# อิทธิพลของอินฟลูเอนเซอร์ในทวิตเตอร์ที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมือง และการตัดสินใจเลือกตั้งของคนรุ่นใหม่ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรกปี 2562


โดย

นางสาวสุชาดา นิ่มนวล


วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วารสารศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาสื่อสารมวลชน
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2563


ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



Ref. code: 25636007030247EYR

# อิทธิพลของอินฟลูเอนเซอร์ในทวิตเตอร์ที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมือง และการตัดสินใจเลือกตั้งของคนรุ่นใหม่ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรกปี 2562


**โดย**

**นางสาวสุชาดา นิ่มนวล**


**วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร**
**วารสารศาสตรมหาบัณฑิต**
**สาขาวิชาสื่อสารมวลชน**
**คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์**
**ปีการศึกษา 2563**

**ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์**



Ref. code: 25636007030247EYR

# IMPACTS OF INFLUENCER ON SOCIAL NETWORK, “TWITER” EFFECTS POLITICAL COMMUNICATION OF NEW GENERATION FIRST TIME VOTER IN THE ELECTION 2019

BY

MISS SUCHADA NIMNUAN

A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL OF THE REQUIREMENTS

FOR THE DEGREE OF MASTER OF ART

PROGRAN IN MASS COMMUNICATION

FACTULTY OF JOURALISM AND MASS COMMUNICATION

THAMMASAT UNIVERSITY

ACADEMIC YEAR 2020

COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

Ref. code: 25636007030247EYR

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน

วิทยานิพนธ์

ของ

นางสาวสุชาดา นิ่มนวล

เรื่อง

อิทธิพลของอินฟลูเอนเซอร์ในทวิตเตอร์ที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมือง
และการตัดสินใจเลือกตั้งของคนรุ่นใหม่ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรกปี 2562

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน)

เมื่อ วันที่ 7 พฤษภาคม 2564

ประธานการตรวจสอบวิทยานิพนธ์ _____
(รองศาสตราจารย์ ดร.สมสุข หินวิมาน)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ _____
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิไลวรรณ จงวิไลเกษม)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ _____
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา ปัณฑรานุวงศ์)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ _____
(รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว)

คณบดี _____
(รองศาสตราจารย์กัลยกร วรกุลลัฏฐานีย์)

| | |
|---|---|
| หัวข้อวิทยานิพนธ์ | อิทธิพลของอินฟลูเอนเซอร์ใน“ทวิตเตอร์”ที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองและการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้งปี 2562 ของคนรุ่นใหม่ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรก |
| ชื่อผู้เขียน | นางสาวสุชาดา นิ่มนวล |
| ชื่อปริญญา | วารสารศาสตรมหาบัณฑิต |
| สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย | สาขาวิชาสื่อสารมวลชน<br>คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน<br>มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| อาจารย์ที่ปรึกษา | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิไลวรรณ จงวิไลเกษม |
| ปีการศึกษา | 2563 |


## บทคัดย่อ


การวิจัยเรื่องอิทธิพลของอินฟลูเอนเซอร์ในทวิตเซอร์ที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของคนรุ่นใหม่ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรกปี 2562 ผู้วิจัยมุ่งศึกษาการมีส่วนร่วมทางการเมืองในสื่อสังคมออนไลน์ทวิตเตอร์ของคนรุ่นใหม่ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรกและวิเคราะห์อิทธิพลของอินฟลูเอนเซอร์ทางการเมืองรวมไปถึงการสนทนากลุ่ม (FocusGroup) กับคนรุ่นใหม่ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรก

ผลการวิจัยในส่วนการวิเคราะห์เนื้อหาของอินฟลูเอนเซอร์ทางการเมืองในทวิตเตอร์ พบว่ามีรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาประกอบไปด้วยข้อความ รูปภาพ คลิปวิดีโอ แชร์จากบุคคลอื่นและใช้แฮชแท็ก (#) ส่วนลักษณะเนื้อหา พบว่า มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการบริหารงานที่ไม่มีประสิทธิภาพของรัฐบาล วิพากษ์วิจารณ์นโยบายของพรรคการเมืองและผู้ลงสมัครรับเลือกตั้งรณรงค์ให้ตรวจสอบการทำหน้าที่ของคณะกรรมการจัดการเลือกตั้ง และให้ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

ส่วนที่สองผลการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ของคนรุ่นใหม่ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรกปี 2562 พบว่า ทวิตเตอร์มีผลจูงใจให้คนรุ่นใหม่เข้ามีส่วนร่วมทางการเมือง โดยมีปัจจัยแวดล้อมจากการจัดการเลือกตั้ง ส่วนอินฟลูเอนเซอร์ทางการเมืองมีส่วนสำคัญทำให้ผู้ใช้งานคล้อยตามความคิดค่านิยมและทัศนคติและอุดมการณ์ทางการเมือง ประกอบกับเป็นแหล่งข้อมูลทางเลือกเปิดโอกาสให้ผู้ใช้งาน มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ส่งข้อมูลสู่ผู้ใช้งานด้วยกัน ส่วนกระบวนการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้งคนรุ่นใหม่ให้ความสำคัญกับข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากอินฟลูเอนเซอร์ระดับหนึ่ง โดยจะพิจารณาร่วมกับปัจจัยล้อมอื่นๆ มีการประมวลผลอย่างเป็นขั้นเป็นตอนเพื่อพิจารณาว่าจะลงคะแนนเสียงให้กับพรรคการเมืองที่เป็นตัวเลือกตามข้อมูลที่ได้รับมา


Ref. code: 25636007030247EYR

**คำสำคัญ :** อิทธิพลของอินฟลูเอนเซอร์, สื่อสังคมออนไลน์, ทวิตเตอร์, การมีส่วนร่วมทางการเมือง, การตัดสินใจเลือกตั้ง ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรก



Ref. code: 25636007030247EYR

| | |
|---|---|
| Thesis Title | Impacts Of Influencer On Social Network, “Twitter” Effects Political Participation Of New Generation First Time Voter In The Election 2019 |
| Author | Miss Suchada Nimnuan |
| Degree | Master of art |
| Program in / | Program in Mass Communication<br>Faculty of journalism and Mass Communication<br>Thammasat University |
| Thesis Advisor | Assistant Professor Wilaiwan jongwilaikasaem, Ph.D |
| Academic Year | 2020 |


## ABSTRACT

This research aims to study The influence analysis of influencers was presented through the Twitter platform of , as well as focus group discussions with the new generation first-time voters. Found an interesting point. Influencers use a form of political content presentation. Contains text, images, video clips, and content is shared from other people's tweets on politically-related issues that are not addressed by the media. and use the hashtag (#) to generate election-related keywords. Content characteristics It was found that the content was related to the ineffective administration of government. Criticize the policies of political parties and candidates Campaign to check the performance of the Election Management Committee and allow the electorate to vote in the election to affect the change of the country's executive The second part, the focus group results of the new generation of voters for the first time in 2019, interesting point is Twitter influences young people to participate in media politics on Twitter. with environmental factors from electoral management The political influencer It plays an important role in making users conform to their ideas. political values and attitudes and ideology as well as being an alternative source

Ref. code: 25636007030247EYR

of opportunity for users Participate in opinions Send information to users together As for the voting decision process The new generation pays attention to information received from a certain level of influencers. It will be considered in conjunction with other environmental factors. It is processed step by step to determine whether to vote for the political party of choice based on the information provided.

**Keywords :** Influence, Social Media, Twitter, Political Pticipation, Election Decision Making First-time elector

Ref. code: 25636007030247EYR

# กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีมาจากการช่วยเหลือของหลายภาคส่วน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผศ.ดร.วิไลวรรณ จงวิไลเกษม ที่รับเป็นที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ในเรื่องนี้ ให้ความช่วยเหลือในการชี้แนะ ปรับแก้ไข เพิ่มเติมแนวทางปฏิบัติและคอยให้กำลังใจมาตลอดระยะเวลาของการทำวิทยานิพนธ์ นอกจากนี้

ขอขอบพระคุณผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอื่นๆ อาทิ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชวัลลักษณ์ คุณาธิกรกิจ ที่ให้ความช่วยเหลือจนกระทั่งได้กลุ่มตัวอย่างเพื่อทำการสนทนากลุ่มในงานวิจัยชิ้นนี้

ขอบคุณพี่ๆ เจ้าหน้าที่บัณฑิตศึกษา คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ที่ให้การช่วยเหลือประสานงานในเรื่องต่างๆ จนกระทั่งถึงวันปิดเล่ม

ขอบคุณบรรณาธิการข่าว พีพีทีวี พีกอล์ฟ สถานีโทรทัศน์ช่องนาวและเนชั่นทีวี ที่เล็งเห็นถึงความสำคัญของการศึกษาต่อในระดับปริญญาโท และให้โอกาสได้สละเวลาการทำงานมาเรียนได้

สุดท้ายขอบคุณตัวเองคนใกล้ชิด ครอบครัวคุณพ่อ คุณแม่ น้องสาวที่คอยเป็นกำลังใจมาตลอดจนกระทั่งงานวิจัยสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

สุชาดา นิ่มนวล

Ref. code: 25636007030247EYR

# สารบัญ


| | หน้า |
|---|---|
| บทคัดย่อภาษาไทย | (1) |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ | (3) |
| กิตติกรรมประกาศ | (5) |
| สารบัญตาราง | (8) |
| สารบัญภาพและข้อความ | (9) |
| บทที่ 1 บทนำ | 1 |
| 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา | 1 |
| 1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย | 6 |
| 1.3 ขอบเขตการศึกษา | 6 |
| 1.4 นิยามศัพท์ | 6 |
| 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ | 7 |
| บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 8 |
| 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับผู้นำความคิดและผู้มีอิทธิพลทางสังคม | 8 |
| 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง | 13 |
| 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารในเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์และสื่อสังคมออนไลน์ทวิตเตอร์ | 19 |
| 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับเจเนอเรชั่น (Generation) | 23 |
| 2.5 แนวคิดการตัดสินใจ และพฤติกรรมในการตัดสินใจ | 25 |
| 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 44 |


Ref. code: 25636007030247EYR

บทที่ 3 วิธีการวิจัย 49

3.1 วิธีดำเนินการวิจัย 49
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา 49
3.3 แหล่งข้อมูลที่ใช้และวิธีการวิจัย 50
3.4 การรวบรวมผลจากตารางแสดงผล 53
3.5 ประชากรหรือกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย 53
3.6 ขั้นตอนการวิจัย 54
3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล 55
3.8 การนำเสนอข้อมูล 55

บทที่ 4 ผลการวิจัย 58

4.1 ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาเนื้อหาการสื่อสารการเมือง ของอินฟลูเอนเซอร์ในทวิตเตอร์ 58
4.2 ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาการสนทนากลุ่ม ของคนรุ่นใหม่ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรกปี 2562 91

บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ 106

5.1 ผลการศึกษาเนื้อหาที่อินฟลูเอนเซอร์ทางการเมือง นำเสนอในทวิตเตอร์ 106
5.2 ผลการศึกษาการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ของคนรุ่นใหม่ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรก ปี 2562 110
5.3 อภิปรายผลการวิจัย 117
5.4 ข้อเสนอแนะ 121

รายการอ้างอิง 123
ประวัติผู้เขียน 132

Ref. code: 25636007030247EYR

# สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่

3.1 ตารางจำนวนผู้ติดตามของสื่อสังคมออนไลน์ 51
ของ 5 ผู้นำความคิดหรืออินฟลูเอนเซอร์ทางการเมือง

4.1 ข้อมูลทั่วไปของอินฟลูเอนเซอร์ 58

4.2 ตารางเหตุการณ์:การหาเสียงเลือกตั้ง 62
แสดงวิสัยทัศน์การเมือง ระหว่างวันที่ 23–26 ก.พ.62

4.3 ตารางเหตุการณ์:การแต่งตั้งคณะกรรมการสรรหา 71
สมาชิกวุฒิสภา 250 คน ระหว่างวันที่ 24 ก.พ.-7 มี.ค.62

4.4 ตารางเหตุการณ์:ยุบพรรคไทยรักษาชาติ 78
ระหว่างวันที่ 8 มี.ค.–10 มี.ค.62

4.5 ตารางเหตุการณ์:การจัดเตรียมการเลือกตั้งของ 85
คณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) ระหว่างวันที่ 11 – 23 มี.ค.62

Ref. code: 25636007030247EYR

# สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่

2.1 แนวคิดกรอบการวิจัย 48
4.1 ภาพและข้อความแสดงการสื่อสารของนายวิญญู วงศ์สุรวัฒน์ 60
4.2 ภาพและข้อความแสดงการสื่อสารของนายจิรายุ วรรธะนสิน 60
4.3 ภาพและข้อความแสดงการการสื่อสารของนายสมบัติ บุญงามอนงค์ 61
4.4 ภาพและข้อความแสดงการการสื่อสารของนายสมบัติ บุญงามอนงค์ 61
4.5 ภาพและข้อความการสื่อสารของนายประจักษ์ ก้องกีรติ 62
4.6 ภาพและข้อความแสดงการสื่อสารของนายวิญญู วงศ์สุรวัฒน์ 66
4.7 ภาพและข้อความแสดงการสื่อสารของนายวิญญู วงศ์สุรวัฒน์ 67
4.8 ภาพและข้อความแสดงการสื่อสารของนายวิญญู วงศ์สุรวัฒน์ 67
4.9 ภาพและข้อความแสดงการสื่อสารของนายจิรายุ วรรธนะสิน 68
4.10 ภาพและข้อความแสดงการสื่อสารของนายสมบัติ บุญงามอนงค์ 68
4.11 ภาพและข้อความแสดงการสื่อสารของนายสมบัติ บุญงามอนงค์ 69
4.12 ภาพและข้อความแสดงการสื่อสารของนายพริษฐ์ ชิวารักษ์ 69
4.13 ภาพและข้อความแสดงการสื่อสารของนายประจักษ์ ก้องกีรติ 70
4.14 ภาพและข้อความแสดงการสื่อสารของนายวิญญู วงศ์สุรวัฒน์ 76
4.15 ภาพและข้อความแสดงการสื่อสารของนายวิญญู วงศ์สุรวัฒน์ 76
4.16 ภาพและข้อความแสดงการสื่อสารของ นายจิรายุ วรรธนะสิน 77
4.17 ภาพและข้อความแสดงการสื่อสารของนายสมบัติ บุญงามอนงค์ 77
4.18 ภาพและข้อความแสดงการสื่อสารของนายประจักษ์ ก้องกีรติ 78
4.19 ภาพและข้อความแสดงสื่อสารของนายวิญญู วงศ์สุวัฒน์ 82
4.20 ภาพและข้อความแสดงการสื่อสารของนายจิรายุ วรรธนะสิน 83
4.21 ภาพและข้อความแสดงการสื่อสารของนายสมบัติ บุญงามอนงค์ 83
4.22 ภาพและข้อความแสดงการสื่อสารของนายสมบัติ บุญงามอนงค์ 83
4.23 ภาพและข้อความแสดงการสื่อสารของนายประจักษ์ ก้องกีรติ 84
4.24 ภาพและข้อความแสดงการสื่อสารของนายประจักษ์ ก้องกีรติ 84
4.25 ภาพและข้อความแสดงการสื่อสารของนายประจักษ์ ก้องกีรติ 85

Ref. code: 25636007030247EYR

# บทที่ 1
# บทนำ

## 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยผ่านพ้นการเลือกตั้งครั้งประวัติศาสตร์เมื่อวันที่ 24 มีนาคม พ.ศ. 2562 นับว่าเป็นจุดเปลี่ยนอีกครั้งสำคัญของการเมืองไทย สนามการเมืองมีการเปลี่ยนถ่ายอำนาจการบริหารประเทศจากรัฐบาลทหาร ภายใต้การนำของคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ไปสู่รัฐบาลที่มาจากการเลือกตั้งโดยตรงของประชาชน แม้ว่าบรรยากาศ ในภาพรวม อาจจะมีเสียงสะท้อนจากบางฝ่ายถึงข้อกังวลการสืบทอดอำนาจของคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ด้วยการวางกติกาต่างๆ ในกฎหมายรัฐธรรมนูญฉบับปัจจุบัน แต่ถึงอย่างไร “การเลือกตั้ง” ก็ยังเป็นช่องทางสำคัญ เพื่อให้ประชาชนในฐานะเจ้าของอำนาจอธิปไตยได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเพื่อบ้านเมืองของตนเอง

นับตั้งแต่ประเทศไทยเปลี่ยนแปลงการปกครองมาสู่ระบบประชาธิปไตยประเทศไทยมีการจัดการเลือกตั้งมาแล้ว 27 ครั้ง ครั้งล่าสุดคือการเลือกตั้งเมื่อวันที่ 2 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2557 หลังจากนางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร อดีตนายกรัฐมนตรี ประกาศยุบสภา แต่ทว่าในเวลาต่อมาศาลรัฐธรรมนูญได้วินิจฉัยว่าเป็นการเลือกตั้งที่ไม่ชอบด้วยรัฐธรรมนูญ ดังนั้นหากนับเอาการเลือกตั้งทั่วไปที่ประชาชนในทุกจังหวัดของประเทศได้ออกไปใช้สิทธิ์ของตนเองก็คือ การเลือกตั้งเมื่อวันที่ 3 กรกฎาคม พ.ศ.2554 เป็นการหย่อนบัตรครั้งสุดท้ายของคนไทย เท่ากับว่าประเทศไทยว่างเว้นจากการเลือกตั้งมาแล้วเกือบ 8 ปี ช่องว่างของระยะเวลาการจัดการเลือกตั้งที่ยาวนานเช่นนี้ย่อมทำให้เกิดกลุ่มผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรกหรือคนรุ่นใหม่ที่เป็นนิวโหวตเตอร์อายุ 18 ปีบริบูรณ์ ซึ่งเป็นกลุ่มที่ยังไม่เคยมีโอกาสเลือกตั้งครั้งแรกในชีวิต และมีจำนวนมากกว่าการเลือกตั้งครั้งที่ผ่านมา (Thestanddard, 2562, 13 กันยายน)

ข้อมูลจาก (กระทรวงมหาดไทย, 2562, 30 มีนาคม) โดยสำนักทะเบียนราษฎร์ กรมการปกครอง ระบุตัวเลขคนรุ่นใหม่ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรก (New Voter) ในวันที่ 24 มีนาคม พ.ศ.2562 พบว่า เป็นกลุ่มที่มีช่วงอายุระหว่าง 18-25 ปี มีจำนวนผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งทั้งหมด 7,339,772 คน ซึ่งถือว่ามากกว่าการเลือกตั้งเมื่อปี 2554 ที่มีจำนวนผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรกอยู่ที่ 6,527,573 คน

เมื่อพิจารณาข้อมูลจำนวนของผู้มาใช้สิทธิ์เลือกตั้งเมื่อวันที่ 24 มีนาคม พ.ศ.2562 จาก (สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง, 2562, 30 มีนาคม) ปรากฏว่า มีผู้มาใช้สิทธิเลือกตั้งจำนวน

Ref. code: 25636007030247EYR

มาก คิดเป็นร้อยละ 74.69 จำนวน 38,268,375 คน, ผู้ไม่มาใช้สิทธิ คิดเป็นร้อยละ 25.31 จำนวน 12,971,263 คน จากจำนวนของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งทั้งหมด 51,239,638 คน สถิติดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ประชาชนผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งเกินกว่าครึ่งหนึ่งให้ความสนใจและมีความตื่นตัวต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองในฐานะเจ้าของอำนาจอธิปไตย ซึ่งในจำนวนนี้รวมไปถึงคนรุ่นใหม่ผู้มีสิทธิเลือกตั้งครั้งแรกด้วย

จะเห็นได้ว่าจำนวนของผู้ออกมาใช้สิทธิ์เลือกตั้งปี 2562 เป็นตัวสะท้อนที่ชัดเจนอย่างมากว่าประชาชนผู้มีสิทธิ์ออกเสียงเลือกตั้ง รวมถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่มีพลังตื่นตัวต่อการมีร่วมทางการเมือง จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้พรรคการเมืองต่างให้ความสนใจฐานเสียงของกลุ่มคนรุ่นใหม่และพยายามปรับกลยุทธ์การสื่อสารการเมืองเพื่อให้เข้าถึงคนกลุ่มนี้ โดยจูงใจหาเสียงผ่านนโยบายต่างๆ ของพรรค เพื่อให้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้งให้กับพรรคของตนเองในการเลือกตั้งให้ได้มากที่สุด

ทว่าบริบทการมีส่วนร่วมทางการเมืองในยุคนี้ต้องยอมรับว่า มีความเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมอย่างมากเมื่อเปรียบเทียบกับการเลือกตั้งในอดีตที่ผ่านมา เนื่องจากการเข้ามาของเทคโนโลยีทำให้รูปแบบการสื่อสารขยายวงกว้างออกไปจากพื้นที่ของสื่อหลักออกไปสู่สื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น แน่นอนว่าย่อมส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมกรรมการใช้สื่อของผู้บริโภคในปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงไปตามการพัฒนาของเทคโนโลยี ดังนั้นการหาเสียงช่วงก่อนการเลือกตั้งเพื่อสื่อสารนโนยายการเมืองและสร้างการรับรู้ในตัวของผู้สมัครรับเลือกตั้งพรรคการเมืองจึงไม่สามารถพึงพาสื่อกระแสหลักอย่างสื่อโทรทัศน์ วิทยุและสื่อสิงพิมพ์ เป็นช่องทางหาเสียงเลือกตั้งเพื่อเรียกคะแนนนิยมดังในอดีตได้อีกต่อไป เพราะว่าพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ซึ่งเป็นผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งนี้ไม่ได้ติดตามข้อมูลข่าวสารทางการเมืองผ่านช่องทางสื่อกระแสหลักอย่างเดียว แต่พวกเขาใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องสื่อสารกับโลกภายนอก การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่างๆ จึงมีความหลากหลายรวดเร็ว สะดวกสบายตลอดเวลา ทำให้สื่อสังคมออนไลน์กลายเป็นสื่อหลักที่มีบทบาทสำคัญเข้ามาแทนที่สื่อเก่าและได้รับความนิยมจากคนกลุ่มนี้เป็นอย่างมาก (Socialintergrated, 2562)

พฤติกรรมดังกล่าวสอดคล้องกับข้อมูลสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือ ETDA ได้สำรวจเปรียบเทียบการใช้งานโซเชียลมีเดีย แยกเป็นการใช้งานของผู้ใช้งานแต่ละช่วงวัย เป็นที่น่าสนใจว่าผู้ใช้งานที่เกิดช่วงปี 2524-2543 (Gen Y) หรือคนรุ่นใหม่ มีการใช้งานโซเชียลมีเดียมากที่สุด 96.7% รองลงมาผู้ใช้งานที่เกิดช่วงปี 2544 เป็นต้นไป 92.5% (Gen Z) และผู้ใช้งานที่เกิดช่วงปี 2508 – 2523 (Gen X) 91.2% และผู้ใช้งานที่เกิดช่วงปี 2489 – 2507 (Baby Boomer) 84.7% ตามลำดับ นอกจากนี้สื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยมใช้งานโดยเรียงลำดับจากความนิยมมากที่สุดไปยังความนิยมน้อยที่สุด คือ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ และอินสตาแกรม (สำนักงานธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2561)

Ref. code: 25636007030247EYR

ในแง่การมีส่วนร่วมทางการเมืองในช่วงการเลือกตั้งปี 2562 หากเปรียบเทียบประเภทของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีบทบาทเด่นชัดและได้รับความนิยมจากพรรคการเมืองและคนรุ่นใหม่นิยมใช้เป็นช่องสื่อสารการเมืองและการเข้าไปมีส่วนร่วมทางการการเมืองระหว่างกัน คือ สื่อสังคมออนไลน์ทวิตเตอร์ เมื่อพิจารณาจากคุณลักษณะเฉพาะของทวิตเตอร์ พบว่า มีการส่งข้อความได้จำกัดจำนวนไม่เกิน 280 ตัวอักษร ต่อ 1 ข้อความ และยังมีจุดเด่นตรงที่สามารถส่งข้อความได้อย่างรวดเร็ว โดยข้อความที่ทวิตจะสั้นได้ใจความ อีกทั้งสามารถแลกเปลี่ยนรูป วิดีโอและลิ้งค์ในการเชื่อมต่อกับเว็บไซต์ต่างๆ ได้อีกด้วย โดยผู้ใช้งานทวิตเตอร์ส่วนใหญ่ต้องการที่จะแชร์เหตุการณ์ ข้อมูลข่าวสารหรือกระแสสังคม ณ เวลานั้นๆ ได้อย่างทันทวงที ทำให้ทวิตเตอร์เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่มีความรวดเร็วในการกระจายข่าวสารได้มากกว่าแพลตฟอร์มอื่นๆ นอกจากนี้ผู้ใช้งานยังกล่าวถึงบุคคลอื่นได้ด้วยการเมนชั่น (Mention) คล้ายคลึงกับรูปแบบการแสดงความคิดเห็น (Comment) ในสื่อสังคมออนไลน์อื่นๆ สามารถส่งข้อความด้วยการรีทวิต (Retweet) หรือรูปแบบการแบ่งปัน (Share) ให้ผู้ติดตามของเราได้เห็นข้อความนั้นด้วย รวมถึงสามารถกดถูกใจ (Like) โดยในปัจจุบันมักจะมีวัฒนธรรมในการแบ่งปันเนื้อหาเหล่านี้ในทุกสื่อสังคมออนไลน์ หรือเรียกว่าการสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์

จุดเด่นของทวิตเตอร์ที่แตกต่างจากสื่อสังคมออนไลน์ประเภทอื่นอย่างสิ้นเชิงคือ การจัดอันดับเทรนด์ (Top Twitter Trands) โดยจัดอันดับเทรนด์ต่างๆผ่านการนับจำนวนทวีต, รีทวิตและไลค์ ที่มีแฮชแท็ก (Hashtag) หรือสัญลักษณ์ “#” ตามด้วยข้อความนั้นๆ ที่เป็นหัวข้อสนทนา โดยจุดเด่นนี้ทำให้เกิดการสนทนาระหว่างบุคคลที่มีความสนใจใน เรื่องเดียวกันและส่งต่อกันจนเกิดเป็นกลุ่มบุคคลที่ใช้พื้นที่บนทวิตเตอร์ในการแลกเปลี่ยน ความคิดเห็น อีกทั้งยังทำให้ผู้ใช้งานและแบรนด์รับรู้ได้ว่าอะไรกำลังเป็นกระแสสังคมเห็นได้จากหลายปรากฏการณ์ในทวิตเตอร์ที่เกิดขึ้นช่วงก่อนการเลือกตั้ง เช่น การใช้แฮชแท็กสร้างเครือข่ายเพื่อรวมกลุ่มผู้สนับสนุนเข้ามามีส่วนร่วมด้วยกัน อย่าง #ฟ้ารักพ่อ ซึ่งที่มาของแฮชแท็กนี้เกิดขึ้นเมื่อครั้ง นายธนาธร จึงรุ่งเรืองกิจ หัวหน้าพรรคอนาคตใหม่ ได้ไปร่วมงานฟุตบอลประเพณีจุฬา - ธรรมศาสตร์ ครั้งที่ 73 และมีกลุ่มแฟนคลับขอถ่ายรูป ในระหว่างนั้นมีแฟนคลับคนหนึ่งพูดขึ้นว่า “ฟ้ารักพ่อ” ต่อมา นายธนาธร ก็ทวีต กลับว่า “พ่อก็รักฟ้า” ทำให้เกิดอีกหลายแฮชแท็กตามมา ยิ่งปลุกกระแสให้นายธนาธรและพรรคอนาคตใหม่เป็นที่รู้จักและถูกพูดถึงมากขึ้น

หรือแฮชแท็ก “จินนี่เอฟเฟ็กต์” เกิดจากคุณหญิงสุดารัตน์ เกยุราพันธุ์ ประธานทีมยุทธศาสตร์พรรคเพื่อไทย พาลูกสาว จินนี่ ยศสุดา เกยุราพันธุ์ ลงพื้นที่หาเสียงย่านประตูน้ำ ทำให้ได้รับความสนใจจากคนรุ่นใหม่จำนวนมาก ด้วยภาพลักษณ์ที่สาวสวย ขาว หมวย อินเตอร์ตรงจริตคน

Ref. code: 25636007030247EYR

รุ่นใหม่ จนเกิดหลายแฮชแท็กที่เกี่ยวข้อง เช่น จินนี่ยศสุดา , น้องจินนี่, พรรคเพื่อเธอ, เข้าคูหากาให้แม่ยายผมด้วยนะครับ

ปรากฏการณ์ดังกล่าวสอดคล้องกับความเห็นของ พิชญ์ พงษ์สวัสดิ์ และสาวตรี สุขศรี (2562) ได้อธิบาย พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในทางการเมืองของคนรุ่นใหม่ว่า ปัจจุบันพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของคนรุ่นใหม่มีลักษณะที่หลากหลายแตกต่างออกไปตามสถานการณ์ อย่างเช่น การให้ความร่วมมือหรือไม่ให้ความร่วมมือ แชร์ข่าว ข้อมูลทางการเมือง โดยความสนใจจะเน้นกิจกรรมเป็นเรื่องๆ ไป เช่น การเป็นอาสาสมัคร ริเริ่มรณรงค์ ล่ารายชื่อในประเด็นที่พวกเขาไม่เห็นด้วยกับนโยบายของรัฐ นอกจากนี้คนรุ่นใหม่บางกลุ่มมีความสามารถในการผลิตสื่อของตนเอง มีพลังถึงขนาดที่เข้ายึดครองบางปริมณฑลของสื่อใหม่บางประเภทมาเป็นของตนเองได้ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า ในโลกออนไลน์คนรุ่นใหม่ สามารถกำหนดประเด็นในการต่อสู้และเนื้อหาสาระในการถกเถียง ได้อย่างทรงพลัง ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นตอกย้ำให้เห็นว่าคุณลักษณะของทวิตเตอร์ เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารเป็นอย่างมาก อีกทั้งตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์การสื่อสารการเมืองของคนรุ่นใหม่ได้อย่างตรงจุด

อีกด้านหนึ่งนอกจากทวิเตอร์จะเป็นพื้นที่การสื่อสารการเมืองบนสื่อสังคมออนไลน์ที่ทรงพลังแล้ว ผู้วิจัยสังเกตเห็นว่า สื่อสังคมออนไลน์ทวิตเตอร์ยังเป็นพื้นที่แจ้งเกิดของผู้นำความคิดหรือที่เรียกว่า อินฟลูเอนเซอร์ในทางการเมืองจำนวนมาก โดยเฉพาะในช่วงระยะเวลา 1 เดือนก่อนการเลือกตั้ง ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลการสื่อสารการเมืองของอินฟลูเอนเซอร์ที่มีบทบาทโดนเด่นในการสื่อสารทางการเมืองที่คนรุ่นใหม่ให้ความสนใจในช่วงของการเลือกตั้ง จำนวน 5 คน โดยใช้เกณฑ์ในการเลือกอินฟลูเอนเซอร์ทางการเมืองตามแนวคิดผู้นำความคิด โดยพิจารณาจาก 5 ปัจจัย ดังนี้

1. เป็นนักวิชาการที่มีความรู้ในทางการเมือง
2. นำเสนอคอนเทนท์ทางการเมืองได้น่าสนใจ
3. ทัศนคติและอุดมการณ์ทางการเมือง
4. ใกล้ชิดกับบุคคลในแวดวงการเมืองและมักจะมีข่าวสารเชิงลึกที่ไม่ปรากฏในการรายการของสื่อมวลชน
5. เป็นที่รู้จักของสังคมมีจำนวนผู้ติดตามตั้งแต่ 10,000 บัญชีขึ้นไป ประกอบไปด้วย

นายวิญญู วงศ์สุรวัฒน์ @johnwinyu มีจำนวนผู้ติดตาม 1,372,875 บัญชีผู้ใช้ และเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงจากการประกอบอาชีพนักแสดง พิธีกรที่กลุ่มคนรุ่นใหม่รู้จักและชื่นชอบ มีความสนใจเรื่องการเมือง ใกล้ชิดกับบุคคลในแวดวงการเมือง แสดงออกทางความคิด อุดมการณ์ทางการเมืองไม่เห็นด้วยกับรัฐบาล

Ref. code: 25636007030247EYR

นายจิรายุ วรรธนะสิน @Khunjirayut จำนวนผู้ติดตาม 169,052 บัญชีผู้ใช้ เป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงจากการเป็นศิลปิน คนรุ่นใหม่ชื่นชอบจำนวนมาก มีความสนใจเรื่องการเมือง แสดงออกทางความคิดและอุดมการณ์ทางการเมืองในการสนับสนุนการบริหารงานของรัฐบาล

นายสมบัติ บุญงามอนงค์ @nuling มีจำนวนผู้ติดตาม 416,668 บัญชีผู้ใช้ เป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงในแวดวงสื่อมวลชน สนใจเรื่องการเมือง มีความใกล้ชิดนักการเมือง และนักเคลื่อนไหวทางการเมือง แสดงออกทางความคิดและอุดมการทางการเมืองไม่สนับสนุนรัฐบาล

นายพริษฐ์ ชิวารักษ์ @Paritchi มีจำนวนผู้ติดตาม 106,449 บัญชีผู้ใช้ มีชื่อเสียงในฐานะตัวแทนคนรุ่นใหม่ที่ออกมาเคลื่อนไหวทางการเมืองไม่สนับสนุนรัฐบาล

ผศ.ดร.ประจักษ์ ก้องกีรติ @Prajak มีจำนวนผู้ติดตาม 129,262 บัญชีผู้ใช้ เป็นตัวแทนนักวิชาการ มีความสนใจเรื่องการเมือง ตรวจสอบการทำงานของรัฐบาลในการบริหารประเทศ แสดงออกทางความคิดและอุดมการณ์ทางการเมืองไม่สนับสนุนรัฐบาล

จากการรวบรวมข้อมูลการสื่อสารการเมืองในช่วงก่อนการเลือกตั้ง พบว่า อินฟลูเอนเซอร์ได้ใช้ช่องทางทวิตเตอร์นำเสนอเนื้อหาทางการเมืองที่หลากหลาย อย่างเช่น ความคิดเห็นทางการเมืองที่เกี่ยวข้องกับการบริหารประเทศของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นโยบายบายของพรรคการเมือง การประชันวิสัยทัศน์ของผู้สมัครรับเลือกตั้ง โครงสร้างของสภาผู้แทนราษฎร ซึ่งเนื้อหาดังกล่าวกลายเป็นที่สนใจของคนรุ่นใหม่ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรกและคนรุ่นใหม่ที่เป็นสมาชิกสื่อสังคมออนไลน์ทวิตเตอร์จำนวนไม่น้อยได้เข้าไปมีส่วนร่วมต่อประเด็นทางการเมืองกับอินฟลูเอนเซอร์ สร้างปฏิสัมพันธ์การสื่อสารระหว่างกันถึงขนาดที่สื่อกระแสหลักได้หยิบยกไปนำเสนอข่าวกันอย่างกว้างขวาง

ปรากฏการณ์ดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยสนใจพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของคนรุ่นใหม่ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรกอย่างไรบ้าง รวมถึงการเกิดขึ้นของอินฟลูเอนเซอร์ทางการเมืองในช่วงก่อนการเลือกตั้งบนสื่อสังคมออนไลน์มีผลต่อการแสดงออกทางความคิดทางการเมืองที่นำไปสู่การตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้งให้ผู้ลงสมัครรับเลือกพรรคใดหนึ่งหนึ่งและเกิดการเปลี่ยนแปลงผลการเลือกตั้งปี 2562 อย่างไรบ้าง

ปัญหานำวิจัย 1. พฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองในสื่อสังคมออนไลน์ทวิตเตอร์ของคนรุ่นใหม่ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรกอย่างไร 2. อินฟลูเอนเซอร์มีผลต่อความคิดทางการเมืองและนำไปสู่พฤติกรรมการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้งทั่วไป ปี 2562 ของคนรุ่นใหม่ ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรกอย่างไร

Ref. code: 25636007030247EYR

**1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย**

1. เพื่อศึกษาวิเคราะห์พฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองในสื่อสังคมออนไลน์ทวิตเตอร์ของคนรุ่นใหม่ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรก

2. เพื่อศึกษาวิเคราะห์อิทธิพลของอินฟลูเอนเซอร์บนโลกออนไลน์มีผลต่อความ คิดทางการเมืองและนำไปสู่พฤติกรรมการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้งทั่วไปปี 2562 ของคนรุ่นใหม่ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรก

**1.3 ขอบเขตการศึกษา**

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มุ่งศึกษาพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองในสื่อสังคมออนไลน์ปัจจุบัน คือ ทวิตเตอร์ (Twitter) ของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ไม่เคยมีประสบการณ์การเลือกตั้งมาก่อน ในการเลือกตั้งปี 2562 ให้มีความหลากหลายในด้านเพศ ระดับการศึกษาและการประกอบวิชาชีพ จำนวน 12 คน ช่วงอายุระหว่าง 18–25 ปี ด้วยการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) และอินฟลูเอนเซอร์ที่มีบทบาททางการเมืองในสื่อสังคมออนไลน์ทวิตเตอร์จำนวน 5 คน

**1.4 นิยามศัพท์**

อินฟลูเอนเซอร์ บุคคลที่มีความรู้และความสนใจการเมือง นำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องทางการเมืองในช่วงก่อนการเลือกตั้งปี 2562 มาอย่างต่อเนื่องผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ทวิตเตอร์และเป็นที่รู้จักของสังคมและผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ทวิตเตอร์ มีจำนวนผู้ติดตามตั้งแต่ 10,000 บัญชีขึ้นไป

ผู้ใช้ทวิตเตอร์ (Twitter) เพื่อเผยแพร่ความคิดของตนเกี่ยวกับประเด็นการเมืองในช่วงก่อนการเลือกตั้ง และการแสดงความคิดเห็นของคนคนนั้นได้รับการยอมรับจากผู้คนเป็นจำนวนมากจนเกิดปรากฏการณ์ส่งต่อข้อมูลข่าวสารออกไปสู่ผู้ใช้อื่นๆ เป็นจำนวนมาก

สื่อสังคมออนไลน์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ทำให้ผู้ใช้แสดงความเป็นตัวตนของตัวเอง เพื่อจะมีปฏิสัมพันธ์กันหรือแบ่งปันข้อมูลข่าวสารการเมืองกับบุคคลอื่น ในงานวิจัยชิ้นนี้เลือกสื่อสังคมออนไลน์ คือ ทวิตเตอร์ (Twitter) ของคนรุ่นใหม่ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรก

Ref. code: 25636007030247EYR

การมีส่วนร่วมทางการเมือง การมีส่วนร่วมทางการเมือง ทั้งเนื้อหาในเชิงบวกและเชิงลบที่มีต่อนโยบายของพรรคการเมืองและผู้ลงสมัครรับเลือกตั้งผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของคนรุ่นใหม่ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรก คนรุ่นใหม่ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรก ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรกอายุระหว่าง 18-25 ปี ไม่เคยมีประสบการณ์เลือกตั้งมาก่อน เป็นสมาชิกเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ทวิตเตอร์ (Twitter) และใช้สื่อสังคมออนไลน์ดังกล่าวติดตามข่าวสารการเมืองอย่างต่อเนื่องในช่วง 1 เดือน ก่อนการเลือกตั้งทั่วไปปี 2562

การเลือกตั้ง หมายถึง การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรพร้อมกันทุกเขตเลือกตั้งทั่วประเทศทั้งระบบบัญชีรายชื่อและระบบแบ่งเขต

**1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ**

การศึกษาวิจัยครั้งนี้จะทำให้ผู้วิจัยเข้าใจพฤติกรรมและบทบาทของสื่อโซเชียลมีเดียที่มีต่อความคิดทางการเมืองและการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของคนรุ่นใหม่ ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรก ผลการวิจัยนี้จะเป็นองค์ความรู้และแนวทางให้พรรคการเมืองเลือกกลยุทธ์การสื่อสารการเมืองให้ตรงกับฐานคะแนนเสียง ปรับตัวให้เท่าทันกับพฤติกรรมการใช้สื่อโซเชียลมีเดียและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป

ขณะเดียวกันจะเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชน เลือกนำเสนอข่าวสารการเมืองผ่านโซเชียลมีเดียในช่วงที่ประเทศมีการจัดการเลือกตั้ง เพื่อให้คนรุ่นใหม่ผู้มีสิทธิ์

Ref. code: 25636007030247EYR

# บทที่ 2
# แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง อิทธิพลของอินฟลูเอนเซอร์ในทวิตเตอร์ที่มีผลต่อการตัดสินเลือกตั้งของคนรุ่นใหม่ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรกปี 2562 มีแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับผู้นำความคิดและผู้มีอิทธิพลทางสังคม
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารในเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์และสื่อสังคมออนไลน์ทวิตเตอร์
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับเจเนอเรชั่น
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกตั้ง
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

## 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับผู้นำความคิดและผู้มีอิทธิพลทางสังคม

**แนวคิดเกี่ยวกับผู้นำความคิด** ในปีค.ศ. 1948 Katz และ Lazarsfeld เป็นนักวิจัยกลุ่มแรกที่เชื่อว่ากระบวนการสื่อสารมีทิศทางเป็นการไหลไปของข่าวสารแบบ 2 ขั้นตอน กล่าวคือ ข่าวสารจะไหลจากสื่อมวลชน (mass media) ไปยังผู้นำความคิด (opinion leaders) และจากผู้นำความคิดไปยังผู้ตาม (follower)

**ผู้นำความคิดในเครือข่ายสังคมออนไลน์** ผู้นำความคิดในเครือข่ายสังคมออนไลน์คือผู้นำความคิดที่มีความสนใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งเป็นอย่างดี โดยสร้างตัวตนขึ้นบนพื้นที่โลกออนไลน์เพื่อแสดงความคิดเห็นในฐานะผู้เชี่ยวชาญและบอกต่อถึงประสบการณ์ตรงของตนเองที่มีต่อผลิตภัณฑ์ หรือบริการนั้นๆ ผ่านเทคโนโลยีต่างๆ ได้แก่ ภาพนิ่ง วิดีโอ เสียง เป็นต้น ทั้งนี้ ผู้นำความคิดบนโลกออนไลน์ไม่จำเป็นต้องเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงในโลกออฟไลน์มาก่อน อีกทั้งไม่จำเป็นต้องหน้าตาดีหรือฐานะดีเสมอไป เพราะผู้ติดตามหรือผู้บริโภค จะยอมรับผู้นำความคิดในโลกออนไลน์จากการนำเสนอผลงานที่มีคุณภาพ น่าติดตาม และมีผลงานออกมาสม่ำเสมอมากกว่า (ผู้จัดการออนไลน์, 2552)

และยังมีการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับผู้นำความคิดบนสื่อสังคมออนไลน์ในสมัยนี้ไว้ว่า “ในอดีต ผู้นำความคิดมักเป็นคนที่ได้รับความยอมรับนับถืออยู่แล้วจากคนในสังคมนั้นๆ โดยตรง

Ref. code: 25636007030247EYR

เช่น เป็นผู้นำหมู่บ้าน เป็นบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญเรื่องใดเรื่องหนึ่งจนเป็นที่ประจักษ์แก่สังคม แต่ในสังคมไทยโดยเฉพาะท่ามกลางวิกฤตการณ์การเมืองการปกครองในยุคนี้ที่การสื่อสารมีมากกว่า 2 จังหวะ บุคคลที่เป็น Opinion Leaders ไม่ได้จำกัดแค่คนกลุ่มดังกล่าวอีกต่อไป ขณะนี้จึงกล่าวได้ว่าเป็นยุคของ Online Opinion Leaders การแสดงความคิดเห็นต่างๆ ผ่านช่องทางออนไลน์ในขณะนี้ ทำให้คนธรรมดาทั่วไปทุกคน สามารถพัฒนาตัวเองขึ้นมาเป็น Online Opinion Leaders ได้ทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นเจ้าของสถานะ (status) บนเฟซบุ๊กส่วนตัว และเพจต่างๆ ไปจนกระทั่งเจ้าของกระทู้ในเว็บบอร์ดพันทิป เช่นในช่วงที่การเมืองกำลังรุนแรง ความคิดเห็นถ่ายทอดถึงกันอย่างรวดเร็วด้วยการแชร์ (share) ผู้คนคิดแตกต่างเกิดรอยร้าวจนสุ่มเสี่ยงจะแตกแยกจึงเป็นช่วงที่ Opinion Receiver ต้องระมัดระวังการเสพความคิดเห็นต่างๆ เป็นอย่างยิ่ง”

จะเห็นว่าการกำหนดแนวโน้มของกระแสในสังคม (Trend Setting) อยู่บนพื้นฐานของการคล้อยตามทางความคิดจากการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากกลุ่มผู้นำความคิด (Opinion Leader) ที่มีอิทธิพลต่อผู้รับข้อมูลข่าวสาร ซึ่งอาจเป็นผู้อธิบายเพื่อการเกิดแนวโน้มใหม่ ๆ ในสังคม หรือเป็นผู้เสนอแนะให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของผู้คนในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นความรู้ ความเชื่อ ค่านิยมทัศนคติ พฤติกรรม วิถีชีวิต เป็นต้น ภายในเครือข่ายสังคมออนไลน์ขนาดใหญ่ที่เชื่อมโยงคนทุกคนเข้าด้วยกัน

**สถานะและความหมายของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด** ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด (Influencer) หรือ ผู้นำทางความคิด เป็นทฤษฎีที่ถูกพัฒนามาเรื่อยๆ ตั้งแต่ปีค.ศ.2000 ตามลำดับขั้นของทฤษฎีผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด (The State of influencer Theory)

Geoff Livingston (2011, 15 July) อธิบายองค์ประกอบตามลำดับขั้นของทฤษฎีผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดว่าในปี 2000 Malcolm Gladwell กล่าวในหนังสือ The Tipping Point ว่ากระบวนการที่ทำให้เกิดผู้มีอิทธิพลนั้น เกิดจากกลุ่มคนที่มีลักษณะพิเศษ คือ มีพรสวรรค์ทางสังคมบางประการที่ไม่พบในคนส่วนใหญ่ เช่น มีความอยากรู้อยากเห็น เข้ากับคนอื่นง่าย รู้จักผู้คนมาก มีความรู้พร้อมจะถ่ายทอดให้ผู้อื่น รวมถึงมีความสามารถในการโน้มน้าวใจผู้อื่นสูง โดยสามารถแบ่งกลุ่มคนพิเศษนี้ออกเป็น 3 กลุ่มย่อย คือ

1. กลุ่มผู้กว้างขวาง (Connectors) ได้แก่ กลุ่มคนที่มีความสามารถในการเชื่อมต่อส่วนต่างๆ ของสังคมและวัฒนธรรมย่อยเข้าไว้เป็นเครือข่ายปิระมิด

2. กลุ่มฐานข้อมูลเคลื่อนที่ (Maven) มีความรอบรู้ในข้อมูลที่กว้างขวางที่คนในสังคมทั่วไป ไม่รู้โดยทำการเผยแพร่ความรู้ที่มีแก่บุคคลอื่นเพื่อใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจ ชอบสะสม ซื้อขายและแลกเปลี่ยนข้อมูลอยู่เสมอ

3. กลุ่มเซลล์แมน (Saleman) เทียบได้กับคนขายของที่เก่งมีทักษะในการโน้มน้าวใจผู้อื่นสูง โดยรูปลักษณ์ภายนอกของคนกลุ่มนี้จะมีบุคลิกภาพดีมีเสน่ห์ดูน่าเชื่อถือโดยความพิเศษจาก

Ref. code: 25636007030247EYR

กลุ่มคน ทั้ง 3 กลุ่มนี้นำมาซึ่งกระแสการพูดแบบปากต่อปาก (Spread the word) ถือเป็นจุดแรกของการแพร่ข่าวสารเชิงพฤติกรรมทุกชนิด

Geoff Livingston (2011, 15 July) ได้รวมสถานะของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดที่ถูกให้คำนิยามไว้ เริ่มจากปีค.ศ.2003 Duncan Watts ได้กล่าวในหนังสือ “Six Degrees” เสนอแนวคิดว่า คน 2 คน จะมีคนที่รู้จักกันเชื่อมเป็นทอดๆ ไม่เกิน 6 ช่วงคนโดยผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดใช้วิธีส่งสารไปยัง 'เป้าหมาย' โดยจะเริ่มส่งสารไปที่ ‘คนกลาง' ในที่นี่อาจเป็นสื่อหรือการบอกต่อทางคำพูดกับบุคคลที่เขารู้จัก ซึ่งเขาคิดว่าน่าจะส่งสารต่อไปยังเป้าหมายที่เขาไม่รู้จัก ต่อเป็นทอดๆ กลายเป็นลูกโซ่เชื่อมต่อข้อมูลไปเรื่อยๆ อย่างไม่สิ้นสุดผ่านผู้ส่งสารคนแรกนั้นเอง และต่อมาในปี 2006 Jackie Huba and Ben McConnell ได้กล่าวเสริมในหนังสือ One Percenters ว่าผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดอาจเป็นคนสร้างสื่อหรือเนื้อหาบนสังคมออนไลน์สามารถที่จะควบคุมสื่อออนไลน์ให้ไปทิศทางใดก็ได้ เช่น ดารา นักร้อง นักแสดง เป็นต้น และในปีเดียวกัน David Sifry ค้นพบนิยามของผู้นำความคิดโดยเขียนไว้ในหนังสือ The Magic Middle ว่า ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดอยู่ในลักษณะบุคคลที่เป็นศูนย์กลางในการถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ ซึ่งผลกระทบต่อสังคมในมุมกว้างแทรกซึมไปตามเหตุการณ์ในบริบทต่างๆ ทั้งเศรษฐกิจ สังคม การเมือง เช่น ประธานาธิบดีนายกรัฐมนตรีหรือนักการเมืองที่มีชื่อเสียง

ต่อมา Charlene, li and Josh bernoff (2008) ให้เหตุผลว่า ผู้คนจะใช้เทคโนโลยีในการได้มาซึ่งสิ่งที่ตัวเองต้องการ มากกว่าการติดต่อโดยตรงผ่านทางบริษัท ห้างร้าน องค์กร เช่นเดิม และเขาเรียกมันว่า “Groundswell”

ขณะที่ Chris Brogan and Julien Smith (2009, p.389) ให้ความเห็นว่าผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดที่เป็นบุคคลธรรมดา หากแต่มีประสบการณ์ทั้งดีและไม่ดีต่อสินค้าและบริการสามารถกระจายความคิดเห็นสู่โลกอินเทอร์เน็ต ความคิดเห็นดังกล่าวสามารถส่งผลกระทบต่อผู้บริโภครายอื่น รวมถึงองค์กรเองด้วย รวมถึงผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดอาจเป็นบุคคลที่ประสบความสำเร็จ มีชื่อเสียง เชี่ยวชาญ ทำให้ผู้คนในสังคมอยากดำเนินรอยตามและในช่วงปี2011 มีผู้นิยามสถานะของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด ภายใต้บริบทโลกออนไลน์มากขึ้น

Beth Kanter and Allison Fine (2011) เพิ่มเติมอีกว่า ผู้มีอำนาจเหล่านี้มักเป็นผู้สร้างสรรค์ความคิดใหม่ๆ ออกจากความคิดที่เป็นคำสั่งแบบเดิมๆ และ (Leaderboards, 2011 อ้างถึงในกิติยา สุริวรรณ, พิชามน พวงสุวรรณ และอุรพี จุลมาศาสตร์, 2559, น.83) กล่าวว่า ผู้มีอิทธิพลสามารถวัดโดยการกระทำออนไลน์ จากยอดการแบ่งปันข้อความการแสดงความคิดเห็นและอื่นๆ ที่แสดงให้เห็นถึงความสนใจของคนในสังคม (Geoff Livingston, 2011, 15 July)

Ref. code: 25636007030247EYR

ปัจจุบัน ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดจึงกลายเป็นคำที่ถูกพูดถึงและนำมาใช้เป็นกลยุทธ์โน้มน้าวใจผู้บริโภคมากขึ้น ในยุคที่การโฆษณาจากสื่อหลักมีพลังไม่มากพอที่จะโน้มน้าวหรือนำความคิดผู้บริโภคอีกต่อไปโดยมีผู้ให้นิยามความหมายไว้อย่างหลากหลาย ดังนี้

Hoyer, W. D. & MacInnis, D. J. (1997, p. 389) กล่าวว่า ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด คือ บุคคลที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ หรือความสนใจเฉพาะเรื่องใดเรื่อง ซึ่งสามารถให้ความรู้และวิจารณ์ โดยเป็นข้อมูลที่น่าเชื่อถือ โดยอาจเป็นเพื่อนหรือคนที่รู้จักสนิทสนมกันก็ได้และจากความสนใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งกลายเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการแสวงหาข้อมูลจากสื่อมวลชน จากผู้ประกอบการผลิตหรือจากแหล่งข้อมูลข่าวสารอื่นๆ โดยนำความรู้ที่ได้รับถ่ายทอดหรือชี้นำให้กับผู้ใกล้ชิดหรือคนรู้จักด้วยอีกทอดหนึ่ง

Schiffman and Kanuk (2004) ได้ให้ความหมายของ ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในโลกสื่อสารออนไลน์ คือ การใช้ผู้มีอิทธิพลด้านความคิดเผยแพร่ข้อมูลของสินค้าและบริการต่างๆ ผ่านสื่อออนไลน์เพื่อขยายการรับรู้ในวงกว้าง

วิทวัส รุ่งเรืองผล (2553, น.54) กล่าวว่านักการตลาดให้คำจำกัดความ กลุ่มผู้มีอิทธิพลนี้ว่า ผู้ชี้นำทางความคิด (Opinion Leaders) ซึ่งสามารถทำให้สินค้าเป็นที่นิยมอย่างกว้างขวางและเป็นที่ยอมรับโดยใช้เวลาที่สั้นลง นักการตลาดจะพยายามหาผู้นำทางความคิดในกลุ่มผลิตภัณฑ์นั้นๆ และหาวิธีทำให้คนกลุ่มนี้ยอมรับและแนะนำผลิตภัณฑ์บริษัทต่อคนกลุ่มอื่น

นิตนา ฐานิตธนกร และ ปรัศนียากรณ์ สายปิมแปง (2556) ให้ความหมายว่า ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด คือ ผู้มีอิทธิพลต่อตราสินค้าและสินค้าและเสริมความหมายของคำว่า Outreach ที่หมายถึง การเผยแพร่และกระจายข้อมูลเพื่อให้สาธารณชนรับรู้ในวงกว้าง เมื่อผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดผนวกกับคำว่า Outreach จึงหมายถึง การใช้ผู้มีอิทธิพลทางด้านความคิดในโลกออนไลน์ให้เป็นผู้เผยแพร่ข้อมูลออกไปในวงกว้าง โดยส่วนใหญ่เป็นกลยุทธ์ที่ตราสินค้ามักเลือกใช้

ศศิมา อุดมศิลป์ (2557) กล่าวว่า ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด (Influencer) หรือผู้นำทางความคิดในวงการ คือ บุคคลที่มีชื่อเสียง หรือผู้อยู่ในแวดวงสังคมชั้นสูง ที่ปัจจุบันนักการตลาดผนวกโซเชียลมีเดียเข้ากับกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดผ่านผู้ทรงอิทธิพลเพื่อปรับการรับรู้และสร้างความน่าเชื่อถือในการใช้สินค้าและบริการจริง มากกว่าโฆษณาที่ใช้เพียงแค่คนดัง นักร้อง หรือดาราอย่างในมิติเดิม

อรนิตย์ เอ่งฉ้วน และ พีรยุทธ โอรพันธ์ (2557) กล่าวว่าในส่วนของการตลาดแบบผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในสื่อออนไลน์ในปัจจุบัน ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดกับกลุ่มของบุคคลที่มีชื่อเสียง จะต้องสร้างสรรค์เนื้อหาหรือการน าเสนอที่แปลกใหม่เพื่อให้เกิดความน่าสนใจ เพราะคนในกลุ่มนี้เป็นที่รู้จักซึ่งสามารถสร้างฐานการรับรู้ทั้งยังเป็นกระบอกเสียงที่ดีหากต้องการสร้างการรับรู้

Ref. code: 25636007030247EYR

ในวงกว้างดังนั้น ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด จึงหมายถึง บุคคลที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่สามารถสร้างสรรค์โน้มน้าว และนำเสนอเนื้อหาเฉพาะด้านนั้นในชุมชนออนไลน์จนเป็นที่รู้จักและชื่นชอบเป็นวงกว้าง

นอกจากนั้น รติมา และคณะ (2555) กล่าวว่า หากมองแบบผิวเผินผู้คนส่วนใหญ่มักนึกถึงผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในรูปแบบของดาราหรือผู้มีชื่อเสียงในวงการเท่านั้น แต่ในปัจจุบันไม่ใช่ว่าดาราหรือผู้มีชื่อเสียงจะเป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดเสมอไป เพราะสิ่งสำคัญ คือ บุคคลนั้นๆ ต้องสามารถพูดและทำให้ผู้ติดตามเชื่อถือและคล้อยตาม หรือส่งผลต่อการตัดสินใจอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยอาจเป็นบุคคลหรือกลุ่มธรรมดาที่ไม่มีชื่อเสียงก็ได้โดยสามารถจำแนกประเภทของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในลักษณะแบบบุคคลหรือกลุ่มบุคคลทั่วไปที่พบได้ในปัจจุบัน ดังนี้

1.Amateur Reviewer บุคคลธรรมดาที่สนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง นำมาเขียนรีวิวให้กับผู้อื่นอ่านโดย อาจไม่มีความรู้หรือความเชี่ยวชาญเฉพาะ แต่เขียนได้น่าสนใจก็อาจมีอิทธิพลต่อผู้อื่นได้

2.User Group กลุ่มของลูกค้าที่มีความสนใจประเภทเดียวกัน และใช้เว็บบอร์ดในการสนทนาแนะนำหรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ซึ่งการแสดงออกถึงความคิดของคนหมู่มากจะมีผลต่อผู้อ่านรายอื่นไปด้วย

3.Customer Complain กลุ่มลูกค้าที่ผิดหวังจากการใช้บริการหรือซื้อสินค้า โดยการแสดงความคิดเห็นผ่านโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ให้ผู้อื่นรับรู้ซึ่งมีอิทธิพลต่อสังคมมาก

นอกจากนั้น กองบรรณาธิการนิตยสาร BrandAge (2550) ระบุว่า กลุ่มของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดที่เป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นที่นิยมในการสื่อสารการตลาดทั้งในบริบทออฟไลน์และออนไลน์ เพราะบุคคลที่มีชื่อเสียงในด้านต่าง ๆ สามารถโน้มน้าวให้ผู้อื่นรับรู้และคล้อยตามได้โดยได้ทำการแบ่งกลุ่มของคนมีชื่อเสียงออกเป็น 7 ประเภท ได้แก่

**กลุ่มที่ 1 กลุ่มดารานักแสดง (Actor, Actress)** เป็นกลุ่มที่ทุกคนนึกถึงได้แก่ นักแสดงชายหญิง ซึ่งโดยส่วนมากจะมีภาพลักษณ์จากในละครหรือภาพยนตร์ที่ตนแสดงติดมา โดยภาพลักษณ์ จากบทบาทในละครนี้เป็นตัวแปรเบื้องต้นในการคัดเลือกสำหรับนำเสนอสินค้า

**กลุ่มที่ 2 กลุ่มนักร้อง (Singer)** ในกลุ่มนี้มีที่มาที่ต่างกันเช่น มาจากเวทีการประกวดมาจากการที่วงดนตรีเปิดตัวด้วยแนวเพลงสายร็อกภาพลักษณ์ของกลุ่มนี้มักจะเป็นไปในทิศทางเดียวกับแนวเพลงที่ร้องรวมไปถึงค่ายเพลงที่สังกัด

**กลุ่มที่ 3 กลุ่มดารา นักร้อง นักแสดง (Singer-Actor, Actress)** คือ บุคคลที่ประสบความสำเร็จมากกว่าหนึ่งอย่างซึ่งเห็นได้จากปัจจุบันก็คือการเป็นนักร้องและนักแสดงควบคู่กัน

Ref. code: 25636007030247EYR

**กลุ่มที่ 4 กลุ่มนักกีฬา (Sport Figure)** คือ บุคคลที่เป็นที่รู้จักจากการประสบความสำเร็จทางด้านกีฬา โดยทั่วไปภาพลักษณ์หลักของบุคคลในกลุ่มนี้มักเป็นเรื่องร่างกายที่แข็งแรงหรือรูปลักษณ์ภายนอกที่ดูสุขภาพดี

**กลุ่มที่ 5 กลุ่มพิธีกร (News Anchor & MC)** บุคคลในกลุ่มนี้มีชื่อเสียงจากการปรากฏตัวบนหน้าจอจนเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป เช่น พิธีกรรายการต่างๆ ผู้ประกาศข่าว เป็นต้น

**กลุ่มที่ 6 นางงาม (Beauty)** บุคคลมีชื่อเสียงกลุ่มนี้เป็นที่รู้จักผ่านเวทีการประกวดต่างๆ

**กลุ่มที่ 7 กลุ่มบุคคลในสังคมชั้นสูง (High-So)** เป็นกลุ่มบุคคลที่ถูกนับว่าเป็นบุคคลมีชื่อเสียงเมื่อไม่นานมานี้บุคคลในกลุ่มนี้ได้รับความสนใจด้วยปัจจัยหลายอย่าง เช่น หน้าตา ฐานะ รวมไปถึงสถานะทางสังคม

จากความหมายที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด คือ บุคคลหรือกลุ่มบุคคล ที่สนใจ หรือมีความรู้ความเชี่ยวชาญ ในสิ่งหนึ่งๆ จะเป็นผู้มีชื่อเสียงหรือไม่มีชื่อเสียงก็ได้จากนั้นจึงรวบรวมข้อมูลจากช่องทางต่างๆ รวมทั้งประสบการณ์ของตนเองและถ่ายทอดสิ่งที่ตนเองรับรู้ไปยังบุคคลอื่นอีกทอดหนึ่งอย่างเป็นธรรมชาติและมีความน่าเชื่อถือ ซึ่งในช่วงของการเลือกตั้งมีผู้ทรงอิทธิพลความคิดทางการเมืองเกิดขึ้นจำนวนมาก และมีบทบาทในการสื่อสารการเมืองกับกลุ่มคนรุ่นใหม่ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรก ผู้วิจัยต้องการศึกษาว่าผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในช่วงก่อนการเลือกตั้งมีอิทธิพลต่อคนรุ่นใหม่ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรกและนำไปสู่พฤติกรรมการตัดสินใจลงคะแนนอย่างไรบ้าง

## 2.2.แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง

**2.2.1 ความหมายของการมีส่วนร่วมทางการเมือง** การมีส่วนร่วมทางการเมือง (Political Participation) หมายถึง การมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องทุกในรูปแบบ ที่ประชาชนสามารถแสดงความคิดเห็น หรือ ถ่ายทอดความคิดเห็นทางการเมืองไปถึงผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจทางการเมืองได้ (Sara Vissers and Dietlind Stolle, 2014, pp. 937-955)

Milbrath (1971, pp.12-16) ได้นิยามความหมายของการมีส่วนร่วมทางการเมืองว่าเป็นกิจกรรมต่างๆ ที่สมาชิกในสังคมการเมืองเลือกที่จะทาตามความสมัครใจโดยมีจุดมุ่งหมายทั้งในทางตรงและทางอ้อมต่อการการกำหนดนโยบายหรือการดาเนินงานของรัฐบาล ทั้งนี้กิจกรรมนั้น อาจผิดหรือถูกกฎหมายใช้หรือไม่ใช้ความรุนแรงและบรรลุผลหรือไม่บรรลุผลก็ได้

Ref. code: 25636007030247EYR

**2.2.2 รูปแบบของการมีส่วนร่วมทางการเมือง** นักวิจัยจำแนกรูปแบบของการมสี่วนร่วมทางการเมืองโดยใช้เกณฑ์ที่แตกต่างกันออกไป หากจำแนกประเภทของการมีส่วนร่วมทางการเมืองโดยการใช้สื่อออนไลน์ การมส่วนร่วมทางการเมืองสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ การมีส่วนร่วมทางการเมืองแบบออฟไลน์หรือในโลกความจริง (Offline participation) และการมีส่วนร่วมทางการเมืองในโลกออนไลน์ (Online participation หรือ e-participation)

การมีส่วนร่วมทางการเมืองแบบออฟไลน์ คือการเข้าร่วมกิจกรรมทางการเมืองแบบดั้งเดิม โดยผู้เข้าร่วมจะเข้าร่วมกิจกรรมโดยไม่ผ่านการใช้สื่อออนไลน์ ขณะที่การมีส่วนร่วมทางการเมืองแบบออนไลน์จะใช้สื่อออนไลน์ในการดำเนินและเข้าร่วมกิจกรรมทางการเมือง (Saebo et al., 2008) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมทางการเมืองแบบออนไลน์ หรือ E-participation คือกระบวนการมีส่วนร่วมทางการเมืองในสังคมประชาธิปไตยที่ถูกขยายและเปลี่ยนรูปแบบผ่านเทคโนโลยีข้อมูลและการสื่อสารเข้ามาอยู่ในสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งกระบวนการนี้มุ่งสนบัสนุนความเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตยเครือข่ายวิจัย DEMO-net ให้ความหมายของ E-participation ไว้ว่าเป็นการขยายขอบเขตของการมีส่วนร่วมทางการเมืองโดยการอำนวยความสะดวกให้พลเมืองสามารถที่จะเชื่อมต่อกับผู้อื่นร่วมไปถึงผู้แทนราษฎรและรัฐบาลของพวกเขาได้

Schlozman and Verba & Brady (1995) อธิบายถึงกิจกรรมทางการเมืองที่เกิดขึ้นในบล็อก และเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ว่าเป็นการเข้าร่วมทางการเมืองแบบไม่เป็นลาดับชั้นรูปแบบใหม่ (New nonhierarchical participatory forms) โดยมองข้ามกลุ่มสถาบันเก่า และดึงดูดเฉพาะกลุ่มคนเจเนอเรชั่น หลังจากเจเนอเรชั่น Boomer ในการจำแนกรูปแบบการมีส่วนร่วมทางการเมืองออกเป็นออนไลน์และออฟไลน์ นักวิจัยบางท่านเห็นว่า การมีส่วนร่วมทางการเมืองแบบออนไลน์นั้นมีรปูแบบในแนวทางเดียวกับแบบออฟไลน์ (Best and Krueger, 2005) ยกตัวอย่างเช่น การที่ประชาชนร่วมลงนามผ่านทางออนไลน์ การเข้าร่วมแคมเปญออนไลน์ เสมือนกับการที่ประชาชนเข้าร่วมกิจกรรมในโลกภายนอก หนึ่งในกิจกรรมทางการเมืองล่าสุด คือการประท้วงออนไลน์หรือการเดินขบวนออนไลน์ซึ่งเป็นไปในทำนองเดียวกันกับกิจกรรมออฟไลน์

อย่างไรก็ตามยังมีการสันนิษฐานว่า อินเทอร์เน็ตนั้นนำมาซึ่งรูปแบบการเข้าร่วมทางการ เมืองแบบใหม่ที่ไม่ได้เป็นไปในทางเดียวกันกับแบบออฟไลน์ ยกตัวอย่างเช่นการโพสเกี่ยวกับการเมืองในอารมณ์ขบขันการสนับสนุนอย่างเปิดเผยต่อองค์กรทางการเมืองหรือสังคมหรือผู้สมัคร จุดมุ่งหมายทางสังคมหรือการเมืองบางอย่าง การขับเคลื่อนทางการเมืองหรือสังคมแบบวงกว้างหรือการเจาะข้อมูล โดยมีแรงบันดาลใจทางการเมือง เป็นต้น

Vissers and Stolle (2014) ได้ศึกษารูปแบบการมีส่วนร่วมทางการเมืองแบบออนไลน์และออฟไลน์โดยประยุกต์รูปแบบกิจกรรมกรรมการมีส่วนร่วมแบบดั้งเดิม ซึ่งได้แก่การร่วม

Ref. code: 25636007030247EYR

ลงนาม การบริจาค การบอยคอต และการติดต่อ การประท้วง เข้ากับกิจกรรมใหม่ที่เกิดขึ้นในเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กและได้จำแนกรูปแบบไว้ ดังนี้

Milbrath and Goel (1977) ได้จำแนกรูปแบบของการมส่วนร่วมทางการเมืองที่เหมือนกัน ทั้งในแบบออนไลน์และออฟไลน์เป็น 6 รูปแบบ โดยได้รวมการลงคะแนนเสียง (Voting) เข้าไปด้วย ได้แก่

1. การเลือกตั้ง (Voting)
2. การเป็นเจ้าหน้าที่พรรคการเมือง และผู้รณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง (Partyand Campaign workers)
3. การเป็นผู้มีบทบาทในชุมชน (Communityactivists)
4. การติดต่อกับทางราชการ (Contacting officials)
5. การเป็นผู้ประท้วง (Protestors)
6. การเป็นผู้สื่อสารทางการเมือง (Communicators)

ขณะที่ Gibson, Lusoli and Ward (2005, pp. 561-583) ได้ระบุ กิจกรรมทางการเมืองที่อยู่ในประเภทของการมีส่วนร่วมทางการเมืองแบบออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อใช้ในการศึกษาการมีส่วนร่วมทางการเมืองในสหราชอาณาจักร 2005 Online Participation ดังนี้

นอกจากนี้การมีส่วนร่วมทางการเมืองยังสามารถจำแนกออกโดยใช้ความเป็นทางการของกิจกรรมเป็นเกณฑ์ ซึ่ง สามารถแบ่ง เป็น 2 รูปแบบ ได้แก่

1. การมส่วนร่วมแบบเป็นทางการ (Conventional forms) เช่น การออกเสียงเลือกตั้งการพูดจาปรึกษาเรื่องการเมือง

2. การมส่วนร่วมแบบไม่เป็นทางการ (Unconventional forms) เช่น การเดินขบวนการ ยื่นข้อเรียกร้องการใช้ความรุนแรงทางการเมืองตลอดจนการก่อสงครามกองโจรและการปฏิวัติในบริบทของการมส่วนร่วมแบบออนไลน์และแบบออฟไลน์ ในปัจจุบันพบว่ามีลักษณะการมีส่วนร่วมทางการเมืองในรูปแบบที่เป็นที่นิยมนอกเหนือจากที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยจึงได้ รวบรวมลักษณะของการมีส่วนร่วมทางการเมืองที่พบเห็นได้ และนอกเหนือจากที่ระบุไว้เพื่อนำมารวมเป็นแนวทางในการวัดการมส่วนร่วมทางการเมือง สำหรับการมีส่วนร่วมแบบออนไลน์ ได้แก่ การใช้แฮชแท็ก (#) เพื่อสนับสนุนเป้าหมายทางการเมืองและการแสดงความคิดเห็นในโพสที่เกี่ยวกับการเมืองที่เป็นของบุคคลสาธารณะหรือองค์กรการเมืองในส่วนของการมีส่วนร่วมแบบออฟไลน์ได้แก่ การเป็นอาสาสมัครของพรรคการเมืองและการเป็นแกนนำหรือมี ส่วนในการจัดกิจกรรมทางการเมือง

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้แยกการลงชื่อออกมาจากการรวบรวมรายชื่อการบริจาคออกมาจากการระดมทุน โดยถือเป็นคนละประเภทกัน ด้วยการเข้าร่วมกับการเป็นผู้ดำเนินการนั้น

Ref. code: 25636007030247EYR

อาจถือได้ว่าเป็นการมีส่วนร่วมทางการเมืองในระดับที่แตกต่างกัน (Almond & Powell, 1966, pp. 145-146)

ทั้งนี้การศึกษาครั้งนี้มุ่งไปถึงความเคลื่อนไหวหรือการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในรูปแบบของการมีส่วนร่วมแบบออนไลน์

**2.2.3 ระดับของการมีส่วนร่วมทางการเมือง**

Arnstein (2019) ได้พัฒนาระดับของการมีส่วนร่วมทางการเมือง ที่เรียกว่า ขั้นบันไดแห่งการมีส่วนร่วม หรือ Ladder of participation โดยได้กำหนดระดับขั้นไว้ 8 ระดับ ดังนี้

1. การถูกควบคุม (Manipulation) การที่ประชาชนถูกควบคุมและกำหนดโดยสิ้นเชิงและไม่ได้รับการเยียวยา คาอธิบาย หรือโอกาสในการแสดงความคิดเห็น

2. การเยียวยา (Therapy) คือการที่ประชาชนบางส่วนที่ได้รับผลกระทบได้มีโอกาสเข้าร่วมในการนาเสนอปัญหาที่เกิดขึ้น แต่ท้ายที่สุดอาจได้รับ หรือไม่ได้รับการเยียวยาที่แท้จริง

3. การได้รับข้อมูล (Informing) คือการที่ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสาร หรือความเคลื่อนไหวในการดำเนินงานจากรัฐบาล แต่ไม่สามารถแสดงความคิดเห็นได้

4. การมีโอกาสได้ร่วมให้คำปรึกษา (Consultation) คือการที่ประชาชนมีโอกาสได้เสนอความคิดเห็นหรือให้คำปรึกษาแต่ความคิดเห็นของประชาชนยังถูกจากัด และอาจไม่มีผลต่อการตัดสินใจของรัฐ

5. การมีโอกาสเสนอความคิดเห็นหรือโน้มน้าว (Placation) คือการที่ประชาชนมีโอกาสในการเสนอความคิดเห็นและความคิดเห็นนั้นมีอิทธิพลในการกำหนดนโยบาย

6. การได้ร่วมตัดสินใจ (Partnership) คือการที่ประชาชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจร่วมกันกับรัฐแต่ไม่ใช่ผู้กุมอำนาจส่วนใหญ่

7. การมีอำนาจในการตัดสินใจ (Delegated power) คือ ประชาชนมีอำนาจส่วนใหญ่ในการกำหนดหรือตัดสินใจ

8. การควบคุมโดยประชาชน (Citizen control) ซึ่งเป็นระดับสูงที่สุดของการมีส่วนร่วมทางการเมืองเป็นการมมีส่วนร่วมทางการเมืองในอุดมคติ คือการที่ประชาชนมีอำนาจเด็ดขาดในการตัดสินใจ

อย่างไรก็ตาม ระดับการมส่วนร่วมของ (Arnstein, 2019) นั้น ได้เน้นเฉพาะการมีส่วนร่วมทางการเมืองอย่างเป็นทางการ (Conventional participation) โดยการใช้การมีอำนาจในการเข้าไปกำหนดนโยบายสาธารณะของประชาชนมาเป็นตัวชี้วัดว่าประชาชนมีส่วนร่วมทางการเมืองในระดับใดและเป็นมุมมองจากการให้อำนาจของรัฐว่าประชาชนได้รับอำนาจใจการตัดสินใจมากน้อยเพียงใด เช่น การมีตัวแทนของประชาชนที่ไม่ใช่นักการเมืองเข้าร่วมเป็นกรรมาธิการในโครงการหรือ

Ref. code: 25636007030247EYR

นโยบาย ของรัฐ แต่ (Arnstein, 2019) ไม่ได้กล่าวรวมถึง ความเคลื่อนไหวทางการเมืองอย่างไม่เป็นทางการอื่น ๆ เช่น การชุมนุมประท้วง การรวมกลุ่มอย่างไม่เป็นทางการ เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและแนวคิด เกี่ยวกับการเมืองในหมู่ประชาชนด้วยกัน เป็นต้น

Rush and Denisoff (1971) ได้แบ่งระดับของการมีส่วนร่วมทางการเมืองออกเป็น 10 ระดับ โดยระดับที่ มีความเข้มข้นสูงที่สุดคือระดับ 1 และระดับที่ความเข้มข้นต่างที่สุดคือระดับ 10 ดังนี้ (Rush and Denisoff, 1971, อ้างถึงในเปรมศักดิ์ แก้วมรกฎ, 2560)

1. การดำรงตำแหน่งทางด้านการบริหารหรือการเมือง

2.การเสาะแสวงหาตาแหน่งด้านบริหารหรือการเมือง

3. การเป็นสมาชิกที่กระตือรือร้นขององค์กรทางการเมือง

4. การเป็นสมาชิกที่ไม่มีความเคลื่อนไหวขององค์กรทางการเมือง

5.การเป็นสมาชิกที่เข้มแข็งขององค์กรกึ่งการเมืองหรือองค์กรที่คล้ายคลึงกับองค์กรทางการเมือง

6. การเป็นสมาชิกที่ไม่มีความเคลื่อนไหวขององค์กรที่คล้ายคลึงกับองค์กรทางการเมือง

7.การชุมนุมในที่สาธารณะหรือการชุมนุมเพื่อแสดงความคิดเห็นทางการเมืองหรือการเข้าร่วมเดินขบวนต่างๆ

8.การเข้าร่วมการอภิปรายถกเถียงข้อปัญหาทางการเมืองอย่างไม่เป็นทางการ

9. การเข้าร่วมในรูปของการให้ความสนใจทั่วๆ ไป ต่อประเด็นทางการเมือง

10. การเข้าร่วมในรูปแบบของการไปใช้สิทธิ์เลือกตั้ง

Milbrath (1971) ได้แบ่งกลุ่มสมาชิกในสังคมในการมีส่วนร่วมทางการเมืองออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ไม่สนใจการเมืองแต่อย่างใดกับกลุ่มที่สนใจการมีส่วนร่วมทางการเมือง สำหรับกลุ่มที่สนใจการมีส่วนร่วมทางการเมืองได้มีการแบ่งระดับของการมีส่วนร่วมทางการเมือง ออกเป็น 3 ระดับ ดังนี้

1. กลุ่มที่อยู่ระหว่างกลุ่มที่สนใจติดตามทางการเมือง (Spectators)

2. กลุ่มที่อยู่ระหว่างกลุ่มที่สนใจติดตามทางการเมืองและกลุ่มที่ต้องการเข้าไปมีบทบาททางการเมือง (Transitional activists)

3. กลุ่มที่ต้องการเข้าไปต่อสู้ทางการเมืองโดยตรง (Gladiators)

**2.2.4 การสื่อสารบนอินเทอร์เน็ตกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง**

ขณะที่นักรัฐศาสตร์หลายท่านเชื่อว่าอินเทอร์เน็ตไม่อาจนำมาซึ่งการมีส่วนร่วมทางการเมืองได้ อีกทั้งนักวิจารณ์มองว่าพาดหัวข่าว (Media coverage) ทำได้แค่สร้างการรับรู้แบบ

Ref. code: 25636007030247EYR

ผิวเผิน ทฤษฎีสื่อสารมวลชนกลับบ่งชี้ว่าเทคโนโลยีสื่อสารทางไกล ทั้งสื่อแบบดั้งเดิมและอินเทอร์เน็ต จะสามารถช่วยเพิ่มการมีส่วนร่วมได้ ซึ่งเป็นผลมาจากข้อมูลทางการเมืองที่ประชาชนสามารถสืบค้นได้จากเทคโนโลยีนั้น (Bimber, 2001 and Tolbert & Mcneal, 2003, pp. 175-185)

นักวิชาการที่ศึกษาเรื่องสื่อในหลากหลายช่วงเวลาได้สรุปไว้ว่าโดยทั่วไปแล้วสื่อนั้นช่วยเสริมสร้างความสนใจทางการเมืองและแนวโน้มในการใช้สิทธิ์เลือกตั้งด้วยทั้งความสนใจทางการเมืองการเลือกตั้งและการเรียนรู้จากสื่อนั้นต่างส่งเสริมซึ่งกันและกันในการศึกษาเรื่อง Agenda setting แสดงให้เห็นว่าผู้ออกเสียงเลือกตั้งนั้นใช้สื่อใน การเรียนรู้ว่าประเด็นใดเป็นเรื่องสำคัญ นอกจากนี้ยังมีหลักฐานว่าผู้ใช้สิทธิ์เลือกตั้งได้รับข้อมูลที่ทำให้ทราบถึงคุณลักษณะเฉพาะและจุดยืนของผู้สมัครอีกด้วย การศึกษานี้ชี้ว่า สื่อนั้นสามารถที่จะเพิ่มผลการเลือกตั้งที่ต้องการได้โดยการให้ข้อมูลในเรื่องของการเลือกตั้งที่เพียงพอและสามารถทำให้เกิดการตัดสินใจได้ (Weaver, D.H., D.A. Graber, M. E. McCombs, and C. H. Eyal, 1981)

Bimber (1998) ได้ชี้ให้เห็นว่าการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตอาจทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใน 2 รูปแบบ คือ

1.) Populist คือการที่สื่ออินเทอร์เน็ตจะทำให้บุคคลมีอิทธิพลต่อรัฐบาลและระบบการเมืองมากขึ้นด้วยบุคคลเหล่านี้สามารถสื่อสารไปยังบุคคลต่างๆ ของรัฐบาลโดยตรงผ่านช่องทางในระบบอินเทอรเน็ต กล่าวคือ การสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตช่วยส่งเสริมให้เกิดการกระจายอำนาจในการสื่อสารและการเพิ่มช่องทางในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของประชาชน

2.) Community คือการที่อินเทอร์เน็ตจะเข้ามามีบทบาทในการทาให้ชุมชนขยายออกไปมากขึ้น การสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตจะทำให้ระยะทางหรือความห่างไกลทางกายภาพไม่มีอิทธิพลต่อการเกิดขึ้นและการคงอยู่ของชุมชนอีกต่อไปชุมชนสามารถเกิดขึ้นได้เสมอ เมื่อมีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นระยะเวลานานพอที่จะทาให้เกิดการพัฒนาความสัมพันธ์อย่างยั่งยืน โดยที่ไม่จำเป็นต้องคำนึงถึงเรื่องระยะทาง พื้นที่ หรือแม้กระทั่งความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรม

Coleman (2005) กล่าวว่า จุดประสงค์ของการใช้อินเทอร์เน็ต และบทบาทของอินเทอร์เน็ตในกิจกรรมประชาธิปไตย สามารถจำแนกออกเป็น 3 ด้าน คือ หน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสาร (Information function) หน้าที่ในการสื่อสาร (Communication function) และหน้าที่ในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ (Action function) ซึ่งประชาชนสามารถมีปฏิสัมพันธ์ในรูปแบบใหม่กับรัฐบาล สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร และกลุ่มตัวแทนการเมืองอื่นๆ ระบบการเมืองเปิดโอกาสให้พรรคการเมือง กลุ่มผลประโยชน์ และแนวคิดใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นในสังคม

Ref. code: 25636007030247EYR

Price and Cappella (2006) พบว่า ผู้เข้าร่วมแสดงความคิดเห็นแบบออนไลน์มีแนวโน้มที่จะเกิดความไว้วางใจทางสังคม (Social trust) การมีส่วนร่วมทางการเมืองและการเข้าร่วมกิจกรรมในชุมชนมากกว่าคนที่ไม่ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นแบบออนไลน์ ซึ่งการสื่อสารผ่านทาง อินเทอร์เน็ตจะช่วยส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วม การปรึกษาหารือและการถกเถียงของพลเมือง ซึ่งรวมไปถึงการมีส่วนร่วมในกระบวนการการตัดสินใจทางการเมือง ขณะที่ (Fisher, D. R., 2012) ได้กล่าวถึง ความสัมพันธ์ระหว่างเว็บ 2.0 และการมีส่วนร่วมทางการเมืองว่าเทคโนโลยีการสื่อสารผ่านสื่อกลาง คอมพิวเตอร์นี้แท้จริงแล้วไม่ได้มาแทนที่การสื่อสารแบบซึ่งหน้า (Face-to-facecontact) หากแต่มาช่วยส่งเสริมกันและกัน และการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นทำให้กิจกรรมทางการเมืองนั้นดำเนิน ได้ง่ายกว่า เร็วกว่า และทั่วถึงกว่าเมื่อยังไม่มีเทคโนโลยีเหล่านี้เข้ามาช่วย (Aelst and Walgrave, 2002) นักวิชาการบางคนมองไปถึงว่าอินเทอร์เน็ตจะกลายเป็นพื้นที่สาธารณะ แห่งใหม่ (New public sphere) ในที่สุด

ในการศึกษาการมีส่วนร่วมในการใช้สื่อสังคมออนไลน์และการมีส่วนร่วมทางการเมืองกับอินฟลูเอนเซอร์จึงอยู่บนพื้นฐานของมุมมองที่ว่า การรับข่าวสารทางการเมืองผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์และการมีส่วนร่วมทางการเมืองในโลกออนไลน์ของประชาชน มีส่วนสำคัญในการกระตุ้นให้ประชาชนเกิดความตื่นตัวทางการเมืองมากขึ้น และสะท้อนความคิด ทัศนคติและอุดมการณ์ทางเมืองที่มีต่อรัฐบาลที่ทำหน้าที่บริหารประเทศในช่วงเวลาดังกล่าว โดยมีสื่อสังคมออนไลน์และผู้นำความคิดทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการสื่อสารโน้มน้าวใจ ซึ่งจะนำไปสู่การแสดงออกทางพฤติกรรมทางใดทางหนึ่ง

**2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารในเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์และสื่อสังคมออนไลน์ทวิตเตอร์**

ความหมายและลักษณะของเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) คำจำกัดความของเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Socia Networlk) อันเป็นที่ยอมรับจากงานวิจัยของ (Danah M. Boyd and Nicole B. Eluso, 2007) ได้รับตีพิมพ์ในวารสารวิชาการชื่อ Jounat of Computer - mediated communication ได้ระบุความหมายไว้ว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Sociat Networl) คือ การให้บริการผ่าน Web based โดยอนุญาตให้ปัจเจกบุคคลแต่ละคนสามารถกระทำการได้ดังนี้

1) สร้างข้อมูลส่วนบุคคลแบบปิดเผยสู่สาธารณะหรือกึ่งสาธารณะ (Public or Semi.public profile)

2) เชื่อมต่อผู้ใช้อื่นๆ จากรายชื่อที่อยู่ในเครือข่ายร่วมกันได้

3) สามารถแสดงผลและเข้าถึงรายชื่อเหล่านั้นในเครือข่ายภายใต้เงื่อนไขหรือ

Ref. code: 25636007030247EYR

ตามข้อกำหนดของแต่ละระบบที่มีขอบเขตในการใช้งาน

เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) มีคุณลักษณะพิเศษที่ต่างไปจากการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์คือผู้ใช้งานครือข่ายสังคมออนไลน์สามารถเชื่อมต่อและเข้าถึงเครือข่ายที่ทำให้เกิดเป็นลักษณะของสังคมที่มีหลายบุคคลอยู่ร่วมกันโดยมีกาสื่อสารข้อมูลที่มาจากคอมพิวเตอร์จำนวนมากกว่า 1 เครื่องขึ้นไปที่เชื่อมโยงถึงกันทำให้สมารถข้าถึงแหล่งข้อมูลจากองค์กรต่างๆ ทั่วโลกเข้าด้วยกันผ่าน World Wide Web ทั้งนี้เครือข่ายสังคมออนไลน์ถือเป็นระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่เป็นสากลโดยมีผู้ใช้คอมพิวเตอร์ที่ถ่ายเทข้อมูลระหว่างกันจากการเชื่อมต่อเข้าด้วยกันภายใต้ระบบอินเทอร์เน็ตโดยมีวัตถุประสงค์คือเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารเผยแพร่และสืบค้นสารสนเทศจากเครือข่ายต่างๆ ทั่วโลก จึงกล่าวได้กว่าในสื่อสังคมออนไลน์เป็นแหล่งรวมสารสนเทศทุกประเภททั้งข้อความภาพเสียงและสื่อประสมต่างๆ ที่ถูกนำเข้ามาในระบบจากทั่วทุกมุมโลก

สำหรับจุดเริ่มต้นของเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Socail Network) พบว่า มีมาตั้งแต่ปีค.ศ.1995 จากเว็บไซต์ Classmates.com และในปีค.ศ.1997 จากเว็บไซต์ SxDegrees.com ซึ่งทั้งสองเป็นเว็บไซต์ที่มีคุณลักษณะการใช้งานสำหรับคันหานักเรียนที่เรียนอยู่ภายในโรงเรียนเดียวกันโดยผู้ใช้สามารถสร้างประวัติข้อมูลการติดต่อส่งข้อความและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่สนใจร่วมกันระหว่างเพื่อนในบัญชีรายชื่อได้เท่านั้น ต่อมาในปีค.ศ.1999 จากเว็บไซต์ Epinions.com พัฒนาคุณลักษณะเพิ่มเติมจนทำให้ผู้ใช้สามารถควบคุมเนื้อหาและติดต่อถึงกันได้ไม่เพียงแต่เพื่อนในบัญชีรายชื่อเท่านั้น แต่ยังรวมถึงบุคคลอื่นๆ ที่อยู่นอกแวดวง จากจุดนี้นับว่าเป็นการเริ่มต้นของเครือข่ายสังคมออนไลน์ทั้งหลายที่ได้ถือกำเนิดต่อมา เช่น M Space, Facebook เป็นต้น

ในปัจจุบันเครือข่ายสังคมออนไลน์กลายเป็นช่องทางในการสื่อสารระหว่างบุคคลช่องทางหนึ่งที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากทั้งนี้ข้อมูลผู้ใช้งานเฟซบุ๊กในประเทศไทย ในปีพ.ศ.2560 โพสิชั่นนิ่งแมกกาซีน รายงานว่า ผู้ใช้เฟซบุ๊กในประเทศไทยมีถึง 44 ล้านรายต่อเดือน โดยมีผู้ใช้งานจำนวน 31 ล้านรายต่อวัน และใช้งานผ่านโทรศัพท์มือถือจำนวน 30 ล้านรายต่อวัน

- 8 ใน 10 ของคนไทยในเมืองและชนบทมีโทรศัพท์มือถือเป็นของตัวเอง
- 90% ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตใช้งานผ่านสมาร์ทโฟน
- ใช้เวลาบนโทรศัพท์มือถือเฉลี่ย 240 ชั่วโมงต่อวัน

ขณะที่ปีพ.ศ.2559 เว็บไซต์ T24HRS รายงานข้อมูลว่าในประเทศไทยมีเพจเฟซบุ๊ก (Facebook Page) มากถึง 7 แสนเพจในส่วนของทวิตเตอร์ (Twitter) มีบัญชีผู้ใช้อยู่ 5.3 ล้านรายโดยที่มีการเข้าใช้งาน (active) ปัจจุบันอยู่ 12 ล้านคน

Ref. code: 25636007030247EYR

เหตุที่เครือข่ายสังคมออนไลน์ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายเนื่องมาจากพฤติกรรมการสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในการดำเนินชีวิตประจำวัน การสื่อสารในเครือข่ายสังคมออนไลน์จึงนับเป็นช่องทางที่อำนวยความสะดวกและรวดเร็ว ไม่มีอุปสรรคเรื่องระยะทาง ไม่มีการจำกัดระบบปฏิบัติการของเครื่องคอมพิวเตอร์ คอมพิวเตอร์ต่างระบบปฏิบัติการกันยังคงสามารถติดต่อสื่อสารกันได้เพียงแค่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ผู้ใช้งานยังสามารถมีส่วนร่วมในการติดต่อสื่อสารกับผู้ใช้อื่นๆ ได้อย่างทันทีทันใด (ntantly) ผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์แต่ละคนสามารถข้าไปมีส่วนร่วมและมีปฏิสัมพันธ์ในโลกออนไลน์นี้ได้อย่างอิสระ ไร้ขีดจำกัดในเรื่องเวลาและสถานที่ ตราบใดที่ยังเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตอยู่ ทุกวันนี้ผู้คนจึงสามารถติดต่อพูดคุยกันข้ามจังหวัดข้ามภูมิภาค และข้ามประเทศผ่านอินเทอร์เน็ตได้อย่างสะดวกรวดเร็ว โดยใช้บริการเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เป็นศูนย์กลางในการเชื่อมโยงระหว่างบุคคลหลายๆ บุคคลเข้าด้วยกัน รวมถึงยังพัฒนาบริการอำนวยความสะดวกสำหรับการสื่อสาร อาทิ การส่งข้อความ การส่งภาพ การส่งวิดีโอการสร้างกลุ่ม การเชื่อมต่อกับอีเมล การโฆษณา การตั้งกระทู้เว็บบอร์ด เขียนเว็บบล็อก และสื่อประสมอื่นๆ เข้าด้วยกัน ผู้ให้บริการเหล่านี้ได้แก่ Facebook, Twitter, Instagram, Google Plus, Periscope, Youtube และอื่นๆ อีกมากมาย

Eani (2008, อ้างถึงในณัฏฐกาจน์ ศุกลรัตนเมธี และนุชประภา โมกข์ศาสตร์, 2562, น.11) กล่าวได้ว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์คือ ความเสมอภาคและเท่าเทียมทางข้อมูล โดยสามารถเปลี่ยนจากผู้อ่าน (Content Reade เป็นผู้สร้างเนื้อหา (Content Creaton) อีกทั้งเป็นการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารที่มีมากกว่าหนึ่งและผู้รับสารมากกว่าหนึ่ง (many to many communication) อย่างไรก็ตาม สื่อประเภทนี้เป็นรูปแบบการสื่อสารที่มีพื้นฐานจากเพื่อนหรือกลุ่มคนที่อยู่ในระดับเดียวกัน และนำมาซึ่งแนวคิดความฉลาดของกลุ่มคนหรือการระดมความคิดจากหลากหลายบุคคล (Wisdom of Crowd) โดยมีการแสดงความคิดเห็นแยกหัวข้อการอภิปรายตามหัวข้อความสนใจ บ้างอาจถูกเขียนบันทึกเป็นเรื่องราวประจำวันเพื่อสื่อสารความรู้สึกนึกคิด มุมมอง ความรู้ ประสบการณ์และข่าวสารในเรื่องที่ผู้เขียนมีความสนใจโดยเฉพาะ อีกทั้งยังสามารถสร้างตัวตนสร้างหรือเข้าร่วมกลุ่มความสนใจเฉพาะที่เกิดขึ้นเป็นชุมชนออนไลน์ได้อีกด้วย และการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ที่ทำให้เกิดชุมชนขึ้นว่า ชุมชนเหล่านี้เปิดโอกาสในการเข้าถึงให้แก่สังคม มีการเปิดกว้างทางความคิด ในขณะที่สังคุมปกติไม่สามารถทำได้ โดยผู้ที่มีปัญหาหรือความคิดเห็นที่คล้ายคลึงกันสามารถส่งต่อความคิดและทัศนคติถึงกันผ่านตัวกลางนี้ ตัวอย่างเช่น ผู้ที่ชื่นชอบเพลงแนวเดียวกันก็จัดตั้งเว็บไซต์ขึ้นมาเพื่อรวบรวมและแลกเปลี่ยนข้อมูลกัน นอกจากนี้ยังมีการรวมกลุ่มกันโดยคนที่มีปัญหาในลักษณะเดียวกัน เช่น ปัญหาเรื่องเพศ และปัญหาสุขภาพจิต

Ref. code: 25636007030247EYR

**ทวิตเตอร์ (Twitter)**

ทวิตเตอร์เป็นเว็บไซต์ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ก่อตั้งเมื่อเดือนมีนาคม ค.ศ. 2006 โดยแจ็ก ดอร์ซีบิซ สโตน และ อีวาน วิลเลียมส์ ทวิตเตอร์เป็นบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์จำพวกไมโครบล็อก (Micro blog) มีจุดเด่นคือ จำกัดตัวอักษรในการส่งข้อความต่อครั้งได้ไม่เกิน 280 ตัวอักษร โดยในการเผยแพร่ข้อความในครั้งหนึ่งๆ มีศัพท์ใช้เฉพาะเรียกว่า “ทวีต” (Tweet) ซึ่งหมายถึงนักร้อง ผู้ใช้งานทวิตเตอร์แต่ละบุคคลสามารถกดติดตาม (follow) คนอื่นๆ ที่ใช้งานทวิตเตอร์ได้ หรือกดเลิกตาม (unfollow) ได้เพื่อยกเลิกการรับ “ทวีต” ของบุคคลอื่นนอกจากนี้ทวิตเตอร์ยังมีระบบแฮชแท็ก (#) ที่มีประสิทธิภาพ หากแฮชแท็กใดที่ได้รับการทวีตถึงบ่อยๆ ก็จะขึ้นเป็นเทรนด์ในทวิตเตอร์ให้ผู้คนได้รับรู้ว่ามีกระแสข่าวอะไรเกิดขึ้น

ในช่วงปีค.ศ.2007-2008 คือปีที่คนไทยเริ่มหันมาใช้ ทวิตเตอร์ (Twitter) กันค่อนข้างมาก หนึ่งในคนที่ขับเคลื่อนให้คนไทยหันมาใช้คือ คุณสุทธิชัย หยุ่น ซึ่งยุคนั้นมีการนำเอารูปภาพโปรไฟล์ของคนที่เล่นทวิตเตอร์ไปขึ้นหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์เนชั่นในวันเด็ก นอกจากนี้ยังมีการนัดพบปะคนใน ทวิตเตอร์กันบ่อยครั้ง จึงทำให้มีฐานผู้ใช้ในไทยนับล้านคน (Thumbsup, 2559)

ต่อมาในปีค.ศ.2009 ทวิตเตอร์ได้รับความนิยมสูงขึ้นอย่างมาก นิตยสารไทม์ (TIME) ฉบับวันที่ 15 มิถุนายน ค.ศ.2009 ได้นำทวิตเตอร์ขึ้นปกเป็นเรื่องเด่นประจำฉบับและบทบรรณาธิการกล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงการนำเสนอข่าวอันมีที่มาจากเทคโนโลยีใหม่อย่าง ทวิตเตอร์ (เทวฤทธิ์ มณีฉาย, 2552)

ทั้งนี้ บล็อกเกอร์ชื่อ Jakrapong ประจำเว็บไซต์ Thumbsup ได้สำรวจผู้ใช้ทวิตเตอร์ (Twitter) อย่างไม่เป็นทางการพบว่า มีผู้ใช้งานทวิตเตอร์หลากหลายกลุ่ม แต่กลุ่มที่เด่นที่สุด มีอยู่หลักๆ ดังนี้

- กลุ่มนักคิด นักข่าว นักเขียน
- กลุ่มศิลปิน ดารานักแสดงที่มีความทันเทคโนโลยี (Tech Savvy)
- กลุ่มคนที่ติดตามข่าวสารสำนักข่าวต่างๆ แบบ real-time
- กลุ่มคนที่ชื่นชอบวงการบันเทิง ได้แก่ แฟนคลับเกาหลี คนดู LINE TV คนดูละครหลังข่าว เป็นต้น

เขาแสดงความคิดเห็นต่อว่า ทวิตเตอร์ (Twitter) ยังคงเป็น Social Network ที่เกี่ยวข้องกับชีวิตของคนไทยที่ชีวิตเสพติดโทรศัพท์มือถือ เป็นกลุ่มเฉพาะที่มีขนาดใหญ่ราว 4.5 ล้านคน ที่เป็นกลุ่มคนที่ยังอายุไม่มากที่ค่อนข้างเสพติดเทคโนโลยี (Tech Savvy) มีความสามารถในการผลักดันสังคมเช่นเดียวกันกับ Social Network อื่น อีกทั้งยังมีความเป็นกลุ่มคนหัวก้าวหน้า

Ref. code: 25636007030247EYR

เปิดรับนวัตกรรมและเทรนด์ใหม่ๆ ได้เร็ว (Early adopter) ซึ่งเหมาะกับการตลาดและการประชาสัมพันธ์ในแง่มุมของการที่แบรนด์จะสร้างและผลักดันเทรนด์ใหม่ๆ กับกลุ่มดังกล่าว

กล่าวโดยสรุปแล้ว เครือข่ายสังคมออนไลน์ คือ การให้บริการบนระบบเว็บไซต์ที่อนุญาตให้ปัจเจกบุคคลสามารถสร้างข้อมูลส่วนตัวนำเสนอต่อสาธารณะ ภายใต้เงื่อนไขของผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์นั้นๆ เป็นผู้กำหนด ได้แก่ เฟซบุ๊ก และ ทวิตเตอร์ ซึ่งถือเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีคนไทยทั่วไปนิยมใช้รวมถึงคนรุ่นใหม่ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรกใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ทั้งสองประเภทในการติดตามข่าวสารและแสดงความคิดเห็นทางการเมืองในช่วงก่อนการเลือกตั้งปี 2562 ผู้วิจัยจึงนำศึกษาแนวคิดนี้เพื่อนำมาใช้ในการศึกษาปรากฏการณ์ทางการเมืองที่เกิดขึ้นเพื่อหาคำตอบของการวิจัยต่อไป

**2.4 แนวคิดเกี่ยวกับเจเนอเรชั่น (Generation)**

Strauss and Howe (1991) ได้อธิบายการแบ่งเจเนอเรชั่นว่าเป็นการรวบรวมกลุ่มของคนที่เกิดในแต่ละช่วงอายุ ซึ่งสามารถแบ่งได้โดยหยาบ ๆ ประมาณช่วงอายุละ 20 ปี หรืออาจใช้ช่วงหนึ่งในชีวิตเป็นเกณฑ์ในการแบ่งเช่นวัยเด็กวัยรุ่นวัยกลางคนหรือวัยชรา โดยมี 3 องค์ระกอบที่แตกต่างกัน คือ ความเชื่อ พฤติกรรม และการรับรู้ สมาชิกในแต่ละเจเนอเรชั่น จะมีการแบ่งปันประสบการณ์ที่เรียกว่า Age location history ซึ่งเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในประวัติศาสตร์และความเป็นไปในสังคมที่ได้ประสบร่วมกันในแต่ละช่วงอายุ (Strauss & Howe, 1991 อ้างถึงในทัตเทพ ธรรมษา, 2561)

Greenberg, Weber, Strauss and Howe (2000) กล่าวว่า กลุ่มคนในสังคมที่เกิดในช่วงเวลาใกล้เคียงกันอยู่ในสภาพแวดล้อมที่มีความล้ายคลึงกัน ได้รับประสบการณ์ทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมร่วมกันจะทาให้ “ความสนใจ ความเชื่อ ทัศนคติ ความคิดเห็น ค่านิยม และโลกทัศน์ ที่เกี่ยวข้องกับชีวิต ครอบครัว บทบาท สถาบันการเมือง ศาสนา วัฒนธรรม การดำเนินชีวิตและมุมมองในเรื่องอนาคต มีลักษณะใกล้เคียงกัน” (ทัตเทพ ธรรมษา, 2561) ซึ่งทำให้กลุ่มคนที่มีอายุ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ของครอบครัวที่อยู่ในช่วงใกล้เคียงกันหรือช่วงเดียวกัน มีทัศนคติที่ไม่ แตกต่างกัน โดยที่ความ แตกต่างทางเพศไม่ส่งผลต่อทัศนคตินั้น (Greenberg, Weber, Strauss, Howe, 2000 อ้างถึงในทัตเทพ ธรรมษา, 2561)

นักวิชาการมีการแบ่งช่วงอายุของในแต่ละเจเนอเรชั่นที่แตกต่างกันออกไปและมีการพัฒนาเกณฑ์การแบ่งกลุ่มและกำหนดเจเนอเรชั่นใหม่อยู่เสมอ (ทัตเทพ ธรรมษา, 2561) ได้รวบรวมแนวคิดและแบ่งกลุ่มเจเนอเรชั่นเป็นที่ยอมรับทั่วไปออกเป็น 7 กลุ่มใหญ่ๆ ดังนี้

Ref. code: 25636007030247EYR

**เจเนอเรชั่น Z (Generation Z)** เจเนอเรชั่นใหม่ถูกกำหนดขึ้นมาเสมอเมื่อช่วงเวลาผ่านไปเพื่อรองรับประชากรที่เกิดขึ้นมาใหม่ และประสบกับเหตุการณ์หรือการเปลี่ยนแปลงทางประวัติศาสตร์ที่แตกต่างกัน ปัจจุบันเจเนอเรชั่นของประชากรโลกที่เกิดมาหลังสุดคือ เจเนอเรชั่น Z (Generation Z) หรือที่เรียกสั้นๆ ว่า เจนซี (GenZ) ซึ่งเกิดมาพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีความวุ่นวายทั้งด้านการเมืองผู้ก่อการร้ายและความผันผวนทางเศรษฐกิจ จึงเป็นผลให้เจเนอเรชั่น Z ให้ความสำคัญกับการสร้างความเปลี่ยนแปลงให้กับสังคมในทางที่ดีขึ้น (วฤตดา วรอาคม, 2557 อ้างถึงในทัตเทพ ธรรมษา, 2561)

ลักษณะเฉพาะของกลุ่มคนเจเนอเรชั่น Z เป็นกลุ่มคนที่มีการเปิดกว้างทางความคิดและวัฒนธรรม มีการยอมรับความแตกต่างทางสีผิว เชื้อชาติ ศาสนา อย่างไรก็ตามมีความเชื่อว่าคนในนี้มักมีความเป็นปัจเจกบุคคลสูง คือ มักทาเพื่อตนเองก่อน เช่น การเรียกร้องสิทธิ์ให้ตนเอง การรักอิสระ จึงมีแนวโน้มในการมีความอดทนต่ำ ไม่ชอบการรอคอย มีความสามารถในการปรับตัวกับความเปลี่ยนแปลงอันรวดเร็วของโลกและหาความรู้ผ่านทางเทคโนโลยีได้ทุกที่ ปีพ.ศ.2559 ทีนวา ไรตี้ Francis, T., Hoefel, F. (2018) กล่าวถึงคนเจเนอเรชั่นนี้ว่าด้วยความที่พวกเขาเติบโตมาพร้อมกับอินเทอร์เน็ต เครือข่ายสังคมออนไลน์และระบบการสื่อสารแบบไร้สาย ทำให้คนเจเนอเรชั่นนี้เป็นเจเนอเรชั่นที่มีความรู้ความเข้าใจที่ซับซ้อนและหลากหลาย มีความสบายใจที่จะรับรู้ข้อมลูข่าวสารจากหลากหลายแหล่งที่มาจากประสบการณ์ที่มาจากทั้งโลกเสมือนจริง และโลกภายนอก

เจเนอเรชั่น Z เป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์และเครือข่ายสังคมออนไลน์บ่อยที่สุดและมากกว่าเจเนอเรชั่นอื่นๆ ด้วยเหตุนี้ประชาชนในกลุ่มนี้จึงมีการก้าวเข้าสู่ความเป็นผู้ใหญ่เร็วกว่าเจเนอเรชั่นอื่น หรืออาจสิ้นสุดวัยเด็กเมื่ออายุเพียง 12 ปีเท่านั้น (ทัตเทพ ธรรมษา, 2561) อย่างไรก็ตาม ในบริบทของสังคมไทย กลุ่มเจเนอเรชั่น Z ที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี ยังคงมีข้อจากัดที่ไม่อาจทำให้ก้าวเข้าสู่ความเป็นผู้ใหญ่ได้อย่างเต็มที่ ข้อจำกัดนี้ ได้แก่ การยังต้องพึ่งพาผู้ปกครองในด้านการเศรษฐกิจ และกฎหมายและการถูกจำกัดสิทธิ์ทางกฎหมายบางอย่าง ซึ่งรวมไปถึงสิทธิ์ด้านการเมือง เช่น การใช้สิทธิ์เลือกตั้ง ในการเปิดรับข่าวสารของคนเจเนอเรชั่น Z (Markow A, 2005) กล่าวว่า สื่อโทรทัศน์ยังคง เป็นหนึ่งในแหล่งข้อมูลพื้นฐานที่กลุ่มเจเนอเรชั่น Z เลือกเปิดรับขณะเดียวกันกลุ่มเจเนอเรชั่น Z ก็มีการใช้อินเทอร์เน็ตร่วมด้วย

Phanthong and Settanaranon (2011) อธิบายอย่างสอดคล้องกันว่าสื่อที่ทรงพลังที่สุดที่ควรใช้กับการสื่อสารกับคนเจเนอเรชั่น Z คือสื่อโทรทัศน์และสื่ออินเทอร์เน็ต คนเจเนอเรชั่นนี้ยังชื่นชอบการดูโทรทัศน์แต่จะเลือกดูเฉพาะรายการที่ชื่นชอบเท่านั้นนอกจากนี้ สื่ออินเทอร์เน็ตยังเป็นสื่อที่เข้าถึงคนเจเนอเรชั่น Z ได้ง่าย เพราะคนเจนซีจะการใช้เวลากับคอมพิวเตอร์ยาวนานและบ่อยครั้ง Williams & Page (2011) กล่าวว่าคนเจนซีมีความคุ้นเคยกับการใช้

Ref. code: 25636007030247EYR

อินเทอร์เน็ตอันเปรียบเสมือนประตูสู่แหล่งข้อมูลข่าวสาร ความบันเทิง และการสื่อสารของพวกเขา (Phanthong & Settanaranon, 2011 and Williams & Page, 2011 อ้างถึงในทัตเทพ ธรรมษา, 2561)

ในแง่ของการโฆษณาและการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจผลสำรวจจาก AdReaction ในการศึกษา Engaging Gen X, Y and Z study ได้ทาการสำรวจผู้บริโภคกว่า 23,000 คนใน 39 ประเทศ รวมถึงประเทศไทย พบว่า กลุ่มเจนซี ในประเทศไทยนั้นเป็นกลุ่มที่มีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์สูงมาก ทั้งในเรื่องของระยะเวลาการใช้งานและความหลากหลายของแพลตฟอร์มที่ใช้ในแต่ละบุคคล นอกจากนี้ กลุ่มเจเนอเรชั่นซี ยังเป็นกลุ่มที่ไม่หลงเชื่อในโฆษณามากเท่าเจเนอเรชั่นอื่น จึงทำให้เกิดความพึงพอใจในโฆษณาค่อนข้างยากกว่าเจเนอเรชั่นอื่น

ในแง่ของพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของคนเจนซี มีการสำรวจในสหรัฐอเมริกาถึงพฤติกรรมในโลกออนไลน์ของกลุ่มเจเนอเรชั่นนี้ ผลการสำรวจ พบว่า ร้อยละ 82 ของเจนซี มีความระมัดระวังในการแชร์หรือโพสต์ลงในสื่อสังคมออนไลน์ และอีกร้อยละ 43 ไม่ค่อยนิยมการแชร์บนโลกออนไลน์ ด้วยคนเจนซีมีการคำนึงถึงความชอบส่วนตัวที่อาจไม่เหมาะสมหรือทำลายภาพลักษณ์ของตน (ศศิมา ตุ้มนิลกาล, 2560)

จากสิ่งที่กล่าวมาข้างต้น จึงสรุปได้ว่า กลุ่มคนเจเนอเรชั่น Z คือ กลุ่มคนที่เกิดตั้งแต่ปีพ.ศ. 2540 ที่มีการเติบโตมาพร้อมกับความไม่แน่นอนและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในหลากหลายด้าน จึงทำให้คนเจนซี มีแนวคิดในเรื่องของการเปลี่ยนแปลงเพื่อไปสู่สิ่งที่ดีกว่า มีความเป็นปัจเจกบุคคลสูง มีความคุ้นเคยกับสื่อใหม่ และมีการใช้สื่อใหม่ที่สูงที่สุด ทั้งนี้ลักษณะการเปิดรับและยอมรับในเนื้อหาสารที่เข้ามาโน้มน้าวใจของคนเจเนอเรชั่นนี้มีความแตกต่างออกไปจากเจเนอเรชั่นอื่น ซึ่งเป็นสิ่งที่น่าสนใจในการนามาศึกษาว่า เนื้อสารลักษณะใดที่ทำให้คนเจเนอเรชั่นนี้ มักเปิดรับและเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

## 2.5 แนวคิดการตัดสินใจ และพฤติกรรมในการตัดสินใจ

### ความหมายของการตัดสินใจ

Huse (1985, อ้างถึงในอนันต์ เกตุวงศ์, 2534) อธิบายว่า การตัดสินใจ ก็คือ การเลือกเอาทางเลือกของวิถีทางการกระทำทางหนึ่งจากหลายๆ ทางที่มีอยู่ความมุ่งหมายของการตัดสินใจ คือ กำหนดวัตถุประสงค์และการทำให้วัตถุประสงค์บรรลุผลสำเร็จ ส่วนทางเลือกนั้นหมายถึง โอกาสในการเลือกจากทางเลือกหลายๆ ทาง ถ้าไม่มีทางเลือกการตัดสินใจก็เกิดขึ้นไม่ได้ ฉะนั้น การตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการของทางเลือก การตัดสินใจจำนวนไม่น้อยที่ให้โอกาสอย่าง

Ref. code: 25636007030247EYR

กว้างขวาง ในการเลือกแต่การตัดสินใจบางอย่างอาจมีข้อจำกัดมาจากหลายด้าน ดังนั้น การตัดสินใจจึงมีหลาย ประการภายใต้สถานการณ์ที่แตกต่างกัน

Morell (1987, อ้างถึงในสมยศ นาวีการ, 2536) ชี้ให้เห็นว่า

1. การตัดสินใจอยู่บนพื้นฐานของจิตสำนึกและเหตุผลหรือดุลยพินิจ โดยอาศัยสัญชาติญาณ ที่ไม่สามารถอธิบายได้ ที่อยู่บนพื้นฐานของดุลยพินิจบางอย่าง

2. การตัดสินใจอยู่บนความรอบคอบ โดยอาศัยประสบการณ์ในการประเมินทางเลือก และเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด

3. การตัดสินใจจะต้องมีความมุ่งหมายที่จะนำไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้เกี่ยวกับกระบวนการเลือกแนวทางในการตัดสินใจ

วิชัย โถสุวรรณจินดา (2535, น.185) ให้ความหมายของการตัดสินใจว่า หมายถึง การเลือกทางเลือกที่มีอยู่หลายๆ ทางเลือก โดยอาศัยทางเลือกที่ดีที่สุดเพียงทางเดียวที่สามารถตอบสนองเป้าหมาย หรือความต้องการของผู้เลือกได้

กวี วงศ์พุฒ (2539, น.61) ให้ความหมายของการตัดสินใจว่า หมายถึง การพิจารณาทางเลือกที่ดีที่สุด จากทางเลือกที่มีอยู่หลาย ๆ ทางเลือก ผู้นำต้องตัดสินใจด้วยหลักเหตุผลเพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน ซึ่งการตัดสินใจดังกล่าวเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

ดังนั้น กล่าวโดยสรุป การตัดสินใจ หมายถึง การพิจารณาโดยใช้ข้อมูลหลักการและเหตุผลวิเคราะห์อย่างถี่ถ้วนในการหาทางเลือกที่ดีที่สุดเหมาะสมที่สุด จากหลายๆ ทางเลือกที่สามารถตอบสนองเป้าหมายของผู้เลือกได้อย่างมีประสิทธิภาพ องค์ประกอบการตัดสินใจ (Huse 1985, อ้างถึงในอนันต์ เกตุวงศ์, 2534) กล่าวว่าในการตัดสินใจนั้นจะมี องค์ประกอบสำคัญดังนี้

1. การเลือก หมายถึง โอกาสที่จะเลือกทางเลือกทั้งหลาย ถ้าไม่มีทางเลือกย่อมถือว่าไม่มีการตัดสินใจในการเลือกนี้ผู้เลือกจะต้องคำนึงถึงวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และผลที่คาดว่าจะได้รับจากการตัดสินใจนั้น ทั้งยังต้องคำนึงถึงปัจจัยอื่นๆ อีกเช่น ระเบียบ ข้อบังคับ กฎหมาย เป็นต้น

2. ทางเลือก หมายถึง แนวทางหรือวิถีทางของการปฏิบัติ ถ้าไม่มีทางเลือกย่อมเป็นที่เข้าใจว่าไม่มีการเลือกและการตัดสินใจ ดังนั้น จะมีการเลือกหรือมีการตัดสินใจได้ ควรจะต้องใช้เป็นเครื่องพิจารณาทางเลือก

3. วัตถุประสงค์ หมายถึง จุดหมายสุดท้าย หรือภาวะที่ต้องการให้เกิดขึ้น ซึ่งผู้ตัดสินใจจะต้องใช้เป็นเครื่องพิจารณาทางเลือก

Ref. code: 25636007030247EYR

4. ผลที่ตามมาของการตัดสินใจ อาจมีมากมายหลายอย่างทั้งที่พึงประสงค์และไม่พึงประสงค์ หรือทั้งที่ตั้งใจและมิได้ตั้งใจ ซึ่งต้องอาศัยแนวความคิดอันเป็นองค์ประกอบอื่น เป็นเครื่องพิจารณา

5. ผู้ทำหน้าที่ตัดสินใจ ซึ่งหมายถึง คน แบ่งได้เป็น 2 พวก คือ พวกตัดสินใจด้วยตัวเอง โดยถือว่าการตัดสินใจของตนถูกต้องและมีความเชื่อในตัวเองสูง อีกพวกหนึ่งคือการตัดสินใจเป็น กลุ่ม ซึ่งฟังความคิดเห็นของส่วนรวมก่อนตัดสินใจ

6. สภาพแวดล้อม เป็นส่วนประกอบที่สำคัญอีกประการหนึ่งของการตัดสินใจ นอกจากนี้ยังรวมถึงความคิด ความต้องการ กฎหมาย ข้อบังคับ วัฒนธรรม ค่านิยม ตลอดจนลัทธิความเชื่อต่างๆ เป็นต้น

**ประเภทของการตัดสินใจ**

วิชัย โถสุวรรณจินดา (2535, น.185-186) ได้แบ่งประเภทของการตัดสินใจไว้ 3 ประเภท ตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น คือ

1. การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่แน่นอน เป็นการตัดสินใจที่อยู่บนพื้นฐานของผลลัพธ์ที่คาดหมายไว้แล้ว โดยเกิดขึ้นได้เมื่อผู้ตัดสินใจมีข้อมูลเพียงพอและทราบถึงผลของการเลือกแต่ละทางเลือกอย่างแน่นอน ในสถานการณ์เช่นนี้ผู้ตัดสินใจจะพยายามเลือกทางเลือกที่ให้ผลประโยชน์สูงสุด

2. การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่เสี่ยง คือ การตัดสินใจที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของผลลัพธ์ที่แน่นอนน้อยกว่าการตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่แน่นอน แต่ยังพอคาดคะเนความเป็นไปได้อยู่บ้าง ทั้งนี้ ผู้ตัดสินใจทราบถึงผลลัพธ์ของทางเลือกต่างๆ ที่ใช้ในการตัดสินใจ แต่โอกาสที่จะเกิดทางเลือกแตกต่างกัน อันเนื่องมาจากปัจจัยบางอย่างที่ไม่แน่นอน

3. การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่ไม่แน่นอน เป็นการตัดสินใจที่ไม่สามารถคาดการณ์ ผลลัพธ์หรือความน่าจะเป็นที่จะเกิดขึ้นได้เลย หรือกล่าวได้ว่าเป็นสถานการณ์ที่มืดแปดด้าน ทั้งนี้ เพราะผู้ตัดสินใจในสถานการณ์นี้จะไม่มีโอกาสทราบผลลัพธ์ของแต่ละทางเลือกเนื่องจากไม่มีข้อมูลประกอบการตัดสินใจเพียงพอ ไม่มีโอกาสทราบความน่าจะเป็นของเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นและมีตัวแปรอื่นที่ควบคุมไม่ได้อยู่ด้วย ดังนั้น การตัดสินใจในสถานการณ์เช่นนี้จึงไม่อาจเลือกโดยใช้ทางเลือกที่ให้ผลตอบแทนสูงสุดได้ ผู้ตัดสินใจต้องใช้ดุลยพินิจและวิจารณญาณช่วยในการตัดสินใจอย่างมาก

Sailagyl (1984, อ้างถึงในพิสมัย เสรีขจรกิจเจริญ, 2536) ชี้ให้เห็นว่ากระบวนการของการตัดสินใจมีรายละเอียดที่สำคัญ 5 ประการ คือ

Ref. code: 25636007030247EYR

1. การตระหนักและการชี้ให้เห็นถึงปัญหา ก่อนอื่นผู้บริหารจะต้องทราบว่าเป้าหมาย ขององค์กร คือ ปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจและมองเห็นช่องว่างระหว่างเป้าหมายและความเป็นจริง ซึ่งก็คือ ปัญหา นั้นเอง โดยที่มาของปัญหานั้น ได้แก่ แหล่งข้อมูลจากภายในและภายนอกองค์กร นั้นเอง

2. การพัฒนาและประเมินทางเลือก เป็นการรวบรวมความคิดและทรัพยากรต่างๆ เพื่อ ใช้ในการแก้ปัญหานั้น ๆ การพัฒนาทางเลือกก็คือการทำให้เกิดทางเลือกหลายๆ ทาง

3. การเลือกสรรทางเลือกจากหลาย ๆ ทางเลือก เป็นการน าทางเลือกแต่ละทางมาประเมินเพื่อเลือกทางเลือกที่เหมาะสมกับเป้าหมายขององค์กร ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับผู้ตัดสินใจ

4. การปฏิบัติการ การตัดสินใจที่เกิดขึ้นจะมีการสื่อสารให้กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้รับทราบ ไม่ว่าจะเป็นการบอกกล่าวด้วยวาจา หรือด้วยลายลักษณ์อักษร เพื่อให้เกิดการปฏิบัติและมีผลย้อนกลับ

5. การประเมินผล ในการประเมินผลนั้นมีคำถามอยู่ 3 ประการ สำหรับผู้ที่ประเมินได้แก่ กิจกรรมที่กระทำไปนั้นได้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือยัง พนักงานรวมทั้งลูกค้ามีส่วนร่วมในการยอมรับการตัดสินใจนั้นในระยะยาวหรือไม่ อย่างไร คำถามสุดท้ายคือ ได้รับอะไรจากการนำการตัดสินใจนั้นไปปฏิบัติ

**จากแนวคิดข้างต้นสรุปได้ว่า กระบวนการตัดสินใจนั้นสามารถแบ่งได้เป็น 4 ขั้นตอน หลักๆ ด้วยกัน ได้แก่**

1. การทราบ การระบุ พิจารณาถึงปัญหา
2. การพิจารณาประเมินทางเลือกให้ได้หลากหลายที่สุด
3. การเลือกทางเลือกที่เหมาะสมที่สุดเพื่อนำไปปฏิบัติ
4. การประเมินผลว่าทางเลือกที่นำไปปฏิบัตินั้นก่อให้เกิดผลเช่นไร หากผู้บริหารเห็นว่า ผลที่ได้นั้นยังไม่สมบูรณ์ อาจมีผลให้เกิดการกลับมาเริ่มกระบวนการในข้อที่หนึ่งใหม่อีกครั้ง

**ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ**

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแก้ปัญหาและการตัดสินใจ (Racich, n.d., 2536 อ้างถึงในพิสมัย เสรีขจรกิจเจริญ, 2536) ได้กล่าวว่า การแก้ไขปัญหาและการตัดสินใจเป็นกลไกที่เคลื่อนที่อยู่ตลอดเวลาไม่หยุดนิ่งอยู่กับที่มีปัจจัยมากมายที่ก่อตัวให้เกิดการตัดสินใจ วิธีการตัดสินใจผลสุดท้ายหรือทางเลือกที่มีคุณภาพ สามารถจำแนกออกเป็นกลุ่มใหญ่ของปัจจัยได้ ดังนี้

1. ตัวผู้แก้ปัญหาหรือผู้ตัดสินใจ ซึ่งประกอบด้วย
    1.1 การรับรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ วิธีการตัดสินใจ

Ref. code: 25636007030247EYR

1.2 การรับรู้ อคติ คุณลักษณะส่วนบุคคล เช่น อารมณ์เปลี่ยนแปลงมีความก้าวร้าว รุนแรง การใช้ตัวเองเป็นศูนย์กลาง มีความมั่นใจในตนเอง หรือมีความเชื่อมั่นในตนเอง เป็นต้น

1.3 ค่านิยม และปรัชญา

2. สถานการณ์ในการตัดสินใจ ซึ่งได้แก่

2.1 ความเร่งด่วนของผลลัพธ์การตัดสินใจ หรือแรงกดดันทางด้านเวลาในการตัดสินใจ

2.2 ขนาดความสำคัญของการตัดสินใจ

2.3 การตัดสินใจแบบมีโครงสร้างแน่นอน ไม่แน่นอน เสี่ยง

2.4 ต้นทุนและผลประโยชน์ที่เกิดจากการตัดสินใจ

3. สิ่งแวดล้อม พิจารณาจาก

3.1 ปัจจัยภายนอก เช่น กฎหมาย ข้อบังคับ การเมือง เศรษฐกิจ วัฒนธรรม การแข่งขัน

3.2 ปัจจัยภายใน เช่น วัตถุประสงค์ของหน่วยงาน ภาพพจน์ของหน่วยงาน อำนาจ หน้าที่ โครงสร้างของงาน วิชาการที่ใช้ การยอมรับนโยบาย ปัจจัยทั้งสามได้ให้ความสำคัญกับตัวผู้แก้ปัญหา หรือผู้ตัดสินใจอยู่ใกล้ชิดกับตัวปัญหามากที่สุด

นอกจากประเด็นที่กล่าวข้างต้นแล้วยังได้อธิบาย ถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจว่ามีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง 8 ประการ คือ

1. การรับรู้การตัดสินใจ การรับรู้ (Perception) จะมีอิทธิพลในการกำหนดพฤติกรรมการตัดสินใจของบุคคลให้แตกต่างกันไป โดยเฉพาะจะมีอิทธิพลในสถานการณ์ตัดสินใจที่ไม่แน่นอน ข้อมูลในการตัดสินใจไม่เพียงพอ และยังมีบทบาทสำคัญเมื่อจะต้องตัดสินใจเลือกทางที่ไม่มีข้อแตกต่างมากนัก การรับรู้เป็นกระบวนการทางจิตวิทยา ซึ่งรับสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ผ่านอวัยวะรับความรู้สึก เช่น ตา หู จมูก ลิ้น ผิวหนัง และไปสู่สมองซึ่งประกอบด้วยความจำประสบการณ์ในอดีต ทัศนคติ และความรู้สึก บุคคลแต่ละคนจะรับรู้สิ่งต่างๆ แตกต่างกันออกไป ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการรับรู้ได้แก่ความคุ้นเคยกับตัวกระตุ้น ซึ่งก็คือ ประสบการณ์ในเรื่องต่างๆ รวมทั้งบุคลิกภาพ พื้นเพ วัฒนธรรม และลักษณะทางกายภาพของแต่ละบุคคล ดังนั้น บุคคลจะเลือกรับรู้ขึ้นอยู่กับพื้นฐานของแต่ละบุคคล เช่น นักจิตวิทยาศึกษาวิชาการบริหารในแง่การศึกษาพฤติกรรมของแต่ละคน เป็นต้น ลักษณะของการรับรู้จะมีผลต่อการตัดสินใจประสบการณ์ที่แตกต่างกันทำให้แต่ละคนมีการตะหนักในปัญหาการระบุและวิเคราะห์ปัญหา การแสวงหาข้อมูล

Ref. code: 25636007030247EYR

ข่าวสาร รวมทั้งการตีความ การประเมินทางเลือกและการตัดสินใจเลือกทางเลือกที่แตกต่างกันออกไป (วิชัย โถสุวรรณจินดา, 2535, น.193)

การรับรู้นั้นอาจมีการบิดเบือนได้ ซึ่งจะมีผลให้การตัดสินใจขาดประสิทธิภาพได้ การบิดเบือนการรับรู้มี 4 ชนิด คือ 1. การบิดเบือนแบบ Stereotype เป็นการบิดเบือนที่มาจากประสบการณ์บางอย่างแล้ว เหมาว่าคงเป็นอย่างนั้นไปหมด เช่น เห็นว่าผู้ชายเป็นนักบริหารที่ดีกว่าผู้หญิงเห็นว่าคนที่มีอายุมาก ขาดความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งอาจเป็นจริงในบางคน แต่ไม่เป็นจริงเสมอไปทั้งหมด

2. การบิดเบือนแบบ Halo effect เป็นการประเมินลักษณะบุคคลจากประสบการณ์ที่เคยประทับใจ เช่น เห็นคนทำงานสม่ำเสมอว่าเป็นคนฉลาด รับผิดชอบ มองคนที่ไม่ค่อยมาทำงานว่า ไม่ดี เกิดเป็นปกติและเป็นการปิดบังข้อเท็จจริง ทำให้อาจมีการตัดสินใจที่ผิดพลาด

3. การบิดเบือนแบบ Projection เป็นการโยนความรู้สึกนึกคิดหรือการกระทำของคนไปให้คนอื่นโดยเหมาเอาว่าคนอื่นมีความรู้สึกนึกคิดหรือพฤติกรรมเช่นเดียวกับตน ซึ่งทำให้เกิดอคติในการมองปัญหาและการตัดสินใจ เช่น เห็นลูกน้องทำงานซ้ำซากขาดความก้าวหน้าก็คิดว่า ลูกน้องคงเบื่อ แต่จริงๆ ลูกน้องอาจจะชอบระบบงานเดิม และไม่ต้องการความก้าวหน้าอีกก็ได้ การบิดเบือนแบบนี้รวมไปถึงการซัดทอดสาเหตุแห่งความผิดพลาดไปให้คนอื่นด้วย

4. การบิดเบือน Perceptual defense เป็นการบิดเบือนที่บุคคลพยายามรักษารูปแบบ แนวคิดของตนเองไว้แม้ว่าข้อเท็จจริง จะแสดงความจริงที่แตกต่างออกไปก็ไม่ยอมเปลี่ยนแนวคิด ส่งผลให้การรับรู้ไม่ตรงกับข้อเท็จจริง เช่น เชื่อว่าคนงานไร้ฝีมือจะไม่ฉลาด เพราะถ้าฉลาดจะไม่ใช่คนไร้ฝีมือ แต่เมื่อผลการวิจัยปรากฏว่า คนงานเหล่านี้มีความฉลาดโดยมีคุณสมบัติเฉพาะคนไม่เกี่ยวกับอาชีพ ผู้ที่มีการรับรู้แบบบิดเบือนตามแนวนี้ ก็ยังพยายามรักษาความเชื่อเดิมของตนไว้

2. ค่านิยมกับการตัดสินใจ ค่านิยมของผู้ตัดสินใจแต่ละคนจะมีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมการตัดสินใจ ค่านิยมจะหมายถึงสิ่งที่คนแต่ละคนคิดว่าควรจะเป็น ไม่ว่าสิ่งนั้นจะดีหรือไม่ก็ตาม และมักจะเป็นสิ่งที่บุคคลในกลุ่มมีความเห็นเหมือนๆ กัน ค่านิยมเกิดจากกระบวนการเรียนรู้ทางสังคม ทำให้ประสบการณ์ของแต่ละคนผิดแตกต่างกันไป ค่านิยมมีผลต่อการตัดสินใจดังนี้

1. ค่านิยมมีคุณสมบัติในการช่วยเลือก และการจัดลำดับความสำคัญของทางเลือกต่างๆ โดยค่านิยมจะเกิดขึ้นเพื่อสนองความต้องการของคนที่จะเลือกจากทางเลือกต่างๆ

2. ค่านิยมมีความหลากหลายแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล ทำให้การตัดสินใจเลือกทางเลือกต่างๆ ของแต่ละคนแตกต่างออกไปด้วย อย่างไรก็ตาม แม้ว่าค่านิยมของแต่ละคนจะแตกต่างกันในสังคมหนึ่งๆ มักมีค่านิยมที่คล้ายคลึงกัน

Ref. code: 25636007030247EYR

3. ค่านิยมเป็นมรดกตกทอดจากบรรพบุรุษไปสู่ลูกหลานได้ โดยผ่านกระบวนการสะสมทางสังคมเป็นจริยธรรมที่จะมีอิทธิพลในการตัดสินใจ

4. ค่านิยมเปลี่ยนแปลงได้ ถึงแม้ว่าบุคคลจะมีค่านิยมที่มั่นคง ไม่เปลี่ยนแปลงง่ายๆ และสะท้อนเป็นบุคลิกภาพของแต่ละคนก็ตาม แต่ค่านิยมก็ยังสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามประสบการณ์

5. ค่านิยมจะกำหนดเงื่อนไข บทบาท หน้าที่ ความคาดหวังต่อตำแหน่งสถานภาพของแต่ละคน

6. ค่านิยมจะกำหนดมาตรฐานตัวเอง บุคคลมักจะใช้ค่านิยมของคนเป็นมาตรฐานวัดสิ่งต่าง ๆ

ดังนั้น ค่านิยมจึงมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจ ทั้งในการตระหนักถึงปัญหา การวิเคราะห์ปัญหา การแสวงหาทางเลือก และการตัดสินทางเลือก ซึ่งมักเป็นไปในแนวทางที่สอดคล้องกับค่านิยมของตน นอกจากนี้ ในการนำทางเลือกไปปฏิบัติก็ต้องเป็นไปตามมาตรฐานของค่านิยมของตน นอกจากนี้ในการนำทางเลือกไปปฏิบัติก็ต้องเป็นไปตามมาตรฐานของค่านิยมที่ผู้บริหารได้กำหนดไว้แล้วด้วย

3. บุคลิกภาพกับการตัดสินใจ บุคลิกภาพ หมายถึง คุณลักษณะของรูปแบบแต่ละคนที่เป็นการผสมผสานของร่างกาย อารมณ์ สังคม ลักษณะนิสัย การจูงใจที่แสดงออกคือคนอื่น และสภาพแวดล้อมรอบๆ ตัว บุคลิกภาพจะมีองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ คือ แรงจูงใจซึ่งเป็นส่วนชักจูงจิตใจให้อยากทำอย่างใดอย่างหนึ่ง การรู้ถึงสิ่งที่อยู่รอบตัว และแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรม ของแต่ละบุคคล บุคลิกภาพจะมีลักษณะคงทน การเปลี่ยนแปลงจะค่อยเป็นค่อยไป โดยเป็นผลจากความรับรู้และสภาพแวดล้อม บุคลิกภาพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ เช่น บางคนมีบุคลิกภาพกล้าได้กล้าเสีย บางคนชอบรีรอในการตัดสินใจ บางคนชอบแก้ปัญหา บางคนรอให้ปัญหาเข้ามาเอง บางคนอาจมีบุคลิกภาพที่ชอบคิดสร้างสรรค์ ชอบทดลอง เป็นต้น บุคลิกภาพเหล่านี้ล้วนมีผลต่อการตัดสินใจทั้งสิ้น เช่น ผู้มีบุคลิกภาพกล้าเสี่ยงมักชอบการตัดสินใจในสถานการณ์ไม่แน่นอนและตัดสินใจได้เร็ว ขณะที่ผู้มีบุคลิกภาพไม่กล้าเสี่ยงมักชอบการตัดสินใจในสถานการณ์ไม่แน่นอน มักชอบรีรอเพื่อให้ได้ข้อมูลทางเลือกมากที่สุดจึงตัดสินใจ

4. ผลประโยชน์ ซึ่งอาจกระทบต่อการพิจารณาความดีความชอบการเพิ่มรายได้บุคคลในหน่วยงาน การมีส่วนได้เสียในเรื่องที่ตัดสินใจ

5. บทบาทไม่ชัดเจน ในการจัดองค์การหากไม่มีโครงสร้างที่ดี จะทำให้บทบาทไม่ชัดเจนในการมอบหมายงานนั้น ควรมอบทั้งอำนาจและหน้าที่ จึงจะช่วยให้การตัดสินใจประสบผลสำเร็จ

Ref. code: 25636007030247EYR

6. เป้าหมายในการทำงาน หลายคนอาจจะทำงานด้วยความสุข ทำงานด้วยหวังผลตอบแทน ทำงานเพื่อให้สามารถสนองความต้องการของตน การตัดสินใจจึงขึ้นอยู่กับพื้นฐานของแต่ละคนด้วย

7. อำนาจบารมีเดิม เนื่องจากปัจจุบันระบบงานมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายการสับเปลี่ยนหรือโยกย้าย ผู้มารับงานใหม่อาจนำบุคคลที่ตนเชื่อถือมาด้วย บางครั้งอาจขัดกับพนักงานคนเดิมที่ เคยอยู่ในตำแหน่งดังกล่าว

8. การเปลี่ยนแปลงสภาพการปฏิบัติงาน ทำให้การตัดสินใจเปลี่ยนแปลงไปซึ่งต้องมีการเปลี่ยนแปลงวิธีการ เปลี่ยนบุคลากร เปลี่ยนอำนาจในการตัดสิน

สมยศ นาวีการ (2536) ได้ชี้ให้เห็นว่าปัจจัยด้านบุคคล มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อกระบวนการตัดสินใจ ดังนั้น ในการทำความเข้าใจกระบวนการตัดสินใจ จึงต้องพิจารณาผลกระทบของปัจจัยส่วนบุคคลในการตัดสินใจ ซึ่งปัจจัยส่วนบุคคลในการตัดสินใจมีอยู่หลายประการ ดังนี้

1. การรับรู้ บุคคลตัดสินใจกระทำการบนพื้นฐานของแนวทางที่พวกเขามองสถานการณ์รับรู้ คือ ความคิดเห็นของคนที่มีต่อโลก เมื่อถูกระบายด้วยค่านิยม การรับรู้ของบุคคลสามารถของกระบวนการตัดสินใจอย่างมีเหตุผลได้

2. การรับรู้ภาพพจน์ คือ กระบวนการอย่างหนึ่งที่คุณลักษณะของบุคคลจำนวนหนึ่งถูกคาดคะเนว่าเป็นคุณลักษณะของคนทั้งกลุ่ม การรับรู้ภาพพจน์สามารถนำไปสู่ความเสียหายและการตัดสินใจที่ไม่มีประสิทธิภาพได้

3. การรับรู้ในทางบวก การรับรู้ในทางบวกเกิดขึ้นเมื่อผู้ตัดสินใจยอมให้คุณลักษณะอย่างหนึ่ง บดบังคุณลักษณะอื่นๆ ทุกอย่างในการตัดสินใจ

4. ความมีเหตุผลตามความรู้สึก คำว่าความรู้สึกแสดงให้เห็นเป็นนัยถึงอารมณ์และความลำเอียง ในขณะที่คำว่า ความมีเหตุผล แสดงให้เห็นเป็นนัยถึงความถูกต้องเหตุผลและความคงเส้นคงวา แนวความคิดของความมีเหตุผลตามความรู้สึกเน้นว่าบุคคลอาจใช้เหตุผลในการตัดสินใจอย่างเดียวกันทั้ง 2 คน และยังคงได้ข้อสรุปที่แตกต่างกัน สิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นเพราะว่าบุคคลหนึ่ง อาจจะให้น้ำหนักกับปัจจัยอย่างหนึ่งมากกว่าปัจจัยอย่างอื่น

5. ความพอใจ ความพอใจอธิบายถึงการตัดสินใจที่ไม่ใช่ที่สุด แต่เป็นการตัดสินใจที่ดีที่เพียงพอ การตัดสินใจที่พอใจสามารถทำให้เกิดความคืบหน้าไปสู่เป้าหมายได้และความคืบหน้าเหล่านี้สามารถทำได้ ในขณะที่เราค้นหาการตัดสินใจที่ดีกว่าอยู่ต่อไปเรื่อยๆ

6. ความมีเหตุผลในขอบเขต ความมีเหตุผลในขอบเขตเป็นเหตุผลอย่างหนึ่งที่ผู้บริหารตัดสินใจแบบพอใจ ความมีเหตุผลในขอบเขต คือ วงจำกัดของความคิด ที่บังคับให้บุคคลจำกัด ความเห็นของปัญหาและสถานการณ์ของพวกเขา ความคิดจะถูกจำกัดเพราะว่าสมองของ

Ref. code: 25636007030247EYR

มนุษย์ไม่สามารถคัดเลือกและประมวลข้อมูลเป็นจำนวนมากได้ ดังนั้นผู้ตัดสินใจจะใช้ข้อมูลอย่างจำกัด เท่านั้น จากการศึกษาสรุปได้ว่าในการตัดสินใจของมนุษย์ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง จะขึ้นอยู่กับปัจจัย ดังต่อไปนี้

1. การตระหนักถึงปัญหา
2. การประเมินทางเลือกหลาย ๆ ทาง
3. การเลือกทางเลือกที่เหมาะสม
4. การลงมือปฏิบัติ คือ การตัดสินใจ
5. การประเมินผลหลังจากที่ได้ตัดสินใจไปแล้ว แนวคิดกระบวนการตัดสินใจเลือกตั้งกระบวนการตัดสินใจนี้ จะนำมาประยุกต์ใช้ในการอธิบายการตัดสินใจในการเลือกตั้ง โดยสรุปเป็นขั้นตอนได้ 4 ขั้นตอน ดังนี้ (เสาวนีย์ ศิริพจนานนท์, 2544, น.18-20)

1. การได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้งและข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ขั้นนี้เป็นขั้นตอนของการได้รับข่าวสารของการสมัครรับเลือกตั้งข่าวสารเกี่ยวกับตัวผู้สมัครรับเลือกตั้ง และนโยบายต่างๆ ของพรรคการเมืองและของผู้สมัครรับเลือกตั้ง ซึ่งในการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้งนั้น ประชาชนจะได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้ง โดยผ่านสื่อหรือช่องทางใดบ้าง และข่าวสารต่าง ๆ ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งประชาชนเลือกรับข่าวสารในลักษณะใด จนกระทั่งนำข่าวสารนั้นไปเป็นเกณฑ์คัดเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้ง ให้เหลือเท่ากับจำนวนสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรที่ต้องการจะลงคะแนนเสียงให้จากสื่อหรือช่องทางหลายๆ ทางนั้น ประชาชนเลือกที่จะเชื่อข่าวสารจากแหล่งใดมากที่สุด และลักษณะของข่าวสารที่ผ่านไปสู่ผู้ลงคะแนนเสียงนั้นเป็นลักษณะข่าวสารที่หลากหลาย เพื่อที่จะจูงใจให้ลงคะแนนเสียง

2. การสร้างหลักเกณฑ์และการให้น้ำหนักของหลักเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกตั้ง เมื่อผู้ลงคะแนนเสียงยอมรับว่าจะต้องมีการตัดสินใจ และได้รับข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับผู้สมัครรับเลือกตั้ง หรือนโยบายพรรคการเมืองที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งสังกัดอยู่ หรือผู้ลงคะแนนผูกพันกับพรรคการเมือง หรือผู้สมัครรับเลือกตั้ง ก็จะสร้างหลักเกณฑ์ในการที่จะคัดเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้ง เพื่อคัดเลือกผู้สมัครที่ตนถูกใจมากที่สุด ให้เหลือเท่ากับจำนวนสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรที่พึงได้หรือเท่าที่ ตนเองต้องการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง หรือให้ความสำคัญกับคุณสมบัติส่วนตัวของบุคคล ขั้นตอนนี้รวบรวมความคิดและทรัพยากรต่างๆ เพื่อใช้ในการแก้ปัญหานั้นๆ การพัฒนาทางเลือกก็คือ การทำให้เกิดทางเลือกหลาย ๆ ทาง แล้วนำมาประเมินเพื่อเลือกทางที่เหมาะสมกับเป้าหมายของการเลือกตั้ง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผู้ตัดสินใจ กล่าวคือ ในขั้นตอนนี้จะเริ่มมีการรณรงค์หาเสียง ข่าวสารต่างๆ ทั้งในด้านส่วนตัวของผู้สมัครรับเลือกตั้ง หรือนโยบายของพรรคการเมืองก็เริ่มเข้าสู่ประชาชนผู้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง ประชาชนก็จะเริ่มประเมินข่าวสารต่างๆ ที่ได้รับมา

Ref. code: 25636007030247EYR

สอดคล้องกับหลักเกณฑ์หรือจุดมุ่งหมายของผู้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้งหรือไม่ ผู้ลงคะแนนบางคนอาจจะให้ความสำคัญกับนโยบาย บางคนให้ความสำคัญกับคุณสมบัติส่วนตัวของผู้สมัครรับเลือกตั้ง หรือบางคนอาจจะพิจารณาว่าผู้สมัครคนใดที่สามารถให้ผลตอบแทนหรือผลประโยชน์เฉพาะหน้ามากกว่าผู้อื่น

3. การประเมินและจัดลำดับ เมื่อได้กำหนดหลักเกณฑ์ต่างๆ และให้น้ำหนักของหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการลงคะแนนเสียงแล้ว หลังจากนั้นจะเป็นการประเมินผู้สมัครรับเลือกตั้งแต่ละคนว่า ตามหลักเกณฑ์ที่ได้กล่าวมาแล้ว ผู้สมัครรับเลือกตั้งแต่ละคนจะได้รับการประเมินเท่าไหร่ตามการประเมินของผู้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้งแต่ละคนก่อนที่จะตัดสินใจทางเลือกที่ดีที่สุด

4. การตัดสินใจสุดท้ายที่จะลงคะแนนเสียงให้ผู้สมัครคนใดคนหนึ่ง ขั้นตอนนี้ตามปกติแล้วผู้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้งจะตัดสินใจลงคะแนนเสียงให้กับ ผู้สมัครรับเลือกตั้งที่มีคะแนนรวมจากการประเมินมากที่สุด แต่ในขั้นตอนนี้อาจจะมีเหตุการณ์ บางอย่างเข้ามาสอดแทรก กล่าวคือ ผู้ลงคะแนนเสียงบางคนอาจจะลงคะแนนเสียงเลือกตั้งตาม อิทธิพลของสิ่งของ เงินทองที่ได้รับจากหัวคะแนนผู้สมัครรับเลือกตั้ง ซึ่งเงินและสิ่งของนี้อาจจะมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้งให้กับผู้สมัครรับเลือกตั้งคนใด คนหนึ่งด้วย ในระบอบการปกครองแบบประชาธิปไตยถือว่า การเลือกตั้งเป็นกลไกและกระบวนการ ทางการเมืองที่สำคัญในการที่จะกำหนดว่าใครคือผู้ที่เหมาะสมที่จะเป็นผู้ปกครองโดยชอบธรรม การเลือกตั้งยังเป็นการให้เสรีภาพและสิทธิทางการเมืองแก่ประชาชน กล่าวคือ การให้ประชาชนเข้า มามีส่วนร่วมในทางการเมืองโดยผ่านทางตัวแทนนั่นเอง กล่าวโดยสรุป ในระบบการปกครองระบอบประชาธิปไตยถือว่าการเลือกตั้งเป็นกลไก และกระบวนการทางการเมืองที่สำคัญในการที่จะกำหนดว่า ใครคือผู้ที่เหมาะสมที่จะปกครองโดยชอบธรรม ดังนั้น เพื่อให้สังคมการเมืองไทยเป็นสังคมการเมืองแบบประชาธิปไตยที่มีประสิทธิภาพและเสถียรภาพ เป็นระบอบปกครองแบบประชาธิปไตยโดยประชาชนและเพื่อประชาชนโดยแท้ คนไทยทุกคนจึงร่วมกันสร้างสรรค์เสริมสร้างและปรับแต่งให้วัฒนธรรมทางการเมืองของไทยมีลักษณะสอดคล้องรองรับ และสนับสนุนต่อระบบขบวนการทางการเมืองและประชาธิปไตยการเสริมสร้างให้วัฒนธรรมทางการเมืองไทยเป็นประชาธิปไตย จึงเป็นปัจจัยที่ สำคัญยิ่งประการ หนึ่งที่จะทำให้สังคมการเมืองไทยมีการปกครองระบอบประชาธิปไตยของ ประชาชนโดยประชาชนในที่สุดระบอบประชาธิปไตยแบบรัฐสภา โดยมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุขที่มีประสิทธิภาพและเสถียรภาพก็จะสัมฤทธิผล การเสริมสร้างวัฒนธรรมทางการเมืองไทยให้สอดคล้องกับระบอบประชาธิปไตย จึงเป็นเครื่องชี้วัดของความเป็นประชาธิปไตยในสังคมไทย การเลือกตั้งยังเป็นการให้เสรีภาพทางการเมืองกับประชาชน กล่าวว่า การให้ประชาชนเข้ามามีส่วน ร่วมในทางการเมืองไทย ผ่านทางตัวแทนนั่นเอง

Ref. code: 25636007030247EYR

ทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกตั้งทฤษฎีเกี่ยวกับการกระทำทางสังคม (Social action theory) ได้อธิบายการกระทำของมนุษย์แต่ละคนในลักษณะที่สามารถนำไปปรับใช้กับสังคมทั่วไปได้ โดยสรุปได้ว่าการกระทำใด ๆ ของมนุษย์ขึ้นอยู่กับ

1. บุคลิกภาพของแต่ละบุคคล (Personality)

2. ระบบสังคมที่บุคคลนั้นเป็นสมาชิกอยู่ (Social system)

3. วัฒนธรรมในสังคมที่เป็นสมาชิกอยู่ (Culture) ในสามประเด็นนี้จะเกี่ยวเนื่องซึ่งกันและกัน ซึ่งก่อให้เกิดการต้องการของบุคคลขึ้นมา ทฤษฎีเกี่ยวกับการกระทำสังคม ทฤษฎีนี้ ได้รวบรวมกลุ่มของปัจจัยที่มีผลต่อการกระทำของมนุษย์ทั่วไปขึ้นเป็นทฤษฎี ซึ่งอธิบายได้ว่า การกระทำสังคมนั้น ประกอบด้วยกลุ่มปัจจัยหลายการมิได้จำกัดอยู่เพียงปัจจัยใด ปัจจัยหนึ่งและเขาได้แยกรูปการกระทำทางสังคมของบุคคล (Reeder, 1971, pp. 1-7 อ้างถึงในพรศรี ใจซื่อ, 2523, น.8)

1. ความคิดเห็น (Opinions)

2. อารมณ์หรือความรู้สึก (Sentiments)

3. การคาดคะเนปัจจัย (Hypothetical action)

4. ปัจจัยที่แสดงออก (Orpaliem behavior) นอกจากนี้Reederได้อธิบายถึงเหตุผลในการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งของบุคคล ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ คือ

1. เป้าประสงค์ (Goals)

2. ความเชื่อที่สืบทอดต่อกันมา (Belief orientation)

3. ค่านิยมมาตรฐาน (Value standard)

4. นิสัยและขนบธรรมเนียมประเพณี (Habit and custom)

5. ความคาดหมาย (Expectation)

6. ข้อผูกพัน (Commitment)

7. แรงเสริม (Force)

8. โอกาส (Opportunity)

9. ความสามารถ (Ability)

10. การสนับสนุน (Support)

ทฤษฎีเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Heider, 1958 อ้างถึงใน สิทธิโชค วรานุสันติกุล, 2546, น.99-100) ได้ศึกษาถึง สัมพันธภาพระหว่างบุคคลอันจะมีผลต่อการกระทำ และความคิดของบุคคล พบว่า สัมพันธภาพ ระหว่างบุคคลอันมีผลต่อความรู้สึกนึกคิดและการกระทำของบุคคลขึ้น

1. อยู่กับความเข้าใจต่อบุคคลอื่น (Perceiving the other person)

Ref. code: 25636007030247EYR

2. ความเข้าใจต่อบุคคลอื่น (The other person on perceiver)

3. การวิเคราะห์ปัจจัยหรือการกระทำในขณะสัมพันธภาพ
(The naive analysis of action)

4. การมีผลตอบแทนในขณะมีสัมพันธภาพ (Desire and pleasure)
คือ มีความปรารถนา และความพึงพอใจ

5. สิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อสัมพันธภาพ (Environment at effect)

6. อารมณ์ ความรู้สึก เจตสิก (Sentimental)

7. ความคาดหวังและค่านิยม (Ought and value)

8. การต่อรองหรือการบังคับที่มีผลต่อสัมพันธภาพระหว่างบุคคล
(Request and command)

9. การคำนึงถึงผลประโยชน์และโทษ (Benefit and harm)

10. การเกิดผลต่อคนส่วนใหญ่ (Reaction to the lot of other person)

ทฤษฎีกระบวนการติดต่อสื่อสาร (Rogers, 1975 อ้างถึงในวัธนีย์วรรณ วรรณวิทยา, 2525, น.38) ได้รวบรวมผลงานวิจัยเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ยอมรับวิทยากรและการติดต่อสื่อสาร ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ

1. ขั้นการรับรู้(Awareness stage) หมายความว่า บุคคลได้กระทบกับวิทยาการใหม่หรือ ความคิดใหม่เป็นครั้งแรก แต่ยังขาดความรู้อย่างแจ่มแจ้งในวิทยาการนั้น แต่ยังไม่แสวงหาความรู้ ใหม่เพิ่มเติม

2. ขั้นความสนใจ (Interest stage) หมายความว่า บุคคลเริ่มเข้าใจความรู้ใหม่ๆ และพยายามเสาะแสวงหาความรู้เพิ่มเติม

3. ขั้นการชั่งใจ (Evaluation stage) หมายความว่า บุคคลคิดทบทวนไตร่ตรองถึงผลดี ผลเสียของความรู้ก่อนที่จะตัดสินใจว่าจะทำการทดลองทำหรือไม่ทำต่อไป

4. ขั้นการทดลอง (Trial stage) หมายความว่า บุคคลนำความรู้ใหม่ไปปฏิบัติในขนาดเล็ก เป็นการทดลองเพื่อดูผลก่อนจะตัดสินใจยอมรับโดยเต็มที่ต่อไป

5. ขั้นการยอมรับ (Adoption stage) หมายความว่า เป็นขั้นตอนที่บุคคลตกลงใจนำวิทยาการใหม่ไปปฏิบัติอย่างเต็มที่ซึ่งเป็นการยอมรับผลการทดลองในขั้นก่อนว่าได้ผล สำหรับขั้นการรับรู้ ซึ่งจะทำไปขั้นตอนอื่น ๆ นั้น Roger ได้ให้ความสำคัญต่อ กระบวนการติดต่อสื่อสารและเขาได้เสนอช่องทางรองการสื่อความรู้ว่าประกอบด้วยกระบวนการ ของผู้ส่งสารหรือแหล่งกำเนิดสาร ช่องทางการสื่อสาร และผู้รับสาร ซึ่งแยกได้ 2 ลักษณะ คือ

Ref. code: 25636007030247EYR

1. ช่องทางการสื่อสารมวลชน (Mass media channel) เป็นวิถีทางในการถ่ายทอดข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร และสิ่งพิมพ์อื่นๆ เช่น ภาพยนตร์ วิทยุโทรทัศน์ เป็นต้น

2. ช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal channel) เป็นการติดต่อระหว่าง บุคคลเพื่อถ่ายทอดข่าวสารและผู้ส่งสารและผู้ส่งสารกับผู้รับสาร ปัจจัยของมนุษย์ที่เกี่ยวกับความต้องการพื้นฐาน ที่เกิดจากความพึงพอใจความต้องการ เหล่านั้น ได้ถูกจัดลำดับขั้นตอนของความต้องการจากน้อยไปหามากเมื่อความต้องการได้เกิดขึ้น แล้วไม่ได้รับการบำบัดเพียงพอ ความต้องการเหล่านี้ยังคงอยู่และจะเป็นแรงขับที่มีพลังขับดันให้ บุคคลมีปัจจัยโน้มไปในทางที่จะบำบัดความต้องการเหล่านั้นอยู่เสมอและมาสโลว์ได้จัดลำดับ ความต้องการพื้นฐานไว้ 5 ขั้น คือ

1. ความต้องการทางด้านร่างกาย (The physiological needs)

2. ความต้องการความปลอดภัย (The safety needs)

3. ความต้องการเป็นเจ้าของและความรัก

(The belongingness and loved needs)

4. ความต้องการมีเกียรติในสังคม (The esteem needs)

5. ความต้องการแสดงความสามารถของตนเองให้เกิดผลต่อสังคม (The needs for selfactualization) แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยการออกเสียงเลือกตั้ง การเลือกตั้งนอกจากจะเป็นกิจกรรมทางการเมืองแล้ว แนวความคิดเกี่ยวกับปัจจัย การออกเสียงเลือกตั้งยังถือว่าการเลือกตั้งเป็นเรื่องของสิทธิและหน้าที่ของประชาชนทุกคน กล่าวคือ ที่ว่าการเลือกตั้งเป็นเรื่องของสิทธิหมายความว่า ทุกคนมีสิทธิในการเลือกตั้งอย่างถ้วน หน้า สิทธิดังกล่าวเป็นสิทธิในตัวเองมิต้องให้ผู้ใดมามอบหมายและไม่มีผู้ใดจะมาเพิกถอนได้ ใน เมื่อเป็นสิทธิส่วนบุคคลไปด้วย กล่าวคือ ไม่มีผู้หนึ่งผู้ใดสามารถไปบีบบังคับให้ประชาชนคนหนึ่ง คนใดไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งได้ หากว่าประชาชนผู้นั้นไม่ต้องการและที่ว่าการเลือกตั้งเป็นเรื่อง ของหน้าที่ มีพื้นฐานอยู่บนหลักการที่ว่าอำนาจอธิปไตยเป็นของชาติ เพราะฉะนั้นผู้ที่จะมามีส่วนใช้ อำนาจอธิปไตยจึงไม่จำเป็นต้องเป็นประชาชนทุกคน แต่เป็นเพียงประชาชนบางคนที่มีคุณสมบัติ เหมาะสมไปทำหน้าที่เป็นตัวแทนของชาติ ผู้ที่ได้รับหน้าที่ดังกล่าวจึงอาจถูกบังคับให้ไปลงคะแนน เสียงได้ (พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว, 2522, น.1-11) ได้ชี้ให้เห็นถึงหลักการกำหนดที่พิจารณาลงคะแนน เสียงเลือกตั้งของประชาชนดังนี้

1. สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมกับปัจจัยการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง พบว่าผู้ลงคะแนนเสียงที่มีความรู้ความสนใจทางการเมืองน้อย จะตัดสินใจลงคะแนนเสียงโดยไม่อิงกับทัศนคติที่มีต่อประเด็นโดยนโยบายทางการเมือง ปัจจัยด้านชักจูงการระดมและอามิสสินจ้างจะมี

Ref. code: 25636007030247EYR

อิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกลงคะแนนเสียงของกลุ่มนี้โดยธรรมชาติความต้องการพื้นฐานที่จำเป็นของประชาชนทั่วๆ ไปมี 2 ประการใหญ่ๆ

1.1 ความต้องการพื้นฐานที่จำเป็นที่ตอบสนองทางด้านกายภาพ เป็นความจำเป็นที่ขาดมิได้ ที่ตอบสนองทางร่างกาย ในทางพุทธศาสนาเรียกว่า “ปัจจัยสี่” คือ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค ซึ่งพอเพียงต่อการยังชีพตามอัตภาพ

1.2 ความต้องการพื้นฐานที่จำเป็นทางด้านจิตภาพ เป็นความจำเป็นที่สนองตอบ ทางด้านจิตใจ อารมณ์และความรู้สึก เช่น ความรัก ความผูกพัน ความเชื่อถือ ความมั่นคง ปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน การมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ การมีเพื่อนฝูงการยอมรับซึ่งกันและกัน เกียรติยศชื่อเสียงและคุณภาพชีวิตที่ดี เป็นต้น

2. ความรู้สึกทางการเมืองกับปัจจัยการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง พบว่า ผู้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้งเกือบครึ่งหนึ่งใช้เกณฑ์ในการเลือกโดยคำนึงถึงตัวผู้สมัคร ส่วนที่เหลืออย่างละครึ่งคละกันไประหว่างผู้สมัครกับพรรคการเมือง ปัจจัยที่มีผลต่อแบบแผนปัจจัยการลงคะแนนเสียงที่เห็นได้ชัดเจน ได้แก่ อาชีพ การศึกษา และรายได้ ส่วนที่อยู่อาศัยและเพศนั้นมีอิทธิพลที่ชัดแจ้งในบางกรณีผู้ที่มีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมต่ำมักจะตัดสินใจเลือกในวันเลือกตั้ง ผู้ที่มีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมสูงมักจะตัดสินใจไว้ก่อนวันเลือกตั้งและไม่เปลี่ยนแปลงการตัดสินใจนั้นโดยง่าย

3. สภาพแวดล้อมของช่วงเวลากับปัจจัยการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง พบว่า ผู้ลงคะแนนเสียงประมาณหนึ่งในสี่เลือกผู้สมัคร โดยคำนึงถึงความนิยมพรรคการเมืองเป็นเกณฑ์สำคัญ ส่วนอีกสามในสี่นั้นเป็นอิทธิพลร่วมของคุณสมบัติเฉพาะตัวในด้านต่างๆ ของผู้สมัคร เช่น การเป็นคนท้องถิ่นที่มีศักยภาพที่จะช่วยเหลือท้องถิ่นได้ มีความรู้ความสามารถแจกข้าวของเงินทองและหาเสียงที่ประทับใจ เป็นต้น ผู้นำท้องถิ่นมีอิทธิพลต่อการชี้นำผู้ลงคะแนนเสียงที่มีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมต่ำจากมากไปน้อย ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้าน เพื่อนฝูง ญาติพี่น้อง และครู ตามลำดับ

กรมการปกครอง (2532) พบว่า ประชาชนยังสนใจที่จะเลือกตัวบุคคลมากกว่าพรรคการเมืองโดยเลือกตัวบุคคลร้อยละ 51.70 เลือกตัวบุคคล และพรรคการเมืองประกอบกันร้อยละ 20.20 และเลือกพรรคการเมืองเพียงร้อยละ 26.90 (สุวิทย์ รุ่งวิสัย, 2526, น.71) พบว่า ประชาชนส่วนหนึ่งได้ไปลงคะแนนเสียงเพื่อเป็นการแสดงออกด้วยปัจจัยทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตยอันเป็นการเลือกตัวแทนเข้าไปทำหน้าที่ออกกฎหมายและควบคุมการบริหารบ้านเมืองแทนตน ส่วนอีกกลุ่มหนึ่งไม่ได้คำนึงถึง ระเบียบปฏิบัติในระบอบประชาธิปไตย แต่ไปออกเสียงเป็นการแลกเปลี่ยนกับค่าจ้าง ผลประโยชน์ และการยอมรับนับถือจากผู้อื่นแต่พวกหลังนี้ไม่มีมากเท่ากับกลุ่มแรกที่ต้องการมีส่วนร่วมใน ระบอบประชาธิปไตย (พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว, 2527, น.134) พบว่า คนไทยไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งด้วยความ สำนึกว่าเป็นคนไทยมากกว่าเพื่อแสดงออกซึ่งความ

Ref. code: 25636007030247EYR

ต้องการเปลี่ยนรัฐบาล หรือควบคุมรัฐบาลหรือ เพื่อให้คนที่ตนพอใจเข้าไปทำงานคนส่วนใหญ่ยังเห็นว่าสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรมีหน้าที่บทบาท เพียงเพื่อเป็นปากเสียงแทนตนเท่านั้น การลงคะแนนเลือกตั้งจึงไม่ใช่เรื่องที่เกิดจากความรู้สึกว่า ตนเองมีอิทธิพล มีอำนาจ หรือมีสิทธิภาพทางการเมือง ที่จะผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในตัว รัฐบาลในนโยบายของรัฐบาล หรือเพื่อให้ผู้ที่ตนสนับสนุนได้รับเลือกตั้งเข้าไปทำงานการไป ลงคะแนนเสียงเลือกตั้งเป็นเพียงเรื่องของการปฏิบัติหน้าที่ของพลเมือง ดังนั้น จึงมีโอกาสที่จะถูกชักจูงไปลงคะแนนเสียงได้มากเป็นลักษณะของการมีส่วนร่วมทางการเมืองแบบถูกระดม ซึ่งเห็นได้จากอัตราการไปลงคะแนนเสียงของประชาชนในชนบทหรือต่างจังหวัดซึ่งมีสูงกว่ากรุงเทพฯ จากลักษณะโครงสร้างพื้นฐานของสังคมไทยและกระบวนการเรียนรู้ทางสังคมและทางการเมืองของไทยที่มีพื้นฐานมาจากหลายระบบ จึงทำให้สังคมไทยและคนไทยมีอุดมการณ์และปัจจัยทางการเมืองที่พอสรุปได้ ดังนี้

1. ลักษณะอำนาจนิยม คนไทยส่วนใหญ่ชอบใช้อำนาจเด็ดขาด เคารพเชื่อฟังและอ่อนน้อมถ่อมตนต่อผู้มีอำนาจ รวมทั้งมอบอำนาจและความรับผิดชอบทุกอย่างไว้ที่ผู้นำไม่ว่าระบบการเมืองระดับชาติหรือ ครอบครัว มักจะรวมอำนาจไว้ที่ผู้นำการทำงานจึงมีลักษณะสั่งจากเบื้องบนลงมากกว่าจะเริ่มจาก เบื้องล่างขึ้นไป

2. นิยมระบบเจ้านายกับลูกน้อง ในสังคมไทยส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มพวกพ้องกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเสมอ ผู้นำจะเป็นผู้มีอำนาจ วาสนา บารมี ต้องสามารถให้ความคุ้มครองและให้ผลประโยชน์แก่ลูกน้อง ส่วนลูกน้องต้องให้การสนับสนุนและบริการแก่นาย ในสังคมไทยและปรากฏในระบบราชการและในวงการเมืองว่า การเป็นเจ้าคนนายคนได้รับการยกย่องมาก

3. ยึดมั่นในตัวบุคคลมากกว่าหลักการ ลักษณะคนไทยเป็นผู้เล็งผลเลิศในทางปฏิบัติมากกว่าจะยึดมั่นในอุดมการณ์ กล่าวคือ จะสนใจกับสิ่งที่จะเป็นไปได้ในทางปฏิบัติโดยปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อมหรือสภาพความเป็นจริง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกี่ยวกับเรื่องที่ตนทำได้หรือได้รับประโยชน์แก่ตนเองอย่างชัดเจน เช่น การนิยม เข้าข้างผู้ชนะ

4. มีการจัดลำดับฐานะในความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ระบบศักดินาทำให้มีการแบ่งชนชั้นในสังคมไทยให้รู้จักที่ต่ำไปสูง ไม่ควรติเตียนให้ เสมอผู้ใหญ่ คนไทยยึดถือสิ่งที่ติดตัวมา เช่น ชาติวุฒิ วัยวุฒิ และคุณวุฒิ มากกว่าความสามารถของบุคคล บุคคลที่มีคุณสมบัติเหล่านี้ถือว่าเป็นผู้ใหญ่ที่ผู้น้อยจะต้องให้ความเคารพเชื่อฟัง การยึดมั่น ในค่านิยมเหล่านี้ทำให้คนไทยยอมรับความเสมอภาคของบุคคลได้ยากทั้งในแง่หลักการและการปฏิบัติ

5. ความเป็นอิสระนิยม คนไทยรักความอิสระ ชอบทำอะไรตามลำพังตัวเอง ไม่ชอบถูกบังคับหรือตกอยู่ภายใต้ การออกคำสั่งของบุคคลอื่น ขาดระเบียบกฎเกณฑ์ในการดำรงชีวิต

Ref. code: 25636007030247EYR

ขาดระเบียบวินัย ทำให้ต่างคน ต่างอยู่ การรวมกลุ่มการเมืองเพื่อวัตถุประสงค์หนึ่งจึงเป็นไปได้ยาก ความรับผิดชอบต่อสังคมยัง มีน้อย

6. ยึดมั่นในประเพณีดั้งเดิม คนไทยจำนวนไม่น้อยยึดมั่นในความเชื่อ ค่านิยม ทัศนคติแบบเก่า ๆ อยู่ กล่าวคือ ยังเชื่อ ในเรื่องภูติปีศาจ ไสยศาสตร์ของขลังและโชคลาภ อยู่โดยยึดถือสิ่งเหล่านี้เป็นที่พึ่งทางใจ โดยเฉพาะ เมื่อประสบปัญหาหรือความเดือดร้อน จึงเป็นการยากที่คนไทยทั่วไปยึดหลักเหตุผล รู้จักวิเคราะห์ วิจารณ์ ไม่เรียกบริการจากรัฐโดยตรง แต่ใช้วิธีร้องเรียนขอความกรุณา แต่จะมีลักษณะอนุรักษ์นิยม ไม่ชอบการเปลี่ยนแปลงเพราะจะทำให้ไม่เกิดความมั่นคง

7. เฉื่อยชา ไม่กระตือรือร้นหรือสนใจต่อกิจกรรมทางการเมือง คนไทยส่วนใหญ่โดยทั่วไปจะพอใจ ในสภาพที่เป็นอยู่ของตนเองจะยอมรับสภาพที่เสียเปรียบของตนเอง โดยถือว่าตนเองทำบุญมาเพียงแค่นี้ ที่เป็นเช่นนี้เพราะเชื่อในกรรมเก่า จึงไม่กระตือรือร้นขวนขวายถือว่าการเมืองเป็นเรื่อง ของชนชั้น

8. ขาดความเชื่อมั่นในตัวเอง มองโลกในแง่ร้ายและขาดความไว้ใจในผู้อื่น คนไทยส่วนใหญ่ขาดความเชื่อมั่นใน ตนเองในการแก้ปัญหาหรือการเอาชนะสิ่งแวดล้อมหรือได้รับการปฏิบัติด้วยความไม่เป็นธรรมเมื่อ มีปัญหาเกิดขึ้นจะแสวงหาที่พึ่ง ไม่คิดว่าตัวเองมีความสามารถแก้ไขได้ โดยหันไปพึ่งอำนาจสิ่งศักดิ์สิทธิ์

9. การรักษาความสงบและความประนีประนอม คนไทยส่วนใหญ่รักสงบ ไม่นิยมความรุนแรง หลีกเลี่ยงความขัดแย้ง มีความอดทนต่อ ความเอารัดเอาเปรียบ ถ่อมตัว เกรงใจผู้อื่น ทำให้คนไทยไม่กล้าวิพากษ์วิจารณ์หรือคัดค้านผู้อื่นหรือผู้มีอำนาจ สรุปวิถีชีวิตทางการเมืองของคนไทยมีความเกี่ยวข้องกับปัจจัยและอุดมการณ์บนทาง การเมืองของไทยที่มีการเปลี่ยนแปลง ถ่ายทอดสืบต่อกันมาจนกลายเป็นลักษณะเฉพาะตน ถึงแม้ หลายคนจะกล่าวว่าอุดมการณ์และปัจจัยการเมืองของคนไทยไม่เหมาะสมต่อการปกครองระบอบ ประชาธิปไตยแบบตะวันตก แต่นั่นเป็นวัฒนธรรมทางการเมืองแบบไทย เพราะสังคมไทยมี วัฒนธรรมเป็นรากฐานที่สำคัญ กล่าวว่า “วัฒนธรรมคือคุณ” ฉะนั้น นักการเมืองในที่นี่คือ ประชาชนธรรมดาๆ คนหนึ่งที่มีหัวใจเป็นสาธารณะเสียสละเพื่อประโยชน์ของสาธารณชนอาสาเข้าสู่วงการด้วยการเป็นตัวแทนของประชาชนด้วยใจรัก ด้วยใจสมัครโดยหวังที่จะเห็นประชาชนมีความสุข มีคุณภาพชีวิตที่ดี สังคม และประเทศชาติ เจริญก้าวหน้ามั่นคงเป็นที่ปกติสุข ประชาชนที่อุทิศตนเข้ามาเป็นตัวแทน โดยมีความมุ่งหวัง ดังกล่าวนี้ เรียกว่านักการเมือง มีอยู่ 2 ระดับ คือ นักการเมืองระดับท้องถิ่น และนักการเมืองระดับชาติ ความแตกต่างระหว่างนักการเมืองทั้ง 2 ประเภทนี้ อยู่ที่ภาระหน้าที่และความรับผิดชอบ นักการเมืองท้องถิ่นมีขอบเขตจำกัด ในขอบเขตเฉพาะท้องถิ่น เฉพาะพื้นที่มีอำนาจหน้าที่ใน การดำเนินการไปตามข้อกำหนดไว้ อาทิเช่น สมาชิกสภาตำบล (อบต.) สมาชิกสภาจังหวัด (อบจ.) สมาชิกสภาเทศบาล

Ref. code: 25636007030247EYR

(สท.) สมาชิกสภาเมืองพัทยา และสมาชิกสภากรุงเทพมหานคร เป็นต้น สำหรับผู้บริหารองค์กรเหล่านี้มีตำแหน่งแตกต่างกันออกไปเป็นประธานบ้าง นายกบ้างและผู้ว่าราชการบ้าง สำหรับนักการเมืองระดับชาติและระดับประเทศนั้นคือ สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ซึ่งได้รับการเลือกจากประชาชนได้รับการมอบหมายจากประชาชนให้ทำหน้าที่หลัก คือหน้าที่ทาง นิติบัญญัติและหน้าที่ทางบริหารราชการแผ่นดิน

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมือง ได้มีนักวิชาการชี้ให้เห็นถึงปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนไว้หลายทัศนะ ด้วยกัน ดังนี้ (อนุภาพ ถิรลาภ, 2528, น.25-26 อ้างถึงในระรวย เชาวน์เสฏฐกุล, 2543, น.39) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนดังนี้

1. ความเกรงใจผู้ที่มีสถานภาพสูงกว่า
2. ความต้องการเป็นกลุ่มพวก
3. ความเชื่อถือในตัวผู้นำ
4. ความใกล้ชิดกับเจ้าหน้าที่ของรัฐ นักสังคมศาสตร์ได้สร้างทฤษฎีต่าง ๆ เกี่ยวกับพฤติกรรม เพื่ออธิบายข้อเท็จจริงต่างๆ เกี่ยวกับการเข้ามีส่วนร่วมทางการเมือง แต่จากสภาพความเป็นจริง การมีส่วนร่วมทางการเมืองเป็นปรากฏการณ์ที่สลับซับซ้อนและขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายๆ อย่าง โดยที่น้ำหนักหรือความสำคัญของปัจจัยแต่ละชนิดก็มากน้อยต่างกัน ซึ่งในการอธิบายเกี่ยวกับลักษณะการเข้าร่วมหรือไม่เข้าร่วมทางการเมืองนั้น (McClosky, 1968) ได้ใช้ปัจจัยในการอธิบาย 3 ปัจจัย คือ

1. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางสังคม
2. ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา
3. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางการเมือง

1. ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมทางสังคม (The social environment) สิ่งแวดล้อมทางสังคมก็มี อาทิเช่น ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ ศาสนา เพศ ระยะเวลาที่อาศัยถิ่นที่อยู่อาศัย และการเปลี่ยนแปลงชนชั้นทางสังคม (Social mobility) จากผลการศึกษาวิจัยในสหรัฐอเมริกาและประเทศอื่นๆ พบว่า สิ่งเหล่านี้มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองอยู่บ้าง (สถิต นิยมญาติ, 2525, น.33) กล่าวโดยทั่วไป บุคคลที่อยู่ในกลุ่มต่อไปนี้แนวโน้มที่จะเข้าร่วมทางการเมืองสูงกว่า คือ ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูง ผู้ที่มีอาชีพที่ดีและมีรายได้สูง ผู้ที่อยู่ในวัยกลางคน หรืออายุ 35-55 ปี เมื่อเปรียบเทียบกับผู้ที่เพิ่งย้ายถิ่นเข้ามา ผู้ที่อยู่ในเขตเมือง ผู้ที่เป็นสมาชิกของสมาคมด้วยความสมัครใจ เพศชายเทียบกับเพศหญิง ผู้ที่แต่งงานเมื่อเทียบกับคนโสด อย่างไรก็ดี ความสัมพันธ์ระหว่างการเข้าร่วมทางการเมือง (โดยเฉพาะอย่างยิ่งในรูปของการเลือกตั้ง)

Ref. code: 25636007030247EYR

มีความสัมพันธ์กับตัวแปรหรือสิ่งต่าง ๆ ที่กล่าวมาแล้วในระดับต่ำและไม่คงที่เสมอไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่า การเข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองอยู่ภายใต้สภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรม และการเมืองเช่นไร ในสหรัฐอเมริการะดับการศึกษาและฐานะทางเศรษฐกิจกับการเข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองมีความสัมพันธ์สูงในขณะที่ประเทศนอร์เวย์อยู่ในระดับต่ำมาก ในสหรัฐอเมริกาผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตเมืองมักจะเข้าร่วมทางการเมืองในรูปการเลือกตั้งมากว่า ผู้ที่อยู่ในเขตชนบท แต่สำหรับในประเทศไทย ผู้ที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นเมืองที่มีประชากรอาศัยอยู่หนาแน่นมากที่สุดของประเทศ การเข้าร่วมทางการเมืองน้อยกว่าผู้ที่อยู่ในเขตชนบท กล่าวคือ จากผลการเลือกตั้งในประเทศไทย เมื่อ 22 เมษายน พ.ศ. 2522 ปรากฏว่า ผู้ไปใช้สิทธิในเขตกรุงเทพมหานครมีเพียงร้อยละ 19.45 เท่านั้น ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีเปอร์เซ็นต์ผู้ไปใช้สิทธิต่ำที่สุด

2. ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา (Psychological variables) เมื่อพิจารณากันในแง่ของจิตวิทยาแล้ว การเข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองจะยังคงมีอยู่ได้ก็ขึ้นอยู่กับว่า การเข้าร่วมทางการเมืองนั้นให้ผลประโยชน์หรือผลตอบแทนแก่ผู้เข้าร่วมอย่างไรบ้าง นักวิชาการทั้งหลายมักให้เหตุผลว่าการที่บุคคลเข้าร่วมทางการเมืองนั้น ก็เพื่อตอบสนองความต้องการต่างๆ อาทิ เช่น ต้องการมีอำนาจ ต้องการแข่งขัน ต้องการความสำเร็จ ต้องการไปสัมพันธ์กับผู้อื่น ต้องการเงินทอง ศักดิ์ศรี ต้องการสถานภาพที่สูงขึ้น ต้องการการยอมรับจากสังคม เหล่านี้เป็นต้น กล่าวโดยสรุปการที่บุคคลเข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองก็เพราะบุคคลมองเห็นประโยชน์ที่จะได้รับจากการเข้ามีส่วนร่วมทางการเมือง

3. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางการเมือง สิ่งแวดล้อมทางการเมืองมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับการเข้าร่วมทางการเมืองซึ่งมักจะถูกน ามากล่าวอ้างอยู่เสมอ เช่น ในกรณีของประเทศอเมริกา มักจะพูดกันเสมอๆ ว่า การที่บุคคลบางพวกบางกลุ่มไม่เข้าร่วมทางการเมืองก็เพราะว่า ระบบการเมืองของอเมริกามีลักษณะสลับซับซ้อนมากเกินไป การเลือกตั้งมีบ่อยเกินไป จำนวนตำแหน่งที่ต้องเลือก มีมากตำแหน่งเกินไป แม้แต่ตัวบัตรเลือกตั้งเองก็มีความยาวเกินพอดีไปเหล่านี้เป็นต้น ผลการวิจัยบางอย่างได้ ระบุว่า การที่กฎหมายเกี่ยวกับการเลือกตั้งลักษณะซับซ้อนและรูปแบบของบัตรเลือกตั้งที่ไม่ระบุว่าผู้รับสมัครเลือกตั้งสังกัดพรรคใดนั้น มีผลเสียหายต่อการไปใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งของประชาชนอยู่ไม่น้อยเหมือนกันคือ ทำให้ประชาชนบางกลุ่มไปใช้สิทธิน้อยลง การไปใช้สิทธิจะมีเฉพาะพวกที่มีความรู้ความเข้าใจในรายละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับการเลือกตั้งดีเท่านั้น ส่วนอุปสรรคอื่นๆ ที่มีผลต่อการเข้าร่วมทางการเมืองโดยเฉพาะการเลือกตั้ง อาทิเช่น วิธีการลงทะเบียนเพื่อการเลือกตั้งยุ่งยาก การแสดงหลักฐานการเดินทางไปหน่วยเลือกตั้ง เป็นต้น ปัจจัยเกี่ยวกับเหตุการณ์บ้านเมืองบางอย่าง (Situational factors) ก็อาจส่งผลกระทบไปสู่การเข้าร่วม ทางการเมือง เช่นกัน เหตุการณ์บางอย่างส่งเสริมเข้าร่วมให้มีสูงขึ้น แต่เหตุการณ์บางอย่างทำให้การเข้าร่วมทางการเมืองลดน้อยลง เช่น กรณีการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 ของประเทศ

Ref. code: 25636007030247EYR

ไทยที่ต้องการให้ประชาชนเข้ามีบทบาททางการเมืองมากยิ่งขึ้น หรือการทำรัฐประหารเมื่อวันที่ 20 ตุลาคม พ.ศ. 2501 โดย จอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ทำให้การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนถูกปิดกั้นมาก กล่าวคือ ไม่มีการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร สมาชิกสภาเทศบาล และคณะเทศมนตรีก็ถูกยกเลิก และมองเห็นว่าชาวนาและกรรมกรที่มีความสำนึกทางการเมืองสูงๆ จะเป็นบุคคลที่เข้ามาช่วงชิงอำนาจทางการเมือง ดังนั้น การยับยั้งจึงบังเกิดขึ้น โดยการปิดกั้นทางการเมือง (นรนิติ เศรษฐบุตร, 2528, น.931-932) จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่า ปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ได้แก่ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางสังคม ปัจจัยด้านจิตวิทยา และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางการเมือง ซึ่งผู้วิจัยจะได้นำปัจจัยดังกล่าวในการกำหนดตัวแปรเพื่อการศึกษาต่อไป แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ความหมายของการมีส่วนร่วมทางการเมือง คำว่า “การมีส่วนร่วมทางการเมือง” (Political participation) เป็นคำที่มีความหมาย กว้างขวางมาก เพราะเป็นคำที่แสดงความหมายได้ครอบคลุมถึงกิจกรรมทางการเมืองทุกชนิดที่เกิด จากการมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างพลเมืองกับสถาบันทางการเมืองภายในรัฐ (จรูญ สุภาพ, 2527, น.333) ได้กล่าวว่าการมีส่วนร่วมทางการเมือง หมายถึง การมีส่วนร่วมที่ประชาชนจะพึงมีในการกำหนดนโยบายในการตัดสินใจและกิจกรรมต่างๆ ของรัฐบาลและในทางการเมืองหรือเป็นการมีส่วนร่วมของประชาชนในรัฐบาล เช่น การเข้าเป็นรัฐบาล การรับ อิทธิพลต่อรัฐบาล การแสดงความคิดเห็นทางการเมือง (สุจิต บุญบงการ, 2531, น.333) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมทางการเมือง หมายถึง กิจกรรมที่บุคคลมีจุดประสงค์เพื่อมีอิทธิพลในกระบวนการตัดสินใจของรัฐบาล (Weiner, 1971, p.154 อ้างถึงในสาธิต ปิตุเตชะ, 2542) นักรัฐศาสตร์ชาวอเมริกัน ได้รวบรวมความหมายของคำว่า “การมีส่วนร่วมทางการเมือง” ที่นักรัฐศาสตร์หลายท่านได้ให้ไว้รวม ความหมายเดียวกัน คือ

1. การกระทำที่สนับสนุนหรือเรียกร้องต่อคณะผู้ปกครอง
2. ความพยายามที่จะให้เกิดผลสำเร็จในการใช้อิทธิพลต่อการปฏิบัติการของรัฐบาล หรือในการเลือกผู้นำในคณะรัฐบาล
3. การกระทำที่ถูกต้องตามกฎหมาย และได้รับการยอมรับว่าชอบธรรม
4. การกระทำที่มีตัวแทน
5. ความเบื่อหน่ายที่จะเข้าไปเกี่ยวข้องเพราะรู้สึกว่าการเข้าไปเกี่ยวข้องไม่ทำให้เกิดผลอะไรขึ้นมา
6. ความกระตือรือร้นที่จะเข้าไปเกี่ยวข้องหรือพวกกระตือรือร้นที่จะทำ
7. การกระทำที่ต่อเนื่องอย่างคงเส้นคงวา ซึ่งอาจจะเป็นการจัดการอย่างเป็นสถาบันหรือกระทำการในลักษณะที่ประทุขึ้นมาทันทีทันใด เช่น การก่อจลาจล

Ref. code: 25636007030247EYR

ตามทฤษฎีการตัดสินใจและกระบวนการตัดสินใจเลือกตั้ง จะทำให้เห็นปรากฏการณ์กระบวนการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของคนรุ่นใหม่ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรก เมื่อได้รับมูลข่าวสารจากอินฟลูเอนเซอร์ในสื่อสังคมออนไลน์ทวิตเตอร์ ได้นำข้อมูลเหล่านั้นที่ได้รับมาแบ่งเกณฑ์ประเมินผลการตัดสินใจก่อนที่จะลงคะแนนเสียงในการเลือกตั้งอย่างไร ซึ่งจะเป็นตัวชี้วัดให้เห็นภาพที่ชัดเจนว่า อินฟลูเอนเซอร์ทางการเมืองมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงคะแนนเสียงมากน้อยเพียงใด

## 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กุลนารี เสือโรจน์ (2556) “พฤติกรรมการสื่อสารของวัยรุ่นในพื้นที่สาธารณะบนเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก” เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยศึกษาพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของกลุ่มวัยรุ่นอายุระหว่าง 11–25 ปี ผู้วิจัยศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารของกลุ่มวัยรุ่นผ่านเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กในฐานะตัวกลางการสื่อสารและการเป็นพื้นที่สาธารณะ โดยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (Informal Interview) จากจำนวนผู้ใช้เฟซบุ๊กจำนวน 65 คน การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviev) และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมในการทำงาน (Non-Participant Observation) จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 15 คนรวมถึงการศึกษาเอกสาร (Document Analysis) โดยใช้แนวคิด 8 ประการเป็นกรอบในการวิเคราะห์ผลการศึกษา

ผู้วิจัยค้นพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีลักษณะการใช้งานเฟซบุ๊กในระดับเข้มข้น ทั้งระยะเวลาและความถี่ในการเข้าใช้ต่อครั้งและยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างใช้พื้นที่เฟซบุ๊กในฐานะตัวกลางการสื่อสารเพื่อประโยชน์ใน 7 ลักษณะ 1. ใช้เป็นแหล่งข้อมูลสาธารณะ 2. สอดส่องดูแลสังคม 3. สร้างสายสัมพันธ์ 4. ให้ความบันเทิง 5. เป็นช่องทางการสื่อสารประเด็นอ่อนไหว 6. เป็นช่องทางสะท้อนความเป็นตัวตนของบุคคล และ 7. เป็นช่องทางประกอบสร้างสิ่งที่อยากเป็นและอยากให้คนอื่นรับรู้ส่วนพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กประเภทโปรไฟล์แอคเคาท์ และแฟนเพจในฐานะพื้นที่สาธารณะพบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกสื่อสารทั้งประเด็นส่วนตัวและประเด็นสาธารณะ ซึ่งการสื่อสารในประเด็นสาธารณะของกลุ่มตัวอย่างยังไม่ขยับไปสู่การใช้พื้นที่สาธารณะแบบเต็มรูปแบบกล่าวคือ พบการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในประเด็นสาธารณะอย่างเสรี แต่เป็นความคิดเห็นที่ไม่สนใจเหตุผลและเนื้อหาที่แท้จริงและยังไม่เกิดผลในทางปฏิบัติ เป็นการวิพากษ์วิจารณ์ในเชิงสนุกสนานตลกขบขัน แต่มีบางส่วนที่ก้าวไปถึงการใช้เพื่อวิพากษ์วิจารณ์สังคม และยิ่งไปกว่านั้นในประเด็นที่พูดถึงเรื่องส่วนตัวบางเรื่องก็อาจถือเป็นการเมืองของวัยรุ่นได้เช่นกัน เนื่องด้วยกลุ่มตัวอย่างที่เลือกศึกษาเป็นวัยรุ่นโดยทั่วไป ไม่ใช่กลุ่มวัยรุ่นที่มีความสนใจในประเด็นสาธารณะโดยเฉพาะ แต่เริ่มเห็นร่องรอยของการขยับระดับการมีส่วนร่วมของผู้ใช้งานสื่อใหม่มากขึ้น

Ref. code: 25636007030247EYR

ณัฐกานต์ กูลณรงค์ (2550) “การสื่อสารทางการเมืองบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในช่วงการต่อต้านรัฐบาลทักษิณ” โดยผู้วิจัยมุ่งศึกษารูปแบบการสื่อสารทางการเมืองและปัจจัยที่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางการสื่อสารทางการเมืองในช่วงที่เกิดการต่อต้านรัฐบาลทักษิณ วิเคราะห์วาทกรรมการเมืองที่ปรากฏบนพื้นที่อินเทอร์เน็ตในช่วงที่เกิดการต่อต้านรัฐบาลทักษิณ วิเคราะห์แนวโน้มการใช้พื้นที่การสื่อสารทางการเมืองบนอินเทอร์เน็ต ผลการศึกษาพบว่าอินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือการสื่อสารทางการเมืองที่มีอิทธิพลต่อระบบการเมืองอย่างสูง โดยเฉพาะในช่วงที่เกิดการต่อต้านรัฐบาลทักษิณกลุ่มทางสังคม รวมถึงประชาชนใช้อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือสื่อสารทางการเมือง ทั้งกลุ่มที่สนับสนุนและคัดค้านรัฐบาลทักษิณ โดยมีรูปแบบการสื่อสารทางการเมืองผ่านทางเว็บไซต์ (Web Site) กระดานสนทนา (Web Board) และเว็บบล็อก (Blog) ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางสื่อสารทางการเมืองในห้วงเวลาดังกล่าว คือ สื่อมวลชนกระแสหลัก ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์ ซึ่งถูกควบคุมการนำเสนอข่าวสารและถูกรัฐบาลแทรกแซงการทำงาน ทำให้สื่อมวลชนกระแสหลักนำเสนอข่าวสารทางการเมืองเพียงด้านเดียว คือ ข่าวสารและความคิดเห็นที่มาจากรัฐบาล หรือจากกลุ่มที่สนับสนุนรัฐบาลเท่านั้น ขณะที่การขยายตัวของการสื่อสารผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต การเติบโตของสื่อทางเลือกและคุณสมบัติของสื่ออินเทอร์เน็ต มีคุณสมบัติเอื้อต่อสิทธิและเสรีภาพในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมือง มีความสามารถในการสื่อสารที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ที่สำคัญคือ อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือสื่อสารทางการเมือง ที่เอื้อต่อการสื่อสารทางการเมืองแบบสองทาง (Two-ways Communication) ซึ่งเป็นส่วนสำคัญต่อการปกครองระบบประชาธิปไตย

ผู้วิจัยวิเคราะห์แนวโน้มการใช้พื้นที่สื่อสารทางการเมืองบนอินเทอร์เน็ต พบว่าในยุคโลกาภิวัตน์ อินเทอร์เน็ตจะมีบทบาทสำคัญทางการเมืองไทยต่อไปทั้งด้านการสื่อสารการเมือง การเป็นพื้นที่สาธารณะ การเคลื่อนไหวทางการเมือง การมีส่วนร่วมทางการเมืองในรูปแบบใหม่ ตลอดจนการให้บริการแก่ประชาชนผ่านทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่องและเป็นการขยายตัวทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ แต่ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับรัฐบาลในการดำเนินนโยบายด้านอินเทอร์เน็ตและการใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตอย่างสร้างสรรค์และเท่าเทียมกัน

อัจฉรา ปัณฑรานุวงศ์ (2560) “สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กและทวิตเตอร์กับความสนใจ ความผูกพัน และการมีส่วนร่วมทางการเมือง” ผู้วิจัยมุ่งศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารความสนใจทางการเมือง ความผูกพันทางการเมืองและการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนจากสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กและทวิตเตอร์ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุวัยผู้ใหญ่ตอนต้นระหว่าง 21–40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าและมีภูมิลำเนาในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่ใช้เฟซบุ๊กและทวิตเตอร์ในการติดตามเนื้อหาด้านการเมืองเป็น

Ref. code: 25636007030247EYR

ประจำโดยจากรายชื่อแฟนเพจและบัญชีทวิตเตอร์ที่กำหนดในแบบสอบถาม ในส่วนของเฟซบุ๊กกลุ่มตัวอย่างติดตามแฟนเพจของเฟซบุ๊กที่เป็นสำนักข่าวมากที่สุดได้แก่ Voice Tv และ NationTv22 ขณะที่บัญชีทวิตเตอร์ที่กลุ่มตัวอย่างติดตามมากที่สุด คือ คณะรักษาความสงบแห่งชาติ รองลงมา คือ จอห์น วิญญู วงสุรวัฒน์

ทั้งนี้ในด้านลักษณะการเปิดรับเนื้อหาการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีลักษณะการเปิดรับเนื้อหาด้านการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์แบบอ่านคร่าวๆ อ่านเฉพาะพาดหัวหรือหัวข้อ โดยไม่ได้อ่านรายละเอียดของเนื้อหาด้านใด ในด้านความสนใจทางการเมืองพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความสนใจทางการเมืองระดับมาก โดยให้ความสนใจกับประเด็นการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนมากที่สุด สำหรับความผูกพันทางการเมืองพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ระบุพรรคการเมืองหรือกลุ่มการเมืองที่ตนชื่นชอบบนโปรไฟล์สื่อสังคมออนไลน์ของตน และมีความรู้สึกผูกพันทางการเมืองกับพรรคการเมือง กลุ่มการเมืองที่ตนชื่นชอบในระดับน้อย ด้านการมีส่วนร่วมทางการเมือง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการมีส่วนร่วมทางการเมืองระดับน้อยทั้งแบบออนไลน์และแบบชีวิตจริง

อย่างไรก็ตาม มีข้อค้นพบสำคัญของการศึกษาครั้งนี้กล่าว คือ แม้ว่ากลุ่มตัวอย่างจะไม่ได้เปิดรับข่าวสารอย่างละเอียดแต่พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ก็ทำให้ผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะเปิดรับสารอย่างหลากหลายมากขึ้น นำไปสู่โอกาสเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองที่แตกต่างไปจากผู้รับสารในสื่อดั้งเดิม เนื่องจากปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นอยู่ในห้วงบริบทของความขัดแย้งทางการเมืองในสังคมไทย ช่วงเวลาที่มีการแบ่งขั้วทางความคิดอย่างมาก การแสดงออกผ่านสื่อสังคมออนไลน์จึงเป็นพื้นที่การแสดงออกทางความคิดของแต่ละกลุ่มอย่างรุนแรงท่ามกลางสถานการณ์การเมืองที่ร้อนระอุ นอกจากนี้ผลการศึกษาชี้ว่าการเลือกเปิดรับข้อมูลข่าวสารของประชาชนที่แม้จะเลือกเปิดรับตามความคิดเห็นของตนเป็นหลักและการเลือกเปิดรับนั้นมีความสัมพันธ์กับความสนใจทางการเมืองนำไปสู่ความผูกพันและการมีส่วนร่วมทางการเมืองตามลำดับ แต่การมีส่วนร่วมทางการเมืองยังอยู่ในระดับต่ำโดยในแบบออนไลน์ส่วนใหญ่เป็นเพียงการถูกใจ (Like) ไม่มีการดำเนินการอะไร

นอกเหนือจากการอ่านเนื้อหานั้น ขณะที่กรณีการมีส่วนร่วมในชีวิตจริง ส่วนใหญ่เป็นเพียงการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมด้วยตนเองและการนำเสนอเนื้อหาทางการเมืองที่เผยแพร่ในสื่อสังคมออนไลน์มาเป็นหัวข้อสนทนาในชีวิตจริงเท่านั้น

เอกรัฐ ตะเคียนนุช (2551) “แหล่งข้อมูล เกณฑ์การพิจารณา และเส้นทางการตัดสินใจในการเลือกตั้งทางการเมืองของเยาวชนในระดับอุดมศึกษา” ผู้วิจัยมุ่งศึกษา พฤติกรรมการใช้เกณฑ์ตัดสินใจเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้ง การแสวงหาข้อมูลข่าวสารการพิจารณายอมรับข้อมูล

Ref. code: 25636007030247EYR

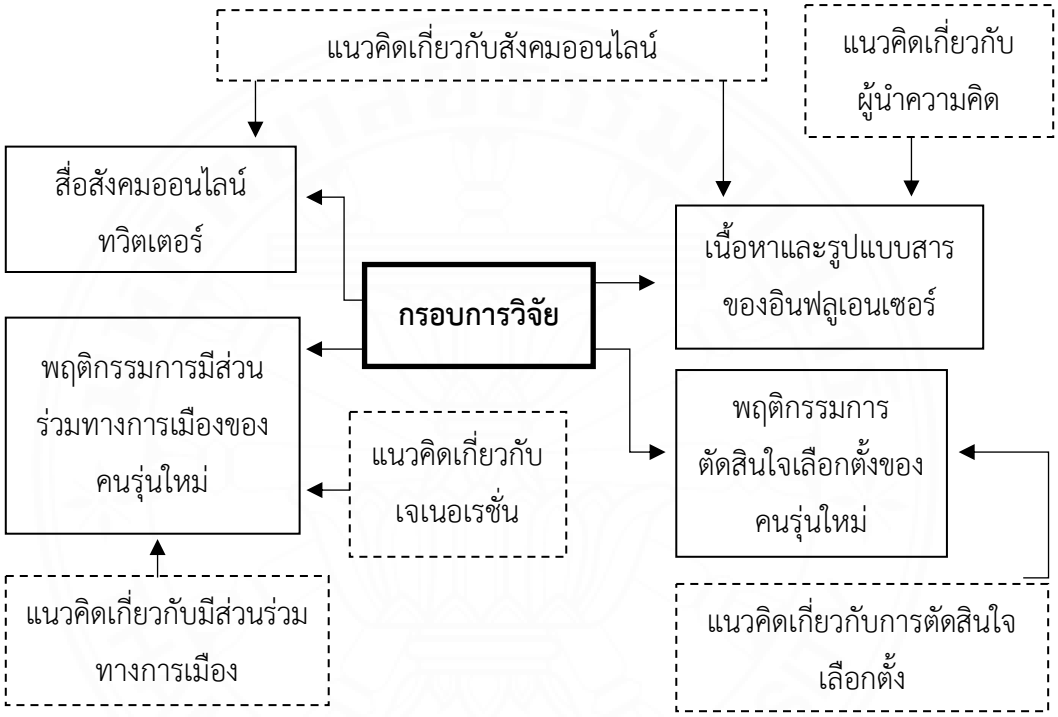
ข่าวสารเพื่อการโน้มน้าวใจและความพึงพอใจต่อแหล่งข้อมูลข่าวสารของเยาวชนไทยในระดับอุดมศึกษา เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า เยาวชนไทยตัดสินใจเลือกผู้สมัครโดยพิจารณาเกณฑ์คุณธรรมจริยธรรมทางการเมืองและศักยภาพเชิงผู้นำในระดับสูง แต่ในขณะเดียวกันก็ให้ความสำคัญต่อเกณฑ์ในด้านความรู้ความสามารถนโยบายและผลงานน้อยกว่าเกณฑ์ในด้านคุณธรรมและจริยธรรมทางการเมือง อย่างไรก็ตามเยาวชนไทยส่วนหนึ่งยอมให้ผู้สมัครละทิ้งคุณธรรมจริยธรรมการเมืองบางประการที่อาจส่งผลให้การบริหารบ้านเมืองเป็นไปอย่างล่าช้า ส่วนการแสวงหาข้อมูลข่าวสารเพื่อกำหนดเกณฑ์ในการตัดสินใจจากสื่อบุคคลและสื่อมวลชนมากที่สุด แต่ยังคงมองเห็นปัญหาความไม่ครบถ้วนของข้อมูลข่าวสาร สื่อบุคคลเห็นว่าข้อมูลที่ได้รับจากบุคคลใกล้ชิดเป็นความคิดเห็นมากกว่าความเป็นจริงขาดความเป็นกลาง เช่นเดียวกับสื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อเฉพาะกิจมองว่าขาดรายละเอียดสำคัญเกี่ยวกับผู้สมัครรับเลือกตั้ง

ผลวิจัยยังชี้ให้เห็นว่าปัจจัยด้านเพศและระดับการศึกษามีความสัมพันธ์ต่อการพิจารณาเกณฑ์ในการตัดสินใจ ส่วนปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการแสดงหาข้อมูลข่าวสารคือ เพศ อายุ และระดับสถานศึกษา และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจต่อแหล่งข้อมูลข่าวสารคือ อายุ ระดับสถานศึกษาความรู้ทางการเมือง นอกจากนี้ยังพบว่าเยาวชนไทยพิจารณาข้อมูลข่าวสารเพื่อการโน้มน้าวใจผ่านเส้นทางรองมากกว่าเส้นทางหลัก และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับเส้นทางในการยอมรับข้อมูลข่าวสาร เพื่อการโน้มน้าวใจนั้นประกอบไปด้วยระดับสถานศึกษา ประสบการณ์ในการออกเสียงเลือกตั้งและความรู้ทางการเมือง

ศศิมา อุดมศิลป์ (2557) “กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดโดยใช้ผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์ในธุรกิจร้านอาหาร” ผู้วิจัยมุ่งศึกษากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์ในธุรกิจร้านอาหาร ทั้งในแง่ของกลยุทธ์การใช้สื่อและกลยุทธ์การโน้มน้าวใจ รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของผู้รับสารที่มีต่อตัวผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์และข้อมูลรีวิวร้านอาหารกับพฤติกรรมในการทำตามที่บล็อกเกอร์นำเสนอในการตัดสินใจไปใช้ร้านอาหารตามที่เขียนแนะนำ เป็นวิจัยแบบผสมผสานระหว่างวิจัยเชิงคุณภาพ ผลการวิจัยพบว่า ภาพรวมของกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์ที่มีคนติดตามจำนวนมากประกอบด้วย การให้ความ สำคัญกับการนำเสนอข้อเท็จจริง การใช้ภาษาที่เป็นกันเอง การพูดคุยตอบโต้กับกลุ่มผู้ติดตามอย่างสม่ำเสมอ ในส่วนกลยุทธ์การใช้สื่อผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์มีความรู้เกี่ยวกับเครื่องมือโซเชียลมีเดียเป็นอย่างดีและการโพสต์ข้อความอย่างต่อเนื่อง มีความสามารถกระจายข้อมูลได้หลายช่องทางและกลยุทธ์การโน้มน้าวใจ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ผู้ทรงอิทธิพลมีรูปแบบการโพสต์ตามสไตล์ของตนเอง ทำให้เกิดผู้ติดตามเฉพาะกลุ่มที่มีพฤติกรรมคล้ายคลึงกันทำให้มีการติดตามอย่างต่อเนื่อง สะท้อนให้เห็นว่าผู้ทรงอิทธิพลในโลกออนไลน์มีอิทธิพลไม่แพ้สื่อกระแสหลักขณะเดียวกันยังสร้างความน่าเชื่อถือแก่ผู้รับสารได้อีกด้วย การ

Ref. code: 25636007030247EYR

โพสต์ร้านอาหารที่มาจากสไตล์ความชอบส่วนบุคคลที่ตรงกับความสนใจของคนส่วนใหญ่และมีการนำเสนอความคิดเห็นอย่างเป็นกลาง ส่วนทัศนคติที่มีต่อคุณสมบัติของผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์ที่คนชื่นชอบและติดตามทัศนคติที่มีต่อข้อมูลรีวิวร้านอาหาร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการทำตามที่บล็อกเกอร์นำเสนอ




*ภาพที่ 2.1* แนวคิดกรอบการวิจัย

Ref. code: 25636007030247EYR

# บทที่ 3
# วิธีการวิจัย

## 3.1 วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยเรื่อง อิทธิพลของอินฟลูเอนเซอร์ในทวิตเตอร์ที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองและการตัดสินใจเลือกตั้งของคนรุ่นใหม่ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรกปี 2562 ภาพรวมการวิจัยที่นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ทางผู้วิจัยได้กำหนดกระบวนการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย 2 วิธีการวิจัย ได้แก่

- กระบวนการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากแพลทฟอร์ม (Content Analysis)
- การสนทนากลุ่ม (Focus Groups)

โดยการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากแพลทฟอร์ม การวิจัยครั้งนี้เลือกศึกษาประเภทของโซเชียลมีเดีย คือ ทวิตเตอร์ ซึ่งเป็นช่องทางการสื่อสารหลักที่อินฟลูเอนเซอร์ทางการเมืองใช้ในการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมกับคนรุ่นใหม่ เพื่อให้ทราบถึงกลวิธี รูปแบบ ลักษณะเนื้อหาที่อินฟลูเอนเซอร์ใช้ในการสร้างการมีส่วนร่วมทางการเมืองที่มีผลต่อการโน้มน้าวใจในการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งปี 2562 ช่วงเวลาในการศึกษา คือ 1 เดือน ก่อนมีการจัดการเลือกตั้ง ระหว่างวันที่ 23 ก.พ.–23 มี.ค.62 เนื่องจากช่วงเวลาดังกล่าวผู้วิจัยพิจารณาแล้วเห็นว่าเป็นโค้งสุดท้ายของการเลือกตั้งที่สามารถสังเกตเห็นปรากฏการณ์ทางการเมืองที่สำคัญหลากหลายเหตุการณ์ ประเด็นทางการเมืองที่สังคมให้ความสนใจในช่วงการเลือกตั้งและอาจจะส่งผลต่อคะแนนนิยมทางการเมืองของผู้ลงสมัครรับเลือกตั้งได้อย่างชัดเจนมากที่สุดและการสนทนากลุ่มกับคนรุ่นใหม่ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรกเพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมการเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมืองกับอินฟลูเอนเซอร์ในทวิตเตอร์ ที่ส่งผลต่อความคิดทางการเมืองในทางใดทางหนึ่งและเป็นปัจจัยนำมาสู่พฤติกรรมการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้งให้กับพรรคการเมืองในการเลือกตั้งปี 2562

## 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบบันทึกข้อมูลของการรวบรวมเอกสารของข้อมูลเอกสารจากโซเชียลมีเดีย ทวิตเตอร์ ตามกรอบแนวคิดที่ผู้วิจัยกำหนด

Ref. code: 25636007030247EYR

ไว้ แนวคำถามการสนทนากลุ่มการภายใต้กรอบคำถามที่เตรียมไว้ เครื่องบันทึกเสียงเพื่อการสัมภาษณ์

## 3.3 แหล่งข้อมูลที่ใช้และวิธีการวิจัย

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วยแหล่งข้อมูล 2 ประเภท ได้แก่

### 3.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ : แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล

**ข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม (Focus group )** เพื่อให้ได้คำตอบว่าการมีส่วนร่วมทางการเมืองกับอินฟลูเอนเซอร์ในทวิตเตอร์มีผลต่อการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของคนรุ่นใหม่ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรกอย่างไร ผู้วิจัยได้คัดเลือกกลุ่มเป้าหมาย (Purposive Sampling) กำหนดคุณลักษณะของผู้ให้ข้อมูลเป็นคนรุ่นใหม่ที่ไม่เคยมีประสบการณ์การเลือกตั้งมาก่อน และใช้สื่อสังคมออนไลน์ทวิตเตอร์ก่อนมีการจัดการเลือกตั้งปี 2562 เป็นเครื่องมือสื่อสารและเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมืองเพื่อประกอบการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง ในการเลือกตั้งวันที่ 24 มีนาคม พ.ศ. 2562 เพื่อให้ได้ข้อมูลถูกต้องตรงกับความจริงและมีความน่าเชื่อให้ได้มากที่สุด จึงใช้เกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Message) มีหลักเกณฑ์ ดังนี้

ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มเป้าหมายโดยใช้หลักการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) คือ คนรุ่นใหม่ที่มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรกในการเลือกตั้งทั่วไปปี 2562 อายุระหว่าง 18 – 25 ปี จำนวน 12 คน การศึกษาระดับอุดมศึกษาชั้นปีที่ 1 ช่วงเริ่มต้นทำงาน สถานศึกษามหาวิทยาลัยรัฐและเอกชน พนักงานบริษัทเอกชน แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ตามช่วงอายุ ดังนี้ คนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18 - 19 ปี จำนวน 4 คน 20 – 23 ปี จำนวน 4 คน และ 24 – 25 ปี จำนวน 4 คน อ้างอิงจากฐานข้อมูลผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรกกระทรวงมหาดไทย โดยกลุ่มตัวอย่างจะต้องมีลักษณะ ดังนี้

- เป็นผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรกปี 2562
- ต้องเป็นสมาชิกโซเชียลมีเดียทวิตเตอร์ (Twitter) มากกว่า 1 เดือนก่อนมีการจัดการเลือกตั้งวันที่ 24 มีนาคม พ.ศ.2562
- ใช้สื่อสังคมออนไลน์ดังกล่าวติดตามข่าวสารการเมืองอย่างต่อเนื่องในช่วง 1 เดือนก่อนการเลือกตั้งวันที่ 24 มีนาคม พ.ศ. 2562

Ref. code: 25636007030247EYR

**3.3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ : แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร**

คือ สื่อสังคมออนไลน์ทวิตเตอร์ ซึ่งเป็นสื่อหลักที่คนรุ่นใหม่ให้ความสนใจใช้งานในด้านการสื่อสารการเมือง การมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นในประเด็นทางการเมืองช่วงการเลือกตั้งปี 2562 กล่าวได้ว่า ทวิตเตอร์ มีประชาชนคนไทยใช้งานมากที่สุดร้อยละ 27.6 แม้ว่าตัวเลขการใช้งานจะน้อยว่าโซเชียลมีเดียเฟสบุ๊กที่มีคนไทยใช้งานร้อยละ 96.6 แต่สื่อสังคมออนไลน์ทวิตเตอร์มีอัตตาการเติบโตของผู้ใช้งานมากที่สุดร้อยละ 33 (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ETDA, 2561) ประกอบกับในช่วงก่อนการเลือกตั้งได้เกิดปรากฏการณ์ทางการเมืองสำคัญๆ หลายเหตุการณ์ บางประเด็นทางการเมืองที่กลายเป็นกระแสสังคมมีการจุดประเด็นขึ้นมาจากทวิตเตอร์และเผยแพร่ออกไปเป็นวงกว้างซึ่งอาจจะมีนัยยะต่อคะแนนนิยมต่อตัวผู้สมัครรับเลือกตั้งและพรรคการเมือง จึงทำให้ผู้วิจัยเลือกศึกษาปรากฏการณ์จากทวิตเตอร์ และเก็บข้อมูลการใช้งานของอินฟลูเอนเซอร์ทางการเมือง จำนวน 5 คน โดยกำหนดคุณลักษณะของกลุ่มคนดังกล่าวพิจารณาภายใต้แนวคิดผู้ทรงอิทธิพลในสื่อสังคมออนไลน์ ดังนี้

- เป็นบุคคลซึ่งเป็นที่รู้จักทางการเมืองในสื่อสังคมออนไลน์ทวิตเตอร์ของคนรุ่นใหม่
- มีจำนวนผู้ติดตามมากกว่า 10,000 บัญชีผู้ใช้
- สร้างสรรค์เนื้อหา มีวิธีการนำเสนอที่น่าสนใจ
- มีอำนาจและความน่าเชื่อถือมากพอที่จะทำให้ผู้ติดตามคล้อยตามความคิดและทัศนคติของตนเองได้

ตารางที่ 3.1

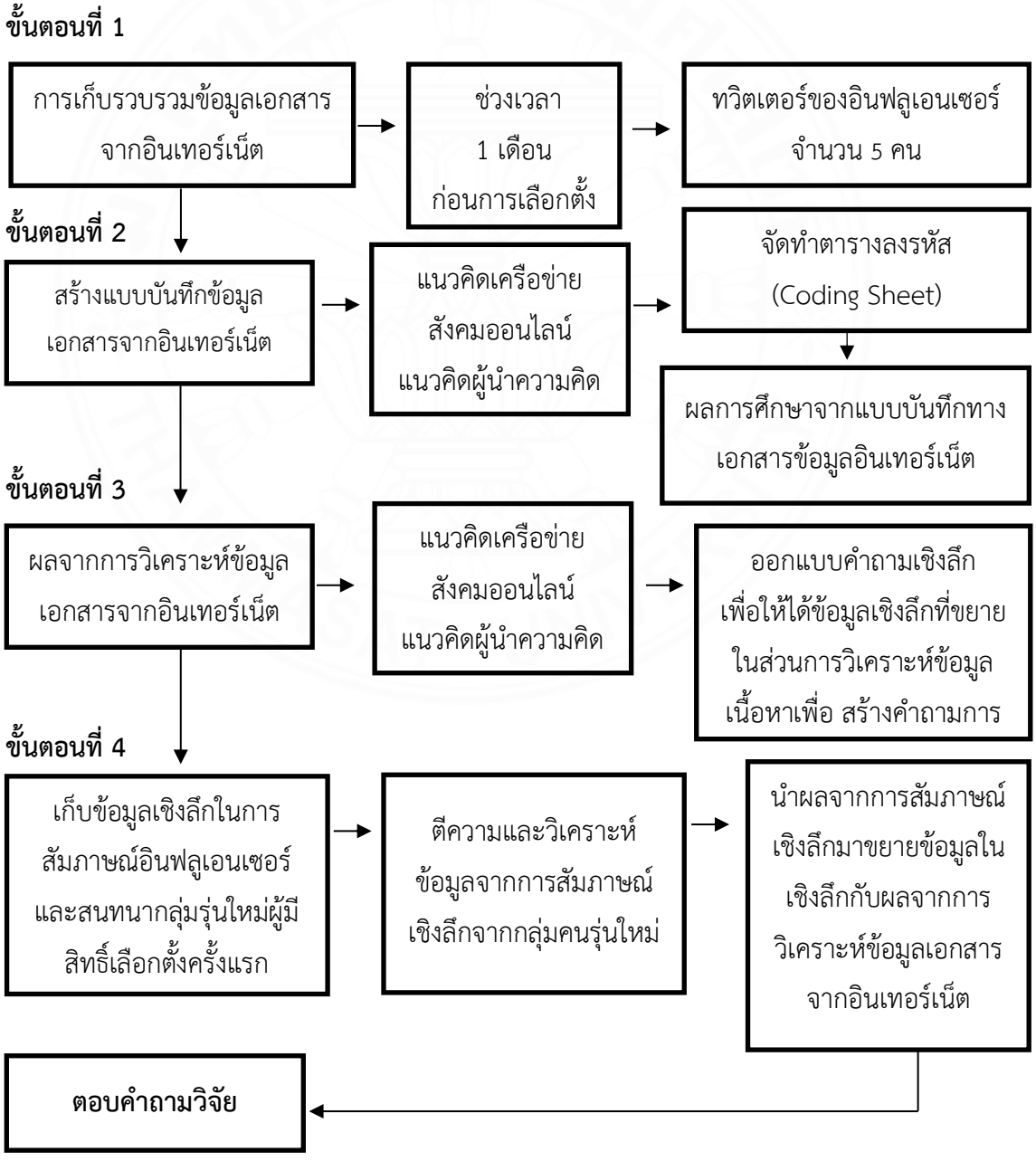
*ตารางจำนวนผู้ติดตามของสื่อสังคมออนไลน์ของ 5 ผู้นำความคิดหรืออินฟลูเอนเซอร์ทางการเมือง*

| ทวิตเตอร์ | ยอดติดตาม |
|---|---|
| วิญญู วงศ์สุรวัฒน์ : @johnwinyu | ยอดผู้ติดตาม : 1,372,875 บัญชีผู้ใช้ |
| จิรายุ วรรธนะสิน : @Khunjirayut | ยอดผู้ติดตาม : 169,052 บัญชีผู้ใช้ |
| สมบัติ บุญงามอนงค์ : @nuling | ยอดผู้ติดตาม : 416,668 บัญชีผู้ใช้ |
| พริษฐ์ ชิวารักษ์ : @Paritchi | ยอดผู้ติดตาม : 106,449 บัญชีผู้ใช้ |
| ผศ.ดร.ประจักษ์ ก้องกีรติ : @Prajak | ยอดผู้ติดตาม : 129,262 บัญชีผู้ใช้ |

Ref. code: 25636007030247EYR

การคัดเลือกอินฟลูเอนเซอร์ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้พยายามเลือกบุคคลให้มีความหลากหลายทางความคิดและอุดมการณ์ทางการเมืองมากที่สุด ทั้งฝ่ายรัฐบาลและฝ่ายที่เห็นต่างจากรัฐบาล รวบรวมข้อมูลของอินฟลูเอนเซอร์ที่คนรุ่นใหม่ให้ความสนใจโดยพิจารณาจากข้อมูลงานวิจัย ข้อมูลที่ปรากฏในสื่อต่างๆ รวมถึงคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ ปรากฏว่าในช่วงเวลาดังกล่าวพบว่า อินฟลูเอนเซอร์ที่มีความคิดและอุดมการณ์ทางการเมืองของฝ่ายรัฐบาลที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้วิจัยได้ทำการสำรวจแล้วพบว่ามีเพียง “นายจิรายุ วรรธนะสิน” เท่านั้นจึงเป็นข้อจำกัดในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารในครั้งนี้

**3.3.3 แผนการดำเนินงานวิจัย**




Ref. code: 25636007030247EYR

**3.4 การรวบรวมผลจากตารางแสดงผล**

เป็นการรวบรวมผลของกลุ่มบุคคลที่ได้มีการกำหนดในข้างต้น โดยใช้ช่วงเวลา 1 เดือน ก่อนการเลือกตั้งวันที่ 24 มีนาคม พ.ศ. 2562 เป็นตัวกำหนดการรวบรวมผล ให้แสดงผลออก มาว่าแต่ละท่านมีกลวิธีรูปแบบการสื่อสาร และการมีส่วนร่วมทางการเมืองแบบใดต่อกลุ่มคนรุ่นใหม่ ซึ่งเป็นผู้ติดตาม สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีที่ได้กำหนดไว้ข้างต้นอย่างไร เพื่อให้ทราบถึงผลที่เกิดขึ้นจากการมีส่วนร่วมทางการเมือง ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการศึกษาลงรหัส (Coding Sheet) มาตีความนำเสนอข้อมูลด้วยวิธีพรรณนาวิเคราะห์ข้อมูลแล้วสรุปผลแยกตามประเด็นคำถามวิจัย เพื่อตอบคำถามในการวิจัยโดยยึดตามความเป็นเหตุและผลทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

**3.5 ประชากรหรือกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย**

ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มเป้าหมายโดยใช้หลักการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยใช้เกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างภายใต้ แนวคิดผู้ทรงอิทธิพลในสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 5 คน ในการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากแพลตฟอร์ม โดยใช้เกณฑ์ในการเลือกอินฟลูเอนเซอร์ทางการเมือง ตามแนวคิดผู้นำความคิด โดยพิจารณาจาก 5 ปัจจัย ดังนี้

1. เป็นนักวิชาการที่มีความรู้ในทางการเมือง
2. นำเสนอคอนเทนต์ทางการเมืองได้น่าสนใจ
3. ทัศนคติและอุดมการณ์ทางการเมือง
4. ใกล้ชิดกับบุคคลในแวดวงการเมืองและมักจะมีข่าวสารเชิงลึกที่ไม่ปรากฏในการรายการของสื่อมวลชน
5. เป็นที่รู้จักของสังคมมีจำนวนผู้ติดตามตั้งแต่ 10,000 บัญชีขึ้นไป ประกอบไปด้วย

**นายวิญญู วงศ์สุรวัฒน์ @johnwinyu** มีจำนวนผู้ติดตาม 1,372,875 บัญชีผู้ใช้ และเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงจากการประกอบอาชีพนักแสดง พิธีกรที่กลุ่มคนรุ่นใหม่รู้จักและชื่นชอบ มีความสนใจเรื่องการเมือง ใกล้ชิดกับบุคคลในแวดวงการเมือง แสดงออกทางความคิด อุดมการณ์ทางการเมืองไม่เห็นด้วยกับรัฐบาล

**นายจิรายุ วรรธนะสิน @Khunjirayut** จำนวนผู้ติดตาม 169,052 บัญชีผู้ใช้ เป็นบุคคลทีมีชื่อเสียงจากการเป็นศิลปิน คนรุ่นใหม่ชื่นชอบจำนวนมาก มีความสนใจเรื่องการเมือง แสดงออกทางความคิดและอุดมการณ์ทางการเมืองในการสนับสนุนการบริหารงานของรัฐบาล

Ref. code: 25636007030247EYR

**นายสมบัติ บุญงามอนงค์ @nuling** มีจำนวนผู้ติดตาม 416,668 บัญชีผู้ใช้เป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงในแวดวงสื่อมวลชน สนใจเรื่องการเมือง มีความใกล้ชิดนักการเมืองและนักเคลื่อนไหวทางการเมือง แสดงออกทางความคิดและอุดมการทางการเมืองไม่สนับสนุนรัฐบาล

**นายพริษฐ์ ชิวารักษ์ @Paritchi** มีจำนวนผู้ติดตาม 106,449 บัญชีผู้ใช้มีชื่อเสียงในฐานะตัวแทนคนรุ่นใหม่ที่ออกมาเคลื่อนไหวทางการเมืองไม่สนับสนุนรัฐบาล

**ผศ.ดร.ประจักษ์ ก้องกีรติ @Prajak** มีจำนวนผู้ติดตาม 129,262 บัญชีผู้ใช้เป็นตัวแทนนักวิชาการ มีความสนใจเรื่องการเมือง ตรวจสอบการทำงานของรัฐบาลในการบริหารประเทศ แสดงออกทางความคิดและอุดมการณ์ทางการเมืองไม่สนับสนุนรัฐบาล

การสนทนากลุ่ม คนรุ่นใหม่ที่มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรกในการเลือกตั้งทั่วไปปี 2562 อายุระหว่าง 18 – 25 ปี จำนวน 12 คน การศึกษาระดับอุดมศึกษาชั้นปีที่ 1 ช่วงเริ่มต้นทำงาน สถานศึกษามหาวิทยาลัยรัฐและเอกชน พนักงานบริษัทเอกชนแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ตามช่วงอายุ ดังนี้ คนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18 - 19 ปี จำนวน 4 คน 20 – 23 ปี จำนวน 4 คน และ 24 – 25 ปี จำนวน 4 คน อ้างอิงจากฐานข้อมูลผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรกกระทรวงมหาดไทย

ภายหลังจากได้ข้อค้นพบในการวิเคราะห์ข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยจะนำเอาผลมาสร้างกรอบคำถามเชิงลึกที่ขยายในส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเนื้อหา (Content Analysis) ที่มีการสื่อสารและมีส่วนร่วมผ่านแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ และเพื่อเป็นการตรวจสอบข้อมูลอีกครั้งหนึ่ง โดยภายใต้กรอบคำถามที่ใช้ในการสนทนากลุ่ม จะประกอบไปด้วย แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง โดยผู้วิจัยมีการออกแบบคำถามแบบไม่มีการกำหนดโครงสร้างของคำถามชัดเจนตายตัว เป็นเพียงกำหนดคำถามแบบปลายเปิดหรือเปิดกว้าง ซึ่งเป็นเทคนิคและกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพที่มีความเหมาะสมในการใช้สนทนากลุ่ม อีกทั้งจะเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ มีส่วนร่วมในการวิจัยแสดงทรรศนะจากประสบการณ์ที่มีได้หลากหลายแง่มุม ซึ่งช่วยให้ผู้วิจัยมีความคล่องตัวสามารถสอบถามข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อเท็จจริงและรายละเอียดที่ มีความสนใจในแต่ละประเด็นนำมาสู่การตอบคำถามในการวิจัยได้อย่างชัดเจน

### 3.6 ขั้นตอนการวิจัย

1. นำผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลเอกสารมาออกแบบกรอบคำถามเชิงลึกในการสัมภาษณ์ประชากรกลุ่มตัวอย่าง
2. นัดหมายแหล่งข้อมูล ดำเนินการสนทนากลุ่ม
3. ดำเนินการสนทนา บันทึกข้อมูลการสนทนาใช้รูปแบบการบันทึกทั้งภาพและเสียง

Ref. code: 25636007030247EYR

4. ถอดคลิปเสียงการสนทนา เพื่อเป็นหลักฐานประกอบและทำให้ให้ข้อมูลมีความละเอียด

5. วิเคราะห์การสื่อสาร ภายใต้แนวคิดและทฤษฎีที่กำหนดไว้

6. นำผลการสนทนาและผลการวิเคราะห์ข้อมูลเอกสารมาวิเคราะห์ให้ได้ข้อมูลเชิงประจักษ์เพื่อสรุปคำตอบการวิจัย

**3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล**

ผู้วิจัยจะดำเนินการถอดรหัสข้อมูลเพื่อตีความทั้งความหมายโดยตรงและโดยนัยและรายงานผลการวิจัยในรูปแบบของการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ ภายใต้แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและวิเคราะห์ผลที่เกิดขึ้นซึ่งในการวิเคราะห์ข้อมูลนั้น ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดจากสนทนากลุ่มและเว็บไซต์มาจัดแยกตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

**3.8 การนำเสนอข้อมูล**

การนำเสนอข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะใช้ข้อมูลเชิงปฐมภูมิเป็นหลักในการนำเสนอ โดยใช้ผลการศึกษาใน 2 ส่วน มาดำเนินการวิเคราะห์ร่วมกัน ประกอบไปด้วย ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารโซเชียลมีเดีย ทวิตเตอร์ และข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่มคนรุ่นใหม่ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรกเพื่อให้ผลการศึกษาตรงกับข้อเท็จจริงมากที่สุด โดยใช้การสรุปผลในรูปแบบการพรรณนา (Descriptive Method)

โครงสร้างคำถามการสนทนากลุ่ม (Focus group) ผู้วิจัยได้ออกแบบโครงสร้างคำถามเพื่อใช้ในการสนทนากลุ่มตามแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- ก่อนที่จะเริ่มใช้ โซเชียลมีเดีย “ทวิตเตอร์” ปกติติดตามข่าวสารบ้างหรือไม่ ประเภทของข่าวที่ติดตาม ได้ติดตามข่าวการเมืองบ้างมั๊ย

- ช่องทางหลักๆที่ใช้ติดตามข่าวสาร ผ่านช่องทางไหนบ้างๆ

- ทำไมถึงได้เขามาใช้ ทวิตเตอร์ จุดเริ่มต้นของการใช้งานเข้ามาเริ่มต้นใช้งานได้อย่างไร ส่วนใหญ่ทำอะไรบ้าง ติดตามข่าว ทวีตคอนเทนต์ที่เราสนใจ

- รูปแบบในการใช้งานทวิตเตอร์ หรือการมีส่วนร่วมกับเนื้อหาในทวีต ทำอะไรบ้าง กดไลท์ รีทวิต รีทวิตและคอมเมนต์ คอมเมนต์เฉยๆ

Ref. code: 25636007030247EYR

- ถ้าหากเปรียบเทียบกับสื่อรูปแบบอื่นๆ เช่น สื่อหลัก โซเชียลมีเดียอื่นๆ เฟซบุ๊ก ไอจี คิดว่าทวิตเตอร์ตอบโจทย์การสื่อสารของเราอย่างไรบ้าง ทำให้เรามีประสบการณ์ในเรื่องที่เราสนใจมากขึ้นบ้างหรือไม่ ถ้ามี ประสบการณ์ใหม่ๆ อะไรบ้างที่ได้จากทวิตเตอร์

- ถ้าเน้นไปที่การสื่อสารทางการเมืองในประเด็นต่างๆ ที่เราสนใจทวิตเตอร์มีความน่าสนใจอย่างไรบ้าง ดึงดูดให้เราเข้ามาใช้พื้นที่ตรงนี้อย่างไรบ้าง เช่น ทำให้เรามีพื้นที่ในการเสพข่าวมากขึ้น หรือทำให้เราได้แสดงออกทางการเมืองมากขึ้นอย่างไรบ้างๆ

- คิดว่า “ทวิตเตอร์” ได้เข้ามาเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสื่อสารการเมืองของเราอย่างไรบ้าง

- ลงลึกไปดูเรื่องความถี่ ระยะเวลาในการเข้าใช้งาน ใน 1 วัน เข้าทวิตเตอร์กี่ครั้ง ในแต่ละครั้งใช้เวลาอยู่ประมาณเท่าไหร่ ๆ

- ทวิตเตอร์ ถูกมองว่า เป็นโซเชียลมีเดียที่เป็นสื่อใหม่ที่มีบทบาทในการสื่อสารทางการเมืองในช่วงการเลือกตั้ง ช่วยถ่วงดุลอำนาจของรบ.ซึ่งตอนนี้เราอยู่ภายใต้รบ.ทหาร แม้จะมาจากการเลือกตั้งก็ตาม

- มีปรากฏการณ์อะไรที่เราเข้าไปมีส่วนร่วมผ่านทวิตเตอร์ในช่วงการเลือกตั้งปี 2562 ยกตัวอย่างเหตุการณ์

- ในแง่ของการสื่อสารการเมืองประเด็นที่เกี่ยวเนื่องกับการเลือกตั้งเราใช้ทวิตเตอร์เข้าไปมีส่วนร่วมอย่างไร คอมเม้น รีทวิต หรือนำประเด็นนั้นมาทวีตต่อเป็นความเห็นของเราเอง

- รูปแบบเนื้อหา จากการติดตามเนื้อหาข่าวสารการเมืองในทวีตเป็นอย่างไรบ้าง หลากหลายหรือไม่ มีเนื้อหาอะไรบ้าง เป็นเนื้อหาแบบปิด หรือแบบเปิดกว้าง เช่น เป็นข้อเท็จจริง เป็นความคิดเห็นทางการเมือง

- รูปแบบการนำเสนอข่าวสารการเมืองในทวีตเป็นอย่างไร เป็นข้อความ รูปภาพ ลิ้งค์ คลิปวิดีโอ

- บริบทของการใช้สื่อ ส่วนใหญ่ใช้ทวิตเสพข่าวหรือสื่อสารข่าวการเมือง อยู่ที่ไหนบ้าง ใช้งานร่วมกับใคร อยู่คนเดียว กลุ่มเพื่อน ครอบครัว

- การปฏิสัมพันธ์ในทวีต ระหว่างแอคเคาท์ของเราเองกับฟอโลเวอร์ ผู้ติดตามเป็นอย่างไร โต้ตอบฉับพลันมั๊ย แลกเปลี่ยนความเห็นกันอย่างไร มีรีแอคกันอย่างไรบ้าง

- หลังจากที่เข้าร่วมในทวิตเตอร์ และใช้ในการติดตามข่าวการเมือง มีบุคคลใดบ้างที่แสดงความคิดเห็นทางการเมืองหรือนำเสนอเนื้อหาการเมืองในช่วงเลือกตั้ง ที่ไม่ใช่นักการเมือง หรือสื่อมวลชนที่เราให้ความสนใจติดตาม

- การเลือกติดตามอินฟลูเอนเซอร์ที่มีบทบาททางการเมืองในทวิตเตอร์ มีเกณฑ์ในการเลือกติดตามอย่างไรบ้าง เช่น เป็นผู้กว้างขวางหรือไม่ ข้อมูลหรือคอนเทนท์ที่นำเสนอเป็นอย่างไร

Ref. code: 25636007030247EYR

- ในแง่ของการเป็นผู้กว้างขวาง ดูจากอะไรได้บ้างถึงทำให้เราเชื่อถือและอยากติดตาม เช่น จำนวนผู้ติดตามต้องมีจำนวนเท่าไหร่ ยอดการรีทวิต การกดไลค์ และการคอมเมนต์

- ในแง่ของเนื้อหาที่นำเสนอพิจารณาจากการอะไร ความคิดทางการเมือง ความแตกต่างของเนื้อหาที่นำเสนอมีความน่าสนใจอย่างไร เรื่องอะไรบ้างที่เราให้ความสนใจในช่วงการเลือกตั้ง

- คิดว่าเนื้อหาที่อินฟลูเอนเซอร์นำเสนอมีผลกระทบต่อความคิดทางการเมืองของเราอย่างไรบ้าง

- ในแง่ของรูปแบบการนำเสนอมีความน่าสนใจอย่างไร รูปแบบไหนที่สนใจติดตามอยู่เสมอ ทวีตด้วยข้อความอย่างเดียว มีรูปภาพ คลิปวิดีโอ

- หลังจากที่ติดตามการนำเสนอเนื้อหาของอินฟลูเอนเซอร์ ในช่วงของการเลือกตั้ง ทำให้เรามีปฏิกิริยาโต้ตอบ หรือเข้าไปมีส่วนร่วมกับเหตุการณ์นั้นๆ บ้างหรือใหม่ ยกตัวอย่าง เข้าไปมีส่วนร่วมอย่างไร เช่น การรีทวิต คอมเมนต์ กดไลค์ รีทวิตพร้อมคอมเมนต์

- ได้นำเนื้อหาของอินฟลูเอนเซอร์ที่ติดตาม มาต่อยอดสร้างคอนเทนต์ใหม่ๆ ของตัวเองบ้างหรือไม่ ถ้ามีเนื้อหาอะไรบ้าง การสื่อสารทำอย่างไรบ้าง

- ปฏิกิริยาตอบกลับของผู้ติดตามเป็นอย่างไร

- คิดว่า อินฟลูเอนเซอร์ทางการเมืองในทวิตเตอร์ มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นทาง การเมืองมากน้อยแค่ไหน สามารถโน้มน้าวความคิดทางการเมืองของเราได้หรือไม่ โดยเฉพาะในช่วงการเลือกตั้งมีเรื่องไหนบ้างที่เห็นด้วย มีเรื่องไหนบ้างที่ไม่เห็นด้วย และเรื่องไหนที่เขาสามารถเปลี่ยนแปลงความคิดทางการเมืองของเราได้

- เมื่อได้รับข้อมูลข่าวสารมาแล้ว มีกระบวนการจัดการข่าวสารนั้นอย่างไร เพื่อนำมาเป็นข้อมูลประการการสินใจลงได้

- ใช้เกณฑ์ในการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้งอย่างไร

Ref. code: 25636007030247EYR

# บทที่ 4
# ผลการวิจัย

ในบทนี้ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการศึกษาเรื่อง อิทธิพลของอินฟลูเอนเซอร์ในทวิตเตอร์ที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองและการตัดสินใจเลือกตั้งของคนรุ่นใหม่ ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรกปี 2562 ที่ได้เก็บรวบรวมข้อมูลการสื่อสารการเมืองของอินฟลูเอนเซอร์จำนวน 5 คน ในโซเชียลมีเดียทวิตเตอร์ที่เกี่ยวข้องกับการเลือกตั้งระหว่างวันที่ 23 กุมพาพันธ์ – 23 มีนาคม 2562 และการสนทนากลุ่มของคนรุ่นใหม่ ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรกปี 2562 มีรายละเอียดของผลการศึกษา ออกเป็น 2 ส่วนดังต่อไปนี้

## 4.1 ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาเนื้อหาการสื่อสารการเมืองของอินฟลูเอนเซอร์ในทวิตเตอร์

ในส่วนนี้ผู้วิจัยแบ่งการนำเสนอผลการศึกษาประกอบไปด้วย ข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวกับอินฟลูเอนเซอร์ทางการเมือง รูปแบบเนื้อหาที่ใช้ในการสื่อสารทางการเมืองและลักษณะของเนื้อหาที่สร้างการมีส่วนร่วมทางการเมืองของอินฟลูเอนเซอร์ ช่วงก่อนการเลือกตั้ง 1เดือน ระหว่างวันที่ 23 ก.พ. – 23 มี.ค. โดยแบ่งตามช่วงเวลาเหตุการณ์ที่เป็นปรากฏการณ์การเมืองสำคัญๆ ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาดังกล่าว **ทั้งหมด 4 เหตุการณ์** ได้แก่

1. การหาเสียงเลือกตั้งแสดงวิสัยทัศน์การเมือง
2. การแต่งตั้งคณะกรรมการสรรหาสมาชิกวุฒิสภา 250 คน
3. ศาลตัดสินยุบพรรคไทยรักษาชาติ
4. การจัดเตรียมการเลือกตั้งของคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.)

ตารางที่ 4.1

*ข้อมูลทั่วไปของอินฟลูเอนเซอร์ จำนวนผู้ติดตามสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ทรงอิทธิพล จำนวน 5 คน*

| ทวิตเตอร์ | ยอดติดตาม |
|---|---|
| วิญญู วงศ์สุรวัฒน์ : @johnwinyu | ยอดผู้ติดตาม : 1,372,875 บัญชีผู้ใช้ |
| จิรายุ วรรธนะสิน : @Khunjirayut | ยอดผู้ติดตาม : 169,052 บัญชีผู้ใช้ |
| สมบัติ บุญงามอนงค์ : @nuling | ยอดผู้ติดตาม : 416,668 บัญชีผู้ใช้ |
| พริษฐ์ ชิวารักษ์ : @Paritchi | ยอดผู้ติดตาม : 106,449 บัญชีผู้ใช้ |
| ผศ.ดร.ประจักษ์ ก้องกีรติ : @Prajak | ยอดผู้ติดตาม : 129,262 บัญชีผู้ใช้ |

Ref. code: 25636007030247EYR

**นายวิญญู วงศ์สุรวัฒน์ @johnwinyu** เป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงในแวดวงบันเทิงและสื่อสารมวลชน ประกอบอาชีพนักแสดง พิธีกร ผู้ดำเนินรายการ มีรายการของตนเองทางสื่อสังคมออนไลน์ผ่านทางสถานี SpokdarkTV ที่ได้รับความนิยมจากผู้ชมจำนวนมาก ซึ่งมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการเมืองการแสดงคิดเห็นเกี่ยว ตรวจสอบการบริหารประเทศของรัฐบาล มีความสนใจเรื่องการเมืองและมีอุดมการณ์ทางการเมืองที่มีความเห็นต่างกับฝ่ายรัฐบาลของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี

**จิรายุ วรรธนะสิน @Khunjirayut** เป็นบุคคลทีมีชื่อเสียงในแวดวงบันเทิง ประกอบอาชีพศิลปิน นักร้อง มีฐานแฟนคลับติดตามจำนวนมาก มีความสนใจเรื่องการเมืองและมีอุดมการณ์ทางการเมืองที่มีความเห็นไปในทิศทางเดียวกับฝ่ายรัฐบาลของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี

**สมบัติ บุญงามอนงค์ @nuling** เป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงในแวดวงสื่อสารมวลชน เป็นที่รู้จักในฐานะคอลัมนิสต์และนักเคลื่อนไหวทางการเมืองมีอุดมการณ์ทางการเมืองที่มีความเห็นต่างกับฝ่ายรัฐบาลของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี

**พริษฐ์ ชิวารักษ์ @Paritchi** เป็นนักศึกษาและนักเคลื่อนไหวทางการเมืองมีสถานะเป็นตัวแทนของคนรุ่นใหม่ มีอุดมการณ์ทางการเมืองที่มีความเห็นต่างกับฝ่ายรัฐบาลของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี

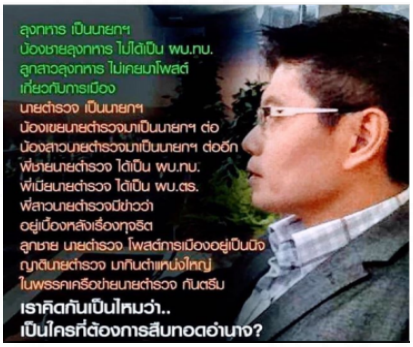
**ผศ.ดร.ประจักษ์ ก้องกีรติ @Prajak** เป็นนักวิชาการด้านรัฐศาสตร์ มีความรู้ความเชี่ยวชาญทางการเมืองและมีบทบาทเคลื่อนไหวทางการเมืองกับกลุ่มนักศึกษา มีอุดมการณ์ทางการเมืองที่มีความเห็นต่างกับรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี

Ref. code: 25636007030247EYR

**เหตุการณ์ : การหาเสียงเลือกตั้งแสดงวิสัยทัศน์การเมือง ระหว่างวันที่ 23–26 ก.พ.62**

*ภาพที่ 4.1* ภาพและข้อความแสดงการสื่อสารของ นายวิญญู วงศ์สุรวัฒน์
โดยมีข้อความเป็นรูปแบบในการนำเสนอสาร

ถุยครับ “@prayutofficial มาออกรายการผมเถอะ”
ทวิตเตอร์ Deep Blue Sea @WassanaNanuam · 26 ก.พ. 2019




*ภาพที่ 4.2* ภาพและข้อความแสดงการสื่อสารของ นายจิรายุ วรรธะนสิน
โดยมีข้อความเป็นรูปแบบในการนำเสนอสาร

“มันแปลกดีนะ วันนี้พรรคเพื่อไทยเรียกร้องให้นายกฯประยุทธมาดีเบต ย้อนไปตอนเลือกตั้งปี๕๕ กลับไม่กล้าส่งยิ่งลักษณ์มาดีเบต” ชัดเจน ประเด็น “สืบทอดอำนาจ” อย่างเดียวนะ นอกนั้นข้ามไปได้เลยสมาชิก
เฟซบุ๊ก Kanok Ratwongsakul Fan Page

Ref. code: 25636007030247EYR

*ภาพที่ 4.3* ภาพและข้อความแสดงการสื่อสารของ นายสมบัติ บุญงามอนงค์ โดยมีข้อความเป็นรูปแบบในการนำเสนอสาร

“เหตุการณ์วัยรุ่นกอดธนาธรร้องไห้ อยากชวนดูสารคดี How the Beatles Changed the World ใน Netflix ถ้าอนาคตใหม่เข้าใจเรื่องนี้ สิ่งที่เห็นจะไม่ใช่แค่ที่เห็น”
ทวิตเตอร์ บก.ลายจุด

*ภาพที่ 4.4* ภาพและข้อความแสดงการสื่อสารของ นายสมบัติ บุญงามอนงค์ โดยมีข้อความเป็นรูปแบบในการนำเสนอสาร

“พายุเข้าผู้บริหารประเทศใช้วิธีการสวดมนต์ นักวิชาการนกหวีดอยากได้ประยุทธเป็นนายกฯต่อใช้วิธีการดึงดาวพลังจักรวาล พวกที่ยังเห่อตามไอ้พวกนี้ โปรดพิจารณาด้วยสติ กรูว่ามันเพี้ยน”
ทวิตเตอร์ บก.ลายจุด

Ref. code: 25636007030247EYR

*ภาพที่ 4.5* ภาพและข้อความแสดงการสื่อสารของ นายประจักษ์ ก้องกีรติ
โดยมีข้อความเป็นรูปแบบในการนำเสนอสาร

"จับตา กม. 2 ฉบับวันพรุ่งนี้ เพราะจะมีผล กระทบไปอีกนานมากๆ หากผ่านสภา คือ พ.ร.บ.ข้าว และ พ.ร.บ.ความมั่นคงไซเบอร์ กม.ฉบับแรกกระทบชาวนามากมายมหาศาล ส่วน กม. ฉบับหลังกระทบสิทธิเสรีภาพส่วนตัวของปชช.ทุกคน"
ทวิตเตอร์ @Prajak

ตารางที่ 4.2
*เหตุการณ์ : การหาเสียงเลือกตั้งแสดงวิสัยทัศน์การเมือง ระหว่างวันที่ 23–26 ก.พ.62*

| บุคคล | เนื้อหา | รูปแบบ | ช่องทาง | กลุ่มผู้รับสาร | ส่วนเสริม |
|---|---|---|---|---|---|
| **วิญญู** | - เชิญชวนให้ พล.อ. ประยุทธ์ มาแสดงวิสัยทัศน์ทางการเมืองผ่านรายการเจาะข่าวตื้น<br>- การแสดงวิสัยทัศน์ของตัวแทนพรรคการเมืองต่างๆ ที่ลงสมัครรับเลือกตั้ง<br>- ตั้งคำถามถึงเหตุผลที่พลเอกประยุทธ์ไม่ตอบรับการ | - คลิปวิดีโอ<br>- รูปภาพ<br>- ข้อความแสดงความคิดเห็น<br>- แชร์เนื้อหาจาก ลิ๊งค์ของบุคคลอื่น | - ทวิตเตอร์ | - เครือข่ายผู้ติดตามในทวิตเตอร์ | - ประชาชนผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง |

Ref. code: 25636007030247EYR

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

| บุคคล | เนื้อหา | รูปแบบ | ช่องทาง | กลุ่มผู้รับสาร | ส่วนเสริม |
|---|---|---|---|---|---|
| | แสดงวิสัยทัศน์ทางการเมืองกับผู้สมัครรับเลือกตั้งจากพรรคการเมืองอื่นๆ<br>- ปลุกระดมให้ผู้ติดตามเรียกร้องให้พลเอกประยุทธ์แสดงวิสัยทัศน์ทางการเมือง<br>- การแสดงวิสัยทัศนของตัวแทนพรรคการเมืองต่างๆ ที่ลงสมัครรับเลือกตั้ง | - ติดแอคเคาท์ @prayutofficial | | | |
| **จิรายุ** | - โต้แย้งประเด็นการแสดงวิสัยทัศน์ทางการเมืองของพล.อ.ประยุทธ์ เปรียบเทียบกับอดีตนายกรัฐมนตรี นางสาวยิ่งลักษณ์ เนื่องจากไม่ได้แสดงวิสัยทัศน์ทางการเมืองช่วงเลือกตั้งเช่นกัน | - ข้อความแสดงความคิดเห็น<br>- แชร์ลิ้งค์จากสื่อโซเชียลมีเดียอินสตาแกรม<br>- ติดแฮชแท็ก #ทีมลุงตู่ | - ทวิตเตอร์ | - เครือข่ายผู้ติดตามในทวิตเตอร์และโซเชียลมีเดียอินสตาแกรม | - ประชาชนผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง |
| **สมบัติ** | - แสดงความคิดเห็นกระแสเรียกร้องการแสดงวิสัยทัศน์ทางการเมืองของ | - ข้อความแสดงความคิดเห็น | - ทวิตเตอร์ | - เครือข่ายผู้ติดตามในทวิตเตอร์ | - ประชาชน |

Ref. code: 25636007030247EYR

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

| บุคคล | เนื้อหา | รูปแบบ | ช่องทาง | กลุ่มผู้รับสาร | ส่วนเสริม |
|---|---|---|---|---|---|
| | พลเอกยุทธ์ ระบุว่าประชาชนที่อยู่ฝั่งตรงข้ามต้องการเห็นภาพนายกไม่สามารถตอบคำถามเกี่ยวกับการทำงานของรัฐบาลที่ประสบความล้มเหลวต่อสาธารณะได้<br>- แสดงความคิดเห็นข้อผิดพลาดการหาเสียงของพรรคอนาคตใหม่ | | | และโซเชียลมีเดียอินสตาแกรม | ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง |
| **พริษฐ์** | - | - | - | - | - |
| **ประจักษ์** | - ให้ข้อมูลข่าวสารการแสดงวิสัยทัศน์การเมืองนโยบายการแก้ไขปัญหาจังหวัดชายแดนภาคใต้จากตัวแทนของพรรคการเมือง แต่พรรคพลังประชารัฐ ไม่ใช่พลเอกประยุทธ์<br>- แสดงความคิดเห็นผลกระทบสิทธิประชาชนของ พ.ร.บ.ข้าว และ พ.ร.บ.ไซเบอร์ | - รูปภาพ<br>- ข้อความแสดงความคิดเห็น-แชร์ลิ๊งค์จากโซเชียลมีเดียเฟซบุ๊ก | - ทวิตเตอร์ | - เครือข่ายผู้ติดตามในทวิตเตอร์และโซเชียล | - ประชาชนผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง |

Ref. code: 25636007030247EYR

**1. การหาเสียงเลือกตั้งแสดงวิสัยทัศน์การเมือง**

นับเป็นช่วงเวลาที่พรรคการเมืองลงพื้นที่ หาเสียงเลือกตั้งได้และมีการแสดงวิสัยทัศน์ทางการเมืองผ่านสื่อมวลชน ทั้งโทรทัศน์ วิทยุ และแพร่ภาพสดทางสื่อออนไลน์

**นายวิญญู วงศ์สุรวัฒน์** มีการใช้รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในทวิตเตอร์ ประกอบด้วย ข้อความ รูปภาพ คลิปวิดีโอ การเชื่อมโยงกับเว็บไซต์ข่าว การแสดงความคิดเห็นและแชร์ข้อมูลที่มีเนื้อหาทางการเมืองจากบุคคลอื่นการแสดงความคิดเห็นร่วมกับติดแอคเคาท์“@prayutofficial” อ้างอิงชื่อของบุคคลที่ต้องการจะสื่อสารโดยตรง การเลือกใช้ภาษาในการนำเสนอจะมีรูปแบบเป็นกันเอง ใช้คำพูดตรงประเด็น เข้าใจง่าย มีการใช้เครื่องหมายสัญลักษณ์ประกอบในการแสดงความคิดเห็นเพื่อสร้างบรรยากาศการพูดคุยกับกลุ่มผู้ติดตามให้รู้สึกมีความใกล้ และเกิดอารมณ์ร่วมกันกับประเด็นที่มีการนำเสนอ

ลักษณะเนื้อหาในการนำเสนอพบว่า มีการแสดงความคิดเห็นส่วนบุคคลโดยใช้อารมณ์ความรู้สึกร่วมกับปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น การตั้งคำถามถึงพลเอกประยุทธ์ถึงเหตุผลที่ปฏิเสธการร่วมแสดงวิสัยทัศน์ทางการเมืองทั้งๆ ที่มีเสียงเรียกร้องจากประชาชนผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง

**นายจิรายุ วรรธนะสิน** มีการใช้รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาการเมือง ประกอบไปด้วย ข้อความ รูปภาพ การเลือกใช้ภาษาในการนำเสนอจะมีรูปแบบกึ่งทางการใช้วาทกรรมทางการเมืองมาเปรียบเทียบกับสถานการณ์ที่กำลังเป็นกระแสที่สังคมให้ความสนใจ ตั้งคำถามในเชิง เสียดสี ปลุกเร้า ทำให้ผู้ติดตามเกิดอารมณ์ร่วมกันกับประเด็นที่มีการนำเสนอ ลักษณะเนื้อหารในการสื่อสารการเมืองประกอบไปด้วย การแสดงความคิดเห็นทางการเมืองและอุดมการณ์

ลักษณะเนื้อหาตอบโต้กับพรรคการเมืองฝ่ายตรงข้ามที่มีความเห็นต่างทางการเมือง แสดงจุดยืนทางการเมืองเห็นด้วยกับรัฐบาลคสช. อย่างชัดเจน

**นายสมบัติ บุญงามอนงค์** รูปแบบการนำเสนอด้วยข้อความ รูปภาพ คลิปวิดีโอ การเชื่อมโยงกับเว็บไซต์ข่าว การแสดงความคิดเห็นและแชร์ข้อมูลที่มีเนื้อหาทางการเมืองจากบุคคลอื่น การเลือกใช้ภาษาในการนำเสนอจะมีรูปแบบการเสียดสี เปรียบเทียบผ่านวาทกรรมทางการเมือง มีการใช้เครื่องหมายสัญลักษณ์ประกอบในการแสดงความคิดเห็นเพื่อสร้างบรรยากาศการพูดคุยกับกลุ่มผู้ติดตาม ให้รู้สึกปลุกเร้าอารมณ์ร่วมกันกับประเด็นที่มีการนำเสนอ

ลักษณะเนื้อหาเป็นการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองและอุดมการณ์เชิงวิพากษ์วิจารณ์พรรคการเมืองฝ่ายรัฐบาล ตลอดจนภาพรวมการบริหารงานของรัฐบาลคสช.และประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการแสดงวิสัยทัศน์ทางการเมืองของพรรคพลังประชารัฐ

**นายประจักษ์ ก้องกีรติ** มีรูปแบบการนำเสนอด้วยข้อความ รูปภาพ คลิปวิดีโอ การเชื่อมโยงกับเว็บไซต์ข่าวการแสดงความคิดเห็นและแชร์ข้อมูลที่มีเนื้อหาทางการเมืองจาก

Ref. code: 25636007030247EYR

บุคคลอื่น การแสดงความคิดเห็นร่วมกับติดแฮชแท็กอ้างอิงชื่อองค์กรที่ต้องการจะกล่าวถึง และการติดแฮชแท็กเนื้อหาที่กำลังเป็นกระแสในสังคม อย่างเช่น #เลือกตั้ง62 #เลือกตั้งล่วงหน้า #พรบไซเบอร์ #ยุบพรรค #ไทยรักษาชาติ #พ.ร.บ.ไซเบอร์ และการทำโพลสำรวจความคิดเห็น การเลือกใช้ภาษาในการนำเสนอจะมีรูปแบบกึ่งทางทางการ เปรียบเทียบเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในอดีตเพื่อให้ผู้ติดตามได้เข้าใจข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นกับสถานการณ์การเมืองในปัจจุบัน

ลักษณะเนื้อหามีการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข่าวสารทั่วไปและการทำโพลสำรวจความคิดเห็น โดยการการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองและอุดมการณ์ในช่วงแรกมีการพูดถึงประเด็นที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายสำคัญๆ ที่ถูกหยิบยกขึ้นมาพิจารณาในรัฐบาลคสช. และมีผลกระทบต่อสิทธิ์มนุษยชนร่างพระราชบัญญัติความมั่นคงทางไซเบอร์ และร่างพ.ร.บ.ข้าว นายประจักษ์มองว่ากฎหมายดังกล่าวมีการพิจารณาในช่วงสถานการณ์การเมืองที่ไม่ปกติกล่าวคือ ร่างกฎหมายไม่ได้พิจารณาโดยสภาที่ผ่านการเลือกตั้งโดยชอบธรรมย่อมส่งผลให้เกิดปัญหาในการตรวจสอบถ่วงดุลอำนาจร่างกฎหมายจึงย่อมกระทบต่อความมั่นคงของรัฐสิทธิเสรีภาพบุคคล ความปลอดภัยในการสื่อสารตลอดจนมิติในด้านธุรกิจดิจิทัล

**เหตุการณ์ : การแต่งตั้งคณะกรรมการสรรหาสมาชิกวุฒิสภา 250 คน ระหว่างวันที่ 24 ก.พ. – 7 มี.ค.62**

*ภาพที่ 4.6* ภาพและข้อความแสดงการสื่อสารของ นายวิญญู วงศ์สุรวัฒน์ โดยมีข้อความเป็นรูปแบบในการนำเสนอสาร

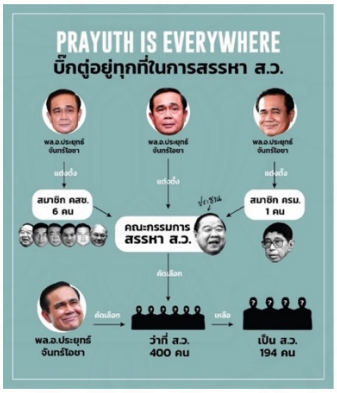
“ทุเรศมาก = กด Retweet เหมาะสมมาก = กด❤️”

ทวิตเตอร์ @johnwinyu

Ref. code: 25636007030247EYR

*ภาพที่ 4.7* ภาพและข้อความแสดงการสื่อสารของ นายวิญญู วงศ์สุรวัฒน์ โดยมีข้อความเป็นรูปแบบในการนำเสนอสาร

“ชัดเจนมากๆ อย่าลืมแชร์กันเยอะๆนะครับ @workpointnews นะครับเห็นภาพมากๆ”
ทวิตเตอร์ @johnwinyu




*ภาพที่ 4.8* ภาพและข้อความแสดงการสื่อสารของ นายวิญญู วงศ์สุรวัฒน์ โดยมีข้อความเป็นรูปแบบในการนำเสนอสาร

“น้องๆคนรุ่นใหม่ดูนี่ไว้ครับ มันสุดยอดมั้ย? มันมียางอายบ้างมั้ย? @iLawclub ครับ ยิ่งชัดเจนขึ้นไป อึ๊กกก”
ทวิตเตอร์ @johnwinyu

Ref. code: 25636007030247EYR

*ภาพที่ 4.9* ภาพและข้อความแสดงการสื่อสารของ นายจิรายุ วรรธนะสิน
โดยมีข้อความเป็นรูปแบบในการนำเสนอสาร

“ประชาธิปไตยเลือกตั้ง" สืบต่อ 'เผด็จการ-ประชาธิปไตย' แต่เนื้อใน ชัดเจนเป็น "เผด็จการรัฐสภากินเมือง" เปลือกประชาธิปไตยเป็นยังไง. ไส้ในเผด็จการกินเมืองเป็นยังไง? พูดลอยๆ จะเป็นการใส่ไฟ-ป้ายสี ก็จะถามกันว่า "ไหนล่ะ..ใบเสร็จ"? ก็นี่ไง เอาไปเลย..."นายเสนาะ เทียนทอง" คนปั้นทักษิณกะมือ เขียนในหนังสือ "รู้ทันทักษิณ ๔" เมื่อปี ๔๘ จะยกมาให้อ่าน "... พ.ต.ท.ทักษิณ เคยบอกรัฐมนตรีในรัฐบาลว่า 'ไม่ต้องคิดอะไรมาก ขอให้ทำตามก็พอ' หากรัฐมนตรี ของ พ.ต.ท.ทักษิณ เป็นคนที่คิดมาก รอบคอบ คอยตักเตือน จะอยู่ไม่ได้เลย คนที่อยู่ได้ จะต้องตอบ 'เยส' อย่างเดียว”
อินสตาแกรม @joejirayut

*ภาพที่ 4.10* ภาพและข้อความแสดงการสื่อสารของ นายสมบัติ บุญงามอนงค์
โดยมีข้อความเป็นรูปแบบในการนำเสนอสาร

“สุเทพเป็นพวกสุดโต่งไปแล้ว ยิ่งลักษณ์ยุบสภาแต่ยังชุมนุมต่อ ในขณะที่อภิสิทธิ์เห็นว่าควรกลับเข้าสู่การเลือกตั้ง แต่แพ้แรงต้านของสุเทพ ทำให้ กกปส. กลายเป็นขบวนการประชาชนฝ่ายขวาที่สนับสนุนรัฐประหารเท สว. 250 คน พรรคการเมืองที่รวบรวม ส.ส.เกิน 250 คน เป็นผู้นำจัดตั้งรัฐบาล พรรคที่เหลือทั้งหมดยกมือให้พรรคแกนนำเป็นนายกฯ โดยไม่ต้องร่วมรัฐบาลและเป็นฝ่ายค้านไป ปล่อยให้ สว 250 คน ว่างงาน ไม่ต้องเผือก”
ทวิตเตอร์ บก.ลายจุด

Ref. code: 25636007030247EYR

*ภาพที่ 4.11* ภาพและข้อความแสดงการสื่อสารของ นายสมบัติ บุญงามอนงค์ โดยมีข้อความเป็นรูปแบบในการนำเสนอสาร

“ผมพร้อมที่จะเป็นพยานให้พลเอกประยุทธและพรรคพลังประชารัฐว่า ประยุทธไม่ใช่เจ้าหน้าที่รัฐ เพราะผมสู้คดีในศาลผมยืนหลักการนี้ แต่ศาลตัดสินว่าเป็นเจ้าพนักงาน ผมแพ้”
ทวิตเตอร์ บก.ลายจุด

*ภาพที่ 4.12* ภาพและข้อความแสดงการสื่อสารของ นายพริษฐ์ ชิวารักษ์ โดยมีข้อความเป็นรูปแบบในการนำเสนอสาร

“การเลือกตั้งครั้งนี้ เป้าหมายไม่ใช่เพื่อแก้ปัญหา พัฒนาประเทศ เพราะการแก้ปัญหาและพัฒนานั้นกำลังถูกกติกาที่เขียนโดย คสช. สกัดไว้อยู่ ดังนั้น เป้าหมายของการเลือกตั้งครั้งนี้คือ "ทุบกติกาเผด็จการ เคลียร์ทางตันให้ประเทศไทย" #24มีนาจับปากกาฆ่าเผด็จการ”
ทวิตเตอร์ @เพนกวิน - พริษฐ์ ชิวารักษ์ Parit Chiwarak

Ref. code: 25636007030247EYR

*ภาพที่ 4.13* ภาพและข้อความแสดงการสื่อสารของ นายประจักษ์ ก้องกีรติ
โดยมีข้อความเป็นรูปแบบในการนำเสนอสาร

“การเลือกตั้งครั้งนี้ไม่ใช่การเลือกตั้งแบบปรกติ คล้ายการเลือกตั้งปี 2500 (จอมพล ป. เป็นนายก), 2512 (จอมพลถนอม นายก), 2534 (คณะรัฐประหารรสช.) = ผู้นำคณะรัฐประหารตั้งพรรคการเมืองของตนเอง+หัวหน้าคณะรัฐประหารต้องการเป็นนายกฯ อยู่ยาว+ มีการใช้กลไกรัฐแทรกแซงการเลือกตั้งอย่างรุนแรง”

“การเลือกตั้งครั้งนี้คือ "the first social media election" ของไทย= การเลือกตั้งที่โซเชียลมีเดียเข้ามามีบทบาทมากในการหาเสียง+การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร+การตัดสินใจของผู้เลือกตั้ง (เกิดขึ้นแล้วในมาเลเซียปี 2013 อินโดนีเซีย 2014) และมันทำให้การเลือกตั้งไม่เหมือนเดิมอีกต่อไป #เลือกตั้ง62”

“ข้อดีคือ ทำให้ปชช.มีช่องทางรับรู้ข้อมูลมากขึ้น รัฐไม่สามารถควบคุม ปิดกั้น หรือโฆษณาชวนเชื่อได้ง่ายๆ และปชช.ยังช่วยอาสาหาเสียงให้พรรคที่ตนชื่นชอบได้โดยอิสระไม่มีค่าใช้จ่ายบนโลกออนไลน์ แต่ข้อเสียคือ การปล่อย fake news ปลุก Hate speech โจมตีคนอื่นทำได้ง่ายและแพร่กระจายเร็วในวงกว้าง”

ทวิตเตอร์ @Prajak

Ref. code: 25636007030247EYR

ตารางที่ 4.3

*เหตุการณ์ : การแต่งตั้งคณะกรรมการสรรหาสมาชิกวุฒิสภา 250คน ระหว่างวันที่ 24 ก.พ.-7 มี.ค.62*

| บุคคล | เนื้อหา | รูปแบบ | ช่องทาง | กลุ่มผู้รับสาร | ส่วนเสริม |
|---|---|---|---|---|---|
| **วิญญู** | - ปลุกระดมให้ผู้ติดตามไม่เห็นด้วยกับที่มาของ สว. หลังการเลือกตั้ง-ให้ข้อมูลที่มาของสว. โดยเฉพาะคณะกรรมการสรรหาที่มาจาก คสช.<br>-นำเสนอการแสดงวิสัยทัศน์ทางการเมืองของตัวแทน 8 พรรคการเมืองในรายการเจาะข่าวตื้น | - คลิปวิดีโอ<br>- รูปภาพ<br>- ข้อความ-แชร์เนื้อหาจากลิ๊งค์ของบุคคลอื่น<br>- ทำโพลสำรวจแสดงความเห็น<br>- Retweet<br>- Like<br>- ติดแฮชแท็ก #ผลพวงรัฐประหาร<br>- @ilaw | - ทวิตเตอร์ | - เครือข่ายผู้ติดตามในทวิตเตอร์ | - ประชาชนผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง |
| **จิรายุ** | - โพสต์เนื้อหาเปรียบเทียบตำแหน่งของทหารระดับสูงยุคของ คสช. ตั้งแต่ นายกฯ และผู้เกี่ยวข้อง เปรียบเทียบกับอดีตนายกฯทักษิณและผู้เกี่ยวข้องที่ได้รับตำแหน่งทางการเมืองมากกว่า สะท้อนให้เห็นว่าไม่ได้มีการสืบทอดอำนาจ | - ข้อความแสดงความคิดเห็น | - ทวิตเตอร์ | - เครือข่ายผู้ติดตามในทวิตเตอร์และโซเชียลมีเดียอินสตาแกรม | - ประชาชนผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง |

Ref. code: 25636007030247EYR

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

| บุคคล | เนื้อหา | รูปแบบ | ช่องทาง | กลุ่มผู้รับสาร | ส่วนเสริม |
|---|---|---|---|---|---|
| **สมบัติ** | - แสดงความคิดเห็นเรื่องที่มา สว. 250 คน ทำให้พรรคพลังประชารัฐเป็นแกนนำจัดตั้งรัฐบาลได้ในที่สุด<br>- แสดงความคิดเห็นสถานะความเป็นเจ้าหน้าที่รัฐของนายกรัฐมนตรี | - ข้อความแสดงความคิดเห็น | - ทวิตเตอร์ | - เครือข่ายผู้ติดตามในทวิตเตอร์และโซเชียลมีเดียอินสตาแกรม | - ประชาชนผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง |
| **พริษฐ์** | - ปลุกระดมไม่ให้เลือกพรรคพลังประชารัฐ ตัดการสืบทอดอำนาจ | - ข้อความแสดงความคิดเห็น | - ทวิตเตอร์ | - เครือข่ายผู้ติดตามในทวิตเตอร์ | - ประชาชนผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง |
| **ประจักษ์** | - ให้ข้อมูลข่าวสารเรื่องที่มา สว. และระยะเวลาการอยู่ในอำนาจของรัฐบาลคสช.<br>- ให้ข้อมูลระบบการเลือกตั้งเปรียบเทียบกับยุคจอมพล ป.และจอมพล ถนอม<br>- ให้ข้อมูลผลกระทบสิทธิมนุษยชนเกี่ยวข้องกับ พ.ร.บ.ไซเบอร์<br>- แสดงความคิดเห็นเรื่องโซเชียลมีเดียกับบทบาทการเมืองในการเลือกตั้งปี 2562 | - รูปภาพ<br>- ข้อความแสดงความคิดเห็น<br>- แชร์ลิ๊งค์จากโซเชียลมีเดียเฟซบุ๊ก | - ทวิตเตอร์ | - เครือข่ายผู้ติดตามในทวิตเตอร์ | - ประชาชนผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง |

Ref. code: 25636007030247EYR

**2. การแต่งตั้งคณะกรรมการสรรหาสมาชิกวุฒิสภา 250 คน**

เป็นช่วงเวลาที่มีการประกาศรายชื่อคณะกรรมการสรรหาสมาชิกวุฒิสภา โดยรายชื่อของคณะกรรมการสรรหามีที่มาจากคณะรักษาความสงบแห่งชาติ จึงมีข้อสังเกตุว่าอาจจะเอื้อผลประโยชน์ต่อพวกพ้องของตนเอง

**นายวิญญู วงศ์สุรวัฒน์** ในแง่ของรูปแบบการนำเสนอ ประกอบไปด้วยการนำเสนอด้วยข้อความ รูปภาพ คลิปวิดีโอ การเชื่อมโยงกับเว็บไซต์ข่าว การแสดงความคิดเห็นและแชร์ข้อมูลที่มีเนื้อหาทางการเมืองจากบุคคลอื่นพร้อมติดแฮชแท็ก #Savethaipepple #ดีเบท #เลือกตั้ง62 การเลือกใช้ภาษาในการนำเสนอจะมีรูปแบบเป็นกันเอง ใช้คำพูดตรงประเด็น เข้าใจง่าย มีการใช้เครื่องหมายสัญลักษณ์ประกอบในการแสดงความคิดเห็นเพื่อสร้างบรรยากาศการพูดคุยกับกลุ่มผู้ติดตาม ให้รู้สึกมีความใกล้และเกิดอารมณ์ร่วมกันกับประเด็นที่มีการนำเสนอ

ลักษณะเนื้อหาการสื่อสารการเมืองของนายวิญญู วงศ์สุรวัฒน์ มีการวิพากษ์วิจารณ์ตัวบุคคลตั้งแต่ผู้นำรัฐบาล แกนนำรัฐบาลและผลการบริหารประเทศที่ผ่านมาของรัฐบาลคสช.และการใช้อำนาจโดยมิชอบตามหลักประชาธิปไตยรวมถึงการร่างกติกาในกฎหมายรัฐธรรมนูญและการระบบการเลือกตั้งแบบจัดสรรปันส่วนผสมที่เอื้อต่อการสืบทอดอำนาจ โดยเนื้อหาที่มีการนำเสนอและได้รับความสนใจจากผู้ติดตาม มียอดการกดไลค์ รีทวิตและแสดงความคิดเห็นจำนวนมาก อย่างเช่น ประเด็นการร่างกติกาการเลือกตั้งที่ไม่เป็นธรรม โดยเฉพาะที่มาของวุฒิสภา (สว.) คณะกรรมการสรรหาสว.มีที่มาจากคนของคสช. หนึ่งในนั้นคือ พลเอกประวิทย์ วงษ์สุวรรณ์ มีการตั้งคำถามว่าหากให้ สว. 250 เสียงเข้ามามีส่วนร่วมโหวตเลือกนายกรัฐมนตรีจะไม่ใช่การเดินหน้าเข้าสู่ประชาธิปไตยอย่างแท้จริง

**นายจิรายุ วรรธนะสิน** พบว่ามีการใช้รูปแบบการนำเสนอหลากหลายทวีตข้อความเชื่อมโยงกับสื่อสังคมออนไลน์อื่นๆ คือ อินทราแกรม เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่ใช้ในการสื่อสารกับแฟนคลับ โดย นายจิรายุนำเสนอด้วยข้อความ รูปภาพ การเลือกใช้ภาษาในการนำเสนอจะมีรูปแบบกึ่งทางการ ใช้วาทกรรมการเมืองมาเปรียบเทียบกับสถานการณ์ที่กำลังเป็นกระแสที่สังคมให้ความสนใจ ตั้งคำถามในเชิงเสียดสี ปลุกเร้า ทำให้ผู้ติดตามเกิดอารมณ์ร่วมกันกับประเด็นที่มีการนำเสนอ

ลักษณะของเนื้อหา พบว่า มีการแสดงจุดยืนทางการเมืองสนับสนุนพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชาดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรีรวมถึงการสร้างความเชื่อมั่นในการบริหารประเทศของรัฐบาล วิพากษ์วิจารณ์บรรณาธิการของสื่อแห่งหนึ่งที่เขียนคอลัมภ์พาดพิงในประเด็นเรื่องการสืบทอดอำนาจทางการเมือง และมีการรวบรวมประเด็นการแสดงวิสัยทัศน์ทางการเมืองของพรรคการเมืองผ่านสื่อ อย่างเช่น ความพยายามการสกัดกั้นการสืบทอดอำนาจ การใช้วาทะกรรมการเมืองคำว่าเผด็จการเพื่อ

Ref. code: 25636007030247EYR

สร้างภาพให้พรรคพลังประชารัฐและพรรคแนวร่วมถูกมองแบบเหมารวมว่ามีแนวคิดเผด็จการเพื่อใช้ในการช่วงชิงคะแนนเสียงและสร้างความชอบธรรมให้แก่ฝ่ายของตนเอง

**นายสมบัติ บุญงามอนงค์** รูปแบบการนำเสนอ พบว่า มีการนำเสนอด้วยข้อความ รูปภาพ คลิปวิดีโอ การเชื่อมโยงกับเว็บไซต์ข่าว การแสดงความคิดเห็นและแชร์ข้อมูลที่มีเนื้อหาทางการเมืองจากบุคคลอื่น การแสดงความคิดเห็นร่วมกับติดแฮ็ชแท็กอ้างอิงชื่อของบุคคลหรือองค์กรที่ต้องการจะกล่าวถึง และการติดแฮชแท็ก (#) เนื้อหาที่กำลังเป็นกระแสในสังคม การเลือกใช้ภาษาในการนำเสนอจะมีรูปแบบการเสียดสี เปรียบเทียบผ่านวาทกรรมทางการเมือง มีการใช้เครื่องหมายสัญลักษณ์ประกอบในการแสดงความคิดเห็นเพื่อสร้างบรรยากาศการพูดคุยกับกลุ่มผู้ติดตามให้รู้สึกปลุกเร้าอารมณ์ร่วมกันกับประเด็นที่มีการนำเสนอ

ส่วนลักษณะเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับนโยบายของแต่ละพรรคมีการสื่อสารว่า นโยบายดังกล่าวนั้นไม่เหมาะสมกับบริบทของสังคมไทย เช่น พรรคอนาคตใหม่ชูนโยบายการใช้ กัญชาเพื่อสันทนาการและให้รัฐนำรายได้ไปสนับสนุนด้านการศึกษาของประเทศ ถูกมองว่าไม่สมควรเนื่องจากปัจจุบัน ประเทศไทยมีการลักลอบใช้กัญชาเพื่อการสันทนาการอยู่แล้ว หรือนโยบายประกันราคายางของพรรคประชาธิปัตย์ในราคา 60 บาทต่อกิโลกรรมและพรรครวมพลังประชาชาติไทย 80 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งราคาดังกล่าวไม่เพียงพอที่จะสามารถดึงราคายางที่อยู่ในภาวะตกต่ำได้มากนัก ราคายางพาราควรจะอยู่ที่ 120 บาทต่อกิโลกรัมเกษตรกรชาวสวนยางจึงจะได้ประโยชน์จากนโยบายดังกล่าว

ประเด็นการคาดการณ์ผลการเลือกตั้งและการรวมตัวจัดตั้งรัฐบาล รวมถึงจุดยืนทางการเมืองของบางพรรค อย่างเช่น นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ อดีตหัวหน้าพรรคประชาธิปัตย์ ประกาศจุดยืนชัดเจนว่าจะไม่สนับสนุนพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา เป็นนายกรัฐมนตรี แต่ท้ายที่สุดสองพรรคใหญ่ก็จะต้องร่วมกันจัดตั้งรัฐบาลบริหารประเทศต่อไป นอกจากนี้มีการสื่อสารเรื่องประสิทธิภาพการทำงานของคณะกรรมการการเลือกตั้ง ในเรื่องการบริหารจัดการพื้นที่ติดป้ายหาเสียงที่ขวางทางเท้าบดบังทัศนวิสัย มีข้อเสนอให้ กกต. ควรบริหารจัดการใหม่ไม่ให้กระทบต่อการสัญจรของประชาชน

**นายพริษฐ์ ชิวารักษ์** มีการนำเสนอด้วยข้อความและรูปภาพ ลักษณะของภาษาที่ใช้ในการสื่อสารคือ เชิงตั้งคำถามที่เกี่ยวข้องกับการเลือกตั้งในประเด็นต่างๆ นอกจากนี้มีการสร้างการมีส่วนร่วมทางการเมืองร่วมกับผู้ใช้ทวิตเตอร์ โดยตั้งหัวข้อโพลในประเด็นทางการเมืองที่อยู่ในกระแสสังคมเวลานั้น

ลักษณะเนื้อหาในการนำเสนอ มีการปลุกระดมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ทวิตเตอร์ในฐานะเยาวชนให้ประชาชนผู้มีสิทธิ์ออกเสียงเลือกตั้งที่เป็นผู้ติดตามในเครือข่ายทวิตเตอร์ไม่ให้ลงคะแนนเสียงเลือกพรรคพลังประชารัฐเข้ามาเป็นแกนนำจัดตั้งรัฐบาลบริหารประเทศ

Ref. code: 25636007030247EYR

**นายประจักษ์ ก้องกีรติ** ในแง่ของรูปแบบการนำเสนอ พบว่า นายประจักษ์ ก้องกีรติ มีการใช้รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาการเมืองที่มีความหลากหลาย ประกอบไปด้วย การนำเสนอด้วยข้อความ รูปภาพ คลิปวิดีโอ การเชื่อมโยงกับเว็บไซต์ข่าว การแสดงความคิดเห็นและแชร์ข้อมูลที่มีเนื้อหาทางการเมืองจากบุคคลอื่น การแสดงความคิดเห็นร่วมกับติดแฮชแท็กอ้างอิงชื่อองค์กรที่ต้องการจะกล่าวถึง และการติดแฮชแท็กเนื้อหาที่กำลังเป็นกระแสในสังคม อย่างเช่น #เลือกตั้ง62 #เลือกตั้งล่วงหน้า #พรบไซเบอร์ #ยุบพรรค #ไทยรักษาชาติ และการทำโพลสำเร็จความคิดเห็น การเลือกใช้ภาษาในการนำเสนอจะมีรูปแบบกึ่งทางทางการ เปรียบเทียบเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในอดีตเพื่อให้ผู้ติดตามได้เข้าใจข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นกับสถานการณ์การเมืองในปัจจุบัน

ส่วนลักษณะเนื้อหาในการสื่อสารการเมืองประกอบไปด้วย ประเด็นเรื่องที่มาของสว. 250 คน ที่จะเข้าไปทำหน้าโหวตเลือกนายกรัฐมนตรี มีการวิพากษ์วิจารณ์เกี่ยวกับวาระของสว.ชุดดังกล่าว ซึ่งมีวาระยาวนานเป็นเวลาถึง 5 ปี ส่งผลให้เกิดการผูกขาดทางอำนาจและมีสิทธิ์โหวตเลือกผู้ดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรีได้มากกว่า 1 สมัย ประเด็นการเลือกตั้งปี 2562 ถูกมองว่าเป็นการเลือกตั้งที่ไม่ปกติชอบธรรมทางการเมือง และถูกหยิบยกไปเปรียบเทียบกับการเลือกตั้งเมื่อปี 2500 ในสมัยของจอมพล ป.พิบูลย์สงคราม ปี 2512 จอมพลถนอม กิตติขจร ปี 2534 คณะรัฐประหาร รสช. เข้ามาบริหารประเทศ ก่อให้เกิดการแทรกแซงกระบวนการเลือกตั้งอย่างรุนแรงมิอาจเรียกได้ว่าเป็นการเลือกตั้งตามระบอบประชาธิปไตย และยังพบว่ามีการใช้วาทกรรมการเมือง เช่น พ่อปกครองลูกในยุคจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ มีรูปแบบการปกครองโดยไม่มีหลักกฎหมายใช้อำนาจลิดรอนสิทธิของประชาชนในขณะที่ผู้นำมีฐานะร่ำรวยผิดปกติเรียกระบบนี้ว่า พ่อขุนอุปถัมป์แบบเผด็จการเป็นความพยายามเปรียบเทียบกับการปกครองคล้ายกับรัฐบาลคสช.

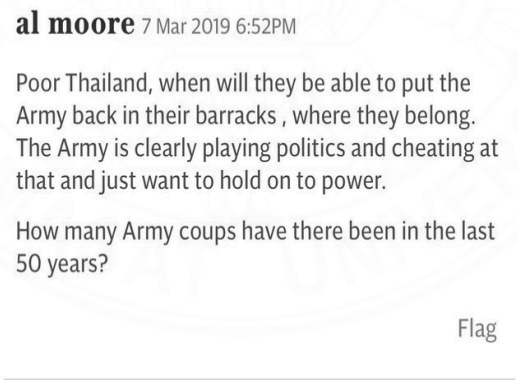
นอกจากนี้มีการเปรียบเทียบการเลือกตั้งของประเทศไทยกับการเลือกตั้งของประเทศมาเลเซียและประเทศอินโดนีเซีย บริบทการเลือกตั้งมีการเปลี่ยนแปลงต่างไปจากอดีตเนื่องจากการเข้ามาของเทคโนโลยีส่งผลให้โซเชียลมีเดียเข้ามามีบทบาททางการเมืองมากขึ้น ทั้งในด้านการหาเสียงของพรรคการเมืองที่ลงสมัครรับเลือกตั้ง การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชนและการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้งส่งผลให้การเลือกตั้งแตกต่างไปจากอดีต ส่งผลดีต่อประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงออกสียงในการเพิ่มช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมืองปิดช่องโหว่ของรัฐในการควบคุม ปิดกั้น หรือการสร้างโฆษณาชวนเชื่อเพื่อแสดงหาผลประโยชน์ทางการเมือง แต่วิเคราะห์ไปถึงข้อเสียอีกด้านหนึ่งก็คือ จะเกิดการปล่อยข้อมูลในลักษณะของ “Fack News” ข่าวปลอมได้ง่ายและตามมาด้วยการสร้าง Hate speech เพื่อโจมตีฝ่ายตรงข้ามจนข่าวในลักษณะนี้แพร่กระจายออกไปอย่างรวดเร็ว

Ref. code: 25636007030247EYR

**เหตุการณ์ : ยุบพรรคไทยรักษาชาติ ระหว่างวันที่ 8 มี.ค. – 10 มี.ค. 62**

*ภาพที่ 4.14* ภาพและข้อความแสดงการสื่อสารของ นายวิญญู วงศ์สุรวัฒน์ โดยมีข้อความเป็นรูปแบบในการนำเสนอสาร

#ยุบพรรค #ทษช แล้วไปคุยกับจาตุรนต์ ฉายแสงกัน!!!
https://youtu.be/E-0lLuyGs6k


**al moore** 7 Mar 2019 6:52PM

Poor Thailand, when will they be able to put the Army back in their barracks , where they belong. The Army is clearly playing politics and cheating at that and just want to hold on to power.

How many Army coups have there been in the last 50 years?

Flag

*ภาพที่ 4.15* ภาพและข้อความแสดงการสื่อสารของ นายวิญญู วงศ์สุรวัฒน์ โดยมีข้อความเป็นรูปแบบในการนำเสนอสาร

Yep ... คอมเมนท์ชาวต่างชาติยังทำเอาเราจุกเบย
https://youtu.be/E-0lLuyGs6k

Ref. code: 25636007030247EYR

*ภาพที่ 4.16* ภาพและข้อความแสดงการสื่อสารของ นายจิรายุ วรรธนะสิน
โดยมีข้อความเป็นรูปแบบในการนำเสนอสาร

"ถึงแม้ผมไม่ได้ตั่งพรรคการเมืองจึงไม่มีโอกาสถูกยุบพรรค เป็นแค่พสกนิกรของพระมหากษัตริย์แต่ผมก็จะทำความดีให้ประเทศชาติต่อไปเท่าที่ทำได้ ไม่โกงไม่กินเสียภาษีตามปกติเป็นคนดีโดยธรรมชาติ ก็ช่วยชาติได้แล้วครับ ไม่ต้องคิดการใหญ่โต"
อินสตาแกรม @joejirayut

*ภาพที่ 4.17* ภาพและข้อความแสดงการสื่อสารของ นายสมบัติ บุญงามอนงค์
โดยมีข้อความเป็นรูปแบบในการนำเสนอสาร

เครื่องแต่งกายนี้เป็น จนท.รัฐหรือว่าเป็นอะไร ?
ทวิตเตอร์ บก.ลายจุด

Ref. code: 25636007030247EYR

*ภาพที่ 4.18* ภาพและข้อความแสดงการสื่อสารของ นายประจักษ์ ก้องกีรติ โดยมีข้อความเป็นรูปแบบในการนำเสนอสาร

"ตรวจสอบกันได้เลยครับ จะได้รู้ว่าต้องไปใช้สิทธิที่หน่วยไหน #เลือกตั้ง62"
"นั่งอ่านโพลการเลือกตั้งทุกสำนักล่าสุด พบข้อสังเกตที่น่าสนใจคือ 1. แต่ละโพลให้ผลที่ต่างกันมาก ไปกันคนละทิศทาง จนไม่เห็นแนวโน้มที่ชัดเจน 2. คนจะไปใช้สิทธิเลือกตั้งสูง อันนี้เหมือนกันทุกโพล มีแนวโน้มว่าครั้งนี้จะเป็นการเลือกตั้งที่มีคนไปใช้สิทธิมากที่สุดในปวศ #เลือกตั้ง62"

"พลังค.ตื่นตัวของคนไทยในการเลือกตั้งครั้งนี้สะท้อนว่าทุกคนต้องการส่งเสียงดังๆ ว่า "เราก็เป็นเจ้าของประเทศ" หลังจาก 5 ปีอันยาวนานที่ทุกคนถูกทำให้ต้องเงียบเสียง+ประเทศถูกยึดไปเป็นสมบัติส่วนตัวของคนกลุ่มหนึ่ง ...ถ้าพลังนี้ยังคงอยู่ ประเทศเรายังมีค.หวัง #เลือกตั้ง62"
@Wewatch6 (27 ก.พ.2562)

ตารางที่ 4.4
*เหตุการณ์ : ยุบพรรคไทยรักษาชาติ ระหว่างวันที่ 8 มี.ค. – 10 มี.ค.62*

| บุคคล | เนื้อหา | รูปแบบ | ช่องทาง | กลุ่มผู้รับสาร | ส่วนเสริม |
|---|---|---|---|---|---|
| **วิญญู** | - สัมภาษณ์นักการเมืองฝั่งตรงข้ามรัฐบาลหลังจากศาลมีคำสั่งให้ยุบพรรคไทยรักษาชาติ<br>- แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับโพลเลือกตั้ง | - คลิปวิดีโอ<br>- ข้อความแสดงความคิดเห็น<br>- ติดแฮชแท็ก #ยุบพรรค, | - ทวิตเตอร์ | - เครือข่ายผู้ติดตามในทวิตเตอร์ | - ประชาชนผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง |

Ref. code: 25636007030247EYR

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

| บุคคล | เนื้อหา | รูปแบบ | ช่องทาง | กลุ่มผู้รับสาร | ส่วนเสริม |
|---|---|---|---|---|---|
| | และแนวโน้มผู้ออกมาใช้สิทธิ์ออกเสียง | #ไทยรักษาชาติ, #ทษช. | | | |
| **จิรายุ** | -แสดงจุดยืนเคารพสถาบันพระมหากษัตริย์ในฐานะประชาชนที่ไม่ใช่นักการเมือง | - ข้อความแสดงความคิดเห็น | - ทวิตเตอร์ | - เครือข่ายผู้ติดตามในทวิตเตอร์และอินสตาแกรม | - ประชาชนผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง |
| **สมบัติ** | - นัดหมายร้องเรียน กกต. เรื่องสถานะความเป็นเจ้าหน้าที่รัฐของพลเอกประยุทธ์<br>- วิเคราะห์แนวโน้มการตัดสินใจเป็นพรรคร่วมรัฐบาลของนายอภิสิทธิ์ | - ข้อความแสดงความคิดเห็น | - ทวิตเตอร์ | - เครือข่ายผู้ติดตามในทวิตเตอร์และโซเชียลมีเดียอินสตาแกรม | - ประชาชนผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง |
| **พริษฐ์** | - | - | - | - | - |
| **ประจักษ์** | - แสดงความคิดเห็นจากโพลเลือกตั้งและแนวโน้มการออกมาใช้เลือกตั้งจำนวนมากที่สุดในการเลือกตั้ง<br>- ปลุกระดมให้ประชาชนออกมาใช้สิทธิ์เลือกตั้งเพื่อตัดการสืบทอดอำนาจ | - ข้อความแสดงความคิดเห็น | - ทวิตเตอร์ | - เครือข่ายผู้ติดตามในทวิตเตอร์ | - ประชาชนผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง |

Ref. code: 25636007030247EYR

**3. ศาลตัดสินยุบพรรคไทยรักษาชาติ**

เหตุการณ์ดังกล่าวเป็นช่วงที่ศาลรัฐธรรมนูญได้วินิจฉัยคำร้องของคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) ซึ่งมีมติส่งให้ศาลรัฐธรรมนูญพิจารณายุบพรรคไทยรักษาชาติ ภายหลังจากมีรายชื่อทูลกระหม่อมหญิงอุบลรัตนราชกัญญา สิริวัฒนาพรรณวดี เพื่อเสนอแต่งตั้งเป็นนายกรัฐมนตรีชื่อและเห็นว่าการดำเนินการดังกล่าวเป็นปฏิปักษ์ต่อการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข และศาลรัฐธรรมนูญได้มีคำตัดสินให้ยุบพรรคไทยรักษาชาติและตัดสิทธิ์ทางการเมืองคณะกรรมการบริหารพรรค 10 ปี และห้ามใช้ชื่อซ้ำและชื่อย่อเกี่ยวกับพรรคการเมือง 10 ปี ปรากฏการณ์ดังกล่าวช่วงเวลานี้จึงมีการแสดงความคิดเห็นที่เกี่ยวของกับระบอบการปกครองในรูปแบบประชาธิปไตยและสถาบันพระมหากษัตริย์

**นายวิญญู วงศ์สุรวัฒน์** ในแง่ของรูปแบบการนำเสนอ พบว่า มีการใช้รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาประกอบไปด้วย ข้อความและคลิปวิดีโอ ลักษณะการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองของ นายวิญญู วงศ์สุรวัฒน์ เนื้อหาการสื่อสารทางการเมืองไม่ได้มีการแสดงความคิดเห็นพาดพิงสาเหตุที่ศาลตัดสินยุบพรรคไทยรักษาชาติโดยตรงมีลักษณะของเนื้อหาที่เป็นความคิดเห็นของนักการเมืองที่มีเชื่อเสียงและมีอุดมการณ์ทางการเมืองร่วมกันบางประการกับพรรคไทยรักษาชาติ คือ นายจาตุรณต์ ฉายแสง สมาชิกของพรรคเพื่อไทย ให้แสดงท่าทีภายหลังที่ศาลมีคำตัดสินยุบพรรคประกอบกับแสดงความคิดเห็นแนวโน้มของผลการเลือกตั้งที่อาจจะเปลี่ยนแปลงไป หลังเกิดเหตุการณ์ที่พรรคการเมืองถูกยุบ

**นายจิรายุ วรรธนะสิน** ในแง่ของรูปแบบการนำเสนอ พบว่า มีการนำเสนอด้วยข้อความรูปภาพและเชื่อมโยงกับสื่อโซเชียลมีเดียอื่น คือ อินสตาแกรม การเลือกใช้ภาษาในการนำเสนอจะมีรูปแบบกึ่งทางการ ใช้วาทกรรมการเมืองมาเปรียบเทียบกับสถานการณ์ที่กำลังเป็นกระแสที่สังคมให้ความสนใจ ตั้งคำถามในเชิงเสียดสี ปลุกเร้า ทำให้ผู้ติดตามเกิดอารมณ์ร่วมกันกับประเด็นที่มีการนำเสนอ

การสื่อสารทางการเมืองเนื้อหาส่วนบุคคลที่ปรากฏผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ ทวิตเตอร์ในแง่ของเนื้อหาในการนำเสนอ พบว่า มีการกล่าวแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเหตุการณ์สำคัญทางการเมืองของพรรคการเมืองที่มีพฤติการณ์หมิ่นสถาบันพระมหากษัตริย์จนนำไปสู่คำวินิจฉัยของศาลรัฐธรรมนูญสั่งยุบพรรคการเมืองดังกล่าว เป็นการประกาศจุดยืนอุดมการณ์ทางการเมืองของตนเองให้สังคมเห็นว่าในฐานะพลเมืองไทยก็สามารถทำเพื่อประเทศชาติได้โดยที่ไม่จำเป็นต้องตั้งพรรคการเมือง

**นายสมบัติ บุญงามอนงค์** ในแง่ของรูปแบบการนำเสนอ พบว่า มีการนำเสนอด้วยข้อความ รูปภาพ คลิปวิดีโอ การเชื่อมโยงกับเว็บไซต์ข่าว การแสดงความคิดเห็นและแชร์ข้อมูลที่มี

Ref. code: 25636007030247EYR

เนื้อหาทางการเมืองจากบุคคลอื่น การแสดงความคิดเห็นร่วมกับติดแฮชแท็กอ้างอิงชื่อของบุคคลหรือองค์กรที่ต้องการจะกล่าวถึง และการติดแฮชแท็กเนื้อหาที่กำลังเป็นกระแสในสังคม การเลือกใช้ภาษาในการนำเสนอจะมีรูปแบบการเสียดสี เปรียบเทียบผ่านวาทกรรมทางการเมือง มีการใช้เครื่องหมายสัญลักษณ์ประกอบในการแสดงความคิดเห็นเพื่อสร้างบรรยากาศการพูดคุยกับกลุ่มผู้ติดตาม ให้รู้สึกปลุกเร้าอารมณ์ร่วมกัน

ลักษณะเนื้อหาในการนำเสนอ ไม่ได้โพสต์เกี่ยวข้อโดยตรงกับเหตุการณ์ยุบพรรคการเมือง แต่มีการเรียกร้องให้สังคมช่วยตรวจสอบสถานะความเป็นเจ้าหน้าที่รัฐของนายกรัฐมนตรี อาจจะขัดต่อคุณสมบัติของตัวผู้สมัคร ตลอดจนการใช้งบประมาณในการจัดการเลือกตั้งของคณะกรรมการการเลือกตั้งหรือ กกต.มีงบบางส่วนถูกนำไปใช้ในการดูงานต่างประเทศ

**นายประจักษ์ ก้องกีรติ** ในแง่ของรูปแบบการนำเสนอ พบว่า นายประจักษ์ ก้องกีรติ มีการใช้รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาการเมืองที่มีความหลากหลาย ประกอบไปด้วย การนำเสนอด้วยข้อความ รูปภาพ คลิปวิดีโอ การเชื่อมโยงกับเว็บไซต์ข่าว การแสดงความคิดเห็นและแชร์ข้อมูลที่มีเนื้อหาทางการเมืองจากบุคคลอื่น การแสดงความคิดเห็นร่วมกับติดแฮชแท็กอ้างอิงชื่อองค์กรที่ต้องการจะกล่าวถึง และการติดแฮชแท็กเนื้อหาที่กำลังเป็นกระแสในสังคม อย่างเช่น #เลือกตั้ง62 #เลือกตั้งล่วงหน้า #พรบไซเบอร์ #ยุบพรรค #ไทยรักษาชาติ # และการทำโพลสำเร็จความคิดเห็น การเลือกใช้ภาษาในการนำเสนอจะมีรูปแบบกึ่งทางทางการ เปรียบเทียบเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในอดีตเพื่อให้ผู้ติดตามได้เข้าใจข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นกับสถานการณ์การเมืองในปัจจุบัน

ส่วนลักษณะเนื้อหารในการสื่อสารการเมืองประกอบไปด้วย การแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะของภาษาที่ปรากฏในคำวินิจฉัยของศาลรัฐธรรมนูญในการตัดสินยุบพรรคไทยรักษาชาติมีเนื้อหาที่ค่อนข้างรุนแรง ประเด็นผลสำรวจหรือโพลการเลือกตั้งมองว่า ผลสำรวจความนิยมของพรรคการเมืองคาดเดายากไปคนละทิศทาง แต่สิ่งที่เหมือนกันคือคาดการณ์ว่าจะมีผู้ออกไปใช้สิทธิเลือกตั้งมากที่สุดในประวัติศาสตร์ มีการวิพากษ์วิจารณ์การทำหน้าที่ของคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) ทำหน้าที่ได้ไม่มีประสิทธิภาพในแง่ของการให้ข้อมูลและความโปร่งใสของการเตรียมการจัดการเลือกตั้ง การวิพากษ์วิจารณ์นโยบายของพรรคพลังประชารัฐ ซึ่งใช้นโยบายแบบประชานิยมในการหาเสียงเลือกตั้งทั้งๆ ที่ก่อนหน้านี้แสดงท่าทีโจมตีนโยบายประชานิยมของรัฐบาลในอดีตและพรรคการเมืองฝ่ายตรงข้ามมาโดยตลอด

Ref. code: 25636007030247EYR

**เหตุการณ์ : การจัดเตรียมการเลือกตั้งของคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) ระหว่างวันที่ 11 – 23 มี.ค.62**

*ภาพที่ 4.19* ภาพและข้อความแสดงการสื่อสารของ นายวิญญู วงศ์สุวัฒน์ โดยมีข้อความเป็นรูปแบบในการนำเสนอสาร

"ขอพร่ำเพรื่อ ที่ผ่านมาขอเวลาอีกไม่นาน ประเทศย่อยยับไปเยอะละครับประชาชนไม่ขอนะ ประชาชนสั่งให้ออกๆไปได้แล้วครับ เคารพประชาชนบ้าง การกระทำหลายๆ อย่างไร้ยางอาย ไร้ซึ่งความเกรงใจประ

ทวิตเตอร์ Deep Blue Sea @WassanaNanuam

"ขอ 5 ปี !! "บิ๊กตู่" ลดกระแสต้าน 250 สว. จะลดสัดส่วนลง ในอนาคต แต่ ขอ 5 ปีแรก ทำระบบสมดุลย์ก่อน เมื่อนิ่งแล้วพร้อมลดสัดส่วนสรรหา ชี้ถ้าซื่อสัตย์ เลือกสว.ระบบไหน ก็ไร้ปัญหา ชี้ คสช. มีคณะกรรมการ ตรวจสอบคุณสมบัติ"

"เมื่อ "บิ๊กป้อม" บอกว่า ไม่รู้จัก ใครเลย ในรายชื่อ สว. ....แต่ กลับบอกว่า "เราตั้งมา เราก็ต้องคุมให้ได้สิ"....อิอิ!! "บิ๊กป้อม"มั่นใจ เราตั้ง 250 สว. มา เราก็ต้องคุมให้ได้...ปัดตั้งคนใกล้ชิด 3 ป. บอกสื่อคิดไปเอง ยัน ไม่รู้จักใคร ย้ำ เปิดเผยรายชื่อคณะกรรมการคัดสรรฯ ไม่ได้"

"อยากให้คนไทยจับตามองการทำงานของ กกต ในวันเลือกตั้งด้วย ทุกหน่วยถ้าเป็นไปได้ ขณะเดียวกันก็อยากให้ต่างชาติเข้ามาสังเกตการณ์การเลือกตั้งไทยเยอะๆ แต่จะมีคนบางกลุ่มมั้ยน๊อ จะว่าต่างชาติอย่ามายุ่งการเมืองไทยได้ปะ 555 เอาเถอะ ช่วยๆกัน จะสังคมไทยหรือสังคมโลกก็ไม่ชอบคนขี้โกงทั้งนั้น"

Ref. code: 25636007030247EYR

*ภาพที่ 4.20* ภาพและข้อความแสดงการสื่อสารของ นายจิรายุ วรรธนะสิน อินสตาแกรม @joejirayut

*ภาพที่ 4.21* ภาพและข้อความแสดงการสื่อสารของ นายสมบัติ บุญงามอนงค์ โดยมีข้อความเป็นรูปแบบในการนำเสนอสาร

“ส่วนตัวเชื่อว่าประชาธิปัตย์จะตั้งรัฐบาลกับพลังประชารัฐ แต่ไม่คิดว่านายกฯ จะชื่อประยุทธ แต่จะเป็นอภิสิทธิ์ กล่าวคือ ประชาธิปัตย์จัดตั้งรัฐบาลแล้วพลังประชารัฐมาร่วม”
ทวิตเตอร์ บก.ลายจุด

*ภาพที่ 4.22* ภาพและข้อความแสดงการสื่อสารของ นายสมบัติ บุญงามอนงค์ โดยมีข้อความเป็นรูปแบบในการนำเสนอสาร

“คสช ไม่ใช่เจ้าหน้าที่รัฐ แล้วนายกรัฐมนตรีเป็นเจ้าหน้าที่รัฐเปล่า?”
ทวิตเตอร์ บก.ลายจุด

Ref. code: 25636007030247EYR

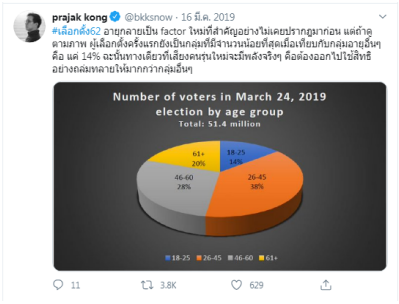
*ภาพที่ 4.23* ภาพและข้อความแสดงการสื่อสารของ นายประจักษ์ ก้องกีรติ โดยมีข้อความเป็นรูปแบบในการนำเสนอสาร

อนาคตการเมืองไทย #เลือกตั้ง62 จุดเปลี่ยน หรือ จุดแตกหักประเทศ? เข้าใจภาพรวมอะไรจะเกิดขึ้น! ทุกแง่มุม” https://www.matichonweekly.com/
ทวิตเตอร์ @Prajak

*ภาพที่ 4.24* ภาพและข้อความแสดงการสื่อสารของ นายประจักษ์ ก้องกีรติ โดยมีข้อความเป็นรูปแบบในการนำเสนอสาร

"สังคมที่ดีไม่ควรจะมีแค่ความสงบเป็นเป้าหมายปลายทางเพียงอย่างเดียว เพราะถ้าสมมติว่าความสงบคือเป้าหมายประการเดียวที่สำคัญที่สุดของการอยู่ร่วมกัน แบบนั้นเกาหลีเหนือคงเป็นสังคมที่น่าอยู่ที่สุดในโลก" https://themomentum.co
ทวิตเตอร์ @Prajak

Ref. code: 25636007030247EYR




*ภาพที่ 4.25* ภาพและข้อความแสดงการสื่อสารของ นายประจักษ์ ก้องกีรติ โดยมีข้อความเป็นรูปแบบในการนำเสนอสาร

"#เลือกตั้ง62 อายุกลายเป็น factor ใหม่ที่สำคัญอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน แต่ถ้าดูตามภาพ ผู้เลือกตั้งครั้งแรกยังเป็นกลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับกลุ่มอายุอื่นๆ คือ แค่ 14% ฉะนั้นทางเดียวที่เสียงคนรุ่นใหม่จะมีพลังจริงๆ คือต้องออกไปใช้สิทธิอย่างถล่มทลายให้มากกว่ากลุ่มอื่นๆ ทวิตเตอร์ @Prajak

*ตารางที่ 4.5*
*เหตุการณ์ : การจัดเตรียมการเลือกตั้งของคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.)*
*ระหว่างวันที่ 11–23 มี.ค.62*

| บุคคล | เนื้อหา | รูปแบบ | ช่องทาง | กลุ่มผู้รับสาร | ส่วนเสริม |
|---|---|---|---|---|---|
| **วิญญู** | - แสดงความคิดเห็นนโยบายของพรรคพลังประชารัฐ เป็นนโยบายขายฝันทำได้ยาก<br>- แสดงความคิดเห็นเรื่องค่าตอบแทนที่ผู้ดำรงตำแหน่งในรัฐบาลคสช.ได้รับ<br>- แสดงความคิดเห็นการตั้งกรรมการสรรหา สว. ส่วนใหญ่มาจากคนของ คสช. | - คลิปวิดีโอ<br>- รูปภาพ<br>- ข้อความแสดงความคิดเห็น<br>- แชร์ลิ้งค์จากบุคคลอื่น | - ทวิตเตอร์ | - เครือข่ายผู้ติดตามในทวิตเตอร์ | - ประชาชนผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง |

Ref. code: 25636007030247EYR

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

| บุคคล | เนื้อหา | รูปแบบ | ช่องทาง | กลุ่มผู้รับสาร | ส่วนเสริม |
|---|---|---|---|---|---|
| | - รณรงค์ให้ประชาชนออกไปใช้สิทธิ์เลือกตั้ง | | | | |
| | - รณรงค์ให้จับตาการจัดการเลือกตั้งของกกต.สกัดการโกง<br>- รณรงค์ให้จับตาการจัดการเลือกตั้งของ กกต. สกัดการโกง<br>- ตั้งคำถามเรื่องความเชื่อมั่นการจัดเลือกตั้งของ กกต.<br>ประเด็นปัญหาเอกสารของผู้สมัครเลือกตั้ง<br>- แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการยุติธรรมจากเหตุการณ์ทหารวิสามัญนายชัยภูมิ ป่าแส<br>- ปลุกระดมให้ประชาชนม่เลือกพรรครัฐบาลพลเอกประยุทธ์ยับยั้งการสืบทอดอำนาจ | | | | |
| **จิรายุ** | - โพสต์ผลงานของรัฐบาล คสช.<br>- แสดงความเห็นการเรียกร้องให้มีการแก้รัฐธรรมนูญของพรรคฝ่ายประชาธิปไตย | - ข้อความแสดงความคิดเห็น | - ทวิตเตอร์ | - เครือข่ายผู้ติดตามในทวิตเตอร์และอินสตาแกรม | - ประชาชนผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง |

Ref. code: 25636007030247EYR

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

| บุคคล | เนื้อหา | รูปแบบ | ช่องทาง | กลุ่มผู้รับสาร | ส่วนเสริม |
|---|---|---|---|---|---|
| **สมบัติ** | - แสดงความคิดเห็นจุดยืนทางการเมืองของนายอภิสิทธิ์ ต่อการตัดสินใจเข้าร่วมจัดตั้งรัฐบาล<br>- ยื่นข้อเรียกร้องต่อ กกต. สถานะความเป็นเจ้าหน้าที่รัฐของพลเอกประยุทธ์<br>- ปลุกระดมให้เห็นว่า พลเอกประยุทธ์ขาดคุณสมบัติการลงสมัครเป็นนายกรัฐมนตรี เนื่องจากมีสถานะเป็นเจ้าหน้าที่รัฐ | - ข้อความแสดงความคิดเห็น | - ทวิตเตอร์ | - เครือข่ายผู้ติดตามในทวิตเตอร์ | - ประชาชนผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง |
| **พริษฐ์** | - ทำโพลสำรวจความโปร่งใสในการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการการเลือกตั้ง<br>- แสดงความคิดเห็นการตัดสินใจร่วมรัฐบาลของพรรคประชาธิปัตย์ด้วยข้อต่อรองให้นายอภิสิทธิ์เป็นนายกฯ ทำให้การเลือกตั้งไม่ถูกเปลี่ยนขั้วการเมือง<br>- ปลุกระดมให้ประชาชนออกไปใช้สิทธิ์เลือกตั้ง เพื่อยับยั้งการสืบทอดอำนาจของรัฐบาล คสช. | - ข้อความแสดงความคิดเห็น | - ทวิตเตอร์ | - เครือข่ายผู้ติดตามในทวิตเตอร์ | - ประชาชนผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง |
| **ประจักษ์** | - แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำหน้าที่ของ กกต.ที่มี | - ข้อความแสดง | - ทวิตเตอร์ | - เครือข่าย | - ประชาชน |

Ref. code: 25636007030247EYR

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

| บุคคล | เนื้อหา | รูปแบบ | ช่องทาง | กลุ่มผู้รับสาร | ส่วนเสริม |
|---|---|---|---|---|---|
| | ข้อบกพร่อง ประชาชนเป็นผู้ตรวจสอบการเลือกตั้งเอง<br>- แสดงความคิดเห็นบรรยากาศการเลือกตั้ง ประชาชนผู้มีสิทธิ์ออกเสียง<br>ตื่นตัวมาที่สุดในประวัติศาสตร์รอบ 8 ปี<br>- แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการบังคับใช้กฎหมายในรัฐบาลของพลเอกประยุทธ์ เป็นไปตามคำสั่งของผู้มีอำนาจ | ความคิดเห็น | | ผู้ติดตามในทวิตเตอร์ | ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง |

**4. การจัดเตรียมการเลือกตั้งของคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.)**

ช่วงเวลาดังกล่าวเป็นช่วง 10 วันสุดท้ายของการเตรียมการเลือกตั้ง เป็นโค้งสุดท้ายในการหาเสียงของพรรคการเมืองและผู้สมัครเป็นไปอย่างเข้มข้น ปรากฏการณ์ในช่วงเวลาดังกล่าวจึงมีการแสดงความคิดเห็นค่อนข้างหลากหลาย เช่น การตรวจสอบการใช้ใช้งบประมาณในการจัดการเลือกตั้งของคณะกรรมการเลือก การวิพากษ์วิจารณ์การบริหารงานของรัฐบาล ตลอดจนการณรงค์ให้ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งได้ออกมาใช้สิทธิ์ของตนเองในวันเลือกตั้งจำนวนมากๆ เพื่อให้ผลการเลือกตั้งมีการเปลี่ยนแปลงนำไปสู่รัฐบาลชุดใหม่เข้ามาทำหน้าที่บริหารประเทศแทนรัฐบาลของคสช.

**นายวิญญู วงศ์สุรวัฒน์** ในแง่ของรูปแบบการนำเสนอ พบว่า มีการใช้รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาการเมืองที่มีความหลากหลาย ประกอบไปด้วย การนำเสนอด้วยข้อความ รูปภาพ คลิปวิดีโอ การเชื่อมโยงกับเว็บไซต์ข่าว การแสดงความคิดเห็นและแชร์ข้อมูลที่มีเนื้อหาทางการเมืองจากบุคคลอื่น การเลือกใช้ภาษาในการนำเสนอจะมีรูปแบบเป็นกันเอง ใช้คำพูดตรงประเด็น เข้าใจง่าย มีการใช้เครื่องหมายสัญลักษณ์ประกอบในการแสดงความคิดเห็นเพื่อสร้างบรรยากาศการพูดคุยกับกลุ่มผู้ติดตาม ให้รู้สึกมีความใกล้และเกิดอารมณ์ร่วมกันกับประเด็นที่มีการนำเสนอ

ลักษณะเนื้อหาที่มีการสื่อสารทางการเมือง มี 2 ประเด็น คือ การเชิญชวนให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการตรวจสอบการใช้อำนาจของรัฐบาลคสช. ความโปร่งใสของการจัดการเลือกตั้ง

Ref. code: 25636007030247EYR

โดยคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) อย่างเช่น รณรงค์ให้ยกเลิกประกาศคณะรักษาความสงบแห่งชาติและประกาศคำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ผ่านทางเว็บไซต์ไอลอว์เชิญชวนให้ผู้ติดตามแสดงความคิดเห็นถึงกลุ่มบุคคลที่มีแนวคิดสนับสนุนการทำรัฐประหารของรัฐบาลคสช. การเชิญชวนให้มีการตรวจสอบความคุ้มค่าการใช้งบประมาณของคณะกรรมการการเลือกตั้งที่นำงบประมาณส่วนหนึ่งที่ได้มาจากภาษีของประชาชนไปใช้ในการดูงานต่างประเทศวงเงิน 12 ล้านบาท ในช่วงที่การเลือกตั้งกำลังจะใกล้เกิดขึ้น และร่วมกันจับตามองการทำงานของกกต. ในวันที่มีการจัดการเลือกตั้ง พร้อมกับเรียกร้องให้มีชาวต่างชาติเข้ามาทำหน้าที่สังเกตการเลือกตั้งในประเทศไทยเพื่อความโปร่งใส และเชิญชวนให้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความเชื่อมั่นในการทำหน้าที่ของกกต.

**นายจิรายุ วรรธนะสิน** รูปแบบการนำเสนอ พบว่า มีการใช้รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาการเมือง ประกอบไปด้วย การนำเสนอด้วยข้อความ รูปภาพและเชื่อมโยงกับสื่อโซเชียลมีเดียอื่น คือ อินทราแกรม การเลือกใช้ภาษาในการนำเสนอจะมีรูปแบบกึ่งทางการใช้วาทกรรมการเมืองมาเปรียบเทียบกับสถานการณ์ที่กำลังเป็นกระแสที่สังคมให้ความสนใจ ตั้งคำถามในเชิงเสียดสี ปลุกเร้าทำให้ผู้ติดตามเกิดอารมณ์ร่วมกันกับประเด็นที่มีการนำเสนอ ลักษณะเนื้อหาในการนำเสนอ พบว่าช่วงเวลาดังกล่าวไม่ได้โพสต์เนื้อหาวิจารณ์การทำหน้าที่จัดการเลือกตั้งของคณะกรรมการการเลือกตั้งโดยตรง มีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับผลงานของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ตลอดระยะเวลาที่บริหารประเทศ อย่างโครงการต่างๆ เช่น การยึดคืนที่ดินจากนายทุนสู่ชาวบ้าน การก่อสร้างอุโมงค์จัดระเบียบพื้นที่ถูกรุกล้ำ อาทิคลองลาดพร้าว คลองโอ่งอ่าง พร้อมกับตั้งคำถามถึงผลงานของรัฐบาลของนางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร ที่ไม่สามารถแก้ปัญหาประเทศได้

**นายสมบัติ บุญงามอนงค์** รูปแบบการนำเสนอ พบว่า มีการนำเสนอด้วยข้อความ รูปภาพ คลิปวิดีโอ การเชื่อมโยงกับเว็บไซต์ข่าว การแสดงความคิดเห็นและแชร์ข้อมูลที่มีเนื้อหาทางการเมืองจากบุคคลอื่น การแสดงความคิดเห็นร่วมกับติดแฮชแท็กอ้างอิงชื่อของบุคคลหรือองค์กรที่ต้องการจะกล่าวถึง และการติดแฮชแท็กเนื้อหาที่กำลังเป็นกระแสในสังคมการเลือกใช้ภาษาในการนำเสนอจะมีรูปแบบการเสียดสี เปรียบเทียบผ่านวาทกรรมทางการเมือง มีการใช้เครื่องหมายสัญลักษณ์ประกอบในการแสดงความคิดเห็นเพื่อสร้างบรรยากาศการพูดคุยกับกลุ่มผู้ติดตาม ให้รู้สึกปลุกเร้าอารมณ์ร่วมกัน

ลักษณะเนื้อหาในการนำเสนอ ในช่วงเวลาดังกล่าวมีการจัดการเลือกตั้งล่วงหน้านอกราชอาณาจักรมีการโพสต์แสดงความคิดเห็นการทำหน้าที่บกพร่องของคณะกรรมการจัดการเลือกตั้ง (กกต.) พบว่า มีลักษณะการบริหารจัดการล้มเหลว มีข้อผิดพลาดและส่อไปในทางทุจริตส่งผลให้การเลือกตั้งไม่มีความโปร่งใส ตลอดจนการใช้งบประมาณในการจัดการเลือกตั้งของคณะกรรมการการเลือกตั้งหรือ กกต.มีงบบางส่วนถูกนำไปใช้ในการดูงานต่างประเทศ

Ref. code: 25636007030247EYR

**นายพริษฐ์ ชิวารักษ์ พบว่า** รูปแบบการนำเสนอ นายพริษฐ์ มีการใช้รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาการเมือง ประกอบไปด้วย การนำเสนอด้วยข้อความและรูปภาพ ลักษณะของภาษาที่ใช้ในการสื่อสารคือ เชิงตั้งคำถามที่เกี่ยวข้องกับการเลือกตั้งในประเด็นต่างๆ นอกจากนี้มีการสร้างการมีส่วนร่วมทางการเมืองร่วมกับผู้ใช้ทวิตเตอร์โดยตั้งหัวข้อโพลในประเด็นทางการเมืองที่อยู่ในกระแสสังคมเวลานั้น เพื่อให้สมาชิกผู้ติดตามได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น

ลักษณะเนื้อหาในการนำเสนอ ประเด็นการทำหน้าที่ขององค์กรอิสระในการจัดการเลือกตั้งอย่างคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) โดยเปรียบเทียบกับสถาบันทดสอบการศึกษาแห่งชาติว่าขาดประสิทธิภาพในการบริการจัดการให้เป็นไปโดยสุจริตยุติธรรม โดยมีการตั้งเป็นโพลสำรวจเพื่อให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น มีการรณรงค์ให้ประชาชนออกมาใช้สิทธิ์ออกเสียงเลือกตั้งให้มากที่สุดเพื่อไม่ให้มีการสืบทอดอำนาจ รัฐบาลที่ทำหน้าบริหารประเทศต้องมาจากการเลือกตั้งจากประชาชนอย่างแท้จริง มีการตั้งคำถามถึงผู้สมัครเป็นแคนดิเดทนายกรัฐมนตรีโดยพุ่งเป้าไปที่พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา อย่างเช่น ประเด็นคุณสมบัติของผู้สมัครรับเลือกเป็นนายกซึ่งในทางกฎหมายพลเอกประยุทธ์ถูกตีความสถานะเวลานั้นว่าเป็นเจ้าหน้าที่รัฐ จึงขาดคุณสมบัติในการลงสมัครรับเลือกเป็นนายกรัฐมนตรี มีการแสดงอุดมการณ์ทางการเมืองไม่เห็นด้วยกับการสืบทอดอำนาจของทหารผ่านการจัดตั้งพรรคการเมือง คือ พรรคพลังประชารัฐ พรรครวมพลังประชาชาติไทย และพรรคประชาธิปัตย์ที่มีท่าทีสนับสนุนรัฐบาลของพลเอกประยุทธ์

**นายประจักษ์ ก้องกีรติ** พบว่ารูปแบบการนำเสนอ พบว่า นายประจักษ์ ก้องกีรติ มีการใช้รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาการเมืองที่มีความหลากหลาย ประกอบไปด้วย การนำเสนอด้วยข้อความ รูปภาพ คลิปวิดีโอ การเชื่อมโยงกับเว็บไซต์ข่าว การแสดงความคิดเห็นและแชร์ข้อมูลที่มีเนื้อหาทางการเมืองจากบุคคลอื่น การแสดงความคิดเห็นร่วมกับติดแฮชแท็กอ้างอิงชื่อองค์กรที่ต้องการจะกล่าวถึง และการติดแฮชแท็กเนื้อหาที่กำลังเป็นกระแสในสังคม อย่างเช่น #เลือกตั้ง62 #เลือกตั้งล่วงหน้า #พรบไซเบอร์ #ยุบพรรค #ไทยรักษาชาติ และการทำโพลสำเร็จความคิดเห็นการเลือกใช้ภาษาในการนำเสนอจะมีรูปแบบกึ่งทางทางการ เปรียบเทียบเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในอดีตเพื่อให้ผู้ติดตามได้เข้าใจข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นกับสถานการณ์การเมืองในปัจจุบัน

ส่วนลักษณะเนื้อหารในการสื่อสารการเมืองประกอบไปด้วย การสร้างค่านิยมและประชาสัมพันธ์ มีการเรียกร้องให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการตรวจสอบร่างกฎหมายพระราชบัญญัติความมั่นคงทางไซเบอร์และพระราชบัญญัติข้าว มีการแชร์เนื้อหาจากเว็บไซต์ของไอลอว์เพื่อให้ข้อมูลผู้ติดตามได้ร่วมแสดงความคิดเห็นคัดค้าน การผ่านร่างกฎหมายหมายฉบับดังกล่าว จนท้ายที่สุดพระราชบัญญัติข้าวถูกถอนออกจากวาระไป มีการวิเคราะห์ถึงพลังการตื่นตัวในการออกไปใช้สิทธิ์เลือกตั้งเชิญชวนในพลังเงียบออกไปใช้สิทธิ์จำนวนมากๆ เพื่อสะท้อนความต้องการ

Ref. code: 25636007030247EYR

ที่แท้จริง นอกจากนี้มีประเด็นคุณสมบัติเรื่องอายุของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง โดยเฉพาะกลุ่มของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรกนำเสนอพร้อมกับสถิติที่สะท้อนให้เห็นว่าเสียงของคนกลุ่มนี้จะมีพลังจริงๆ จะต้องออกไปสิทธิ์เลือกตั้งให้ได้มากที่สุด ประเด็นเกี่ยวข้องกับการรัฐประหารปี 2557 พยายามสื่อสารให้ผู้ติดตามได้ตระหนักถึงความสำคัญของการเลือกตั้งปี 2562 ซึ่งถือเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญที่จะช่วยให้การเมืองไทยไม่เดินถอยหลังกลับไปสู่การยึดอำนาจประชาชนด้วยการกระทำรัฐประหารอีก

บอกเล่าข่าวสารทั่วไป มีการรายงานสถานการณ์การใช้สิทธิ์เลือกตั้งล่วงหน้านอกราชอาณาจักร มีคนไทยผู้มีสิทธิ์ออกเสียงไปใช้สิทธิ์มากกว่า 90% ทั้งๆ ที่สถานการณ์ไม่เอื้อต้องเผชิญกับฝนตกหนักและลูกเห็บเพื่อไปใช้สิทธิ์ของตนเอง โดยมีการสรุปภาพรวมจำนวนของผู้ออกไปใช้สิทธิ์เลือกตั้งล่วงหน้าจากที่มีผู้ลงทะเบียนขอใช้สิทธิ์ประมาณ 2,300,000 คน คิดเป็นสัดส่วนของ ส.ส. ได้มากถึง 30 ที่นั่งในสภา สื่อสารเกี่ยวกับภาพข่าวที่ปรากฏในวันเลือกตั้งล่วงหน้ามีภาพของผู้สูงอายุและคนหนุ่มสาว ออกมาใช้สิทธิ์เลือกตั้งอย่างคึกคักสะท้อนให้เห็นความเป็นประชาธิปไตยที่สวยงาม มีการเปรียบเทียบสถิติการออกไปใช้สิทธิ์เลือกตั้งล่วงหน้าของปี 2554 และปี 2562 พบว่า ปี 2554 มีผู้ใช้สิทธิ์ในกรุงเทพมหานครคิดเป็นร้อยละ 58.49 ปี 2562 คิดเป็นร้อยละ 87.22 โดยเฉพาะกลุ่มผู้พิการ ผู้สูงอายุมีจำนวนผู้ใช้สิทธิ์มากถึงร้อยละ 84.82

**4.2 ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาการสนทนากลุ่ม ของคนรุ่นใหม่ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรกปี 2562**

เหตุการณ์ : ช่วงก่อนการเลือกตั้งระหว่างวันที่ 23 กุมพาพันธ์–23 มีนาคม 2562 มีรายละเอียดของผลการศึกษา 2 ส่วน ดังต่อไปนี้

2.1 พฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของคนรุ่นใหม่กับฟลูเอนเซอร์ในทวิตเตอร์

2.1.1 พฤติกรรมการใช้งานทวิตเตอร์และรูปแบบการใช้งานเพื่อสื่อสารทางการเมืองช่วงการเลือกตั้ง

2.1.2 ลักษณะเนื้อหาการเมืองที่ติดตามจากอินฟลูเอนเซอร์ในทวิตเตอร์

2.1.3 รูปแบบการมีส่วนร่วมในเนื้อหาทางการเมืองกับอินฟลูเอนเซอร์ในทวิตเตอร์

2.2 กระบวนการตัดสินใจเลือกตั้งของคนรุ่นใหม่ปี 2562

**4.2.1 พฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของคนรุ่นใหม่**

**4.2.1.1 พฤติกรรมการใช้งานทวิตเตอร์เพื่อสื่อสารการเมืองช่วงการเลือกตั้ง** การศึกษาวิจัยในส่วนนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองกับ

Ref. code: 25636007030247EYR

อินฟลูเอนเซอร์ในโซเชียลมีเดียทวิตเตอร์ของคนรุ่นใหม่ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรก ผลการวิจัยพบว่า สอดคล้องกับสมมุติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยในช่วงก่อนการจัดเลือกตั้งปี 2562 นับตั้งแต่รัฐบาลคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) แสดงเจตนารมณ์ให้มีการจัดการเลือกตั้งใหม่เพื่อคืนอำนาจอธิปไตยให้แก่ประชาชนได้ใช้สิทธิ์เลือกผู้แทนเข้ามาเป็นรัฐบาลทำหน้าที่บริหารประเทศตามรูปแบบการปกครองระบอบประชาธิปไตยและมีการตราพระราชกฤษฎีการเลือกตั้งอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 24 มี.ค.พ.ศ.2562 นับเป็นจุดเริ่มต้นที่ผู้วิจัยเริ่มสังเกตเห็นว่า สื่อสังคมออนไลน์ทวิตเตอร์เป็นช่องทางการสื่อสารการเมืองที่มีความโดดเด่นมากขึ้นเรื่อยๆ ผู้คนจำนวนมากหันมาใช้งานทวิตเตอร์เพื่อการติดตามข่าวสารและความเคลื่อนไหวทางการเมืองครอบคลุมทุกเพศ ทุกวัย ทุกวงการ ตั้งแต่นักการเมือง นักวิชาการ นิสิต นักศึกษา ไม่เว้นแม้แต่คนดังในแวดวงบันเทิงที่ต้องการรับทราบข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการเลือกตั้งและมีผลกระทบต่อตนเองในฐานะผู้มีสิทธิ์ออกเสียง โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ไม่เคยไปใช้เลือกตั้งมาก่อนหรือมีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรกในปี 2562 การเลือกตั้งจึงยิ่งเป็นปัจจัยเร่งทำให้ความนิยมใช้งานทวิตเตอร์แพร่หลายออกไปอย่างกว้างขวางมากขึ้น ถึงขนาดที่ว่าเกิดปรากฏการณ์การเคลื่อนย้ายแพลทฟอร์มของการสื่อสารจากที่ผู้ใช้งานจำนวนมากมักจะติดตามข่าวสารผ่านช่องสื่อมวลชน เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์ รวมไปถึงสื่อสังคมออนไลน์อย่างเฟสบุ๊ค ผู้ใช้ส่วนใหญ่เริ่มมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้งานเข้ามาอยู่ในแพลทฟอร์มทวิตเตอร์แทนในช่วงเวลาดังกล่าว

จุดเริ่มต้นของการเข้ามาใช้งานทวิตเตอร์เริ่มมาจากพื้นฐานของบุคคลในครอบครัวที่ติดตามข่าวสารบ้านเมือง เหตุการณ์ความเป็นไปที่เกิดขึ้นในสังคมมาตั้งแต่ช่วงก่อนจะมีการจัดการเลือกตั้งจากสื่อกระแสหลักก่อน ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ และขยายพื้นที่มาสู่สื่อสังคมออนไลน์อย่าง เฟสบุ๊ค ลักษณะการเข้าไปใช้งานเพื่อติดตามเนื้อหาข่าวสารจากเพจของสำนักข่าว อาทิ ไทยรัฐ มติชน เดอะสแตนดาร์ด หรือเพจข่าวของบุคคลที่มีชื่อเสียง เช่น ดราม่าแอดดิก ซึ่งมีการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับความเคลื่อนไหวทางการเมืองและการเลือกตั้ง โดยเมื่อเข้าสู่ช่วงของการจัดการเลือกตั้ง นับว่าเป็นจุดเริ่มต้นที่พรรคการเมืองเดินหน้าหาเสียงเลือกตั้งได้ พรรคการเมืองและผู้สมัครใช้ สื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือสื่อสารการเมืองกับประชาชน ขณะเดียวกันเริ่มสังเกตเห็นว่าประเด็นข่าวสารต่างๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับการเลือกตั้งกำลังเป็นกระแสที่สังคมพูดถึงและให้ความสนใจอยู่นั้น หลายประเด็นล้วนมาจากการจุดกระแสจากทวิตเตอร์ขยายออกไปยังพื้นที่ของสื่ออื่นๆ ประกอบกับบางเหตุการณ์ที่เป็นประเด็นร้อนและใหม่สื่อมวลชนกระแสหลักไม่ได้รายงาน จึงเกิดความสนใจและอยากเข้าไปติดตามความเคลื่อนไหวของข่าวสารในทวิตเตอร์อย่างจริงจังมากขึ้น ทวิตเตอร์จึงกลายเป็นช่องทางหลักของการสื่อสารการเมืองและเข้าไปมีส่วนร่วมกับความเคลื่อนไหวทางการเมืองที่สังคมให้ความสนใจอยู่ในช่วงเวลานั้น

Ref. code: 25636007030247EYR

*“ผมเริ่มมาจากเล่น Twitter เพราะติดตามการเมือง โดยปกติจะติดตามการเมืองผ่าน TV FB Fan page แต่พอดูไปเรื่อยๆ รู้สึกว่า พอเป็นในหน้า FB ทุกคนไม่ได้พูดเรื่องเดียวกัน แต่ใน Twitter มี การติดแฮชแท็ก ทำให้ทุกคนพูดเรื่องเดียวกัน ก็เลยเป็นจุดเริ่มต้นในการเข้าไปเล่น Twitter”*

*“ส่วนระยะเวลาในการติดตามข่าวการเมืองจริง ๆ ก็เริ่มติดตามมาประมาณ 2-3 ปี ช่วงที่ก่อนจะมีการเลือกตั้ง แต่ก่อนเราเป็นคนที่ไม่ได้สนใจการเมืองเลย แต่จะดูข่าวทางโทรทัศน์ปกติ และเกิดรู้สึกว่ามันมองแค่ด้านเดียว แต่จุดเปลี่ยนคือการเข้าไปสมัครทวิตเตอร์ได้เห็นเทรนด์ที่เป็นกระแสช่วงนั้นก็เลยตัดสินใจสมัคร Account Twitter ไปเพื่ออีกเสพอีกด้านของ Twitter ก็เลยรู้สึกว่าบางทีการดูข่าวมันก็ต้องดูในหลายๆ สื่อครับก็เลยเป็นการติดตามการเมืองตั้งแต่ตอนนั้น*

เช่นเดียวกับกลุ่มตัวอย่างอีกคนบอกว่า *“ติดตามข่าวการเมืองจากกระแสภายใน Twitter ด้วยเหมือนกับเพื่อน ได้เห็นเพื่อน Retweet มาก็เลยสนใจและไปดูต่อว่ามันเกิดอะไรขึ้นบ้าง แต่ตอนแรกยอมรับเลยว่าไม่ได้สนใจเท่าไหร่ มาสนใจเพราะกระแสจริงๆ”*

ประเด็นในแง่ความกล้าที่จะสื่อสารเนื้อหาที่คนไม่ค่อยกล้าพูดโดยเฉพาะเรื่องการเมืองยิ่งทำให้ทวิตเตอร์มีความน่าสนใจมากขึ้น

*“รู้สึกว่าคนเริ่มเข้ามาเล่นทวิตเตอร์มากขึ้นแล้วก็กล้าที่จะพูดเรื่องการเมืองมากขึ้นกว่าแต่ก่อน เพราะเขาอาจจะคิดว่ามีคนที่คิดเหมือนกันกับเขาอยู่ใน platform นี้ เขาก็กล้าที่จะแสดงออกมากขึ้นกว่าแต่ก่อน”*

*“ที่สำคัญการที่เราเสพทวิตฯ มากขึ้นเหมือนให้ความรู้ตัวเอง ก็เป็นการส่งต่อข้อมูลตรงนั้นไปถึงคนรอบตัว อาจจะเป็นที่ด้วยทางบ้านเปิดกว้างทางความคิดเรื่องการเมืองถึงแม้จะไม่ได้ 100% แต่ว่าเหมือนเป็นการที่ได้แลกเปลี่ยนกัน เรามีความคิดว่าคนในทวิตเขา กล้าทำ กล้าคิด เราก็เลยกล้าเปลี่ยนทัศนคติด้วย ทำให้เราก็สามารถที่จะพูดกับเขาได้ แต่ว่าเป็นอีกมุมนึงและสามารถเอามาพูดกับคนรอบตัวใกล้ตัว”*

จากการสอบถามกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่เริ่มเข้าไปใช้งานทวิตเตอร์จากที่กล่าวในข้างต้น มีวัตถุประสงค์เพื่อการสื่อสารกับผู้ใช้งานด้วยกันเองก่อนและขยายเนื้อหาไปถึงการสื่อสารการเมืองและการเข้าไปมีส่วนร่วมในประเด็นที่ตนเองให้ความสนใจ เนื่องจากทวิตเตอร์เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ตอบโจทย์ความต้องการใช้งานในยุคปัจจุบันให้ความรู้สึกมีอิสระเสรีทางความคิดเป็นพื้นที่ส่วนบุคคลมากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับสื่อสังคมออนไลน์ประเภทอื่นๆ ทั้งเฟซบุ๊ก อินสตาแกรม กล่าวได้ว่า ทวิตเตอร์สามารถใช้ในการสื่อสารได้ครอบคลุมเรื่องราวต่างๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันควบคู่ไปกับติดตามความเคลื่อนไหวทางการเมือง มีลักษณะเฉพาะตัวสามารถเผยแพร่ข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว ทันเหตุการณ์ (Realtime) ด้วยข้อความที่สั้นกระชับ ตามกระแสปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น

Ref. code: 25636007030247EYR

ในสังคมได้ทันท้วงที และมีคุณสมบัติช่วยให้ผู้ใช้งานที่มีความสนใจข้อมูลข่าวสารที่มีความคล้ายคลึงกันมารวมตัวพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกันจนกลายเป็นสังคมชุมชนออนไลน์ (Community)

ความน่าสนใจของทวิตเตอร์อีกจุดหนึ่งที่ทำให้เกิดความนิยมใช้งานมากขึ้น คือ คุณสมบัติในการคัดกรองเนื้อหาข่าวสาร ด้วยลักษณะเฉพาะของแพลทฟอร์มทวิตเตอร์มีระบบอัลกอริทึมที่มีหลักการตรวจจับ ผู้ใช้งานสามารถติดตามเรื่องราวหรือเหตุการณ์สำคัญๆ ทางการเมืองที่ตนเองให้ความสนใจหรือประเด็นที่กำลังถูกพูดถึงได้อย่างรวดเร็วและตรงประเด็นหากเรากดติดตามผู้ที่มีความสนใจเนื้อหาในลักษณะเดียวกันกับเรา เช่น ติดตามความเคลื่อนไหวของ นายธนาธร จึงรุ่งเรืองกิจ อดีตหัวหน้าพรรคอนาคตใหม่ อัลกอริทึมของทวิตเตอร์จะทำการกรองเนื้อหา และแสดงเฉพาะเนื้อหาที่เราให้ความสนใจติดตามเท่านั้นเราก็จะเห็นความเคลื่อนไหวจากทวิตของ นายธนาธร มากกว่าทวีตอื่นๆ ซึ่งคุณลักษณะนี้ช่วยให้เกิดความง่ายในการติดตามข่าวสารมากกว่าการติดตามผ่านช่องทางของเฟสบุ๊ค เนื่องจากในแต่ละวันจะมีข้อมูลข่าวสารจำนวนมากหลังไหลเข้ามาในแพลทฟอร์ม บางครั้งเรื่องที่เราให้ความสนใจก็หายไปจากการแสดงบนฟีดข่าวแล้ว

*“พอลองไปเล่นเราก็รู้สึกว่ามัน Realtime มากกว่าเฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ มีระบบอัลกอลิทึ่มมันจะรันให้เฉพาะอันที่มีการกดไลค์เยอะหรืออันที่เราสนใจขึ้นมาเป็นอันดับแรก แต่ว่าพอเป็นทวิตเตอร์มันจะเป็นระบบที่ Realtime ถ้าเรากดติดตามผู้ที่มีความสนใจเดียวกันระบบอัลกอลิทึ่มก็จะรันแต่ข่าวชนิดนั้น แล้วก็นำเสนออะไรในกลุ่มนั้นมาให้เรามากกว่ามันก็เลยง่ายต่อการเข้าถึงมากกว่า เฟซบุ๊กเราเลื่อน Feed timeline ทีนึงเนี่ยบางทีมันอาจจะเป็นข่าวเมื่อ 2 สัปดาห์ที่แล้วแต่มันมียอดกดไลค์กดแชร์เยอะมันจะขึ้นมาให้เราเห็นก่อนแต่ถ้าในทวิตมันจะไม่ได้นับจากยอดรีทวิตค่ะ ถ้าเรากดรีเฟรชปุ๊บก็จะ Realtime ตอนนั้นเลยว่ามีอะไรเกิดขึ้นบ้างแล้วมันก็สามารถเห็นเทรนที่อยู่ข้างๆ ว่าตอนนี้อะไรมาแรง ซึ่งระบบอัลกอลิทึ่มมันช่วยจับเรื่องที่เราสนใจมาเป็น Category ให้ด้วยอย่างนี้ค่ะก็ง่ายต่อการที่จะเข้าถึงข้อมูลได้มากขึ้น”*

ในแง่ของการตรวจสอบเนื้อหาข่าวสารระหว่างผู้ใช้งานด้วยกันนับว่าเป็นอีกหนึ่งคุณลักษณะที่เป็นข้อดีของทวิตเตอร์ ยกตัวอย่างในช่วงของการเลือกตั้งจะเห็นว่าข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่ปรากฏในพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์มีข้อมูลจำนวนมหาศาล ทุกคนย่อมสามารถที่จะสื่อสารอะไรก็ได้ ทำให้คนบางกลุ่มพยายามฉวยโอกาสสร้างข่าวปลอม มีการใส่ร้ายป้ายสีทางการเมืองระหว่างกลุ่มเห็นต่าง คู่ขัดแย้งทางการเมือง หรือแม้กระทั่งคู่แข่งจากฝ่ายตรงข้าม รวมไปถึงการทำปฏิบัติการด้านข่าวสารหรือไอโอ ซึ่งความน่าสนใจอยู่ตรงนี้ผู้ใช้งานทวิตเตอร์จะสามารถที่จะแยกแยะข่าวปลอมกับข้อเท็จจริงของข้อมูลข่าวสารที่ปรากฏได้ โดยใช้กระบวนการตรวจสอบของผู้ใช้งานด้วยกันเองจนกระทั่งข่าวสารที่เป็นเท็จหายไปจากแพลทฟอร์ม จากการปรากฏข้อมูลที่เป็นความจริง

Ref. code: 25636007030247EYR

*“เวลาที่มีทวีตอะไรที่มันแปลกๆ เราจะรู้สึกว่าเรื่องนี้มันไม่จริง จะเริ่มมีคนเข้ามาขุดทวีตเหมือนเป็นนักสืบหาคำตอบเอาหลักฐานมามาชี้แจงว่าเนื้อหาไหนเป็นข่าวปลอม เนื้อหาไหนเป็นข่าวจริง ตรงนี้ที่กลายเป็นสิ่งที่เราไม่เคยคิดมาก่อนว่าใครก็ไม่รู้ที่อยู่บน Platform เดียวกันแต่ว่าสามารถหาหลักฐานมาบอกได้ว่า คนนี้เขาไม่ได้พูดความจริง ทำให้เราแยกแยะอะไรที่เป็นแบบ Fake News ที่เป็นข้อเท็จจริงได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้นมากๆ”*

นอกจากคุณลักษณะของทวิตเตอร์ที่ตอบโจทย์พฤติกรรมการสื่อสารทางการเมืองของคนรุ่นใหม่ได้เป็นอย่างดี หากพิจารณารูปแบบการใช้งาน ช่วงเวลาการใช้งานทวิตเตอร์ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พบว่า มีการใช้งานทวิตเตอร์ค่อนข้างบ่อย กล่าวได้ว่า ใช้งานทวิตเตอร์ในชีวิตประจำวันอยู่ตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ยการใช้งานประมาณ 12 ชม.ต่อวัน บางคนมีการใช้งานติดตามข่าวสารและสื่อสารการเมืองตลอด 24 ชั่วโมง

**4.2.1.2 เกณฑ์การติดตามและลักษณะเนื้อหาการเมืองที่ติดตามจากอินฟลูเอนเซอร์ในทวิตเตอร์** จากการศึกษาพฤติกรรมการใช้งานทวิตเตอร์เพื่อสื่อสารการเมืองในเบื้องต้นปฏิเสธไม่ได้ว่าคนรุ่นใหม่กำลังมองว่า “ทวิตเตอร์” เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่มีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมการสื่อสารในชีวิตประจำวันของพวกเขาเป็นอย่างมาก และการใช้งานก็ไม่ได้จำกัดเพียงแค่การสื่อสารระหว่างผู้ใช้งานด้วยกันเองในเรื่องทั่วๆ ไป ทว่าบริบทการใช้งานยังขยายวงกว้างออกไปสู่ประเด็นทางการเมืองโดยเฉพาะในช่วงเหตุการณ์สำคัญๆ อย่างการเลือกตั้งปี 2562 ประกอบกับคุณสมบัติของทวิตเตอร์ที่ตอบโจทย์พฤติกรรมการใช้งานได้ตรงตามความต้องการ ผู้ใช้งานสามารถส่งต่อข่าวสารเหตุการณ์ความเป็นไป ความคิด ทัศนคติตลอดจนอุดมการณ์ทางการเมืองได้อย่างเสรีบนพื้นที่ของตนเอง สังเกตเห็นได้จากหลายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วงของการเลือกตั้งปี 2562 มีความเคลื่อนไหวทางการเมืองเกิดขึ้นมากมาย และบางเหตุการณ์ก็มีผลสะเทือนไปถึงรัฐบาลของ พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ตลอดจนพรรคการเมืองต่างๆ ที่ส่งผู้สมัครลงแข่งขันรับเลือกตั้งในครั้งนี้ ซึ่งกระแสที่สังคมให้ความสนใจและหยิบยกไปพูดถึงส่วนหนึ่งก็มาจากการจุดประเด็นในทวิตเตอร์ของผู้ใช้งานด้วยกันเอง และบุคคลผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดในทางการเมืองหรือที่เรียกว่า “อินฟลูเอนเซอร์” ซึ่งมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ได้รับการยอมรับในวงกว้างเป็นคอยผลักดันให้เกิดการเคลื่อนไหวในประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารบ้านเมืองและคนรุ่นใหม่ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรกให้ความสนใจ ติดตามพฤติกรรมการสื่อสารการเมืองอยู่ตลอดเวลา ผู้วิจัยมองว่าพวกเขาอาจจะมีอิทธิพลจูงใจให้คนรุ่นใหม่เข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองเพื่อประโยชน์ทางใดทางหนึ่งและหวังผลจากการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของคนรุ่นใหม่ให้เป็นไปตามอุดมการณ์ของตนเอง และจากการที่ผู้วิจัยติดตามพฤติกรรมการสื่อสารการเมืองจากอินฟลูเอนเซอร์จำนวน 5 คน ได้แก่ นายวิญญู วงศ์สุรวัฒน์, นายจิรายุ วรรธนะสิน, นายสมบัติ บุญงามอนงค์, นายพริษฐ์ ชิวารักษ์

Ref. code: 25636007030247EYR

และผศ.ดร.ประจักษ์ ก้องกีรติ พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้ติดตามการสื่อสารการเมืองและเข้าไปส่วนร่วมทางการเมืองตั้งแต่ช่วงก่อนการเลือกตั้ง

*“การติดตามจะเลือกคนมีความน่าเชื่อถือของข้อมูลนำเสนอส่วนที่เป็นข้อเท็จจริง ไม่ค่อยแสดงความคิดเห็นที่ใช้อารมณ์เกินไป หรือถ้าเวลาที่เขาแสดงความคิดเห็นอาจจะต้องมีเหตุผลมาประกอบด้วย”*

*“คนที่เราจะติดตามก็จะเป็น คนที่ตามการแสดงวิสัยทัศน์ของผู้สมัครหรือว่านำเสนอนโยบายของพรรคการเมืองเป็นหลัก เพราะว่าเป็นสิ่งที่ เราจะพิจารณาสำหรับการเลือกตั้งสนใจคนที่ทำคอนเทนต์เกี่ยวกับนโยบายพรรค อาจจะมีความคิดเห็นของเขาไปด้วยได้ เช่น ข้อดีข้อเสียของแต่ละพรรค”*

*“บุคคลกลุ่มนี้เขาจะรู้ทั้งด้านสถาบันแล้วก็การเมืองแล้วก็ประวัติศาสตร์เรื่องเก่าๆ เพราะว่าเขาจะมีข้อมูลที่อาจจะลึกกว่า ประชาชนทั่วไป”*

*“เราติดตาม Influencer หลายคนเหมือนพอเนื้อหาเป็นในทางเดียวกันก็โอเคฝั่งนี้ดีนะ แต่ว่าอีกฝั่งไม่ดีเราก็เวลาลงคะแนน เราก็เลือกฝั่งที่คิดว่ามันดีในที่หลายๆ คนก็คิดเหมือนกัน”*

*“จำนวนผู้ติดตามหรือยอดรีทวิตฯ จะบ่งบอกได้ว่ามีคนหลายคนเชื่อถือเขามีผลตรงที่ว่า อาจจะเป็นด้านจิตวิทยาที่ มันอาจจะเป็นตัวบ่งบอกที่ว่าสิ่งที่เขาทวีตขึ้นมามันมีเปอร์เซ็นต์สูง ที่จะเป็นเรื่องจริง ส่วนตัวแล้วเรารู้สึกว่าเราคิดว่าจะเชื่อถือเขาได้ ก็ประมาณ 1 หมื่นคนขึ้นไป”*

ลักษณะเนื้อหาการเมืองที่คนรุ่นใหม่ติดตามจากอินฟลูเอนเซอร์ หากแบ่งตามเหตุการณ์สำคัญๆ ทางการเมือง พบว่า เนื้อหาในช่วงเวลาดังกล่าว มีรายละเอียด ดังนี้

1. ประเด็นที่มาของนายกรัฐมนตรี
2.ที่มาและสัดส่วนของสภาผู้แทนราษฎรและสมาชิกวุฒิสภา (ส.ส.-สว.)
3.เหตุการณ์ยุบพรรคไทยรักษาชาติ
4. การเตรียมจัดการเลือกตั้ง

1.ประเด็นที่มาของนายกรัฐมนตรีที่มาจากทหาร ผู้ใช้งานต้องการกล่าวถึงตัวบุคคล คือ พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ถือได้ว่าเป็นประเด็นที่ผู้ใช้งานทวิตเตอร์ให้ความสนใจเป็นอย่างมาก จุดกระแสให้ผู้ใช้งานจำนวนไม่น้อยหันมาให้ความสนใจถึงขนาดมีการขุดคุ้ยประวัติย้อนหลังของนายกรัฐมนตรีในประเทศไทยว่ามีความเป็นมาเป็นไปอย่างไรบ้าง นำไปสู่การเคลื่อนไหวเรียกร้องไม่เอานายกรัฐมนตรีที่เป็นทหารจนเกิดการรณรงค์ให้ออกไปใช้สิทธิ์เลือกตั้งเพื่อสกัดกั้นการสืบทอดอำนาจของรัฐบาลคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ดูได้จาก #เลือกตั้งปี62 และข่าวสารจากสื่อมวลชน

Ref. code: 25636007030247EYR

จะพุ่งเป้าไปที่พฤติกรรมที่ส่อไปในทางทุจริตของรัฐบาลคสช. ซึ่งลักษณะเนื้อหาดังกล่าวคนรุ่นใหม่ต่างก็ให้ความสนใจ หรือประเด็นที่เกี่ยวข้องกับผู้สมัครรับเลือกตั้งของพรรคพลังประชารัฐ เป็นที่ทราบกันดีว่าพรรคพลังประชารัฐเป็นพรรคการเมืองที่ให้การสนับสนุนพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา กลับมาเป็นนายกรัฐมนตรีอีกสมัย

*“เรื่องภูมิหลังนักการเมืองหรือว่าเรื่องการโกง ค่อนข้างที่จะโน้มน้าวใจมากๆ เพราะว่าบางเรื่องไม่ได้รับรู้ข่าวสารมาจากสื่อมวลชน เรารับรู้ข่าวสารมาจากอินฟลูเอนเซอร์ เขามาสื่อสารในทวีตก็ค่อนข้างที่จะโน้มน้าวค่ะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกพอสมควร”*

*“ความคิดของคนเรามันสามารถเปลี่ยนแปลงได้อยู่ตลอดเวลาถ้าสมมุติมีข้อมูลใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา เช่น ตอนแรกๆ ที่พลเอกประยุทธ์เข้ามาบริหารประเทศ คอนเทนต์ในทวิตเตอร์จะแซวว่านายกฯเป็นคนตลก ช่วงแรกๆ คนยอมรับแต่พอหลังๆ เริ่มมีข้อมูลอะไรเพิ่มมากขึ้นว่า การบริหารงานมีปัญหา เขาทำอะไรดีไม่ดียังไง ทำให้เกิดการเปรียบเทียบว่าควรจะเลือกนายกประยุทธ์เข้ามาบริหารประเทศต่อไปหรือไม่”*

2.ประเด็นที่มาและสัดส่วนของสภาผู้แทนราษฎรและสมาชิกวุฒิสภา (ส.ส.-สว.) มีการกำหนดกติกาใหม่กำหนดให้โดยให้โครงสร้างของสมาชิกเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม คือ ให้มีสมาชิกวุฒิสภา 250 คน โดย 6 คนมาจากผู้บัญชาการเหล่าทัพและผู้บัญชาการตำรวจแห่งชาติโดยตำแหน่ง และมีโควต้าของทหาร โดยบทบาทของ สว.สามารถโหวตเลือกนายกรัฐมนตรีได้ การสื่อสารประเด็นดังกล่าว จะสื่อสารระหว่างกันผ่าน แฮชแท็ก #ไม่เอาสว.250 เพื่อให้ทราบว่าการเปลี่ยนแปลงสัดส่วนโครงสร้างในสภาจะก่อให้เกิดการสืบทอดอำนาจของพลเอกประยุทธ์ได้ สะท้อนปัญหาการบริหารประเทศ เป็นช่องทางของการทุจริตทางการเลือกตั้งทางอ้อม

*“ประวัติของผู้สมัครรับเลือกตั้งจากพรรคการเมืองต่างๆ หลังจากที่มีการจับสลากเลือกหมายเลขของผู้สมัคร หากผู้สมัครคนใดที่มีบทบาทโดดเด่น จะมีการไปขุดคุ้ยข้อมูลประวัติเก่าทั้งด้านการศึกษา การทำงาน ตลอดจนพฤติกรรมต่างๆมาเปิดเผยในทวิตเตอร์ ทำให้เราได้ทราบข้อมูลว่าใครมีคุณสมบัติอย่างไรบ้าง และควรจะตัดสินใจเลือกผู้สมัครของพรรคการเมืองพรรคใด หากพบว่าผู้สมัครคนใดที่มีประวัติไม่เหมาะสมจะรีทวิตส่งต่อข้อมูลไปยังบุคคลอื่น”*

3.เหตุการณ์ยุบพรรคไทยรักษาชาติ กลายเป็นปรากฏการณ์ร้อนแรงอย่างมากในทวิตเตอร์ที่ได้มีโอกาสเข้าไปมีส่วนร่วมกับประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสถาบันพระมหากษัตริย์ ทำให้เกิดการตั้งคำถามว่าทำไมสถาบันถึงเข้ามาเกี่ยวข้องและแทรกแซงในทางการเมืองได้

*“ช่วงนั้นมีการแสดงความคิดเห็นค่อนข้างหลากหลาย อย่างเช่น สถานะของทูลกระหม่อนหญิงอุบลรัตน์ราชกัญญา สิริโสภาพรรณวดี ไม่ได้มีพระยศในราชวงศ์เพราะสาเหตุอะไรจึงไม่สามารถลงสมัครรับเลือกตั้งได้ รูปแบบการเข้าไปมีส่วนร่วมจะมีการกดไลค์และรีทวิตเนื้อหาที่เป็น*

Ref. code: 25636007030247EYR

*ข้อเท็จจริง ถ้าถามว่ากลัวจะมีความผิดในทางคดีหรือไม่ ขณะนั้นไม่ได้กลัวเนื่องจากว่ายังไม่ค่อยมีบุคคลใดถูกดำเนินคดีตามกฎหมายในมาตรา 112"*

*"ช่วงเหตุการณ์ยุบพรรคไทยรักษาชาติ เหมือนเป็นการจุดประเด็นให้มองไปที่สถาบันพระมหากษัตริย์เพิ่มมากขึ้น เกิดคำถามว่าสถานะของทูลกระหม่อมเทียบเท่าบุคคลธรรมดาทำไมถึงลงเลือกตั้งไม่ได้"*

4.การเตรียมความพร้อมจัดการเลือกตั้ง ความเคลื่อนไหวทางเมืองเริ่มเกิดปรากฏการณ์เข้มข้น มีการรณรงค์ให้ออกไปใช้สิทธิเลือกตั้งจำนวนมากและรณรงค์ให้เลือกพรรคการเมืองหน้าใหม่ๆ เพื่อให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงรัฐบาล รวมถึงการตรวจสอบการทำหน้าที่ของคณะกรรมการจัดการเลือกตั้งว่าเป็นไปอย่างโปร่งใสหรือไม่ มีการเอื้อประโยชน์ให้กับพวกพ้องของตนเองหรือไม่

*"ช่วงการหาเสียงเลือกตั้ง จะเข้าไปติดตามการดีเบต อาจจะมีการดีเบตกันจากพรรคต่างๆ ก็จะมีเรื่องของการที่ # แล้วก็ได้เข้าไปดูค่ะว่าในนั้น ใครได้มาสรุปหรือว่าการลงคลิปวีดีโออะไรเอาไว้ เพราะว่าบางครั้งไม่ได้สะดวกติดตามจากข่าวก็จะเข้าไปติดตามดูใน # อาจจะรีทวิตบ้างหรือว่าแสดงความคิดเห็น มีทั้งที่ติด # และไม่ได้ติด จะมีส่วนร่วมแค่ในเรื่องของรีทวิตมากกว่าเหมือนเป็นการกระจายข่าว ให้คนเข้ามาดูมากขึ้น เกิดความสนใจมากขึ้นว่าผู้สมัครรับเลือกตั้งแต่ละบุคคลมีนโยบายหาเสียงอะไรบ้าง"*

*"ก่อนที่จะเลือกตั้งมีงานฟุตบอลประเพณีจุฬา-ธรรมศาสตร์ มีขบวนพาเหรดล้อเลียนการเมืองตรงกับช่วงหาเสียงด้วย นักการเมืองก็จะมีเป็นศิษย์เก่าของจุฬา-ธรรมศาสตร์ตอนนั้นมันมีทั้งกระแสว่ามากินพื้นที่หาสื่อแล้วก็เป็นการแบบว่าเป็นการดิสเครดิตกันเองระหว่าง 2 พรรคของพลังประชารัฐด้วยและพรรคอนาคตใหม่ด้วย ด้วยความที่พรรคอนาคตใหม่ ด้วยเขามาแรงมากๆ ในทวิฯ ด้วยความที่ (#) ต่างๆ มันส่งผลให้พรรคนี้มันดังขึ้นก็เลยเริ่มตามอนาคตใหม่จากในทวิตฯ ก่อนแล้วก็ไปตามในเฟสบุ๊ค พอมาถึงช่วงดีเบตกันเรื่องอะไรแล้ว จะตามดูคลิปจากรายการต่างที่นำมาลงมันจะได้ง่ายต่อการติดตามมากว่าดูจากแพลทฟอร์มอื่นๆ"*

*"ส่วนตัวจะค่อนข้างเปิดกว้างทางการเมืองมีอินฟลูเอนเซอร์คนหนึ่งมีการวิเคราะห์เรื่องที่มาของพลเอกประยุทธ์ ช่วงแรกเราก็แค่มองว่าเขาเข้ามาทำให้ ม็อบกปปส. มันซาลงแล้วการเมืองกลับมาเป็นปกติ เรามองแค่มันไม่มีการชุมนุม บ้านเมืองสงบ แต่ว่าพออีกมุมหนึ่งจากการติดตามทวิตฯ ที่มาของ พลเอกประยุทธ์ คือ รัฐประหาร ทำให้เราคิดต่อว่า ส่งผลอะไรยังไงบ้างมันก็เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติต่อการเมืองว่าเขาไม่ได้มาจากระบอบประชาธิปไตย ไม่ได้มาจากการเลือกตั้งของประชาชน ก็ส่งผลต่อความคิดเหมือนกัน"*

Ref. code: 25636007030247EYR

**รูปแบบการมีส่วนร่วมในเนื้อหาทางการเมืองกับอินฟลูเอนเซอร์ในทวิตเตอร์**

ในส่วนของรูปแบบการมีส่วนร่วมทางการเมือง พบว่า พฤติกรรมการเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมืองกับอินฟลูเอนเซอร์ค่อนข้างมีความหลากหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับลักษณะการใช้งานความสนใจทางการเมืองของแต่ละบุคคลตามสถานการณ์ อย่างเช่น การติดตามข่าวสารการเมือง แสดงความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติ ค่านิยมและอุดมการณ์ทางการเมืองของตนเองต่อเมื่อมีเหตุการณ์สำคัญๆ เกิดขึ้น บางคนมีพฤติกรรมการแสดงออกหรือโต้ตอบกับประเด็นที่ตนเองให้ความสนใจด้วยการกดไลค์ รีทวิต รีทวิตและแสดงความคิดเห็น แสดงความคิดเห็นเพียงอย่างเดียว และทวีตแสดงความคิดเห็นใหม่จากประเด็นที่กำลังเป็นกระแส โดยรูปแบบการนำเสนอที่ผู้ใช้งานให้ความสนใจมีความหลากหลาย เช่น การทวีตข้อความ รูปภาพ อินโฟกราฟฟิก คลิปวิดีโอ

หากเปรียบเทียบความน่าสนใจของรูปแบบในการนำเสนอของอินฟลูเอนเซอร์แต่ละประเภท พบว่า การนำเสนอโดยใช้อินโฟกราฟฟิก จะทำให้เกิดความเข้าใจง่ายมากกว่าการนำเสนอเป็นข้อความและรูปภาพประกอบ ส่วนคลิปวิดีโอ จะช่วยดึงดูดความสนใจด้วยภาพเคลื่อนไหวและเสียง รูปแบบของคลิปวิดีโอจะมีผลดีต่อการโน้มน้าวใจให้น่าติดตามโดยเฉพาะช่วงการแสดงวิสัยทัศน์ของตัวแทนผู้สมัครแต่ละพรรคการเมือง จะได้เห็นการแสดงออกครอบคลุมทุกบริบทการสื่อสารทั้งการสื่อสารด้วยภาษาและอวัจนภาษา ประกอบไปด้วยปฏิกิริยาไหวพริบของผู้สมัคร ทัศนคติทางการเมืองได้ชัดเจนมากกว่ารูปแบบอื่นๆ ขณะเดียวถ้าหากข้อมูลข่าวสารนั้นเป็นประเด็นที่อยู่ในกระแสสังคม เหตุการณ์นั้นมีผลกระทบโดยตรงต่อสิทธิและเสรีภาพทางการเมือง ผู้ใช้งานจะทำการส่งต่อข้อมูลดังกล่าวเชื่อมโยงกับสื่อสังคมออนไลน์ประเภทอื่นๆ เช่น อินสตาแกรม กล่องข้อความ ไลน์

*“การเข้าไปมีส่วนร่วมบางครั้งจะใช้ฟังค์ชั่นรีทวิตอย่างเดียว พอรีทวิตเสร็จถ้าข่าวไหนน่าสนใจหรือเป็นกระแสอยู่ตอนนี้ จะมีการแท็ก และส่งต่อไปลงในอินสตาแกรมส่วนตัว หรือลงไอจีสตอรี่ เหมือนเป็นการบอกข่างสารเพื่อนต่อไปด้วย ถ้าเป็นข่าวเรื่องการเมืองจะมีการส่งลิ๊งค์ไปให้เพื่อนในกล่องข้อความหรือส่งต่อไปในช่องทางอื่นอย่างเช่น ไลน์ เพื่อนที่จะพูดถึงประเด็นนี้กันต่อกับเพื่อนๆ ค่ะ”*

*“การรีทวิตจะขึ้นอยู่กับประเด็นและหัวข้อ ถ้าเป็นเรื่องของการเมืองส่วนใหญ่ก็จะรีทวิตกันเยอะเหมือนกัน อาจจะมีการทวีตเอง และพูดต่อบางในกรณีที่เป็นประเด็นที่น่าสนใจหรือเป็นประเด็นที่เรามีความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องที่เรารู้สึกว่าเราอยากจะแสดงความคิดเห็นแล้วก็ต้องการมี Interaction กับคนที่เขาเป็นเจ้าของทวิตฯ ด้วยค่ะ จะใช้การทวีตข้อความเองเป็นหลักแต่ถ้าเราอยากพูดในคอมเมนต์ที่เราคิดเอง หรือว่าเป็นสิ่งที่เราไม่อยาก*

Ref. code: 25636007030247EYR

*จะให้ไปอิงมากค่ะ เราก็จะทวีตแยกออกมาแล้วก็อาจจะมีใช้การกดไลค์บ้างบางครั้งถ้าอยากเก็บไว้ไม่ให้มันแบบหายไป หรือว่ามันแบบเหมือนจมไปในแบบยอดทวีต”*

ส่วนรูปแบบการใช้งานที่ไม่ใช่การรีทวิตข้อความจากบุคคลอื่น คือ การทวีตข้อความเพื่อแสดงความคิดเห็นหรือแสดงจุดยืนส่วนตัวในทางการเมือง พฤติกรรมของผู้ใช้งานในลักษณะนี้จะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อประเด็นในการสื่อสารการเมืองเรื่องนั้นๆ มีผลกระทบโดยตรง มีการติดตามข่าวสารนั้นๆ มาอย่างต่อเนื่อง โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อต่อการสื่อสารความคิดเห็นทางการเมืองของตนเองกับผู้ใช้งานในทวิตเตอร์บัญชีอื่นๆ ผู้ติดตามหรือบุคคลที่เป็นเจ้าของเนื้อหาทวีตโดยตรงได้รับรู้และเข้าใจความหมายของประเด็นที่ต้องการสื่อสารให้มีการกระจายข่าวสารออกไปจำนวนมากจากการรีทวิต ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้งานมีจำนวนผู้ติดตามเพิ่มมากขึ้น เว้นแต่ว่าถ้าผู้ใช้งานไม่ได้ต้องการให้ข้อมูลนั้นเป็นประเด็นที่มีการพูดต่อๆ กันไปจำนวนมากก็จะเลือกแสดงความคิดเห็นผ่านช่องแสดงความคิดเห็น (Comment) ของทวิตฯ นั้นเพียงอย่างเดียว หรืออาจจะเลือกแสดงออกแค่เพียงกดไลค์เนื้อหานั้นๆ แทนเปรียบเสมือนเป็นการแสดงให้เห็นว่าเราให้สนใจประเด็นนั้นและปักหมุดเพื่อไม่ให้ทวิตที่เราให้ความสนใจหายไปเมื่อต้องการย้อนกลับมาดู หรืออาจจะมีการนำเสนอประเด็นใหม่ขึ้นแต่มีความเกี่ยวข้องกันมาทดแทน หรืออาจจะใช้รูปแบบการมีส่วนร่วมด้วย

*“ใช้งานทั้ง 2 ส่วน คือ ทวีตข้อความเองและรีทวิตพอๆ กัน แต่ส่วนใหญ่จะชอบใช้การทวีตเองมากกว่า โดยเฉพาะเรื่องที่รู้สึกว่าเรามีความคิดเห็นที่ต่างจากเขา ต้องการ Interaction เดี๋ยวนั้น เราก็ต้องการทวีตเลยทันที รู้สึกว่าบางเรื่องที่เขาพิมพ์ไปความที่ว่าทวิตเตอร์มันเร็ว ก็อาจจะยังไม่ได้ไตร่ตรองก่อน มันจะทำให้มีข้อมูลที่ผิดออกมาจำนวนมากด้วยความที่ว่าทวิตเตอร์เนี่ย ถ้าเราไม่ได้ขยันทำเป็นเทรดเนี่ยมันก็พิมพ์ได้แค่ 40-280 ตัวอักษรมันสามารถส่งต่อข้อมูลที่ผิดได้ด้วยความที่พอมันเร็วมากข้อเสียมันก็คือความผิดมันก็จะมีมากขึ้นตามความเร็วของมันก็เลยชอบใช้ทวิตมากกว่า”*

*“การรีทวิตข่าวสารเปรียบเสมือนการตรวจสอบข้อมูลที่ได้รับมาไปในตัวจะสามารถแยกแยะได้ว่า ข้อมูลข่าวสารประเภทใดที่เป็นข้อเท็จจริงหรือข่าวลวงข่าวหลอก มีปั่นกระแสจากผู้ใช้งานในสื่อสังคมออนไลน์ด้วยกันเองหรือไม่ ถ้าพบว่าข้อมูลข่าวสารที่ตนเองรีทวิต ถูกนำเสนอด้วยข้อความที่บิดเบือนก็จะทราบข้อเท็จจริงได้จากผู้ใช้งานคนอื่นที่เข้ามาแสดงความคิดเห็นจากการคอมเมนต์ในทวิตฯ ชี้แจงจากการรีทวิตและอ้างถึงเหตุผลประกอบหรือนำข้อมูลที่ถูกต้องมานำเสนอเพิ่มเติมเพื่อให้ผู้ใช้งานรีทวิตข้อมูลที่ถูกต้องต่อไปได้”*

กล่าวอ้างถึง คือ การเมนชั่นทวีต (Mention) การสื่อสารรูปแบบนี้เป็นการสื่อสารการเมืองทางตรงเช่นเดียวกัน เมื่อผู้ที่ถูกเมนชั่นได้รับข้อมูลข่าวสารดังกล่าวจะเกิดปฏิกิริยาการ

Ref. code: 25636007030247EYR

โต้ตอบระหว่างกัน แลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและแชร์ต่อกันไปจำนวนมาก การกล่าวอ้างถึง (Mention) จะมีการใช้ควบคู่ไปกับการติดแฮชแท็กด้วย เพื่อให้เนื้อหาทวีตนั้นติดเทรนด์จะทำให้คนที่สนใจสามารถพบเนื้อหานั้นๆ ได้ และอาจจะกลายเป็นกระแสสังคมต่อไปได้

การเลือกใช้แฮชแท็ก (#) ในการสื่อสารการเมือง เป็นอีกหนึ่งรูปแบบการสื่อสารที่มีความน่าสนใจแฮชแท็กกลายเป็นฟีเจอร์ที่ได้รับความนิยมอย่างยิ่งในการสื่อสารการเมืองในทวิตเตอร์ จุดเด่นของ แฮชแท็ก (#) จะทำให้ผู้ใช้งานเพื่อได้ติดตามดูบทสรุปของประเด็นที่สังคมกำลังพูดถึง ซึ่งในช่วงก่อนการเลือกตั้งมีการติดแฮชแท็กที่ได้รับความสนใจหลายปรากฏการณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งช่วงที่ผู้สมัครได้แสดงวิสัยทัศน์ทางการเมืองผู้ใช้งานก็มีการติดแฮชแท็ก เช่น #อนาคตใหม่ #ไม่เอาการสืบทอดอำนาจของคสช. #เชียร์ลุงมิ่ง เมื่อมีการค้นหาแฮชแท็กโดยการใช้คีย์เวิร์ดดังกล่าวเนื้อหาที่เกี่ยวข้องก็จะปรากฏขึ้นมาทั้งข้อความที่มีการทวีต คลิปวิดีโอ คำพูดที่เป็นไฮไลท์สำคัญๆ ซึ่งส่งผลกระทบต่อการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในประเทศ ผู้ใช้งานจะได้ไม่พลาดประเด็นที่มีความสำคัญ และภายหลังจากที่ได้รับชมจะมีการแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นดังกล่าวด้วยการใช้แอชแท็กเดียวกัน อาจจะมีการแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมเพื่อส่งต่อความคิดทางการเมืองให้กับผู้ที่ติดตามในทวิตฯ ยกตัวอย่างปรากฏการณ์ที่น่าสนใจ คือ

*“ช่วงที่มีการจัดงานฟุตบอลประเพณีจุฬา-ธรรมศาสตร์ ภายในงานมีขบวนพาเหรดล้อเลียนการเมือง ซึ่งตรงกับช่วงเวลาที่พรรคการเมืองกำลังหาเสียงเลือกตั้ง ขณะนั้นพรรคอนาคตเป็นพรรคการเมืองที่กำลังมาแรงเป็นที่ชื่นชอบในกลุ่มของนิสิต นักศึกษาโดยเฉพาะในทวิตเตอร์จากแฮชแท็ก #ฟ้ารักพ่อ ทำให้ คุณธนาธร จึงรุงเรืองกิจ ได้รับคะแนนนิยมอย่างล้มหลามและนำแฮชแท็กดังกล่าวไปต่อยอดเป็นคำว่า พ่อก็รักฟ้า จนกลายเป็นกระแสไวรัลในโซเชียลที่แชร์ต่อๆ กันไปอย่างถล่มทลาย”*

**กระบวนการตัดสินใจเลือกตั้งของคนรุ่นใหม่ปี 2562**

แม้ว่าการเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมืองในประเด็นที่สังคมให้ความสนใจผ่านผู้นำความคิดหรืออินฟลูเอนเซอร์จะมีผลต่อการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของคนรุ่นใหม่ในทิศทางใดทางหนึ่ง แต่กระบวนการก่อนการตัดสินใจ ยังมีประเด็นที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ที่กลุ่มตัวอย่างนำมาใช้เป็นเกณฑ์ประกอบการพิจารณาร่วมกับข้อมูลที่ได้รับมาจากอินฟลูเอนเซอร์ทางการเมือง มีรายละเอียดดังนี้

กระบวนการตัดสินใจในเบื้องต้น เมื่อได้รับข้อมูลมาจากทวิตเตอร์จากการติดตามอินฟลูเอนเซอร์ ผู้ใช้งานจะนำข้อมูลทั้งหมดที่ได้รับมาประมวลผลในขั้นตอนแรกก่อน กล่าวคือ มีการตรวจสอบข้อมูลที่ได้รับว่ามีความน่าเชื่อถือมากน้อยเพียงใดโดยการใช้กระบวนการเปรียบเทียบกับสื่ออื่นๆ ทั้งสื่อกระแสหลัก สื่อออนไลน์ที่มีสำนักข่าวต่างๆ และส่งต่อข้อมูลที่ได้รับมาไปยังผู้ใช้งาน

Ref. code: 25636007030247EYR

รายอื่นๆ ที่มีความสนใจติดตามข่าวสารการเมืองหรือประเด็นที่สังคมให้ความสนใจในช่วงเวลาดังกล่าว เพื่อให้มีการตรวจสอบย้อนกลับอีกทาง ถ้าหากพบว่าข่าวสารดังกล่าวไม่ใช่ข้อเท็จจริงจะมีผู้ที่รับทราบข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงนำข้อมูลดังกล่าวเพื่อให้เกิดการเผยแพร่ในทางที่ถูกต้อง หรือให้ผู้ใช้งานได้ร่วมกันแสดงความคิดความเห็นจนกระกว่าจะเกิดความกระจ่าง ซึ่งในบางประเด็นผู้ที่ได้รับผลกระทบจากข้อมูลที่นำเสนอโดยตรงก็อาจจะต้องออกมาชี้แจงผ่านสื่อด้วยตนเองจะทำให้ข้อมูลนั้นมีน้ำหนักในการตัดสินใจมากยิ่งขึ้น ในทางกลับกันถ้าหากข้อมูลหรือการแสดงความคิดเห็นของผู้ทรงอิทธิพลที่ติดตามมีลักษณะการบิดเบือน หรือเป็นข่าวลวง (FakeNews) ก็จะเกิดผลกระทบตามมาทันที เพราะจะทำให้ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดคนดังกล่าวขาดความน่าเชื่อถูกมองว่ามีความพยายามที่จะใส่ร้ายป้ายสีบุคคลที่ตนเองเห็นต่างซึ่งจะมีผลให้เกิดพฤติกรรมอื่นๆ ตามมา เช่น การเลิกติดตามหรืออาจจะถูกแบนจากผู้ใช้งาน

*“อาจจะไปเปรียบเทียบกับสื่อที่เป็นทางการ อย่างเช่น สำนักข่าวบางครั้งก็มาเปรียบเทียบกับคนที่เป็นฟิกเกอร์คนธรรมดาหลายๆ คนหรือว่าหลายๆ Account ว่าเขาคิดเห็นตรงกันหรือว่าอะไรคือความคิดเห็นแนวทางไปทางไหนอะไร แล้วก็ค่อยๆ ดูเปรียบเทียบกันไปที่เวลาแล้วก็ถ้ามันมีแนวโน้มว่ามีคนน่าเชื่อถืออะไรอย่างนี้ก็จะทำให้เราเชื่อมากขึ้น”*

*“เทียบกับสื่อออนไลน์กับสื่อโทรทัศน์ก็คือจะเอาทวิตไปดูว่ามันตรงกับข่างโทรทัศน์ที่เขานำเสนอไหมแต่ว่าส่วนใหญ่แล้วก็ยังเชื่อในทวิตมากกว่าเพราะว่ามันมีการแชร์พวกข่าวจากสื่อโทรทัศน์ลงมาอยู่แล้ว”*

*“ดูจากในทวิตมาก่อนแล้วไปดูข่าวสารในทีวีแต่ว่ายิ่งมันเป็นข่าวสารที่มันตรงข้ามกันกับฝ่ายรัฐบาลหนูก็เลยไม่ค่อยได้เชื่อในทีวีสักเท่าไหร่เพราะเขาก็อาจจะไม่กล้าบอกข่าวสารที่มันจริงทั้งหมดก็จะเลือกเชื่อในทวิตบางส่วนมากกว่า”*

*“จะไปเปรียบเทียบกับพวกข่าวที่เป็น Official Account ผมก็จะมีการไปคว้าแพลตฟอร์มดูเฟซบุ๊ค ถึงแม้จะเป็น Chanel เดียวกันช่องเดียวกันเปลี่ยนแพลตฟอร์ม User ที่ติดตามก็จะมีความคิดเห็นไม่เหมือนกันคิดว่า Offline tv ไม่ค่อยน่าเชื่อถือ”*

อีกด้านหนึ่งกระบวนการตรวจสอบข้อมูลก่อนการตัดสินใจลงคะแนนเสียงผู้ใช้งานจะหาข้อมูลอื่นๆ ที่เป็นแหล่งข้อมูลทางตรงที่เกี่ยวข้องกับพรรคการเมืองตัวผู้สมัครที่ตนเองมีอยู่ในใจผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ ทั้งแฟนเพจเฟซบุ๊กของพรรคการเมืองที่สังกัด เฟซบุ๊กส่วนบุคคล ทวิตเตอร์เพื่อติดตามดูการเคลื่อนไหวทางการเมือง อาทิ การนำเสนอนโยบายของพรรค วิสัยทัศน์และไหวพริบของผู้สมัคร คุณสมบัติในการเป็นผู้แทนประชาชน ยกตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตัดสินใจลงคะแนนเสียงให้กับพรรคอนาคตใหม่ กระบวนการตัดสินใจก่อนจะลงคะแนนเสียงในช่วงเวลาดังกล่าว จะเปรียบเทียบกับพรรคการเมืองที่เป็นตัวเลือกอยู่ในใจ

Ref. code: 25636007030247EYR

ขณะนั้น คือ พรรคอนาคตใหม่ พรรคเพื่อไทย และพรรคเศรษฐกิจใหม่ แต่ปัญหาของการตัดสินใจในครั้งนี้มีข้อจำกัด จากการแก้ไขกฎหมายรัฐธรรมนูญและการปรับเปลี่ยนวิธีการเลือกตั้งตามกฎหมายประกอบรัฐธรรมนูญ ว่าด้วยการเลือกตั้ง กำหนดให้มีบัตรเลือกตั้งเพียงใบเดียว ทำให้เราไม่สามารถเลือกคนและเลือกพรรคได้ ต้องตัดสินใจทางใดทางหนึ่ง ซึ่งในเขตเลือกตั้งที่บ้านไม่มีผู้สมัครของพรรคเพื่อไทย ขณะที่พรรคไทยรักษาชาติก็ถูกยุบพรรคและผู้สมัครถูกตัดสิทธิ์ทางการเมืองไปก่อนหน้านี้ จึงเหลืออยู่เพียงแค่สองพรรคการเมืองที่เป็นตัวเลือกในใจคือ พรรคอนาคตใหม่ และพรรคเศรษฐกิจใหม่ โดยปัจจัยที่ใช้เป็นตัวตัดสินใจลงคะแนนในครั้งนี้ คือ นโยบายของพรรค และความนิยมของประชาชนที่เป็นกลุ่มคนวัยเดียวกัน โดยพิจารณาประกอบการข้อมูลที่มีการประชันวิสัยทัศน์ผ่านทางทวิตเตอร์ที่ผู้ทรงอิทธิพลในวิเคราะห์ไว้ก่อนหน้านี้ก่อการตัดสินใจลงคะแนนเสียง

*“ดูวิสัยทัศน์ ดูความฉลาดของคนที่มาสมัครที่จะมาเป็นผู้นำค่ะแล้วก็ลักษณะท่าทางมารยาท สิ่งพื้นฐานที่แบบควรมี”*

*“มีการช่างน้ำหนัก 3 พรรคก็คือ เพื่อไทย เศรษฐกิจใหม่ ด้วยความที่ตอนแรกจะเลือกเพื่อไทย แต่ว่าในเขตบ้านไม่มีตอนแรกจะมีการชิงของพรรคทูลกระหม่อมกับพรรคอนาคตใหม่ แต่ว่าพอตัดพรรคนั้นออกก็เลยไม่มีเพื่อไทยให้เลือกในเขตผม ก็เลยแข่งกันระหว่างคุณมิ่งขวัญ – คุณธนาธร ว่าควรจะเลือกใครซึ่งอย่างประชาธิปัตย์คณะทำงานมันไม่โปร่งใส ตั้งแต่แรกอยู่แล้วถ้าเลือกเขาไปมันก็จะมีการคอร์รัปชันเกิดขึ้น ต่อที่เลือกอนาคตใหม่ก็เพราะว่าวิสัยทัศน์เขามันแปลกจากพรรคอื่นตรงที่ว่าเขาเลือกที่จะหยิบประเด็นที่มันมีปัญหาจริงๆขึ้นมาพูดมากกว่าคนอื่นๆ ที่พูดเรื่องเดิมๆ ”*

*“ลังเลระหว่างอนาคตใหม่กับเศรษฐกิจใหม่เหมือนกัน จากที่ได้ดูเรื่องของการดีเบตมีการพูดถึงนโยบายก็รู้สึกสนใจนโยบายของคุณมิ่งขวัญ จะมีพรรคอนาคตใหม่และเศรษฐกิจใหม่ที่สนใจ”*

*“เพื่อไทยกับอนาคตใหม่ เพราะเพื่อไทยนโยบายเขาค่อนข้างชูเรื่องเศรษฐกิจความเป็นอยู่ของคนในประเทศเป็นหลักส่วนที่มองอนาคตใหม่ เพราะว่าอนาคตใหม่มีนโยบายที่พรรคอื่นนำเสนอน้อยก็คือ การยุติการสืบทอดอำนาจของประยุทธ์ แต่สุดท้ายเลือกอนาคตใหม่ เนื่องจากเรามองการเมืองที่ผ่านมา ก่อนการเลือกตั้งปัญหาหลักคือประยุทธ์สืบทอดอำนาจของตัวเองโดยเลือกสว.มาเลือกตัวเองอีกที เลือกอนาคตใหม่ต้องการที่จะให้ปัญหานี้มันถูกแก้ไปแล้วค่อยดูการทำงานของอนาคตใหม่ว่า 4 ปี ถ้าเขาพัฒนาไม่ได้เราก็ไปเลือกเพื่อไทยที่มองว่าเขามีเกมส์การเมืองที่ดี สามารถแก้ปัญหาเศรษฐกิจของประเทศได้ก็เลยเลือกอนาคตใหม่ เพื่อที่จะหยุดปัญหานี้ก่อน”*

Ref. code: 25636007030247EYR

นอกจากนี้ปัจจัยจากสภาพแวดล้อมภายนอกอย่างครอบครัว นับว่ามีส่วนสำคัญต่อกระบวนการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเช่นเดียวกัน เขตการเลือกที่ในอยู่ในพื้นที่ต่างจังหวัดยังมีการซื้อสิทธิ์ขายเสียงพรรคการเมืองและผู้สมัครใช้วิธีการแจกเงิน แจกขายเพื่อหวังได้คะแนนนิยมมาเป็นของฝ่ายตนเอง มีการโน้มน้าวจูงใจผ่านผู้นำท้องถิ่นในการเป็นหัวคะแนน ส่งผลให้หลายครอบครัวมีความคิดทางการเมืองที่เห็นต่างกัน บางครอบครัวที่ได้รับอามิสสินจ้างจากบรรดาพรรคการเมืองและผู้สมัครก็จะตัดสินใจลงคะแนนเสียงให้พรรคการเมืองที่ตนได้รับเงินเสมือนกับเป็นสัญญาและพยายามที่จะหว่านล้อมคนในครอบครัวให้เห็นพ้องไปในทิศทางเดียวกัน จึงเป็นอีกปัจจัยนึงที่ถูกนำมาประกอบการพิจารณาก่อนการตัดสินใจลงคะแนนเสียงในการเลือกตั้งxครั้งนี้ด้วย

*“ที่ชัยภูมิคนในครอบครัวเล่าว่า เขามาล่ารายชื่อ จดรายชื่อ แล้วแจกเงิน แต่ครอบครัวเลือกพรรคพลังประชารัฐเพราะชื่นชอบเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว”*

*“ถ้าแม่รับเงินมาก็รับมา แต่เราก็เลือกในสิ่งที่อยากเลือก ครอบครัวไม่ได้คุยเรื่องการเมืองกัน เพราะชอบไม่เหมือนกันเวลาคุยกันจะมีปัญหาเลยตัดปัญหาไม่คุยกัน”*

กล่าวโดยสรุป กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยพบว่า ช่วงการเลือกตั้งสื่อสังคมออนไลน์ที่มีบทบาทสำคัญทางการเมือง คือ ทวิตเตอร์ ได้เข้ามามีบทบาทเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการสื่อสารและสร้างการมีส่วนร่วมทางการเมืองของคนรุ่นใหม่ เนื่องจากทวิตเตอร์ได้ทลายข้อจำกัดในเชิงพื้นที่ เวลา แสดงออกทางความคิดได้อย่างเสรีไม่มีการปิดกั้น ปัจจัยดังกล่าวจึงทำให้คนรุ่นใหม่ใช้งานทวิตเตอร์ในการติดตามความเคลื่อนไหวทางการเมืองทดแทนสื่อกระแสหลักที่มีข้อจำกัดทางด้านการสื่อด้านในปัจจุบัน ขณะเดียวกันคุณลักษณะของการเป็นพื้นที่สาธารณะของทวิตเตอร์ เป็นปัจจัยเอื้อให้เกิดการสร้างตัวตนของผู้ใช้งานจำนวนมาก รวมไปถึงการเกิดขึ้นของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดหรืออินฟลูเอนเซอร์ทางการเมือง ได้เข้ามาทำหน้าที่รายงานความเคลื่อนไหวทางการเมืองที่เกิดขึ้นในช่วงการเลือกตั้ง มีการแสดงออกทางความคิด ทัศนคติ อุดมการณ์ทางการเมืองของตนเอง ตลอดจนตรวจสอบการทำงานวิพากษ์วิจารณ์ของบริหารงานของรัฐบาลในยุคปัจจุบันและมีบทบาทในการติดตามความเคลื่อนไหวของพรรคการเมืองและผู้สมัครเลือกตั้งในช่วงก่อนการเลือกตั้งอย่างใกล้ชิด ส่งผลให้มีผู้ใช้งานที่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ติดตามพฤติกรรมการสื่อสารทางการเมืองจำนวนมาก ได้เข้าไปมีส่วนร่วมอย่างเช่น การส่งต่อข่าวสารทางการเมือง ความคิดเห็น อุดมการณ์ทางการเมืองของผู้ทรงอิทธิพลที่สอดคล้องกับความคิดของตนเอง อินฟลูเอนเซอร์มีส่วนสำคัญในการจูงใจให้คนรุ่นใหม่เข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองในรูปแบบที่มีความหลากหลาย นำไปสู่การเปลี่ยนพฤติกรรม ทัศนคติ และอุดมการณ์ทางการเมือง ซึ่งส่งผลการตัดสินใจลงคะแนนเสียงของคนรุ่นใหม่

Ref. code: 25636007030247EYR

เป็นอย่างมาก ข้อมูลที่ปรากฏในการทวีตข้อความต่างๆ ถูกนำมาใช้ประกอบการพิจารณาการตัดสินใจลงคะแนนเสียงร่วมกับแหล่งข้อมูลข่าวสารในด้านอื่นๆ ทั้งที่เป็นแหล่งข้อมูลทางตรงและทางอ้อมในการเลือกตั้งปี 2562 ครั้งนี้ด้วย



Ref. code: 25636007030247EYR

# บทที่ 5
# สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง อิทธิพลของอินฟลูเอนเซอร์ในทวิตเตอร์ที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองและการตัดสินใจเลือกตั้งของคนรุ่นใหม่ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรกปี 2562 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิเคราะห์พฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองในสื่อสังคมออนไลน์ทวิตเตอร์ของคนรุ่นใหม่ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรก และวิเคราะห์อิทธิพลของอินฟลูเอนเซอร์บนโลกออนไลน์มีผลต่อความคิดทางการเมืองและนำไปสู่พฤติกรรมการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้งทั่วไปปี2562 ของคนรุ่นใหม่ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรก โดยจากการศึกษาทั้งหมดผู้วิจัยได้นำมาสรุปผลการศึกษา โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

## 5.1 ผลการศึกษาเนื้อหาที่อินฟลูเอนเซอร์ทางการเมืองนำเสนอในทวิตเตอร์

พบว่า อินฟลูเอนเซอร์ใช้เนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจ ดึงดูดการติดตาม ส่งสารไปยังคนรุ่นใหม่ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรก ซึ่งอินฟลูเอนเซอร์แต่ละบุคคลจะมีทัศนคติและอุดมการณ์ทางการเมืองที่แตกต่างกัน โดยมีจุดมุ่งหมายให้คนรุ่นใหม่ที่เป็นผู้ติดตามในทวิตเตอร์ได้เข้าใจสภาพปัญหาทางการเมืองตามความเชื่อของตนเอง โดยมุ่งหวังให้เกิดพฤติกรรมการแสดงออกทางการเมืองในทางใดทางหนึ่งนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงผลการเลือกตั้ง ตามช่วงที่เกิดเหตุการณ์การเมืองสำคัญๆ **ทั้งหมด 4 เหตุการณ์** ได้แก่

1. การหาเสียงเลือกตั้งแสดงวิสัยทัศน์การเมือง (วันที่ 23 - 26 ก.พ.62)
2. การแต่งตั้งคณะกรรมการสรรหาสมาชิกวุฒิสภา 250 คน
(วันที่ 24 ก.พ. – 7 มี.ค.62)
3. ศาลตัดสินยุบพรรคไทยรักษาชาติ (วันที่ 8 - 10 มี.ค.62)
4. การจัดเตรียมการเลือกตั้งของคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.)
(วันที่ 11 – 23 มี.ค. 62)

**1. ช่วงการหาเสียงเลือกตั้งแสดงวิสัยทัศน์การเมือง**

ผลการศึกษาเนื้อหาของอินฟลูเอนเซอร์ทั้ง 5 คนในส่วนนี้พบว่า ประเด็นที่มีการสื่อสารกับผู้ติดตามในสื่อสังคมออนไลน์ทวิตเตอร์ช่วงที่มีการแสดงวิสัยทัศน์ทางการเมืองของผู้สมัครรับเลือกตั้ง มีการใช้รูปแบบการนำเสนอผ่านสื่อสังคมออนไลน์ทวิตเตอร์ที่มีความหลากหลาย

Ref. code: 25636007030247EYR

ประกอบไปด้วย การนำเสนอด้วยข้อความ รูปภาพ คลิปวิดีโอ การเชื่อมโยงกับเว็บไซต์ข่าว การแสดงความคิดเห็นและแชร์ข้อมูลที่มีเนื้อหาทางการเมืองจากบุคคลอื่น การแสดงความคิดเห็นร่วมกับอ้างอิงชื่อของบุคคลที่ต้องการจะสื่อสารโดยตรง และแชร์คอนเทนท์จากโซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มอื่นๆมายังทวิตเตอร์ การติดแฮ็ชแท็กเนื้อหาที่กำลังเป็นกระแสในสังคม อย่างเช่น #เลือกตั้ง62 #เลือกตั้งล่วงหน้า #พรบไซเบอร์ #ยุบพรรค #ไทยรักษาชาติ # การเลือกใช้ภาษาในการนำเสนอจะมีรูปแบบเป็นกันเอง ใช้คำพูดตรงประเด็น เข้าใจง่าย มีการประชดประชันผ่านการสร้างวาทกรรมทางการเมือง หรือพูดในเชิงตั้งคำถามกับผู้ติดตามให้เข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นในประเด็นที่อินฟลูเอนเซนกำลังพูดถึง

ลักษณะเนื้อหาในการนำเสนอ มีการแสดงออกถึงทัศนคติ ค่านิยมและจุดยืนทางการเมืองของตนเอง จะให้ความสำคัญกับการตั้งคำถามในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการแสดงวิสัยทัศน์ของผู้สมัครรับเลือกตั้ง โดยเฉพาะพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ที่ปฏิเสธการร่วมดีเบตกับผู้สมัครของพรรคอื่นๆ โดยเปรียบเทียบกับอดีตนายกรัฐมนตรีในแต่ละยุคที่เข้าร่วมดีเบตทางการเมือง ยกเว้นนางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร ที่ไม่ได้เข้าร่วมการดีเบตในช่วงลงสมัครรับเลือกตั้ง ปัญหาจากการใช้กฎหมายเป็นเครื่องมือเอื้อผลประโยชน์ต่อตนเองและพวกพ้องลดทอนการแข่งขันของพรรคการเมืองฝ่ายตรงข้าม ประเด็นที่เกี่ยวกับผลงานของรัฐบาล ประเด็นที่เกี่ยวกับการดำเนินคดีทางการเมืองในช่วงการแข่งขันเลือกตั้งกับพรรคอนาคตใหม่ถูกมองว่าเป็นความพยายามของรัฐบาลในการสกัดกั้นเข้าสู่อำนาจทางการเมือง และประเด็นที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายสำคัญๆ ที่ถูกหยิบยกขึ้นมาพิจารณาในรัฐบาลคสช. และมีผลกระทบต่อสิทธิ์มนุษยชน อย่างเช่น ร่างพระราชบัญญัติความมั่นคงทางไซเบอร์ และร่างพระราชบัญญัติข้าว

**2. การแต่งตั้งคณะกรรมการสรรหาสมาชิกวุฒิสภา 250 คน**

ผลการศึกษาเนื้อหาการเมืองของอินฟลูเอนเซอร์ทั้ง 5 คนพบว่า ประเด็นที่มีการสื่อสารกับผู้ติดตามในสื่อสังคมออนไลน์ทวิตเตอร์ช่วงที่มีการแต่งตั้งคณะกรรมการสรรหาสมาชิกวุฒิสภา 250 คน มีการใช้รูปแบบการนำเสนอผ่านสื่อสังคมออนไลน์ทวิตเตอร์ที่มีความหลากหลาย ประกอบไปด้วย การนำเสนอด้วยข้อความ รูปภาพ คลิปวิดีโอ การเชื่อมโยงกับเว็บไซต์ข่าว การแสดงความคิดเห็นและแชร์ข้อมูลที่มีเนื้อหาทางการเมืองจากบุคคลอื่น การแสดงความคิดเห็นร่วมกับอ้างอิงชื่อของบุคคลที่ต้องการจะสื่อสารโดยตรง และแชร์คอนเทนท์จากโซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มอื่นๆมายังทวิตเตอร์ การติดแฮ็ชแท็กเนื้อหาที่กำลังเป็นกระแสในสังคม อย่างเช่นแฮ็ชแท็ก #Savethaipepple #ดีเบต #เลือกตั้ง62 การเลือกใช้ภาษาในการนำเสนอจะมีรูปแบบเป็นกันเองใช้คำพูดตรงประเด็น เข้าใจง่าย มีการประชดประชันผ่านการสร้างวาทกรรมทางการเมือง หรือพูดในเชิงตั้งคำถามกับผู้ติดตามให้เข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นใน และตั้งหัวข้อโพลในประเด็นทางการเมืองที่

Ref. code: 25636007030247EYR

อยู่ในกระแสสังคมเวลานั้น เพื่อให้สมาชิกผู้ติดตามได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นประเด็นที่อินฟลูเอนเซนกำลังพูดถึง

ลักษณะเนื้อหาที่มีการสื่อสาร มีการวิพากษ์วิจารณ์ตัวบุคคลตั้งแต่ผู้นำรัฐบาล แกนนำรัฐบาลและผลการบริหารประเทศที่ผ่านมาของรัฐบาลคสช. การใช้อำนาจโดยมิชอบตามหลักประชาธิปไตยรวมถึงการร่างกติกาในกฎหมายรัฐธรรมนูญและการระบบการเลือกตั้งแบบจัดสรรปันส่วนผสมที่เอื้อต่อการสืบทอดอำนาจโดยเฉพาะที่มาของวุฒิสภา (สว.) คณะกรรมการสรรหาสว.มีที่มาจากคนของคสช. ซึ่งจะมีสิทธิ์โหวตเลือกนายกรัฐมนตรี วิพากษ์วิจารณ์บรรณาธิการของสื่อแห่งหนึ่งที่เขียนคอลัมน์พาดพิงในประเด็นเรื่องการสืบทอดอำนาจ การใช้วาทกรรมการเมือง คำว่า เผด็จการ เพื่อสร้างภาพให้พรรคพลังประชารัฐและพรรคแนวร่วมถูกมองแบบเหมารวม ว่า มีแนวคิดเผด็จการ วิพากษ์วิจารณ์นโยบายของพรรคการเมืองแต่ละพรรค โดยเฉพาะนโยบายที่ไม่สามารถแก้ไขปัญหาในประเทศได้ ประเด็นคาดการณ์ผลการเลือกตั้งและการรวมตัวจัดตั้งรัฐบาล รวมถึงจุดยืนทางการเมืองของบางพรรค การตั้งคำถามถึงประสิทธิภาพการทำงานของคณะกรรมการการเลือกตั้ง ปลุกระดมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ทวิตเตอร์ไม่ให้ลงคะแนนเสียงให้พรรคพลังประชารัฐ

**3. ศาลตัดสินยุบพรรคไทยรักษาชาติ**

ผลการศึกษาเนื้อหาการเมืองของอินฟลูเอนเซอร์ทั้ง 5 คนพบว่า ประเด็นที่มีการสื่อสารกับผู้ติดตามในสื่อสังคมออนไลน์ทวิตเตอร์ช่วงที่มีเหตุการณ์ตัดสินยุบพรรคไทยรักษาชาติ มีการใช้รูปแบบการนำเสนอผ่านสื่อสังคมออนไลน์ทวิตเตอร์ที่มีความหลากหลาย ประกอบไปด้วย การนำเสนอด้วยข้อความ รูปภาพ คลิปวิดีโอ การเชื่อมโยงกับเว็บไซต์ข่าว การแสดงความคิดเห็นและแชร์ข้อมูลที่มีเนื้อหาทางการเมืองจากบุคคลอื่น การแสดงความคิดเห็นร่วมกับอ้างอิงชื่อของบุคคลที่ต้องการจะสื่อสารโดยตรง และแชร์คอนเทนท์จากโซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มอื่นๆ มายังทวิตเตอร์การติดแฮชแท็ก (#) เนื้อหาที่กำลังเป็นกระแสในสังคม

ลักษณะเนื้อในการนำเสนอ มีการหยิบยกความคิดเห็นของนักการเมืองที่มีเชื่อเสียงและมีอุดมการณ์ทางการเมืองร่วมกันบางประการกับพรรคไทยรักษาชาติ คือ นายจาตุรณต์ ฉายแสง สมาชิกของพรรคเพื่อไทย ภายหลังที่ศาลมีคำตัดสินยุบพรรค ประกอบกับวิเคราะห์แนวโน้มของผลการเลือกตั้งที่อาจจะเปลี่ยนแปลง แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเหตุการณ์สำคัญทางการเมืองของพรรคการเมืองที่มีพฤติการณ์หมิ่นสถาบันพระมหากษัตริย์จนนำไปสู่คำวินิจฉัยของศาลรัฐธรรมนูญสั่งยุบพรรคในอดีต เรียกร้องให้สังคมช่วยตรวจสอบสถานะความเป็นเจ้าหน้าที่รัฐของนายกรัฐมนตรี อาจจะขัดต่อคุณสมบัติของตัวผู้สมัคร การใช้งบประมาณในการจัดการเลือกตั้งของคณะกรรมการการเลือกตั้งหรือ กกต. การแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะของภาษาที่ปรากฏในคำวินิจฉัยของศาลรัฐธรรมนูญในการตัดสินยุบพรรคไทยรักษาชาติมีเนื้อหาที่ค่อนข้างรุนแรง ประเด็นผลสำรวจหรือ

Ref. code: 25636007030247EYR

โพลการเลือกตั้ง วิพากษ์วิจารณ์การทำหน้าที่ของคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) การวิพากษ์วิจารณ์นโยบานของพรรคพลังประชารัฐ ซึ่งใช้นโยบายแบบประชานิยมในการหาเสียงเลือกตั้ง

**4. การจัดเตรียมการเลือกตั้งของคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.)**

ผลการศึกษาเนื้อหาการเมืองของอินฟลูเอนเซอร์ทั้ง 5 คน พบว่า ประเด็นที่มีการสื่อสารกับผู้ติดตามในสื่อสังคมออนไลน์ทวิตเตอร์ช่วงการจัดเตรียมการเลือกตั้งของคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) มีการใช้รูปแบบการนำเสนอผ่านสื่อสังคมออนไลน์ทวิตเตอร์ที่มีความหลากหลาย ประกอบไปด้วย การนำเสนอด้วยข้อความ รูปภาพ คลิปวิดีโอ การเชื่อมโยงกับเว็บไซต์ข่าว การแสดงความคิดเห็นและแชร์ข้อมูลที่มีเนื้อหาทางการเมืองจากบุคคลอื่น การแสดงความคิดเห็นร่วมกับอ้างอิงชื่อของบุคคลที่ต้องการจะสื่อสารโดยตรง และแชร์คอนเทนต์จากโซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มอื่นๆ มายังทวิตเตอร์ การติดแฮชแท็กเนื้อหาที่กำลังเป็นกระแสในสังคม

ลักษณะของเนื้อหาในการนำเสนอรณรงค์ให้ยกเลิกประกาศคณะรักษาความสงบแห่งชาติและประกาศคำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ผ่านทางเว็บไซต์ไอลอว์ เชิญชวนให้ผู้ติดตามแสดงความคิดเห็นถึงกลุ่มบุคคลที่มีแนวคิดสนับสนุนการทำรัฐประหารของรัฐบาลคสช. การเชิญชวนให้มีการตรวจสอบความคุ้มค่าการใช้งบประมาณของคณะกรรมการการเลือกตั้งและแสดงความคิดเชื่อมั่นในการทำหน้าที่ของ กกต. มีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับผลงานของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ตลอดระยะเวลาที่บริหารประเทศ แสดงความคิดเห็นการทำหน้าที่บกพร่องของคณะกรรมการจัดการเลือกตั้ง (กกต.) ตั้งเป็นโพลสำรวจเพื่อให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น มีการรณรงค์ให้ประชาชนออกมาใช้สิทธิ์ออกเสียงเลือกตั้งให้มากที่สุดเพื่อไม่ให้มีการสืบทอดอำนาจ ตั้งคำถามถึงผู้สมัครเป็นแคนดิเดตนายกรัฐมนตรีเกี่ยวข้องกับคุณสมบัติของผู้สมัคร การเรียกร้องให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการตรวจสอบร่างกฎหมายพระราชบัญญัติความมั่นคงทางไซเบอร์และพระราชบัญญัติข้าว ประเด็นคุณสมบัติเรื่องอายุของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง โดยเฉพาะกลุ่มของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรกนำเสนอพร้อมกับสถิติที่สะท้อนให้เห็นว่าเสียงของคนกลุ่มนี้จะมีพลังจริงๆ จะต้องออกไปสิทธิ์เลือกตั้งให้ได้มากที่สุด ประเด็นเกี่ยวข้องกับการรัฐประหารปี 2557 พยายามสื่อสารให้ผู้ติดตามได้ตระหนักถึงความสำคัญของการเลือกตั้งปี 2562 การรายงานสถานการณ์การใช้สิทธิ์เลือกตั้งล่วงหน้านอกราชอาณาจักร

การสรุปผลการศึกษาในส่วนนี้ตามแนวคิดผู้นำความคิดและผู้ทรงอิทธิพลทางสังคม กล่าวได้ว่า ในยุคที่การสื่อสารจากสื่อมวลชนที่เป็นสื่อกระแสหลักมีพลังในการสื่อสารไม่มากพอที่จะโน้มน้าวใจผู้บริโภคให้เกิดความเชื่อถือประกอบกับมีข้อจำกัดในการสื่อสารมากกว่าสื่อสังคมออนไลน์ จึงเป็นปัจจัยกระตุ้นให้เกิดการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลอื่นๆ ที่ตอบโจทย์ความต้องการการสื่อสารทางการเมืองได้มากกว่า อินฟลูเอนเซอร์ทางการเมืองจึงเป็นหนึ่งในทางเลือกของการ

Ref. code: 25636007030247EYR

แสวงหาข้อมูลข่าวสารการเมืองช่วงก่อนการเลือกตั้ง และแนวคิดเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ มีคุณลักษณะเป็นพื้นที่สาธารณะเชื่อมโยงผู้ใช้งานเข้าไว้ด้วยกันเป็นชุมชนออนไลน์ เพื่ออำนวยความสะดวกในการสร้างเครือข่ายเผยแพร่ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเมืองในรูปแบบต่างๆ โดยเฉพาะทวิตเตอร์ มักจะถูกนำมาใช้ติดตามกระแสสังคมที่เกิดขึ้น มีคุณลักษณะที่สามารถจัดลำดับประมวลผลนำเสนอได้อย่างหลากหลาย ทั้งข้อความ รูปภาพ คลิปวิดีโอ ร่วมกับการสร้างแฮชแท็กในการเชื่อมโยงข้อมูลประเภทเดียวกันเข้าไว้ด้วยกัน โดยใช้ตนเองเป็นสื่อกลางการในการสื่อสารข้อมูลดังกล่าวกับคนรุ่นใหม่ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรกเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมทางการเมืองและโน้มน้าวใจให้ผู้ติดตามเปลี่ยนแปลงความคิด พฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกตั้ง

## 5.2 ผลการศึกษาการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ของคนรุ่นใหม่ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรก ปี 2562

ผู้วิจัยได้ศึกษาปรากฏการณ์แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ พฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของคนรุ่นใหม่กับอินฟลูเอนเซอร์ในทวิตเตอร์และกระบวนการตัดสินใจเลือกตั้งของคนรุ่นใหม่ปี 2562 ผลการศึกษาการมีส่วนร่วมทางการเมืองพบว่า เครื่อยข่ายสังคมออนไลน์ทวิตเตอร์เป็นช่องทางการสื่อสารของคนรุ่นใหม่ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง โดยมีลักษณะการสื่อสารร่วมกับอินฟลูเอนเซอร์ทางการเมืองทำหน้าที่เป็นผู้ส่งต่อประเด็นเนื้อหาที่มีความสำคัญในช่วงการเลือกตั้ง เปิดพื้นที่ให้คนรุ่นใหม่ได้เข้ามีมาส่วนร่วมทางการเมือง เคลื่อนไหวในประเด็นต่างๆที่ตรงกับความเชื่อ ทัศนคติและอุดมการณ์ทางการเมืองของตนเอง และนำข้อมูลดังกล่าวไปประเมินผลก่อนการตัดสินใจลงคะแนนเสียง

### 5.2.1 พฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของคนรุ่นใหม่กับฟลูเอนเซอร์ในทวิตเตอร์

#### 5.2.1.1 พฤติกรรมการใช้งานทวิตเตอร์และรูปแบบการใช้งาน เพื่อสื่อสารการเมืองช่วงการเลือกตั้ง

ผลการวิจัยพบว่า ในช่วงการจัดการเลือกตั้งสื่อสังคมออนไลน์ทวิตเตอร์ เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมมากที่สุดจากกลุ่มคนรุ่นใหม่ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรก คนรุ่นใหม่ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการเสพสื่อและใช้งานสื่อสังคมออนไลน์จากเฟซบุ๊กมาสู่ทวิตเตอร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสื่อสารเรื่องราวต่างๆ ที่ผู้ใช้งานด้วยกันให้ความสนใจ ติดตามข่าวสารและความเคลื่อนไหวที่เกี่ยวข้องกับการเลือกตั้ง เข้าไปมีส่วนร่วมในประเด็นที่สนใจ

Ref. code: 25636007030247EYR

รูปแบบการใช้งานพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการใช้งานทวิตเตอร์ค่อนข้างบ่อย ระยะเวลาการใช้งานเฉลี่ย 12-24 ชั่วโมงต่อวัน มีรูปแบบการใช้งานหลากหลาย ได้แก่ การกดไลค์ รีทวิต รีทวิตและแสดงความคิดเห็น แสดงความคิดเห็นเพียงอย่างเดียว และทวีตแสดงความคิดเห็นใหม่จากประเด็นที่กำลังเป็นกระแสในสังคม ผ่านการทวีตข้อความ รูปภาพ อินโฟกราฟฟิก คลิปวิดีโอ และมีการเมนชั่นถึงบุคคลที่ต้องการสื่อสารด้วย รวมถึงการใช้แฮชแท็ค (#) ติดตามดูบทสรุปของประเด็นที่สังคมกำลังพูดถึง ในช่วงก่อนการเลือกตั้งพบว่า มีแฮชแท็กที่ได้รับความสนใจ เช่น #อนาคตใหม่ #ไม่เอาการสืบทอดอำนาจของคสช. #สว250 #เชียร์ลุงมิ่ง #ฟ้ารักพ่อ #จินนี่แอฟเฟค ขณะเดียวกันผู้ใช้งานมีการตรวจสอบเนื้อหาข่าวสารระหว่างผู้ใช้งานด้วยกันเอง เพื่อแยกแยะข้อมูลข่าวสารที่เป็นข้อเท็จจริงและข่าวปลอมที่เกิดการบิดเบือน ใส่ร้ายป้ายสีเพื่อหวังผลประโยชน์ทางการเมืองของคู่ขัดแย้งทางการเมืองในช่วงการเลือกตั้ง ส่งผลให้ผู้ใช้งานเกิดความเชื่อมั่นในการติดตามข่าวสารและความเคลื่อนไหวทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ทวิตเตอร์เป็นสื่อหลัก

สรุปผลการวิจัยสอดคล้องกับแนวคิดเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ อาจกล่าวได้ว่า ทวิตเตอร์มีคุณลักษณะเป็นพื้นที่สาธารณะเชื่อมโยงผู้ใช้งานเข้าไว้ด้วยกันเป็นชุมชนออนไลน์ เพื่ออำนวยความสะดวกในการสร้างเครือข่าย เป็นสื่อกลางเผยแพร่ข้อมูลต่างๆ ที่ผู้ใช้งานให้ความสนใจมักจะถูกนำมาใช้ติดตามกระแสสังคมที่เกิดขึ้น จะเห็นได้ว่า ในช่วงก่อนการจัดการเลือกตั้ง ผู้ใช้งานทวิตเตอร์ให้ความสนใจติดตามข่าวสารและความเคลื่อนไหวทางการเมืองผ่านการใช้แฮชแท็ก #อนาคตใหม่ #ไม่เอาการสืบทอดอำนาจของคสช.#สว250 #เชียร์ลุงมิ่ง #ฟ้ารักพ่อ #จินนี่แอฟเฟค คุณลักษณะดังกล่าว คือ จุดเด่นของ ทวิตเตอร์ มีพลังในการสร้างเครือข่ายทางสังคมสามารถจัดลำดับประมวลผลเหตุการณ์ต่างๆ อย่างเป็นหมวดหมู่ตามความสนใจของผู้ใช้งาน ขณะเดียวกันในแง่ของรูปแบบการนำเสนอ มีความหลากหลาย ทั้งข้อความ รูปภาพ คลิปวิดีโอ เมื่อนำมาใช้ร่วมกับการสร้างแฮชแท็กเชื่อมโยงข้อมูลประเภทเดียวกันเข้าไว้ด้วยกันส่งผลให้เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับความเคลื่อนไหวทางการเมืองได้รับความสนใจมากยิ่งขึ้น

**5.2.1.2 ลักษณะเนื้อหาการเมืองที่ติดตามจากอินฟลูเอนเซอร์ในทวิตเตอร์**

ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะเนื้อหาการเมืองที่คนรุ่นใหม่ติดตามจากอินฟลูเอนเซอร์ หากแบ่งตามเหตุการณ์สำคัญๆ ทางการเมือง 4 เหตุการณ์ มีรายละเอียดดังนี้

1. ประเด็นที่มาของนายกรัฐมนตรี
2. ที่มาและสัดส่วนของสภาผู้แทนราษฎรและสมาชิกวุฒิสภา (ส.ส.-สว.)
3. เหตุการณ์ยุบพรรคไทยรักษาชาติ
4.การเตรียมจัดการเลือกตั้ง

Ref. code: 25636007030247EYR

1.ประเด็นที่มาของนายกรัฐมนตรีที่มาจากทหาร ผู้ใช้งานติดตามเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับ พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ที่อินฟลูเอนเซอร์มีการขุดคุ้ยประวัติย้อนหลังของนายกรัฐมนตรีในประเทศไทยว่ามีความเป็นมาเป็นไปอย่างไรบ้างและนำมาเปิดเผยผ่านทวิตเตอร์ มีการเคลื่อนไหวเรียกร้องไม่เอานายกรัฐมนตรีที่เป็นทหารจน รณรงค์ให้ออกไปใช้สิทธิ์เลือกตั้งเพื่อสกัดกั้นการสืบทอดอำนาจของรัฐบาลคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ส่วนใหญ่จะติดตามจาก #เลือกตั้งปี62 และข่าวสารจากสื่อมวลชน

2.ประเด็นที่มาและสัดส่วนของสภาผู้แทนราษฎรและสมาชิกวุฒิสภา (ส.ส.-ส.ว.) ลักษณะเนื้อหาที่ติดตามจะดูจากการติดแฮชแท็ก #ไม่เอาส.ว.250 เพื่อให้ทราบว่าการเปลี่ยนแปลงสัดส่วนโครงสร้างในสภาจะก่อให้เกิดการสืบทอดอำนาจของพลเอกประยุทธ์ได้ สะท้อนปัญหาการบริหารประเทศ เป็นช่องทางของการทุจริตทางการเลือกตั้งทางอ้อม

3. เหตุการณ์ยุบพรรคไทยรักษาชาติ ลักษณะของเนื้อหาที่มีการติดตามจะเกี่ยวข้องกับสถานะของทูลกระหม่อมหญิงอุบลรัตน์ราชกัญญา สิริโสภาพรรณวดี มีสถานะเป็นส่วนหนึ่งของราชวงศ์ แต่ได้เข้ามามีบทบาททางการเมือง โดยปรากฏชื่อเป็นตัวแทนของพรรคไทยรักษาชาติเพื่อชิงตำแหน่งนายกรัฐมนตรี จึงมีความสนใจในประเด็นที่สถานบันได้เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับการเมืองว่าขัดกับกฎหมายรัฐธรรมนูญหรือไม่ กลุ่มคนรุ่นใหม่จะเริ่มหันมาสนใจประเด็นที่อินฟลูเอนเซอร์กล่าวถึงสถาบันพระมหากษัตริย์มากขึ้น

4.การเตรียมจัดการเลือกตั้ง ลักษณะของเนื้อหาที่ติดตาม ส่วนมากจะเป็นประเด็นที่พูดถึงการรณรงค์ให้ออกไปใช้สิทธิเลือกตั้และรณรงค์ให้เลือกตั้ง โดยเพราะการพูดถึงพรรคการเมืองหน้าใหม่ๆ เพื่อให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงรัฐบาล รวมถึงการตรวจสอบการทำหน้าที่ของคณะกรรมการจัดการเลือกตั้งว่าเป็นไปอย่างโปร่งใสหรือไม่ มีการเอื้อประโยชน์ให้กับพวกพ้องของตนเองหรือไม่

**5.2.1.3 รูปแบบการมีส่วนร่วมในเนื้อหาทางการเมืองกับอินฟลูเอนเซอร์ในทวิตเตอร์**

ในส่วนของรูปแบบการมีส่วนร่วมทางการเมือง พบว่า พฤติกรรมการเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมืองกับอินฟลูเอนเซอร์ค่อนข้างมีความหลากหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับลักษณะการใช้งานความสนใจทางการเมืองของแต่ละบุคคลตามสถานการณ์ อย่างเช่น การติดตามข่าวสารการเมือง แสดงความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติ ค่านิยมและอุดมการณ์ทางการเมืองของตนเองต่อเมื่อมีเหตุการณ์สำคัญๆ เกิดขึ้น บางคนมีพฤติกรรมการแสดงออกหรือโต้ตอบกับประเด็นที่ตนเองให้ความสนใจด้วยการ กดไลค์ รีทวิต รีทวิตและแสดงความคิดเห็น แสดงความคิดเห็นเพียงอย่างเดียว

Ref. code: 25636007030247EYR

และทวีตแสดงความคิดเห็นใหม่จากประเด็นที่กำลังเป็นกระแส โดยรูปแบบการนำเสนอที่ผู้ใช้งานให้ความสนใจมีความหลากหลาย เช่น การทวีตข้อความ รูปภาพ อินโฟกราฟฟิก คลิปวิดีโอ

หากเปรียบเทียบความน่าสนใจของรูปแบบในการนำเสนอของอินฟลูเอนเซอร์แต่ละประเภท พบว่า การนำเสนอโดยใช้อินโฟกราฟฟิก จะทำให้เกิดความเข้าใจง่ายมากกว่าการนำเสนอเป็นข้อความและรูปภาพประกอบ ส่วนคลิปวิดีโอ จะช่วยดึงดูดความสนใจด้วยภาพเคลื่อนไหวและเสียง รูปแบบของคลิปวิดีโอจะมีผลดีต่อการโน้มน้าวใจให้น่าติดตาม โดยเฉพาะช่วงการแสดงวิสัยทัศน์ของตัวแทนผู้สมัครแต่ละพรรคการเมือง จะได้เห็นการแสดงออกครอบคลุมทุกบริบทการสื่อสารทั้งการสื่อสารด้วยภาษาและอวัจนภาษา ประกอบไปด้วยปฏิกิริยาไหวพริบของผู้สมัคร ทัศนคติทางการเมืองได้ชัดเจนมากกว่ารูปแบบอื่นๆ ขณะเดียวถ้าหากข้อมูลข่าวสารนั้นเป็นประเด็นที่อยู่ในกระแสสังคม เหตุการณ์นั้นมีผลกระทบโดยตรงต่อสิทธิและเสรีภาพทางการเมืองผู้ใช้งานจะทำการส่งต่อข้อมูลดังกล่าวเชื่อมโยงกับสื่อสังคมออนไลน์ประเภทอื่นๆ เช่น อินสตาแกรม กล่องข้อความ ไลน์

ส่วนรูปแบบการใช้งานที่ไม่ใช่การรีทวิตข้อความจากบุคคลอื่น คือ การทวีตข้อความเพื่อแสดงความคิดเห็นหรือแสดงจุดยืนส่วนตัวในทางการเมือง พฤติกรรมของผู้ใช้งานในลักษณะนี้จะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อประเด็นในการสื่อสารการเมืองเรื่องนั้นๆ มีผลกระทบโดยตรง มีการติดตามข่าวสารนั้นๆ มาอย่างต่อเนื่อง โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อต่อการสื่อสารความคิดเห็นทางการเมืองของตนเองกับผู้ใช้งานในทวิตเตอร์บัญชีอื่นๆ ผู้ติดตามหรือบุคคลที่เป็นเจ้าของเนื้อหาทวีตโดยตรงได้รับรู้และเข้าใจความหมายของประเด็นที่ต้องการสื่อสารให้มีการกระจายข่าวสารออกไปจำนวนมากจากการรีทวิต ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้งานมีจำนวนผู้ติดตามเพิ่มมากขึ้น เว้นแต่ว่าถ้าผู้ใช้งานไม่ได้ต้องการให้ข้อมูลนั้นเป็นประเด็นที่มีการพูดต่อๆ กันไปจำนวนมากก็จะเลือกแสดงความคิดเห็นผ่านช่องแสดงความคิดเห็น (Comment) ของทวิตนั้นเพียงอย่างเดียว หรืออาจจะเลือกแสดงออกแค่เพียงกดไลค์เนื้อหานั้นๆ แทนเปรียบเสมือนเป็นการแสดงให้เห็นว่าเราให้สนใจประเด็นนั้นและปักหมุดเพื่อไม่ให้ทวิตที่เราให้ความสนใจหายไปเมื่อต้องการย้อนกลับมาดู หรืออาจจะมีการนำเสนอประเด็นใหม่ขึ้นแต่มีความเกี่ยวข้องกันมาทดแทน หรืออาจจะใช้รูปแบบการมีส่วนร่วมด้วย

การกล่าวอ้างถึง คือการเมนชั่นทวิตฯ (Mention) การสื่อสารรูปแบบนี้เป็นการสื่อสารการเมืองทางตรงเช่นเดียวกัน เมื่อผู้ที่ถูกเมนชั่นได้รับข้อมูลข่าวสารดังกล่าวจะเกิดปฏิกิริยาการโต้ตอบระหว่างกัน แลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกัน และแชร์ต่อกันไปจำนวนมาก การกล่าวอ้างถึง (Mention) จะมีการใช้ควบคู่ไปกับการติดแฮชแท็ก # ด้วย เพื่อให้เนื้อหาทวีตนั้นติดเทรนด์ จะทำให้คนที่สนใจสามารถพบเนื้อหานั้นๆ ได้ และอาจจะกลายเป็นกระแสสังคมต่อไปได้

Ref. code: 25636007030247EYR

การเลือกใช้แฮชแท็ก (#) ในการสื่อสารการเมือง เป็นอีกหนึ่งรูปแบบการสื่อสารที่มีความน่าสนใจ แฮชแท็กกลายเป็นฟีเจอร์ที่ได้รับความนิยมอย่างยิ่งในการสื่อสารการเมืองในทวิตเตอร์ จุดเด่นของแฮชแท็กจะทำให้ผู้ใช้งานเพื่อได้ติดตามดูบทสรุปของประเด็นที่สังคมกำลังพูดถึง ซึ่งในช่วงก่อนการเลือกตั้งมีการติดแฮชแท็กที่ได้รับความสนใจหลายปรากฏการณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งช่วงที่ผู้สมัครได้แสดงวิสัยทัศน์ทางการเมืองผู้ใช้งานก็มีการติดแฮชแท็ก เช่น #อนาคตใหม่ #ไม่เอาการสืบทอดอำนาจของคสช. #เชียร์ลุงมิ่ง เมื่อมีการค้นหาแฮชแท็กโดยการใช้คีย์เวิร์ดดังกล่าวเนื้อหาที่เกี่ยวข้องก็จะปรากฏขึ้นมา ทั้งข้อความที่มีการทวีต คลิปวิดีโอ คำพูดที่เป็นไฮไลท์สำคัญๆ ซึ่งส่งผลกระทบต่อการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในประเทศ ผู้ใช้งานจะได้ไม่พลาดประเด็นที่มีความสำคัญ และภายหลังจากที่ได้รับชมจะมีการแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นดังกล่าวด้วยการใช้แฮชแท็กเดียวกัน อาจจะมีการแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมเพื่อส่งต่อความคิดทางการเมืองให้กับผู้ที่ติดตามในทวิตฯ ยกตัวอย่างปรากฏการณ์ที่น่าสนใจ คือ

*“ช่วงที่มีการจัดงานฟุตบอลประเพณีจุฬา-ธรรมศาสตร์ ภายในงานมีขบวนพาเหรดล้อเลียนการเมือง ซึ่งตรงกับช่วงเวลาที่พรรคการเมืองกำลังหาเสียงเลือกตั้ง ขณะนั้นพรรคอนาคตเป็นพรรคการเมืองที่กำลังมาแรงเป็นที่ชื่นชอบในกลุ่มของนิสิต นักศึกษาโดยเฉพาะในทวิตเตอร์จากแฮชแท็ก #ฟ้ารักพ่อ ทำให้คุณธนาธร จึงรุ่งเรืองกิจ ได้รับคะแนนนิยมอย่างล้นหลามและนำแฮชแท็กดังกล่าวไปต่อยอดเป็นคำว่า พ่อก็รักฟ้า จนกลายเป็นกระแสไวรัลในโซเชียลที่แชร์ต่อๆ กันไปอย่างถล่มทลาย”*

สรุปผลการวิจัยส่วนนี้จึงเป็นการสรุปผลตามแนวคิดการมีส่วนร่วมทางการเมือง หากพิจารณาเนื้อหาที่อินฟลูเอนเซอร์นำเสนอ จะเห็นได้ว่ามีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการ โน้มน้าวใจและกระตุ้นให้คนรุ่นใหม่เข้ามามีส่วนร่วมกับประเด็นทางการเมืองมากขึ้น เป็นลักษณะการมีส่วนร่วมในรูปแบบออนไลน์อย่างไม่เป็นทางการ ผ่านการใช้ แฮชแท็ก (#) เพื่อสนับสนุนเป้าหมายทางการเมือง และการแสดงความคิดเห็นในโพสที่เกี่ยวกับ การเมืองที่เป็นของบุคคลสาธารณะมีการสนับสนุนอย่างเปิดเผยต่อองค์กรทางการเมืองหรือสังคมหรือผู้สมัคร โดยจุดมุ่งหมายทางสังคมหรือการเมืองบางอย่าง การขับเคลื่อนทางการเมืองหรือสังคมแบบวงกว้าง หรือการเจาะข้อมูล โดยมีแรงบันดาลใจทางการเมือง และนำข้อมูลดังกล่าวไปประมวลผลเพื่อใช้ประเมินการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

### 5.2.2. กระบวนการตัดสินใจเลือกตั้งของคนรุ่นใหม่ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรกปี 2562

สำหรับกระบวนการตัดสินใจในเบื้องต้น เมื่อได้รับข้อมูลมาจากทวิตเตอร์จากการติดตามอินฟลูเอนเซอร์ คนรุ่นใหม่จะมีกระบวนการตัดสินใจก่อนนำไปสู่การลงคะแนนเสียงให้กับ พรรคการเมือง ตามขั้นตอน ดังนี้

Ref. code: 25636007030247EYR

**5.2.2.1. การประมวลผลข้อมูลที่ได้รับจากอินฟลูเอนเซอร์**

ผู้ใช้งานจะนำข้อมูลทั้งหมดที่ได้รับมาประมวลผลในขั้นตอนแรกก่อน กล่าวคือ มีการตรวจสอบข้อมูลที่ได้รับว่ามีความน่าเชื่อถือมากน้อยเพียงใดโดยการใช้กระบวนการเปรียบเทียบกับสื่ออื่นๆ ทั้งสื่อกระแสหลัก สื่อออนไลน์ที่มีสำนักข่าวต่างๆ และส่งต่อข้อมูลที่ได้รับมาไปยังผู้ใช้งานรายอื่นๆ ที่มีความสนใจติดตามข่าวสารการเมืองหรือประเด็นที่สังคมให้ความสนใจในช่วงเวลาดังกล่าว เพื่อให้มีการตรวจสอบย้อนกลับอีกทาง ถ้าหากพบว่าข่าวสารดังกล่าวไม่ใช่ข้อเท็จจริงจะมีผู้ที่รับทราบข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงนำข้อมูลดังกล่าวเพื่อให้เกิดการเผยแพร่ในทางที่ถูกต้อง หรือให้ผู้ใช้งานได้ร่วมกันแสดงความคิดความเห็นจนกระกว่าจะเกิดความกระจ่าง ซึ่งในบางประเด็นผู้ที่ได้รับผลกระทบจากข้อมูลที่นำเสนอโดยตรงก็อาจจะต้องออกมาชี้แจงผ่านสื่อด้วยตนเอง จะทำให้ข้อมูลนั้นมีน้ำหนักในการตัดสินใจมากยิ่งขึ้น ในทางกลับกันถ้าหากข้อมูลหรือการแสดงความคิดเห็นของผู้ทรงอิทธิพลที่ติดตามมีลักษณะการบิดเบือนหรือเป็นข่าวลวง (FakeNews) ก็จะเกิดผลกระทบตามมาทันที เพราะจะทำให้ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดคนดังกล่าวขาดความน่าเชื่อถูกมองว่ามีความพยายามที่จะใส่ร้ายป้ายสีบุคคลที่ตนเองเห็นต่างซึ่งจะมีผลให้เกิดพฤติกรรมอื่นๆ ตามมา เช่น การเลิกติดตามหรืออาจจะถูกแบนจากผู้ใช้งาน

**5.2.2.2. การตรวจสอบข้อมูลและเปรียบเทียบก่อนการตัดสินใจลงคะแนนเสียง**

ผู้ใช้งานจะหาข้อมูลอื่นๆ ที่เป็นแหล่งข้อมูลทางตรงที่เกี่ยวข้องกับพรรคการเมือง ตัวผู้สมัครที่ตนเองมีอยู่ในใจ ผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ ทั้งแฟนเพจเฟสบุ๊คของพรรคการเมืองที่สังกัดเฟซบุ๊กส่วนบุคคล ทวิตเตอร์เพื่อติดตามดูการเคลื่อนไหวทางการเมือง อาทิ การนำเสนอนโยบายของพรรค วิสัยทัศน์และไหวพริบของผู้สมัคร คุณสมบัติในการเป็นผู้แทนประชาชน ยกตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตัดสินใจลงคะแนนเสียงให้กับพรรคอนาคตใหม่ กระบวนการตัดสินใจก่อนจะลงคะแนนเสียงในช่วงเวลาดังกล่าว จะเปรียบเทียบกับพรรคการเมืองที่เป็นตัวเลือกอยู่ในใจขณะนั้น คือ พรรคอนาคตใหม่ พรรคเพื่อไทยและพรรคเศรษฐกิจใหม่ แต่ปัญหาของการตัดสินใจในครั้งนี้มีข้อจำกัดจากการแก้ไขกฎหมายรัฐธรรมนูญและการปรับเปลี่ยนวิธีการเลือกตั้งตามกฎหมายประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยวีการเลือกตั้ง กำหนดให้มีบัตรเลือกตั้งเพียงใบเดียวทำให้เราไม่สามารถเลือกคนและเลือกพรรคได้ ต้องตัดสินใจทางใดทางหนึ่ง ซึ่งในเขตเลือกตั้งที่บ้านไม่มีผู้สมัครของพรรคเพื่อไทย ขณะที่พรรคไทยรักษาชาติก็ถูกยุบพรรคและผู้สมัครถูกตัดสิทธิ์ทางการเมืองไปก่อนหน้านี้ จึงเหลืออยู่เพียงแค่สองพรรคการเมืองที่เป็นตัวเลือกในใจ คือ พรรคอนาคตใหม่และพรรคเศรษฐกิจใหม่ โดยปัจจัยที่ใช้เป็นตัวตัดสินใจลงคะแนนในครั้งนี้คือ นโยบายของพรรคและความนิยมของประชาชนที่เป็นกลุ่มคนวัย

Ref. code: 25636007030247EYR

เดียวกัน โดยพิจารณาประกอบการข้อมูลที่มีการประชันวิสัยทัศน์ผ่านทางทวิตเตอร์ที่ผู้ทรงอิทธิพลในวิเคราะห์ไว้ก่อนหน้านี้ก่อการตัดสินใจลงคะแนนเสียง

**5.2.2.3.พิจารณาปัจจัยจากสภาพแวดล้อม**

ปัจจัยจากสภาพแวดล้อมภายนอกอย่างครอบครัว นับว่ามีส่วนสำคัญต่อกระบวนการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเช่นเดียวกัน เขตการเลือกที่ในอยู่ในพื้นที่ต่างจังหวัดยังมีการซื้อสิทธิ์ขายเสียง พรรคการเมืองและผู้สมัครใช้วิธีการแจกเงิน แจกขายเพื่อหวังได้คะแนนนิยมมาเป็นของฝ่ายตนเอง มีการโน้มน้าวจูงใจผ่านผู้นำท้องถิ่นในการเป็นหัวคะแนน ส่งผลให้หลายครอบครัวมีความคิดทางการเมืองที่เห็นต่างกัน บางครอบครัวที่ได้รับอามิสสินจ้างจากบรรดาพรรคการเมืองและผู้สมัครก็จะตัดสินใจลงคะแนนเสียงให้พรรคการเมืองที่ตนได้รับเงิน เสมือนกับเป็นสัญญาและพยายามที่จะหว่านล้อมคนในครอบครัวให้เห็นพ้องไปในทิศทางเดียวกัน จึงเป็นอีกปัจจัยนึงที่ถูกนำมาประกอบการพิจารณาก่อนการตัดสินใจลงคะแนนเสียงในการเลือกตั้งครั้งนี้ด้วย

กล่าวโดยสรุป กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยพบว่า ช่วงการเลือกตั้งสื่อสังคมออนไลน์ที่มีบทบาทสำคัญทางการเมืองคือ ทวิตเตอร์ ได้เข้ามามีบทบาทเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการสื่อสารและสร้างการมีส่วนร่วมทางการเมืองของคนรุ่นใหม่ เนื่องจากทวิตเตอร์ได้ทลายข้อจำกัดในเชิงพื้นที่ เวลา แสดงออกทางความคิดได้อย่างเสรีไม่มีการปิดกั้น ปัจจัยดังกล่าวจึงทำให้คนรุ่นใหม่ใช้งานทวิตเตอร์ในการติดตามความเคลื่อนไหวทางการเมืองทดแทนสื่อกระแสหลักที่มีข้อจำกัดทางด้านการสื่อด้านในปัจจุบัน ขณะเดียวกันคุณลักษณะของการเป็นพื้นที่สาธารณะของทวิตเตอร์ เป็นปัจจัยเอื้อให้เกิดการสร้างตัวตนของผู้ใช้งานจำนวนมากรวมไปถึงการเกิดขึ้นของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดหรืออินฟลูเอนเซอร์ทางการเมือง ได้เข้ามาทำหน้าที่รายงานความเคลื่อนไหวทางการเมืองที่เกิดขึ้นในช่วงการเลือกตั้ง มีการแสดงออกทางความคิด ทัศนคติ อุดมการณ์ทางการเมืองของตนเอง ตลอดจนตรวจสอบการทำงาน วิพากษ์วิจารณ์ของบริหารงานของรัฐบาลในยุคปัจจุบัน และมีบทบาทในการติดตามความเคลื่อนไหวของพรรคการเมืองและผู้สมัครเลือกตั้งในช่วงก่อนการเลือกตั้งอย่างใกล้ชิด ส่งผลให้มีผู้ใช้งานที่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ติดตามพฤติกรรมการสื่อสารทางการเมืองจำนวนมาก ได้เข้าไปมีส่วนร่วม อย่างเช่น การส่งต่อข่าวสารทางการเมือง ความคิดเห็น อุดมการณ์ทางการเมืองของผู้ทรงอิทธิพลที่สอดคล้องกับความคิดของตนเอง อินฟลูเอนเซอร์มีส่วนสำคัญในการจูงใจให้คนรุ่นใหม่เข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองในรูปแบบที่มีความหลากหลาย นำไปสู่การเปลี่ยนพฤติกรรม ทัศนคติและอุดมการณ์ทางการเมือง ซึ่งส่งผลการตัดสินใจลงคะแนนเสียงของคนรุ่นใหม่เป็นอย่างมาก ข้อมูลที่ปรากฏในการทวีตข้อความต่างๆ ถูกนำมาใช้ประกอบการพิจารณาการตัดสินใจลงคะแนนเสียงร่วมกับแหล่งข้อมูลข่าวสารในด้านอื่นๆ ทั้งที่เป็นแหล่งข้อมูลทางตรงและทางอ้อมในการเลือกตั้งปี 2562 ครั้งนี้ด้วย

Ref. code: 25636007030247EYR

**5.3 อภิปรายผลการวิจัย**

ในช่วงการเลือกตั้งทวิตเตอร์ได้เข้ามาเป็นพื้นที่หลักในการมีส่วนของคนรุ่นใหม่และเป็นพื้นที่แจ้งเกิด อธิบายจากแนวคิดการสื่อสารในเครือข่ายสังคมออนไลน์ พบว่า โซเชียลมีเดียเป็นสื่อที่มีความโดดเด่นในไทยมีบทบาทโดดเด่นอย่างเห็นได้ชัดในปี 2562 ทั้ง เฟซบุ๊ก, ไลน์ และสื่อที่มาแรงอย่าง ทวิตเตอร์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงการจัดการเลือกตั้งเป็นครั้งแรกในรอบ 8 ปี ของประเทศไทยเมื่อเดือนมีนาคม 2562 ซึ่งเป็นการเลือกตั้งที่มีผู้มีสิทธิ์ลงคะแนนเสียงครั้งแรกถึง 8 ล้านคน ข้อมูลจากไวซ์ไซท์ ระบุว่า ยอดผู้ใช้งานทวิตเตอร์เป็นประจำ ณ เดือนพฤษภาคม 2562 อยู่ที่ 9.5 ล้านราย เพิ่มขึ้นถึง 66.7%1 เมื่อเทียบกับตัวเลขยอดผู้ใช้งานทวิตเตอร์ปี 2561 ที่ 5.7 ล้านราย

ปี 2562 จึงเป็นปีที่สะท้อนให้เห็นถึงการปรากฏการณ์ของการใช้งานทวิตเตอร์ในไทยอีกรูปแบบในช่วงก่อนการเลือกตั้งกระแสความนิยมใช้งานทวิตเตอร์ ในช่วงการเลือกตั้งที่ได้รับความนิยมอย่างล้นหลาม ส่วนหนึ่งเป็นเพราะคุณลักษณะการใช้งานของทวิตเตอร์ที่สามารถเชื่อมโยงผู้ใช้งาน เข้าด้วยกันจนกลายเป็นเครือข่ายของคนที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกัน ทวิตเตอร์เป็นพื้นที่สาธารณะก่อให้เกิดการรวมกลุ่มกันเป็นสังคมหรือชุมชนออนไลน์ (Community) อย่างการสร้างแฮชแท็ก (#) นับว่าเป็นจุดเด่นอย่างเห็นได้ชัดในช่วงการหาเลือกเลือกตั้ง (#) ในทวิตเตอร์ถูกนำมาใช้งานเพื่อรวบรวมเนื้อหาข่าวสารเป็นหมวดหมู่จนกลายเป็นคีย์เวิร์ดในการค้นหาให้กลุ่มผู้ใช้งานที่มีความสนใจเรื่องเดียวกันมารวมตัวกัน การสื่อสารในเรื่องราวนั้นๆ จึงมีพลังมหาศาลอย่างไม่รู้จบ ผู้ใช้งานบางคนมีการต่อยอดการใช้งานจากแฮชแท็ก (#) ได้พบปะกับเพื่อนใหม่ในโลกออนไลน์แม้ว่าจะไม่ใช่บุคคลที่เรากดติดตาม ถ้าหากบุคคลนั้นสนใจในเนื้อหาประเภทเดียวกันจะสามารถตอบโต้กันได้อย่างทันท้วงที อย่างเช่น ปรากฏการณ์ #ฟ้ารักพ่อ จะเห็นได้จากหลายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วงของการเลือกตั้งปี 2562 หลายเหตุการณ์ที่กลายเป็นประเด็นที่สังคมให้ความสนใจมีผลสะเทือนไปถึงรัฐบาลของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา รวมถึงพรรคการเมืองต่างๆ ที่ส่งผู้สมัครลงแข่งขันเลือกตั้งในครั้งนี้ ส่วนหนึ่งก็มาจากการจุดประเด็นจากการสื่อสารในทวิตเตอร์ของผู้ใช้งานด้วยกันเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารการเมืองของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด (Influencer) ในทางการเมืองที่มีผู้ติดตามจำนวนมาก ซึ่งบุคคลกลุ่มนี้เป็นที่น่าสังเกตว่า เป็นบุคคลที่กลุ่มรุ่นใหม่ที่มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรกให้ความสนใจ ติดตามพฤติกรรมการสื่อสารการเมืองอยู่ตลอดเวลาและอาจจะมีอิทธิพลต่อต่อความคิดทางการเมืองนำไปสู่การตัดสินใจลงคะแนนเสียงให้กับพรรคการเมืองใดพรรคการเมืองหนึ่งในช่วงเวลาดังกล่าว

Ref. code: 25636007030247EYR

อธิบายจากแนวคิดผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด ผู้ทรงอิทธิพลทางการเมืองในสื่อสังคมออนไลน์ทวิตเตอร์ทั้ง 5 คน ได้มีการใช้กลยุทธ์การสื่อสารที่สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดที่มีลักษณะการบูรณาการร่วมกันกับกลยุทธการสื่อสารทางการเมืองอื่น โดยในแนวคิดนี้ได้ระบุตามแนวคิดของ (Geoff Livingston, 2011, 15 July) อธิบายองค์ประกอบตามลำดับขั้นของทฤษฎีผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดว่า กระบวนการที่ทำให้เกิดผู้มีอิทธิพลนั้น เกิดจากกลุ่มคนที่มีลักษณะพิเศษ คือ มีพรสวรรค์ทางสังคมบางประการ ที่ไม่พบในคนส่วนใหญ่ เช่น มีความอยากรู้อยากเห็นเข้ากับคนอื่นง่าย รู้จักผู้คนมาก มีความรู้พร้อมจะถ่ายทอดให้ผู้อื่น รวมถึงมีความสามารถในการโน้มน้าวใจผู้อื่นสูงโดยสามารถแบ่งกลุ่มคนพิเศษนี้ **ออกเป็น 3 กลุ่มย่อย** คือ **1. กลุ่มผู้กว้างขวาง (Connectors) 2. กลุ่มฐานข้อมูลเคลื่อนที่ (Maven) 3. กลุ่มเซลล์แมน (salesman)** การสื่อสารการเมืองของผู้นำความคิดทั้ง 5 คนนี้ มีการนำมาซึ่งกระแสการพูดแบบปากต่อปาก (Spread the word) ที่ไม่ได้อยู่ในรูปแบบของการเผชิญหน้าแบบการสื่อสารแบบเดิมทั้งหมดแต่มีการเปลี่ยนรูปแบบการเผชิญหน้าคือการใช้เครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์คือทวิตเตอร์ โดยสามารถนำเอากระแสการตอบกลับจากสังคมมาออกแบบสารเพื่อทำการสื่อสารต่อไปได้เผื่อให้บรรลุผลทางการเมือง

เนื้อหาที่ผู้ทรงอิทธิพลทางการเมืองได้สื่อสารในทวิตเตอร์ประกอบไปด้วยความคิดเห็นที่มีต่อนโยบายของพรรคการเมือง ความคิดเห็นที่มีต่อผู้สมัครลงเลือกตั้งการแสดงวิสัยทัศน์ทางการเมืองช่วงการหาเสียงเลือกตั้งของผู้สมัครแต่ละพรรคการเมือง ความคิดเห็นต่อการบริหารงานของรัฐบาลความคิดเห็นที่มีต่อกฎหมายรัฐธรรมนูญความคิดเห็นที่มีต่อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเลือกตั้ง เช่น เรื่องของบัตรเลือกตั้ง 2 ใบ โครงสร้างของสภาผู้แทนราษฎร (ส.ส.–สว.) การนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทุจริตการเลือกตั้ง การแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำหน้าที่ของคณะกรรมการการเลือกตั้ง

หากพิจารณาเนื้อหาที่อินฟลูเอนเซอร์นำเสนอ จะเห็นได้ว่ามีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการโน้มน้าวใจและกระตุ้นให้คนรุ่นใหม่เข้ามามีส่วนร่วมกับประเด็นทางการเมืองมากขึ้นและนำข้อมูลดังกล่าวไปประมวลผลเพื่อใช้ประเมินการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง อธิบายได้จากปรากฏการณ์การมีส่วนร่วมทางการเมืองของคนรุ่นใหม่จากแนวคิดของ (Arnstein, 2019) ซึ่งได้อธิบายถึงระดับของการมีส่วนร่วมทางการเมืองที่เรียกว่า ขั้นบันไดแห่งกามีส่วนร่วมหรือ Ladder of participation **1. การถูกควบคุม** ตลอดระยะเวลาที่คณะรักษาความสงบแห่งชาติบริหารประเทศประชาชนไม่สามารถแสดงออกถึงสิทธิและเสรีภาพทางการเมืองได้เต็มที่ เช่น การห้ามชุมนุม คนรุ่นใหม่ที่มีสิทธิ์ออกเสียงรู้สึกว่าถูกปิดกั้นความคิด ไม่ได้รับโอกาสในการแสดงความคิดเห็น พื้นที่ของสื่อสังคมออนไลน์จึงกลายเป็นพื้นที่แสดงออกทางการเมือง **2. การเยียวยา** สภาพปัญหาทางการเมืองที่เกิดขึ้นสะสมมานานถึง 7 ปีไม่ได้รับการแก้ไขเยียวยาพวกเขาจึงต้องออกมา

Ref. code: 25636007030247EYR

เรียกร้องสิทธิ์ เช่น การแสดงออกผ่านแฮชแท็กต่างๆ **3. การได้รับข้อมูลข่าวสาร** คนรุ่นใหม่ได้รับข้อมูลข่าวสารเพียงแค่ทางเดียวโดยที่ไม่มีโอกาสสื่อสารสภาพปัญหากลับไปถึงรัฐบาลที่ยึดอำนาจได้โดยตรง **4. การมีโอกาสได้ร่วมให้คำปรึกษา** ช่วงเวลาก่อนการเลือกตั้งคสช.เปิดศูนย์ดำรงธรรมให้ประชาชนเข้ามาร้องทุกข์แต่ ปัญหาบางเรื่องรัฐบาลคสช. ไม่ได้แสดงความจริงจังในการแก้ไขอย่างยั่งยืน สะท้อนว่าคนรุ่นใหม่ต้องการมีส่วนร่วม **5. การมีโอกาสเสนอความคิดเห็นหรือโน้มน้าว** คนรุ่นใหม่ต้องการเข้าไปมีส่วนร่วมในการเสนอแนวทางออก เพื่อให้นโยบายนำไปสู่การปฏิบัติ **6. การได้ร่วมตัดสินใจ** แม้ว่าจะมีช่องทางในการเสนอปัญหาที่เกิดขึ้นแต่คนรุ่นใหม่ไม่ใช่เจ้าของอำนาจประชาธิปไตยที่แท้จริง **7. การมีอำนาจตัดสินใจ** การบริหารงานโดนรัฐบาลคสช. ส่งผลต่ออำนาจการตัดสินใจของประชาชนโดยตรง เช่น การออกกฎหมายสำคัญที่ผู้แทนไม่ได้มาจากการเลือกตั้ง **8. การควบคุมโดยประชาชน** นับเป็นการมีส่วนร่วมในอุดมคติ คือ การแสดงออกให้มีการจัดการเลือกตั้งเพื่อให้มีผลต่อการเลี่ยนแปลงรัฐบาล

จากประเด็นที่กล่าวในข้างต้นได้ถูกนำมาใช้ในการพิจารณาประกอบการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้งร่วมกับปัจจัยแวดล้อมด้านอื่น อธิบายได้จากแนวคิดเกี่ยวกับเจนเนเรชั่น Z Francis and Hoefel, 2018 กลุ่มคนเจเนอเรชัน Z คือกลุ่มคนที่เกิดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 ที่มีการเติบโตมาพร้อมกับความไม่แน่นอนและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในหลากหลายด้าน จึงทำให้คนเจนซีมีแนวคิดในเรื่องของการเปลี่ยนแปลงเพื่อไปสู่สิ่งที่ดีกว่า มีความเป็นปัจเจกบุคคลสูงมีความคุ้นเคยกับสื่อใหม่ และมีการใช้สื่อใหม่ที่สูงที่สุด ทั้งนี้ ลักษณะการเปิดรับและยอมรับในเนื้อหาสารที่เข้ามาโน้มน้าวใจของคนเจเนอเรชั่นนี้มีความแตกต่างออกไปจากเจเนอเรชั่นอื่น เป็นที่น่าสนใจว่าคนเจเนอเรชั่นนี้ คือ กลุ่มคนรุ่นใหม่ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรกปี 2562 พวกเขามีความพร้อมในการเปิดรับสื่อใหม่และความคิดใหม่ ทำให้อินฟลูเอนเซอร์ทางการเมืองได้รับความสนใจและมองว่าข้อมูลที่มีการนำเสนอมีความน่าเชื่อมากกว่าสื่อกระแสหลักที่ให้ข้อมูลได้อย่างไม่รอบด้าน แต่ก็ไม่ได้หมายความว่า คนเจเนอเรชั่นนี้จะเลือกบริโภคสื่อโทรทัศน์ ซึ่ง Markow, 2005 ได้อธิบายว่า สื่อโทรทัศน์ยังเป็นแหล่งข้อมูลพื้นฐานแต่ก็บริโภคสื่ออินเทอร์เน็ตร่วมด้วย กล่าวได้ว่า คนกลุ่มนี้เติบโตมาพร้อมกับความไม่แน่นอนสูง พร้อมจะเปลี่ยนแปลงไปสู่สิ่งที่ดีกว่า มีความเป็นปัจเจกสูง คุ้นเคยกับสื่อใหม่ และใช้สื่อใหม่สูงที่สุด ทำให้พร้อมรับความเปลี่ยนเปลี่ยนที่เกิดขึ้น และความเปลี่ยนแปลงที่ว่านี้รวมไปถึงการตัดสินใจเลือกผู้แทนเข้ามาบริหารประเทศ

ในแง่ของการตัดสินใจและพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกตั้งของ (Huse, 1985, อ้างถึงในอนันต์ เกตุวงศ, 2534) กล่าวถึงองค์ประกอบของการตัดสินใจ **1. การเลือก**คนรุ่นใหม่ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรกจะพิจารณาทางเลือกจากพรรคการเมืองและผู้สมัครที่อยู่ในใจเพื่อลงคะแนนเสียง **2. ใช้สิทธิ์ของตนเองในการที่จะเลือกพรรคการเมือง** ผู้สมัครหรือสามารถที่จะไม่เลือกลงคะแนน

Ref. code: 25636007030247EYR

เสียงให้กับพรรคการเมืองใดก็ได้ **3. วัตถุประสงค์** คนรุ่นใหม่ต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการบริหารประเทศต้องการให้มีผู้นำหน้าใหม่ที่มีความรู้ ความสามารถเข้ามาทำหน้าที่ อย่างเช่น พรรคอนาคตใหม่ พรรคเศรษฐกิจ **4. ผลที่ตามมาของการตัดสินใจ** มีการเปรียบเทียบข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมาจากสื่อหลายๆ ช่องทางร่วมกับความเห็นของผู้ทรงอิทธิพลทางการเมือง เพื่อวิเคราะห์ประมวลผล **5. ผู้ทำหน้าที่ตัดสินใจ** กลุ่มตัวอย่างมีเกณฑ์ในการตัดสินใจทั้ง 2 รูปแบบ คือ ตัดสินใจด้วยตนเองและตัดสินใจจากการรับฟังความคิดเห็นจากบุคคลรอบข้าง เช่น ครอบครัว เพื่อนหรือบุคคลที่มีความใกล้ชิด **6. สภาพแวดล้อม** ความต้องการเร่งด่วนคือการแก้ปัญหาด้านเศรษฐกิจ การปรับแก้กฎหมายที่ล่าหลังขาดความชอบธรรม

รวมถึงวัฒนธรรมและค่านิยมควรคำนึงถึงความเป็นสมัยนิยมมากขึ้น (เสาวนีย์ ศิริพจนานนท์, 2544, น.18-20) คือ การบริหารงานด้วยการรับฟังความคิดเห็นของประชาชนเป็นที่ตั้ง เมื่อเข้าใจถึงองค์ประกอบของการตัดสินใจจึงนำมาสู่กระบวนการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง โดยสรุปได้เป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. การรับข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้งและข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรการรับข่าวสารของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งจากการติดตามผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดที่ติดตามทาง ทวิตเตอร์ และนำข้อมูลข่าวสารทั้งหมดที่ได้รับมาประมวลผลในขั้นตอนแรก มีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลเปรียบเทียบกับสื่ออื่นๆ ทั้งสื่อกระแสหลัก สื่อออนไลน์ควบคู่กับการส่งต่อข้อมูลไปยังผู้ใช้งานรายอื่นๆ ที่สนใจติดตามข่าวสารการเมืองหรือประเด็นที่สังคมให้ความสนใจในช่วงเวลาดังกล่าวเป็นตัวช่วยในการตรวจสอบย้อนกลับอีกทาง จะทำให้ข้อมูลนั้นมีน้ำหนักในการตัดสินใจมากยิ่งขึ้น

2. การสร้างหลักเกณฑ์และให้น้ำหนักของหลักเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกตั้งเมื่อผู้ลงคะแนนเสียงยอมรับว่าจะต้องมีการตัดสินใจและได้รับข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับผู้สมัครรับเลือกตั้งหรือนโยบายพรรคการเมืองที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งสังกัดอยู่ หลักเกณฑ์การตัดสินใจเลือกตั้งของคนรุ่นใหม่ผู้ใช้งานจะหาข้อมูลอื่นๆ ที่เป็นแหล่งข้อมูลทางตรงที่เกี่ยวข้องกับพรรคการเมือง ตัวผู้สมัครที่ตนเองมีอยู่ในใจ ผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ ทั้งแฟนเพจเฟสบุ๊คของพรรคการเมืองที่สังกัดเฟซบุ๊กส่วนบุคคล ทวิตเตอร์เพื่อติดตามดูการเคลื่อนไหวทางการเมือง อาทิ การนำเสนอนโยบายของพรรค วิสัยทัศน์ และไหวพริบของผู้สมัคร คุณสมบัติในการเป็นผู้แทนประชาชน

3. ประเมินและจัดลำดับ โดยปัจจัยที่ให้น้ำหนักมากที่สุดในการตัดสินใจลงคะแนน คือ นโยบายของพรรคและความนิยมของประชาชนที่เป็นกลุ่มคนวัยเดียวกัน โดยพิจารณาประกอบการข้อมูลที่มีการประชันวิสัยทัศน์ผ่านทางทวิตเตอร์ที่ผู้ทรงอิทธิพลในวิเคราะห์ไว้ก่อนหน้านี้ก่อการตัดสินใจลงคะแนนเสียง

Ref. code: 25636007030247EYR

4. การตัดสินใจสุดท้ายที่จะลงคะแนนเสียงให้ผู้สมัครคนใดคนหนึ่ง เหตุการณ์ที่เข้ามาสอดแทรกในกระบวนการตัดสินใจพบว่า เขตการเลือกที่ในอยู่ในพื้นที่ต่างจังหวัดยังมีการซื้อสิทธิ์ขายเสียงพรรคการเมืองและผู้สมัครใช้วิธีการแจกเงิน แจกขายเพื่อหวังได้คะแนนนิยมมาเป็นของฝ่ายตนเอง มีการโน้มน้าวจูงใจผ่านผู้นำท้องถิ่นในการเป็นหัวคะแนน ส่งผลให้หลายครอบครัวมีความคิดทางการเมืองที่เห็นต่างกัน บางครอบครัวที่ได้รับอามิสสินจ้างจากบรรดาพรรคการเมืองและผู้สมัครก็จะตัดสินใจลงคะแนนเสียงให้พรรคการเมืองที่ตนได้รับเงิน เสมือนกับเป็นสัญญาและพยายามที่จะหว่านล้อมคนในครอบครัวให้เห็นพ้องไปในทิศทางเดียวกัน จึงเป็นอีกปัจจัยนึงที่ถูกนำมาประกอบการพิจารณาก่อนการตัดสินใจลงคะแนนเสียงในการเลือกตั้งเช่นเดียวกัน

## 5.4 ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งถัดไป

1. เนื่องจากการศึกษาการวิจัยในครังนี้เป็นการศึกษาอิทธิพลของผู้นำความคิดทางการเมืองที่มีผลต่อคนรุ่นใหม่ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งครั้งแรกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ทวิตเตอร์ งานวิจัยครั้งถัดไปอาจศึกษาการรับรู้ขยายไปถึงสื่อสังคมออนไลน์อื่นๆ รวมด้วย เช่น ไลน์ เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษากระบวนการสื่อสารผ่านผู้นำทางความคิดโดยใช้เครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์เป็นหลักในการวิจัยครั้งถัดไปอาจศึกษากระบวนการออกแบบสารของพรรคการเมืองหรือนักการเมืองที่ลงสมัครรับเลือกตั้ง

3. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับผู้นำทางความคิดอย่างเดียวในการวิจัยครั้งต่อไปสามารถต่อยอดการเปรียบเทียบอิทธิพลการสื่อสารการเมืองระหว่างผู้นำความคิด กับสื่อกระแสหลัก เช่น สื่อโทรทัศน์ช่องทีวีดิทัล เพื่อให้เห็นถึงความแตกต่างและผลของการสื่อสารการเมือง

### ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1. งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาอิทธิพลการสื่อสารการเมืองของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดว่าเป็นกลุ่มบุคคลที่มีบทบาททางการเมือง เป็นตัวแปรสำคัญที่อาจจะส่งผลต่อความคิดทัศนคติ และอุดมการณ์ทางการเมืองของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เป็นเยาวชนผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง มีอิทธิพลที่จะโน้มน้าวให้ตัดสินใจลงคะแนนสียงให้กับพรรคการเมืองใดพรรคการเมืองหนึ่งได้ มีนัยยะสำคัญที่อาจจะเปลี่ยนแปลงผลการเลือกตั้ง เพื่อสะท้อนให้พรรคการเมืองเล็งเห็นถึงความสำคัญของการใช้ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการสื่อสารการเมืองในช่วงของการเลือกตั้ง

Ref. code: 25636007030247EYR

2. เพื่อให้เห็นถึงพฤติกรรมการสื่อสารการเมืองจากการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ของคนรุ่นใหม่ผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งเพื่อให้พรรคการเมืองตลอดจนรัฐบาลที่ทำหน้าที่บริหารประเทศนำไปใช้ในการปรับกลยุทธ์การสื่อสารการเมืองให้เข้าบริบทสังคมและพฤติกรรมการใช้สื่อของคนรุ่นใหม่

Ref. code: 25636007030247EYR

# รายการอ้างอิง

**หนังสือและบทความในหนังสือ**


กวี วงศ์พุฒ. (2539). *ภาวะผู้นำ*. ศูนย์ส่งเสริมวิชาชีพบัญชี. กรุงเทพฯ.

กิติมา สุรสนธิ. (2548). *ความรู้ทางการสื่อสาร Introduction to Communication*. (พิมพ์ครั้งที่ 4). คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. จามจุรี โปรดักท์.

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2546). *การคิดเชิงกลยุทธ์* (พิมพ์ครั้งที่ 4). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. : ซัคเซส มีเดีย.

กองบรรณาธิการนิตยสาร BrandAge. (2550). *BrandAge Essential : Subdivision 5 : P number 4 (Mar Comm).* กรุงเทพฯ : สานักพิมพ์แบรนด์เอจ.

ขวัญเรือน กิติวัฒน์. (2531). *เอกสารการสอนชุดวิชาพลศาสตร์การสื่อสาร พลศาสตร์ของการสื่อสาร* (พิมพ์ครั้งที่ 1). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

จรูญ สุภาพ. (2527). *หลักรัฐศาสตร์ฉบับพื้นฐาน* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพาณิช.

ณัฏฐกาจน์ ศุกลรัตนเมธี และ นุชประภา โมกข์ศาสตร์. (2562). *การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชนเพื่อการเป็นพลเมืองในสังคมประชาธิปไตย.* สถาบันพระปกเกล้า

นรนิติ เศรษฐบุตร. (2528) *การมีส่วนร่วมทางการเมืองสหภาพโซเวียต.* กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เปรมศักดิ์ แก้วมรกฎ. (2560). *POLITICAL PARTICIPATION CULTURE OF YOUTHS IN MULTICULTURAL SOCIETY: A CASE STUDY OF THEPHA DISTRICT SONGKHLA PROVINCE* (ฉบับ 12). มหาวิทยาลัยธนบุรี

พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว. (2522). *หลักการกำหนดที่พิจารณาลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของคนไทย.* กรุงเทพฯ : เจ้าพระยาการพิมพ์.

พิสมัย เสรีขจรกิจเจริญ. (2536). *การศึกษา วิเคราะห์ สังเคราะห์ภาพรวม จรรยาบรรณวิชาชีพในประเทศไทย.* ชลบุรี : มหาวิทยาลัยบูรพา.

พิสมัย เสรีขจรกิจเจริญ. (2536). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการตัดสินใจของหัวหน้าสถานีอนามัย,* วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาสาธารณสุขศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยมหิดล.

ระรวย เชาวน์เสฏฐกุล. (2543). *การมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการบริหารงานเทศบาล: ศึกษากรณี*


Ref. code: 25636007030247EYR

*เทศบาลในจังหวัดตรัง*. สงขลา : มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

วัธนีย์วรรณ วรรณวิทยา. (2525). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของสตรีในสภาพแรงงานประเภทกิจกรรมผลิตสื่อทอ สื่อถัก เครื่องแต่งกาย หนังสัตว์ และผลิตภัณฑ์หนังสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานคร.* กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วิชัย โถสุวรรณจินดา. (2535). *ความลับขององค์กร;พฤติกรรมองค์การสมัยใหม่.* กรุงเทพฯ : ธรรมนิติ.

วิทวัส รุ่งเรืองผล. (2553). *หลักการตลาด principle of Marketing* (ฉบับแก้ไข 6). กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สถิต นิยมญาติ. (2525). *จิตวิทยาสังคม.* กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

สุวิทย์ รุ่งวิสัย. (2526). *ปัญหาสังคม.* เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สุจิต บุญบงการ. (2531). *พฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของคนไทย.* กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สมยศ นาวีการ. (2536). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการบริหาร.* กรุงเทพฯ : ดวงกมล.

เสานีย์ ศิริพจนานนท์. (2544). *การตัดสินใจของประชาชนในการเลือกสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร: ศึกษาเฉพาะกรณี เขตเลือกตั้งที่ 1 จังหวัดสุโขทัย.* ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

สิทธิโชค วรานุสันติกูล. (2546). *จิตวิทยาสังคม: ทฤษฎีและการประยุกต์.* กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.

อนันต์ เกตุวงศ์. (2534). *หลักและเทคนิคการวางแผน* (พิมพ์ครั้งที่ 5 ฉบับปรับปรุงใหม่). กรุงเทพฯ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

**บทความวารสาร**

กระทรวงมหาดไทย กรมการปกครอง. (2531). รายงานวิจัยการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ.2531. กรุงเทพฯ: กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย.

กฤษณา บุญชม.บุญเอื้อ บุญฤทธิ์.จักรีรัตน์ แสงวารี. (2561). การพัฒนารูปแบบสื่อสารการเมืองของพรรคประชาธิปัตย์ในยุคข้อมูลข่าวสาร. *วารสารเกษมบัณฑิต.* (ฉบับพิเศษ 2561), น.19. มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.

กฤติยา รุ่งโชค. (2564). การสื่อสารการเมืองเพื่อรักษาภาพลักษณ์รัฐบาลในสื่อยุคดิจิตัล. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.

นันทนา นันทวโรภาส และรหัส แสงผ่อง. (2562). การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของพรรคการเมืองภายใต้รัฐธรรมนูญ ปี พ.ศ. 2560 กรณีการศึกษาเลือกตั้งทั่วไป ฉบับที่ 2. *วารสาร มจร.* สังคมศาสตร์ปริทรรศน์, น.287-288

Ref. code: 25636007030247EYR

นิตนา ฐานิตธนกร และ ปรัศนียากรณ์ สายปิมแปง. (2556). อิทธิพลของการบอกต่อบนโลกอินเทอร์เน็ต The Impacts of Word of Mouth on Internet. *วารสารนักบริหาร*, 32(1), น.17-22.

พิชิต วิจิตรบุญยรักษณ์. (2554). สื่อสังคมออนไลน์ : สื่อแห่งอนาคต. *วารสารนักบริหาร*, น.31(4). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

รติมา ศรีสมวงศ์, พิมพ์นลิน โกมลรุจิ, ทิวาพร รุ่งนาวา, บัณฑิตา สุดมี และพัลลภา ปีติสันต์. (2555). The Power of Influencer. *QM for quality management*, 18(173), pp.18-19.

**วิทยานิพนธ์และการค้นคว้าอิสระ**

กมลพัชร ยะรังสี. (2555). *กลยุทธ์การสื่อสารผ่านผู้นาทางความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ของ บริษัท อดิดาส (ประเทศไทย) จำกัด.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

กุลนารี เสือโรจน์. (2556). *พฤติกรรมการสื่อสารของวัยรุ่นในพื้นที่สาธารณะบนเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

จิรัฏฐ์ พรหมดิเรก. (2558). *แฮชแท็กรณรงค์ : ความคาดหวัง การเปิดรับและการมีส่วนร่วมของผู้ใช้.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ฐิตานันท์ ชัยโฆษิตภิรมย์. (2561). *การวิเคราะห์การนำเสนอเนื้อหาบนสื่อสังคมออนไลน์.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ณัฐกานต์ กูลณรงค์. (2550). *การสื่อสารการเมืองบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในช่วงการต่อต้านรัฐบาลทักษิณ.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ สาขาวิชาการเมืองและการปกครอง.

เปรมศักดิ์ แก้วมรกฎ. (2560). *วัฒนธรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของวัยรุ่น ในสังคมพหุวัฒนธรรม : กรณีศึกษา อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, คณะพัฒนาสงัคมและสิ่งแวดลอ้ม.

ทัตเทพ ธรรมษา. (2561). *การเปิดรับสื่อ ทัศนคติ และการยอมรับแนวคิดการติดตั้งตู้ถุงยางอนามัยในโรงเรียนของวันรุ่นในจังหวัดสุรินทร์.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน.

พรศรี ใจซื้อ. (2523). *ปัจจัยที่มีผลต่อการไปใช้สิทธิ์เลือกตั้ง.* (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย สาขาวิชาพัฒนาสังคม.

Ref. code: 25636007030247EYR

ศศิวิภา หาสุข. (2556). *การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวกีฬาและความคิดเห็นด้านปัจจัยที่มีผลต่อการติดตามข่าวกีฬาผ่านสังคมออนไลน์ เพื่อหาแนวทางการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์ของแกรมมี่สปอร์ต.* (สารนิพนธปริญญามหาบัญฑิต). มหาวิยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี.

ศศิมา อุดมศิลป์. (2557). *กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดโดยใช้ผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์ในธุรกิจร้านอาหาร.* (วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

ศศิมา ตุ้มนิลกาล. (2560). *การนาเสนออัตลักษณ์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์อินสตาแกรมของเจเนอเรชัน:กรณีศึกษาความแตกต่างระหว่างเจเนอเรชนัเอ็กซ์เจเนอเรชันวาย และเจเนอเรชันแซด*. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ คณะนิเทศศาสตร์.

สาธิต ปิตุเตชะ. (2542). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของประชาชนเขต 1 จังหวัดระยอง*. (ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยบูรพา บัณฑิตวิทยาลัย สาขาวิชานโยบายสาธารณะ.

เอกรัฐ ตะเคียนนุช. (2551). *แหล่งข้อมูลเกณฑ์การพิจารณาและเส้นทางการตัดสินใจในการเลือกตั้งทางการเมืองของเยาวชนในระดับอุดมศึกษา.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย คณะนิเทศศาสตร์.

อรนิตย์ เอ่งฉ้วน และ พีรยุทธ โอรพันธ์. (2557). *กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดผ่านกลุ่มผู้นำทางความคิดใน กลุ่มสังคมออนไลน์ของบริษัท เดอะมอลล์กรุ๊ป จำกัด.* (การค้นคว้าอิสระมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อัจฉรา ปัณฑรานุวงศ์. (2560*). สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กและทวิตเตอร์กับความสนใจความผูกพันและการมีส่วนร่วมทางการเมือง"*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

**สื่ออิเล็กทรอนิกส์**

*สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง. (2562).* สืบค้นเมื่อ 30 มีนาคม2562, จาก https://www.egov.go.th/th/e-government-service/342/

ณรงค์ศักดิ์ เนียมสอน. (2563). *10 เหตุการณ์เด่น พรรคอนาคตใหม่เปลี่ยนการเมืองไทยไปแค่ไหน,* สืบค้นเมื่อ 21 กุมภาพันธ์ 2563, จาก https://themomentum.co/10-big-things-futureforward-party

Ref. code: 25636007030247EYR

เทวฤทธิ์ มณีฉาย.ประชาไท. (2552). *ชาวทวิตเตอร์เริ่มเขย่าการเมืองได้อย่างไร? พลังติ่งเกาหลี 'น่ากลัว' แค่ไหน?*, สืบค้นเมื่อ 13 มกราคม2552, จาก https://prachatai.com/journal/2021/01/91178

ธนกร วงษ์ปัญญา.(2562). *7 ปีที่ว่างเว้นเลือกตั้ง ปี 2562 คนไทยจะได้หย่อนบัตรคสช. จะได้เลือก ส.ว.ตามกรอบรัฐธรรมนูญ,* สืบค้นเมื่อ 13 กันยายน 2562, จาก https://thestandard.co/7-years-thai-politics-without-election/

ประมวล สุธีจารุวัฒน์. (2562). *เปิดที่มาปรากฏการณ์ร้อนกับ #ฟ้ารักพ่อ #พ่อก็รักฟ้า กระแสแรงจากงานบอล,* สืบค้นเมื่อ 10 กุมภาพันธ์ 2562, จาก https://www.khaosod.co.th/special-stories/news_2194134

ผู้จัดการออนไลน์. (2552). *ลมปากแรงกว่าโฆษณา : แม้ทีวียังครองใจ แต่ผู้บริโภคขอรู้รอบ ชอบหาข้อมูลเอง*, สืบค้นเมื่อ 19 เมษายน 2552, จาก http://www2.manager.co.th/Dhamma/viewNew.aspx?NewID=9550000048880

พสิษฐ์ ไชยวัฒน์. (2561). *บทบาทคนรุ่นใหม่ กับประชาธิปไตย ช่วงเปลี่ยนผ่าน–ความหวังหรือความฝันสัมภาษณ์ สติธร ธนานิธิโชติ,* สืบค้นเมื่อ 11ตุลาคม2561, จาก https://prachatai.com/journal/2018/10/79100

พรรคอนาคตใหม่. (2561). *คู่มือนโยบายพรรคอนาคตใหม่,* สืบค้นเมื่อ 10กุมภาพันธ์2561, จาก https://futureforwardparty.org/wpcontent/uploads/2019/02/policybook.pdf

พิชญ์ พงษ์สวัสดิ์ และสาวตรี สุขศรี. (2562). *อินเทอร์เน็ตกับการเมือง,* สืบค้นเมื่อ 11 พฤศจิกายน 2562, จาก https://thainetizen.org/2010/11/internet-and-politics/

โพสต์ทูเดย์. (2562). *ซูเปอร์โพลเผยพรรคอนาคตใหม่ครองใจคนรุ่นใหม่,* สืบค้นเมื่อ 25 สิงหาคม 2562, จาก https://www.posttoday. com/politic/news/598650

วฤตดา วรอาคม. (2557). *5 อินไซต์เจเนอเรชั่นซี*, สืบค้นเมื่อ 7 กรกฎาคม 2557, จาก https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/591770

สำนักงานธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2561). *รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี 2560,* สืบค้นเมื่อ 30 พฤศจิกายน 2562, จาก http://www.etda.or.th/topics/รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2560.html

ศูนย์วิจัยกรุงเทพโพลล์. (2562). *กรุงเทพโพลล์ "ผลสำรวจการคาดการณ์การเลือกตั้ง,* สืบค้นเมื่อ 25 มีนาคม 2562, จาก https://www.ryt9.com/s/bkp/2971361

Ref. code: 25636007030247EYR

สปริงนิวส์, ไทยรัฐ. (2562). *โพล!! ในสายตา "คนรุ่นใหม่" พรรคการเมืองใหม่มาแรง,* สืบค้นเมื่อ 27 กุมภาพันธ์ 2562, จาก https://www.springnews.co.th/column/polcolumn/450818, https://www.thairath.co.th/infographic/2415

*สำนักบริหารการทะเบียนราษฎร์. (n.d.).* สืบค้นเมื่อ 30 มีนาคม 2562, จาก https://www.bora.dopa.go.th/index.php/th/

ไอที 24 ชั่วโมง. (2559). *Facebook เปิดตัวสำนักงานในไทย เผยคนไทยติดโซเชียลสูงที่สุดในอาเซียน* , สืบค้นเมื่อ 17 กันยายน2559, จาก https://www.it24hrs.com/2015/facebook office-thailand-bangkok/

Socialintergrated. (2562). *ความแตกต่างของคนหลาก Generation.* สืบค้นเมื่อ 24 ธันวาคม 2562, จาก http://socialintegrated.com%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B9%81%E0%B8%95%E0%B8%81%E0%B8%95%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%87%E0%B8%84%E0%B8%99%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E0%B8%B2%E0%B8%81-generation

Thumbsup. (2012). *ZMOT คืออะไร? ค่านิยามด้านการตลาดใหม่โดย Google,*. สืบค้นเมื่อ 22 เมษายน 2012, จาก http://thumbsup.in.th/2012/04/zmot/

Thumbsup. (2016). *Influencer Marketing แท้จริงคืออะไร?,* สืบค้นเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2016, จาก http://thumbsup.in.th/2016/02/influencer-marketing-2/

Ref. code: 25636007030247EYR

# REFERENCES

## Books & Book Article


Almond, G.A. and Powell, G.B. (Jr.). (1966). *Comparative Politics: A Developmental Approach.* Boston: Little, Brown & Company.

Coleman, S. (2005). *ldquo;E-democracy ndash; Whatrsquo;s the Big Idea?rdquo;The Paper was commissioned by The Governance Team (Governance and Information)* British Council. Manchester. 2005.

Charlene, li and Josh bernoff. (2008). *Groundswell winnihg in a world tranformed by social technologies* : Harvard business school Press

Chris Brogan, Julien Smith. (2009). *Trust Agents: Using the Web to Build Influence, Improve Reputation, and Earn Trust.* John Wiley & Sons Inc (E).

Milbrath,L.W. (1971). *Political Participation.* New York: University of Buffalo Press.

Milbrath, L. W., & Goel, M. L. (1977). *Political Participation: How and Why people get involved in politics.* Chicago: Rand McNally.

Rush, G.B. & Denisoff, R.S. (1971). *Social and Political Movements.* New York: Appleton-Century-Crofts.

Samuel J. Best & Brian S. Krueger .(2011). *Analyzing the representativeness of internet* political participation (27), pp.183-216

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2004). *Consumer behavior (8 th ed.) Upper Saddle River.* NJ : Prentice Hall.

Verba, S., Schlozman, K.L., & Brady, H. (1995). *Voice and equality: Civic voluntarism in American politics.* Cambridge. MA : Harvard University Press.

Weaver, D.H., D.A. Graber, M. E. McCombs, and C. H. Eyal. (1981). *Media Agenda-Setting in a Presidential Election: Issues, Images and Interest.* New York: Praeger.


Ref. code: 25636007030247EYR

**Article**

Aelst, and Walgrave. (2002). New Media, New Movements? The Role of the Internet in Shaping *the 'Anti-Globalization' Movement*, 5(4).

Aelst P, And Walgrave S.(2002). New media, new movements? The role of the internet in shaping the ‘anti-globalization’ movement, *Communication & Society,* 5(4), 465-493.

Arnstein, S.R. (2019). A Ladder of Citizen Participation. *Journal of the American Planning Association*, 85(1).

Bimber, B. (1998). The Internet of Political Transformation: Populism, Community, and Accelerated Pluralism. *Polity.* 31(1).

Bimber, B. (2001*).* Informasion and political engagement in America: The search for effects of information technology at the individual level*. Political Research Quarterly*, 54(1).

Coleman, S., & Norris, D.F. (2005). A new agenda for e-democracy*. Oxford Internet Institute, Forum Discussion Paper*, 4.

Danah m. boyd, Nicole B. Ellison. (2007). Social Network Sites: Definition*, History, and Scholarship,* 13(1)

Fisher, D. R., (2012). Youth Political Participation: Bridging Activism and Electoral Politics. *Annual Review of Sociology*, 38.

Gibson, R., Lusoli, W., & Ward, S. (2005). Online participation in the UK: Testing a contextua - lized' model of Internet effects. *British Journal of Politics and International Ralations,* 7.

Hoyer, W. D. & Maclnnis, D. J. (1997). Consumer Behavior. *Boston:Houghton Mifflin,* 389.

Markow A, and Patrick M, .(2005). Evolutionary Genetics of Reproductive Behavior in Drosophila : Connecting the Dots Annual. *Review of Genetics*, (39), 263-291.

McClosky. (1986). Political inquiry: The nature and uses of survey research. *London: The Macmillan Company.*

Price, V., Nir, L. & Cappella, J.N. (2006). Normative and Informational Influences in Online Political Discussions. *Communication Theory,* 16.

Ref. code: 25636007030247EYR

Shiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2004). Consumer behavior (8 ed.). *New Jersey : Pearson Prentice Hall.*

Saebo et al. (2008). The shape of Eparticipation: Characterizing an Emerging Research Area. *Government Information Quarterly,* 25(3).

Tolbert, C. J., & Mcneal, R. S. (2003). Unraveling the effects of the Internet on Political Participation?. *Political Research Quarterly,* 5(2).

Vincent Price, & Joseph N. Cappella, (2006). Normative and Informational. *Influences In Online Political Discussions,* 16(3).

Vissers, S, & Stolle, D. (2014) The Internet and new modes of political participation: online versus offline participation. *Information, Communication & Society,* 17(8).

Williams, K.C. & Page, R.A. (2011). Marketing to the Generation.journal of Behaveoral *Studies in Business,* 3.

**Electronic media**

Francis, T., Hoefel, F.(2018). '*True Gen: Generation Z and its implications for companies.* Retreived from http://www.mckinsey.com/industries/ comsumer-packaged-goods/our-insights/true-gen-generation-z-and-its-plications-for-companies.

Geoff Livingston. (2011). *The State of Influencer Theory Infographic [Blog].* Retrieved 15 July 2011, from http://geofflivingston.com/2011/07/15/the-state-of-influencer-theory-infographic/

Ref. code: 25636007030247EYR

# ประวัติผู้เขียน

| | |
|---|---|
| ชื่อ | นางสาวสุชาดา นิ่มนวล |
| วันเดือนปีเกิด | 26 มกราคม พ.ศ.2533 |
| วุฒิการศึกษา | ปีการศึกษา 2554 : นิเทศศาสตร์ (วารสารศาสตร์), มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย |
| ประสบการณ์ทำงาน | 2564–ปัจจุบัน : ผู้ประกาศข่าวรายการเข้มข่าวเย็น สถานีโทรทัศน์พีพีทีวี<br>2560 - 2562 : ผู้ประกาศข่าว สถานีโทรทัศน์ช่อง 5<br>2554 – 2559 : ผู้ประกาศข่าว/ผู้สื่อข่าว สถานีโทรทัศน์เนชั่นทีวี |

Ref. code: 25636007030247EYR