



การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสื่อสารทางการเมืองและการตัดสินใจเลือกตั้งของนักศึกษา ระดับอุดมศึกษาในจังหวัดสงขลา

Using of Social Media in Political Communication and Voting Decision in the Election of University Students in Songkhla Province

นุกูล ชิ่นฟัก^{1*}, วรลักษณ์ ลลิตศศิวิมล², อับดุลเราะมัน มอลอ³ และสามารถ วราดิศัย³
Nukool Chinfuk^{1*}, Worluck Lalitsasivimol², Abdulrohman Molo³
and Samart Waradisai³

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., ผู้ช่วยคณบดีคณะรัฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

¹ Assistant Professor Dr., Assistant Dean of Faculty of Political Science, Hatyai University.

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ,
มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

² Assistant Professor Dr., Director of Doctor of Philosophy in Business Administration, Hatyai University.

³ อาจารย์, คณะรัฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

³ Lecturer, Faculty of Political Science, Hatyai University

* Corresponding author, E-mail: nukool@hu.ac.th

บทคัดย่อ

การใช้โซเชียลมีเดียในการสืบค้นหาข้อมูลต่าง ๆ รวมถึงการประชาสัมพันธ์ การสื่อสารทางการเมือง เพื่อนำเสนอเรื่องราวของผู้สมัครรับเลือกตั้ง และพรรคการเมืองที่สังกัด โดยงานวิจัยนี้เป็นการติดตามสถานการณ์ทางการเมือง ระหว่างเดือนกันยายน พ.ศ. 2561 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2562 ระยะเวลา 6 เดือน ก่อนการเลือกตั้งในประเด็น การสื่อสารทางการเมือง โดยการสนทนากลุ่มนักศึกษา ในจังหวัดสงขลา ที่มีสิทธิเลือกตั้งตามระบอบประชาธิปไตย ซึ่งในแต่ละเดือนมีกลุ่มนักศึกษาเข้าร่วมสนทนากลุ่มจำนวน 50 คน ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ เป็นช่องทางในการตัดสินใจเลือกพรรคการเมือง นำไปสู่การเลือกตั้งในระบอบประชาธิปไตยที่จะเกิดขึ้นในวันที่ 24 มีนาคม 2562 ศกนี้ ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาเลือกใช้ช่องทางการสื่อสาร โดยเลือกใช้สื่อสังคมออนไลน์ ในแต่ละประเภท ดังนี้ (1) Face Book (2) Youtube (3) LINE ตามลำดับ และมีการใช้งานแต่ละประเภทมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยเฉพาะในช่วงระหว่าง เดือน มกราคม ถึง เดือน กุมภาพันธ์ 2562 ที่รัฐบาลประกาศวันเลือกตั้ง ส่งผลให้พรรคการเมืองต่าง ๆ ทำการสื่อสารทางการเมืองในทุกช่องทาง โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ ที่เป็นช่องทางที่รวดเร็ว และประหยัดค่าใช้จ่าย เมื่อได้ข้อมูลในระดับที่พอใจแล้ว กลุ่มนักศึกษาจะพิจารณาเลือกพรรคการเมือง ที่ทำประโยชน์ให้กับส่วนรวมและประเทศชาติ และนำไปสู่การเข้าคูหาเพื่อเลือกตั้งทั้งตัวบุคคล และเลือกพรรคการเมือง ข้อเสนอแนะ พรรคการเมืองต่าง ๆ สามารถใช้



ช่องทาง การสื่อสารทางการเมืองด้วยวิธีใช้สื่อสังคมออนไลน์ ในการนำเสนอตนเอง และพรรคการเมือง ในบริบทที่ต้องไม่กระทำการให้ร้าย บ้ายสี หรือมีกลไกในเชิงสื่อไปในทางหาเสียงด้วยวิธีการที่ผิดกฎหมาย ดังนั้นควรหาเสียงในเชิงสร้างสรรค์ งานวิจัยนี้ส่งเสริมและผลักดันให้กลุ่มนักศึกษาที่มีสิทธิเลือกตั้งโดยเฉพาะ นักศึกษาที่ใช้สิทธิครั้งแรก พบว่า มีนักศึกษาร้อยละ 85 จะไปเลือกตั้ง

คำสำคัญ: การสื่อสารทางการเมือง, สื่อสังคมออนไลน์, พรรคการเมือง, การเลือกตั้ง

Abstract

Nowadays social media become one of the main tools to search for various information and as a tool for public relations, advertise and political communication in order to present information of the candidate and their political parties. This research is aim to monitor Thai political situation between September 2018 to February 2019, duration 6 months before an election on the issue of political communication through group discussion with students in Songkhla Province which will be an elector for this 2019 election. Each month, there are 50 students joining the group discussion. These students use social media as a main tool to gain information and make decision for Thailand general election that will held on 24 march 2019. This research found that students choose to use communication channels by choosing social media as follows: (1) Face Book (2) YouTube (3) LINE respectively. There are more and more types of usage especially during January to February 2019, where the government announced the election day which resulting all political parties making political communication on all channels especially social media. Once gain information at a satisfactory level student will choosing a political party that will benefits to the public and nation and also led to the decision of choosing individual of candidates. Suggestion, all political parties can use social media as a method in self-presentation as well as party presentation on political communication which in the context that must not imputation other candidates or political parties and must not in the way of campaigning in illegal ways. Therefore, should find a creative way of campaigning. This research promotes and encourages students who are eligible to vote, especially students, first time voter. It is found that 85 percent of students will participate in this election.

Keywords: Political Communication, Social Media, Political Party, Election



ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ความสำคัญก่อนการไปเลือกตั้ง สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร (สส.) ของผู้มีสิทธิเลือกตั้งคือการตัดสินใจเลือกตั้ง และก่อนการไปเลือกตั้งต้องมีกระบวนการพิจารณาพรรคการเมือง และผู้ที่เสนอตนเองเป็นผู้แทนราษฎร (สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร) Lippmann กล่าวว่า “การปฏิวัติที่สำคัญในยุคปัจจุบัน ไม่ใช่การปฏิวัติด้านอุตสาหกรรม เศรษฐกิจและการเมือง แต่เป็นการปฏิวัติที่เกิดขึ้นในศิลปะของการทำให้ผู้ถูกปกครองยอมตาม” การมุ่งใจเป็นศาสตร์และศิลป์ที่สำคัญยิ่งรัฐบาลที่มาจากของประชาชน Lippmann กล่าวหลังจากสงครามโลกครั้งที่ 1 ได้สิ้นสุดลง 4 ปี ว่าการเมืองตามระบอบประชาธิปไตยได้หักมุมหรือเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากมาย กล่าวคือ ผู้ปฏิบัติการด้านการเมือง (Political Actors) ได้กำหนดหรือวางกลยุทธ์ในการมุ่งใจทางการเมืองอย่างมากมายชนิดที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน ตั้งแต่ต้นศตวรรษที่ 19 ประชาชนเริ่มมีสิทธิออกเสียงลงคะแนนมากขึ้น สิทธิดังกล่าวมิใช่เอกสิทธิ์ของผู้มีทรัพย์สินสมบัติและมีการศึกษาเท่านั้น แต่เป็นสิทธิของประชาชนทั่วไปปรากฏการณ์เช่นนี้บวกกับการเติบโตของสื่อมวลชนทำให้เสียงของประชาชนหรือมติมหาชนกลายเป็นเสียงสวรรค์ แต่มติมหาชนก็เป็นสิ่งที่ถูกสร้าง หรือประดิษฐ์ขึ้นมาได้ โดยบุคคลที่จะได้รับประโยชน์จากมติมหาชน การที่มติมหาชนถูกสร้างหรือประดิษฐ์ขึ้นมาได้นี้เอง รวมทั้งการที่การเมืองต้องเป็นสิ่งที่แสดงออกให้มวลชนเห็น จึงเกิดมีนักเผยแพร่มีอาชีพหรือตัวแทนของหนังสือพิมพ์ บุคคลเหล่านี้จะยืนอยู่ระหว่างองค์กรทางการเมืองและสถาบันสื่อมวลชน หน้าที่เหล่านี้ก็คือ พยายามที่จะมีอิทธิพลต่อการรายงานข่าวเกี่ยวกับลูกค้าของตนเพื่อประโยชน์ของลูกค้าของตน เมื่อบทบาทสื่อมวลชนในฐานะที่เป็นตัวกลางระหว่างนักการเมืองและประชาชนเพิ่มขึ้น บทบาทหรือความสำคัญของนักเผยแพร่มีอาชีพหรือตัวแทนของหนังสือพิมพ์ก็เพิ่มขึ้นด้วยเราอาจกล่าวถึงเหล่านี้ในลักษณะรวม ๆ ได้ว่า มติมหาชน คืออุตสาหกรรมประชาสัมพันธ์ด้านการเมือง (Political Public Relations Industry) บุคคลใดหรือองค์กรใดก็ตามที่พยายามจะเข้าไปมีบทบาททางการเมือง โดยมองข้ามหรือไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนและนักโฆษณาเผยแพร่ที่สามารถนำความรู้และประสบการณ์ด้านนี้มาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น คงประสบความล้มเหลวอย่างแน่นอน ผู้ปฏิบัติการด้านการเมืองในยุคปัจจุบัน ตั้งแต่ประธานาธิบดี นายกรัฐมนตรีลงมาถึงผู้นำสหภาพแรงงาน และผู้ก่อการร้ายต่างตระหนักดีถึงความสำคัญของบทบาทการสื่อสารทางการเมือง (เสถียร เขยประดับ, 2551) จากความสำคัญของบทบาทการสื่อสารทางการเมือง ซึ่งสะท้อนอัตลักษณ์ความเป็นพลเมืองตามระบอบประชาธิปไตย ซึ่งพรรคการเมืองเป็นกลุ่มบุคคลมากหน้าหลายตาหลากหลายอาชีพมาแสดงพลังทางการเมือง มาร่วมกลุ่มก้อนสะท้อนความมีที่ตนคดี และอุดมการณ์ทางการเมือง ที่สอดคล้องกัน แต่เป้าหมายก็คือจัดหากคน หรือสรรหาบุคคลที่มีความเหมาะสมเสนอตัวมาเป็นผู้แทนของประชาชนอีกนัยหนึ่งกล่าวได้ว่าใช้อำนาจ มาบริหารบ้านเมือง มาพิจารณาบทบัญญัติทางกฎหมายตามรัฐธรรมนูญนั่นเอง

จังหวัดสงขลามีสถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษาจำนวน 5 แห่ง ประกอบด้วย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย และมหาวิทยาลัยหาดใหญ่ มีนักศึกษาต่างถิ่นจากหลากหลายจังหวัด เช่น สตูล ตรัง พัทลุง นครศรีธรรมราช กระบี่ พังงา ภูเก็ต สุราษฎร์ธานี ชุมพร ระนอง ปัตตานี ยะลา นราธิวาส สงขลา เป็นต้น เข้ามาศึกษาใน



สถาบันดังกล่าวในจังหวัดสงขลามากกว่า 40,000 คน โดยนักศึกษาเหล่านี้เป็นผู้มีสิทธิเลือกตั้งตามระบอบประชาธิปไตยที่พร้อมจะกลับภูมิลำเนาของตนเองเพื่อไปใช้สิทธิเลือกตั้งในวันที่ 24 มีนาคม 2562

ดังนั้น ผู้วิจัยศึกษาช่องทางการสื่อสารทางการเมือง โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ ในการตัดสินใจเลือกพรรคการเมือง นำไปสู่การเข้าค้นหาเลือกตั้งของนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาในจังหวัดสงขลา ที่มีสิทธิเลือกตั้งเพื่อเตรียมความพร้อมและเป็นแนวทางในการสื่อสารทางการเมืองอย่างสร้างสรรค์และมีประสิทธิภาพให้กับตนเองและขยายผลไปยังญาติพี่น้อง เพื่อน ในการรณรงค์ไปใช้สิทธิเลือกตั้ง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาช่องทางการสื่อสารทางการเมือง โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ ในการตัดสินใจเลือกพรรคการเมือง และนำไปสู่การกระตุ้นผู้มีสิทธิเลือกตั้งตามระบอบประชาธิปไตยไปเลือกตั้ง

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. กลุ่มนักศึกษา ในระดับอุดมศึกษา ในจังหวัดสงขลา ผู้มีสิทธิเลือกตั้งตามระบอบประชาธิปไตย ได้ศึกษารายละเอียด ตัวบุคคล นโยบายพรรคการเมือง การหาเสียง เป็นต้น ของพรรคการเมืองต่าง ๆ เพื่อเป็นตัวเลือกในการตัดสินใจ และเลือกพรรคการเมือง
2. เพื่อกระตุ้นให้นักศึกษา ในระดับอุดมศึกษา จังหวัดสงขลา และประชาชนทั่วไป ไปใช้สิทธิเลือกตั้งในวันอาทิตย์ที่ 24 มีนาคม 2562 มหาวิทยาลัยสนับสนุนส่งเสริมให้นักศึกษาไปเลือกตั้ง
3. เพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสารทางการเมือง ตามระบอบประชาธิปไตย พรรคการเมืองนำไปใช้เป็นช่องทางในการสื่อสารต่อไป
4. เพื่อเป็นบริบทในการศึกษาต่อยอดงานวิจัยด้านรัฐศาสตร์ แขนงการสื่อสารการเมืองในยุค 4.0
5. สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) สามารถนำข้อมูลไปใช้ในช่องทางประชาสัมพันธ์ในการรณรงค์ให้ประชาชนไปใช้สิทธิเลือกตั้ง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง

ความสำคัญของการสื่อสารทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตยในยุคปัจจุบันเป็นสิ่งที่ไม่สามารถมองข้ามได้ ผลที่แท้จริงหรือที่แน่นอนของการสื่อสารทางการเมืองนั้นยังไม่มีใครสามารถให้คำตอบได้ซึ่งผลของการสื่อสารทางการเมืองนั้นมากมายหลากหลาย เช่น ผลต่อความรู้ ทักษะคติ หรือพฤติกรรม ผลระยะสั้นปานกลาง และระยะยาว ผลทางสังคม จิตวิทยา ผลโดยตรงหรือโดยอ้อม ผลที่เห็นได้ชัดหรือแฝง อย่างไรก็ตามผู้ปฏิบัติการด้านการเมือง (บุคคลที่พยายามมีอิทธิพลต่อสังคมในทิศทางที่สอดคล้องกับความสนใจหรือประโยชน์ของตน) กระทำบนความเชื่อว่าการสื่อสารทางการเมืองมีผลมากพอที่จะจัดสรรทรัพยากรและเวลาจำนวนมากให้ได้ ดังนั้น Graber กล่าวว่า เราไม่สามารถปฏิเสธได้ว่าประชาชนที่อยู่ในโลกการเมืองเห็นว่ามีผลสำคัญและมีพฤติกรรมไปตามนั้น ความสำคัญนี้สะท้อนให้เห็นได้จากความพยายามของรัฐบาลทุกแห่งที่จะควบคุมการไหลของข่าวสารที่ผลิตโดยสื่อมิให้มาทำลายระบบการเมืองที่เป็นอยู่ (Graber, 1984 อ้างถึงใน เสถียร เขยประทับ, 2551)



บทบาทที่สำคัญของสื่อมวลชนในระบบการเมืองแบบเสรีประชาธิปไตย Nimmo และ Combs สรุปความสำคัญของสื่อมวลชนในระบบประชาธิปไตยว่า สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือที่สำคัญยิ่งของประชาธิปไตย สื่อมวลชนช่วยให้ข้อมูลข่าวสารและให้การศึกษาเพราะฉะนั้นจึงเท่ากับเป็นการช่วยปรับปรุงการกระทำและการตัดสินใจของรัฐ (Nimmo and Combs, 1992 อ้างถึงใน เสถียร เขยประทับ, 2551) ในทำนองเดียวกัน Scannell และ Cardiff กล่าวว่าบทบาทของ BBC ตั้งแต่เริ่มแรกก็คือการทำให้เกิดมติมหาชนที่รอบรู้ข่าวสาร และรู้จักใช้เหตุผลให้กลายเป็นส่วนที่ขาดไม่ได้ของกระบวนการทางการเมืองในสังคมประชาธิปไตยมวลชน (Scannell and Cardiff, 1991 อ้างถึงใน เสถียร เขยประทับ, 2551)

การจะบรรลุบทบาทด้านประชาธิปไตย สื่อมวลชนต้องยึดถือจริยธรรมด้านวิชาชีพในเรื่องเกี่ยวกับภาวะวัตถุวิสัย (Objectivity) ในการรายงานข้อเท็จจริงเกี่ยวกับกิจการสาธารณะ ภาวะวัตถุวิสัยนี้ว่านักสื่อสารมวลชนต้องเป็นกลางไม่ลำเอียงเข้าข้างผู้แสดงความคิดเห็นทางการเมืองฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง กล่าวโดยสรุปบทบาทด้านประชาธิปไตยของสื่อมวลชนนั้น สื่ออิเล็กทรอนิกส์ยึดหลักความไม่ลำเอียง ความมีวัตถุวิสัย การหยั่งเสียงและการสำรวจมติมหาชน พบว่า สื่อมวลชนเป็นแหล่งสารหลักสำหรับประชาชนส่วนใหญ่ สื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์กลายเป็นตัวกลางที่สำคัญยิ่งที่ยืนอยู่ระหว่างประชาชนและโลก และรายงานสิ่งต่าง ๆ ที่ประชาชนและโลก รายงานสิ่งต่าง ๆ ที่ประชาชนและโลกมองไม่เห็น หรือไม่มีประสบการณ์ให้ได้รับทราบ (เสถียร เขยประทับ, 2551)

แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกตั้ง

การเลือกตั้ง (Election) เป็นเงื่อนไขที่สำคัญที่สุดประการหนึ่งของการปกครองในระบบประชาธิปไตยเพราะการเลือกตั้งเป็นการแสดงออกซึ่งเจตนารมณ์ของประชาชนผู้เป็นเจ้าของประเทศในอันที่จะมอบความไว้วางใจในตัวแทนของปวงชนไปใช้อำนาจแทนตน การออกเสียงเลือกตั้งเป็นสิทธิขั้นมูลฐานของมนุษย์โดยเฉพาะในสังคมประชาธิปไตยอันจะเห็นได้เด่นชัดจากบทบัญญัติข้อ 21 (1) แห่งปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน (Universal Declaration of Human Rights) สรุปใจความสำคัญได้ว่า เจตจำนงของประชาชนย่อมเป็นมูลฐานแห่งอำนาจของรัฐบาลผู้ปกครองเจตจำนงดังกล่าวต้องแสดงออกโดยการเลือกตั้งอันสุจริต ซึ่งจัดเป็นครั้งคราวตามกำหนดเวลาด้วยการลงคะแนนเสียงของชายหญิง โดยถือหลักคนละหนึ่งเสียงเท่ากันการกระทำเป็นการลับด้วยวิธีการอื่นใดที่จะรับประกันในการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง เป็นไปโดยเสรี (กรมล ทองธรรมชาติ, 2525, น. 201)

แนวคิดเครื่องมือทางการตลาดออนไลน์ (Social Media Tool)

วศิน อยู่เต็กเค่ง (2558) ได้อธิบายเครื่องมือทางการตลาดออนไลน์ ประกอบด้วย

1. Facebook คือ บริการรูปแบบหนึ่งที่ทำให้ผู้ใช้สามารถติดต่อสื่อสารได้ หรือทำกิจกรรมใด ๆ ร่วมกันกับผู้อื่นได้ ไม่ว่าจะเป็นการตั้งประเด็น หรือถามตอบในเรื่องที่ให้ความสนใจ การโพสต์รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว บทความบล็อก หรือการคุยแบบสด ๆ ไปจนถึงการทำกิจกรรมอื่น ๆ ผ่านแอปของ Facebook เอง
2. Instagram คือ โปรแกรมที่สามารถนำรูปที่ถ่ายไว้ในแกลลอรี่ หรือวิดีโอมาตกแต่งให้สวยงามในสไตล์ที่เราต้องการด้วยฟิลเตอร์ (Filter) และเครื่องมือที่มีอยู่ใน Instagram ซึ่งมีอยู่หลายรูปแบบให้เลือก แล้วนำรูปภาพที่ตกแต่งนั้นไปแชร์ให้เพื่อน ๆ ใน Social Media ได้ดู เช่น Twitter, Facebook, Foursquare,



Tumblr และในทางกลับกันเราสามารถแสดงความชื่นชอบ (Likes) และแสดงความคิดเห็น (Comments) ในรูปหรือวิดีโอที่เพื่อนแชร์ไว้ได้ด้วย

3. Twitter เป็นบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์จำพวกไมโครบล็อก โดยผู้ใช้สามารถส่งข้อความยาวไม่เกิน 140 ตัวอักษร ว่าตัวเองกำลังทำอะไรอยู่หรือทำการทวิตแสดงความรู้สึกอารมณ์ต่าง ๆ บอกให้ผู้คนรับรู้ถึงข้อความที่ได้แสดงออกไป สามารถอัปเดตข้อความได้ตลอดเวลา นอกจากนี้ยังสามารถโพสต์ภาพถ่าย วิดีโอ และไฟล์ต่าง ๆ ได้ด้วย

4. YouTube คือ เว็บไซต์ที่ให้บริการแลกเปลี่ยนภาพวิดีโอระหว่างผู้ใช้ได้ฟรี โดยนำเทคโนโลยีของ Adobe Flash Player มาใช้ในการแสดงภาพวิดีโอ โดยผู้ใช้สามารถเข้าดูวิดีโอต่าง ๆ พร้อมทั้งเป็นผู้อัปโหลดวิดีโอผ่าน YouTube ได้ฟรี เมื่อสมัครสมาชิกแล้วผู้ใช้จะสามารถใส่ภาพ วิดีโอเข้าไป แบ่งปันภาพวิดีโอให้คนอื่นดูด้วย แต่หากไม่ได้สมัครสมาชิกก็สามารถเข้าไปเปิดดูภาพวิดีโอที่ผู้ใช้คนอื่น ๆ ใส่ไว้ใน YouTube ได้ แต่ไม่สามารถเป็นผู้อัปโหลดวิดีโอได้ วิดีโอที่สามารถอัปโหลดต้องมีความยาวไม่เกิน 15 นาที ขนาดไฟล์ไม่เกิน 2 GB

5. Line คือ แอปพลิเคชันที่ผสมผสานบริการ Messaging และ Voice Over IP นำมาผนวกเข้าด้วยกัน จึงทำให้เกิดเป็นแอปพลิเคชันที่สามารถแชทสร้างกลุ่มส่งข้อความโพสต์รูปต่าง ๆ หรือจะโทรคุยกันแบบเสียเงินก็ได้ โดยข้อมูลทั้งหมดไม่ต้องเสียเงิน หากใช้งานโทรศัพท์ที่มีแพ็คเกจอินเทอร์เน็ตอยู่แล้ว ด้วยความที่มีลูกเล่นมากมายสามารถ แชท ส่งรูป ส่งไอคอน ส่งสติ๊กเกอร์ ตั้งค่าคุยเป็นกลุ่ม ฯลฯ ทำให้มีผู้ใช้งานแอปนี้เป็นจำนวนมาก

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาโดยใช้การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ในการใช้รูปแบบการสื่อสารทางการเมืองโดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ มีขั้นตอนในการดำเนินการ ดังนี้

1. กิจกรรมสนทนากลุ่ม กับนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาที่มีสิทธิเลือกตั้ง ในจังหวัดสงขลา ระหว่างเดือน กันยายน 2561 – เดือน กุมภาพันธ์ 2562 (ระยะเวลา 6 เดือน) โดยมีกลุ่มตัวอย่างเฉลี่ยเดือนละ 50 คน รวม 300 คน จากการเข้าร่วมกิจกรรมของนักศึกษาและการเรียนการสอน

2. ให้คำแนะนำกับกลุ่มนักศึกษา ในแนวทางการสื่อสารทางการเมือง การเมืองเชิงสร้างสรรค์ การใช้สิทธิเลือกตั้ง การพิจารณาเลือกพรรคการเมือง การพิจารณาเลือกตัวบุคคล กับแนวทางการใช้สื่อสังคมออนไลน์

3. ให้คำแนะนำในการจัดกิจกรรมรณรงค์การไปใช้สิทธิเลือกตั้งตามระบอบประชาธิปไตย



ผลการศึกษา

จากการสนทนากลุ่ม กับนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาที่มีสิทธิเลือกตั้ง ในจังหวัดสงขลา โดยการสนทนากลุ่มมีการแบ่งเป็นกลุ่ม กลุ่มละ 50 คน ในแต่ละเดือน ระหว่างเดือน กันยายน 2561 – เดือน กุมภาพันธ์ 2562 (ระยะเวลา 6 เดือน) โดยมีกลุ่มตัวอย่างเฉลี่ยเดือนละ 50 คน รวม 300 คน แต่ละกลุ่มคัดเลือกผู้นำนักศึกษาในแต่ละสาขา แต่ละคณะ โดยการพูดคุยในเชิงสร้างสรรค์ ให้คำแนะนำกับกลุ่มนักศึกษาในแนวทางการสื่อสารทางการเมือง การเมืองเชิงสร้างสรรค์ การใช้สิทธิเลือกตั้ง การพิจารณาเลือกพรรคการเมือง การพิจารณาเลือกตัวบุคคล กับแนวทางการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (ดังตารางที่ 1 แสดงจำนวนนักศึกษาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ระหว่างเดือน กันยายน 2561 – กุมภาพันธ์ 2562) ผลการสนทนากลุ่มแบ่งได้เป็นช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ เป็น 3 รูปแบบ ดังนี้

1. Facebook

นักศึกษาใช้ช่องทางการสื่อสารทางการเมืองโดยใช้ Facebook ระหว่างเดือน กันยายน 2561 – กุมภาพันธ์ 2562 (ระยะเวลา 6 เดือน) โดยในเดือน กันยายน 2561 จำนวน 35 คน เดือนตุลาคม 2561 จำนวน 40 คน เดือนพฤศจิกายน 2561 จำนวน 44 คน เดือน ธันวาคม 2561 จำนวน 44 คน เดือน มกราคม 2562 จำนวน 49 คน และเดือน กุมภาพันธ์ 2562 จำนวน 50 คน ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าในช่วง เดือน มกราคม - กุมภาพันธ์ 2562 หลังจากที่รัฐบาลประกาศวันเลือกตั้ง และเปิดรับสมัครตัวบุคคลและพรรคการเมืองเพื่อเสนอตัวเข้ารับการเลือกตั้ง ในวันอาทิตย์ที่ 24 มีนาคม 2562 นักศึกษาให้ความสนใจ ค้นหาข้อมูล ตลอดจนได้รับทราบข่าวสาร ด้วยวิธีการสื่อสารทางการเมือง จากพรรคการเมืองต่าง ๆ โดยใช้รูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ ในช่องทาง Facebook เป็นจำนวนมากขึ้นในแต่ละเดือนตามลำดับ

2. YouTube

นักศึกษาใช้ช่องทางการสื่อสารทางการเมืองโดยใช้ YouTube ระหว่างเดือน กันยายน 2561 – เดือน กุมภาพันธ์ 2562 (ระยะเวลา 6 เดือน) โดยในเดือน กันยายน 2561 จำนวน 33 คน เดือนตุลาคม 2561 จำนวน 38 คน เดือนพฤศจิกายน 2561 จำนวน 39 คน เดือน ธันวาคม 2561 จำนวน 43 คน เดือน มกราคม 2562 จำนวน 47 คน และเดือน กุมภาพันธ์ 2562 จำนวน 47 คน ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าในช่วง เดือน มกราคม 2562- เดือน กุมภาพันธ์ 2562 หลังจากที่รัฐบาลประกาศวันเลือกตั้ง และเปิดรับสมัครตัวบุคคลและพรรคการเมืองเพื่อเสนอตัวเข้ารับการเลือกตั้ง ในวันอาทิตย์ที่ 24 มีนาคม 2562 นักศึกษาให้ความสนใจ ค้นหาข้อมูล ตลอดจนได้รับทราบข่าวสาร ด้วยวิธีการสื่อสารทางการเมือง จากพรรคการเมืองต่าง ๆ โดยใช้รูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ ในช่องทาง YouTube เป็นจำนวนมากขึ้นในแต่ละเดือนตามลำดับ

3. Line

นักศึกษาใช้ช่องทางการสื่อสารทางการเมืองโดยใช้ Line ระหว่างเดือน กันยายน 2561 – เดือน กุมภาพันธ์ 2562 (ระยะเวลา 6 เดือน) โดยในเดือน กันยายน 2561 จำนวน 18 คน เดือนตุลาคม 2561 จำนวน 20 คน เดือนพฤศจิกายน 2561 จำนวน 25 คน เดือน ธันวาคม 2561 จำนวน 29 คน เดือน มกราคม 2562 จำนวน 34 คน และเดือน กุมภาพันธ์ 2562 จำนวน 42 คน ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าในช่วง เดือน มกราคม 2562- เดือน กุมภาพันธ์ 2562 หลังจากที่รัฐบาลประกาศวันเลือกตั้ง และเปิดรับสมัครตัวบุคคลและพรรคการเมืองเพื่อเสนอตัวเข้ารับการเลือกตั้ง ในวันอาทิตย์ที่ 24 มีนาคม 2562 นักศึกษาให้ความสนใจ



ค้นหาข้อมูล ตลอดจนได้รับทราบข่าวสาร ด้วยวิธีการสื่อสารทางการเมือง จากพรรคการเมืองต่าง ๆ โดยใช้รูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ ในช่องทาง Line เป็นจำนวนมากขึ้นในแต่ละเดือนตามลำดับ

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนนักศึกษาที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ระหว่างเดือน กันยายน 2561 – กุมภาพันธ์ 2562

ลำดับ	การสื่อสารทางการเมือง โดยช่องทางสื่อสังคมออนไลน์	จำนวนนักศึกษาที่เข้าร่วมสนทนากลุ่มในแต่ละเดือน (คน)					
		ก.ย.61	ต.ค.61	พ.ย.61	ธ.ค.61	ม.ค.62	ก.พ.62
1	Facebook	35	40	44	44	49	50
2	YouTube	33	38	39	43	47	47
3	Line	18	20	25	29	34	42

สรุปผลการวิจัย

การสื่อสารทางการเมือง: กับการตัดสินใจเลือกพรรคการเมือง และตัวบุคคลที่เสนอตัวเข้ารับสมัคร การเลือกตั้ง นำไปสู่การเลือกตั้ง โดยใช้ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ 3 รูปแบบ คือ Facebook, YouTube, Line ระหว่างเดือนกันยายน 2561 – เดือนกุมภาพันธ์ 2562 (ระยะเวลา 6 เดือน) โดยมีกลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาที่มีสิทธิเลือกตั้ง ในจังหวัดสงขลา เฉลี่ยเดือนละ 50 คน รวม 300 คน พบว่าสื่อสังคมออนไลน์ที่นักศึกษาสนใจและใช้งานมากที่สุดคือ (1) Facebook (2) YouTube และ (3) Line ตามลำดับ ตลอดจนคนรุ่นใหม่ที่ยังไม่ได้ตัดสินใจเลือกพรรคการเมืองมีแนวโน้มสูงในการเลือกพรรคการเมืองที่ตนเองสนใจและส่งผลกับการไปลงคะแนนเลือกตั้งของนักศึกษาเป็นจำนวนมาก

อภิปรายผล

การสื่อสารทางการเมืองโดยใช้ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อสร้างการรับรู้ แนวคิด แนวนโยบายของตัวบุคคล ผู้สมัครรับการเลือกตั้ง และพรรคการเมืองต่าง ๆ ที่หาเสียงเพื่อเชิญชวนผู้มีสิทธิเลือกตั้งไปลงคะแนนเสียงให้กับตนเอง และพรรคการเมืองที่เสนอตัว เป็นช่องทางการสื่อสารที่รวดเร็วมาก และใช้เงินทุนในการหาเสียงไม่มาก ซึ่งนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง มีโทรศัพท์มือถือใช้กันทุกคน และสามารถใช้อุปกรณ์ 3 รูปแบบ คือ Facebook, YouTube, Line ได้กันทุกคน โดยการแสดงความคิดเห็น การเสนอแนะนโยบาย เป็นความคิดที่มีเสรีภาพ ตามระบอบประชาธิปไตย แต่ต้องเป็นความคิดเห็นที่ถูกกฎหมาย ในเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งสอดคล้องกับงานเขียน หัวข้อ “ประชาธิปไตย และสื่อมวลชน” ในหนังสือ การสื่อสาร การเมือง และประชาธิปไตยในสังคมพัฒนาแล้ว สอดคล้องกับ เสถียร เขยประทับ (2551, น. 83) ได้กล่าวว่า บทบาทด้านประชาธิปไตยของสื่อมวลชนนั้น สื่อสิ่งพิมพ์ยึดหลักความความลำเอียงและการสนับสนุนจุดยืนใดจุดยืนหนึ่ง ในทางการเมือง ส่วนสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ยึดหลักความไม่ลำเอียง ความมีภาวะวัตถุวิสัย การหวั่นเสียว และการสำรวจมติมหาชน พบว่า สื่อมวลชนเป็นแหล่งสารหลักสำหรับประชาชนส่วนใหญ่



ข้อเสนอแนะ

1. พรรคการเมือง สามารถนำแนวทาง การสื่อสารทางการเมืองโดยใช้ช่องทาง สื่อสังคมออนไลน์ ไปประยุกต์ใช้ โดยต้องยึดหลักการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์
2. สื่อสังคมออนไลน์ เป็นการสื่อสารที่รวดเร็ว หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน หรือหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ควรติดตาม ตรวจสอบ ข้อมูลต่าง ๆ ทั้งตัวบุคคล และพรรคการเมือง ที่นำเสนอ เผยแพร่ว่ามีการนำเสนอที่เป็นข้อเท็จจริง ประการใด ๆ บ้าง หากการสื่อสารที่เผยแพร่ออกไปแล้วไม่สร้างสรรค์ต้องรีบแจ้งผู้เกี่ยวข้องเพื่อระงับ ยับยั้ง และพัฒนาต่อไป
3. กลุ่มนักศึกษา และผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ในระบอบประชาธิปไตย เมื่อศึกษาข้อมูลของตัวบุคคล และพรรคการเมือง ที่เสนอตัวเข้ารับการเลือกตั้งอย่างละเอียดรอบคอบแล้ว ควรเดินทางไปเลือกตั้งในวันอาทิตย์ที่ 24 มีนาคม 2562
4. หน่วยงานภาครัฐควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้กับผู้มีสิทธิเลือกตั้งโดยเฉพาะ ผู้มีสิทธิเลือกตั้งครั้งแรก ไปลงคะแนนตามสิทธิ

เอกสารอ้างอิง

- กรมพล ทงธรรมชาติ. (2525). *การเมืองการปกครองไทย*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- วศิน อยู่เต็กเค่ง. (2558). *การศึกษากลยุทธ์การสื่อสารทางการเมืองตลาดออนไลน์ของธุรกิจภาพยนตร์ออนไลน์ รูปแบบสตรีมมิ่งในประเทศไทย*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต (การสื่อสาร การตลาดดิจิทัล) บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เสถียร เขยประทับ. (2551). *การสื่อสาร การเมือง และประชาธิปไตยในสังคมพัฒนาแล้ว*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- D. Graber. (1984). *Mass Media and American Politics*. Washington : QC Press.
- D. Nimmo., & J. Combs. (1992). *Political Pundits*. New York : Praeger.
- P. Scannell., & D. Cardiff. (1991). *A Social History of British Broad-casting*. Oxford : Basil Blackwell.