



Received: September 22, 2023

Revised: June 16, 2024

Accepted: June 16, 2024

## อิทธิพลของสื่อใหม่ในการเลือกตั้งท้องถิ่น

### The Influence of New Media in Local Elections

นุสรรา ชัยรามัน (Nutsara Chairaman)<sup>1</sup>

กานต์ บุญศิริ (Karn Boonsiri)<sup>2</sup>

วิทยาธร ท่อแก้ว (Wittayatorn Tokeaw)<sup>3</sup>

E-mail: lee-na-@hotmail.com

#### บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้ให้เห็นความสำคัญของสื่อใหม่ในการเลือกตั้งท้องถิ่น เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางการเมือง การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีและผู้มีสิทธิลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง ทำให้ผู้สมัครรับเลือกตั้งและพรรคการเมืองต่างต้องใช้กลยุทธ์ในการหาเสียงเลือกตั้งที่เน้นการใช้สื่อทางโซเชียลมีเดียในการประชาสัมพันธ์ทั้งที่เกี่ยวข้องและไม่เกี่ยวข้องกับการเมือง เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้กับผู้สมัครและพรรคการเมือง แสดงให้เห็นในมุมมองของทางเลือกใหม่ทางการเมืองและการใช้สื่อใหม่ยังสามารถทำให้ประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งเกาะติดกระแสข่าวสารทางการเมืองผ่านทางออนไลน์ได้ดี ปัจจุบันในเวทีการเลือกตั้งท้องถิ่น นักการเมืองและพรรคการเมืองจะแข่งขันกันสร้างกระแสไวรัลในโลกออนไลน์ โดยการใช้สารที่มีความน่าสนใจทั้งภาพถ่าย วิดีโอ รวมทั้งรูปแบบตัวอักษรที่ทันสมัย และการสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มที่เข้าถึงผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งได้กว้างขวาง ครอบคลุมทั้งพื้นที่ การใช้สื่อใหม่ที่เหมาะสมกับบริบทในเวทีการเลือกตั้งท้องถิ่นแต่ละพื้นที่จึงทำ

<sup>1</sup> นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (นวัตกรรมการสื่อสารทางการเมืองและการปกครองท้องถิ่น) สาขานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

(Student in Doctor of Philosophy Program in Communication Innovation for Political and Local Administration, School of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University)

<sup>2</sup> สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

(School of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University)

<sup>3</sup> สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

(School of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University)



ให้เกิดการบอกต่อ จนเป็นกระแสสังคมหรือข่าว และเป็นสื่อที่ทำให้เกิดการสื่อสารสองทางระหว่าง  
นักการเมือง พรรคการเมือง และประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ก่อให้เกิดอิทธิพลต่อผู้มีสิทธิเลือกตั้งในชั้นการรับรู้  
การเกิดความสนใจ การประเมินทางเลือก และนำไปสู่ขั้นตอนการตัดสินใจทางการเมืองคือ การเลือกผู้สมัคร  
และพรรคการเมืองนั้นในที่สุด

**คำสำคัญ** อิทธิพลของสื่อ สื่อใหม่ การเลือกตั้งท้องถิ่น

### Abstract

The objective of this academic article is to highlight the importance of new media in local elections, given the changes in political structures, technological advancements, and the enfranchisement of voters. Candidates and political parties need to employ strategies to garner electoral support, focusing on the use of social media in both political and non-political contexts, in order to create an image for themselves and their parties. This demonstrates the perspective of new political options and the use of new media that can effectively engage eligible voters, allowing them to stay connected to political news and information online. Currently, in the arena of local elections, politicians and political parties compete to create viral trends in the online world by utilizing compelling content such as photographs, videos, and contemporary typographic styles. They communicate through platforms that provide widespread access to eligible voters, covering various geographical areas. The use of appropriate media that suits the context of each local election stage generates momentum, eventually leading to public opinion or news and becoming a medium for two-way communication between politicians, political parties, and eligible voters. This has an influence on eligible voters' perceptions, generating interest, evaluating options, and leading to the decision-making process in politics, which ultimately involves choosing candidates and political parties.

**Keywords:** The influence of new media, new media, local elections



## บทนำ

ประเทศไทยมีการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นพระประมุข ภายใต้หลักการสำคัญคือ ประชาชนทุกคนเป็นเจ้าของอำนาจในการปกครองบริหารประเทศ และเปิดโอกาสให้ประชาชนเลือกตั้งตัวแทนเพื่อทำหน้าที่ตามกฎหมาย ซึ่งรัฐธรรมนูญกำหนดให้มีการกระจายอำนาจให้กับประชาชนในระดับท้องถิ่น เช่น การปกครองในรูปแบบเทศบาลและองค์การบริหารส่วนตำบล ทำให้ประชาชนได้มีโอกาสเรียนรู้หลักการปกครองตนเองในรูปแบบการปกครองท้องถิ่น โดยการเลือกตั้งตัวแทนเพื่อทำหน้าที่บริหารท้องถิ่นตามที่กฎหมายบัญญัติไว้ และได้มีการพัฒนารูปแบบท้องถิ่นในลักษณะตามความเหมาะสมและจำเป็น ผ่านการมอบอำนาจอธิปไตยให้แก่ตัวแทนที่ตนเลือก เพื่อให้ไปทำหน้าที่ ซึ่งในปัจจุบันประเทศไทยมีการเลือกตั้ง “ผู้แทน” 2 ระดับ คือ ผู้แทนระดับชาติ หรือสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร และผู้แทนระดับท้องถิ่น เช่น นายกเทศมนตรี นายองค์การบริหารส่วนตำบล สมาชิกสภาจังหวัด สมาชิกสภาเทศบาล และสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบล เป็นต้น (สมพร คำหลวง, 2548)

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา การใช้สื่อใหม่แพร่หลายมากขึ้นในการเลือกตั้งท้องถิ่นและได้รับความสนใจอย่างมากจากประชาชนและสื่อมวลชน (พันธ์ศักดิ์ อาภาขจร, 2562) พัฒนาการเชิงบวกที่สามารถเพิ่มการมีส่วนร่วมของผู้มีสิทธิเลือกตั้งซึ่งเป็นเรื่องที่สำคัญและมีผลต่อการเลือกตั้งในระดับท้องถิ่น ในบทความนี้จะกล่าวถึงอิทธิพลของสื่อใหม่ในการเลือกตั้งท้องถิ่นต่อการตัดสินใจทางการเมืองของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง เนื่องจากความสำคัญของเทคโนโลยีสื่อสารใหม่ ซึ่งเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการเลือกตั้งท้องถิ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้โซเชียลมีเดียเป็นช่องทางในการสื่อสารและแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างผู้เลือกตั้งและผู้สมัครเลือกตั้ง (Shirky, 2011) การใช้โซเชียลมีเดียสามารถช่วยเพิ่มความเข้าใจและความรู้ของผู้เลือกตั้งเกี่ยวกับผู้สมัครเลือกตั้งและแนวคิดการเมืองของพรรคการเมืองและผู้สมัครรับเลือกตั้ง (Storck, 2011) ประการแรก สิ่งสำคัญคือ ต้องยอมรับว่าการใช้สื่อใหม่ในการเลือกตั้งท้องถิ่นมีศักยภาพในการเพิ่มการมีส่วนร่วมของผู้มีสิทธิเลือกตั้งแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย เช่น เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม และติ๊กต็อก สามารถใช้เพื่อเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับผู้สมัครรับเลือกตั้งและนโยบายของพรรคการเมืองและผู้สมัคร รวมทั้งอำนวยความสะดวกในการพูดคุยและการตอบโต้ระหว่างผู้มีสิทธิเลือกตั้ง (สำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา, 2561)

อย่างไรก็ตาม การใช้สื่อใหม่ในการเลือกตั้งท้องถิ่นยังมีผลกระทบต่อเลือกตั้งในท้องถิ่นด้วย การใช้สื่อใหม่อาจส่งผลให้ผู้เลือกตั้งมีความเชื่อมั่นในผู้สมัครเลือกตั้งที่ไม่เป็นความจริง หรือส่งผลให้ผู้เลือกตั้งไม่ได้รับข้อมูลที่เพียงพอเกี่ยวกับผู้สมัครเลือกตั้ง ซึ่งอาจส่งผลให้ผู้เลือกตั้งตัดสินใจเลือกผู้สมัครเลือกตั้งที่ไม่เหมาะสม ประการถัดมาคือ การใช้สื่อใหม่ในการเลือกตั้งท้องถิ่นยังมีข้อเสียที่สำคัญเช่นกัน ความกังวลหลักประการหนึ่งคือ ศักยภาพของข้อมูลที่ผิดและการโฆษณาชวนเชื่อจะแพร่กระจายอย่างรวดเร็วผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย สิ่งนี้สามารถนำไปสู่มุมมองที่บิดเบี้ยวต่อผู้สมัครรับเลือกตั้งและนโยบายพรรครวมทั้งของผู้สมัครรับเลือกตั้ง และ



ท้ายที่สุดอาจส่งผลให้ผู้มีสิทธิเลือกตั้งตัดสินใจอย่างขาดความรู้ และความเข้าใจที่ถูกต้องนอกจากนี้ การสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์อาจเสี่ยงต่อการถูกแฮ็กและการโจมตีทางไซเบอร์ในรูปแบบอื่นๆ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของผู้สมัครด้วยเช่นกัน

## แนวคิดเกี่ยวกับสื่อ

สื่อ (Media) เป็นช่องทางการสื่อสารในการนำเสนอเนื้อหาของสารไปสู่ผู้บริโภค การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีจะนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงรูปแบบสื่อในการสื่อสารให้พัฒนายิ่งขึ้น ตั้งแต่การสื่อสารผ่านสื่อบุคคล พัฒนาเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ และรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ได้แก่ สื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ ตามลำดับ ปัจจุบันเทคโนโลยียังคงมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สื่ออินเทอร์เน็ตจึงถูกพัฒนาขึ้นมาเพื่อให้การติดต่อสื่อสารมีประสิทธิภาพสูงขึ้น ดังนั้น สามารถแบ่งประเภทสื่อได้ 2 ประเภทหลักตามการเปลี่ยนแปลงของระบบเทคโนโลยี คือ สื่อแบบดั้งเดิม และสื่อใหม่ ดังนี้

1. สื่อดั้งเดิม (Traditional Media) คือ สื่อที่ทำให้ผู้ส่งสารสามารถส่งสารไปยังผู้รับสารได้ทางเดียว โดยที่ผู้รับสารไม่สามารถตอบโต้มายังผู้ส่งสารได้ สื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารได้เพียงอย่างเดียวอย่างหนึ่ง ได้แก่ หนังสือพิมพ์ สื่อโทรเลข และสื่อวิทยุที่มีการส่งสารผ่านตัวอักษร ภาพ หรือเสียง และสื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารสองอย่างคือ ส่งสารได้ทั้งภาพและเสียงพร้อมกัน ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อภาพยนตร์ ซึ่งการสื่อสารทางการเมืองของนักการเมืองมีรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่มีการใช้สื่อบุคคลและสื่อดั้งเดิมในการหาเสียงเพื่อกระจายนโยบายและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ใช้สื่อสังคมออนไลน์เข้าช่วยเพิ่มศักยภาพการสื่อสารให้สะดวก รวดเร็ว และช่วยลดต้นทุนค่าใช้จ่าย ซึ่งนักการเมือง พรรคการเมือง กลุ่มอิทธิพล และกลุ่มผลประโยชน์ทางการเมืองได้ใช้ตอบสนองตามวัตถุประสงค์ทางการเมืองของตนเอง (Using Social Media for Political Purposes) (Shirky, 2011)

2. สื่อใหม่ (New Media) คือ สื่อที่ทำให้ผู้ส่งสารสามารถส่งสารไปยังผู้รับสารได้ โดยทำให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถส่งสารและรับสารได้พร้อมกัน และยังเป็นสื่อที่สามารถส่งสารได้หลายชนิดพร้อมกัน ทั้งเสียง ภาพ และข้อความ ซึ่งเป็นผลจากการรวมเทคโนโลยีของสื่อดั้งเดิมกับความก้าวหน้าของระบบเทคโนโลยี ทำให้สื่อสามารถสื่อสารได้สองทางผ่านทางระบบเครือข่ายและมีความสามารถเป็นสื่อแบบประสม (multimedia) ปัจจุบันมีการพัฒนาสื่อใหม่ให้เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมสูง (รัชนิกร ทรัพย์ชื่นสุข, 2556)

## สื่อใหม่กับการสื่อสารทางการเมือง

ปัจจุบันสังคมไทยได้เข้าสู่ยุคเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทต่อประชาชนในสังคม ส่งผลให้การติดต่อสื่อสารและการรับรู้ข่าวสารในสังคมมีความสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ดังผลการสำรวจที่รวบรวม



พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ทั่วโลกของ We Are Social ในรายงานชื่อ Digital in 2018 พบว่า ประชาชนในประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตมากที่สุดในโลก เฉลี่ย 4 ชั่วโมง 56 นาทีต่อวัน เป็นการ เล่นสื่อสังคมออนไลน์ถึง 3 ชั่วโมง 10 นาทีต่อวัน โดยใช้งานเฟซบุ๊กมากที่สุด รองมาคือ ยูทูบ ไลน์ โปรแกรมส่งข้อความบนเฟซบุ๊ก (facebook messenger) และอินสตาแกรม ตามลำดับ (สำนักประชาสัมพันธ์สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา, 2561) ในช่วงระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา กิจกรรมทางการเมืองของประเทศไทยจึงมีการใช้สื่อในการสร้างพื้นที่สาธารณะทางการเมืองมากขึ้นตามลำดับ ซึ่งส่งผลกระทบต่อสื่อแบบดั้งเดิม เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง จนทำให้เกิด “การปฏิวัติแห่งระบบตัวเลข” หรือ “ดิจิทัลเซชัน” (digitization) เป็นการปรับข้อความ รูปภาพ เสียง หรือภาพเคลื่อนไหว ให้เป็นภาษาอีกรูปแบบหนึ่ง ซึ่งส่งผลให้สามารถอ่านและส่งต่อข้อมูลได้อย่างรวดเร็วด้วยคอมพิวเตอร์ และยังสามารถนำเสนอในรูปแบบต่าง ๆ ได้ด้วยระบบชุดตัวเลขที่ถือเป็นปัจจัยหลักประการหนึ่งซึ่งส่งผลให้เกิด “สื่อใหม่” (new media) เป็นสื่อที่มีรูปแบบการสะท้อนกลับ (Interactive) ซึ่งอาจตรงตามความต้องการของนักแสวงหาข้อมูลข่าวสาร (seeker) ได้อย่างดี เนื่องจากสื่อใหม่ไม่มีข้อจำกัดในด้านพื้นที่ (space) และเวลา (time) เหมือนสื่อแบบดั้งเดิม (คริสชูล์ ลิมตระกูล, 2557)

สื่อใหม่ (new media) จึงหมายถึง ระบบของการสื่อสารที่เชื่อมต่อผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ของเครือข่ายในระดับโลก เช่น เวิลด์ไวด์เว็บ (world wide web: www) ให้บริการข้อมูลออนไลน์เชิงพาณิชย์ (commercial on-line service) เป็นต้น ทั้งนี้ พรจิต สมบัติพานิช (2547) ได้ให้ความหมายสื่อใหม่ ว่า หมายถึง สื่อที่เอื้อให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารทำหน้าที่ส่งสารและรับสารได้พร้อมกัน เป็นการสื่อสารสองทาง และสื่อยังทำหน้าที่ส่งสารได้หลายอย่างรวมกัน คือ ภาพ เสียง และข้อความไปพร้อมกัน โดยรวมเอาเทคโนโลยีของสื่อดั้งเดิมผสมผสานกับความก้าวหน้าของระบบเทคโนโลยี ทำให้สื่อสามารถสื่อสารได้สองทางผ่านทางระบบเครือข่ายและมีศักยภาพเป็นสื่อแบบประสม (multimedia) ปัจจุบันสื่อใหม่พัฒนาขึ้นหลากหลาย ที่เป็นที่รู้จักและนิยมกันมากขึ้น

เนื่องจากเทคโนโลยีการสื่อสารมีความก้าวหน้าอย่างไม่หยุดยั้งและแพร่หลายไปทั่วโลกอย่างรวดเร็ว ตามแรงผลักดันของกระบวนการโลกาภิวัตน์ (ภานุวัฒน์ ชันจา, 2556) ส่งผลให้มีการนำ “สื่อใหม่” อาทิ โทรทัศน์ ดาวเทียม อินเทอร์เน็ต ยูทูบ เว็บไซต์ และสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ ซึ่งล้วนมีส่วนสำคัญต่อการอำนวยความสะดวกให้การสื่อสารไหลเวียนอย่างไม่ขาดตอน มาใช้เป็นช่องทางสื่อสารทางการเมืองในยามที่เกิดวิกฤตการณ์ทางการเมือง เมื่อช่องทางสื่อสารของสื่อดั้งเดิมถูกปิดกั้น เนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสารได้ทำลายกำแพงทุกด้านที่เคยปิดกั้น การสื่อสารที่ “สื่อดั้งเดิม” ไม่อาจทำได้ลงโดยสิ้นเชิง (พรจิต สมบัติพานิช, 2547)



ความก้าวหน้าของการพัฒนาแอปพลิเคชันของสื่อสังคมออนไลน์ (social media applications) ซึ่งเป็นสื่อใหม่ ทำให้ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์สามารถแสดงความคิดเห็นทางการเมือง แลกเปลี่ยนความเห็น และการวิพากษ์วิจารณ์ทางการเมืองบนโลกออนไลน์ได้โดยสะดวกมากขึ้น สื่อสังคมออนไลน์ยังช่วยให้มีการแลกเปลี่ยน (sharing) ข้อความและรูปภาพที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการเมือง และการแสดงออกในทางการเมืองอีกด้วย (Safranek, 2012) เนื่องจากในปัจจุบันมีสื่อสังคมออนไลน์จำนวนมากและหลากหลายรูปแบบ ดังนั้น เพื่อให้เห็นความแตกต่างของสื่อแต่ละประเภท จึงสรุปประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ (social media) จากการศึกษาของ ญัฐวีร์ ไวยาการ และอภิวัฒน์ สุระแสง (2560) ระบุว่าสื่อสังคมออนไลน์สามารถนำมาใช้เพื่อการสื่อสารทางการเมืองและการเลือกตั้งท้องถิ่น ได้ดังนี้

1. Weblog หรือ Blog เป็นการจัดการระบบเนื้อหาในรูปแบบหนึ่ง ทำให้ผู้ใช้เขียนบทความ และการเผยแพร่ได้โดยง่าย เพื่อให้ผู้ที่มีความสามารถหรือเชี่ยวชาญเฉพาะด้านนั้นๆ ได้เผยแพร่ความรู้ดังกล่าวด้วยการเขียนบทความได้อย่างอิสระ โดยในบล็อกจะมีการเรียงเนื้อหาล่าสุดก่อน จากนั้นมีการลำดับตามเวลา (chronological order)

2. Twitter และ Microblog เป็นรูปแบบของบล็อกที่จำกัดจำนวนตัวอักษรในการโพสต์แต่ละครั้งไม่เกิน 140 ตัวอักษร และสามารถส่งต่อ หรือนำไปใช้ในเชิงธุรกิจได้ ทั้งการสร้างแบรนด์ การเพิ่มยอดขาย หรือการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM)

3. เครือข่ายสังคม (Social Network) หรือเครือข่ายที่เชื่อมโยงบุคคลหลายๆ คนให้เป็นสังคมหนึ่ง โดยเริ่มจากการสร้างตัวตน ซึ่งประกอบไปด้วยข้อมูลส่วนตัว รูปภาพ หรือวิดีโอ และยังเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเพิ่มจำนวนและค้นหาเพื่อนให้มากขึ้น รวมถึงการค้นหาเพื่อนจากเพื่อนของเพื่อนด้วย และสามารถรวมกลุ่มกันจัดตั้งกลุ่มเฉพาะขึ้นมา เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล แสดงความชอบ ส่งต่อ ตอบโต้ หรือการแสดงความคิดเห็นของตนกับบุคคลในเครือข่ายได้ เช่น เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ เว่ยป้อ (Weibo) เป็นต้น

4. Social News and Bookmarking เป็นเว็บไซต์ที่เชื่อมโยงไปยังเนื้อหาหรือบทความในอินเทอร์เน็ต โดยผู้ใช้เป็นผู้ส่งและสามารถให้ลงคะแนนเสียงได้เสมือนเป็นมหาชนที่ช่วยกลั่นกรองความน่าสนใจของเนื้อหา นั้นๆ ในด้าน Social Bookmarking นั้นยังเปิดให้สามารถทำบุ๊กมาร์ค (bookmark) ในการบันทึกและแบ่งปันบนเนื้อหาหรือเว็บไซต์ทางออนไลน์

5. Media Sharing เป็นเว็บไซต์ที่ให้อัพโหลดรูปภาพหรือวิดีโอ เพื่อแบ่งปันต่อสาธารณชนได้อย่างอิสระ เช่น เว็บไซต์ ยูทูป เป็นต้น

6. Online Forum เป็นรูปแบบของสื่อสังคมออนไลน์ที่เก่าแก่ ซึ่งเป็นพื้นที่ให้เข้ามาสื่อสารพูดคุย แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและแสดงความคิดเห็นในเรื่องที่มีความสนใจร่วมกัน



สรุปได้ว่า สื่อสังคมออนไลน์ (social media) คือ สื่อที่มีการตอบสนองทางสังคมผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์ ซึ่งมีการแบ่งปันเนื้อหาข่าวสารต่าง ๆ ผ่านเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ (social network) เป็นตัวสื่อสารกับคนในกลุ่มสังคมออนไลน์ (social community) และเมื่อนำมาประยุกต์ให้เหมาะสมกับการเลือกตั้งท้องถิ่นในปัจจุบัน พบว่า สื่อสังคมออนไลน์ที่มีบทบาทสำคัญในการเลือกตั้งท้องถิ่น มีดังนี้

1. เว็บไซต์สื่อสังคม เป็นเว็บไซต์และแพลตฟอร์มทางสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ อิน스타그램 และยูทูบ ซึ่งมีผู้ใช้งานจำนวนมากและเป็นสื่อที่มีอิทธิพลในการแบ่งปันข้อมูลและความคิดเห็นในการโพสต์ข่าวสารเกี่ยวกับผู้สมัครหรือพรรคการเมืองท้องถิ่น การแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการเลือกตั้ง และการโปรโมตหรือกดดันผู้เลือกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น
2. บล็อกและเว็บไซต์ข่าว มีบล็อกและเว็บไซต์ข่าวท้องถิ่นที่เผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้งท้องถิ่น ซึ่งอาจรวมถึงการวิเคราะห์นโยบายของผู้สมัครหรือพรรคการเมือง รายงานผลการเลือกตั้ง และสรุปการสำรวจความคิดเห็นของผู้เลือกตั้ง
3. แพลตฟอร์มวิดีโอสตรีมมิง เป็นแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น ไลฟ์สดทางเฟซบุ๊ก ยูทูบไลฟ์ ซึ่งให้โอกาสในการสตรีมสดการเลือกตั้งท้องถิ่น ซึ่งอาจมีการสัมภาษณ์ผู้สมัครหรือบรรณาธิการจากสถานที่เลือกตั้ง เป็นต้น
4. แอปพลิเคชันสื่อสังคม เป็นแอปพลิเคชันที่เกี่ยวข้องกับสื่อสังคม เช่น Line, WhatsApp, Telegram อาจมีกลุ่มสนทนาหรือชุมชนท้องถิ่น

จากเหตุการณ์ปัจจุบันและผลการเลือกตั้งทั้งในระดับชาติและระดับท้องถิ่นของประเทศไทย โดยเฉพาะในการเลือกตั้งทั่วไปปี 2566 จะเห็นได้ว่า สื่อใหม่มีอิทธิพลต่อการเลือกตั้งอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการสร้างความเข้าใจและการตัดสินใจของผู้เลือกตั้งในการเลือกตั้ง กล่าวคือ สื่อใหม่มีความสามารถในการสื่อสารข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว และมีการเผยแพร่ข่าวสารได้หลากหลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ วิดีโอ หรือสื่อออนไลน์ เมื่อมีการเผยแพร่ข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อผู้เลือกตั้ง จะส่งผลให้ผู้เลือกตั้งมีความเข้าใจเกี่ยวกับการเลือกตั้งท้องถิ่น และสามารถตัดสินใจได้ด้วยความรู้สึกละเอียดอย่างมีเหตุผล นอกจากนี้ สื่อใหม่ยังมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง โดยผู้สมัครซึ่งเป็นผู้ส่งสารสามารถใช้เทคนิคการสร้างความคิดเห็นหรือการใช้เทคนิคการสร้างเชื่อมั่นในตัวผู้สมัคร ภาพการถ่ายทอดด้วยภาพกิจกรรม เสียง หรือภาพเคลื่อนไหว ซึ่งจะส่งผลให้ผู้เลือกตั้งมีความเชื่อมั่นในการเลือกตั้ง และสามารถตัดสินใจได้อย่างมีเหตุผล ภัทริกา จุฑางกูร (2565) ศึกษาอิทธิพลของสื่อที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเทศบาลเมืองเมืองปัก อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ในปัจจุบันสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่มีความสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึง หรือสืบค้นข่าวสารทางการเมืองที่เป็นประโยชน์ต่อตนเอง อีกทั้งสื่ออินเทอร์เน็ตยังสามารถเป็น



ตัวกลางที่เปิดโอกาสให้ประชาชนสามารถเข้าไปแสดงความคิดเห็นและเกิดการมีส่วนร่วมทางการเมืองมากขึ้น ส่งผลให้สื่ออินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลต่อการเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมืองของบุคคล และญาณิกา เทียนทอง (2554) ศึกษาการเปิดรับสื่อทางการเมืองและการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนที่มีสิทธิเลือกตั้งใน กรุงเทพมหานคร พบว่า การเปิดรับสื่อทางการเมืองด้านสื่อใหม่ส่งผลต่อความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง

อย่างไรก็ตาม สื่อใหม่ยังมีความสามารถในการสร้างความเสียหายต่อผู้เลือกตั้งได้เช่นกัน โดยการเผยแพร่ข่าวสารที่ไม่เป็นจริง หรือการเผยแพร่ข่าวสารที่ไม่เป็นประโยชน์ต่อผู้เลือกตั้ง หรือการสื่อสารซึ่งเป็นการโจมตีทางการเมืองหรือการสร้างข่าวปลอม ซึ่งจะส่งผลให้ผู้มีสิทธิเลือกตั้งเกิดความเข้าใจผิด ไม่มีความเชื่อมั่นในตัวผู้สมัคร หรือเกิดทัศนคติด้านลบจนทำให้เปลี่ยนใจไปเลือกผู้สมัครคนอื่นได้เช่นกัน ดังตัวอย่างเช่น การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรไทยเป็นการทั่วไป พ.ศ. 2562 มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการรณรงค์เลือกตั้ง และมีการสื่อสารประเด็นทางการเมืองมากจนผิดปกตินี้ยังพบว่า มีผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีการเสพข่าวมากเกินไป ซึ่งมาจากแหล่งข่าวที่สามารถอ้างอิงได้และข่าวจากผู้สื่อข่าวสังคมออนไลน์ด้วยตนเอง จนมีคนจำนวนหนึ่งรับไม่ได้กับข่าวบนสื่อสังคมออนไลน์ที่เผยแพร่ความเห็นทางการเมืองที่เห็นต่างจากความคิดของตนเอง รวมทั้งมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์จึงเป็นที่ระบายนารมณ์และความรู้สึกของผู้ใช้สื่อให้ผู้คนได้รับรู้ในวงกว้าง (พันธ์ศักดิ์ อาภาขจร, 2562)

### อิทธิพลของสื่อใหม่ต่อกระบวนการตัดสินใจในการเลือกตั้ง

Klapper (1960) กล่าวว่า สื่อมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของประชาชนได้ โดยเมื่อได้รับข่าวสารมาแล้ว ประชาชนจะมีความคิดเห็น ค่านิยม และความโน้มเอียงที่จะประพศุติอย่างใดอย่างหนึ่ง ทั้งนี้ประชาชนผู้รับสารนั้นจะเลือกรับสารที่มีความสอดคล้องกับความคิดเห็นหรือความสนใจของตนเองและเลือกตีความหมายของสารตามความเชื่อและค่านิยมที่ตนมีอยู่เดิม หากผู้ส่งสารเลือกช่องทางการสื่อสารและรูปแบบสารที่ถูกต้อง ตรงใจผู้รับสาร สารที่สื่อออกไปนั้นก็จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของประชาชนผู้รับสารค่อนข้างมาก กล่าวคือ เมื่อผู้รับสารเปิดรับสื่อและข่าวสารที่ตรงกับความสนใจของตนเองแล้ว ก็จะเกิดการรับรู้ และตีความ (interpretation) ในลักษณะที่สอดคล้องกับทัศนคติของตนเอง และเลือกจดจำเนื้อหาสาระที่สอดคล้องกับความคิดเห็นของตนเพื่อเก็บไว้เป็นประสบการณ์และประกอบการตัดสินใจ และเลือกปฏิบัติ สอดคล้องกับ Becker (1973) ที่ได้สรุปไว้ว่า การเปิดรับสื่อของประชาชนจะเกิดขึ้นได้ภายใต้ปัจจัยดังนี้คือ การแสวงหาข้อมูล (information seeking) บุคคลจะแสวงหาข้อมูลเพื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง และจะเปิดรับข้อมูล (information receptivity) เมื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจ รวมทั้งเปิดรับประสบการณ์ (experience receptivity) จากข่าวสารนั้น ๆ



ด้านการตัดสินใจทางการเมืองนั้น ประมะ สตะเวทิน (2533) ได้สรุปให้เห็นภาพชัดเจนขึ้นว่า การสื่อสารทางการเมืองที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งเลือกใช้สื่อและช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสม จะทำให้ประชาชนเกิดความสนใจทั้งในแง่ตัวผู้สมัคร นโยบายพรรค และการสื่อสารที่ต่อเนื่องจะทำให้ประชาชนค่อย ๆ สะสมความสนใจมากขึ้นเรื่อยๆ จนนำไปสู่การรับรู้แบบเข้าใจ ทั้งนี้เนื่องจากการเปิดรับสื่อจากช่องทางการสื่อสารหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ วิทยุ หรือสื่อใหม่ เช่น ดิจิทัล เฟซบุ๊ก จะช่วยอธิบายแนวคิดและนโยบายของผู้สมัครนั้นๆ จนนำไปสู่ความเข้าใจ และส่งผลให้เกิดทัศนคติทางการเมือง เช่น สำนึกทางการเมือง การมีส่วนร่วมทางการเมือง เป็นต้น และในที่สุดจะนำไปสู่การปฏิบัติคือ การมีส่วนร่วมทางการเมือง ได้แก่ การวิพากษ์วิจารณ์ การแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นทางการเมืองหรือนโยบาย และการออกเสียงเลือกตั้งในที่สุด

สื่อที่จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของประชาชนในการเลือกตั้งระดับท้องถิ่นได้นั้น จะต้องมีความสมบัติในการกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจในทุกกระบวนการรับรู้สื่อ (วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์, 2537) กล่าวคือ สื่อที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งในระดับท้องถิ่นจะต้องสร้างการตื่นตัวรับรู้ (awareness) ซึ่งเป็นขั้นแรกของกระบวนการตัดสินใจ โดยผู้รับสารจะได้รับข้อมูลเรื่องใหม่ ๆ เกี่ยวกับตัวผู้สมัคร พรรคการเมือง และนโยบายพรรค เป็นต้น ทั้งนี้ เมื่อประชาชนผู้รับสารได้รับข้อมูลดังกล่าวแล้วเกิดความสนใจก็จะพยายามเรียนรู้ข่าวสารนั้นมากขึ้น นำไปสู่ขั้นความสนใจ (interest) คือ การพัฒนาความสนใจในคุณสมบัติของผู้สมัครหรือนโยบายไปสู่การพยายามติดตามหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับผู้สมัครและพรรคการเมืองนั้น เมื่อประชาชนผู้รับสารได้สะสมข้อมูลหรือความรู้อีกขึ้น ก็จะประเมินทางเลือก (evaluation) เพื่อการตัดสินใจ (decision) ว่าจะลงคะแนนให้ผู้สมัครหรือพรรคการเมืองที่ตนชอบมากที่สุด ดังนั้น ผู้สมัครรับเลือกตั้งจะต้องเลือกใช้ช่องทางการสื่อสาร เนื้อหาสาร และจังหวะเวลาที่เหมาะสมในการสื่อสาร เช่น การถ่ายทอดเนื้อหานโยบายที่ไม่ซับซ้อน ยากแก่การเข้าใจ ใช้สื่อหลากหลาย เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อสังคมออนไลน์ โดยใช้กลยุทธ์สื่อบุคคลในขั้นตอนสุดท้าย เช่น ผู้นำทางความคิด หรือหัวคะแนนออกไปเคาะประตูบ้านเพื่อจูงใจและกระตุ้นให้ประชาชนสนับสนุน เป็นต้น โดยสื่อจะมีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในท้องถิ่นดังนี้

1. อิทธิพลของสื่อในขั้นรับรู้ เป็นขั้นตอนที่ผู้มีสิทธิเลือกตั้งได้รับทราบข้อมูลและมีความเข้าใจเกี่ยวกับตัวผู้สมัคร พรรคการเมือง หรือนโยบายพรรคจากสื่อต่าง ๆ Lazarsfeld (อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2543) ได้ศึกษาพบว่า กลุ่มปฐมภูมิเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดสนิทสนม จะนำไปสู่การเปิดรับข้อมูลของบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในที่สุด ซึ่งเรียกว่า อิทธิพลจากบุคคล (personal influence) สื่อที่มีอิทธิพลต่อการเลือกตั้งในขั้นรับรู้นี้ เกิดได้จากสื่อประเภทต่าง ๆ ได้แก่ สื่อบุคคล แผ่นป้าย โปสเตอร์ เอกสารแนะนำตัว รถแห่ สื่อวิทยุโทรทัศน์ และสื่อสังคมออนไลน์



2. อิทธิพลของสื่อในขั้นสนใจ เป็นขั้นตอนที่ผู้มีสิทธิเลือกตั้งพยายามหารายละเอียดเพิ่มเติมจากสื่อต่าง ๆ เพื่อให้เพียงพอสำหรับการประเมินผลและการตัดสินใจเลือกผู้สมัครหรือพรรคการเมือง ในขั้นความสนใจนี้ผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ซึ่งเป็นผู้รับสารจะได้พัฒนาความคิดเกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้สมัครหรือพรรคการเมือง เพื่อช่วยให้เลือกตัดสินใจได้ในท้ายที่สุด (วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์, 2537)

3. อิทธิพลของสื่อในขั้นประเมินผล จะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้สะสมความรู้ต่าง ๆ เกี่ยวกับผู้สมัครหรือพรรคการเมืองมากขึ้น เขาจะประเมินค่าทางเลือกแต่ละทางเลือกเพื่อตัดสินใจ โดยอาศัยประสบการณ์ในอดีตผสมผสานกับทัศนคติที่เกิดขึ้นจากการยอมรับข้อมูลข่าวสารของผู้สมัครหรือพรรคการเมืองนั้นเพื่อช่วยในการเลือก

4. อิทธิพลของสื่อในขั้นตัดสินใจ เป็นขั้นตอนสุดท้ายหลังการประเมินทางเลือกแล้ว ผู้รับสารซึ่งเป็นผู้มีสิทธิเลือกตั้งจะเลือกผู้สมัครและพรรคการเมืองที่ตนเองชอบมากที่สุด

ด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสารยุคใหม่ ได้แก่ เทคโนโลยีการแพร่ภาพและเสียง (broadcast and motion picture technology) เทคโนโลยีการพิมพ์ (print and publishing technology) เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ (computer technology) และเทคโนโลยีสื่อสารโทรคมนาคม (telecommunication technology) ที่แพร่กระจายไปทั่วโลกอย่างรวดเร็วตามแรงผลักดันของกระแสโลกาภิวัตน์ ส่งผลให้สื่อใหม่ อาทิ เฟซบุ๊ก ยูทูบ อินสตาแกรม ตี๊กต็อก ฯลฯ ถูกใช้เป็นช่องทางในการสื่อสารทางการเมืองมากขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งเหตุผลที่ทำให้สื่อสังคมออนไลน์ดังกล่าวเข้ามามีบทบาทในเวทีการเมือง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการเลือกตั้งระดับท้องถิ่นและระดับชาติอย่างรวดเร็ว เนื่องจากประการแรกสื่อใหม่เหล่านี้เข้าถึงได้ง่ายและสะดวกต่อการใช้งาน ทำให้ผู้ที่มีทักษะด้านคอมพิวเตอร์ไม่สูงนักก็สามารถใช้ได้ ประชาชนทั่วไปสามารถผลิตเนื้อหาสารได้เองและเข้าถึงเนื้อหาของผู้อื่นโดยใช้เพียงสมาร์ตโฟน อีกประการหนึ่งสื่อสังคมออนไลน์ได้ทำลายอุปสรรคทางด้านเศรษฐกิจและสังคมแบบดั้งเดิม กล่าวคือ ไม่ว่าผู้รับสารจะเป็นใครก็สามารถอยู่ในสื่อสังคมออนไลน์และได้รับการยอมรับอย่างเท่าเทียม ดังที่ Storck (2011) ได้อธิบายบทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ว่าเกิดขึ้นใน 3 ลักษณะ ได้แก่ ในฐานะเครื่องมือเชิงองค์กร ในฐานะสื่อทางเลือกและพื้นที่ของสื่อพลเมือง และการสร้างความตระหนักรู้ทางการเมือง

ดังนั้น การสื่อสารผ่านสื่อใหม่ๆ ทางอินเทอร์เน็ต อาทิ เว็บไซต์ เพจสาธารณะ และบล็อก สื่อสังคมออนไลน์ อาทิ เฟซบุ๊ก ยูทูบ ทวิตเตอร์ ซึ่งปรากฏให้เห็นอย่างแพร่หลายในยุคปัจจุบัน ไม่เพียงจะเป็นช่องทางในการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพสูง เนื่องจากมีคุณสมบัติในการสื่อสารแพร่กระจายไปในลักษณะเครือข่ายที่กว้างขวาง ครอบคลุมทุกพื้นที่ของประเทศ ยังช่วยให้การสื่อสารสามารถก้าวข้ามข้อจำกัดเรื่องการเดินทางและพื้นที่ ทำให้ประชาชนทั้งในเมืองและชนบทในปัจจุบันสามารถรับรู้ข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว ก่อให้เกิดการสื่อสารข้อมูลแบบส่งต่อ (two-steps flow) หรือสะท้อนกลับ โดยที่รัฐไม่อาจควบคุมหรือขวางกั้นได้อย่างเบ็ดเสร็จ



และที่สำคัญ ยังช่วยสร้าง “พื้นที่สาธารณะใหม่” ซึ่งสื่อใหม่เหล่านี้ เป็นตัวกำหนด (Schulz, 1997) ทดแทนพื้นที่สาธารณะเดิมในเชิงกายภาพหรือการปิดกั้นโดยอำนาจรัฐ โดยที่พื้นที่สาธารณะใหม่นั้น ยังคงมีองค์ประกอบพื้นฐานตามแนวคิดของ Habermas (1974) กล่าวคือ เป็นพื้นที่ก่อให้เกิด “ความรู้สึกเป็นส่วนร่วม” (sense of Public) และเป็นพื้นที่ที่บุคคลที่เข้าไปจะมีสถานะเป็น “ผู้กระทำการ” (actor) ที่มีส่วนร่วมอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกันในการตัดสินใจ โดยผ่านกระบวนการสื่อสารแบบอภิปรายโต้แย้งกันด้วยการใช้เหตุผลเชิงการสื่อสาร (communication rationality) เพื่อการตัดสินใจหาคำตอบที่ดีที่สุดร่วมกัน

แนวคิดเรื่องพื้นที่สาธารณะที่สร้างโดยเทคโนโลยีการสื่อสารแบบเคลื่อนที่ (mobile communication technology) ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่โทรศัพท์เคลื่อนที่ โทรศัพท์อัจฉริยะ (smart phone) และอุปกรณ์สื่อสารไร้สายอื่น ๆ นี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Campbell และ Kwak (2010) ที่พบว่า องค์กรทางสังคมและสมาชิกขององค์กรสามารถได้ประโยชน์จากการรวมการสื่อสารของระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เข้ากับสื่อผสมผสานต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นช่องทางเข้าถึงข่าวสารและช่องทางกระจายข่าวสาร ยิ่งกว่านั้นวิวัฒนาการของโทรศัพท์ เคลื่อนที่ ซึ่งพัฒนาไปเป็นอุปกรณ์ที่มีคุณสมบัติคล้ายคลึงกับคอมพิวเตอร์ที่มีความทันสมัยและซับซ้อน ได้เปลี่ยนแปลงการติดต่อสื่อสารแบบจุดต่อจุด เปลี่ยนเป็นเครื่องมือสื่อสารหลายช่องทางเพื่อใช้ประโยชน์ในการเข้าถึง แพร่กระจายและจัดการข่าวสาร ทั้งนี้ การหลอมรวมของเทคโนโลยีต่าง ๆ (technological convergence) ทำให้รูปแบบและลักษณะการสื่อสารของกลุ่มคนที่เคยทำกิจกรรมร่วมกันแบบเดิมเริ่มเปลี่ยนแปลงไป การรวมตัวกันทางการเมืองอาจเป็นการรวมตัวกันบนกระดานข่าวอิเล็กทรอนิกส์แทนที่จะเป็นการรวมตัวกันที่สภากาแฟแบบเดิม เป็นต้น จะเห็นได้ว่าผลกระทบด้านเทคโนโลยีที่มีต่อเวลาและพื้นที่ ก็คือ การก่อให้เกิดการหดตัวหรือการทำให้สั้นลงหรือย่นย่อของกาลเวลาและพื้นที่ เช่น ในพื้นที่ที่มีระยะห่างเท่าเดิม แต่ทว่าเวลาที่ใช้เคลื่อนที่หรือเดินทางระหว่างพื้นที่นั้นกลับลดลงอย่างไม่น่าเชื่อ (กมลรัฐ อินทรทัศน์, 2550)

จากแนวคิดข้างต้นสามารถนำมาสนับสนุนข้อมูลในการศึกษาเพื่อนำเสนอลักษณะเด่นของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการเลือกตั้งท้องถิ่น อาทิ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ และอินสตาแกรม ซึ่งปัจจุบันได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อดั้งเดิมที่เน้นการสื่อสารแบบทางเดียว เนื่องจากมีลักษณะเด่นในด้านความเป็นอิสระจากข้อจำกัดต่าง ๆ ทั้งด้านเวลา รูปแบบการรับชม รวมทั้งสถานที่ในการรับรู้ข่าวสาร อีกทั้งยังสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้จากหลายแหล่งได้ไม่จำกัดทั้งสื่อที่ทางพรรคผลิตโดยตรงหรือสื่อที่ประชาชนผลิตทำให้ประชาชนสามารถตรวจสอบหรือใช้ในการวิเคราะห์ความถูกต้องของเนื้อหาข่าวสารได้มากขึ้น และยังเป็นช่องทางให้กลุ่มการเมืองสามารถสื่อสารทางการเมืองได้อย่างหลากหลาย นอกจากนี้ ยังเป็นสื่อที่มีคุณลักษณะในการสื่อสารแบบสองทางทั้งสิ้น ส่งผลให้ประชาชนสามารถเข้ามามีบทบาทหรือมีส่วนร่วมทางการเมืองในโลกออนไลน์ได้ สามารถแลกเปลี่ยนทัศนคติและความคิดเห็นทางการเมืองกันได้อย่างอิสระ และยังเป็นประโยชน์



ต่อผู้วิจัยในด้านต่าง ๆ ที่สามารถใช้ข้อมูลดิจิทัลเหล่านี้ที่สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลย้อนหลัง และจัดจำแนกตามประเภทรูปแบบของสื่อทั้งข้อความ รูปภาพ วิดีโอ หรือการถ่ายทอดสด เพื่อให้ได้ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ มาวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารทางการเมืองที่นักการเมืองหรือพรรคการเมืองใช้ได้แม่นยำมากยิ่งขึ้น

### สรุปและข้อเสนอแนะ

การสื่อสารทางการเมืองจะก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจต่อระบบการเมือง อันจะนำไปสู่การมีส่วนร่วมทางการเมืองในรูปแบบต่าง ๆ ดังนั้น การใช้สื่อที่เหมาะสมจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อชัยชนะในการหาเสียงเลือกตั้งทุกระดับ เนื่องจากเมื่อบุคคลรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้มากขึ้นก็จะทำให้มีความรู้ ความเข้าใจอันจะส่งผลต่อความตระหนักรู้ทางการเมืองและผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับตน สื่อที่ดีจะสามารถสร้างแรงจูงใจให้ประชาชนเกิดความสนใจ ติดตามข่าวสาร พุดคุยหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารทางการเมืองระหว่างกัน สื่อจึงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทางการเมืองทุกระดับตั้งแต่ระดับการรับรู้ ระดับความสนใจ ระดับการประเมินผล และระดับการตัดสินใจเลือกทางการเมือง สื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกผู้สมัครหรือพรรคการเมืองในระดับท้องถิ่น ประกอบด้วยสื่อดั้งเดิม คือ สื่อบุคคล ได้แก่ เพื่อน บุคคลในครอบครัว ผู้นำชุมชน หัวคะแนน และกลุ่มบุคคล ได้แก่ ชมรม สโมสร สมาคม สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ แผ่นป้ายโฆษณากลางแจ้ง รถแห่ หรือจดหมายแนะนำตัวผู้สมัคร อย่างไรก็ตาม ด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารในยุคปัจจุบัน การใช้สื่อใหม่หรือสื่อสังคมออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการเลือกตั้งท้องถิ่นเป็นอย่างมาก ทั้งการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ การใช้แอปพลิเคชันบนสื่อโซเชียล อาทิ เฟซบุ๊ก ไลน์ อินสตาแกรม ยูทูบ และติ๊กต็อก ซึ่งสื่อใหม่เหล่านี้มีจุดเด่นในการเข้าถึงผู้รับสารได้อย่างรวดเร็ว ต่อเนื่อง และสามารถสื่อสารสองทาง ผู้มีสิทธิเลือกตั้งสามารถซักถามหรือเสนอแนะความคิดเห็นของตนได้อย่างรวดเร็วและอิสระภายใต้กระดานข่าวหรือพื้นที่สาธารณะ ซึ่งผู้สมัครได้เปิดกว้างไว้ ทำให้ผู้มีสิทธิเลือกตั้งได้รับรู้ทั้งข้อมูลที่ต้องการ ทันที นอกจากนั้น สื่อใหม่ยังมีจุดเด่นในเรื่องความสามารถในการสร้างความดึงดูดใจได้จากการใช้ภาพ สี สัน และภาพเคลื่อนไหวต่าง ๆ ทำให้ผู้มีสิทธิเลือกตั้งสามารถสัมผัสเนื้อหาเรื่องราวชีวิต ความเป็นไปของผู้สมัคร และพรรคการเมืองได้แบบเรียลไทม์ ดังนั้น สื่อใหม่จึงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทางการเมืองในระดับท้องถิ่นมากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งผู้สมัครรับเลือกตั้งในระดับท้องถิ่นมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพัฒนาทักษะและสร้างกลยุทธ์ในการสื่อสารเพื่อการหาเสียงเลือกตั้งด้วยการใช้สื่อใหม่หรือสื่อสังคมออนไลน์ให้หลากหลายมากที่สุด

โดยสรุป แม้ว่าการใช้สื่อใหม่ในการเลือกตั้งท้องถิ่นจะมีศักยภาพในการเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงผู้รับข่าวสารอย่างรวดเร็วและเปิดโอกาสให้ผู้มีสิทธิเลือกตั้งได้สื่อสารได้แบบสองทาง แต่ก็มีข้อเสียที่ควรพิจารณาในการใช้ประโยชน์ของสื่อใหม่อย่างรอบคอบก่อนที่จะนำไปใช้ในการหาเสียงเลือกตั้งท้องถิ่น เพื่อนำไปสู่



เป้าหมายในการสร้างกระบวนการเลือกตั้งที่ยุติธรรมและทั่วถึง ซึ่งเปิดโอกาสให้ประชาชนทุกคนมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่และตัดสินใจอย่างรอบรู้ภายใต้การรับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง เป็นจริง และทันต่อเหตุการณ์

#### บรรณานุกรม

- กมลรัฐ อินทรทัศน์. (2550). เทคโนโลยีสารสนเทศและทฤษฎีการสื่อสาร. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2543). สื่อสารมวลชน ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. กรุงเทพฯ: เอ็ดดิสัน เพรส โปรดักส์.
- ศรีษัฐ ลิ้มตระกูล. (2557). นวัตกรรมอินเทอร์เน็ตมีผลต่อการสื่อสารทางการเมืองไทย: ศึกษากรณีการคัดค้านร่างพระราชบัญญัตินิรโทษกรรมในปี พ.ศ. 2556. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ญาณิกา เทียนทอง. (2554). การเปิดรับสื่อทางการเมืองและการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนที่มีสิทธิเลือกตั้งในกรุงเทพฯ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ณัฐวีร์ ไวยทยาการ และอภิวัฒน์ สุระแสง. (2560). แอนิเมชันเรื่อง ด้านมิติสื่อสังคมออนไลน์. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสยาม, กรุงเทพฯ.
- ปรมะ สติเวทิน. (2533). หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรจิต สมบัติพานิช. (2547). โฆษณาในทศวรรษที่ 2000-2010: การศึกษาถึงปัจจัยด้านสื่อที่มีต่อรูปแบบโฆษณา. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- พันธ์ศักดิ์ อาภาขจร (2562). โซเชียลมีเดียหลังเลือกตั้ง ตั้งสติก่อนเสฟสื่อ. สืบค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2566 จาก <https://www.isranews.org/isranews-article/75135-social75135.html>.
- ภัทริกา จุฑาทงกูร. (2565). อิทธิพลของสื่อที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเทศบาลเมืองเมืองปัก ตำบลเมืองปัก อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา. *Journal of Politic and Governance*, 12(1), 243-261.
- ภาณุวัฒน์ ชันจา. (2556). เทคโนโลยีทางการสื่อสาร. สืบค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2566 จาก <http://industrial.uru.ac.th/phanuwat/file/communication/01-introduction.ppt>.
- วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์. (2537). แนวคิดและวิธีการสื่อสารทางการเกษตร. เชียงใหม่: สถาบันเทคโนโลยีการเกษตรแม่โจ้.
- สมพร คำหลวง. (2548). อิทธิพลของสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยแม่โจ้, เชียงใหม่.



- สำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา. (2561). *กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้วยการใช้เฟซบุ๊ก (Facebook)*. กรุงเทพฯ: สำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา.
- Habermas, J. (1974). *The Public Sphere: an Encyclopedia Article*. *New German Critique*, 3(19), 49-50.
- Klapper, J. T. (1960). *The Effect of Mass Communication*. New York: The Free Press.
- Safranek, R. (2012). *The Emerging Role of Social Media in Political and Regime Change*.  
Retrieve from <https://www.academia.edu/11859835/ArticleReview>
- Shirky, C. (2011). *The Political Power of Social Media: Technology, the Public Sphere, and Political Change*. *Foreign Affairs*. Retrieve from <https://www.cc.gatech.edu/>
- Schultz, Winfried. (1997). Changes of Mass Media and the Public Sphere. *The Public*, 4(2), 57-69.
- Storck, Madeline. (2011). *The Role of Social Media in Political Mobilization: A Case Study of the January 2011 Egyptian Uprising*. (Master's Thesis in Arts). The University of St. Andrews, Scotland.