บทความวิจัย

การสื่อสารนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นของนายกเทศมนตรี ต่อสภาเทศบาลก่อนปฏิบัติหน้าที่*

COMMUNICATION OF LOCAL DEVELOPMENT POLICY BY MAYOR TO THE MUNICIPAL COUNCIL BEFORE EXECUTION OF DUTIES

วิทยาธร ท่อแก้ว
Wittayatorn Tokeaw
สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช นนทบุรี ประเทศไทย
School of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University, Nonthaburi, Thailand
Corresponding author E-mail witayatorn@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสื่อสารนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นของนายกเทศมนตรีต่อสภาเทศบาลก่อนปฏิบัติหน้าที่เกี่ยวกับ 1) รูปแบบการสื่อสารนโยบาย 2) ลักษณะการใช้คำและวลีในการสื่อสารนโยบาย เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีวิเคราะห์เนื้อหาจากเอกสารการแถลงนโยบายของนายกเทศมนตรีแบบเจาะจงจากเทศบาลนคร จำนวน 3 แห่ง ประกอบด้วย เทศบาลนครรังสิต เทศบาลนครหาดใหญ่ และเทศบาลนครอุบลราชธานี วิเคราะห์ข้อมูลโดยข้อสรุป ผลการศึกษาพบว่ารูปแบบการสื่อสารนโยบายของนายกเทศมนตรีต่อสภาเทศบาลมีความเป็นระบบและมีเป้าหมายชัดเจน โดยผู้บริหารเทศบาลควรเน้นการสื่อสารในการชี้แจงวิสัยทัศน์ ทิศทางการพัฒนาเมือง การสร้างความเชื่อมั่น และการกระตุ้นการมีส่วนร่วมของประชาชน โครงสร้างการสื่อสารแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ เกริ่นนำ เนื้อหาหลัก และการสรุปพร้อมเชิญชวนให้เข้าร่วม ซึ่งช่วยให้สารมีความครบถ้วน เข้าใจง่าย และสร้างความน่าเชื่อถือ โดยนายกเทศมนตรีควรต่อยอดการสื่อสารด้วยการใช้สื่อดิจิทัลและแพลตฟอร์มออนไลน์ควบคู่ เพื่อขยายวงการรับรู้และเพิ่มช่องทางการมีส่วนร่วมของประชาชน ส่วนลักษณะการใช้คำและวลี ผู้บริหารเทศบาลควรออกแบบสารด้วยการใช้คำกริยาเชิงนโยบาย เช่น “พัฒนา” “สนับสนุน” “แก้ไข” ที่สะท้อนการลงมือทำจริง คำเชิงคุณค่า เช่น “โปร่งใส” “ยั่งยืน” “น่าอยู่” เพื่อสร้างความไว้วางใจ และวลีที่เริ่มต้นด้วย “เพื่อ” แสดงเจตนารมณ์ของนโยบาย รวมทั้งวลีที่เน้นการมีส่วนร่วม เช่น “ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมตรวจสอบ” ซึ่งสะท้อนกระบวนการประชาธิปไตย ข้อเสนอคือ ควรพัฒนาคู่มือการใช้ภาษานโยบายท้องถิ่นที่ชัดเจน เพื่อเป็นแนวทางหลักให้ผู้บริหารรุ่นต่อไปได้ใช้ถ้อยคำที่สื่อสารได้อย่างมีพลัง น่าเชื่อถือ และเอื้อต่อการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน

คำสำคัญ: การสื่อสารนโยบาย, การพัฒนาท้องถิ่น , นายกเทศมนตรี, สภาเทศบาล, ก่อนปฏิบัติหน้าที่

Abstract

This research article aimed to study the communication of local development policies by municipal mayors to municipal councils before execution of duties, focusing on: 1) the patterns of policy communication, and 2) the characteristics of word and phrase usage in policy communication. The study employed a qualitative research approach, using content analysis of policy statement documents delivered by specifically selected mayors from three city

* Received 9 November 2025; Revised 27 November 2025; Accepted 27 November 2025

municipalities: Rangsit City Municipality, Hat Yai City Municipality, and Ubon Ratchathani City Municipality. Data were analyzed through analytical conclusion. The findings revealed that the policy communication patterns of municipal mayors to municipal councils were systematic and goal-oriented. Municipal executives should emphasize communication that clarifies the vision, urban development direction, confidence-building, and public participation. The structure of communication generally comprised three parts: an introduction, main content, and a conclusion with an invitation for participation. This structure contributed to messages that were comprehensive, easy to understand, and credible. The municipal mayors should be further enhanced through the integration of digital media and online platforms, to expand the scope of public awareness and increase channels for citizen engagement. Regarding the use of words and phrases, municipal executives should design messages using action-oriented policy verbs such as “develop,” “support,” and “solve,” which reflect practical action; value-oriented terms such as “transparency,” “sustainability,” and “livability,” which help build trust; and intentional phrases beginning with “for,” which express the purpose of the policy. Additionally, participatory expressions such as “think together, act together, and monitor together” embody the democratic process. The study recommends developing a local policy language guide that provides clear linguistic standards, enabling future administrators to use words and phrases that communicate powerfully, credibly, and effectively foster public participation.

Keywords: Policy Communication, Local Development, Mayor, Municipal Council, Before Execution of Duties

บทนำ

การสื่อสารนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นของนายกเทศมนตรีต่อสภาเทศบาลก่อนปฏิบัติหน้าที่ตามกฎหมายอยู่ที่การสร้างความโปร่งใสและความรับผิดชอบต่อสาธารณะ ตามพระราชบัญญัติเทศบาล มาตราที่ 48 ระบุว่า “ก่อนนายกเทศมนตรีเข้ารับหน้าที่ ให้ประธานสภาเทศบาลเรียกประชุมสภาเทศบาลเพื่อให้นายกเทศมนตรีแถลงนโยบายต่อสภาเทศบาล โดยไม่มีการลงมติ ทั้งนี้ภายในสามสิบวันนับแต่วันประกาศผลการเลือกตั้งนายกเทศมนตรี การแถลงนโยบายเป็นกระบวนการเปิดเผยทิศทางการบริหารและแนวทางการพัฒนา ซึ่งช่วยให้สมาชิกสภาและประชาชนรับทราบเป้าหมายที่ชัดเจน อีกทั้งเป็นการสร้างความร่วมมือและความเข้าใจร่วมกันระหว่างฝ่ายบริหารและฝ่ายนิติบัญญัติ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2563) เพื่อให้การบริหารงานท้องถิ่นดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ (สถาบันพระปกเกล้า, 2564) นอกจากนี้ การแถลงนโยบายยังเป็นกลไกการตรวจสอบเชิงประชาธิปไตย สภาสามารถใช้เป็นกรอบในการติดตาม ประเมินผล และกำกับดูแลการทำงานของนายกเทศมนตรีตามกรอบกฎหมาย (กระทรวงมหาดไทย, 2562) อีกทั้งยังเป็นการยืนยันความมุ่งมั่นและความพร้อมของผู้บริหารท้องถิ่นในการปฏิบัติงานอย่างตรงไปตรงมา จึงถือเป็นขั้นตอนสำคัญที่สะท้อนหลักการธรรมาภิบาล โปร่งใส และการมีส่วนร่วมของประชาชน อันเป็นรากฐานของการพัฒนาท้องถิ่น (World Bank, 2017) ซึ่งในทางมิติการสื่อสารนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นของนายกเทศมนตรีต่อสภาเทศบาลก่อนปฏิบัติหน้าที่ตามที่กฎหมายกำหนด เป็นกระบวนการที่สะท้อนหลักการของความโปร่งใสและความรับผิดชอบ (Accountability) ในการบริหารงานท้องถิ่น แนวคิดพื้นฐานของการสื่อสารเชิงนโยบาย (Policy Communication) มุ่งเน้นให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย ทั้งสภาเทศบาลและประชาชนทั่วไป ได้รับข้อมูลที่ครบถ้วน ชัดเจน และตรวจสอบได้ (McQuail, D., 2010) เพื่อให้เกิดความเข้าใจในทิศทางการพัฒนาและร่วมกำหนดกรอบการทำงานของฝ่ายบริหาร

ตามหลักการปกครองท้องถิ่น การแถลงนโยบายต่อสภาเทศบาลก่อนปฏิบัติหน้าที่มีจุดมุ่งหมายหลัก 3 ประการ ได้แก่ 1) การประกาศเจตนารมณ์การบริหาร (Declaration of Intent) เพื่อแสดงถึงความตั้งใจของนายกเทศมนตรีในการพัฒนาท้องถิ่นตามแผนยุทธศาสตร์ที่ได้หาเสียงไว้ 2) การสร้างความชอบธรรม (Legitimacy) โดยเปิดโอกาสให้สภาเทศบาลในฐานะฝ่ายตรวจสอบได้เห็นทิศทางการทำงานก่อนลงมือปฏิบัติจริง และ 3) การสร้างความร่วมมือและความเข้าใจ (Collaboration and Understanding) เพื่อให้เกิดการประสานงานอย่างมีประสิทธิภาพระหว่างฝ่ายบริหารและฝ่ายนิติบัญญัติ (Rogers, E. M. & Dearing, J. W., 2007) นอกจากนี้ หลักการสื่อสารที่ดีในขั้นตอนนี้ต้องยึดหลักความชัดเจน (Clarity) เพื่อให้ผู้รับสารเข้าใจนโยบายได้ง่าย ความโปร่งใส (Transparency) เพื่อลดความคลุมเครือหรือการตีความที่ผิด ความน่าเชื่อถือ (Credibility) โดยมีข้อมูลสนับสนุนที่ถูกต้อง และ การมีส่วนร่วม (Participation) เพื่อเปิดโอกาสให้สภาและประชาชนตรวจสอบและเสนอข้อคิดเห็น (McQuail, D., 2010) การแถลงนโยบายยังถือเป็นกลไกสำคัญของการตรวจสอบเชิงประชาธิปไตย (Democratic Accountability) เพราะเป็นจุดเริ่มต้นที่สภาจะใช้เป็นกรอบในการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานในอนาคต (Anderson, J. E., 2015) หากนายกเทศมนตรีสื่อสารอย่างมีระบบ จะช่วยสร้างความไว้วางใจและส่งเสริมธรรมาภิบาล ซึ่งถือเป็นพื้นฐานสำคัญของการพัฒนาท้องถิ่น (Fairhurst, G. T., 2019)

การสื่อสารนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นต้องอาศัยหลักการสำคัญ 3 ประการ คือ ส่วนที่หนึ่งเป็นโครงสร้างเนื้อหา (Content Structure Design) ต้องเรียงลำดับจาก วิสัยทัศน์ (Vision) พันธกิจ (Mission) ส่วนที่สองเป็นตัวนโยบายหลัก (Core Policies) แนวทางปฏิบัติ (Strategies) เพื่อให้สภาและผู้รับสารเข้าใจทิศทางการพัฒนาได้อย่างเป็นระบบ โดยเนื้อหาควรกระชับ ชัดเจน และสอดคล้องกับกฎหมายและแผนยุทธศาสตร์ท้องถิ่น (Cornelissen, J., 2020a) ส่วนที่สองการออกแบบคำของนโยบาย (Wording Design) ต้องใช้ภาษาที่ ชัดเจน เข้าใจง่าย มีพลังโน้มน้าว (Persuasive Wording) หลีกเลี่ยงคำที่กำกวม หรือภาษาทางเทคนิคมากเกินไป ควรใช้คำที่สร้างภาพเชิงบวก (Positive Framing) และสะท้อนคุณค่าที่ประชาชนคาดหวัง เช่น “โปร่งใส” “ยั่งยืน” “เพื่อประชาชน” (Fairhurst, G. T., 2019) และส่วนที่สาม เป็นการนำเสนอ (Presentation) ต้องเลือกวิธีการที่เหมาะกับผู้รับสารและบริบทในพื้นที่ เช่น การแถลงอย่างเป็นทางการในที่ประชุมสภา ควบคู่กับการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อเสริมความเข้าใจ พร้อมใช้ น้ำเสียง ภาษากาย และสื่อภาพ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและความมั่นใจ (Falkheimer, J. & Heide, M., 2022) โดยรูปแบบการสื่อสารนโยบายที่ดีพิจารณาถึงวัตถุประสงค์การสื่อสารการแถลงนโยบาย ลักษณะภาษาและการสื่อสารในการแถลงนโยบาย การจัดโครงสร้างสารการแถลงนโยบาย และกลยุทธ์การสื่อสารในการแถลงนโยบาย (Cornelissen, J., 2020b) ส่วนคำและวลีมีความสำคัญต้องออกแบบให้ลักษณะเด่นสำหรับการสื่อสารที่ทรงพลังน่าจดจำ (Fairhurst, G. T., 2019)

สำหรับการศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษาการแถลงนโยบายของนายกเทศมนตรีตามกฎหมาย โดยศึกษาจากคำแถลงนโยบายของเทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี (เทศบาลนครรังสิต, 2568) เทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา (เทศบาลนครหาดใหญ่, 2568) และเทศบาลนครอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี (เทศบาลนครอุบลราชธานี, 2568) ซึ่งเป็นเทศบาลขนาดใหญ่ มีการบริหารจัดการและพัฒนาท้องถิ่นเป็นระบบเต็มรูปแบบตามบริบทพื้นที่เป็นกรณีการสื่อสารที่ประสบความสำเร็จเป็นแบบอย่างที่ดีได้ การศึกษานี้มุ่งเน้นการศึกษารูปแบบลักษณะการใช้คำ และวลีการสื่อสารนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นของนายกเทศมนตรีต่อสภาเทศบาลก่อนปฏิบัติหน้าที่เพื่อสร้างองค์ความรู้ในการพัฒนาการสื่อสารนโยบายขององค์กรปกครองท้องถิ่นประเภทเทศบาล

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นของนายกเทศมนตรีต่อสภาเทศบาลก่อนปฏิบัติหน้าที่

2. เพื่อศึกษาลักษณะการใช้คำและวลีในการสื่อสารนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นของนายกเทศมนตรีต่อสภาเทศบาลก่อนปฏิบัติหน้าที่

วิธีดำเนินการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาและการวิเคราะห์เชิงประเด็นจากเอกสารเนื้อหานโยบายการพัฒนาท้องถิ่น โดยวิธีการวิจัยที่เก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลเอกสารการแถลงนโยบายต่อสภาเทศบาลเพื่อนำข้อมูลที่มีอยู่แล้วมาทำการแยกแยะ จัดหมวดหมู่ ตีความเชิงเนื้อหา และสร้างข้อสรุป

ข้อมูลในวิเคราะห์

ในการศึกษาครั้งนี้ ได้เลือกพื้นที่การวิเคราะห์เอกสารการแถลงนโยบายของนายกเทศมนตรีในสภาเทศบาลแบบก่อรับตำแหน่งเจาะจงจากเทศบาลนคร จำนวน 3 แห่ง โดยเทศบาลที่เลือกเป็นเทศบาลนครต้นแบบซึ่งเป็นเทศบาลขนาดใหญ่ที่ประสบความสำเร็จจนได้รับรางวัลหลายรางวัลจากหลายหน่วยงานใน อดีตที่ผ่านมาและเป็นเทศบาลที่มีแผนพัฒนาองค์กรเชิงรุกอย่างต่อเนื่องในทุกมิติ มีนโยบายในหลากหลายมิติ และนโยบายที่มุ่งแก้ปัญหาระยะสั้นและระยะยาว ซึ่งประกอบด้วย 1) เทศบาลนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี 2) เทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา และ 3) เทศบาลนครอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี

เครื่องมือการวิจัย

แบบวิเคราะห์เนื้อหาการแถลงนโยบายของนายกเทศมนตรี ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญด้านความเที่ยงและความตรงของเนื้อหา ซึ่งประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 รูปแบบการสื่อสารนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นของนายกเทศมนตรีต่อสภาเทศบาลก่อนปฏิบัติหน้าที่ มีหน่วยการวิเคราะห์ ได้แก่ 1) วัตถุประสงค์การสื่อสารการแถลงนโยบาย 2) ลักษณะภาษาและการสื่อสารในการแถลงนโยบาย 3) การจัดโครงสร้างสารการแถลงนโยบาย และ 4) กลยุทธ์การสื่อสารในการแถลงนโยบาย

ส่วนที่ 2 ลักษณะการใช้คำและวลีในการสื่อสารนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นของนายกเทศมนตรีต่อสภาเทศบาลก่อนปฏิบัติหน้าที่ มีหน่วยการวิเคราะห์ ได้แก่ 1) ลักษณะการใช้คำในการสื่อสารนโยบาย และ 2) ลักษณะการใช้วลีในการสื่อสารนโยบาย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การรวบรวมเอกสารเลือกเอกสารต้นฉบับที่เกี่ยวข้อง คือ คำแถลงนโยบายของนายกเทศมนตรีในการเข้ารับตำแหน่งจากการเผยแพร่ในเว็บไซต์สู่สาธารณะของเทศบาล 3 แห่ง ดำเนินแปลงเอกสารให้อยู่ในรูปแบบไฟล์เอกสารที่ง่ายต่อการวิเคราะห์เนื้อหาและการวิเคราะห์เชิงประเด็นและจัดรูปแบบให้สอดคล้องกัน

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์โดยการกำหนดรหัส (Coding) สำหรับหน่วยวิเคราะห์แต่ละข้อ ได้แก่ W1 = วัตถุประสงค์ L1 = ลักษณะภาษา S1 = โครงสร้างสาร G1 = กลยุทธ์ C1 = คำสำคัญ P1 = วลีสำคัญ โดยวิเคราะห์ความหมายตรวจสอบโทนภาษา คำและวลีที่สะท้อนภาพลักษณ์ตามหน่วยวิเคราะห์ และสร้างข้อสรุปผลการวิเคราะห์เชิงประเด็น

ผลการวิจัย

1. ผลศึกษารูปแบบการสื่อสารนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นของนายกเทศมนตรีต่อสภาเทศบาลก่อนปฏิบัติหน้าที่ มีรายราละเอียดดังนี้

1.1 รูปแบบการสื่อสารนโยบายของนายกเทศมนตรีนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี พบว่า 1) วัตถุประสงค์การสื่อสารการแถลงนโยบายของนายกเทศมนตรีนครรังสิตมีวัตถุประสงค์หลัก 3 ประการ ได้แก่ 1.1) ชี้แจงวิสัยทัศน์และทิศทางการพัฒนาเมือง ด้านการสร้างเมืองน่าอยู่ การพัฒนาคุณภาพชีวิต การส่งเสริมเศรษฐกิจและสังคมชุมชนด้วยการใช้คำและวลีที่สร้างภาพลักษณ์ของเมืองและผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ 1.2) สร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจต่อประชาชนด้วยการใช้ภาษาที่แสดงความใส่ใจประชาชนและความรับผิดชอบต่อการบริหาร ที่เน้น

คุณค่า และความโปร่งใสในการบริหารงาน 1.3) กระตุ้นการมีส่วนร่วมของประชาชนด้วยการเชิญชวนให้เสนอความคิดเห็น การเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาเมืองด้วยการใช้เรียกร้องให้เกิดการกระทำเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมทางการสื่อสาร 2) ลักษณะภาษาและการสื่อสาร จากการวิเคราะห์เอกสารแถลงนโยบาย พบว่ามีรูปแบบภาษาและกลยุทธ์การสื่อสารสำคัญ 4 ลักษณะ ได้แก่ 2.1) ภาษาเชิงวิสัยทัศน์ ตัวอย่างเช่น “สร้างเมืองรังสิตให้เป็นเมืองอัจฉริยะ น่าอยู่ และยั่งยืน” ด้วยการสร้างแรงจูงใจและภาพลักษณ์ผู้นำที่มองการณ์ไกล 2.2) ภาษาเชิงนโยบายและการปฏิบัติ ตัวอย่างเช่น “พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ปรับปรุงระบบคมนาคม และส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน” ด้วยการแสดงความชัดเจนและเป็นรูปธรรมของนโยบาย 2.3) ภาษาเชิงคุณค่าและความใส่ใจ ตัวอย่างเช่น “เราห่วงใยทุกครัวเรือน และพร้อมดูแลผู้สูงอายุ” ด้วยการสร้างความใกล้ชิดกับประชาชนและความเชื่อมั่นในตัวผู้นำ และ 2.4) ภาษาเชิงการมีส่วนร่วม ตัวอย่างเช่น “ขอเชิญชวนประชาชนร่วมเสนอแนะความคิดเห็นเพื่อพัฒนาเมืองร่วมกัน” ด้วยการกระตุ้นการเข้าร่วมของประชาชนและสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของเมือง 3) การจัดโครงสร้างสารการแถลงนโยบายของเทศบาลนครรังสิตได้จัดโครงสร้างเป็น 3 ส่วนหลัก ได้แก่ 3.1) ส่วนนำ มุ่งสร้างความสนใจและเชื่อมโยงกับปัญหาของเมือง เช่น ปัญหาจราจร น้ำเสีย คุณภาพชีวิต 3.2) ส่วนเนื้อหาหลัก ระบุนโยบายและโครงการสำคัญ เช่น พัฒนาสาธารณูปโภค สาธารณสุข การศึกษา และเศรษฐกิจชุมชน ใช้ทั้งวิสัยทัศน์ นโยบาย และคุณค่า เพื่อให้สารครบถ้วนและสร้างความน่าเชื่อถือ และ 3.3) ส่วนสรุปและเชิญชวนเข้าร่วม กระตุ้นให้ประชาชนมีส่วนร่วม เช่น เข้าร่วมกิจกรรม ชุมชน หรือเสนอความคิดเห็น และ 4) การจัดโครงสร้างสารการแถลงนโยบายกลยุทธ์การสื่อสารที่ใช้จากการวิเคราะห์เชิงลึก พบว่ามีกลยุทธ์สำคัญ 4 ประการ ได้แก่ 4.1) การสร้างภาพลักษณ์ผู้นำที่เอาใจใส่ประชาชน ใช้คำพูดสะท้อนความใส่ใจ เช่น “เราห่วงใยทุกครัวเรือน” เพื่อหวังผลลัพธ์ คือ ประชาชนรู้สึกใกล้ชิดและไว้วางใจ 4.2) การเน้นความโปร่งใสและความรับผิดชอบ มุ่งระบุรายละเอียดโครงการและงบประมาณ เพื่อหวังผลลัพธ์ คือ สร้างความเชื่อมั่นและลดความสงสัย 4.3) การใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและสร้างแรงจูงใจ โดยใช้คำสั้นกระชับ และตรงประเด็น เช่น “เมืองสะอาด ปลอดภัย น่าอยู่” เพื่อหวังผลลัพธ์ คือ ประชาชนเข้าใจง่ายและเกิดความรู้สึกบวก 4.4) การกระตุ้นการมีส่วนร่วมของประชาชนโดยการเรียกร้องให้ประชาชนเข้าร่วมกิจกรรม เพื่อหวังผลลัพธ์การสร้างความร่วมมือและความรู้สึกเป็นเจ้าของโครงการ

1.2 รูปแบบการสื่อสารนโยบายของนายกเทศมนตรีนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า 1) วัตถุประสงค์ของการสื่อสารการแถลงนโยบายของนายกเทศมนตรีนครหาดใหญ่ มีวัตถุประสงค์หลัก 3 ประการ ได้แก่ 1.1) ชี้แจงทิศทางการพัฒนาเมือง เน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิต การคมนาคม การรักษาความปลอดภัย และเศรษฐกิจชุมชน ด้วยการใช้คำพูดและวลีที่สร้างภาพลักษณ์ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และมองการณ์ไกล 1.2) สร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจของประชาชนด้วยภาษาที่สะท้อนความใส่ใจและความรับผิดชอบ เช่น “เราห่วงใยทุกชุมชน” ที่มุ่งการเสริมสร้างความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ความเป็นผู้นำที่มีคุณธรรม 1.3) กระตุ้นการมีส่วนร่วมของประชาชน การเชิญชวนเข้าร่วมกิจกรรม การเสนอความคิดเห็น หรือเข้าร่วมโครงการชุมชน ด้วยการเรียกร้องให้ประชาชนมีส่วนร่วม 2) ลักษณะภาษาและการสื่อสาร จากการวิเคราะห์เอกสารแถลงนโยบาย พบว่ามี รูปแบบภาษาและกลยุทธ์สำคัญ 4 ลักษณะ ได้แก่ 2.1) ภาษาเชิงวิสัยทัศน์ ตัวอย่างเช่น“สร้างหาดใหญ่ให้เป็นเมืองอัจฉริยะ น่าอยู่ และยั่งยืน” ด้วยการสร้างแรงจูงใจและภาพลักษณ์ผู้นำที่มองการณ์ไกล 2.2) ภาษาเชิงนโยบายและการปฏิบัติ ตัวอย่างเช่น “พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ปรับปรุงระบบคมนาคม และส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่น” ด้วยการแสดงความชัดเจนและความเป็นรูปธรรมของนโยบาย 2.3) ภาษาเชิงคุณค่าและความใส่ใจ ตัวอย่างเช่น “เราห่วงใยทุกครัวเรือน ผู้สูงอายุ และเด็กในชุมชน” ด้วยการสร้างความใกล้ชิดและความไว้วางใจของประชาชน 2.4) ภาษาเชิงการมีส่วนร่วม ตัวอย่างเช่น “ขอเชิญชวนพี่น้องทุกคนร่วมเสนอแนะความเห็นเพื่อพัฒนาเมืองร่วมกัน” ด้วยการกระตุ้นการเข้าร่วมของประชาชนและสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของเมือง 3) การจัดโครงสร้างสารการแถลงนโยบายของเทศบาลนครหาดใหญ่มีจัดโครงสร้างเป็น 3 ส่วนหลัก ได้แก่ 3.1) ส่วนการเกริ่นนำ นำเสนอภาพรวมปัญหาเมือง เช่น ปัญหาจราจร น้ำเสีย คุณภาพชีวิต 3.2) ส่วนเนื้อหาหลัก มุ่งระบุโครงการสำคัญในด้าน

ต่าง ๆ หลากหลายมิติ เช่น การพัฒนาสาธารณูปโภค การศึกษา การส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน ใช้ทั้งวิสัยทัศน์นโยบาย และคุณค่าเพื่อสร้างความครบถ้วนและน่าเชื่อถือ 3.3) ส่วนสรุปและเชิญชวนเข้าร่วม มุ่งกระตุ้นให้ประชาชนมีส่วนร่วมในโครงการและกิจกรรม เช่น การประชุมของชุมชนหรือการเสนอความคิดเห็นต่อเทศบาล และ 4) กลยุทธ์การสื่อสารที่สำคัญ 4 ประการ ได้แก่ 4.1) การนำองค์โดยผู้นำคนใหม่ใช้คำพูดที่แสดงความเอาใจใส่จากผู้นำ เช่น “เราห่วงใยทุกครัวเรือน” 4.2) ความโปร่งใสและตรวจสอบได้ ด้วยการระบุรายละเอียดโครงการและงบประมาณเพื่อทำให้ประชาชนไว้วางใจ 4.3) ภาษาที่เข้าใจง่ายและจูงใจผู้รับสาร มุ่งใช้คำง่าย กระชับ เข้าใจตรงประเด็น เช่น “เมืองสะอาด ปลอดภัย น่าอยู่” 4.4) การมีส่วนร่วมของประชาชน ด้วยการเรียกร้องให้ทุกฝ่ายร่วมมือกัน เพื่อเชิญชวนประชาชนเข้าร่วมกิจกรรมและเสนอความคิดเห็นในการขับเคลื่อนเมืองไปสู่ความสำเร็จ

1.3 รูปแบบการสื่อสารนโยบายของนายกเทศมนตรีนครอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า 1) วัตถุประสงค์ของการสื่อสารนโยบายการแถลงนโยบายของนายกเทศมนตรีมีวัตถุประสงค์หลัก 3 ประการ แก่ 1.1) ชี้แจงทิศทางการพัฒนาท้องถิ่น เช่น การพัฒนาสาธารณูปโภค การส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน การรักษาความปลอดภัยของประชาชน 1.2) สร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจ การใช้ภาษาที่สร้างภาพลักษณ์ความใส่ใจประชาชน เช่น “เทศบาลใส่ใจทุกครัวเรือน” หรือ “เราจะร่วมกันพัฒนาเมืองให้น่าอยู่” 1.3) กระตุ้นการมีส่วนร่วมของประชาชน ด้วยการเชิญชวนให้ประชาชนมีส่วนร่วมในโครงการชุมชน เช่น การร่วมประชุม การเสนอความคิดเห็น หรือเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาเมือง 2) ลักษณะภาษาที่ใช้ในการสื่อสารนโยบายมีรูปแบบภาษาที่สำคัญ 4 ลักษณะ ได้แก่ 2.1) ภาษาสร้างวิสัยทัศน์ ตัวอย่างเช่น “สร้างเมืองอุบลฯ ให้เป็นเมืองน่าอยู่และยั่งยืน” ด้วยการสร้างความเชื่อมั่นและแรงจูงใจ ให้ประชาชนเห็นภาพรวมของอนาคตที่นายกเทศมนตรีตั้งใจพัฒนา 2.2) ภาษานโยบายและการปฏิบัติ ตัวอย่างเช่น “ปรับปรุงระบบสาธารณูปโภค จัดการน้ำเสีย และพัฒนาสวนสาธารณะ” ด้วยการแสดงความเป็นรูปธรรม เน้นการดำเนินงานที่จับต้องได้ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ 2.3) ภาษาที่เน้นคุณค่าและความใส่ใจ ตัวอย่างเช่น “เราห่วงใยทุกครัวเรือนและผู้สูงอายุ” ด้วยการสร้างความใกล้ชิดและเชื่อมโยงอารมณ์ของประชาชน เพื่อสร้างความไว้วางใจและความสัมพันธ์เชิงบวก และ2.4) ภาษาที่กระตุ้นการมีส่วนร่วม ตัวอย่างเช่น “ขอเชิญชวนพี่น้องร่วมเสนอแนะความเห็นเพื่อพัฒนาเมืองร่วมกัน” ด้วยการเพื่อดึงประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาเมือง 3) การจัดโครงสร้างสารการแถลงนโยบายมีโครงสร้าง 3 ส่วนหลัก ได้แก่ 3.1) ส่วนเกริ่นนำ เน้นการสร้างความสนใจและสร้างความเชื่อมั่นในผู้นำ ตัวอย่าง การกล่าวถึงปัญหาปัจจุบันของเมือง เช่น ปัญหาจราจร น้ำเสีย หรือคุณภาพชีวิตประชาชน 3.2) ส่วนเนื้อหาหลัก ระบุโครงการ นโยบาย และแผนการปฏิบัติอย่างละเอียด ใช้ทั้งวิสัยทัศน์ คุณค่า และข้อเท็จจริงเชิงสถิติ เช่น จำนวนโครงการ งบประมาณ และระยะเวลาดำเนินงาน และ 3.3) ส่วนสรุปและเชิญชวนเข้าร่วม เน้นการสร้างแรงจูงใจและกระตุ้นให้ประชาชนมีส่วนร่วม ใช้ประโยคสร้างแรงจูงใจ เช่น “เราจะทำให้เมืองอุบลฯ น่าอยู่ร่วมกัน” เพื่อปิดการสื่อสารสารอย่างเป็นบวก และ 4) กลยุทธ์การสื่อสารที่ใช้จากการวิเคราะห์พบว่านายกเทศมนตรีเทศบาลนครอุบลราชธานีใช้กลยุทธ์สำคัญ 4 ประการ ได้แก่ 4.1) การสร้างภาพลักษณ์ผู้นำที่เอาใจใส่ ใช้คำที่สะท้อนความห่วงใย เช่น “ประชาชนทุกคนคือครอบครัวของเรา” เพื่อหวังผลลัพธ์ทำให้ประชาชนรู้สึกว่าเทศบาลใกล้ชิดและพร้อมตอบสนอง 4.2) การเน้นความโปร่งใสและความรับผิดชอบ ระบุรายละเอียดโครงการ งบประมาณ และระยะเวลาอย่างชัดเจน เพื่อหวังผลลัพธ์ในการสร้างความเชื่อมั่นและลดความสงสัยของประชาชน 4.3) การใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและสร้างแรงจูงใจ ใช้คำที่สั้น กระชับ และตรงประเด็น เช่น “เมืองสะอาด ปลอดภัย น่าอยู่” เพื่อหวังผลลัพธ์ทำให้ประชาชนเข้าใจง่ายและเกิดความรู้สึกบวกต่อโครงการ และ 4.4) การกระตุ้นการมีส่วนร่วมของประชาชนด้วยการเรียกร้องให้ประชาชนเข้าร่วมกิจกรรม ชุมชน หรือเสนอความคิดเห็น เพื่อหวังผลลัพธ์ในการสร้างการมีส่วนร่วมและความรู้สึกเป็นเจ้าของโครงการ

ผลการศึกษาโดยสรุปพบว่า รูปแบบการสื่อสารนโยบายของนายกเทศมนตรีทั้งสามเมือง คือ นครรังสิต นครหาดใหญ่ และนครอุบลราชธานี มีลักษณะร่วมสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ 3.1) การชี้แจงวิสัยทัศน์และทิศ

ทางการพัฒนาเมือง โดยใช้ภาษาเชิงวิสัยทัศน์ที่มุ่งสร้างภาพลักษณ์เมืองน่าอยู่ อัจฉริยะ และยั่งยืน 3.2) การสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจ ด้วยภาษาที่สะท้อนความห่วงใย ความรับผิดชอบ และความโปร่งใส เช่น การระบุโครงการ งบประมาณ และผลลัพธ์ที่คาดหวังอย่างเป็นรูปธรรม และ 3.3) การกระตุ้นการมีส่วนร่วมของประชาชน ผ่านถ้อยคำเชิญชวนให้ร่วมเสนอความคิดเห็นและเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาเมือง โดยมีลักษณะการสื่อสารสำคัญประกอบด้วย ภาษาเชิงวิสัยทัศน์ ภาษาเชิงนโยบาย ภาษาเชิงคุณค่า และภาษาเชิงการมีส่วนร่วม ส่วนโครงสร้างสารแบ่งเป็นส่วนนำ เนื้อหา และสรุปเชิญชวน โดยมีกลยุทธ์หลักคือ การสร้างภาพลักษณ์ผู้นำที่ใส่ใจ ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย โปร่งใส และเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน

2. ผลศึกษาลักษณะการใช้คำและวลีในการสื่อสารนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นของนายกเทศมนตรีต่อสภาเทศบาลก่อนปฏิบัติหน้าที่ มีรายราละเอียดดังนี้

2.1 ลักษณะการใช้คำและวลีในการสื่อสารนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นของนายกเทศมนตรีนครรังสิต จังหวัดปทุมธานี พบว่า 1) ลักษณะเด่นของการใช้คำ ใช้คำกริยาเชิงนโยบายที่บ่งชี้การกระทำและความมุ่งมั่น เช่น พัฒนา ส่งเสริม สนับสนุน จัดตั้ง ดำเนินการ สร้าง ยกระดับ แก้ไข คำเหล่านี้ช่วยสร้างภาพของการลงมือทำมากกว่าการกล่าวเชิงนามธรรม คำที่สะท้อน “ความมั่นใจและต่อเนื่อง” เช่น ให้เกิดประโยชน์สูงสุด อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน ครอบคลุมทุกมิติ เพื่อเน้นความมั่นคงของนโยบายและความมุ่งมั่นระยะยาว คำแสดงวิสัยทัศน์และคุณค่า เช่น โปร่งใส ตรวจสอบได้ มีส่วนร่วม ธรรมาภิบาล เมืองน่าอยู่ ทันสมัย ปลอดภัย เพื่อสร้างภาพพจน์และอัตลักษณ์ของเมืองเป็นการเฉพาะ 2) ลักษณะเด่นของการใช้วลี 4 ลักษณะ ได้แก่ 2.1) วลีเชิงเป้าหมาย เช่น เพื่อให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น เพื่อสร้างความปลอดภัยและความสงบเรียบร้อยในชุมชน มุ่งเน้นการพัฒนาที่ยั่งยืน ลักษณะเด่น คือ ใช้คำว่า “เพื่อ” นำหน้าเป็นเครื่องหมายแสดงเจตนารมณ์และเป้าประสงค์ในการออกนโยบายนั้น ๆ 2.2) วลีเชิงความมั่นใจและสู่มาตรฐานที่ดี เช่น ตามหลักธรรมาภิบาล ภายใต้กฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง ด้วยความโปร่งใส ตรวจสอบได้ ลักษณะเด่น คือ สร้างความเชื่อมั่นว่าการดำเนินการมีความถูกต้องตามกรอบของบทบาทหน้าที่และกฎหมายที่เกี่ยวข้องอย่างมั่นใจ 2.3) วลีที่แสดงการมีส่วนร่วม เช่น โดยความร่วมมือของทุกภาคส่วน เปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วม ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมตรวจสอบ ชี้ให้เห็นถึงการสื่อสารแบบประชาธิปไตยและกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนต่าง ๆ ในเขตเทศบาล และ 2.4) วลีแสดงลักษณะของการพัฒนาแบบองค์รวม เช่น ครอบคลุมทุกมิติ ทั้งเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เชื่อมโยงกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและคุณภาพชีวิตของประชาชนที่เป็นผู้รับผลจากการพัฒนา

2.2 ลักษณะการใช้คำและวลีในการสื่อสารนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นของนายกเทศมนตรีนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า 1) ลักษณะเด่นของการใช้คำ มี 4 ลักษณะ ได้แก่ 1.1) การใช้คำกริยาเชิงปฏิบัติที่บ่งบอกการลงมือทำจริง เพื่อสร้างภาพผู้นำที่กระตือรือร้น เช่น เร่งรัด ปรับปรุง แก้ไข ผลักดัน ติดตั้ง ดำเนินการ เดินหน้า ตัวอย่างเช่น เร่งแก้ไขปัญหาการจัดการขยะ ปรับปรุงผิวจราจรถนนสายหลัก ผลักดันโครงการสร้างโรงพยาบาลเทศบาลนครหาดใหญ่ เพื่อทำให้ประชาชนเห็นภาพว่าไม่ใช่แค่แผนบนสมองและกระดาษ แต่มีการลงมือทำทันทีตามความคาดหวังของประชาชน 1.2) คำแสดงคุณค่าและวิสัยทัศน์ สะท้อนภาพอนาคตและความคาดหวังของสังคม เช่น คุณภาพชีวิตที่ดี โปร่งใส ยั่งยืน ทันสมัย ปลอดภัย เข้าถึงง่าย ตัวอย่างเช่น ยกระดับการสาธารณสุขและคุณภาพชีวิตที่ดีถ้วนหน้า การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนเพื่อเมืองน่าอยู่ ด้วยการเชื่อมโยงนโยบายกับความต้องการของประชาชนและสร้างความไว้วางใจอย่างเต็มเปี่ยม 1.3) คำสร้างความเร่งด่วนและความมั่นใจ ใช้ถ้อยคำที่แสดงความรู้สึกที่กระตือรือร้นและความเด็ดขาด เช่น เร่งด่วน โดยเร็ว ทันที ตัวอย่างเช่น จะเร่งรัดการขุดลอกคลอง จะผลักดันให้สำเร็จโดยเร็ว ด้วยการทำให้ประชาชนเชื่อว่าปัญหาจะได้รับการแก้ไขทันเวลา ไม่ยืดเยื้อ และ 1.4) คำปลุกพลังและสร้างความร่วมมือ เช่น ร่วมมือ ผนึกกำลัง สามัคคี ตัวอย่างเช่น ด้วยความสามัคคี ความเข้าใจ และการผนึกกำลังกัน เราจะฟันฝ่าทุกความท้าทาย ด้วยการสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของนโยบายร่วมกัน 2) ลักษณะเด่นของการใช้วลีมี 4 ลักษณะ ได้แก่ 2.1) วลีเชิงเป้าหมาย นิยมขึ้นต้นด้วย “เพื่อ” เพื่อชี้ชัดเจตนารมณ์

เช่น เพื่อสร้างความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เพื่อให้ประชาชนเข้าถึงบริการสาธารณสุขที่มีคุณภาพ ด้วยการทำให้ผู้ฟังเข้าใจเหตุผลของนโยบายอย่างตรงไปตรงมา 2.2) วลีแสดงกรอบกฎหมายและจริยธรรม เน้นความถูกต้องและโปร่งใส เช่น ภายใต้กฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง ตามหลักธรรมาภิบาล ด้วยการสร้างความเชื่อมั่นด้านความโปร่งใสและตรวจสอบได้ และ 2.3) วลีแสดงการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยความร่วมมือของทุกภาคส่วน ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมตรวจสอบ ด้วยการทำให้ประชาชนรู้สึกมีบทบาทร่วมในนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นอย่างใกล้ชิด

2.3 ลักษณะการใช้คำและวลีในการสื่อสารนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นของนายกเทศมนตรีนครอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า 1) ลักษณะเด่นของการใช้คำมี 3 ลักษณะ ได้แก่ 1.1) คำกริยาเชิงนโยบาย มุ่งใช้คำกริยาที่บ่งบอกการกระทำและการเปลี่ยนแปลง เช่น ใช้คำ “พัฒนา ส่งเสริม สนับสนุน ปรับปรุง ดำเนินการ แก้ไข ยกระดับ สร้าง” พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สนับสนุนกิจกรรมของชุมชน ปรับปรุง ปรับปรุงระบบประปาและไฟฟ้าส่องสว่าง ดำเนินการป้องกันน้ำท่วม แก้ไขปัญหาจราจรติดขัด ยกระดับคุณภาพการศึกษา สร้างความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน โดยมุ่งทำให้ข้อความนโยบายมีพลัง ขับเน้นถึงการลงมือทำ 1.2) คำเชิงคุณค่าและวิสัยทัศน์ มุ่งใช้คำที่สะท้อนภาพอนาคตและอุดมคติ เช่น ทันสมัย ยั่งยืน โปร่งใส ตรวจสอบได้ ธรรมาภิบาล คุณภาพชีวิต น่าอยู่ ปลอดภัย โดยมุ่งสร้าง สร้างภาพเมืองในอุดมคติและความน่าเชื่อถือ และ 1.3) คำเน้นความมีมาตรฐาน เช่น อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างทั่วถึงและเท่าเทียม ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ครอบคลุมทุกมิติ 2) ลักษณะเด่นของการใช้วลีมี 5 ลักษณะ ได้แก่ 2.1) วลีเชิงเป้าหมายนิยมใช้คำว่า “เพื่อ” นำหน้า เช่น เพื่อให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น เพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาน้ำท่วม เพื่อสร้างความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน มุ่งแสดงความตั้งใจและเจตนารมณ์ชัดเจน 2.2) วลีแสดงกรอบกฎหมายและจริยธรรม เช่น ตามหลักธรรมาภิบาล ภายใต้กรอบกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง มุ่งเน้นความโปร่งใสและความถูกต้องตามหลักปกครอง 2.3) วลีแสดงการมีส่วนร่วมของประชาชน เช่น โดยความร่วมมือของทุกภาคส่วน เปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมตรวจสอบ บทมุ่งสื่อสารถึงการบริหารแบบประชาธิปไตย มีการมีส่วนร่วม 2.4) วลีแสดงลักษณะการพัฒนาแบบองค์รวม เช่น ครอบคลุมทุกมิติ ทั้งเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เชื่อมโยงกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและคุณภาพชีวิตของประชาชน และ 2.5) วลีแสดงการเร่งรัดหรือความสำคัญ เช่น อย่างเร่งด่วน เป็นลำดับแรก ให้ทันต่อความต้องการของประชาชน

ผลการศึกษาโดยสรุปพบว่า ลักษณะการใช้คำและวลีของนายกเทศมนตรีทั้งสามเมืองมีจุดร่วมสำคัญ คือ การใช้ คำกริยาเชิงนโยบายและการปฏิบัติ เช่น พัฒนา ส่งเสริม ปรับปรุง ดำเนินการ เพื่อสร้างภาพผู้นำที่ลงมือทำจริง ขณะเดียวกันใช้ คำเชิงคุณค่าและวิสัยทัศน์ เช่น โปร่งใส ยั่งยืน น่าอยู่ ปลอดภัย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและสะท้อนอุดมการณ์การพัฒนา รวมทั้งคำที่สร้าง ความเร่งด่วนและความมั่นใจ เช่น เร่งรัด ทันที โดยเร็ว เพื่อให้ประชาชนเห็นความตั้งใจแก้ปัญหาอย่างจริงจัง ด้านวลี พบการใช้วลีเชิงเป้าหมายขึ้นต้นด้วย “เพื่อ” วลีแสดงกรอบกฎหมายและธรรมาภิบาล วลีแสดงการมีส่วนร่วม เช่น ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมตรวจสอบ ตลอดจนวลีเชิงพัฒนาแบบองค์รวม ครอบคลุมเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม เพื่อเน้นความครบถ้วนและการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน

อภิปรายผล

อภิปรายผลการศึกษาการสื่อสารนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นของนายกเทศมนตรีต่อสภาเทศบาลก่อนปฏิบัติหน้าที่ มีรายราละเอียดดังนี้

1. รูปแบบการสื่อสารนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นของนายกเทศมนตรีต่อสภาเทศบาลก่อนปฏิบัติหน้าที่ ชี้ให้เห็นว่า นายกเทศมนตรีทั้ง 3 พื้นที่ คือ เทศบาลนครรังสิต เทศบาลนครหาดใหญ่ และเทศบาลนครอุบลราชธานี ใช้การสื่อสารในหลายวัตถุประสงค์ ได้แก่ 1.1) การชี้แจงวิสัยทัศน์และทิศทางการพัฒนาเมือง เพื่อสร้างภาพอนาคตที่พึงประสงค์ของท้องถิ่น 1.2) การสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจ โดยใช้ภาษาที่สะท้อน

ความโปร่งใส ความรับผิดชอบ และการเอาใจใส่ประชาชน 1.3) การกระตุ้นการมีส่วนร่วมของประชาชน ผ่านการใช้คำเชิญชวนและการเรียกร้องให้ประชาชนเข้ามามีบทบาท ลักษณะนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ McQuail, D. ที่ระบุว่าการสื่อสารทางการเมืองควรมีจุดมุ่งหมาย 3 ประการ ได้แก่ การให้ข้อมูล (Informing) การโน้มน้าว (Persuading) และ การระดมการมีส่วนร่วม (Mobilizing Participation) (McQuail, D., 2010) ซึ่งทั้งหมดปรากฏในคำแถลงนโยบายที่ศึกษา ส่วนการใช้ภาษาและกลยุทธ์การสื่อสาร จากผลการวิเคราะห์ พบการใช้ภาษา 4 ลักษณะสำคัญ คือ 1) ภาษาเชิงวิสัยทัศน์ เช่น “สร้างเมืองอัจฉริยะ น่าอยู่ และยั่งยืน” ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Vision Casting Strategy ที่เน้นการสื่อสารเพื่อให้ประชาชนเห็นภาพอนาคต (Northouse, P. G., 2021) 2) ภาษาเชิงนโยบายและปฏิบัติ เช่น “พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ปรับปรุงระบบคมนาคม” ทำให้ผู้รับสารเชื่อว่านโยบายสามารถปฏิบัติได้จริง (Lilleker, D. G., 2019) 3) ภาษาเชิงคุณค่าและความใส่ใจ เช่น “เราห่วงใยทุกครัวเรือน” ซึ่งเป็นการสื่อสารแบบ Emotional Appeal เพื่อสร้างความผูกพัน (Kaid, L. L. & Holtz-Bacha, C., 2020) 4) ภาษาเชิงการมีส่วนร่วม เช่น “ขอเชิญชวนประชาชนร่วมเสนอความคิดเห็น” แสดงถึงกลยุทธ์ Intensive Communication ที่ช่วยสร้างความเป็นเจ้าของร่วมของประชาชน (Jenkins, H. & Nielsen, R. K., 2021) การใช้ภาษาผ่านสัญลักษณ์และคำพูดที่ทำให้ประชาชนรู้สึกมีคุณค่าและมีส่วนร่วมในสังคม ในขณะที่การจัดโครงสร้างสาร ทั้ง 3 พื้นที่จัดโครงสร้างการแถลงนโยบายในลักษณะ 3 ส่วน ได้แก่ 1) ส่วนนำที่สร้างความสนใจ เชื่อมโยงปัญหาของเมือง 2) ส่วนเนื้อหาที่แจกแจงวิสัยทัศน์ นโยบาย และโครงการสำคัญ 3) ส่วนสรุปที่กระตุ้นการมีส่วนร่วมและย้ำคำมั่นสัญญา โครงสร้างดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Aristotle’s Rhetorical Model (Ethos, Pathos, Logos) โดย Ethos (Agarrwal, A., 2024) ได้แสดงผ่านการสร้างภาพลักษณ์ผู้นำที่โปร่งใสและมีคุณธรรม Pathos ปรากฏจากการใช้คำที่ปลุกอารมณ์ เช่น “เราห่วงใยทุกครัวเรือน” Logos ปรากฏจากการอธิบายโครงการและนโยบายที่เป็นรูปธรรม สำหรับกลยุทธ์การสื่อสารเชิงนโยบายที่เด่นชัด จากผลการวิจัย พบกลยุทธ์ร่วมกัน 4 ประการ ได้แก่ 1) การสร้างภาพลักษณ์นายกเทศมนตรี ใช้คำพูดสะท้อนความห่วงใย ความโปร่งใส เพื่อสร้างความไว้วางใจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Political Branding (Lees-Marshment, J., 2020) 2) การเน้นความโปร่งใสและตรวจสอบได้ ระบุรายละเอียดโครงการ งบประมาณ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ 3) การใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและจูงใจ ทำให้ผู้รับสารเข้าใจและเกิดแรงบวกต่อโครงการ 4) การกระตุ้นการมีส่วนร่วม เชิญชวนประชาชนร่วมเสนอความคิดเห็นและเข้าร่วมกิจกรรม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Participatory Governance (Fung, A., 2015) ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานของ Lilleker, D. G. ที่ชี้ว่าการสื่อสารเชิงนโยบายควรประกอบด้วย วิสัยทัศน์ ความน่าเชื่อถือ การมีส่วนร่วม เพื่อสร้างการยอมรับในสังคม (Lilleker, D. G., 2019) นอกจากนี้ยังสนับสนุนแนวคิด Digital Era Governance ที่ต้องอาศัยการสื่อสารโปร่งใสและการมีส่วนร่วมของประชาชนผ่านกลไกประชาธิปไตยท้องถิ่น (Kettunen, P., 2020) จากผลการวิจัยพบว่า นายกเทศมนตรีในทั้ง 3 เมืองได้ใช้การสื่อสารเชิงวิสัยทัศน์ คุณค่า และการมีส่วนร่วม ซึ่งการใช้ภาษาที่สะท้อนความเป็นผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ มุ่งสร้างความเชื่อมั่นและการเชิญชวนประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนา ซึ่งเหมือนกับที่พบในนโยบายของเทศบาลนครรังสิต หาดใหญ่ และอุบลราชธานี การใช้ภาษาเรียบง่าย ชัดเจน และมีความหมายเชิงอารมณ์จะช่วยสร้างความเข้าใจและความผูกพันของประชาชนต่อองค์กร รวมทั้งการใช้ Pathos ในคำแถลงนโยบาย เช่น “เราห่วงใยทุกครัวเรือน” การใช้ภาษาที่มีภาพลักษณ์บวก (Positive Image Language) ในการแถลงนโยบาย พบว่าผู้บริหารมักใช้คำที่แสดงถึงความใส่ใจ โปร่งใส และมีส่วนร่วม เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ (Ethos) และแรงจูงใจ (Pathos)

2. ลักษณะการใช้คำและวลีในการสื่อสารนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นของนายกเทศมนตรีต่อสภาเทศบาลก่อนปฏิบัติหน้าที่ พบว่าการใช้คำและวลีในเอกสารแถลงนโยบายของทั้ง เทศบาลนครรังสิต เทศบาลนครหาดใหญ่ และเทศบาลนครอุบลราชธานี มีลักษณะร่วมที่สำคัญคือ การใช้คำกริยาเชิงปฏิบัติ (Action-oriented verbs) และวลีที่มุ่งแสดงเจตนารมณ์ (Purpose-driven phrases) ซึ่งสะท้อนแนวคิด การสื่อสารเชิงกลยุทธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ ความโปร่งใส และความมุ่งมั่น ตรงกับแนวคิดของ McQuail, D. ที่กล่าวว่าการสื่อสาร

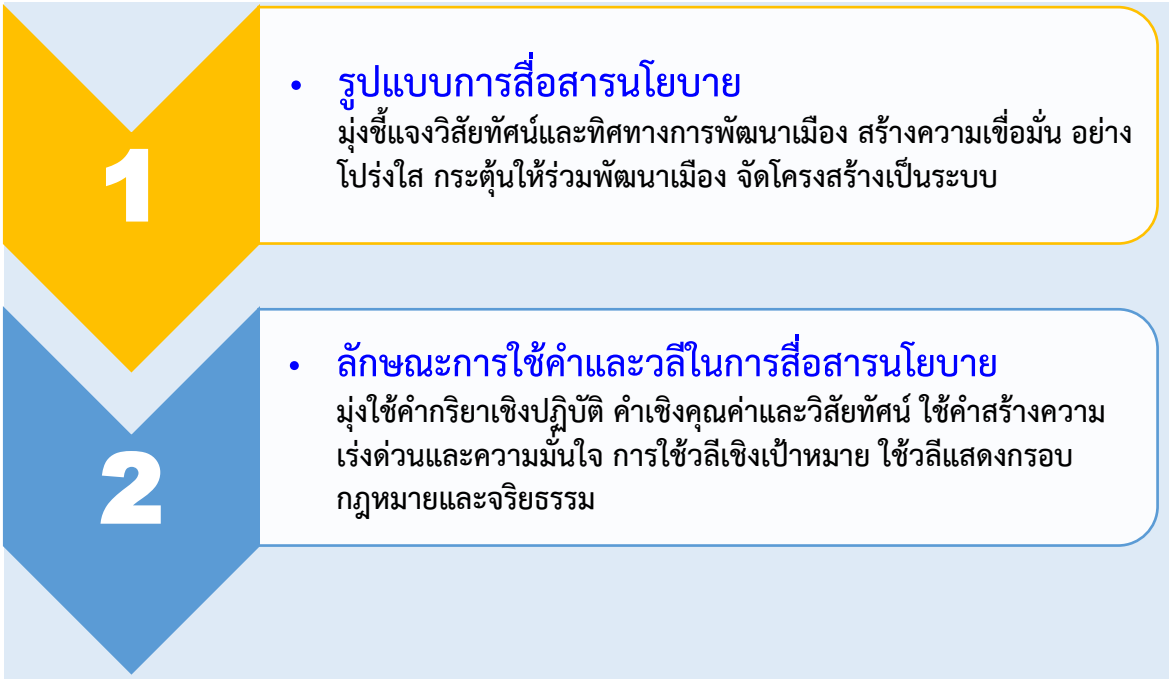
เพื่อการเมืองและนโยบาย ต้องเน้นความชัดเจน (Clarity) ความน่าเชื่อถือ (Credibility) และการสร้างความสัมพันธ์ (Relationship) กับประชาชน ด้านลักษณะการใช้คำ คำกริยาเชิงปฏิบัติและการสร้างภาพลงมือทำในทั้งสามกรณีศึกษา มีการใช้คำกริยาเชิงการกระทำ เช่น “พัฒนา ส่งเสริม สนับสนุน แก้ไข ดำเนินการ เร่งรัด ผลักดัน” เพื่อสร้างภาพลักษณ์ว่าผู้นำไม่เพียงแต่วางแผน แต่มีความพร้อมลงมือทำ (McQuail, D., 2010) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lees-Marshment, J. ที่ชี้ว่าผู้นำการเมืองที่สื่อสารด้วยคำแสดงการกระทำ (Action-oriented language) มักได้รับความเชื่อมั่นมากกว่าการใช้คำเชิงนามธรรม เพราะทำให้ประชาชนรู้สึกถึงความเป็นรูปธรรมของนโยบาย กรณีเทศบาลนครหาดใหญ่ (Lees-Marshment, J., 2020) การใช้คำว่า “เร่งรัด ปรับปรุง ผลักดัน เดินหน้า” แสดงถึงการตอบสนองอย่างเร่งด่วนต่อปัญหา ตรงกับแนวคิดของ Lasswell’s Communication Model ที่เน้นว่าข้อความต้องตอบโจทย์ “What effect?” หรือผลลัพธ์ที่ผู้ฟังคาดหวัง (Sapienza, Z. et al., 2015) ส่วนคำเชิงคุณค่าและวิสัยทัศน์ คำเช่น “โปร่งใส ตรวจสอบได้ ธรรมาภิบาล น่าอยู่ ยั่งยืน ปลอดภัย” ปรากฏอย่างเด่นชัดในทุกพื้นที่ แสดงถึงการสื่อสารเชิงคุณค่าที่ต้องการสร้างความน่าเชื่อถือ (Ethos) และความรู้สึกไว้วางใจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Aristotle’s Rhetorical Model ที่ชี้ว่า Ethos มีบทบาทสำคัญในความน่าเชื่อถือของผู้พูด โดยเฉพาะในสุนทรพจน์ทางการเมือง ในขณะที่ลักษณะการใช้วลีเชิงเป้าหมาย (Goal-oriented phrases) การใช้คำว่า “เพื่อ” นำหน้า เช่น “เพื่อสร้างความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน” “เพื่อให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น” สะท้อนลักษณะการสื่อสารที่เน้นวัตถุประสงค์และเหตุผล (Logos) ซึ่งช่วยให้ผู้รับสารเข้าใจเป้าหมายของนโยบายอย่างชัดเจน ตรงกับงานของ Agarrwal, A. ที่ระบุว่าภาษาที่แสดงเจตนารมณ์ (Intentional Language) ทำให้สารทางการเมืองมีพลังโน้มน้าวมากขึ้น ส่วนวลีสร้างความโปร่งใสและกรอบกฎหมาย เช่น “ตามหลักธรรมา ภิบาล” “ภายใต้กรอบกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง” สะท้อนการสร้างความน่าเชื่อถือผ่านการยืนยันว่าการดำเนินงานถูกต้องตามกฎหมาย (Agarrwal, A., 2024) ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับแนวคิดของ Symbolic Interactionism ที่มองว่าภาษาเป็นเครื่องมือสร้างความหมายร่วม และความไว้วางใจในสังคม นอกจากนี้วลีสร้างการมีส่วนร่วม การใช้วลีเช่น “โดยความร่วมมือของทุกภาคส่วน” “ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมตรวจสอบ” แสดงถึงแนวคิดประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วมซึ่งตรงกับงานของ Fung A. ที่เน้นว่าการเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมจะเพิ่มความชอบธรรมและการยอมรับในนโยบายสาธารณะ (Fung, A., 2015) โดยผลการวิจัยที่พบว่า นายกเทศมนตรีในทั้ง 3 เมืองได้ใช้การสื่อสารผ่านการใช้ถ้อยคำสร้างภาพลักษณ์ผู้นำ เช่น คำที่แสดงความห่วงใย ความโปร่งใส และความมุ่งมั่น ทำให้ประชาชนรู้สึกไว้วางใจและเกิดความร่วมมือ

องค์ความรู้ใหม่

รูปแบบการสื่อสารนโยบายของนายกเทศมนตรี มีองค์ประกอบสำคัญ 4 ประการที่ช่วยให้การแถลงนโยบายมีพลังและเกิดผลต่อการรับรู้ของประชาชนและสภาเทศบาล ได้แก่ 1) การสื่อสารเชิงวิสัยทัศน์ มุ่งอธิบายภาพอนาคตของเมืองอย่างชัดเจน เช่น เมืองอัจฉริยะ เมืองน่าอยู่ เมืองยั่งยืน เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมและภาพลักษณ์ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ 2) การสื่อสารเชิงความเชื่อมั่นและความโปร่งใส ผ่านการระบุโครงการ งบประมาณ ข้อเท็จจริง และกรอบกฎหมายอย่างตรงไปตรงมา ทำให้ประชาชนเห็นความจริงใจและตรวจสอบได้ ลดข้อกังขาในการดำเนินงาน 3) การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วม ซึ่งใช้กลยุทธ์ Call-to-Action เช่น เชิญชวนให้ประชาชนร่วมเสนอความคิดเห็น ร่วมติดตามตรวจสอบ และร่วมพัฒนาเมือง ทำให้การสื่อสารเป็นแบบสองทางและสร้างพลังชุมชน และ 4) การจัดโครงสร้างสารอย่างเป็นระบบ โดยมีบทนำชี้ปัญหา เนื้อหาหลักนำเสนอนโยบายและแผนงาน และบทสรุปที่กระตุ้นความร่วมมือ ทำให้สารมีความชัดเจน เข้าใจง่าย และโน้มน้าวใจได้ดี ด้านลักษณะการใช้ภาษา พบว่าผู้นำท้องถิ่นใช้ คำกริยาเชิงลงมือทำ เช่น พัฒนา แก้ไข ยกระดับ เพื่อสร้างภาพผู้นำที่ทำงานจริง ใช้ คำสะท้อนคุณค่าและวิสัยทัศน์ เช่น โปร่งใส ยั่งยืน ปลอดภัย เพื่อสร้างอัตลักษณ์นโยบาย และใช้ คำเชิงเร่งด่วน

เช่น ทันที โดยเร็ว เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นว่านโยบายจะเกิดขึ้นจริง ขณะเดียวกันมีการใช้ วลีเชิงเป้าหมาย เช่น “เพื่อ...” และ วลีตามหลักธรรมาภิบาล รวมถึงวลีแบบมีส่วนร่วม เช่น “ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมตรวจสอบ” ซึ่งช่วยเน้นความโปร่งใสและการมีส่วนร่วมของประชาชนในกระบวนการพัฒนาเมือง

โดยสรุปรูปแบบการสื่อสารนโยบายท้องถิ่นมีลักษณะเด่น คือ ส่วนผสมของวิสัยทัศน์ แนวทางการปฏิบัติ คุณค่า การมีส่วนร่วม (Vision, Action, Value, Participation) พร้อมภาษาที่สร้างแรงจูงใจ ความโปร่งใส และการมีส่วนร่วม ซึ่งช่วยเสริมพลังโน้มน้าวและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับประชาชน ตามภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แลดงการสื่อสารนโยบายการพัฒนาท้องถิ่นของนายกเทศมนตรีต่อสภาเทศบาลก่อนปฏิบัติหน้าที่

สรุปและข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการสื่อสารนโยบายของนายกเทศมนตรีต่อสภาเทศบาลมีความเป็นระบบและมีเป้าหมายชัดเจน โดยผู้บริหารเทศบาลควรเน้นการสื่อสารในการชี้แจงวิสัยทัศน์ ทิศทางการพัฒนาเมือง การสร้างความเชื่อมั่น และการกระตุ้นการมีส่วนร่วมของประชาชน โครงสร้างการสื่อสารแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ เกริ่นนำ เนื้อหาหลัก และการสรุปพร้อมเชิญชวนให้เข้าร่วม ซึ่งช่วยให้สารมีความครบถ้วน เข้าใจง่าย และสร้างความน่าเชื่อถือ และต่อยอดการสื่อสารด้วยการใช้สื่อดิจิทัลและแพลตฟอร์มออนไลน์ควบคู่ เพื่อขยายวงการรับรู้และเพิ่มช่องทางการมีส่วนร่วมของประชาชน ส่วนลักษณะการใช้คำและวลี ผู้บริหารเทศบาลควรออกแบบสารด้วยการใช้คำกริยาเชิงนโยบาย เช่น “พัฒนา” “สนับสนุน” “แก้ไข” ที่สะท้อนการลงมือทำจริง คำเชิงคุณค่า เช่น “โปร่งใส” “ยั่งยืน” “น่าอยู่” เพื่อสร้างความไว้วางใจ และการใช้วลีที่เริ่มต้นด้วย “เพื่อ” แสดงเจตนารมณ์ของนโยบาย รวมทั้งวลีที่เน้นการมีส่วนร่วม เช่น “ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมตรวจสอบ” ซึ่งสะท้อนกระบวนการประชาธิปไตย ข้อเสนอคือ ควรพัฒนาคู่มือการใช้ภาษานโยบายท้องถิ่นที่ชัดเจน เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้บริหารรุ่นต่อไปได้ใช้ถ้อยคำที่สื่อสารได้อย่างมีพลัง มีความน่าเชื่อถือ และเอื้อต่อการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างแท้จริง สำหรับการวิจัยครั้งต่อไปควรเปลี่ยนประเด็นศึกษา จากการสื่อสารนโยบายของนายกเทศมนตรี ไปสู่การวิเคราะห์ผลสะท้อนของการสื่อสารนโยบายต่อทัศนคติและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมของประชาชน เพื่อให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างถ้อยคำ วาทกรรม และผลลัพธ์ทางสังคมอย่างชัดเจน อีกทั้งควรเปลี่ยนพื้นที่ศึกษาจากระดับเทศบาลนคร ไปสู่

เทศบาลเมือง หรือ เทศบาลตำบล หรือ องค์การบริหารส่วนจังหวัด หรือ องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) หรือเมืองท่องเที่ยว เมืองเกษตร เมืองอุตสาหกรรมเพื่อเปรียบเทียบลักษณะการสื่อสารในบริบทที่แตกต่างทั้งด้านเศรษฐกิจ วัฒนธรรม และประชากร นอกจากนี้คว เปลี่ยนวิธีการศึกษา จากการวิเคราะห์เอกสาร มาใช้การวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methods) โดยเก็บข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก การสำรวจความคิดเห็น และการวิเคราะห์สื่อออนไลน์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่รอบด้านและสะท้อนพลวัตการสื่อสารนโยบายท้องถิ่นในยุคดิจิทัลได้ดียิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงมหาดไทย. (2562). พระราชบัญญัติเทศบาล พ.ศ. 2496 และที่แก้ไขเพิ่มเติม. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.

เทศบาลนครรังสิต. (2568). คำแถลงนโยบายนายกเทศมนตรีต่อสภาเทศบาลนครรังสิต ปี 2568. เรียกใช้เมื่อ 10 กันยายน 2568 จาก https://www.rangsit.org›New›index.php

เทศบาลนครหาดใหญ่. (2568). คำแถลงนโยบายต่อสภาเทศบาลนครหาดใหญ่. เรียกใช้เมื่อ 1 กันยายน 2568 จาก https://www.hatyaicity.go.th/news/detail/372179/data.html

เทศบาลนครอุบลราชธานี. (2568). คำแถลงนโยบายนายกเทศมนตรี 2568. เรียกใช้เมื่อ 5 กันยายน 2568 จาก https://www.cityub.go.th/2022/images/NEWs/2568/07คำแถลงนโยบาย%202568.pdf

สถาบันพระปกเกล้า. (2564). ธรรมาภิบาลกับการบริหารงานท้องถิ่น. กรุงเทพมหานคร: สถาบันพระปกเกล้า.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2563). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12. กรุงเทพมหานคร: สศช.

Agarrwal, A. (2024). The Role of Logos, Ethos and Pathos in Political Communication. Mumbai: MxMIndia.

Anderson, J. E. (2015). Public policymaking: An introduction (8th ed.). USA: Cengage Learning.

Cornelissen, J. (2020a). Corporate communication: A guide to theory and practice. California: Sage Publications.

Cornelissen, J. (2020b). Corporate communication: A guide to theory and practice (6th ed.). California: Sage Publications.

Fairhurst, G. T. (2019). The power of framing: Creating the language of leadership. London: Routledge.

Falkheimer, J. & Heide, M. (2022). Strategic communication: An introduction to theory and global practice. Oxfordshire: Routledge Publishing.

Fung, A. (2015). Putting the public back into governance: The challenges of citizen participation and its future. Public Administration Review, 75(4), 513-522.

Jenkins, H. & Nielsen, R. K. (2021). The participatory condition in the digital age. New York: Polity Press.

Kaid, L. L. & Holtz-Bacha, C. (2020). Encyclopedia of political communication. California: Sage Publications.

Kettunen, P. (2020). Governance and politics in the digital era. Massachusetts: Edward Elgar Publishing.

Lees-Marshment, J. (2020). Political marketing: Principles and applications. Oxfordshire: Routledge Publishing.

Lilleker, D. G. (2019). Political communication and cognition. London: Palgrave Macmillan.

McQuail, D. (2010). McQuail's mass communication theory (6th ed.). California: Sage Publications.

Northouse, P. G. (2021). Leadership: Theory and practice (9th ed.). California: Sage Publications.

Rogers, E. M. & Dearing, J. W. (2007). Agenda-setting research: Where has it been, where is it going? In J. W. Dearing (Ed.), Communication Yearbook 11. Oxfordshire: Routledge Publishing.

Sapienza, Z. et al. (2015). Reading Lasswell’s Model of Communication Backward: Three Scholarly Misconceptions. Mass Communication and Society, 18(5), 599-622.

World Bank. (2017). Governance and the law: World development report 2017. Washington, DC: World Bank.