

อิทธิพลของอินเทอร์เน็ตที่มีต่อการเมืองไทยตั้งแต่การเลือกตั้ง
วันที่ 23 ธันวาคม 2550 – 2552

นางศรินทร เมธีวัชรานนท์



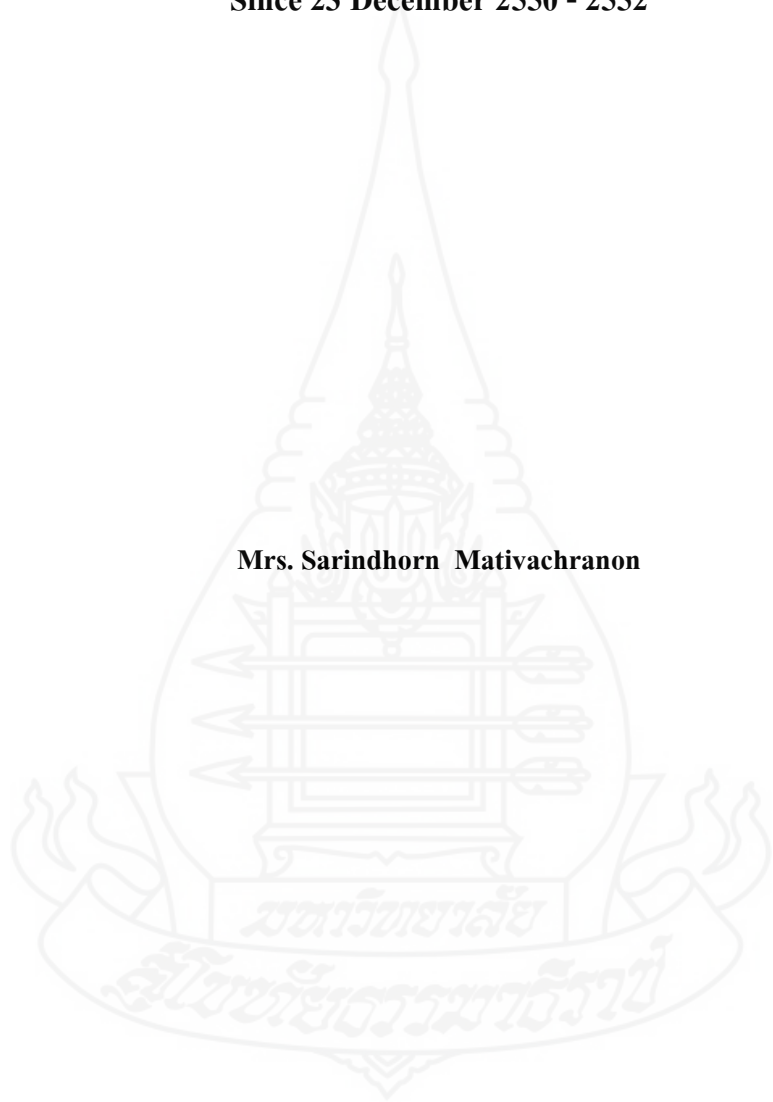
การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต
แขนงวิชาการเมืองการปกครอง สาขาวิชารัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. 2553

The Influence of Internet to Thai Politics in the Election

Since 23 December 2550 - 2552

Mrs. Sarindhorn Mativachranon



An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for

the Degree of Master of Political Science in Politics and Government

School of Political Science

Sukhothai Thammathirat Open University

2010

หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ อิทธิพลของอินเทอร์เน็ตที่มีต่อการเมืองไทยตั้งแต่การเลือกตั้ง
วันที่ 23 ธันวาคม 2550 – 2552

ชื่อและนามสกุล นางศรินทร เมธีวรานนท์

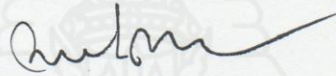
แขนงวิชา การเมืองการปกครอง

สาขาวิชา รัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

อาจารย์ที่ปรึกษา ศาสตราจารย์ ดร. ชีรภัทร์ เสรีรังสรรค์

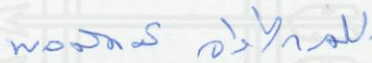
การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้ ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายน 2553

คณะกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ



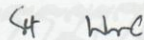
..... ประธานกรรมการ

(ศาสตราจารย์ ดร. ชีรภัทร์ เสรีรังสรรค์)



..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร. พลศักดิ์ จิรไกรศิริ)



..... (รองศาสตราจารย์ฐปนรรต พรหมอินทร์)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชารัฐศาสตร์

ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ อิทธิพลของอินเทอร์เน็ตที่มีต่อการเมืองไทยตั้งแต่การเลือกตั้ง
วันที่ 23 ธันวาคม 2550 – 2552

ผู้ศึกษา นางศรินทร เมธีวัชรานนท์ **รหัสนักศึกษา** 2508002322 **ปริญญา** รัฐศาสตรมหาบัณฑิต
(การเมืองการปกครอง) **อาจารย์ที่ปรึกษา** ศาสตราจารย์ ดร. ชีรภัทร์ เสรีรังสรรค์ **ปีการศึกษา** 2553

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต
ในบริบทของการสื่อสารทางการเมือง (2) อิทธิพลของการรับส่งข่าวสารผ่านอินเทอร์เน็ตที่มีต่อ
ทัศนคติ ความคิด ความเชื่อ การสนับสนุนและการต่อต้านของประชาชนในการมีส่วนร่วมทางการเมือง
ของเมืองของไทย และ (3) ปัญหา อุปสรรค ตลอดจนข้อเสนอแนะในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตทาง
การเมืองต่อส่วนราชการและองค์กรที่เกี่ยวข้อง เพื่อความมั่นคงของประเทศ

การวิจัยในเรื่องนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีประชากรวิจัยได้แก่ ประชาชนใน
กรุงเทพมหานครที่ใช้อินเทอร์เน็ตโดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เลือกโดยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่
ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ (1) พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตทางการเมืองของประชาชน
ในช่วง 23 ธันวาคม พ.ศ. 2550 จนถึง พ.ศ. 2552 ยังไม่สอดคล้องกับบริบทของการสื่อสารทาง
การเมือง โดยเน้นเฉพาะการรับฟังแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและการมีส่วนร่วมแบบปรึกษาหารือ
เป็นส่วนใหญ่เท่านั้น (2) อิทธิพลของอินเทอร์เน็ตที่มีต่อทัศนคติ ความคิด ความเชื่อ การสนับสนุน
และการต่อต้านของประชาชนในการมีส่วนร่วมทางการเมืองในช่วงเวลาดังกล่าวอยู่ในระดับต่ำ (3)
ปัญหาสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีอิทธิพลต่อการเมืองมาจากปัญหาเชิงนโยบายที่รัฐคุ้มครองอำนาจแทรกแซงปิด
กั้นสื่อ โดยส่งผลกระทบต่อความมั่นคงของประเทศและปัญหาเชิงปฏิบัติ เมื่อผู้ใช้สื่อขาดคุณธรรม
จริยธรรม จิตสำนึกต่อส่วนรวมทำให้เกิดความขัดแย้ง แยกแยก มุ่งหวังผลประโยชน์ทางการเมือง
เพียงอย่างเดียว ประชาชนส่วนใหญ่จึงหลีกเลี่ยงการใช้อินเทอร์เน็ตทางการเมือง ผลการศึกษามี
ข้อเสนอแนะ 3 ประเด็น คือ (3.1) รัฐควรสนับสนุนบทบาทของสื่ออินเทอร์เน็ตในการสร้างการมี
ส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน โดยกระบวนการทางกฎหมายและมาตรการอื่นๆ ที่เหมาะสม
(3.2) องค์กรที่เกี่ยวข้องเสนอมาตรการที่ชัดเจนในประเด็นเรื่องจริยธรรมการใช้อินเทอร์เน็ตทาง
การเมือง

คำสำคัญ อิทธิพล อินเทอร์เน็ต การเมืองไทย การเลือกตั้ง 23 ธันวาคม 2550

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงด้วยดีเพราะคำแนะนำตลอดจนการช่วยเหลือจากศาสตราจารย์ ดร.ธีรภัทร์ เสรีรังสรรค์ อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าอิสระ แห่ง วิชาการเมืองการปกครอง สาขาวิชารัฐศาสตร์ หากปราศจากคำชี้แนะในการปรับปรุงประเด็นต่างๆ ของรายงานจากท่านแล้ว คงจะไม่สามารถสำเร็จลุล่วงได้ จึงขอขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษาด้วยความเคารพอย่างยิ่งมา ณ ที่นี้

นอกจากนี้ ผู้ศึกษาขอขอบคุณ พล.ร.อ. สุรินทร์ เรืองอารมณ์และพล.อ.ท. ศักดา หาญยุทธ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำและกำลังใจตลอดมา จนผู้ศึกษาสามารถทำรายงานฉบับนี้ได้เป็นผลสำเร็จ ในที่สุด

พร้อมกันนี้ รายงานนี้ก็มิอาจสำเร็จลุล่วงไปด้วยดีเช่นเดียวกัน หากปราศจากการสนับสนุนจากธิดาคนเล็ก น.ส. ศิริธิดา เมธีวัชรานนท์ (แจน) ผู้ซึ่งเป็นผู้ไปแจกแบบสอบถามผ่านเพื่อนฝูง ตลอดจนเป็นผู้พิมพ์และตรวจรายงานให้ทุกหน้าตลอดทั้งเล่ม จึงขอขอบใจแจนมา ณ ที่นี้ ด้วยความรักและความปลื้มใจ และขอขอบใจบุตรและธิดาอีก 3 คนที่คอยให้กำลังใจมาตลอดเวลาที่เรียนหลักสูตรนี้

หากรายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้มีข้อบกพร่องหรือไม่สมบูรณ์ประการใด ผู้ศึกษาขอน้อมรับไว้และจะขอบพระคุณยิ่งต่อคำแนะนำที่จะได้รับในโอกาสต่อไป แต่หากมีคุณค่าหรือคุณประโยชน์แต่ประการใด ก็ขอมอบไว้ให้แด่ทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือต่องานนี้ โดยเฉพาะอาจารย์ที่ปรึกษา

ศรินทร์ เมธีวัชรานนท์

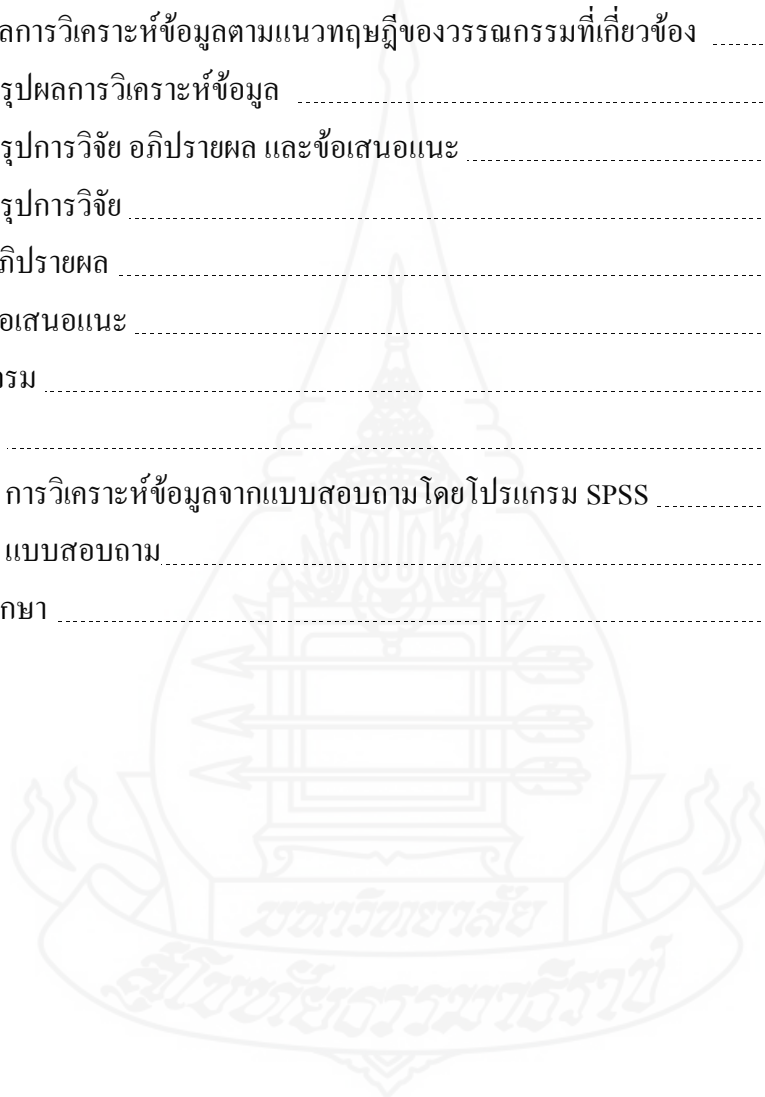
ตุลาคม 2553

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญตาราง	ซ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	3
กรอบแนวคิดการวิจัย	4
สมมติฐานการวิจัย	5
ขอบเขตของการวิจัย	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
แนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อที่มีต่อการเมือง	7
แนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต	10
แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน	15
แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง	20
แนวคิดและข้อมูลการเลือกตั้งทั่วไปและเหตุการณ์ภายหลังการเลือกตั้ง วันที่ 23 ธันวาคม 2550	36
ผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง	42
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	46
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	46
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	48
การเก็บรวบรวมข้อมูล	51
การวิเคราะห์ข้อมูล	51

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	55
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม	55
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวทฤษฎีของวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	73
สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล	76
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	80
สรุปการวิจัย	80
อภิปรายผล	85
ข้อเสนอแนะ	88
บรรณานุกรม	90
ภาคผนวก	94
ก การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามโดยโปรแกรม SPSS	95
ข แบบสอบถาม	120
ประวัติผู้ศึกษา	128



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1	จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 56
ตารางที่ 4.2	พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต..... 57
ตารางที่ 4.3	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อความรู้ความเข้าใจ/ความคิด/ทัศนคติของการรับข่าวสารทางการเมืองของประชาชน 59
ตารางที่ 4.4	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อพฤติกรรมของประชาชนในฐานะผู้ส่งข่าวสารทางการเมือง 61
ตารางที่ 4.5	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน 62
ตารางที่ 4.6	เปรียบเทียบอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ตั้งแต่การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทั่วไป เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2550 จนถึง 31 ธันวาคม พ.ศ. 2552 จำแนกตามเพศ 64
ตารางที่ 4.7	เปรียบเทียบอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ตั้งแต่การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทั่วไป เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2550 จนถึง 31 ธันวาคม พ.ศ. 2552 จำแนกตามอายุ..... 65
ตารางที่ 4.8	เปรียบเทียบอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ตั้งแต่การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทั่วไป เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2550 จนถึง 31 ธันวาคม พ.ศ. 2552 จำแนกตามอาชีพ..... 67
ตารางที่ 4.9	เปรียบเทียบอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ตั้งแต่การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทั่วไป เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2550 จนถึง 31 ธันวาคม พ.ศ. 2552 จำแนกตามระดับการศึกษา 68
ตารางที่ 4.10	เปรียบเทียบอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ตั้งแต่การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทั่วไป เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2550 จนถึง 31 ธันวาคม พ.ศ. 2552 จำแนกตามอาชีพ 70
ตารางที่ 4.11	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อความรู้/ความเข้าใจ/ความคิด/ทัศนคติของการรับข่าวสารทางการเมืองของประชาชน จำแนกตามอาชีพ 71

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.12 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อพฤติกรรม ของประชาชนในฐานะผู้ส่งข่าวสารทางการเมือง จำแนกตามอาชีพ	72
ตารางที่ 4.13 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อการมี ส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน จำแนกตามอาชีพ	73



ญ

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1 การสื่อสารทางการเมืองในยุคสื่อเก่า.....	11
ภาพที่ 2.2 การสื่อสารทางการเมืองในกระแสโลกาภิวัตน์ภายใต้สื่อใหม่.....	14



บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เมื่อโลกก้าวล่วงเข้าสู่ศตวรรษที่ 21 ทุกคนยอมรับว่าโลกปัจจุบันคือ ยุคแห่งข้อมูลข่าวสาร (Information Age) หรือสังคมแห่งการสื่อสาร (The Communication Society) และหลายประเทศทั่วโลกได้มี “การปฏิวัติสารสนเทศใหม่” ขึ้น โดยมีการนำเอาอุตสาหกรรมด้านอิเล็กทรอนิกส์มาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสาร โดยสามารถนำสารสนเทศไปสู่ประชาชนได้อย่างรวดเร็ว ครอบคลุม กว้างไกลและมีผลกระทบต่อชีวิตประจำวันของคนในสังคมปัจจุบัน ทำให้สังคมเปลี่ยนแปลงไปในทุกๆ ด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งคือ ด้านการเมืองการปกครอง การสื่อสารทางการเมืองเป็นกระบวนการทางการเมืองที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนข้อเท็จจริง ทรรศนะและความคิดเห็น ตลอดจนประสบการณ์ต่างๆ ในทางการเมืองระหว่างบุคคล กลุ่มบุคคล องค์กร รัฐ และสังคม การสื่อสารทางการเมืองจึงนับเป็นกระบวนการพิเศษที่ก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกของสังคมการเมือง ตั้งแต่ขนาดเล็กๆ ไปจนกระทั่งสังคมการเมืองระดับโลก และทำให้บุคคลสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ในสังคมการเมือง

เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารประกอบด้วยเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีการสื่อสารโทรคมนาคม ซึ่งการประยุกต์ใช้นั้น เริ่มต้นจากการคำนวณและต่อมาได้ขยายตัวไปสู่การประยุกต์ทางด้านธุรกิจอุตสาหกรรม การแพทย์ การศึกษา สังคม การทหาร และด้านอื่นๆ รวมทั้งด้านการเมืองด้วย การประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในงานด้านการเมืองนั้น อาจจำแนกได้เป็นการประยุกต์ทางด้านข้อมูลและสารสนเทศในงานด้านต่างๆ ขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับการเมือง เช่น พรรคการเมืองและรัฐบาลเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารการสร้างกลไกให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในงานของรัฐบาลและการรณรงค์การเลือกตั้งตามครรลองประชาธิปไตย ตัวอย่างหนึ่งของการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารคือ “การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ต (Internet)” ระบบอินเทอร์เน็ตเป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ที่เชื่อมโยงไปได้ทั่วประเทศและทั่วโลก กลายเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับคนทั่วโลกที่จะสื่อสารส่งข่าวถึงกันผ่านระบบไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารหรือใช้ค้นหาข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของหน่วยงานหรือของบุคคลผ่านระบบเวิลด์ ไรด์ เว็บ

(World Wide Web หรือ www) และสามารถนำเสนอขายสินค้าผ่านระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) การสอนทางไกล (E-learning) ได้ด้วย (กรรชิต มาลัยวงศ์ 2551: 4-8 ถึง 4-9)

ย้อนหลังไปก่อนรัฐประหารวันที่ 19 กันยายน 2549 ในยุคของนายกรัฐมนตรี พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร ซึ่งได้เข้าสู่อำนาจทางการเมืองในนามพรรคไทยรักไทย ตั้งแต่พ.ศ. 2544 โดยการนำเอาบทบาทของการสื่อสารทางการเมืองมาประยุกต์ใช้ในรูปแบบของการสื่อสารการตลาดเพื่อการเมือง (Political Marketing Communications) ทำให้พรรคไทยรักไทยชนะการเลือกตั้งทั้งสองครั้งในพ.ศ. 2544 และ พ.ศ. 2548 ในครั้งนั้น กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารได้จัดทำและพัฒนาเว็บไซต์ตามนโยบายของรัฐบาลใน พ.ศ. 2548 เพื่อให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นต่อนโยบายและการเสนอร่างกฎหมายของรัฐบาล มีชื่อเว็บไซต์ว่า www.lawamendment.go.th และในช่วงเวลานั้น พรรคการเมืองต่างๆ ก็มีเว็บไซต์เป็นของตนเองแล้ว เช่น พรรคไทยรักไทย เรียกดูได้ที่ www.thairakthai.or.th พรรคประชาธิปัตย์ เว็บไซต์คือ www.democrat.or.th พรรคชาติไทยอยู่ที่ www.chartthai.or.th เป็นต้น

การต่อต้านรัฐบาล พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร ของพันธมิตรประชาชนเพื่อประชาธิปไตย เป็นการต่อสู้ภายใต้หลักการการสื่อสารทางการเมืองที่สื่อถึงประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วมไปยังประชาชนทุกภาคส่วน โดยใช้สื่อที่สำคัญคือ หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ ASTV เว็บไซต์ www.manager.co.th จนในที่สุดก็เกิดการรัฐประหารล้มรัฐบาลพ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตรขึ้นเมื่อวันที่ 19 กันยายน 2549 พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตรจึงได้ลี้ภัยอยู่ในต่างประเทศและได้ต่อสู้ในทางการเมืองกับคณะรัฐประหารและรัฐบาลขณะนั้น โดยใช้ช่องทางสื่อสารทางการเมือง เช่น www.hi-thaksin.org เป็นต้น

ทั้งนี้ จากความแตกแยก ขัดแย้งทางสังคมและการต่อสู้ทางการเมือง นำมาซึ่งการร่างและประกาศใช้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยฉบับพ.ศ. 2550 และมีการเลือกตั้งทั่วไปเมื่อวันที่ 23 ธันวาคม 2550 อาจนับเป็นช่วงเวลาตื่นตัวทางการเมืองของประชาชนมากที่สุดช่วงเวลานึง ซึ่งในขณะเดียวกันก็เป็นช่วงเวลาที่สื่ออินเทอร์เน็ตได้รับความนิยมจากทุกภาคส่วนองค์กรและประชาชนมากที่สุดช่วงเวลานึงเช่นกัน อย่างไรก็ตามภายหลังจากการเลือกตั้งทั่วไปดังกล่าวแล้วปรากฏว่าความขัดแย้ง แตกแยกของสังคมไทย การต่อต้านรัฐบาล การต่อสู้ทางการเมือง และการเมืองภาคประชาชนกลับทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น ถึงขั้นจลาจล นองเลือด บาดเจ็บ ล้มตาย และการเปลี่ยนขั้วการเมืองในการจัดตั้งรัฐบาล

จากเหตุการณ์ดังกล่าวข้างต้น ได้มีการกล่าวถึงบทบาทของสื่อมวลชนต่อความมั่นคงของประเทศมากขึ้น โดยเฉพาะอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ต เนื่องจากอินเทอร์เน็ตมีลักษณะที่แตกต่างจากสื่อมวลชนดั้งเดิมอย่างชัดเจน ทำให้การแพร่ขยายของข้อมูลในสื่อไม่มีขอบเขต

จำกัดอีกต่อไป และเกิดช่องว่างของกฎหมาย กล่าวคือในด้านของผู้ส่งสาร อินเทอร์เน็ตสามารถขยายศักยภาพของคนเพียงคนเดียวให้สามารถกลายเป็นผู้ส่งสารมวลชนได้ ทั้งยังมีต้นทุนต่ำกว่าสื่อสารมวลชนอื่นๆ ในด้านของข่าวสารบนอินเทอร์เน็ตก็สามารถเผยแพร่ไปยังมวลชนได้อย่างง่ายดายและเป็นการยากที่จะถูกกั้นกรงหรือปิดกั้น ในด้านของความเป็นสื่ออินเทอร์เน็ตก็มีการรวมเอาสื่อทุกแขนงเข้ามาอยู่ร่วมกัน มีลักษณะของความเป็นสื่อผสม (Multimedia) ทำให้ผู้รับสารสามารถเลือกรับสารได้หลายรูปแบบในเวลาเดียวกัน โดยเฉพาะในเรื่องของปฏิริยาตอบสนอง อินเทอร์เน็ตช่วยจัดอุปสรรคในเรื่องของความแตกต่างของสถานที่และเวลาทำให้ปฏิริยาของผู้รับสารสามารถเกิดขึ้นได้แทบจะทันที ทำนองเดียวกับการสื่อสารระหว่างบุคคล จึงอาจจะถือได้ว่าอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อมวลชนมากที่สุดในระยะเวลาที่จำกัด

บทบาทและอิทธิพลของอินเทอร์เน็ตในทางการเมืองในต่างประเทศเกิดขึ้นและประสบผลสำเร็จมาช้านานแล้ว จนถึงการเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกาในรอบล่าสุดในพ.ศ. 2550-2552 การหาเสียงด้วยวิธีการถ่ายทำวิดีโอทัศนหาเสียงสั้นๆ ถูกพัฒนาขึ้น โดยมีกรนำเอาวิดีโอทัศนโฆษณานั้นอัพโหลดหรือถ่ายเทลงไปยังเว็บไซต์ ผู้สมัครรับเลือกตั้งต่างก็ใช้วิดีโอออนไลน์นี้เป็นประโยชน์ในการหาเสียงเลือกตั้ง ยกตัวอย่าง วิดีทัศน์ที่ดังที่สุดคือ มิวสิควิดีโอเพลง “Yes, we can” (YouTube 2552) แต่งโดย will.i.am ศิลปินเพลง Hip Hop ผิดคำชื่อดัง โดยนำเอาวิดีโอทัศนการปราศรัยต่างๆ ของบารัค โอบามามาตัดต่อเข้าด้วยกันให้เป็นเพลง ทำให้มีสถานะเป็นทั้งเพลงที่มีความหมายในทางการเมืองในการปราศรัยหาเสียงเลือกตั้ง นอกจากนี้ยังมีศิลปินชื่อดังคนอื่นๆ ที่สนับสนุนโอบามาเข้ามาปรากฏตัวในวิดีโอด้วยเป็นจำนวนมาก

สำหรับประเทศไทยนั้น ถึงแม้อินเทอร์เน็ตจะได้เข้ามามีบทบาททางการเมืองชัดเจนตั้งแต่การเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร เมื่อวันที่ 23 กรกฎาคม 2534 แต่ก็ยังไม่มีอิทธิพลมากเท่ากับสื่อสารมวลชนประเภทอื่นๆ แต่จากการพัฒนาระบบและความนิยมของประชาชนต่ออินเทอร์เน็ตที่เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ จึงเป็นคำถามสำคัญสำหรับอิทธิพลของอินเทอร์เน็ตที่มีต่อการเมืองไทย ตั้งแต่การเลือกตั้งวันที่ 23 ธันวาคม 2550 จนถึง 2552 ว่ามีผลมากน้อยเพียงใด อย่างไร

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

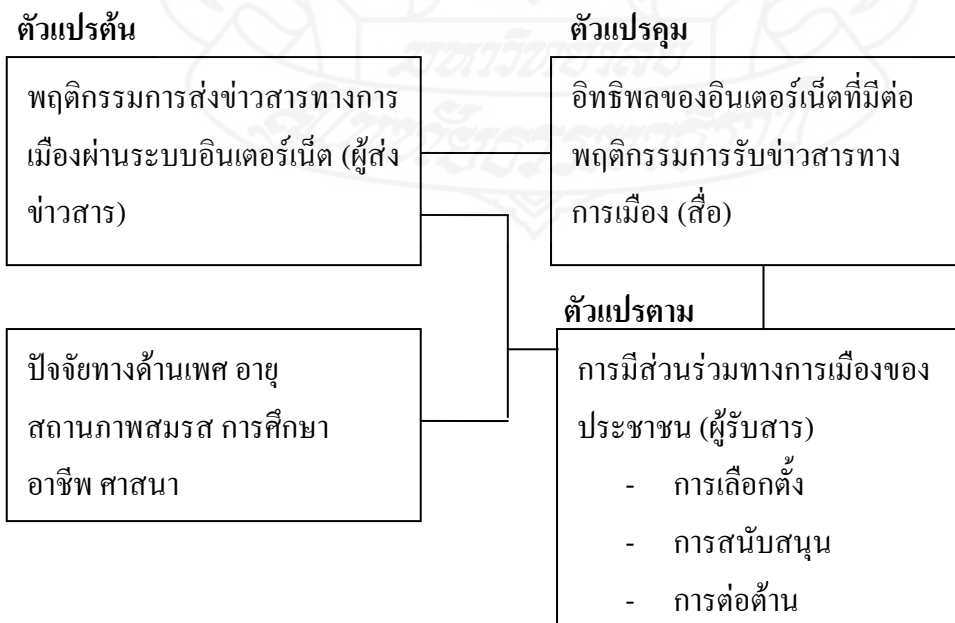
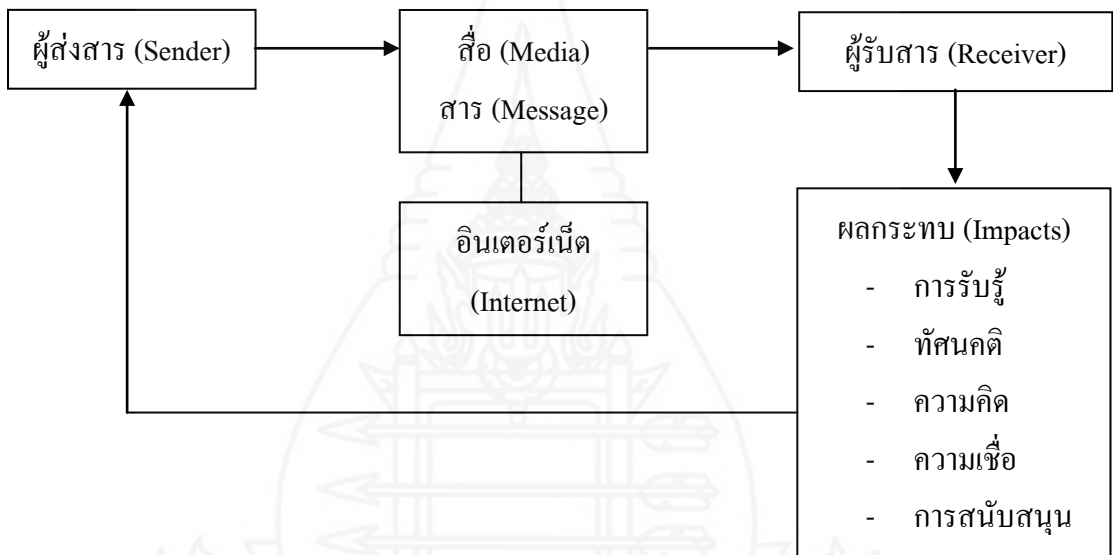
2.1 เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในบริบทของการสื่อสารทางการเมือง

2.2 เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของการรับส่งข่าวสารผ่านอินเทอร์เน็ตที่มีต่อทัศนคติ ความคิด ความเชื่อ การสนับสนุนและการต่อต้านของประชาชน ในการมีส่วนร่วมทางการเมืองของไทย

2.3 เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรค ตลอดจนข้อเสนอแนะในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตทางการเมืองต่อส่วนราชการและองค์กรที่เกี่ยวข้องเพื่อความมั่นคงของประเทศ

3. กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “อิทธิพลของอินเทอร์เน็ตที่มีต่อการเมืองไทย ตั้งแต่การเลือกตั้งวันที่ 23 ธันวาคม 2550 – 2552” ครั้งนี้ ผู้วิจัยจะใช้แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการเมืองไทยและการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน การสื่อสารทางการเมือง โดยเฉพาะเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต ตลอดจนข้อมูลการเลือกตั้งดังกล่าว และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สรุปเป็นกรอบแนวคิดของการวิจัยได้ ดังนี้



4. สมมติฐานการวิจัย

- 4.1 ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีการใช้อินเทอร์เน็ตที่มีต่อการเมืองไทยแตกต่างกัน
- 4.2 ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีการใช้อินเทอร์เน็ตที่มีต่อการเมืองไทยแตกต่างกัน
- 4.3 ประชาชนที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีการใช้อินเทอร์เน็ตที่มีต่อการเมืองไทยแตกต่างกัน
- 4.4 ประชาชนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการใช้อินเทอร์เน็ตที่มีต่อการเมืองไทยแตกต่างกัน
- 4.5 ประชาชนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีการใช้อินเทอร์เน็ตที่มีต่อการเมืองไทยแตกต่างกัน
- 4.6 ประชาชนที่นับถือศาสนาแตกต่างกัน มีการใช้อินเทอร์เน็ตที่มีต่อการเมืองไทยแตกต่างกัน

5. ขอบเขตของการวิจัย

- 5.1 ศึกษาการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในบริบทของการรณรงค์การเลือกตั้ง การต่อสู้ทางการเมือง และกิจกรรมของกลุ่มการเมืองภาคประชาชนที่ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือหลัก
- 5.2 ศึกษาและวิเคราะห์บทบาทการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในมิติของความรู้ ความเข้าใจ ความคิด ทศนคติ ค่านิยม อุดมการณ์ทางการเมืองที่แสดงพฤติกรรมผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต
- 5.3 ศึกษาประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เฉพาะผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นประจำ ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครเท่านั้น
- 5.4 ศึกษาเฉพาะในช่วงเวลาตั้งแต่การเลือกตั้ง 23 ธันวาคม พ.ศ. 2550 จนถึงพ.ศ. 2552 ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครเท่านั้น

6. นิยามศัพท์เฉพาะ

- 6.1 การมีส่วนร่วมทางการเมือง หมายถึง การแสดงออกทางการเมืองของประชาชนในบทบาทของการรณรงค์การเลือกตั้ง การต่อสู้ทางการเมืองในปัญหาขัดแย้งต่างๆ ตลอดจน

กิจกรรมของกลุ่มการเมืองภาคประชาชน โดยอาศัยอินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือหลักและสื่ออื่นๆ เป็นเครื่องมือประกอบ

6.2 ประชาชน หมายถึง บุคคลทั่วไปที่มีและไม่มีสิทธิเลือกตั้งในองค์กรทุกภาคส่วน รวมถึงสมาชิกพรรคการเมืองด้วย

6.3 อินเทอร์เน็ต หรือ Internet คือ สื่อมวลชนประเภทหนึ่งที่น่าสนใจเสนอข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจ และการประชาสัมพันธ์ในทุกมิติ รวมถึงการเมือง

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 ทำให้ทราบถึงพัฒนาการและบทบาทของอินเทอร์เน็ตต่อการเมืองไทยในบริบทของการสื่อสารทางการเมือง

7.2 ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการมีส่วนร่วมทางการเมือง ซึ่งแสดงถึงอิทธิพลของอินเทอร์เน็ตที่มีต่อทัศนคติ ความคิด ความเชื่อ การสนับสนุนและการต่อต้านทางการเมืองของประชาชนในช่วงเวลาดังแต่การเลือกตั้งทั่วไปเมื่อวันที่ 23 ธันวาคม 2550 จนถึง 2552

7.3 ทำให้ทราบปัญหา อุปสรรค ตลอดจนสามารถให้ข้อเสนอแนะในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตทางการเมืองต่อส่วนราชการและองค์กรที่เกี่ยวข้องให้เป็นไปอย่างสร้างสรรค์เพื่อความมั่นคงของประเทศ

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่องอิทธิพลของอินเทอร์เน็ตที่มีต่อการเมืองไทย ตั้งแต่การเลือกตั้งวันที่ 23 ธันวาคม 2550 – 2552 ผู้วิจัยได้นำแนวคิดทฤษฎีต่างๆ มาประมวลผลให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อที่มีต่อการเมือง
2. แนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต
3. แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน
4. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง
5. แนวคิดและข้อมูลการเลือกตั้งทั่วไป และเหตุการณ์ภายหลังการเลือกตั้งวันที่ 23 ธันวาคม 2550
6. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อที่มีต่อการเมือง

อิทธิพลของสื่อสามารถกล่าวได้ว่า “สื่อคือสาร” และ “สารคือสื่อ” และพบความจริงว่า สื่อบุคคลและสื่อมวลชนถือเป็นช่องทางในการสื่อสารทางการเมืองเป็นสำคัญ

ด้วยเหตุผลว่าสื่อบุคคลนั้น เป็นสื่อที่มีความใกล้ชิดกับผู้รับสารมากกว่าสื่อมวลชน เพราะในการสื่อสารทางการเมืองส่วนใหญ่จะเป็นบุคคลที่มีถิ่นที่อยู่อาศัยหรือพื้นที่เดียวกันกับผู้รับสาร และยังเป็นผู้นำชุมชนหรือบุคคลที่เป็นที่รู้จักกันในถิ่นที่อยู่อาศัย หรือพื้นที่หรือภูมิภาคเดียวกัน หรือระดับสูงขึ้นไปคือบุคคลที่เด่นดังในสังคม ซึ่งมีแนวโน้มให้ผู้รับสารเกิดความเชื่อถือและคล้อยตามสารที่ผู้ส่งประเภทสื่อบุคคลแบบนี้ทำการแลกเปลี่ยนข่าวสารได้ง่าย

ส่วนทางด้านสื่อมวลชนนั้น สามารถแทรกตัวของสื่อแต่ละประเภทเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของผู้รับสารได้อย่างโดยง่าย เช่น “สื่อโทรทัศน์” ที่ปัจจุบันมีลักษณะเป็น “สื่อสากล” หรือ สื่อระดับโลกไปแล้ว อันเนื่องมาจากเทคโนโลยีการสื่อสารประเภทดาวเทียมที่ถ่ายทอดข่าวสารของเหตุการณ์ต่างๆ ทั่วโลกผ่านมายังโทรทัศน์ หรือแม้แต่เทคโนโลยีของสายเคเบิล นอกเหนือจากภายในแต่ละสังคมหรือแต่ละประเทศ ผู้ส่งสารในทางการเมืองจะเป็นระดับ

รัฐบาลหรือระดับนักการเมือง สื่อโทรทัศน์ก็ยังคงทรงพลังในการสร้างการยอมรับตามกระบวนการวิศวกรรมการสื่อสารทางการเมืองจากการเสนอข่าวสารต่างๆ ทางนโยบาย การปฏิบัติตามนโยบาย การใช้สื่อมวลชนเพื่อโฆษณา และโฆษณาชวนเชื่อให้กับผู้รับสารคือประชาชนทั่วไปในสังคมนั้นมากขึ้น

อีกทั้งยังทำให้สื่อบุคคลได้เสนอภาพลักษณ์ของตัวเองจากภาษาพูดและกิริยาท่าทางต่างๆ บุคลิกจากการแต่งกายหรือสัญลักษณ์อื่นๆ ผ่านทางจอโทรทัศน์ของผู้รับสารหรือกลุ่มเป้าหมายได้สามารถสร้างความใกล้ชิดมากยิ่งขึ้น ถึงแม้ตัวจริงของผู้ส่งสารกับผู้รับสารจะอยู่ไกลกันคนละภูมิภาค คนละพื้นที่ คนละสังคม หรือแม้แต่คนละประเทศ

อย่างไรก็ตาม ในการศึกษาช่องทางสื่อสารทางการเมืองแนวใหม่มักจะไม่ได้ให้ความสนใจเพียงแค่คุณลักษณะของสื่อหรือช่องทางที่ต่างชนิดกัน ดังที่ชอบใช้ศึกษากันจนยึดติดกับการพยายามศึกษาเพียงการเปรียบเทียบลักษณะสำคัญที่แตกต่างกันของสื่อ ข้อดีหรือข้อเสียของสื่อเกณฑ์การเลือกใช้สื่อ เป็นต้น

แต่การศึกษาได้หันมาหาความสนใจการพิจารณาแนวคิดเรื่องอิทธิพลของสื่อ ทั้งสื่อบุคคลและสื่อมวลชนที่สามารถอธิบายความเป็นพลังของสื่อหรือช่องทางสื่อสารทางการเมืองได้ด้วยแนวคิดการกำหนดวาระของสาร ซึ่งเชื่อมโยงกับแนวคิดของเรื่อง “นายทวารหรือผู้รักษาประตู” (Gatekeeper) ของสื่อในการเป็นผู้กรองสาร โดยจะคัดเลือกข่าวสารบางเรื่องบางประเด็น บางความสนใจของผู้รับสารนำเสนอผ่านสื่อประเภทต่างๆ ของคน

ดังนั้นจากแนวคิดนี้ สื่อมวลชนและสื่อบุคคลสามารถสร้างสิ่งที่เรียกว่า “ความเป็นสาธารณะ” หรือ Public คือสร้างกลุ่มผู้รับสารที่สนใจเรื่องเดียวกัน สร้างกระแสการบอกต่อขยายผลแบบปากต่อปาก หรือต่อต้านขัดแย้งร่วมกันในเรื่องเดียวกัน ประเด็นเดียวกัน

ด้วยลักษณะดังกล่าวจึงทำให้ทั้งสื่อมวลชนและสื่อบุคคลส่งสารทั้งในรูปแบบของ “จุดประเด็นความสนใจหรือสร้างกระแส” และสร้างภาพลักษณ์ของตัวสื่อบุคคลในรูปแบบความเป็น “แหล่งข่าว” (Source) ได้ เช่น กรณีของคลื่นยักษ์สึนามิกับกรณีแพทยหญิงพรทิพย์กับการเคลื่อนย้ายศพผู้เสียชีวิต กรณีของการนำเสนอข่าวอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ กับการรักษาการแทนหัวหน้าพรรคประชาธิปัตย์แทนนายบัญญัติ บรรทัดฐาน ที่ลาออกไปตามมารยาททางการเมืองหลังจากการเลือกตั้งชิงชัยความเป็นรัฐบาลเมื่อวันที่ 6 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2548

เหตุนี้ อาศัยเหตุผลจากการศึกษาของนักวิชาการที่มีชื่อทางด้านนี้คือ DeFleur, Lang, Pye, Maxwell McCombs, Murphy, Davis & Robinson, Alex S. Tan, Elihu Katz and Paul Lazarfeld, Daniel Lerner, and Oran R. Young พบว่า แนวคิดการนำอิทธิพลของสื่อในการกำหนด

วาระของสารนั้น มุ่งวิเคราะห์การให้ข่าวสารจากการเลือกเน้นประเด็นสำคัญหรือหัวข้อของปัญหาที่จะจุดประเด็นความสนใจหรือสร้างกระแสจากการพิจารณาเกี่ยวกับปัจจัยต่อไปนี้

1. บุคคลที่เป็นประเด็นหรือสร้างกระแส เช่น นายกรัฐมนตรี รัฐมนตรี หัวหน้าพรรคการเมืองหรือบุคคลผู้มีตำแหน่งสำคัญในทางการเมืองหรือในพรรคการเมืองต่างๆ หรือแม้แต่ นักวิชาการทางรัฐศาสตร์และทางการสื่อสาร

2. เหตุการณ์สำคัญของสถานที่ เนื้อหา วันเวลา ที่เป็นประเด็นหรือสร้างกระแสได้ เช่น กรณีคลื่นยักษ์สึนามิเมื่อวันที่ 26 ธันวาคม พ.ศ. 2547 ที่จังหวัดภูเก็ต กระบี่ พังงา

3. การจัดลำดับความสำคัญโดยสื่อเป็นผู้จัดประเด็นหรือสร้างกระแส เช่น กรณีการจัดลำดับความหล่อของสมาชิกพรรคประชาธิปัตย์ เช่น หล่อใหญ่ ได้แก่ นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ หล่อเล็ก ได้แก่ นายอภิรักษ์ โกษะโยธิน เป็นต้น

4. การจัดลำดับความสำคัญโดยการใช้นโยบายจากผู้มีอำนาจในการออกนโยบายหรือเป็นผู้มีส่วนได้เสียเป็นผู้จัดประเด็นหรือสร้างกระแสที่เรียกว่า Policy or Stakeholders Agenda เช่น นโยบาย 30 บาทรักษาทุกโรคของรัฐบาล การออกมาต่อต้านการแปรรูปการไฟฟ้าฝ่ายผลิตของกลุ่มศิรัชัย ไม้งาม เป็นต้น

5. การจัดลำดับความสำคัญโดยอ้างสาธารณะว่าเป็นผู้จัดหรือต้องตระหนักที่เรียกว่า “Public Reference Agenda” เช่น กรณีพรรคประชาธิปัตย์ใช้การรณรงค์หาเสียงและจัดระเบียบวาระสารด้วยการปลุกเร้าสาธารณะด้วยการอ้างความจำเป็นในการร่วมมือกันยืนยันทนความเป็นสิทธิเจ้าของประเทศ สกัดการที่พรรครัฐบาลจะได้เสียงข้างมากฝ่ายเดียวเป็นรัฐบาลต่อไปเหมือนการกินรวบประเทศไทยหรือการหาเสียงของพรรคคนปลดหนี้ก็อ้างความต้องการสาธารณะที่จะให้มีการปลดหนี้หรือให้เกษตรกรพ้นจากภาวะหนี้สิน หรืออย่างกรณีหาเสียงของ ร.ต.อ. เฉลิม อยู่บำรุง ที่รณรงค์ว่าคนกรุงเทพฯ ต้องใช้ผมในคราวหาเสียงแข่งขันชิงชัยตำแหน่งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2547

ดังนั้นจึงเห็นได้ว่า การสื่อสารทางการเมืองที่ใช้ช่องทางหรือสื่อทางการเมืองที่มีประสิทธิภาพจะต้องทำความเข้าใจในเรื่องอิทธิพลของการจัดระเบียบวาระของสื่อบุคคลและสื่อมวลชนเป็นเรื่องสำคัญอย่างมาก เพราะระเบียบวาระสารที่ถูกจัดตั้งกล่าวนี้ จะสัมพันธ์ต่อไปยังเรื่องการสร้างและถ่ายทอดคณาพลักษณะทางการเมืองด้วย ความสามารถในการใช้สื่อหรือช่องทางสื่อสารทางการเมืองที่นิยมกันในปัจจุบันคือ การใช้สื่อเพื่อการสื่อสารในรูปแบบบูรณาการ หรือใช้หลายสื่อเพื่อสร้างกิจกรรมหลายกิจกรรมในการรณรงค์ทางการเมือง ซึ่งนักการสื่อสารทางการเมืองได้ประยุกต์แนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication) ตามแนวคิดการตลาดทางการเมือง (วัลลภ ลำพวย 2551: 3-55-57)

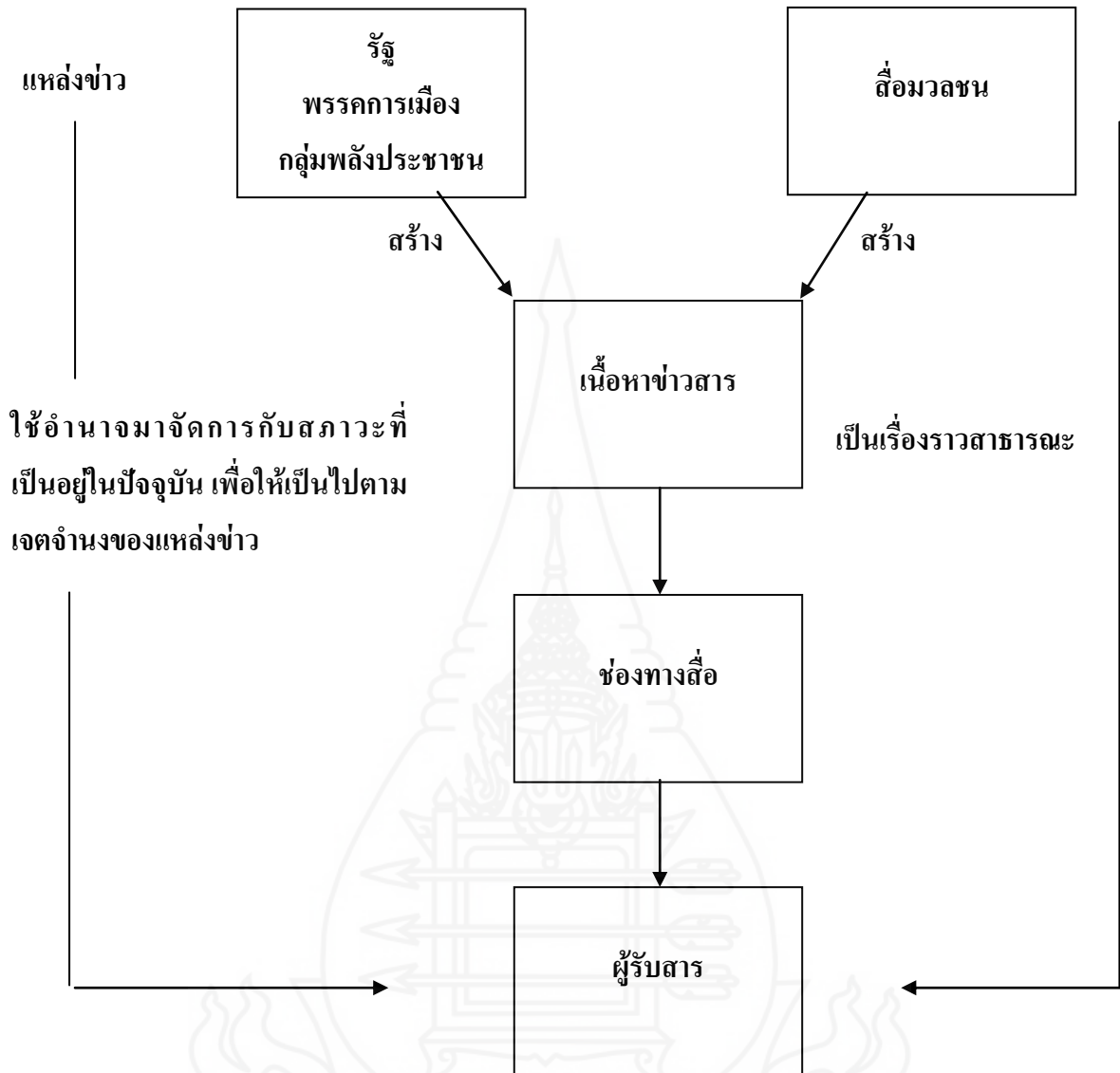
2. แนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต

“เทคโนโลยีการสื่อสาร” เป็นคำที่ใช้ในความหมายซึ่งครอบคลุมถึงศิลปะการสื่อสาร วิธีการ กระบวนการ เครื่องมือ อุปกรณ์ที่มีความเปลี่ยนแปลงก้าวหน้าและส่งเสริมเพิ่มพูนสมรรถนะ คุณภาพ ประสิทธิภาพและประสิทธิภาพการสื่อสารของมนุษย์ รวมถึงการแสวงหาข่าวสาร การเก็บสาร การส่งสาร และผลสะท้อนกลับ

การสื่อสารทางการเมืองในยุคสื่อเก่านั้น เป็นการส่งสารผ่านช่องทางสื่อที่มีลักษณะเป็นแนวดิ่ง โดยมีเป้าหมายเพื่อการครอบงำในรูปของบทรธนาธิการ บทวิเคราะห์ข่าว ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ นโยบายต่างๆ ของรัฐบาล และสถาบันการเมืองอื่นๆ ที่ต้องการให้ประชาชนได้รับรู้

การสื่อสารที่มีเป้าหมายเพื่อการครอบงำดังกล่าว ทำให้ประชาชนส่วนหนึ่งมีปฏิกิริยาตอบโต้การสื่อสารทางการเมืองใน 2 ลักษณะ คือ “กลัวและหลีกเลี่ยงที่จะสื่อสาร” กับ “เบื่อและเกิดการเพิกเฉยที่จะติดตามข่าวสารการเมือง” ซึ่งปฏิกิริยาทั้ง 2 แบบนี้ ล้วนแต่ส่งผลเสียกับระบอบการปกครองแบบประชาธิปไตยที่ประชาชนต้องมีส่วนร่วมในการตัดสินใจทางการเมืองทั้งสิ้น





ภาพที่ 2.1 การสื่อสารทางการเมืองในยุคสื่อเก่า (ยูทธรพร อิศรชัช 2551:15-23)

อย่างไรก็ตาม การสื่อสารในยุคปัจจุบันนั้นทำให้อุปสรรคด้านระยะทางและเวลา กลายเป็นเรื่องไร้ความหมาย การมีโทรศัพท์ทำให้เราสามารถที่จะติดต่อสื่อสารกับบุคคลที่อยู่ห่างไกลได้ตลอดเวลา ระบบโทรทัศน์ทำให้เราเห็นและได้ยินเรื่องราวที่อยู่ไกลตัวภายในเวลาอันรวดเร็วยิ่งขึ้น การเกิดขึ้นของการถ่ายทอดรายการสดผ่านดาวเทียมทำให้คนที่อยู่ห่างไกลจากเหตุการณ์นับเป็นหมื่นๆ ไมล์ได้เห็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาจริงอย่างแทบไม่น่าเชื่อ อาจกล่าวได้ว่า เทคโนโลยีสื่อสารนั้นเข้ามาช่วยขยายประสบการณ์ด้านการรับสัมผัสของมนุษย์ให้กว้างออกไป

พัฒนาการของเทคโนโลยีการสื่อสารนั้นส่งผลต่อระบบสังคมการเมืองในแง่ของการเพิ่มช่องทางเลือกในการรับรู้ข่าวสารของประชาชนให้มากขึ้น ส่วนในระดับปัจเจกบุคคลนั้น พัฒนาการของเทคโนโลยีการสื่อสารทำให้เกิดการเรียนรู้ เกิดทัศนคติ ตลอดจนจิตสำนึกทางการเมืองในเรื่องใดเรื่องหนึ่งร่วมกัน โดยไม่มีข้อจำกัดในเรื่องเขตแดนทางภูมิศาสตร์อีกต่อไป

เทคโนโลยีการสื่อสารนั้นได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องมาจนถึงยุคปัจจุบันที่มีสื่อใหม่ (New media) เกิดขึ้น ซึ่งหมายถึงสื่อที่ใช้เทคโนโลยีแนวใหม่ทั้งคอมพิวเตอร์และระบบสื่อสารดาวเทียม ซึ่งทำให้แยกสื่อใหม่ออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

ประเภทที่ 1 สื่อที่ใช้คอมพิวเตอร์เป็นฐาน (Computer mediated communication – CMC) สื่อชนิดนี้เป็นสื่อแบบปฏิสัมพันธ์ (Interactivity) เช่น อินเทอร์เน็ต และสื่อใหม่ที่กำลังจะเปิดตัวที่มีลักษณะเชื่อมโยงโทรศัพท์ โทรทัศน์ และคอมพิวเตอร์เข้าด้วยกัน

ประเภทที่ 2 คือ สื่อโทรคมนาคมผ่านดาวเทียม ซึ่งยังคงรูปแบบการสื่อสารทางเดียวที่มีพลังในการป้อนข่าวสารและความบันเทิงไปได้ทั่วโลก และสามารถเข้าถึงประชาชนที่เชื่อมต่อกับเครือข่ายอินเทอร์เน็ตไม่ได้

คุณลักษณะที่โดดเด่นของสื่อใหม่เหล่านี้คือ ปฏิสัมพันธ์และการนำไปใช้ร่วมกับอาณาจักรของสื่อเดิมได้ เช่น การส่งอีเมลล์แทนการส่งจดหมาย การประชุมผ่านระบบ Video Conference แทนการประชุมร่วมกันในห้อง และใช้เป็นส่วนเติมเต็มของสื่อมวลชนแบบดั้งเดิมหรืออาจกล่าวสรุปได้ว่า สื่อใหม่นั้นสามารถจะเข้ามาทำงานในทุกบริบทที่สื่อชนิดอื่นๆ ได้ปฏิบัติการอยู่แล้ว

กรณีตัวอย่างของการใช้สื่อใหม่ที่เราเห็นได้ชัดคือ การสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ที่เชื่อมโยงคอมพิวเตอร์นับล้านๆ เครื่องทั่วโลกเข้าด้วยกัน โดยใช้คอมพิวเตอร์เป็นอุปกรณ์ปลายทางในการรับส่งข้อมูลข่าวสารภายใต้มาตรฐานการรับส่งข้อมูลแบบเดียวกัน อินเทอร์เน็ตเริ่มมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและมีการขยายตัวออกไปอย่างรวดเร็วเมื่อมีการนำมาใช้เพื่อการพาณิชย์เป็นครั้งแรกใน ค.ศ. 1991 มีการติดต่อสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

มากกว่าการติดต่อสื่อสารผ่านระบบโทรศัพท์ระหว่างประเทศถึง 4 เท่า ทั้งนี้มีอัตราการเติบโตของ ประเทศต่างๆ ในทวีปเอเชียเป็นไปอย่างรวดเร็วที่สุดคือประมาณ 500% ต่อปี มากกว่าประเทศ สหรัฐอเมริกาซึ่งเติบโตเพียง 300% ต่อปี โดยในทวีปเอเชียนั้น ประเทศญี่ปุ่นมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดราว 8 ล้านคน ซึ่งคิดเป็น 2 ใน 3 ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในทวีปเอเชียทีเดียว

บรูซ บิมเบอร์ (Bruce Bimber อ้างถึงในยุทธพร อิศรชัย 2551: 15-25) นักรัฐศาสตร์ แห่งมหาวิทยาลัยแคลิฟอร์เนีย ซานตา บาร์บารา ตั้งข้อสันนิษฐานไว้ว่า การสื่อสารผ่านเครือข่าย อินเทอร์เน็ตนั้น ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้ใน 2 แนวทาง

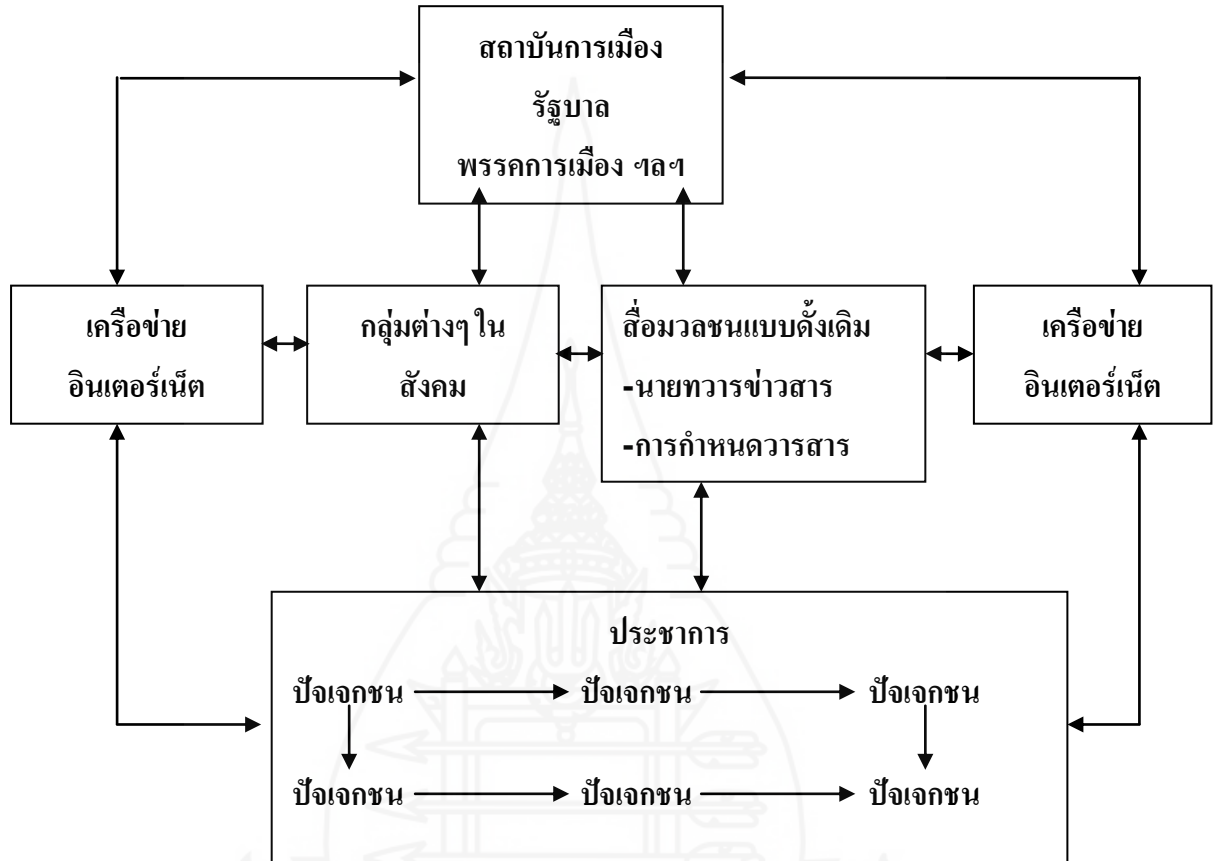
แนวทางแรก เรียกว่า Populist คือการที่สื่ออินเทอร์เน็ตทำให้ปัจเจกชนมีอิทธิพลต่อ รัฐบาลและระบบการเมืองมากขึ้น เนื่องจากบุคคลเหล่านั้นสามารถที่จะติดต่อผ่านอินเทอร์เน็ตไป ยังบุคคลต่างๆ ในรัฐบาลได้โดยตรง โดยที่ไม่เพียงแต่พวกเขาจะสามารถติดตามข่าวสารทางการเมือง และแสดงความคิดเห็นของเขาไปยังรัฐบาลได้เท่านั้น แต่ยังทำให้เขาสามารถที่จะลดการพึ่งพา ทั้งในระหว่างปัจเจกชนด้วยกันและในระหว่างกลุ่มต่างๆ ทางการเมืองอีกด้วย

แนวทางที่สอง เรียกว่า Community คือการสร้างสรรคและการทำให้เกิดการเพิ่มขึ้น ของชุมชน เทคโนโลยีการสื่อสารใหม่ๆ นั้นจะนำมาซึ่งการปรับปรุงระเบียบทางสังคมและ เทคโนโลยีแบบใหม่นั้นจะทำให้กลุ่มชุมชนในระดับชาติมีกิจกรรมร่วมกันได้ราวกับว่ามันเป็น ชุมชนของคนบ้านใกล้เรือนเคียงที่กำลังพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน ทำให้อุปสรรคเรื่อง ระยะทางและเวลาหมดไปนั่นเอง เพราะถึงแม้ว่าจะเป็นชุมชนระดับชาติ แต่ทุกคนก็สามารถ ติดต่อสื่อสารกันได้อย่างรวดเร็วและรับรู้เรื่องราวต่างๆ ได้อย่างพร้อมเพรียงในเวลาเดียวกัน

การสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตนั้น ทำให้ความห่างไกลทางกายภาพไม่มีผลต่อ การเกิดขึ้นและการคงอยู่ของชุมชนอีกต่อไป ชุมชนนั้นสามารถที่จะเกิดขึ้นได้เสมอเมื่อบุคคลหนึ่ง มีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นๆ ผ่านเครือข่ายเป็นระยะเวลาานพอที่พวกเขาจะพัฒนาความสัมพันธ์ นั้นให้ยั่งยืนขึ้น โดยที่ไม่จำเป็นต้องคำนึงถึงความแตกต่างในเรื่องระยะทาง พื้นที่ หรือแม้แต่ความ แตกต่างทางวัฒนธรรม

อาจกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่าแนวคิด Populist เน้นที่การเปลี่ยนแปลงทางการสื่อสาร จากพลเมืองไปยังรัฐบาลหรือเป็นผลกระทบในแนวคิดระหว่างสังคมกับสถาบันการเมือง ทำให้มี การสื่อสาร 2 ทาง (Two-way communication) เกิดขึ้น ในขณะที่แนวคิด Community เน้นที่การ ขยายขอบเขตด้านการสื่อสารระหว่างพลเมืองด้วยกันเองหรือเป็นผลกระทบของการสื่อสารใน แนวนอนระหว่างปัจเจกชนกับปัจเจกชนในสังคม ซึ่งทั้ง 2 ด้านนั้นต่างก็เป็นผลกระทบของ เทคโนโลยีทางการสื่อสารแบบใหม่ที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม

ดังนั้น เมื่อประมวลความคิดจากพัฒนาการของเทคโนโลยีการสื่อสารแบบใหม่ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและแนวคิดเรื่องผลกระทบของการสื่อสารผ่านเครือข่ายของสื่อใหม่ที่มีต่อระบบการเมืองหรือการสื่อสารทางการเมืองของบรูซ บิมเมอร์แล้ว อาจสรุปได้ดังภาพ



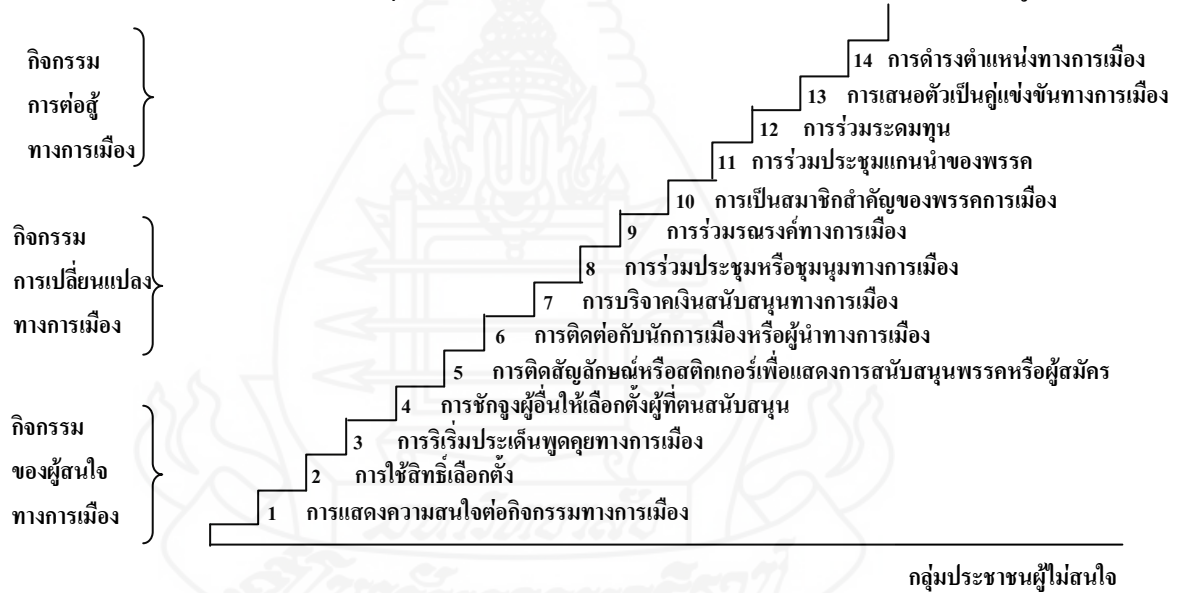
ภาพที่ 2.2 การสื่อสารทางการเมืองในกระแสโลกาภิวัตน์ภายใต้สื่อใหม่ (ยุทธพร อิศรัชย์ 2551: 15-26)

กระบวนการสื่อสารทางการเมืองในยุคโลกาภิวัตน์ตามภาพ สามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้คือ สถาบันทางการเมืองต่างๆ โดยเฉพาะรัฐบาลและพรรคการเมืองอาศัยกลุ่มต่างๆ (กลุ่มผลประโยชน์) ในสังคมและสื่อมวลชนเป็นช่องทางการสื่อสารที่สำคัญในการถ่ายทอดสาร ซึ่งได้แก่ ผลของการตัดสินใจและนโยบายในเรื่องต่างๆ ของรัฐบาลที่ต้องการให้ประชาชนรับรู้สาร ซึ่งไม่ว่าจะผ่านสื่อมวลชนหรือผ่านกลุ่มต่างๆ นั้น ต้องผ่านการกรองโดยนายทวารข่าวสาร (Gatekeeper) และผ่านการจัดวาระสาร (Agenda setting) ก่อนจึงจะส่งผ่านไปสูผู้รับสาร ซึ่งได้แก่ ป้อมปราการทั่วไปและป้อมปราการก็จะมีศักยภาพที่จะแสดงออกถึงความต้องการ ข้อเรียกร้อง และความคิดเห็นทางการเมืองของตนเองได้

จากแนวคิดและทฤษฎีของนักวิชาการทางด้านการศึกษาและนักรัฐศาสตร์ กล่าวโดยสรุปได้ว่าพัฒนาการของการสื่อสารทางการเมืองจะเปลี่ยนแปลงไปตามเทคโนโลยีการสื่อสาร บวกผสมกับปัจจัยอื่นๆ ที่เป็นสาเหตุแห่งการเปลี่ยนแปลงทางสังคม โดยที่การสื่อสารทางการเมืองในยุคเก่าจะเป็นการสื่อสารโดยใช้สื่อเก่าที่ไม่มีศักยภาพในการเชื่อมโยงกับคอมพิวเตอร์หรือเครือข่ายโทรคมนาคม แต่การสื่อสารทางการเมืองในยุคโลกาภิวัตน์จะเป็นการสื่อสารที่เชื่อมโยงกับเทคโนโลยีเครือข่าย ไม่ว่าจะเป็นสื่อเสียง ตัวหนังสือ ตัวเลข ภาพกราฟฟิก วิดิทัศน์ ที่มีคอมพิวเตอร์และโทรคมนาคมเป็นองค์ประกอบหลัก (ยุทธพร อิศรชัย 2551 : 15-22-27)

3. แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน

3.1 พฤติกรรมการมีส่วนร่วมของประชาชน (ถวิลดี บุรีกุล 2543:8) ได้ศึกษากระบวนการศึกษาสามารถเปลี่ยนพฤติกรรมมนุษย์ให้เป็นพฤติกรรมมีส่วนร่วมของสังคม ตามแผนภูมิ ดังนี้



3.2 การสื่อสารกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน (วัลลภ ลำพวย 2551: 3-40 ถึง 3-44)

กลไกการสื่อสารทางการเมืองอาจมีหลายประเภท แต่การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนโดยตรงกับระบอบการเมืองการปกครองเป็นสิ่งสำคัญที่สุด เนื่องจากสะท้อนถึงหลักการที่ดี การปฏิรูปทางการเมืองหลัง พ.ศ. 2540 เป็นความพยายามส่งเสริมการปกครองที่ดีโดยสนับสนุนให้ประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมือง โดยเฉพาะการผ่านช่องทางสื่อสารของประชาชนซึ่งเป็นตัวเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างรัฐบาลกับประชาชน

3.2.1 การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนต่ออำนาจของรัฐ สามารถทำได้ อย่างน้อย 3 ระดับ ดังต่อไปนี้

1) ปัจเจกชน ประชาชนในฐานะที่เป็นปัจเจกชนสามารถใช้อำนาจอธิปไตยของตนเพื่อสนองต่ออุดมการณ์และความเชื่อของตน เช่น การประกอบกิจกรรมทางศาสนา อุดมการณ์ทางการเมือง และการขอทราบข้อมูลข่าวสาร โดยความเป็นธรรมเพื่อให้รู้เท่าทันผู้อื่น เป็นต้น

2) การรวมพลัง ประชาชนสามารถรวมกลุ่มเพื่อกดดันรัฐบาลให้สนองต่อความต้องการของกลุ่มประชาคมและท้องถิ่นของตน การรวมพลังเป็นกลไกการเมืองที่สำคัญ เช่น การเดินขบวนประท้วง การจัดตั้งพรรคการเมือง และการจัดให้มีประชามติ เป็นต้น

3) การลงคะแนนเสียง ประชาชนสามารถใช้อำนาจที่เป็นทางการเพื่อแสดงถึงความเป็นเจ้าของอำนาจอธิปไตยของตนกับปัญหาที่เกี่ยวข้องกับประเทศชาติโดยส่วนรวม การลงคะแนนเสียงอาจส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง เช่น การเลือกตั้ง และการจัดให้มีการลงประชามติ เป็นต้น

ความสัมพันธ์ระหว่างรัฐซึ่งมีรัฐบาลเป็นผู้ใช้อำนาจในฐานะที่เป็นศูนย์กลาง ในการตัดสินใจในการบริหารบ้านเมืองกับประชาชนในฐานะที่เป็นเจ้าของอำนาจอธิปไตยจะเข้ามาใกล้ชิดกันมากขึ้น อันเนื่องมาจากอิทธิพลของโลกแห่งการสื่อสาร บทบาทของประชาชนในการมีส่วนร่วมทางการเมืองจึงไม่ใช่เป็นบทบาทเฉพาะปัจเจกชนเข้าและเป็นผู้รับจากปัจเจกชนออกเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงการมีส่วนร่วมต่อกลไกในการกำหนดการตัดสินใจที่มีอิทธิพลในระดับหนึ่งต่อการบริหารงานรัฐบาล

3.2.2 ช่องทางการสื่อสารทางการเมือง

ความสัมพันธ์ระหว่างรัฐกับประชาชนจำเป็นต้องอาศัยกลไกในการติดต่อสื่อสาร เครื่องมือการสื่อสารที่สำคัญสำหรับรัฐหรือรัฐบาลในฐานะผู้ส่งสาร ได้แก่ ระบบราชการและสื่อสารมวลชน ในขณะที่การสื่อของประชาชนต่อรัฐบาลค่อนข้างจำกัด ทั้งที่รัฐธรรมนูญบัญญัติกลไกของการสื่อสารให้กับประชาชนในหลายมาตรา (สำนักงานเลขาธิการรัฐสภา พ.ศ. 2543) เช่น ประชาชนย่อมมีเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นทั้งที่ไม่ผ่านสื่อ เช่น การพูดและการเขียน และที่ผ่านสื่อมวลชน เช่น การพิมพ์ การโฆษณา ตลอดจนการสื่อสารโดยวิธีการอื่น (มาตรา 39) รวมไปถึงบุคคลยังมีเสรีภาพในชุมชนโดยความสงบ (มาตรา 44) ด้วยเหตุนี้ ช่องทางการสื่อสารทางการเมืองจึงอาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

1) การสื่อสารโดยตรง เป็นกลไกการสื่อสารที่ประชาชนส่งสารให้กับรัฐบาล เพื่อให้รัฐรับรู้และหาแนวทางตอบสนองต่อสารเหล่านั้น ช่องทางเหล่านี้ เช่น

- (1) การสื่อสารซึ่งหน้า ได้แก่ การพบปะ การออกเยี่ยมเยียน เวทีสาธารณะ ประชาพิจารณ์ การแถลงข่าว รวมไปถึงการกระทำ เช่น การเดินขบวน และการประท้วง เป็นต้น
- (2) การร้องทุกข์ เช่น จดหมายเปิดผนึก การเขียนคำร้อง และการร้องเรียนผ่านหนังสือพิมพ์
- (3) โทรศัพท์ โดยติดตั้งโทรศัพท์สายคววน ระบบตอบรับอัตโนมัติทางโทรศัพท์ และการเข้ารายการ (Call-in)
- (4) การตีพิมพ์เอกสาร ไม่ว่าจะในรูปแบบของแบบฟอร์ม กติกา และคำสั่ง
- (5) รายการโทรทัศน์ เช่น สารคดี การโฆษณา และประชาสัมพันธ์
- (6) ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ผ่านโซเชียลมีเดีย
- (7) คอมพิวเตอร์ ทั้งในรูปแบบของแผนข้อมูล และอินเทอร์เน็ต
- (8) การสื่อสารผ่านสถาบัน เช่น พรรคการเมือง หรือสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค

2) การสื่อสารโดยอ้อม ต่างจากการสื่อสารทางการเมืองประเภทแรกที่มีจังหวะของการสื่อสารมากกว่า 1 จังหวะ หรือถ้าเป็นการสื่อสารจังหวะเดียวก็ไม่ได้มุ่งเน้นโดยตรงต่อผลของการสื่อสาร เช่น

- (1) การรายงานข่าวจากสื่อมวลชน ทั้งในรูปแบบของการรายงานข่าวทั่วไป การรายงานข่าวแบบเกาะติดสถานการณ์ การรายงานข่าวแบบสืบสวน การเขียนสารคดี และบทบรรณาธิการ
- (2) รายงานการวิจัย โดยเฉพาะการสำรวจทัศนคติและการหวั่นเสียดประชาชน

กลไกการสื่อสารทางการเมืองจึงอาศัยช่องทางการสื่อสารที่แตกต่างกัน ต่อเนื้อหาของการเรียกร้องกระบวนการสื่อสารและความคาดหวังในผลที่เกิดขึ้น ประชาพิจารณ์ เป็นเพียงหนทางหนึ่งของช่องทางการสื่อสารในกลไกการสื่อสารทางการเมือง ประชาพิจารณ์ได้รับการยอมรับมากขึ้นเนื่องจากการสื่อสารโดยตรงที่สามารถสื่อเจตนารมณ์ได้ซึ่งหน้าระหว่างประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของเจ้าของอำนาจอธิปไตยกับรัฐบาลในฐานะผู้ใช้อำนาจที่ได้รับมอบอำนาจจากประชาชน

3.2.3 การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนที่ผ่านช่องทางการสื่อสารทางการเมือง

ประชาชนอาจเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมืองได้หลายฐานะขึ้นอยู่กับบทบาทที่สวมอยู่ แต่ในฐานะประชาชนที่เป็นคนธรรมดาสามัญแล้ว รัฐธรรมนูญ (สำนักงานเลขาธิการ พ.ศ. 2543) ซึ่งเป็นกฎหมายแม่ได้ให้หลักประกันคุ้มครองไว้ เพราะเป็นที่เข้าใจกันว่าแม้

ประชาชนจะเป็นเจ้าของอำนาจอธิปไตยที่ทรงพลังในทฤษฎี แต่ในทางปฏิบัติประชาชนที่เป็นกลุ่มชนและปัจเจกชนกลับอ่อนแอในทางการเมือง ทั้งที่การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนได้รับความเอาใจใส่ผ่านสิทธิขั้นมูลฐานและสิทธิพิเศษ

1) สิทธิขั้นมูลฐาน เป็นสิทธิขั้นพื้นฐานของประชาชนในการเข้ามาอยู่ในสังคมตามพันธกรณีของสัญญาประชาคม อันประกอบด้วยสิทธิทั่วไป และสิทธิทางการเมือง

(1) สิทธิทั่วไป เป็นสิทธิที่สนองต่อธรรมชาติเดิมของมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็นเสรีภาพของบุคคลที่สามารถสื่อสารถึงกันโดยทางที่ชอบด้วยกฎหมาย (มาตรา 37) เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น การพูด การเขียน การพิมพ์ การโฆษณา และการสื่อความหมายโดยวิธีการอื่น (มาตรา 39) เสรีภาพในการชุมนุมโดยสงบและปราศจากอาวุธ (มาตรา 44) เสรีภาพในการรวมกันเป็นสมาคม สหภาพ สหพันธ์ สหกรณ์ กลุ่มเกษตรกร องค์การเอกชน หรือหมู่คณะอื่น (มาตรา 45) สิทธิอนุรักษ์หรือฟื้นฟูจารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปะหรือวัฒนธรรมอันดีของท้องถิ่นและของชาติ และมีส่วนร่วมในการจัดการ การบำรุงรักษา และการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืน (มาตรา 46) รวมทั้งเสรีภาพในการถือศาสนา นิิกายของศาสนา หรือลัทธินิยมในทางศาสนา และในการปฏิบัติตามศาสนาบัญญัติหรือปฏิบัติพิธีกรรมตามความเชื่อของตน (มาตรา 38)

(2) สิทธิทางการเมือง เป็นสิทธิที่สนองต่อความเป็นสังคมภายหลังที่บุคคล เข้ามาอยู่ในสังคมตามพันธกรณีของสัญญาประชาคม อันเป็นการยอมรับอำนาจของผู้ทำสัญญาประชาคม ดังเช่น เสรีภาพในการรวมตัวกันจัดตั้งเป็นพรรคการเมืองเพื่อดำรงเจตนารมณ์ทางการเมืองของประชาชนและเพื่อดำเนินการในทางการเมืองให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ (มาตรา 47) ตลอดจนสิทธิต่อต้านโดยสันติวิธีซึ่งการกระทำใดๆ ที่เป็นเพื่อให้ได้มาซึ่งอำนาจในการปกครองประเทศ โดยวิธีการซึ่งมิได้เป็นไปตามสัญญาประชาคม (วิถีทางที่บัญญัติไว้ในรัฐธรรมนูญ) (มาตรา 65)

(3) สิทธิพิเศษ เป็นสิทธิของประชาชนอันเนื่องมาจากพัฒนาการของสังคมการเมือง ที่มีกลไกการเมืองซึ่งสลับซับซ้อนมากยิ่งขึ้น ทำให้ประชาชนในแต่ละรัฐอาจมีสิทธิพิเศษแตกต่างกันไป อันเนื่องมาจากการพัฒนาการดังกล่าว สิทธิพิเศษจึงมีความสำคัญแต่อาจไม่ใช่สิ่งจำเป็นของทุกรัฐ การปฏิรูปทางการเมืองของไทยในพ.ศ. 2540 ทำให้มีการบัญญัติสิทธิพิเศษไว้ในรัฐธรรมนูญเพื่อรองรับการเป็นเจ้าของอำนาจอธิปไตย ทั้งในระดับปัจเจกชนในเรื่องข้อมูลข่าวสาร ระดับประชาคมในเรื่องประชาพิจารณ์และระดับชาติในเรื่องการลงคะแนนหาเสียง ทั้งในแง่ของการออกเสียงเลือกตั้งและการลงประชามติ ดังรายละเอียด เช่น

2) สิทธิบุคคลในการได้รับข้อมูลหรือข่าวสารสาธารณะในครอบครอง ของหน่วยงานราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือราชการส่วนท้องถิ่น (มาตรา 58) สถานภาพของกฎหมายที่รองรับสิทธิดังกล่าวเป็นพระราชบัญญัติ

(1) สิทธิที่จะมีส่วนร่วมร่วมกับรัฐและชุมชนในการบำรุงรักษาและการได้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและ ความหลากหลายทางชีวภาพและในการคุ้มครอง ส่งเสริม และรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ดำรงอยู่อย่างปกติและต่อเนื่อง ในสิ่งแวดล้อมที่จะไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพอนามัย สวัสดิภาพหรือคุณภาพชีวิตของตน การดำเนินโครงการหรือกิจกรรมที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบอย่างรุนแรงต่อคุณภาพสิ่งแวดล้อมไม่อาจทำได้ เว้นแต่เมื่อได้ศึกษาและประเมินผลกระทบต่อคุณภาพสิ่งแวดล้อม รวมทั้งได้ให้องค์การอิสระซึ่งประกอบด้วยผู้แทนองค์การเอกชนที่จัดการศึกษาด้านสิ่งแวดล้อมเป็นผู้ให้ความเห็นชอบก่อนมีการดำเนินการดังกล่าว (มาตรา 56) นอกจากนี้ ยังรวมถึงสิทธิที่จะได้รับข้อมูล คำชี้แจง และเหตุผลจากหน่วยราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือราชการส่วนท้องถิ่น ก่อนการอนุญาตหรือการดำเนินโครงการหรือกิจกรรมใดที่มีผลกระทบต่อคุณภาพสิ่งแวดล้อม สุขอนามัย คุณภาพชีวิตที่เกี่ยวกับตนเองหรือชุมชนท้องถิ่น โดยมีสิทธิแสดงความคิดเห็นในเรื่องดังกล่าว ทั้งนี้ ตามกระบวนการรับฟังความคิดเห็นของประชาชนที่กฎหมายบัญญัติ (มาตรา 59) สถานะกฎหมายเป็นเพียงระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีที่ว่าด้วยประชาธิปไตย

(2) การจัดให้มีการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกวุฒิสภา สมาชิกสภาท้องถิ่นและผู้บริหารท้องถิ่น รวมทั้งการออกเสียงประชามติ (มาตรา 144) สถานะของกฎหมายเป็นถึงกฎหมายประกอบรัฐธรรมนูญที่บัญญัติในเรื่องพรรคการเมือง การออกเสียงประชามติ และการออกเสียงเลือกตั้ง อย่างไรก็ตาม การออกเสียงประชามติตามมาตรานี้กลับมีผลเป็นเพียงการให้คำปรึกษาแก่คณะรัฐมนตรี

ในบรรดาสีทธิพิเศษทั้ง 3 ประการข้างต้น อาจกล่าวได้ว่าประชาธิปไตย เป็นสิทธิที่ทรงพลัง สามารถนำไปปฏิบัติได้ไม่ยากนัก ยิ่งกว่านั้น ยังสะท้อนอำนาจในการรวมพลังของประชาชนอันแตกต่างไปจากความต้องการในเรื่องข้อมูลข่าวสารอันเป็นเรื่องปัจเจกภาพที่อาศัยช่องทางของกฎหมายเป็นเครื่องต่อรอง ในขณะที่การออกเสียงลงมติแม้จะเป็นเรื่องทางการเมืองแต่นำมาปฏิบัติได้โดยยากและเป็นเพียงบางโอกาส กระนั้นผลของการออกเสียง เช่น การลงประชามติ ก็ยังไม่สามารถบังคับรัฐบาลให้ปฏิบัติตามได้ ส่วนประชาธิปไตยเป็นการรวมพลังทางการเมืองที่สามารถปฏิบัติได้ตลอดเวลา อันสอดคล้องกับการเป็นเครื่องมือทางการเมืองสำหรับการปกครองที่ดี (Good Governance) ที่ประสานความต้องการระหว่างการเมืองที่เป็นโครงสร้างระดับบนและโครงสร้างที่เป็นระดับล่าง

4. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง (สุรพงษ์ โสภนะเสถียร 2546: 12-21)

4.1 กรอบความคิดของกลไกการสื่อสารทางการเมือง

กลไกการสื่อสารทางการเมืองอาจแยกได้เป็น 3 ลักษณะ คือ กระบวนการสื่อสารทางการเมืองในฐานะพื้นฐานของความคิด การชวนเชื่อ และสาธารณมติในฐานะที่เป็นกลยุทธ์สำคัญในการสื่อสารทางการเมือง

4.1.1 กระบวนการสื่อสารทางการเมือง

กระบวนการสื่อสารมีความซับซ้อนแตกต่างกันไป ขึ้นกับความลึกซึ้งในการนำไปอธิบายปรากฏการณ์ทางสังคม อย่างไรก็ตามกระบวนการสื่อสารอย่างง่าย ๆ จะประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ ผู้ส่งสาร ข่าวสาร ช่องทางการสื่อสาร และผู้รับสาร ขั้นตอนเหล่านี้เป็นขั้นตอนทางการเมืองที่อาจนำไปอธิบายปรากฏการณ์ทางสังคมโดยทั่วไป แต่หากนำอธิบายเฉพาะทางการเมืองแล้ว ก็อาจกล่าวได้ว่าสามารถนำขั้นตอนเหล่านี้ไปอธิบายการกระทำหน้าที่ทางการเมืองได้เพียงแต่เชื่อมสาระทางการเมืองเข้ากับองค์ประกอบการสื่อสาร

กระบวนการสื่อสารทางการเมืองจึงประกอบด้วย แหล่งสารหรือผู้ส่งสารทางการเมือง ข่าวสารทางการเมือง ช่องทางการสื่อสารทางการเมือง และผู้รับสารทางการเมือง การทำหน้าที่ทางการเมืองของกระบวนการสื่อสารดังกล่าวจะเชื่อมโยงต่อเนื่องกัน ไปจากแหล่งสารทางการเมืองไปจนถึงผู้รับสารทางการเมือง

แม้ว่าแหล่งสารทางการเมืองอาจมีหลายประเภท แต่ก็อาจกล่าวได้ว่าแหล่งสารทางการเมืองที่สำคัญที่สุดในการสื่อสารทางการเมืองก็คือ รัฐบาลรวมถึงนักการเมืองฝ่ายตรงข้าม และองค์กรทางการเมืองการปกครองเช่น รัฐสภา พรรคการเมืองหรือระบบราชการ เป็นต้น หากแหล่งสารหมายถึงรัฐบาลหรือนักการเมืองแล้ว ข่าวสารทางการเมืองก็จะหมายถึงนโยบายและผลงานของรัฐบาลหรือนักการเมืองรวมไปถึงนักการเมือง ส่วนช่องทางการสื่อสารทางการเมืองที่เป็นหลักก็คือ สื่อมวลชน โดยเฉพาะสื่อมวลชนที่อยู่ในมือของรัฐบาลหรือนักการเมือง เช่น กรมประชาสัมพันธ์หรือ อ.ส.ม.ท. เป็นต้น ทั้งนี้โดยการนำสารออกไปยังผู้รับสารอันได้แก่ ประชาชนเพื่อหวังคะแนนนิยมจากประชาชนในฐานะที่ผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง การสื่อสารตามนัยยะนี้จึงกระทำหน้าที่ทางการเมือง อย่างไรก็ตามการสื่อสารทางการเมืองดังกล่าวสะท้อนถึงความพร้อมของแหล่งสารที่จะติดต่อสื่อสารไปยังผู้รับสารเพื่อให้เกิดการยอมรับต่อผู้ส่งสาร การยอมรับเป็นการรับรู้ถึงข้อมูลข่าวสาร การมีทัศนคติที่ดีต่อข้อมูลข่าวสารนั้น และถึงที่สุดคือ การมีพฤติกรรมเป็นไปตามเจตนารมณ์ของผู้ส่งสาร ในทางการเมืองการปกครองหากประชาชนในฐานะผู้รับสาร

ยอมรับรัฐบาลหรือนักการเมืองในฐานะผู้ส่งสารแล้ว ก็จะทำให้การบริหารงานบ้านเมืองเป็นไปโดยราบรื่น เนื่องจากประชาชนเข้าใจและให้การยอมรับ

การที่รัฐบาลหรือนักการเมืองจะได้รับการยอมรับดังกล่าวก็ต้องขึ้นอยู่กับศักยภาพ หรือความพร้อมของรัฐบาลหรือนักการเมืองด้วย กล่าวคือ ข้อมูลข่าวสารที่นำส่งไปนั้นต้องเข้าใจได้ไม่ยากนัก มีระบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพรองรับและมีความชอบธรรม รวมทั้งความน่าเชื่อถือของรัฐบาลหรือนักการเมืองเองด้วย อย่างไรก็ตามการสื่อสารดังกล่าวรัฐต้องเข้าใจความพร้อมของประชาชนอีกด้วย ความพร้อมในที่นี้หมายถึงภูมิหลังของประชาชน การเข้าถึงพื้นที่ของสื่อและการมีสื่อที่สามารถเปิดรับได้ ด้วยเหตุผลดังกล่าวในบางครั้งรัฐบาลหรือนักการเมืองจำเป็นต้องจัดการกับข้อมูลข่าวสารออกเป็นส่วนๆ เพื่อให้เหมาะสมกับสภาพสื่อและการครอบคลุมพื้นที่โดยตระหนักถึงภูมิหลัง ภูมิหลังของผู้รับสารกลายเป็นประเด็นที่น่าสนใจในระยะหลัง ทั้งนี้เพราะความสำเร็จของการสื่อสารอยู่ตรงที่สามารถนำข้อมูลข่าวสารไปถึงมือผู้รับสารได้เป็นผลสำเร็จ เนื่องจากข้อมูลข่าวสารตรงกับธรรมชาติของผู้รับสาร ไม่ว่าจะเป็นภูมิหลังทางด้านประชากรศาสตร์ เช่น เพศ วัย หรือการศึกษา เป็นต้น ภูมิหลังทางด้านจิตวิทยาหรือวิถีชีวิตของผู้รับสาร เช่น การเป็นคนเปิดเผย การชอบมีส่วนร่วมกับกิจกรรมชุมชน หรือการวิตกกังวล เป็นต้น ภูมิหลังทางการเปิดรับสื่อ เช่น ชื่อชอบรายการอะไร สถานีไหน หรือเวลาที่เปิดรับเวลาเป็นช่วงใด เป็นต้น

4.1.2 การชวนเชื่อ

การชวนเชื่อมีมานานแล้ว แต่การนำการชวนเชื่อมาใช้อย่างจริงจังจากคณะผู้สอน ศาสนา การชวนเชื่อกลายเป็นที่ติติปากผู้คนเมื่อช่วงสงครามโลกและหลังจากนั้น ทั้งนี้เพราะว่าการชวนเชื่อกลายเป็นเครื่องมืออันทรงพลังในการทำใ้ประชาชนจำนวนมากเห็นคล้อยและปฏิบัติตามผู้นำ การชวนเชื่อเป็นความเคลื่อนไหวหรือกิจกรรมของผู้นำโดยเฉพาะรัฐบาลหรือนักการเมืองหรือพรรคการเมืองเพื่อผลักดันใ้ประชาชนยอมรับแนวทางความเชื่อหรืออุดมการณ์ รวมไปถึงตัวผู้นำ การชวนเชื่อจึงถูกมองว่ารับใช้เผด็จการทางการเมือง ทั้งนี้เนื่องจากการชวนเชื่อรองรับการอธิบายด้วยทฤษฎีเข้มงวดที่เชื่อว่า การส่งสารด้วยการชวนเชื่อไม่แตกต่างไปจากการนิยามใ้กับคนใ้ เมื่อคนใ้รับยาเหล่านั้นโดยตรง จะสามารถส่งผลในการรักษาคนใ้ใ้หายเจ็บป่วยได้ การส่งสารด้วยวิธีการชวนเชื่อก็เช่นเดียวกันในการส่งผลกระทบต่อผู้รับสารอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้และเชื่อว่าผู้รับสารจากสื่อมวลชนจะมีสุขภาพดีขึ้นหลังการรับสารนั้นแล้ว อันที่จริงการชวนเชื่อสามารถส่งผลกระทบต่อผู้รับสารตามความเชื่อของนักการสื่อสาร ดังนั้นการชวนเชื่อจึงมิได้นำมาใช้แต่เฉพาะเผด็จการทางการเมืองเท่านั้น ในทางปฏิบัติการชวนเชื่อถูกนำมาใช้

ไม่ว่าในสังคมประชาธิปไตย เช่น วิทยุเสียงอเมริกา หรือแม้กระทั่งกิจการที่มีใช้ทางการเมือง เช่น การขายสินค้า

การชวนเชื่อในชั้นเดิมอาจใช้วิธีการปลุกฝังศรัทธาที่มาจากการใช้ภาคของอารมณ์ในการ โน้มน้าวผู้คนซึ่งไม่แตกต่างไปจากนักวาทศิลป์ที่ใช้เล่ห์เหลี่ยมสารพัดเพื่อชักจูงผู้คน อันมีส่วนทำให้สังคมมองว่าวิธีการชวนเชื่อเป็นลึกลับชั่วร้าย ในปัจจุบันการชวนเชื่อยังได้รับการนำไปปฏิบัติแต่อยู่ในรูปที่ปรับปรุงแก้ไขให้สอดคล้องกับสมัยนิยมมากขึ้น เช่น การชวนเชื่อที่อิงกับเหตุผลและใช้สถานการณ์ที่เอื้ออำนวย ซึ่งสอดคล้องกับสังคมและปัจเจกชนในการจูงใจ มิใช่การชวนเชื่อที่บีบบังคับและกวาดไปทั้งสังคมเช่นเดิม

อย่างไรก็ตาม ย่อมปฏิเสธไม่ได้ว่าการชวนเชื่อในแบบดั้งเดิมสามารถส่งผลกระทบต่อสังคมในวงกว้างและในระดับสากลดังเช่นการชวนเชื่อของลัทธินาซี ฟาสซิสต์ และคอมมิวนิสต์ ลักษณะการชวนเชื่อดังกล่าวทำให้เกิดความไม่มั่นใจในข่าวสาร แม้ว่าข่าวสารนั้นจะเป็นข้อเท็จจริง เนื่องจากเกรงไปว่าอาจเป็นกลอุบายของผู้นำเพื่อการครอบงำสังคม เพราะผู้นำเหล่านั้นมักนำมาคาดคิดในความคิดของผู้นำแปรเปลี่ยนให้เป็นความจริงที่สะท้อนผ่านข้อมูลข่าวสารไปยังประชาชน ยิ่งกว่านั้นยังทำให้มาคาดคิดของผู้นำเป็นกรอบความคิดที่นำไปอ้างความชอบธรรมต่อไป เช่น การทำลายล้างเผ่าพันธุ์ยิวด้วยข้ออ้างของชาติพันธุ์ที่ค้ำคอว่า ทั้งที่เป็นเรื่องของเหตุผลทางเศรษฐกิจ การที่มาคาดคิดเหล่านี้มักประสบความสำเร็จในการเป็นเครื่องมือให้กับชนชั้นปกครอง ทั้งที่ในบางครั้งมาคาดคิดดังกล่าวอาจอ่อนเหตุผลเกินกว่าที่จะยอมรับได้ ทั้งนี้ก็เพราะว่าการชวนเชื่อมักเกิดขึ้นในระบบปิดที่สกัดกั้นข้อเท็จจริงอื่นมาลดล้างความเชื่อตามมาคาดคิดนั้นได้ โดยให้ประชาชนเปิดรับข่าวสารอย่างเบ็ดเสร็จจากรัฐบาลหรือนักการเมือง กล่าวคือ รัฐบาลหรือนักการเมืองเป็นผู้กุมช่องทางสื่อสารมวลชนทั้งปวงไว้ในมือ ทำให้ประชาชนไม่มีช่องทางสื่อสารอื่นเป็นทางเลือกหรือทำให้ข่าวสารอื่นหมดความน่าสนใจไป ดังนั้นเมื่อเปิดรับฟังข่าวสารที่มาจากรัฐบาลหรือนักการเมืองนานเข้า ก็จะหล່หลอมให้ผู้รับสารยอมรับข้อมูลข่าวสารจากรัฐบาลหรือนักการเมืองโดยปริยาย วิธีการนี้จึงทำให้การชวนเชื่อกลายเป็นกระบวนการกล่อมเกลาสังคมเชิงครอบงำ

กระบวนการกล่อมเกลาสังคมอย่างยาวนานจะทำให้ประชาชนในฐานะผู้รับสารในขณะนั้นมีความเชื่อถือต่อกระบวนการสื่อสารที่เป็นของรัฐบาลหรือนักการเมืองโดยไม่รู้ตัว ยิ่งรัฐบาลหรือนักการเมืองอาศัยบริบทในการครอบงำความเชื่อทุกทางด้วยแล้ว ก็จะต้องทำให้ประชาชนยอมรับการชวนเชื่อจากผู้นำหรือรัฐบาลหรือนักการเมืองโดยเต็มใจ ดังเช่นการยอมอุทิศชีวิตเพื่อผู้ปกครองหรือเจ้าลัทธิ แม้ว่าการชวนเชื่อจะมีบทบาทในการหล່หลอมการรับรู้ ทศนคติ และพฤติกรรมของผู้รับสาร แต่กระนั้นการชวนเชื่อก็มีใช้สิ่งที่ยืนเนื่องจากเนื้อหาของการชวนเชื่อ

ถูกรองรับด้วยมายาคติ ในที่สุดสังคมก็ยังคงลงเอยด้วยอุดมการณ์ ความเชื่อ และค่านิยมที่แตกต่างกัน เช่นเดิมตามธรรมชาติของมนุษย์ อันมีผลทำให้ต้องทวิการชวนเชื่อมากยิ่งขึ้น การทวิความชวนเชื่อ อาจมีการใช้ความรุนแรงทางการเมือง ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความขัดแย้งทางการเมืองเมื่อมีการระดมพล จากฝ่ายสนับสนุนและฝ่ายคัดค้าน ซึ่งทำให้ยังมีการใช้เทคนิคการชวนเชื่อที่ซับซ้อน แต่เนื่องจากการชวนเชื่อมักไม่ได้มีพื้นฐานจากหลักของเหตุผล สุดท้ายก็มักตัดสินใจด้วยอารมณ์และความรุนแรงทางการเมืองดังเหตุการณ์ตุลาคม 2519 หรือ พฤษภาคม 2534 หากการชวนเชื่อเป็นไปอย่างพร่ำเพรื่อ ระหว่างนั้นก็ทำให้ผู้คนแตกแยกไปจากการเมืองอันเนื่องจากความเบื่อหน่ายที่ไม่ได้รับทราบ สถานการณ์ทางการเมืองที่แท้จริง

ในปัจจุบันซึ่งเป็นสังคมที่ทันสมัย แต่กระนั้นการชวนเชื่อก็มิได้หายไป กลับได้รับการปรับปรุงเพื่อให้สอดคล้องกับสังคมที่กำลังเปลี่ยนแปลง พลอยทำให้การชวนเชื่อมีความน่าเชื่อถือจนบางครั้งอาจแยกไม่ออกจากการโน้มน้าวด้วยเหตุผล การปรับปรุงการชวนเชื่อ เพื่อให้เกิดความยืดหยุ่นและน่าเชื่อถือมากขึ้นก็โดยการไม่ทำให้การชวนเชื่อเป็นลักษณะที่เป็นทางการเมืองและทางศาสนาอย่างเคร่งครัด แต่นำการชวนเชื่อแฝงไปกิจกรรมของสังคมทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณา การขายสินค้า การณรงค์ด้านสาธารณสุข หรือการหาเสียงเลือกตั้ง เป็นต้น การนำเสนอเหล่านี้มิได้มีลักษณะเช่นการชวนเชื่อในอดีตที่ยกย่องตนเองและกล่าวโจมตีผู้อื่น แต่เป็นการนำเสนอเฉพาะข้อดีที่เป็นความจริงเท่านั้น การชวนเชื่อดังกล่าวจึงไม่ได้เป็นการหลอกลวง แต่เป็นการนำเสนอความจริงเพียงส่วนเดียวมากกว่า

แม้ว่าการชวนเชื่อจะมีลักษณะที่เน้นข้อมูลข่าวสารที่เป็นจริงมากกว่าแต่เดิมนั้นก็มิใช่จุดเน้นของการชวนเชื่อมากไปกว่าการมุ่งไปสู่ประสิทธิผลของการชวนเชื่อที่ต้องการครอบครองผู้รับสารจำนวนมากที่มีความผูกพันภักดีไว้ในมือ การนำทฤษฎีเจ็มนิคยามาใช้ในการชวนเชื่อจึงยังจำเป็น แต่เป็นข่าวสารที่แตกต่างไปจากข่าวสารการชวนเชื่อในลักษณะเดิม กล่าวคือการอ้างอิงแหล่งสารที่เปิดเผยหรือมีความน่าเชื่อถือมากกว่าข่าวสารที่คลุมเครือเช่นในอดีตที่อาจนำมาซึ่งผลเสียในการชวนเชื่อมากกว่า แม้ว่าอาจจะมีการปรุงแต่งข้อมูลข่าวสารไปบ้างก็ตาม นอกจากนั้นการชวนเชื่อในยุคใหม่ยังอาจอาศัยเทคนิคและเทคโนโลยีเพื่อให้ถึงมือผู้รับสารอย่างมีประสิทธิภาพ เพราะเทคนิคและเทคโนโลยีช่วยทำหน้าที่เป็นสื่อและช่วยวางเงื่อนไขให้การชวนเชื่อทำหน้าที่ได้อย่างสมบูรณ์ในการเข้าถึงประชาชนผู้รับสาร ในที่นี้มีได้หมายถึงประชาชนทั้งหมดของสังคมที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย หากเชื่อว่าการชวนเชื่อจะมีรูปแบบและเนื้อหาที่แตกต่างกันในการเข้าสู่ผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม การชวนเชื่อในยุคใหม่จึงจำเป็นจะต้องรู้จักกลุ่มเป้าหมายของตน ทั้งนี้เพื่อหาหนทางชวนเชื่อที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของตนเอง หากกลุ่มเป้าหมายมีธรรมชาติที่แตกต่างกันก็จำเป็นต้องมีการชวนเชื่อในรูปแบบและเนื้อหาที่แตกต่างกัน

ทั้งนี้เพื่อให้ได้ผู้รับสารจำนวนมากที่สุด สัมฤทธิผลของการชวนเชื่อจึงอยู่ที่การพิจารณา กลุ่มเป้าหมายต่างๆ เพื่อนำข้อมูลข่าวสารที่เหมาะสมผ่านช่องทางการสื่อสารที่สอดคล้องไปยัง กลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ภาษาในการชวนเชื่อก็มีใช้เป็นเป้าหมายของความสำเร็จ แต่เป็นเพียง เครื่องมืออย่างหนึ่งของการชวนเชื่อ การเลือกใช้ภาษาที่แข็งแกร่งมุ่งแสดงอำนาจหรือการชวนเชื่อ อย่างชัดเจนมักจะไม่ได้รับการยอมรับ แต่รูปแบบภาษาที่นุ่มนวลเรียกร้องและขยายความคิดจะเป็น แบบภาษาที่ถูกเลือกใช้ในการชวนเชื่อในปัจจุบันมากกว่า

4.1.3 สาธารณมติ

สาธารณมติหรือมติมหาชนเป็นการแสดงเจตน์จำนงของประชาชนเพื่อให้ รัฐบาล หรือนักการเมืองหรือผู้นำรับทราบถึงความต้องการ ทั้งนี้เพื่อให้รัฐบาลหรือนักการเมือง กำหนดนโยบายหรือแก้ปัญหาหรือดำเนินการให้สอดคล้องกับประชาชน สาธารณมติในปัจจุบัน ไม่ได้มีความหมายเพียงแค่ว่าเป็นเสียงส่วนใหญ่ของสังคมหรือประเทศหรือแสดงฐานะของความเป็น อธิปไตยของประชาชนเท่านั้น แต่สาธารณมดียังอาจรวมหมายถึงเสียงสะท้อนของประชาชนหรือ กลุ่มประชาชนที่จำแนกตามภูมิหลัง ไม่ว่าจะเป็นภูมิหลังทางประชากรศาสตร์ จิตวิทยา และการ เปิดรับสื่อ สาธารณมติในความหมายนี้ถูกนำมาใช้ในทางตลาดทางการเมือง

สาธารณมติเป็นทัศนคติหรือความคิดเห็นที่แสดงออกมาให้ปรากฏเป็นที่รู้ แก่ผู้อื่น การปรากฏซึ่งความคิดเห็นดังกล่าวอาจปรากฏโดยการแสดงออกของกลุ่มชน การสำรวจ วิจัย หรือการหยั่งเสียง ดังนั้นสาธารณมติจึงเป็นสื่อทางความคิดของสังคม ในการสำรวจประชามติ เพื่อรับผลการวิจัยไปดำเนินการจึงต้องกระทำอย่างรัดกุมเพื่อให้มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ และ ตรวจสอบได้ว่าการสำรวจประชามตินั้นไม่มีอคติ เพราะผลของการหยั่งเสียงจะถูกนำไปพิจารณา ประกอบการตัดสินใจของสังคมและของรัฐ หากคำตอบของงานวิจัยคลาดเคลื่อน ผลของการวิจัย จะถูกนำไปใช้อย่างผิดพลาด ในต่างประเทศการหยั่งเสียงสาธารณมติโดยการวิจัยสำรวจเกิดขึ้นเมื่อ ต้นศตวรรษที่ผ่านมาและได้รับความนิยอย่างกว้างขวางเมื่อกลางศตวรรษ ทั้งนี้เพราะการหยั่งเสียง โดยการวิจัยจากนักสำรวจประชามติจะทำให้สาธารณมติเป็นรูปธรรม มีผลการวัดที่แน่นอน มิใช่ เกิดขึ้นจากการประมาณการตามความนึกคิดของรัฐบาลหรือนักการเมือง หากได้มีการสำรวจ สาธารณมติอย่างต่อเนื่องก็จะยิ่งช่วยทำให้เห็นถึงทิศทางของประชาชนและสังคมอย่างชัดเจน

อย่างไรก็ตามสาธารณมติในทางการสื่อสารอาจกล่าวได้ว่าเป็นทั้งการส่งสาร และการย้อนกลับสารของประชาชน ในฐานะของการส่งสารย่อมสะท้อนให้เห็นถึงเจตนาธรรม์และ ความต้องการของประชาชน ในฐานะของการย้อนกลับสารเป็นการสะท้อนการปรับสมดุลของ สังคมตามเสียงเรียกร้องของประชาชนเพื่อให้รัฐบาลหรือนักการเมืองปรับท่าทีให้สอดคล้องกับ ทิศทางของสังคม การแข็งขันของรัฐบาลหรือนักการเมืองต่อเจตนาธรรม์และการปรับสมดุลของ

สังคมดังกล่าวย่อมมีผลกระทบต่อคะแนนนิยมของรัฐบาลหรือนักการเมืองและเสถียรภาพของรัฐบาลหรือนักการเมืองหากมีการเลือกตั้งครั้งต่อไป ด้วยเหตุนี้สาธารณมติเป็นเครื่องมือซึ่งเป็นวิธีการที่แนบแน่นกับระบอบประชาธิปไตยและมักถูกนำไปใช้ประกอบการประชาสัมพันธ์ทางการเมือง เนื่องจากโดยตัวของมันเองมีความชอบธรรมมากกว่าการอิงวิธีการชวนเชื่อ แม้ว่าจะได้มีการปรับรูปแบบของการชวนเชื่อไปแล้วก็ตาม กล่าวโดยสรุปการสะท้อนอำนาจอธิปไตยของปวงชนที่มีความเสมอภาคและคำนึงถึงส่วนใหญ่เป็นหลักการที่ทำให้สาธารณมติได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในทางการสื่อสารทางการเมือง

สาธารณมติมีความแตกต่างไปจากการชวนเชื่ออย่างสิ้นเชิง ทั้งนี้เพราะว่าสาธารณมติให้ความสำคัญกับประชาชนซึ่งเคยถูกมองว่าเป็นผู้ได้ปกครองที่ทำได้เพียงการรับสาร ในขณะที่การชวนเชื่อให้ความสำคัญกับรัฐบาลหรือนักการเมืองซึ่งยอมรับกันว่าเป็นศูนย์กลางของอำนาจ ซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารมาโดยตลอด ในทางการเมืองอาจมองว่าสาธารณมติยึดติดอยู่กับทฤษฎีประชาธิปไตยแบบดั้งเดิมที่มองว่าอำนาจอธิปไตยเป็นของปวงชน แต่ในทางการสื่อสารทางการเมืองแล้ว สาธารณมติเป็นทฤษฎีประชาธิปไตยแบบใหม่ที่มองว่าการสำรวจประชามติเหมือนการทดสอบตลาดในทางการค้าของผู้ประกอบการที่มีรัฐบาลหรือนักการเมืองเป็นผู้ประกอบการรายใหญ่และมองว่านโยบายหรือกิจกรรมของรัฐบาลหรือนักการเมืองเป็นเสมือนสินค้าที่ผู้รับสารในฐานะผู้บริโภคจะเลือกซื้อ ดังนั้นรัฐบาลหรือนักการเมืองจำเป็นต้องฟังเสียงผู้รับสารในฐานะผู้บริโภคเพื่อสนองต่อทิศทางของตลาดการเมือง การสำรวจสาธารณมติจึงต้องกระทำอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้ครอบคลุมตลาดส่วนใหญ่ไว้ ในแง่นี้การมองลูกค้าเป็นผู้ที่ต้องเสมอ ในทางการตลาดจึงไม่แตกต่างไปจากการมองประชาชนเป็นเจ้าของอำนาจอธิปไตยในทางการเมืองแต่อย่างใด

จากเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้สาธารณมติได้ถูกนำมาเป็นเครื่องมือของการประชาสัมพันธ์ทางการเมือง ทั้งนี้เพราะว่าสาธารณมติเป็นทั้งการแสดงออกของเสียงเรียกร้องและเป็นทั้งการสนับสนุนรัฐบาลหรือนักการเมือง กล่าวคือสาธารณมติเป็นเสียงสะท้อนของความต้องการที่ทำให้รัฐบาลหรือนักการเมืองเข้าใจปัญหาของประชาชนอย่างแท้จริงและสามารถดำเนินนโยบายและกิจกรรมที่เป็นไปตามความต้องการของประชาชน ดังนั้นการบริหารงานของรัฐบาลหรือนักการเมืองจึงเป็นไปตามเจตนารมณ์ของประชาชนอันสะท้อนได้จากแรงสนับสนุนของประชาชน หากรัฐบาลหรือนักการเมืองสามารถสนองต่อความต้องการของพวกเขาได้ แรงสนับสนุนจะเป็นกำลังใจให้กับรัฐบาลหรือนักการเมืองในการปฏิบัติงาน ทั้งเสียงสะท้อนของความต้องการและแรงสนับสนุนมักปรากฏในชั้นต้นของข่าวที่ปรากฏตามสื่อมวลชนซึ่งทำหน้าที่สอดส่องดูแลกระแสของสังคม

อย่างไรก็ตามสาธารณมติอาจไม่จำเป็นต้องเป็นเสียงส่วนใหญ่ที่เป็นเอกภาพ แม้ว่าสิ่งนี้จะเป็นที่ต้องการตามความหมายทางการเมือง แต่ในแง่ตลาดทางการเมืองแล้วสาธารณมติไม่จำเป็นต้องเป็นเอกภาพเช่นนั้นและมักไม่เป็นเช่นนั้นในทางปฏิบัติ แต่สาธารณมติอาจแตกเป็นสองกลุ่มหรือหลายกลุ่มที่มีขนาดของกลุ่มใกล้เคียงกันหรือแตกต่างกัน ในแง่นี้รัฐบาลหรือนักการเมืองจำเป็นต้องใคร่ครวญอย่างละเอียดต่อการตัดสินใจในกรณีที่เสียงของสาธารณมติไม่ใช่เสียงส่วนใหญ่ที่เป็นเอกภาพ รัฐบาลหรือนักการเมืองจำเป็นต้องพิจารณาถึงสาธารณมติในแง่คุณค่าความเข้มแข็งและความต่อเนื่องของประเด็นในการนำเสนอของกลุ่มต่างๆ ประกอบด้วย ทั้งนี้เพื่อให้การตัดสินใจดำเนินไปบนกระแสหรือสมัยนิยมที่ฉาบฉวย

โดยสรุป กรอบความคิดในการทำหน้าที่ทางการเมืองของการสื่อสารจำเป็นต้องเข้าใจถึงกระบวนการสื่อสารทางการเมืองที่ประกอบด้วยองค์ประกอบต่างๆ ของการสื่อสารทางการเมืองและวิธีการของการสื่อสารทางการเมืองที่ผลักดันให้กระบวนการสื่อสารทางการเมืองเคลื่อนไหวไม่ว่าในแง่ของการชวนเชื่อที่ให้ความสำคัญกับตัวผู้ส่งสารและสาธารณมติเมื่อให้ความสำคัญกับตัวผู้รับสาร

4.2 การประยุกต์ใช้ในการรณรงค์ทางการเมือง

การประยุกต์ใช้ในการรณรงค์ทางการเมืองหมายถึงการนำเอาการสื่อสารไปอธิบายเหตุการณ์ทางการเมือง โดยเฉพาะการรณรงค์ทางการเมืองเนื่องจากการรณรงค์ทางการเมืองเป็นการสื่อสารทางการเมืองที่มีความชัดเจนในความเป็นสหวิชาของวิชาทั้งสอง

แม้ว่าในหลายๆ ครั้ง การรณรงค์ทางการเมืองอาจไม่ได้ส่งผลกระทบต่อสังคมและประชาชนมากอย่างที่ควรจะเป็น เนื่องจากประชาชนยังไม่ได้ตระหนักในคุณค่าของการรณรงค์ทางการเมือง ทั้งนี้เพราะว่ากระบวนการการรณรงค์ทางการเมืองมักไม่ได้ใส่ใจอย่างแท้จริงถึงการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมืองที่คำนึงการจัดวางระสาร การวางกรอบความคิดที่เป็นระบบและผลกระทบระยะไกลต่อการรับรู้ความจริงมาพิจารณาประกอบด้วย แต่การรณรงค์ทางการเมืองมักมุ่งไปสู่ผลกระทบของการสื่อสารเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อทัศนคติและพฤติกรรมทางการเมืองที่สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของรัฐบาลหรือนักการเมือง

ปัจจัยสำคัญในการรณรงค์ทางการเมืองก็คือความพยายามในการโน้มน้าวใจ ไม่ว่าจะด้วยการชวนเชื่อหรือการรับฟังสาธารณมติ ฉะนั้นการศึกษาในเรื่องการโน้มน้าวใจในการสื่อสารจึงเป็นเรื่องที่นักวิชาการด้านการสื่อสารทางการเมืองจะให้ความสนใจว่าการรณรงค์ทางการเมือง โดยเฉพาะการหาเสียงเลือกตั้งจะส่งผลกระทบต่อคะแนนเสียงเลือกตั้งอย่างไรมากกว่าการพิจารณาในประเด็นของการพัฒนาทางการเมือง ยิ่งกว่านั้นยังมีความพยายามที่จะค้นหาประสิทธิผลของการเมืองเรื่องการเลือกตั้งไม่ว่าเรื่องเนื้อหาของข้อมูลข่าวสาร ช่องทางการสื่อสาร และพลังในการ

ก่อนความคิดท่ามกลางสภาพทางการเมืองในระยะการเลือกตั้ง แต่สิ่งเหล่านี้ก็ชี้ให้เห็นเพียงการหวังผลต่อชัยชนะในการเลือกตั้งเท่านั้น โดยไม่ได้คำนึงถึงว่ากลยุทธ์ในการหาเสียงบางอย่างอาจจะส่งผลกระทบต่อสภาพการเมือง เช่น การซื้อเสียงขายเสียง หรือการ โกงในคูหาเลือกตั้ง เป็นต้น

ถ้าเช่นนั้นแล้ว การรณรงค์ทางการเมืองและการหาเสียงเลือกตั้งจึงมีความสำคัญมากเพียงพอต่อการสร้างอิทธิพลทางการเมืองทั้งก่อน ระหว่าง และหลังการเลือกตั้ง อย่างไรก็ตาม ฮอลด์บรูค (Halbrook, 1996 อ้างถึงในสุรพงษ์ โสณะเสถียร 2546: 13) เห็นว่าแม้การหาเสียงเลือกตั้งจะทรงอิทธิพลในช่วงที่มีการแข่งขันทางการเมือง แต่มันกลับมีอิทธิพลค่อนข้างน้อยต่อผลของความนิยมหรือคะแนนเสียงเลือกตั้ง คนส่วนใหญ่มักคิดว่าสื่อสารมวลชนสามารถส่งผลกระทบที่รุนแรงต่อคะแนนนิยม แต่ในข้อเท็จจริงแล้วก็ไม่สามารถยืนยันถึงประสิทธิผลอย่างแท้จริงของการหาเสียงเลือกตั้งที่ผ่านสื่อสารมวลชนเท่านั้น ได้ อันที่จริงแล้วผลของคะแนนเสียงเลือกตั้งไม่ได้ขึ้นกับสื่อมวลชนนั้นแต่กลับขึ้นอยู่กับตัวแปรทางการเมืองและเศรษฐกิจมากกว่า เนื่องจากว่าข้อมูลข่าวสารการเมืองเรื่องการเลือกตั้งจากสื่อสารมวลชนจะมีปริมาณและคุณภาพไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญระหว่างผู้สมัครที่เป็นคู่แข่งคนสำคัญหรืออาจกล่าวได้ว่ามีการนำเสนอเรื่องราวเคลื่อนไคล้เคียงกัน ซึ่งทำให้การรับรู้ของข้อมูลข่าวสารการเลือกตั้งดังกล่าวในหมู่ผู้ไปใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งไม่มีความแตกต่างกันด้วย แม้ว่าข่าวสารการหาเสียงตามสื่อสารมวลชนจะมีอิทธิพลต่อสาธารณชนและการประเมินตัวผู้สมัครก็ตาม แต่มันก็อยู่ในสภาพสมดุลระหว่างผู้สมัครดังได้กล่าวมาแล้ว สิ่งที่ทำให้ความนิยมต่อตัวผู้สมัครเบี่ยงเบนแตกต่างออกไปกลับกลายเป็นตัวแปรทางการเมืองและเศรษฐกิจ เงื่อนไขหรือสภาพปัญหาในระดับชาติจึงมีผลกระทบต่อคะแนนเสียงของผู้สมัครมากกว่าการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ฉะนั้นความสำเร็จของการหาเสียงเลือกตั้งจะต้องหิบบกประเด็นทางการเมืองและเศรษฐกิจมาใช้ในการหาเสียงเลือกตั้งด้วย

อควาเรซ (Akvarez, 1997 อ้างถึงในสุรพงษ์ โสณะเสถียร 2546: 13) กลับมีทัศนะตรงข้ามกับ ฮอลด์บรูค (Halbrook) เพราะว่าเขาให้ความสำคัญกับการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ด้วยเหตุผลที่ว่า การเปลี่ยนแปลงความนิยมชมชอบต่อผู้สมัครรับเลือกตั้งอาจเป็นเรื่องยากเกินไปในการชิงชัย การหาเสียงเลือกตั้งซึ่งผ่านสื่อมวลชนจะสามารถช่วยลดความไม่แน่นอนต่อสถานะของผู้สมัครรับเลือกตั้งได้ ยิ่งสถานะของผู้สมัครรับเลือกตั้งมีความไม่มั่นคงในสายตาของผู้ไปใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งด้วยแล้ว ก็ยิ่งจำเป็นที่จะต้องใช้ยุทธศาสตร์การหาเสียงเลือกตั้งเป็นเครื่องมือทำให้สถานะของตนเองดีขึ้นจนทำให้แตกต่างไปจากผู้สมัครรับเลือกตั้งที่เป็นคู่แข่งรายอื่นๆ ทั้งนี้โดยการทำให้ผู้มีสิทธิเลือกตั้งใช้กระบวนการสรรหาข้อมูลข่าวสารของตนเพื่อทำการคัดเลือกข้อมูลข่าวสารของผู้สมัครที่ตนชื่นชอบจากสื่อสารมวลชนที่ตนเชื่อถือมากกว่าผู้สมัครรายอื่น

งานของ มัทซ์ สไนเดอร์แมน และ โบรดี (Mutz, Sniderman, and Brody, 1996 อ้างถึงในสุรพงษ์ โสณะเสถียร 2546: 13) ให้ความเห็นเพิ่มเติมว่าประสิทธิผลของการหาเสียงเลือกตั้งไม่อาจวัดคะแนนเสียงได้ ทั้งนี้เนื้อหาของหาเสียงและตัวแปรอื่นของการหาเสียงก็ไม่อาจนำมาประเมินผลการเลือกตั้งได้เช่นเดียวกัน เนื่องจากคู่แข่งต่างก็พยายามสื่อข้อมูลข่าวสารด้วยปริมาณและคุณภาพไม่แตกต่างกัน ฉะนั้นความแตกต่างจึงมิใช่อยู่ที่ผู้ส่งสาร แต่อยู่ที่ตัวผู้รับสารต่างหาก ทั้งนี้เพราะว่าอัตราการบริโภคข้อมูลข่าวสารของแต่ละคนทำให้ผู้มีสิทธิ์ออกเสียงเลือกตั้งมีระดับความรู้ทางการเมืองที่แตกต่างกัน แต่ในทางปฏิบัติแล้วความรู้ทางการเมืองเรื่องการเลือกตั้งของปัจเจกชนไม่ค่อยมีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน ความรู้ในเรื่องข่าวสารการเมืองเรื่องการเลือกตั้งที่ขึ้นอยู่กับกระบวนการคัดเลือกข้อมูลข่าวสารซึ่งประกอบด้วยการเปิดรับสื่อ การรับรู้ และการยอมรับในข้อมูลข่าวสารจากผู้รับสาร กลับกลายเป็นประเด็นหรือหัวข้อที่นักวิชาการการสื่อสารทางการเมืองให้ความสนใจและขยายให้เห็นถึงความถูกต้องของผลกระทบการสื่อสารอันทรงพลัง การสำรวจและวิเคราะห์ถึงกระบวนการความรู้ในเรื่องการเลือกตั้งจึงเป็นประเด็นที่ผู้คนสนใจ ทั้งนี้ก็เพื่อให้เข้าใจถึงผลกระทบของการสื่อสารอย่างชัดเจน

ด้วยเหตุนี้การศึกษาการสื่อสารทางการเมืองจึงหันมาเน้นความสามารถในการโน้มน้าวใจและการตัดสินใจวินิจฉัยของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งในช่วงเวลาที่มีการหาเสียง ปัญหาในระดับมหภาคทางเศรษฐกิจ การเมือง และสังคมจึงถูกลดระดับความสำคัญลงโดยหันมาให้ความสำคัญต่อประเด็นปัญหาในระดับจุลภาคแทนเนื่องจากง่ายต่อการสอบถามความคิดเห็นของผู้คนทั่วไป โดยเฉพาะการสุ่มสัมภาษณ์ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งจากสื่อสารมวลชน (Vox Populi)

อย่างไรก็ตามแม้ว่าคนส่วนใหญ่จะไม่ได้แสดงความคิดเห็นต่อการเมืองเรื่องการเลือกตั้ง แต่เสียงส่วนใหญ่ที่เจียบดังกล่าวเป็นเสียงเจียบที่เกิดจากการสนทนาภายในตนกับสื่อมวลชน เพื่อกำหนดแนวทางความคิดเห็นในการเลือกตั้งให้กับตัวเองที่อาจเปลี่ยนแปลงขึ้นลงได้จากการสนทนาภายในตน (Intrapersonal Communication) แนวทางการศึกษาของนักวิชาการดังกล่าวเปลี่ยนแปลงแนวทางการศึกษาแบบดั้งเดิมของสำนักมิชิแกนและโคลัมเบียที่มุ่งเน้นพลังของรัฐบาลหรือนักการเมืองกลางและปัญหาที่เป็นวาระแห่งชาติ ด้วยการหันมาให้ความสนใจตลาดทางการเมืองและการบริโภคข่าวสารการเลือกตั้งแทนที่ ไม่ว่าจะเป็นมีส่วนร่วมของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งต่อประชาคม การรับรู้ข่าวสารการเมืองเรื่องการเลือกตั้ง และการออกไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งซึ่งผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งในสังคมยุคใหม่มักรับรู้และใคร่ครวญข้อมูลข่าวสารการเมืองเรื่องการเลือกตั้งในส่วนตัวหรือโลกภายใน โดยจะไปแสดงออกในโลกภายนอกในลักษณะการไปใช้สิทธิ์เลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งที่ต้องการ

4.3 การสื่อสารกับการควบคุมทางการเมือง

การสื่อสารในรูปแบบต่างๆ ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือเพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองตามเป้าหมายที่วางไว้ ในทำนองเดียวกันการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองจะต้องดำเนินไปอย่างมั่นคง ดังนั้นการสื่อสารที่นำมาใช้เป็นเครื่องมือจึงต้องทำหน้าที่ควบคุมกลไกของการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองมิให้เกิดอันตรายแก่ระบบได้ ความสามารถในการควบคุมทางการเมืองเพื่อให้กิจกรรมทางการเมืองดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพนั้นก็จำเป็นต้องเข้าใจกลไกของการสื่อสารด้วย

การนำการสื่อสารมาใช้ในการควบคุมทางการเมืองอาจเป็นไปได้ใน 2 ลักษณะ คือ 1) การใช้กระบวนการสื่อสารในการชี้แนะและตรวจสอบพลังทางการเมืองเพื่อให้การเมืองบรรลุไปสู่เป้าหมายตามที่กำหนด ในแง่การสื่อสารทางการเมืองจึงไม่ใช่เรื่องชะตาชีวิตและกระบวนการสื่อสารเป็นผลพลอยได้จากกิจกรรมทางการเมือง การสื่อสารในลักษณะแรกเพียงทำหน้าที่เป็นตัวปรับสมดุลทางการเมือง เพื่อมิให้กิจกรรมทางการเมืองอยู่ในสภาพสับสนอลหม่าน การสื่อสารจึงมิได้มาจากมนุษย์เป็นผู้กำหนดโดยตรง หากเป็นผลพวงของระบบที่คอยกำกับตัวของมันเอง การสื่อสารในแง่จึงถูกพิจารณาในฐานะเป็นการย้อนกลับสาร และ 2) หากเป็นการคำนึงถึงพลังของมนุษย์ที่สามารถจะกำหนดทิศทางของระบบการเมืองและแสวงหาผลประโยชน์จากธรรมชาติของการเมือง ในแง่การสื่อสารจะถูกพิจารณาในฐานะปัจจัยนำเข้า อย่างไรก็ตามไม่ว่าการสื่อสารจะเป็นความพยายามชี้แนะของมนุษย์หรือมาจากการปรับสมดุลของระบบเองก็เพื่อประโยชน์ในทางการสื่อสารทางการเมืองทั้งสิ้น กล่าวคือเป็นการอาศัยการไหลเวียนของข้อมูลข่าวสารสำหรับการคัดท้ายความเคลื่อนไหวทางการเมืองของสถาบันเพื่อไปสู่เป้าหมายของการเมืองการปกครอง อย่างไรก็ตามการคัดท้ายการเมืองด้วยกระบวนการสื่อสารดังกล่าวอาจไม่ได้เกิดอย่างฉับพลันแต่ค่อยเป็นค่อยไปตามขั้นตอนของการสะสมพลังงานเพียงพอที่จะให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง

การนำกระบวนการสื่อสารสำหรับการควบคุมทางการเมืองจะประกอบด้วยขั้นตอนหลัก 2 ขั้นตอน ได้แก่ การเตรียมพร้อม ซึ่งเป็นขั้นตอนของความพร้อมทางการสื่อสารด้วยการรับและส่งข้อมูลข่าวสารจนทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจในระดับหนึ่ง ปริมาณข้อมูลข่าวสารที่มากเพียงพอจะนำไปสู่ความสามารถในการตัดสินใจขั้นสุดท้ายที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางคุณภาพต่อไป ตัวอย่างของการเตรียมความพร้อมของข้อมูลข่าวสารเช่นในประเด็นที่เกี่ยวกับการสะสมอำนาจบารมี การข่มขู่ และการแถลงนโยบาย การเตรียมพร้อมที่มีศักยภาพโดยผ่านช่องทางสื่อสารที่สอดคล้องกันในการไปสู่เป้าหมาย

ขั้นที่สองเป็นการแสดงออก การสะสมข้อมูลข่าวสารที่มากพอจนมีความรู้ความเข้าใจในขั้นตอนแรกจะนำไปสู่การแปรสภาพเป็นพฤติกรรมทางการเมืองที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงและการควบคุมระบบการเมือง ตัวอย่างเช่น การแสดงออกโดยการประท้วง การยุบสภา หรือการปฏิวัติ เป็นต้น การแสดงออกทางการเมืองที่มาจากความเตรียมพร้อมที่ดีพอในเชิงข้อมูลข่าวสารก็จะทำให้การแสดงออกทางการเมืองดังกล่าวได้รับการยอมรับด้วย ในทางตรงกันข้ามหากมิได้มาจากความพร้อมของข้อมูลข่าวสารก็จะทำให้การแสดงออกทางการเมืองไม่เป็นที่ยอมรับของสังคม

ด้วยเหตุนี้จึงอาจกล่าวได้ว่า ข้อมูลข่าวสารเปรียบเสมือนเชื้อเพลิงที่ทำให้กระบวนการสื่อสารขับเคลื่อนและผลักดันให้กระบวนการทางการเมืองดำเนินต่อไป หากกระบวนการเมืองปราศจากข้อมูลข่าวสารก็จะทำให้ระบบขาดความเคลื่อนไหว หยุดนิ่ง และเสื่อมสลายไปในทางตรงกันข้าม หากข้อมูลข่าวสารมีปริมาณมากเกินไปก็อาจทำให้ระบบการเมืองมีความเคลื่อนไหวรวดเร็วเกินกว่าที่จะควบคุมได้ ยิ่งกว่านั้นข้อมูลข่าวสารที่ผิดพลาดคลาดเคลื่อนไปก็จะทำให้ระบบการเมืองไม่ไปสู่เป้าหมายตามที่กำหนดไว้ ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าข้อมูลข่าวสารเป็นปัจจัยที่สำคัญและจำเป็นต่อการควบคุมระบบ

การวิเคราะห์กระบวนการข้อมูลข่าวสารในปรากฏการณ์ทางการเมืองนำไปสู่ทางออกของแนวทางการแก้ปัญหาและการตัดสินใจ ซึ่งกล่าวได้อีกนัยหนึ่งได้ว่าข้อมูลข่าวสารเป็นตัวการในการควบคุมกลไกของระบบการเมือง การควบคุมการเมืองด้วยข้อมูลข่าวสารอาจทำได้โดยพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างกับกระบวนการไหลเวียนข้อมูลข่าวสารในขั้นตอนแรกกล่าวคือ กลไกการควบคุมการเมืองจากการสื่อสารต้องเริ่มต้นขึ้นที่การวิเคราะห์โครงสร้างที่เป็นจริงในการปฏิบัติหน้าที่ของระบบการเมือง โครงสร้างดังกล่าวแม้จะเป็นโครงสร้างทางการเมืองแต่ก็จะทำหน้าที่เป็นช่องทางการสื่อสารด้วย โดยโครงสร้างดังกล่าวจะเป็นเครื่องมือสำหรับการตัดสินใจในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการทางการเมือง การที่โครงสร้างทางการเมืองเป็นช่องทางการสื่อสารจึงสามารถศึกษากระบวนการไหลเวียนของข้อมูลข่าวสารที่ผ่านโครงสร้างทางการเมือง การเปิดปิดข้อมูลข่าวสารจะเป็นตัวกำหนดปริมาณและคุณภาพของข้อมูลข่าวสารที่ไหลเวียนไปตามโครงสร้างทางการเมือง ด้วยเหตุนี้กระบวนการไหลเวียนของข้อมูลข่าวสารไปตามโครงสร้างทางการเมืองจึงเป็นตัวทำหน้าที่เสมือนเป็นกลไกการควบคุมทางการเมือง

ฉะนั้นคุณภาพในการควบคุมทางการเมืองอันเนื่องมาจากกระบวนการสื่อสารจึงอาจดำเนินการได้ดังนี้ การกำหนดปริมาณข้อมูลข่าวสารที่ไหลผ่านโครงสร้างทางการเมืองในฐานะที่เป็นช่องทางการสื่อสาร โดยปริมาณข้อมูลข่าวสารที่มีประสิทธิภาพในการไหลเวียนผ่านจะขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ เช่น อัตราการตอบสนองของผู้รับสารตามจุดต่างๆ ของโครงสร้าง ความน่าเชื่อถือ

องข้อมูลข่าวสาร ปริมาณสิ่งรบกวนที่เป็นอุปสรรคต่อการไหลเวียนของข้อมูลข่าวสารและการบิดเบือนใดๆ ที่ทำให้ข้อมูลข่าวสารคลาดเคลื่อน ปริมาณของข้อมูลข่าวสารที่ไหลผ่านโครงสร้างนอกจากจะขึ้นอยู่กับปริมาณของข้อมูลข่าวสารที่ส่งเข้าไปแล้ว ยังขึ้นอยู่กับความสามารถของโครงสร้างทางการเมืองในการรับข้อมูลข่าวสารหรืออาจกล่าวได้อีกนัยหนึ่งว่าโครงสร้างทางการเมืองมีความจุข้อมูลข่าวสารได้มากน้อยเพียงใด เช่น โครงสร้างที่มีความแปลกแยกทางการเมืองย่อมมีความจุข้อมูลข่าวสารในระดับต่ำ โครงสร้างทางการเมืองที่มีความจุของข้อมูลข่าวสารสูงก็จะทำให้ปริมาณและความหลากหลายของข้อมูลข่าวสารที่ไหลเวียนมีมากด้วย ซึ่งทำให้รัฐบาลหรือนักการเมืองและผู้มีส่วนร่วมทางการเมืองมีข้อมูลข่าวสารมากพอในการตัดสินใจขั้นสุดท้ายต่อทางเลือกทางการเมือง

สิ่งที่ต้องระมัดระวังในการสื่อสารกับการควบคุมทางการเมืองก็คือ การป้องกันไม่เกิดภาวะไร้เสถียรภาพระบบ หากการทำงานของกลไกการสื่อสารบกพร่องอันเนื่องมาจากปริมาณข้อมูลข่าวสารไหลเวียนมากหรือน้อยเกินไป ในขณะที่โครงสร้างทางการเมืองไม่อาจตอบสนองได้จะทำให้ระบบการเมืองการปกครองอ่อนแอและไม่อาจทนอยู่ได้ดังเช่น ปริมาณข่าวสารที่น้อยเกินไปในช่วงสมัยเผด็จการจนทำให้บ้านเมืองล้าหลัง หรือปริมาณข้อมูลข่าวสารที่ไหลบ่าในระหว่างปี 2516 - 2518 ในขณะที่โครงสร้างการเมืองรับไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงจนนำมาซึ่งเหตุการณ์ตุลาคม 2519 นอกจากนี้ภาวะที่ไร้เสถียรภาพอันเนื่องมาจากปริมาณข้อมูลข่าวสารแล้ว ยังต้องระมัดระวังมิให้ข้อมูลข่าวสารขาดความชัดเจน โดยเฉพาะการรักษาข้อมูลข่าวสารให้มีความเป็นรูปธรรม เนื่องจากง่ายต่อการทำความเข้าใจและลดความสับสนอลหม่านในหมู่ผู้รับสารซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของระบบการเมือง ยิ่งกว่านั้นการสื่อสารทางการเมืองที่เชื่อมโยงช่องทางสื่อสารระหว่างรัฐบาลหรือนักการเมืองในฐานะที่เป็นศูนย์กลางกับประชาชนในฐานะที่เป็นผู้ได้ปกครองจะต้องรักษาการเชื่อมโยงของเครือข่ายโครงสร้างทางการเมืองไว้อย่างแน่นหนา เนื่องจากว่าช่องทางสื่อสารจะทำหน้าที่เป็นใยประสาททางการเมืองในการรับและส่งข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึง ซึ่งทำให้ระบบการเมืองสามารถทำงานการเมืองได้อย่างประสบความสำเร็จ ด้วยเหตุนี้ข้อระมัดระวังดังกล่าวจะเป็นกลไกควบคุมการเมืองในทางหนึ่งด้วย โดยเฉพาะการบำรุงรักษาช่องทางสื่อสารทางการเมืองไม่ว่าที่อยู่ในรูปของวงสนทนา สมาคมต่างๆ องค์กรทางการเมือง หน่วยราชการและสื่อสารมวลชน เป็นต้น โดยการทำให้ช่องทางสื่อสารเหล่านี้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด มีความสามารถในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายและนำมาซึ่งการย้อนกลับสารให้แก่โครงสร้างทางการเมือง

อย่างไรก็ตามการกล่าวว่าช่องทางสื่อสารทางการเมืองที่มีคุณภาพในการควบคุมการเมืองนั้น นอกเหนือจากปริมาณข้อมูลข่าวสารที่เหมาะสมแล้ว ปริมาณข้อมูลข่าวสาร

ดังกล่าวต้องเป็นประโยชน์ต่อโครงสร้างทางการเมืองโดยเป็นเสมือนเชื้อเพลิงที่ให้พลังงานต่อระบบและทำให้ระบบเคลื่อนไหวไปสู่เป้าหมายได้อย่างสอดคล้องประสานกัน หากข้อมูลข่าวสารที่นำเข้าสู่ช่องทางสื่อสารของโครงสร้างทางการเมืองเป็นไปอย่างล่าช้าหรือล่าหน้าต่อการนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ได้จริง นอกจากโครงสร้างทางการเมืองจะไม่ได้ประโยชน์แล้ว ยังอาจนำมาซึ่งความเสียหายต่อโครงสร้างทางการเมืองเนื่องจากระบบมีการตัดสินใจฉับพลัดไปได้เพราะไม่ได้ข้อมูลข่าวสารที่ตรงกับสถานการณ์ที่ต้องการ จังหวะในการรับส่งข้อมูลข่าวสารจึงเป็นอีกประเด็นหนึ่งที่ต้องให้ความสนใจเพราะสามารถควบคุมการปฏิบัติการของการเมืองได้ตรงกับสถานการณ์

4.4 การสื่อสารกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน

กลไกการสื่อสารทางการเมืองอาจมีหลายประเภท แต่การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนโดยตรงกับระบอบการเมืองการปกครองเป็นสิ่งสำคัญที่สุด เนื่องจากสะท้อนถึงหลักการปกครองที่ดี การปฏิรูปทางการเมืองหลังปี 2540 เป็นความพยายามส่งเสริมการปกครองที่ดี โดยสนับสนุนให้ประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมืองโดยเฉพาะผ่านช่องทางสื่อสารของประชาชน ซึ่งเป็นตัวเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างรัฐบาลหรือนักการเมืองกับประชาชน

การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนต่ออำนาจของรัฐสามารถทำได้อย่างน้อย 3 ระดับ ดังต่อไปนี้

1. ปัจเจกภาพ ประชาชนในฐานะที่เป็นปัจเจกชนสามารถใช้อำนาจธิปไตยของตนเพื่อสนองต่ออุดมการณ์และความเชื่อของตน เช่น การประกอบกิจกรรมทางศาสนา อุดมการณ์ทางการเมือง และการขอทราบข้อมูลข่าวสารโดยความเป็นธรรมเพื่อให้รู้เท่าทันผู้อื่น เป็นต้น
2. การรวมพลัง ประชาชนสามารถรวมกลุ่มเพื่อกดดันรัฐบาลหรือนักการเมืองให้สนองต่อความต้องการของกลุ่ม ประชาคม และท้องถิ่นของตน การรวมพลังเป็นกลไกการเมืองที่สำคัญ เช่น การเดินขบวนประท้วง การจัดตั้งพรรคการเมือง และการจัดให้มีประชานิธิกรรม เป็นต้น
3. การลงคะแนนเสียง ประชาชนสามารถใช้อำนาจที่เป็นทางการเพื่อแสดงถึงความเป็นเจ้าของอำนาจธิปไตยของตนกับปัญหาเกี่ยวกับประเทศชาติโดยส่วนรวม การลงคะแนนเสียงอาจส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง เช่น การเลือกตั้งและการจัดให้มีการลงประชามติ

ความสัมพันธ์ระหว่างรัฐซึ่งมีรัฐบาลหรือนักการเมืองเป็นผู้ใช้อำนาจในฐานะที่เป็นศูนย์รวมของการตัดสินใจในการบริหารบ้านเมืองกับประชาชนในฐานะที่เป็นเจ้าของอำนาจธิปไตยจะเข้ามาใกล้ชิดกันมากขึ้นอันเนื่องมาจากอิทธิพลของโลกแห่งการสื่อสาร บทบาทของประชาชนในการมีส่วนร่วมทางการเมืองจึงไม่ใช่เป็นบทบาทเฉพาะปัจเจกชนเข้าและเป็นผู้รับผล

จากปัจจัยออกเท่านั้น แต่ยังคงไปถึงการมีส่วนร่วมต่อกลไกในการกำหนดการตัดสินใจที่มีอิทธิพลในระดับหนึ่งต่อการบริหารงานของรัฐบาลหรือนักการเมือง

4.5 ช่องทางการสื่อสารทางการเมือง

ความสัมพันธ์ระหว่างรัฐกับประชาชนจำเป็นต้องอาศัยกลไกในการติดต่อสื่อสาร เครื่องมือการสื่อสารที่สำคัญสำหรับรัฐหรือรัฐบาลหรือนักการเมืองในฐานะผู้ส่งสารได้แก่ ระบบราชการและสื่อมวลชน ในขณะที่การสื่อสารของประชาชนต่อรัฐบาลหรือนักการเมืองค่อนข้างจำกัด ทั้งที่รัฐธรรมนูญบัญญัติกลไกของการสื่อสารให้กับประชาชนในหลายมาตรา (สำนักงานเลขาธิการรัฐสภา 2543) เช่น ประชาชนย่อมมีเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นทั้งที่ไม่ผ่านสื่อ เช่น การพูด การเขียน และที่ผ่านสื่อมวลชน เช่น การพิมพ์ การโฆษณา ตลอดจนการสื่อสารโดยวิธีอื่น (มาตรา 39) รวมถึงบุคคลยังมีเสรีภาพในการชุมนุมโดยสงบ (มาตรา 44) ด้วยเหตุนี้ช่องทางการสื่อสารทางการเมืองจึงอาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. การสื่อสารโดยตรง เป็นกลไกการสื่อสารที่ประชาชนส่งสารให้กับรัฐบาลหรือนักการเมืองเพื่อให้รัฐรับรู้และหาแนวทางตอบสนองต่อสารเหล่านั้น ช่องทางเหล่านี้ เช่น

- 1) การสื่อสารซึ่งหน้า ได้แก่ การพบปะ การออกเยี่ยมเยียน เวทีสาธารณะ ประชาพิจารณ์ การแถลงข่าว รวมไปถึงการกระทำเช่น การเดินขบวนและการประท้วง
- 2) การร้องทุกข์ เช่น จดหมายเปิดผนึก การเขียนคำร้อง และการร้องเรียนผ่านหนังสือพิมพ์
- 3) โทรศัพท์ โดยติดตั้งโทรศัพท์สายด่วน ระบบตอบรับอัตโนมัติทางโทรศัพท์ และการโทรเข้ารายการ (Call-in)
- 4) การตีพิมพ์เอกสาร ไม่ว่าจะในรูปแบบฟอร์ม กติกา และคำสั่ง
- 5) รายการโทรทัศน์ เช่น สารคดี การโฆษณา และประชาสัมพันธ์
- 6) ภาพยนต์และวีดิทัศน์ ผ่านสื่อทัศนูปกรณ์
- 7) คอมพิวเตอร์ ทั้งในรูปแบบของแผนข้อมูลและอินเทอร์เน็ต
- 8) การสื่อสารผ่านสถาบัน เช่น พรรคการเมืองหรือสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค

2. การสื่อสารโดยอ้อม ต่างจากการสื่อสารทางการเมืองประเภทแรกที่มีจังหวะของการสื่อสารมากกว่า 1 จังหวะ หรือถ้าเป็นการสื่อสารจังหวะเดียวก็ไม่ได้มุ่งเน้นโดยตรงต่อผลของการสื่อสาร เช่น

- 1) การรายงานข่าวจากสื่อมวลชนทั้งในรูปแบบของการรายงานข่าวทั่วไป การรายงานข่าวแบบเกาะติดสถานการณ์ การรายงานแบบสืบสวน การเขียนสารคดี และบทบรรณาธิการ

2) รายงานการวิจัยโดยเฉพาะการสำรวจทัศนคติและการหวั่นเสียดังประชาชน การเรียกร้อง กระบวนการสื่อสาร และความคาดหวังในผลที่เกิดขึ้น ประชาพิจารณ์เป็นเพียงหนทางหนึ่งของช่องทางการสื่อสารในกลไกการสื่อสารทางการเมือง ประชาพิจารณ์ได้รับการยอมรับมากขึ้นเนื่องจากการสื่อสารโดยตรงที่สามารถสื่อเจตนารมณ์ได้ซึ่งหน้าระหว่างประชาชนในท้องถิ่นซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของเจ้าของอำนาจอธิปไตยกับรัฐบาลหรือนักการเมืองในฐานะผู้ใช้อำนาจที่ได้รับมอบอำนาจจากประชาชน

4.6 การประชาสัมพันธ์ทางการเมืองเพื่อภาพลักษณ์ทางการเมือง

ความหมายของการประชาสัมพันธ์หมายถึง การโน้มน้าวใจและเป็นการนำเสนอ (นโยบายหรือการปฏิบัติตามนโยบาย) ต่อผู้รับสารเพื่อให้ผู้รับสารรับรู้ เข้าใจ และยอมรับผู้ส่งสาร ในการสร้างความรู้สึกร่วมกันของสังคม ทั้งนี้เพื่อเป็นการรักษาภาพลักษณ์ของผู้ส่งสารได้ ในทางกลับกันสำหรับการประชาสัมพันธ์ทางการเมืองก็มีความหมายมิได้แตกต่างกัน เพียงแต่ผู้ส่งสารหมายถึงผู้ปกครองหรือรัฐบาลหรือนักการเมืองสื่อสารไปยังผู้รับสารซึ่งหมายถึงสาธารณชนหรือผู้ได้ปกครองเป็นสำคัญ

การประชาสัมพันธ์ทางการเมืองจึงเป็นเรื่องที่รัฐบาลหรือนักการเมืองส่งสารสนเทศทางการเมือง อันได้แก่ นโยบายซึ่งสอดคล้องกับสภาพปัญหาหรือแนวทางของรัฐบาลหรือนักการเมืองไปยังประชาชนเพื่อหวังผลในความสำเร็จของนโยบายและภาพลักษณ์ของรัฐบาลหรือนักการเมืองในประเทศที่มีระบอบการปกครองซึ่งแตกต่างกัน แนวทางการประชาสัมพันธ์ทางการเมืองในภาพกว้างก็จะแตกต่างกันไปตามอุดมการณ์ของรัฐที่ไม่เหมือนกัน การประชาสัมพันธ์ทางการเมืองในประเทศที่เป็นเผด็จการย่อมคำนึงวิธีการชวนเชื่อเป็นหลัก ในขณะที่การประชาสัมพันธ์ทางการเมืองในประเทศที่เป็นประชาธิปไตยจะคำนึงถึงสาธารณมติเป็นสำคัญ

กระบวนการในการประชาสัมพันธ์ทางการเมืองจะเริ่มต้นขึ้นจากการระดมความคิดเห็นของประชาชนเพื่อรวบรวมข้อมูลข่าวสารอันเป็นส่วนประกอบที่รัฐบาลหรือนักการเมืองจะนำไปวางแผนผ่านองค์กรของรัฐ การระดมความคิดเห็นซึ่งเป็นที่กล่าวขวัญเป็นพิเศษในปัจจุบันคือการจัดทำประชาพิจารณ์ เมื่อรัฐบาลหรือนักการเมืองสามารถกำหนดนโยบายได้แล้ว ก็จะนำนโยบายนั้นไปแปลงเป็นข่าวสารทางการเมืองประชาสัมพันธ์ทั้งนี้เพื่อให้อยู่ในรูปที่ง่ายต่อการสื่อสารกับประชาชนซึ่งเป็นคนธรรมดาๆ การแปลงนโยบายให้อยู่ในรูปข่าวสารทางการเมืองประชาสัมพันธ์จะต้องผ่านการวางแผนทางการเมืองที่พิถีพิถัน ทั้งนี้เพราะข่าวสารการประชาสัมพันธ์จะประสบความสำเร็จต้องใช้ยุทธศาสตร์การสื่อสารไม่ว่าลักษณะของข่าวสารจะอยู่ในรูปแบบใด เช่น ข้อความ ภาพ เสียง หรือเนื้อหาสาระจะเป็นอย่างไร ใช้สื่อประเภทไหน ควรจะนำเสนอออกไปเมื่อใดจึงจะสอดคล้องกับสาธารณชนหรือผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เมื่อได้แผนการ

ประชาสัมพันธ์ทางการเมืองที่เรียบร้อยแล้ว จึงนำแผนการดังกล่าวไปปฏิบัติการเพื่อเผยแพร่สารประชาสัมพันธ์ที่วางแผนที่ไว้ การปฏิบัติงานตามแผนการประชาสัมพันธ์ทางการเมืองมีหลายวิธีการ ตั้งแต่การใช้สื่อมวลชนสัมพันธ์ ชุมชนสัมพันธ์ การเผยแพร่โดยตรง และการให้คำปรึกษา เป็นต้น

การดำเนินกิจกรรมของการประชาสัมพันธ์ทางการเมืองข้างต้นจำเป็นต้องได้รับการประเมินผลของการประชาสัมพันธ์ เพราะผลสำเร็จของการประชาสัมพันธ์ทางการเมืองจะส่งผลถึงความสำเร็จในการดำเนินนโยบายสาธารณะและการนำนโยบายไปปฏิบัติ เนื่องจากประชาชนในฐานะผู้รับสารรับรู้ เข้าใจ และมีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับนโยบายเหล่านั้น เนื่องด้วยนโยบายของรัฐบาลหรือนักการเมืองมีจุดเริ่มต้นมาจากประชาชนและผู้แทนประชาชน การปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์นั้นเป็นไปตามขั้นตอนของแผนประชาสัมพันธ์หรือไม่ ยุทธวิธีของการประชาสัมพันธ์ทางการเมืองที่ปฏิบัติอยู่จริงเหมาะสมเพียงใด และการวิเคราะห์การประชาสัมพันธ์ทางการเมืองทั้งระบบว่ามีภาพรวมที่ต้องปรับปรุงในส่วนใดหลังจากที่การบริหารงานการประชาสัมพันธ์ทางการเมืองมักนิยมอาศัยการวิจัยประกอบตามขั้นตอนต่างๆ เท่าที่มีความจำเป็นเพื่อตรวจสอบความมั่นใจในการดำเนินนโยบายและปฏิบัติตามนโยบายสาธารณะ

การประชาสัมพันธ์ทางการเมืองจะต้องเข้าใจในเรื่องนโยบายสาธารณะตามแผนงานของรัฐบาลหรือนักการเมืองโดยวางยุทธศาสตร์ของแนวทางการประชาสัมพันธ์เพื่อนำไปปฏิบัติจริงตามแผนที่วางไว้ อย่างไรก็ตามการประชาสัมพันธ์ทางการเมืองอาจมีหลายระดับ ตั้งแต่ นโยบายระดับสากล ประเทศ ภูมิภาค และท้องถิ่น ซึ่งระดับที่แตกต่างกันไปอาจจะมีการประชาสัมพันธ์ทางการเมืองที่ไม่เหมือนกัน ทั้งนี้ความสำเร็จของการประชาสัมพันธ์ทางการเมืองอยู่ที่การยอมรับการวิพากษ์วิจารณ์จากผู้อื่น การวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นโดยนักวิชาการการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนการวิจัยและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ทางการเมือง

โดยสรุป การประชาสัมพันธ์ทางการเมืองเป็นการสื่อสารทางการเมืองเพื่อรักษาภาพลักษณ์ของประเทศที่มาจากความสำเร็จในการดำเนินงาน อันประกอบด้วยผลการดำเนินงานที่มาจากรัฐและรัฐบาลหรือนักการเมือง ทั้งนี้โดยอาศัยความร่วมมือจากงานสื่อสารมวลชนที่เป็นของภาครัฐและเอกชน เพื่อให้เกิดการรับรู้และยอมรับทั้งจากบุคคลภายในและภายนอกประเทศ การประชาสัมพันธ์ทางการเมืองจึงเป็นการรักษาคะแนนนิยมของประชาชนต่อนักการเมืองฝ่ายรัฐบาลหรือนักการเมือง (สรุพงษ์ โสธนะเสถียร 2546 : บรรยาย)

5. แนวคิดและข้อมูลการเลือกตั้งทั่วไปและเหตุการณ์ภายหลังการเลือกตั้งวันที่ 23 ธันวาคม 2550

5.1 สาระสำคัญของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 บางส่วน (สถาบันพระปกเกล้า 2550: 131)

ร่างรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยถูกร่างขึ้นบนสถานการณ์ที่จะต้องนำพาประเทศไปสู่การปกครองระบอบประชาธิปไตยที่สมบูรณ์ จัดให้มีการเลือกตั้งต่อไปและแก้ปัญหาของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 ที่ก่อให้เกิดการผูกขาดอำนาจรัฐและการใช้อำนาจอย่างไม่เป็นธรรม การดำเนินการทางการเมืองที่ขาดความโปร่งใส ไม่มีคุณธรรมและจริยธรรม ระบบตรวจสอบการใช้อำนาจรัฐที่ล้มเหลวและการใช้สิทธิและเสรีภาพของประชาชนยังไม่ได้รับการคุ้มครองและส่งเสริมอย่างเต็มที่ รัฐธรรมนูญฉบับ พ.ศ. 2550 จึงมีสาระสำคัญที่มุ่งจะแก้ไขปัญหาดังกล่าว โดยดำเนินการใน 4 แนวทาง คือ

1. การคุ้มครอง ส่งเสริม และการขยายสิทธิและเสรีภาพของประชาชนอย่างเต็มที่
2. การลดการผูกขาดอำนาจรัฐและจัดการใช้อำนาจอย่างไม่เป็นธรรม
3. การทำให้การเมืองมีความโปร่งใส มีคุณธรรมและจริยธรรม
4. การทำให้ระบบตรวจสอบมีความเข้มแข็งและทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

มาตรา 36 บุคคลย่อมมีเสรีภาพในการสื่อสารถึงกัน โดยทางที่ชอบด้วยกฎหมาย การตรวจ การกัก หรือการเปิดเผยสิ่งสื่อสารที่บุคคลมีติดต่อกัน รวมทั้งการกระทำด้วยประการอื่นใด เพื่อให้ล่วงรู้ถึงข้อความในสิ่งสื่อสารทั้งหลายที่บุคคลมีติดต่อกัน จะกระทำมิได้ เว้นแต่โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายเฉพาะ เพื่อรักษาความมั่นคงของรัฐหรือเพื่อรักษาความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน

มาตรา 45 บุคคลย่อมมีเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น การพูด การเขียน การพิมพ์ การโฆษณาและการสื่อความหมายโดยวิธีอื่น

มาตรา 46 พนักงานหรือลูกจ้างของเอกชนที่ประกอบกิจการหนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุ โทรทัศน์ หรือสื่อมวลชนอื่น ย่อมมีเสรีภาพในการเสนอข่าวและแสดงความคิดเห็นภายใต้ข้อจำกัดตามรัฐธรรมนูญ

มาตรา 87 รัฐต้องดำเนินการตามแนวนโยบายด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน

5.2 การรณรงค์ทางการเมืองในการเลือกตั้งวันที่ 23 ธันวาคม 2550

การปฏิรูปทางการเมืองตามแนวคิดรัฐธรรมนูญนิยมได้เกิดขึ้นอย่างจริงจังและเป็นรูปธรรมครั้งแรกต่อเมื่อมีการประกาศใช้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 ซึ่งหลายฝ่าย

ก็ตั้งความหวังกันว่าเมืองไทยในระบอบประชาธิปไตยคงจะดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ปัญหาทั้งหลายที่เคยกั๊กเซาะประชาธิปไตยในอดีตก็คงจะค่อยๆ มลายหายไป ประชาชนชาวไทยจะมีความตื่นตัวและมีส่วนร่วมทางการเมืองมากขึ้น สถาบันการเมืองทั้งหลายไม่ว่าจะเป็นรัฐสภา คณะรัฐมนตรี พรรคการเมือง หรือแม้แต่ตัวรัฐธรรมนูญเองจะมีความแข็งแกร่งมั่นคงขึ้นเรื่อยๆ การปฏิวัติรัฐประหารเป็นเรื่องล้าสมัยไปแล้วในยุคโลกาภิวัตน์ กระบวนการเข้าสู่อำนาจ การใช้อำนาจและการตรวจสอบอำนาจจะเป็นไปด้วยความถูกต้องเหมาะสม โปร่งใสและชอบธรรม ทั้งหมดทั้งปวงเหล่านี้ คือเป้าประสงค์ของการปฏิรูปการเมืองไทยในครั้งนั้น แต่แล้วกระบวนการปฏิรูปการเมืองภายใต้รัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2540 ก็พบกับความล้มเหลวอย่างสิ้นเชิง เมื่อบุคคลและกลุ่มบุคคลในรัฐบาลพ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร ได้แสดงพฤติกรรมทางการเมืองแบบเดิมๆ ออกมาจนนำไปสู่วิกฤตการณ์ทางการเมืองที่จบลงโดยการรัฐประหารเมื่อวันที่ 19 กันยายน พ.ศ. 2549 ที่ได้กลายเป็นตราบาปอีกครั้งหนึ่งในสังคมการเมืองไทย หลังจากนั้นก็ต้องทำการปฏิรูปการเมืองใหม่เพื่อสร้างประชาธิปไตยให้เกิดขึ้นในสังคมการเมืองไทยต่อไป ซึ่งผลที่ตามมาก็คือการประกาศใช้รัฐธรรมนูญฉบับใหม่เมื่อวันที่ 24 สิงหาคม พ.ศ. 2550 และกำหนดให้มีการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรเมื่อวันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2550

ในท่ามกลางสังคมข้อมูลข่าวสารของยุคปัจจุบัน แนวคิดและแนวปฏิบัติเรื่อง “การรณรงค์” เป็นหนึ่งในประเด็นที่ได้รับความสนใจอย่างสูง ทั้งในแวดวงนักการเมือง นักวิชาการ และนักวิชาชีพรวมทั้งสาธารณชนกลุ่มต่างๆ ที่ให้ความสนใจเกี่ยวกับการเมือง ธุรกิจการตลาดและสังคม

Webster’s Ninth New Collegiate Dictionary (1983: 211) ได้อธิบายว่า การรณรงค์หมายถึงการดำเนินกิจกรรมต่างๆ แบบเป็นชุดและมีความเชื่อมโยงกัน โดยมุ่งเน้นการออกแบบเพื่อก่อให้เกิดผลตามที่กำหนดไว้

ส่วนแอตकिन (Atkin, 1981: 265) ได้ระบุอย่างชัดเจนว่าการรณรงค์เกี่ยวข้องกับ “ชุดของสาร” โดยเขามองว่าการรณรงค์ข้อมูลข่าวสารมักเกี่ยวข้องกับ “ชุดของสารที่ต้องการส่งเสริมให้เกิดความสนใจในกลุ่มสาธารณชนและมีการนำออกมาเผยแพร่สู่กลุ่มเป้าหมายผ่านช่องทางด้านสื่อสารมวลชน”

การรณรงค์ทางการเมืองเป็นรูปแบบหนึ่งของการรณรงค์ ซึ่งเกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่างๆ ในบริบทด้านการเมืองการปกครอง การเลือกตั้ง การผลักดันให้เกิดนโยบายสาธารณะและการบังคับใช้นโยบายสาธารณะต่างๆ ซึ่งส่งผลต่อประชาชน โดยสภาพรวมในการขับเคลื่อนกระบวนการรณรงค์ทางการเมืองเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดภายใต้สภาวะแวดล้อมที่เกี่ยวข้องนั้น “กลุ่มผู้แสดงบทบาทหลักทางการเมือง” มักดำเนินการต่างๆ อันได้แก่ การประเมินสถานการณ์ การ

วางแผนเชิงยุทธศาสตร์และการปฏิบัติธรรมรงค์ทางการเมือง (ปารีชาติ สถาปิตานนท์ 2551: 8-10) ในที่นี้จะกล่าวเฉพาะการวางแผนเชิงยุทธศาสตร์เท่านั้น ซึ่งประกอบด้วย การกำหนดตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การกำหนดแนวคิดหลักในการรณรงค์ทางการเมือง และการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสาร

กลยุทธ์การสื่อสารรณรงค์ทางการเมืองที่สำคัญ คือกลยุทธ์การสนับสนุนการมีส่วนร่วมของสาธารณชน (Public Involvement Strategy) ซึ่งในปัจจุบันภายใต้การพัฒนาของเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ส่งผลให้การกระตุ้นการมีส่วนร่วมของสาธารณชนได้ อาทิ เทคโนโลยีการสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในรูปแบบต่างๆ อาทิ การจัดทำเว็บไซต์ (Web page) แนะนำตัวผู้สมัครรับเลือกตั้งหรือการแนะนำตัวผู้สมัครผ่านเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมในการสื่อสารทางการเมือง อาทิ www.myspace.com หรือการจัดทำเว็บล็อก (Web log) ตลอดจนการนำภาพเคลื่อนไหวต่างๆ อาทิ บทสัมภาษณ์ บทเพลงรณรงค์ไปนำเสนอในเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยม อาทิ www.youtube.com ทั้งเพื่อให้เกิดการประสานความร่วมมือระหว่างผู้รับสมัครการเลือกตั้งและผู้มีสิทธิลงคะแนนเสียง (ปารีชาติ สถาปิตานนท์ 2551: 8-52)

การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรเป็นการทั่วไปแล้วเมื่อวันที่ 23 ธันวาคม 2550 ระหว่างพรรคการเมืองต่างๆ โดยเฉพาะพรรคใหญ่ คือพรรคประชาธิปัตย์และพรรคพลังประชาชน ถือได้ว่าเป็นการรณรงค์ทางการเมืองเต็มรูปแบบของแนวคิดทฤษฎีการสื่อสารทางการเมืองมากกว่าในอดีตที่ผ่านมาในบทบาทของการสื่อสารการตลาดเพื่อการเมือง โดยใช้อิทธิพลของสื่อมวลชนทุกรูปแบบ แต่ยังไม่เป็นที่ประจักษ์ชัดว่าสื่ออินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลมากน้อยเพียงใด สำหรับการเลือกตั้งในครั้งนั้น ผลการเลือกตั้งปรากฏว่าพรรคพลังประชาชนซึ่งมีนายสมัคร สุนทรเวชเป็นหัวหน้าพรรคได้รับชัยชนะด้วยเสียงข้างมากเกือบกึ่งหนึ่งของจำนวนสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทั้งสิ้น ประกอบกับได้รับเสียงสนับสนุนจากพรรคขนาดกลางและเล็กอีกจำนวนหนึ่ง พรรคพลังประชาชนจึงได้เป็นแกนนำจัดตั้งรัฐบาลโดยมีนายสมัคร สุนทรเวชเป็นนายกรัฐมนตรีและมีพรรคประชาธิปัตย์เป็นพรรคฝ่ายค้านเพียงพรรคเดียว

5.3 เหตุการณ์ภายหลังการเลือกตั้งจนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2552

การสื่อสารทางการเมืองในประเด็นสงครามสื่อ โดยเฉพาะสื่ออินเทอร์เน็ตภายหลังจากการเลือกตั้ง 23 ธันวาคม 2550 ดูเหมือนว่าจะมีบทบาทมากขึ้นกว่าเดิม มีอิทธิพลต่อการรับรู้ทัศนคติ ความคิด ความเชื่อ การต่อต้านและการสนับสนุนของประชาชนเพิ่มขึ้นตามลำดับจากเหตุการณ์หลายๆ เหตุการณ์ ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ดังนี้

(1) รัฐบาลซึ่งมีพรรคพลังประชาชนเป็นแกนนำ โดยมีนายสมัคร สุนทรเวช เป็นนายกรัฐมนตรีได้มีมติที่จะแก้ไขรัฐธรรมนูญที่เพิ่งจะผ่านการลงประชามติของประชาชนในเดือน

สิงหาคม 2550 โดยเฉพาะในมาตรา 309 “บรรดาการใดๆ ที่ได้รับรองไว้ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย (ฉบับชั่วคราว) พุทธศักราช 2549 ว่าเป็นการชอบด้วยกฎหมายและรัฐธรรมนูญ รวมทั้งการกระทำที่เกี่ยวเนื่องกับกรณีดังกล่าว ไม่ว่าก่อนหรือหลังวันประกาศใช้รัฐธรรมนูญนี้ ให้ถือว่าการนั้นและการกระทำนั้นชอบด้วยรัฐธรรมนูญนี้” ซึ่งหมายถึงการรับรองสถานะของคณะรัฐประหาร 19 กันยายน 2549 และคณะกรรมการสอบสวนคดีทุจริตต่างๆ รวมถึงองค์กระอิสระด้วย

แต่การขอแก้ไขรัฐธรรมนูญดังกล่าวข้างต้น ได้นำไปสู่ข้อขัดแย้งทางการเมืองและสังคมอีกระลอกหนึ่ง โดยฝ่ายค้าน (พรรคประชาธิปัตย์) พันธมิตรประชาชนเพื่อประชาธิปไตยและประชาชนส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วยโดยอ้างว่าพรรคพลังประชาชนและนายรัฐมนตรีเป็น “นอมินี” คือตัวแทนของ พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร อดีตนายกรัฐมนตรีโดยมีวาระซ่อนเร้น การแก้ไขรัฐธรรมนูญนับเป็นจุดเริ่มต้นของความขัดแย้ง แยกแยกทางการเมืองและสังคมที่ยังหาข้อยุติไม่ได้ในปัจจุบัน พันธมิตรประชาชนเพื่อประชาธิปไตยได้กลับเข้าสู่ขบวนการต่อต้านรัฐบาลเต็มรูปแบบ ด้วยกลยุทธ์สงครามสื่อสารทางการเมืองเช่นเดียวกันขบวนการล้มล้างระบอบทักษิณก่อนการรัฐประหาร 19 กันยายน 2549 โดยมีฝ่ายค้าน (พรรคประชาธิปัตย์) ดำเนินการตามครรลองของรัฐสภาควบคู่กันไป

(2) ในขณะที่การต่อต้านรัฐบาลของพันธมิตรประชาชนเพื่อประชาธิปไตยยังคงดำเนินอยู่ต่อไปอย่างเข้มข้น ก็เกิดปัญหาแทรกซ้อนระหว่างประเทศขึ้นมาอีก จากการที่นายพล ปัทมะ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศด้วยความเห็นชอบของคณะรัฐมนตรีได้ไปลงนามรับรองการขึ้นทะเบียนเขาพระวิหารเป็นมรดกโลกที่ประเทศกัมพูชาเสนอไปยังยูเนสโก องค์การสหประชาชาติ โดยไม่ได้ผ่านความเห็นชอบของรัฐสภาตามรัฐธรรมนูญ ทำให้ประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศเคลือบแคลงสงสัยในพฤติกรรมของรัฐบาลที่อาจจะทำให้ประเทศไทยต้องเสียดินแดนให้แก่ประเทศกัมพูชาเช่นเดียวกับเขาพระวิหาร เหตุการณ์นี้จึงเป็นชนวนนำไปสู่ความขัดแย้งที่มีผลกระทบต่อความสัมพันธ์ระหว่างประเทศและเกือบจะเกิดการปะทะกันด้วยกำลังทหารหลายครั้ง เป็นผลให้นายพล ปัทมะต้องลาออกจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศ ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศของไทยและกัมพูชาก็ยังคงร้าวลึกมาจนกระทั่งปัจจุบัน

(3) การต่อต้านรัฐบาลของพันธมิตรประชาชนเพื่อประชาธิปไตยได้ยกระดับการต่อสู้จากฐานที่ตั้งเข้าสู่ทำเนียบรัฐบาลเพื่อการต่อสู้ขั้นแตกหัก โดยความสงบปราศจากความรุนแรงและอาวุธในเดือนมิถุนายน 2551 ถึงแม้รัฐบาลได้ประกาศใช้พระราชกำหนดในสภาวะฉุกเฉินก็ตามก็ไม่สามารถจะยับยั้งการต่อต้านของพันธมิตรประชาชนเพื่อประชาธิปไตยได้ ในที่สุดนายสมัคร สุนทรเวช ต้องพ้นจากตำแหน่งนายกรัฐมนตรีตามคำพิพากษาของศาลรัฐธรรมนูญในข้อหากระทำการอันขัดต่อบทบัญญัติในรัฐธรรมนูญ

(4) การขึ้นมาดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรีของนายสมชาย วงศ์สวัสดิ์ ต่อจากนายสมัคร สุนทรเวช เมื่อปลายเดือนกันยายน 2551 ได้สร้างแรงกดดันและความขัดแย้ง แยกแยกทางการเมืองและสังคมไทยทวีมากยิ่งขึ้นตามลำดับ จากการสลายการชุมนุมกลุ่มพันธมิตรฯ ของรัฐบาลหน้ารัฐสภา เมื่อ 7 ตุลาคม 2551 มีประชาชนบาดเจ็บล้มตาย พิกัดเป็นจำนวนมาก นับเป็นบาดแผลทางการเมืองและสังคมอีกครั้งหนึ่งเช่นในอดีต จากเหตุการณ์นี้ การต่อสู้ของพันธมิตรฯ จึงยกระดับสูงสุดโดยการเข้ายึดสนามบินสุวรรณภูมิและสนามบินดอนเมืองเป็นข้อต่อรองกับรัฐบาล แต่ในที่สุดนายสมชาย วงศ์สวัสดิ์ ก็ต้องพ้นออกจากตำแหน่งนายกรัฐมนตรี พร้อมๆ กับการยุบพรรคพลังประชาชนตามคำสั่งศาลรัฐธรรมนูญที่มีผลมาจากการเลือกตั้ง 23 ธันวาคม 2550

(5) ในเดือนธันวาคม 2551 พรรคประชาธิปัตย์กลับขึ้นมาเป็นแกนนำจัดตั้งรัฐบาล ด้วยการสนับสนุนจากพรรคร่วมรัฐบาลเดิมของพรรคพลังประชาชนที่ถูกยุบพรรคไป นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ได้เป็นนายกรัฐมนตรีและดำรงตำแหน่งมาจนถึงปัจจุบัน แต่อย่างไรก็ตามรัฐบาลที่มีนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ก็ถูกต่อต้านรุนแรงจากกลุ่มแนวร่วมประชาธิปไตยขับไล่เผด็จการแห่งชาติหรือ นปช. หรือกลุ่มคนเสื้อแดงในปัจจุบัน ตั้งแต่วันที่ได้รับเลือกจากรัฐสภาให้เป็นนายกรัฐมนตรีถึงขั้นทรัพย์สินเสียหายและบาดเจ็บ รัฐบาลได้รับผลกระทบรอบด้านจากฝ่ายค้านคือพรรคเพื่อไทย (พลังประชาชนเดิม) จากนปช. และแรงกดดันจากประเทศกัมพูชา ทำให้เกิดปัญหาการบริหารราชการแผ่นดินในวงกว้าง รัฐบาลขาดเสถียรภาพ

(6) เหตุการณ์ทางการเมืองและสังคมในเดือนเมษายน 2552 นับเป็นประวัติศาสตร์อีกหน้าหนึ่งของไทย เมื่อกลุ่มต่อต้านรัฐบาลคือนปช. หรือกลุ่มเสื้อแดงได้บุกเข้ายึดสถานที่ประชุมสุดยอดผู้นำอาเซียนและคูเอร์จาในโรงแรมเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี นับเป็นข่าวดังไปทั่วโลกและสร้างความเสื่อมเสียชื่อเสียงให้แก่ประเทศมาครั้งหนึ่ง นอกจากนี้ในกรุงเทพมหานครนอกจากจะมีการชุมนุมของนปช. หรือกลุ่มคนเสื้อแดงขนาดใหญ่แล้ว ผู้ชุมนุมยังก่อการจลาจลโดยการปิดการจราจรในเส้นทางหลักหลายสายด้วยรถเก๋งและรถบรรทุกจำนวนมาก รวมทั้งยึดรถแท็กซี่และเผา รถโดยสารประจำทางเป็นจำนวนมาก รัฐบาลต้องประกาศพระราชกำหนดในสถานการณ์ฉุกเฉินใช้กำลังทหารเข้าสลายกลุ่มก่อการจลาจลเป็นผลสำเร็จ โดยมีผู้ได้รับบาดเจ็บจำนวนหนึ่ง ทำให้กลุ่มนปช. หรือกลุ่มคนเสื้อแดงต้องสลายตัวไปกลับเข้าสู่ที่ตั้งและทำการต่อต้านรัฐบาลในกลยุทธ์การสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่อทุกรูปแบบ โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ D-Station ในขณะที่เดียวกันการต่อสู้ทางการเมืองก็กลับเข้าสู่สภาในฐานะฝ่ายค้านและรัฐบาล ซึ่งถือได้ว่าเป็นการต่อสู้ในระบอบรัฐสภา

(7) ในช่วงปลายปี พ.ศ. 2552 หลังจากที่รัฐบาลเริ่มมีเสถียรภาพมากขึ้น แม้ว่ากลุ่มนปช. หรือคนเสื้อแดงจะแสดงพลังโดยการชุมนุมในกรุงเทพมหานครเป็นครั้งคราวก็ตาม และใช้

สื่อเป็นหลักในการปลุกกระดมมวลชน สร้างแนวร่วมแต่ก็ไม่บังเกิดผลใดๆ ต่อรัฐบาล คาดว่าฝ่ายค้าน โดยพ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร อดีตนายกรัฐมนตรียะปรับกลยุทธ์ใหม่ โดยให้พลเอก ชวลิต ยงใจยุทธ เป็นผู้เดินเกมการเมืองภายในประเทศและต่างประเทศ โดยมีเป้าหมายประเทศรอบบ้านของไทย เป็นผลให้ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศของไทยกับกัมพูชาซึ่งเปราะบางอยู่แล้ว ต้องขาดความสัมพันธ์กันลงไปโดยให้เอกอัครราชทูตทั้ง 2 ประเทศกลับประเทศและคงความสัมพันธ์ระหว่างประเทศไว้ในระดับอุปทูตเท่านั้นจนถึงปัจจุบัน

(8) เหตุการณ์ทางการเมืองในต่างประเทศในช่วงเวลาพ.ศ. 2551 ที่สำคัญและมีอิทธิพลต่อความเคลื่อนไหวทางการเมืองของประชาชนในมิติของการใช้สื่อทุกประเภท โดยเฉพาะสื่ออินเทอร์เน็ตได้แก่การเลือกตั้งประธานาธิบดีของประเทศสหรัฐอเมริกาตั้งแต่ ณ แข่งขันกันเป็นผู้แทนพรรคของนายบารัค โอบามาและนางฮิลลารี คลินตัน จนกระทั่งถึง ณ ชิงชัยตำแหน่งประธานาธิบดี ซึ่งท้ายสุดนายบารัค โอบามา ได้รับเลือกให้เป็นประธานาธิบดีของสหรัฐอเมริกา เมื่อเดือนมกราคม พ.ศ. 2552 จะเห็นได้ว่ากระบวนการเลือกตั้งประธานาธิบดีของสหรัฐอเมริกา เปรียบเทียบกับการเลือกตั้งของไทยในเวลาใกล้เคียงกันนั้น มีความแตกต่างกันมากในเรื่องการรณรงค์การเลือกตั้ง การสนับสนุนและการต่อต้านของประชาชน ในส่วนที่มีความเหมือนกันคือ บทบาทและอิทธิพลของสื่อ โดยเฉพาะสื่ออินเทอร์เน็ตที่ได้นำมาใช้ประโยชน์ในทางการเมืองเพิ่มมากขึ้นกว่าในอดีต โดยอาศัยเว็บไซต์ การพูดคุยและสนทนาระหว่างประชาชนบนอินเทอร์เน็ต ทั้งการสนับสนุนและโจมตีนักการเมือง ไม่ว่าจะเป็นด้านบวกหรือด้านลบก็ล้วนเป็นอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตทั้งสิ้น

หากจะกล่าวถึงการพัฒนาทางการเมืองไทยหลังการเมืองไทยตั้งทั่วไป 23 ธันวาคม 2550 จนถึง 31 ธันวาคม 2552 ถ้าพิจารณาโดยใช้กรอบแนวคิดของลูเซียนพาย (Lucian W. Pye) ซึ่งได้เสนอองค์ประกอบของการพัฒนาการเมืองไว้ 3 ประการ คือ ความเท่าเทียม (Equality) ความสามารถของระบบการเมือง (Capacity) และการแบ่งโครงสร้างทางการเมืองให้มีความแตกต่างและมีความชำนาญเฉพาะอย่าง (Differentiation and specialization) แล้วจะเห็นว่าพัฒนาการเมืองไทยหลังการเลือกตั้งล้มเหลวโดยสิ้นเชิงและเกิดวิกฤตการณ์ทางการเมืองและสังคมที่สุดในประวัติศาสตร์ชาติไทย การปฏิรูปการเมืองภายใต้รัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2540 อาจจะเป็นเพียงภาพลวงตาของการมีความทันสมัยแต่ไม่พัฒนา (Modernization without development) ก็เป็นไปได้ เพราะหากมีการพัฒนาการเมืองจริงๆ แล้ว วิกฤตการณ์ทางการเมืองก่อนรัฐประหารคงไม่เกิดขึ้น การรัฐประหารคงไม่อาจวนคืนกลับมาได้ถ้าสังคมเชื่อในหลักการกลไกกระบวนการประชาธิปไตยอย่างแท้จริง ท้ายที่สุดแล้วสิ่งที่ดำรงอยู่ในสังคมไทยตลอดเวลา คือการต่อสู้เพื่อผลประโยชน์และประสานผลประโยชน์ของกลุ่มชนชั้นนำทางการเมือง นักการเมือง นัก

ธุรกิจ และกลุ่มข้าราชการ ทหาร ประชาชน ไม่ว่าจะเรียกว่า “รากแก้ว” หรือ “รากหญ้า” เป็นผู้รับผลจากการต่อสู้และประสานผลประโยชน์ดังกล่าวและถูกใช้เป็นเพียงเบี้ยในการต่อสู้ เพราะทุกกลุ่มก็จะอ้างประชาชนเป็นฐานความชอบธรรมของตนทั้งสิ้น วันที่การเมืองไทยจะมีการพัฒนาการอย่างแท้จริงน่าจะอยู่ที่องค์ประกอบที่สำคัญที่สุด คือประชาชนได้ตระหนักถึงคุณค่าและบทบาทของตนในทางการเมืองและได้เข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมืองอย่างมีคุณภาพตามหลักประชาธิปไตยอย่างแท้จริงหรือไม่ (รศลิน ศิริระพันธ์ 2551: 100-112)

6. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องอิทธิพลของอินเทอร์เน็ตที่มีต่อการเมืองไทยตั้งแต่ช่วงการเลือกตั้งวันที่ 23 ธันวาคม 2550 จนถึง 2552 ครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ยุทธพร อิศรชัย (2544: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องอินเทอร์เน็ตกับการเมืองไทย ซึ่งการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัยเพื่อให้ทราบว่าการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการรณรงค์หาเสียงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ลงคะแนนเสียงหรือไม่ และการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตลดทอนการตัดสินใจของผู้ลงคะแนนเสียงมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ หรือไม่เพียงใด เพื่อให้ทราบว่าการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการรณรงค์หาเสียงช่วยพัฒนาการเมืองไทยด้านการมีส่วนร่วมทางการเมืองได้หรือไม่ และเพื่อให้ทราบว่าระบบการตรวจสอบและควบคุมการรณรงค์หาเสียงผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตในปัจจุบันมีประสิทธิภาพหรือไม่ และแนวโน้มในอนาคตควรมีลักษณะอย่างไร วิธีการศึกษาวิเคราะห์ได้อาศัยการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารทางวิชาการที่เกี่ยวข้องประกอบกับข้อมูลจากการสำรวจประชากรกลุ่มตัวอย่างระหว่างวันที่ 1 ตุลาคม 2543 ถึง 6 มกราคม 2544 ด้วยแบบสอบถามจำนวน 500 ตัวอย่าง และการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและการตัดสินใจของผู้ลงคะแนนเสียงมีความสัมพันธ์กับ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ พรรคการเมืองและผู้สมัครรับเลือกตั้ง ไม่ได้ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการรณรงค์หาเสียงเพื่อสร้างภาพลักษณ์ทางการเมืองโดยตรง แต่อาจจะมีผลในทางอ้อมและสื่ออินเทอร์เน็ตมีประสิทธิภาพในการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในทางการเมืองช่วยพัฒนาการเมืองในด้านการมีส่วนร่วมทางการเมืองได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการช่วยเปลี่ยนแปลงรูปแบบการสื่อสารทางการเมืองระหว่างสถาบันทางการเมืองกับประชาชน และระหว่างประชาชนด้วยกันเองของคนไทยและระบบการตรวจสอบควบคุมการรณรงค์หาเสียงผ่าน

สื่ออินเทอร์เน็ตยังไม่มีประสิทธิภาพแต่ควรใช้การควบคุมทางสังคมมากกว่ามาตรการทางกฎหมาย และแนวโน้มในอนาคตควรมีการนำอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการพัฒนาการเมือง

ณัฐกานต์ กุลณรงค์ (2550: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การสื่อสารทางการเมืองบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในช่วงการต่อต้านรัฐบาลทักษิณ” การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์การศึกษา คือ

1. เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารทางการเมืองและปัจจัยที่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางการสื่อสารทางการเมืองในช่วงที่เกิดการต่อต้านรัฐบาลทักษิณ
2. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ว่าทฤษฎีทางการเมืองที่ปรากฏบนพื้นที่อินเทอร์เน็ตในช่วงที่เกิดการต่อต้านรัฐบาลทักษิณ
3. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์แนวโน้มการใช้พื้นที่การสื่อสารทางการเมืองบนอินเทอร์เน็ต

ผลการศึกษาพบว่า อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือสื่อสารทางการเมืองที่มีอิทธิพลต่อระบบการเมืองอย่างสูง โดยเฉพาะในช่วงที่เกิดการต่อต้านรัฐบาลทักษิณ กลุ่มทางสังคมนวมถึงประชาชนต่างใช้อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือสื่อสารทางการเมืองทั้งกลุ่มที่สนับสนุนและไม่สนับสนุน โดยมีรูปแบบการสื่อสารทางการเมืองผ่านเว็บไซต์ กระดานสนทนา และเว็บบล็อก ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางการสื่อสารทางการเมืองในห้วงเวลาดังกล่าวและการแทรกแซงการทำงานของรัฐบาลทำให้สื่อมวลชนกระแสหลักนำเสนอข่าวสารทางการเมืองด้านเดียว คือ ข่าวสารหรือความคิดเห็นที่มาจากรัฐบาลหรือจากกลุ่มที่สนับสนุนรัฐบาลเท่านั้น การขยายตัวของสื่อสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต การเติบโตของสื่อทางเลือกและคุณสมบัติของสื่ออินเทอร์เน็ตที่เอื้อต่อสิทธิและเสรีภาพในการรับรู้ข่าวสารทางการเมือง ความสามารถในการสื่อสารที่สะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ ที่สำคัญ คืออินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือการสื่อสารทางการเมืองที่เอื้อต่อการสื่อสารทางการเมืองแบบสองทาง ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญต่อการปกครองในระบบประชาธิปไตย

ภณชกร กุลสันต์ (2550: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของข้าราชการ” มีวัตถุประสงค์ คือเพื่อศึกษาความคิดเห็นทางการเมืองเกี่ยวกับการรับข่าวสารทางเมืองสื่ออินเทอร์เน็ต ศึกษาระดับการมีส่วนร่วมทางการเมืองและศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับข่าวสารทางการเมืองทางสื่ออินเทอร์เน็ตกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของข้าราชการในศาลากลางจังหวัดพะเยา โดยทำการเก็บข้อมูลจากข้าราชการในศาลากลางจังหวัดพะเยา 10 หน่วยงาน หน่วยงานละ 20 คน ทั้งหมดจำนวน 200 คน โดยในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจะใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญผลการศึกษาพบว่า

1. ในภาพรวมของข้าราชการที่ตอบแบบสอบถามความคิดเห็นว่าด้วยอินเทอร์เน็ตที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองโดยข้าราชการที่ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นว่า

หากเกิดเหตุการณ์รุนแรงจากการแสดงความเห็นต่างๆ ทางเจ้าของเว็บไซต์ควรมีมาตรการหรือแสดงความรับผิดชอบข่าวสารต่างๆ รองลงมา คือผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับมากเช่นกัน อินเทอร์เน็ตช่วยให้การรับรู้ข่าวสารต่างๆ เป็นไปอย่างรวดเร็วและเห็นว่าอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่จะทำให้ทราบถึงข่าวสารทางการเมืองที่หลากหลายและหากมีเว็บไซต์ที่ทำให้เกิดความแตกแยกในสังคม ควรมีการป้องกันไม่ให้ใช้งานได้

2. ในภาพรวมข้าราชการที่ตอบแบบสอบถามเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองในระดับปานกลาง โดยกิจกรรมทางการเมืองที่ข้าราชการที่ตอบแบบสอบถามได้เข้าไปมีส่วนร่วมทุกครั้งคือการออกไปใช้สิทธิในการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งระดับชาติมากที่สุด เช่น การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรและสมาชิกวุฒิสภา รองลงมา คือเป็นการใช้สิทธิในการลงคะแนนเลือกตั้งระดับท้องถิ่นและชักชวนบุคคลในครอบครัวไปใช้สิทธิในการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

3. การรับข่าวสารทางการเมืองทางสื่ออินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลต่อการเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองของข้าราชการในศาลากลางจังหวัดพะเยา เนื่องจากกฎระเบียบของข้าราชการที่ต้องวางตัวเป็นกลางทางการเมือง แต่การแสดงออกทางการเมืองในสื่ออินเทอร์เน็ต ข้าราชการสามารถทำได้อย่างอิสระ โดยไม่ต้องแสดงตัวตนที่แท้จริง จึงเห็นได้ว่าปัจจุบันข้าราชการจะเข้าไปใช้พื้นที่สาธารณะทางสื่ออินเทอร์เน็ตแสดงความคิดเห็นออกมามากขึ้น

ภาคภูมิ แห้วงชัย (2546: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ของการมีส่วนร่วมทางการเมืองกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในด้านการเมืองทางสื่อโทรทัศน์ของประชาชนมุสลิมในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสนใจที่จะมีส่วนร่วมทางการเมืองคาดหวังการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมที่เป็นประชาชนมุสลิมในเขตกรุงเทพมหานครต่อการเปิดรับชมรายการด้านการเมืองในลักษณะรูปแบบรายการต่างๆ ซึ่งนำเสนอทางสถานีโทรทัศน์แบบฟรีทีวีจากกลุ่มตัวอย่างประชาชนมุสลิมที่อาศัยอยู่ในชุมชนที่มีสยิดเป็นศูนย์กลางเขตกรุงเทพมหานครและมีอายุ 18 ปีขึ้นไป ทั้งเพศชายและเพศหญิง จำนวน 300 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งแยกเขตพื้นที่ พบว่าการมีส่วนร่วมทางการเมืองของมุสลิมในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับปานกลางและมีความคาดหวังค่อนข้างสูงว่าจะใช้ประโยชน์จากการเปิดรับชมรายการด้านการเมืองตลอดจนพึงพอใจในรายการด้านการเมืองที่ได้รับชมโทรทัศน์แบบฟรีทีวี

วิศาล ปัญจสกุลวงศ์ (2548: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากสื่อมวลชนและการมีส่วนร่วมทางการเมืองของนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากสื่อมวลชนของนักศึกษา การมีส่วนร่วมทางการเมืองของนักศึกษา ความแตกต่างระหว่างลักษณะ

ประชากรของนักศึกษากับการเปิดรับข่าวสารและการมีส่วนร่วมทางการเมือง ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากสื่อมวลชนกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของนักศึกษาและปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะในการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากสื่อมวลชนและการมีส่วนร่วมทางการเมืองของนักศึกษาจากกลุ่มประชากรตัวอย่างนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 600 คน สำหรับเครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามและการใช้วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด เพราะมีทั้งภาพและเสียงจึงมีความน่าเชื่อถือมากที่สุด มีส่วนร่วมทางการเมืองโดยเฉลี่ยในระดับน้อย พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นิชาดา มงคลเจริญ (2548: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “บทบาทสำนักข่าวไทยกับการเสริมสร้างการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนศึกษากรณีการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2547” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทของสำนักข่าวไทยในการเสริมสร้างการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ศึกษาแนวทางในการพัฒนาบทบาทสำนักข่าวไทยต่อการเสริมสร้างการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาการปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 22 คน ข้อมูลจากการปฏิบัติงานจริงและข้อมูลจากเอกสารพบว่า สำนักข่าวไทยเป็นสื่อสารมวลชนที่มีบทบาทในการเสริมสร้างการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน โดยมุ่งเน้นการรณรงค์ให้ประชาชนไปใช้สิทธิเลือกตั้งเป็นหลัก ขณะที่การเสริมสร้างการมีส่วนร่วมทางการเมืองด้านอื่นๆ ของประชาชน เช่น การร่วมเสนอความคิดเห็นและการมีส่วนร่วมในการตรวจสอบยังมีค่อนข้างน้อยสำหรับแนวทางในการพัฒนาบทบาทของสำนักข่าวไทยต่อการเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน คือสำนักข่าวไทยควรเพิ่มบทบาทในการติดตาม ตรวจสอบ และนำเสนอข้อมูลข่าวสารสาระประโยชน์เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในสาระสำคัญของการมีส่วนร่วมทางการเมืองให้แก่ประชาชนตามรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2540

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่องอิทธิพลของอินเทอร์เน็ตที่มีต่อการเมืองไทย ตั้งแต่ช่วงการเลือกตั้งวันที่ 23 ธันวาคม 2550 จนถึง 2552 ครั้งนี้ เป็นการวิจัยเอกสารควบคู่กับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) และวิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้ศึกษาได้กำหนดแนวทางในการดำเนินการวิจัย โดยมีรายละเอียดในเรื่องการกำหนดประชากร การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูล การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า คือประชาชนที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครที่มีอายุระหว่าง 18-60 ปี จำนวน 5,710,883 คน (กรมการปกครอง, 2552) สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่นำมาใช้เป็นตัวแทนในการศึกษา ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling Random) จากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจำนวน 400 คน

1.2 วิธีการสุ่มตัวอย่างและขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง

การคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้ใช้สูตรการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบทราบจำนวนประชากรโดยกำหนดความเชื่อมั่นที่ 95% ความผิดพลาดไม่เกิน 5% ของ Taro Yamane (1967) ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + N(E)^2}$$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร = 5,710,883 คน

E = 0.05 ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95

เมื่อแทนค่าตามสูตรด้วยตัวเลขดังกล่าว ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 399.99 คน รวมประเมินค่าเป็นจำนวนประชากร 400 คน

1.3 การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่างมีลำดับขั้นตอนในการสุ่มตัวอย่างเป็น 2 ขั้นตอน (Multistage Sampling) ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling Random) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างจากผู้ที่ใช้อินเทอร์เน็ตจำนวน 200 คน

ขั้นตอนที่ 2 ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (Convenience) ซึ่งเป็น Non-probability โดยใช้แบบสอบถามตามกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ จึงออกเก็บข้อมูลตามแหล่งชุมชนต่างๆ จากมีอายุระหว่าง 18-60 ปี จำนวน 200 คน

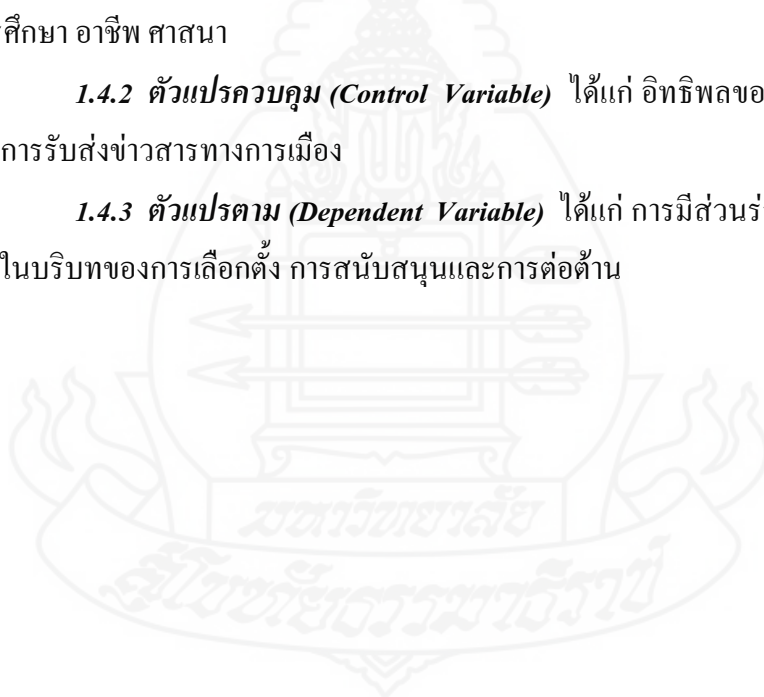
1.4 ตัวแปรที่ใช้

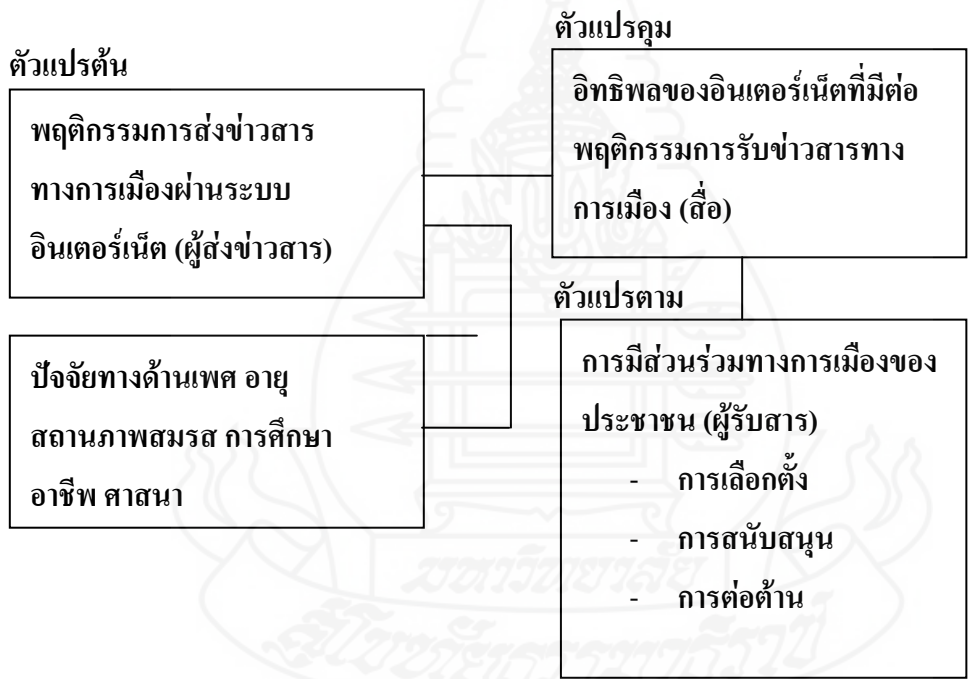
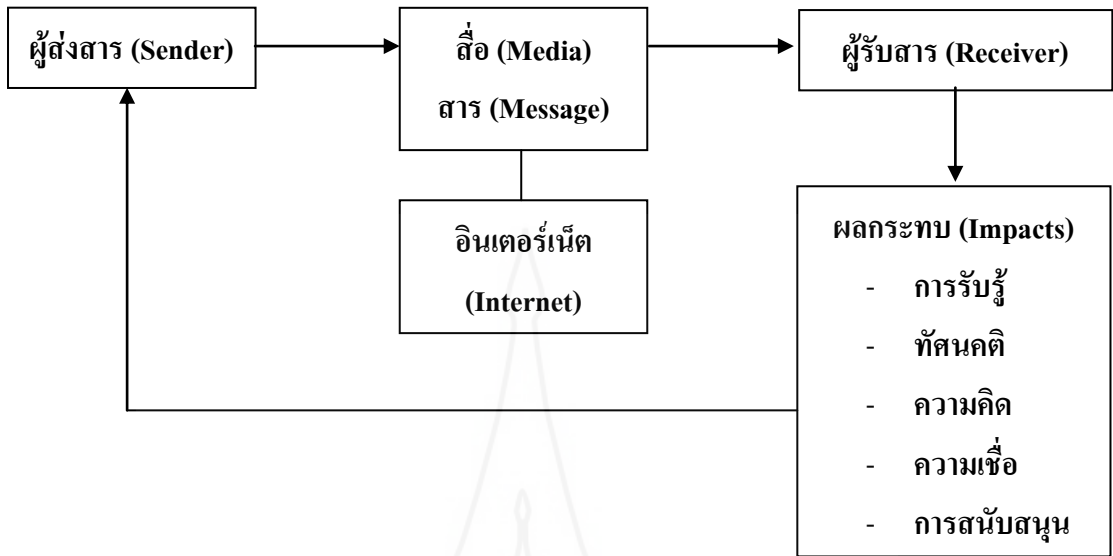
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย มีดังนี้

1.4.1 ตัวแปรต้นหรือตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่ พฤติกรรมการส่งข่าวสารทางการเมืองผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ประกอบด้วยปัจจัยทางด้านเพศ อายุ สถานภาพ สมรส การศึกษา อาชีพ ศาสนา

1.4.2 ตัวแปรควบคุม (Control Variable) ได้แก่ อิทธิพลของอินเทอร์เน็ตที่มีต่อพฤติกรรมการรับส่งข่าวสารทางการเมือง

1.4.3 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในบริบทของการเลือกตั้ง การสนับสนุนและการต่อต้าน





2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 การสร้างเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มีขั้นตอนดังนี้

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ศึกษาจากตำราเรียน เอกสาร วิทยานิพนธ์ ข้อมูลจากเว็บไซต์ ข่าวหนังสือพิมพ์รายวันและรายสัปดาห์ ทฤษฎี หลักการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตของการวิจัยและสร้างเครื่องมือวิจัยให้ครอบคลุมความมุ่งหมายของการวิจัย
2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากเอกสาร เพื่อกำหนดขอบเขตและเนื้อหาของแบบทดสอบ จะได้มีความชัดเจนตามความมุ่งหมายการวิจัยยิ่งขึ้น
3. นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถาม
4. นำแบบสอบถามที่ร่างไว้ทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากอาจารย์ที่ปรึกษา พิจารณาตรวจสอบและขอคำแนะนำให้การแก้ไขปรับปรุง เพื่อให้อ่านแล้วมีความเข้าใจง่ายและชัดเจนตามความมุ่งหมายของการวิจัย
5. นำแบบสอบถามที่แก้ไขตามคำแนะนำแล้วมาดำเนินการทดสอบกับกลุ่มเป้าหมาย (Pre-test) จำนวน 40 คน
6. นำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้ ทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ปรากฏได้ค่าความเชื่อมั่นแบบ Cronbach Alpha $\alpha = 0.78$
7. ปรับปรุงรูปแบบสอบถามอีกครั้ง แล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาชุดเดิมเพื่อแก้ไข ปรับปรุงจนได้เครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ
8. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปสอบถามกลุ่มตัวอย่าง

2.2 ลักษณะของแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมเพื่อการวิจัยเชิงพรรณนาในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่มีคำถามชนิดปลายปิดและปลายเปิดรวมกัน โดยแบ่งโครงคำถามออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และศาสนา มีลักษณะเป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Check-list) จำนวน 6 ข้อ เริ่มตั้งแต่ข้อ 1 ถึง 6

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตมีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ จำนวน 8 ข้อ เริ่มตั้งแต่ข้อที่ 1 ถึง 8

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อความรู้/ความเข้าใจ/ความคิดทัศนคติของการรับข่าวสารทางการเมืองของประชาชน มีลักษณะระดับความสำคัญจำนวน 10 ข้อ เริ่มตั้งแต่ข้อ 1 ถึง 10

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อพฤติกรรมของประชาชนในฐานะผู้ส่งข่าวสารทางการเมือง มีลักษณะระดับความสำคัญจำนวน 10 ข้อ เริ่มตั้งแต่ข้อ 1 ถึง 10

ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน มีลักษณะระดับความสำคัญจำนวน 10 ข้อ เริ่มตั้งแต่ข้อ 1 ถึง 10

2.3 ความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษานี้ได้มีการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้

2.3.1 ความเที่ยงตรง (Validity) ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาให้ให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาและตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปสอบถามในการเก็บข้อมูลจริง

2.3.2 ความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาและปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทำการทดสอบ (Pre-test) จำนวน 40 ชุดกับกลุ่มประชากรที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างเพื่อตรวจสอบว่าคำถามสามารถสื่อความหมายตรงตามความต้องการ ตลอดจนมีความเหมาะสมหรือไม่ มีความยากง่ายเพียงใด จากนั้นจึงนำมาทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window Version 6.0 ในการหาความเชื่อมั่นโดยใช้สูตรหาค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha และใช้เกณฑ์สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามที่ Nunnally (1978) ได้เสนอแนะเป็นเกณฑ์การยอมรับไว้ ดังนี้

การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient) ของครอนบัก (Cronbach, 1951)

$$\alpha = (k/(k-1)) * [1 - \frac{\sum (s_i^2)}{s_{sum}^2}]$$

เมื่อ α แทน ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

K แทน จำนวนข้อของแบบสอบถาม

S_i^2 แทน ผลรวมของค่าความแปรปรวนของคะแนนเป็นรายข้อ

S_{sum}^2 แทน ค่าความแปรปรวนของคะแนนของแบบสอบถามทั้งหมด

เมื่อทำการทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability Test) ของแบบสอบถามทั้งหมดรวมกันจะได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach (Cronbach's Alpha) เท่ากับ 0.78 ซึ่งค่า α

จะต้องมากกว่าและเท่ากับ 0.7 สำหรับงานวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) จึงสรุปได้ว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการประกอบการศึกษาในครั้งนี้ รวบรวมจากแหล่งต่างๆ ซึ่งจำแนกตามแหล่งที่มา 2 ส่วน คือ

3.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือแบบสอบถาม โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุดให้กลุ่มตัวอย่างตอบ รูปแบบของแบบสอบถามปิดและ Likert Scale ซึ่งเป็นข้อมูลในส่วนที่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็นต่างๆ

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้ศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล ได้แก่ เอกสารทางวิชาการ นิตยสาร วารสาร และข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต (Internet)

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ผล

ในการทำการศึกษามือสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มหรือหน่วยตัวอย่างจำนวน 400 หน่วย โดยแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ จะใช้มาตรวัดแบบ Rating Scale ตามวิธีของ Likert โดยมีมาตรวัด 5 ระดับ คือสำคัญมากที่สุด สำคัญมาก สำคัญปานกลาง สำคัญน้อย และสำคัญน้อยที่สุด

โดยเกณฑ์ในการให้คะแนนของค่าเฉลี่ยของอิทธิพลของอินเทอร์เน็ตที่มีต่อการศึกษาเมืองไทย ตั้งแต่ช่วงการเลือกตั้งวันที่ 23 ธันวาคม 2550 จนถึงปัจจุบัน ออกเป็น 5 ระดับ โดยคำนวณจากสูตรค่าพิสัย (วิสัยลักษณะ) ค่าพิสัย 2544, หน้า 29) ดังนี้

$$\frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

ดังนั้น แต่ละระดับจะสามารถแบ่งคะแนนค่าเฉลี่ยได้ 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 1 – 1.79 หมายความว่า ระดับน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ย 1.80 – 2.59 หมายความว่า ระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 2.60 – 3.39 หมายความว่า ระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.40 – 4.19 หมายความว่า ระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 4.20 – 5.00 หมายความว่า ระดับมากที่สุด

1. ค่าเฉลี่ย 1 – 1.79 หมายถึง ให้ความสำคัญกับอิทธิพลของอินเทอร์เน็ตที่มีต่อการเมืองไทย ตั้งแต่ช่วงการเลือกตั้งวันที่ 23 ธันวาคม 2550 จนถึงปัจจุบัน อยู่ในระดับน้อยที่สุด

2. ค่าเฉลี่ย 1.80 – 2.59 หมายถึง ให้ความสำคัญกับอิทธิพลของอินเทอร์เน็ตที่มีต่อการเมืองไทย ตั้งแต่ช่วงการเลือกตั้งวันที่ 23 ธันวาคม 2550 จนถึงปัจจุบัน อยู่ในระดับน้อย

3. ค่าเฉลี่ย 2.60 – 3.39 หมายถึง ให้ความสำคัญกับอิทธิพลของอินเทอร์เน็ตที่มีต่อการเมืองไทย ตั้งแต่ช่วงการเลือกตั้งวันที่ 23 ธันวาคม 2550 จนถึงปัจจุบัน อยู่ในระดับปานกลาง

4. ค่าเฉลี่ย 3.40 – 4.19 หมายถึง ให้ความสำคัญกับอิทธิพลของอินเทอร์เน็ตที่มีต่อการเมืองไทย ตั้งแต่ช่วงการเลือกตั้งวันที่ 23 ธันวาคม 2550 จนถึงปัจจุบัน อยู่ในระดับมาก

5. ค่าเฉลี่ย 4.20 – 5.00 หมายถึง ให้ความสำคัญกับอิทธิพลของอินเทอร์เน็ตที่มีต่อการเมืองไทย ตั้งแต่ช่วงการเลือกตั้งวันที่ 23 ธันวาคม 2550 จนถึงปัจจุบัน อยู่ในระดับมากที่สุด

4.2 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows Version 16.0 ซึ่งมีค่าสถิติที่ใช้ ดังนี้

ในการวิเคราะห์เพื่อใช้หาค่าสถิติในการแสดงค่าข้อมูลและทดสอบสมมติฐานการศึกษาเพื่อใช้ในการหาคำตอบในการศึกษาตามวัตถุประสงค์การศึกษาที่ตั้งไว้ มีการใช้สถิติในการทดสอบ ดังนี้

1) สถิติเพื่อบรรยาย (Descriptive Statistics)

เป็นสถิติที่ใช้สำหรับบรรยายลักษณะกลุ่มประชากรที่ทำการศึกษา ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาไม่สามารถอ้างอิงถึงกลุ่มประชากรอื่นได้ ซึ่งประกอบด้วยสถิติ ดังนี้

ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) (กัลยา วาณิชย์บัญชา 2546: 32)

$$P = \frac{f \times 100}{n}$$

เมื่อ	P	แทน	ค่าร้อยละ
	f	แทน	ความถี่ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงให้เป็นร้อยละ
	n	แทน	จำนวนความถี่ทั้งหมด

ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) (อ้างแล้ว 2546: 47)

$$X = \frac{\sum X_i}{n}$$

เมื่อ X แทน ค่าเฉลี่ย
 $\sum X_i$ แทน ผลรวมคะแนนทั้งหมด
 n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

มัธยฐาน (Mean)

มัธยฐาน หมายถึงค่าของข้อมูลที่อยู่ตรงกลางกลุ่ม เมื่อคะแนนหรือข้อมูลนั้นเรียงได้ตามลำดับ ซึ่งตำแหน่งนั้นจะมี 50% ของจำนวนข้อมูลทั้งหมดที่มีค่าสูงกว่าและอีก 50% ที่มีค่าต่ำกว่า

หากนำข้อมูลทั้งหมดมาเรียงลำดับจากน้อยไปหามาก หรือมากไปหาน้อย ข้อมูลตัวใดอยู่ตำแหน่งตรงกลาง ข้อมูลนั้นก็เป็นมัธยฐานที่ต้องการ

- 1) ถ้าข้อมูลเป็นจำนวนคี่ มัธยฐานจะเป็นค่าของข้อมูลที่อยู่ตรงกลางข้อมูลนั้นพอดี
- 2) ถ้าข้อมูลเป็นจำนวนคู่ มัธยฐานจะเป็นค่าเฉลี่ยของข้อมูลสองจำนวนที่อยู่ตรงกลาง โดยการนำค่าของข้อมูลทั้งสองจำนวนนั้นมารวมกันแล้วหารด้วยสอง

ฐานนิยม (Mode)

ฐานนิยม คือค่าที่เกิดขึ้นบ่อยหรือซ้ำกันมากที่สุด หรือคะแนนตัวที่มีความถี่มากที่สุด

ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) (อ้างแล้ว 2546: 56)

$$S = \sqrt{\frac{n \sum X^2 - (\sum X)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ S แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง
 $(\sum X)^2$ แทน ค่าผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
 $\sum X^2$ แทน ผลรวมคะแนนแต่ละตัวอย่างยกกำลังสอง
 n แทน จำนวนสมาชิกในกลุ่มตัวอย่าง

2) สถิติทดสอบ (Test Statistics) เป็นการนำสถิติในภาคสรุปอ้างอิง (Inferential Statistics) โดยนำข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างมาสรุปอ้างอิง เพื่ออธิบายคุณลักษณะของประชากร โดยใช้การทดสอบจากโปรแกรม SPSS สถิติทดสอบที่ใช้ในการศึกษามีดังนี้

(1) สถิติทดสอบแบบที (t-test) แบบ Independent Group และแบบ Dependent Group เป็นสถิติที่ใช้ในการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรสองกลุ่ม โดยใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

(2) สถิติทดสอบแบบเอฟ (F-test) เป็นสถิติที่ใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรหนึ่งกลุ่มและสามกลุ่มขึ้นไป โดยใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่องอิทธิพลของอินเทอร์เน็ตที่มีต่อการเมืองไทย ตั้งแต่ช่วงการเลือกตั้งวันที่ 23 ธันวาคม 2550 จนถึง 2552 ครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ขั้นตอน ประกอบด้วย ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามและข้อมูลตามแนวคิดทฤษฎีของวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

เพื่อให้เข้าใจตรงกันในการแปลความหมายของข้อมูล ผู้ศึกษาจึงกำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลไว้ ดังนี้

H_0 แทน สมมติฐานหลัก มีค่า sig มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนด 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก ปฏิเสธสมมติฐานรอง

H_1 แทน สมมติฐานรองมีค่า sig มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนด 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานรอง ปฏิเสธสมมติฐานหลัก

n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

\bar{X} แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง

S.D. แทน เบี่ยงเบนมาตรฐาน

Sig แทน ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบที่ใช้ในการสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

t แทน ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ t-test

F แทน ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ F-test

* แทน ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

$p \leq 0.5$ แทน ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
1. ชาย	153	38.20
2. หญิง	247	61.80
2. อายุ		
1. ต่ำกว่า 30 ปี	281	70.20
2. 31 – 40 ปี	119	29.8
3. สถานะ		
1. โสด	307	76.8
2. สมรส	93	23.2
4. ระดับการศึกษา		
1. ปวช.,ปวส.,อนุปริญญา	39	9.8
2. ปริญญาตรี	361	90.2
5. อาชีพ		
1. รับจ้าง/บริษัทเอกชน	240	60
2. ธุรกิจส่วนตัว	81	20.2
3. รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	26	6.5
4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....	53	13.2
6. ศาสนา		
1. พุทธ	381	95.2
2. คริสต์	10	2.5
3. อิสลาม	9	2.2

จากตารางที่ 4.1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 61.80 มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.20 มีสถานภาพโสดมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 76.80 จบการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด ร้อยละ 90.20 มีอาชีพรับจ้าง/ลูกจ้างเอกชนมากที่สุด ร้อยละ 60 และส่วนใหญ่ นับถือศาสนาพุทธ คิดเป็นร้อยละ 95.20

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต

ตารางที่ 4.2 พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1. ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตของท่าน		
1. ทุกวัน	108	27.0
2. นานๆ ครั้ง	106	26.5
3. สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	107	26.8
4. สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	79	19.8
2. ท่านใช้ช่วงเวลาใดในการใช้อินเทอร์เน็ต		
1. ช่วงเช้ามืดก่อนเข้าทำงาน	53	13.2
2. ช่วงกลางวัน	80	20.0
3. ช่วงเวลาทำงาน	105	26.2
4. ช่วงเวลาว่าง	67	16.8
5. ช่วงหลังจากเลิกงาน	95	23.8
3. ท่านใช้อินเทอร์เน็ตเพื่ออะไร		
1. อ่านข่าวการเมือง	13	3.2
2. อ่านข่าวบันเทิง	39	9.8
3. อ่านข่าวสารทั่วไป	268	67.0
4. รับ-ส่งอีเมลล์	39	9.8
5. เล่น MSN, Chat	41	10.2
4. ความถี่ในการรับข่าวสารการเมืองทางอินเทอร์เน็ต		
1. เป็นประจำทุกวัน	89	22.2
2. เมื่อมีข่าวสารที่น่าสนใจ	12	3.0
3. เป็นประจำสัปดาห์ละ 2-4 ครั้ง	23	5.8
4. ไม่เคยรับข่าวสารทางการเมืองทางอินเทอร์เน็ต	276	69.0

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
5. ท่านเคยแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านอินเทอร์เน็ตมากน้อยเพียงไร		
1. ทุกครั้งที่อ่านข่าว	44	11
2. เกือบทุกครั้ง	5	1.2
3. บางครั้ง	13	3.2
4. เมื่อมีข่าวที่น่าสนใจ	3	0.8
5. ไม่เคยแสดงความคิดเห็นใดๆ	335	83.8
6. ท่านตรวจสอบข่าวสารทางการเมืองทางอินเทอร์เน็ตมากน้อยเพียงใด		
1. อ่านเพียงเว็บไซต์ที่ชื่นชอบ	214	53.5
2. อ่านเว็บไซต์อื่นบ้าง	173	43.2
3. อ่านเว็บไซต์หลายๆ แห่งเพื่อตรวจสอบและเปรียบเทียบข้อมูล	13	3.2
7. หลังการเลือกตั้งวันที่ 23 ธันวาคม 2550 – ปัจจุบัน ท่านใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อวัตถุประสงค์ทางการเมืองมีความถี่อย่างไร		
1. ความถี่เท่าเดิม	185	46.2
2. ความถี่น้อยลง	175	43.8
3. ความถี่มากขึ้น	40	10

จากตารางที่ 4.2 พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตทุกวันคิดเป็นร้อยละ 27.0 รองลงมาคือใช้ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 26.80 และนานๆ ใช้ครั้ง ร้อยละ 26.5 ส่วนช่วงเวลาที่ใช้นั้นส่วนใหญ่จะใช้ช่วงเวลาทำงาน ร้อยละ 26.2 รองลงมาช่วงหลังเลิกงาน ร้อยละ 23.8 และ ช่วงเวลาว่าง ร้อยละ 16.8 ส่วนวัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่บอกว่าใช้อ่านข่าวทั่วไป ร้อยละ 67 สำหรับความถี่ในการรับข่าวด้านการเมืองทางอินเทอร์เน็ตนั้นส่วนใหญ่ไม่เคยรับข่าวสารทางการเมืองทางอินเทอร์เน็ตคิดเป็นร้อยละ 69 รองลงมาคือรับทุกวัน ร้อยละ 22.2 ในประเด็นของการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านทางอินเทอร์เน็ตพบว่าส่วนใหญ่ไม่เคยแสดงความคิดเห็นใดๆ ร้อยละ 83.8 ส่วนประเด็นการตรวจสอบข่าวสารทางการเมืองทางอินเทอร์เน็ตพบว่าส่วนใหญ่อ่านเพียงเว็บไซต์ที่ชื่นชอบ รองลงมาอ่าน

เว็บไซต์ที่บ้าน ร้อยละ 43.2 และหลังการเลือกตั้งวันที่ 23 ธันวาคม 2550 – ปัจจุบันกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ก็ยังใช้อินเตอร์เน็ตเพื่อวัตถุประสงค์ทางการเมืองมีความถี่เท่าเดิมคิดเป็นร้อยละ 46.2 รองลงมาที่มีความถี่น้อยลง ร้อยละ 43.8

ตอนที่ 3 อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อความรู้/ความเข้าใจ/ความคิด/ทัศนคติของการรับข่าวสารทางการเมืองของประชาชน

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อความรู้/ความเข้าใจ/ความคิด/ทัศนคติของการรับข่าวสารทางการเมืองของประชาชน

อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อความรู้/ความเข้าใจ/ความคิด/ทัศนคติของการรับข่าวสารทางการเมืองของประชาชน	ระดับอิทธิพลของสื่อ			ลำดับที่
	\bar{x}	S.D.	แปลผล	
1. สื่ออินเทอร์เน็ตช่วยให้ท่านสามารถรับรู้ข่าวสารทางการเมืองได้อย่างรวดเร็ว	3.84	1.097	มาก	7
2. สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่ทำให้ทราบข่าวสารทางการเมืองที่หลากหลาย	4.37	0.752	มากที่สุด	2
3. ท่านใช้อินเทอร์เน็ตในการแสวงหาข้อมูลทางด้านการเมือง	4.34	0.752	มากที่สุด	4
4. ท่านติดตามข่าวเกี่ยวกับนักการเมืองทั้งหลายผ่านอินเทอร์เน็ต	4.35	0.754	มากที่สุด	3
5. ข่าวสารทางอินเทอร์เน็ต มีผลทำให้ท่านมีความสนใจเกี่ยวกับการเมืองเท่าไร	4.32	0.752	มากที่สุด	5
6. การได้ข้อมูลข่าวสารทางการเมืองจากอินเทอร์เน็ต ทำให้ท่านยังคงติดตามข่าวจากสื่ออื่นๆ มากน้อยเพียงใด	4.31	0.753	มากที่สุด	6
7. การได้รับข่าวสารทางอินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับนักการเมืองที่ท่านชื่นชอบ ทำให้ท่านเพิ่มการมีส่วนร่วมทางการเมือง	4.40	0.715	มากที่สุด	1

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อความรู้/ความเข้าใจ/ ความคิด/ทัศนคติของการรับข่าวสารทางการเมืองของ ประชาชน	ระดับอิทธิพลของสื่อ			ลำดับที่
	\bar{x}	S.D.	แปลผล	
8. การได้รับข่าวสารทางอินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับความ เสื่อมเสียของนักการเมืองที่ท่านชื่นชอบหรือความ ดีของนักการเมืองที่ท่านไม่ชื่นชอบ ทำให้ท่านเกิด ความไม่พึงพอใจ	4.40	0.759	มากที่สุด	1
9. การได้รับข่าวสารทางอินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับ นักการเมืองที่ท่านชื่นชอบในทางเสื่อมเสียหรือ นักการเมืองที่ท่านไม่ชื่นชอบในทางที่ดี สามารถ ชักจูงให้ท่านเสื่อมหรือเพิ่มความศรัทธาใน นักการเมืองผู้นั้นได้	4.34	0.744	มากที่สุด	4
10. การนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับนักการเมืองที่ท่าน ไม่ได้ชื่นชอบเป็นพิเศษทางอินเทอร์เน็ตในทางดี หรือไม่ดี ทำให้ท่านมีความรู้สึกคล้อยตามกระแส ข่าวเกี่ยวกับนักการเมืองผู้นั้นได้	4.26	0.772	มากที่สุด	8
รวม	4.29	0.481	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.3 พบว่าอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อความรู้/ความเข้าใจ/ความคิด/ทัศนคติของการรับข่าวสารทางการเมืองของประชาชนโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.26$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ โดยในประเด็นของการได้รับข่าวสารทางอินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับนักการเมืองที่ชื่นชอบทำให้เพิ่มการมีส่วนร่วมทางการเมืองและการได้รับข่าวสารทางอินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับความเสื่อมเสียของนักการเมืองที่ชื่นชอบหรือความดีของนักการเมืองที่ไม่ชื่นชอบทำให้เกิดความไม่พึงพอใจพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.40$) รองลงมาสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่ทำให้ทราบข่าวสารทางการเมืองที่หลากหลายมีอิทธิพลมากที่สุด ($\bar{x} = 4.37$) และติดตามข่าวเกี่ยวกับนักการเมืองทั้งหลายผ่านอินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลมากที่สุด ($\bar{x} = 4.37$) ตามลำดับ

ตอนที่ 4 อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อพฤติกรรมของประชาชนในฐานะผู้ส่งข่าวสาร
ทางการเมือง

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อพฤติกรรม
ของประชาชนในฐานะผู้ส่งข่าวสารทางการเมือง

อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อพฤติกรรมของ ประชาชนในฐานะผู้ส่งข่าวสารทางการเมือง	ระดับอิทธิพลของสื่อ			ลำดับที่
	\bar{x}	S.D.	แปลผล	
1. ท่านใช้อีเมลล์ส่งข้อมูลของนักการเมืองที่ท่านชื่นชอบให้เพื่อนฝูงและผู้อื่น	4.34	0.745	มากที่สุด	1
2. ท่านใช้อีเมลล์ส่งข้อมูลของนักการเมืองที่ท่านไม่ชอบเพื่อเผยแพร่ให้ผู้อื่นทราบ	1.94	1.131	น้อย	7
3. ท่านชอบใช้ Twitter ในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางการเมืองกับผู้อื่น	2.17	1.217	น้อย	3
4. ท่านใช้ Facebook ในการเผยแพร่ให้นักการเมืองที่ท่านชื่นชอบ	2.23	1.174	น้อย	2
5. ท่านเปิดเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารทางการเมืองตามความคิดเห็นของท่าน	1.80	1.118	น้อย	9
6. ท่านชอบ chat กับสมาชิกใน network เพื่อเสนอความคิดเห็นของท่านเกี่ยวกับการเมือง	2.13	1.362	น้อย	4
7. ท่านชอบแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข่าวการเมืองประจำวันตามเว็บไซต์ข่าวต่างๆ	2.03	1.109	น้อย	6
8. ท่านใช้อินเทอร์เน็ตส่งแบบสอบถามเพื่อสำรวจความคิดเห็น (ทำโพลล์) เกี่ยวกับประเด็นทางการเมือง	2.12	1.201	น้อย	5
9. ท่านชอบแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการเมืองผ่านกระทู้ในอินเทอร์เน็ต	1.93	1.000	น้อย	8
10. ท่านชอบเสนอความคิดเห็นของท่านไปยังหน่วยงาน/องค์กรที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งรัฐบาลผ่านอินเทอร์เน็ต	1.93	0.994	น้อย	8
รวม	2.26	0.497	น้อย	

จากตารางที่ 4.4 พบว่าอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อพฤติกรรมของประชาชนในฐานะผู้ส่งข่าวสารทางการเมืองในภาพรวมมีอิทธิพลอยู่ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.26$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างใช้อีเมลล์ส่งข้อมูลของนักการเมืองที่ชื่นชอบให้เพื่อนฝูงและผู้อื่น อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.34$) รองลงมาใช้ Facebook ในการเผยแพร่ นักการเมืองที่ชื่นชอบอยู่ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.23$) และชอบใช้ Twitter ในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางการเมืองกับผู้อื่นอยู่ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.17$) ตามลำดับ

ตอนที่ 5 อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน

อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อพฤติกรรมของประชาชนในฐานะผู้ส่งข่าวสารทางการเมือง	\bar{x}	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
1. สื่ออินเทอร์เน็ตทำให้ท่านไปฟังคำบรรยายในการรณรงค์หาเสียงของนักการเมืองเป็นประจำ	1.94	1.131	น้อย	7
2. อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตทำให้ท่านไปร่วมชุมนุมทางการเมือง	2.17	1.217	น้อย	3
3. อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตทำให้ท่านไปร่วมเดินขบวนทางการเมือง	2.23	1.174	น้อย	1
4. อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตทำให้ท่านไปร่วมการประท้วงทางการเมือง	1.80	1.118	น้อย	9
5. อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตทำให้ท่านไปขึ้นเวทีไฮค์ปาร์ค	2.13	1.362	น้อย	4
6. อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตทำให้ท่านได้ชักชวนให้บุคคลรอบข้างไปร่วมกิจกรรมทางการเมืองตามข้อ 1-5	2.03	1.109	น้อย	5
7. ท่านสามารถใช้อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตช่วยหาเสียงให้นักการเมืองที่ท่านชื่นชอบ	2.21	1.189	น้อย	2

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อพฤติกรรมของ ประชาชนในฐานะผู้ส่งข่าวสารทางการเมือง	\bar{x}	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
8. การเชิญชวนบนสื่ออินเทอร์เน็ตทำให้ท่านไป สังเกตการณ์การลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง เพื่อ ป้องกันการทุจริต	1.77	0.937	น้อยที่สุด	10
9. การเชิญชวนบนสื่ออินเทอร์เน็ตทำให้ท่านไปใช้ สิทธิ์ในการลงคะแนนเสียง	1.84	0.914	น้อย	8
10. ท่านสามารถใช้อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ต ชักชวนให้บุคคลรอบข้างไปลงคะแนนเสียง เลือกตั้ง	2.02	0.445	น้อย	6
รวม	1.94	1.131	น้อย	

จากตารางที่ 4.5 พบว่าอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนโดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{x} = 1.94$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าส่วนใหญ่มีอิทธิพลอยู่ในระดับน้อย โดยข้อที่มีอิทธิพลมากที่สุดคืออิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตทำให้ท่านไปร่วมเดินขบวนทางการเมืองมีอิทธิพลอยู่ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.23$) รองลงมาคือสามารถใช้อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตช่วยหาเสียงให้นักการเมืองที่ชื่นชอบอยู่ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.21$) และอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตทำให้ท่านไปร่วมชุมนุมทางการเมืองอยู่ในระดับน้อย ($\bar{x} = 2.17$)

ตอนที่ 6 อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนตั้งแต่การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทั่วไป เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2550 จนถึง 31 ธันวาคม พ.ศ. 2552 จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และศาสนา

1. การเปรียบเทียบอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ตั้งแต่การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทั่วไป เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2550 จนถึง 31 ธันวาคม พ.ศ. 2552 จำแนกตามเพศ

H_0 : เพศที่แตกต่างกันมีอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ตั้งแต่การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทั่วไป เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2550 จนถึง 31 ธันวาคม พ.ศ. 2552 แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกันมีอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ตั้งแต่การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทั่วไป เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2550 จนถึง 31 ธันวาคม พ.ศ. 2552 ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.6 เปรียบเทียบอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ตั้งแต่การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทั่วไป เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2550 จนถึง 31 ธันวาคม พ.ศ. 2552 จำแนกตามเพศ

อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ต	เพศ				t	p
	ชาย		หญิง			
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
1. อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อความรู้/ความเข้าใจ/ความคิด/ทัศนคติของการรับข่าวสารทางการเมืองของประชาชน	4.45	.442	4.19	.481	5.355	.000*
2. อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อพฤติกรรมของประชาชนในฐานะผู้ส่งข่าวสารทางการเมือง	2.24	.546	2.27	.464	-.562	.574
3. อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน	2.03	.495	2.00	.411	.456	.649
ภาพรวม	2.91	.369	2.82	.318	2.255	.025*

* $p \leq 0.5$

จากตารางที่ 4.6 ผลการเปรียบเทียบอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ตั้งแต่การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทั่วไป เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2550 จนถึง พ.ศ. 2552 จำแนกตามเพศพบว่า โดยภาพรวมอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ตั้งแต่การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทั่วไป เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2550 จนถึง 31 ธันวาคม พ.ศ. 2552 มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อจำแนกในแต่ละประเด็นพบว่าอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อความรู้/ความเข้าใจ/

ความคิด/ทัศนคติของการรับข่าวสารทางการเมืองของประชาชนมีความแตกต่างกัน โดยเฉพาะเห็นว่าอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อความรู้/ความเข้าใจ/ความคิด/ทัศนคติของการรับข่าวสารทางการเมืองของประชาชนมากกว่าเฟซบุ๊ก ส่วนประเด็นอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อพฤติกรรมของประชาชนในฐานะผู้ส่งข่าวสารทางการเมือง และอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนไม่พบความแตกต่าง

2. ผลการเปรียบเทียบอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ตั้งแต่การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทั่วไป เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2550 จนถึง พ.ศ. 2552 จำแนกตามอายุ

H_0 : อายุที่แตกต่างกันมีอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ตั้งแต่การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทั่วไป เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2550 จนถึง พ.ศ. 2552 แตกต่างกัน

H_1 : อายุที่แตกต่างกันมีอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ตั้งแต่การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทั่วไป เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2550 จนถึง พ.ศ. 2552 ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.7 เปรียบเทียบอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ตั้งแต่การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทั่วไป เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2550 จนถึง 31 ธันวาคม พ.ศ. 2552 จำแนกตามอายุ

อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ต	อายุ				t	p
	ต่ำกว่า 30		31-40 ปี			
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
1. อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อความรู้/ความเข้าใจ/ความคิด/ทัศนคติของการรับข่าวสารทางการเมืองของประชาชน	4.25	0.531	4.41	0.314	-3.748	.000*
2. อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อพฤติกรรมของประชาชนในฐานะผู้ส่งข่าวสารทางการเมือง	2.40	0.496	1.94	0.321	10.948	.000*
3. อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน	2.11	0.471	1.80	0.271	8.305	.000*
ภาพรวม	2.92	0.372	2.72	0.188	7.219	.000*

* $p \leq 0.5$

จากตารางที่ 4.7 ผลการเปรียบเทียบอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ตั้งแต่การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทั่วไป เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2550 จนถึง พ.ศ. 2552 จำแนกตามอายุพบว่า โดยภาพรวมอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ตั้งแต่การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทั่วไป เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2550 จนถึง 31 ธันวาคม พ.ศ. 2552 มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อจำแนกในแต่ละประเด็นพบว่ามีความแตกต่างกันในทุกประเด็นทั้งอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อความรู้/ความเข้าใจ/ความคิด/ทัศนคติของการรับข่าวสารทางการเมืองของประชาชน อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อพฤติกรรมของประชาชนในฐานะผู้ส่งข่าวสารทางการเมือง และอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน

3. ผลการเปรียบเทียบอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ตั้งแต่การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทั่วไป เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2550 จนถึง พ.ศ. 2552 จำแนกตามสถานภาพ

H_0 : สถานภาพที่แตกต่างกันมีอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ตั้งแต่การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทั่วไป เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2550 จนถึง พ.ศ. 2552 แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพที่แตกต่างกันมีอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ตั้งแต่การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทั่วไป เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2550 จนถึง พ.ศ. 2552 ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.8 เปรียบเทียบอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ตั้งแต่การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทั่วไป เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2550 จนถึง 31 ธันวาคม พ.ศ. 2552 จำแนกตามอาชีพ

อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ต	สถานะ				t	p
	โสด		สมรส			
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
1. อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อความรู้/ความเข้าใจ/ความคิด/ทัศนคติของการรับข่าวสารทางการเมืองของประชาชน	4.34	0.499	4.14	0.386	4.005	.000*
2. อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อพฤติกรรมของประชาชนในฐานะผู้ส่งข่าวสารทางการเมือง	2.29	0.475	2.18	0.556	1.757	.081
3. อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน	2.02	0.447	2.00	0.441	.320	.749
ภาพรวม	2.88	0.329	2.77	0.367	2.557	.012*

* $p \leq 0.5$

จากตารางที่ 4.8 เปรียบเทียบอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ตั้งแต่การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทั่วไป เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2550 จนถึง 31 ธันวาคม พ.ศ. 2552 จำแนกตามสถานะพบว่าโดยภาพรวมอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ตั้งแต่การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทั่วไป เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2550 จนถึง 31 ธันวาคม พ.ศ. 2552 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อจำแนกในแต่ละประเด็นพบว่าในประเด็นของอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อความรู้/ความเข้าใจ/ความคิด/ทัศนคติของการรับข่าวสารทางการเมืองของประชาชนพบความแตกต่างโดยประชาชนที่มีสถานะโสดเห็นว่าอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ตั้งแต่การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทั่วไป เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2550 จนถึง 31 ธันวาคม พ.ศ. 2552 มีมากกว่าประชาชนที่มีสถานะสมรสส่วนในประเด็นอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อพฤติกรรมของประชาชนในฐานะผู้ส่งข่าวสาร

ทางการเมืองและอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนไม่พบความแตกต่าง

4. ผลการเปรียบเทียบอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ตั้งแต่การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทั่วไป เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2550 จนถึง พ.ศ. 2552 จำแนกตามระดับการศึกษา

H_0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ตั้งแต่การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทั่วไป เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2550 จนถึง พ.ศ. 2552 แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ตั้งแต่การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทั่วไป เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2550 จนถึง พ.ศ. 2552 ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.9 เปรียบเทียบอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ตั้งแต่การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทั่วไป เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2550 จนถึง 31 ธันวาคม พ.ศ. 2552 จำแนกตามระดับการศึกษา

อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ต	ระดับการศึกษา				t	p
	ปวช.,ปวส., อนุปริญญา		ปริญญาตรี			
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
1. อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อความรู้/ความเข้าใจ/ความคิด/ทัศนคติของการรับข่าวสารทางการเมืองของประชาชน	3.90	.572	4.33	.452	-4.549	.000*
2. อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อพฤติกรรมของประชาชนในฐานะผู้ส่งข่าวสารทางการเมือง	2.10	.248	2.27	.513	-2.157	.032*
3. อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน	1.91	.413	2.02	.447	-1.546	.123
ภาพรวม	2.63	.107	2.88	.018	-9.621	.000*

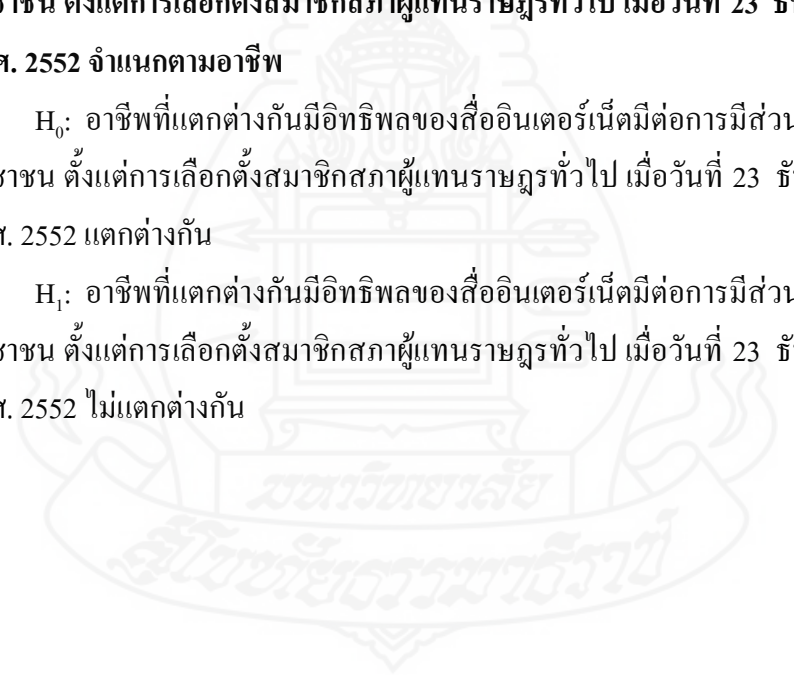
* $p \leq 0.5$

จากตารางที่ 4.9 เปรียบเทียบอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ตั้งแต่การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทั่วไป เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2550 จนถึง 31 ธันวาคม พ.ศ. 2552 จำแนกตามระดับการศึกษาพบว่าโดยภาพรวมอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ตั้งแต่การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทั่วไป เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2550 จนถึง 31 ธันวาคม พ.ศ. 2552 แตกต่างกันในระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อจำแนกในแต่ละประเด็นพบว่าในประเด็นของอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อความรู้/ความเข้าใจ/ความคิด/ทัศนคติของการรับข่าวสารทางการเมืองของประชาชนและอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อพฤติกรรมของประชาชนในฐานะผู้ส่งข่าวสารทางการเมืองพบความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่จบปริญญาตรีเห็นว่าปัจจัยด้านอินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลมากกว่าผู้ที่จบ ปวช.,ปวส.,อนุปริญญา ส่วนในประเด็นอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนไม่พบความแตกต่าง

5. ผลการเปรียบเทียบอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ตั้งแต่การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทั่วไป เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2550 จนถึง พ.ศ. 2552 จำแนกตามอาชีพ

H_0 : อาชีพที่แตกต่างกันมีอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ตั้งแต่การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทั่วไป เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2550 จนถึง พ.ศ. 2552 แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพที่แตกต่างกันมีอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ตั้งแต่การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทั่วไป เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2550 จนถึง พ.ศ. 2552 ไม่แตกต่างกัน



ตารางที่ 4.10 เปรียบเทียบอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ตั้งแต่การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทั่วไป เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2550 จนถึง 31 ธันวาคม พ.ศ. 2552 จำแนกตามอาชีพ

อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ต	อาชีพ								F	p
	รับจ้าง/ บริษัท เอกชน		ธุรกิจ ส่วนตัว		รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		อื่นๆ			
	\bar{x}	S.D	\bar{x}	S.D	\bar{x}	S.D	\bar{x}	S.D		
1. อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อความรู้/ความเข้าใจ/ความคิด/ทัศนคติของการรับข่าวสารทางการเมืองของประชาชน	4.24	.547	4.30	.441	4.50	.116	4.29	.225	3.491	0.016*
2. อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อพฤติกรรมของประชาชนในฐานะผู้ส่งข่าวสารทางการเมือง	2.30	.507	2.17	.576	2.50	.407	2.06	.182	6.400	0.000*
3. อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน	2.05	.427	2.03	.064	2.06	.397	1.79	.162	5.362	0.001*
ภาพรวม	2.68	.394	2.83	.235	3.02	.296	2.75	.147	3.997	0.008*

* $p \leq 0.5$

จากตารางที่ 4.10 ผลการเปรียบเทียบอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ตั้งแต่การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทั่วไป เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ. 2550 จนถึง พ.ศ. 2552 จำแนกตามอาชีพด้วยค่าสถิติ F-test ด้วยวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบความแตกต่างในภาพรวม เมื่อ

พิจารณาเป็นรายด้านพบความแตกต่างในทุกประเด็น และเมื่อทำการทดสอบต่อเนื่องสำหรับค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple Comparison test) ได้ผลดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.11 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อความรู้/ความเข้าใจ/ความคิด/ทัศนคติของการรับข่าวสารทางการเมืองของประชาชน จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	\bar{x}	ผลต่าง			
		รับจ้าง/ บริษัทเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	อื่นๆ
รับจ้าง/ บริษัทเอกชน	4.24	-	.276	.008*	.035*
ธุรกิจส่วนตัว	4.30		-	.067	.307
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	4.50			-	.330
อื่นๆ	4.29				-

* $p \leq 0.5$

จากตารางที่ 4.11 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยค่าสถิติ LSD ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ประชาชนที่มีอาชีพรับจ้าง/บริษัทเอกชนเห็นว่าอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อความรู้/ความเข้าใจ/ความคิด/ทัศนคติของการรับข่าวสารทางการเมืองของประชาชนต่างจากประชาชนที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจและอาชีพอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยประชาชนที่มีอาชีพรับจ้าง/บริษัทเอกชน เห็นว่าอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อความรู้/ความเข้าใจ/ความคิด/ทัศนคติของการรับข่าวสารทางการเมืองของประชาชนน้อยกว่าประชาชนที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจและอาชีพอื่นๆ

ตารางที่ 4.12 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อพฤติกรรมของประชาชนในฐานะผู้ส่งข่าวสารทางการเมือง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	\bar{x}	ผลต่าง			
		รับจ้าง/ บริษัทเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	อื่นๆ
รับจ้าง/ บริษัทเอกชน	2.30	-	.034*	.057	.001*
ธุรกิจส่วนตัว	2.17		-	.003*	.221
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	2.50			-	.000*
อื่นๆ	2.06				-

จากตารางที่ 4.12 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยค่าสถิติ LSD ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ประชาชนที่มีอาชีพรับจ้าง/บริษัทเอกชนเห็นว่าอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อพฤติกรรมของประชาชนในฐานะผู้ส่งข่าวสารทางการเมืองต่างจากประชาชนที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ประชาชนที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวก็เห็นว่าอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อพฤติกรรมของประชาชนในฐานะผู้ส่งข่าวสารทางการเมืองต่างจากประชาชนที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ และประชาชนที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจก็มีความเห็นว่าอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อพฤติกรรมของประชาชนในฐานะผู้ส่งข่าวสารทางการเมืองต่างจากประชาชนที่มีอาชีพอื่นๆ

ตารางที่ 4.13 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อการมีส่วนร่วม
ทางการเมืองของประชาชน จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	\bar{x}	ผลต่าง			
		รับจ้าง/ บริษัทเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	อื่นๆ
รับจ้าง/ บริษัทเอกชน	2.05	-	.647	.923	.000*
ธุรกิจส่วนตัว	2.03		-	.727	.002*
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	2.06			-	.010*
อื่นๆ	1.79				-

จากตารางที่ 4.13 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยค่าสถิติ LSD ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ประชาชนที่มีอาชีพอื่นๆ เห็นว่าอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนต่างจากประชาชนที่มีอาชีพรับจ้าง/บริษัทเอกชน อาชีพธุรกิจส่วนตัว และอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวทฤษฎีของวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.1 จากการวิเคราะห์ข้อมูลตั้งแต่ตอนที่ 1 ถึงตอนที่ 6 สะท้อนให้เห็นถึงปัญหาพัฒนาการทางการเมืองไทย ทั้งในอดีตและปัจจุบันรวมถึงอนาคตด้วย ในบริบทของการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อมวลชนที่ทันสมัย เช่น สื่ออินเทอร์เน็ต และขาดความเข้าใจในบทบาทของการสื่อสารทางการเมืองที่แท้จริง การเมืองในระบอบประชาธิปไตยของไทยจึงวนเวียนอยู่ในวงจรการเลือกตั้ง การรัฐประหารและการร่างหรือแก้ไขรัฐธรรมนูญต่อไป เฟรด ดับเบิลยู. ริกคส์ (Fred W. Riggs) อธิบายว่าการเมืองไทยเป็นเรื่องของการแย่งชิงอำนาจการเมืองภายในระบบราชการ กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองไทยในสมัยอำมาตยาธิปไตย มีสาเหตุหลักมาจากความขัดแย้งภายในระบบราชการเป็นสำคัญ (วิวัฒน์ เอี่ยมไพรวัน 2551: 47)

บรรดานักคิดชั้นนำได้แก่ แอนโทนี กิดเดนส์ (Anthony Giddens) ที่ได้เสนอ “การเมืองแนวใหม่” ที่เรียกว่า “ทางเลือกที่สาม” รวมทั้ง แคลฮาวน์ (Calhoun), แคสเซส (Cassese), โคเฮน (Cohen), ออฟฟ์ (Offe), มอฟฟ์ (Mouffe) เป็นต้น ซึ่งสาระสำคัญของแนวคิดการเมืองแนวใหม่ คือการเกิดความเสื่อมศรัทธาใน “ระบอบประชาธิปไตยแบบตัวแทนหรือผ่านตัวแทน” (Representative Democracy) หรือที่เรียกว่า “การเมืองในระบบรัฐสภา” ที่ใช้ผู้แทนเป็นหัวใจซึ่งได้เกิดวิกฤตขึ้นในประเทศต่างๆ ที่ผู้ออกเสียงเลือกตั้งประท้วงนักการเมืองเพราะเริ่มตระหนักว่านักการเมืองไม่สามารถแก้ปัญหาใหม่ตั้งแต่ต้นได้ แต่กลายเป็นกลุ่มที่มุ่งแสวงหาผลประโยชน์ส่วนตัวในทางการเมือง เช่น หาเงินโดยการคอร์รัปชันทางการเมือง (A. Giddens 2000) การมีผลประโยชน์ทับซ้อน เป็นต้น จากพฤติกรรมดังกล่าวจะเห็นได้ว่า “การเมืองแนวเดิม” ได้กีดกันประชาชนออกไปเป็นเพียง “ผู้ดู” และ “ผู้ปฏิบัติตาม” สิ่งที่ “ผู้แทนหรือตัวแทน” ที่ได้อำนาจรัฐเป็นผู้กำหนดขึ้น จากเหตุนี้จึงเป็นที่มาของ “การเมืองแนวใหม่” การเมืองที่ให้ประชาชนเข้าไปมีบทบาทในการตัดสินใจทางการเมืองและให้ความสนใจประชาชนในฐานะตัวแสดงหลัก (ฐปนรรตพรหมอินทร์ 2551: 85)

ประเทศไทยมีปัญหาเรื่องรัฐธรรมนูญ ตั้งแต่ พ.ศ. 2475 เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบัน มีรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยรวม 17 ฉบับ รัฐธรรมนูญฉบับพ.ศ. 2540 ก็มีปัญหาในเชิงปฏิบัติ รัฐธรรมนูญฉบับล่าสุด พ.ศ. 2550 ก็มีปัญหากับนักการเมืองโดยเฉพาะการเลือกตั้ง อาจจะได้ว่าวิกฤตของประเทศในอดีต ปัจจุบัน และอนาคต มีที่มาจากรัฐธรรมนูญหรือไม่อย่างไร

ในประเทศอังกฤษ นายกอร์ดอน บราวน์ ได้ขึ้นมาดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรีเมื่อ ค.ศ. 2007 เขาได้ร่วมกับนายแจ็ก สตรอร์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงยุติธรรมและประธานศาลสูงนำเสนอ “สมุดปกเขียว” เป็นเอกสารเบื้องต้นเสนอแนวทางในการปฏิรูปการเมืองก้าวต่อไปโดยแสวงหาข้อตกลงใหม่ทาง “รัฐธรรมนูญ” เพื่อนำไปสู่ความสัมพันธ์ใหม่ระหว่างรัฐบาลและพลเมือง โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะทำให้รัฐสภาและประชาชนมีอำนาจมากขึ้น ผู้นำทั้งสองท่านได้เริ่มต้นกล่าวอารัมภบทไว้ในสมุดปกเขียวภายใต้ชื่อว่า “The Government of Britain” เพื่อนำเสนอต่อรัฐสภาเมื่อ ค.ศ. 2007 ความว่า “การจัดวางรัฐธรรมนูญของเราเป็นพื้นฐานของการกำหนดว่า เราจะขับเคลื่อนการทำหน้าที่ในฐานะเป็นประเทศได้อย่างไร ลักษณะของความสัมพันธ์ที่รัฐบาลมีกับพลเมือง ความน่าเชื่อถือของสถาบันของเรา สิทธิและความรับผิดชอบของพลเมืองทุกอย่าง เป็นเรื่องตัดสินใจว่าประชาธิปไตยของเราอยู่ในฐานะที่ดีหรือไม่” “ถ้าไม่มีเจตจำนงร่วมกันและความผูกพันอันแข็งแกร่งระหว่างประชาชนและรัฐบาลเราไม่สามารถเผชิญกับการท้าทายของโลกยุคปัจจุบันได้ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการรับประกันความมั่นคง การจัดให้มีการศึกษา และการบริการสาธารณสุขที่ดี

หรือการสร้างชุมชนที่เข้มแข็งหรือตอบสนองต่อการท้าทายของโลกาภิวัตน์” (ธีรภัทร์ เสรีรังสรรค์ 2551: 179)

2.2 ความสำเร็จของการสื่อสารทางการเมืองย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านผู้รับสาร ผู้ส่งสาร ช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ เปรียบกับความสำเร็จของระบบการเมืองที่มีองค์หลัก เช่น รัฐบาล ส่วนราชการ พรรคการเมือง กลุ่มผลประโยชน์ ฝ่ายนิติบัญญัติ ศาล ปราบถกฏการที่เป็นจริงของการสื่อสารทางการเมืองของไทยมักประสบปัญหาของอุปสรรคมากมาย และประเด็นสำคัญคือ “การแทรกแซงสื่อมวลชนของภาครัฐ” และ “เสรีภาพในการสื่อสาร จิตสำนึก และความรับผิดชอบของสื่อ” จึงอาจเป็นผลทำให้อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตมีผลต่อการเมืองไทยน้อยเกินไป และจากผลการสอบถามผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า การเมืองของไทยนั้น เน้นไปที่การรับฟังความคิดเห็น และการมีส่วนร่วมแบบปรึกษาหารือ ตลอดจนเพื่อการประสานงานทางธุรกิจภายในพรรคการเมือง องค์การต่างๆ มากกว่าที่จะแสดงอิทธิพลทางการเมือง แต่อย่างไรก็ตาม อินเทอร์เน็ตก็ยังถือเป็นกลยุทธ์การสื่อสารแบบหนึ่งที่จะช่วยสร้างความสัมพันธ์ ความผูกพันและความนิยมของกลุ่มต่างๆ ได้ ซึ่งในอนาคตหากระบอบประชาธิปไตยของไทยพัฒนาไปจนถึงระดับหนึ่งแล้ว อิทธิพลของอินเทอร์เน็ตอาจจะมีผลต่อการเมืองไทยในอนาคตได้

2.3 ข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามเมื่อนำมาประมวลผลแล้ว จะเห็นได้ว่าไม่สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของการสื่อสารทางการเมือง ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันในระดับน้อยถึงปานกลาง ในการสื่อถึงอิทธิพลของอินเทอร์เน็ตที่มีต่อการเมืองไทย ตัวอย่างอิทธิพลของอินเทอร์เน็ตที่มีต่อการเมืองไทยตามแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารทางการเมือง การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน การเมืองการปกครองไทยที่สอดคล้องกับสถานการณ์ทางการเมืองและสังคมไทย ในช่วงเวลาดังกล่าวนี้ อาจกล่าวได้ถึงอิทธิพลจากการเคลื่อนไหวของกลุ่มพันธมิตรประชาชนเพื่อประชาธิปไตยและแนวร่วมประชาธิปไตยต่อต้านเผด็จการแห่งชาติ หรือ นปช. ตลอดจนการต่อสู้ทางการเมืองของ พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร อดีตนายกรัฐมนตรีผ่านพรรคฝ่ายค้าน กลุ่มคนเสื้อแดง และกลุ่มนปช. และการตอบโต้จากรัฐบาลสำหรับประชาชนโดยทั่วไปในทุกๆระดับ หากไม่มีผลประโยชน์เกี่ยวข้องโดยตรงกับกลุ่มการเมืองหรือการเมืองภาคประชาชนแล้ว การรับส่งข่าวสารผ่านอินเทอร์เน็ตจะยังคงมีอิทธิพลทางการเมืองในระดับแสดงความคิดเห็นปรึกษาหารือเท่านั้น

3. สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

อิทธิพลของอินเทอร์เน็ตที่มีต่อการเมืองไทย ตั้งแต่การเลือกตั้งวันที่ 23 ธันวาคม 2550 จนถึง พ.ศ. 2552 อาจกล่าวได้ว่า อินเทอร์เน็ตคือการสื่อสารทางการเมืองประเภทหนึ่งที่เกิดขึ้นใน

กลุ่มที่ทันสมัยที่สุดของโลกและประเทศไทย แต่หากจะกล่าวถึงอิทธิพลของอินเทอร์เน็ตต่อการเมืองไทยแล้ว น่าจะกล่าวถึงได้ในบทบาทของการสื่อสารทางการเมืองภาครัฐและการสื่อสารทางการเมืองภาคสถาบันทางการเมือง เช่น รัฐสภา พรรคการเมือง เป็นต้น ส่วนการสื่อสารทางการเมืองภาคประชาชน อินเทอร์เน็ตยังคงไม่มีอิทธิพลเพียงพอดังกล่าวแล้ว

ปัญหาการรับส่งข่าวสารผ่านอินเทอร์เน็ตที่มีอิทธิพลต่อการเมืองไทย

1. ปัญหาเชิงนโยบาย

การสื่อสารทางการเมืองระหว่างรัฐกับประชาชนคนไทยสามารถพิจารณาได้จาก “ทฤษฎีสื่อมวลชนเชิงอำนาจนิยม” ทฤษฎีนี้ รัฐคือผู้ที่มีอำนาจสมบูรณ์ (Absolution) รัฐดำเนินการตามเป้าหมายที่วางไว้ ส่วนมนุษย์เป็นเครื่องมือที่จะทำให้รัฐบาลบรรลุเป้าหมาย สื่อมวลชนต้องสนับสนุนรัฐบาล ในระบบนี้ประชาชนไม่ค่อยรู้เรื่องและไม่ค่อยสนใจการเมือง และที่สำคัญคือผู้ปกครองควบคุมสื่อมวลชนเพื่อให้สื่อมวลชนสนับสนุนผู้ปกครองและเป้าหมายของผู้ปกครอง สื่อมวลชนภายใต้ทฤษฎีนี้จึงเป็นสื่อโฆษณาชวนเชื่อ ไม่ใช่สื่อให้ข้อมูลข่าวสารในความเป็นอิสระทางความคิด ทฤษฎีนี้ใช้ไม่ได้กับระบอบเสรีประชาธิปไตย ยกเว้นเสียว่ารัฐบาลประชาธิปไตยที่อยู่ในคราบของเผด็จการเท่านั้น (Peterson Siebert R. and other 1965: 46) ถ้าพิจารณาการสื่อสารทางการเมืองในสังคมไทยในช่วงรัฐบาลพ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตรแล้ว ผู้ควบคุมสื่อคือ นายกรัฐมนตรี สื่อใดที่วิจารณ์รัฐบาลมักจะถูกปิด รัฐจะเปิดพื้นที่ข่าวให้กับสื่อที่เป็นฝ่ายรัฐบาลเท่านั้น ข่าวที่ออกมาจึงเป็นการนำเสนอให้ประชาชนเฉพาะที่รัฐบาลต้องการให้ทราบเท่านั้น ประวัติศาสตร์สังคมไทยเป็นสังคมแนวคิดที่ให้อำนาจกับผู้ปกครองมาก ภาคประชาชนที่เข้มแข็งจึงเกิดขึ้นได้ยาก ประเทศไทยในช่วงก่อนการเลือกตั้ง 23 ธันวาคม 2550 ในระหว่างการเลือกตั้งและภายหลังการเลือกตั้งดูเหมือนประเทศไทยมีการเมืองแบบประชาธิปไตย แต่ในทางปฏิบัติแล้วรัฐกุมอำนาจเบ็ดเสร็จ การสื่อสารในภาคประชาชนจริงๆ จะเกิดขึ้นไม่ได้ โดยเฉพาะสื่ออินเทอร์เน็ตที่รัฐให้ความสนใจควบคุมดูแลมากที่สุด เพราะเป็นสื่อที่ควบคุมได้ยาก และมีผลกระทบต่อความมั่นคงของรัฐมากที่สุด ประเด็นปัญหาเชิงนโยบายของสื่ออินเทอร์เน็ตก็คือ สิทธิเสรีภาพของสื่อและความรับผิดชอบจริยธรรมทางสังคมของผู้รับส่งข่าวสารผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งในยุคโลกาภิวัตน์นี้ ยังหาจุดลงตัวของทุกภาคส่วนไม่ได้ ตลอดจนการเข้าถึงระบบอินเทอร์เน็ตของประชาชนยังอยู่ในวงจำกัด

2. ปัญหาเชิงปฏิบัติ

การบริโภคข่าวสารทางการเมืองของประชาชนผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตมีผลต่อทัศนคติ ความคิด ความเชื่อ และการสนับสนุนหรือต่อต้านอย่างรวดเร็ว เปลี่ยนแปลงได้ยากหากผู้บริโภคไม่มีภูมิคุ้มกันเพียงพอคือ ไม่มีความรู้ความเข้าใจต่อข้อมูลเปรียบเทียบกับสื่อมวลชนอื่นๆ ส่วนใหญ่

จะก่อให้เกิดผลกระทบทางด้านลบมากกว่าสื่อมวลชนอื่นๆ เช่น ความขัดแย้ง แดกแยกจึงปรากฏในสังคมไทยในอดีตจนถึงปัจจุบัน

สื่ออินเทอร์เน็ตไม่เหมือนกับสื่ออย่างเช่น โทรทัศน์และวิทยุ ซึ่งเป็นระบบสัมปทาน ซึ่งถูกควบคุมหรือแทรกแซงได้ง่าย ในขณะที่อินเทอร์เน็ตเป็น “สัญลักษณ์” ของสื่อในโลกเสรี การปิดเว็บไซต์จึงอาจถูกต่อต้านจากกระแสสังคม เว็บไซต์อันดับต้นๆ ที่มีบทบาทมากที่สุดในช่วงรัฐบาลพ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร ก่อนการเลือกตั้ง 23 ธันวาคม 2550 ก็คือ www.manager.co.th เว็บไซต์เมเนเจอร์มียอดของผู้เข้าชมสูงสุดเป็นอันดับ 2 โดยมีผู้เข้าชม 1-1.5 แสนคน และมี 2 ล้านหน้าที่ถูกเปิดอ่านในแต่ละวัน และเป็นเว็บไซต์ที่มีจุดเด่นคือ การปฏิสัมพันธ์ (Interactive) กับผู้ใช้ ความเป็นมัลติมีเดีย นอกจากเนื้อหาข่าว ภาพนิ่ง และความเห็นของผู้อ่านแล้ว ยังมีคลิปวิดีโอ ภาพ คลิปเสียง สไลด์ภาพชุด และถ่ายทอดสดข่าวและรายการทีวีจากช่อง ASTV และวิทยุผู้จัดการ FM97.75 มาขึ้นบนเว็บไซต์ จุดยืนทางเนื้อหาของเว็บไซต์ผู้จัดการทำหน้าที่ตรวจสอบรัฐบาล www.prachathai.com หรือ “ประชาไทย” เป็นอีกหนึ่งเว็บไซต์ที่เป็นทางเลือกในการบริโภคข่าวสาร ซึ่งก่อตั้งโดยอาจารย์จอน อึ้งภากรณ์ การต่อสู้เพื่อตอบโต้เว็บไซต์ที่ไม่เห็นด้วยหรือการแก้ข่าวที่ปรากฏให้เห็นจากการเกิดเว็บไซต์เฉพาะกิจในกลุ่มคนรักทักษิณ เช่น เว็บไซต์สิทธิเอ็มจีอาร์ ที่เน้นข้อมูลโจมตีนายสนธิ ลิ้มทองกุล เว็บไซต์ทักษิณแฟนคลับ เว็บไซต์ชมรมพิทักษ์รัฐธรรมนูญ มุ่งโจมตีบทบาทของสถาบันศาลและพรรคประชาธิปัตย์ว่าพยายามล้มล้างรัฐธรรมนูญ หรือเว็บจากคนไทยเพื่อไทยเป็นเว็บที่พยายามชี้แจงการขายหุ้นชินคอร์ปและการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ ตามทัศนะของฝ่ายรัฐบาลเป็นหลัก ทั้งนี้ รัฐบาล พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร มีความพยายามปิดเว็บไซต์ที่ต่อต้านรัฐบาล โดยเริ่มจากครั้งแรก ส.ส.พรรคไทยรักไทยท่านหนึ่งในฐานะประธานกรรมาธิการสื่อสารและเทคโนโลยีทำหน้าที่ถึงผู้บริหารกสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) ให้พิจารณาสั่งปิดเว็บไซต์ผู้จัดการออนไลน์ แต่ไม่สามารถทำได้ ต่อมาเมื่อวันที่ 26 มกราคม พ.ศ. 2549 กสท. มีหนังสือถึงบริษัท อินเทอร์เน็ต เซอร์วิส โพรไวเดอร์ จำกัด ให้ระงับการบริการส่งข้อมูลของ ASTV เพื่อเผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ตชั่วคราว ซึ่งทางบริษัท ไทยเดย์คอมทคอม จำกัด ได้นำประเด็นนี้ฟ้องศาลในเวลาต่อมา (ศุภชัย ยาวะประภาส, ปียากร หวังมหาพร 2551: 11-38, 11-39)

การสื่อสารทางการเมืองในปัจจุบันยังมีประเด็นปัญหาที่น่าสนใจอีกประเด็นหนึ่งคือ พรรคการเมืองได้พัฒนาการสื่อสารของตนเอง โดยการนำหลักการตลาดมาใช้ในการสื่อสารเพื่อสร้างความนิยมในผู้สมัครรับเลือกตั้ง ในลักษณะการสื่อสารทางการเมืองเชิงการตลาด อินเทอร์เน็ตก็เป็นที่ยอมรับอีกช่องทางหนึ่งของการสื่อสารในการณรงค์การเลือกตั้ง เป็นสื่อที่ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลได้เป็นจำนวนมากและตลอดเวลาตามที่ต้องการ การเผยแพร่ข่าวสารผู้รับสมัครเลือกตั้งทางอินเทอร์เน็ตนิยมจัดทำเป็นเว็บไซต์เฉพาะของผู้สมัครหรือของพรรคการเมือง ประเด็นปัญหาที่

นำพิจารณาถึงความเหมาะสมของการนำการตลาดมาใช้ในเมือง นิวแมน (Newman 1994: 21-22) ได้ชี้ให้เห็นประเด็นสำคัญบางประเด็นคือ การมีมุมมองแบบนักการตลาดที่มองว่าผู้มีสิทธิเลือกตั้งเป็นเสมือนลูกค้า เป็นการลดความสำคัญของเป้าหมายของกระบวนการเลือกตั้งที่แท้จริง กล่าวคือการเลือกตั้งภายใต้แนวคิดด้านการตลาดจะเปิดโอกาสให้ผู้รับสมัครรับเลือกตั้งได้สร้างสรรค์สำหรับแนวทางการเมืองเพื่อการพัฒนาประเทศ แต่เป็นเพียงการนำเสนอและการกระทำเพียงเพื่อให้ได้รับชัยชนะในการเลือกตั้งเท่านั้น และจำเป็นต้องดำเนินการเช่นนี้ต่อไปไม่จบสิ้นคือกระบวนการทางการตลาดจะไม่มีวันสิ้นสุด เมื่อชนะการเลือกตั้งแล้วก็จะมีการใช้หลักการตลาดเพื่อรักษาคะแนนนิยมเพื่อให้พรรคชนะการเลือกตั้งครั้งต่อไปอีก เช่นนี้แล้วทำให้เป้าหมายที่แท้จริงของการเลือกตั้งจะถูกกลดเลือกไปในที่สุดและไม่อาจตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนตามที่ได้ประกาศเป็นนโยบายไว้

3. ปัญหาจากประชาชนผู้ส่งข่าวสารผ่านอินเทอร์เน็ต

ประเด็นปัญหาแรกคือ ทักษะของผู้ส่งข่าวสารผ่านอินเทอร์เน็ต ทักษะนี้เป็นความคิดและความรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้าง วัตถุ หรือสิ่งแวดล้อม โดยทัศนคตินั้น มีรากฐานมาจากความเชื่อที่อาจส่งผลด้านพฤติกรรมในอนาคตได้ ทักษะจึงเป็นเพียงความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้าและทัศนคติเป็นพรหมแดนเชื่อมโยงระหว่างความรู้กับพฤติกรรม ทักษะของบุคคลสามารถถูกทำให้เปลี่ยนแปลงได้หลายวิธี อาจทำได้โดยให้บุคคลได้รับข่าวสารต่างๆ ที่อาจจะมาจากบุคคลอื่นหรือมาจากอุปกรณ์ สิ่งแวดล้อม หรือสื่อมวลชนต่างๆ ส่วนประกอบของทัศนคติด้านความรู้หรือการรับรู้ (Cognitive Component) เป็นที่เชื่อกันว่าถ้าส่วนประกอบใดส่วนหนึ่งเปลี่ยนแปลง ส่วนประกอบด้านอื่นๆ จะมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงด้วยเช่นกัน เช่น ส่วนประกอบด้านอารมณ์ (Affective Component) เปลี่ยนแปลงส่วนประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) จะเปลี่ยนแปลงด้วย ในทางการเมืองเชื่อว่า “ทัศนคติทางการเมือง” มีรากฐานมาจากความเชื่อทางการเมืองที่ผ่านมาที่ส่งผลด้านพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายในอนาคตได้ เมื่อกลุ่มเป้าหมายทางการเมืองที่เป็นผู้รับสารได้เปิดรับข่าวสารทางการเมืองก็จะเกิดผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ซึ่งอาจจะเป็นทางใดทางหนึ่งไม่ว่าในทางบวกหรือทางลบต่อเรื่องนั้น สิ่งที่จะเกิดผลตามมาทางการเมืองคือ ทัศนคตินั้นมีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ขององค์กรทางการเมืองหรือบุคคลทางการเมือง ในที่สุดทัศนคติจะมีลักษณะมั่นคงถาวรตามสมควร เพราะทัศนคติที่ก่อตัวนั้น จะมีกระบวนการผลิต วิเคราะห์ ประเมิน และสรุปจัดระเบียบเป็นความเชื่อ การเปลี่ยนแปลงก็ย่อมต้องใช้เวลาเพื่อปรับตามกระบวนการดังกล่าวเช่นกัน (วิทยากร ก่อแก้ว 2551: 9-34 – 9-36) ดังตัวอย่างของความขัดแย้งแตกแยกของพรรคการเมืองและสังคม (เสือเหลือง เสือแดง) ทั้งก่อนการเลือกตั้งวันที่ 23 ธันวาคม 2550 จนถึงปัจจุบัน เนื่องจากการรับรู้คือ กระบวนการซึ่งสมองแปลความหรือ

ตีความหมายของการสัมผัสที่คนได้รับออกมาเป็นความรู้ความเข้าใจ ซึ่งในการแปลความหมายหรือตีความหมาย คนต้องใช้ความรู้เดิมหรือความจัดเจนที่เคยมีมาแต่ก่อนเป็นเครื่องช่วย ดังนั้นในการวัดการรับรู้อาจทำได้โดยการวัดความรู้ความเข้าใจที่เป็นผลมาจากการแปลความหมายหรือตีความหมาย เมื่อมีสิ่งเร้าไปกระตุ้นประสาทสัมผัสของบุคคล ซึ่งวิธีการที่ใช้กันอยู่คือ “การตอบแบบสอบถาม”

ประเด็นปัญหาต่อมาก็คือ การเมืองภาคประชาชนยังคงเป็นวาทกรรมใหม่สำหรับประเทศไทย การสื่อสารทางการเมืองก็ยังคงเป็นประดิษฐ์กรรมใหม่ของประชาชนหรือแม้แต่ นักการเมือง นักวิชาการด้วยกันเอง การทำวิจัยใดๆ ทางการเมือง โดยวิธีการสำรวจจะมีข้อจำกัดอยู่พอสมควร รัฐธรรมนูญทั้งฉบับ พ.ศ. 2540 และ พ.ศ. 2550 ก็ไม่มีความชัดเจนหรือกล่าวถึงสื่ออิเล็กทรอนิกส์อย่างเป็นรูปธรรมตามเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นของบุคคลและสื่อมวลชน ตลอดจนการมีส่วนร่วมของประชาชน (รัฐธรรมนูญฉบับ พ.ศ. 2550: หมวด 3 ส่วนที่ 7 และหมวด 5 ส่วนที่ 10)

ประเด็นปัญหาสุดท้ายคือ ในช่วงเวลาที่ประเทศชาติวิกฤต เกิดความขัดแย้งแตกแยกทางการเมืองและสังคม ซึ่งไม่สามารถคาดคะเนได้ว่าจะปรองดองสมานฉันท์หรือยุติได้เมื่อใด การสื่อสารทางการเมือง โดยเฉพาะผ่านอินเทอร์เน็ตกลับกลายเป็นเครื่องมือใน “สงครามข่าวสาร” ที่กระทบต่อความมั่นคงของประเทศ ทั้งการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และการทหาร ดังเช่นในปัจจุบัน ทั้งนี้เพราะประชาชนขาดผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ ขาดความรู้ความเข้าใจทางการเมืองและขาดจิตสำนึกในการสื่อสารทางการเมือง ประชาชนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตคงมีจุดมุ่งหมายทางธุรกิจและความบันเทิงเป็นสำคัญ



บทที่ 5

สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง อิทธิพลของอินเทอร์เน็ตที่มีต่อการเมืองไทยตั้งแต่การเลือกตั้งวันที่ 23 ธันวาคม 2550 – 2552 ผู้ศึกษาวิจัยขอแนะนำเสนอ ดังนี้

1. สรุปการวิจัย

1.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.1.1 เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในบริบทของการสื่อสารทางการเมือง

1.1.2 เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของการรับส่งข่าวสารผ่านอินเทอร์เน็ตที่มีต่อทัศนคติ ความคิด ความเชื่อ การสนับสนุนและต่อต้านของประชาชน ในการมีส่วนร่วมทางการเมืองของไทย

1.1.3 เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรค ตลอดจนข้อเสนอแนะในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตทางการเมืองต่อส่วนราชการและองค์กรที่เกี่ยวข้องเพื่อความมั่นคงของประเทศ

1.2 วิธีดำเนินการวิจัย

1.2.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าคือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครที่มีอายุระหว่าง 18-60 ปี ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 5,710,883 คน (กรมการปกครอง 2552) สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่นำมาใช้เป็นตัวแทนในการศึกษาใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling Random) จากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจำนวน 400 คน

1.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) ที่มีคำถามชนิดปลายปิดและปลายเปิดรวมกัน โดยแบ่งโครงสร้างคำถามออกเป็น 5 ส่วน และข้อเสนอแนะ ได้แก่ ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม คือสถานภาพของบุคคล ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตต่อการรับส่งข่าวสารทางการเมืองของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อพฤติกรรมของประชาชนผู้ตอบแบบสอบถามใน

ฐานะผู้ส่งข่าวสารทางการเมือง ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของผู้ตอบแบบสอบถาม รวมทั้งหมด 44 ข้อ และข้อเสนอแนะ

1.2.3 การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเอกสารควบคู่กับการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิจัยเชิงสำรวจ (Survey) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากประชาชนที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นประจำ วิธีการแจกแบบสอบถามใช้วิธีกำหนดตัวแทนภาคสนามกระจายทั่วทุกเขตของกรุงเทพมหานคร เพื่อค้นหาผู้ที่นิยมใช้อินเทอร์เน็ตเป็นประจำ

1.2.4 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามและการวิเคราะห์เพิ่มเติมรวม 6 ตอน ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยสถิติที่ใช้วิเคราะห์ได้แก่ ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) ค่ามัธยฐาน (Median) ค่าฐานนิยม (Mode) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับการวิเคราะห์ทางเอกสารใช้ข้อมูลจากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและชุดวารัฐศาสตร์มสธ. โดยเฉพาะวิชาการสื่อสารทางการเมืองเป็นหลัก

1.3 สรุปผลการวิจัยจากแบบสอบถาม

1.3.1 ข้อมูลทั่วไป

เพศ	ส่วนใหญ่เป็นหญิง ร้อยละ 61.8 และชาย ร้อยละ 38.2
อายุ	ต่ำกว่า 30 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.2 อันดับรองลงมาคือ อายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.8
สถานะทางครอบครัว	ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 76.8 สถานภาพสมรสคิดเป็นร้อยละ 23.2
ระดับการศึกษา	ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 90.3 รองลงมาคือ ปวช. ปวส. อนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 9.8
อาชีพ	ส่วนใหญ่มีอาชีพรับจ้าง/บริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 20.3 และอาชีพอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 13.3
ศาสนา	นับถือศาสนาพุทธ คิดเป็นร้อยละ 95.2 รองลงมาคือ ศาสนาคริสต์ คิดเป็นร้อยละ 2.75 และศาสนาอิสลาม คิดเป็นร้อยละ 2.25

1.3.2 ผลที่ได้จากการวิจัย

จากการศึกษาอิทธิพลของอินเทอร์เน็ตที่มีต่อการเมืองไทย ตั้งแต่การเลือกตั้งวันที่ 23 ธันวาคม 2550 จนถึง 2552 ผลที่ได้จากการวิจัยสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ โดยมีผลสรุปดังนี้

1) แนวความคิดการใช้อินเทอร์เน็ตในบทบาทของการสื่อสารทางการเมือง

(1) พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต กลุ่มตัวอย่างใช้อินเทอร์เน็ตทุกคนส่วนใหญ่ใช้ทุกวันถึงร้อยละ 27.0 รองลงมาคือ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 26.8 ในส่วนที่เหลือ ร้อยละ 46.2 คือ เกือบกึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างใช้สัปดาห์ละ 1 ครั้ง หรือนานๆ ครั้ง โดยเวลาใช้งานมากที่สุดคือ เวลาทำงานถึงร้อยละ 20.3 รองลงมาคือ หลังเลิกงาน ร้อยละ 23.8 ช่วงเวลาที่เหลือประมาณกึ่งหนึ่งคือ ช่วงเวลาว่างและก่อนนอน กลุ่มตัวอย่างจะใช้อินเทอร์เน็ตเพื่ออ่านข่าวสารทั่วไปมากที่สุดร้อยละ 67.0 แต่อ่านข่าวการเมืองน้อยที่สุดเพียงร้อยละ 3.3 ที่เหลือเป็นการใช้งานด้านอื่นๆ นอกจากนี้การวิจัยยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างไม่เคยได้รับข่าวสารทางการเมืองเลยมากถึงร้อยละ 69.0 ได้รับเป็นประจำทุกวันเพียงร้อยละ 22.3 นอกจากนี้ ส่วนใหญ่ไม่เคยแสดงความคิดเห็นทางการเมืองเลยมากถึงร้อยละ 83.8 มีจำนวนน้อยเข้าไปมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นทางการเมือง ทั้งนี้จะรับส่งข่าวสารผ่านอินเทอร์เน็ตเฉพาะเว็บไซต์ที่ชื่นชอบเป็นส่วนใหญ่ กลุ่มตัวอย่างยังให้ความเห็นถึงการใช้อินเทอร์เน็ตภายใต้หลักการเลือกตั้งจนถึงพ.ศ. 2552 ที่น่าสนใจว่าความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตน้อยลงถึงร้อยละ 43.8 มากขึ้นเพียงร้อยละ 10.0 นอกนั้นเหมือนเดิม สรุป โดยค่าเฉลี่ยได้ว่าพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตทางการเมืองของประชาชนยังอยู่ในเกณฑ์ต่ำ

(2) อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตต่อความรู้ ความเข้าใจ ความคิด และทัศนคติ กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าสื่ออินเทอร์เน็ตทำให้ทราบข่าวสารทางการเมืองหลากหลายมากที่สุด และความรวดเร็วทันสมัยอยู่ในระดับปานกลาง การสนทนา ความรู้ ข้อมูลด้านการเมือง นักการเมือง โดยเฉพาะนักการเมืองที่ชื่นชอบ ความสนใจเกี่ยวกับการเมืองทั้งสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่ออื่นๆ อยู่ในระดับมากที่สุด นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างยังให้ความสนใจต่อภาพลักษณ์ของการเมืองและนักการเมืองอยู่ในระดับมากที่สุด สรุปได้ว่าถึงแม้ประชาชนจะใช้อินเทอร์เน็ตในการสื่อสารทางการเมืองอยู่ในเกณฑ์ต่ำ แต่ก็แสดงถึงอิทธิพลของข่าวสารที่มีต่อความรู้ ความเข้าใจ ความคิด และทัศนคติมากที่สุด

(3) อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อพฤติกรรมของประชาชน พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างในฐานะผู้ส่งข่าวสารทางการเมืองผ่านอินเทอร์เน็ตทุกข้อของแบบสอบถามอยู่ในระดับน้อย ยกเว้นการส่งอีเมลล์ข้อมูลนักการเมืองที่ชื่นชอบในเพื่อนฝูงและผู้อื่นอยู่ในระดับมากที่สุด สรุปได้ว่า ถึงแม้ว่าข่าวสารทางการเมืองจะมีอิทธิพลต่อความคิด ทัศนคติของประชาชน แต่ก็มีอิทธิพลต่อปฏิบัติการตอบสนองการสนับสนุนและการต่อต้านอยู่ในระดับน้อยคือ เกือบจะไม่มีอิทธิพลใดๆ เลย

(4) อิทธิพลของอินเทอร์เน็ตต่อการมีส่วนร่วมทางการเมือง กลุ่มตัวอย่างแสดงให้เห็นว่ามีความสนใจการมีส่วนร่วมทางการเมืองในระดับน้อย ทั้งการร่วมชุมนุมทาง

การเมือง การประท้วง การเสวนาต่างๆ แม้กระทั่งการเลือกตั้งวันที่ 23 ธันวาคม 2550 เช่นการสนับสนุนการรณรงค์การเลือกตั้ง การลงคะแนนเสียง เป็นต้น สรุปได้ว่า แม้ว่าอินเทอร์เน็ตจะมีอิทธิพลต่อความคิด ความเชื่อ และทัศนคติทางการเมืองของประชาชน แต่ก็ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและการมีส่วนร่วมทางการเมืองเท่าใดนัก

(5) อิทธิพลของอินเทอร์เน็ตตั้งแต่การเลือกตั้ง 23 ธันวาคม 2550 จนถึง 2552 จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ สรุปได้ว่าเพศที่แตกต่างกัน อายุที่แตกต่างกัน สถานภาพที่แตกต่างกัน ระดับการศึกษาและอาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่ออิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนตั้งแต่การเลือกตั้ง 23 ธันวาคม 2550 จนถึง 2552

1.4 สรุปผลการวิจัยตามแนวคิดทฤษฎีของวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การสื่อสารทางการเมืองประกอบด้วย สาร ผู้ส่งสาร ช่องทางการสื่อสาร และผู้รับสาร การวิจัยสามารถอธิบายได้ดังนี้

1.4.1 สาร การเมืองไทยตั้งแต่ยุค พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร เป็นนายกรัฐมนตรีจนถึงสถานการณ์ทางการเมืองในปัจจุบัน อาจกล่าวได้ว่าเป็นยุคของ “การสื่อสารการตลาดเพื่อการเมือง” และเป็นการตลาดแบบบูรณาการ ซึ่งหมายถึงแนวคิดการจัดการที่ออกแบบมาเพื่อทำการสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจรไปพร้อมๆ กัน ประกอบด้วย การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ และการตลาดทางตรง ยกตัวอย่างการเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกาและการเลือกตั้งพรรคไทยรักไทย ดังนั้น สารจึงมีความสำคัญมากในการสื่อและปลุกเร้าให้ได้ตามจุดมุ่งหมาย ถ้าหากสารออกมาจากองค์กรที่เกี่ยวข้องทางการเมืองหรือนักการเมือง สารก็ไม่ค่อยจะมีปัญหาเท่าใดนัก เพราะผ่านกระบวนการประเมินผลสัมฤทธิ์มาแล้ว ถ้าหากสารนั้นออกมาจากประชาชนธรรมดาทั่วไป ก็คงจะไม่มีน้ำหนักปลุกเร้าตามหลักวิชาการเท่าใด แนวคิดทฤษฎีของการสื่อสารทางการเมืองต้องศึกษาอย่างครบวงจรจึงจะเกิดประสิทธิภาพ ผลการวิจัยจากผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพียงการสุ่มเจาะจงสำหรับผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเท่านั้น เมื่อเปรียบเทียบกับแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง สารที่ส่งผ่านอินเทอร์เน็ตจึงจะไม่น่าสนใจหรือมีน้ำหนักเพียงพอสำหรับอิทธิพลของอินเทอร์เน็ตต่อการเมือง

1.4.2 ผู้ส่งสาร อิทธิพลของอินเทอร์เน็ตที่มีต่อการเมืองขึ้นอยู่กับผู้ส่งสารเป็นสำคัญ เป็นการส่งข่าวสารผ่านอินเทอร์เน็ตทางการเมืองของรัฐบาล ฝ่ายค้าน รัฐสภา พรรคการเมือง บุคคลที่อยู่ในความสนใจ เช่น พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร ที่นิยมใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการต่อสู้ทางการเมือง ประชาชนทั่วไป ไม่ว่าฝ่ายไหนแม้กระทั่งสื่อมวลชนก็ให้ความสนใจ อินเทอร์เน็ตนั้นเป็นสื่อที่มีข้อมูลหลากหลาย มีกิจกรรมมากมาย หนทางเลือกในการรับส่งข่าวก็มีหลากหลาย

เช่นกัน ผลจากแบบสอบถามสามารถชี้ให้เห็นได้ว่าอิทธิพลของอินเทอร์เน็ตที่มีต่อการเมืองไทยมีอยู่ในระดับน้อย เพราะเหตุผลของคุณสมบัติของผู้ส่งสารประการหนึ่ง

1.4.3 ช่องทางการสื่อสาร ช่องทางการสื่อสารมีมากมาย เช่น วิทยุ สิ่งพิมพ์ บิลบอร์ด หนังสือ การจัดกิจกรรม รวมทั้งสื่ออิเล็กทรอนิกส์ทั้งหลาย เช่น อินเทอร์เน็ต เป็นต้น จาก การวิจัยที่ปรากฏโดยทั่วไป สื่อมวลชนที่มีอิทธิพลต่อการเมืองมากที่สุดคือ โทรทัศน์ เพราะ ภาวลักษณะที่ปรากฏในโทรทัศน์เป็นสิ่งปลูกเร้าที่ดีที่สุด อินเทอร์เน็ตก็สามารถทำได้แต่อยู่ใน วงจำกัด แต่คาดว่าในอนาคตหากพัฒนาการระบอบประชาธิปไตยของไทยก้าวหน้าถึงจุดๆ หนึ่ง แล้ว สื่ออินเทอร์เน็ตอาจจะมาแทนที่สื่ออื่นในทางการเมืองก็เป็นไปได้ แต่อย่างก็ตาม ผลจาก แบบสอบถามที่มีอยู่อย่างจำกัดก็แสดงอิทธิพลของอินเทอร์เน็ตในบทบาทการเมืองอยู่บ้างในระดับ หนึ่ง

1.4.4 ผู้รับสาร ในการสื่อสารทางการเมือง ผู้รับสารคือ ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง หมายถึง ทักษะคิดและความคิดเห็นของประชาชนในการมีส่วนร่วมทางการเมืองและการเลือกตั้ง โดยความ จริงแล้วผู้รับสารที่มีคุณลักษณะแตกต่างกันย่อมมีทักษะที่ไม่เหมือนกัน ความพยายามรู้จักภูมิหลัง ของผู้รับสารจะทำให้เข้าใจและสามารถโน้มน้าวปลูกเร้าในทางการเมืองได้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่ง ข่าวดูสารถึงผู้รับสารที่มีคุณลักษณะในทางสังคม ก็จะได้รับคำตอบรับตามคุณลักษณะทางสังคม ของผู้รับสารนั้น

1.5 สรุปปัญหาสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีอิทธิพลต่อการเมืองไทย

1.5.1 ปัญหาเชิงนโยบาย จากทฤษฎีสื่อมวลชนเชิงอำนาจนิยมสามารถพิจารณาได้ว่า ประเทศไทยเหมือนจะมีการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตย แต่ในทางปฏิบัติรัฐคม อำนาจประชาชนเป็นแบบอำนาจนิยม สื่อมวลชน โดยเฉพาะสื่ออินเทอร์เน็ตมักจะถูกกล่าวหาว่า เป็นสื่อที่มีผลกระทบกับความมั่นคงของประเทศมากที่สุด จึงมีผลทำให้เกิดความพยายามจากผู้ที่มี อำนาจแทรกแซงปิดกั้นสื่อตลอดเวลา ทำให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตหลีกเลี่ยงไปใช้เพื่อธุรกิจและความ บันเทิงเสียมากกว่าการเมือง อีกทั้งสื่ออินเทอร์เน็ตยังไม่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลเท่าที่ควร การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของประชาชนยังอยู่ในวงจำกัด

1.5.2 ปัญหาเชิงปฏิบัติ สื่ออินเทอร์เน็ตถูกนำไปใช้ในหลากหลายวงการเพราะเป็น สื่อครอบจักรวาล จึงเกิดปัญหาด้านคุณธรรม จริยธรรม จิตสำนึกของผู้ส่งข่าวเป็นสำคัญ สื่อ อินเทอร์เน็ตที่มีผลต่อทัศนคติ ความคิด ความเชื่อ การสนับสนุนและต่อต้านของผู้รับข่าวหรือ ผู้บริโภคโดยทันทีและรวดเร็ว เป็นกระบวนการของข่าวสารที่ทำให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติได้มาก ผล ทำให้เกิดความขัดแย้ง แยกแยก ฉลาด นองเลือด เช่น วิกฤตการณ์ในปัจจุบันซึ่งเกิดขึ้นจากสื่อ อิเล็กทรอนิกส์เป็นส่วนใหญ่ ปัจจัยสำคัญทางการเมืองคือสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางหนึ่งของการ

สื่อสารการตลาดเพื่อการเมืองที่มีประสิทธิภาพ ผลคือทำให้ระบอบประชาธิปไตยแบบตัวแทนที่มาจากการเลือกตั้งมีความมุ่งหมายของหลักประชาธิปไตยไปแปรสภาพเป็นระบอบชนาธิปไตยแทน

2. อภิปรายผล

พัฒนาการของประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วมหรือการมีส่วนร่วมทางการเมืองภาคประชาชนของไทยพบว่า ภาพรวมดีขึ้น มีสิทธิเสรีภาพมากขึ้น ที่เป็นเช่นนั้นเพราะประชาธิปไตยของไทยที่นำมาใช้ตั้งแต่ พ.ศ. 2475 ถึงปัจจุบันก็คือ ประชาธิปไตยที่ประชาชนใช้อำนาจผ่านตัวแทน (Representative Democracy) ซึ่งในระยะหลังเริ่มมีผู้เห็นว่าประชาธิปไตยในรูปแบบดังกล่าว แม้ว่าจะมีการแก้ไขรัฐธรรมนูญให้ดีขึ้นแค่ไหนก็ตาม ก็ยังไม่สามารถเป็นประชาธิปไตยได้อย่างแท้จริง จึงทำให้เกิดรัฐประหาร 19 กันยายน พ.ศ. 2549 เป็นที่มาของบทบัญญัติรัฐธรรมนูญฉบับ พ.ศ. 2550 ที่ส่งเสริมให้มีเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นของบุคคลและสื่อมวลชน (มาตรา 45 หมวด 5 ส่วนที่ 10) แนวนโยบายด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน (มาตรา 87 หมวด 7) การมีส่วนร่วมทางการเมืองโดยตรงของประชาชน (มาตร 163)

การมีสิทธิเสรีภาพและการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในแนว “การเมืองใหม่” สอดคล้องกับการสื่อสารทางการเมืองในกระแสโลกาภิวัตน์ อาจกล่าวได้ว่าพฤติกรรมทางการเมืองเกือบทั้งหมด โดยเฉพาะในประเทศที่มีการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตย จะมีส่วนเกี่ยวข้องกับการสื่อสารได้ไม่ลักษณะใดก็ลักษณะหนึ่ง เครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (High Speed Internet) เป็นสื่อที่กำลังทวีความนิยมมากขึ้นในประเทศไทยปัจจุบัน อย่างไรก็ตามประเทศไทยไม่อาจหลีกเลี่ยงกระแสโลกาภิวัตน์และกระแสทุนนิยมที่มีเรื่องสำคัญคือ “กลไกตลาด” มากำหนดการดำเนินกิจกรรมทางการเมืองได้ การสื่อสารการตลาดทางการเมืองจึงถูกนำมาใช้ทางการเมืองด้วย การจะบังคับให้นักการเมืองหยุดหรือชะลอการนำกลยุทธ์การสื่อสารมาใช้เพื่อประโยชน์ทางการเมืองจึงเป็นเรื่องยากจะทำได้ โดยการกำหนดกรอบ กติกา และจริยธรรมให้นักการเมืองและพรรคการเมืองปฏิบัติตามเท่านั้นที่น่าจะเป็นไปได้

บรูซ บิมเบอร์ (Bruce Bimber) นักรัฐศาสตร์ตั้งข้อสันนิษฐานไว้ว่า การสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตนั้น ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงได้ใน 2 แนวทาง (ยูทพร อีสรชัย 2551: 15-25) แนวทางแรกเรียกว่า Populist คือการที่สื่ออินเทอร์เน็ตทำให้ปัจเจกชนมีอิทธิพลต่อรัฐบาลและระบบการเมืองมากขึ้น เนื่องจากบุคคลเหล่านั้นสามารถที่จะติดต่อผ่านอินเทอร์เน็ตไปยังบุคคลต่างๆ ในรัฐบาลได้โดยตรง โดยไม่เพียงแต่พวกเขาจะสามารถติดตามข่าวสารทางการเมืองและ

แสดงความคิดเห็นของเขาไปยังรัฐบาลได้เท่านั้น แต่ยังทำให้เขาสามารถที่จะลดการพึ่งพาทั้งในระหว่างปัจเจกชนด้วยกันและในระหว่างกลุ่มต่างๆ ทางการเมืองอีกด้วย

แนวทางที่สองเรียกว่า Community คือการสร้างสรรค์และการทำให้เกิดการเพิ่มขึ้นของชุมชนนำมาซึ่งการปรับปรุงระเบียบทางสังคม ทำให้กลุ่มชนในระดับชาติมีกิจกรรมร่วมกันได้ราวกับว่ามันเป็นชุมชนของคนบ้านใกล้เรือนเคียงที่กำลังแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน ทำให้อุปสรรคระยะทางและเวลาหมดไปนั่นเอง

แนวความคิดทั้งสองแนวทางนี้เมื่อพิจารณาแล้วน่าจะทำให้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อการเมืองไทยมากขึ้นกว่าในอดีต แต่หากมองในอีกแง่มุมหนึ่งคือ มุมมองทางวัฒนธรรมสังคมไทยแล้ว จะเห็นว่าสื่ออินเทอร์เน็ตยังไม่มีอิทธิพลต่อการเมืองไทยมากนัก สอดคล้องกับผลสรุปของผู้ตอบแบบสอบถาม เนื่องจากสังคมไทยยังคงเป็นระบบอุปถัมภ์ มีวัฒนธรรมทางแนวคิดคือ เคารพและนับถือผู้มีอำนาจสูงกว่าความคิดอ่านและทัศนคติ เป็นไปตามสิ่งแวดล้อมและการปลูกเร้าที่มีผู้นำเสนอให้ ในขณะที่เดียวกันก็เกี่ยวข้องกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นข้อเท็จจริง การสื่อสารทางการเมืองของไทยจึงถูกใช้เป็นเครื่องมือของผู้มีอำนาจทางการเมืองเพื่อส่งผ่าน “วาทกรรม” ไปยังประชาชนเพื่อชี้นำทางการเมืองต่อไป เช่น กรณี “วาทกรรมการซื้อขายเสียง” เป็นต้น

ปัจจุบันถึงแม้ว่าสื่ออินเทอร์เน็ตจะยังคงมีปัญหาการเข้าถึงสื่อของประชาชนส่วนใหญ่ (คนยากจน คนสูงอายุ ฯลฯ) แต่ก็นับว่ามีอิทธิพลกระทบต่อการสื่อสารทางการเมืองของไทยมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะส่งผ่านข้อมูลข่าวสารในเว็บไซต์ที่มีลักษณะเป็นกระดานสนทนา ไม่ว่าจะเป็น www.pantip.com www.prachathai.com หรือเว็บไซต์เพื่อการส่งข้อมูลข่าวสารและแสดงความคิดเห็นเฉพาะกลุ่ม (web blog) เช่น www.oknation.net/blog www.bloggang.com หรือรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายทางสังคม (Social Networking) เช่น www.hi5.com ซึ่งปรากฏการณ์เช่นนี้จะก่อให้เกิดการสร้างเครือข่ายและรวมกลุ่มกันเป็นชุมชนเสมือนจริง (Virtual Community) ซึ่งจะก่อให้เกิดการจัดตั้งมวลชนขึ้นในโลกแห่งความเป็นจริง อย่างไรก็ตาม การนำอินเทอร์เน็ตมาใช้ก็ต้องมีความระมัดระวังในประเด็นเรื่องความหลากหลายท่วมทับกันของข้อมูลที่กระจัดกระจายเป็นส่วนๆ (Fragmented) และไม่มี การเชื่อมโยงทั้งในด้านกาลและเทศะอาจก่อให้เกิดความสับสนต่อการรับรู้ของประชาชน เพราะในด้านหนึ่งทำให้ประชาชนไม่สามารถตัดสินใจใดๆ ได้ภายใต้กระแสข้อมูลดังกล่าว จนอาจนำมาซึ่งความเบื่อบ่อยทางการเมือง แม้ว่าสื่อจะสามารถปลูกเร้ามหาชนให้มีส่วนร่วมร่วมกับประเด็นสาธารณะได้ แต่ก็ไม่เป็นการเข้าไปมีส่วนร่วมในลักษณะของพลเมืองที่กระตือรือร้นและมีคุณภาพ แต่เป็นการปลูกเร้าในลักษณะดังกล่าวของสื่อกลับไปสู่การปลูกเร้าคนฝูงชนให้เข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองอย่างขาดสติ (Mob) (ยุทธพร อิศรชัย 2551: 15-102,103)

จากการอภิปรายผลสามารถสรุปได้ว่า อิทธิพลของอินเทอร์เน็ตที่มีต่อการเมืองไทย ตั้งแต่การเลือกตั้งวันที่ 23 ธันวาคม 2550 จนถึง 2552 นับว่ามีอยู่ในระดับหนึ่งจากการต่อสู้ทางเมือง ภายหลังจากที่พรรคประชาธิปัตย์พลิกขั้วกลับมาเป็นแกนนำจัดตั้งรัฐบาลได้สำเร็จ โดยมีนาย อภิสิทธิ์ เวชชาชีวะเป็นนายกรัฐมนตรี อิทธิพลของอินเทอร์เน็ตเริ่มทวีมากขึ้นตามลำดับ เพื่อ ป้องกันการควบคุม จำกัด หรือปิดสื่อจากรัฐบาลได้

อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาในเรื่องนี้มีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของผู้ศึกษาวิจัย หลายท่าน ดังนี้

2.1 ยุทธพร อิศรชัย ทำการศึกษาวิจัยเรื่องอินเทอร์เน็ตกับการเมืองไทย

2.1.1 ความเหมือนกันของผลงานวิจัย

- 1) วัตถุประสงค์การวิจัยในทำนองเดียวกันคือ ศึกษาถึงอิทธิพลของสื่อ อินเทอร์เน็ตในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งและการมีส่วนร่วมของประชาชน
- 2) วิธีดำเนินการวิจัย โดยการสำรวจประชากรกลุ่มตัวอย่างด้วยแบบสอบถาม และรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติมจากเอกสารทางวิชาการ
- 3) ผลการวิจัยสรุปตรงกันว่า สื่ออินเทอร์เน็ตไม่มีอิทธิพลโดยตรงต่อการมี ส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน แต่อาจจะมีผลทางอ้อมในการรับรู้ แลกเปลี่ยนข่าวสารทางการเมืองของประชาชนในระดับหนึ่ง

2.1.2 ความต่างกันของผลงานวิจัย

- 1) ผลงานวิจัยของยุทธพร อิศรชัย ศึกษาในช่วงเวลาเฉพาะก่อนการเลือกตั้ง คือวันที่ 1 ตุลาคม 2543 ถึง 6 มกราคม 2544 แต่ผลงานวิจัยฉบับนี้ศึกษาการเลือกตั้ง 23 ธันวาคม 2550 และการมีส่วนร่วมทางการเมืองในเหตุการณ์ทางการเมืองต่างๆ ภายหลังจากการเลือกตั้งถึง 31 ธันวาคม 2552
- 2) ผลงานวิจัยของยุทธพร อิศรชัย ได้รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบ เจาะลึกกับผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย แต่ผลงานวิจัยฉบับนี้ได้แยกการ วิเคราะห์ข้อมูลและตีความข้อมูลออกเป็น 2 แนวทางคือ วิเคราะห์เชิงสถิติจากแบบสอบถามและ พรรณวิเคราะห์จากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.2 ณัฐกานต์ กุลณรงค์ ทำการศึกษาวิจัยเรื่องการสื่อสารทางการเมืองบนเครือข่าย อินเทอร์เน็ตในช่วงการต่อต้านรัฐบาลทักษิณ ชินวัตร

2.2.1 ความเหมือนกันของผลงานวิจัย

วัตถุประสงค์การวิจัยคล้ายกันคือ ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตและ/หรืออิทธิพลของอินเทอร์เน็ตเพื่อการสื่อสารทางการเมืองและการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน

2.2.2 ความต่างกันของผลงานวิจัย

ผลงานวิจัยของณัฐกานต์ กุลฉรงค์ อยู่ในช่วงระยะเวลาการต่อต้านรัฐบาลทักษิณ ชินวัตร สรุปผลการวิจัยได้ว่า สื่ออินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลอย่างสูงต่อการต่อต้านรัฐบาลทักษิณ ชินวัตร แต่ผลงานวิจัยฉบับนี้ อยู่ในช่วงระยะเวลาการเลือกตั้ง 23 ธันวาคม 2550 ถึง 31 ธันวาคม 2552 โดยสรุปผลการวิจัยว่า อินเทอร์เน็ตไม่มีอิทธิพลต่อการเมืองในช่วงเวลาดังกล่าว

2.3 ภณชกร กุลสันต์ ทำการศึกษาวิจัยเรื่องอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของข้าราชการ

2.3.1 ความเหมือนกันของผลงานวิจัย

1) วัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อศึกษาถึงความคิดเห็นทางการเมืองเกี่ยวกับการรับส่งข่าวสารหรืออิทธิพลของอินเทอร์เน็ตต่อการมีส่วนร่วมทางการเมือง

2) วิธีดำเนินการวิจัย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามและวิเคราะห์ในเชิงสถิติเป็นหลัก

2.3.2 ความต่างกันของผลงานวิจัย

ผลงานวิจัยของภณชกร กุลสันต์ ประชากรกลุ่มตัวอย่างเป็นข้าราชการในศาลากลางจังหวัดพะเยา โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ สรุปผลการวิจัยพบว่า อินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของข้าราชการ ส่วนผลงานวิจัยฉบับนี้ ประชากรกลุ่มตัวอย่างเป็นประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างเฉพาะเจาะจง และผลการวิจัยพบว่าสื่ออินเทอร์เน็ตไม่มีอิทธิพลต่อการเมืองไทยในช่วงเวลาดังกล่าว

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

3.1.1 มีคำกล่าวว่า “สื่อคือเครื่องชี้วัดเสรีภาพของประชาชน” สื่อเป็นผลผลิตหนึ่งของการปฏิรูปทางการเมือง ดังนั้นการที่สังคมจะบรรลุถึงเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญได้นั้น รัฐจะต้องดำเนินการดังนี้ คือ

1) ความเสมอภาคในกระบวนการจัดสรรคลื่นความถี่

2) ควรสนับสนุนบทบาทของสื่อ โดยเฉพาะสื่อสมัยใหม่ เช่น อินเทอร์เน็ต ในการสร้างความมีส่วนร่วมทางการเมือง สังคม ของประชาชนในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร กล่าวคือ

สิทธิในการแสดงความคิดเห็นต้องได้รับการส่งเสริม โดยกระบวนการต้องเปิดเผยและโปร่งใส อีก
 หนึ่งก็คือ ความมั่นคงในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชน

3) สนับสนุนบทบาทของสื่อในการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่นเพื่อให้สามารถ
 ใช้เป็นเครื่องมือในการนำเสนอศักยภาพของชุมชนออกไป และเป็นการสนับสนุนการเข้าถึง
 อินเทอร์เน็ตของประชาชนในท้องถิ่นด้วย

3.1.2 “สื่อมวลชนเป็นอุตสาหกรรมวัฒนธรรม” การพัฒนานำไปสู่การลงทุนที่สูง
 มาก ผู้สนับสนุนรายการจึงเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้รูปแบบของเนื้อหาและการนำเสนอ
 เปลี่ยนแปลงไปภายใต้ระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม ทุนมีอิทธิพลที่สำคัญในการแข่งขัน องค์กรที่
 เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชนต้องตระหนักถึงในเรื่องนี้ รัฐบาลองค์กรสื่อจึงควรเข้ามามีส่วนร่วมใน
 กระบวนการจัดการทางนโยบายการออกกฎหมายและมาตรการอื่นๆ ที่เหมาะสม

3.2 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

ประเด็นเรื่องจริยธรรมในการสื่อสารทางการเมืองยังมีปัญหาในเรื่องการละเมิด
 สิทธิส่วนบุคคลเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือ ซึ่งมีอิทธิพลทั้ง
 บุคคลในสังคมและการเมืองไทย ผู้ใช้สื่อจึงควรมีความรู้ในสิทธิ บทบาท ทั้งในหน้าที่ของตนเอง
 และของบุคคลต่างๆ ในสังคม ตลอดจนมีความรับผิดชอบในการส่งข่าวสารต่อบุคคลหรือกลุ่ม
 บุคคลให้มากขึ้น นอกจากนี้ควรตรวจสอบดูแลกันเองของสื่อ ทั้งเรื่องคุณภาพและจรรยาบรรณด้วย

3.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้มีขอบเขตเฉพาะอิทธิพลของอินเทอร์เน็ตทางการเมือง
 เมืองไทยเท่านั้น และยังมีขอบเขตในช่วงเวลาที่มีผลกระทบจำกัด ซึ่งอินเทอร์เน็ตนั้นมีความ
 หลากหลายในมิติต่างๆ และเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ดังนั้นในการวิจัยครั้ง
 ต่อไปน่าจะมีการศึกษาวิจัย “บทบาทของอินเทอร์เน็ตที่มีต่อสังคมและการเมืองไทยในปัจจุบันและ
 อนาคต” หรือศึกษาวิจัย “อิทธิพลของอินเทอร์เน็ตที่มีต่อสังคมและการเมืองไทยในปัจจุบัน: ศึกษา
 กรณีการเข้าร่วมชุมนุมของประชาชนกับกลุ่มนปช. ต่อต้านรัฐบาลและระบอบอำมาตยาธิปไตย”

3.4 เนื่องจากวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณควบคู่กับการวิจัยเชิงเอกสาร
 (Quantitative Research) โดยใช้วิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) ดังนั้นในการวิจัยครั้ง
 ต่อไป เพื่อให้ได้ข้อมูลในการศึกษาในระดับลึกน่าจะได้ใช้วิธี “เชิงคุณภาพ” เป็นหลัก โดยการ
 สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ขณะเดียวกันอาจจะใช้การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมที่
 เรียกว่า “Participant Observation” และวิธีวิเคราะห์ข้อมูลอาจจะใช้ “วิธีพรรณนาเชิงวิเคราะห์”
 (Descriptive Analysis)



บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- ครรรชิต มาลัยวงศ์ (2551) “เทคโนโลยีสื่อสารสารสนเทศเพื่อการสื่อสารทางการเมือง” ใน *ประมวลสาระชุดวิชาการสื่อสารทางการเมือง* หน่วยที่ 4 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชารัฐศาสตร์
- ณัฐกานต์ กุลณรงค์ (2550) “การสื่อสารทางการเมืองบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในช่วงการต่อต้านรัฐบาลทักษิณ”
- ณิชาคา มงคลเจริญ (2548) “บทบาทสำนักข่าวไทยกับการเสริมสร้างการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ศึกษากรณีการเลือกตั้งผู้ว่าราชการมานคร พ.ศ. 2547”
- ฐปนรต พรหมอินทร์ (2551) “การเมืองภาคประชาชนกับประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วมของไทย: ศึกษากรณีขององค์กรพัฒนาเอกชน” 26 ปี รัฐศาสตร์ มสธ. กรุงเทพมหานคร พิมพ์อักษร
- ถวิลวดี บริกุล (2543) “แนวคิดของการมีส่วนร่วมในระบบประชาธิปไตย” ใน *จดหมายข่าวสถาบันพระปกเกล้าปีที่ 2 (ฉบับที่ 8 เล่มที่ 10 เดือนธันวาคม)* สถาบันพระปกเกล้า
- ธีรภัทร์ เสรีรังสรรค์ (2551) “ธรรมาภิบาลของอังกฤษ” 26 ปี รัฐศาสตร์ มสธ. กรุงเทพมหานคร พิมพ์อักษร
- บุญชริกา เอี้ยวเพชร (2543) “พฤติกรรมการสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่ออินเทอร์เน็ต และทัศนคติทางการเมืองแบบประชาธิปไตยที่มีต่อความรู้ ทัศนคติทางการเมืองแบบประชาธิปไตยที่มีต่อความรู้ ทัศนคติและกิจกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองที่เกี่ยวกับการเลือกตั้งระบบใหม่ของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานคร” *วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาสื่อมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์ (2551) “การรณรงค์ทางการเมือง” ใน *ประมวลสาระชุดวิชาการสื่อสารทางการเมือง* หน่วยที่ 8 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชารัฐศาสตร์
- ภนชกร กุลสันต์ (2550) “อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของข้าราชการ”
- ภาคภูมิ แหว่งชัย (2546) “ความสัมพันธ์ของการมีส่วนร่วมทางการเมืองกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในด้านการเมืองทางสื่อโทรทัศน์ของประชาชนมุสลิมในเขตกรุงเทพมหานคร”

- ยุทธพร อิศรชัย (2551) “การสื่อสารทางการเมืองกับกระแสโลกาภิวัตน์” ใน *ประมวลสาระชุดวิชาการสื่อสารทางการเมือง* หน่วยที่ 15 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชารัฐศาสตร์
- รสลิน ศิริยะพันธุ์ (2551) “ปัญหาพัฒนาการทางการเมืองไทยภายหลังการเลือกตั้งทั่วไปวันที่ 23 ธันวาคม 2550” 26 ปี รัฐศาสตร์ มสธ. กรุงเทพมหานคร พิมพ์อักษร
- รัตนา ปัญญาดี (2551) “การสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง” ใน *ประมวลสาระชุดวิชาการสื่อสารทางการเมือง* หน่วยที่ 9 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชารัฐศาสตร์
- วัลลภ ลำพวย (2551) “แนวคิดและกระบวนการสื่อสารทางการเมือง” *ชุดวิชาการสื่อสารทางการเมือง* หน่วยที่ 3 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชารัฐศาสตร์
- วิวัฒน์ เขียมไพรวัน (2551) “ปัญหาการสร้างความเป็นสถาบันของระบอบประชาธิปไตยในระบบการเมืองไทย” 26 ปี รัฐศาสตร์ มสธ. กรุงเทพมหานคร พิมพ์อักษร
- วิทยาธร ท่อแก้ว (2551) “การสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง” ใน *ประมวลสาระชุดวิชาการสื่อสารทางการเมือง* หน่วยที่ 9 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชารัฐศาสตร์
- วิศาล ปัญจสกุลวงศ์ (2548) “พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากสื่อมวลชนและการมีส่วนร่วมทางการเมืองของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร”
- ศุภชัย ยาวะประภาสและปิยากร หวังมหาพร (2551) “การสื่อสารทางการเมืองภาครัฐ” ใน *ประมวลสาระชุดวิชาการสื่อสารทางการเมือง* หน่วยที่ 9 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชารัฐศาสตร์
- ลีดา สอนศรี (2551) “การสื่อสารทางการเมืองภาคประชาชน” ใน *ประมวลสาระชุดวิชาการสื่อสารทางการเมือง* หน่วยที่ 9 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชารัฐศาสตร์
- สุรพงษ์ ไสธอนะเสถียร (2546) “การสื่อสารทางการเมืองในสังคมไทย” *เอกสารประกอบการบรรยาย* สถาบันพระปกเกล้า 17 ธันวาคม 2546
- สุรศักดิ์ จิรวัดรัมย์กุล (2551) “การบริหารการสื่อสารและสารสนเทศทางการเมือง” ใน *ประมวลสาระชุดวิชาการสื่อสารทางการเมือง* หน่วยที่ 5 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชารัฐศาสตร์
- สถาบันพระปกเกล้า (2550) “รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550” กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์คณะรัฐมนตรีและราชกิจจานุเบกษา
- อมร รักษาสัตย์ (2550) “ความคิดทางการเมืองและประเด็นสำคัญเกี่ยวกับการเมืองการปกครองจากยุคโบราณถึงปัจจุบัน” ใน *ประมวลสาระชุดวิชาการเมืองการปกครองไทย* หน่วยที่ 1 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชารัฐศาสตร์

Atkin, C.K (1981). “Mass Media Information Campaign Effectiveness”, in R.E. Rice FW.J
Paisley.

Ericson, Jim (1998). “The World on a Wire”, 17 April P. 45

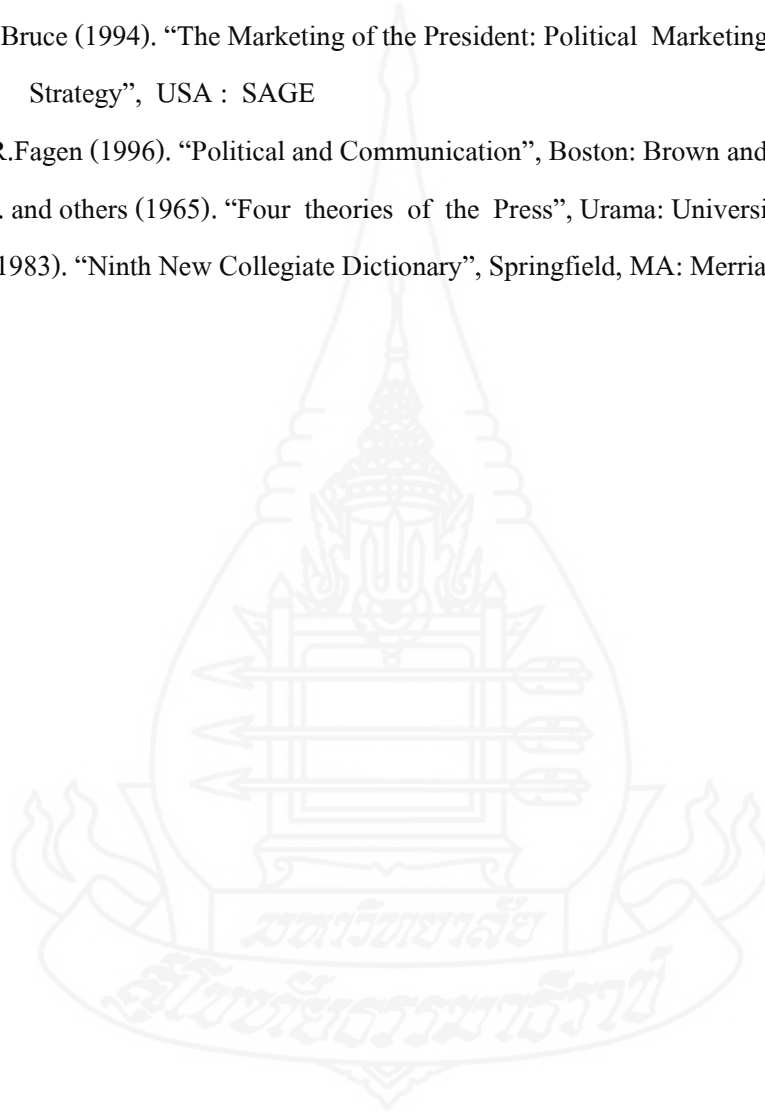
Micheal , Rush and Phillip, Althoff (1971). “An Introduction to Political Sociology”, London:
Thomas Nelson and sons, Ltd.

Newman, Bruce (1994). “The Marketing of the President: Political Marketing as Campaign
Strategy”, USA : SAGE

Richard, R.Fagen (1996). “Political and Communication”, Boston: Brown and Company

Siebert, R. and others (1965). “Four theories of the Press”, Urama: University of Illinois Press.

Webster (1983). “Ninth New Collegiate Dictionary”, Springfield, MA: Merrian – Webster.





ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามโดยโปรแกรม SPSS

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามโดยโปรแกรม SPSS

T-TEST GROUPS=เพศ(1 2)
 /MISSING=ANALYSIS
 /VARIABLES=รวมส่วนที่3 รวมส่วนที่4 รวมส่วนที่5 ภาพรวม
 /CRITERIA=CI(.9500).

t-Test

Notes

Output Created		23-ธ.ค.-2553, 21 นาฬิกา 16 นาที
Comments		
Input	Data	C:\Users\คอม\Desktop\เพื่อนที่เฝ้า\จากที่เฝ้า 2\data.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data	400
	File	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis.
Syntax		T-TEST GROUPS=เพศ(1 2) /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=รวมส่วนที่3 รวมส่วนที่4 รวมส่วนที่5 ภาพรวม /CRITERIA=CI(.9500).
Resources	Processor Time	00 นาฬิกา 0 นาที
	Elapsed Time	00 นาฬิกา 0 นาที

Group Statistics

เพศ	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	
รวมส่วนที่3	ชาย	153	4.4497	.44235	.03576
	หญิง	247	4.1976	.48110	.03061
รวมส่วนที่4	ชาย	153	2.2438	.54650	.04418
	หญิง	247	2.2737	.46416	.02953

รวมส่วนที่5	ชาย	153	2.0307	.49501	.04002
	หญิง	247	2.0089	.41152	.02618
ภาพรวม	ชาย	153	2.9081	.36937	.02986
	หญิง	247	2.8267	.31813	.02024

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances	
		F	Sig.
รวมส่วนที่3	Equal variances assumed	2.246	.135
	Equal variances not assumed		
รวมส่วนที่4	Equal variances assumed	25.180	.000
	Equal variances not assumed		
รวมส่วนที่5	Equal variances assumed	13.779	.000
	Equal variances not assumed		
ภาพรวม	Equal variances assumed	12.870	.000
	Equal variances not assumed		

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means			
		t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference
รวมส่วนที่3	Equal variances assumed	5.251	398	.000	.25210
	Equal variances not assumed	5.355	342.675	.000	.25210
รวมส่วนที่4	Equal variances assumed	-.584	398	.559	-.02989
	Equal variances not assumed	-.562	283.243	.574	-.02989
รวมส่วนที่5	Equal variances assumed	.476	398	.634	.02181
	Equal variances not assumed	.456	278.467	.649	.02181
ภาพรวม	Equal variances assumed	2.335	398	.020	.08134
	Equal variances not assumed	2.255	286.416	.025	.08134

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means		
		Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
			Lower	Upper
รวมส่วนที่3	Equal variances assumed	.04801	.15771	.34649
	Equal variances not assumed	.04707	.15951	.34469
รวมส่วนที่4	Equal variances assumed	.05115	-.13046	.07067
	Equal variances not assumed	.05314	-.13450	.07471
รวมส่วนที่5	Equal variances assumed	.04581	-.06825	.11187
	Equal variances not assumed	.04782	-.07233	.11596
ภาพรวม	Equal variances assumed	.03484	.01285	.14983
	Equal variances not assumed	.03608	.01033	.15235

T-TEST GROUPS=อายุ(1 2)
 /MISSING=ANALYSIS
 /VARIABLES=รวมส่วนที่3 รวมส่วนที่4 รวมส่วนที่5 ภาพรวม
 /CRITERIA=CI(.9500).

T-Test

Notes

Output Created		23-ธ.ค.-2553, 21 นาฬิกา 17 นาที
Comments		
Input	Data	C:\Users\คอม\Desktop\เพื่อนที่เฝ้าจากที่เฝ้า 2\data.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data	400
	File	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.

Cases Used		Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis. T-TEST GROUPS=อายุ(1 2) /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=รวมส่วนที่3 รวมส่วนที่4 รวมส่วนที่5 ภาพรวม /CRITERIA=CI(.9500).
Syntax		
Resources	Processor Time	00 นาฬิกา 0 นาที
	Elapsed Time	00 นาฬิกา 0 นาที

Group Statistics

อายุ	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	
รวมส่วนที่3	ต่ำกว่า 30 ปี	281	4.2463	.53076	.03166
	31-40 ปี	119	4.4067	.31427	.02881
รวมส่วนที่4	ต่ำกว่า 30 ปี	281	2.3982	.49580	.02958
	31-40 ปี	119	1.9412	.32139	.02946
รวมส่วนที่5	ต่ำกว่า 30 ปี	281	2.1100	.47114	.02811
	31-40 ปี	119	1.7983	.27121	.02486
ภาพรวม	ต่ำกว่า 30 ปี	281	2.9181	.37151	.02216
	31-40 ปี	119	2.7154	.18815	.01725

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances	
		F	Sig.
รวมส่วนที่3	Equal variances assumed	50.716	.000
	Equal variances not assumed		
รวมส่วนที่4	Equal variances assumed	26.741	.000
	Equal variances not assumed		
รวมส่วนที่5	Equal variances assumed	47.517	.000
	Equal variances not assumed		
ภาพรวม	Equal variances assumed	45.928	.000

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances	
		F	Sig.
รวมส่วนที่3	Equal variances assumed	50.716	.000
	Equal variances not assumed		
รวมส่วนที่4	Equal variances assumed	26.741	.000
	Equal variances not assumed		
รวมส่วนที่5	Equal variances assumed	47.517	.000
	Equal variances not assumed		
ภาพรวม	Equal variances assumed	45.928	.000
	Equal variances not assumed		

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means			
		t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference
รวมส่วนที่3	Equal variances assumed	-3.076	398	.002	-.16046
	Equal variances not assumed	-3.748	356.205	.000	-.16046
รวมส่วนที่4	Equal variances assumed	9.262	398	.000	.45704
	Equal variances not assumed	10.948	333.115	.000	.45704
รวมส่วนที่5	Equal variances assumed	6.754	398	.000	.31165
	Equal variances not assumed	8.305	362.687	.000	.31165
ภาพรวม	Equal variances assumed	5.651	398	.000	.20274
	Equal variances not assumed	7.219	385.944	.000	.20274

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means	
		Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference

			Lower	Upper
รวมส่วนที่3	Equal variances assumed	.05216	-.26301	-.05791
	Equal variances not assumed	.04281	-.24465	-.07627
รวมส่วนที่4	Equal variances assumed	.04935	.36003	.55406
	Equal variances not assumed	.04175	.37492	.53916
รวมส่วนที่5	Equal variances assumed	.04614	.22094	.40235
	Equal variances not assumed	.03752	.23785	.38544
ภาพรวม	Equal variances assumed	.03588	.13221	.27327
	Equal variances not assumed	.02808	.14753	.25796

T-TEST GROUPS=สถานะ(1 2)

/MISSING=ANALYSIS

/VARIABLES=รวมส่วนที่3 รวมส่วนที่4 รวมส่วนที่5 ภาพรวม

/CRITERIA=CI(.9500).

T-Test

Notes

Output Created		23-ธ.ค.-2553, 21 นาฬิกา 17 นาที
Comments		
Input	Data	C:\Users\คอม\Desktop\เพื่อนที่เฝ้าจากที่เฝ้า
		2\data.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data	400
	File	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis.

Syntax	T-TEST GROUPS=สถานะ(1 2) /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=รวมส่วนที่3 รวมส่วนที่4 รวมส่วนที่ 5 ภาพรวม /CRITERIA=CI(.9500).	
Resources	Processor Time	00 นาที 0 นาที
	Elapsed Time	00 นาที 0 นาที

Group Statistics

	สถานะ	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
รวมส่วนที่3	โสด	307	4.3397	.49907	.02848
	สมรส	93	4.1430	.38600	.04003
รวมส่วนที่4	โสด	307	2.2883	.47540	.02713
	สมรส	93	2.1763	.55588	.05764
รวมส่วนที่5	โสด	307	2.0212	.44667	.02549
	สมรส	93	2.0043	.44083	.04571
ภาพรวม	โสด	307	2.8831	.32852	.01875
	สมรส	93	2.7746	.36704	.03806

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances	
		F	Sig.
รวมส่วนที่3	Equal variances assumed	5.224	.023
	Equal variances not assumed		
รวมส่วนที่4	Equal variances assumed	6.305	.012
	Equal variances not assumed		
รวมส่วนที่5	Equal variances assumed	.142	.707
	Equal variances not assumed		
ภาพรวม	Equal variances assumed	5.143	.024
	Equal variances not assumed		

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means			
		t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference
รวมส่วนที่3	Equal variances assumed	3.497	398	.001	.19673
	Equal variances not assumed	4.005	193.823	.000	.19673
รวมส่วนที่4	Equal variances assumed	1.910	398	.057	.11193
	Equal variances not assumed	1.757	135.288	.081	.11193
รวมส่วนที่5	Equal variances assumed	.320	398	.749	.01687
	Equal variances not assumed	.322	153.658	.748	.01687
ภาพรวม	Equal variances assumed	2.714	398	.007	.10851
	Equal variances not assumed	2.557	139.600	.012	.10851

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means		
		Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
			Lower	Upper
รวมส่วนที่3	Equal variances assumed	.05626	.08612	.30734
	Equal variances not assumed	.04913	.09984	.29362
รวมส่วนที่4	Equal variances assumed	.05861	-.00329	.22715
	Equal variances not assumed	.06371	-.01406	.23792
รวมส่วนที่5	Equal variances assumed	.05271	-.08676	.12050
	Equal variances not assumed	.05234	-.08653	.12027
ภาพรวม	Equal variances assumed	.03999	.02990	.18712
	Equal variances not assumed	.04243	.02463	.19239

T-TEST GROUPS=ระดับการศึกษา(3 4)

/MISSING=ANALYSIS

/VARIABLES=รวมส่วนที่3 รวมส่วนที่4 รวมส่วนที่5 ภาพรวม

/CRITERIA=CI(.9500).

T-Test

Notes	
Output Created	23-ธ.ค.-2553, 21 นาฬิกา 18 นาที
Comments	
Input	Data
	C:\Users\คอม\Desktop\เพื่อนที่เฝ้า\จากที่เฝ้า
	2\data.sav
	Active Dataset
	DataSet1
	Filter
	<none>
	Weight
	<none>
	Split File
	<none>
	N of Rows in Working Data
	400
	File
Missing Value Handling	Definition of Missing
	User defined missing values are treated as missing.
	Cases Used
	Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis.
Syntax	T-TEST GROUPS=ระดับการศึกษา(3 4)
	/MISSING=ANALYSIS
	/VARIABLES=รวมส่วนที่3 รวมส่วนที่4 รวมส่วนที่5 ภาพรวม
	/CRITERIA=CI(.9500).
Resources	Processor Time
	00 นาฬิกา 0 นาที
	Elapsed Time
	00 นาฬิกา 0 นาที

Group Statistics

ระดับการศึกษา	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
รวมส่วนที่3				
ปวช.,ปวส.,อนุปริญญา	39	3.9051	.57260	.09169
ปริญญาตรี	361	4.3360	.45244	.02381
รวมส่วนที่4				
ปวช.,ปวส.,อนุปริญญา	39	2.1000	.24815	.03974
ปริญญาตรี	361	2.2798	.51371	.02704

รวมส่วนที่5	ปวช.,ปวส.,อนุปริญญา	39	1.9128	.41306	.06614
	ปริญญาตรี	361	2.0285	.44720	.02354
ภาพรวม	ปวช.,ปวส.,อนุปริญญา	39	2.6393	.10757	.01723
	ปริญญาตรี	361	2.8814	.34864	.01835

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances	
		F	Sig.
รวมส่วนที่3	Equal variances assumed	12.741	.000
	Equal variances not assumed		
รวมส่วนที่4	Equal variances assumed	24.466	.000
	Equal variances not assumed		
รวมส่วนที่5	Equal variances assumed	.185	.667
	Equal variances not assumed		
ภาพรวม	Equal variances assumed	32.775	.000
	Equal variances not assumed		

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means			
		t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference
รวมส่วนที่3	Equal variances assumed	-5.494	398	.000	-.43088
	Equal variances not assumed	-4.549	43.278	.000	-.43088
รวมส่วนที่4	Equal variances assumed	-2.157	398	.032	-.17978
	Equal variances not assumed	-3.741	79.532	.000	-.17978
รวมส่วนที่5	Equal variances assumed	-1.546	398	.123	-.11571
	Equal variances not assumed	-1.648	48.152	.106	-.11571
ภาพรวม	Equal variances assumed	-4.311	398	.000	-.24212
	Equal variances not assumed	-9.621	152.454	.000	-.24212

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means		
		Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
			Lower	Upper
รวมส่วนที่3	Equal variances assumed	.07842	-.58505	-.27671
	Equal variances not assumed	.09473	-.62189	-.23988
รวมส่วนที่4	Equal variances assumed	.08336	-.34366	-.01590
	Equal variances not assumed	.04806	-.27543	-.08412
รวมส่วนที่5	Equal variances assumed	.07485	-.26286	.03144
	Equal variances not assumed	.07021	-.25686	.02544
ภาพรวม	Equal variances assumed	.05617	-.35255	-.13170
	Equal variances not assumed	.02517	-.29185	-.19240

ONEWAY รวมส่วนที่3 รวมส่วนที่4 รวมส่วนที่5 ภาพรวม BY อาชีพ
 /STATISTICS DESCRIPTIVES
 /MISSING ANALYSIS
 /POSTHOC=LSD ALPHA(0.05).

Oneway

Notes

Output Created	23-ธ.ค.-2553, 21 นาที 19 นาที	
Comments		
Input	Data	C:\Users\คอม\Desktop\เพื่อนที่เฝ้าจากที่เฝ้า 2\data.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data	400
	File	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.

Syntax	Cases Used	Statistics for each analysis are based on cases with no missing data for any variable in the analysis. ONEWAY รวมส่วนที่3 รวมส่วนที่4 รวมส่วนที่5 ภาพรวม BY อาชีพ /STATISTICS DESCRIPTIVES /MISSING ANALYSIS /POSTHOC=LSD ALPHA(0.05).
	Resources	Processor Time 00 นาที 0 นาที Elapsed Time 00 นาที 0 นาที

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error
รวมส่วนที่3	รับจ้าง/บริษัทเอกชน	240	4.2429	.54783	.03536
	ธุรกิจส่วนตัว	81	4.3099	.44148	.04905
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	26	4.5077	.11635	.02282
	อื่นๆ	53	4.3962	.22529	.03095
	Total	400	4.2940	.48197	.02410
รวมส่วนที่4	รับจ้าง/บริษัทเอกชน	240	2.3083	.50720	.03274
	ธุรกิจส่วนตัว	81	2.1753	.57609	.06401
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	26	2.5000	.40792	.08000
	อื่นๆ	53	2.0698	.18249	.02507
	Total	400	2.2623	.49681	.02484
รวมส่วนที่5	รับจ้าง/บริษัทเอกชน	240	2.0567	.42794	.02762
	ธุรกิจส่วนตัว	81	2.0309	.57850	.06428
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	26	2.0654	.39794	.07804
	อื่นๆ	53	1.7943	.16221	.02228
	Total	400	2.0173	.44483	.02224
ภาพรวม	รับจ้าง/บริษัทเอกชน	240	2.8693	.39427	.02545
	ธุรกิจส่วนตัว	81	2.8387	.23508	.02612
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	26	3.0244	.29643	.05814
	อื่นๆ	53	2.7535	.14739	.02025
	Total	400	2.8578	.34050	.01702

Descriptives

		95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
		Lower Bound	Upper Bound		
รวมส่วนที่3	รับจ้าง/บริษัทเอกชน	4.1733	4.3126	3.10	5.00
	ธุรกิจส่วนตัว	4.2123	4.4075	3.70	4.80
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.4607	4.5547	4.40	4.80
	อื่นๆ	4.3341	4.4583	4.10	4.70
	Total	4.2466	4.3414	3.10	5.00
รวมส่วนที่4	รับจ้าง/บริษัทเอกชน	2.2438	2.3728	1.50	3.40
	ธุรกิจส่วนตัว	2.0479	2.3027	1.50	3.10
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	2.3352	2.6648	2.10	2.90
	อื่นๆ	2.0195	2.1201	1.80	2.30
	Total	2.2134	2.3111	1.50	3.40
รวมส่วนที่5	รับจ้าง/บริษัทเอกชน	2.0022	2.1111	1.30	3.10
	ธุรกิจส่วนตัว	1.9029	2.1588	1.30	3.00
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	1.9047	2.2261	1.50	2.50
	อื่นๆ	1.7496	1.8391	1.40	2.10
	Total	1.9735	2.0610	1.30	3.10
ภาพรวม	รับจ้าง/บริษัทเอกชน	2.8192	2.9194	2.17	3.77
	ธุรกิจส่วนตัว	2.7867	2.8907	2.53	3.20
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	2.9046	3.1441	2.67	3.40
	อื่นๆ	2.7128	2.7941	2.47	2.97
	Total	2.8244	2.8913	2.17	3.77

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
รวมส่วนที่3	Between Groups	2.388	3	.796	3.491	.016
	Within Groups	90.298	396	.228		
	Total	92.686	399			
รวมส่วนที่4	Between Groups	4.554	3	1.518	6.400	.000
	Within Groups	93.926	396	.237		
	Total	98.480	399			
รวมส่วนที่5	Between Groups	3.082	3	1.027	5.362	.001
	Within Groups	75.869	396	.192		
	Total	78.951	399			
ภาพรวม	Between Groups	1.360	3	.453	3.997	.008
	Within Groups	44.900	396	.113		

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
รวมส่วนที่3	Between Groups	2.388	3	.796	3.491	.016
	Within Groups	90.298	396	.228		
	Total	92.686	399			
รวมส่วนที่4	Between Groups	4.554	3	1.518	6.400	.000
	Within Groups	93.926	396	.237		
	Total	98.480	399			
รวมส่วนที่5	Between Groups	3.082	3	1.027	5.362	.001
	Within Groups	75.869	396	.192		
	Total	78.951	399			
ภาพรวม	Between Groups	1.360	3	.453	3.997	.008
	Within Groups	44.900	396	.113		
	Total	46.260	399			

Post Hoc Test

Multiple Comparisons

LSD

Dependent Variable	(I) อาชีพ	(J) อาชีพ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
รวมส่วนที่3	รับจ้าง/บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	-.06696	.06136	.276
		รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	-.26478*	.09859	.008
		อื่นๆ	-.15331*	.07247	.035
	ธุรกิจส่วนตัว	รับจ้าง/บริษัทเอกชน	.06696	.06136	.276
		รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	-.19782	.10764	.067
		อื่นๆ	-.08635	.08437	.307
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	รับจ้าง/บริษัทเอกชน	.26478*	.09859	.008
		ธุรกิจส่วนตัว	.19782	.10764	.067
		อื่นๆ	.11147	.11434	.330
	อื่นๆ	รับจ้าง/บริษัทเอกชน	.15331*	.07247	.035
		ธุรกิจส่วนตัว	.08635	.08437	.307
		รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	-.11147	.11434	.330
รวมส่วนที่4	รับจ้าง/บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	.13302*	.06258	.034
		รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	-.19167	.10055	.057
		อื่นๆ	.23852*	.07392	.001
	ธุรกิจส่วนตัว	รับจ้าง/บริษัทเอกชน	-.13302*	.06258	.034
		รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	-.32469*	.10978	.003

	อื่นๆ		.10550	.08604	.221	
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	รับจ้าง/บริษัทเอกชน		.19167	.10055	.057	
		ธุรกิจส่วนตัว	.32469*	.10978	.003	
		อื่นๆ	.43019*	.11661	.000	
อื่นๆ	รับจ้าง/บริษัทเอกชน		-.23852*	.07392	.001	
		ธุรกิจส่วนตัว	-.10550	.08604	.221	
		รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	-.43019*	.11661	.000	
รวมส่วนที่5	รับจ้าง/บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	.02580	.05625	.647	
		รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	-.00872	.09037	.923	
		อื่นๆ	.26233*	.06643	.000	
	ธุรกิจส่วนตัว	รับจ้าง/บริษัทเอกชน		-.02580	.05625	.647
			รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	-.03452	.09866	.727
			อื่นๆ	.23652*	.07733	.002
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	รับจ้าง/บริษัทเอกชน		.00872	.09037	.923
			ธุรกิจส่วนตัว	.03452	.09866	.727
			อื่นๆ	.27104*	.10480	.010
	อื่นๆ	รับจ้าง/บริษัทเอกชน		-.26233*	.06643	.000
			ธุรกิจส่วนตัว	-.23652*	.07733	.002
			รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	-.27104*	.10480	.010
ภาพรวม	รับจ้าง/บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	.03062	.04327	.480	
		รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	-.15505*	.06952	.026	
		อื่นๆ	.11585*	.05111	.024	
	ธุรกิจส่วนตัว	รับจ้าง/บริษัทเอกชน		-.03062	.04327	.480
			รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	-.18568*	.07590	.015
			อื่นๆ	.08522	.05949	.153
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	รับจ้าง/บริษัทเอกชน		.15505*	.06952	.026
			ธุรกิจส่วนตัว	.18568*	.07590	.015
			อื่นๆ	.27090*	.08062	.001
	อื่นๆ	รับจ้าง/บริษัทเอกชน		-.11585*	.05111	.024
			ธุรกิจส่วนตัว	-.08522	.05949	.153
			รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	-.27090*	.08062	.001

Multiple Comparisons

LSD

Dependent Variable	(I) อาชีพ	(J) อาชีพ	95% Confidence Interval	
			Lower Bound	Upper Bound
รวมส่วนที่3	รับจ้าง/บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	-.1876	.0537
		รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	-.4586	-.0709

		อื่นๆ	-2958	-0108
	ธุรกิจส่วนตัว	รับจ้าง/บริษัทเอกชน	-0537	.1876
		รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	-4094	.0138
		อื่นๆ	-2522	.0795
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	รับจ้าง/บริษัทเอกชน	.0709	.4586
		ธุรกิจส่วนตัว	-0138	.4094
		อื่นๆ	-1133	.3362
	อื่นๆ	รับจ้าง/บริษัทเอกชน	.0108	.2958
		ธุรกิจส่วนตัว	-0795	.2522
		รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	-3362	.1133
รวมส่วนที่4	รับจ้าง/บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	.0100	.2561
		รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	-3894	.0060
		อื่นๆ	.0932	.3838
	ธุรกิจส่วนตัว	รับจ้าง/บริษัทเอกชน	-2561	-0100
		รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	-5405	-1.089
		อื่นๆ	-0637	.2747
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	รับจ้าง/บริษัทเอกชน	-0060	.3894
		ธุรกิจส่วนตัว	.1089	.5405
		อื่นๆ	.2009	.6594
	อื่นๆ	รับจ้าง/บริษัทเอกชน	-3838	-0.932
		ธุรกิจส่วนตัว	-2747	.0637
		รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	-6594	-2.009
รวมส่วนที่5	รับจ้าง/บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	-0848	.1364
		รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	-1864	.1690
		อื่นๆ	.1317	.3929
	ธุรกิจส่วนตัว	รับจ้าง/บริษัทเอกชน	-1364	.0848
		รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	-2285	.1594
		อื่นๆ	.0845	.3886
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	รับจ้าง/บริษัทเอกชน	-1690	.1864
		ธุรกิจส่วนตัว	-1594	.2285
		อื่นๆ	.0650	.4771
	อื่นๆ	รับจ้าง/บริษัทเอกชน	-3929	-1.317
		ธุรกิจส่วนตัว	-3886	-0.845
		รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	-4771	-0.650
ภาพรวม	รับจ้าง/บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	-0544	.1157
		รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	-2917	-0.184
		อื่นๆ	.0154	.2163
	ธุรกิจส่วนตัว	รับจ้าง/บริษัทเอกชน	-1157	.0544

	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ		- .3349		- .0365
	อื่นๆ		- .0317		.2022
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	รับจ้าง/บริษัทเอกชน		.0184		.2917
	ธุรกิจส่วนตัว		.0365		.3349
	อื่นๆ		.1124		.4294
อื่นๆ	รับจ้าง/บริษัทเอกชน		- .2163		- .0154
	ธุรกิจส่วนตัว		- .2022		.0317
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ		- .4294		- .1124

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามโดยโปรแกรม SPSS (ต่อเนื่อง)

FREQUENCIES VARIABLES=เพศ อายุ สถานะ ระดับการศึกษา อาชีพ ศาสนา b1 b2 b3 b4 b5
b6 b7 b8
/ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

		Notes
Output Created		23-ธ.ค.-2553, 21 นาฬิกา 14 นาที
Comments		
Input	Data	C:\Users\คอม\Desktop\เพื่อนที่แ้ว\จากที่แ้ว 2\data.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	400
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=เพศ อายุ สถานะ ระดับการศึกษา อาชีพ ศาสนา b1 b2 b3 b4 b5 b6 b7 b8 /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time	00 นาฬิกา 0 นาที

Notes

Output Created	23-ธ.ค.-2553, 21 นาฬิกา 14 นาที	
Comments		
Input	Data	C:\Users\คอม\Desktop\เพื่อนที่แ้ว\จากที่แ้ว
		2\data.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data	400
	File	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=เพศ อายุ สถานะ ระดับการศึกษา อาชีพ ศาสนา b1 b2 b3 b4 b5 b6 b7 b8 /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time	00 นาฬิกา 0 นาที
	Elapsed Time	00 นาฬิกา 0 นาที

Statistics

		เพศ	อายุ	สถานะ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	ศาสนา
N	Valid	400	400	400	400	400	400
	Missing	0	0	0	0	0	0

Statistics

		b1	b2	b3	b4	b5	b6
N	Valid	400	400	400	400	400	400
	Missing	0	0	0	0	0	0

Statistics

		b7	b8
N	Valid	400	0
	Missing	0	400

Frequency Table

เพศ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ชาย	153	38.3	38.3	38.3
หญิง	247	61.8	61.8	100.0
Total	400	100.0	100.0	

อายุ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ต่ำกว่า 30 ปี	281	70.3	70.3	70.3
31-40 ปี	119	29.8	29.8	100.0
Total	400	100.0	100.0	

สถานะ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid โสด	307	76.8	76.8	76.8
สมรส	93	23.3	23.3	100.0
Total	400	100.0	100.0	

ระดับการศึกษา

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ปวช.,ปวส.,อนุปริญญา	39	9.8	9.8	9.8
ปริญญาตรี	361	90.3	90.3	100.0
Total	400	100.0	100.0	

อาชีพ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid รับจ้าง/บริษัทเอกชน	240	60.0	60.0	60.0
ธุรกิจส่วนตัว	81	20.3	20.3	80.3
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	26	6.5	6.5	86.8
อื่นๆ	53	13.3	13.3	100.0
Total	400	100.0	100.0	

ศาสนา

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid พุทธ	381	95.3	95.3	95.3
คริสต์	10	2.5	2.5	97.8
อิสลาม	9	2.3	2.3	100.0
Total	400	100.0	100.0	

b1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	108	27.0	27.0	27.0
2	106	26.5	26.5	53.5
3	107	26.8	26.8	80.3
4	79	19.8	19.8	100.0
Total	400	100.0	100.0	

b2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	53	13.3	13.3	13.3
2	80	20.0	20.0	33.3
3	105	26.3	26.3	59.5
4	67	16.8	16.8	76.3
5	95	23.8	23.8	100.0
Total	400	100.0	100.0	

b3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	13	3.3	3.3	3.3
2	39	9.8	9.8	13.0
3	268	67.0	67.0	80.0
4	39	9.8	9.8	89.8
5	41	10.3	10.3	100.0

b3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	13	3.3	3.3	3.3
	2	39	9.8	9.8	13.0
	3	268	67.0	67.0	80.0
	4	39	9.8	9.8	89.8
	5	41	10.3	10.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

b4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	89	22.3	22.3	22.3
	2	12	3.0	3.0	25.3
	3	23	5.8	5.8	31.0
	4	276	69.0	69.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

b5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	44	11.0	11.0	11.0
	2	5	1.3	1.3	12.3
	3	13	3.3	3.3	15.5
	4	3	.8	.8	16.3
	5	335	83.8	83.8	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

b6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	214	53.5	53.5	53.5
	2	173	43.3	43.3	96.8
	3	13	3.3	3.3	100.0

b6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	214	53.5	53.5	53.5
	2	173	43.3	43.3	96.8
	3	13	3.3	3.3	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

b7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	185	46.3	46.3	46.3
	2	175	43.8	43.8	90.0
	3	40	10.0	10.0	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

b8

		Frequency	Percent
Missing	System	400	100.0

DESCRIPTIVES VARIABLES=c1 c2 c3 c4 c5 c6 c7 c8 c9 c10 รวมส่วนที่3 d1 d2 d3 d4
d5 d6 d7 d8 d9 d10 รวมส่วนที่4 e1 e2 e3 e4 e5 e6 e7 e8
e9 e10 รวมส่วนที่5
/STATISTICS=MEAN STDDEV MIN MAX.

Descriptives

Notes

Output Created		23-ธ.ค.-2553, 21 นาฬิกา 15 นาที
Comments		
Input	Data	C:\Users\คอม\Desktop\เพื่อนที่เฝ้า\จากที่เฝ้า
		2\data.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>

	N of Rows in Working Data	400
	File	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	All non-missing data are used.
Syntax		DESCRIPTIVES VARIABLES=c1 c2 c3 c4 c5 c6 c7 c8 c9 c10 รวมส่วนที่3 d1 d2 d3 d4 d5 d6 d7 d8 d9 d10 รวมส่วนที่4 e1 e2 e3 e4 e5 e6 e7 e8 e9 e10 รวมส่วนที่5 /STATISTICS=MEAN STDDEV MIN MAX.
Resources	Processor Time	00 นาที 0 วินาที
	Elapsed Time	00 นาที 0 วินาที

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
c1	400	1	5	3.84	1.097
c2	400	3	5	4.37	.752
c3	400	3	6	4.34	.752
c4	400	3	6	4.35	.754
c5	400	3	5	4.32	.752
c6	400	3	5	4.31	.753
c7	400	3	5	4.40	.715
c8	400	3	5	4.40	.759
c9	400	3	5	4.34	.744
c10	400	3	5	4.26	.772
รวมส่วนที่3	400	3.10	5.00	4.2940	.48197
d1	400	3	5	4.34	.745
d2	400	1	5	1.94	1.131
d3	400	1	5	2.17	1.217
d4	400	1	5	2.23	1.174
d5	400	1	5	1.80	1.118
d6	400	1	5	2.13	1.362
d7	400	1	5	2.03	1.109
d8	400	1	5	2.12	1.201
d9	400	1	4	1.93	1.000
d10	400	1	5	1.93	.994
รวมส่วนที่4	400	1.50	3.40	2.2623	.49681

e1	400	1	5	2.04	1.118
e2	400	1	5	1.94	1.131
e3	400	1	5	2.17	1.217
e4	400	1	5	2.23	1.174
e5	400	1	5	1.80	1.118
e6	400	1	5	2.13	1.362
e7	400	1	5	2.03	1.109
e8	400	1	5	2.21	1.189
e9	400	1	4	1.77	.937
e10	400	1	5	1.84	.914
รวมส่วนที่5	400	1.30	3.10	2.0173	.44483
Valid N (listwise)	400				





ภาคผนวก ข
แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง

อิทธิพลของอินเทอร์เน็ตที่มีต่อการเมืองไทย ตั้งแต่ช่วงการเลือกตั้งวันที่ 23 ธันวาคม 2550-ปัจจุบัน

คำชี้แจง

1. ข้อมูลที่ท่านตอบในแบบสอบถามจะนำมาใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษาวิจัยเท่านั้น
2. โปรดตอบคำถามด้วยตนเองให้ครบทุกข้อ ตามความเป็นจริง
3. เลือกตอบโดยทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง () ที่กำหนดให้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

<input type="checkbox"/> 1. ชาย	<input type="checkbox"/> 2. หญิง
---------------------------------	----------------------------------
2. อายุ

<input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่า 30 ปี	<input type="checkbox"/> 2. 31 – 40 ปี
<input type="checkbox"/> 3. 41 – 50 ปี	<input type="checkbox"/> 4. 51 -- 60 ปี
3. สถานะ

<input type="checkbox"/> 1. โสด	<input type="checkbox"/> 2. สมรส
<input type="checkbox"/> 3. หม้าย	<input type="checkbox"/> 4. หย่า
4. ระดับการศึกษา

<input type="checkbox"/> 1. ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	<input type="checkbox"/> 2. มัธยมศึกษา
<input type="checkbox"/> 3. ปวช.,ปวส.,อนุปริญญา	<input type="checkbox"/> 4. ปริญญาตรี
<input type="checkbox"/> 5. ปริญญาโท	<input type="checkbox"/> 6. ปริญญาเอก
5. อาชีพ

<input type="checkbox"/> 1. รับจ้าง/บริษัทเอกชน	<input type="checkbox"/> 2. ธุรกิจส่วนตัว
<input type="checkbox"/> 3. รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	<input type="checkbox"/> 4. ค้าขาย
<input type="checkbox"/> 5. เกษียณ	<input type="checkbox"/> 6. อาชีพอิสระ
<input type="checkbox"/> 7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....	

6. ศาสนา

- () 1. พุทธ () 2. คริสต์
() 3. อิสลาม () 4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต

1. ความถี่ในการใช้อินเทอร์เน็ตของท่าน

- () 1. ทุกวัน () 2. นานๆ ครั้ง
() 3. สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง () 4. สัปดาห์ละ 1 ครั้ง
() 5. ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตเลย () 6. อื่นๆ

2. ท่านใช้ช่วงเวลาใดในการใช้อินเทอร์เน็ต

- () 1. ช่วงเช้าก่อนเข้าทำงาน () 2. ช่วงกลางวัน
() 3. ช่วงเวลาทำงาน () 4. ช่วงเวลาว่าง
() 5. ช่วงหลังจากเลิกงาน

3. ท่านใช้อินเทอร์เน็ตเพื่ออะไร

- () 1. อ่านข่าวการเมือง () 2. อ่านข่าวบันเทิง
() 3. อ่านข่าวสารทั่วไป () 4. รับ-ส่งอีเมลล์
() 5. เล่น MSN, Chat () 6. เล่นเกม
() 7. ค้นหาข้อมูลต่างๆ () 7. อื่นๆ

4. ความถี่ในการรับข่าวสารการเมืองทางอินเทอร์เน็ต

- () 1. เป็นประจำทุกวัน () 2. เมื่อมีข่าวที่น่าสนใจ
() 3. เป็นประจำสัปดาห์ละ 2-4 ครั้ง () 4. ไม่เคยรับข่าวสารทางการเมืองทางอินเทอร์เน็ต
() 5. เป็นประจำสัปดาห์ละครั้ง () 6. อื่นๆ

5. ท่านเคยแสดงความคิดเห็นทางการเมืองผ่านอินเทอร์เน็ตมากน้อยเพียงไร

- () 1. ทุกครั้งที่อ่านข่าว () 2. เกือบทุกครั้ง
() 3. บางครั้ง () 4. เมื่อมีข่าวที่น่าสนใจ
() 5. ไม่เคยแสดงความคิดเห็นใดๆ () 6. อื่นๆ

6. ท่านตรวจสอบข่าวสารทางการเมืองทางอินเทอร์เน็ตมากน้อยเพียงใด

- () 1. อ่านเพียงเว็บไซต์ที่ชื่นชอบ () 2. อ่านเว็บไซต์อื่นบ้าง
() 3. อ่านเว็บไซต์หลายๆ แห่งเพื่อตรวจสอบและเปรียบเทียบข้อมูล

7. หลังการเลือกตั้งวันที่ 23 ธันวาคม 2550 – ปัจจุบัน ท่านใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อวัตถุประสงค์ทางการเมืองมีความถี่อย่างไร

() 1. ความถี่เท่าเดิม

() 2. ความถี่น้อยลง

() 3. ความถี่มากขึ้น

8. เหตุผลของคำตอบในข้อ 7

.....

.....

ส่วนที่ 3 **อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อความรู้/ความเข้าใจ/ความคิด/ทัศนคติของการรับข่าวสารทางการเมืองของประชาชน**

ข้อคำถาม	ระดับความสำคัญ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
1. สื่ออินเทอร์เน็ตช่วยให้ท่านสามารถรับรู้ข่าวสารทางการเมืองได้อย่างรวดเร็ว					
2. สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่ทำให้ทราบข่าวสารทางการเมืองที่หลากหลาย					
3. ท่านใช้อินเทอร์เน็ตในการแสวงหาข้อมูลทางการเมือง					
4. ท่านติดตามข่าวเกี่ยวกับนักการเมืองทั้งหลายผ่านอินเทอร์เน็ต					
5. ข่าวสารทางอินเทอร์เน็ต มีผลทำให้ท่านมีความสนใจเกี่ยวกับการเมืองเท่าไร					
6. การได้ข้อมูลข่าวสารทางการเมืองจากอินเทอร์เน็ตทำให้ท่านยังคงติดตามข่าวจากสื่ออื่นๆ มากน้อยเพียงใด					
7. การได้รับข่าวสารทางอินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับนักการเมืองที่ท่านชื่นชอบ ทำให้ท่านเพิ่มการมีส่วนร่วมทางการเมือง					

ข้อคำถาม	ระดับความสำคัญ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
8. การได้รับข่าวสารทางอินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับความเสียหายของนักการเมืองที่ท่านชื่นชอบหรือความคิของนักการเมืองที่ท่านไม่ชื่นชอบ ทำให้ท่านเกิดความไม่พึงพอใจ					
9. การได้รับข่าวสารทางอินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับนักการเมืองที่ท่านชื่นชอบในทางเสียหายหรือนักการเมืองที่ท่านไม่ชื่นชอบในทางที่ดี สามารถชักจูงให้ท่านเสื่อมหรือเพิ่มความศรัทธาในนักการเมืองผู้นั้นได้					
10. การนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับนักการเมืองที่ท่านไม่ได้ชื่นชอบเป็นพิเศษทางอินเทอร์เน็ตในทางดีหรือไม่ดี ทำให้ท่านมีความรู้สึกด้อยตามกระแสข่าวเกี่ยวกับนักการเมืองผู้นั้นได้					

ส่วนที่ 4 อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อพฤติกรรมของประชาชนในฐานะผู้ส่งข่าวสารทางการเมือง

ข้อคำถาม	ระดับความสำคัญ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
1. ท่านใช้อีเมลล์ส่งข้อมูลของนักการเมืองที่ท่านชื่นชอบให้เพื่อนฝูงและผู้อื่น					
2. ท่านใช้อีเมลล์ส่งข้อมูลของนักการเมืองที่ท่านไม่ชอบเพื่อเผยแพร่ให้ผู้อื่นทราบ					

ข้อคำถาม	ระดับความสำคัญ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
3. ท่านชอบใช้ Twitter ในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางการเมืองกับผู้อื่น					
4. ท่านใช้ Facebook ในการเผยแพร่ นักการเมืองที่ท่านชื่นชอบ					
5. ท่านเปิดเว็บไซต์เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารทางการเมืองตามความคิดเห็นของท่าน					
6. ท่านชอบ chat กับสมาชิกใน network เพื่อเสนอความคิดเห็นของท่านเกี่ยวกับการเมือง					
7. ท่านชอบแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข่าวการเมืองประจำวันตามเว็บไซต์ข่าวต่างๆ					
8. ท่านใช้อินเตอร์เน็ตส่งแบบสอบถามเพื่อสำรวจความคิดเห็น (ทำโพลล์) เกี่ยวกับประเด็นทางการเมือง					
9. ท่านชอบแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการเมืองผ่านกระทู้ในอินเตอร์เน็ต					
10. ท่านชอบเสนอความคิดเห็นของท่านไปยังหน่วยงาน/องค์กรที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งรัฐบาลผ่านอินเตอร์เน็ต					

ส่วนที่ 5 อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน

● เพราะอิทธิพลจากการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตทำให้ท่านมีส่วนร่วมทางการเมือง ดังต่อไปนี้					
ข้อความ	ระดับความสำคัญ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
1. สื่ออินเทอร์เน็ตทำให้ท่านไปฟังคำบรรยายในการรณรงค์หาเสียงของนักการเมืองเป็นประจำ					
2. อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตทำให้ท่านไปร่วมชุมนุมทางการเมือง					
3. อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตทำให้ท่านไปร่วมเดินขบวนทางการเมือง					
4. อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตทำให้ท่านไปร่วมการประท้วงทางการเมือง					
5. อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตทำให้ท่านไปขึ้นเวทีไฮด์ปาร์ก					
6. อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตทำให้ท่านได้ชักชวนให้บุคคลรอบข้างไปร่วมกิจกรรมทางการเมืองตามข้อ 1-5					
7. ท่านสามารถใช้อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตช่วยหาเสียงให้นักการเมืองที่ท่านชื่นชอบ					
8. การเชิญชวนบนสื่ออินเทอร์เน็ตทำให้ท่านไปสังเกตการณ์การลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง เพื่อป้องกันการทุจริต					
9. การเชิญชวนบนสื่ออินเทอร์เน็ตทำให้ท่านไปใช้สิทธิในการลงคะแนนเสียง					
10. ท่านสามารถใช้อิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตชักชวนให้บุคคลรอบข้างไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง					

ข้อเสนอแนะ:

.....

.....

ขอบคุณสำหรับการตอบแบบสอบถาม



ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ	นางศรินทร เมธีวิชรานนท์
วัน เดือน ปีเกิด	15 พฤษภาคม 2492
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
ประวัติการศึกษา	ประกาศนียบัตรชั้นสูง หลักสูตรนักบริหารการยุติธรรมทาง ปกครองระดับสูง (บยป.) รุ่นที่ 2 วิทยาลัยการยุติธรรมทางปกครอง สำนักงานศาลปกครอง ประกาศนียบัตรชั้นสูง หลักสูตรผู้บริหารระดับสูง สถาบันวิทยาการตลาดทุน (วตท.) รุ่นที่ 5 ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ประกาศนียบัตรชั้นสูง หลักสูตรการเมืองการปกครองระบอบ ประชาธิปไตย สำหรับนักบริหารระดับสูง (ปปร.) รุ่นที่ 10 สถาบันพระปกเกล้า B.S. in Business Administration (Honors) University of Palm Beach, W. Palm Beach, Florida, U.S.A. มัธยมศึกษาปีที่ 5 สายวิทยาศาสตร์ (เกียรตินิยม) โรงเรียน มาแตร์เดอีวิทยาลัย
สถานที่ทำงาน	บริษัท ชาวเวอร์คิง แมนูแฟกเจอร์ริง จำกัด บริษัท เอสอาร์ แอดวานซ์ อินคัสตรีส์ จำกัด
ตำแหน่ง	ประธานกรรมการและผู้ก่อตั้ง