

# การสื่อสารทางการเมืองในยุคดิจิทัล

## Political Communication in the Digital Age

พระครูใบฎีกาวิชาญ วิสุทโธ<sup>1</sup>  
Phrakhrubaidikawichan Wisuttho<sup>1</sup>

Received : April 2, 2022; Revised : April 27, 2022; Accepted : April 27, 2022

### บทคัดย่อ (Abstract)

การสื่อสารทางการเมือง เป็นการนำการโฆษณาผสมผสานกับเนื้อหาทางการเมือง และการสื่อสารเข้าด้วยกัน โดยรูปแบบของการสื่อสารทางการเมืองนั้นมีหลากหลายวิธี เป็นเครื่องมือกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางการเมือง ขณะเดียวกันก็เป็นกระบวนการในการนำเอาข้อเรียกร้อง และความต้องการของประชาชนไปสู่รัฐบาล ที่จะกำหนดนโยบายและตัดสินใจให้สอดคล้อง และสนองตอบความต้องการของประชาชนได้มากยิ่งขึ้น ปัจจุบันการสื่อสารทางการเมืองในยุคดิจิทัลมีอิทธิพลต่อการเข้าถึง ข้อเท็จจริง ทักษะ และความคิดเห็นของผู้รับสารผ่านเครือข่ายโซเชียลมีเดีย เช่น Clubhouse, Facebook Live เป็นกระบวนการทางการเมืองที่ก่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกของสังคมการเมืองอย่างรวดเร็ว มีความสำคัญต่อระบบการเมือง เป็นกิจกรรมที่แพร่หลายทั่วไป ทั้งการสร้างโครงข่ายผลประโยชน์ การประสานผลประโยชน์ การสร้างกฎ และการปรับเปลี่ยนสังคมไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง

คำสำคัญ (Keywords) : การสื่อสารทางการเมือง, ยุคดิจิทัล

### Abstract

Political communication It combines advertising with political content and communication. There are many different forms of political communication. It is a strategic tool for political change. At the same time, it is a process for bringing

---

<sup>1</sup>อาจารย์ประจำสาขารัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตสุรินทร์;  
Mahachulalongkomrajavidyalaya University Surin Campus, Thailand; e-mail :  
Phrakhrubaidikawichan1987@gmail.com

claims. and the needs of the people to the government to formulate policies and make decisions accordingly and meet the needs of the people even more Today's political communication in the digital age influences the audience's access to facts, opinions and opinions through social media networks such as Clubhouse, Facebook Live. It is a political process that causes rapid interaction between members of the political society. important to the political system It is a widespread activity. both the creation of a network of benefits harmonizing interests, creating rules, and transforming society in either direction.

**Keywords :** Political communication, Digital age

## บทนำ (Introduction)

วิวัฒนาการของการสื่อสารทางการเมืองจากอดีตถึงปัจจุบันได้ก่อให้เกิดสื่อยุคใหม่ ในปัจจุบัน นำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญทางการเมือง เพราะสื่อใหม่ ถูกนำเสนอผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ตที่มีการกระจายไปยังทุกครัวเรือน ซึ่งส่งผลดีต่อระบบการเมือง การปกครองแบบประชาธิปไตย เพราะทำให้ประชาชนสามารถรับข่าวสารจากผู้ที่ต้องการสื่อสารทางการเมืองได้โดยตรง ไม่ต้องมีกระบวนการกลั่นกรองหรือแปลงสารจากสื่อมวลชนอื่น ๆ ซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญในอันที่จะทำให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ง่ายและทำได้โดยตรง แต่ในขณะเดียวกัน การสื่อสารที่ทำได้ง่ายบนโครงข่าย Social Network ก็ไม่สามารถกลั่นกรองความถูกต้องแม่นยำของข้อมูลข่าวสารได้ ในภาคการเมือง จึงต้องการทบทวนการสื่อสารทางการเมืองแบบมีอาชีพ ไม่อาจใช้อาสาสมัครทั่วไปได้ เพราะการส่งข้อมูลข่าวสารไปยังประชาชนผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง มีผลต่อคะแนนนิยมตลอดเวลา (Dennis W. Johnson, 2001)

การเคลื่อนไหวทางสังคม (Social Movement) เป็นปฏิบัติการร่วมกันของผู้ที่มีเป้าประสงค์ ในการเปลี่ยนแปลงบางอย่างในสังคมร่วมกัน อาทิ การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองดังที่ยกตัวอย่างไป หรือประเด็นทางสังคมอื่น เช่น ความเท่าเทียม เพศสภาพ สิทธิมนุษยชน สิทธิแรงงาน ฯลฯ งานศึกษาการเคลื่อนไหวทางสังคมจำนวนมากให้ข้อสรุปใกล้เคียงกัน ว่าลำดับขั้นของการเคลื่อนไหวทางสังคมมีสี่ขั้น คือ การเกิดประเด็น (Emergence) การเชื่อมต่อรวมตัว (Coalescence) การจัดกระบวนการบริหารเคลื่อนไหว (Dureaucratization) และ การถดถอย (Decline) แม้คำว่าถดถอยจะดูมีนัยของลดระดับ แต่ในการศึกษาให้เหตุผลว่า การถดถอยอาจเกิดขึ้นเมื่อการเคลื่อนไหวทางสังคมบรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการแล้ว (Success) การจัดองค์กรบริหารไม่ประสบความสำเร็จ (Organizational

Failure) ถูกฝ่ายตรงข้ามดึงไปเป็นพวกเดียวกัน (Co-optation) และข้อเรียกร้องได้รับการยอมรับ โดยคนส่วนมากของสังคม (Establishment With Mainstream) (Akkanut Wantanasombut, 2019)

การสื่อสารทางการเมืองในสื่อสังคมออนไลน์ของประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงจากการเข้าถึงข้อมูลอย่างอิสระ มาเป็นการมีระบบคัดสรรข้อมูล ส่งผลให้มีการสื่อสารเฉพาะกลุ่มที่มีความคิดเห็นเดียวกันหรือสอดคล้องกันกับตนเอง แล้วไม่ยอมรับฟังความเห็นที่แตกต่างจนกลายเป็นความเชื่อฝังใจ และไม่สามารถจะลบล้างความเชื่อนั้นได้ ซึ่งในการสื่อสารทางการเมืองนั้น การเกิดปฏิกิริยาห้องเสียงสะท้อนบนสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลทำให้เกิดความพึงพอใจต่อบุคคลหรือพรรคการเมือง และมีการแบ่งขั้วทางการเมืองรวมถึงมีความเชื่ออย่างสุดโต่งทางการเมืองเข้าข้างฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ความขัดแย้งทางการเมืองในสังคมไทยยิ่งทวีความรุนแรงมากขึ้น เนื่องจากพฤติกรรมสื่อสารทางการเมืองในสื่อสังคมออนไลน์ยังมีการสื่อสารมากยิ่งขึ้นมีแนวโน้มใช้ข้อความสร้างความเกลียดชังต่อผู้ที่มีความคิดต่างจากตนเองมากขึ้นเรื่อย ๆ นำมาซึ่งความแตกแยกในสังคมในโลกจริง (คันธิรา ฉายาวงศ์, 2564) การสื่อสารในยุคดิจิทัล ถือเป็นหนึ่งปัจจัยสำคัญสำหรับการเคลื่อนไหวทางสังคม หากปราศจากการสื่อสารเป็นไปไม่ได้เลยที่จะมีการเชื่อมต่อกัน แสดงพลังเพื่อการต่อรองแบบรวมหมู่ (collective action) หลังจากที่เกิดประเด็นแล้ว ในอดีตการเชื่อมต่อกันหรือการปลุกเร้าคนเชิญชวนให้คนออกมาเคลื่อนไหวประเด็นสาธารณะต่างก็พึ่งพาการสื่อสารทั้งสิ้น เช่น การสื่อสารผ่านเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น เข้าถึงผู้รับสารเป็นจำนวนมากขึ้นโดยใช้เวลาน้อยลง ก็น่าจะทำให้การเคลื่อนไหวทางสังคมเกิดขึ้นได้รวดเร็วและมีพลังมากขึ้น และหากตรรกะนี้เป็นจริง ในยุคปัจจุบันที่โซเชียลมีเดียเป็นเครื่องมือสื่อสารที่ทรงพลัง การเคลื่อนไหวทางสังคมก็ควรที่จะเกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็วและมีอำนาจในการต่อรองในการเสนอและความคิดเห็นและข้อเรียกร้องต่าง ๆ

## วิวัฒนาการของการสื่อสาร

Homo habilis (Homo เป็นภาษาละติน แปลว่า มนุษย์) เป็นมนุษย์สปีชีส์แรก ปรากฏขึ้นในแอฟริกา เมื่อ 2,200,000 ปีก่อน ซึ่งมีลักษณะสมองที่ฉลาดกว่าสปีชีส์อื่น สามารถคิดค้นการทำเครื่องมืออาวุธต่าง ๆ จากหิน แต่ยังไม่มีการสื่อสารด้านการพูดซึ่งปรากฏเมื่อ 1,900,000 ปีก่อน เป็นมนุษย์เผ่าแรกที่สื่อสารด้วยการพูด ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า การสื่อสารข้อมูลเกิดขึ้นมาพร้อมกับมนุษย์ เพราะทำให้มนุษย์สามารถสื่อความคิดของตนเองให้ผู้อื่นรับทราบ เป็นประโยชน์ในการดำรงชีวิต ซึ่งมีการอยู่รวมตัวกันเกิดเป็นสังคมมนุษย์ขึ้นมาในโลก และเนื่องจากมนุษย์เป็นสัตว์สังคม

ต้องอยู่ร่วมกัน ฟังพาดูอาศัยซึ่งกันและกันการติดต่อสื่อสารจะทำได้ด้วยการให้สัญญาณมือ รูปภาพ สัญลักษณ์ต่าง ๆ หรือใช้อากัปกริยาท่าทาง เพื่อสื่อความหมายว่าตนเองต้องการอะไร ต้องการให้ผู้อื่นทำอะไร หรือต้องการอธิบายให้ผู้อื่นเข้าใจอะไร เป็นต้น นับตั้งแต่นั้นมาก็มีการสื่อสารด้วยภาษาต่าง ๆ ตามลำดับ ต่อมาเมื่อมนุษย์มีการประดิษฐ์ตัวอักษรขึ้นมาใช้ในสังคมของตนเพื่อการติดต่อสื่อสารและสื่อความหมายต่าง ๆ ได้ง่ายขึ้น กว้างขวางมากยิ่งขึ้น ทำให้การติดต่อสื่อสารไม่ได้จำเพาะเจาะจงเฉพาะคนสองคน แต่ขยายวงกว้างไปยังการติดต่อระหว่างกลุ่ม 2 กลุ่ม จากสังคมหนึ่งไปยังสังคมหนึ่งหรือจากวัฒนธรรมหนึ่งไปยังอีกวัฒนธรรมหนึ่ง ดังนั้น ได้มีการพัฒนาการติดต่อสื่อสาร และเกิดวิวัฒนาการควบคู่กับวิวัฒนาการของมนุษย์ในทุก ๆ ด้าน เพื่อให้เกิดความเข้าใจในการสื่อสารได้มากขึ้นทั้งในรูปแบบของการใช้ภาษาพูด ภาษาเขียน (วิจนภาษา) หรือการใช้ภาษาท่าทาง (อวิจนภาษา) วิวัฒนาการด้านการสื่อสารดังกล่าวจะอยู่บนพื้นฐานว่าทำอย่างไรจะทำให้การสื่อความหมายนั้นมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น การติดต่อสื่อสารของมนุษย์ในสมัยโบราณมีวิธีต่าง ๆ เช่น การใช้ควันไฟ การใช้เสียงกลองการใช้เสียงแตร การนำส่งข่าวสารโดยม้าเร็ว การใช้นกพิราบสื่อสาร The Cursus Publicus (ของชาวโรมัน) จนมาถึงยุคการใช้ระบบโทรเลขในศตวรรษที่ 16 และพัฒนาเรื่อยมาเป็นระบบโทรศัพท์ในศตวรรษที่ 19 (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี) จนมาถึงปัจจุบัน การสื่อสารมาถึงจุดที่เรียกว่าการสื่อสารไร้พรมแดน คือ สามารถติดต่อกันได้ทั่วโลก โดยสามารถสื่อสารได้ในระยะเวลาอันรวดเร็ว โดยสามารถแบ่งยุคดิจิทัลได้ดังนี้ (Marketeer Team, 2016)

### 1. Digital 1.0 ยุคของอินเทอร์เน็ต

คำจำกัดความของ Digital 1.0 คือ อินเทอร์เน็ต เป็นยุคที่เกิดขึ้นเมื่อสิบกว่าปีที่ผ่านมา เป็นจุดเริ่มต้นของการใช้เว็บไซต์ และอีเมล Digital 1.0 เป็นการเปลี่ยนผ่านครั้งยิ่งใหญ่จากโลกออฟไลน์มายังออนไลน์ เปลี่ยนจากการส่งจดหมายติดแสตมป์ เป็นเป็นอีเมล ที่สะดวกรวดเร็วขึ้น และการเปลี่ยนแปลงนี้ได้เกิดผลกระทบใหญ่ที่ทำให้บางสิ่งบางอย่างในโลกออฟไลน์ที่เคยใช้งานอยู่เดิมได้หายไปและเกิดปรากฏการณ์ใหม่ ๆ ที่มีการเปลี่ยนแปลงและก้าวไปข้างหน้าไม่หยุดยั้ง สิ่งที่เกิดขึ้นทาง ธุรกิจในยุค Digital 1.0 คือ องค์กรเริ่มมองเห็นโอกาสทางดิจิทัล ในยุคแรกของเว็บไซต์จึงเป็นยุคของการใช้เว็บไซต์แทนโบว์ลาร์ที่มีความมุลครบถ้วน, ใช้ติดต่อกันเชิงพาณิชย์ สร้างความน่าเชื่อถือ เปิดสำนักงานเสมือนที่สามารถทำงานได้ 24x7 ไม่มีวันหยุด

### 2. Digital 2.0 ยุคแห่ง Social Media

จากจุดเริ่มต้นของ Social Media คือการร่วมเพื่อนในสังคมออนไลน์มาสู่ออนไลน์ และขยายพฤติกรรมการใช้งานสู่ยุคคอนซูเมอร์ใช้ Social Network เป็นสื่อหลัก ในการสื่อสาร จากการ

ที่ Social Media เข้ามาอยู่ในมือถือในยุคนี้เป็นยุคของนักธุรกิจมองเป็นเครื่องมือในการวัดผลที่รวดเร็ว และเห็นทิศทางอำนาจต่อรองย้ายมาที่ผู้บริโภค จากอิทธิพลของ Social Media ที่เปลี่ยนให้ผู้บริโภคเป็นผู้สร้างคอนเทนต์ได้ เองในส่วนของแบรนด์โซเชียลมีเดียได้กลายเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้แบรนด์รู้จัก สร้าง Relationship กับลูกค้าได้แน่นแฟ้นขึ้น รวมถึงการเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการทำ Marketing Contact Service และมาซึ่งการขายสินค้าในที่สุด

3. Digital 3.0 ยุคของบิ๊ก Data Analytic /Cloud Computing/Application Social media ประสบความสำเร็จจากแพลตฟอร์มที่สามารถใช้งานได้ทั่วโลก และการเติบโตของ social media ทำให้เกิดการขยายของข้อมูลมหาศาล ในแต่ละวันทุกแพลตฟอร์มไม่ว่าจะเป็น Facebook Google Apple หรือแม้แต่ธุรกิจอย่าง ธนาคาร ประกันภัย รีเทลที่มีข้อมูลวิ่งเข้าออกเป็นล้านล้าน record ต่อวัน เมื่อข้อมูลมากแต่นำไปใช้งานต่อไม่ได้ก็ไม่เกิดประโยชน์

ในยุค Digital 3.0 เป็นยุคที่เกิดขึ้นในประเทศไทยเวลานี้ ทุกองค์กรต่างเห็นความสำคัญของการนำ big data มาใช้ให้เกิดประโยชน์มากที่สุด บนพื้นฐานของความเข้าใจในวัตถุประสงค์ของข้อมูลที่ต้องการเก็บเพื่อนำไปขยาย ผลในรูปแบบต่าง ๆ ผ่านระบบ Data Analytic แต่การนำ Data Analytic มาใช้ให้เกิดประโยชน์และสามารถใช้งานได้อย่างเรียลไทม์โดยไม่มีข้อจำกัดของสถานที่ จำเป็นต้องมี Cloud Computing มาช่วยอำนวยความสะดวก สามารถเชื่อมโยงการทำงานต่างแพลตฟอร์มมาใช้งานร่วมกันแบบเรียลไทม์ เกิดบริการ Online Service, Omni Channel, บริการต่าง ๆ บนมือถือและอื่น ๆ

นอกจากนี้ในยุค Digital 3.0 ยังมาพร้อมกับการใช้งานสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคที่กลายมาเป็นอุปกรณ์ในการค้นหาข้อมูลการสื่อสารและการสั่งซื้อสินค้า จนแบรนด์ต้องปรับตัวสู่การเข้าถึงลูกค้าในรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ผ่านบริการใหม่ ๆ ที่ให้บริการอยู่บนคลาวด์คอมพิวเตอร์ ยกตัวอย่างเฟซบุ๊กได้เปิดตัว BOT บริการที่เฟซบุ๊กร่วมมือกับร้านค้า โดยเฟซบุ๊กจะจับความต้องการของผู้ใช้ผ่าน Status/Comment และประมวลผลผ่าน Data Analytic และเมื่อสิ่งที่ผู้ใช้เฟซบุ๊กโพสต์ลงในสเตตัสตรงกับสินค้าที่ร้านค้ามีอยู่ เช่น ผู้ใช้โพสต์ด้วยพรวันเกิดคนสำคัญหรือข้อความที่บ่งบอกว่าอยากซื้อดอกไม้ส่งให้คนสำคัญ ร้านดอกไม้ก็จะขึ้นมาโชว์ที่หน้า Feed ของผู้โพสต์ทันทีและทำการซื้อขาย ชำระเงิน กันผ่านหน้าเฟซบุ๊กได้โดยตรง และเฟซบุ๊กก็ยังสามารถเก็บข้อมูลความชอบเกี่ยวกับดอกไม้จากผู้ใช้งานเฉพาะบุคคลและนำข้อมูลนี้ไปต่อยอดกับพาร์ทเนอร์อื่น ๆ ได้อีกด้วย

#### 4. Digital 4.0 ยุค Machine-2-Machine

ความฉลาดของเทคโนโลยีจะทำให้อุปกรณ์ต่าง ๆ คุยกันเองได้โดยอัตโนมัติโดยคำนึงถึงผู้บริโภคเป็นหลัก เช่น รถยนต์คุยกับบ้านแจ้งเตือนบ้านให้เปิดไฟ เปิดแอร์ก่อนที่รถจะขับถึงบ้าน ซึ่งเป็นสิ่งที่องค์กรต้องปรับตัวตามเทรนด์เหล่านี้ให้ทันพัฒนานวัตกรรม เพื่อต่อยอดธุรกิจ บนการแข่งขันที่รวดเร็วและรอบด้านโดยเฉพาะสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ ที่อยู่อาศัย การเงินธนาคาร และยานยนต์ เป็นต้น

### การสื่อสารทางการเมือง

#### 1. ความหมายของการสื่อสารทางการเมือง

Almond and Powell (1980) กล่าวว่า การสื่อสารทางการเมืองเป็นวิธีการในการช่วยระบบการเมืองที่จะทำหน้าที่อื่น ๆ ของมันไม่ว่าจะเป็นการเรียกร้องผลประโยชน์ การรวบรวมผลประโยชน์ หรือการกำหนดนโยบายสาธารณะและการนำนโยบายไปปฏิบัติ

Denton and Woodward (1990) นิยามว่า การสื่อสารทางการเมืองคือ การถกเถียงของสาธารณะชน เกี่ยวกับการจัดสรรสาธารณประโยชน์ (รายได้) อำนาจหน้าที่ (ใครที่ทำหน้าที่ บริหารนิติบัญญัติ ตุลาการ) และกำหนดกฎระเบียบในสังคม (การให้รางวัล และการลงโทษ)

Manuel Pares I Maicas (1992) ให้ความหมายของการสื่อสารการเมืองไว้ ดังนี้

1. การสื่อสารใด ๆ ที่สัมพันธ์ระหว่างการเมืองกับระบบสังคม อันได้แก่ รัฐบาล พรรคการเมือง กลุ่มกดดันทางการเมือง การเคลื่อนไหวของประชาชน ซึ่งกลุ่มหรือบุคคลเหล่านี้อาจเป็นผู้ส่งหรือผู้รับสาร

2. สื่อสารทางการเมืองเป็นเรื่องของการโน้มน้าวใจ จะกระทำหรือหลอกลวงเพื่อนำไปสู่อำนาจ อุดมการณ์ ผลประโยชน์ ความขัดแย้ง ประชาชนิตี ฯลฯ

3. การสื่อสารนี้อาจเป็นไปในรูปของข่าว เหตุการณ์เสมือนจริง การโฆษณาชวนเชื่อ การเบี่ยงเบนข้อเท็จจริง โดยวิธีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์

4. การสื่อสารทางการเมือง เกี่ยวข้องกับการตลาดทางการเมืองโดยเฉพาะกระบวนการเลือกตั้ง การหยั่งเสียง อันเป็นเครื่องมือสำคัญในระบบประชาธิปไตยแบบตัวแทน

Agree and other (1976) การสื่อสารทางการเมือง เป็นกระบวนการทางการเมืองที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนข้อเท็จจริง ทักษะและความคิดเห็น ตลอดจนประสบการณ์ทางการเมืองระหว่างบุคคลการสื่อสารทางการเมืองนับเป็นกระบวนการพิเศษ ที่ก่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่าง

สมาชิกของสังคมการเมืองและทำให้บุคคลสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ในสังคมการเมือง และการสื่อสารทางการเมืองยังเป็นกิจกรรมที่แพร่หลายทั่วไป

Almond & Coleman (1960) ระบุว่า การสื่อสารทางการเมืองคือ กิจกรรมที่เผยแพร่ทั่วไป อันเป็นการทำหน้าที่ทั้งหลายดำเนินอยู่ในระบบการเมืองกระบวนการ สังคมประกิต การสร้างโครงข่ายผลประโยชน์ การประสานผลประโยชน์ การสร้างกฎการประยุกต์ใช้กฎและการปรับเปลี่ยนกฎ ล้วนดำเนินไปโดยอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือ

สรุปได้ว่า การสื่อสารทางการเมือง คือ ความพยายามสื่อสารระหว่างผู้สื่อสารและผู้รับสาร ในประเด็นเรื่องความคิดเห็นทางการเมือง ผลประโยชน์ทางการเมือง หรือข้อเรียกร้องในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม

## 2. ความสำคัญของการสื่อสารทางการเมือง

Karl W. Deustch (1966) ได้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการสื่อสารทางการเมือง โดยการอธิบายว่า การสื่อสารนั้นเปรียบเสมือนเส้นใยประสาทของมนุษย์ ส่วนการสื่อสารทางการเมืองเปรียบดังเส้นใยสมองของรัฐบาลซึ่งเส้นใยสมองเป็นส่วนหนึ่งของเส้นใยประสาทของมนุษย์ ทำให้การเมืองเป็นเรื่องที่มีความสัมพันธ์อย่างแยกกันไม่ได้กับการสื่อสาร ไม่มีรัฐบาลใดสามารถดำเนินกิจการใด ๆ ได้เลยหากปราศจากซึ่งการสื่อสาร เพราะการสื่อสารนำมาซึ่งเสียงสนับสนุนจากประชาชน กระบวนการสื่อสารทางการเมืองจึงเป็นกระบวนการทางการเมืองที่มีความสำคัญในการช่วยให้ความเห็นพ้องต้องกัน ช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างสภาพสังคมที่มีความแตกต่างกัน และสร้างค่านิยมและเป้าหมายร่วมกันให้เกิดขึ้นในสังคม การสื่อสารทางการเมืองจะทำหน้าที่ถ่ายทอดข่าวสารกลับไปกลับระหว่างองค์กรทางการเมือง

Pye (1972) เห็นว่า การสื่อสารโครงข่ายที่โยงใยสังคมมนุษย์ โครงสร้างของระบบการสื่อสารเปรียบเสมือนโครงกระดูกของสังคม เนื้อหาสาระ (content) ของการสื่อสารก็คือใจความสำคัญ (substance) ของการปฏิสัมพันธ์กันของมนุษย์ (intercourse) การไหลเวียนของสารสื่อสารจะกำหนดทิศทางและอัตราการพลวัตการพัฒนาของสังคม การสื่อสารแผ่ขยายไปทั่วสังคมและพบเห็นได้ในทุกส่วนในวิถีสังคม ดังนั้นจึงมีความเป็นไปได้ที่จะทำการวิเคราะห์กระบวนการทางสังคมทั้งหมดโดยอาศัย โครงสร้างเนื้อหาสาระ และการไหลเวียนของการสื่อสาร พาย ได้พิจารณาบทบาทของการสื่อสารในการพัฒนาทางการเมือง

โดยสรุปแล้วจะเห็นได้ว่า การสื่อสารทางการเมืองเป็นกระบวนการทางการเมืองที่ก่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกของสังคมการเมือง และมีความสำคัญต่อระบบการเมือง เป็นกิจกรรมที่แพร่หลายทั่วไป ทั้งการสร้างโครงข่ายผลประโยชน์ การประสานผลประโยชน์การสร้างกฎ การ

ประยุกต์ ใช้กฎและการปรับเปลี่ยนกฎ ล้วนดำเนินไปโดยอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือด้วยกันทั้งสิ้น

## การสื่อสารทางการเมืองในยุคดิจิทัล

### 1. การรณรงค์หาเสียงของพรรคการเมือง

พันธกานต์ ทานนท์ (2563) ได้ศึกษา กลยุทธ์การตลาดการเมืองไทยปี 2562 กรณีศึกษา : พรรคอนาคตใหม่ จากการศึกษาพบว่า พรรคอนาคตใหม่มีการใช้สื่อในหลายช่องทาง โดยจะมุ่งเน้นไปที่สื่อออนไลน์เป็นสำคัญทั้งเว็บไซต์ แฟนเพจเฟซบุ๊ก ยูทูบ ไลน์แอด รวมทั้งสื่อเพลง และสินค้าของพรรคอนาคตใหม่อีกด้วย และจากการศึกษาจะเห็นได้ว่า พรรคอนาคตใหม่จะเน้นการจัดเวทีปราศรัย และลงพื้นที่หาเสียง ขบวนการแห่ง สร้าง Event marketing และพบว่า พรรคอนาคตใหม่ใช้สื่อป้ายหาเสียงในการเลือกตั้งครั้งนี้้น้อยมาก ซึ่งมีกระแสสอบถามในประเด็นนี้ไปที่เพจของพรรคอนาคตใหม่ และได้คำตอบว่า การใช้ป้ายหาเสียงเป็นสิ่งรบกวนประชาชน สร้างความเกะกะให้ประชาชน ซึ่งชาวนี้นี้ก็สร้างผลดีให้กับพรรคอนาคตใหม่ได้เป็นอย่างดี สื่อออนไลน์สร้างกระแส อีกหนึ่งปรากฏการณ์สำคัญที่ส่งผลดีให้นายธนธร จิงรุ่งเรืองกิจ หัวหน้าพรรคอนาคตใหม่ และพรรคอนาคตใหม่กลายเป็นที่รู้จักและโด่งดังเพียง ชั่วข้ามคืน นั่นก็คือ ปรากฏการณ์ “ฟ้ารักพอ” กับการสร้างแฮชแทก ฟ้ารักพอ สามารถขึ้นอันดับ 1 ในเทรนด์ทวีตเตอร์ในขณะนั้นได้ เป็นการเปิดตัวพรรคอย่างสวยงาม ประชาชนมีการส่งต่อ แสดงความคิดเห็น และแชร์ข้อมูลในประเด็นนี้กัน ในวงกว้าง และเมื่อเป็นประเด็นในสังคมก็ทำให้สามารถช่วงชิงพื้นที่สื่อในสถานีโทรทัศน์ต่าง ๆ ได้ อีกด้วย สังเกตได้จากสำนักข่าวหลายช่องที่นำเสนอประเด็นนี้ รวมถึงรายการโทรทัศน์ต่าง ๆ ก็เชิญนายธนธร จิงรุ่งเรืองกิจ เข้าไปร่วมสัมภาษณ์พูดคุย หรือแม้กระทั่งรายการออนไลน์ในยูทูบต่าง ๆ ก็นำประเด็นนี้ไปพูดคุย เช่น รายการพาเธอกลับบ้าน ซึ่งเป็นรายการออนไลน์ในช่องยูทูบก็มีการเชิญนายธนธร จิงรุ่งเรืองกิจ ไปพูดคุยอย่างเป็นกันเองและสนุกสนานในประเด็นนี้ ถือเป็นผลดีในการสื่อสารพรรคอนาคตใหม่ รวมทั้งสามารถดึงดูดกลุ่มแฟนคลับเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย

เอกรินทร์ ต่วนศิริ (2563) ได้ศึกษาเรื่อง การหาเสียงทางการเมืองในโลกออนไลน์ กรณีศึกษาพื้นที่สามจังหวัดชายแดนใต้ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตผู้คนในทุกระดับสังคมและเกือบทุกมิติของชีวิต การเลือกตั้งก็เช่นเดียวกันที่สื่อสังคมออนไลน์อย่างเฟซบุ๊กได้เข้ามามีบทบาทด้วยการทำหน้าที่เป็นสื่อกลางระหว่างพรรคการเมืองและผู้มีสิทธิเลือกตั้ง การเลือกตั้งทั่วไปเมื่อวันที่ 24 มีนาคม 2562 ในระดับพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ มี 3 พรรคการเมืองใหญ่ที่เลือกใช้สื่อชนิดนี้ จากการวิจัยพบว่าพรรคอนาคตใหม่ใช้เฟซบุ๊กควบคู่ไปกับ



การลงพื้นที่หาเสียงโดยให้น้ำหนักทั้งสองวิธีการอย่างเท่าเทียมกันเนื่องจากเป็นพรรคการเมืองใหม่ที่ไม่มีฐานเสียงเดิม ขณะที่พรรคเพื่อไทยและพรรคประชาชาติ แม้จะมีฐานเสียงเดิมในพื้นที่อยู่แล้วแต่ทั้งสองพรรคก็เลือกใช้เฟซบุ๊กเป็นส่วนเสริมการหาเสียง เหตุที่เฟซบุ๊กถูกใช้ในการหาเสียงเลือกตั้งเนื่องจากมีฟังก์ชันการใช้งานที่เอื้อต่อการสร้างเนื้อหาที่น่าดึงดูดและเข้าใจง่ายซึ่งแต่ละพรรคการเมืองเลือกส่งสารต่อผู้มีสิทธิเลือกตั้งด้วยประเด็นและรูปแบบที่แตกต่างกันไป

## 2. การแสดงความคิดเห็นและข้อเรียกร้องของประชาชน

สุชาติ บำรุงสุข (2564) ได้นำเสนอบทความเรื่อง Club House “สโมสร” ต่อต้านเผด็จการ! การปรากฏตัวของแพลตฟอร์มที่ชื่อ “คลับเฮ้าส์” (Club House) ได้ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือของการสื่อสารทางการเมืองอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ และเป็นเครื่องมือสื่อสารทางการเมืองที่อาจจะสามารถส่งผลกระทบได้อย่างมากให้แก่การเรียกร้องประชาธิปไตยในกรณีของไทย เพราะนับตั้งแต่การรัฐประหาร 2557 เป็นต้นมา ฝ่ายต่อต้านรัฐประหารรับรู้เป็นอย่างดีกับการถูก “ติดตามทางข่าวสาร” จากทางฝ่ายรัฐบาล จนฝ่ายประชาธิปไตยจำเป็นต้องแสวงหาช่องทางในการติดต่อสื่อสารใหม่ ซึ่งปัญหาในการเมืองไทยเช่นนี้ ส่วนหนึ่งเกิดจากความกังวลกับการ “ไล่ล่า” ในเวทีข่าวสารของฝ่ายรัฐ และอีกส่วนหนึ่งเกิดความไม่มั่นใจในแพลตฟอร์มเดิม ซึ่งปัญหาคความกังวลเช่นนี้เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในการต่อสู้กับระบอบอำนาจนิยมทั่วโลก และถูกพิสูจน์จากการใช้ของฝ่ายต่อต้านรัฐบาลของประธานาธิบดีปูตินมาแล้ว การต่อสู้กับระบอบเผด็จการในคลื่นประชาธิปไตยลูกใหญ่ ที่ประสบความสำเร็จชนะในปรากฏการณ์ครั้งสำคัญที่ถูกเรียกขานว่า “อาหรับสปริง” (Arab Spring) หรือ “ฤดูใบไม้ผลิในโลกอาหรับ” นั้น เป็นดัง “ชัยชนะของเฟซบุ๊กและทวิตเตอร์” ในการต่อสู้ของฝ่ายประชาธิปไตยในโลกอาหรับ ที่เริ่มต้นในตูนิเซียตอนช่วงปลายปี 2553 (ค.ศ. 2010) และขยายตัวไปสู่อียิปต์ในช่วงต้นปี 2554 (ค.ศ. 2011) และในคลื่น “อาหรับสปริงลูกที่สอง” ในปี 2562 (ค.ศ. 2019) ไม่ว่าจะ เป็นในชูดานและในแอลจีเรียก็ตอกย้ำ บทบาทของเครื่องมือการสื่อสารในโลกสมัยใหม่ ที่มีส่วนอย่างสำคัญกับการเรียกร้องประชาธิปไตย และแน่นอนว่า ไม่ต่างกับบทบาทของเครื่องมือนี้ในฮ่องกง อันเป็นพลังของคนหนุ่มสาวในฮ่องกงที่ใช้ต่อสู้กับรัฐบาล ที่ทำให้เกิดการประท้วงขนาดใหญ่อย่างที่เราไม่เคยเห็นมาก่อนในฮ่องกงในช่วงเวลาเดียวกัน ฉะนั้นวันนี้จึงไม่ใช่เรื่องแปลกที่ “คลับเฮ้าส์” จะถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือของการต่อสู้ทางการเมือง และต้องถือว่า เป็นการเปิดมิติใหม่อีกขั้นตอนหนึ่งในทางเทคโนโลยี หลังจากการสร้าง “กระแสการเมืองออนไลน์” ที่ทำให้พรรคอนาคตใหม่ประสบความสำเร็จในการเลือกตั้งในต้นปี 2562 มาแล้ว และยังเมื่ออดีตนายกรัฐมนตรีทักษิณ ชินวัตร เปิดสโมสรชวนคนมาคุย จึงเป็นดังการเปิด “ปราศรัยใหญ่” ทางการเมือง แม้จะอยู่ในฐานะผู้ลี้ภัยต่างแดน แต่เงื่อนไขความไกลทางภูมิศาสตร์ไม่ใช่ข้อจำกัดของการสื่อสารอีกต่อไป

คันธริรา ฉายาวงศ์ (2564) ได้ศึกษาเรื่อง แนวโน้มการเมืองไทยกับสื่อสังคมออนไลน์ในศตวรรษที่ 21 ผลการวิจัยพบว่า การสื่อสารทางการเมืองของประชาชน สื่อสังคมออนไลน์ช่วยเพิ่มพื้นที่ในการแสดงออก และการมีส่วนร่วมทางการเมือง โดยเป็นการมีส่วนร่วมทางการเมืองออนไลน์ (E-Participate) และเป็นช่องทางในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมือง โดยมีผลต่อการแสดงออกทางการเมืองในโลกจริงโดยเฉพาะการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง ความก้าวหน้าของการพัฒนาแอปพลิเคชันของสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Applications) ทำให้ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์สามารถแสดงความคิดเห็นทางการเมือง แลกเปลี่ยนความเห็น และการวิพากษ์วิจารณ์ทางการเมืองบนโลกออนไลน์ได้โดยสะดวกมากขึ้น สื่อสังคมออนไลน์ยังช่วยให้มีการแลกเปลี่ยน (Sharing) ข้อความและรูปภาพที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการเมือง และการแสดงออกในทางการเมืองอีกด้วย (Safranek, 2012, 1-14) สื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) และยูทูป (YouTube) ล้วนนำมาใช้เป็นช่องทางหลักในแสดงความคิดเห็นหรือวิพากษ์วิจารณ์ทางการเมืองได้

### 3. การนำเสนอข้อมูลข่าวสารทางการเมืองของสื่อต่างๆ

วุฒิพร ลิ้มวราภัส (2562) ได้ศึกษาเรื่อง กระบวนการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านสื่อออนไลน์กรณีศึกษา โพสต์ทูเดย์ และแนวหน้า ผลการวิจัยพบว่า 1) หนังสือพิมพ์ออนไลน์มีบทบาทและมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ โดยนำเสนอความจริง ให้ความรู้ เป็นช่องทางสื่อสารระหว่างประชาชนกับสื่ออันมีต่อการบริหารทางการเมืองของรัฐบาล และการตรวจสอบการทางานของรัฐบาลและผู้นำทางการเมือง สำหรับกระบวนการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ พบว่าการคัดกรองข้อมูล จัดการความคิดเห็นของผู้ใช้ ประสานงานตรวจสอบกิจกรรมต่าง ๆ และเปิดช่องทางให้ประชาชนแสดงความคิดเห็นต่อข่าวการเมือง โดยส่วนใหญ่จะแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับประชาธิปไตย แสดงความคิดเห็นต่อการปฏิบัติหน้าที่ของตัวแทนทางการเมือง รวมถึงการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางการเมืองอันช่วยเสริมสร้างวัฒนธรรมประชาธิปไตย 2) อิทธิพลของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่มีต่อการพัฒนาทางการเมืองพบว่า ปัจจุบันอิทธิพลของสื่อออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาทางการเมืองเป็นอย่างมากเนื่องจากโครงสร้างสังคมเปลี่ยนไป โดยมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาในชีวิตประชาชนมากขึ้นส่งผลทำให้ระบบการเมืองมีการพัฒนาสูง มีการพัฒนาความเป็นประชาธิปไตยมากขึ้น เพราะเป็นช่องทางในการให้ข้อมูลข่าวสารได้อย่างต่อเนื่องในปริมาณที่ไม่จำกัด ส่งผลให้พลเมืองมีสิทธิ โอกาสและความเท่าเทียมในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารมากขึ้น

## บทสรุป (Conclusion)

การสื่อสารทางการเมืองเป็นเครื่องมือหรือกลไกสำคัญในทางการเมืองไทยมาตั้งแต่อดีต โดยมีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดและขยายแนวความคิด ตลอดจนอุดมการณ์ทางการเมืองจากผู้สื่อสารไปยังผู้รับสาร เพื่อถ่ายทอดเจตจำนงทางการเมือง ในยุคดิจิทัลการพัฒนาการทางเทคโนโลยีทางการเมืองมีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็วโดยทุก ๆ คนสามารถเป็นสื่อและแสดงความคิดเห็นทางการเมืองได้อย่างรวดเร็ว ผ่านช่องทางของ สื่อ social network อาทิ Clubhouse, Facebook Live, twitter หรือ Instagram ซึ่งอาจจะใช้รูปแบบการประชาสัมพันธ์ (Public Relations) เพื่อสื่อสารทางการเมืองให้กลุ่มเป้าหมายได้รับทราบ ดังนั้น จึงมีการนำสื่อมาใช้ในการสื่อสารทางการเมืองในรูปแบบต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพสามารถเข้าถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด ซึ่งเห็นได้ว่าสื่อดิจิทัลเหล่านี้สามารถเข้าถึงประชาชนเป็นจำนวนมากและมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่การนำมาใช้กับการสื่อสารทางการเมืองย่อมมีความละเอียดอ่อน ต้องเป็นการนำเสนอข้อมูลที่มีความจริงไม่สร้างความเกลียดชังและที่สำคัญควรอยู่ในกรอบของกฎหมายของบ้านเมือง

## เอกสารอ้างอิง (References)

- Agree, W.K., Ault P.H., & Emery, E. (1976). *Introduction to mass communication*. New York, NY: Harper & Row.
- Akkanut Wantanasombut. (2019). Social media can create a social movement. But can it fail as well? Retrieved from <https://thematter.co/thinkers/success-and-failure-of-social-media/88989>.
- Coleman, J. S. (1960). *The Politics of the Developing Area*. Princeton: Princeton University Press.
- Dennis W. Johnson. (2001). *No Place for Amateurs*. London: Routledge.
- Ekarin Tuansiri. (September - December 2020). Political campaign in the online world, a case study in the three southern border provinces. *Journal of King Prajadhipok's Institute*, 18(3). 36-57.
- G.A. Almond and Powell, G. Bingham Jr. (eds.). (1980). *Comparative Politics Today: A World View*. Boston: Brown and Company.

- Kanthira Chayawong. (January – June 2021). Trends in Thai politics and social media in the 21st century. *Journal of Mass Communication Technology*, SUT, 6(1).
- Karl W. Deustch. (1966). *The Nerves of Government : Models of Political Communication and Control*. New York: The Free Press.
- Manuel Pares I Maicas. (1992). *Introduction a la communication social*. Barcelona : ESRPPPU.
- Marketeer Team. (2016). Opening the Digital Era 1.0-4.0. Retrieved from <https://marketeeronline.co/archives/24632>.
- Phanthakan Tanon. (July-December 2020). Thai Political Marketing Strategy 2019 Case Study : Future Forward Party. *Journal of Communication Arts and Innovation*, NIDA, 7(2). 97-115.
- Pye, Lucian W. (1972). *Introduction in Communication and Political Development*. New Jersey, NJ: Princeton University Press.
- R.E. Denton, G.C. Woodward. (1990). *Political Communication in America*. New York : Praeger.
- Safranek, R. (2012). The Emerging Role of Social Media in Political and Regime Change. Available from URL: [https://www.academia.edu/11859835/Article\\_Review\\_](https://www.academia.edu/11859835/Article_Review_).
- Suchart Bamrungasuk. (2561). Club House “The Club” Against Dictatorship!. Retrieved from [https://www.matichonweekly.com/surachart/article\\_404270](https://www.matichonweekly.com/surachart/article_404270).
- Wikipedia, the free encyclopedia. Human. Retrieved from <https://en.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%A1%E0%B8%99%E0%B8%B8%E0%B8%A9%E0%B8%A2%E0%B9%8C>
- Wutthiporn Limwaraphas. (2019). Political participation process through online media, case studies, Post Today and Naew Na. (Master of Arts Thesis). Bangkok : National Institute of Development Administration.