

บทที่ 2

ปริทัศน์วรรณกรรม

การศึกษาวิจัยเรื่อง "อินเทอร์เน็ตกับการเมืองไทย" เป็นการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการนำอินเทอร์เน็ตมาใช้ในทางการเมือง เช่น ใช้ในการรณรงค์หาเสียง ใช้เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมทางการเมือง ใช้เพื่อสร้างภาพลักษณ์ ตลอดจนศึกษาวิจัยถึงอิทธิพลของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อการเมืองไทย จากการศึกษางานวิจัย และเอกสารทางวิชาการต่างๆ จึงได้นำเอาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบความคิดในการศึกษาวิจัย อันประกอบด้วยเรื่องต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. การสื่อสารทางการเมือง
2. การเลือกตั้ง
3. การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง
4. พฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง
5. การมีส่วนร่วมทางการเมือง
6. ภาพลักษณ์ทางการเมือง
7. ทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง

การสื่อสารเป็นพฤติกรรมขั้นพื้นฐานซึ่งเป็นการจำเป็นที่จะขาดเสียมิได้ในการดำรงชีวิตของมนุษย์ การสื่อสารนั้นเป็นรากฐานของกิจกรรมทางสังคมและการเมือง มนุษย์ต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการดำเนินกิจกรรมใดๆ ให้บรรลุวัตถุประสงค์ของตนและอาศัยการสื่อสารเพื่อให้การอยู่ร่วมกับคนในสังคมเป็นไปโดยปกติสุข จากสังคมตั้งแต่ยุคดึกดำบรรพ์ มาสู่สังคมที่ทันสมัยและสลับซับซ้อนเช่นในปัจจุบัน การสื่อสารยังคงมีความสำคัญอยู่อย่างไม่เปลี่ยนแปลง มีเพียงแต่เครื่องมือและโครงสร้างทางการสื่อสารเท่านั้นที่เปลี่ยนแปลงและพัฒนาไปเพื่อขยายบทบาทให้สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงของสังคมแต่ละสมัย

ความหมายของการสื่อสาร

ในด้านความหมายของการสื่อสารนั้นมีนักวิชาการกล่าวไว้ดังต่อไปนี้

Scharamm¹ กล่าวว่า การสื่อสาร (communication) มีรากศัพท์มาจากภาษาละตินว่า *communis* แปลว่า ความเหมือนกัน ความร่วมกัน ดังนั้นเมื่อแปลตามรากศัพท์เดิมหมายถึงว่า เมื่อใดที่มนุษย์สื่อสารกันนั้นเขากำลังทำกิจกรรมที่มุ่งสร้างความเหมือนกันหรือความคล้ายคลึงกันให้เกิดขึ้นกับบุคคลที่เขาเกี่ยวข้องด้วย หรืออาจกล่าวได้อีกนัยหนึ่งว่า การสื่อสารคือการที่มนุษย์พยายามที่จะแลกเปลี่ยน (share) ข้อมูลข่าวสาร (information) ความคิด (idea) และทัศนคติ (attitude) ซึ่งกันและกัน

เสถียร เขยประดับ² กล่าวว่า การสื่อสารคือกระบวนการของการถ่ายทอดข่าวสาร จากบุคคลฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้ส่งสาร ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้รับสาร โดยผ่านสื่อเพื่อก่อให้เกิดผลบางประการแก่ผู้รับสารตามและผู้ส่งสารปรารถนา

พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว³ กล่าวว่า การสื่อสารของบุคคลมีลักษณะเป็นกระบวนการที่ไม่หยุดนิ่ง มีความเปลี่ยนแปลง และมีความต่อเนื่องตลอดเวลา ซึ่งสามารถพิจารณาได้เหมือนระบบหนึ่งทีประกอบด้วยองค์ประกอบต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน มีหน้าที่และวัตถุประสงค์ที่ต้องกระทำร่วมกัน ซึ่งองค์ประกอบสำคัญของการสื่อสารมีดังนี้คือ

1. แหล่งสารหรือผู้ส่งสาร (source) เป็นจุดเริ่มต้นของการสื่อสาร หมายถึง แหล่งกำเนิดของสารหรือผู้ที่เลือกสรรข่าวสารเกี่ยวกับความคิดเห็นหรือเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น แล้วส่งต่อไปยังผู้รับสาร ผู้รับสารอาจเป็นบุคคลหนึ่ง หรือ มากกว่าหนึ่งคนก็ได้ บทบาทของผู้ส่งสารมีอยู่ 3 ประการ คือ เลือกสรรความหมายที่จะใช้สำหรับการสื่อสาร สร้างรหัสจากความหมายให้อยู่ในรูปของสาร และส่งรหัสของสารนั้นออกไป สำหรับในกระบวนการเลือกตั้งนั้น แหล่งสารหรือ ผู้ส่งสาร ได้แก่ พรรคการเมือง นักการเมือง ผู้นำชุมชน สื่อมวลชน เป็นต้น

¹Wibur Schramm, The Process and Effects of Mass Communication (Urbana: University of Illinois Press, 1974), p. 23.

²เสถียร เขยประดับ, การสื่อสารกับการเมือง : เน้นสังคมประชาธิปไตย (กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540), หน้า 20.

³พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว, ข่าวสารทางการเมืองของคนไทย (กรุงเทพฯ: เจ้าพระยาการพิมพ์, 2526), หน้า 13-14.

2. สาร (message) หมายถึง สิ่งที่ทำหน้าที่กระตุ้นความหมายให้กับผู้รับเป็นสาระเรื่องราวที่ส่งออกไปจากผู้สื่อสารกับผู้รับสาร อาจเป็นความคิด (idea) หรือเรื่องราวใดๆ ที่ส่งผ่านไปตามสื่อได้ สารอาจเป็นข้อความ คำพูด รูปภาพ หรือกิริยาท่าทางก็ได้ สารที่ใช้ในการเลือกตั้ง ได้แก่ เว็บไซต์ (website) โปสเตอร์หาเสียง การปราศรัย การโฆษณาหาเสียง และข่าวสารการเมือง เป็นต้น

3. ช่องทางสำหรับส่งสารหรือสื่อ (channel or media) เป็นสิ่งที่นำสารจากผู้ส่งไปยังผู้รับ ในการศึกษาเกี่ยวกับ “สื่อ” โดยทั่วไปมักแบ่งสื่อออกเป็น 2 ประเภท คือ สื่อมวลชนและสื่อบุคคล อันทำให้เกิดลักษณะของการสื่อสารสองแบบ คือ การสื่อสารมวลชนและการสื่อสารระหว่างบุคคล เช่น บุคคลที่ทำหน้าที่เป็นหัวคะแนนในการหาเสียง โฆษกรัฐบาลหรือโฆษกพรรคการเมืองที่ทำหน้าที่แถลงข่าวจากรัฐบาลหรือจากพรรคการเมืองไปยังประชาชน ไปจนถึงสื่อมวลชนประเภทต่างๆ ทั้งหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ที่จะไปถึงประชาชนซึ่งเป็นผู้รับสาร

4. ผู้รับ (receiver) หมายถึง ผู้ที่รับข่าวสารจากแหล่งสาร เป็นจุดหมายปลายทางที่ส่งสารไปถึงผู้รับ อาจเป็นบุคคลคนเดียวหรือหลายคน หรือกลุ่มคนก็ได้ บทบาทของผู้รับสารมีอยู่ด้วยกัน 3 ประการ คือ รับสารถอดรหัสจากสารเพื่อให้ได้ความหมาย และได้ตอบสนองความหมาย บทบาททั้งสามนี้อาจทำโดยบุคคลเพียงคนเดียวหรือหลายคนก็ได้ ผู้รับสารในงานวิจัยนี้ก็คือผู้มีสิทธิลงคะแนนเสียงเลือกตั้งในการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรวันที่ 6 มกราคม 2544

องค์ประกอบอีกประการหนึ่งที่สมควรจะกล่าวถึงในที่นี้ คือ ปฏิกริยาย้อนกลับ (feedback) องค์ประกอบนี้บางครั้งอาจมีก็ได้ หรือไม่มีก็ได้ ขึ้นอยู่กับระบบของการสื่อสารแต่ละประเภท ปฏิกริยาย้อนกลับประกอบด้วย สารที่ผู้รับแสดงออกเพื่อให้ผู้ส่งได้ทราบถึงผลของสารที่ผู้ส่งได้ส่งไปให้ผู้รับ สำหรับการสื่อสารระหว่างบุคคลปฏิกริยาย้อนกลับจะมีได้ทันที แต่ถ้าเป็นการสื่อสารโดยผ่านสื่อมวลชนปฏิกริยาย้อนกลับจะมีได้ช้ากว่าปฏิกริยาย้อนกลับอันเป็นผลที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงในตัวของผู้รับสาร นอกจากนั้นยังเป็นสิ่งที่แสดงว่า การสื่อสารนั้นเกิดผลหรือไม่ และประสบผลสำเร็จมากน้อยเพียงใด

จากองค์ประกอบของการสื่อสารข้างต้น ย่อมเห็นได้ชัดเจนว่า การสื่อสารมีลักษณะที่เป็นกระบวนการอย่างหนึ่ง เช่นเดียวกับการพัฒนาหรือการเปลี่ยนแปลงทางสังคม และยังมีบทบาทสำคัญยิ่งในกระบวนการเปลี่ยนแปลงทางสังคมด้วยเช่นกัน และเริ่มเป็นที่ยอมรับกัน

โดยทั่วไปว่า การสื่อสารมีบทบาทหน้าที่สำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์มาก ถ้าสังคมไม่ได้รับรู้เรื่องราวข่าวสารเกี่ยวกับการเมือง เศรษฐกิจ หรือแม้แต่เรื่องดินฟ้าอากาศ สังคมจะดำรงอยู่ไม่ได้แน่นอน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อโลกก้าวเข้าสู่ยุคการแพร่กระจายของข่าวสารก็ยิ่งเกิดขึ้นในวงกว้างและส่งผลกระทบต่อถึงตั้งแต่ระดับบุคคล ซึ่งเป็นหน่วยที่เล็กที่สุดในสังคมไปจนถึงระดับโลก

การรับรู้ข่าวสารกับการพัฒนาทางด้านการเมืองนั้นเป็นสิ่งที่จะต้องให้ความสำคัญควบคู่กันไป เนื่องจากมีความเชื่อมั่นกันอยู่ว่า การดำเนินงานทางการเมืองสมัยใหม่จะประสบความสำเร็จได้ต้องขึ้นอยู่กับหลักการประชาธิปไตย และได้รับการสนับสนุนจากสาธารณมติและจำเป็นต้องใช้การสื่อสารในการสร้าง หล่อหลอม หรือปลุกสาธารณมติให้โน้มเอียงไปในทิศทางของอุดมการณ์ทางการเมืองที่พึงประสงค์⁴

ในการดำเนินการทางการเมืองการปกครองนั้น การสื่อสารถือได้ว่าเป็นเครื่องมือทางการเมือง (a political instrument) ชนิดหนึ่ง⁵ นั้นหมายความว่า การสื่อสารสามารถทำหน้าที่เสริมสร้างระบบสังคมการเมือง (socio-political system) ให้มีความเข้มแข็งและมั่นคงได้ โดยป้อนข่าวสารและความรู้ให้แก่ประชาชนได้เข้าใจโครงสร้างและบทบาททางการเมืองของรัฐบาลและประชาชน ในขณะเดียวกันก็เก็บข้อมูลและข้อคิดเห็นจากสื่อมวลชนและประชาชนเพื่อนำมาพัฒนาภารกิจของรัฐและแสวงหาหนทางแก้ไขปัญหาของประเทศร่วมกัน

บทบาท หน้าที่ของการสื่อสารในฐานะเครื่องมือทางการเมือง

บทบาทหน้าที่ของการสื่อสารในฐานะเครื่องมือทางการเมืองนั้นจะสรุปได้ว่า

1. ถ่ายทอดข่าวสารและความรู้ทางการเมืองโดยผ่านสื่อต่างๆ อาทิ สื่อบุคคล สื่อมวลชนและสื่อใหม่ (new media)

⁴ จูติกานต์ ธนาโอฬาร, "การสื่อสารกับการมีส่วนร่วมของนิสิตศึกษามหาวิทยาลัย : ศึกษาเฉพาะกรณี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กับ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์," (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2524), หน้า 46.

⁵ สมควร กวียะ, การสื่อสารมวลชน บทบาท หน้าที่และความรับผิดชอบ (กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ดอกหญ้า, 2539), หน้า 25.

2. จัดระเบียบวาระ (agenda setting) เกี่ยวกับประเด็นปัญหาทางการเมืองที่ควรนำมาอภิปราย ซึ่งหน้าที่ในขั้นนี้ส่วนใหญ่แล้วเป็นหน้าที่ของสื่อมวลชน โดยสื่อมวลชนอาจเสนอแนะประเด็นปัญหาใหม่ๆ เพื่อดึงดูดให้ประชาชนหันมาสนใจ ยิ่งสื่อมวลชนให้น้ำหนักความสำคัญแก่เรื่องใดมากเท่าใด ประชาชนก็มักจะให้ความสำคัญแก่เรื่องนั้นมากขึ้นด้วย

3. การเผยแพร่ปลูกฝังความเชื่อทางการเมือง (propagation and cultivation of political beliefs) รวมทั้งการปลูกฝังอุดมการณ์และทัศนคติทางการเมืองด้วย ทั้งนี้อาจทำได้โดยใช้การสื่อสารประเภทชักจูงใจและการสื่อสารแบบรณรงค์ (campaign) เป็นต้น หรืออาจทำได้โดยการสื่อสารประเภทห้ามปรามหรือทำให้เกรงกลัว เช่น ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งก็มักจะมีการพูดให้เกรงกลัวไม่กล้าไปลงคะแนนเสียงให้พรรคอื่น อันเป็นวิธหาเสียงวิธีหนึ่งที่นิยมใช้กันมากในชนบทของประเทศไทย⁶

4. การพัฒนาทางการเมือง (political development) ในการพัฒนาทางการเมืองเพื่อไปสู่ทิศทางที่ประเทศชาติได้ตั้งเป้าหมายและอุดมการณ์ไว้ นั่น การสื่อสารจะเข้ามามีส่วนร่วมในการให้ความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชนรวมทั้งชักชวนโน้มน้าวประชาชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการทางการเมืองต่างๆ ได้ เช่น การใช้การสื่อสารให้ความรู้ความเข้าใจและโน้มน้าวให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองในการเลือกตั้งระบบใหม่ ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2540 ถือเป็นการใช้การสื่อสารเพื่อพัฒนาทางการเมืองอีกรูปแบบหนึ่ง

นอกจากนี้ในทางการเมืองนั้น ระบบการเมือง (political system) จะต้องมีระบบการสื่อสารและการเชื่อมโยงเพื่อเชื่อมสังคมกับรัฐบาลให้เข้ากัน และเพื่อให้ช่องทางของการสื่อสาร (communication channels) ภายในสังคม ภายในรัฐบาลและระหว่างรัฐบาลกับสังคมได้เกิดขึ้น

Kolb⁷ กล่าวว่า ระบบการสื่อสารและการเชื่อมโยงต่างๆ ในทางการเมืองควรจะทำหน้าที่สำคัญอย่างน้อย 6 ประการดังนี้คือ

⁶ สมบัติ จันทรวงศ์, เลือกตั้งวิกฤต ปัญหาและทางออก (กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์คบไฟ, 2536), หน้า 125.

⁷ Eugene J. Kolb, A Framework for Political Analysis (Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1978), p.154.

- 1.ทำหน้าที่ในการสื่อสารให้ความเห็นและผลประโยชน์ของประชาชน
- 2.ทำหน้าที่ในการรวบรวมกลั่นกรองข้อเรียกร้องต้องการ ตลอดจนช่วยแก้ปัญหาข้อขัดแย้งต่างๆ ระหว่างกลุ่มในสังคม
- 3.ทำหน้าที่ในการเลือกสรรทางการเมือง
- 4.ทำหน้าที่ในเรื่องกล่อมเกลาริษฎนรู้ทางการเมือง
- 5.ทำหน้าที่ช่วยให้ประชาชนสามารถมีอำนาจหรืออิทธิพลต่อรัฐบาล
- 6.ทำหน้าที่ในการประสานโครงสร้างและกระบวนการต่างๆ ของรัฐบาล

ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่ากระบวนการต่างๆ ทางการเมืองที่สำคัญ เช่น การกล่อมเกลาริษฎนการเมือง (political socialization) การมีส่วนร่วมทางการเมือง (political participation) ตลอดจนการเลือกสรรทางการเมืองก็ดี ก็ต้องพึ่งพาอาศัยการสื่อสารทั้งสิ้น

ความหมายของการสื่อสารทางการเมือง

คำว่า การสื่อสารทางการเมือง (political communication) นั้น มีนักวิชาการหลายท่านให้ความหมายไว้ดังนี้

Agree, Althoff และ Emery⁸ กล่าวว่า การสื่อสารทางการเมืองเป็นกระบวนการทางการเมืองที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนข้อเท็จจริง ทศนะและความเห็น ตลอดจนประสพการณ์ทางการเมืองระหว่างบุคคล การสื่อสารทางการเมืองนับเป็นกระบวนการพิเศษ ที่ก่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกของสังคมการเมือง และทำให้บุคคลสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ในสังคมการเมือง

Rush และ Althoff⁹ กล่าวว่า การสื่อสารทางการเมือง คือ การถ่ายทอดข่าวสารที่เกี่ยวกับการเมืองจากส่วนหนึ่งของระบบการเมืองไปยังอีกส่วนหนึ่งของระบบการเมือง และเป็นการถ่ายทอดระหว่างระบบของสังคมกับระบบการเมือง

⁸ Warren K. Agree, Phillip H. Althoff and Edwin Emery, Introduction to Mass Communication (New York: Harper & Row, 1976), p. 4.

⁹ Michael Rush and Phillip Althoff, An Introduction to Political Sociology (London: Thomas Nelson and Son Limited, 1971), p. 160. อ้างใน สถิตย์ นิยมญาติ, สังคมวิทยาการเมือง (กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช, 2524), หน้า 12.

Scaff¹⁰ กล่าวว่า การสื่อสารทางการเมืองมีลักษณะเป็นระบบของการแพร่ข่าวสารทางการเมืองไปยังสมาชิกของระบบการเมือง ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า การสื่อสารทางการเมืองเป็นแบบแผนหรือกระบวนการแพร่ข่าวสารระหว่างสมาชิกกับหน่วยต่างๆ ในระบบการเมือง หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า การสื่อสารทางการเมืองมีบทบาทเป็นตัวกลางระหว่างประชาชนกับรัฐบาล โดยเป็นช่องทางในการเสนอข้อมูลข่าวสารทางการเมืองต่างๆ ที่เกี่ยวกับการตัดสินใจและนโยบายของรัฐบาลให้ประชาชนได้รับรู้ และขณะเดียวกันก็เป็นกระบวนการในการนำเอาข้อเรียกร้องและความต้องการของประชาชนไปสู่รัฐบาลที่จะทำให้การกำหนดและตัดสินใจของรัฐบาลสอดคล้องและตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนได้ดียิ่งขึ้น

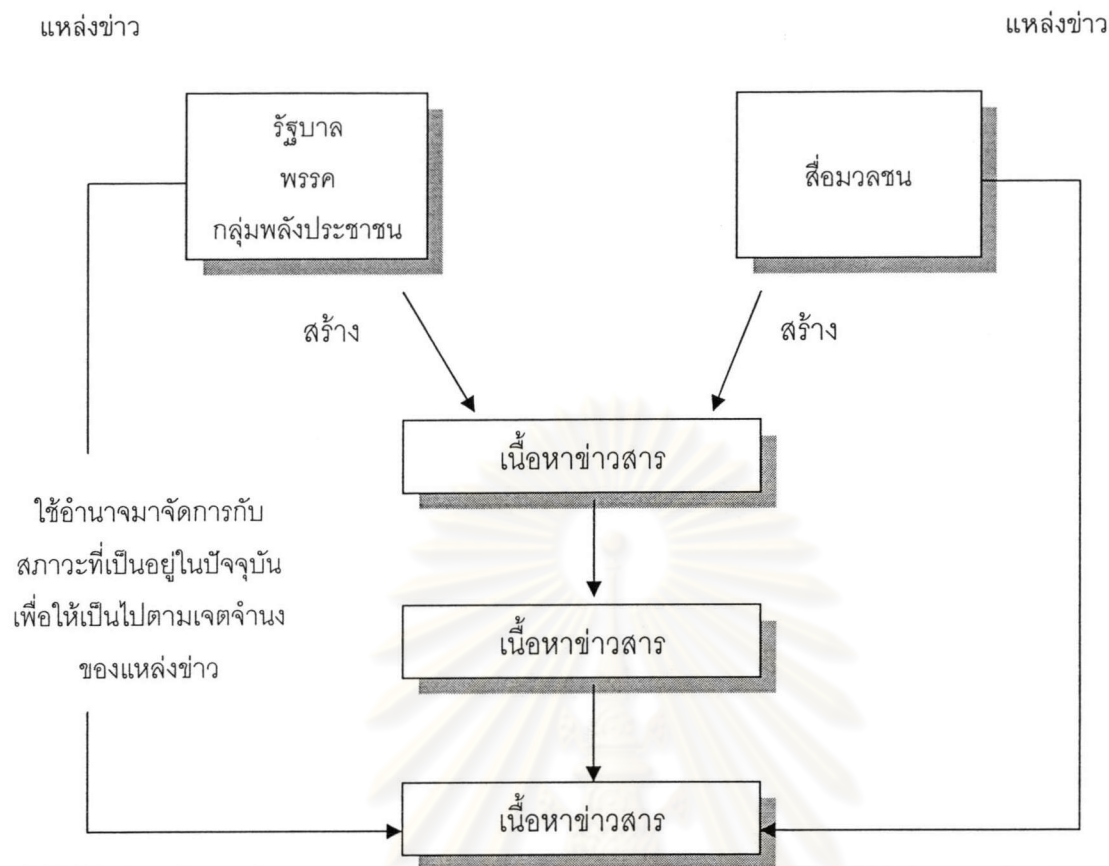
ข่าวสารทางการเมืองนั้น หมายถึง ความรู้ (knowledge) ของสมาชิกในระบบการเมืองเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวใดๆ ในสภาวะของระบบ ในแง่ของการใช้อำนาจหน้าที่หรืออำนาจรัฐ (authoritative) แบ่งสรรสิ่งที่มีคุณค่าในสังคม (allocation of values)

จากนิยามดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า การสื่อสารทางการเมืองนั้นเป็นการถ่ายทอดข่าวสารหรือแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างสถาบันการเมืองต่างๆ เช่นรัฐบาล สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร พรรคการเมือง กลุ่มผลประโยชน์ต่างๆ กับประชาชน การสื่อสารระหว่างนักการเมืองกับประชาชน และระหว่างนักการเมืองกับสถาบันทางการเมืองไปยังส่วนอื่นๆ ของระบบการเมือง เป็นต้น

การสื่อสารทางการเมืองของไทย

การสื่อสารทางการเมืองของคนไทยที่ผ่านมาในอดีตเป็นการสื่อสารทางเดียวในแนวตั้ง หรือการสื่อสารจากบนลงล่างตามตัวแบบ ดังต่อไปนี้

¹⁰Lawrence A. Scaff, "Two Concepts of Political Participation," Western Politics Quarterly 28 (September 1975) : 96. อ้างใน อภิชาติ การิกานุจน์, "การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน : ศึกษาแบบแผนตามมาตรฐานวัดแบบกัตต์แมน," (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534), หน้า 15.



ที่มา : กาญจนา แก้วเทพ, การวิเคราะห์สื่อ : แนวคิดและเทคนิค (กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541), หน้า 198.

แผนภาพที่ 2.1 แสดงการสื่อสารทางการเมืองของสังคมไทยในอดีต

จากแผนภาพ 2.1 แสดงให้เห็นว่าผู้ส่งสารจะประกอบไปด้วย 2 กลุ่มกล่าวคือ กลุ่มแรก ได้แก่ สถาบันทางการเมืองต่าง ๆ เช่น รัฐบาล พรรคการเมือง ระบบราชการ กลุ่มผลประโยชน์ ส่วนอีกกลุ่ม ได้แก่ สื่อมวลชน ซึ่งอาจเป็นผู้ส่งสารในทางการเมืองได้ เช่น บทวิเคราะห์ข่าว ต่าง ๆ เป็นต้น เนื้อหาที่ผู้ส่งสารกลุ่มแรกส่งผ่านช่องทางสื่อ เช่น สื่อบุคคล สื่อมวลชน ฯลฯ มายังผู้รับสาร ได้แก่ ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจและนโยบายต่างๆของ รัฐบาลและของสถาบันทางการเมืองอื่น ๆ ที่ต้องการให้ประชาชนได้รับรู้

กระบวนการสื่อสารทางการเมืองที่เป็นไปในแนวตั้งเช่นนี้ จึงส่งผลให้ภาพลักษณ์ของ การสื่อสารทางการเมืองของไทย ในสายตาประชาชนทั่วไปมีลักษณะของการสื่อสารที่มี

เป้าหมายเพื่อการครอบงำ¹¹ จึงทำให้ประชาชนส่วนหนึ่งมีปฏิกิริยาตอบโต้การสื่อสารทางการเมืองดังกล่าวในสองลักษณะ คือ กลัวและหลีกเลี่ยงที่จะสื่อสาร กับ เบื่อและเกิดการเมินเฉยที่จะติดตามข่าวสารการเมือง ซึ่งล้วนส่งผลเสียกับระบบประชาธิปไตยที่ประชาชนต้องเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองด้วยกันทั้งสิ้น

อย่างไรก็ตามเมื่อมีการพัฒนาเทคโนโลยีทางการสื่อสารในช่วงที่ผ่านมา ส่งผลให้เกิดช่องทางการสื่อสารใหม่ๆ เพิ่มมากขึ้น เช่น โทรสาร โทรศัพท์มือถือ การสื่อสารผ่านดาวเทียม รวมทั้งการสื่อสารผ่านเครือข่าย “อินเทอร์เน็ต” เป็นต้น ประกอบกับสื่อมวลชนทั้งหนังสือพิมพ์ วิทยุและโทรทัศน์ มีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงไป มีรายการต่างๆ ที่ให้ข้อมูล ข่าวสารความรู้และความคิดเห็นหรือลงมติในเรื่องที่กำลังเป็นประเด็นของสังคม ตลอดจนการสำรวจความนิยมในพรรคการเมือง นักการเมือง การสำรวจความเห็นต่อสถานการณ์ เหตุการณ์และนโยบายทางการเมืองออกมาอย่างต่อเนื่อง เช่น เอแบคโพล สวนดุสิตโพล จนอาจกล่าวได้ว่าก่อให้เกิดบรรยากาศและสภาพแวดล้อมที่ตื่นตัวมีความเคลื่อนไหวที่จะสื่อสารทางการเมืองระดับสูงอย่างต่อเนื่อง

หากพิจารณาข้อเท็จจริงด้านการสื่อสารทางการเมืองในปัจจุบันจะพบว่าประชาชนไม่ได้อยู่ในฐานะเป็นผู้รับสารฝ่ายเดียวอีกต่อไป โดยเฉพาะในปัจจุบันที่ประชาชนมีศักยภาพที่จะแสดงออกถึงข้อเรียกร้อง ความต้องการและความคิดเห็นทางการเมืองต่างๆ อย่างมีเสรีภาพมากขึ้น¹² การสื่อสารทางการเมืองจึงถูกนำมาใช้ประโยชน์ในทางการเมืองอย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะใน “การเลือกตั้ง” ซึ่งเป็นกระบวนการสำคัญในการปกครองและเป็นโอกาสที่จะเกิดการสื่อสารระหว่างพรรคการเมืองและผู้สมัครกับประชาชนได้ง่ายที่สุด

¹¹ พัสนัย นุดาลัย, “การสื่อสารทางการเมืองของชนชั้นกลาง,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชานิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540), หน้า 26.

¹² ชัยอนันต์ สมุทวณิช, “อนาคตของประชาธิปไตยและหลักรัฐธรรมนูญในประเทศไทย,” ผู้จัดการรายวัน (9 กรกฎาคม 2542) : 19.

แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกตั้ง

หลักการสำคัญอย่างหนึ่งในการปกครองระบอบประชาธิปไตยได้แก่การที่รัฐให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองทั้งนี้เนื่องจากผู้ปกครองจำต้องปกครองประเทศให้เป็นไปตามผลประโยชน์ และความต้องการของประชาชนผู้ให้อำนาจ และให้ความยินยอมในการที่รัฐบาลจะใช้อำนาจทางการเมืองกับผู้ได้ปกครอง วิธีการที่ใช้อำนาจจะแตกต่างกันไปบ้างในรายละเอียดแต่ที่สำคัญคือการให้ประชาชนมีสิทธิในการเลือกตั้ง มีสิทธิในการรวมกลุ่มทางการเมืองและสมัครแข่งขันรับเลือกตั้ง และตามหลักการของการปกครองระบอบประชาธิปไตย การเลือกตั้งนับได้ว่าเป็นกระบวนการที่สำคัญมากในความสัมพันธ์ระหว่างประชาชนกับผู้ปกครอง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สามารถทำให้ระดมมติมหาชน และสร้างความชอบธรรมในการปกครองให้เกิดขึ้นได้อย่างดีเยี่ยม

ดังนั้นการเลือกตั้งจึงเป็นกิจกรรมทางการเมืองที่สำคัญของทุกประเทศที่มีการปกครองระบอบประชาธิปไตย ทั้งนี้เพราะการเลือกตั้งเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมทางการเมือง (political participation) โดยการเลือกสรรตัวแทนของตนไปทำหน้าที่ทางการเมืองแทนตน รวมทั้งเป็นการระดมมติมหาชนและสร้างความชอบธรรมให้มีขึ้น

โดยทั่วไปแล้วการเลือกตั้งเป็นกิจกรรมทางการเมืองที่มีปัจจัยเกี่ยวข้องกันอย่างซับซ้อน ยิ่งเป็นการเลือกตั้งที่มีการแข่งขันกันทางการเมืองสูงแล้วยังมีการใช้เทคนิคและกลยุทธ์ชนิดต่างๆ ในกิจกรรมการเลือกตั้งสูงตามไปด้วย นักรัฐศาสตร์ให้ข้อสังเกตว่าการเลือกตั้งในปัจจุบันนี้นับวันจะมีความซับซ้อน หรือมีปัจจัยเกี่ยวเนื่องมากยิ่งขึ้น เป็นต้นว่ามีคนเข้ามีส่วนร่วมมากขึ้น การใช้เงินในการเลือกตั้งจำนวนมาก จนสร้างความสำคัญให้แก่องค์กรต่างๆ ทางการเมืองมากขึ้น และที่สำคัญคือการเลือกตั้งได้สร้างความชอบธรรมให้กับการปกครองสมัยใหม่ได้อย่างดี ยิ่ง สามารถกำหนดได้อย่างเฉียบขาดปราศจากการโต้แย้งว่าจะให้ใคร หรือกลุ่มใดเป็นผู้ปกครองจึงจะมีความเหมาะสม¹³

¹³ จรูญ สุภาพ และพรศักดิ์ ผ่องแผ้ว, รายงานการวิจัยประเมินผลพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง และการบริหารการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร : ศึกษาจากกรณีการเลือกตั้งแทนตำแหน่งที่ว่าง ของจังหวัดบุรีรัมย์ 28 สิงหาคม 2526 (กรุงเทพฯ: เจ้าพระยาการพิมพ์, 2527), หน้า 11.

ความหมายของการเลือกตั้ง

นักวิชาการหลายท่านกล่าวถึงความหมายของการเลือกตั้งไว้ดังนี้

พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว¹⁴ กล่าวว่า การเลือกตั้งเป็นกิจกรรมที่สำคัญยิ่งในกระบวนการทางการเมืองและการปกครองประเทศ เจตน์จำนงดังกล่าวปรากฏอยู่ในลักษณะของการเรียกร้อง (demand) หรือสนับสนุน (support) ต่อการตัดสินใจทั้งหลายในระบบการเมือง

จรรยา สุภาพ¹⁵ กล่าวว่า การเลือกตั้งเป็นวิธีการที่เปิดโอกาสให้ราษฎรได้มีส่วนร่วมในการเลือกสรรและกำหนดตัวเจ้าหน้าที่ ที่จะมาบริหารงานสาธารณะ การเลือกตั้งแบบประชาธิปไตยจะต้องเป็นความลับ และราษฎรมีโอกาสเลือกโดยเสรี

ความสำคัญของการเลือกตั้ง

การปกครองที่เหมาะสมกับสภาพปัจจุบันก็คือ การปกครองระบอบประชาธิปไตยซึ่งมิได้หมายถึง การที่ประชาชนไปลงคะแนนเสียง (voting) เลือกตัวแทนแต่เพียงอย่างเดียว หากแต่มีความหมายที่ลึกซึ้งยิ่งไปกว่านั้นอีก กล่าวคือ การเลือกตั้งยังหมายถึงผลที่ได้จากการไปใช้สิทธิเลือกตั้งของประชาชนอีกด้วย ผลการเลือกตั้งของประชาชนนี้หากพิจารณาให้ลึกซึ้งจะพบว่า เป็นการแสดงออกถึงการยอมรับว่า อำนาจสูงสุดเป็นของประชาชน และเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนมีอำนาจที่จะดำเนินการดังนี้ คือ

1. เลือกผู้แทนเข้าไปปฏิบัติหน้าที่ แทนตนในการดำเนินกิจการทางการเมือง เช่น การควบคุมการบริหารราชการแผ่นดินของรัฐบาล
2. เลือกรัฐบาล เพื่อทำหน้าที่ในการบริหารราชการแผ่นดิน หรือปกครองประเทศ
3. กำหนดนโยบายที่จะใช้ปกครองประเทศ

¹⁴ พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว, “การเลือกตั้งกับการพัฒนาทางการเมืองไทย,” ใน ปัญหาพัฒนาทางการเมืองไทย (นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2532), หน้า 20.

¹⁵ จรรยา สุภาพ และพรศักดิ์ ผ่องแผ้ว, รายงานการวิจัยประเมินผลเรื่องพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งและการบริหารการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร : ศึกษาจากกรณีการเลือกตั้งแทนตำแหน่งที่ว่างของจังหวัดมุกดาหาร 15 สิงหาคม 2526 (กรุงเทพฯ: กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2527), หน้า 28.

เพราะฉะนั้นความสำคัญของการเลือกตั้งจึงกล่าวได้ว่า การลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของประชาชนนั้น เป็นการตัดสินใจทางการเมืองที่มีความสำคัญต่อระบบการเมือง เพราะการตัดสินใจนี้จะนำมาซึ่งการคัดเลือกสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร รัฐบาล ตลอดจนนโยบายในการบริหารประเทศ (political recruitment)¹⁶

หลักการเลือกตั้ง

นักกฎหมายมหาชน และนักรัฐศาสตร์ มักจะอ้างที่มาของหลักการเลือกตั้ง ซึ่งเป็นเจตนารมณ์หลักของการเลือกตั้งว่า ปรากฏอยู่ในปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน มาตรา 21 ซึ่งระบุสาระสำคัญเกี่ยวกับสิทธิในการปกครองตนเองของประชาชน โดยประชาชน เพื่อประชาชน โดยมีกระบวนการเลือกตั้งที่แท้จริงรองรับ การเลือกตั้งดังกล่าวต้องเป็นกลาง มีคุณภาพสูง และมีคุณสมบัติที่ไม่เบี่ยงเบนไปจากหลักการ กล่าวคือ ต้องเป็นการเลือกตั้งอย่างลับ (secret) มีความเป็นอิสระเสรี (freedom) เป็นวาระ (period) อย่างเสมอภาค (equal suffrage) เป็นการทั่วไป (universal suffrage) และเป็นการเลือกตั้งที่แท้จริง (genuine election)¹⁷ หลักทั้ง 6 ประการนี้ดูเป็นเรื่องง่ายแต่มีนัยเชิงปฏิบัติที่จะนำไปสู่การซ่อนเร้นหรือเบี่ยงเบนเจตนารมณ์ ซึ่งนำไปสู่การเลือกตั้งที่ไม่สุจริตเที่ยงธรรมขึ้นได้โดยง่าย

เป็นที่ยอมรับกันทั่วไปว่าการเลือกตั้งคือองค์ประกอบสำคัญของการปกครองแบบประชาธิปไตยโดยทางผู้แทน (representative democracy) ทั้งนี้ก็เพราะการเลือกตั้งเป็นกระบวนการทางการเมืองที่เปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการปกครองโดยการออกเสียง

¹⁶ Michael Rush, Political Recruitment in Politics and Society (New York: Prentice – Hall, 1992), Chapter 7.

¹⁷ United Nations General Assembly, “Universal declaration of human rights 1948,” (United Nations Department of public information, 1949) ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน (The Declaration of Human Right, 1948) มาตรา 21 ระบุว่า

1. Everyone has the right to take part in the government of his country , directly or through freely chosen representatives.
2. Everyone has the right of equal access to public service in his country.
3. The will of the people shall be the basic of the authority of government ; this will shall be expressed in periodic and genuine elections which shall be equal suffrage and shall be held by secret vote or by equivalent free voting procedures.

เลือกตั้งผู้แทนเข้าไปทำหน้าที่ทางการเมืองการปกครอง หรือใช้อำนาจแทนพวกเขา¹⁸ แต่ทว่าการเลือกตั้ง จะมีความหมายและถือว่าเป็นฐานที่มาของความชอบธรรมได้ อำนาจทางการเมืองของผู้ปกครองนั้นจะต้องมีลักษณะตามหลักเกณฑ์ที่ได้รับการยอมรับเป็นสากลดังต่อไปนี้¹⁹

1. ความเป็นอิสระแห่งการเลือกตั้ง หมายถึง การแสดงเจตนารมณ์ในการเลือกตั้ง จะต้องเป็นไปอย่างอิสระเสรีปราศจากการบีบบังคับข่มขู่ด้วยประการใดๆไม่ว่าจะเป็นการให้อามิสสินจ้าง หรือการใช้อิทธิพลบีบบังคับ

2. หลักการเลือกตั้งตามกำหนดระยะเวลา หมายถึง การจัดให้มีการเลือกตั้งตามกำหนดระยะเวลา ทั้งนี้เพื่อให้ประชาชนมีโอกาสตรวจสอบการปฏิบัติหน้าที่ของผู้ปกครองว่าได้ปฏิบัติตามเจตนารมณ์ของประชาชนหรือไม่ และเป็นเงื่อนไขสำคัญในการพิจารณาความชอบธรรมในการใช้อำนาจของผู้ปกครองและเป็นเงื่อนไขเพื่อให้ประชาชนมีโอกาสสามารถเปลี่ยนแปลงตัวผู้ปกครองได้โดยสันติวิธี ผู้ปกครองที่ใช้อำนาจโดยชอบธรรมในระหว่างที่อยู่ในอำนาจ เมื่อครบวาระแล้วก็มีโอกาสได้รับความไว้วางใจจากประชาชนและได้รับเลือกเข้ามาใหม่

3. การเลือกตั้งที่ยุติธรรม หมายถึง การเลือกตั้งที่บริสุทธิ์เป็นไปตามด้วยบทกฎหมาย และเจตนารมณ์ของกฎหมาย ปราศจากการครอบงำและเล่ห์ทางการเมือง ปราศจากการใช้อิทธิพลทางการเมือง ทางเศรษฐกิจ และสถานภาพทางสังคม เช่น นักการเมืองที่อยู่ในตำแหน่งใช้อำนาจหน้าที่ของตนเพื่อให้ได้มาซึ่งคะแนนสนับสนุน หรือผู้ที่มีกำลังทางเศรษฐกิจเข้มแข็งกว่าใช้เงินทองทุ่มหาเสียง หรือซื้อคะแนนเสียงเพื่อตนเอง หรือสนับสนุนผู้สมัคร นอกจากนี้การต่อสู้แข่งขันระหว่างผู้สมัคร หรือพรรคการเมืองจะต้องเป็นไปอย่างอิสระเสรีภายในขอบเขตของกฎหมายและเจตนารมณ์ของกฎหมายที่มีพื้นฐานอยู่บนความยุติธรรมและความเสมอภาค

4. หลักการให้สิทธิเลือกตั้งเป็นการทั่วไป หมายถึง การให้สิทธิเลือกตั้งแก่ประชาชนทั่วไป โดยไม่มีการกีดกันหรือจำกัดสิทธิบุคคลหนึ่งบุคคลใดเป็นพิเศษเนื่องมาจากเพศ สีผิว สถานภาพทางสังคม และเศรษฐกิจ เงื่อนไขข้อนี้มีรากฐานมาจากความเชื่อที่ว่า สิทธิในการมีส่วนร่วมใช้อำนาจอธิปไตยนั้นเป็นของประชาชนทุกคน

¹⁸ กระทบ ทองธรรมชาติ และคณะ, การเลือกตั้ง พรรคการเมือง และเสถียรภาพของรัฐบาล (กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2531), หน้า 97.

¹⁹ เรื่องเดียวกัน, หน้า 2-5.

5. หลักความเสมอภาค หมายถึง การมีสิทธิในการเลือกตั้งของประชาชนมีความสำคัญ และได้รับความยอมรับโดยเท่าเทียมกัน ไม่ว่าผู้เลือกตั้งนั้นจะมีสถานภาพทางสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองอย่างไร มาตรการในการให้ความเสมอภาค อย่างเช่น การให้ผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งคนหนึ่ง ๆ ลงคะแนนเสียงได้เพียงหนึ่งคะแนน (one man one vote) และคะแนนเสียงทุก ๆ คะแนนมีความสำคัญเท่ากัน เป็นต้น

6. หลักการลงคะแนนลับ หมายถึง การออกเสียงเลือกตั้งของประชาชนเป็นเอกสิทธิ์ของผู้เลือกตั้งโดยเด็ดขาด และได้รับการปกป้องพิทักษ์โดยการออกเสียงลับ ทั้งนี้เพื่อให้การเลือกตั้งเป็นไปโดยบริสุทธิ์ ปราศจากการข่มขู่บีบบังคับจากอิทธิพลใดๆที่จะมีผลกระทบต่อเสรีภาพของผู้เลือกตั้ง

สำหรับประเทศไทยนั้น หากพิจารณาตามแนวทางนี้ จะเห็นได้ชัดว่าการเลือกตั้งทั่วไปหลายครั้งที่ผ่านมา หาได้เป็นการเลือกตั้งที่มีความหมายทางการเมืองอย่างแท้จริงแต่อย่างใด

ประชาธิปไตยเป็นการปกครองโดยความยินยอมจากประชาชน ซึ่งเกิดขึ้นได้เมื่อประชาชนแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระและมีเหตุผล ตลอดจนเข้ามีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาต่าง ๆ และตกลงวางหลักเกณฑ์ที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม การปกครองระบอบประชาธิปไตย จึงเปิดโอกาสให้บุคคลที่มีความรู้ความสามารถได้เสนอตัวเข้ารับใช้ส่วนรวมโดยการสมัครรับเลือกตั้งและให้ประชาชนใช้อำนาจอธิปไตยของตน โดยการพิจารณาเลือกบุคคลที่เห็นว่าสมควรจะเป็นตัวแทน

การเลือกตั้งจึงเป็นวิธีการที่เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามีส่วนร่วมแสดงบทบาททางการเมือง ช่วยกันรับผิดชอบต่อประเทศชาติ และยังเป็นการแสดงออกถึงเจตนาารมณ์ของประชาชนที่รัฐบาลจะต้องตระหนักและยึดถือเป็นเรื่องสำคัญ ประเทศเสรีประชาธิปไตยทุกประเทศจึงให้ความสำคัญต่อการเลือกตั้งมาก

นอกจากนี้การเลือกตั้งยังเป็นเครื่องชี้ให้เห็นว่าการปกครองบริหารประเทศของตานั้นเป็นอย่างไรถูกต้องตามหลักเกณฑ์ กล่าวคือ การเข้าปฏิบัติหน้าที่ก็เพราะได้รับการกลั่นกรองและยอมรับจากประชาชนซึ่งเป็นเจ้าของประเทศ ขณะเดียวกันก็เป็นการแสดงความชอบธรรมในการได้มาซึ่งอำนาจเพื่อให้นานาประเทศยอมรับ อย่างไรก็ตามการอยู่ในอำนาจจำเป็นต้องมีวาระแห่งการอยู่ในอำนาจ การเปลี่ยนแปลงของการอยู่ในอำนาจดังกล่าวก็โดยวิธีการเลือกตั้ง

ระบบการเลือกตั้ง

ตารางที่ 2.1 ระบบการเลือกตั้ง

ระบบการเลือกตั้ง	แบบ	วิธีการนับคะแนน	
		วิธีการนับ	คำอธิบาย
first-past-the-post (FPTP)	หนึ่งเขต	เสียงข้าง	ผู้สมัครที่ได้รับเลือกจะต้องมีคะแนนมากกว่าผู้สมัครที่
	หนึ่งคน	มาก	เป็นเสียงข้างน้อย
two-round system (TRS)	หนึ่งเขต	เสียงเกินกึ่ง	มีการเลือกตั้งรอบที่สองเฉพาะผู้ได้คะแนนสูงสุด 2 คน
	หนึ่งคน	หนึ่ง	เพื่อให้แน่ใจว่าได้ผู้ที่มีคะแนนเสียงเกินกึ่งหนึ่ง
alternative vote (AV), or instant runoff	หนึ่งเขต	เสียงเกินกึ่ง	ผู้ลงคะแนนจะต้องเรียงลำดับผู้สมัครทั้งหมด ถ้าไม่มี
	หนึ่งคน	หนึ่ง	ใครได้รับเสียงเกินกึ่งหนึ่ง ผู้ได้อันดับสุดท้ายจะถูกตัดออกและมีการเรียงลำดับใหม่ จนกระทั่งได้ผู้ที่มีคะแนนเสียงเกินกึ่งหนึ่ง
block vote (BV)	หนึ่งเขต	เสียงข้าง	ผู้ลงคะแนนจะลงคะแนนเลือกผู้สมัครหลายคนตาม
	หลายคน	มาก	จำนวนที่นั่งที่จะมีได้ ผู้ที่ได้คะแนนสูงสุดจะได้รับเลือก
single non-transferable vote (SNTV)	หนึ่งเขต	กึ่งสัดส่วน	ผู้ลงคะแนนจะลงคะแนนเลือกผู้สมัครคนเดียวจาก
	หลายคน		จำนวนที่นั่งที่จะมีได้ ผู้ที่ได้คะแนนสูงสุดจะได้รับเลือก
single transferable vote (STV), also known as preference or choice voting	หนึ่งเขต	สัดส่วน	ผู้ลงคะแนนจะต้องเรียงลำดับผู้สมัครทั้งหมด ผู้สมัครที่
	หลายคน		ได้อันดับหนึ่งจะได้รับเลือก ผู้ได้อันดับสุดท้ายจะถูกตัดออกและมีการเรียงลำดับใหม่ จนกระทั่งมีผู้ได้รับเลือกครบตามจำนวนที่นั่งที่จะมีได้
mixed member proportional (MMP)	ผสม	สัดส่วน	ผู้ได้รับเลือกตั้งจะประกอบด้วยผู้ได้รับเลือกจากแบบหนึ่งเขตหนึ่งคนโดยวิธีเสียงข้างมากและเสียงเกินกึ่งหนึ่ง และแบบหนึ่งเขตหลายคนโดยวิธีสัดส่วน จำนวนที่นั่งจากวิธีสัดส่วนที่หายไป จะถูกชดเชยด้วยผู้ได้รับเลือกจากแบบหนึ่งเขตหนึ่งคน

parallel	ผสม	กึ่งสัดส่วน	ผู้ได้รับเลือกตั้งจะประกอบด้วยผู้ได้รับเลือกจากแบบ หนึ่งเขตหนึ่งคนโดยวิธีเสียงข้างมากและเสียงเกินกึ่ง หนึ่ง และแบบหนึ่งเขตหลายคนโดยวิธีสัดส่วน ที่นั่ง ของแบบสัดส่วนจะเป็นอิสระจากแบบหนึ่งเขตหนึ่งคน
party list	หนึ่งเขต หลายคน	สัดส่วน	ผู้ลงคะแนนจะเลือกบัญชีรายชื่อผู้สมัครของพรรค จำนวนที่นั่งจะถูกคำนวณจากคะแนนที่พรรคได้รับและ มีการเรียงลำดับผู้ได้รับเลือกตามบัญชีรายชื่อ

แหล่งที่มา : <http://worldpolicy.org/americas/democracy/types.html> [9 February 2002]

หากพิจารณาแล้วจะเห็นได้ว่า การเลือกตั้งเป็นสถาบันทางการเมืองที่สำคัญในระบบ
การเมือง ซึ่งเป็นกระบวนการในการเลือกสรรผู้บริหารประเทศ โดยอำนาจอันชอบธรรมจาก
ประชาชน ตลอดจนเป็นช่องทางในการมีส่วนร่วมทางการเมืองที่ชัดเจนที่สุด โดยมีกระบวนการ
ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง เป็นช่องทางการสื่อสารระหว่างพรรคและผู้สมัครกับประชาชน

แนวคิดเกี่ยวกับการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง

การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งเป็นกระบวนการของผู้สมัครเข้ารับการเลือกตั้งกระทำ
เพื่อให้มีประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งลงคะแนนเลือกตนเองให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ และในการ
รณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง 6 มกราคม 2544 พรรคการเมืองต่างมุ่งเน้นการใช้การสื่อสารทาง
การเมือง ยุทธวิธี การโฆษณา การตลาด เข้ามามีส่วนร่วมช่วยในการหาเสียงให้มีประสิทธิภาพเพิ่ม
มากขึ้น การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งในปัจจุบันจึงมีความสำคัญมากกว่าการเป็นเพียงการ
ประชาสัมพันธ์หมายเลข ตัวผู้สมัครหรือพรรคการเมือง แต่การรณรงค์หาเสียงในปัจจุบันได้มี
ยุทธวิธีที่แตกต่างออกไปจากที่ผ่านมา และนับวันจะยิ่งทวีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าความรู้
ความสามารถ ความใกล้ชิดประชาชนของผู้สมัครหรือพรรคการเมืองแต่เพียงอย่างเดียวเท่านั้น

ความหมายของการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง

การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง หมายถึง กิจกรรมที่บุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือหลายคน พยายามที่จะแสดงต่อผู้มีสิทธิเลือกตั้งว่า เขามีความเหมาะสมที่จะได้รับความไว้วางใจให้ไปทำหน้าที่ผู้แทนในการใช้อำนาจอธิปไตย ซึ่งเป็นของผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งแต่ละคน กิจกรรมที่ว่่านี้อาจมีได้หลายรูปแบบทั้งที่สามารถเปิดเผยหรือไม่สามารถเปิดเผย หรือทั้งที่ถูกต้องและไม่ถูกต้องตามกฎหมายก็ได้

นักวิชาการบางท่านได้ให้ความเห็นว่าการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งก็คล้ายๆกับการจัดการด้านการตลาด (commercial marketing) ของธุรกิจเอกชน ที่พยายามส่งสารไปยังผู้บริโภคว่า สินค้าที่นำเสนอ นั้น มีคุณภาพดีเพียงไร กล่าวคือ *ประการแรก* จะต้องมีการจัดองค์การสำหรับการแข่งขันกับคู่ต่อสู้ ผู้สมัครรับเลือกตั้งก็เหมือนกันกับบริษัทธุรกิจที่จะต้องพยายามหาข้อได้เปรียบต่อคู่ต่อสู้ *ประการที่สอง* ผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งก็เหมือนกับผู้บริโภค ในแง่ที่จะต้องพิจารณาทางเลือกต่างๆที่ผู้สมัครเสนอมาเพื่อประกอบการตัดสินใจว่าจะลงคะแนนเสียงให้ใคร หรือสินค้ายี่ห้อใด *ประการที่สาม* ช่องทาง (channel) ในการสื่อสารของผู้สมัครไปยังผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งก็คล้ายๆกัน เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ การเคาะประตูบ้าน เป็นต้น เช่นเดียวกันกับนักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ ผู้สมัครที่จะประสบความสำเร็จก็ต้องรู้ว่า ผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งต้องการอะไร และจะมีวิธีใดที่จะจัดหาสิ่งที่ผู้มีสิทธิต้องการนั้นมาให้ได้²⁰

จิตกานต์ ธนาโอพาร²¹ ศึกษาเรื่องการสื่อสารกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของนิสิต นักศึกษามหาวิทยาลัยศึกษาเฉพาะกรณีจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ผลการศึกษาพบว่าบทบาทของการสื่อสารทั้งส่วนบุคคลและสื่อมวลชนมีผลต่อการพัฒนาทัศนคติทางการเมืองแบบประชาธิปไตยและพฤติกรรมกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของนิสิตนักศึกษาด้วย นอกจากนี้สื่อมวลชนที่เป็นแหล่งข่าวสารสำคัญซึ่งนิสิตนักศึกษาส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารเป็นประจำคือ วิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์

²⁰Gary Mauser, Political Marketing : An Approach to Campaign Strategy, (New York: Praeger Publishers, 1983), p. 5-6.

²¹จิตกานต์ ธนาโอพาร, อ้างแล้ว, หน้า 1-2.

สมบัติ จันทรวงศ์²² ศึกษาพฤติกรรมเบี่ยงเบนในการหาเสียง พบว่า สื่อมวลชนทุกประเภทโดยเฉพาะอย่างยิ่งหนังสือพิมพ์มีบทบาทสำคัญในการเลือกตั้งทุกครั้งเพราะฉะนั้นจึงไม่น่าแปลกใจอะไรที่พรรคการเมืองบางพรรคจะมีข้อสมมติฐานในการหาเสียงไว้ว่ายิ่งเรื่องราวความเคลื่อนไหวที่เกี่ยวกับพรรคหรือผู้สมัครของพรรคปรากฏเป็นข่าวในหน้าหนังสือพิมพ์มากเท่าไรก็จะเป็นภาพบวก คือเป็นผลดีแก่พรรคของตนมากขึ้นเท่านั้น เมื่อการเลือกตั้งมาถึงบางพรรคถึงกับตั้งหน่วยงานเพื่อจะป้อนข่าวของพรรคตนให้กับหนังสือพิมพ์ตลอดเวลา การป้อนข่าวนี้อาจกระทำกันทั้งในรูปของการทำข่าวแจก การจัดให้มีการแถลงข่าวของบุคคลสำคัญของพรรคการเมืองเนื่องในโอกาสต่าง ๆ ไปจนถึงการเขียนบทความทางการเมืองประเภทวิเคราะห์สถานการณ์ทางการเมือง สำหรับสื่อมวลชนประเภทวิทยุกระจายเสียงในระดับท้องถิ่นนั้นบทบาทของสื่อประเภทนี้มีความคล้ายคลึงกับกรณีของหนังสือพิมพ์ตรงที่ผู้สมัครสามารถใช้เป็นเครื่องมือหาเสียงสร้างความนิยมให้แก่ตนเองในระยะยาว โดยผ่านการว่าจ้างนักจัดรายการวิทยุชื่อดัง หรือในช่วงฤดูการหาเสียงก็ยังสามารถไปใช้ได้ที่จะใช้วิธีการว่าจ้างนักจัดรายการสนับสนุนฝ่ายตนและโจมตีฝ่ายตรงข้าม ส่วนสื่อโทรทัศน์นั้น โดยธรรมชาติของสื่อประเภทนี้เข้าถึงประชาชนได้อย่างกว้างขวางและประชาชนสามารถเห็นทั้งภาพและได้ยินเสียงจึงเป็นที่นิยมของนักการเมืองมาก

รูปแบบการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของไทย

ในอดีตที่ผ่านมา การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของเมืองไทย ผู้สมัครรับเลือกตั้งส่วนใหญ่ มักดำเนินการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งโดยใช้ประสบการณ์ของตนเอง เพื่อวางแผนและดำเนินการ มากกว่าจะกระทำอย่างมีวิชาการ ไม่ว่าจะเป็นด้านการจัดองค์กรและการบริหาร ศูนย์อำนวยความสะดวก การวิเคราะห์พื้นที่เป้าหมาย กำหนดแผนและยุทธวิธีในการรณรงค์ การบริหารทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นต้น

การจัดองค์กรการบริหารการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งที่ผ่านมา มีลักษณะเช่นเดียวกับแนวคิดและวิธีการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง เนื่องจากการจัดองค์กรก็อาศัยบทบาทความสัมพันธ์

²² สมบัติ จันทรวงศ์, “รายงานการวิจัยเรื่อง การเลือกตั้งไทยกับพฤติกรรมเบี่ยงเบนในการหาเสียง : ปัญหาพื้นฐานและแนวทางแก้ไข (Thai election and deviant behavior in campaign practices : fundamental problems and possible solutions),” (ม.ป.ท.:2535), หน้า 81-85.

ส่วนตัวระหว่างผู้สมัคร ญาติมิตร เพื่อนฝูง โดยไม่มีการจัดแบ่งหน้าที่องค์กรการเลือกตั้งอย่างเป็นทางการ ฐานะทางเศรษฐกิจก็เป็นเหตุผลประการหนึ่ง ซึ่งทำให้ผู้สมัครในอดีตทั้งหลาย ไม่นิยมจัดองค์กรอย่างเป็นทางการ

ปัจจุบันมีแนวคิดในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ซึ่งเป็นที่นิยมใช้กันมาก คือ แนวคิดเกี่ยวกับ 3 เขตยุทธศาสตร์ ในการกำหนดเขตของประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งออกเป็น 3 เขต เพื่อการปฏิบัติการในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง คือ เขตเป็นกลาง เขตเราและเขตเขา²³

เพิ่มพงษ์ เชาวลิต และศรีสมภพ จิตรภิรมย์ศรี²⁴ กล่าวว่า มีการจำแนกประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งออกเป็น 3 เขต คือ เขตเป็นกลาง เขตเขา และเขตเรามานานแล้ว แต่เป็นการแบ่งเพื่อความสะดวกในการกำหนดพื้นที่เป้าหมายในการซื้อเสียงและเพื่อกำหนดราคาของการซื้อเสียง

สื่อที่ใช้ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง

ในหัวข้อนี้แบ่งการศึกษาออกเป็น 2 หัวข้อย่อย ดังนี้คือ

1. ประเภทของสื่อที่ใช้ในการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง ในการศึกษาเรื่องสื่อที่ใช้ในการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้งพบว่า สื่อที่ใช้ในการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้งมี 3 กลุ่มใหญ่ กล่าวคือ

1.1 สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ แผ่นพกขนาดกระเป่า, ใบปลิว, แผ่นพับ, จดหมายส่งทางไปรษณีย์/ไปรษณีย์บัตร, จดหมายข่าว, หนังสือเล่มเล็ก, เอกสารเผยแพร่, หนังสืออภิชนนทานการ, แผ่นโฆษณารูปลอก, การลงแจ้งความในหนังสือพิมพ์, โปสเตอร์

1.2 สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ ป้ายประกาศขนาดใหญ่, เสื้อ โลโก้ และข้อความโฆษณา, หุ่น, การเดินพบปะเยี่ยมบ้าน, การปราศรัยบนเวทีหาเสียง, การใช้รถติดเครื่องขยายเสียงไปตามถนน ตรอก ซอย

²³ แสง รัตนมงคผลมาศ, “การระดมมวลชนและการมีส่วนร่วมของมวลชน การจัดตั้งองค์กร การนำและการตัดสินใจทางสังคม,” (เอกสารประกอบการสอน คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, มปป.)

²⁴ เพิ่มพงษ์ เชาวลิต และศรีสมภพ จิตรภิรมย์ศรี, หาคะแนนอย่างไรให้ได้เป็น ส.ส. (กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์นิติธรรม, 2531), หน้า 58.

1.3 สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ สไลด์ระบบมัลติมีเดีย, สปอตวิทยุ, วิดีโอเทป, สปอตโทรทัศน์, การประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์, การร่วมรายการทางโทรทัศน์, เครือข่ายอินเทอร์เน็ต

2. ข้อดี-ข้อจำกัดของสื่อที่ใช้ในการรณรงค์การหาเสียงเลือกตั้ง

ดวงทิพย์ วรพันธ์, ชุติพร เกษโกวิท และวรรณิ์ สาราญเวทย์²⁵ กล่าวว่า ในการสื่อสารทางการเมืองโดยเฉพาะอย่างยิ่งการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง พรรคการเมืองในฐานะผู้ส่งสารต้องเลือกใช้สื่อจากคุณสมบัติเด่น-ด้อยของสื่อทุกชนิด กล่าวคือ ขณะที่เลือกใช้สื่อชนิดหนึ่งเพราะมีข้อเด่น ก็ต้องคำนึงถึงข้อด้อยของชนิดนั้นและเลือกใช้สื่ออื่นมาปิดจุดอ่อนหรือข้อด้อยของสื่อที่เลือกใช้ด้วย เพราะสื่อมวลชนที่สำคัญ คือ หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์มีข้อเด่น ข้อด้อย ต่างกัน²⁶

อย่างไรก็ตามการศึกษาข้อดี ข้อจำกัดของสื่อต่างๆ ล้วนเป็นการศึกษาในช่วงที่เทคโนโลยีการสื่อสารยังคงไม่ได้รับการพัฒนาให้ทันสมัย รวดเร็ว ราคาถูก สามารถเข้าถึงได้ง่ายดังเช่นในปัจจุบัน ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสารจึงทำให้ “สื่ออินเทอร์เน็ต” เป็นที่สนใจของพรรคการเมืองในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง 6 มกราคม 2544 เป็นอย่างมาก ซึ่งสามารถที่จะสรุปข้อดี ข้อจำกัด ได้ดังนี้

อินเทอร์เน็ต

ข้อดีของสื่ออินเทอร์เน็ต คือ

1. เป็นสื่อที่สามารถส่งข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว กว้างไกล ไม่มีข้อจำกัดทางด้านระยะเวลา ระยะทาง อาณาเขต สถานที่และปรากฏการณ์ธรรมชาติ เช่น สภาพอากาศ แปรปรวน รวมทั้งมีต้นทุนต่ำ และสามารถเข้าถึงได้ง่าย

²⁵ ดวงทิพย์ วรพันธ์, ชุติพร เกษโกวิท และวรรณิ์ สาราญเวทย์, รายงานการวิจัยเรื่องพรรคการเมืองและพฤติกรรมการสื่อสารระหว่างการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งทั่วไป 2535 (กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2536), หน้า 11-12.

²⁶ อนันต์ธนา อังกินันท์ และเกื้อกุล คุปรัตน์, สื่อสารมวลชนและการประชาสัมพันธ์การศึกษา (กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2521), หน้า 47-49.

2. การควบคุมหรือครอบงำโดยรัฐ หรือองค์กรใดองค์กรหนึ่งทำได้ยาก จึงสามารถดำเนินการในลักษณะของการข้ามรัฐได้ง่าย เช่น ส่งข่าวสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมทางการเมืองให้กับประชากรในประเทศต่าง ๆ

3. เป็นสื่อที่มีความสวยงาม ดึงดูด น่าสนใจที่สามารถสร้างแรงจูงใจ สร้างทัศนคติและเสนอปัญหาเรื่องต่างๆ ได้ดี

4. เก็บเป็นหลักฐานได้ดีกว่าการใช้สื่อชนิดอื่น จึงทำให้สามารถเก็บรักษาข่าวสารไว้ได้เป็นเวลานาน สามารถนำกลับมาอ่านซ้ำได้

5. สามารถสร้างการสื่อสารแบบ 2 ทาง (two way communication) ที่ผู้รับสารสามารถสื่อสารโต้ตอบกับผู้ส่งสารได้

6. ต้นทุนในการผลิตสื่ออินเทอร์เน็ต มีราคาถูกกว่าสื่อชนิดอื่นและปรับปรุงให้ทันสมัยได้ง่าย

ข้อจำกัดของสื่ออินเทอร์เน็ต คือ

1. เครื่องคอมพิวเตอร์ที่จะนำมาใช้สื่ออินเทอร์เน็ตยังคงมีราคาสูง และมีประชากรเพียงบางกลุ่มที่มีความสามารถใช้งานคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตได้

2. อาจมีปัญหาในเรื่องภาษาที่ใช้ในการสื่อสารหากผู้รับสารและผู้ส่งสารคนละเชื้อชาติ

3. ยังคงมีบางประเทศที่ควบคุมมิให้ประชากรใช้สื่ออินเทอร์เน็ตอย่างกว้างขวาง

หากพิจารณาจากแนวคิดในการรณรงค์หาเสียง จะเห็นได้ว่าสื่อและรูปแบบในการรณรงค์แต่ละประเภทล้วนมีข้อจำกัด ส่งผลให้พรรค ผู้สมัครต้องเลือกใช้สื่อและรูปแบบการหาเสียงจากคุณสมบัติเด่นด้อยต่างๆ โดยคำนึงถึง“พฤติกรรมการลงคะแนนเสียง”ของในแต่ละกลุ่ม เพื่อให้การรณรงค์หาเสียงมีประสิทธิภาพมากที่สุด

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการณ์การลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

ทฤษฎีการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

เกณฑ์การแบ่งทฤษฎีของการลงคะแนนเลือกตั้งในการศึกษาคั้งนี้ สามารถแบ่งทฤษฎีของการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งออกเป็น 4 ทฤษฎี ดังนี้

1. ทฤษฎีปัจจัยกำหนด (Deterministic theories)

ทฤษฎีปัจจัยกำหนดมีแนวความคิดพื้นฐานว่า ปัจจัยทางสังคมเป็นตัวกำหนดที่สำคัญของพฤติกรรมการณ์การลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง ทั้งนี้ปัจจัยทางสังคมที่เป็นภูมิหลังของคน มีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อพฤติกรรมการณ์การลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง แนวความคิดหลักของทฤษฎีนี้ได้แก่ตัวแบบแรงผลักดันทางสังคม (social forces) ของ Lazarsfeld และทฤษฎีสถาน (field theory) ของ Kert Levin ซึ่งเป็นทฤษฎีเสนอเงื่อนไขที่กำหนดรูปแบบของพฤติกรรม

แนวทางศึกษานี้ได้นำแนวความคิดทางสังคมวิทยาเรื่องสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของบุคคล (SES : socio economic status) ที่ว่าฐานะตำแหน่งทางสังคมเป็นสิ่งสำคัญในการกำหนดความแตกต่างในพฤติกรรมของคน²⁷ มาใช้ในการศึกษาพฤติกรรมการณ์การลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง ฐานะตำแหน่งดังกล่าวอาจได้มาโดยกำเนิด เช่น เพศ ตระกูล หรือได้มาจากการกระทำขึ้นมาในภายหลังเช่น ความร่ำรวย ระดับการศึกษา ฯลฯ โดยสรุป ในสังคมจึงประกอบด้วยชนชั้นทางสังคม ชนชั้นดังกล่าวมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการณ์การลงคะแนนเสียงของบุคคล ซึ่งบุคคลต่างชนชั้นกันจะมีแบบแผนพฤติกรรมที่แตกต่างกัน

โดยการสันนิษฐานเบื้องต้น เชื่อว่า บุคคลที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจสังคมเหมือนกัน มักจะได้รับประสบการณ์และการอบรมกล่อมเกลาค้ำคล้ายคลึงกัน เพราะฉะนั้นจึงมีปฏิกริยาตอบสนองต่อสิ่งเร้าคล้ายคลึงกัน ในทางตรงกันข้ามบุคคลที่อยู่ในสถานภาพทางเศรษฐกิจสังคมแตกต่างกันจะถูกหล่อหลอมโดยประสบการณ์ให้มีบุคลิกภาพ ทัศนคติ แรงจูงใจและความรู้สึกนึกคิดที่แตกต่างกัน ดังนั้น บุคคลจะแสดงออกในแบบแผนที่แตกต่างกัน

นักรัฐศาสตร์ได้นำแนวความคิดดังกล่าวมาใช้ในการศึกษาพฤติกรรมการณ์การลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง โดยมุ่งศึกษาถึงอิทธิพลของฐานะทางเศรษฐกิจสังคมของบุคคล เช่น เพศ

²⁷ ติตยา สุวรรณะชญ, สังคมวิทยา (กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช, 2527), หน้า 38.

การศึกษา อาชีพรายได้ ที่อยู่อาศัย ฯลฯ ที่มีต่อการไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง แนวทางการศึกษาแบบนี้เชื่อว่า กลุ่มทางสังคมเป็นตัวกำหนดความแตกต่างของแบบแผนพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง โดยให้ข้อสรุปไว้เป็นกฎว่า บุคคลมีความนึกคิดทางการเมืองตามฐานะทางเศรษฐกิจสังคมของตน การตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของบุคคลเป็นไปตามคุณลักษณะทางเศรษฐกิจสังคมของเขามีใช่เพราะประเด็นปัญหาทางการเมือง²⁸

ผลจากการวิจัยเกี่ยวกับอิทธิพลของฐานะเศรษฐกิจสังคมที่มีต่อพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง อาจสรุปในลักษณะแยกส่วน เพื่อประโยชน์ในด้านการทำความเข้าใจดังต่อไปนี้

เพศ จากการวิจัยการมีส่วนร่วมทางการเมืองโดยทั่วไป พบว่า เพศชายมักจะเข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองมากกว่าเพศหญิง เพราะส่วนใหญ่ชนบทรรมนิยมประเพณีของประเทศต่างๆ เห็นว่าการเมืองเป็นเรื่องของผู้ชาย เพศชายจึงมักจะผูกพันทางการเมืองมากกว่าเพศหญิง

อายุ ในแต่ละช่วงชีวิตบุคคลจะมีพฤติกรรมต่างๆ รวมทั้งพฤติกรรมการเมืองแตกต่างกัน กล่าวคือ ในช่วงวัยเด็กบุคคลจะได้รับการอบรมสั่งสอนและเรียนรู้ทางการเมืองเพื่อสร้างทัศนคติ บุคลิกภาพ และความรู้สึกผูกพันต่อหน้าที่พลเมืองสำหรับในช่วงวัยรุ่นตอนปลายที่กำลังเข้าสู่วัยผู้ใหญ่ ถือเป็นช่วงระยะเวลาสำคัญในการก่อตัวของทัศนคติทางการเมือง มีการรับเอาความรู้สร้างสรรค์ความคิดใหม่ๆ และเริ่มมีความรู้สึกมีประสิทธิภาพทางการเมืองยอมรับหน้าที่และความผูกพันต่อระบบการเมือง จนกระทั่งถึงวัยผู้ใหญ่ซึ่งจะเป็นช่วงที่มีความรู้สึกตื่นตัวกับสถานการณ์ทางการเมืองและสังคมมากขึ้นด้วย บุคคลจะมีความเป็น “ตัวตนทางการเมือง” (political self) ทั้งนี้เนื่องจากมีความมั่นคงทางเศรษฐกิจมีความรับผิดชอบต่อครอบครัว และสถานภาพต่างๆ ทางสังคม จึงมีแนวโน้มที่จะให้ความสนใจทางการเมืองและเข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองมากขึ้น ผลการวิจัยส่วนใหญ่พบว่าการเข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองจะเพิ่มขึ้นตามอายุจนกระทั่งถึงวัยกลางคนและจะค่อยๆ ลดลงทีละน้อยในวัยสูงอายุ เนื่องจากความรู้สึกมีประสิทธิภาพทางการเมืองลดลง

การศึกษา ระดับการศึกษานับเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อทัศนคติทางการเมืองและพฤติกรรมการเมืองเนื่องจากบุคคลที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ย่อมจะทำให้เกิด

²⁸ สุจิต บุญบงการ และพรศักดิ์ ผ่องแผ้ว, พฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของคนไทย (กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2527), หน้า 18-20.

ความรู้สึกนึกคิดหรือพฤติกรรมการแสดงออก ตลอดจนการมีความสำนึกในบทบาทหน้าที่ในฐานะที่ตนเป็นสมาชิกสังคมแตกต่างกันไปด้วย โดยทั้งนี้มักพบว่า จำนวนผู้มาลงคะแนนเสียงเลือกตั้งนั้นจะมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับระดับการศึกษา กล่าวคือ ผู้ที่มีการศึกษาสูงมักจะมาใช้สิทธิเลือกตั้งมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่า โดยสรุปจึงกล่าวได้ว่า ยิ่งบุคคลมีการศึกษาสูงขึ้นเท่าไรยิ่งจะเข้าร่วมกิจกรรมทางการเมืองมากขึ้นเท่านั้น

อาชีพ อาชีพของบุคคลเป็นผลมาจากการศึกษา ดังนั้น อาชีพและระดับการศึกษาจึงมีความใกล้ชิดกัน กล่าวคือ ผู้ที่มีการศึกษาสูงมักมีตำแหน่งการงานสูง และอาจทำให้การมีส่วนร่วมทางการเมืองสูงตามไปด้วย อาชีพจึงเป็นตัวกำหนดความแตกต่างของระดับความรู้ความเข้าใจ ในการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมทางการเมืองของบุคคล

รายได้ รายได้ก็เช่นเดียวกัน บุคคลที่มีรายได้สูง ก็จะมีโอกาสมีส่วนร่วมทางการเมืองมากกว่าผู้ที่มีรายได้ในระดับต่ำ เพราะผู้ที่มีเงินทองมากมักจะไม่ต้องวิตกกังวลในเรื่องต่างๆ ทำให้มีเวลามาสนใจในเรื่องการเมืองได้มากขึ้น

ที่อยู่อาศัย คนที่อยู่ในห้องถิ่นที่แตกต่างกันอาจมีพฤติกรรมทางการเมืองที่แตกต่างกันออกไปด้วย กล่าวคือ โดยทั่วไปคนที่อยู่ในเมืองมักจะมีการศึกษา อาชีพ และรายได้สูงกว่าคนในชนบท ทั้งยังมีข้อมูลข่าวสาร และการสื่อสารทางการเมืองที่แตกต่างกันจากคนในชนบทอย่างมีนัยสำคัญอีกด้วย ความแตกต่างของที่อยู่อาศัยจึงเป็นตัวกำหนดความแตกต่างของพฤติกรรมทางการเมือง

ฐานะเศรษฐกิจสังคม มีผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมือง และการสนับสนุนตัวแทนที่มีความคิดเห็นและแนวทางคล้ายกัน โดยทั่วไปพบว่า ผู้ที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมสูงมักจะสนใจทางการเมืองมากที่สุด และผู้มีฐานะต่ำจะสนใจในการเมืองน้อยที่สุด

แนวคิดข้างต้นสรุปได้ว่า สถานภาพทางเศรษฐกิจสังคมเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมมาลงคะแนนเสียงเลือกตั้งโดยสามารถใช้เป็นคำตอบสำหรับความแตกต่างของพฤติกรรมมาเลือกตั้งได้ในระดับหนึ่ง แนวความคิดนี้สามารถอธิบายถึงความแตกต่างของผู้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้งว่า คนกลุ่มใดตัดสินใจลงคะแนนเสียงเพื่อเป้าหมายอันใดหรือเพื่อผลประโยชน์อะไร

2. ทฤษฎีความสำนึกเชิงเหตุผล (Consciously rational theories)

ทฤษฎีความสำนึกเชิงเหตุผลเน้นที่ปฏิภิกิริยาของความสำนึก ตรรกะตรงของผู้ไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งที่มีต่อนโยบายของพรรคการเมือง สภาพของผู้สมัครรับเลือกตั้ง และค่าบริหารการเลือกตั้ง ลักษณะเหล่านี้เป็นเหมือนกรอบความคิดเชิงเหตุผล (rational framework) ของผู้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้งเหมือนกับการตัดสินใจของผู้บริโภคในทางด้านเศรษฐศาสตร์ แนวความคิดที่สำคัญ คือ Anthony Downs เขียนเรื่อง An Economic Theory of Democracy และ Key ที่เขียนเรื่อง The Responsible Electorate

แนวทางศึกษาพฤติกรรมกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งแนวความสำนึกเชิงเหตุผลนี้ได้นำความคิดทางเศรษฐศาสตร์ที่ว่าด้วยความชอบด้วยเหตุผลของมนุษย์เศรษฐกิจ (economic man) มาใช้ศึกษาการตัดสินใจทางการเมือง แนวทางศึกษานี้เห็นว่าความสำนึกเชิงเหตุผลของบุคคลในเชิงต้นทุนและผลประโยชน์ที่ได้รับ (cost-benefit) เป็นตัวกำหนดที่สำคัญของพฤติกรรมกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง ตัวแบบนี้จึงมีชื่อเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า “ตัวแบบการเลือกโดยเหตุและผล” หรือ “The Rational Choice Model” มุมมองเชิงเศรษฐศาสตร์ดังกล่าวนี้ตั้งอยู่บนฐานคติที่สำคัญ 3 ประการ คือ²⁹

1. แนวทางศึกษานี้ถือว่าการลงคะแนนเสียงเป็นเครื่องมือที่จะนำมาซึ่งผลประโยชน์หรือเป้าหมายที่ประชาชนต้องการ ดังนั้น การตัดสินใจลงคะแนนของผู้ลงคะแนนเสียงจะพิจารณาจากผลประโยชน์ของตนเป็นที่ตั้ง

2. แนวทางศึกษานี้ให้ความสำคัญกับเป้าหมายทางการเมืองกล่าวคือ การลงคะแนนเสียงของผู้ลงคะแนนเสียงนั้นจุดสนใจจะมุ่งไปที่เป้าหมายทางการเมืองของผู้ลงคะแนนเสียง

3. แนวทางศึกษานี้ถือว่าการตัดสินใจลงคะแนนเสียง ผู้ลงคะแนนจะกระทำอย่างละเอียดรอบคอบ ระมัดระวังโดยใช้ข่าวสารที่มากเพียงพอ

ตามแนวทางศึกษานี้ ผู้ลงคะแนนเสียงถือเป็นผู้มีเหตุผล (rational voter) กล่าวคือ เมื่อผู้ลงคะแนนเสียงยอมรับว่าจะต้องมีการตัดสินใจ ผู้ลงคะแนนเสียงจะกำหนดจุดมุ่งหมายหรือ

²⁹ Martin Harrop and William L. Miller, Elections and Voters : A Comparative Introduction (Hampshire: Macmillan Education, 1987), pp. 145-146.

หลักเกณฑ์ในการที่จะคัดเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งที่ตนเองพอใจมากที่สุด เมื่อผู้ลงคะแนนได้รับข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับผู้สมัครรับเลือกตั้งหรือเกี่ยวกับพรรคการเมืองที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งสังกัดอยู่ ผู้ลงคะแนนก็จะประเมินข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับผู้สมัครรับเลือกตั้งหรือเกี่ยวกับพรรคการเมืองที่ผู้สมัครรับเลือกตั้งสังกัดอยู่ว่าสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายหรือหลักเกณฑ์ที่ตนกำหนดไว้หรือไม่ และลงคะแนนให้กับผู้สมัครที่มีคุณสมบัติสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายของตนมากที่สุด โดยที่ผู้ลงคะแนนบางคนให้ความสำคัญกับคุณสมบัติส่วนตัวของผู้สมัครรับเลือกตั้งและบางคนให้ความสำคัญกับนโยบายของพรรคการเมือง กล่าวโดยย่อแนวทางศึกษานี้เห็นว่า ผู้ลงคะแนนเสี่ยงรู้ว่าผลประโยชน์ของตนเองคืออะไร สามารถประเมินได้ว่าผู้สมัครจะให้ประโยชน์แก่ตนเพียงใด และลงคะแนนเสี่ยงตามผลที่ได้ประเมินนั้น ผู้ลงคะแนนจะลงคะแนนเมื่อการลงคะแนนนั้นให้ผลลัพธ์คุ้มค่ากับการลงทุน³⁰

แนวทางการศึกษานี้ที่น่าสนใจ คือ แนวความคิดของ Anthony Downs ซึ่งมีสมมติฐานของแนวการวิเคราะห์การตัดสินใจลงคะแนนเสี่ยงเลือกตั้ง ว่าทุกคนเป็นผู้มีเหตุผลดังนั้นทุกคนจะตัดสินใจอย่างมีเหตุผลเสมอ โดยได้เสนอนิยามการตัดสินใจอย่างเป็นเหตุเป็นผลไว้ดังนี้³¹

1. สามารถตัดสินใจได้เสมอเมื่อเผชิญกับทางเลือกต่างๆ ในการตัดสินใจ
2. มีการจัดลำดับทางเลือกต่างๆ ไว้ตามลำดับความสำคัญในทัศนะของผู้ตัดสินใจ
3. การจัดลำดับนี้มีการสับเปลี่ยนลำดับก่อนหลังได้
4. ผู้ตัดสินใจจะเลือกทางที่จัดทำดับไว้สูงสุดเสมอ
5. ในสถานการณ์เหมือนกัน การตัดสินใจจะเหมือนกันเสมอไป

กล่าวได้ว่า ความชอบด้วยเหตุผลเป็นเรื่องราวของกระบวนการปฏิบัติ คือ ผู้ตัดสินใจเลือกทางที่เหมาะสมที่สุดตามลักษณะค่านิยมหรือเป้าหมายของเขา โดยเลือกจากทางเลือกที่จัดลำดับไว้สูงสุด ส่วนผลที่เกิดขึ้นจะเป็นอย่างไรหรือบรรลุเป้าหมายตามที่ผู้ตัดสินใจมุ่งหวังหรือไม่นั้นมิใช่เรื่องสำคัญ อย่างไรก็ตาม เป้าหมายของการตัดสินใจจะต้องเป็นเป้าหมายทาง

³⁰ พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว, “แบบแผนการลงคะแนนเสี่ยงเลือกตั้งของชาวกรุงเทพมหานคร ศึกษาจากการลงคะแนนเสี่ยงเลือกตั้ง ส.ส. พ.ศ.2526 และเลือกตั้งซ่อม พ.ศ. 2528,” (งานวิจัยเสนอต่อโครงการศึกษานโยบายสาธารณะ สมาคมสังคมศาสตร์แห่งประเทศไทย, 2529), หน้า 18.

³¹ Anthony Downs, An Economic Theory of Democracy (New York: Harper & Row, 1957), p. 6.

การเมืองจึงจะถือว่าเป็นการตัดสินใจที่เป็นเหตุเป็นผลทางการเมือง ซึ่ง Downs ได้อธิบายรายละเอียดบางประการไว้ดังต่อไปนี้

หน้าที่ทางการเมืองของการเลือกตั้งในระบอบประชาธิปไตยก็คือการเลือกรัฐบาล ดังนั้น พฤติกรรมที่ชอบด้วยเหตุผลในส่วนที่เกี่ยวกับการเลือกตั้งก็คือพฤติกรรมที่มุ่งไปสู่การเลือกรัฐบาล ตัวอย่างเช่น สมมุติว่าชายคนหนึ่งสนับสนุนพรรค ก เพราะสอดคล้องกับอุดมการณ์ทางการเมืองของตน และต้องการลงคะแนนเลือกสมาชิกพรรคนี้ แต่ภรรยาของเขาบอกว่าต้องไปเลือกพรรค ข ถ้าไม่เลือกจะขอหย่า ในสถานการณ์เช่นนี้ การที่ชายคนนี้ลงคะแนนเสียงให้ผู้สมัครพรรค ข ก็นับว่าเขาตัดสินใจโดยชอบด้วยเหตุผลในแง่ส่วนตัว โดยถือว่าเขายังรักภรรยา และยังไม่เลิกกับภรรยา และในแง่ค่านิยมแล้วภรรยามีค่ามากกว่าพรรค แต่ลักษณะการลงคะแนนเช่นนี้ในวงรอบการศึกษาการเมืองของ Downs เห็นว่าไม่ชอบด้วยเหตุผล เพราะผู้ตัดสินใจสับสนระหว่างเป้าหมายทางการเมืองกับเป้าหมายที่ไม่ใช่การเมือง คือใช้กลไกทางการเมือง (ลงคะแนนเสียง) ไปสู่เป้าหมายที่ไม่ใช่การเมือง (ไม่เลิกกับภรรยา)³²

ตามแนวความคิดของ Downs สรุปได้ว่า การตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้งให้ผู้สมัครคนใดคนหนึ่ง ผู้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้งแต่ละคนจะปฏิบัติอย่างสมเหตุสมผลโดยจะตัดสินใจลงคะแนนเสียงให้ผู้สมัครที่สังกัดพรรคการเมืองที่มีนโยบายสอดคล้องกับผลประโยชน์และค่านิยมของตนเองมากที่สุด การตัดสินใจเลือกพรรคการเมืองใดก็โดยคาดหวังว่าตนจะได้รับประโยชน์หากพรรคการเมืองนั้นได้เป็นรัฐบาล การตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้งดังกล่าว เรียกว่า “rational voter model” ซึ่งเป็นตัวแบบของการลงคะแนนเสียงเพื่อผลประโยชน์ของผู้ลงคะแนนเสียงเอง นั่นคือ ผู้ลงคะแนนเสียงจะต้องตัดสินใจว่า จะไปลงคะแนนเสียงหรือไม่และลงให้ใครตามเหตุผลของตน ทั้งนี้โดยพิจารณาว่าพฤติกรรมใดจะก่อผลประโยชน์ให้ตนมากกว่ากัน ซึ่งตามปกติจะลงคะแนนเสียงให้กับผู้สมัครสังกัดพรรคการเมืองที่มีนโยบายใกล้เคียงกับตนเองที่สุด³³

³² Anthony Downs, *ibid.*, p. 7.

³³ Richard G. Niemi and Herbert F. Weisberg, Controversies in Voting Behavior (Washington DC: Congressional Quarterly, 1984), pp. 11-13.

3. ทฤษฎีจิตวิทยา (Psychology theories)

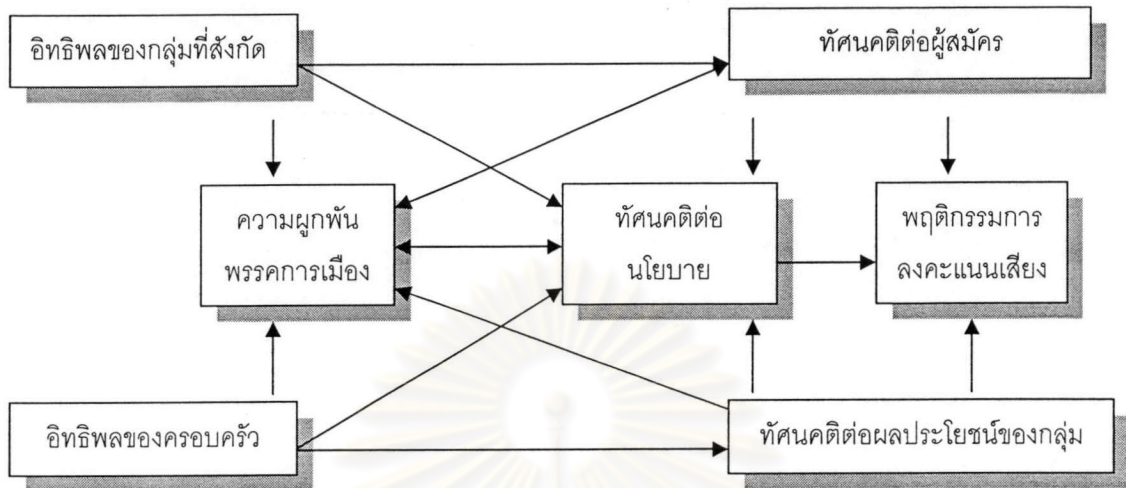
แนวทางการศึกษานี้ให้ความสนใจต่อบัจจัยทางด้านความรู้สึกหรือความผูกพันทางการเมืองที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง ตัวแบบทางจิตวิทยาที่นักรัฐศาสตร์ให้ความสนใจศึกษามาก ได้แก่ พฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งอันเกิดขึ้นจากความผูกพันทางจิตใจต่อพรรคการเมือง ซึ่งเน้นศึกษาอิทธิพลของความผูกพันพรรคการเมือง (party identification)

ความผูกพันพรรคการเมืองคือความจงรักภักดี หรือความเชื่อที่มีต่อพรรคการเมืองใดพรรคหนึ่งคล้ายๆ กับประชาชนเชื่อต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์หรือศาสนาว่าจะสามารถสนองประโยชน์ตามที่ตนต้องการได้ และพร้อมที่จะปฏิบัติตามความเชื่อนั้น ในขณะที่เดียวกันก็จะมี การถ่ายทอดความเชื่อนั้นต่อกันไปในรูปของกระบวนการเรียนรู้ในสังคม

ความผูกพันพรรคการเมือง เป็นเรื่องของสังคมจิตวิทยาของบุคคล เกี่ยวกับทัศนคติ ความเชื่อ และพฤติกรรมที่มีต่อพรรคการเมืองใดพรรคหนึ่ง กล่าวคือ บุคคลมีความรู้สึกพึงพอใจ สนใจ ผักใฝ่ นิยมชมชอบ หรือความรู้สึกเป็นเจ้าของพรรคการเมือง ความรู้สึกเช่นนี้เนื่องมาจากการรับรู้ว่าเป็นพวกเดียวกันหรือกลุ่มเดียวกัน ซึ่งอาจจะเป็นชนชั้นหรืออุดมการณ์ หรือสถานภาพเดียวกับตนก็ได้ ขณะเดียวกันก็เป็นผลมาจากการเรียนรู้ของบุคคลในรูปของกระบวนการกล่อมเกลากทางสังคม โดยจะเริ่มเรียนรู้ความผูกพันตั้งแต่วัยเด็ก โดยมีสถาบันครอบครัวและสถาบันทางสังคมอื่นๆ เป็นตัวสะท้อนให้เห็นถึงการสั่งสมการเรียนรู้ประสบการณ์ทางการเมืองและสังคม

แนวความคิดนี้ระบุว่า ความผูกพันพรรคการเมืองเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจนี้บุคคล กล่าวคือ โดยทั่วไปบุคคลมีแนวโน้มที่จะลงคะแนนให้กับพรรคการเมืองที่ตนมีความผูกพัน แต่บุคคลอาจเปลี่ยนแปลงไปลงคะแนนให้พรรคการเมืองอื่นได้เนื่องมาจากทัศนคติของเขาที่มีต่อประเด็นทางการเมือง อันได้แก่ ทัศนคติต่อผู้สมัคร ทัศนคติต่อนโยบายและทัศนคติต่อผลประโยชน์ของกลุ่ม ซึ่งเป็นปัจจัยช่วงสมัยสั้นๆ (short-term force) อย่างไรก็ตามโดยระยะยาวแล้วบุคคลมีแนวโน้มที่จะลงคะแนนให้กับพรรคการเมืองที่ตนผูกพัน

ซึ่งเป็นปัจจัยระยะยาว (long-term force)³⁴ อิทธิพลของความผูกพันพรรคการเมืองที่มีต่อแบบแผนพฤติกรรมกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งสามารถเขียนเป็นตัวแบบ ดังนี้



ที่มา : นพวัชร สิงห์ศักดิ์, "แบบแผนการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง ส.ส. ของ จ.นครราชสีมา : การวิเคราะห์เชิงภูมิศาสตร์การเลือกตั้ง," (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชา รัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538), หน้า 22.

แผนภาพที่ 2.2 ตัวแบบทางจิตวิทยา

นักรัฐศาสตร์ได้ให้ข้อสรุปทั่วไปเกี่ยวกับคุณลักษณะของความผูกพันพรรคการเมืองไว้ 5 ประการคือ³⁵

1. ผู้ลงคะแนนเสียงส่วนมากมีความชอบพรรคการเมืองใดพรรคการเมืองหนึ่งเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว โดยครอบครัวมีอิทธิพลสูงในเรื่องนี้
2. ความผูกพันพรรคมีผลโดยตรง ทำให้ผู้ลงคะแนนเสียงสนใจข่าวสารทางการเมือง และ รู้ว่าควรลงคะแนนให้พรรคใด และยังมีผลโดยอ้อมต่อการเลือกรับข่าวสารเกี่ยวกับผู้สมัคร นโยบาย และความสัมพันธ์ระหว่างพรรคกับกลุ่มทางสังคมของตน
3. ปกติความผูกพันพรรค จะมีช่วงระยะเวลาคงอยู่อย่างน้อยในช่วงเวลาหนึ่ง จึงไม่เป็นการเปลี่ยนที่ขึ้นลงรวดเร็วเกินไป

³⁴ Martin Harrop and William L. Miller, *ibid.*, p. 132.

³⁵ Martin Harrop and William L. Miller, *ibid.*, pp. 133-134.

4. บุคคลที่มีความผูกพันพรรคการเมืองมักจะกลับมาชอบพรรคเดิม หลังจากที่ได้หันเหไปเลือกพรรคอื่นในบางช่วงสมัยที่มีเหตุการณ์เฉพาะอย่างทำให้การผันแปรเกิดขึ้นในบางครั้ง

5. ความผูกพันพรรคการเมืองทำให้คาดการณ์คะแนนเสียงพื้นฐานได้

ความผูกพันพรรคมีองค์ประกอบหลายประการ บางคนผูกพันพรรคเพราะชอบนโยบายพรรคตรงกับตน หรือชอบบุคลิกภาพของผู้นำ ความผูกพันพรรคมิได้หมายความว่าความเฉพาะการเป็นสมาชิกพรรคการเมืองเท่านั้น แต่รวมถึงการสนับสนุนพรรคในรูปแบบต่าง ๆ อีกด้วย

อย่างไรก็ตามได้เคยมีผู้ศึกษาและสรุปเกี่ยวกับความผูกพันพรรคของคนไทยออกมาว่า การเลือกตั้งของไทยนั้น การลงคะแนนเสียงมักให้ความสำคัญกับผู้สมัครมากกว่าพรรคการเมือง³⁶

กล่าวโดยรวมของทฤษฎีทั้งสาม เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยที่เป็นตัวกำหนด และความสำคัญเชิงเหตุผลที่เกิดขึ้นจากปัจจัยที่มีผลระยะสั้นเฉพาะช่วงสมัย ตลอดจนทฤษฎีทางจิตวิทยาจะพบว่าการใช้ทฤษฎีดังกล่าวจะมีลักษณะเป็นตัวแทนเชิงทำนาย (predictive model)

4. ทฤษฎีการแลกเปลี่ยน (Exchange Theory)

George Homans ได้พัฒนาทฤษฎีการแลกเปลี่ยน โดยเปรียบเทียบกับพฤติกรรมของมนุษย์ ซึ่งไปแตกต่างจากสัตว์โลกชนิดอื่นคือ มนุษย์จะคบหาสมาคมกันอย่างใกล้ชิดหรือไม่ก็ขึ้นอยู่กับสนองตอบความต้องการและทำประโยชน์ช่วยเหลือกันและกันมากน้อยเพียงใด

ความต้องการและผลประโยชน์จึงเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของคนที่อยู่รวมกัน ในด้านเศรษฐกิจ การสูญเสียประโยชน์ การได้รับรางวัลและการได้กำไร เป็นความรู้สึกสำนึกพื้นฐานในการคบหาสมาคม การกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งก็ดี การบริการให้แก่อีกฝ่ายหนึ่งก็ดี คนเราก็จะแสดงพฤติกรรมต่อผู้อื่นที่ซึ่งจะทำให้ตนเองได้รับประโยชน์มากที่สุด ถึงจะสูญเสียอะไรไปบ้างก็เป็นการสูญเสียเพียงเล็กน้อย ผลจากการที่เราได้กระทำอะไรไปแล้ว คือรางวัล หรือกำไรจำนวนมากจากผู้อื่นเป็นการตอบสนอง

³⁶ สุจิต บุญบงการ และพรศักดิ์ ผ่องแผ้ว, อ้างแล้ว, หน้า 184.

ในด้านการแลกเปลี่ยนทางด้านสังคม (social exchange) การคบหาสมาคมกันระหว่างผู้ใหญ่กับผู้น้อย ผู้ปกครองกับผู้อยู่ใต้การปกครองเป็นการแลกเปลี่ยนกับสถานภาพที่สูงขึ้นของตน ในทางตรงกันข้ามผู้ใหญ่อะไรก็จะได้ความยกย่อง ความจงรักภักดีเป็นการตอบแทน³⁷

ส่วน Peter M. Blau นักทฤษฎีการแลกเปลี่ยนอีกคนได้ย้ำว่า สิ่งที่จะได้รับการตอบแทนเป็นสิ่งกระตุ้นให้คนเราคบหาสมาคมกัน นอกจากการแลกเปลี่ยนในระดับปัจเจกชนแล้ว Blau ได้ขยายว่า การกระทำที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม เช่น การจัดสร้างที่พักผู้โดยสารการบริจาคตานในสมัยเลือกตั้ง เป็นต้น ก็ถือว่าการแลกเปลี่ยนที่กว้างออกไปในระดับสังคมด้วย³⁸

ดังนั้น การที่ผู้ไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งไปเลือกผู้สมัครรับเลือกตั้งก็เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนกับทรัพย์สินประโยชน์อย่างอื่น ความยกย่อง ความสะดวกสบาย หรือตำแหน่งหน้าที่ที่คาดว่าจะได้รับ ส่วนผู้สมัครรับเลือกตั้งก็ใช้เงินบ้าง ผลประโยชน์บ้างหรือการยกย่องนับถือว่าเป็นกลุ่มเดียวกันบ้าง หรือตำแหน่งหน้าที่บ้าง ให้แก่ผู้สนับสนุนลงคะแนนให้แก่ตนเป็นการแลกเปลี่ยนกับคะแนนเสียงตนที่ได้รับ

พฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งจึงเกิดขึ้น เพราะเป็นการแสดงออกของผู้ยึดถือระบอบประชาธิปไตย ความมีสำนึกเชิงเหตุผลและปัจจัยตัวกำหนด แต่ประชาชนอีกประเภทหนึ่งไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง เพราะต้องการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ บริการ และเกียรติยศ ชื่อเสียงที่ตนเองจะพึงได้รับสนองตอบจากการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของตนโดยไม่เข้าใจและไม่สนใจในระบอบประชาธิปไตยเลย ประชาชนที่ไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง เพื่อแสดงออกถึงการมีส่วนร่วมทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตย จึงเป็นพวกที่มีอิสระเสรีภาพในการแสดงออกถึงพฤติกรรมของตนเองอย่างแท้จริง ตรงกันข้ามกับประชาชนที่ไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง เพราะต้องการแลกเปลี่ยนกับผลประโยชน์เป็นพวกที่ไม่มีอิสระเสรีภาพในการลงคะแนนเสียง จึงมีการซื้อขายเสียงกันขึ้น ในกลุ่มประชาชนกลุ่มดังกล่าว และเป็นอุปสรรคที่สำคัญยิ่งต่อระบอบประชาธิปไตย

³⁷ Johnson Doyle Paul, Sociological Theory (New York: John Wiley & Son, 1981), pp. 351-352.

³⁸ Johnson Doyle Paul, *ibid.*, p. 362.

พฤติกรรมกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

1. พฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของชาวตะวันตก

Lazarsfeld, Berelson และGaudet³⁹ ได้สรุปเชิงทฤษฎีของพฤติกรรมและการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งหลายประการ เช่น การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งทำให้คนที่ตัดสินใจแล้วว่าเลือกผู้สมัครคนใดเปลี่ยนใจไปเลือกตั้งผู้สมัครคนอื่นมีจำนวนเพียงเล็กน้อยเท่านั้นและในจำนวนที่เปลี่ยนใจไปนั้นเป็นพวกที่ได้รับอิทธิพลจากความกดดันของกลุ่มเลือกตั้งข้างต้นมากกว่าจะเป็นอิทธิพลของประเด็นนโยบายที่ใช้ในการหาเสียง

นอกจากนั้นยังพบว่า มีคนจำนวนเพียงเล็กน้อยเท่านั้นที่มีการสื่อสารติดต่อกับพรรคการเมืองที่ตนไม่สังกัด และที่สำคัญคือ อาชีพ ที่อยู่อาศัยทั้งชนบทและในเมือง ศาสนา และอุปนิสัยการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของบุคคลในอดีตเป็นตัวกำหนดที่สำคัญต่อพฤติกรรมกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของบุคคล ผลการศึกษาข้างต้นสรุปได้ว่า บุคคลมีความนึกคิดทางการเมืองตามฐานะทางสังคมของตน ซึ่งเป็นหลักสำคัญของทฤษฎีว่าด้วยพฤติกรรมกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

Lazarsfeld, Berelson และGaudet กล่าวสรุปผลการศึกษาในส่วนที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนความนิยมพรรคของประชาชนตอนหนึ่งว่า การศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของการนิยมพรรคการเมืองของประชาชนทำให้ทราบอัตราจำนวนของความนิยมพรรคและการเปลี่ยนแปลงการนิยมพรรคในแต่ละช่วงสมัยมีเพียงเล็กน้อย บุคคลพวกนี้ (พวกที่เปลี่ยนความนิยมพรรค) เป็นพวกที่สนใจการเลือกตั้งน้อยที่สุดสนใจรับฟังข่าวสารการเมืองจากสื่อมวลชนน้อยที่สุด ตัดสินใจเลือกใครล่าช้ากว่าพวกอื่น ชักชวนง่ายกว่าพวกอื่น และการชักชวนนั้นต้องทำโดยการติดต่อส่วนบุคคลไม่ใช่ติดต่อโดยประเด็นนโยบายที่ใช้ในการหาเสียงเลือกตั้ง และความเข้าใจที่ว่าบุคคลที่เปลี่ยนใจไปเลือกผู้สมัครอื่นที่ตนไม่นิยมในระหว่างการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งเป็นการตัดสินใจที่ใช้เหตุใช้ผล ใช้สติสัมปชัญญะและถูกชักจูงโดยประเด็นปัญหาที่ใช้ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งเป็นความเข้าใจผิดโดยสิ้นเชิง

³⁹ Paul F. Lazarsfeld, Bernard Berelson and Hazel Gaudet, The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign (New York: Columbia University Press, 1968), pp. 257-291.

Berelson และ Lazarsfeld กล่าวว่า บุคคลมีความนึกคิดทางการเมืองฐานะทางสังคมของตนซึ่งเป็นฐานสำคัญของทฤษฎีที่ว่าด้วยพฤติกรรมกรรมการไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของบุคคลที่ได้พิสูจน์แล้วว่า การตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของบุคคลเป็นไปตามฐานะทางเศรษฐกิจสังคมของเขา หาใช่เพราะประเด็นปัญหาทางการเมืองที่เป็นนโยบายที่นำมาใช้ในการหาเสียงแต่ประการใด

Pomper⁴⁰ กล่าวว่า คนแต่ละวัยนั้นมีอุดมการณ์ทางการเมืองแตกต่างกัน และยังพบว่า คนแต่ละวัยยังมีทัศนคติต่อประเด็นปัญหาทางการเมืองแตกต่างกันด้วย

2. พฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของคนไทย

สุจิต บุญบงการ และ พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว⁴¹ ศึกษาการเลือกตั้งทั่วไปปี พ.ศ. 2522 โดยมุ่งหาข้อสรุปเกี่ยวกับสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมกับการไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง ความสนใจและความรู้สึกทางการเมืองกับการไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง และแบบแผนทั่วไปในการไปลงคะแนนเสียงของคนไทย และได้ศึกษาการเลือกตั้งปี พ.ศ. 2526 โดยศึกษาถึงสภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้ไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง และแบบแผนของการเลือกตั้งโดยทั่วไปด้วยเช่นกัน แต่เพิ่มการค้นหาข้อสรุปของความรู้สึกและทัศนคติที่มีต่อนโยบายของรัฐบาลกับการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งและแบบแผนของการเลือกพรรคการเมืองเข้าด้วยกัน ผลการศึกษาพบว่า

1) ด้านสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม การศึกษาทั้งสองครั้งสอดคล้องกันดังนี้

เพศ เพศชายไปลงคะแนนเสียงโดยตัดสินใจได้เร็วกว่าเพศหญิงเล็กน้อยว่าจะเลือกผู้สมัครคนใด เลือกโดยคำนึงถึงพรรคมากกว่าตัวบุคคลและในการเลือกพรรคใดพรรคหนึ่ง มักคำนึงถึงนโยบายของพรรคมากกว่าผู้ลงคะแนนเพศหญิง และมีความเป็นตัวของตัวเองในการ

⁴⁰Gerald Pomper, Voter's Choice : Varieties of American Electoral Behavior (New York: Dodd Mead, 1972), pp. 415-428.

⁴¹สุจิต บุญบงการ และพรศักดิ์ ผ่องแผ้ว, "รายงานการวิจัยเรื่องพฤติกรรมกรรมการเลือกตั้งของคนไทย : ศึกษาจากการเลือกตั้ง ส.ส. 2522," (ม.ป.ท.: 2525); พฤติกรรมกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของคนไทย (กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2527)

ตัดสินใจเลือกผู้สมัครมากกว่าเพศหญิงเล็กน้อย นอกจากนี้ยังตัดสินใจเลือกผู้หนึ่งผู้ใดได้เร็ว และแน่นอนกว่าเพศหญิงเล็กน้อย

อายุ ผู้ที่มีอายุในวัยกลางคนและวัยหนุ่มสาวมีแนวโน้มเลือกพรรคมากกว่าเลือกตัวบุคคล ส่วนผู้สูงอายุมีแนวโน้มสนใจเลือกตัวบุคคล กลุ่มวัยกลางคน อายุระหว่าง 31-50 ปี มักจะมีแนวโน้มเลือกพรรคหนึ่งพรรคใด โดยคำนึงถึงนโยบายของพรรคมากกว่าผู้สูงอายุหรือผู้ที่อยู่ในวัยหนุ่มสาว

การศึกษา ผู้ที่มีการศึกษาสูง มีแนวโน้มไปลงคะแนนเสียงด้วยความสำนึกในหน้าที่พลเมืองมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย ถูกชักจูงให้ไปลงคะแนนเสียงได้ยากกว่าและมีแนวโน้มตัดสินใจว่าจะเลือกใครได้เร็วและแน่นอนกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มที่จะลงคะแนนโดยคำนึงถึงพรรคมากกว่าตัวบุคคลและให้ความสำคัญในนโยบายของพรรคมากกว่า

อาชีพ ผู้ที่ประกอบอาชีพที่ต้องใช้การศึกษาสูง เช่น ครู อาจารย์ ข้าราชการและนักธุรกิจไปลงคะแนนเสียงโดยสำนึกในหน้าที่ของพลเมืองดีเป็นสิ่งสำคัญ ตัดสินใจเลือกใครได้เร็วกว่าผู้ที่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมหรือกรรมกรเล็กน้อย มีความสนใจเลือกพรรคมากกว่าตัวบุคคล และในการเลือกพรรคหนึ่งพรรคใดมักจะคำนึงถึงนโยบายพรรคเป็นสิ่งสำคัญมากกว่าผู้ประกอบอาชีพที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมต่ำกว่า ส่วนบรรดาผู้ที่ประกอบอาชีพเป็นเกษตรกรและกรรมกร เลือกโดยคำนึงถึงความสามารถของผู้สมัครที่จะทำประโยชน์ให้กับตนเป็นสิ่งสำคัญ

ที่อยู่อาศัย ผู้ที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และในเขตเมืองมีแนวโน้มไปลงคะแนนเสียงด้วยเห็นว่าเป็นหน้าที่พลเมืองดีมากกว่าผู้ที่อยู่ในเขตชนบท ให้ความสำคัญแก่พรรคและนโยบายของพรรคมากกว่าตัวผู้สมัคร และตัดสินใจล่วงหน้าได้ว่าจะเลือกผู้สมัครคนใด มักจะคำนึงถึงพรรคและนโยบายของพรรคมากกว่าตัวผู้สมัคร

ส่วนผู้ที่มีสถานะทางเศรษฐกิจสังคมต่ำ มีการศึกษาน้อย และอยู่ในชนบท ในการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งมักจะคำนึงถึงผู้สมัครมากกว่าพรรค และให้ความสำคัญกับความสามารถของผู้สมัครในการช่วยเหลือสงเคราะห์ท้องถิ่นของตนมากกว่านโยบาย นอกจากนี้ยังมีโอกาสที่จะไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งโดยการรับเร้าชักจูงจากผู้อื่น รวมทั้งเจ้าหน้าที่ของรัฐบาลมากกว่าผู้ที่อยู่ในสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมสูง

2) ด้านความรู้สึกทางการเมือง

ผู้ไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งที่มีความพอใจในการทำงานของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรมีมากกว่าผู้ที่ไม่พอใจเพียงเล็กน้อย ผู้ที่ไม่พอใจในการทำงานของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ได้แก่ ผู้ที่มีการศึกษาสูงที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนผู้ที่มีความพอใจส่วนใหญ่ ได้แก่ ผู้ที่มีการศึกษาน้อย มีอาชีพเป็นเกษตรกร และอาศัยอยู่ในชนบท ส่วนความคาดหวังว่าต้องการให้สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรปฏิบัติหน้าที่อย่างไร ผู้ไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งส่วนใหญ่ต้องการให้สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรเป็นปากเป็นเสียงแทนตน โดยเฉพาะผู้ลงคะแนนเสียงในชนบท ส่วนผู้ที่ลงคะแนนเสียงที่ต้องการให้สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรเข้าไปควบคุมการทำงานของรัฐบาลนั้นมีอยู่ไม่มากนัก ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีการศึกษาสูงและอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

ดังนั้น ผู้ที่ไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งจึงมีทั้งผู้ที่มีความพอใจและไม่พอใจต่อการปฏิบัติหน้าที่ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความรู้สึกดังกล่าวต่อการปฏิบัติหน้าที่ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรยังไม่มีอิทธิพลมากพอที่จะผลักดันให้ประชาชนเหล่านั้นไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

3) ด้านพรรคการเมืองกับพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง

ผู้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง ในเขตกรุงเทพมหานครมีแนวโน้มเลือกผู้สมัครเป็นพรรค แต่ในชนบทมีแนวโน้มเลือกตัวบุคคลโดยไม่คำนึงถึงพรรคเท่าใดนัก โดยเฉพาะในส่วนอิทธิพลของหัวหน้าพรรคนั้นชื่อเสียงและความนิยมในตัวหัวหน้าพรรคการเมืองพรรคหนึ่งพรรคใดทำให้พรรคนั้นได้เปรียบในการสร้างความนิยมในหมู่ผู้เลือกตั้งโดยเฉพาะในเขตที่พรรคนั้นไม่ได้รับเสียงสนับสนุนอย่างมั่นคงมาก่อน แต่ถ้าพรรคใดได้รับความนิยมมาแล้ว ชื่อเสียงและความนิยมในตัวหัวหน้าพรรคไม่เป็นปัจจัยสำคัญ ในเขตชนบทชื่อเสียงและความนิยมของผู้สมัครมีความสำคัญมากกว่าชื่อเสียงของหัวหน้าพรรค นอกจากนั้นนโยบายและประเด็นปัญหาการเมืองยังไม่เป็นปัจจัยผลักดันให้ผู้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้งตัดสินใจลงคะแนนเสียงให้แก่พรรคใดพรรคหนึ่งอย่างเด่นชัด

สุจิต บุญบงการ และพรรคศักดิ์ ผ่องแผ้ว ได้สรุปแบบแผนพฤติกรรมการเลือกตั้งของคนไทยไว้ดังนี้

1) คนไทยไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งด้วยความสำนึกว่าเป็นหน้าที่มากกว่าการแสดงออกถึงความต้องการเปลี่ยนแปลงรัฐบาลหรือควบคุมรัฐบาลหรือเพื่อให้คนที่ตนพอใจเข้าไปทำงาน คนไทยส่วนใหญ่ยังเห็นว่าสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรมีหน้าที่หรือบทบาทเพียงเพื่อเป็นปากเป็นเสียงแทนตนเท่านั้น แสดงให้เห็นว่าผู้ไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งเห็นความสำคัญของการเลือกตั้งเช่นกัน แต่ไม่มากนักคือ เห็นว่าเป็นเพียงการเลือกตั้งตัวแทนเท่านั้น ไม่ใช่เป็นการเลือกรัฐบาล การเลือกตั้งจึงไม่ใช่เรื่องที่เกิดจากความรู้สึกที่ว่าตนเองมีอิทธิพล มีอำนาจหรือประสิทธิภาพทางการเมือง (political efficacy) ที่จะผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในรัฐบาล ในนโยบายของรัฐบาลหรือเพื่อให้ผู้ที่ตนพอใจได้รับการเลือกตั้งเข้าไปทำงาน การไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งจึงเป็นเรื่องของการปฏิบัติตามหน้าที่ของพลเมือง ซึ่งโอกาสที่จะถูกชักจูงไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งย่อมเป็นไปได้ง่าย เป็นลักษณะของการมีส่วนร่วมทางการเมืองแบบถูกระดม (mobilized participation)

2) เมื่อไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งเพราะความสำนึกในหน้าที่ ความรู้สึกไม่พอใจต่อการปฏิบัติหน้าที่ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจึงไม่มีผลทั้ง ๆ ที่ความพอใจการทำงานหรือบทบาทของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรมีอยู่พอสมควร

3) ผู้ที่มีการศึกษาสูงในระดับมหาวิทยาลัย มีฐานะทางเศรษฐกิจปานกลางขึ้นไปและอาศัยอยู่ในเขตชุมชนนครหลวงจะไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งโดยความสำนึกในหน้าที่พลเมืองสูง ส่วนผู้ที่อยู่ในชนบทและการศึกษาน้อย มีฐานะทางเศรษฐกิจต่ำไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งโดยความสำนึกในหน้าที่พลเมืองน้อยกว่าตัดสินใจเลือกใครได้ช้ากว่าเล็กน้อยและเลือกโดยคำนึงถึงตัวผู้สมัครเป็นสำคัญ

4) ผู้ที่มีการศึกษาสูงและอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร มีฐานะเศรษฐกิจปานกลางขึ้นไปมีแนวโน้มเลือกพรรคใดพรรคหนึ่งค่อนข้างเป็นประจำแต่ก็ยังไม่มีการเมืองที่มีฐานสนับสนุนที่มั่นคงในหมู่ผู้เลือกตั้งกลุ่มหนึ่งกลุ่มใด ทั้งนี้เพราะผู้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้งเปลี่ยนความนิยมพรรคอยู่เสมอ ชื่อเสียงและความนิยมในตัวหัวหน้าพรรคมีส่วนช่วยให้พรรคได้รับความนิยมจากผู้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้งแต่ไม่เสมอไปนัก ชื่อเสียงของพรรคเองก็มีส่วนอยู่ด้วย

เฉพาะพรรคที่มีชื่อเสียงมานาน แต่สำหรับในเขตชนบทตัวผู้สมัครมีความสำคัญมากกว่าหัวหน้าพรรค

จากแนวความคิดทฤษฎีและผลงานต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่าการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของผู้มีสิทธิเลือกตั้งในการเลือกผู้สมัครคนใดคนหนึ่งนั้น เป็นการตัดสินใจที่มีเหตุผลอย่างใดอย่างหนึ่งอันเนื่องมาจากสถานภาพทางเศรษฐกิจสังคมของเขา รวมทั้งความสัมพันธ์ที่เขาต่อคนอื่น ๆ ในสังคม และผู้สมัครหรือพรรคการเมืองก็พยายามที่จะเสนอสิ่งอันควรเป็นประโยชน์ให้แก่ผู้มีสิทธิเลือกตั้งในรูปแบบต่าง ๆ ที่เชื่อว่าจะสามารถทำให้ผู้มีสิทธิเลือกตั้งพึงพอใจ รวมทั้งอาศัยสถานภาพทางเศรษฐกิจสังคมของตัวเองและความสัมพันธ์ที่เขามีต่อบุคคลอื่น ๆ โน้มน้าวให้ผู้มีสิทธิเลือกตั้งตัดสินใจลงคะแนนเสียงแก่เขา ดังนั้น การเลือกตั้งจึงเป็นช่องทางในการมีส่วนร่วมทางการเมืองที่ชัดเจน โดยเฉพาะในปัจจุบันที่มีการใช้การสื่อสารสองทางที่ทันสมัยในการหาเสียงอย่างกว้างขวาง เช่น สื่ออินเทอร์เน็ต จึงเป็นช่องทางที่ประชาชนจะเข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองได้ง่ายที่สุด

แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง

การมีส่วนร่วมทางการเมือง เป็นกิจกรรมที่สำคัญของกระบวนการทางการเมืองและเป็นความจำเป็นสำหรับการเมืองทุกระบบ เนื่องจากรูปแบบการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนโดยเฉพาะการเสนอข้อเรียกร้องและการสนับสนุนจะเป็นสิ่งซึ่งแสดงออกถึงการดำรงอยู่ของระบบการเมืองหรือทำให้ระบบการเมืองอยู่ในสภาวะดุลยภาพได้ หากกระบวนการเมืองปราศจากสิ่งเหล่านี้แล้วก็ไม่สามารถดำรงอยู่ได้

การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในประเทศประชาธิปไตยนั้น นับได้ว่าเป็นเรื่องสำคัญยิ่ง เพราะจะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงนโยบายของรัฐและตัวผู้บริหารหรือรัฐบาลได้ ซึ่งนับได้ว่าเป็นการมีส่วนร่วมทางการเมืองอย่างแท้จริง ซึ่งแตกต่างไปจากการมีส่วนร่วมทางการเมืองในประเทศเผด็จการที่มักเป็นเพียงรูปแบบและเป็นไปเพื่อสนับสนุนระบบการเมืองหรือสอดคล้องกับเจตจำนงของผู้บริหารหรือรัฐบาลเป็นสำคัญ

ความหมายของการมีส่วนร่วมทางการเมือง

Huntington และ Nelson⁴² กล่าวว่า การมีส่วนร่วมทางการเมือง หมายถึง กิจกรรมที่พลเมืองกระทำเพื่อจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของรัฐบาล โดยกำหนดขอบเขตไว้ว่า เป็นการกระทำกิจกรรมทางการเมืองของคนธรรมดา ซึ่งอาจจะมีลักษณะเป็นช่วง ๆ ไม่ต่อเนื่อง และอาจจะเป็นบทบาทรองจากบทบาทอื่น นอกจากนั้นยังมีจุดมุ่งหมายเพื่อจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของรัฐบาล ซึ่งเป็นผู้มีความชอบธรรมในการตัดสินใจแบ่งสรรสิ่งที่มีคุณค่าซึ่งมีอยู่อย่างจำกัดในสังคม ทั้งนี้ไม่ว่าการกระทำนั้นจะสัมฤทธิ์ผลหรือไม่ และการมีส่วนร่วมทางการเมืองนั้นอาจเป็นไปได้ด้วยความสำนึกของตนเองหรือถูกชักจูงให้เข้าร่วมก็ได้

Verba, Nie และ Kim⁴³ กล่าวว่า การมีส่วนร่วมทางการเมืองเป็นกิจกรรมต่าง ๆ ที่ชอบด้วยกฎหมาย ซึ่งประชาชนกระทำโดยมีเป้าหมายเพื่อให้มีอิทธิพลต่อการคัดเลือกเจ้าหน้าที่ของรัฐบาลหรือภารกิจต่าง ๆ ที่รัฐบาลจะกระทำ

นอกจากนี้ Verba, Nie และ Kim ยังแยกให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างการมีส่วนร่วมทางการเมืองแบบประชาธิปไตย (democratic participation) กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองแบบพิธีการหรือเพื่อสนับสนุนรัฐ (ceremonial of support participation) ว่าการมีส่วนร่วมทางการเมืองแบบแรกจะเน้นที่การกระทำของประชาชนส่วนใหญ่ เพื่อหวังผลและอิทธิพลต่อการดำเนินงานของรัฐบาล ส่วนการมีส่วนร่วมทางการเมืองแบบที่สองหมายถึง การที่ประชาชนมีส่วนร่วมในลักษณะที่เป็นการเร้าระดมโดยรัฐ เพื่อให้ประชาชนเข้าร่วมในกิจกรรมของรัฐ ซึ่งอาจไม่ได้เป็นไปตามความสมัครใจ

ความหมายต่าง ๆ ที่กล่าวมานี้สามารถสังเกตได้ว่าจะเน้นการเมืองที่อยู่ในระบอบประชาธิปไตยผ่านระบบตัวแทน ซึ่งมีเป้าหมายอยู่ที่การเลือกผู้นำตลอดจนการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของรัฐบาล ซึ่งประชาชนจะมีส่วนร่วมได้ก็โดยผ่านกลไกหรือรูปแบบที่รัฐกำหนดขึ้น การมีส่วนร่วมทางการเมืองในความหมายเหล่านี้ จึงมีรัฐเป็นศูนย์กลาง

⁴²Samuel P. Huntington and John M. Nelson, No Easy Choice : Political Participation in Developing Countries (Cambridge: Harvard University Press, 1982), p. 4.

⁴³Sidney Verba, Norman H. Nie and Kim Jae-On, Participation and Political Equality : A Seven Nation Comparison (London: Cambridge University Press, 1978), p. 46.

Scaff⁴⁴ กล่าวถึงการมีส่วนร่วมทางการเมืองไว้ 2 แนวทาง กล่าวคือ แนวทางที่หนึ่ง อธิบายการมีส่วนร่วมทางการเมืองในฐานะการกระทำเพื่อเป็นเครื่องมือไปสู่เป้าหมาย ซึ่งจะเน้นในความเกี่ยวพันของอิทธิพลและอำนาจเป็นการแบ่งปันอำนาจทางการเมือง การเมืองในที่นี้จึงเป็นเรื่องของการต่อสู้เพื่อให้ได้มาซึ่งทรัพยากรทางอำนาจอันทรงคุณค่า ในขณะที่แนวที่สองได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมทางการเมืองในฐานะของการปฏิสังสรรค์ ซึ่งเน้นความคิดในฐานะที่บุคคลเป็นสมาชิกของสังคม เป็นผู้ตระหนักตนในฐานะพลเมืองที่จะต้องมีส่วนได้รับความเป็นธรรม และมีแนวทางในการปฏิบัติตนต่อส่วนรวมในฐานะพลเมืองดี การเมืองในแนวทางนี้จึงเป็นชุดของกิจกรรมและความสัมพันธ์ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการดำรงอยู่ของสังคม ส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือระหว่างบุคคลกับกลุ่มสังคม และกระตุ้นให้มีการแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อมวลชน

แนวคิดที่สองนี้ มีความคล้ายคลึงกับแนวคิดวัฒนธรรมชุมชนในสังคมไทย ซึ่งให้ความหมายของการเมืองไว้ว่า คือ การร่วมกันคิด ร่วมกันทำ เพื่อประโยชน์ของส่วนรวม เป็นการเมืองเพื่อความสมัคสมานมากกว่าเพื่อการแข่งขัน แดกแยก ขัดแย้ง⁴⁵ การมีส่วนร่วมทางการเมืองในความหมายนี้สอดคล้องกับแนวคิด “ประชาสังคม”

รูปแบบของการมีส่วนร่วมทางการเมือง

รูปแบบของการมีส่วนร่วมทางการเมืองมีหลายประการ โดยบุคคลอาจจะเข้าร่วมในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งหรือหลายรูปแบบก็ได้ นักวิชาการแต่ละท่านได้จัดแบ่งรูปแบบของการมีส่วนร่วมทางการเมืองไว้ต่าง ๆ กัน ขึ้นอยู่กับการให้คำจำกัดความหรือนิยามนั้น ๆ

Almond และ Powell⁴⁶ ได้แบ่งรูปแบบของการมีส่วนร่วมทางการเมืองออกเป็น 2 รูปแบบใหญ่ คือ แบบที่ทำกันทั่วไป (conventional) และ แบบแตกต่างจากที่ทำกันทั่วไป (unconventional) และในแต่ละรูปแบบได้แบ่งแยกย่อย ดังนี้

⁴⁴ Lawrence A. Scaff, "Two Concepts of Political Participation," Western Political Quarterly 28 (September 1975) : 454-455. อ้างใน อภิชาติ การิกาญจน์, อ้างแล้ว, หน้า 15.

⁴⁵ เอนก เหล่าธรรมทัศน์, ประชาสังคม : ทรรศนะนักคิดในสังคมไทย ชูชัย ศุภวงศ์ และ ยุวดี คาดการณ์ไกล, บรรณาธิการ (กรุงเทพฯ: มติชน, 2540), หน้า 7.

⁴⁶ Gabriel A. Almond and Bingham G. Powell, Comparative Politics Today : A World View (New York: Harper Collins, 1996), pp.145-148.

ตารางที่ 2.2 รูปแบบการมีส่วนร่วมทางการเมืองตามแนวคิดของ Almond และ Powell

แบบที่ทำกันทั่วไป	แบบแตกต่างจากที่ทำกันทั่วไป
1. การไปใช้สิทธิเลือกตั้ง	1. การยื่นข้อเรียกร้อง
2. การพูดคุยถกเถียงทางการเมือง	2. การเดินขบวนประท้วง
3. การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง	3. การเผชิญหน้าต่อผู้
4. การจัดตั้งและการเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่ม	4. การละเมิดกฎระเบียบของสังคม
5. การติดต่อเป็นส่วนตัวกับเจ้าหน้าที่	5. การใช้ความรุนแรงทางการเมือง
	5.1 การประท้วงร้ายต่อทรัพย์สิน
	5.2 การประท้วงร้ายต่อบุคคล
	6. สงครามกองโจรและปฏิวัติรัฐประหาร

Kim⁴⁷ ได้จำแนกรูปแบบการมีส่วนร่วมทางการเมืองเป็น 2 มิติใหญ่ ๆ ตามคำจำกัดความของนักวิชาการหลายท่าน อาทิ Verba - Nie เป็นแบบที่ 1 และแบบที่ 2 Milbrath - Goel ซึ่งมีขอบเขตกว้างที่สุดอยู่ในทั้ง 4 แบบ ดังนี้

ตารางที่ 2.3 รูปแบบการมีส่วนร่วมทางการเมืองตามแนวคิดของ Kim

แบบที่ทำกันทั่วไป	แบบแตกต่างจากที่ทำกันทั่วไป
แบบที่ 1	แบบที่ 2
การไปใช้สิทธิเลือกตั้ง	กิจกรรมที่ทำทลายกฎหมาย
การพูดคุยถกเถียงทางการเมือง	การเดินขบวน
การเข้าร่วมกลุ่มทางการเมือง	การนั่งชุมนุมประท้วง
การเข้าร่วมโดย	การนัดหยุดงาน
ความสมัครใจ	การก่อวินาศกรรม
การติดต่อเจ้าหน้าที่ทางการเมือง	การเผชิญหน้าต่อผู้
การหาตำแหน่งทางการเมือง	พฤติกรรมรุนแรงทางการเมือง
	การลอบสังหาร
	การลอบวางเพลิง

⁴⁷ Kim Jae-On, *ibid.*, p. 5.

		การลักพาตัว
		สงครามกองโจร
		การก่อการปฏิวัติ
	แบบที่ 3	แบบที่ 4
การเข้าร่วมโดย	การไปใช้สิทธิเลือกตั้ง	การเข้าไปมีส่วนร่วมในกลุ่มพลัง
ไม่สมัครใจ	การเข้าร่วมกลุ่มทางการเมือง	ต่าง ๆ ที่มุ่งทำลายทางการเมือง
	การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง	
	การเข้าร่วมชุมนุมต่าง ๆ	

การจำแนกรูปแบบทางการเมืองในลักษณะ แบบที่ทำกันทั่วไป และ แบบแตกต่างจากที่ทำกันทั่วไป ตามรูปแบบของ Almond และ Powell กับ Kim เช่นนี้ กล่าวได้ว่า ยังคงมีลักษณะของการยึดรัฐหรือฝ่ายปกครองเป็นศูนย์กลาง โดยเรียกการมีส่วนร่วมทางการเมืองอย่างเป็นทางการ ชอบด้วยกฎหมายตามระบบการเมืองว่า แบบที่ทำกันทั่วไป ในขณะที่รูปแบบการมีส่วนร่วมใดที่ไม่เป็นทางการ และทำทลายกฎหมายหรืออำนาจของฝ่ายปกครองเรียกว่า แบบแตกต่างจากที่ทำกันทั่วไป

โดยสรุปแล้วหากพิจารณาแนวคิด ทฤษฎีการมีส่วนร่วมทางการเมือง จะพบได้ว่าการมีส่วนร่วมทางการเมืองนั้นอาจแสดงออกได้ในหลายรูปแบบต่าง ๆ กันทั้งในความหมายในวงแคบ อาทิเช่น รูปแบบการมีส่วนร่วมทางการเมืองเฉพาะกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเลือกตั้งเท่านั้น ได้แก่ การไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง การสนับสนุนและช่วยเหลือทางการเงินในการรณรงค์หาเสียง และการไปร่วมชุมนุมฟังการหาเสียงเลือกตั้ง เป็นต้น⁴⁸ ส่วนรูปแบบการมีส่วนร่วมทางการเมืองในการวิจัยครั้งนี้ จะแบ่งประเภทหรือรูปแบบของการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนออกเป็น 6 รูปแบบด้วยกัน ดังนี้⁴⁹

⁴⁸ John P. Robinson, Jerald G. Rusk and Kendra B. Head, Measures of Political Attitudes (Michigan: The Institute for School Research, The University of Michigan, 1968), p. 433.

⁴⁹ Lester W. Milbrath and M.L. Goel, Political Participation : How and Why Do People Get Involved in Politics (Chicago : Rand McNally Company, 1977), pp. 12-19.

1. การเลือกตั้ง เป็นรูปแบบการมีส่วนร่วมทางการเมืองที่สามารถแยกกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการณรงค์หาเสียงและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับพรรคการเมืองออกจากกิจกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองในรูปแบบอื่น ๆ การลงคะแนนเสียงไม่จำเป็นต้องอาศัยการสื่อสาร และแรงจูงใจมากเหมือนกิจกรรมทางการเมืองอื่น ที่ไปลงคะแนนเสียง ๆ ผู้ที่ไปลงคะแนนเสียง อาจไม่เข้าไปเกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในรูปแบบอื่นก็ได้ ในทางกลับกันผู้ที่มีส่วนร่วมทางการเมืองอย่างกระตือรือร้นในรูปแบบอื่น ก็อาจไม่ไปลงคะแนนเสียงก็ได้

2. การเป็นเจ้าหน้าที่พรรคการเมืองและผู้รณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง เป็นการเข้าร่วมในพรรคการเมืองทั้งในช่วงระหว่างการเลือกตั้งและในการรณรงค์หาเสียง การบริจาคเงินช่วยเหลือแก่พรรคและผู้สมัครรับเลือกตั้ง การชักชวนประชาชนไปลงทะเบียนเพื่อสิทธิในการลงคะแนนเสียง การเข้าร่วมและสนับสนุนพรรคการเมือง การพยายามชักชวนประชาชนให้ลงคะแนนเสียงแก่พรรคหรือผู้สมัครที่ตนชอบ การลงสมัครรับเลือกตั้ง การมีส่วนร่วมทางการเมืองดังกล่าวนี้เป็นแบบแผนของความสัมพันธ์ขั้นต้นระหว่างปัจเจกชนกับรัฐ ซึ่งการเข้าร่วมในกิจกรรมดังกล่าวต้องอาศัยความตื่นตัวและความสนใจอย่างแท้จริง บุคคลที่มีส่วนร่วมทางการเมืองตามรูปแบบนี้ จัดเป็นพวกที่ขึ้นเวทีต่อสู้ทางการเมือง ในขณะที่คนส่วนมากจะมีบทบาทเป็นเพียงผู้เฝ้าดูคอยตัดสินว่าใครจะเป็นผู้ชนะด้วยการลงคะแนนให้คนที่ตนชอบ

3. การเป็นผู้มีบทบาทในชุมชน เป็นการเข้าร่วมในการก่อตั้งกลุ่มเพื่อแก้ปัญหาของสังคมหรือร่วมมือกับกลุ่มต่าง ๆ ที่มีอยู่แล้ว เพื่อมีบทบาทเกี่ยวกับกิจกรรมสาธารณะ หรือติดต่อกับทางราชการในเรื่องปัญหาสังคม ผู้ที่มีบทบาทในชุมชนจึงเป็นผู้ที่มีความกระตือรือร้นสูงและมีระดับความผูกพันทางใจกับชุมชนสูง อย่างไรก็ตาม ผู้มีบทบาทในชุมชนนี้แตกต่างจากเจ้าหน้าที่พรรคและเจ้าหน้าที่รณรงค์หาเสียงในแง่ที่มีความเกี่ยวข้องในพรรคการเมืองและการช่วยรณรงค์หาเสียงน้อยกว่าเจ้าหน้าที่พรรคและเจ้าหน้าที่รณรงค์หาเสียงดังกล่าวมาแล้ว

4. การติดต่อกับทางราชการ เป็นกิจกรรมที่เป็นเรื่องเฉพาะเจาะจงของบุคคล ซึ่งจะมีผลโดยตรงต่อบุคคลนั้นเองเท่านั้น เช่น การติดต่อกับราชการเรื่องภาษี การทำถนน การติดต่อขอรับสวัสดิการสังคม ฯลฯ อย่างไรก็ตามนักวิชาการบางท่านมองว่า การมีส่วนร่วมทางการเมือง

เมืองตามรูปแบบนี้ เกือบจะไม่ใช้การมีส่วนร่วมทางการเมืองตามความหมายที่แท้จริง⁵⁰ แต่เป็นเพียงการมีส่วนร่วมทางการเมืองแบบคับแคบ (parochial participation) หรือการติดต่อเฉพาะเรื่อง (particularized contacting) เท่านั้น

5. การเป็นผู้ประท้วง หมายถึง การเข้าร่วมเดินขบวนตามถนน หรือการก่อจลาจลในกรณีที่ทำเป็นเพื่อบังคับให้รัฐเข้าแก้ไขบางสิ่งบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับการเมืองให้ถูกต้อง รวมถึงการประท้วงอย่างแข็งขันและเป็นไปอย่างเปิดเผยต่อกรณีที่รัฐบาลกระทำในสิ่งที่ผิดศีลธรรม การให้ความเอาใจใส่กับการชุมนุมประท้วง การเข้าร่วมกลุ่มประท้วงรัฐบาลและการปฏิเสธการยอมรับกฎหมายที่ไม่ยุติธรรม

6. การเป็นผู้สื่อสารทางการเมือง หมายถึง การเป็นผู้ติดตามข่าวสารทางการเมืองอยู่เสมอ การส่งข่าวสารแสดงการสนับสนุนให้แก่ผู้นำทางการเมืองเมื่อเขาทำในสิ่งที่ดีและถูกต้อง หรือส่งคำคัดค้านไปให้เมื่อเขากระทำสิ่งที่เลวร้าย การเข้าร่วมถกปัญหาการเมือง การให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการเมืองแก่เพื่อนในชุมชนที่อาศัยอยู่ การให้ความสนใจกับทางราชการและการเขียนจดหมายถึงบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ ผู้ที่เข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองในรูปแบบนี้ มักจะเป็นผู้ที่มีการศึกษาสูง มีข้อมูลเกี่ยวกับการเมืองมากและมีความสนใจทางการเมืองมากด้วย ผู้สื่อสารทางการเมืองเหล่านี้จะวิพากษ์วิจารณ์รัฐบาลมากกว่าบรรดาเจ้าหน้าที่ของพรรคการเมืองหรือผู้รักชาติ แต่จะไม่แสดงออกด้วยกิจกรรมการประท้วง

Milbrath และ Goel⁵¹ ยังอธิบายว่า การมีส่วนร่วมทางการเมืองอาจมองได้ทั้งในระดับมหภาคและระดับจุลภาค กล่าวคือ ในระดับมหภาคจะเน้นหน่วยทางสังคมขนาดใหญ่ เช่น ชาติเป็นหน่วยวิเคราะห์ ส่วนระดับจุลภาคเน้นปัจเจกบุคคลและพฤติกรรมด้านการเมืองของเขาเป็นหน่วยวิเคราะห์ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความเข้าใจว่า ทำไมปัจเจกชนหรือกลุ่มชนจึงเข้าร่วมและไม่เข้าร่วมทางการเมือง เข้าร่วมเพื่ออะไรและอย่างไร โดยทั้งสองท่านจะเน้นการศึกษาในระดับจุลภาคมากกว่าระดับมหภาค ตามแนวความคิดของ Milbrath และ Goel ได้แบ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับการมีส่วนร่วมทางการเมืองเป็น 4 ประเภท ได้แก่

⁵⁰ Sidney Verba and Norman H. Nie, Participation in America : Political Democracy and Social Equality (New York: Harper & Row, 1972), pp. 26-44.

⁵¹ Lester W. Milbrath and M.L.Goel, *ibid.*, p. 5.

1. **สิ่งเร้าทางการเมือง (political stimulate)** Milbrath และ Goel อธิบายว่า ก่อนที่ การกระทำทางการเมืองจะเกิดขึ้นได้นั้นบุคคลจะต้องค่อย ๆ ได้รับความเร้าจากสิ่งแวดล้อม สิ่งเร้าทางการเมืองนี้ เช่น การพูดคุยเกี่ยวกับการเมือง การได้รับข่าวสารข้อมูลได้ง่าย หรืออยู่ในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางการเมืองบางรูปแบบ เป็นต้น ซึ่งทั้งสองได้รวบรวมผลศึกษา ของนักวิชาการหลายท่านและในหลายประเทศ พบว่า

1.1 ยิ่งบุคคลที่ได้รับสิ่งเร้าทางการเมืองมากเท่าใด เขายังมีแนวโน้มว่าจะเข้ามีส่วนร่วมทางการเมือง และจะเข้าร่วมในลักษณะที่ลึกมากขึ้นเท่านั้น

1.2 บุคคลที่เข้ามีส่วนร่วมในการพูดคุยเกี่ยวกับการเมืองอย่างไม่เป็นทางการ จะมีแนวโน้มว่าจะไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง และเข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองในรูปแบบอื่น ๆ มากกว่าพวกที่ไม่มีการพูดคุยเรื่องการเมือง

1.3 ชนชั้นกลางมักจะได้รับความเร้าทางการเมืองมากกว่าชนชั้นกรรมกร

1.4 โดยเหตุที่บุคคลมีแนวโน้มที่จะติดต่อสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ๆ ที่มีระดับการศึกษาเท่าเทียมกัน และโดยเหตุที่บุคคลที่มีการศึกษาสูงจะเข้าไปเกี่ยวข้องและพูดคุยในเรื่องการเมืองมาก บุคคลที่มีการศึกษาสูงจึงมักพบกับสิ่งเร้าเกี่ยวกับการเมืองมากกว่าบุคคลที่มีการศึกษาดำ

1.5 บุคคลยิ่งพึงพอใจในพรรคการเมืองหรือผู้สมัครใด ๆ มักจะมีสิ่งเร้าทางการเมืองมากกว่าบุคคลที่ไม่รู้จะเลือกพรรคใดหรือผู้สมัครคนใด

2. **ปัจจัยส่วนบุคคล (personal factors)** Milbrath และ Goel ได้แยกปัจจัยส่วนบุคคลออกเป็น 5 ปัจจัย ได้แก่ ทศนคติ ความเชื่อ ลักษณะทางบุคลิกภาพ การสืบลักษณะนิสัยมาจากบิดามารดา และความต้องการในเชิงจิตวิทยา อย่างไรก็ตาม ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมทางการเมืองได้มีการนำปัจจัยต่าง ๆ ดังกล่าวมาทำการศึกษาเพียง 3 ปัจจัยแรกเท่านั้น ส่วนปัจจัยที่เหลือนั้นยังไม่เคยนำมาศึกษาเพราะการวัดเป็นไปได้อย่างยาก ทศนคติและความเชื่อนี้มักจะมีความสัมพันธ์อย่างมากกับพฤติกรรม ส่วนบุคลิกภาพจะถูกประกอบขึ้นด้วยปัจจัยภูมิหลังหรือป้อนข้อกำหนดต่าง ๆ ให้เข้าสู่กรอบการรับรู้และแสดงออกมาเป็นความเชื่อหรือทัศนคติทั้งสองได้รวบรวมข้อค้นพบจากการวิจัยหลายผลงาน พบว่า

2.1 บุคคลยิ่งมีความสนใจและห่วงใยเรื่องการเมือง มีแนวโน้มจะเข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองมากขึ้น

2.2 บุคคลที่รู้สึกในความสามารถของตน มีแนวโน้มที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมในการเมืองมากกว่าบุคคลที่ไม่รู้สึกเช่นนี้

2.3 บุคคลที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจสังคมสูง โดยเฉพาะมีระดับการศึกษาสูง มีแนวโน้มในทางจิตวิทยาว่าจะเข้าไปเกี่ยวข้องกับการเมืองมาก

2.4 บุคคลที่มีความผูกพัน หรือพึงพอใจในพรรคการเมือง หรือกลุ่มทางการเมืองใด ๆ มีแนวโน้มว่าจะกระตือรือร้นที่เข้าไปมีส่วนร่วมในกระบวนการทางการเมือง

2.5 บุคคลที่มีความรู้สึกตระหนักในหน้าที่ของพลเมือง จะมีแนวโน้มที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมืองมากกว่าบุคคลที่ไม่รู้สึกเช่นนี้

2.6 บุคคลที่มีบุคลิกภาพชอบออกสังคม จะมีแนวโน้มที่จะเข้าสูการเมืองมากกว่าบุคคลที่ไม่มีบุคลิกภาพชอบออกสังคม

3. สิ่งแวดล้อมทางการเมือง (political setting) สิ่งแวดล้อมทางการเมืองในที่นี้ ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

3.1 กฎกติกาทางการเมือง เช่น สิทธิในการเลือกตั้ง ความถี่ของการเลือกตั้งหรือจำนวนเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการเลือกตั้ง เป็นต้น ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่จะมีผลกระทบต่อแนวโน้มของการมีส่วนร่วมทางการเมืองในรูปของการไปใช้สิทธิเลือกตั้ง

3.2 สถาบันทางการเมือง โดยเฉพาะระบบพรรคการเมือง กล่าวคือ ระบบพรรคการเมืองจะมีผลกระทบต่อแบบแผน และอัตราของการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ซึ่งงานวิจัยหลายงาน พบว่า ยิ่งพรรคการเมืองมีการแข่งขันกันมาก อัตราของการมีส่วนร่วมก็จะยิ่งสูงขึ้น กล่าวคือ การแข่งขันของพรรคการเมืองน่าจะส่งผลต่อการมีส่วนร่วม โดยการกระตุ้นความสนใจในการรณรงค์หาเสียงและทำให้ประชาชนรู้สึกถึงความพยายามของปัจเจกบุคคลในการที่จะมีผลกระทบต่อผลที่จะออกมา ซึ่งถ้าการแข่งขันของพรรคการเมืองไม่ทำให้ประชาชนเกิดความสนใจ และไม่เกิดความรู้สึกถึงความมีประสิทธิภาพ การแข่งขันนั้นก็อาจจะมีส่วนร่วมเพียงเล็กน้อยเท่านั้น

3.3 ลักษณะของการรณรงค์หาเสียง

อย่างไรก็ตาม ในการวิเคราะห์แล้ว ปัจจัยทั้ง 3 ส่วนนี้มีความสัมพันธ์กัน ไม่สามารถแบ่งแยกกันได้อย่างชัดเจน เช่น การพิจารณาพฤติกรรมทางการเมืองไม่สามารถแยกออกจากสถาบันทางการเมืองได้ และสถาบันการเมืองก็จะเป็นส่วนจัดกิจกรรมในการรณรงค์หาเสียงต่าง ๆ

4. ตำแหน่งทางสังคม (social position) ตำแหน่งทางสังคม ได้แก่ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ถิ่นที่อยู่อาศัย เพศ อายุ ศาสนา เชื้อชาติ ฯลฯ ปัจจัยต่าง ๆ นี้ เป็นตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นงานวิจัยในเชิงปริมาณ เนื่องจากเป็นตัวแปรที่สามารถเห็นได้ชัดและวัดได้ง่าย อย่างไรก็ตามตำแหน่งทางสังคมไม่ได้ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมทางการเมืองโดยตรงแต่จะเป็นตัวแปรที่สนับสนุนตัวแปรทางด้านทัศนคติและบุคลิกภาพ ทั้งสองได้รวบรวมข้อค้นพบจากการวิจัยหลายผลงาน พบว่า

4.1 บุคคลที่อยู่ใกล้ศูนย์กลางของสังคม มีแนวโน้มว่าจะเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมืองมากกว่าบุคคลที่อยู่ห่างไกล

4.2 บุคคลยิ่งอยู่ในชนชั้นสูงขึ้น มีแนวโน้มว่าจะเข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองมากกว่าบุคคลที่อยู่ในชนชั้นที่ต่ำกว่า

4.3 บุคคลยิ่งมีการศึกษาสูง มีแนวโน้มว่าจะเข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองมากกว่าบุคคลที่มีการศึกษาน้อยกว่า

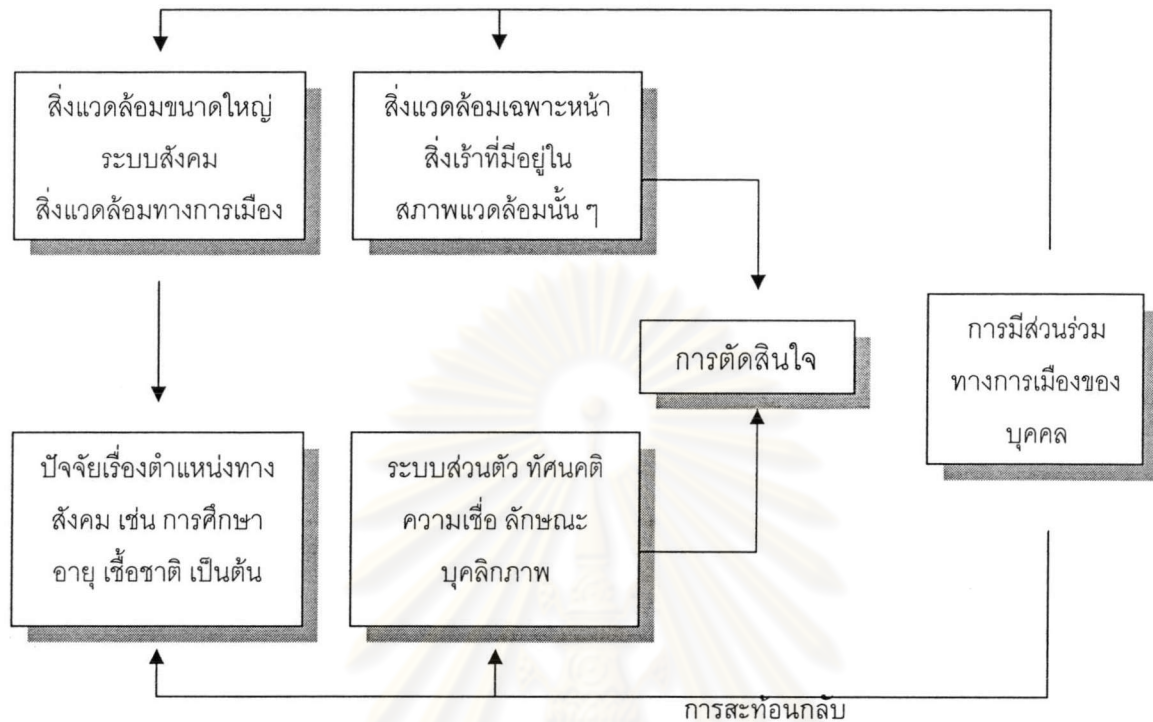
4.4 บุคคลที่มีฐานะดี มีแนวโน้มว่าจะเข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองมากกว่าบุคคลที่มีฐานะด้อยกว่า

4.5 ชาวชนบทมักจะมีความตื่นตัวทางการเมืองน้อยกว่าชาวเมือง

4.6 บุคคลที่เข้าไปเกี่ยวข้องกับองค์กร มักจะเข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองมากกว่าบุคคลที่ไม่ได้เกี่ยวข้อง

4.7 ยิ่งบุคคลอาศัยอยู่ในชุมชนใดเป็นเวลานาน เขาก็มีแนวโน้มว่าจะเข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองมากยิ่งขึ้น

ปัจจัยที่ทำให้บุคคลเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองตามแนวคิดของ Milbrath และ Goel ได้ตั้งที่ได้กล่าวมา สามารถสรุปได้ดังแผนภาพต่อไปนี้⁵²



ที่มา : Lester W. Milbrath and M.L.Goel, Political Participation : How and Why Do People Get Involved in Politics (Chicago: Rand McNally Company, 1977), p. 5.

แผนภาพที่ 2.3 แบบจำลองสถานการณ์ทางเศรษฐกิจสังคมของ Milbrath และ Goel

จากแนวคิดของ Milbrath และ Goel ซึ่งอธิบายถึงปัจจัยที่ทำให้บุคคลเข้าร่วมทางการเมืองดังที่กล่าวมา ถึงแม้ว่าทั้งสองท่านต่างให้ความสำคัญกับการเมืองในระบบการเลือกตั้งเป็นอย่างมาก ในขณะที่สำหรับสังคมไทยแล้ว การเลือกตั้งเป็นการแสดงออกทางการเมืองของประชาชนในทางหนึ่ง ซึ่งไม่สามารถบ่งชี้ถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนได้ทั้งหมด เพราะการไปใช้สิทธิเลือกตั้งของประชาชนยังคงมีลักษณะโดยการถูกชักจูง ในรูปของการซื้อเสียงอยู่ไม่น้อย อย่างไรก็ตามแนวคิดดังกล่าวนี้เป็นแนวทางหนึ่งที่ใช้ในการอธิบายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองได้อย่างชัดเจนพอสมควร

⁵²Lester W. Milbrath and M.L.Goel, *ibid.*, p. 33.

การมีส่วนร่วมทางการเมืองโดยถูกระดมกับด้วยความสำนึกของตนเอง

การเลือกตั้งเป็นลักษณะอย่างหนึ่งของการมีส่วนร่วมทางการเมืองของการปกครองระบอบประชาธิปไตยโดยตัวแทน ซึ่งต้องการเข้ามีส่วนร่วมในการเลือกตั้ง การไปใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งเป็นการกระทำที่ง่าย ต้องการแรงจูงใจเพียงเล็กน้อย ในบางกรณีประชาชนไปใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง เนื่องจากพื้นฐานของแรงจูงใจมาจากภายในตัวเขาเอง แต่ในบางกรณีการเข้าร่วมทางการเมืองโดยการไปใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งอาจเนื่องมาจากการปลุกระดมให้กระทำก็ได้

ดังนั้นแบบแผนของการเข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองโดยการเลือกตั้งอาจแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะคือ

1. การมีส่วนร่วมทางการเมืองด้วยความสำนึกตนเอง (autonomous participation) คือ การมีส่วนร่วมทางการเมืองที่กิจกรรมถูกกำหนดขึ้น โดยตัวของผู้กระทำเอง เพื่อมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของรัฐบาล⁵³

2. การมีส่วนร่วมทางการเมืองโดยถูกระดม (mobilized participation) หมายถึง การกระทำซึ่งได้รับการจูงใจให้มีอิทธิพลต่อรัฐบาลโดยปราศจากการสนใจส่วนตัวผู้สมัครหรือพรรคการเมืองหรือไม่จำเป็นจะต้องรู้เรื่องการเมืองที่มีอิทธิพลต่อรัฐบาลของการเลือกตั้ง แต่พวกเขากระทำเนื่องจากได้รับคำแนะนำหรือถูกจูงใจด้วยความนับถือ ความจงรักภักดี ความยินยอม ความกลัว ผู้นำหรือโดยต้องการผลประโยชน์บางประการ⁵⁴

ในเรื่องนี้นักรัฐศาสตร์ได้ตั้งข้อสังเกตที่น่าสนใจว่า ประชาชนจำนวนหนึ่งซึ่งมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางการเมืองต่างๆ เช่น การเลือกตั้ง การเดินขบวนหรือกิจกรรมอื่นๆ ไม่ได้เข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมือง เนื่องจากความสนใจเป็นส่วนตัวของตนเองในอันที่จะเข้าไปมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของรัฐบาล⁵⁵ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้เข้ามีส่วนร่วมทางการเมืองซึ่งมีฐานะยากจน

⁵³ Samuel P. Huntington and John M. Nelson, No Easy Choice : Political Participation in Developing Countries (Cambridge: Harvard University Press, 1982), pp. 6-9.

⁵⁴ Samuel P. Huntington and John M. Nelson, *ibid.*, pp. 125-126.

⁵⁵ Samuel P. Huntington and John M. Nelson, *ibid.*, p. 7.

นั้นมีส่วนร่วมในการเลือกตั้ง การรณรงค์หาเสียงและกิจกรรมอื่นๆ เนื่องจากความกลัวความจงรักภักดี หรือความเคารพนับถือ ต่อผู้นำตามจารีตประเพณี ผู้นำทางศาสนาหรือต้องการผู้อุปถัมภ์ พวกเขามีฐานะยากจนเหล่านี้ไม่ได้สนใจความสัมพันธ์ระหว่างตัวเขากับรัฐบาลและไม่สนใจว่าการกระทำของเขาก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงใดๆ ในรัฐบาล⁵⁶

แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ทางการเมือง

ความหมายของภาพลักษณ์

Kenneth E. Boulding⁵⁷ ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับเรื่องของภาพลักษณ์ว่า เป็นความรู้และความรู้สึกของคนเราที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ เป็นความรู้ที่เราสร้างขึ้นมาจากที่เรียกว่าความรู้ในเชิงอัตวิสัย เป็นการสะสมเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ในโลกรอบตัวเนื่องจากมนุษย์เราไม่สามารถรับรู้และทำความเข้าใจกับสิ่งต่าง ๆ ได้อย่างถี่ถ้วน หากแต่มักได้เฉพาะ “ภาพ” บางส่วนหรือลักษณะกว้าง ๆ ของสิ่งเหล่านั้น ซึ่งมีความไม่แน่นอนชัดเจนอยู่ต้องตีความหมายหรือให้ความหมายต่างกันไปแต่ละบุคคล ความรู้เชิงอัตวิสัยนี้จะประกอบเข้าเป็นภาพลักษณ์ของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ในโลก ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมไปตามนั้น

ภาพลักษณ์จึงเป็นเรื่องเกี่ยวกับกระบวนการของความคิดจิตใจ ในเมื่อคนเรามีได้มีเพียงประสบการณ์โดยตรงกับโลกรอบตัวซึ่งได้สัมผัส ชิมรส ดมกลิ่น ได้ยินและได้เห็นด้วยตนเองเท่านั้นแต่ยังมีประสบการณ์โดยทางอ้อมอื่น ๆ ด้วย ซึ่งประสบการณ์เหล่านี้ต้องอาศัยการตีความและให้ความหมายด้วย ภาพลักษณ์จึงเป็นการแทนความหมายเชิงอัตวิสัยของสิ่งต่าง ๆ ที่บุคคลได้รับรู้มาเป็นความรู้เชิงตีความหมาย หรือความประทับใจต่อสิ่งที่ปรากฏให้เห็นได้ ความคล้ายคลึงหรือเป็นการแทนความหมายของการรับรู้ คือ กระบวนการเกิดมโนทัศน์ (process of imagery) ซึ่งมักจะมี ความหมายสำคัญอย่างยิ่งต่อการรับรู้ในสิ่งที่ไม่มี ความหมายแน่นอนชัดเจนในตัวของมันเอง

⁵⁶ Samuel P. Huntington and John M. Nelson, *ibid.*, p.124.

⁵⁷ Kenneth E. Boulding, The Image : Knowledge in Life and Society, (Ann Arbor : The University of Michigan, 1975), p. 27

การเกิดของภาพลักษณ์ตามแนวคิดของ Boulding มุ่งในลักษณะการรับรู้ข่าวสารที่มีส่วนสัมพันธ์หรือมีผลต่อองค์ประกอบต่าง ๆ ของภาพลักษณ์เป็นสำคัญ ลักษณะการก่อตัวของภาพลักษณ์ต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด เมื่อพิจารณาจากความสัมพันธ์ขององค์ประกอบแล้ว จะก่อตัวขึ้นจากการผสมผสานขององค์ประกอบเชิงความรู้ การรับรู้ ความรู้สึกและการกระทำจนเกิดเป็นภาพของโลกที่บุคคลมีประสบการณ์มา กล่าวคือจะมีสิ่งที่ถูกสังเกตซึ่งเป็นสิ่งที่ถูกรับรู้ผ่านเข้ามาทางการรับรู้ ซึ่งได้แก่สัมผัสทั้ง 5 ของบุคคล อาจเป็นการสังเกตจากประสบการณ์โดยตรงหรือโดยอ้อม ทั้งที่ผ่านสื่อมวลชนและสื่ออื่น ๆ ในรูปแบบต่าง ๆ จากข้อมูลที่ได้หรือจากการสังเกตที่ผ่านมาโดยกระบวนการของการรับรู้ ซึ่งจะต้องมีการให้ความหมายแก่สิ่งที่ถูกสังเกตนั้นด้วยการนำไปสู่การสร้างความรู้ที่มีการแยกแยะลักษณะ ประเภท และความแตกต่างของสิ่งต่าง ๆ โดยสิ่งที่ถูกสังเกตความรู้ที่สร้างขึ้นมานี้เองได้ไปเกี่ยวพันพื้นฐานประสบการณ์เดิม เช่น ทักษะคิด ค่านิยม เกิดเป็นความรู้สึกที่มีต่อสิ่งที่ถูกสังเกตนั้นแล้วพัฒนาเป็นความผูกพันที่จะยอมรับหรือไม่ยอมรับ ชอบหรือไม่ชอบ และความรู้สึกนี้อาจจะไม่แสดงออกก็ได้ แต่เป็นความรู้สึกที่มีความพร้อมที่จะแสดงออกและเป็นการกระทำที่มีทิศทางด้วย

Frank Jefkins⁵⁸ มองว่า ภาพลักษณ์นั้นเกิดขึ้นจากความประทับใจ ซึ่งได้มาจากการได้มีความรู้ และความเข้าใจในข้อเท็จจริงนั้น ๆ

Daniel J. Boorstin⁵⁹ ได้ให้แนวคิดไว้ว่า ภาพลักษณ์ เป็นภาพที่มนุษย์สร้างขึ้นด้วยเหตุการณ์เทียม (pseudo - events) ซึ่งเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อจำลองเหตุการณ์ที่ไม่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ เป็นการสร้างจากองค์ประกอบต่าง ๆ ที่มองเห็นได้ชัด เข้าใจได้ง่าย และเข้าใจได้หลายความหมาย และมีความน่าเชื่อถือด้วย ภาพลักษณ์ตามแนวคิดของ Boorstin กล่าวได้ 6 ลักษณะ กล่าวคือ

1. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ถูกจำลองขึ้นมา ไม่ได้เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ แต่เกิดจากการวางแผนที่ประกอบกันขึ้น เพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์บางอย่างที่กำหนดไว้ เช่น วัตถุประสงค์

⁵⁸ Frank Jefkins, Public Relations Made Simple (London: Heinemann, 1982), p. 43

⁵⁹ Daniel J. Boorstin, The Image: A Guide to Pseudo-Events in America (New York: Atheneum, 1973), p. 36

ทางการประชาสัมพันธ์ ดังนั้นภาพลักษณ์จึงเกิดจากการวางแผนประชาสัมพันธ์การกำหนดกระบวนการกลยุทธ์ต่าง ๆ เป็นอย่างดี

2. ภาพลักษณ์เป็นที่เชื่อถือได้ (image is believable) ในการสร้างภาพลักษณ์สิ่งสำคัญที่สุดก็คือ ความน่าเชื่อถือ กล่าวคือ แม้ว่าภาพลักษณ์จะเป็นภาพที่ถูกสร้างขึ้นมา แต่ก็ต้องอยู่บนพื้นฐานของความน่าเชื่อถือในภาพลักษณ์ที่สร้างขึ้นมานั้นได้

3. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่อยู่นิ่ง (image is passive) ภาพลักษณ์ต้องไม่ขัดแย้งกับความเป็นจริง ถึงแม้ว่าภาพลักษณ์จะไม่ใช่ความเป็นจริง แต่ภาพลักษณ์จะต้องถูกนำเสนออย่างสอดคล้องกับความเป็นจริง

4. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เห็นได้ชัดเจน (image is vivid and concrete) ภาพลักษณ์ถูกสร้างขึ้นเป็นรูปธรรมด้วยการสร้างสรรค์จากนามธรรม ซึ่งอาจเรียกได้ว่าเป็นการสร้างจินตนาการรูปธรรมเพื่อให้ตอบสนอง ดึงดูดใจ และดึงดูดความรู้สึกทางอารมณ์

5. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ถูกทำให้ดูง่าย (image is simplified) ภาพลักษณ์จะต้องชัดเจนง่ายต่อการเข้าใจและจดจำ มีความแตกต่าง แต่ก็สื่อความหมายได้ครบถ้วนตรงตามความต้องการ

6. ภาพลักษณ์มีความหมายหลายแง่มุม (image is ambiguous) ภาพลักษณ์ในบางครั้งอาจเป็นสิ่งที่ดูเหมือนกำกวม มีลักษณะที่กำกึ่งระหว่างความคาดหวังกับความเป็นจริงมาบรรจบกัน

มานิต รัตนสุบรรณ⁶⁰ ได้กล่าวไว้ว่า ภาพลักษณ์เป็นความประทับใจในสิ่งที่เรารู้สึกต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด หรือคนใดคนหนึ่ง หรือองค์การใดองค์การหนึ่ง จะเรียกว่าชื่อเสียงก็ได้

จากการให้ความหมายข้างต้นจะพบว่าภาพลักษณ์นั้นอาจเป็นภาพที่เกิดขึ้นด้วยความประทับใจ หรือการรับรู้หรือภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจ จากการมีความรู้ในอดีต ซึ่งผันแปรไปตามการ มุ่งมองของนักวิชาการทั้งหลาย แต่อย่างไรก็ตามถ้าจะมองให้เป็นรูปธรรมมากขึ้น

⁶⁰มานิต รัตนสุบรรณ, “โฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์,” ใน โลกของการประชาสัมพันธ์ (กรุงเทพฯ: ม.ป.ท. 2527), หน้า 29.

ประจวบ อินอ้อด⁶¹ ได้อธิบายไว้ว่า ภาพลักษณ์ คือ

1. พลังแฝงที่จะนำไปสู่พฤติกรรม
2. เจตนาคติของบุคคล กลุ่มบุคคลที่มีต่อสถาบันหรือเป้าหมาย ซึ่งอาจจะเป็นกรณีหรือบุคคล หรือสถาบันใด ๆ ก็ได้
3. ความคาดหวังของบุคคลต่อบุคคล กรณีหรือสถาบันที่มีต่อกรณีใดกรณีหนึ่ง ซึ่งจะสอดคล้องกับความเชื่อ ความรู้สึกของคนที่มียู่
4. สิ่งสะท้อนความรู้สึกนึกคิดของคนที่มีต่อกรณีหรือบุคคล หรือสถาบัน
5. คุณค่าเพิ่ม หรือความนิยมที่มีต่อสถาบันบุคคล หรือกรณีเรื่องราวใด ๆ

โดยสรุปแล้ว **ภาพลักษณ์** คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจอันเนื่องมาจากการประทับใจและเกิดความทรงจำ (ทั้งบวกและหรือลบ) ใน “ตัวการ” โดยได้มีการสะสมและพัฒนาปรับเปลี่ยนไปตามประสบการณ์ที่พบเห็น หรือไปมีส่วนร่วมโดยภาพลักษณ์นี้สามารถเกิดขึ้นได้ 2 วิธี⁶²

1. เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ ปราศจากการปรุงแต่ง ดังนั้น ภาพขององค์กรหนึ่งจะเป็นเช่นไรก็ได้ตามที่บุคคลนั้นไปพบเห็นมาซึ่งอาจเป็นภาพลักษณ์ที่ดีและเลวได้แล้วแต่ประสบการณ์
2. เกิดจากการปรุงแต่ง โดยที่มีความพยายามที่จะให้องค์กรมีพฤติกรรมที่ดี เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีหรือถ้าเกิดเหตุการณ์อะไรไม่ดี ก็จะมีการสร้างเหตุการณ์บางอย่างมาบดบังหรือเป็นการแก้ไขข้อเท็จจริง ปรุงแต่งให้มีภาพลักษณ์ในทิศทางที่พึงประสงค์

กระบวนการเกิดภาพลักษณ์

พงษ์เทพ วรกิจโกศาทร ได้อธิบายว่า เมื่อปัจเจกบุคคลได้รับเหตุการณ์ภายนอกมายังตัวเองนั้น เหตุการณ์ยังไม่สามารถจะสร้างให้เป็นภาพได้ทันที แต่กลับต้องมีขั้นตอนซึ่งพอจัดแบ่งได้ ดังนี้

⁶¹ ประจวบ อินอ้อด, เขาประชาสัมพันธ์กันอย่างไร (กรุงเทพฯ: ศูนย์การพิมพ์เอเชีย, 2532), หน้า 45.

⁶² พงษ์เทพ วรกิจโกศาทร, “ความรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์,” ใน ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์ (กรุงเทพฯ: ม.ป.ท. ,2537), หน้า 77-79.

1. เหตุการณ์และสิ่งแวดล้อม (events and environment)

คนเรานั้นเป็นสมาชิกของสังคม ซึ่งในสังคมนี้จะมีเหตุการณ์ทั้งทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม การศึกษา และอื่น ๆ เกิดขึ้นมากมาย แต่มีเพียงบางส่วนของ เหตุการณ์หรือบางเหตุการณ์เท่านั้นที่คนเราจะรับเข้ามายังตัวเราได้ และในบรรดาเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งหลายนี้จะมีคุณค่าด้านดีหรือเลว จะสำคัญหรือไม่ จะมีความหมายอะไร คงจะไม่ เกิดขึ้นจากตัวของเราเพียงอย่างเดียว แต่สภาพแวดล้อมที่อยู่กับเหตุการณ์และอยู่โดยรอบเรา กลับมีอิทธิพลในการกำหนดคุณค่าเหล่านั้น ทั้งก่อนและหลังการรับรู้ ตลอดจนมีอิทธิพลต่อ ความสมบูรณ์หรือการหดหาย และระยะเวลาของความจำในเหตุการณ์นั้น ๆ ด้วย

2. ช่องทางการสื่อสาร (communication channel)

ในบรรดาเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งหลายจะสามารถเข้ามาสู่เราได้ โดยช่องทางการสื่อสาร ซึ่งได้แก่ การได้ยิน ได้เห็น ได้สัมผัส ได้ลิ้มรส และได้กลิ่น ซึ่งแต่ละช่องทางเหล่านี้ก็ยังมี ประสิทธิภาพทางด้านการรับความสมบูรณ์ของเหตุการณ์ซึ่งมีผู้จัดส่งมานี้ก็มีความสัมพันธ์กับ ช่องทางการสื่อสารด้วย กล่าวโดยสรุป ช่องทางการสื่อสารจะเป็นประตูด่านแรกของการรับรู้ เหตุการณ์ซึ่งประสิทธิภาพและประสิทธิผลในขั้นตอนนี้ คุณสมบัติของ “ข่าวสาร” และตัว “สื่อ” ย่อมมีความสำคัญที่สุด

3. องค์ประกอบเฉพาะบุคคล (personal elements)

เกี่ยวกับคุณภาพและประสิทธิภาพของการสื่อสาร โดยเฉพาะการรับรู้ของผู้รับสารนั้น องค์ประกอบทั้ง 5 ของแต่ละบุคคล คือ ทักษะของการสื่อสาร ทศนคติ ความรู้ ระบบสังคมและ วัฒนธรรม ต่างก็มีอิทธิพลต่อการสื่อสาร เราจะมองเห็นภาพเป็นรูปร่างเช่นไร จะเป็นภาพที่มีความหมายไม่เหมือนคนอื่น หรือมีความนิยมชมชอบหรือไม่สนใจ หรืออะไรก็ตาม ขึ้นอยู่กับ องค์ประกอบทั้ง 5 เป็นสำคัญ ดังนั้นถึงแม้ว่าเหตุการณ์จากภายนอกจะผ่านช่องทางการสื่อสาร และเข้ามาสู่ตัวเราแล้วก็ตาม จะมีความหมายอะไรหรือไม่ องค์ประกอบเหล่านี้จะเป็นคำตอบที่ดี มากกว่าอย่างอื่น

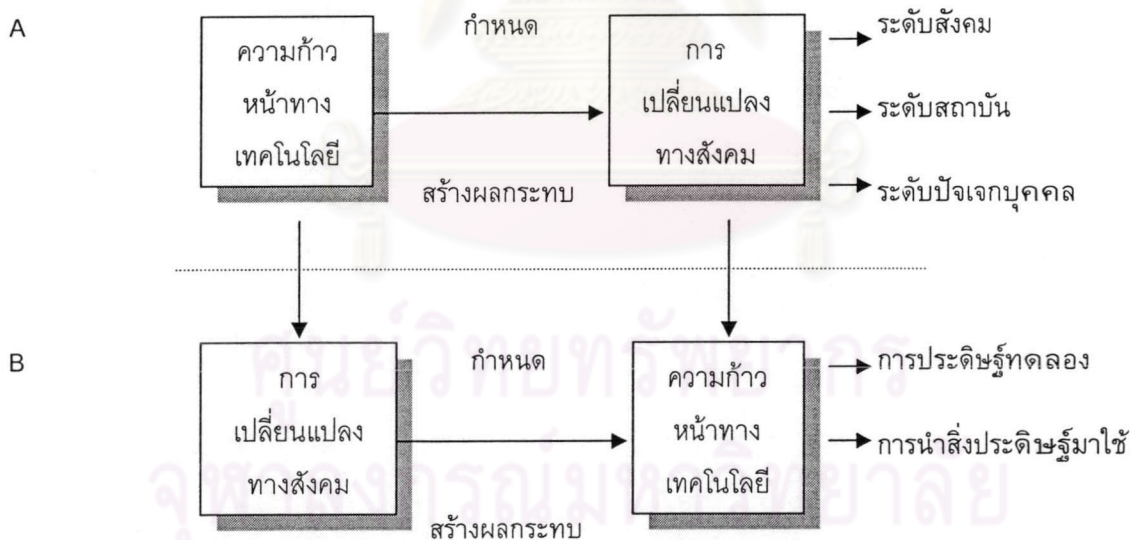
4. การรับรู้และความประทับใจ (perception and impression)

ภาพลักษณ์ จะไม่สามารถเกิดขึ้นได้ทันที เมื่อเหตุการณ์ได้ผ่านเข้ามาทางช่องทางการ สื่อสารและองค์ประกอบเฉพาะบุคคลทั้ง 5 จะเป็นตัวที่พินิจพิจารณาเหตุการณ์นั้นก่อนโดย

“การรับรู้” (perception) ซึ่งเป็นตัวแปลงเหตุการณ์ให้เป็นไปใน “ความหมายตามความคิดของบุคคลนั้น” ส่วนความประทับใจ (impression) มีความสำคัญในการรับรู้อีกลักษณะหนึ่งโดยจะเกี่ยวข้องกับคุณภาพและปริมาณของความทรงจำ ถ้าประทับใจมาก (ไม่ว่าจะบวกหรือลบ) ก็จะมี ความทรงจำ จดจำได้มากและนานเมื่อสร้างเป็นภาพลักษณะอะไรขึ้นได้แล้วก็จะเป็นภาพลักษณะที่เจือจางได้ช้ากว่าการที่มีความประทับใจน้อย หรือไม่มีความประทับใจเลย

ทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด

ทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด เป็นทฤษฎีที่จัดเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม เศรษฐศาสตร์ การเมืองในมิติที่สนใจในพลังการผลิต (productive force) ในส่วนที่เป็นความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี นักวิเคราะห์ตามแนวทางนี้จะดูว่าในสังคมที่วิเคราะห์นั้นมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี มากน้อยเพียงใดและมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอย่างไร กาญจนาก้าวเทพ⁶³ ได้นำทฤษฎีนี้มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาเทคโนโลยีการสื่อสารกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ซึ่งสามารถที่จะพิจารณาได้ในสองมุมมองตามแผนภาพดังนี้



แผนภาพที่ 2.4 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเทคโนโลยีการสื่อสารกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ตามทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด

⁶³ กาญจนาก้าวเทพ, แนวทางการศึกษาสื่อมวลชนโดยใช้ทฤษฎีวิพากษ์ (กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541), หน้า 125.

แนวคิดในแบบจำลอง A จะเป็นการตั้งคำถามว่าเมื่อเทคโนโลยีทางการสื่อสารได้เปลี่ยนแปลงไป จะสร้างผลกระทบอะไรให้เกิดขึ้นกับระดับสังคม สถาบัน และปัจเจกบุคคลบ้าง กลุ่มนี้มีความเชื่อว่าเทคโนโลยีเป็นตัวสาเหตุหลัก ในการขับเคลื่อนความเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นกับส่วนอื่น ๆ

ส่วนแนวคิดในแบบจำลอง B จะตั้งคำถามในทางกลับกันว่ามีเงื่อนไขของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมใดบ้าง ที่จะเป็นตัวทำให้เกิดความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีแบบต่าง ๆ แนวคิดนี้จะมองว่าเงื่อนไขทางสังคมนั้นจะเป็นตัวสาเหตุหลัก ส่วนการพัฒนาเทคโนโลยีนั้นกลายมาเป็นผลลัพธ์ โดยที่ขั้นตอนของการพัฒนาเทคโนโลยีนั้น แยกออกเป็นสองขั้นตอนคือ ขั้นตอนของการประดิษฐ์ค้นคว้าทดลอง (invention) ซึ่งมักเป็นงานของกลุ่มผู้รู้ผู้เชี่ยวชาญ และขั้นตอนการนำผลการประดิษฐ์ ค้นคว้าทดลองมาใช้ (use application) ในสังคมวงกว้างจะเห็นได้ว่าการนำผลงานประดิษฐ์มาใช้ นั้น ก็อาจก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสังคมทั้งในระดับสังคม ระดับสถาบัน และระดับปัจเจกบุคคลได้เช่นเดียวกัน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยทางการเลือกตั้งที่มีความน่าสนใจ ได้แก่ งานวิจัยของ สุจิต บุญบงการ และพรรคดี ผ่องแผ้ว⁶⁴ ที่ได้ศึกษาแบบแผนการหาเสียง ปัจจัยอันจะเป็นผลให้ได้รับการเลือกตั้ง และบทบาทของเงินในการหาเสียงเลือกตั้ง ในการเลือกตั้งซ่อมสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดนครปฐม ปี พ.ศ. 2528 ผลการศึกษาพบว่า

1) ความสำเร็จของการได้รับเลือกตั้งนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ หลายประการ แต่ที่สำคัญคือการมีองค์กรหาเสียงที่มีประสิทธิภาพ มีผู้มีอิทธิพลสนับสนุน และมีวิธีการหาเสียงที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ องค์กรหาเสียงนั้นจะต้องมีข่ายงานครอบคลุมพื้นที่เขตเลือกตั้งทั้งหมดและคณะผู้ทำงานที่เข้มแข็งมีความสามารถในการระดมคะแนนเสียงสนับสนุนและซื้อสัตย์ไว้ใจได้ การสนับสนุนของผู้ที่มีอิทธิพลจะช่วยให้ได้คะแนนเสียงที่แน่นอนจำนวนหนึ่ง เพราะมีเสียงสนับสนุนอยู่ในมือที่จะเทคะแนนให้ใครก็ได้ และยังมีลูกน้องและข่ายงานของตนเอง

⁶⁴ สุจิต บุญบงการ และพรรคดี ผ่องแผ้ว, อ้างแล้ว, หน้า 63-64.

ที่ช่วยหาเสียงให้ได้ นอกเหนือจากกำลังเงินที่พวกนี้จะให้ได้ ส่วนเทคนิคและวิธีการหาเสียงนั้น เป็นสิ่งที่เห็นชัดเจนว่ามีความสำคัญสูงต่อความสำเร็จในการได้รับเลือกตั้งเช่นกัน

2) ในการมีองค์กรหาเสียงและวิธีการหาเสียงได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น เงินมีส่วนสำคัญอย่างมาก องค์กรหาเสียงต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงและถ้าต้องการให้ทำงานให้กว้างขวาง เข้มแข็งและมีประสิทธิภาพ ในขณะเดียวกันเงินจะช่วยให้มีวิธีการหาเสียงได้กว้างขวางหลายอย่างเข้าถึงได้ทุกหมู่บ้าน และชุมชนในเขตเลือกตั้ง สามารถปรับรูปแบบการหาเสียงให้ได้ คະแนนนิยมมากขึ้น ตลอดจนสามารถเลือกเทคนิคการโฆษณาประชาสัมพันธ์และขยายการ โฆษณาประชาสัมพันธ์ได้อย่างกว้างขวาง ทั้งหมดนี้เป็นเรื่องที่เงินมีส่วนเกี่ยวข้องทั้งสิ้น รวมทั้ง ความสามารถซื้อเสียงและอำนวยความสะดวกในการลงคะแนนเสียงและการทำคุณประโยชน์แก่ ชุมชนเพื่อแลกเปลี่ยนกับคะแนนเสียง

3) ไม่ใช่จำนวนเงินเท่านั้นที่มีความหมายต่อการหาคะแนนเสียง แต่ขึ้นอยู่กับวิธีการใช้ เงินและปัจจัยอื่น ๆ อีกหลายประการ ซึ่งหลายปัจจัยไม่เกี่ยวกับตัวเงิน เช่น ชื่อเสียงและ ความสามารถส่วนตัว อุปนิสัยใจคอ บุคลิกภาพและผลงานที่ผู้สมัครมีมาในอดีต เงินจะมีส่วน ช่วยในด้านการโฆษณาผลงานและฉายอุปนิสัยและบุคลิกภาพให้ประชาชนเห็นได้ชัดเจนและ เกิดความเลื่อมใส

4) การซื้อเสียงเป็นแต่เพียงส่วนหนึ่งของค่าใช้จ่ายเท่านั้น การทุ่มเงินซื้อเสียงจะมีมาก ในเขตที่ผู้สมัครเสียงไม่ดี มีเวลาหาเสียงน้อย และมุ่งไปสู่กลุ่มเป้าหมายที่ชอบนอนหลับทับสิทธิ และมีการศึกษาน้อย ส่วนผู้ลงคะแนนที่มีความนิยมผู้สมัครคนใดอยู่แล้ว การซื้อเสียงแทบไม่มี ผลเลย

5) ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่ได้ใช้ในการโฆษณาและการดำเนินงานของโครงสร้างและ ข่ายงานการหาเสียง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นค่าใช้จ่ายและการตอบแทนกราย ๆ แก่หัวคะแนน ถ้าไม่เป็นเช่นนั้นแล้วงานหาเสียงจะเดินไปลำบาก ถ้ากลไกเหล่านี้ไม่ทำงาน การกล่าวหาว่าการ ทำงานของหัวคะแนนเป็นการซื้อเสียงไม่เป็นการถูกต้องนักเพราะเนื่องจากเงินเหล่านี้ไม่ได้เอา ไปซื้อเสียงทั้งหมด

6) เงินที่ใช้จ่ายในการหาเสียงไม่มีทางไม่เกินวงเงิน 350,000 บาท ที่กฎหมายกำหนด ไว้ ข้อห้ามในการหาเสียงและการใช้เงินก็ไม่ได้ผลในการบังคับใช้มีข้อห้ามหลายอย่างที่ขัดกับ

คตินิยมของคนไทยในชนบท เช่น การบริจาคเงินเพื่อสาธารณประโยชน์ในชุมชน หรือในงาน การกุศลต่าง ๆ และการใช้จ่ายเงินในการเลี้ยงซึ่งเป็นวิธีการสร้างความนับถือเลื่อมใสที่ชาวบ้าน จะมีต่อผู้สมัคร ถ้าผู้สมัครละวันสิ่งเหล่านี้เสียแล้ว โอกาสได้รับเลือกคงลำบากมาก

7) ค่าใช้จ่ายในการหาเสียงมีแนวโน้มสูงขึ้นในอนาคต ทั้งนี้มิใช่เป็นเพราะมีความนิยม ในการซื้อเสียงมากขึ้น แต่อาจอยู่ที่ผู้สมัครมีแนวโน้มพยายามปรับปรุงวิธีการหาเสียงให้อยู่ เหนือคู่แข่งอื่น สิ่งเหล่านี้จำเป็นต้องใช้เงินเพิ่มทั้งสิ้น

นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยของ สมบัติ จันทรวงศ์⁶⁵ ที่ศึกษาการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทน ราษฎร พ.ศ. 2529 โดยการเก็บข้อมูลทั่วทุกภาคในเขต 10 จังหวัด ได้แก่ พิษณุโลก อุตรดิตถ์ ขอนแก่น มหาสารคาม อุตรธานี ฉะเชิงเทรา ชลบุรี สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช และปัตตานี ให้ภาพรวมสำหรับระบบและกระบวนการเลือกตั้งของไทยได้ว่า

1) ถึงแม้จะมีการเลือกตั้งติดต่อกันมาบ่อยครั้ง ก็ไม่ทำให้ประชาชนมีสิทธิอำนาจเพิ่มขึ้น กลับจะยิ่งเป็นการกดขี่ศักดิ์ศรีของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรและประชาชนผู้เลือกตั้งให้ต่ำลง โดย ดึงเอากำหนดผู้นำหมู่บ้านซึ่งเป็นผู้นำท้องถิ่นเข้ามาอยู่ภายใต้อิทธิพลของการวางแผนหาเสียง ระยะยาวของนักการเมืองที่มีผลประโยชน์ซึ่งอยู่นอกออกไปจากชุมชนนั้นมากยิ่งขึ้น

2) พรรคการเมืองเป็นเพียงที่รวมของกลุ่มผลประโยชน์ต่าง ๆ ซึ่งรวมกันเพื่อ ผลประโยชน์เฉพาะหน้าของการเลือกตั้งเท่านั้น ความหลากหลายของพรรคการเมืองเป็นความ หลากหลายที่ยากจะประสานกันเพื่อส่งผลกระทบต่อนโยบายของชาติหรือของส่วนร่วมระยะยาว ได้ เปิดโอกาสให้พลังของกลุ่มข้าราชการโดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มทหารสามารถเข้าแทรกแซง และยึดครองตำแหน่งทางการบริหารและแทนที่พรรคการเมืองจะสามารถเสริมสร้างพลังต่อรอง ให้มากยิ่งขึ้นควบคู่กับการเลือกตั้งที่มีขึ้นเป็นระยะ ๆ กลับเป็นการเลือกตั้งถูกกำหนดขึ้นโดย กลุ่มทหารและข้าราชการประจำเพื่อกำหนดพรรคการเมืองซึ่งหัวหน้าเกรงการยุบสภาให้ต้อง ออกไปเลือกตั้ง

3) กระบวนการเลือกตั้งที่ผ่านมาทำให้พรรคการเมืองและนักการเมืองห่างเหินจาก ประชาชนมากยิ่งขึ้น เพราะมีตัวกลางคือผู้มีอิทธิพลและหัวคะแนนเข้ามาแทรกมากขึ้น

⁶⁵ สมบัติ จันทรวงศ์, การเมืองเรื่องการเลือกตั้ง (กรุงเทพฯ: มูลนิธิเพื่อการศึกษา ประชาธิปไตยและการพัฒนา, 2530), หน้า 86-87.

โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อนักการเมืองตัวกลางและประชาชนผู้ใช้สิทธิต่างมองว่าการเลือกตั้งคือการแลกเปลี่ยนระหว่างคะแนนเสียงกับค่าตอบแทนในรูปใดรูปหนึ่งของการเลือกตั้งจึงทำให้พลังของพรรคการเมืองและประชาชนสลายลงเพราะความสกปรกที่เพิ่มทวีขึ้นในแง่ของอำนาจการเงิน การครอบงำของนายทุน ผู้มีอิทธิพล และพฤติกรรมของผู้ใช้สิทธิเลือกตั้งเอง

งานวิจัยทางการรณรงค์หาเสียงที่น่าสนใจ ได้แก่ เพิ่มพงษ์ ชวลิต และศรีสมภพ จิตรภิรมย์ศรี⁶⁶ ศึกษาวิจัยการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งทั่วไป สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร เมื่อวันที่ 27 กรกฎาคม พ.ศ. 2529 ในเขตพื้นที่ 8 จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคใต้ และภาคกลาง ผลการศึกษาพบว่า

1) ปัจจัยเงื่อนไขที่ส่งผลต่อชัยชนะในการรณรงค์หาเสียงในปัจจุบันมีอยู่ 4 ประการ คือ เสียงหรือความนิยม ความศรัทธาของประชาชน เงิน และการบริหารคะแนนเสียง เช่น การจัดองค์การ การวางแผนการบริหาร เป็นต้น การนำปัจจัยทั้ง 4 ประการมาใช้อย่างถูกต้องเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมสังคมและลักษณะพิเศษเฉพาะตัวของผู้สมัครเองจะเป็นหลักประกันในชัยชนะ

2) ปัจจุบันที่การจัดองค์การหาเสียงที่มีการวางแผนและการจัดการสมัยใหม่อย่างเป็นระบบมาเสริมการจัดใช้ระบบหัวคะแนนแบบเก่าซึ่งเน้นความสัมพันธ์แบบเครือญาติและระบบอุปถัมภ์ เพื่อประสิทธิภาพในการบริหารคะแนนเสียงทำให้การเลือกตั้งเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจแบบหนึ่งที่ต้องใช้เงินจำนวนมาก

3) เงินเป็นปัจจัยสำคัญในการหาเสียงเลือกตั้ง แต่ก็มีผู้สมัครบางคนแม้จะมีน้อยที่อาศัยปัจจัยอื่นอันมิใช่เงินตราอย่างเดียวเอาชนะเลือกตั้งได้โดยอาศัยปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น ความตื่นตัวทางการเมืองของประชาชน และอำนาจรัฐที่คัดค้านผู้เงินซื้อเสียง ประกอบกับปัจจัยภายในตัวผู้สมัครเองที่สามารถสร้างความศรัทธาเชื่อมั่นในหมู่ประชาชนได้

⁶⁶ เพิ่มพงษ์ ชวลิต และศรีสมภพ จิตรภิรมย์ศรี, หาคะแนนอย่างไรให้ได้เป็น ส.ส. (กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์นิติธรรม, 2531), หน้า 65-72.

จากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าสภาพทั่วไปของการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในทางการเมืองของไทยยังคงมีอิทธิพลกับกลุ่มคนเพียงบางกลุ่มซึ่งจะขึ้นอยู่กับเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาเท่านั้น แต่อย่างไรก็ตามในปัจจุบันพรรคการเมืองหรือผู้สมัครรับเลือกตั้งต่างก็เพิ่มความนิยมในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อมุ่งเน้นในการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมืองให้มีความเป็นคนรุ่นใหม่ ทันสมัย มีความรวดเร็วในการทำงาน และใช้การสื่อสารทางการเมือง ในลักษณะของการสื่อสารการตลาดทางการเมืองเป็นสำคัญ การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อรณรงค์หาเสียงจึงทำให้พรรคหรือผู้สมัครเปรียบเสมือนหนึ่ง สินค้าตัวใหม่ในท้องตลาดที่มีความไฮเทค ทันกับโลกยุคโลกาภิวัตน์ และจะสามารถนำเอาเทคโนโลยีมาช่วยแก้ไขปัญหาให้กับประเทศได้ อย่างไรก็ตามหากมีการนำเอาสื่ออินเทอร์เน็ตมาใช้ในทางการเมืองเพื่อสร้างการพัฒนาการเมืองด้วยการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนอย่างจริงจังแล้วก็จะช่วยให้การสื่อสารทางการเมืองระหว่างผู้ปกครองและประชาชน เป็นไปในลักษณะของการสื่อสารสองทาง อันสอดคล้องกับกระแสการมีส่วนร่วมทางการเมือง การแสดงความคิดเห็น สาธารณะ การประชาพิจารณ์ ประชาสังคม รัฐธรรมนูญ พ.ศ.2540 และ พรบ.ข้อมูลข่าวสาร พ.ศ.2540 ซึ่งเป็นแนวโน้มการปกครองในปัจจุบันที่ประชาชนจะมีผู้ใช้ถูกปกครองแต่เพียงฝ่ายเดียว หากแต่เป็นผู้มีส่วนร่วมในการกำหนด ตัดสินใจ และตรวจสอบการบริหารประเทศของรัฐบาลที่มาจาก การเลือกตั้งโดยประชาชน แต่ทั้งนี้การนำเอาสื่ออินเทอร์เน็ต มาใช้ก็ต้องมีการตรวจสอบ ควบคุม เป็นอย่างดี เนื่องจากในปัจจุบันเป็นยุคโลกาภิวัตน์ การหลั่งไหลของข้อมูลข่าวสาร ความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร อาจส่งผลให้ประชาชนถูกครอบงำทางความคิดได้ง่ายยิ่งขึ้น ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “อินเทอร์เน็ตกับการเมืองไทย” จึงมุ่งที่จะศึกษาวิจัยในประเด็นข้อเท็จจริงที่กล่าวมา โดยได้นำเอาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบในการศึกษาวิจัย ซึ่งจะนำมาเป็นพื้นฐานในการสร้างระเบียบวิธีวิจัยและการวิเคราะห์ ในบทต่อไป

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย