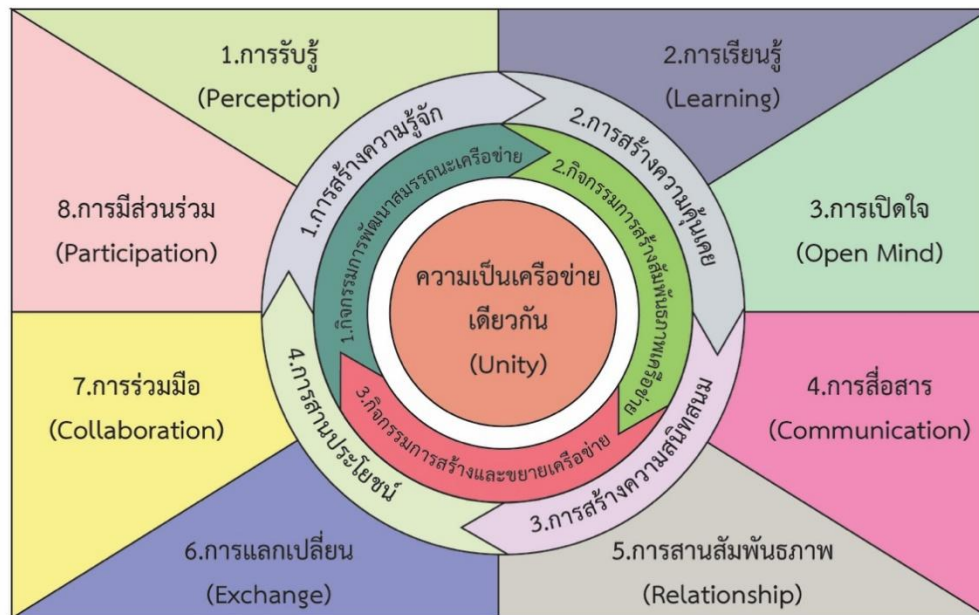


ภาพที่ 3 กิจกรรมการสร้างและหล่อหลอมความเป็นเครือข่ายเดียวกัน

บทสรุป

กลยุทธ์การสร้างและหล่อหลอมความเป็นเครือข่ายกันของผู้สนับสนุนในการสื่อสารเพื่อการสร้างค่านิยมทางการเมือง มีความสำคัญต่อการสร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายผู้สนับสนุนในฐานะนักสื่อสารทางการเมือง (Political Communicator) ที่ผลักดันการทำงานด้านการสื่อสารทางการเมืองเพื่อให้เกิดค่านิยมทางการเมือง และนำไปสู่การให้ความสนับสนุนในกิจกรรมทางการเมืองและการลงคะแนนเสียงสนับสนุนให้ได้รับชัยชนะในการเลือกตั้งแก่นักการเมือง กลุ่มการเมือง หรือพรรคการเมือง ดังนั้น การสร้างและหล่อหลอมความเป็นเครือข่ายเดียวกันของผู้สนับสนุนในการสื่อสารเพื่อการสร้างค่านิยมทางการเมือง จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการสร้างเครือข่ายผู้สนับสนุน ไม่ว่าจะเป็นแกนนำเครือข่าย ผู้จัดการเครือข่าย และผู้นำเครือข่าย จำเป็นต้องดำเนินการเพื่อให้เกิดสัมพันธภาพของเครือข่ายในลักษณะความเป็นเอกภาพเดียวกัน (Unity) ทั้งในเรื่องความสัมพันธ์ทางสังคมของเครือข่ายและการดำเนินงานตามภารกิจเครือข่ายให้ไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ด้วยกลยุทธ์การสร้างและหล่อหลอมความเป็นเครือข่ายเดียวกันที่ประกอบไปด้วย การกำหนดบทบาทของเครือข่ายผู้สนับสนุน ได้แก่ 1) การรับรู้ (Perception) 2) การเรียนรู้ (Learning) 3) การเปิดใจ (Open Mind) 4) การสื่อสาร (Communication) 5) การสานสัมพันธ์ภาพ (Relationship) 6) การแลกเปลี่ยน (Exchange) 7) การร่วมมือ (Collaboration) และ 8) การมีส่วนร่วม (Participation) ด้วยเทคนิคการสร้างและหล่อหลอมความเป็นเครือข่ายเดียวกัน ได้แก่ 1) การสร้างความรู้จัก 2) การสร้างความคุ้นเคย 3) การสร้างความสนิทสนม และ 4) การสานผลประโยชน์ ผ่านกิจกรรมเครือข่าย ได้แก่ 1) กิจกรรมการพัฒนาสมรรถนะเครือข่าย 2) กิจกรรมการสร้างสัมพันธ์ภาพเครือข่าย และ 3) กิจกรรมการสร้างและขยายเครือข่าย เพื่อเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนให้เครือข่ายผู้สนับสนุนได้เกิดการสื่อสารและความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันจนเกิดสัมพันธภาพ และมีความเป็นเอกภาพของเครือข่าย (Unity) ซึ่งจะนำไปสู่ความร่วมมือร่วมใจในการสื่อสารเพื่อการสร้างค่านิยมทางการเมืองให้เกิดกับองค์กรเครือข่ายของตนเองต่อไป

โดยผู้เขียนสามารถสรุปกลยุทธ์การหล่อหลอมความเป็นเครือข่ายเดียวกันของผู้สนับสนุนในการสื่อสารเพื่อการสร้างค่านิยมทางการเมืองเป็นแผนภาพ ได้ดังนี้



ภาพที่ 4 กลยุทธ์การหล่อหลอมความเป็นเครือข่ายเดียวกันของผู้สนับสนุนในการสื่อสาร
เพื่อสร้างความนิยมทางการเมือง

เอกสารอ้างอิง

- กานต์รวี กรตมาก. (2563). การสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลเขานินพันธ์ อำเภอสว่างวีระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช]. <https://ir.stou.ac.th/handle/123456789/9485>
- ภัทรธีรา แพครบุรี และคณะ. (2568). การสร้างและการธำรงรักษาเครือข่ายผู้สนับสนุนในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมทางการเมืองของนายกเทศมนตรีและสมาชิกสภาเทศบาลนครนครราชสีมา. วารสารมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตนครราชสีมา, (12)3, 188-199.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2554). พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554. สำนักงานราชบัณฑิตยสถาน. <https://dictionary.orst.go.th>
- วัลลภ สุขสวัสดิ์. (2565). เครือข่ายการมีส่วนร่วมของพลเมืองกับความไว้วางใจทางการเมือง : กรณีศึกษาจังหวัดสุโขทัย. วารสารปาริชาติ มหาวิทยาลัยทักษิณ, (35)3, 203-226.
- วิทยธร ท่อแก้ว. (2562). การสื่อสารนโยบายหาเสียงเลือกตั้ง ภาพลักษณ์ใหม่ผู้นำการเมือง “ยุค 5 G”. 77 ข่าวดี. <https://www.77kaoded.com/content/794127>
- วิทยธร ท่อแก้ว. (2563). ทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการรณรงค์ทางการเมืองและสังคม: หลักและทฤษฎีการสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่นชั้นสูง. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

- วิทยากร ท่อแก้ว. (2568). แนวทางการพัฒนาทักษะการสื่อสารของหัวหน้าคณะเพื่อการหาเสียงเลือกตั้งท้องถิ่น. *วารสารสังคมพัฒนศาสตร์*. 8(2), 176-188
- วิทยากร ท่อแก้ว. (2568). แนวทางการสื่อสารในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด ปี 2568. *วารสารสังคมพัฒนศาสตร์*. 8(3), 56-71
- สิงห์ สิงห์ขจร. (2560). การสื่อสารเพื่อสร้างคามนิยมของผู้บริหารทางการเมืองท้องถิ่น. [ดุสิตนิพนธ์ปริญญาดุสิตบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช]. <https://ir.stou.ac.th/handle/123456789/11423>
- Gratton, L. & Erickson, T. J. (2024). *Eight Ways to Build Collaborative Teams*. Harvard Business Review. <https://hbr.org/2007/11/eight-ways-to-build-collaborative-teams>
- Luoma-Aho, V. & Badham, M. (2023). *Handbook on digital corporate communication*. Massachusetts: Edward Elgar Publishing.