

นวัตกรรมการสื่อสารเพื่อการขับเคลื่อนประชาธิปไตยที่ยั่งยืน

โดยพรรคการเมืองในยุคดิจิทัล*

INNOVATIVE COMMUNICATION FOR DRIVING SUSTAINABLE DEMOCRACY

BY POLITICAL PARTY IN DIGITAL ERA

ไพศาล เรืองฤทธิ์*, วิทยาธร ท่อแก้ว, กานต์ บุญศิริ

Paisan Rueangrit*, Wittayatorn Tokeaw, Karn Boonsiri

สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช นนทบุรี ประเทศไทย

School of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University, Nonthaburi, Thailand

*Corresponding author E-mail: 4661500118@stou.ac.th

บทคัดย่อ

นวัตกรรมการสื่อสารมีบทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อนประชาธิปไตยในสังคมไทย โดยพรรคการเมืองสามารถใช้สื่อดิจิทัลเพื่อถ่ายทอดนโยบาย วิเคราะห์พฤติกรรมผู้ใช้งานออนไลน์ และพัฒนากลยุทธ์ที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนอย่างแม่นยำ ทำให้เกิดการสื่อสารทางการเมืองที่เข้าถึงได้ง่าย รวดเร็ว และมีปฏิสัมพันธ์มากขึ้น อย่างไรก็ตาม การสื่อสารในยุคดิจิทัลสำหรับพรรคการเมืองสมัยใหม่ยังต้องเผชิญปัญหาสำคัญ ได้แก่ การบิดเบือนข้อมูล ข่าวปลอม การสร้างกระแสที่ผิดทิศทาง และขั้นตอนวิธีการแก้ปัญหาด้านเทคโนโลยีดิจิทัลที่ยังต้อกย้าข้อมูลด้านเดียว ซึ่งอาจนำไปสู่การแบ่งขั้วทางการเมืองและบั่นทอนความน่าเชื่อถือของพรรคการเมือง ในสายตาสาธารณะ นอกจากนี้ ความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัลระหว่างพื้นที่เมืองกับชนบทก็ยังเป็นอีกหนึ่งอุปสรรคที่ทำให้ประชาชนบางกลุ่มไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลทางการเมืองได้อย่างเท่าเทียม ดังนั้น พรรคการเมืองจำเป็นต้องปรับตัวด้วยการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ที่หลากหลายมาใช้ในการสื่อสารควบคู่กับการประยุกต์ใช้ระบบจัดการข้อมูลและปัญญาประดิษฐ์เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมและคาดการณ์ความคิดเห็นของประชาชน การกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนครอบคลุมกับเนื้อหาสาระที่ต้องการนำเสนอที่สอดคล้องกับอุดมการณ์และนโยบายของพรรคให้ตรงจุด รวมถึงการสร้างระบบตรวจสอบข่าวสารที่ทันสมัยเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาข่าวปลอมอย่างเป็นรูปธรรม การกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน ทำให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลและสร้างการมีส่วนร่วมทางการเมืองได้อย่างกว้างขวาง พรรคการเมืองควรพัฒนารูปแบบการสื่อสารที่บูรณาการหลายแพลตฟอร์ม ควบคู่กับกระบวนการสื่อสารที่เปิดกว้างและมีความรับผิดชอบ พร้อมทั้งวางกลยุทธ์ที่ชัดเจนและยืดหยุ่น เพื่อสร้างประชาธิปไตยที่มีคุณภาพ ยั่งยืน และทำให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการกำหนดอนาคตทางการเมืองได้อย่างแท้จริง

คำสำคัญ: นวัตกรรมการสื่อสาร, ประชาธิปไตย, พรรคการเมือง, ยุคดิจิทัล

Abstract

Communication innovation plays a crucial role in driving democracy in Thai society, as political parties can utilize digital media to disseminate policies, analyze online user behavior, and develop strategies that accurately respond to citizens' needs. enabling more accessible, rapid, and interactive

political communication. However, communication in the digital age for modern political parties still faces significant challenges, including misinformation, fake news, manipulated trends, and digital algorithms that reinforce one-sided information, which may intensify political polarization and undermine the credibility of political parties in the public eye. Furthermore, the digital divide between urban and rural areas remains an obstacle preventing some groups from having equal access to political information. Therefore, political parties must adapt by employing a variety of online platforms in combination with big data systems and artificial intelligence to analyze behavior and predict public opinion. They must also establish a modern news verification system to concretely prevent and address fake news. Clearly defining target groups and delivering core messages that align with party ideology and key policies ensures that information reaches citizens effectively while fostering broad political participation. Modern political parties should therefore develop integrated communication models across multiple platforms, alongside open and responsible communication processes, and establish clear yet flexible strategies. Such approaches will strengthen the quality and sustainability of democracy and enable citizens to play an active role in shaping their political future.

Keywords: Innovative Communication, Democracy, Political Party, Digital Era

บทนำ

การพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารในปัจจุบันมีบทบาทสำคัญต่อพรรคการเมือง ทั้งในด้านการสื่อสาร การถ่ายทอดนโยบาย แนวคิด และกิจกรรมต่าง ๆ ไปถึงประชาชนได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารกระตุ้นการมีส่วนร่วมของประชาชน (Alexandro, R. & Basrowi, B., 2024) ทำให้ประชาชนเข้าถึงประชาธิปไตยอย่างทั่วถึงอย่างมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การบริหารระบบสมาชิก การสื่อสาร ภายในและภายนอกองค์กร ไปจนถึงกระบวนการสร้างและพัฒนานโยบาย การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนถือเป็นหัวใจสำคัญของระบอบประชาธิปไตย เป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้แสดงความคิดเห็นร่วมตัดสินใจต่อการเมืองการปกครองของประเทศ (Dommett, K. et. al., 2021)

ถึงแม้ว่าการสื่อสารด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลจะสร้างการเข้าถึงให้ประชาชนมีส่วนร่วมทางการเมืองเพิ่มมากขึ้น แต่ยังมีผลกระทบทางอ้อมเนื่องจากเทคโนโลยีสื่อสารดิจิทัล ทั้งในด้านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการบิดเบือนข้อมูล เช่น การเผยแพร่ข่าวปลอม (Fake News) หรือการจัดตั้งกลุ่มที่สร้างความเข้าใจผิดในช่วงการเลือกตั้ง การแพร่กระจายของข้อมูลที่ไม่ถูกต้องอาจส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ซึ่งทำให้ความน่าเชื่อถือของพรรคการเมืองตกอยู่ในความเสี่ยง (Esser, F. & Strömbäck, J., 2014) การนำเสนอข้อมูลของพรรคการเมืองที่ประชาชนต้องการนั้นควรก่อให้เกิดความโปร่งใสภายใต้การมีส่วนร่วมที่แท้จริง ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่พรรคการเมือง ดังนั้น การนำเทคโนโลยีสื่อสารดิจิทัลมาใช้ในการกระจายข้อมูลข่าวสาร นโยบาย และจุดยืนทางการเมือง จึงเปรียบเสมือนเป็นโอกาสและความท้าทายที่พรรคการเมืองสมัยใหม่ สามารถนำไปเลือกใช้ในการปรับกลยุทธ์ การสื่อสารให้สอดคล้องกับความต้องการของสังคม (Fischli, R. & Muldoon, J., 2024) ทั้งในด้านความต้องการของประชาชน กระบวนการพัฒนาระบบ และแนวทางการกำหนดนโยบายเชิงยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมในการพัฒนา การสื่อสารเพื่อการขับเคลื่อนประชาธิปไตยของพรรคการเมืองในยุคดิจิทัลอย่างยั่งยืน บทความนี้มีเป้าหมายเพื่อศึกษารูปแบบนวัตกรรมสื่อสารของพรรคการเมือง กลยุทธ์การสื่อสารในยุคดิจิทัลและเสนอแนวทางกระบวนการสื่อสารสำหรับพรรคการเมืองสมัยใหม่เพื่อการเมืองสมัยใหม่เพื่อขับเคลื่อนประชาธิปไตยไทยให้มีคุณภาพและยั่งยืน



ความสำคัญและความจำเป็นของนวัตกรรมการสื่อสารของพรรคการเมือง

หลักการปกครองในระบอบประชาธิปไตยเป็นแนวคิดที่มุ่งเน้นการดำเนินการแบบมีส่วนร่วมของประชาชน ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของระบอบประชาธิปไตย เนื่องจากการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้แสดงความคิดเห็น มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และตรวจสอบการทำงานของรัฐบาล การสื่อสารจึงเป็นกระบวนการที่เข้ามาช่วยในการกระจายข้อมูลข่าวสารทางการเมืองออกสู่ประชาชน ช่วยให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูล ติดตามกิจกรรมทางการเมือง และสื่อสารกับนักการเมืองได้สะดวกและรวดเร็วมากขึ้น นอกจากนี้ ยังช่วยให้ประชาชนสามารถตรวจสอบการทำงานของรัฐบาลได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งเป็นการยกระดับประชาธิปไตยให้มีความเข้มแข็ง และยั่งยืน (Wimmer, M. A. et al., 2011) ช่วยสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้สนับสนุน และสร้างความโปร่งใสในนโยบายและแนวทางการดำเนินงาน การสร้างความเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตยอย่างสมบูรณ์ การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในทุกระดับและทุกขั้นตอนของกระบวนการทางการเมือง

นวัตกรรมการสื่อสารในยุคปัจจุบันภายใต้การพัฒนาเทคโนโลยีที่ทันสมัยทำให้การสื่อสารก้าวหน้าก้าวไกลมากขึ้น ในอดีตการสื่อสารทางการเมืองจะเน้นการเข้าถึงประชาชนโดยตรงผ่านการหาเสียงกระจายข้อมูล แบบบอกต่อเสียงตามสาย การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง โดยเน้นการเข้าถึงประชาชนให้มากที่สุด แต่ปัจจุบันการสื่อสารยุคดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงไปกลายเป็นการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ที่เรียกว่า การสื่อสารแบบดิจิทัลการสื่อสารในรูปแบบดิจิทัลนี้เป็นกระบวนการติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพรวดเร็วและง่ายดายผ่านแอปพลิเคชันต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมาใหม่อย่างต่อเนื่อง นวัตกรรมการสื่อสารเหล่านี้จะสามารถช่วยให้กระบวนการทำงานในการส่งต่อข่าวสารทางการเมืองเป็นไปอย่างรวดเร็ว รวดเร็วและทันเหตุการณ์ สอดคล้องกับการใช้ชีวิต กระบวนการทำงาน และมุมมองความคิดของมนุษย์เปลี่ยนไปจากเดิมมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม การสื่อสาร ที่ทำให้มนุษย์ติดต่อกันมากขึ้น ง่ายขึ้น และรวดเร็ว ผู้คนทุกช่วงชั้นอายุเริ่มเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารได้อย่างง่ายดายและอย่างแพร่หลาย ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลต่อบุคคล ระหว่างบุคคลต่อหน่วยงาน และระหว่างหน่วยงานต่อหน่วยงาน ถือเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้เกิดการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการให้สอดคล้องกับยุคสมัย (ณัฐวุฒิ เอี่ยมเนตร และคณะ, 2567)

นวัตกรรมการสื่อสารของพรรคการเมืองเป็นการนำกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานมาใช้กัน อย่างแพร่หลาย ทั้งการใช้แคมเปญโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การตลาดแบบทางตรงด้วยการอาศัยหาเสียง หรือ เดินพบปะประชาชนรวมทั้งการสร้างภาพลักษณ์ของพรรค (brand image) นั้น แสดงถึงบูรณาการทางการเมืองที่ได้มีการนำกลยุทธ์ทางการตลาดและสื่อหลาย ๆ แขนงมาใช้ให้เกิดประโยชน์ทางการเมืองให้มากที่สุด ทำให้พรรคการเมืองต่าง ๆ พยายามนำเสนอข้อมูลข่าวสารให้เข้าถึงประชาชนมากยิ่งขึ้น (อาลี คาน, 2566)

การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีดิจิทัลที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของประชาชน ส่งผลให้รูปแบบการสื่อสารทางการเมืองต้องปรับเปลี่ยนไปตามพฤติกรรมและช่องทางการสื่อสารที่ประชาชน เพื่อให้เข้าถึงการสื่อสารตรงกลุ่มเป้าหมาย พรรคการเมืองจึงจำเป็นต้องพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารดิจิทัลเพื่อให้การถ่ายทอดนโยบายและแนวคิดเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างตรงจุด รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ ช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างพรรคกับประชาชนให้แน่นแฟ้นขึ้นผ่านกลไกการสื่อสารที่โปร่งใส เปิดโอกาสให้ประชาชนได้แสดงความคิดเห็นและมีส่วนร่วมในเชิงโต้ตอบ การสื่อสารในลักษณะนี้ยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความไว้วางใจและความศรัทธาในพรรคการเมือง ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานของประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วม นอกจากนี้ การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการสื่อสาร ยังช่วยเพิ่มศักยภาพให้พรรคการเมืองสามารถวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง และออกแบบกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนในแต่ละกลุ่มได้อย่างแม่นยำมากขึ้น การใช้ข้อมูลเชิงลึกและเครื่องมือดิจิทัล จึงไม่เพียงช่วยยกระดับประสิทธิภาพของการสื่อสาร แต่ยังสนับสนุนให้พรรคการเมืองสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมได้อย่างต่อเนื่อง

รูปแบบนวัตกรรมการสื่อสารของพรรคการเมือง

นวัตกรรม (Innovation) หมายถึง การปรับปรุงสิ่งที่มีอยู่ให้ดีขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ในบริบททางการเมือง นวัตกรรมการสื่อสาร คือ การพัฒนาระบบการสื่อสารของพรรคการเมืองจากรูปแบบดั้งเดิมไปสู่การสื่อสารดิจิทัล โดยเฉพาะการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและนโยบายของพรรคให้ถึงประชาชนอย่างรวดเร็วและทั่วถึง การสื่อสารดิจิทัลจึงทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมระหว่างผู้ปกครองกับประชาชนรวมทั้งระหว่างประชาชนด้วยกันเอง อีกทั้งยังเปิดโอกาสให้พรรคการเมืองใช้ช่องทางเหล่านี้ในการโน้มน้าวและสร้างการสนับสนุนต่อแนวนโยบายหรือผู้สมัครของตน อันเป็นกลไกสำคัญที่ทำให้กระบวนการทางการเมืองสามารถขับเคลื่อนและดำรงอยู่ได้อย่างต่อเนื่อง (บุญศรี ยีหะ, 2554)

รูปแบบการสื่อสารของพรรคการเมืองในยุคดิจิทัลที่เน้นพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารที่เหมาะสม โดยมีองค์ประกอบสำคัญ ดังนี้

1. การจัดทำนโยบายและนำเสนอผ่านสื่อดิจิทัลมุ่งเน้นเน้นให้ประชาชนเข้าถึงได้อย่างทั่วถึงและรวดเร็ว พรรคการเมืองจึงต้องพัฒนากระบวนการจัดทำนโยบาย การนำเสนอ และการเผยแพร่ไปยังสมาชิกและประชาชนโดยผสมผสานทั้งการลงพื้นที่และการใช้สื่อดิจิทัลเป็นช่องทางสำคัญ เพื่อให้ข้อมูลนโยบายกระจายได้กว้างสม่ำเสมอ และตรงต่อกลุ่มเป้าหมาย (สุเมธ ตั้งประเสริฐ, 2565)

2. การสร้างแบรนด์พรรคการเมืองมุ่งเน้นเน้นการสื่อสารนโยบาย วิสัยทัศน์ บุคลิกภาพ ค่านิยม และจุดยืนทางการเมืองที่ตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนอย่างชัดเจน กลยุทธ์การเล่าเรื่อง การใช้สื่อดิจิทัล และการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับผู้สนับสนุน ล้วนมีบทบาทสำคัญในการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง ทำให้ประชาชนเกิดความเชื่อมั่น ศรัทธา และไว้วางใจ อีกทั้งยังสามารถเข้าถึงข้อมูลทางการเมืองได้อย่างหลากหลายและตรงจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง (วิทย์ธร ท่อแก้ว, 2568)

3. การจัดทำฐานข้อมูลส่งเสริมงานนิติบัญญัติมุ่งเน้นการยกระดับบทบาทและภารกิจของสถาบันนิติบัญญัติให้ดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งเสริมการพัฒนาองค์กรและบุคลากรให้ก้าวหน้าทางเทคโนโลยี รวมถึงเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการกำหนดยุทธศาสตร์และแผนงานของรัฐอย่างทั่วถึง ส่งผลให้การบริการข้อมูลด้านนิติบัญญัติเป็นเรื่องใกล้ตัว เข้าถึงง่าย และสร้างความโปร่งใสในกระบวนการทางการเมือง

4. การรับเรื่องราวร้องทุกข์จากประชาชนมุ่งเน้นการทำงานด้วยความโปร่งใส โดยเจ้าหน้าที่ต้องให้ความสำคัญกับการศึกษา วิเคราะห์ และหาแนวทางแก้ไขปัญหของประชาชนอย่างรอบด้าน ใช้ความรู้และประสบการณ์เพื่อจัดการกับปัญหาที่ซับซ้อนและส่งผลกระทบในวงกว้าง พร้อมทั้งนำเสนอข้อคิดเห็นต่อผู้บังคับบัญชาเพื่อพิจารณาและสั่งการ หรือในบางกรณีอาจให้คำแนะนำ ชี้แจง หรือส่งต่อเรื่องไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อดำเนินการแก้ไขอย่างถูกต้องและรวดเร็ว

5. การปฏิบัติงานนิติบัญญัติมุ่งเน้นการจัดการข้อมูลและการตรวจสอบการทำงานของอำนาจนิติบัญญัติว่าเป็นของประชาชนโดยแท้จริง สะท้อนถึงความเข้มแข็ง ความสุจริต ยุติธรรม และความรวดเร็วในการทำงาน ทั้งยังช่วยรักษาผลประโยชน์ของรัฐและสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ประชาชนต่อการใช้อำนาจปกครอง การตรวจสอบการใช้อำนาจของรัฐอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการเสริมสร้างการปกครองในระบอบประชาธิปไตย

6. การเผยแพร่ข่าวสารภายในองค์กรมีบทบาทในการส่งต่อข้อมูลและนโยบายของรัฐบาลไปสู่ประชาชน ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ชัดเจน และเปิดโอกาสให้สื่อมวลชนทำหน้าที่เป็นทั้งช่องทางเผยแพร่และเครื่องมือรับฟังเสียงสะท้อนจากสังคม ขณะเดียวกันประชาชนก็สามารถเข้าถึงข้อมูลทางการเมืองได้สะดวกขึ้น และใช้สื่อมวลชนเป็นช่องทางในการแสดงความคิดเห็นหรือยื่นข้อเรียกร้องต่อรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง



7. การเผยแพร่ข่าวสารและความรู้สู่สาธารณชนเป็นกระบวนการสร้างความนิยมและความเชื่อมั่นต่อผู้นำทางการเมือง โดยทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมระหว่างพรรคการเมืองกับประชาชน ผ่านการนำเสนอข้อมูลและกิจกรรมต่าง ๆ ให้สังคมรับรู้ ซึ่งช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์และความศรัทธาที่มีต่อพรรค การเลือกใช้ช่องทางสื่อสารที่เหมาะสมจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง หากเลือกใช้สื่อที่ไม่ตรงกับบริบทของผู้รับสาร เช่น ใช้วิทยุโทรทัศน์หาเสียงในพื้นที่ชนบทที่ประชาชนส่วนใหญ่ไม่สามารถเข้าถึง อาจทำให้สารไม่ถึงเป้าหมาย เกิดการสิ้นเปลืองทรัพยากรและลดประสิทธิภาพของการสื่อสารทางการเมืองโดยตรง

8. การเผยแพร่ข่าวสารสู่เครือข่ายผู้ปฏิบัติงาน เป็นกระบวนการถ่ายทอดข้อมูลทางการเมืองจากพรรคสู่ประชาชนและสื่อมวลชนที่มีบทบาทในการตรวจสอบ เพื่อที่สร้างความเข้าใจที่ถูกต้องและโปร่งใสต่อแนวทางการดำเนินงานของพรรค การสื่อสารต้องมีความรวดเร็ว ชัดเจน และมีประสิทธิภาพ เพื่อให้สารถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างตรงประเด็นและเสริมสร้างความเชื่อมั่นของสาธารณชนต่อพรรคการเมือง

9. การสื่อสารระหว่างสมาชิกพรรคการเมืองเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยสร้างความเข้าใจและความเป็นเอกภาพภายในพรรคทำให้สมาชิกมีทัศนคติ ค่านิยม และสำนึกทางการเมืองที่สอดคล้องกัน อีกทั้งยังช่วยเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ และความตระหนักถึงสิทธิและหน้าที่ของตนในฐานะพลเมือง เมื่อสมาชิกพรรคมีความเข้าใจตรงกันย่อมสามารถถ่ายทอดสารทางการเมืองไปสู่ประชาชนได้อย่างถูกต้องเหมาะสม สร้างบทบาททางการเมืองที่เข้มแข็งและสอดคล้องกับหลักประชาธิปไตย

10. การรณรงค์ทางการสื่อสารเป็นการวางแผนกิจกรรมการสื่อสารของพรรคการเมืองอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างการรับรู้ โน้มน้าว และปรับเปลี่ยนแนวคิดของประชาชนให้สอดคล้องกับเป้าหมายทางการเมืองของพรรคการเมือง (อรอนงค์ สวัสดิ์บุรี และรชชพร โกมลเสวิน, 2552)

กระบวนการจัดการนวัตกรรมการสื่อสารของพรรคการเมือง

กระบวนการสื่อสารทางการเมือง คือ การจัดการระบบการสื่อสารเพื่อส่งต่อข้อมูลข่าวสารจากพรรคการเมืองไปสู่ประชาชนอย่างเป็นทิศทางเดียวกัน พร้อมทั้งสะท้อนเสียงของประชาชนกลับสู่รัฐบาลเพื่อใช้ในการพัฒนาประเทศ ถือเป็นกลไกสำคัญที่สร้างปฏิสัมพันธ์และความเข้าใจร่วมกันในสังคมการเมือง โดยเฉพาะในยุคดิจิทัลที่ข้อมูลข่าวสารเคลื่อนตัวรวดเร็ว พรรคการเมืองจำเป็นต้องพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารเพื่อยกระดับศักยภาพในการทำงานและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างมีคุณภาพ ผ่านการวางแผน พัฒนา ประยุกต์ใช้ และประเมินผลโดยใช้เทคโนโลยีและวิธีการใหม่ ๆ เพื่อให้นโยบายและแผนงานเข้าถึงประชาชนได้อย่างรวดเร็ว โปร่งใส และตรงเป้าหมาย การจัดการที่เป็นระบบจึงเปรียบเสมือนกลไกหลักในการเชื่อมโยงแนวคิดทางการเมืองของพรรคกับสังคม โดยต้องบูรณาการเทคโนโลยีร่วมกับกลยุทธ์การสื่อสารและจิตวิทยาการโน้มน้าวเข้าด้วยกัน พร้อมทั้งมีทีมงานที่มีทักษะด้านดิจิทัลสูง สามารถทำหน้าที่ทั้งผู้ส่งสาร ผู้รับสาร และผู้ประเมินสารได้ในเวลาเดียวกัน เพื่อให้การสื่อสารทางการเมืองมีประสิทธิภาพสูงสุดและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมการเมืองได้อย่างทันทั่วถึง ซึ่งกระบวนการจัดการนวัตกรรมการสื่อสาร ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ดังนี้ (Schork, N. J. & Goetz, L. H., 2025)

1. การกำหนดข้อกำหนดระบบการสื่อสารดิจิทัล (Digital Communication Requirement Specification) ถือเป็นขั้นตอนแรกของการจัดการนวัตกรรมการสื่อสารในพรรคการเมือง มีเป้าหมายเพื่อวางทิศทางและขอบเขตการสื่อสารให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของพรรค โดยต้องกำหนดวัตถุประสงค์หลัก เช่น การสร้างการรับรู้ (Awareness) การส่งเสริมการมีส่วนร่วม (Engagement) หรือการฟื้นฟูภาพลักษณ์ พร้อมทั้งการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายในเชิงประชากรศาสตร์ พฤติกรรม และจิตสังคม เพื่อออกแบบสารให้ตรงกับความต้องการของประชาชน ลดความเสี่ยงในการสื่อสารคลาดเคลื่อน ซึ่งพรรคต้องเลือกแพลตฟอร์มดิจิทัลที่เหมาะสมกับ

กลุ่มเป้าหมาย เช่น TikTok และ Instagram สำหรับคนรุ่นใหม่ Facebook และ YouTube สำหรับวัยทำงาน และ LINE หรือโทรศัพท์สำหรับผู้สูงอายุ ควบคู่กับการกำหนดสารหลัก (Core Message) ที่สะท้อนนโยบายสำคัญและจุดยืนในประเด็นสาธารณะร่วมสมัย เช่น เศรษฐกิจ การศึกษา การต่อต้านคอร์รัปชัน หรือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยทั้งหมดต้องสอดคล้องกับอุดมการณ์พรรคและนำเสนออย่างเป็นทิศทางเดียวกัน เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือและมั่นคงในสายตาประชาชน

ทั้งนี้ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนถือเป็นขั้นตอนสำคัญในการกำหนดทิศทางการสื่อสารทางการเมือง ช่วยให้พรรคสามารถเลือกใช้เครื่องมือ ช่องทาง และรูปแบบเนื้อหาที่สอดคล้องกับลักษณะและความต้องการของประชาชนในแต่ละกลุ่มได้อย่างเหมาะสมและตรงจุด ช่วยให้พรรคการเมืองได้สื่อสารอุดมการณ์ นโยบายสำคัญ และจุดยืนทางการเมืองของพรรคอย่างชัดเจน เพื่อให้การสื่อสารเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เกิดภาพลักษณ์ที่ชัดเจน และเสริมสร้างความไว้วางใจจากสาธารณชนในระยะยาว

2. การออกแบบระบบการสื่อสารดิจิทัล (Digital Communication System Design) เป็นขั้นตอนสำคัญที่ต่อเนื่องจากการกำหนดเป้าหมายการสื่อสาร โดยมุ่งแปลงวิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์ของพรรคให้เป็นโครงสร้างที่ปฏิบัติได้จริงในโลกดิจิทัล ไม่ได้หมายถึงเพียงการผลิตสื่อ แต่รวมถึงการจัดระบบเนื้อหา การเลือกภาษาและโทนที่เหมาะสม การสร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์พรรค และการเชื่อมโยงแพลตฟอร์มต่าง ๆ ให้ทำงานสอดคล้องกัน เนื้อหาที่นำเสนอควรมีความชัดเจน สอดคล้องกับจุดยืนของพรรค พรรคควรออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้งานให้เข้าถึงข้อมูลและมีส่วนร่วมได้ง่าย เช่น เว็บไซต์ที่เป็นมิตรต่อผู้ใช้ มีข้อมูลอัปเดตสม่ำเสมอ เชื่อมโยงกับแพลตฟอร์มอื่น ๆ และเปิดให้ประชาชนแสดงความคิดเห็น สมัครสมาชิก หรือเข้าร่วมกิจกรรมได้โดยตรง ซึ่งเป็นหัวใจของประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วม การออกแบบระบบนี้ต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างทีมสื่อสาร นักวิเคราะห์ข้อมูล และผู้นำพรรคที่มีวิสัยทัศน์ดิจิทัล เพื่อให้การสื่อสารของพรรคสอดคล้องกับทิศทางและยุทธศาสตร์โดยรวมของพรรค (สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์, 2562)

ทั้งนี้ พรรคการเมืองควรออกแบบระบบการสื่อสารดิจิทัลให้มีเอกภาพ ใช้งานง่าย และเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมได้จริง เพื่อสร้างอัตลักษณ์ ความน่าเชื่อถือ และความผูกพันที่ระหว่างพรรคกับประชาชน การสื่อสารจึงไม่ใช่เพียงการเผยแพร่ข้อมูล แต่เป็นการสร้างพื้นที่แลกเปลี่ยนที่โปร่งใสและมีส่วนร่วม ซึ่งจะช่วยเสริมความเชื่อมั่นและการสนับสนุนพรรคให้ยืนยันท่วงทีกลางการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองยุคดิจิทัล

3. การจัดทำต้นแบบการสื่อสารดิจิทัล (Digital Communication Prototyping) เป็นขั้นตอนที่เปิดโอกาสให้พรรคการเมืองได้ทดลองระบบการสื่อสารกับประชาชนในรูปแบบจำลองผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ก่อนนำไปใช้จริง เพื่อทดสอบการทำงาน ความเข้าใจ และการตอบสนองของกลุ่มเป้าหมาย ผลการทดลองช่วยประเมินประสิทธิภาพ พร้อมทั้งบ่งบอกถึงการระบุข้อบกพร่องด้านภาษา เนื้อหา หรือความซับซ้อนของระบบ เพื่อนำไปปรับปรุงให้เหมาะสม อีกทั้งยังเปิดให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ทำให้การสื่อสารมีความเป็นประชาธิปไตย โปร่งใส และตอบสนองต่อความต้องการของสังคมได้อย่างแท้จริง (พรณี จุฑารัตน์, 2560)

ทั้งนี้ พรรคการเมืองควรใช้กระบวนการต้นแบบเป็นเครื่องมือเชิงยุทธศาสตร์ในการทดสอบและแก้ไขข้อบกพร่องของการสื่อสารภายใต้การมีส่วนร่วมของประชาชนตั้งแต่ช่วงเริ่มต้นของการออกแบบการสื่อสาร ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจ และความผูกพันระหว่างพรรคกับประชาชน ตลอดจนเพิ่มประสิทธิภาพของการสื่อสารให้ตรงประเด็นและตอบสนองความต้องการของสังคมได้อย่างต่อเนื่องในยุคดิจิทัล

4. การประเมินผลและปรับปรุงการสื่อสารดิจิทัล (Evaluation and Strategic Improvement) เป็นขั้นตอนสำคัญที่พรรคการเมืองต้องใช้ในการวิเคราะห์ผลลัพธ์ของการสื่อสารอย่างเป็นระบบ โดยพิจารณาทั้งข้อมูลเชิงปริมาณ เช่น อัตราการเข้าชมเว็บไซต์ จำนวนการกดถูกใจ การแชร์ การแสดงความคิดเห็น หรือการเติบโตของผู้ติดตาม และข้อมูลเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย การสำรวจความคิดเห็น และการประเมินผล



กระทบต่อภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของพรรคในระยะยาว เพื่อนำผลการประเมินดังกล่าวไปใช้ในการวิเคราะห์จุดแข็งและจุดที่ต้องปรับปรุงเพื่อแก้ไขหรือเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์การสื่อสารดิจิทัลเพื่อที่จะเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารและสร้างความเข้าใจแก่สาธารณะมากยิ่งขึ้น (สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์, 2562)

ทั้งนี้ พรรคการเมืองควรให้ความสำคัญกับการประเมินผลและปรับปรุงการสื่อสารดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง มุ่งเน้นการพัฒนาที่ตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนและสถานการณ์การเมืองที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การใช้ข้อมูลเชิงสถิติและเชิงคุณภาพควบคู่กันจะช่วยให้พรรคเข้าใจทั้งพฤติกรรมและทัศนคติของประชาชนอย่างรอบด้าน อันจะนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารที่แม่นยำ โปร่งใส และมีประสิทธิภาพ สร้างความเชื่อมั่น ความน่าเชื่อถือ และความผูกพันระหว่างพรรคกับประชาชนอย่างยั่งยืน

โดยรวม กระบวนการจัดการนวัตกรรมการสื่อสารของพรรคการเมืองควรเริ่มต้นจากการวางแผนระบบการสื่อสารดิจิทัลให้ตรงตามเป้าหมาย และสร้างสารหลักหรือเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอของพรรคอย่างชัดเจน ก่อนจะก้าวเข้าสู่การออกแบบระบบการสื่อสารดิจิทัลที่แปลงวิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์ของพรรคที่สามารถเข้าถึงประชาชนได้จริง จากนั้นพรรคจะต้องจัดทำต้นแบบการสื่อสารดิจิทัลเพื่อทดลองใช้และประเมินประสิทธิภาพ ตลอดจนเปิดโอกาสให้ประชาชนสะท้อนความคิดเห็น เพื่อนำมาปรับปรุงให้มีเหมาะสมยิ่งขึ้น ก่อนนำไปใช้จริงในวงกว้าง และในขั้นสุดท้าย คือ การประเมินผลและปรับปรุงการสื่อสารดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง ทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ เพื่อพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารให้ทันสมัย โปร่งใส และใกล้ชิดกับประชาชนมากขึ้น

กลยุทธ์การจัดการนวัตกรรมการสื่อสารของพรรคการเมือง

กลยุทธ์การสื่อสารกับประชาชน ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนพรรคให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ การจัดการนวัตกรรมการสื่อสารในพรรคการเมือง จึงเป็นการผสมผสานระหว่างกลยุทธ์การตลาดทางการเมือง การบริหารข้อมูล และการใช้เครื่องมือสื่อสารสมัยใหม่ โดยเน้นการมีส่วนร่วม ความโปร่งใส และการสื่อสารแบบมีปฏิสัมพันธ์ ซึ่งพรรคการเมืองในประเทศไทยต่างก็ปรับใช้ตามบริบทของตน ทั้งพรรคขนาดใหญ่ พรรคขนาดกลาง และพรรคขนาดเล็ก ล้วนแต่ใช้วิธีที่แตกต่างกันตามทรัพยากร อุดมการณ์ และฐานเสียง ซึ่งกลยุทธ์การจัดการนวัตกรรมการสื่อสารของพรรคการเมืองสามารถจำแนกออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. กลยุทธ์และวิธีการสื่อสารของพรรคการเมืองขนาดต่าง ๆ

กลยุทธ์การสื่อสารของพรรคการเมืองไทยในการเลือกตั้งทั่วไป ปี พ.ศ. 2562 มีลักษณะการกำหนดแนวทางที่แตกต่างกันไปตามขนาดของพรรคการเมือง โดยพรรคการเมืองขนาดใหญ่ มุ่งเน้นการขยายฐานเสียงทั่วประเทศ ผ่านการเฟ้นหาผู้สมัครที่เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมในแต่ละพื้นที่ พร้อมออกแบบสารสื่อสารที่เน้นอุดมการณ์ นโยบาย และภาพลักษณ์ของผู้นำพรรค โดยใช้แคนดิเดตนายกรัฐมนตรีหรือหัวหน้าพรรคเป็นตัวกลางสำคัญในการสื่อสารกับสาธารณะ ขณะที่พรรคการเมืองขนาดกลางให้ความสำคัญกับการรักษาฐานเสียงดั้งเดิม โดยเน้นสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่อย่างตรงจุดผ่านทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อออนไลน์เพื่อเข้าถึงผู้มีสิทธิเลือกตั้งในพื้นที่ และกลุ่มที่ยกย้ายออกไปทำงานนอกภูมิลำเนา สำหรับพรรคการเมืองขนาดเล็กมุ่งเน้นสร้างความแตกต่างโดยใช้อุดมการณ์และจุดยืนทางการเมืองที่ชัดเจน หัวหน้าพรรคหรือบุคคลที่มีอิทธิพลในพรรคถูกใช้เป็นแกนนำในการสื่อสารเพื่อสร้างความมั่นใจในคุณภาพและความตั้งใจของพรรค โดยเน้นใช้สื่อออนไลน์เป็นหลัก

2. แพลตฟอร์ม เนื้อหา และวิธีการสื่อสาร

กลยุทธ์การจัดการนวัตกรรมการสื่อสารของพรรคการเมืองในยุคดิจิทัลสะท้อนถึงความจำเป็นในการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ที่หลากหลายเพื่อให้เข้าถึงประชาชนในวงกว้าง โดย Facebook และ Line มักถูกใช้เป็นช่องทางหลักในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและกิจกรรม เนื่องจากสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ใช้หลากหลายวัย ขณะที่ YouTube ถูกใช้ในการนำเสนอวิดีโอสารคดีหรือการถ่ายทอดสดเพื่อตอกย้ำความต่อเนื่องของสารทางการเมือง

ส่วน Twitter (X) ทำหน้าที่เป็นพื้นที่สร้างกระแสและการมีส่วนร่วมในเชิงประเด็นที่ทันต่อสถานการณ์ ในขณะที่ TikTok และ Instagram กลายเป็นแพลตฟอร์มสำคัญในการเข้าถึงคนรุ่นใหม่ด้วยการนำเสนอเนื้อหาสั้นที่ดึงดูดและเล่าเรื่องได้อย่างกระชับ เนื้อหาที่เลือกใช้โดยทั่วไปผสมผสานทั้งสารเชิงข้อมูล เช่น การนำเสนอโยบายและแนวทางแก้ปัญหาสื่อสาร และสารเชิงอารมณ์ เช่น การเน้นภาพลักษณ์ของผู้นำหรือการเชื่อมโยงกับอารมณ์ของสังคม ในช่วงวิกฤติ นอกจากนี้ วิธีการสื่อสารยังครอบคลุมตั้งแต่การสื่อสารทางตรงอย่างการไลฟ์สด การตอบโต้คอมเมนต์ ไปจนถึงการใช้เทคนิคทางการตลาดดิจิทัล ควบคู่กับการออกแบบสารที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างการรับรู้ ความเชื่อมั่น และการมีส่วนร่วมทางการเมืองอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

3. กลยุทธ์การเข้าถึงตลาดการเมือง (Political Market)

กลยุทธ์การจัดการนวัตกรรมการสื่อสารเพื่อเข้าถึงตลาดการเมืองอย่างเป็นระบบ โดยอาศัยสื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือหลักในการสื่อสารกับประชาชน กลยุทธ์นี้มีลักษณะแตกต่างกันไปตามขนาดของพรรคการเมือง โดยพรรคการเมืองขนาดใหญ่มีศักยภาพในการลงทุนด้านเทคโนโลยีและบุคลากร จึงสามารถออกแบบการสื่อสารที่เหมาะสมกับแต่ละแพลตฟอร์ม เช่น Facebook, YouTube และ Twitter โดยเนื้อหาจะต้องกระชับ ชัดเจน และสร้างอารมณ์ร่วม เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชนหรือ engagement ที่สูง จนสามารถสร้างกระแสในโลกออนไลน์และมีอิทธิพลต่อพื้นที่ในสื่อมวลชนหลัก ส่วนพรรคการเมืองขนาดกลางจะเน้นการรักษาฐานเสียงเดิมเป็นหลัก โดยใช้กลยุทธ์ผสมผสานระหว่างการสื่อสารผ่านหัวหน้าคณะในพื้นที่จะการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้สนับสนุนที่ย้ายถิ่นฐานหรืออยู่ในต่างพื้นที่ ทั้งนี้ยังคงพึ่งพาสื่อท้องถิ่นแบบเดิมควบคู่กันไป สำหรับพรรคการเมืองขนาดเล็ก การสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์กลายเป็นช่องทางสำคัญที่ใช้ต้นทุนน้อย แต่สามารถเข้าถึงผู้คนได้จำนวนมาก กลยุทธ์จึงมุ่งสร้างภาพลักษณ์ผู้นำพรรคให้ชัดเจน มีความน่าเชื่อถือ และสร้างความแตกต่างจากพรรคอื่นผ่านสารที่โดดเด่น เช่น การนำเสนออุดมการณ์ใหม่ นโยบายที่เรียบง่าย หรือการใช้ผู้มีอิทธิพลทางความคิดช่วยกระจายสาร พรรคเล็กจึงต้องเน้นการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อสร้างฐานสนับสนุนและขยายอิทธิพลทางการเมืองในวงกว้าง ซึ่งทั้งหมดนี้สะท้อนให้เห็นว่าการจัดการนวัตกรรมการสื่อสารของพรรคการเมืองในไทยนั้นได้ขึ้นอยู่กับขนาดพรรคเพียงอย่างเดียว หากแต่ขึ้นอยู่กับความสามารถในการปรับตัว สร้างกลยุทธ์ที่ตอบโจทย์สื่อยุคใหม่ และเชื่อมโยงกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. การใช้ข้อมูลและเครื่องมือดิจิทัลในการกำหนดกลยุทธ์

พรรคการเมืองไทยต่างตระหนักถึงความสำคัญของการนำนวัตกรรมทางข้อมูลมาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารทางการเมือง โดยเฉพาะการใช้เครื่องมืออย่างวิทยาศาสตร์ข้อมูล (Data Science) และข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) เพื่อวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายและออกแบบสาร (Message) ที่มีประสิทธิภาพ พรรคการเมืองขนาดใหญ่ที่มีทรัพยากรเพียงพอสามารถจัดตั้งทีมวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำมาใช้งานวางแผนการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ได้อย่างแม่นยำ ทั้งในแง่การระบุกลุ่มเป้าหมาย ช่องทางการสื่อสาร และประเภทเนื้อหาที่ตอบโจทย์การมีส่วนร่วม ขณะที่พรรคการเมืองขนาดกลางและขนาดเล็กซึ่งอาจมีข้อจำกัดด้านงบประมาณและบุคลากร จำเป็นต้องเร่งพัฒนาความสามารถด้านดิจิทัล โดยเฉพาะการใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน เช่น การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ และการติดตามกระแสสังคม (social listening) เพื่อใช้ในการปรับปรุงเนื้อหาและกลยุทธ์ให้ทันต่อสถานการณ์ การใช้ Big Data ยังช่วยให้พรรคเข้าใจแนวโน้มทางสังคม การเปลี่ยนแปลงเชิงพฤติกรรม และการตอบสนองต่อประเด็นนโยบายต่าง ๆ ได้ดียิ่งขึ้น ส่งผลให้สามารถออกแบบสารที่กระชับ ตรงประเด็น และสอดคล้องกับความต้องการของประชาชนในแต่ละพื้นที่ สารเหล่านี้ยังสามารถถูกออกแบบให้สร้างแรงกระตุ้นให้เกิด engagement สูงผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook หรือ TikTok ซึ่งทำให้เกิดการบอกต่อในวงกว้าง พรรคการเมืองที่สามารถนำข้อมูลมาใช้ขับเคลื่อนนโยบายและสื่อสารได้ตรงเป้าหมาย จึงมีแนวโน้มที่จะได้รับการสนับสนุนทางการเมืองเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญในระบบประชาธิปไตยยุคใหม่



ปัจจัยที่ท้าทายความสำเร็จและความล้มเหลวในการจัดการนวัตกรรมการสื่อสารของพรรคการเมือง

ปัจจัยที่ท้าทายความสำเร็จและความล้มเหลวในการจัดการนวัตกรรมการสื่อสารของพรรคการเมือง เกิดขึ้นจากปัจจัยที่มีผลต่อการสื่อสารนำมาประยุกต์ใช้ในการเมือง เพื่อส่งต่อข่าวสาร นโยบาย และแผนการดำเนินงานของพรรคการเมืองสู่ประชาชน โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพที่ดีหรือไม่นั้นขึ้นอยู่กับองค์ประกอบสำคัญหลายประการ ดังนี้

1. ผู้ส่งสาร (Source) ประกอบด้วยกลุ่มบุคคล 2 กลุ่มใหญ่ ๆ กลุ่มแรก คือ แหล่งข่าว ซึ่งอาจจะเป็นรัฐบาลเจ้าหน้าที่รัฐพรรคการเมืองกลุ่มผลประโยชน์ กลุ่มผลักดันฝ่ายประชาชน ฯลฯ และอีกกลุ่มหนึ่งคือ สื่อมวลชน ในบางกรณีสื่อมวลชนอาจทำหน้าที่เป็นเพียงช่องทางนำเสนอข่าวสารข้อมูลที่แหล่งข่าวส่งมาให้ แต่ในหลายกรณีสื่อมวลชนเองก็สามารถจะแสดงบทบาทเป็นผู้ส่งข่าวสารทางการเมืองได้ เช่น ในรูปแบบของบทวิเคราะห์ทางการเมืองการตั้งฉายานาม เป็นต้น ผู้ส่งสารถือเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดความน่าเชื่อถือและความน่าสนใจของสารทางการเมือง โดยสามารถจำแนกได้เป็นสองกลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่มแหล่งข่าวทางการเมือง เช่น พรรคการเมือง รัฐบาล หน่วยงานรัฐ หรือกลุ่มผลประโยชน์ต่าง ๆ และกลุ่มผู้ส่งสารในฐานะสื่อมวลชน ซึ่งในหลายกรณีสื่อมวลชนมิได้เป็นเพียงตัวกลางรับส่งข้อมูล แต่ยังสามารถมีบทบาทเป็นผู้ผลิตสารโดยตรง เช่น การเขียนบทบรรณาธิการ การวิพากษ์วิจารณ์ หรือการตั้งฉายานักการเมือง ซึ่งกระบวนการเหล่านี้มีผลอย่างมากต่อการรับรู้และการตีความของประชาชน (ชัยอนันต์ สมุทวณิช, 2553)

2. เนื้อหาของข่าวสาร (Message) เป็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการเมืองในความหมายของการจัดสรร การต่อสู้แย่งชิงปรับเปลี่ยนความสัมพันธ์เชิงอำนาจ คุณลักษณะที่สำคัญประการหนึ่งของเนื้อหาทางการเมือง คือ เป็นเรื่องราวที่อยู่ในปริมณฑลของสาธารณะ (PublicAffairs) เช่น เรื่องการเลือกตั้ง การแก้ไขกฎหมาย การทำงานของหน่วยงานของรัฐ ฯลฯ ตัวบุคคลที่อยู่ในข่าวสารจึงเป็นบุคคลสาธารณะและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นก็เป็นผลประโยชน์ของส่วนรวม เนื้อหาของข่าวสารทางการเมืองเป็นประเด็นที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อประชาชนทั่วไป จึงต้องมีการจัดการเนื้อหาให้มีความชัดเจน น่าเชื่อถือ และสอดคล้องกับบริบททางสังคมจึงเป็นสิ่งที่ท้าทายสำหรับพรรคการเมือง เพราะหากเนื้อหาถูกตีความผิดหรือถูกบิดเบือน ก็อาจส่งผลในทางลบต่อภาพลักษณ์ของพรรคได้ (ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ, 2561)

3. ช่องทางการเผยแพร่ (Channel) ช่องทางสำหรับการได้มาซึ่งข่าวสารและการเผยแพร่ข่าวสาร มีรูปแบบที่เป็นแบบฉบับเป็นทางการ เช่น พรรคการเมืองเปิดแถลงข่าวนายกรัฐมนตรีให้สัมภาษณ์ ฯลฯ รวมทั้งรูปแบบที่ไม่เป็นทางการ ซึ่งสื่อมวลชนสามารถควบคุมช่องทางได้มากขึ้น เช่น การเจาะข่าวด้วยการค้นคว้าเอกสารหรือเลือกสัมภาษณ์ข้าราชการชั้นผู้น้อยที่เกี่ยวข้องใกล้ชิดกับเหตุการณ์ เป็นต้น ช่องทางการเผยแพร่สารการเมืองในยุคปัจจุบันมีความหลากหลาย ตั้งแต่สื่อมวลชนกระแสหลัก เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ไปจนถึงแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ ยูทูบ และแอปพลิเคชันอื่น ๆ การเลือกใช้ช่องทางที่เหมาะสมขึ้นอยู่กับกลุ่มเป้าหมาย ลักษณะของเนื้อหา และเจตนารมณ์ของผู้ส่งสาร พรรคการเมืองที่มีประสิทธิภาพในการจัดการช่องทางการสื่อสารมักจะเข้าถึงกลุ่มผู้มีสิทธิเลือกตั้งได้ครอบคลุมและเฉพาะเจาะจงมากขึ้น โดยเฉพาะเมื่อสามารถใช้ Big Data และเครื่องมือวิเคราะห์พฤติกรรมออนไลน์เข้าช่วยในการปรับเนื้อหาให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย (นพพร พรหมชาติ, 2564)

ปัจจัยที่ท้าทายความสำเร็จและความล้มเหลวในการจัดการนวัตกรรมการสื่อสารของพรรคการเมือง เกี่ยวข้องกับความสามารถในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและกลยุทธ์การสื่อสารให้สอดคล้องกับบริบททางการเมืองและความต้องการของประชาชนในแต่ละยุคสมัย โดยองค์ประกอบสำคัญของความสำเร็จจากการสื่อสารดิจิทัลช่วยสร้างภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของนักการเมือง ผู้นำพรรค ชื่อเสียงพรรคการเมืองทำให้เป็นที่ยอมรับของประชาชนมากยิ่งขึ้น ข้อมูลที่นำเสนอผ่านการสื่อสารดิจิทัลสามารถสะท้อนแนวโน้มนโยบายไปยังประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในทางกลับกันหากการนำเสนอข้อมูลผ่านการสื่อสารดิจิทัลขาดประสิทธิภาพก่อให้เกิดผลกระทบ

ในเชิงลบ เช่น การแพร่กระจายของข่าวปลอม (Fake News) และข้อมูลผิด (Disinformation) ที่บิดเบือนข้อเท็จจริง และทำลายความน่าเชื่อถือของพรรค ความเสี่ยงจากปัญญาประดิษฐ์และการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยระบบคอมพิวเตอร์ ผิดพลาดอาจสร้างความเข้าใจผิดในสังคม หรือในบางครั้งความแตกต่างในการเข้าถึงข้อมูลนำมาซึ่งความไม่เท่าเทียมในการเข้าถึงเทคโนโลยี (Digital Divide) ที่ทำให้บางกลุ่มประชาชนถูกกีดกันจากการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารทางการเมืองอย่างเท่าเทียม ปัจจัยเหล่านี้เมื่อผสมผสานกัน ย่อมทำให้พรรคการเมืองไม่สามารถสร้างความไว้วางใจจากสาธารณะ และไม่สามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพในเวทีการเมืองยุคดิจิทัล

ปัจจัยที่ถือเป็นอุปสรรคในการจัดการนวัตกรรมการสื่อสารของพรรคการเมือง แบ่งออกเป็นประเด็น ดังนี้

1. ขาดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน ในการสื่อสารทางการเมืองถือเป็นเรื่องละเอียดอ่อนที่ต้องใช้ความสามารถในการกลั่นกรองข้อมูลก่อนนำเสนอออกสู่สาธารณะ อีกทั้งยังต้องมีการคัดกรองข้อมูลสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการนำเสนอเพื่อให้การส่งต่อข้อมูลสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายบางส่วนไม่สามารถเข้าใจเนื้อหาของการสื่อสารได้โดยตรงจำเป็นต้องมีการแปลความหมายให้เป็นข้อความที่เข้าใจง่าย เช่น การสื่อสารนโยบายพรรคการเมืองสู่ประชาชน เป็นต้น

2. ข้อมูลทางการเมืองมีความหลากหลาย เนื่องจากการดำเนินงานของพรรคการเมืองที่เป็นศูนย์รวมของการบริหารจัดการทุกรูปแบบจึงจำเป็นต้องมีการบูรณาการข้อมูลให้เชื่อมโยงกันก่อนที่จะนำเสนอออกสู่ประชาชน เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารส่งไปยังกลุ่มเป้าหมายอย่างเหมาะสม โดยช่องทางการสื่อสารดิจิทัลมีหลากหลายช่องทาง เช่น Facebook, YouTube และ Twitter เป็นต้น พรรคการเมืองต้องเลือกช่องทางการนำเสนอข้อมูลข่าวสารอย่างเหมาะสมสอดคล้องกับสารที่ต้องการส่งและเป้าหมาย

3. ขาดกลไกการรับฟังความคิดเห็นและช่องทางการติดต่อสื่อสารตอบกลับ การสื่อสารทางการเมืองอย่างมีประสิทธิภาพจะต้องทำให้ผู้รับสารเข้าใจในสิ่งที่พรรคการเมืองต้องการนำเสนอจึงจะเกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อให้ทราบถึงความต้องการของประชาชนจึงจำเป็นต้องมีช่องทางการรับฟังความคิดเห็นและการตอบกลับจากประชาชนภายหลังการรับทราบข้อมูลการสื่อสารของพรรคการเมือง เพื่อให้พรรคการเมืองสามารถนำคำแนะนำไปปรับปรุงการดำเนินงานของพรรคอย่างเหมาะสม

4. โครงสร้างองค์กรแบบลำดับขั้นสูง พรรคการเมืองส่วนใหญ่จะมีโครงสร้างการบริหารจัดการองค์กรแบบลำดับขั้น โดยการส่งต่อถ่ายทอดข่าวสารของพรรคการเมืองต้องผ่านการพิจารณาถึงกรองข้อมูลตามลำดับขั้น ตั้งแต่หัวหน้าพรรค รองหัวหน้าพรรค ตามลำดับ จนถึงสมาชิกพรรค ส่งผลให้ขั้นตอนการพิจารณาข่าวสารที่สามารถส่งออกสู่สาธารณะต้องใช้เวลาในการดำเนินงานที่ยาวนานกว่าพรรคการเมืองสมัยใหม่ที่มีรูปแบบการบริหารแบบบูรณาการ มีความยืดหยุ่นในการสื่อสารกับประชาชน โดยเฉพาะในสถานการณ์วิกฤติที่ต้องการการสื่อสารอย่างทันด่วนที่ การสื่อสารที่ต้องผ่านหลายชั้นอาจทำให้เนื้อหาล่าช้าหรือไม่ทันต่อสถานการณ์

5. อุปสรรคทางภาษาและวัฒนธรรม หากพรรคการเมืองต้องการสื่อสารกับกลุ่มประชากรหลากหลาย เช่น ชชาติพันธุ์หรือกลุ่มคนรุ่นใหม่ การใช้ภาษาทางการมากเกินไป หรือไม่คำนึงถึงบริบททางวัฒนธรรม อาจทำให้การสื่อสารไม่เข้าถึง และเกิดการตีความผิดพลาด

6. บทบาทและหน้าที่ที่ไม่ชัดเจนในการจัดการทีมสื่อสารดิจิทัล หากไม่มีการกำหนดว่าใครเป็นผู้ผลิตเนื้อหา ใครเป็นผู้ควบคุมคุณภาพ หรือใครรับผิดชอบตอบกลับประชาชนอย่างชัดเจน อาจทำให้เกิดความซ้ำซ้อนหรือหลุดการควบคุมสารที่เผยแพร่ได้

7. ความต้านทานการเปลี่ยนแปลงบางพรรคยังมีความลังเลในการปรับตัวเข้าสู่โลกดิจิทัล เช่น ไม่ยอมใช้โซเชียลมีเดีย หรือยังยึดติดกับรูปแบบการประชาสัมพันธ์แบบดั้งเดิม การต่อต้านการนำเทคโนโลยีใหม่มาปรับใช้ ส่งผลให้พรรคเสียโอกาสในการเข้าถึงผู้มีสิทธิเลือกตั้งรุ่นใหม่ และล้าหลังคู่แข่งที่ใช้กลยุทธ์ดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ



8. การแพร่กระจายของข่าวปลอมและข้อมูลผิดในสื่อดิจิทัลสร้างอุปสรรคสำคัญต่อการสื่อสารทางการเมือง เพราะทำให้ประชาชนได้รับข้อมูลที่บิดเบือน สับสน อาจเข้าใจผิดในประเด็นสำคัญ ส่งผลโดยตรงต่อความน่าเชื่อถือของพรรคการเมือง อีกทั้งยังเพิ่มความเสี่ยงต่อการถูกโจมตีทางการเมืองและการสร้างกระแสลบที่ยากจะควบคุม

9. การนำปัญญาประดิษฐ์และระบบการวิเคราะห์ข้อมูลมาใช้ในการประเมินพฤติกรรมและแนวโน้มความคิดเห็นของประชาชนช่วยให้พรรคการเมืองสามารถออกแบบกลยุทธ์ได้อย่างแม่นยำยิ่งขึ้น แต่ในอีกด้านหนึ่ง หากข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์มีความเอนเอียงหรือไม่รอบด้าน อาจทำให้ผลลัพธ์ที่ได้ผิดเพี้ยนและถูกนำไปใช้ในการสื่อสารอย่างไม่ถูกต้อง การนำเสนอสารที่สะท้อนเพียงมุมมองด้านเดียวไม่เพียงทำให้ประชาชนเกิดความเข้าใจผิด แต่ยังส่งผลให้พรรคการเมืองถูกวิพากษ์วิจารณ์ว่าใช้เทคโนโลยีอย่างไม่โปร่งใสและไม่เป็นธรรม

10. ความไม่เท่าเทียมในการเข้าถึงเทคโนโลยี ประชาชนจำนวนหนึ่งที่ไม่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีได้อย่างทั่วถึงหรือประชาชนในพื้นที่ชนบทห่างไกลที่ขาดแคลนโครงสร้างพื้นฐานด้านอินเทอร์เน็ตและอุปกรณ์สื่อสารสมัยใหม่ ก่อให้เกิดปัญหาความเหลื่อมล้ำนี้ทำให้ประชาชนบางกลุ่มถูกกีดกันจากการรับข้อมูลข่าวสารและการมีส่วนร่วมทางการเมือง ส่งผลให้พรรคการเมืองไม่สามารถสื่อสารกับประชาชนได้ครบถ้วนทุกกลุ่มเป้าหมาย และลดทอนพลังของประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วม

กล่าวโดยสรุปว่า อุปสรรคในการจัดการนวัตกรรมการสื่อสารของพรรคการเมืองเกิดจากหลายมิติ ทั้งด้านโครงสร้างองค์กรและการบริหารจัดการ เช่น การขาดเป้าหมายที่ชัดเจน ความซับซ้อนของข้อมูลทางการเมือง การขาดกลไกการรับฟังความคิดเห็น รวมถึงโครงสร้างองค์กรแบบลำดับขั้นที่ทำให้การสื่อสารล่าช้า ตลอดจนปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม เช่น อุปสรรคทางภาษาและความหลากหลายทางวัฒนธรรม บทบาทของทิมสื่อสารที่ไม่ชัดเจน และความต้านทานต่อการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่โลกดิจิทัล ในอีกด้านหนึ่ง อุปสรรคที่เกิดจากเทคโนโลยีก็มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน ได้แก่ การแพร่กระจายของข่าวปลอมและข้อมูลผิด ความเสี่ยงจากการใช้ปัญญาประดิษฐ์และระบบวิเคราะห์ข้อมูลที่เอนเอียง และความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัล ทั้งหมดนี้สะท้อนให้เห็นว่าพรรคการเมืองจำเป็นต้องปรับตัว พัฒนากลยุทธ์การสื่อสารที่โปร่งใส ยืดหยุ่น และครอบคลุม เพื่อก้าวข้ามอุปสรรคและเสริมสร้างความไว้วางใจจากประชาชนในยุคดิจิทัลอย่างยั่งยืน

แนวทางการจัดการเพื่อลดอุปสรรคและเสริมประสิทธิภาพการสื่อสารของพรรคการเมืองเพื่อก้าวข้ามข้อจำกัดและอุปสรรคที่กล่าวมาข้างต้น พรรคการเมืองจำเป็นต้องพัฒนาแนวทางการบริหารจัดการนวัตกรรมสื่อสารอย่างรอบด้าน โดยเน้นการบริหารจัดการข้อมูลอย่างมีจริยธรรม มีการคัดกรองตรวจสอบข้อมูลก่อนนำเสนอให้ประชาชนอย่างเข้มงวด มีมาตรการคุ้มครองความเป็นส่วนตัว และไม่นำข้อมูลไปใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการเมืองโดยไม่เป็นธรรม ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาทักษะดิจิทัลของบุคลากรในพรรค ทั้งในด้านการผลิตสื่อ การจัดการข้อมูล และการสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในยุคดิจิทัล นอกจากนี้ พรรคการเมืองยังควรส่งเสริมพื้นที่เสรีภาพในการสื่อสารทางการเมือง เปิดโอกาสให้ประชาชนสามารถแสดงความคิดเห็น ตรวจสอบ และวิพากษ์วิจารณ์ต่อพรรคการเมืองได้อย่างอิสระ อันจะช่วยสร้างความไว้วางใจและความโปร่งใสทางการเมืองมากยิ่งขึ้น และพรรคการเมืองควรสร้างระบบตรวจสอบข่าวสารและป้องกันข่าวปลอม ผ่านการทำงานร่วมกับหน่วยงานตรวจสอบอิสระ นักวิชาการ และภาคประชาชน เพื่อกรองข้อมูลที่ถูกต้องและเผยแพร่ข้อเท็จจริงอย่างรวดเร็ว ลดความเสียหายจากข้อมูลบิดเบือนและเสริมสร้างสังคมการเมืองที่มีคุณภาพ

สรุป

ในบริบทของโลกยุคดิจิทัลที่การสื่อสารไร้พรมแดน พรรคการเมืองจำเป็นต้องปรับตัวโดยนำนวัตกรรมด้านการสื่อสารเข้ามาใช้เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างพรรคกับประชาชนอย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, YouTube, TikTok หรือการใช้ระบบจัดการข้อมูล (Big Data) เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมผู้มีสิทธิเลือกตั้ง รวมถึงการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการพยากรณ์แนวโน้มความคิดเห็นของประชาชนต่อประเด็นทางการเมืองต่าง ๆ นวัตกรรมเหล่านี้ช่วยให้พรรคสามารถกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารที่เหมาะสม เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตรงจุด และสร้างการมีส่วนร่วมทางการเมืองในวงกว้าง การนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ต้องควบคู่กับหลักธรรมาภิบาลและจริยธรรมในการจัดการข้อมูล พรรคการเมืองไม่ควรใช้เทคโนโลยีเพียงเพื่อผลประโยชน์เฉพาะกลุ่ม เพราะอาจบั่นทอนความไว้วางใจจากประชาชนและนำไปสู่ความเสื่อมถอยของประชาธิปไตย หลักการสำคัญในการกำหนดนโยบายเชิงโครงสร้างเพื่อสร้างกลไกกำกับดูแลและสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารทางการเมืองอย่างโปร่งใสและยั่งยืน เน้นการดำเนินงานของพรรคการเมืองในการจัดตั้งหน่วยงานกลางเพื่อทำหน้าที่กำกับดูแลข้อมูลการสื่อสารทางการเมืองอย่างจริงจัง เพื่อควบคุมและตรวจสอบการใช้ข้อมูลดิจิทัลให้เป็นไปตามมาตรฐานที่เหมาะสม ตลอดจนกำหนดกฎจริยธรรมที่พรรคการเมืองต้องยึดถือ เช่น การห้ามนำข้อมูลส่วนบุคคลมาใช้เพื่อหวังผลทางการเมือง การห้ามสร้างหรือเผยแพร่สื่อบิดเบือน สื่อปลอมแปลงที่บ่อนทำลายความน่าเชื่อถือของกระบวนการประชาธิปไตย นอกจากนี้ พรรคการเมืองยังควรจัดให้มีการอบรมและพัฒนาทักษะดิจิทัลของสมาชิกพรรคอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านการใช้ข้อมูลขนาดใหญ่และปัญญาประดิษฐ์อย่างมีความรับผิดชอบ ตลอดจนทักษะการตรวจสอบและรับมือกับข่าวปลอม เพื่อยกระดับศักยภาพการสื่อสารในยุคดิจิทัลควบคู่ไปกับการสร้างระบบตรวจสอบข้อเท็จจริงที่มีประสิทธิภาพ โดยทำงานร่วมกับหน่วยงานอิสระ นักวิชาการ และภาคประชาชน เพื่อกรองและเผยแพร่ข้อมูลที่ถูกต้องอย่างรวดเร็ว แนวทางเหล่านี้ไม่เพียงช่วยป้องกันผลกระทบจากข่าวปลอมและข้อมูลบิดเบือน แต่ยังเป็นการวางรากฐานเชิงนโยบายที่สำคัญในการเสริมสร้างความโปร่งใส ความน่าเชื่อถือ และการมีส่วนร่วมของประชาชน อันจะนำไปสู่การขับเคลื่อนประชาธิปไตยที่มีคุณภาพและยั่งยืนในระยะยาว

เอกสารอ้างอิง

- ชัยอนันต์ สมุทวณิช. (2553). บทบาทของสื่อมวลชนในการนำเสนอข่าวสารทางการเมือง: ความน่าเชื่อถือและผลกระทบต่อสาธารณะ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย.
- ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ. (2561). การจัดการเนื้อหาข่าวสารทางการเมืองในยุคข้อมูลข่าวสาร: ความชัดเจน คุณภาพ และผลกระทบต่อภาพลักษณ์พรรคการเมือง. วารสารรัฐศาสตร์, 12(2), 45-67.
- ณัฐภูมิ เอี่ยมเนตร และคณะ. (2567). นวัตกรรมการสื่อสารเพื่อการส่งเสริมการบริหารจัดการองค์การภาครัฐและภาคเอกชนในยุคดิจิทัล. วารสารนวัตกรรมการจัดการศึกษาและการวิจัย, 6(1), 292-301.
- นพพร พรหมชาติ. (2564). บทบาทช่องทางสื่อสารในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของพรรคการเมือง ยุคโซเชียลมีเดีย: การวิเคราะห์ผ่าน Big Data และพฤติกรรมออนไลน์. วารสารการสื่อสารทางการเมือง, 3(1), 23-45.
- บุญอรียีหะมะ. (2554). ความรู้เบื้องต้นทางรัฐศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรรณี จุฑารัตน์. (2560). แนวทางการพัฒนาการสื่อสารดิจิทัลในภาคการเมือง: การทดลองและการประเมินผลต้นแบบ. วารสารการสื่อสารการเมือง, 12(2), 45-68.
- วิทยธร ท่อแก้ว. (2568). แนวทางการพัฒนาทักษะการสื่อสารของหัวหน้าพรรคการเมืองเพื่อการหาเสียงเลือกตั้งท้องถิ่น. วารสารสังคมพัฒนศาสตร์, 8(2), 176-188.
- สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์. (2562). การออกแบบระบบการสื่อสารดิจิทัลของพรรคการเมือง: แนวทางการใช้สื่อสมัยใหม่เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารและการมีส่วนร่วมของประชาชน. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย.



- สุเมธ ตั๊งประเสริฐ. (2565). กลไกสำหรับเพิ่มสัดส่วนการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ที่ติดตั้งบนหลังคา และ
สถานบริการอัดประจุไฟฟ้าสำหรับยานยนต์ไฟฟ้าในอาคาร เพื่อส่งเสริมนโยบายในการสร้างความเป็น
กลางทางคาร์บอนและการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์. ใน *คุชฉินพนธ์ปรัชญาคุชฉินบัณฑิต สาขา
วิศวกรรมศาสตร์. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*.
- อรอนงค์ สวัสดิ์บุรี และรชงพร โกมลเสวิน. (2552). รูปแบบการสื่อสารของนักการเมืองท้องถิ่น. *วารสารวิชาการ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*, 29(4), 41-53.
- อาลี คาน. (2566). นวัตกรรมการสื่อสารกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองวิถีใหม่. *วารสาร มจร เลย์ ปริทัศน์*, 4(2), 43-53.
- Alexandro, R. & Basrowi, B. (2024). Measuring the effectiveness of smart digital organizations on
digital technology adoption: An empirical study of educational organizations in Indonesia.
International Journal of Data and Network Science, 8(1), 139-150.
- Dommett, K. et. al. (2021). The digital ecosystem: The new politics of party organization in parliamentary
democracies. *Party Politics*, 27(5), 847-857.
- Esser, F. & Strömbäck, J. (2014). *Mediatization of politics: Understanding the transformation of
Western democracies*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Fischli, R. & Muldoon, J. (2024). Empowering digital democracy. *Perspectives on Politics*, 22(3), 819-835.
- Schork, N. J. & Goetz, L. H. (2025). From precision interventions to precision health. *Nature
Communications*, 16(1), Article 5024. <https://doi.org/10.1038/s41467-025-60395-z>
- Wimmer, M. A. et al. (2011). Electronic participation: Third IFIP WG 8.5 International Conference,
ePart 2011, Delft, The Netherlands, August 29-September 1, 2011. In *Proceedings (Lecture
Notes in Computer Science, Vol. 6847)*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-642-23333-3>