



## แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง บทบาทของสื่อในการต่อต้านการขายเสียงของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ในเขตเลือกตั้งที่ 1 จังหวัดนครสวรรค์ เมื่อวันที่ 13 กันยายน พ.ศ. 2535 ในครั้งนี้ใช้แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยนำเสนอตามลำดับ

ในสังคมปัจจุบัน การสื่อสารได้เข้ามามีบทบาทมากขึ้นในทุกส่วนของสังคม ไม่ว่าจะเป็นในทางการศึกษา การเมือง การปกครอง และทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงการเลือกตั้ง เมื่อวันที่ 13 กันยายน พ.ศ. 2535 ที่ผ่านมานั้น การสื่อสารได้เข้ามามีบทบาททางการเมืองอย่างมาก

### การสื่อสารทางการเมือง (Political Communication)

ในระบบการเมืองนั้น มีปัจจัยที่สำคัญอยู่หลายปัจจัยประกอบเข้าด้วยกันเพื่อให้ระบบการเมืองนั้นสามารถดำเนินไปได้ด้วยดี จากทฤษฎีระบบการเมือง (Political System) (สุรพงษ์ โสชนะเสถียร : 39) เป็นความสัมพันธ์ที่เกี่ยวเนื่องกันระหว่างปัจจัยนำเข้า ตัวระบบ และปัจจัยนำออก โดยที่ปัจจัยนำเข้าจะเป็นตัวนำทรัพยากรทางการเมืองเข้าไปสู่ระบบการเมือง เพื่อให้ระบบการเมืองทำการพิจารณาตัดสินใจ ประเปลี่ยนแปลงทรัพยากรเหล่านั้นให้เป็นผลผลิตของระบบ ในรูปของปัจจัยนำออก ศาสตราจารย์ Almond (อ้างใน จุลชีพ ถินวรรโณ: 27-29) ได้กล่าวถึงหน้าที่ในระบบการเมืองว่า ทุกระบบจะทำหน้าที่พื้นฐาน 2 ชุด

ชุดแรก คือ หน้าที่ในการนำเข้าสู่ระบบ หรือหน้าที่ทางด้านการเมือง ซึ่งมีอยู่ 4 ประการ คือ

1. การเรี่ยไรทางการเมือง (Political Socialization) และ การเลือกสรรเข้ามาสู่การเมือง (Political Recruitment) หน้าที่นี้มีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะเป็นกระบวนการสร้างวัฒนธรรมทางการเมือง (Political Culture)

2. การแสดงออกซึ่งผลประโยชน์ (Interest Articulation) เมื่อสมาชิกผ่านการเรียนรู้ทางการเมืองและมีผลประโยชน์ที่สอดคล้องกัน ก็จะแสดงออกซึ่งผลประโยชน์ของกลุ่มตนต่อผู้นำ หรือผู้มีอำนาจทางการเมือง

3. การรวบรวมผลประโยชน์ (Interest Aggregation) ระบบการเมืองจะต้องมีโครงสร้างที่ทำหน้าที่รวบรวมผลประโยชน์อันหลากหลายให้เป็นกลุ่มก้อน หรือจัดลำดับความสำคัญให้ผู้นำหรือผู้มีอำนาจตัดสินใจ

4. การสื่อสารทางการเมือง (Political Communication) เป็นหน้าที่สำคัญอีกประการหนึ่ง เพราะการสื่อสารการเมืองจะช่วยเชื่อมโครงสร้างต่าง ๆ ของระบบเข้าด้วยกัน อีกทั้งการทำหน้าที่ต่าง ๆ ของระบบการเมืองก็ต้องติดต่อผ่านการติดต่อสื่อสารระหว่างสมาชิกของระบบ

สำหรับชุดที่สองประกอบด้วย การกำหนดข้อบังคับ (Rule Making) การนำข้อบังคับไปปฏิบัติ (Rule Application) และการตีความข้อบังคับ (Rule Adjudication)

จะเห็นได้ว่า การสื่อสารทางการเมืองนับเป็นปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่งในระบบการเมือง นอกจากนี้ Deusch (สุรพงษ์ โสภนะเสถียร : 65) ยังได้นิยาม การสื่อสารทางการเมืองว่าเป็นงานการะกิจทางการเมืองหรือการปกครองที่เป็นกระบวนการในการที่ผู้นำหรือคัดท้ายพลังความพยายามของมนุษย์เพื่อให้บรรลุไปสู่เป้าหมายทั้งปวง

Palmer, Stern and Gaile (อ้างใน ประทุม ฤกษ์กลาง : 6) กล่าวว่า การสื่อสารเปรียบเสมือนเลือดเนื้อและชีวิตของระบบการเมือง (Political System) หากปราศจากการสื่อสาร ระบบการเมืองก็ไม่สามารถสร้างขึ้นหรือดำรงความเป็นเอกภาพหรือการขึ้นอยู่กับกันและกันไว้ได้

สถิติ นิยมญาติ ได้อธิบายถึง การสื่อสารทางการเมืองตามคำจำกัดความของ Rush and Althoff (อ้างใน ระวีวรรณ ประกอบผล : 743) คือ การถ่ายทอดข่าวสารที่เกี่ยวกับการเมืองจากส่วนหนึ่งของระบบการเมืองไปยังอีกส่วนหนึ่งของระบบการเมือง และเป็นการถ่ายทอดระหว่างระบบสังคมกับระบบการเมือง และเป็นองค์ประกอบที่อยู่ในสภาวะไม่อยู่นิ่งของระบบการเมือง กระบวนการต่าง ๆ ทางการเมือง เป็นต้นว่า สังคมการเมืองทางการเมือง การเข้าร่วมทางการเมืองก็ดี ตลอดจนการเลือกสรรทางการเมืองก็ดี ต้องพึ่งพาอาศัยการสื่อสารทางการเมืองทั้งสิ้น ส่วนประกอบของระบบสื่อสารการเมือง ประกอบไปด้วย (1) แหล่งที่มาของสาร (the source of the message) (2) ตัวเนื้อหา (the message) หรือข่าวสาร

(3) เส้นทาง (channel) ที่ข่าวสารถูกส่งออกไปยังผู้รับ (the audience) และ (4) ปฏิกริยาตอบโต้ (feedback)

และยังมีนักรัฐศาสตร์อีกหลายท่านเชื่อว่า (สุรพงษ์ โสภนะเสถียร : 35) การสื่อสารเป็นเครื่องมือที่สำคัญของการพัฒนาการเมือง เนื่องจากสื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญในฐานะ change agent ที่สามารถเป็นเครื่องมือในการพัฒนาการเมือง โดยที่ Roger ได้พิสูจน์ให้เห็นว่า การสื่อสารเป็นรากฐานที่จำเป็นต่อการระดมมวลชนและพัฒนาการเมืองอย่างแท้จริง ซึ่งก่อนหน้านี้ Pye ได้อธิบายถึงบทบาทและปริมาณของการสื่อสารมวลชนว่า สามารถนำมาใช้ในการจำแนกความก้าวหน้าของระบบการเมืองได้ว่า ล้าหลัง หรือกำลังเปลี่ยนแปลง นอกเหนือไปจากการกล่อมเกลாத่างสังคมที่ถูกผูกขาดโดยคนกลุ่มหนึ่ง

แต่การสื่อสารจะอยู่ในรูปแบบใดนั้นก็ขึ้นอยู่กับ ระบบการเมืองในประเทศนั้นจะเป็นตัวกำหนดแนวทางการสื่อสารว่าจะมีความเป็นอิสระมากน้อยเพียงใด หากเป็นประเทศที่ปกครองโดยเผด็จการทางทหาร เช่น ประเทศพม่า ในปัจจุบัน (พ.ศ. 2535) รูปแบบทางการเมืองก็จะแตกต่างไปจากประเทศที่มีการปกครองแบบประชาธิปไตย เช่น ประเทศอังกฤษ เป็นต้น และประเทศไทยก็เป็นประเทศหนึ่งที่มีการปกครองในระบอบประชาธิปไตย แต่มีการสลับสับเปลี่ยนเป็นเผด็จการทางทหารอยู่บ่อยครั้ง ซึ่งมีทฤษฎีสื่อสารมวลชนของ Siebert, Peterson and Schramm, 1956 ในหนังสือ Four theories of the press ที่ได้กล่าวถึงทฤษฎีอำนาจนิยม ทฤษฎีอิสระภาพนิยม ทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคม และทฤษฎีสื่อมวลชนแบบโซเวียต โดยในที่นี้จะพูดถึงทฤษฎีที่มีความเกี่ยวข้องกับระบบการปกครองของไทยในอดีตและมีผลในปัจจุบันคือ

### ทฤษฎีอำนาจนิยม

ทฤษฎีนี้ได้เริ่มโดยการระบุถึงขั้นตอนของการเกิดหนังสือพิมพ์ขึ้นในสังคมต่าง ๆ ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ภายใต้ระบบกษัตริย์ โดยที่หนังสือพิมพ์อยู่ภายใต้อำนาจของรัฐ และอยู่ภายใต้ผลประโยชน์ของชนชั้นปกครอง ความมากน้อยของการตกอยู่ภายใต้อำนาจดังกล่าวนี้มีตั้งแต่การทำตัวเป็นกลางของหนังสือพิมพ์ในการปฏิบัติต่อรัฐบาลและต่อรัฐ จนกระทั่งถึงการที่หนังสือพิมพ์ถูกใช้เป็นเครื่องมือโดยตรงเพื่อการส่งเสริมอำนาจของรัฐ หลักการสำคัญของทฤษฎีนี้คือ (Denis Mcquail เขียน ศิริชัย ศิริกาสะ และกาญจนา แก้วเทพ แปล, 2531: 115)

1. สื่อมวลชนไม่ควรทำอะไรก็ตามที่เป็นการบ่อนทำลายอำนาจของรัฐ

2. สื่อมวลชนควรยอมรับและอยู่ใต้อำนาจของรัฐ
3. สื่อมวลชนไม่ควรทำลายค่านิยมของคนส่วนใหญ่ หรือค่านิยมทางหลักศีลธรรมและ  
ทางการเมือง
4. การตรวจพิจารณาของรัฐเป็นสิ่งที่ชอบธรรม เพื่อเป็นการบังคับให้เป็นไปตาม  
หลักการ
5. การล่วงละเมิดต่ออำนาจรัฐเป็นสิ่งที่ยอมรับไม่ได้ การเบี่ยงเบนจากนโยบายของ  
รัฐ หรือทำลายหลักปฏิบัติทางศีลธรรม ควรเป็นความผิดทางอาญา

และอีกทฤษฎีหนึ่งที่คนไทยส่วนใหญ่ในประเทศต้องการนำระบบนี้เข้ามาใช้ก็คือ

#### ทฤษฎีสื่อสารมวลชนเชิงประชาธิปไตยแบบเข้ามามีส่วนร่วม

นับเป็นทฤษฎีสื่อมวลชนที่เพิ่มเข้ามาในกลุ่มทฤษฎีเชิงบรรทัดฐานของสื่อมวลชน โดยนำเอา  
ทฤษฎีต่าง ๆ มาผสมผสานกัน ทั้งอิสรภาพนิยม อุดมคตินิยม สังคมนิยม ท้องถิ่นนิยม และเสมอภาค  
นิยม โดยหลักการที่สำคัญคือ (Denis Mcquail เขียน ศิริชัย ศิริเกษ และกาญจนา แก้วเทพ  
แปล, 2531: 133)

1. ประชาชนแต่ละคนและชนกลุ่มน้อย มีสิทธิที่จะเข้าถึงตัวสื่อมวลชน (สิทธิในการ  
สื่อสาร) และมีสิทธิในการได้รับบริการจากสื่อมวลชนตามความต้องการที่ตนเองเป็นผู้กำหนด
2. องค์กรสื่อมวลชนและเนื้อหาจากสื่อมวลชน ไม่ควรจะถูกอยู่ภายใต้การควบคุมทาง  
การเมืองหรือควบคุมจากหน่วยงานของรัฐ
3. สื่อมวลชนควรมีอยู่เพื่อรับสาร ไม่ใช่มีอยู่เพื่อองค์กรของสื่อมวลชนหรือเพื่อ  
ผู้ประกอบการอื่น หรือเพื่อลูกค้าของสื่อมวลชน
4. กลุ่มต่าง ๆ องค์กรต่าง ๆ และท้องถิ่นต่าง ๆ ควรมีสื่อมวลชนของตนเอง
5. สื่อมวลชนที่มีขนาดเล็กสามารถมีปฏิสัมพันธ์กันได้ และเปิดให้เข้ามามีส่วนร่วมได้  
จะดีกว่าสื่อมวลชนขนาดใหญ่ที่เป็นการสื่อสารทางเดียว และเป็นสื่อมวลชนโดยอาชีพ
6. ความต้องการทางสังคมบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชนจะไม่ถูกแสดงออกมาได้  
อย่างเต็มที่ โดยผ่านทางความต้องการของผู้บริโภคแต่ละคนหรือโดยผ่านรัฐ หรือผ่านสถาบันหลัก  
ทางสังคม

แต่อย่างไรก็ตาม ทฤษฎีนี้ไม่สามารถจะเกิดขึ้นและใช้ในประเทศไทยในปัจจุบันได้ จะพบว่าในหลาย ๆ ครั้งคนไทยพยายามต่อสู้ให้ระบบการเมืองของไทยเป็นระบอบประชาธิปไตยที่แท้จริง แม้จะต้องเกิดเหตุการณ์อันโศกสลดขึ้นในหลาย ๆ ครั้งก็ตาม การปกครองของไทยก็ไม่ได้พัฒนาไปสักเท่าใด นั่นก็ย่อมจะหมายความว่ารูปแบบการสื่อสารการเมืองก็ต้องขึ้นอยู่กับระบบการเมืองการปกครองนั่นเอง ซึ่งก็ยิ่งผลมาสู่รูปแบบพฤติกรรมในการสื่อสารทางการเมืองของคนไทยด้วย ที่จะสามารถเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมือง (Political Participation) ได้มากนัก ยิ่งเพียงใด มีนักรัฐศาสตร์หลายท่านได้จัดลำดับรูปแบบความสูงต่ำของการมีส่วนร่วม ในที่จะนำเสนอรูปแบบการจัดลำดับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของ Millbrath ที่ได้จัดไว้ถึง 14 ระดับดังต่อไปนี้ (อ้างในระวีวรรณ ประกอบผล : 747)

รูปแบบ	รูปแบบของการมีส่วนร่วมทางการเมือง
1	การดำรงตำแหน่งของพรรคและของรัฐบาล
2	การเป็นผู้สมัครรับเลือกตั้งที่จะเข้าไปครองตำแหน่งในพรรคและรัฐบาล
3	การเป็นผู้วิ่งเต้นหาเงินช่วยเหลือพรรคการเมือง
4	การเข้าร่วมในการประชุมระดับหัวหน้าของพรรคการเมืองหรือการประชุมเพื่อวางแผนต่อสู้ทางการเมือง
5	การเป็นสมาชิกที่เข้มแข็งของพรรคการเมือง
6	การสละเวลาในการช่วยรณรงค์หาเสียง
7	การเข้าร่วมชุมนุมในทางการเมือง
8	การช่วยบริจาคเงินให้แก่พรรคการเมืองแก่ผู้สมัครรับเลือกตั้ง
9	การติดต่อเจ้าหน้าที่ของรัฐหรือผู้นำของพรรค (เพื่อผลประโยชน์ทางการเมือง)
10	การติดกระดุมแสดงเครื่องหมายพรรคหรือติดสติ๊กเกอร์พรรคที่รถยนต์
11	การพยายามพูดชักจูงให้บุคคลเข้าร่วมในการออกเสียงเลือกตั้ง
12	การร่วมอภิปรายหรือพูดคุยในเรื่องการเมือง
13	การไปใช้สิทธิเลือกตั้ง
14	การรับทราบข่าวสารหรือสิ่งกระตุ้นทางการเมือง

ที่มา : จากแนวคิดของ Lester Millbrath cited in James Burkhart, et. al.

Strategies for Political Participation. Cambridge Mass : Winthrop  
 Publisher, Inc., 1972, p. 14.

จะเห็นได้ว่าการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนที่ต่ำที่สุดของ Millbrath ก็คือ การรับทราบข่าวสารหรือสิ่งกระตุ้นทางการเมืองนั้นเอง นับเป็นการเริ่มต้นสู่การมีส่วนร่วมในการไปใช้สิทธิเลือกตั้งและสู่ขั้นตอนอื่น ๆ ต่อไป แต่สำหรับประเทศไทยการมีส่วนร่วมของประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศก็คือ การรับข่าวสาร หรือสิ่งกระตุ้นทางการเมือง และการไปใช้สิทธิเลือกตั้ง แต่ในการไปใช้สิทธิเลือกตั้งของคนไทยกลับพบว่า ประชาชนไปใช้สิทธิโดยการระดม (mobilized political participation) หารือเพราะความสำคัญของตนเองแต่อย่างใดไม่ ปัญหาต่อไปก็คือ ใครเป็นผู้มีอิทธิพลสามารถชักจูงบุคคลเหล่านี้ให้ไปใช้สิทธิลงคะแนนเลือกตั้ง คำตอบดังกล่าวนี้พอที่จะอธิบายได้ด้วยทฤษฎีว่าด้วยชนชั้นนำในชุมชน และในกรณีของประเทศไทยมีข้อมูลบ่งชี้ค่อนข้างแน่นอนว่า กำหนด ผู้ใหญ่บ้าน คือผู้มีบทบาทอย่างสำคัญในการชักจูงใจให้ประชาชนไปใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง (จรรยา สุภาพ และ พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว : 21) และอยู่ภายใต้ลักษณะของสังคมไทยที่เน้นความสัมพันธ์แบบเครือญาติและระบบอุปถัมภ์ (patron-client relationship) และยิ่งพบจากการศึกษาวิจัยของ สกล วรจิต (2535) พบว่า หัวคะแนนส่วนใหญ่เป็นเพศชาย กำลังดำรงตำแหน่งหรือเคยดำรงตำแหน่งทางการเมือง การบริหารมากที่สุด คือกรรมการหมู่บ้าน โดยมีเหตุจูงใจในการเข้ารับเป็นหัวคะแนน เนื่องจากมีบุญคุณต่อกัน และการศึกษาของ สุรียันธ์ จิรสิทธิ์สุนทร (2531) พบว่า การที่ผู้มีสมัครไม่สามารถส่งข่าวสารของตนไปยังประชาชนได้โดยตรงอย่างทั่วถึง จึงต้องใช้ผู้นำชุมชนเป็นตัวแทนในการส่งข่าวสาร การใช้ตัวแทนจึงเป็นที่มาของหัวคะแนน และส่วนใหญ่หัวคะแนนมีอาชีพเป็นกำนันและผู้ใหญ่บ้าน และความสัมพันธ์ระหว่างหัวคะแนนกับผู้สมัครรับเลือกตั้ง เป็นไปในลักษณะการช่วยเหลือ เกื้อกูลแบบผู้อุปถัมภ์-ผู้ใต้อุปถัมภ์

### ทฤษฎีระบบอุปถัมภ์ (Patron-client Theory)

ระบบอุปถัมภ์หรือความสัมพันธ์แบบผู้อุปถัมภ์-ผู้ใต้อุปถัมภ์ หมายความว่า ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มคน 2 สถานภาพ โดยฝ่ายที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจ สังคม สูงกว่า (patron) ใช้อำนาจและปัจจัยต่าง ๆ ให้ความคุ้มครองต่ออีกฝ่ายหนึ่งที่มีฐานะต่ำกว่า (client) ซึ่งตอบแทนโดยช่วยเหลือในเรื่องทั่ว ๆ ไป และอุทิศตัวรับใช้ผู้อุปถัมภ์ ลักษณะดังกล่าวเป็นความสัมพันธ์ที่ไม่เสมอภาค (ภารดี เกษโกวิท อังไฉ่ เพิ่มพงษ์ เชาวลิต : 11)

Almond และ Powell (พวงษอนิกร ตันดิวัฒนา : 117-118) ยังได้กล่าวว่า ในความสัมพันธ์ของระบบอุปถัมภ์ในทางการเมือง ตามแนวคิดระบบโครงสร้างหน้าที่การเมืองที่พัฒนาแล้วทุกระบบ มีหน้าที่ต้องเปิดโอกาสให้ประชาชนได้เรียกร้องแสดงออกซึ่งผลประโยชน์ของกลุ่มตน แต่สำหรับการเมืองแบบอุปถัมภ์หน้าที่ดังกล่าวอยู่ภายใต้การทำงานของโครงสร้างทางสังคมที่มีลักษณะเป็นสายสัมพันธ์ส่วนตัวในแนวดิ่ง (vertical) ระหว่างผู้มีฐานะสูงกว่ากับผู้มีฐานะต่ำกว่า เป็นการแสดงออกในปริบททางการเมือง การตอบสนองแลกเปลี่ยนผลตอบแทนซึ่งกันและกัน จึงมีลักษณะของผลประโยชน์ทางการเมืองเป็นส่วนใหญ่ นักวิชาการหลายคนได้สังเกตพบว่า ภาวะความเป็นสมัยใหม่ (modernization) ในสังคมชนบทของประเทศด้อยพัฒนา มักจะเกิดควบคู่ไปกับการขยายตัวของโครงสร้างแบบอุปถัมภ์ และการขยายตัวของโครงสร้างดังกล่าวได้กลายเป็นตัวขัดขวางที่สามารรถบูรณาการของการเมืองภายในชาติได้ ในขณะที่เดียวกันทางด้านการพัฒนาของระบบพรรคการเมือง มักพบว่าพรรคการเมืองทั้งหลายในประเทศด้อยพัฒนา ต่างก็เจริญขึ้นมาจากพื้นฐานของโครงสร้างความสัมพันธ์แบบอุปถัมภ์ด้วยกันทั้งสิ้น ทั้งนี้เพราะมีปัจจัยบางประการที่ก่อให้เกิดเงื่อนไขดังกล่าว Christopher Claphan (1982: 7-8) ได้ให้เห็นภาพของการเมืองแบบอุปถัมภ์ ว่าเกิดขึ้นภายใต้เงื่อนไข 4 ประการ คือ

1. ในสังคมนั้น ๆ ทรัพยากรสำคัญถูกผูกขาดไว้ที่กลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ จนมีผลทำให้คนที่ไม่สามารถเข้าถึงทรัพยากรเหล่านี้ขาดหลักประกันชีวิตไป ต้องหาผู้อุปถัมภ์หยิบยื่นให้
2. ผู้อุปถัมภ์เองมีความต้องการหรือจำเป็นที่จะต้องพึ่งผู้อยู่ใต้อุปถัมภ์ เพื่อให้ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน โดยที่ผู้อุปถัมภ์ก็ยินดีให้ทรัพยากรตอบแทน
3. กลุ่มผู้อยู่ใต้อุปถัมภ์ ไม่มีความสามารถรวมตัวกันเพื่อต่อรองกับกลุ่มผู้อุปถัมภ์ เพราะตัวผู้อุปถัมภ์คอยควบคุมทรัพยากรที่ใช้ในการบังคับมิให้ผู้อยู่ใต้อุปถัมภ์รวมตัวกัน
4. ระบบสังคมการเมืองไม่สามารถใช้คุณธรรมในการจัดสรรทรัพยากรแก่สังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ Jeremy H. Kemp (สมเกียรติ วันทะนะ : 7-8) ได้มองสังคมไทยทำให้เห็นลักษณะสำคัญ 2 ประการ ประการแรกคิดว่าสังคมไทยขาดกลุ่มในลักษณะที่เป็นสมาคมแบบอเมริกัน ในขณะที่เดียวกันกลุ่มความสัมพันธ์ทางเครือญาติก็ไม่ได้เข้มแข็งพอที่จะเป็นหลักในการจัดระบบสังคม ไม่เห็นความสัมพันธ์ทางเครือญาติที่ชัดเจนหนักแน่นในสังคมไทย ประการที่สอง ฐานะตำแหน่งของคนในสังคมมีลักษณะไม่สม่ำเสมอ ซึ่งเป็นเครื่องรองรับที่ดีทำให้ความสัมพันธ์ในระบบอุปถัมภ์เกิดบางอย่างโดดเด่น ซึ่งลักษณะ 2 ประการนี้ ทำให้ระบบอุปถัมภ์แพร่หลายในการศึกษา

เรื่องไทย จากจุดนี้เขาเห็นว่า ความสัมพันธ์เป็นส่วนหนึ่งของความสัมพันธ์ทางสังคม ความสัมพันธ์ในสังคมจะมีลักษณะเป็นสายสัมพันธ์ในรูปแบบที่ว่า ด้านหนึ่งเป็นความสัมพันธ์ลักษณะเครือญาติ ซึ่งเป็นการช่วยเหลือเกื้อกูล เป็นเรื่องของภาระหน้าที่ทางศีลธรรมที่สูง เช่น พ่อแม่ต่อลูกหลาน อีกด้านหนึ่ง คือ ความสัมพันธ์ในเชิงอำนาจที่มักจะไม่ใช่เรื่องศีลธรรม และในระหว่าง 2 จุดนี้ จะมีจุดของความสัมพันธ์แบบอุปถัมภ์ที่เลื่อนไปเลื่อนมา แต่ยากที่จะระบุให้ชัดเจนว่าอยู่ตรงไหนสุด แต่เงื่อนไขทางประวัติศาสตร์ พิจารณาได้ดังรูป

(ศีลธรรม)

(ไม่ใช่ศีลธรรม)

เครือญาติ-----ระบบอุปถัมภ์-----อำนาจ

### สายสัมพันธ์ทางสังคม

มีข้อสังเกตที่ควรได้รับการพิจารณาด้วยก็คือ การมองสังคมแบบระบบอุปถัมภ์ในแว่นแฉะมองในแง่พัฒนาการของประวัติศาสตร์ด้วย ในสังคมไทยนั้นรัฐพยายามเอาทรัพยากรในสังคมมาใช้ประโยชน์ และในประวัติศาสตร์ เครื่องมือของการนำทรัพยากรมาใช้ก็คือ ระบบการคุมกำลังคนของรัฐ ซึ่งเป็นวิธีการที่รัฐจัดแบ่งคนให้มีการควบคุมกันในลักษณะนายกับไพร่ ซึ่งเป็นไปตามหลักการของระบบอุปถัมภ์ แต่ก็มีข้อสงสัยว่าจะนำมาใช้ศึกษาในสังคมไทยปัจจุบันได้อย่างไร มีข้อสรุปที่น่าสนใจอยู่ประเด็นหนึ่งคือ ระบบอุปถัมภ์นี้เป็นกลไกระดับย่อย และก็ไม่อาจนำไปใช้อธิบายสังคมทั้งระบบได้ แต่ความเป็นจริงนั้นการมองระบบการเมืองในปัจจุบันเราอาจจะเห็นความสัมพันธ์ที่ไม่เสมอภาคกัน และการตอบแทนแลกเปลี่ยนแบบผู้อุปถัมภ์-ผู้ใ้อุปถัมภ์เกิดขึ้นในเวทีการเมืองที่แฝงมาในการใช้หัวคะแนน การรณรงค์หาเสียงด้วยวิธีการใช้เงิน และการสนองตอบด้วยการให้ความสนับสนุนทางการเมืองในลักษณะต่าง ๆ (เพิ่มพงษ์ ชาญวิทย์ : 18-20)

นอกจากนี้ การศึกษาของ สมหญิง สุนทรวงษ์ ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ระบบอุปถัมภ์กับการกระจายผลประโยชน์ในการพัฒนาชนบท กรณีศึกษาหมู่บ้านในเขตชายฝั่งทะเลตะวันออก (2532: บทคัดย่อ) พบว่า การก่อกำเนิดระบบอุปถัมภ์นั้นเป็นผลมาจาก แบบแผนการผลิตแบบเกษตรกรรมเพื่อการพาณิชย์และระบบราชการ เป็นสำคัญ และความสัมพันธ์ระหว่างผู้อุปถัมภ์กับผู้ถูกอุปถัมภ์นั้นอยู่บนฐานของการแลกเปลี่ยนตอบแทน เมื่อแบบแผนการผลิตพัฒนาสู่การผลิตแบบอุตสาหกรรม ลักษณะความสัมพันธ์ของผู้อุปถัมภ์กับผู้ถูกอุปถัมภ์มีลักษณะที่แคบลง โดยตั้งอยู่บนการแลกเปลี่ยน



เชิงเศรษฐกิจเป็นหลัก และความสัมพันธ์ของทั้งสองฝ่ายไม่ได้ถาวรยาวนานนัก ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผลประโยชน์ของทั้งสองฝ่าย และความสัมพันธ์ในระดับหมู่บ้านนั้นไม่สามารถเป็นอิสระจากระบบอุปถัมภ์ภายนอกได้ ความสัมพันธ์ระหว่างระบบอุปถัมภ์นั้นมีเครือข่ายและโยงใยถึงระดับพรรคการเมือง และผลประโยชน์นี้เองที่เป็นอุปสรรคต่อการกระจายผลประโยชน์ในการพัฒนา ทั้งนี้ด้วยระบบอุปถัมภ์ได้ถูกใช้เป็นเครื่องมือในการดูดซับเอาทรัพยากร ทั้งภายในและภายนอก รวมถึงผลประโยชน์จากงานพัฒนา ทั้งในด้านผลประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ไปสู่กลุ่มของตนเอง และมีการกระจายผลประโยชน์ภายในกลุ่ม ตามระดับผู้ใกล้ชิดผู้อุปถัมภ์ นอกจากนี้ระบบอุปถัมภ์ยังได้มีเงื่อนไขสำคัญ ซึ่งได้แก่ นโยบาย แนวคิดของรัฐ เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา และโครงสร้างภายในชุมชนเองเป็นกลไกในการสนับสนุนให้ระบบอุปถัมภ์ แอ่งชิงเอาผลประโยชน์จากการพัฒนาชนบทไปจากประชาชน เป็นผลให้การกระจายผลประโยชน์ในการพัฒนาชนบทไม่สามารถถึงประชาชนผู้ยากจนได้

จะเห็นได้ว่าระบบอุปถัมภ์ได้ผูกโยงกับกลุ่มอำนาจในชุมชน ส่วนใหญ่ก็คือผู้นำในท้องถิ่นนั่นเอง

### ทฤษฎีเกี่ยวกับชนชั้นนำ (Elite Theory)

อำนาจ (Power) และโครงสร้างอำนาจ (Power Structure) ถือได้ว่าเป็นเรื่องสำคัญ โดยมุ่งสนใจศึกษาการใช้อำนาจของบุคคลระดับสูงของชุมชนและสังคม ซึ่งเป็นผู้ควบคุมกระบวนการตัดสินใจของสังคมนั้น ๆ เอาไว้ กลุ่มบุคคลเช่นนี้เรียกว่า ชนชั้นนำ แนวความคิดเรื่องชนชั้นนำมีรากฐานอยู่บนความคิดเรื่องการแบ่งชนชั้นทางสังคม ที่มีความไม่เสมอภาคกัน และในความไม่เสมอภาคจะมีชนกลุ่มน้อยส่วนหนึ่งที่ถูกจัดเป็นชนชั้นสูงสุดในการครอบงำการใช้อำนาจและการตัดสินใจ การทำความเข้าใจลักษณะโครงสร้างของชุมชนหนึ่ง ๆ จะสามารถตอบปัญหาได้หลาย ๆ อย่าง รวมทั้งพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงของชุมชนด้วย (ระดม วงษ์น้อม : 1-2)

การใช้อำนาจในโครงสร้างอำนาจในชุมชน มีหลักสำคัญที่แสดงออกดังต่อไปนี้ (ศรีสมภพ จิตรภิรมย์ศรี : 31-32)

1. อำนาจเป็นคุณสมบัติของบุคคล
2. สัมพันธภาพของอำนาจจะไม่มีลักษณะถาวร ขึ้นต่อการตัดสินใจในกรณีเฉพาะ
3. ไม่มีเส้นขีดแบ่งที่ถาวรระหว่างชนชั้นนำกับประชาชนทั่วไป บุคคลที่มีส่วนร่วมในการ

ตัดสินใจครั้งหนึ่งไม่จำเป็นต้องเป็นคนเดียวกันกับครั้งต่อ ๆ ไป

4. ความแตกต่างระหว่างผู้ที่เข้าร่วมในการตัดสินใจ กับผู้ที่มิได้เข้าไปร่วมอยู่ตรงที่ระดับผลประโยชน์
5. ภาวะผู้นำจะเลื่อนไหลและเป็นพลวัตร การเข้าถึงกระบวนการตัดสินใจอาศัยพื้นฐานจากการมีทักษะในการเป็นผู้นำ มีข้อมูลข่าวสาร ฯลฯ
6. ในชุมชนมีศูนย์อำนาจหลายศูนย์ ไม่มีชั้นชั้นนำกลุ่มเดียวใช้อำนาจครอบงำการตัดสินใจทุกประเด็น

7. มีการแข่งขันระหว่างผู้นำ ผู้นำมิใช่จะมีผลประโยชน์ร่วมกันทุกครั้ง การเมืองในชุมชนเป็นเรื่องของการต่อรอง หรือประนีประนอมระหว่างกลุ่มผู้นำ

และ Keys (อ้างใน เพิ่มพงษ์ เชาวลิต : 23-24) ได้แบ่งประเภทผู้นำชุมชน โดยพิจารณาจากบทบาทและแหล่งที่มาของอำนาจเป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. ผู้นำที่มีแหล่งอำนาจจากระบบราชการ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ของรัฐในระดับท้องถิ่น ทั้งในระดับตำบลและอำเภอ ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบบริหารงานและควบคุมประชาชนในท้องถิ่น ผู้นำประเภทนี้ส่วนมากเป็นคนมาจากถิ่นอื่น
  2. ผู้นำที่มีกำเนิดมาจากผลผลิตของโครงสร้างทางสังคมของชาวชนบท หรือเรียกอีกอย่างว่า ผู้นำประเภทอาวุโส ในชุมชนชนบทไทย ระบบครอบครัวและเครือญาติเป็นส่วนสำคัญที่กำหนดให้บุคคลผู้อาวุโสในแวดวงเหล่านี้เป็นผู้นำในหมู่บ้าน บทบาทของผู้อาวุโสจะมีทั้งลักษณะส่วนตัวและส่วนรวม เช่น กิจกรรมส่วนท้องถิ่น โดยใช้ในรูปของการชักชวนชาวบ้านเข้ามาร่วมกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อท้องถิ่น รวมทั้งการไกล่เกลี่ยตัดสินกรณีพิพาทในชุมชน
  3. ผู้นำที่ได้รับอำนาจจากทั้งสองแหล่ง คือ ผสมผสานระหว่างอำนาจจากระบบราชการ และอำนาจจากโครงสร้างภายในชุมชน บทบาทของผู้นำประเภทนี้ ทำหน้าที่เชื่อมโยงขอบข่ายงานระหว่างชาวบ้านกับรัฐบาล อันได้แก่ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน พระสงฆ์ ครู พ่อค้าภายในหมู่บ้าน เป็นต้น
- นอกจากนี้ Clark D. Neher (อ้างใน เพิ่มพงษ์ เชาวลิต : 25) ได้วิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างเจ้าหน้าที่ของรัฐกับกลุ่มผู้นำในหมู่บ้านในการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ โดยแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. กลุ่มที่ไม่สนใจการเมือง ได้แก่ กลุ่มบุคคลที่ไม่ได้ติดต่อสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ของรัฐ และไม่ได้เป็นสมาชิกของกลุ่มหรือสมาคมใด ๆ
2. กลุ่มที่สนใจกิจกรรมทางการเมือง เป็นกลุ่มที่มีความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ของรัฐ

โดยตรง ส่วนใหญ่จะเป็นผู้นำของกลุ่มในหมู่บ้าน เช่น ผู้ใหญ่บ้าน สมาชิกกรรมการวัด เป็นต้น ที่ทำหน้าที่เป็นตัวกลางเชื่อมระหว่างชาวบ้านกับเจ้าหน้าที่

3. ชนชั้นนำของหมู่บ้านหรือตำบล เช่น ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน เป็นบุคคลที่ทำการตัดสินใจแบบผูกขาดอำนาจในหมู่บ้าน

ได้มีการนำทฤษฎีชนชั้นนำมาใช้ในสังคมไทย ทำให้นักวิชาการส่วนใหญ่ยอมรับว่า โครงสร้างอำนาจในชุมชนของไทยมีลักษณะเป็นแบบปิรามิด คือ มีชนชั้นนำส่วนน้อยกลุ่มหนึ่งผูกขาดการใช้อำนาจ การตัดสินใจ โดยอาศัยปัจจัยที่มีอยู่ และได้เปรียบชาวบ้านส่วนใหญ่ที่ไม่มีส่วนร่วมใด ๆ เลย ซึ่งยังผลไปสู่พฤติกรรมกรรมการเลือกตั้งด้วย

### ทฤษฎีการแลกเปลี่ยน (Exchange Theory)

Peter Blau (อ้างใน เพิ่มพงษ์ เชาวลิศ : 27) ได้ให้ความหมายของการแลกเปลี่ยนทางสังคมว่า เป็นการกระทำโดยสมัครใจของบุคคลที่ถูกจูงใจโดยผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับจากผู้อื่น ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนของ Blau มีสมมติฐานว่า มนุษย์ทำการตัดสินใจอย่างมีเหตุผลภายใต้ข้อมูลข่าวสาร และการรับรู้ที่มีขีดจำกัด แม้มนุษย์จะมีการกระทำเพื่อหวังประโยชน์ส่วนตัว แต่กิจกรรมทั้งหมดของมนุษย์ก็มิได้มีประโยชน์พื้นฐานเช่นนี้แต่เพียงอย่างเดียว มนุษย์สามารถสนองผลประโยชน์ของผู้อื่นด้วย ทั้งนี้เพราะมนุษย์เป็นสัตว์สังคม สาระสำคัญของทฤษฎีนี้ไม่เพียงแต่อยู่ที่การเน้นความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อทางเลือกพฤติกรรม แต่ยังให้ความสำคัญแก่ผลของพฤติกรรมที่ย้อนกลับมาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจที่จะมีพฤติกรรมในอนาคต

นักสังคมวิทยามักกล่าวถึง กระบวนการปฏิสัมพันธ์ (interaction process) ของสังคมทั่ว ๆ ไป แต่แท้ที่จริงแล้ว กระบวนการดังกล่าวก็คือ กระบวนการแห่งการแลกเปลี่ยนนั่นเอง ตามแนวความคิดปฏิสัมพันธ์จะต้องมีโครงสร้างประกอบ โดยเน้นแห่งความหมาย โครงสร้างของสังคมก็คือ โครงข่ายทางสังคม ซึ่งประกอบด้วย กลุ่มของความสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยนและปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน โดยในโครงข่ายจะมีผู้กระทำตามตำแหน่ง หรือบทบาท เพื่อสร้างความสัมพันธ์แลกเปลี่ยนกับผู้กระทำ หรือบุคคลอื่น ๆ ในสังคม และผู้กระทำจะเป็นเพียงจุด ๆ หนึ่งในโครงข่ายของความสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน สิ่งที่เกิดจากความสัมพันธ์นี้จะต้องเป็นบุคคลหรือกลุ่มของความสัมพันธ์ตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป (สมจิต ปัญาศักดิ์ : 181)

แนวความคิดในทฤษฎีการแลกเปลี่ยน อาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภท (สามารถ ศรีจำนงค์ : 45-59)

1. การแลกเปลี่ยนทางเศรษฐกิจ เป็นการแลกเปลี่ยนภายใต้สถาบันทางเศรษฐกิจผ่านเงินตราเป็นตัวกลาง ได้แก่ พันธกรณีของทุกฝ่ายจะเป็นสิ่งที่รัฐชัดเจนล่วงหน้าตามหลักอุปสงค์อุปทาน

2. การแลกเปลี่ยนทางสังคม เป็นการแลกเปลี่ยนที่จะสร้างความผูกพันให้กับคนในสังคม กระบวนการแลกเปลี่ยนเริ่มจาก บุคคลฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งพอใจจะเริ่ม "ล่อเหยื่อ" โดยมีข้อเสนอที่น่าสนใจมากที่สุดเท่าที่จะทำได้ โดยหวังจะชนะใจอีกฝ่ายหนึ่งโดยมีเหตุผลเข้ามาเกี่ยวข้อง การแลกเปลี่ยนทางสังคมไม่สามารถระบุพันธกรณีที่จะได้รับอย่างชัดเจน เพราะสิ่งที่รับกลับไม่ตรงอย่างที่คาด เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นซ้ำ ๆ ผลประโยชน์การแลกเปลี่ยนเช่นนี้ไม่ได้อยู่ที่วัตถุ แต่อยู่ที่ความสัมพันธ์

ในบางกรณีการแลกเปลี่ยนก่อให้เกิดความแตกต่างระหว่างสภาพภาพของบุคคล การให้ของผู้อื่นเพื่อเป็นพระเดชพระคุณก็ได้ และ Blau ยังได้ย้ำให้เห็นถึงการแลกเปลี่ยน อาจมิได้หมายความว่า จะทำในระดับปัจเจกชนเท่านั้น แต่หากขยายความไปถึงการกระทำที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม ซึ่งถือเป็นการแลกเปลี่ยนที่กว้างออกไปในระดับสังคม ซึ่งก็จะเห็นได้อย่างชัดเจนในการซื้อขายสิ่งของที่ปรากฏในประเทศไทยที่มีการแลกเปลี่ยนทั้งในระดับปัจเจกชนและในระดับชุมชน

แต่อย่างไรก็ตาม ในขั้นตอนสุดท้ายของประชาชนก็คือ กระบวนการตัดสินใจ (Decision making) คือ การกระทำหรือกระบวนการในการคัดเลือกแนวทางต่าง ๆ ที่ล้วนแต่มีความสำคัญใกล้เคียงกัน แนวทางเลือกเหล่านี้หมายถึงกลวิธีต่าง ๆ ที่ใช้ในการตัดสินใจคัดเลือกตามหลักเกณฑ์บางประการ เช่น เลือกเอาแนวทางเลือกที่ให้คุณค่าหรือผลประโยชน์มากที่สุด ผลเสียน้อยที่สุด ใช้เวลาและแรงงานในการคิดค้น ปฏิบัติ ดำเนินการน้อยที่สุด รวมทั้งอำนวยความสะดวกได้มากที่สุด (Allan W. Lerner อ้างใน โคริน เฟื่องเกษม : 129) จากการศึกษาของเฟื่องพงษ์ ชาวลิขิต (2533: 150) พบว่า เกณฑ์หรือประเด็นพิจารณาว่าประชาชนจะเลือกผู้สมัครหมายเลขใด มีข้อพิจารณาดังต่อไปนี้

1. ในกรณีที่ผู้สมัครหลายคนต่างทุ่มซื้อเสียงในชุมชนหมู่บ้าน และประชาชนรับเงินเหล่านี้ไว้แล้ว การตัดสินใจว่าจะเลือกหมายเลขใด ส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับการจัดการของหัวหน้าคณะหรือหัวหน้าครอบครัว หากเขตเลือกตั้งไม่มีปัจจัยที่แสดงออกถึงอิทธิพล อำนาจ โดยหลักการทั่วไปจะใช้วิธีแบ่งเฉลี่ยคะแนนให้ทั่วถึงทุกคน

2. ในกรณีผู้สมัครเป็นที่เคารพ ชื่นชมจากประชาชนในเขตเลือกตั้ง หรือมีสายสัมพันธ์ระหว่างกันอย่างสนิทแน่นแฟ้น หรือได้รับการร้องขอจากผู้มีอำนาจ-อิทธิพลอย่างจริงจัง ให้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้งหมายเลขเดียว หัวคะแนนจะชักชวนให้ดำเนินการดังกล่าว

3. ในบางพื้นที่โดยเฉพาะหมู่บ้านเล็ก ๆ ที่อยู่ห่างไกล ผู้สมัครส่วนใหญ่อาจเข้าไปติดต่อซื้อเสียงไม่ครบตามจำนวนบุคคลที่ประชาชนมีสิทธิเลือกตั้ง เงื่อนไขนี้ทำให้ประชาชนสามารถรับการติดต่อจากผู้สมัครอื่น ๆ ได้อีก โดยไม่มีปัจจัยแทรกซ้อนใด ๆ

4. ในพื้นที่ที่มีการซื้อเสียงโดยให้ราคาแตกต่างกัน และไม่มีปัจจัยอื่น ๆ ประกอบการตัดสินใจ ประชาชนมักลงคะแนนเสียงให้ผู้สมัครที่เสนอราคาสูงกว่าตามลำดับ

5. ในพื้นที่ที่ประชาชนรับเงินจากผู้สมัครครบตามจำนวนบุคคลที่มีสิทธิเลือกตั้งแล้วมักจะไม่รับเงินจากผู้สมัครอื่น ๆ ที่มาติดต่อภายหลัง

จะเห็นได้ว่า การซื้อขายคะแนนเสียงได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของการเลือกตั้ง แต่จะพบว่าในการเลือกตั้งเมื่อวันที่ 13 กันยายน พ.ศ. 2535 สื่อมวลชนและองค์กรกลางได้เข้ามามีบทบาทสำคัญ ในการรณรงค์ให้ประชาชนด้านการขายเสียง ถึงแม้ว่าในการเลือกตั้งครั้งดังกล่าว การซื้อขายเสียงจะมีได้คณน้อยลง แต่พฤติกรรมกรรมการเลือกตั้งของประชาชนบางส่วนกลับเปลี่ยนแปลงไป

### ทฤษฎี KAP

ทฤษฎี KAP เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับตัวแปร 3 ตัวแปร คือ ความรู้ (knowledge) ที่ทัศนคติ (attitude) และการยอมรับปฏิบัติ (practice) ของผู้รับสารจึงถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการปรับเปลี่ยนสังคมให้ทันสมัย โดยมีการสื่อสารหรือสื่อมวลชนในฐานะตัวแปรต้นที่สามารถเป็นตัวการนำการพัฒนาเข้าไปสู่ชุมชนได้ด้วยการอาศัย KAP เป็นตัวแปรตามในการวัดความสำเร็จของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา อันเนื่องมาจากการยอมรับความเปลี่ยนแปลงในกลุ่มผู้รับสารว่า ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้รับสารเปลี่ยนแปลงไปในทางบวกหรือไม่ ถ้าไม่ใช่คืออุปสรรค นอกจากนั้นยังอาจศึกษาถึงความสัมพันธ์ในลักษณะสายโซ่ ที่เริ่มจากความรู้ ไปสู่ทัศนคติ และกลายเป็นพฤติกรรมต่อไป KAP จึงกลายเป็นแนวทางที่นิยมในประเทศที่ต้องการพัฒนาจากความเป็นประเทศล้าหลังไปสู่ความทันสมัยดังเช่นประเทศในทวีปเอเชีย ซึ่งสามารถจำแนกได้เป็น 3 ลักษณะ คือ (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร : 118)

ความรู้ (knowledge) ผลกระทบที่มีต่อผู้รับสารเชิงความรู้ ในทฤษฎีการสื่อสารนั้น อาจปรากฏได้จากสาเหตุ 5 รูปแบบ คือ

1. การตอบข้อสงสัย (ambiguity resolution) การสื่อสารสังคมมักสร้างความสับสนให้กับสมาชิกในสังคม ผู้รับสารจึงมักแสวงหาสารสนเทศ โดยการอาศัยสื่อทั้งหลายเพื่อตอบข้อสงสัยและความสับสนของตน

2. การสร้างทัศนคติ (attitude formation) ผลกระทบเชิงความรู้ต่อการปลูกฝังทัศนคตินั้น ส่วนมากนิยมใช้กับสารสนเทศที่เป็นนวัตกรรม เพื่อสร้างทัศนคติให้คนยอมรับการแพร่ นวัตกรรมนั้น ๆ (ในฐานะความรู้)

3. การกำหนดวาระ (agenda setting) เป็นผลกระทบเชิงความรู้ที่สื่อกระจายออกไป เพื่อให้ประชาชนตระหนักและผูกพันกับประเด็นวาระที่สื่อกำหนดขึ้น หากตรงกับภูมิหลังของปัจเจกชนและค่านิยมของสังคมแล้ว ผู้รับสารก็จะเลือกสารสนเทศนั้น

4. การพอกพูนระบบความเชื่อ (expansion of belief system) การสื่อสารสังคมมักจะกระจายความเชื่อ ค่านิยม และอุดมการณ์ด้านต่าง ๆ ไปสู่ประชาชน จึงทำให้ผู้รับสารรับทราบระบบความเชื่อที่หลากหลายและลึกซึ้งไว้ในความเชื่อของตนมากขึ้นไปเรื่อย ๆ

5. การรู้แจ้งต่อค่านิยม (value clarification) ความขัดแย้งในเรื่องค่านิยม และอุดมการณ์ เป็นภาวะปกติของสังคม สื่อมวลชนที่น่าเสนอข้อเท็จจริงในประเด็นเหล่านี้ ย่อมทำให้ประชาชนผู้รับสารเข้าใจถึงค่านิยมเหล่านั้นแจ่มชัดขึ้น

ทัศนคติ (attitude) มีผู้ให้ความหมายคำว่าทัศนคติอย่างกว้างขวาง

Morgan (อ้างใน ปรียานิจ ชัยจันดี : 22) กล่าวว่า ทัศนคติเป็นท่าทีของจิตใจที่จะชี้นำให้ปฏิบัติต่อประสบการณ์ใหม่ ๆ แต่ละอย่างก่อนที่จะมีการสนองตอบต่อประสบการณ์นั้น

ปรเม สตะเวทิน (2533: 63) กล่าวว่า ทัศนคติ คือ ความมีใจโน้มเอียงที่จะมีปฏิกิริยาอย่างใดอย่างหนึ่งต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง กล่าวอีกนัยหนึ่ง ทัศนคติก็คือ ท่าทีหรือความรู้สึกอย่างใดอย่างหนึ่งที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

แต่ก็มีนักวิชาการอีกส่วนหนึ่งที่ใช้ทัศนคติในความหมายที่แยกออกไปว่าเป็นมิติของการประเมินเพื่อแสดงว่าชอบหรือไม่ชอบต่อประเด็นหนึ่ง ๆ ถ้าเช่นนั้นทัศนคติก็จะเป็นเพียง affective เท่านั้น (สุรพงษ์ โสภนะเสถียร : 122)

แต่ทัศนคติในความเห็นของ McGuire (ธีรวัฒน์ นิจนตร อ้างใน ปรียานิจ ชัยจันดี : 23) ประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ประการ คือ ความรู้ หมายถึงความรู้เกี่ยวกับสิ่งที่เขาสนใจอยู่

และความรู้ต่าง ๆ เหล่านี้จะก่อให้เกิดองค์ประกอบประการที่ 2 คือ ความรู้สึกว่าชอบหรือไม่ชอบ  
สิ่งนั้น ความรู้สึกนี้เกิดจากการที่เขาได้ประเมินสิ่งนั้นจากความรู้ที่มีอยู่ว่าดีหรือไม่เพียงใด และ  
ความรู้สึกนี้จะก่อให้เกิดองค์ประกอบที่ 3 คือ แนวโน้มของพฤติกรรม

พฤติกรรม (practice) การกระทำหรือพฤติกรรมใด ๆ ของคนเราส่วนใหญ่ตามปกติ  
มักเกิดจากทัศนคติของบุคคลผู้นั้น ทัศนคติจึงเป็นเสมือนหางเสือของพฤติกรรม คือ เป็นเครื่องควบคุม  
การกระทำของบุคคล พฤติกรรมส่วนใหญ่ของคนถูกควบคุมด้วยทัศนคติของเขา ถ้าเราต้องการ  
การพยากรณ์และควบคุมพฤติกรรมของคน เราต้องศึกษาเรื่อง ทัศนคติอย่างกว้างขวางลึกซึ้ง และ  
Festinger ได้ศึกษาจากงานวิจัยหลาย ๆ ชิ้น และพบว่า มีเพียง 3 ชั้นที่แสดงความสัมพันธ์  
ระหว่างการเปลี่ยนทัศนคติและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ซึ่งเขาได้ให้คำอธิบายว่า เหตุผลหนึ่งที  
การเปลี่ยนแปลงทัศนคติอาจจะไม่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในทันทีทันใด นั่นเป็นเพราะ  
ปัจจัยทางสภาพแวดล้อม ซึ่งก่อให้เกิดทัศนคติแบบเดิม อาจจะยังคงอยู่ภายหลังจากทัศนคตินั้นได้  
เปลี่ยนไปแล้ว ซึ่งสถานการณ์เช่นนี้ทำให้ทัศนคตินั้นมีแนวโน้มที่จะกลับมาเป็นแบบเดิมหลังจากได้รับ  
ข่าวสารแล้ว (อ้างใน ปรีชา นิธิ จิต : 25)

แต่อย่างไรก็ตาม พฤติกรรมส่วนใหญ่เป็นการแสดงออกของบุคคลโดยมีพื้นฐานที่มาจาก  
KA ของบุคคล การที่บุคคลมีพฤติกรรมแตกต่างกันก็เนื่องมาจากการมี KA ที่แตกต่างกัน โดยทั่วไป  
การโน้มน้าวพฤติกรรมในทุกระดับของการสื่อสารสังคมอาจผ่านสื่อโดยอาศัยวิธีการเช่น (สุรพงษ์  
โสชนะ เสถียร : 123-124)

1. การปลุกเร้าอารมณ์ เพื่อให้เกิดความตื่นตัวสนใจในการติดตามไม่ว่าด้วย  
เสียงหรือภาพ เช่น บรรณาธิการในการประกาศปฏิวัติรัฐประหาร
2. การเห็นอกเห็นใจ ด้วยการแสดงความอ่อนโยน เสียสละ และความกรุณาปราณี  
ยอมแพ้เพื่อความ เป็นเพราะก็อาจโน้มน้าวใจผู้คนที่ให้ยอมรับได้ เช่น คนไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งให้  
ก็เพราะเห็นผู้สมัครคนนั้นถูกโจมตีจากผู้สมัครคนอื่น ๆ
3. การสร้างแบบอย่างขึ้นในใจ เป็นการสร้างมาตรฐานอย่างหนึ่งขึ้น เพื่อให้มาตรฐาน  
นั้นปลูกศรัทธาและเป็นตัวอย่างแก่ผู้รับสารที่จะต้องปฏิบัติตาม
4. การให้รางวัล เช่น การลด แลก แจก แถม ในการโฆษณาเพื่อเป็นการจูงใจให้  
เลือกซื้อสินค้ายี่ห้อนั้น ๆ

และผลของการโน้มน้าวใจด้วยวิธีการข้างต้น ก่อให้เกิดพฤติกรรมพื้นฐาน 2 แบบ คือ

1. กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมใหม่ ๆ หรือให้มีพฤติกรรมที่ต่อเนื่อง (activation)
2. หยุดยั้งพฤติกรรมเก่า (deactivation)

จะเห็นได้ว่าความสัมพันธ์ระหว่างความรู้และทัศนคติ ก่อให้เกิดพฤติกรรมตามมา แต่อย่างไรก็ตามยังมีปัจจัยอีกหลาย ๆ อย่าง ที่ส่งผลทำให้กระบวนการดังกล่าวไม่สามารถดำเนินไปได้ด้วยดี

### การสื่อสารมวลชน (Mass Communication)

เป็นกระบวนการสื่อสารที่มุ่งไปถึงมวลชน (Mass) จำนวนมากที่กระจุกกระจายอยู่ในที่ต่าง ๆ กันให้ได้รับสารในเวลาพร้อม ๆ กัน หรือในเวลาใกล้เคียงกัน โดยการถ่ายทอดผ่านสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ และลักษณะของผู้รับสารนั้น นอกจากจะมีจำนวนมากแล้ว จะมีความแตกต่างทางลักษณะประชากร อันได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ ผู้รับสารและผู้ส่งสารไม่มีความรู้จึกมักคุ้นกัน ไม่มีระเบียบผูกพันกัน แต่มีความสนใจร่วมกัน

สื่อมวลชน (Mass Media) หมายถึง เครื่องมือทางการสื่อสารมวลชน อันได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์

หน้าที่ของสื่อมวลชน (Denis Mcquail เขียน ศิริชัย ศิริกาษา และกาญจนา แก้วเทพ แปล, 2531: 105)

1. ด้านสารสนเทศ
  - 1.1 ให้สารเกี่ยวกับเหตุการณ์ สภาพของสังคม และสถานการณ์ของโลก
  - 1.2 ชี้แสดงความสัมพันธ์ทางอำนาจ
  - 1.3 ช่วยเหลือส่งเสริมกิจกรรม
2. ด้านความเกี่ยวพัน
  - 2.1 ให้คำอธิบาย ให้การตีความ ให้การวิจารณ์เกี่ยวกับความหมายของเหตุการณ์ และของสาร
  - 2.2 ให้การสนับสนุนผู้ที่อยู่ในอำนาจและบรรทัดฐาน
  - 2.3 ให้การอบรมบ่มนิสัยทางสังคม
  - 2.4 ประสานกิจกรรมต่าง ๆ ให้เข้าด้วยกัน

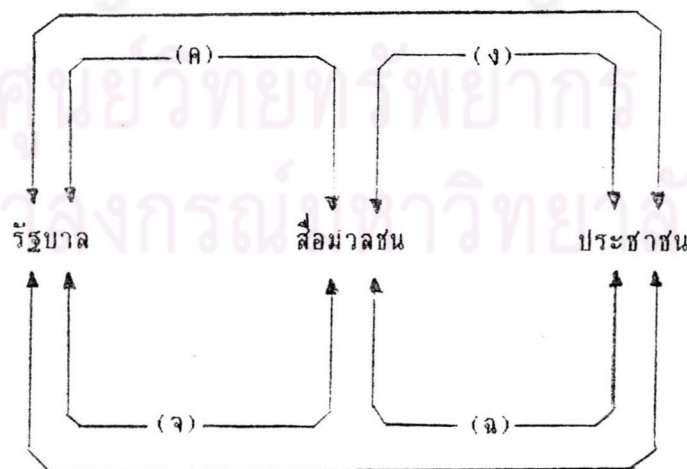


- 2.5 สร้างประชาคม
- 2.6 กำหนดระดับความสำคัญและระบุสถานการณ์ที่แตกต่างกัน
3. ด้านความต่อเนื่อง
  - 3.1 นำเสนอวัฒนธรรมหลักและยอมรับวัฒนธรรมย่อยและพัฒนาวัฒนธรรมขึ้นมาใหม่
  - 3.2 ส่งเสริมและผดุงรักษาค่านิยมร่วมกันเอาไว้
4. ด้านความยั่งยืน
  - 4.1 ให้ความสนุกสนาน ความหลากหลาย เป็นวิถีเพื่อนคลาซอาร์ม
  - 4.2 ลดความตึงเครียดทางสังคม
  - 4.3 ด้านการผลักดันให้เกิดความเคลื่อนไหวทางสังคม
  - 4.4 ทรัพยากรโดยมีจุดมุ่งหมายเกี่ยวกับเรื่องทางสังคม ภายในขอบเขตทางการเมือง

สงคราม การพัฒนาเศรษฐกิจ การทำงาน และบางครั้งเป็นเรื่องทางศาสนา

จะเห็นได้ว่า นอกจากสื่อมวลชนจะทำหน้าที่ให้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ การเสนอข้อคิดเห็น และความบันเทิงแล้วนั้น สิ่งที่สำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าหน้าที่อื่นก็คือ การผลักดันให้เกิดการเคลื่อนไหวทางสังคม ซึ่งจะเห็นได้ชัดในช่วงก่อนการเลือกตั้ง ในวันที่ 13 กันยายน พ.ศ. 2535 สื่อมวลชนได้ทำหน้าที่นี้อย่างเต็มที่ ไม่เพียงแต่รณรงค์ให้ประชาชนไปใช้สิทธิในการเลือกตั้งเท่านั้น แต่ยังมี การรณรงค์ด้านมิให้ประชาชนขายเสียงอีกด้วย

ได้มีแบบจำลองที่แสดงหน้าที่ของสื่อมวลชนในระบบการเมือง ที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชน รัฐบาล และประชาชน ดังนี้ (ระวีวรรณ ประกอบผล : 776)



แผนภาพที่ 2 แบบจำลองแสดงหน้าที่ของสื่อมวลชนในระบบการเมือง

แบบจำลองนี้ จะพบว่ามีเส้น (ค) และ (ง) แสดงถึงหน้าที่ของสื่อมวลชนในการให้ข่าวสารจากรัฐบาลไปสู่สมาชิกของระบบการเมือง เส้น (จ) และ (ฉ) แสดงถึงปฏิภพของประชาชนที่ป้อนกลับไปยังรัฐบาลผ่านสื่อ เหตุเพราะรัฐบาลย่อมไม่สามารถจะติดต่อสื่อสารกับประชาชนในทุก ๆ เรื่องได้ สื่อมวลชนจึงเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐบาลกับประชาชนได้เป็นอย่างดี สื่อมวลชนนอกจากจะมีหน้าที่ต่อสังคมดังที่ได้กล่าวมาแล้ว สื่อมวลชนยังมีหน้าที่ในระบบการเมืองด้วย ได้แก่

1. หน้าที่ในการเป็นสื่อกลางเพื่อความเข้าใจร่วมกันระหว่างรัฐบาลกับสาธารณชน  
เฟเดอริค เฟรย์ (Frederick W. Frey) (อ้างใน ธีวัวร์ธ ประกอบผล : 776) เสนอว่า สื่อมวลชนนั้นทำหน้าที่เป็นสื่อกลางการติดต่อในระบบการเมืองถึง 3 ระดับด้วยกัน คือ การสื่อสารภายในชนชั้นผู้นำ การสื่อสารภายในมวลชน การสื่อสารจากผู้นำไปยังมวลชน และการสื่อสารระหว่างมวลชนกับชนชั้นผู้นำ ซึ่งก็เป็นการมองบทบาทของสื่อมวลชนในการทำให้เกิดความเข้าใจร่วมกันระหว่างรัฐบาลกับประชาชนนั่นเอง
2. หน้าที่ในการกำหนดวาระในการประชุม (agenda setting function)  
แนวความคิดเกี่ยวกับการกำหนดวาระในการประชุมนี้มุ่งวิเคราะห์วิวัฒนาการของความคิด (Cognition) เกี่ยวกับปัญหาทางการเมืองหรือปัญหาอื่น โดยเน้นหน้าที่ในด้านการเสนอข้อเท็จจริงและข่าวสารที่จำเป็นและมีประโยชน์ทางการเมืองแก่ประชาชนมากกว่าที่จะมุ่งชักจูงเปลี่ยนแปลง หรือ "ล้างสมอง" ประชาชนเช่นที่เคยปฏิบัติกันมาแล้ว (บุญเลิศ ศุภคิลก : 32) โดยถือว่า สื่อมวลชนเป็นผู้กำหนด (set) วาระการประชุม (agenda) เกี่ยวกับปัญหาหรือประเด็นหัวข้อทางการเมืองเอาไว้ ประชาชนผู้รับข่าวสารทั่วไปเปรียบเหมือนผู้เข้าร่วมประชุม จึงย่อมจะรับทราบหรือตระหนักถึงปัญหาหรือประเด็นต่าง ๆ ตามที่กำหนดไว้ในวาระนั้น ผลที่ตามมาก็คือ ประชาชนจะคิดและปฏิบัติตามวาระที่สื่อมวลชนกำหนดไว้ เช่นเดียวกับการประชุมทั่วไป ซึ่งก็หมายความว่า หากสื่อมวลชนเลือกเสนอประเด็นหรือปัญหาทางการเมืองปกครองระบอบประชาธิปไตยมากเท่าไร โอกาสที่ประชาชนจะรับทราบความสำคัญของการปกครองระบอบดังกล่าวก็จะมีมากขึ้น นับเป็นวิวัฒนาการทางด้านความคิดเกี่ยวกับการเมือง (Political Cognition) ระยะยาว ซึ่งก็มีนักวิชาการหลายท่านได้คิดแบบจำลองขึ้นมา ในที่นี้จะนำเสนอแบบจำลองของ Lee B. Becker, Maxwell E. McCombs และ Jack M. Mcleod ที่นำเสนอในด้านสิ่งแวดล้อม (อ้างใน บุญเลิศ ศุภคิลก : 33)

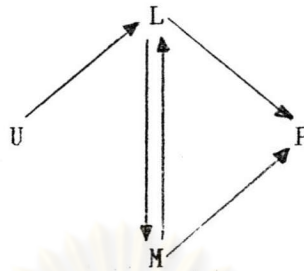
		First level	Subsequent
Media	Media	Audience	Audience
Environment	Behavior	Response	Response



แผนภาพที่ 3 แบบจำลองประสิทธิภาพสื่อมวลชนที่แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ของกลุ่มตัวแปรต่าง ๆ ตามแนววิธีการศึกษาแบบการกำหนดวาระการประชุม (ลูกศรเส้นตรง) และการเปลี่ยนทัศนคติ (ลูกศรไขว้ปลา)

จะเห็นได้ว่าการที่สื่อมวลชนนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นสิ่งร้าย ทำให้เกิดพฤติกรรมสื่อมวลชน ซึ่งหมายถึงการเลือกและเสนอข่าวสารหรือวิธีการโน้มน้าวใจต่าง ๆ ที่ส่งผลให้เกิดผลตอบสนองตอบของมวลชน ซึ่งจะปรากฏในรูปของการเปลี่ยนแปลงทางความคิดหรือทัศนคติ และทำให้เกิดการแสดงออกถึงพฤติกรรมในที่สุด และหากนำข่าวสารข้อมูลทางการเมืองมาใช้ในกระบวนการดังกล่าว ก็จะก่อให้เกิดมติมหาชนได้ ในขณะที่สื่อมวลชนชี้แนะมติมหาชนให้ไปทางใดทางหนึ่ง ในอีกมุมหนึ่งสื่อมวลชนก็อาจจะเป็นกระจุกสะท้อนมหาชนที่เกิดขึ้นในสังคมได้เช่นกัน

3. หน้าที่ในการเป็นสื่อเพื่อความเปลี่ยนแปลงและการพัฒนา มีนักรัฐศาสตร์และนักนิเทศศาสตร์ เช่น Daniel Lerner และ Wilber Schramm ได้สนใจหน้าที่ของสื่อมวลชนในการเป็นสื่อเพื่อการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนา โดยได้สร้างแบบจำลองขึ้นมา ในที่นี้จะนำเสนอแบบจำลองของ Lerner



U = สภาวะการเป็นเมือง (Urbanization)      L = การรู้หนังสือ (Literacy)  
 M = การเปิดรับสื่อมวลชน (Mass Media Exposure)  
 P = การมีส่วนร่วมทางการเมือง (Political Participation)

#### แผนภาพที่ 4 แบบจำลองแสดงหน้าที่ของสื่อมวลชนต่อการพัฒนา

โดยที่ Lerner เชื่อว่า การเพิ่มขึ้นของชุมชนเมืองจะทำให้ผลต่ออัตราการรู้หนังสือ การรู้หนังสือเพิ่มขึ้นจะทำให้มีการเปิดรับสื่อมากขึ้น การเปิดรับสื่อมากขึ้น จะเป็นตัวการที่ทำให้คนในสังคมมีส่วนร่วมในทางเศรษฐกิจและการเมืองมากขึ้นด้วย ซึ่งก็สอดคล้องกับการศึกษาของ พัทธ์ณี เศษจรรยา (2525: 75) พบว่า ผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตเมืองมีการเปิดรับข่าวสารมากกว่าผู้ที่อยู่นอกเขตเมือง และการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความทันสมัย และจะมีความสามารถในการเข้าใจบทบาทของผู้อื่นได้ดีกว่า และการศึกษาของ พรศักดิ์ พ่องแผ้ว (2523) พบว่า ผู้ที่มีระดับข่าวสารการเมืองสูงกว่า รับรู้ และเห็นความสำคัญของบทบาทหน้าที่สถาบันและองค์กรต่าง ๆ มีอัตราการไปใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งที่เกิดจากความสำนึกของตนเองสูงกว่าผู้ที่มีระดับข่าวสารการเมืองต่ำกว่า

4. หน้าที่ในการเป็นเครื่องมือตรวจสอบและควบคุมการปฏิบัติงานของรัฐบาล โดย การรายงานผลการปฏิบัติงาน การเสนอทัศนคติและปฏิกริษาของสาธารณชนที่มีต่อรัฐบาลและหน่วยราชการ ทั้งยังสามารถที่จะดำเนินการเพื่อให้ผลต่อการก่อตั้งมติมหาชนได้อีกด้วย

นอกจากนี้ Joseph T. Klapper (1960: 15-49) ได้เสนอความคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมของประชาชนไว้ดังนี้

1. สื่อมวลชนไม่ได้มีอิทธิพลต่อประชาชนโดยตรง แต่จะมีอิทธิพลโดยอ้อม ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

1.1 ความมีใจโน้มเอียง คือ ประชาชนจะมีความคิดเห็น ค่านิยม และความโน้มเอียงที่จะประพฤติปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งอยู่ก่อนที่จะมาสัมผัสกับสื่อมวลชน

1.2 การเลือกรับสาร ประชาชนจะเลือกรับสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็น และจะเลือกตีความหมายของสารตามความเชื่อ และค่านิยมที่ตนมีอยู่เดิม

1.3 อิทธิพลของบุคคล บางครั้งข่าวสารจากสื่อมวลชนจะผ่านสื่อบุคคลหรือผู้นำความคิดเห็นก่อนจะไปถึงประชาชน ผู้นำความคิดเห็นมักสอดแทรกความรู้สึกนึกคิดของตนเข้าไปด้วย ทำให้มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของประชาชนอยู่มาก

1.4 กลุ่มและบรรทัดฐานของกลุ่ม

1.5 ระบบสื่อมวลชน

2. สื่อมวลชนจะเป็นเพียงแรงเสริม (Reinforcement) ที่สนับสนุนทัศนคติ ทัศนคติ ความมีใจโน้มเอียง ตลอดจนแนวโน้มด้านพฤติกรรมของประชาชนให้เข้มแข็งขึ้น และพร้อมที่จะแสดงออกมาเมื่อมีแรงจูงใจหรือเมื่อโอกาสเหมาะสม

3. สื่อมวลชนอาจเปลี่ยนแปลงทัศนคติของประชาชนได้เล็กน้อย และมักเป็นทัศนคติที่ยังไม่มั่นคง การเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังรากลึกหรือเปลี่ยนไปในทางตรงข้ามนั้นเป็นไปได้ยาก อาจเปลี่ยนได้บ้าง แต่ต้องใช้เวลา และบุคคลต้องได้รับข่าวสารเพียงพอ อย่างไรก็ตาม อิทธิพลในด้านการเปลี่ยนแปลงจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อบุคคลมีความโน้มเอียงที่จะเปลี่ยนแปลงอยู่ก่อนแล้ว

4. สื่อมวลชนสามารถสร้างทัศนคติให้แก่ประชาชนได้ ในกรณีที่บุคคลไม่เคยมีความรู้ และประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้นมาก่อน และต้องได้รับสารที่เสนอเรื่องราวในแนวเดียวกันบ่อย ๆ เป็นอิทธิพลในลักษณะสะสม ไม่ใช่อิทธิพลที่ก่อให้เกิดผลทันทีทันใด

#### ประเภทของสื่อมวลชน

สื่อมวลชนที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ มี 3 ประเภท คือ หนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ โดยในแต่ละสื่อจะมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกัน ดังต่อไปนี้ (ชาร์ตัน เติตซ์ : 129-131)

### หนังสือพิมพ์

1. ความสมบูรณ์ของเนื้อหา (completeness) ความสมบูรณ์ลึกซึ้งของเนื้อหาจะมีสัดส่วนผกผันทางตรงข้ามกับความรวดเร็ว สื่อที่ช้าที่สุดจึงสามารถจะให้เนื้อหาได้อย่างลึกซึ้งสมบูรณ์ ดังนั้น หนังสือพิมพ์จะให้เนื้อหาได้ครบถ้วนสมบูรณ์ที่สุด
2. ความกว้างขวางของเนื้อหา (breadth) หนังสือพิมพ์สามารถเสนอเนื้อหาได้กว้างขวาง และหลากหลาย ดังนั้น จึงเข้าถึงผู้รับข่าวสารได้ทุกมิติ เช่น อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ ที่อยู่ เป็นต้น
3. ความน่าเชื่อถือ (believability) เป็นธรรมชาติของคนเราที่จะมีความเชื่อถือในสิ่งที่ได้อ่านได้เห็นมากกว่าการได้ฟัง
4. การใช้อ้างอิง (referability) ข่าวสารทางหนังสือพิมพ์มีรายละเอียดมากกว่า และสามารถนำมาใช้อ้างอิงได้แทบทุกเวลาที่ต้องการ
5. การเสนอซ้ำ (repetition) หนังสือพิมพ์เมื่อเสนอข่าวสารไปแล้ว อาจจะมีการติดตามข่าว และเสนอรายละเอียด รวมทั้งการเสนอเรื่องเดียวกันในรูปของบทความ วิจารณ์ หรือการอธิบายข่าว
6. ความถาวร (permanence) ข่าวสารที่เสนอทางหนังสือพิมพ์มีความคงทนถาวรมากกว่าข่าวสารทางวิทยุและโทรทัศน์ ซึ่งเมื่อรายการผ่านไปแล้ว ผู้ชมไม่สามารถจะย้อนกลับมาดูได้อีก (เว้นแต่มีการบันทึกเทปเอาไว้)

### วิทยุกระจายเสียง

1. ความรวดเร็ว (speed) วิทยุเป็นสื่อที่ให้ความรวดเร็วในการเสนอข่าวสารมากกว่าหนังสือพิมพ์ และบางกรณีก็เร็วกว่าโทรทัศน์
2. จำนวนผู้ฟัง (audience size) เนื่องจากวิทยุสามารถไปถึงผู้รับได้อย่างรวดเร็ว ทุกหนทุกแห่งเท่าที่แรงส่งจะไปถึง โดยผู้รับไม่จำเป็นต้องรู้หนังสือ นอกจากนี้ ข่าวสารที่ออกทางวิทยุมักจะมีลักษณะเป็นกันเองและตรงไปตรงมา จึงสามารถเข้าถึงผู้ฟังได้เป็นจำนวนมาก
3. ข่าวสารที่ออกทางวิทยุกระจายเสียง สามารถรับฟังได้โดยไม่ต้องตั้งใจมากนัก ผู้ฟังสามารถจะทำงานอื่น ๆ พร้อมกับฟังวิทยุได้
4. ความทันท่วงที (timeliness) วิทยุสามารถกระจายข่าวสารได้ทันทีที่เกิดเหตุการณ์ขึ้นในระหว่างช่วงเวลาของการกระจายเสียง สำหรับหนังสือพิมพ์จะต้องผ่านกระบวนการพิมพ์ที่

ซับซ้อน และโทรทัศน์นั้นก็ต้องจัดเตรียมการออกรายการ จึงล่าช้ากว่าวิทยุ

อย่างไรก็ตาม สื่อวิทยุยังมีจุดอ่อนหลายประการ คือ

1. วิทยุให้ได้เฉพาะเสียง ดังนั้นข่าวสารจึงไม่สามารถที่จะสนับสนุนเพิ่มเติมด้วยเนื้อหา รูปภาพ ๆ เพื่อให้ผู้ฟังเกิดความเข้าใจได้ชัดเจน
2. ผู้ฟังสามารถจะฟังได้เวลาละเพียงรายการเดียวเท่านั้น
3. ข่าวสารที่นำออกทางวิทยุ เมื่อผ่านไปแล้ว ผู้ฟังไม่สามารถจะย้อนกลับไปฟังได้อีก (เว้นแต่จะมีการบันทึกไว้)
4. เป็นการยากที่จะกำหนดจำนวนผู้ฟังได้แน่นอน

### โทรทัศน์

1. โทรทัศน์เป็นสื่อภาพ-เสียง (Audio-visual medium) กล่าวคือ ข่าวสารที่ส่งออกมาจะมีทั้งภาพและเสียง บางครั้งก็รวมทั้งสีด้วยในเวลาเดียวกัน ดังนั้นโทรทัศน์จึงเป็นสื่อที่สามารถให้ใช้ประสาทสัมผัสแทบทุกอย่าง
2. เป็นสื่อประเภทมีกำหนดเวลา (Time-locked medium) โทรทัศน์เป็นสื่อข่าวสารตามกำหนดเวลา (time) มากกว่าตามพื้นที่ (space) การเสนอข่าวสารของโทรทัศน์ จะเป็นไปตามเวลาที่กำหนดไว้เท่านั้น และผู้รับก็ต้องดูตามเวลาที่เสนอ ผู้รับไม่มีโอกาสเปรียบเทียบเลือกสรรเนื้อหาของข่าวสารจากสื่อชนิดนี้ได้ในเวลาเดียวกัน และไม่มีโอกาสที่จะกลับมาทบทวนข่าวสารที่เสนอแล้วได้ใหม่ (ยกเว้นการใช้แถบภาพบันทึกไว้ ซึ่งเป็นเรื่องพิเศษ) โทรทัศน์จึงต้องการความสนใจในการชมรายการสูงกว่าสื่ออย่างอื่น ๆ
3. จำนวนช่องจำกัด โทรทัศน์ต้องส่งคลื่นภาพและเสียงไปทางอากาศ การจัดตั้งสถานีจึงต้องมีการขออนุญาตเพื่อขอรับช่อง แต่ด้วยเหตุผลทางเทคนิคเกี่ยวกับประสิทธิภาพของการรับภาพ จึงทำให้การแบ่งช่องโดยทั่วไปมีจำกัด
4. การดำเนินงานซับซ้อนและค่าใช้จ่ายสูง การดำเนินงานทั่วไป การผลิตรายการหรือข่าวสาร มีกระบวนการที่ยุ่งยากซับซ้อน แต่ละรายการต้องใช้กำลังเจ้าหน้าที่มากและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตมีราคาแพง
5. รายได้ส่วนใหญ่มาจากโฆษณา นอกเหนือจากการลงทุนด้วยตัวเจ้าของกิจการเอง หรือได้รับเงินสนับสนุนจากรัฐบาลในการผลิตรายการเพื่อการศึกษาแล้ว รายได้จากการแพร่รายการต่าง ๆ ของวิทยุโทรทัศน์จะมาจากโฆษณาเท่านั้น (ไม่เหมือนสื่อประเภทพิมพ์ที่มียอดรายได้จากการจำ

หน้าหรือการบอกรับเป็นสมาชิกด้วย)

นอกจากนี้ สื่อมวลชนก็ยังมีข้อจำกัดต่าง ๆ เช่น การที่ไม่สามารถที่จะก่อให้เกิดปฏิริยาตอบโต้ (feedback) ได้ในทันทีทันใด หรือสื่อบางชนิด เช่น โทรทัศน์ ประชาชนทุกคนไม่สามารถที่จะเป็นเจ้าของได้ ดังนั้นหากต้องการจะให้การสื่อสารสามารถเข้าถึงประชาชนได้เป็นอย่างดี ก็จะต้องนำการสื่อสารระหว่างบุคคลเข้ามามีส่วนร่วมด้วย

### การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication)

E.M. Rogers และ F.F. Shoemaker (อ้างใน Rogers E.M. : 209) ได้ให้ความหมายของการสื่อสารระหว่างบุคคลว่า เป็นการแลกเปลี่ยนความคิดแบบเผชิญหน้ากันของคนตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป โดยสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน และชักจูงใจให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้

และ E.M. Rogers (1971: 145) ยังได้กล่าวว่า ความเปลี่ยนแปลงอันเกิดขึ้นได้ในกรณีที่เราได้มีการติดต่อกับผู้อื่น เช่น พระ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน การติดต่อกับญาติ เพื่อนฝูงที่รู้จัก หรือเจ้าหน้าที่ของบ้านเมื่อก่อนจะมีผลต่อการพัฒนาได้ สื่อมวลชนมีความสำคัญในการเพิ่มความรู้ แต่การสื่อสารระหว่างบุคคลช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

Paul F. Lazarsfield และ Herbert Manzer (อ้างใน ส่วนิต ยมาภิช : 5) การสื่อสารระหว่างบุคคลมีความสำคัญคือ มีการพูดคุยแบบกันเองและเป็นส่วนตัว ทำให้เกิดการค้นเคาระหว่างผู้พูดและผู้ฟัง ซึ่งจะช่วยให้ผู้ฟังยอมรับความคิดเห็นของผู้พูดได้ง่ายขึ้น การมองหน้ากันนี้ เมื่อมองในแง่จิตวิทยาแล้วทำให้ผู้ฟังซึ่งเป็นเป้าหมายของการชักจูงใจของผู้พูดมีความรู้สึกว่าคุณเองได้รับรางวัลทันทีอย่างน้อยที่สุดก็ในด้านที่แสดงความคิดเห็นของคุณต่อผู้ฟัง

อิริเนท อันวิศีริงส์ (2533: 23) ได้ให้ความหมายของการสื่อสารระหว่างบุคคลว่าเป็นการถ่ายทอดความรู้ ความคิด ความรู้สึกและความต้องการของผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร และเกิดปฏิริยาตอบสนอง โดยมีหลักเกณฑ์ 3 ประการคือ

1. ทุกคนที่ร่วมในการสื่อสารจะต้องอยู่ใกล้ชิดกัน
2. ทุกคนที่ร่วมในการสื่อสารมีบทบาทเป็นทั้งผู้ส่งและผู้รับสาร
3. โครงสร้างของการสื่อสารมีการยึดหยุ่นทั้งในด้านรูปแบบและเนื้อหา



W. Schramm ได้กล่าวถึงช่องสารที่เป็นสื่อบุคคล คือ (อ้างใน เสถียร เศษประทีป: 20) ช่องสารที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบตัวต่อตัวระหว่างบุคคล ตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ช่องสารแบบนี้มีประสิทธิภาพมากกว่าช่องสารที่เป็นสื่อมวลชนในการจูงใจผู้รับสารที่เฉยเมยหรือมีปฏิกิริยาต่อต้าน ผู้ส่งสาร ช่องสารที่เป็นสื่อระหว่างบุคคลสามารถปฏิบัติการกิจได้ดังนี้

1. สามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบบุคคลวิधि ถ้าผู้รับสารไม่เข้าใจสารก็สามารถได้ถาม หรือขอข่าวสารเพิ่มเติมจากแหล่งสารได้ในเวลาอันรวดเร็ว ส่วนผู้ส่งสารก็สามารถปรับปรุงแก้ไขสารที่ส่งออกไปให้เข้ากับความต้องการ และความเข้าใจของผู้รับสารได้ในเวลาอันรวดเร็วเช่นเดียวกัน การที่ช่องสารที่เป็นสื่อบุคคลมีระดับของปฏิกิริยาตอบสนองสูง ทำให้สามารถลดอุปสรรคของการสื่อสารที่เกิดจากการเปิดรับสาร เลือกแปลหรือตีความสารและเลือกจำสารได้

2. สามารถจูงใจบุคคลให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังรากลึกได้

นอกจากนี้ E.M. Rogers และ Lynne Svenning (1969: 131) ยังได้ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างบุคคลภายในสังคม สื่อบุคคลภายนอกสังคม และสื่อมวลชน ว่ามีผลในการยอมรับนวัตกรรมระหว่างเกษตรกรในประเทศโคลัมเบีย กับเกษตรกรในรัฐไอโอวา ประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า

ขั้นการรับรู้	22%	27%	51%	เกษตรกรในรัฐไอโอวา
	56%		45%	เกษตรกรชาวโคลัมเบีย
ขั้นการจูงใจ	56%	31%	15%	เกษตรกรในรัฐไอโอวา
	85%		15%	เกษตรกรชาวโคลัมเบีย

-  สื่อบุคคลภายในสังคม
-  สื่อบุคคลภายนอกสังคม
-  สื่อมวลชน

ที่มา : Rogers and Beal (1958) และ Rogers and Meynen (1965)

จะพบได้ว่าในประเทศที่กำลังพัฒนานั้นสื่อบุคคลจะมีความสำคัญกว่าสื่อมวลชนทั้งในชั้น การรับรู้และชั้นการจูงใจ และประเทศไทยก็เป็นประเทศหนึ่งที่กำลังพัฒนาด้วยเช่นเดียวกัน ถึง แม้ว่า Rogers (อ้างใน Syed Arabi Idid: 45) ได้อ้างถึงแนวคิดเกี่ยวกับการเผยแพร่ นวัตกรรมว่ามันได้ล้าสมัยไปแล้ว โดยที่ Roger ได้หันมาให้ความหมายของการพัฒนา โดยให้ ความสำคัญด้านปัจจัยทางเศรษฐกิจน้อยลง มาให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของประชาชนมากขึ้น แล้วก็ตาม แต่การวิจัยของ สกล จริงจิตร (2535) ยังพบว่า การใช้ยุทธวิธีโน้มน้าวให้ประชาชน ไปลงคะแนนเสียงให้กับผู้สมัครรับเลือกตั้งที่หวั่นไหวสั่นไหว โดยที่หวั่นไหวจะใช้ยุทธวิธีในการ พุดจาโน้มน้าวให้ประชาชนในชุมชนนิยมชมชอบผู้สมัครมากกว่าการให้ผลประโยชน์ตอบแทนต่อผู้มีสิทธิ์ ในการเลือกตั้ง

แต่อย่างไรก็ตาม สื่อบุคคลก็มีข้อจำกัดคือ การที่สื่อบุคคลเป็นมนุษย์ที่มีชีวิต จิตใจ มี เจตคติ ความเชื่อ และความรู้สึกที่ต่างกันไป ทำให้เกิดกระบวนการเลือกรับสื่อ และการ เลือกจดจำสารอีกด้วย ดังนั้นในการใช้สื่อบุคคลให้มีประสิทธิภาพนั้น เราควรจะต้องพิจารณาถึง คุณสมบัติของสื่อบุคคลดังต่อไปนี้ (อ้างใน มีฉันทนา มาศมาลัย : 33)

1. มีทักษะในการสื่อสาร คือ มีการใช้ภาษาที่ถูกต้อง มีวิธีการพูดที่ดี ซึ่งจะช่วยให้สาร ที่ถ่ายทอดนั้นคงความถูกต้องและน่าสนใจอยู่เสมอ
2. มีบุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือ ชอบช่วยเหลือผู้อื่น เป็นผู้ที่มีมนุษยสัมพันธ์ ผู้รับสารจึง พยายามที่จะสื่อสารด้วย
3. มีเจตคติที่ต่องานของตน มีความพึงพอใจในงานของตน ซึ่งจะมีผลทำให้งานมี คุณภาพและบรรลุเป้าหมายเร็วขึ้น
4. มีเจตคติที่ดีต่อผู้ส่งสารและผู้รับสารอันจะเป็นการนำไปสู่ความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ก่อให้เกิดความพอใจในการสื่อสารระหว่างกันและความเข้าใจที่ดีต่อกัน
5. มีอุปนิสัยชอบถ่ายทอดสารหรือมีแรงใจให้เกิดความเข้าใจเมื่อเกิดปัญหาในการสื่อสาร ถ้าตัวผู้ทำหน้าที่สื่อบุคคลไม่ชอบการสื่อสาร หรือไม่ชอบอธิบายอะไรให้แจ่มแจ้ง โอกาสที่สารนั้น จะถูกบิดเบือนหรือผิดไปจากความจริงได้ง่าย
6. มีอุปนิสัยชอบใฝ่หาความรู้ ใฝ่ศึกษา คุณสมบัติเช่นนี้จะนำไปสู่ความสามารถในการ ถ่ายทอดสูง และจะมีความรู้เพียงพอที่จะอธิบาย ยกตัวอย่าง เพื่อสร้างความเข้าใจให้เกิดขึ้นแก่ผู้ รับสาร มิได้หมายถึงการมีความรู้มากทำให้บิดเบือนข่าวสารได้มาก สื่อบุคคลจะต้องเป็นผู้มีคุณธรรม มีความจริงใจ พุดตามความเป็นจริง

7. มีความสามารถในการประเมินการถ่ายทอดข่าวสารและปรับปรุงวิธีการถ่ายทอด อยู่เสมอ เพื่อให้การส่งสารและรับสารมีประสิทธิภาพที่ดีขึ้น

นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยที่มีผลต่อการสื่อสารระหว่างบุคคลที่จะต้องพิจารณาคือ ปัจจัยกำหนด ความดึงดูดใจในการสื่อสารระหว่างบุคคล มี 5 ประการ ดังต่อไปนี้ (บุษบา สุธีธระ : 257)

1. ลักษณะดึงดูดใจของผู้สื่อสาร หมายถึง ลักษณะดึงดูดใจในรูปร่างหน้าตา ความดึงดูดใจในบุคลิกภาพ
2. ความใกล้ชิดของผู้สื่อสาร เนื่องจากความใกล้ชิดนั้นทำให้บุคคลมีการปฏิสัมพันธ์ ซึ่งกันและกันได้มากขึ้น รู้จักกันและกันมากขึ้น อันเป็นผลทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีต่อกัน มีความไว้วางใจกัน
3. การให้แรงเสริมแก่ผู้สื่อสาร เพราะบุคคลมีแนวโน้มที่จะสื่อสารกับคนที่ให้สิ่งที่ดี ทำให้ตนเองพอใจ
4. ความคล้ายคลึงกันของผู้สื่อสาร โดยทั่วไปคนเรามักจะชอบพูดคุยกับคนที่มีลักษณะคล้าย ๆ กับตน อันได้แก่ ความคล้ายคลึงทางกายภาพและทางจิตใจ
5. การเสริมความแตกต่างของผู้สื่อสาร เพราะบางครั้งคนเราก็มักชอบที่จะสื่อสารกับคนที่ต่างไปจากตัวเอง ซึ่งเป็นการสนองตอบความต้องการของตน เป็นส่วนทำให้ตนเองสมบูรณ์ขึ้น

นอกจากนี้ Rogers และ Svenning ยังได้มีการเปรียบเทียบคุณลักษณะของผู้บุคคล และสื่อมวลชนไว้ดังนี้ (อ้างใน ประมะ สตะเวทิน : 162)

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คุณสมบัติในการสื่อสาร	สื่อบุคคล	สื่อมวลชน
1. ลักษณะของการสื่อสาร	เป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication)	เป็นการสื่อสารแบบทางเดียว (One-way Communication)
2. ความรวดเร็วในการส่งสารไปยังคนจำนวนมาก	ช้า	เร็ว
3. ความถูกต้องของสารเมื่อส่งไปยังคนจำนวนมาก	น้อย	มาก
4. ความสามารถในการเลือกผู้รับสาร	มาก	น้อย
5. ความสามารถในการที่จะจัดการเลือกของผู้รับสาร (Slectivity Process)	มาก	น้อย
6. โอกาสที่จะได้รับการสื่อสารกลับ (feedback)	มาก	น้อย
7. ผล (effect)	มาก	น้อย

นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยหลาย ๆ เรื่องที่ศึกษาตามแนวคิดดังที่ได้กล่าวมาแล้วดังต่อไปนี้

#### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มัทธนา มาศมาลัย (2534) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับบทบาทของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของสตรี ศึกษาเฉพาะกรณี อ.พรหมคีรี จ.นครศรีธรรมราช พบว่าการเปิดรับสื่อบุคคลและสื่อมวลชนมีผลต่อความรู้ทางด้านข่าวสารทางการเมืองของสตรี โดยสตรีให้ความสนใจต่อข่าวสารการเมืองจากโทรทัศน์มากกว่าสื่อประเภทอื่น ส่วนการสนทนากับบุคคลในครอบครัวและภายนอกครอบครัวนั้น สตรีใช้การสื่อสารดังกล่าวน้อยกว่าโทรทัศน์ แต่มากกว่าสื่อมวลชนประเภทอื่น ๆ คือ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร และพบว่า การเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อบุคคลไม่สัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของสตรี

วิภาดา บุณนาค (2534) ได้ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในชนบท ศึกษาเฉพาะกรณี อ.วารินชำราบ จ.อุบลราชธานี พบว่า ระดับการสื่อสาร เพศ อายุ และการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับระดับการมีส่วนร่วมทางการเมือง สื่อบุคคลกับสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองไม่แตกต่างกัน สื่อมวลชนที่เปิดรับบ่อขที่สุด ได้แก่ วิทยุ สำหรับสื่อบุคคล คือ เพื่อนบ้าน โดยมีการพูดคุยบ่อขที่สุด

วิชัย โวหารดี (2534) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองในระหว่างการทำเสียงเลือกตั้ง ศึกษาเฉพาะกรณีการเลือกตั้งซ่อมสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร อ.เมือง จ.ยโสธร พ.ศ. 2530 พบว่า ประชาชนรับข่าวสารทางการเมืองผ่านช่องทางสื่อมวลชนประเภทวิทยุมากกว่าสื่อมวลชนประเภทอื่น ๆ และมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารมากกว่าสื่ออื่น ๆ การสื่อสารระหว่างบุคคลมีส่วนทำให้ประชาชนได้รับข่าวสารทางการเมืองเพิ่มขึ้น และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมือง และพบว่าเพื่อนเป็นช่องทางที่สำคัญของข่าวสารการเมือง และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้งมากกว่าช่องทางอื่น ประชาชนที่อยู่ห่างเขตเมืองจะใช้สื่อประเภทวิทยุมากกว่าประชาชนที่อยู่ในเขตที่ใกล้กับเขตเมือง ประชาชนเปิดรับข่าวสารทางการเมืองเพื่อนำไปใช้ตอบสนองความต้องการทางความรู้มากกว่าทางอารมณ์ ประชาชนที่มีความรู้ทางการเมืองสูง มีแนวโน้มในการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากแหล่งข่าวที่หลากหลาย และมีแนวโน้มแสดงพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองสูงด้วย ปัจจัยทางประชากรมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการรับข่าวสารทางการเมือง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ปัจจัยทางการศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยกลุ่มที่มีการศึกษาสูง อาชีพรับราชการ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และครู รวมทั้งกลุ่มรายได้สูงจะเป็นกลุ่มที่เปิดรับข่าวสารทางการเมืองสูง

ธีรวุฒิ สวัสดิ์รักษ์ (2532) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การสื่อสารของหน่วยปกครองท้องถิ่นกับประชาชน พบว่า สื่อมวลชนที่ทางเทศบาลตำบลกันตัง จังหวัดตรังใช้ มีลำดับความสำคัญดังนี้ คือ เสียงตามสาย วิทยุกระจายเสียง ป้ายประกาศ จดหมาย รถประชาสัมพันธ์ เคลื่อนที่ และแผ่นปลิวโฆษณา ส่วนสื่อบุคคลได้แก่ พนักงานเทศบาล ผู้สื่อข่าวสาธารณสุขประจำตำบล นักเรียน และอาสาสมัครประจำหมู่บ้าน โดยสื่อเสียงตามสาย และพนักงานเทศบาลเป็นสื่อที่ประชาชนได้รับบ่อขครั้งมากที่สุด และเข้าใจข้อมูลข่าวสารได้ดีที่สุด และยังสามารถชี้ให้เห็นว่าสื่อมวลชนและสื่อบุคคลของเทศบาลตำบลกันตังต่างก็มีประสิทธิผลสูงในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของเทศบาล

พงษ์ศรี บุญสุวรรณ (2531) ได้ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสารการเมืองกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของนักศึกษาวิทยาลัยครุศรีนครสวรรค์ พบว่า นักศึกษากลุ่มที่เปิดรับข่าวสารมาก เปิดรับข่าวจากวิทยุ โทรทัศน์และหนังสือพิมพ์มากกว่านิตยสาร ข่าวที่เปิดรับมากได้แก่ ข่าวเกี่ยวกับสถานการณ์บ้านเมือง นักศึกษากลุ่มที่เปิดรับข่าวสารน้อยเปิดรับข่าวสารจากนิตยสารมากกว่าสื่อชนิดอื่น ข่าวที่เปิดรับมากได้แก่ ข่าวเกี่ยวกับบุคคล องค์กรและสถาบัน นักศึกษากลุ่มที่มีส่วนร่วมทางการเมืองน้อยร่วมกิจกรรมการให้ข่าวสารแก่ผู้นำการเมืองมากที่สุด ร่วมกิจกรรมการฟังคำอภิปรายทางการเมืองน้อยที่สุด

ฉัตรกุล ชื่นสุวรรณกุล (2529) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ ประสิทธิภาพของการใช้หนังสือพิมพ์ เป็นตัวการให้เกิดการเรียนรู้ทางการเมือง ศึกษากรณี เทศบาลนครเชียงใหม่ พบว่า สื่อหนังสือพิมพ์ ยังคงมีบทบาทสูงในการให้ความรู้ความเข้าใจทางการเมืองแก่ประชาชน และการที่กลุ่มตัวอย่าง เป็นสมาชิกหนังสือพิมพ์ไทยนิวส์ ต่างก็มีระดับพื้นฐานความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเทศบาล ความรู้ในหน้าที่พลเมืองค่อนข้างสูง และมีความรู้สึกไว้วางใจทางการเมืองในระดับสูง เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ มีความสัมพันธ์กันกับความรู้ความเข้าใจเรื่องเทศบาล ความรู้สึกมีประสิทธิภาพทางการเมือง ความรู้สึกในหน้าที่พลเมือง แต่ไม่มีความสัมพันธ์กันกับความรู้สึกไว้วางใจทางการเมือง ประชาชนที่รับข่าวสารเกี่ยวกับเทศบาลจากสื่อมวลชนจะมีระดับพื้นฐานความรู้สูงกว่าผู้ที่รับข่าวสารจากสื่อระหว่างบุคคล และสุดท้ายพบว่า ผู้ที่มีความถนัดในการเปิดรับข่าวสารจากบทความมากจะมีความรู้มากขึ้น แต่ความรู้สึกทางการเมืองไม่ว่าจะมีการอ่านบทความมากน้อยต่างกันก็ไม่ทำให้ความรู้สึกทางการเมืองแตกต่างกัน

พรทิพย์ เย็นจะบก (2527) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การเปิดรับข่าวสารการเมืองจากสื่อมวลชนกับพฤติกรรมทางการเมืองของสตรี ศึกษาเฉพาะกรณี เขตเทศบาลนครเชียงใหม่ พบว่า สตรีที่มีการศึกษาและอาชีพแตกต่างกัน มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองแตกต่างกัน อายุและการสื่อสารระหว่างบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมทางการเมืองในเรื่องการไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง และการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมทางการเมืองในเรื่องของการเข้าร่วมเป็นสมาชิกของกลุ่มสตรี

เสน่ห์ นนทะโชติ (2526) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การสื่อสารการเมืองกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนชนบทไทย บ้านวังคล้า อ.เสิงสาง จ.นครราชสีมา พบว่า ผู้มีระดับการสื่อสารทางการเมืองสูงมีแนวโน้มจะมีระดับการเข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองค่อนข้างสูงกว่าผู้มีระดับการสื่อสารทางการเมืองต่ำ บุคคลที่ใช้ช่องทางทางการเปิดรับสื่อมวลชนในการรับข่าวสารทางการเมืองมีแนวโน้มที่จะมีระดับการมีส่วนร่วมทางการเมืองสูงกว่าผู้ที่ใช้ช่องทางสื่อสารระหว่างบุคคล ผู้ที่มีระดับการสื่อสารการเมืองจะมีแนวโน้มที่จะเข้าร่วมทางการเมืองด้วยสำนึกของตนเอง ขณะที่ผู้มีระดับการสื่อสารทางการเมืองค่อนข้างต่ำ มักจะเข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองโดยการชักจูงระดมหลังจากผู้อื่น และประชาชนในชนบทที่ได้รับข่าวสารจากช่องทางเปิดรับสื่อมวลชนในระดับที่สูงกว่าการสื่อสารระหว่างบุคคลจะเข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองด้วยสำนึกของตนเอง ในขณะที่ผู้ได้รับข่าวสารจากการสื่อสารระหว่างบุคคลสูงกว่าสื่อมวลชน จะเข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองโดยการชักจูงระดมพลังของผู้อื่น

พรศักดิ์ ผ่องแพ้ว (2523) ได้ศึกษาเรื่องข่าวสารทางการเมืองของคนไทย พบว่า ความรู้ข่าวสารการเมืองของคนไทยอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างสูง บุคคลที่มีระดับข่าวสารการเมืองสูงรับข่าวสารการเมืองจากหนังสือพิมพ์มากกว่าแหล่งอื่น ๆ ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการมีระดับข่าวสารการเมืองสูง ต่ำแตกต่างกัน ได้แก่ ชั้นทางสังคม (Social Class) โดยเฉพาะระดับการศึกษา รายได้ และเพศ การมีระดับข่าวสารการเมืองสูง ต่ำ แตกต่างกัน ไม่ได้ทำให้คนไทยมีความรู้สึกมีประสิทธิภาพทางการเมืองสูงต่ำแตกต่างกันแต่อย่างใด บุคคลที่ระดับข่าวสารการเมือง สูงยังมีความรู้สึกห่างเหิน การเมืองสูง และยังพบว่า ผู้ที่มีระดับข่าวสารการเมืองสูงกว่า รับรู้และเห็นความสำคัญของบทบาทหน้าที่สถาบันและองค์กรต่าง ๆ ของรัฐ มีอัตราการเข้าร่วมทางการเมืองและมีอัตราการไปใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งที่เกิดจากความสำนึกของตนเอง สูงกว่าผู้ที่มีระดับข่าวสารการเมืองต่ำกว่าอีกด้วย

เจตน์ศักดิ์ แสงสิงแก้ว (2523) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการสื่อสารกับกระบวนการสังคมประกิตทางการเมืองของประชาชนในท้องที่บางชั้น เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร โดยการทำการศึกษานี้เปรียบเทียบจากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ และกลุ่มผู้ประกอบการในโรงงานอุตสาหกรรม พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติทางการเมืองแบบประชาธิปไตยมากที่สุด คือ การสื่อสารในกลุ่มเพื่อน รองลงมาคือ ลักษณะครอบครัวแบบ

Concept-Oriented การเปิดรับสื่อมวลชน (วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์) และการศึกษาตามลำดับ แต่เมื่อแยกพิจารณาตามกลุ่มพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติทางการเมืองแบบประชาธิปไตย ของกลุ่มเกษตรกรมากที่สุด คือ ลักษณะครอบครัวแบบ Concept-Oriented ส่วนกลุ่มที่ทำงานในโรงงานอุตสาหกรรม คือการสื่อสารในกลุ่มเพื่อน

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเข้าใจเรื่องการเมืองแบบประชาธิปไตยมากที่สุด ได้แก่ การอ่านหนังสือพิมพ์ รองลงมาคือ การสื่อสารในกลุ่มเพื่อน และการศึกษาตามลำดับ แต่เมื่อพิจารณาในแต่ละกลุ่ม พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องการเมืองแบบประชาธิปไตยของทั้งสองกลุ่มคือ การอ่านหนังสือพิมพ์ เช่นเดียวกัน

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสนใจทางการเมืองมากที่สุดคือ การเปิดรับสื่อมวลชน รองลงมาได้แก่ การมีประสบการณ์ทางการเมือง และการสื่อสารระหว่างบุคคล ตามลำดับ แต่เมื่อพิจารณาในแต่ละกลุ่ม ปรากฏว่าปัจจัยที่มีผลต่อความสนใจทางการเมืองของกลุ่มเกษตรกรมากที่สุดคือ การเปิดรับสื่อมวลชน ส่วนของกลุ่มที่ทำงานในโรงงานอุตสาหกรรมคือ การสื่อสารในกลุ่มเพื่อน

ปัจจัยที่มีผลต่อการเข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองของทั้งสองกลุ่มคือ การสื่อสารในกลุ่มเพื่อน รองลงมาได้แก่ การมีประสบการณ์ทางการเมือง และลักษณะครอบครัวแบบ Concept-Oriented ตามลำดับ แต่เมื่อแยกพิจารณาตามกลุ่ม พบว่า ทั้งสองกลุ่มต่างก็มีปัจจัยที่มีผลต่อการเข้ามีส่วนร่วมทางการเมือง ก็คือ การสื่อสารในกลุ่มเพื่อน

อำพล สิงห์โกวินทร์ และสวัสดิ์ กฤตรัชต์นันท์ (ม.ป.ป.) ได้สำรวจอิทธิพลการสื่อสารต่อการตื่นตัวทางการเมืองของประชาชน ในเขต อ.ปทุมรัตน์ จ.ร้อยเอ็ด และ อ.ปากช่อง จ.นครราชสีมา พบว่า การฟังวิทยุและอ่านหนังสือพิมพ์เป็นสิ่งที่สำคัญที่ทำให้ราษฎรในท้องถิ่นชนบทมีความรู้ความเข้าใจทางการเมือง การสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นแหล่งข่าวที่สำคัญที่ช่วยสร้างความตื่นตัวและความเข้าใจทางการเมือง กระบวนการสื่อสารสองจังหวะ (Two-Step Flow Communication) คือใช้ทั้งสื่อมวลชน และสื่อบุคคลผสมผสานกันเป็นประโยชน์ต่อการเผยแพร่ความรู้ทางการเมืองแก่ประชาชนในชนบทของไทย

สกล จริงจิตร (2535) ศึกษาวิจัยเรื่อง บทบาทและพฤติกรรมของหัวหน้างานในการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ศึกษาเฉพาะกรณี อำเภอเมือง จังหวัดสกล พบว่า หัวหน้างานส่วนใหญ่เป็นเพศชาย กำลังดำรงตำแหน่งหรือเคยดำรงตำแหน่งทางการเมือง การบริหารมากที่สุด



คือ กรรมการหมู่บ้าน มีการรับรู้ข่าวสารในระดับสูง มีเหตุจูงใจในการเข้ารับเป็นหัวหน้าคณะ เนื่องจากมีการมีบุคคลต่อกัน มีความรู้ความเข้าใจต่อการเลือกตั้งในระบอบประชาธิปไตยในระดับสูง และมียุทธวิธีในการโน้มน้าวให้ประชาชนไปลงคะแนนเสียงให้กับบุคคลที่ตนเองสนับสนุน โดยการพูดจาโน้มน้าว มีความสัมพันธ์ระหว่างหัวหน้าคณะที่มีการรับรู้ข่าวสารจากสื่อมวลชนในระดับปานกลางและระดับสูง หัวหน้าคณะที่มีการรับรู้ข่าวสารจากสื่อมวลชนต่ำจะมีความรู้ความเข้าใจต่อการเลือกตั้งในระบอบประชาธิปไตยระดับต่ำ หัวหน้าคณะที่มีการรับรู้ข่าวสารจากสื่อมวลชนในระดับปานกลางและระดับสูง จะมีความรู้ความเข้าใจต่อการเลือกตั้งระบอบประชาธิปไตยในระดับปานกลางถึงระดับสูง

พงศธร จันทร์แก้ว (2535) ได้ศึกษาผลกระทบของการใช้เงินซื้อเสียงต่อพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง : ศึกษาเฉพาะกรณีจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า พฤติกรรมการลงคะแนนเสียงของผู้มีสิทธิ์เลือกตั้งขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 ประการ คือ เงินและหัวหน้าคณะ นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มคนที่รับเงินส่วนใหญ่จะมีสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมต่ำ ดังนั้นการรับเงินในการเลือกตั้งจึงถือว่า เงินเป็นสิ่งที่มีความค่า และคนที่รับเงินยังถือว่าเงินเป็นสินน้ำใจที่แสดงถึงความแน่นแฟ้นระหว่างตนกับหัวหน้าคณะตามระบบโครงสร้างอำนาจในชุมชนของคนไทย

ชาญศักดิ์ ถวิล (2534) ศึกษาวิจัยเรื่อง การซื้อ-ขาย คะแนนเสียงเลือกตั้ง ศึกษากรณีการเลือกตั้งทั่วไป วันที่ 27 กรกฎาคม พ.ศ. 2529 ในเขตตำบลแห่งชาติ อำเภอสามเด็จ จังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า

กลุ่มผู้มีความรู้ตั้งแต่ระดับอนุปริญญาขึ้นไป และกลุ่มผู้มีรายได้ต่อครอบครัวเกิน 80,000 บาทต่อปี ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีสถานภาพทางสังคมใกล้เคียงกันให้เหตุผลในการขายสิทธิ์ขายเสียงว่าเป็นเพราะรู้จักคุ้นเคยกับผู้สมัครหรือคุ้นเคยกับหัวหน้าคณะ และเกรงอิทธิพล เพราะคนกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นข้าราชการครูและผู้สมัครที่เป็นตัวเก็งเคยเป็นผู้นำครูก่อนและยังมีบิดาเป็นผู้ทรงอิทธิพลในวงการครู

กลุ่มผู้มีความรู้ไม่เกินชั้นประถมศึกษาที่ 7 และกลุ่มผู้มีรายได้ต่อครอบครัวต่ำกว่า 80,000 บาท เป็นกลุ่มที่มีสถานภาพทางสังคมใกล้เคียงกัน ให้เหตุผลในการขายเสียงว่าเป็นเพราะเพื่อนบ้านต่างก็เลือกผู้สมัครที่ซื้อเสียงด้วยกัน และเกรงใจหัวหน้าคณะ

กลุ่มผู้ร่วมพัฒนาชาติไทยที่เคยได้รับการอบรมทางการเมืองสังคมนิยมคอมมิวนิสต์ มีผล

ไม่ต่างไปจากกลุ่มที่ 2 เพราะทั้งความรู้และฐานะทางเศรษฐกิจไม่แตกต่างกัน

เพิ่มพงษ์ เชาวลิต (2533) ได้ศึกษาเรื่องการบริหารคะแนนเสียงกับการเลือกตั้ง : กรณีศึกษาการเลือกตั้งทั่วไปปี 2529 พบว่า ในกระบวนการเลือกสรรผู้แทนราษฎรของประเทศไทย ในระยะที่ผ่านมา มีปัจจัยที่เป็นพื้นฐานทางสังคมหลายประการที่มีผลต่อการกำหนดผลการเลือกตั้ง ได้แก่ ระบบอุปถัมภ์ (Patron-client relationship) ระบบเครือญาติ ระบบชนชั้นนำในท้องถิ่น ความสัมพันธ์เหล่านี้เป็นความสัมพันธ์ส่วนตัวเชื่อมระหว่างบุคคลกับบุคคลในทางสังคม เมื่อเข้าสู่ปริบททางการเมืองก็ได้แปรเปลี่ยนไปเป็นความสัมพันธ์ในระดับหัวคะแนน ซึ่งมีบทบาทต่อผลการเลือกตั้งอย่างแน่นอน อาจจะปรากฏผลมากกว่าแนวความคิด อุดมการณ์ทางการเมืองของผู้สมัครซึ่งแตกต่างจากระบบประชาธิปไตยทั่วไป

สมศักดิ์ พงษ์ไพบูลย์ (2533) ศึกษาวิจัยเรื่อง การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง : ศึกษาเฉพาะกรณีการเลือกตั้ง สส. เขตเลือกตั้งแห่งหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า

1. กระบวนการหาเสียงในเขตเลือกตั้งที่ศึกษาส่วนใหญ่ยึดถือตัวบุคคลมากกว่าความผูกพันทางองค์การ (พรรคการเมือง) ซึ่งพิจารณาได้จากการจัดองค์กรหาเสียง ความสัมพันธ์ที่ใช้เป็นเครื่องมือในการจัดตั้งหัวคะแนนและยุทธวิธีการหาเสียง ยกเว้นกรณีการหาเสียงของพรรคการเมืองเกิดใหม่ ซึ่งไม่มีการจัดตั้ง หัวคะแนนของผู้สมัครมาก่อน แต่ชื่อเสียงเกียรติประวัติของหัวหน้าพรรคเป็นที่รู้จักกันดีในหมู่ประชาชน
2. ปัจจัยหลักที่สามารถแปรเสียงให้เป็นคะแนนได้เป็นปัจจัยเกี่ยวกับคุณสมบัติส่วนตัวของผู้สมัคร ได้แก่ ญาติพี่น้อง หัวคะแนน และเงิน ยกเว้น ประสิทธิภาพหลังและผลงานของผู้สมัคร ไม่อาจยืนยันได้ว่า เป็นปัจจัยที่สามารถแปรให้เป็นคะแนนแก่ผู้สมัครได้เพียงใด รวมทั้งปัจจัยด้านการเงินและหัวคะแนนก็มีข้อจำกัดในการแปรเสียงให้เป็นคะแนน และปัจจัยด้านพรรคการเมืองก็ยังมีส่วนทำให้ผู้สมัครได้คะแนนเสียงเลือกตั้ง แม้ว่าไม่มากพอที่จะทำให้ได้รับเลือกตั้งก็ตาม

สุริยัมภ์ จิรสิทธิ์สุนทร (2531) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างหัวคะแนนกับผู้สมัครรับเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในระบบการเลือกตั้งของไทย : ศึกษาเฉพาะกรณีเขตเลือกตั้งที่ 1 จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า การที่ผู้สมัครไม่สามารถส่งข่าวสารของตนไปสู่ประชาชนได้โดยตรงอย่างทั่วถึง เนื่องมาจากสาเหตุ 3 ประการ คือ ระยะเวลาหาเสียงมีน้อย เสียค่าใช้จ่ายสูง และ

เขตเลือกตั้งกว้างใหญ่และมีจำนวนประชากรมาก จึงต้องใช้ผู้นำชุมชนเป็นตัวแทนในการส่งข่าวสาร การใช้ตัวแทนจึงเป็นที่มาของหัวคะแนน และส่วนใหญ่หัวคะแนนมีอาชีพเป็นกำนันและผู้ใหญ่บ้าน ความสัมพันธ์ระหว่างหัวคะแนนกับผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นไปในลักษณะการช่วยเหลือเกื้อกูลแบบผู้อุปถัมภ์-ผู้ใต้อุปถัมภ์ต่อกัน วิธีการหาเสียงของหัวคะแนนที่ใช้แบ่งได้ 2 วิธี ที่สำคัญคือ

1. ใช้ความเป็นผู้นำทางความคิดเห็นของตน
2. การให้ผลประโยชน์ตอบแทน ซึ่งส่วนใหญ่ได้แก่ การสร้างสาธารณประโยชน์แก่ชุมชน และการเลี้ยงอาหาร สำหรับการซื้อเสียงหรือแจกเงินโดยตรงพบว่ามีน้อยมาก



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย