

บทที่ 4

พัฒนาการของการสื่อสารทางการเมืองไทย

พัฒนาการของรายการสนทนทางการเมือง

การศึกษาเรื่องการเมืองการสื่อสารการเมืองในสังคมไทยโดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสื่อวิทยุและโทรทัศน์ กล่าวได้ว่าเป็นความสัมพันธ์ที่สื่อมวลชนตกอยู่ใต้อำนาจรัฐและผู้มีอำนาจทางการเมืองในการใช้สื่อเป็นเครื่องมือเสริมสร้างอำนาจมาเป็นเวลายาวนาน นับตั้งแต่มีการก่อตั้งสื่อวิทยุและโทรทัศน์โดยความริเริ่มของผู้นำการเมืองในสมัยนั้น ความสัมพันธ์ในลักษณะดังกล่าวส่งผลให้สื่อวิทยุและโทรทัศน์ทำหน้าที่ได้อย่างจำกัด อย่างไรก็ตามก็คิดจากการเคลื่อนไหวทางการเมืองและการเรียกร้องเสรีภาพภายหลังเหตุการณ์ 14 ตุลา 2516 เป็นต้นมา สื่อมวลชนมีอิสระมากขึ้นสามารถเสนอรายการที่มีเนื้อหาทางการเมืองได้บ้างเช่น รายการประเภทสนทนาทางการเมือง ในการศึกษาพัฒนาการของรายการสนทนทางการเมืองนี้จะเน้นเรื่องนโยบายสถานีต่อรายการสนทนาการเมืองและรายการเฉพาะกิจช่วงเลือกตั้งทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 3, 9 และช่อง 11 ในช่วงเวลาที่สำคัญ 4 ช่วงนับตั้งแต่ พ.ศ. 2516 เป็นต้นมา เพื่อให้เกิดความเข้าใจรูปแบบและเนื้อหาของรายการสนทนทางการเมืองในปัจจุบันที่มีผลสืบเนื่องมาจากความเปลี่ยนแปลงในอดีต

ช่วงที่หนึ่งหลังเหตุการณ์ 14 ตุลา 2516

หลังจากเหตุการณ์ที่นักศึกษาและประชาชนเดินขบวนขับไล่รัฐบาลเผด็จการทหารเพื่อเรียกร้องเสรีภาพในการปกครองประเทศได้เป็นผลสำเร็จจากเหตุการณ์ 14 ตุลา 2516 สื่อมวลชนมีเสรีภาพในการเสนอข่าวสารมากขึ้น (ระวีวรรณ ประกอบผล, 2528) สำหรับความเปลี่ยนแปลงด้านรายการสนทนาการเมืองทางโทรทัศน์ที่สืบเนื่องคือมีการผลิตรายการสนทนาการเมืองและเป็นที่นิยมในหมู่ประชาชนหลายรายการเช่น รายการพุดจาประสาชาวบ้านทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 7, รายการสนทนาประชาธิปไตยทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9, รายการชี้แจงประชาชนทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 5 เป็นต้น มีรูปแบบรายการคล้ายคลึงกันคือเชิญผู้ที่มีชื่อเสียง นักการเมืองตลอดจนผู้บริหารมาสนทนาในรายการ ดำเนินรายการ โดยผู้ดำเนินรายการที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จัก (ยุดิกา อารีกุล, 2534) อย่างไรก็ตามเสรีภาพของสื่อที่ได้มาจากการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองเป็นเพียงการเปลี่ยนมือจากรัฐบาลเผด็จการทหารไปสู่กลุ่มบุคคลบางกลุ่มและนำสื่อไปใช้เป็นเครื่องมือโจมตีฝ่ายตรงข้าม ดังกรณีชมรมวิทยุเสรี ทางสถานีวิทยุยานเกราะ โจมตีกลุ่มนักศึกษาว่าเป็นคอมมิวนิสต์ การปลุกระดมมวลชนผ่านทางรายการวิทยุเป็นสาเหตุสำคัญประการหนึ่งที่นำไปสู่

เหตุการณ์ 6 ตุลา 2519 และการรัฐประหารของคณะปฏิรูปการปกครองแผ่นดินที่เข้ามาปกครองประเทศมีการควบคุมสื่ออย่างเข้มงวดด้วยกฎหมายและระเบียบต่าง ๆ (ระวีวรรณ ประกอบผล, 2528)

ช่วงที่สองหลังเหตุการณ์ 6 ตุลา 2519 ถึงปี 2523

หลังเหตุการณ์ 6 ตุลา 2519 คณะปฏิรูปการปกครองแผ่นดินออกคำสั่งคณะปฏิรูปการปกครองแผ่นดินฉบับที่ 15 ควบคุมการเสนอเนื้อหารายการวิทยุโดยต้องเป็นประโยชน์แก่ประชาชนและไม่ขัดต่อกฎหมาย ข้อบังคับ วัฒนธรรมและศีลธรรมอันดีงาม ไม่เป็นการเผยแพร่ส่งเสริมลัทธิคอมมิวนิสต์ทั้งทางตรงและทางอ้อม รวมทั้งต้องไม่ก่อให้เกิดความแตกแยกในหมู่ประชาชนและไม่กระทบกระเทือนต่อความมั่นคงของชาติ ด้านรายการทางโทรทัศน์มีการควบคุมเช่นกันโดยคณะปฏิรูปฯ ได้ออกคำสั่งฉบับที่ 17 ห้ามเสนอรายการปาฐกถา การอภิปราย สนทนา สัมภาษณ์ หรือการแสดงที่เกี่ยวกับการเมืองหรือพาดพิงกับการเมือง รวมทั้งการนำเสนอรายการความรู้ต้องเป็นการบันทึกเทปล่วงหน้าเพื่อตรวจสอบ ยกเว้นรายการที่คณะกรรมการกบว.อนุมัติเท่านั้นจึงจะสามารถออกอากาศสดได้ (ระวีวรรณ ประกอบผล, 2528)

นับตั้งแต่ปี 2519 เป็นต้นมาบรรยากาศทางการเมืองไม่เปิดสำหรับรายการสนทนาทางการเมือง ช่วงปี 2519-2523 แม้มีรายการสนทนาทางการเมืองเกิดขึ้นแต่เป็นรายการของกองทัพ จัดขึ้นเพื่อสนองนโยบายรัฐและกองทัพเรื่องความมั่นคงของชาติได้แก่ รายการเพื่อแผ่นดินไทย ผลิตโดยสำนักงานสารนิเทศ กองบัญชาการทหารสูงสุด ในปี 2523 ทางราชการมีคำสั่งให้สถานีวิทยุทุกสถานีถ่ายทอดรายการเพื่อแผ่นดินไทยเพื่อเสริมสร้างความมั่นคงของชาติจากปัญหาลัทธิคอมมิวนิสต์ ในส่วนของรายการสนทนาทางโทรทัศน์ปรากฏว่ากองทัพบกได้จัดทำรายการสนทนาทางโทรทัศน์ขึ้นคือ รายการสนทนาปัญหาบ้านเมืองออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 5 และช่อง 7 อาจกล่าวได้ว่ารายการสนทนาปัญหาบ้านเมืองที่เกิดขึ้นได้ถูกใช้เป็นเวทีในการเผยแพร่นโยบายของรัฐ โดยเฉพาะกองทัพ การแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระในรายการ โดยเฉพาะในประเด็นที่เกี่ยวกับการเมืองไม่อาจกระทำได้ เห็นได้จากการจัดรายการแต่ละตอนต้องมีการประชุมพิจารณารวมทั้งให้ผู้บัญชาการทหารบกตรวจพิจารณาเนื้อหาก่อนออกอากาศ ในภาพรวมของสื่อในช่วงนี้พบว่าสื่อทุกประเภทถูกควบคุม รายการสนทนาที่เป็นที่นิยมต้องปิดฉากลงเนื่องจากสถานการณ์ทางการเมืองที่ไม่เอื้ออำนวย รายการที่เกิดขึ้นหลังปี 2519 ล้วนเป็นรายการที่ตอบสนองนโยบายรัฐในเรื่องความมั่นคงของชาติเช่น รายการสนทนาปัญหาบ้านเมือง รายการเพื่อแผ่นดินไทย

ช่วงที่สามปี 2523-2535

ในช่วงที่สามระหว่างปี 2523-2531 พล.อ.เปรม ติณสูลานนท์ ได้ดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรี เป็นช่วงเวลาที่รัฐบาลปกครองประเทศยาวนานและมีเสถียรภาพ ด้านเศรษฐกิจการลงทุนเติบโต รัฐบาลได้เน้นการพัฒนาชนบทและนโยบายทางการเมืองที่เด่นชัดในช่วงนี้คือนโยบาย 66/2523 และ 66/2525 ที่เป็นการลดความตึงเครียดในทางการเมืองภายในประเทศจากปัญหาคอมมิวนิสต์ รัฐมีการปรับเปลี่ยนท่าทีจากการใช้กำลังปราบปรามคอมมิวนิสต์ มาเป็นการแก้ปัญหาโดยสันติโดยเปิดโอกาสให้ผู้เข้าป่าจากเหตุการณ์ปี 2519 กลับออกมาช่วยพัฒนาประเทศ (สมสุข หินวิมาน, 2534) นับตั้งแต่ปี 2523 เป็นต้นมาสถานการณ์ทางการเมืองเริ่มคลี่คลายส่งผลให้การควบคุมสื่อจากรัฐลดระดับลงประกอบกับการพัฒนาเทคโนโลยีทางการสื่อสารกล่าวคือการรับเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาพัฒนารูปแบบการเสนอข่าว ในปี 2529 สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 ได้มีการปรับปรุงรายการข่าวโดยให้ดร.สมเกียรติ อ่อนวิมลเข้ามาดำเนินการ การปรับปรุงรายการข่าวทำให้สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 ได้รับความนิยมจากเดิมที่เป็นสถานีที่มีผู้ชมไม่มากกลายเป็นสถานีโทรทัศน์ที่มีผู้ชมติดตามชมข่าวมากที่สุด (อมรพรรณ ชุ่มโชคชัยกุล, 2534) การขยายตัวของการผลิตรายการข่าวทำให้ประชาชนสนใจติดตามข่าวสารบ้านเมืองมากขึ้นและส่งผลให้เกิดความสนใจรับชมรายการประเภทสนทนาทางการเมืองตามมาด้วย

ด้านสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 ด้วยลักษณะของสถานีที่ดำเนินการโดยภาคเอกชนภายใต้ระบบสัมปทานทำให้ทางสถานีต้องคำนึงถึงผลกำไรในการบริหารงานและไม่เน้นรายการแนวการเมืองมากนัก ในส่วนของรายการสนทนาการเมืองของช่อง 3 ในช่วงนี้ยังไม่พบอย่างเด่นชัดเป็นเพียงการสัมภาษณ์บุคคลตามกระแสข่าวในภาคข่าวเท่านั้นโดยทางสถานียังไม่มียุทธศาสตร์ที่จะผลิตรายการสนทนาที่เป็นรายการประจำ อย่างไรก็ตามในการเลือกตั้งพบว่าการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครในปี 2528 สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 ได้เป็นผู้บุกเบิกและเปิดมิติใหม่ของการจัดรายการเฉพาะกิจเลือกตั้งในรูปแบบที่ต่างไปจากเดิมโดยร่วมมือกับเครือข่ายเพื่อรายงานผลการเลือกตั้งและใช้ฐานข้อมูลจากกรรมาธิการกรุงเทพ เป็นการจัดรายการเฉพาะกิจเลือกตั้งที่ได้รับการกล่าวถึงและเป็นจุดเริ่มต้นที่เปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอเรื่องเลือกตั้งจากเดิมที่เน้นรายงานความเคลื่อนไหวของผู้สมัคร โดยนำไปสู่รูปแบบใหม่ของการจัดรายการเฉพาะกิจเลือกตั้งในครั้งต่อมา

ด้านสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 สถานีมีนโยบายเน้นการผลิตรายการความรู้แก่ประชาชนโดยเฉพาะข่าวและรายการแนวการเมือง ส่วนเรื่องการจัดตั้งทางสถานีพยายามทำหน้าที่เป็นเวทีแก่ทุกฝ่ายในฐานะที่เป็นสื่อของรัฐ โดยยึดนโยบายในเรื่องความเป็นกลางรวมทั้งความเสมอภาคให้แก่พรรคการเมืองในการใช้เวทีในสื่อชี้แจงนโยบายกับประชาชน ด้านการจัดรายการสนทนาเฉพาะกิจช่วงก่อนการเลือกตั้งพบว่าสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 เป็นผู้ให้ความสำคัญกับส่วนภูมิภาคและการมี

ส่วนร่วมของประชาชนจากการริเริ่มจัดรายการเลือกตั้งสัญญา มีรูปแบบเป็นการสัมภาษณ์นักการเมืองในพื้นที่เน้นนโยบายและการแก้ปัญหาในท้องถิ่น โดยใช้สถานที่ในส่วนภูมิภาคเป็นที่จัดรายการโดยริเริ่มจัดรายการเลือกตั้งสัญญาเป็นครั้งแรกในการเลือกตั้ง 22 มีนาคม 2535 มีการร่วมมือกับองค์กรเอกชน เช่น เครือเดอะเนชั่น ธนาคาร สำนักสำรวจประชาติ เพื่อรายงานผลและเสนอเรื่องการจัดตั้งให้น่าสนใจยิ่งขึ้น (สุวิษ ฤทธิ์ประภา, สัมภาษณ์ 19 ตุลาคม 2541)

ในช่วงที่สามนี้สถานีโทรทัศน์ช่อง 11 ได้เริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2531 ตามมติของคณะรัฐมนตรีในสมัยนั้น จากการเป็นสถานีโทรทัศน์ของรัฐทำให้นโยบายหลักของสถานีเน้นไปที่การให้ความรู้แก่ประชาชน ดังปรากฏสัดส่วนการผลิตรายการความรู้ที่เป็นรายการข่าว รายการสนทนาและรายการสารคดีถึง 40% กล่าวได้ว่ารายการประเภทสนทนาที่สร้างชื่อเสียงให้กับสถานีโทรทัศน์ช่อง 11 ในยุคต้นเริ่มจากรายการเกษตรสนทนาที่เน้นการมีส่วนร่วมของเกษตรกรและภูมิปัญญาชาวบ้านแต่รายการที่สร้างปรากฏการณ์ใหม่ในวงการสื่อสารมวลชนในยุคที่การเมืองไม่ได้ให้เสรีภาพแก่สื่อช่วงที่คณะรัฐประหารประเทศคือรายการมองต่างมุม ดำเนินรายการโดย ดร.เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง รายการมองต่างมุมมีรูปแบบรายการเป็นเวทีเสนอความคิดเห็นและเปิดให้มีการวิพากษ์วิจารณ์อย่างเป็นอิสระ จัดเป็นรายการที่แหวกแนวไปจากรายการสนทนาในช่วงนั้นที่ไม่สามารถวิพากษ์วิจารณ์ได้มากนักโดยเฉพาะเรื่องทางการเมือง ส่งผลให้สถานีโทรทัศน์ช่อง 11 เป็นที่รู้จักและได้รับความสนใจอย่างมากจากประชาชนและผู้สนใจรายการแนวการเมือง อย่างไรก็ตาม การเสนอเนื้อหาที่เป็นการวิพากษ์วิจารณ์ทางการเมืองในขณะนั้นส่งผลกระทบต่อรายการทั้งในลักษณะการดูเสียง การตัดเทปหรือไม่อนุญาตให้ออกอากาศ ด้วยการควบคุมสื่อผ่านทางกบว. แต่สิ่งที่เกิดขึ้นกลับส่งเสริมให้ประชาชนรู้จักรายการมองต่างมุมและสถานีโทรทัศน์ช่อง 11 มากยิ่งขึ้น (จันทิมา เขยสงวน, สัมภาษณ์ 26 ธันวาคม 2541)

ช่วงที่สี่หลังเหตุการณ์พฤษภาทมิฬ 2535 จนถึงปัจจุบัน

จากปัญหาเรื่องการควบคุมสื่อของรัฐ โดยเฉพาะโทรทัศน์และวิทยุที่สะสมมาเป็นเวลานาน ปัญหาการรายงานข่าวเหตุการณ์พฤษภาทมิฬ 2535 สื่อโทรทัศน์และวิทยุถูกประชาชนมองว่าตกเป็นเครื่องมือของรัฐและเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้สังคมหันมาสนใจเรื่องเสรีภาพของสื่อ เกิดกระแสเรียกร้องจากสังคมให้มีการปฏิรูปสื่อวิทยุและโทรทัศน์ ด้านนโยบายของสถานีโทรทัศน์ต่อการผลิตรายการสนทนาการเมืองนับว่ามีความสอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวโดยสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 ได้เริ่มผลิตรายการสนทนาการเมืองที่เป็นรายการประจำของสถานีคือรายการเหตุบ้านการเมืองในปี 2538 มีรูปแบบรายการเป็นการสัมภาษณ์บุคคลเพื่อนำเสนอข้อเท็จจริงโดยนำเสนอเนื้อหาด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม ช่วงแรกๆคุณจักรภพ เพ็ญแขเป็นผู้ดำเนินรายการ

ต่อมาในปี 2539 ได้ให้คุณเกษมสันต์ วีระกุลอดีตนักวิชาการจากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์มาเป็นผู้ดำเนินรายการจนถึงปัจจุบัน โดยสถานีต้องการให้รายการเหตุบ้านการเมืองเป็นที่สนใจของประชาชนในระดับกลาง (สำราญ ฉัตรโท, สัมภาษณ์ 20 ตุลาคม 2541)

ส่วนสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 นโยบายของสถานีเริ่มเปิดให้เอกชนเข้ามามีส่วนในการผลิตรายการการเมืองในลักษณะการซื้อเวลาของทางสถานี โดยในสมัยนายประสิทธิ์ หิตะนันท์ ดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการ.ส.ม.ท. ในปี 2536 ให้เครือข่ายเนชั่นซื้อเวลาในการผลิตรายการเนชั่นนิวส์ทอล์กมีคุณสุทธิชัย หยุ่น เป็นผู้ดำเนินรายการ ต่อมาในสมัยนายแสงชัย สุนทรวัฒน์ ดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการ.ส.ม.ท. ในปี 2537 ได้เปิดให้บริษัททอชค็อก จำกัด ผลิตรายการชอคิดด้วยคน โดยมีดร.เจิมศักดิ์ ปิ่นทองเป็นผู้ดำเนินรายการ ซึ่งการให้เอกชนเข้ามาผลิตรายการสนทนาการเมืองสถานีได้ให้นโยบายกว้าง ๆ ในเรื่องความเป็นกลางโดยไม่ได้เข้ามาก้าวก้าวยในการผลิตรายการของเอกชนที่ซื้อเวลาจากทางสถานี เป็นมิติใหม่ที่สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 ซึ่งเป็นสถานีโทรทัศน์ของรัฐให้โอกาสเอกชนมากขึ้น ทั้งนี้ภาพในอดีตสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 ถูกมองว่าเป็นสถานีที่อาจถูกแทรกแซงจากอำนาจทางการเมืองได้ทุกขณะ

สำหรับสถานีโทรทัศน์ช่อง 11 จากรายการสนทนาการเมืองที่โดดเด่นและเป็นที่รู้จักคือรายการมองต่างมุม รายการนี้ได้ออกอากาศและพัฒนามาเป็นลำดับแต่ด้วยอำนาจทางการเมืองเหนือสื่อโทรทัศน์ที่สืบทอดมาเป็นเวลานานทำให้ในปี 2539 รายการถูกสั่งไม่ให้ออกอากาศอีกต่อไป ด้านการผลิตรายการสนทนาช่วงเลือกตั้งด้วยฐานะที่สถานีโทรทัศน์ช่อง 11 เป็นสื่อของรัฐจึงมีหน้าที่โดยตรงในการส่งเสริมเรื่องการเลือกตั้งแก่ประชาชนโดยการผลิตนั้นเป็นการผลิตร่วมกับทีมงานภายนอกที่ได้รับการคัดเลือกจากสถานีโดยในการเลือกตั้งปี 2535 และปี 2538 พบว่าทีมงานที่เข้ามาผลิตรายการเฉพาะกิจช่วงเลือกตั้งเป็นทีมงานของผู้ผลิตรายการมองต่างมุมทำให้นิหารายการเข้มข้นและมีคุณภาพเป็นที่สนใจของประชาชนเช่นเดียวกับรายการทางสถานีโทรทัศน์ช่องอื่น แม้จะมีข้อจำกัดเรื่องงบประมาณก็ตาม (จันทิมา เศษสงวน, สัมภาษณ์ 26 ธันวาคม 2541)

หลังปี 2535 มีการเลือกตั้งทั่วไปเกิดขึ้น 2 ครั้ง การเลือกตั้งหลังเหตุการณ์พฤษภาทมิฬมีความเปลี่ยนแปลงในวงการสื่อสารมวลชนอย่างมากกล่าวคือ มีการแข่งขันระหว่างสื่อในการรายงานข่าวและผลิตรายการสนทนาทางการเมืองก่อนการเลือกตั้ง สถานีโทรทัศน์หลายช่องได้จัดรายการสนทนาเฉพาะกิจเพื่อรณรงค์ในเรื่องเลือกตั้งและเป็นเวทีให้นักการเมืองได้หาเสียงกับประชาชน นอกจากนี้ยังเกิดความร่วมมือกับสื่อแขนงอื่น องค์กรเอกชน ธนาคาร บริษัทที่ดำเนินธุรกิจทางด้านการสื่อสารและโทรคมนาคมรวมทั้งสถาบันการศึกษาในการร่วมกันรายงานผลการเลือกตั้ง โดยปรากฏการณ์ของการรวมตัวนี้เป็นการเปิดศักราชใหม่ของการนำเสนอเรื่องเลือกตั้งทางสื่อโทรทัศน์ (วรรณารถ รัตนกี, 2535) ในการเลือกตั้งปี 2538 มีความต่อเนื่องในด้านการ

รายงานข่าวการเลือกตั้งโดยสถานีโทรทัศน์ทุกสถานีต่างปรับตัวรับการเลือกตั้งอย่างคึกคัก สังเกตได้ว่าด้านความร่วมมือระหว่างองค์กรต่างแขนงนั้น แต่ละสถานียังคงร่วมมือกับพันธมิตรในกลุ่มเดิม โดยรูปแบบรายการสนทนาเน้นการสนทนากับตัวแทนนักการเมืองจากพรรคต่าง ๆ รวมทั้งรายการที่โดดเด่นทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 คือรายการเลือกตั้งสัญจรที่จัดติดต่อกันหลายครั้งโดยใช้สถานีที่ในต่างจังหวัดเป็นที่จัดรายการ ส่วนสื่อวิทยุได้มีการปรับตัวรับการเลือกตั้งครั้งนี้เช่นกัน รูปแบบรายการเน้นการเชิญพรรคการเมืองมาเสนอแนวคิดและนโยบายกับประชาชน มีผู้ดำเนินรายการที่เป็นผู้ทรงคุณวุฒิเน้นประเด็นทางการเมืองที่เจาะลึก รวมทั้งให้ประชาชนร่วมแสดงความคิดเห็นทางโทรศัพท์ในรายการ มีการวิเคราะห์สถานการณ์การเลือกตั้ง

ในการเลือกตั้งปี 2539 พบว่ายังคงมีความต่อเนื่องในการจัดรายการเลือกตั้งของสื่อในด้านรายละเอียดปรากฏว่าสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 ร่วมมือกับหนังสือพิมพ์มติชน, บริษัทออนไลน์นิวส์หรือไอเอ็นเอ็น, ธนาคารกรุงเทพและองค์กรกลางจัดรายการ“เลือกตั้ง’39 ร่วมสร้างฐานการเมืองใหม่” เป็นการรายงานความเคลื่อนไหวและวิเคราะห์สถานการณ์การเมืองมีการสัมภาษณ์พิเศษผู้สมัครจากหลายพรรคการเมือง สถานีโทรทัศน์ช่อง 5 ร่วมมือกับเอกชน 11 แห่งจัดรายการ“เจาะลึกศึกเลือกตั้ง” และรายการ“ร่วมคิดร่วมพัฒนาประชาธิปไตย’39” สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 ร่วมมือกับธนาคารกรุงศรีอยุธยา จัดรายการ“เส้นทางสู่สภา”ออกอากาศตั้งแต่วันที่ประกาศยุบสภาเป็นการเสนอข่าวเกี่ยวกับการเลือกตั้งทั้งหมด ส่วนสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 ร่วมกับสถานีโทรทัศน์ไอทีวี(เครือเดอะเนชั่น), ธนาคารกรุงไทย, สถาบันราชภัฏสวนดุสิตและองค์กรโทรศัพท์จัดรายการ“คอลัมน์เลือกตั้ง’39” รายการ“นับถอยหลังเลือกตั้ง’39” รวมทั้งจัดรายการเลือกตั้งสัญจร” ในส่วนภูมิภาคสื่อวิทยุก็มีความตื่นตัวในการรณรงค์ให้ประชาชนไปใช้สิทธิเลือกตั้ง มีการปรับผังรายการให้สอดคล้องกับการเลือกตั้ง เสนอความเคลื่อนไหวของการเลือกตั้งพร้อมทั้งสัมภาษณ์นักการเมือง นักวิชาการในประเด็นการย้ายพรรค ประเด็นนโยบายด้านการเมืองและเศรษฐกิจของพรรครวมทั้งการสัมภาษณ์ทีมเศรษฐกิจของแต่ละพรรค มีการเชิญผู้สมัครรับเลือกตั้งมาร่วมในรายการและเปิดให้ประชาชนโทรศัพท์ถามนโยบายและแนวทางการทำงานของพรรค

จากพัฒนาการของรายการสนทนาทางการเมืองตั้งแต่ปี 2516 เป็นต้นมาพบว่าปัจจัยทางด้านการเมืองและการพัฒนาเทคโนโลยีในวงการสื่อสารมวลชนมีผลโดยตรงต่อรูปแบบและเนื้อหาของรายการ เมื่อการควบคุมจากรัฐลดระดับลง สื่อจะมีอิสระในการนำเสนอมากขึ้นซึ่งการเสนอเนื้อหาของรายการสนทนาทางการเมืองโดยเฉพาะในช่วงเลือกตั้งมีส่วนสำคัญที่จะช่วยในการพัฒนาการปกครองในระบอบประชาธิปไตย จากการทำหน้าที่ให้ความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน การทำหน้าที่แทนประชาชน ในการติดตามการทำงานของนักการเมืองและพรรคการเมืองรวมทั้งเป็นเวทีในการสื่อสารของตัวแสดงทางการเมืองต่าง ๆ การศึกษาพัฒนาการของรายการสนทนา

ทางการเมืองในอดีตจะทำให้สามารถเชื่อมต่อบทบาทของรายการประเภทนี้ในฐานะที่เป็นเวทีในสื่อโทรทัศน์และวิทยุได้

ประวัติการหาเสียงเลือกตั้งในรูปแบบสปอคโฆษณา

การหาเสียงเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในประเทศไทย ตั้งแต่การเลือกตั้งครั้งแรกเมื่อ พ.ศ.2476 รูปแบบที่ผู้สมัครใช้ในการหาเสียงกับประชาชนคือการปราศรัยหาเสียงในพื้นที่การออกเยี่ยมเยียนประชาชนและการใช้ห้วคะแนนช่วยในการหาเสียงซึ่งเป็นรูปแบบการหาเสียงที่สื่อมวลชนยังไม่ได้มีบทบาทมากนัก เมื่อสื่อสิ่งพิมพ์ได้มีการพัฒนา พรรคการเมืองได้หันมาใช้รูปแบบการโฆษณาหาเสียงในหนังสือพิมพ์รายวันเช่น ไทยรัฐ เดลินิวส์ เป็นต้น แต่เนื่องจากการลงโฆษณาหาเสียงทางหนังสือพิมพ์ในอดีตมีราคาแพง ดังนั้นจึงไม่เป็นที่นิยมมากเท่าใดนัก และยังคงใช้การหาเสียงในรูปแบบเดิมอยู่ ต่อมาได้มีความคิดที่จะให้ใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงในการหาเสียงของพรรคการเมืองและผู้สมัครรับเลือกตั้ง ในการเลือกตั้งทั่วไปในปี 2518 คณะกรรมการบริหารกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์หรือ กบว. ได้ออกระเบียบให้พรรคการเมืองสามารถโฆษณาหาเสียงทางวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยในช่วงท้ายของรายการข่าว โดยให้ใช้ข้อความไม่เกิน 1 นาที โดยให้โอกาสพรรคการเมืองละหนึ่งครั้งหมุนเวียนกันไป ส่วนโทรทัศน์ยังไม่อนุญาตให้พรรคการเมืองใช้ในการหาเสียง ในภาพรวมการใช้สื่อวิทยุในการหาเสียงเลือกตั้งได้เริ่มขึ้นอย่างเป็นทางการเมื่อ พ.ศ.2518 โดยที่พรรคสามารถออกอากาศนโยบายพรรคได้ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงของรัฐแต่ก็ยังมีข้อจำกัดมาก ดังนั้นจึงพบว่าในระยะแรกของการหาเสียงทางวิทยุผู้สมัครรับเลือกตั้งมักจะนิยมใช้วิธีการว่าจ้างนักจัดรายการที่มีชื่อเสียงในรายการบันเทิงให้ช่วยออกอากาศสนับสนุนฝ่ายตนและโจมตีคู่แข่ง . เนื่องจากนโยบายของสถานีวิทยุไทยซึ่งส่วนใหญ่เป็นของทางราชการอนุญาตให้พรรคการเมืองซื้อเวลาในการออกอากาศได้ไม่มากนัก ประกอบกับเวลาออกอากาศมีราคาแพงจึงนิยมใช้วิธีโฆษณาทางอ้อมรูปแบบดังกล่าว

ด้านการหาเสียงทางสื่อโทรทัศน์เริ่มขึ้นในการเลือกตั้งทั่วไปปี 2522 โดยรัฐอนุญาตให้พรรคการเมืองหรือผู้สมัครรายบุคคลโฆษณาหาเสียงทางโทรทัศน์ได้ โดยเป็นโฆษณามีความยาวไม่เกิน 30 วินาทีหรือเป็นภาพยนตร์บริการข่าวธุรกิจไม่เกิน 2 นาที แต่พบว่ายังมีการโฆษณาในลักษณะที่เป็นผู้สมัครรายบุคคล ด้านการออกอากาศให้เพียงสถานีละหนึ่งครั้งต่อพรรคหรือผู้สมัครแต่ละคน ปรากฏความเข้มงวดจากการตรวจบทโฆษณาจากคณะกรรมการก่อนออกอากาศ อย่างไรก็ดี พรรคการเมืองตระหนักถึงความสำคัญของการหาเสียงผ่านสื่อจากการที่มีการยื่นความจำนงต่อคณะกรรมการกบว. เรียกร้องให้พรรคการเมืองสามารถเช่าเวลาสถานีโทรทัศน์หาเสียงเผยแพร่

นโยบายได้มากขึ้นซึ่งความพยายามของพรรคการเมืองก็ประสบความสำเร็จ เห็นได้จากการปรับปรุงระเบียบในการโฆษณาหาเสียงทางสื่อในการเลือกตั้งในปี 2531 โดยขยายเวลาให้พรรคการเมืองแถลงนโยบายได้ถึง 30 นาที รวมทั้งอนุญาตให้พรรคการเมืองสามารถเช่าเวลาสถานีโทรทัศน์เอกชนได้เพิ่มขึ้น ในส่วนของพรรคการเมืองได้ให้ความสนใจโดยปรากฏว่าในการเลือกตั้งปี 2529 พรรคประชากรไทยได้ลงทุนซื้อเวลาออกอากาศนอกเหนือจากเวลาที่ได้รับจัดสรรจากทางสถานีโดยได้ใช้เวลาสามคืนติดต่อกันออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 โดยให้หัวหน้าพรรคเป็นผู้ปราศรัยคืนละหนึ่งชั่วโมงและพรรคประชากรไทยก็ทำลักษณะเดียวกันคือซื้อเวลาของสถานีโทรทัศน์ช่อง 3, ช่อง 9 และสถานีเครือข่ายของกรมประชาสัมพันธ์ออกอากาศทั่วประเทศ และมีสปอตของพรรคสองเรื่องความยาวเรื่องหนึ่งนาทีออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 หลังรายการข่าวภาคค่ำเป็นเวลา 3 คืน (อานนท์ ภักดีวงศ์, 2534)

หลังเหตุการณ์พฤษภาทมิฬ 2535 ได้มีความตื่นตัวเรียกร้องให้สื่อของรัฐมีเสรีภาพในการเสนอข่าวมากขึ้น การหาเสียงเลือกตั้งของพรรคการเมืองในการเลือกตั้งครั้งที่สองในปี 2535 เมื่อวันที่ 13 กันยายน พ.ศ.2535 ได้ตอบรับกระแสดังกล่าว โดยรัฐได้เปิดให้พรรคการเมืองทุกพรรคใช้สื่อโทรทัศน์หาเสียงได้ทุกช่อง ในส่วนของโฆษณาพรรคการเมืองรัฐได้จัดสรรเวลาออกอากาศให้แก่ทุกพรรคในช่วงเวลาที่กำหนด โดยพรรคการเมืองสามารถออกอากาศสปอตได้ใน 2 ลักษณะคือ ชุด 30 วินาทีและชุด 10 นาที การเลือกตั้งครั้งนี้พรรคการเมืองได้ให้ความสำคัญแก่สปอตโฆษณาโดยปรากฏว่ามีทั้งที่พรรคจัดทำเองและจ้างบริษัทโฆษณาเช่น พรรคประชากรไทยมีจำนวน 17 ชุด มุ่งเสนอนโยบายของพรรคเป็นหลัก พรรคความหวังใหม่ว่าจ้างบริษัทกราฟิควีดิโอเพอเรชั่น จำกัด เสนอภาพลักษณ์และผลงานของพลเอกชวลิต ยงใจยุทธ หัวหน้าพรรค พรรคกิจสังคมเน้นผลงานของนายมนตรี พงษ์พานิชและ 18 ปีของการก่อตั้งพรรค เป็นต้น กล่าวได้ว่าการหาเสียงเลือกตั้งครั้งนี้เป็นการเริ่มต้นของโฆษณาการเมืองทางโทรทัศน์ยุคใหม่ (เนชั่นสุดสัปดาห์, 2535)

ในการเลือกตั้งปี 2538 กรมประชาสัมพันธ์ได้ปรับปรุงระเบียบในการใช้สื่อโทรทัศน์และวิทยุในการหาเสียงเลือกตั้งในทางที่เอื้อประโยชน์แก่พรรคการเมือง พรรคการเมืองสามารถหาเสียงทางวิทยุกระจายเสียงทั้งของรัฐและสถานีวิทยุอื่นใน 2 ลักษณะคือ (สำหรับสถานีวิทยุกระจายเสียงของรัฐไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายแต่สถานีวิทยุอื่นพรรคการเมืองต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเช่าเวลา) การแถลงนโยบายความยาวไม่เกิน 9 นาที หรือสปอตความยาวไม่เกิน 1 นาที การหาเสียงทางโทรทัศน์พรรคการเมืองสามารถแถลงนโยบายความยาว 55 นาทีทางสถานีโทรทัศน์ของรัฐโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายส่วนการโฆษณาในลักษณะสปอตนั้นออกอากาศได้ไม่เกิน 3 ครั้งต่อวัน ในทางปฏิบัติพรรคการเมืองได้ให้ความสำคัญในการหาเสียงในลักษณะสปอตโดยมีการซื้อเวลาออก

อากาศโฆษณาอย่างเต็มที่ ด้านรูปแบบโฆษณาทางการเมืองมีการเปลี่ยนแปลงกล่าวคือพรรคได้หันมาใช้บริการบริษัทโฆษณาเพื่อวางแผนในการสร้างสรรค์โฆษณาและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่พรรคออกสู่สายตาประชาชน รวมทั้งนำเรื่องการตลาดทางการเมือง (political marketing) เข้ามาใช้อย่างเป็นระบบมากขึ้น พรรคพลังธรรมและพรรคชาติไทย เป็นต้น ในการเลือกตั้งปี 2539 พรรคการเมืองยังคงทุ่มเทงบประมาณในการโฆษณาหาเสียงเลือกตั้งทางสื่อเป็นแนวโน้มที่ต่อเนื่องจากการเลือกตั้งครั้งที่ผ่านมา มีการว่าจ้างบริษัทโฆษณาเพื่อผลิตสโปดออกอากาศทางโทรทัศน์ เช่น พรรคความหวังใหม่ใช้บริการบริษัทสไปแอคเวอร้ไทซิ่ง จำกัด พรรคชาติพัฒนาใช้บริการบริษัทไทยอิมเมจแอคเวอร้ไทซิ่ง จำกัด หรือแม้กระทั่งพรรคมวลชนและพรรคกิจสังคมก็ปรากฏว่ามีการจ้างบริษัทโฆษณาเช่นกัน ภาพรวมของการโฆษณาหาเสียงทางสื่ออาจสรุปให้เห็นดังในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 สรุปพัฒนาการการโฆษณาหาเสียงของพรรคการเมืองทางสื่อโทรทัศน์และวิทยุ พ.ศ.2476-2539

การเลือกตั้ง	วิทยุ	โทรทัศน์	หมายเหตุ
ตั้งแต่การเลือกตั้งครั้งแรก (15 พ.ย.2476) ถึงการเลือกตั้งครั้งที่ 11(10 ก.พ. 2512)	-	-	รัฐยังไม่อนุญาตให้พรรคการเมืองใช้สื่อวิทยุ(สื่อของรัฐ) ในการหาเสียง ดังนั้นรูปแบบของการหาเสียงที่ปรากฏจึงเป็นการปราศรัย การใช้ป้ายประกาศ แผ่นปลิว การลงโฆษณาในหนังสือพิมพ์และการหาเสียงด้วยการใช้สื่อบุคคลคือใช้ห้วคะแนน
26 มกราคม 2518	อนุญาตให้พรรคการเมืองโฆษณาหาเสียงในช่วงท้ายของรายการข่าว พรรคละหนึ่งครั้งเป็นข้อความที่ไม่เกิน 1 นาที	ยังไม่อนุญาต	-
4 เมษายน 2519	นอกจากอนุญาตให้พรรคโฆษณาหาเสียง ช่วงท้ายของรายการข่าวแล้ว ยังสามารถโฆษณาเสียงทางสถานีวิทยุอื่น โดยการให้ผู้จัดรายการโฆษณานามพรรคไม่เกิน 25 นาที	ยังไม่อนุญาต	-

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

การเลือกตั้ง	วิทย์	โทรทัศน์	หมายเหตุ
22 เมษายน 2522	อนุญาตให้พรรคการเมืองโฆษณาเป็นข้อความความยาวไม่เกิน 1 นาทีและแถลงนโยบายพรรคความยาวไม่เกิน 10 นาทีได้พรรคละ 1 ครั้งต่อวันต่อสถานี	รัฐอนุญาตให้พรรคการเมืองทำโฆษณาได้ในลักษณะแผ่นภาพหรือสไลด์มีคำพูดหรืออาจมีข้อความประกอบไม่เกิน 30 วินาทีหรือจัดทำเป็นภาพยนตร์บริการข่าวธุรกิจ ที่มี ความยาวไม่เกิน 2 นาทีโฆษณาได้พรรคละหนึ่งครั้งต่อวัน	พรรคการเมืองสามารถเข้าเวลาในการโฆษณาทางสถานีวิทยุและสถานีโทรทัศน์อื่นนอกเหนือจากในส่วนของรัฐได้แต่ต้องเสียค่าเช่าเวลาและค่าใช้จ่ายตามที่สถานีวิทยุและสถานีโทรทัศน์นั้น ๆ กำหนด
18 เมษายน 2526	เหมือนการเลือกตั้งทั่วไป 22 เมษายน 2522	เหมือนการเลือกตั้งทั่วไป 22 เมษายน 2522	-
27 กรกฎาคม 2529	เหมือนการเลือกตั้งทั่วไป 22 เมษายน 2522	เหมือนการเลือกตั้งทั่วไป 22 เมษายน 2522	เกิดเหตุการณ์ที่พรรคการเมืองเรียกร้องกับทางกรมประชาสัมพันธ์ขอให้เพิ่มเวลาในการแถลงนโยบายจาก 10 นาทีต่อวัน เป็น 20, 30 นาที หรือไม่เกิน 3 ชั่วโมงต่อพรรคต่อวันซึ่งทางกบว. พิจารณาอนุญาตให้เป็นราย ๆ ไป
24 กรกฎาคม 2531	ยังคงลักษณะเช่นเดิมแต่ได้ อนุญาตเพิ่มเติมโดยที่ให้พรรคการเมืองสามารถแถลงนโยบายทางสถานีวิทยุของรัฐ 30 นาทีโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย	ยังคงลักษณะเช่นเดิมแต่อนุญาตเพิ่มเติมให้พรรคการเมืองสามารถแถลงนโยบายทางสถานีโทรทัศน์ของรัฐได้ 30 นาที โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย	การแถลงนโยบายทำได้เพียงพรรคละหนึ่งครั้งต่อสถานีแต่พรรคสามารถเข้าเวลาสถานีวิทยุและสถานีโทรทัศน์ของตนเองชนในการแถลงนโยบายได้โดยเสียค่าใช้จ่ายตามที่สถานีนั้นกำหนด
22 มีนาคม 2535	เหมือนการเลือกตั้งทั่วไป 24 กรกฎาคม 2531	เหมือนการเลือกตั้งทั่วไป 24 กรกฎาคม 2531	การเลือกตั้งไม่เสรี เนื่องจากการสืบทอดอำนาจของคณะรัฐ.
13 กันยายน 2535	เหมือนการเลือกตั้งทั่วไป 24 กรกฎาคม 2531	เหมือนการเลือกตั้งทั่วไป 24 กรกฎาคม 2531	เนื่องจากการเลือกตั้งหลังเหตุการณ์ในเดือนพฤษภาคม 2535 พรรคการเมืองทุกพรรคต่างแข่งขันกันหาเสียงเต็มที่แต่ใน ด้านระเบียบนั้นยังใช้ระเบียบเดิมไม่ได้มีการแก้ไข
2 กรกฎาคม 2538	อนุญาตให้พรรคการเมืองแถลงนโยบายความยาวไม่เกิน 9 นาทีหรือโฆษณาในรูปสปอตเกี่ยวกับคุณสมบัติและแนวนโยบายของพรรคความยาวไม่เกิน 1 นาทีได้พรรคการเมืองละ 3 ครั้งต่อวันต่อสถานี	พรรคการเมืองสามารถแถลงนโยบายความยาว 55 นาทีโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายทางสถานีโทรทัศน์ของรัฐ โฆษณาในรูปสปอตเกี่ยวกับคุณสมบัติและนโยบายพรรคความยาวไม่เกินหนึ่งนาที พรรคสามารถซื้อเวลาออกอากาศสปอตทางสถานีโทรทัศน์อื่นได้เช่นเดิม	ยกเลิกระเบียบฯ พ.ศ.2531 ให้ใช้ระเบียบฯ พ.ศ.2538 แทน โดยเพิ่มเวลาออกอากาศสปอตโฆษณาได้มากขึ้นกว่าเดิม

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

การเลือกตั้ง	วิทย์	โทรทัศน์	หมายเหตุ
17 พฤศจิกายน 2539	เหมือนการเลือกตั้งทั่วไป 2 กรกฎาคม 2538	เหมือนการเลือกตั้งทั่วไป 2 กรกฎาคม 2538	-

จากการศึกษาพบว่ากรมประชาสัมพันธ์ได้ผ่อนคลายระเบียบในการหาเสียงโดยให้พรรคการเมืองใช้สื่อวิทยุและโทรทัศน์มาเป็นลำดับ อาจกล่าวได้ว่ามีความสัมพันธ์โดยตรงต่อรูปแบบของสปอตโฆษณาพรรคการเมืองที่ใช้สร้างภาพลักษณ์ให้แก่พรรคในช่วงการหาเสียงเลือกตั้ง อย่างไรก็ตามมีข้อสังเกตว่าในการใช้สื่อโฆษณาของพรรคการเมืองมีหลักประกันในด้านกฎหมายรองรับอย่างชัดเจน แต่ในขณะที่รายการสนทนาทางการเมืองนั้นมีความไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับนโยบายของรัฐบาลที่มาบริหารประเทศ จากการศึกษาความเป็นมาของการหาเสียงในรูปแบบสปอตโฆษณาทางโทรทัศน์และวิทยุของพรรคการเมืองจะช่วยให้เห็นการใช้พื้นที่สาธารณะในสื่อเพื่อสื่อสารกับประชาชนของพรรคการเมืองได้ชัดเจนขึ้น

ประวัติพรรคการเมือง

การใช้พื้นที่ในสื่อของพรรคการเมืองในรูปแบบสปอตโฆษณาศึกษาจากโฆษณาของพรรคการเมือง 8 พรรคโดยมีเกณฑ์คือ ประการแรกเป็นพรรคการเมืองขนาดใหญ่ใช้งบประมาณสูงในการโฆษณาทางสื่อในกลุ่มนี้มีพรรคการเมือง 5 พรรคได้แก่ พรรคประชาธิปัตย์ พรรคความหวังใหม่ พรรคชาติไทย พรรคพลังธรรมและพรรคชาติพัฒนา ประการที่สองเป็นพรรคการเมืองขนาดเล็กใช้งบประมาณน้อยในการโฆษณาทางสื่อ กลุ่มนี้มีพรรคการเมือง 3 พรรคได้แก่ พรรคมวลชน พรรคประชากรไทยและพรรคกิจสังคม เพื่อให้เห็นมิติทางการเมืองของพรรคที่ศึกษาจึงได้เสนอประวัติของพรรคการเมืองทั้ง 8 พรรคดังกล่าว โดยเรียงลำดับตามงบประมาณที่ใช้ในการโฆษณาและขนาดของพรรคดังนี้

1. พรรคประชาธิปัตย์

พรรคประชาธิปัตย์เป็นพรรคการเมืองที่เก่าแก่ที่สุด ก่อตั้งเมื่อ 6 เมษายน พ.ศ.2489 เป็นพรรคที่สร้างขึ้นโดยกลุ่มบุคคลที่มีแนวความคิดทางการเมืองที่ต่างจากคณะราษฎร ตั้งขึ้นมาเพื่อต่อสู้ทางการเมืองในระบบประชาธิปไตย มีบทบาทเป็นฝ่ายค้านรัฐบาลในขณะนั้น คณะผู้ก่อตั้ง

พรรคที่สำคัญคือนายควง อภัยวงศ์ เป็นหัวหน้าพรรค, ม.ร.ว.เสนีย์ ปราโมช เป็นรองหัวหน้าพรรคและม.ร.ว.คึกฤทธิ์ ปราโมช เป็นเลขาธิการพรรค พรรคประชาธิปไตยจัดเป็นพรรคการเมืองขนาดใหญ่ที่เกิดในกรุงเทพฯ และขยายฐานเสียงออกไปทั่วประเทศโดยในยุคหลังส.ส.ส่วนใหญ่ของพรรคมาจากภาคใต้ พรรคประชาธิปไตยในปัจจุบันมีนายชวน หลีกภัย เป็นหัวหน้าพรรคและมีพล.ต.สนั่น ขจรประศาสน์เป็นเลขาธิการพรรค โดยนายชวน หลีกภัย เป็นนักการเมืองที่ประชาชนยอมรับว่าเป็นผู้ที่ซื่อสัตย์ซื่อมั่นในหลักการ การเลือกตั้งทั่วไปปี 2539 พรรคหาเสียงโดยการชวนนายชวน หลีกภัย เป็นนายกรัฐมนตรีโดยมีคู่แข่งสำคัญคือพรรคความหวังใหม่

2. พรรคความหวังใหม่

พรรคความหวังใหม่ก่อตั้งขึ้นโดยพล.อ.ชวลิต ยงใจยุทธ เมื่อ 11 ตุลาคม พ.ศ.2533 โดยร่วมกับบุคคลที่ใกล้ชิดกลุ่มหนึ่งทั้งตำรวจ ทหาร ข้าราชการฝ่ายปกครองที่เกษียณอายุราชการ และนักวิชาการโดยพล.อ.ชวลิต ยงใจยุทธ เป็นหัวหน้าพรรค พล.อ.ชวลิต ยงใจยุทธ เป็นนายทหารชั้นผู้ใหญ่เคยดำรงตำแหน่งผู้บัญชาการทหารบกและผู้บัญชาการทหารสูงสุดและเป็นผู้ที่ใกล้ชิดมีบทบาทในการดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรีของพล.อ.เปรม ติณสูลานนท์ พรรคความหวังใหม่ส่งผู้สมัครรับเลือกตั้งครั้งแรกในการเลือกตั้งทั่วไป 22 มีนาคม พ.ศ. 2535 ได้รับเลือกตั้ง 72 ที่นั่ง ในการเลือกตั้งทั่วไป 13 กันยายน พ.ศ.2535 ได้รับเลือกตั้ง 53 ที่นั่ง และการเลือกตั้งทั่วไป 2 กรกฎาคม พ.ศ.2538 ได้รับเลือกตั้ง 57 ที่นั่ง ในการเลือกตั้งครั้งนี้ พรรคความหวังใหม่ กลายเป็นพรรคการเมืองขนาดใหญ่จากการที่อดีตส.ส.จากพรรคอื่นโดยเฉพาะพรรคชาติไทย เข้าร่วมพรรค เปลี่ยนเลขาธิการพรรคจากนายสุขวิช รังสิตพล มาเป็นนายเสนาะ เทียนทอง อดีตเลขาธิการพรรคชาติไทย ในการเลือกตั้งครั้งนี้พรรคความหวังใหม่ถูกจับตามองว่าเป็นพรรคที่รวมของส.ส.ที่มีพฤติกรรมทุจริต อย่างไรก็ตาม ผลการเลือกตั้งพรรคความหวังใหม่ได้เสียงมากที่สุดถึง 125 เสียงและเป็นแกนนำจัดตั้งรัฐบาลโดยพล.อ.ชวลิต ยงใจยุทธ เป็นนายกรัฐมนตรี

3. พรรคชาติไทย

พรรคชาติไทยเกิดขึ้นจากการก่อตั้งของกลุ่มชอยราชครู เมื่อเดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2490 ผู้นำในยุคแรกคือจอมพลผิน ชุณหะวัณและพล.ต.อ.เผ่า ศรียานนท์ กลุ่มราชครูเสียดำเนินทางการเมืองในปี 2500 เมื่อจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ทำรัฐประหาร กลุ่มราชครูได้ตั้งพรรคชาติไทยขึ้นมาใหม่อีกครั้งเมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน พ.ศ.2517 นำโดยพล.ต.ประมาณ อธิเรกสารและพล.ต.ชาติชาย ชุณหะวัณ ด้านโครงสร้างของพรรคชาติไทยกล่าวได้ว่ามีลักษณะของครอบครัว

เครือญาติและคนใกล้ชิด อาชีพของส.ส. ส่วนใหญ่ในพรรคเป็นนักธุรกิจจนได้รับการขนานนามว่าเป็นพรรคของนักธุรกิจและเป็นที่ยอมรับของผู้ที่มีอำนาจในท้องถิ่น ในปี 2531 พรรคชาติไทยมีโอกาสดำรงตำแหน่งรัฐบาลโดยพล.อ.ชาติชาย ชุณหะวัณ หัวหน้าพรรคดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรี รัฐบาลขณะนั้นถูกคณะรสช.ยึดอำนาจในปี 2534 เนื่องจากพฤติกรรมกาตอรัปชั่นในคณะรัฐมนตรี หลังเหตุการณ์พฤษภาทมิฬ 2535 อำนาจในพรรคเปลี่ยนมาอยู่ที่นายบรรหาร ศิลปอาชา ทำให้พล.อ.ชาติชาย ชุณหะวัณ นำส.ส.ของพรรคส่วนหนึ่งไปตั้งพรรคใหม่ ในปี 2538 พรรคชาติไทยได้เป็นแกนนำจัดตั้งรัฐบาลนายบรรหาร ศิลปอาชา หัวหน้าพรรคได้ดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรี แต่จากปัญหาด้านโครงสร้างในพรรคที่มีกลุ่มอำนาจต่าง ๆ ทำให้ต่อมาเกิดปัญหาในการบริหารรวมทั้งไม่ได้รับความเชื่อถือจากประชาชนจนต้องยุบสภา การเลือกตั้งครั้งนี้พรรคชาติไทยเน้นนโยบายที่สำคัญในด้านปฏิรูป มีการตั้งกลุ่มยังบังคับเพื่อสร้างภาพลักษณ์ใหม่กอบกู้ความศรัทธาของพรรค

4. พรรคพลังธรรม

พรรคพลังธรรมก่อตั้งขึ้นโดยพล.ต.จำลอง ศรีเมือง เมื่อ 9 มิถุนายน พ.ศ.2531 โดยได้รับการสนับสนุนจากกลุ่มสันติอโศก พรรคพลังธรรมอาจกล่าวได้ว่าเติบโตมาจากการเมืองท้องถิ่นในกรุงเทพฯ ลักษณะที่โดดเด่นของหัวหน้าพรรคที่ชื่อสัตย์สุจริตทำให้เป็นภาพลักษณ์ของพรรคการเมืองที่มีคุณธรรม จากลักษณะดังกล่าวทำให้พรรคพลังธรรมได้รับการสนับสนุนจากประชาชนในกรุงเทพฯ แต่การที่พล.ต.จำลอง ศรีเมืองได้เข้าไปร่วมเป็นผู้นำในการเคลื่อนไหวในเหตุการณ์พฤษภาทมิฬ 2535 ซึ่งบทบาทที่มีความขัดแย้งกับขบวนการประชาธิปไตยทำให้ความนิยมของประชาชนที่มีต่อ พล.ต.จำลอง ศรีเมือง ลดลงไปเรื่อย ๆ ส่งผลให้มีการเปลี่ยนหัวหน้าพรรคมาเป็นนายบุญชู โรจนเสถียร ในปี 2535 จุดเปลี่ยนครั้งสำคัญในระยะต่อมาคือการให้ ดร.ทักษิณ ชินวัตร นักธุรกิจใหญ่เข้ามาดำรงตำแหน่งหัวหน้าพรรค ในปี 2538 พรรคพลังธรรมได้เข้าร่วมรัฐบาลของนายบรรหาร ศิลปอาชา จากปัญหาในการทำงานทำให้ภายหลังได้ถอนตัวจากการร่วมรัฐบาล การเลือกตั้งทั่วไปปี 2539 พรรคพลังธรรมต้องสู้กับกระแสความนิยมพรรคประชาธิปัตย์ในสนามเลือกตั้งกรุงเทพฯ ประกอบกับการที่หัวหน้าพรรคไม่ลงเลือกตั้งทำให้ผลการเลือกตั้งพรรคได้รับเลือกเพียงหนึ่งที่นั่งเท่านั้นซึ่งถือเป็นความศรัทธาที่สุดของพรรค

5. พรรคชาติพัฒนา

พรรคชาติพัฒนาก่อตั้งขึ้นเมื่อเดือนกรกฎาคม พ.ศ.2535 โดยพล.อ.ชาติชาย ชุณหะวัณ และส.ส.กลุ่มหนึ่งที่แยกมาจากพรรคชาติไทย พรรคชาติพัฒนาลงเลือกตั้งครั้งแรกในการเลือกตั้ง

ทั่วไป 13 กันยายน 2535 ได้รับส.ส.จำนวน 60 ที่นั่ง พรรคชาติพัฒนา มีบทบาททางการเมืองเนื่องจากความโดดเด่นในตัวหัวหน้าพรรคคือ พล.อ.ชาติชาย ชุณหะวัณ อดีตนายกรัฐมนตรีนโยบายการค้าเสรีเรื่องเปลี่ยนสนามรบให้เป็นตลาดการค้า การเลือกตั้งทั่วไป ปี 2538 พรรคชาติพัฒนามี ส.ส. 53 คน โดยส่วนหนึ่งย้ายไปร่วมพรรคชาติไทย พรรคประชาธิปัตย์และพรรคความหวังใหม่ ในการเลือกตั้งทั่วไปปี 2539 หัวหน้าพรรคชาติพัฒนาได้รับการจัดอันดับอยู่ในระดับเดียวกับพรรคการเมืองใหญ่คือพรรคประชาธิปัตย์และพรรคความหวังใหม่ ในการเลือกตั้งครั้งนี้พรรคได้เน้นการแก้ปัญหาเศรษฐกิจเป็นหลักโดยการชูหัวหน้าพรรคจากสโลแกนของพรรคที่ว่า “เศรษฐกิจแย่คนแก่ต้องนำชาติ”

6. พรรคมวลชน

พรรคมวลชนได้ก่อตั้งขึ้นเมื่อ 13 มิถุนายน พ.ศ.2528 เป็นพรรคการเมืองขนาดเล็กเติบโตอยู่ในเขตกรุงเทพฯ โดยหัวหน้าพรรคคือ ร.ต.อ.เฉลิม อยู่บำรุง ในอดีตเคยเป็นส.ส.พรรคประชาธิปัตย์มาก่อน พรรคมวลชนแม้จะส่งผู้สมัครลงเลือกตั้งทุกสมัยแต่ผลการเลือกตั้งแต่ละครั้งได้ที่นั่งไม่เกิน 10 ที่นั่งนับตั้งแต่การเลือกตั้งครั้งแรกของพรรคในปี 2529 แต่ด้วยความโดดเด่นในตัวหัวหน้าพรรคที่มีลีลาในการพูดสี ปากคมส่งผลให้พรรคมวลชนมีอำนาจในการต่อรองและได้ร่วมรัฐบาลหลายครั้ง ในการเลือกตั้งปี 2538 พรรคมวลชนมีส.ส.เพียง 3 คน แต่ก็ได้ร่วมรัฐบาล นายบรรหาร ศิลปอาชา และ ร.ต.อ.เฉลิม อยู่บำรุง ได้ดำรงตำแหน่งรัฐมนตรีว่าการกระทรวงยุติธรรม ในการเลือกตั้งทั่วไป 17 พฤศจิกายน 2539 พรรคมวลชนชูสโลแกนที่ว่า “สังคมไทยยังมีความหวังถ้าได้คนจริงจั่งอย่างพวกเรา กล้าอย่างมีหลักการ” เสนอนโยบายในการแก้ปัญหาอาชญากรรมและปัญหายาเสพติด

7. พรรคประชากรไทย

พรรคประชากรไทยได้ก่อตั้งขึ้นในปี 2522 มีนายสมัคร สุนทรเวช เป็นหัวหน้าพรรคตั้งแต่ตั้งพรรคจนถึงปัจจุบัน อาจกล่าวได้ว่านายสมัคร สุนทรเวชเติบโตทางการเมืองมากับพรรคประชาธิปัตย์แต่เนื่องจากอุดมการณ์ทางการเมืองที่ไม่ตรงกันจึงแยกออกมาตั้งพรรคประชากรไทย ในปี 2522 การเลือกตั้งปี 2522 พรรคประชากรไทยได้รับชัยชนะอย่างท่วมท้นในเขตกรุงเทพฯ มีผู้สมัครของพรรคได้รับเลือกตั้ง 29 ที่นั่งจาก 32 ที่นั่ง และฐานเสียงในกรุงเทพฯ เป็นฐานเสียงหลักของพรรค กล่าวได้ว่าเอกลักษณ์และความสำคัญของพรรคอยู่ที่นายสมัคร สุนทรเวช จาก

ลีลาในการพูดที่ดึงดูดใจประชาชน ในการเลือกตั้งปี 2539 อดีตส.ส.ของพรรคชาติไทยกลุ่ม ปากน้ำได้เข้าร่วมพรรคประชากรไทย ในการเลือกตั้งได้เน้นนโยบายต่อประชาชนชั้นล่างใน สังคม

8. พรรคกิจสังคม

พรรคกิจสังคมเป็นพรรคการเมืองเก่าแก่อีกพรรคหนึ่งก่อตั้งขึ้นเมื่อพ.ศ.2517 หัวหน้า พรรคคนสำคัญคือ ม.ร.ว.คึกฤทธิ์ ปราโมช หลังจากที่แยกออกมาจากพรรคประชาธิปัตย์ ในอดีต พรรคกิจสังคมเคยมีบทบาททางการเมืองจากการที่ม.ร.ว.คึกฤทธิ์ ปราโมช หัวหน้าพรรคได้ดำรง ตำแหน่งนายกรัฐมนตรีในการเลือกตั้งทั่วไปปี 2518 และในการเลือกตั้งทั่วไปในปี 2522 พรรค กิจสังคมได้ที่นั่งถึง 81 ที่นั่ง หัวหน้าพรรคคนที่สองของพรรคคือพล.อ.อ.สิทธิ เสวตศิลาที่มี บทบาทด้านการต่างประเทศ หัวหน้าพรรคคนปัจจุบันของพรรคคือนายมนตรี พงษ์พานิช พรรค กิจสังคมเป็นพรรคการเมืองขนาดกลางซึ่งเคยมีฐานเสียงในกรุงเทพฯ ปัจจุบันฐานเสียงของพรรค อยู่ในภาคกลางและอีสาน ในการเลือกตั้งทั่วไปปี 2539 พรรคกิจสังคมได้เน้นนโยบายในการ พัฒนาเศรษฐกิจระดับชนบท