

สื่อออนไลน์กับอำนาจทางการเมือง

Online Media and Political Power

บัณฑิตย เหล่าวิชัย

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บทคัดย่อ

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทุกภาคส่วน ซึ่งรวมทั้งกลุ่มการเมืองด้วย สำหรับการนำเทคโนโลยีในกลุ่มการเมืองนั้นแล้วแต่อาศัยผลประโยชน์จากสื่อออนไลน์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างแนวร่วมทางการเมือง ประกอบกับลักษณะของสื่อออนไลน์ที่เน้นปฏิสัมพันธ์ ทำให้ทุกวันนี้จึงมีสื่อออนไลน์จำนวนมากที่เปิดโอกาสให้ประชาชนได้แสดงความคิดเห็น รวมถึงนัดหมายพบปะ เพื่อแสดงพลังทางการเมือง ซึ่งพบว่าเนื้อหาส่วนใหญ่จะเน้นที่การสร้างความแตกแยกมากกว่าความสมานฉันท์ ด้านผู้รับสารจะเลือกรับข้อมูลข่าวสารที่สอดคล้องกับทัศนคติของตน ทำให้กลุ่มการเมืองใช้สื่อออนไลน์อย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างทัศนคติที่ดี ทั้งนี้การเกิดของทัศนคติสามารถนำไปสู่การเกิดพฤติกรรมกรรมกรมีส่วนร่วมทางการเมืองได้ เห็นได้จากการร่วมเป็นแฟนเพจของประชาชนทางหน้าเฟซบุ๊กต่างๆ ที่ต่อต้านการชุมนุมของคนเสื้อแดง ส่งผลให้เกิดการรวมตัวขึ้นของกลุ่มเสื้อหลากสีในที่สุด ดังนั้นจึงไม่สามารถปฏิเสธได้ว่าสื่อออนไลน์เป็นสื่อที่มีส่วนสร้างพลังทางการเมืองได้เลย

Abstract

Emerging technologies could create changes in all aspects of the society. Political groups also exploit the online media by using them to create political allies. In addition, due to their interactivity, online media are an open political platform where ordinary people can express their opinions and show their aggregation. However, studies show that most of the content in the media are prone to create divisions rather than reconciliation in the society. As far as an attitude is concerned, audiences have alternative channels for information corresponding to their preference. Therefore, political groups have to use online media to create a positive attitude. Consequently, the attitude can lead to "the right kind of behavior" of political participation. This Phenomenon can be seen in a Facebook fanpage called the protest against the red shirts which led to conventions of "the multicolor shirts group". In conclusion, the impact of online media upon the political mobilization cannot be denied.

บทนำ

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทุกภาคส่วนของสังคมโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อสื่อออนไลน์เข้ามา มีบทบาทในชีวิตประจำวันของแต่ละคนมากขึ้น สื่อออนไลน์เกิดมาจากพัฒนาการทางการสื่อสารที่ก้าวหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง ก่อให้เกิดสื่อรูปแบบใหม่ๆ ขึ้นมาอย่างมาก ทำให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมมากขึ้น ประชาชนมีโอกาสและช่องทางในการรับข่าวสารและแสดงความคิดเห็นมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็น การสื่อสารผ่านดาวเทียม โทรศัพท์มือถือ หรือแม้กระทั่งสื่อออนไลน์ (กาญจนา แก้วเทพ, 2541)

ทั้งนี้สิริชัย วงษ์สาธิตศาสตร์ (2549) ได้นิยามรูปแบบของสื่อออนไลน์ว่าประกอบด้วย รูปแบบของเว็ลด์ ไรด์ เว็บ (World Wide Web) การให้ข้อมูลข่าวสารทางด้านต่างๆ การส่งข้อมูลข่าวสาร หรือแม้แต่กระดานข่าวหรือที่เรียกว่า Webboard สื่อออนไลน์จึงจัดเป็นสื่อใหม่ (New Media) ของการสื่อสารมวลชนสื่อหนึ่ง ซึ่งองค์กรและหน่วยงานต่างๆ มักจะนิยมใช้สื่อออนไลน์นี้เพื่อการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายของตนผ่านหน้าโฮมเพจของตน

นอกจากนี้สุรสิทธิ์ วิทยาวิจิ (2545) ยังกล่าวถึงลักษณะของสื่อใหม่ว่าประกอบด้วย การไม่มีข้อจำกัดด้านระยะทาง กระจายข้อมูลข่าวสารแนวราบไปยังประชาชนที่มีลักษณะคล้ายๆ กัน มีผลสะท้อนกลับในทันทีทันใด ไม่มีข้อจำกัดด้านพื้นที่และเวลา ใช้ทุนในการดำเนินการน้อย สามารถใช้ข้อมูลข่าวสารเจาะจงผู้รับได้มากกว่า ผู้ใช้งานไม่จำเป็นต้องเป็นสื่อมวลชน เนื้อหาเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา การนำเสนอข้อมูลขึ้นอยู่กับเหตุผลส่วนบุคคล เป็นต้น

พัฒนาการของสื่อออนไลน์ได้ส่งผลกระทบต่อสังคมในด้านต่างๆ เป็นอย่างมาก เช่น ด้านเศรษฐกิจที่สามารถจะทำการธุรกรรมต่างๆ ทางการเงินผ่านระบบออนไลน์ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ต่อวัฒนธรรม ที่ทำให้สังคมรับรู้วัฒนธรรมอื่นๆ ได้รวดเร็ว และกว้างขวางขึ้น หรือจะเป็นการเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคมที่สื่อออนไลน์เป็นพลังขับเคลื่อนให้เกิดปรากฏการณ์ต่างๆ ทางสังคมหลายครั้ง รวมถึงประเด็นต่างๆ ในเรื่องของการเมือง

บทบาทของสื่อออนไลน์ในทางการเมือง

สื่อออนไลน์สามารถสร้างพื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) ในทางการเมืองให้มากขึ้น โดยในช่วงทศวรรษที่ 18 พื้นที่การสนทนาทางการเมืองส่วนใหญ่จะเป็นที่ร้านอาหาร และร้านทำผม ในช่วงทศวรรษที่ 19 เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ และหนังสือพิมพ์ยอดนิยม ทศวรรษที่ 20 เป็นสื่อโทรทัศน์และโพล์จากสำนักต่างๆ ขณะที่ในทศวรรษที่ 21 สื่ออินเทอร์เน็ตจะกลายเป็นสื่อที่สร้างพื้นที่สาธารณะทางการเมืองได้มากที่สุด (Vedel, 2003)

ในปัจจุบันไม่อาจจะปฏิเสธได้ว่า แวดวงการเมืองได้รับผลประโยชน์จากความก้าวหน้าของสื่อออนไลน์เป็นอย่างดี ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการเมืองทุกภาคส่วนมักจะใช้สื่อออนไลน์ให้เป็นประโยชน์ ไม่ว่าจะเป็น นักการเมือง พรรคการเมือง กลุ่มเคลื่อนไหวต่างๆ องค์กรอิสระ รวมไปถึงผู้รับสารที่เป็นประชาชนทั่วไป

ด้านนักการเมือง จะเห็นได้ว่าปัจจุบันการสร้างฐานทางการเมือง ล้วนแล้วแต่อาศัยผลประโยชน์จากสื่อออนไลน์ทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นการส่งข้อความสั้นไปที่เครื่องโทรศัพท์มือถือของประชาชน ของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ เมื่อครั้งเข้ามารับตำแหน่งนายกรัฐมนตรี การโฟนอินผ่านระบบวิดีโอลิงค์เพื่อมาพูดคุยกับผู้สนับสนุน ของพ.ต.ท.ดร.ทักษิณ ชินวัตร อดีตนายกรัฐมนตรี การจัดทำเว็บไซต์ของตนที่มีนักการเมืองหลายท่านมีเว็บไซต์ส่วนตัวเพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสารต่างๆ นานา การใช้ทวิตเตอร์ (Twitter.com) หรือ เฟสบุ๊ก (Facebook.com) ส่วนตัวของนักการเมือง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างแนวร่วมทางการเมืองของตน (วิษณุ

บุญมาร์ตัน, 2552)

รวมไปถึงกลุ่มต่างๆ ทางการเมือง ไม่ว่าจะเป็นพรรคการเมือง กลุ่มเคลื่อนไหวต่างๆ ทางการเมือง ก็นิยมใช้สื่อออนไลน์เพื่อประโยชน์ทางการเมืองเช่นกัน เช่น กลุ่มพันธมิตรประชาชนเพื่อประชาธิปไตย ที่มีเว็บไซต์ข่าวผู้จัดการออนไลน์นำเสนอข่าวการชุมนุมของกลุ่มพันธมิตรอย่างต่อเนื่อง ขณะที่การชุมนุมของกลุ่มแนวร่วมประชาธิปไตยต่อต้านเผด็จการแห่งชาติ หรือกลุ่ม นปช. ก็มีสื่อออนไลน์ในเครือข่ายของตนเองจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็น เว็บไซต์ข่าวของช่อง Peoplechannel ที่ถ่ายทอดสดการชุมนุมของนปช. เว็บไซต์เครือข่ายต่างๆ ของกลุ่มนปช. ทั้งในและต่างประเทศที่รายงานความเคลื่อนไหวของกลุ่มนปช. รวมไปถึงเว็บไซต์ของพรรคการเมืองต่างๆ ที่คอยเป็นกระบอกเสียงแทนโฆษกพรรคไปแล้ว

จากการที่เกี่ยวข้องในทางการเมืองหันมาใช้สื่อออนไลน์มากขึ้น ทำให้ผู้รับสารเองก็มีช่องทางในการเลือกรับสารมากกว่าเดิม ทั้งนี้จากการศึกษาของ Wang, Huang, Huang และ Wang (2009) ที่ทำการศึกษารื่อง การใช้อินเทอร์เน็ต ลักษณะเฉพาะของกลุ่ม และการมีส่วนร่วมทางการเมืองของคนใต้หวัน ในอเมริกา พบว่า ประชาชนชาวใต้หวันที่อาศัยอยู่ในอเมริกาได้ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางแรกในการค้นหาข้อมูลข่าวสาร รวมถึงการมีส่วนร่วมทางการเมืองด้วย ข้อมูลดังกล่าวสามารถเป็นเครื่องยืนยันได้ว่าสื่อออนไลน์จัดเป็นหนึ่งในสื่อหลักในทางการเมืองที่ทุก ๆ กลุ่มทางการเมืองนิยมใช้กันในปัจจุบัน

ประกอบกับลักษณะของสื่อออนไลน์ที่เป็นสื่อที่เน้นการมีปฏิสัมพันธ์ ทำให้ทุกวันนี้จึงมีสื่อออนไลน์จำนวนมากที่เปิดโอกาสให้ประชาชนได้แสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนข้อมูลต่างๆ รวมถึงนัดหมายพบปะ เพื่อแสดงพลังทางด้านการเมือง ไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์ต่างๆ เช่น เว็บไซต์พันทิป (PANTIP.COM) เว็บไซต์ของผู้จัดการออนไลน์ เว็บไซต์ประชาไท เว็บไซต์ฟ้าเดียวกัน รวมไปถึงเว็บไซต์อย่างทวิตเตอร์ หรือแม้กระทั่งเฟสบุ๊กก็สามารถแสดงความคิดเห็นได้เช่นกัน

เว็บไซต์อย่างทวิตเตอร์ถูกนำมาใช้เพื่อประโยชน์ทางการเมืองเป็นอย่างมาก นักการเมืองหลายท่านต่างมีทวิตเตอร์เป็นของตนเอง และในทวิตเตอร์เหล่านั้นก็จะมีประชาชนให้ความสนใจติดตามอ่านข้อความจำนวนมาก โดยเฉพาะข้อความจากทวิตเตอร์ของพ.ต.ท.ดร.ทักษิณ ชินวัตร อดีตนายกรัฐมนตรี ที่ส่งถึงประชาชนที่มาร่วมชุมนุมกับกลุ่มแนวร่วมประชาธิปไตยต่อต้านเผด็จการแห่งชาติหลายต่อหลายครั้ง โดยเฉพาะในช่วงเดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2553 ที่สถานการณ์ทางการเมืองทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น

รวมไปถึงสื่อออนไลน์อย่างเฟสบุ๊คจัดเป็นอีกสื่อหนึ่งที่ได้รับคามนิยมจากประชาชนที่สนใจแสดงความคิดเห็นในเรื่องการเมืองเป็นอย่างมากโดยเฉพาะในช่วงการชุมนุมของกลุ่มแนวร่วมประชาธิปไตยต่อต้านเผด็จการแห่งชาติ ในเดือนมีนาคมถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2553 ได้เกิดกลุ่มของเฟสบุ๊คเพื่อแสดงความคิดเห็นทางการเมืองเป็นจำนวนมาก เช่น กลุ่มมั่นใจว่าคนไทยเกิน 1 ล้าน ต่อต้านการยุบสภา “รวมพลัง 1 ล้านคน สนับสนุนให้ยุบสภา” ขณะที่หลายคนเป็นแฟนของเพจ “หยุดการกระทำของคนกลุ่มเสื้อสีชมพู” นอกจากนี้ยังมีเพจ “ไม่เอาเสื้อ เบื่อเต็มทีกับพวกที่ขบอบอนทำลายประเทศนี้” (เอเอสทีวี ผู้จัดการออนไลน์, 2553)

ทั้งนี้ยังมีนักการเมืองอีกหลายท่านทั้งจากฝ่ายรัฐบาลและฝ่ายค้านได้เล็งเห็นถึงอิทธิพลของสื่อออนไลน์ด้วยการพยายามใช้เฟสบุ๊คและทวิตเตอร์เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารของตนให้บรรดาแฟนเพจของตนได้ติดตามความเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา รวมถึงกลุ่มต่างๆ ทางการเมืองก็มีแฟนเพจเป็นจำนวนมากเช่นกัน เฟสบุ๊คจึงถูกใช้เป็นช่องทางสื่อสาร เกิดเป็นข้อมูลนานาประเภทที่สามารถเป็นเครื่องมือชั้นยอดในการปลุกพลังเจียบของประชาชนในการแสดงความคิดเห็นทางการเมือง (เอเอสทีวีผู้จัดการออนไลน์, 2553)

จากข้อมูลทีกล่าวไปแสดงให้เห็นว่าในปัจจุบันมีสื่อออนไลน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับเรื่องการเมืองเป็นจำนวนมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของ ฮาม เชื้อสถาปนศิริ (2553) ที่ศึกษาพบว่า เว็บบอร์ดสาธารณะ ในพื้นที่ปดอทคอม ห้องราชดำเนิน ในช่วงที่มีการชุมนุมทางการเมือง พบว่า มีการตั้งกระทู้มากกว่า 7,000 กระทู้ คนที่ตั้งกระทู้รวมถึงแสดงความคิดเห็น พบว่าเป็นผู้ที่สนับสนุนรัฐบาล สนับสนุนคนเสื้อแดง อย่างชัดเจน และใช้พื้นที่แสดงความคิดเห็นการเมือง ตรวจสอบข้อเท็จจริงตามความขัดแย้งทางการเมืองหลายๆ กรณี ทั้งนี้ได้เชื่อมโยงข้อมูลระดมข้อมูลข่าวจากพลเมืองเน็ตจำนวนมาก

นอกจากนี้การศึกษาของโปสเตอร์ (Poster, 1997) พบว่าสื่ออินเทอร์เน็ตจะสามารถสร้างกลุ่มทางการเมืองให้เกิดขึ้นมาได้ โดยกลุ่มการเมืองทางอินเทอร์เน็ตจะเป็นสถานที่ที่มีความแตกต่างทั้งทางที่มา และสังคมของพวกเขา (Vedel, 2003) สอดคล้องกับผลวิจัยของฮาม เชื้อสถาปนศิริ (2553) ที่กล่าวว่าในช่วงชุมนุมทางการเมืองเมื่อปี พ.ศ.2553 พบว่ามีหน้าเฟสบุ๊คเกิดขึ้นใหม่กว่า 1,300 หน้า ซึ่งเป็นการรวมกลุ่มกันทางการเมืองของประชาชนที่มีแนวคิดเดียวกัน ซึ่งเป็นการสร้างความแตกแยกทางการเมือง มากกว่าการสร้างความสมานฉันท์ เห็นได้จากก่อนการเข้าร่วมกับกลุ่มต่างๆ จะต้องเลือกข้างทันที ว่า ไม่เอาเสื้อแดงหรือสนับสนุนเสื้อแดง

ดังนั้นสื่อออนไลน์จึงเป็นสื่อที่สามารถสร้างฐานข้อมูลทางการเมืองเป็นจำนวนมากสู่สาธารณชน รวมถึงเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล ทั้งยังสามารถทำให้ผู้สมัคร หรือนักการเมืองเข้าถึงประชาชน หรือว่าผู้รับสารได้ง่ายขึ้น เป็นการช่วยลดรายจ่ายในการผลิตรายการเนื้อหาต่างๆ ลงไปได้มาก (Vedel, 2003)

จากจุดเด่น รวมถึงความนิยมในสื่อออนไลน์ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางการสื่อสารต่างๆ ทางการเมืองในหลายๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการรณรงค์ทางการเมือง การลงคะแนนเสียง หรือการปราศรัยทางการเมือง แม้กระทั่งเปลี่ยนแปลงของปฏิกริยาตอบกลับให้ทันที่มากขึ้น นักการเมือง พรรคการเมือง รวมถึงหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเมือง ล้วนให้ความสำคัญกับสื่อออนไลน์มากขึ้น จะสามารถพบเห็นข้อความประกาศ รณรงค์ต่างๆ ทางการเมืองไม่ว่าจะมาจากองค์กร หรือหน่วยงาน หรือพรรคการเมือง รวมไปถึงสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรต่างเน้นการนำเสนอข้อมูลต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ส่วนตนผ่านทางสื่อออนไลน์ทั้งสิ้น (Vedel, 2003)

จากที่กล่าวมาข้างต้นนี้แสดงให้เห็นว่าในปัจจุบันเมื่อนักการเมือง กลุ่มการเมืองต่างๆ ให้ความสำคัญกับสื่อออนไลน์มากขึ้น ส่งผลให้ผู้รับสารเองก็มีช่องทางในการเลือกรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองมากขึ้นเช่นกัน ทั้งนี้ผู้รับสารจะเลือกรับข้อมูลจากฝ่ายใดขึ้นอยู่กับกระบวนการในการเลือกรับสารเป็นหลัก

ผู้รับสารกับกระบวนการเลือกรับสารทางการเมืองจากสื่อออนไลน์

เฟสติงเจอร์ (Festinger) ได้กล่าวถึงกระบวนการเลือกรับสารของมนุษย์สรุปได้ว่า เมื่อมนุษย์รู้ว่าเนื้อหาสารนั้นไม่สอดคล้องกับความคิดของตน เขาจะพยายามหาหนทางอื่นที่สอดคล้องกับความคิดของตน จึงกลายเป็นที่มาของแนวคิดกระบวนการในการเลือกรับสาร หรือ Selective Process (อ้างถึงใน Baran & Davis, 2003)

ทั้งนี้ผู้รับสารสามารถเลือกเปิดรับสารได้ตามความต้องการ หรือความสนใจของตนเอง (สุดำรัตน์ ดิษยวรรณะ จันทราวฒนากุล, 2553) สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Kobayashi และ Ikeda (2009) ที่ทำการศึกษาเรื่อง การเลือกเปิดรับสื่อในข่าวการเมืองจากเว็บไซต์โดยทำการศึกษาผู้รับสารที่เป็นชาวญี่ปุ่น และอเมริกา พบว่า ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางด้านการเมืองที่สอดคล้องกับทัศนคติทางการเมืองของตน

จากหลักการดังกล่าวทำให้กลุ่มการเมืองต่างๆ พยายามสร้างความได้เปรียบให้กับตนเองผ่านสื่อออนไลน์อย่างต่อเนื่อง

เพื่อมุ่งหวังในการสร้างทัศนคติที่ดีต่อฝ่ายของตน ทั้งนี้ทัศนคติจะเป็นส่วนหนึ่งที่ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่มีต่อองค์กร ซึ่งทัศนคติเป็นแนวโน้มในการที่จะแสดงหรือมีปฏิกิริยาในทางบวกหรือทางลบต่อสิ่งหนึ่ง (เมตตา กฤตวิทย์, พัทณี เขยจรรยา, และฉัตรนันทน์ อำนวยศิริวงศ์, 2530) ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการที่จะก่อให้เกิดทัศนคติ

สื่อออนไลน์กับการสร้างทัศนคติทางการเมือง

แนวคิดของนิวซอมและซิกฟรีดสรุปว่าการสื่อสารเป็นปัจจัยหนึ่งที่สามารถสร้างทัศนคติได้ ทั้งนี้จากการศึกษาของ Jomini (2007) ที่ทำการศึกษารื่อง ผลกระทบของสื่อจากกระบวนการเลือกรับสารในกรณีภาพยนตร์เรื่อง Fahrenheit 9/11 ที่มีเนื้อหาพาดพิงถึงการทำสงครามที่เกิดขึ้นหลังเหตุการณ์ 9/11ระหว่างสหรัฐอเมริกา กับอัฟกานิสถาน และอิรัก ในช่วงสมัยประธานาธิบดี จอร์จ ดับเบิลยู บุช โดยทำการศึกษากับผู้ชมชาวอเมริกันในช่วงก่อนและหลังการรับชมภาพยนตร์เรื่องดังกล่าว ผลการศึกษาพบว่า ภายหลังจากการรับชมภาพยนตร์ ผู้ที่รับชมภาพยนตร์เรื่องดังกล่าวจะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อประธานาธิบดีจอร์จ ดับเบิลยู บุช มากขึ้น

นอกจากนี้ จากการศึกษาของปีนอร์ลี ทิพย์โกศัย (2543) ที่ทำการศึกษารื่อง ทัศนคติและพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ประเภทสนทนาทางการเมืองของคนกรุงเทพมหานคร: รายการมองรัฐสภา พบว่า พฤติกรรมการรับชมรายการมองรัฐสภามีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อรายการมองรัฐสภา

รวมถึงงานวิจัยของ ดานินท์ กิจนิชี (2540) ศึกษาพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสารจากสื่อ โทรทัศน์ นิตยสาร และโปสเตอร์ เกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานในโครงการรวมพลังหารสองของประชาชนในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงาน นอกจากนี้สวิต สเตสุวรรณ (2543) ศึกษาถึงทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อภาพลักษณ์ของพรรคไทยรักไทยพบว่า การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของพรรคไทยรักไทยบางส่วนประสบความสำเร็จในการสร้างทัศนคติตามที่ต้องการ

นอกจากนี้ยังมีข้อสรุปจากนักวิชาการว่าทัศนคติเกิดจากการเรียนรู้ ไม่ได้ติดตัวมาแต่กำเนิด และสรุปแหล่งสำคัญที่ทำให้เกิดทัศนคติไว้ดังนี้ (อรวรรณ ปิลันธน์โอวาท, 2542)

ปัจจัยที่หนึ่งคือ สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models) การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้ เช่น การเลียนแบบพ่อแม่ซึ่งเป็นแหล่งที่มีอิทธิพลต่อบุคคลอย่างมาก ปัจจัยประการที่สองคือ ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience) เมื่อบุคคลมี

ประสบการณ์เฉพาะอย่าง ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางที่ดีหรือไม่ดี ก็จะทำให้เขาเกิดทัศนคติในเรื่องนั้นๆไปตามทิศทางของ ประสบการณ์ที่เขาได้รับ

ปัจจัยประการที่สาม คือ ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors) ทัศนคติหลายอย่างเกิดขึ้นเนื่องจาก ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น โรงเรียน ที่ทำงาน เป็นต้น และปัจจัยสุดท้าย คือ การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น (Communication from Others) การได้ติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นจะทำให้บุคคลเกิดทัศนคติจากการรับรู้ข่าวสารนั้นได้

ข้อมูลข้างต้นนี้สามารถอธิบายได้ว่า การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นมีส่วนอย่างยิ่งในการสร้างให้เกิดทัศนคติด้านต่างๆ จึงเป็นเหตุให้กลุ่มการเมือง พรรคการเมือง และนักการเมือง ต่างพยายามใช้ช่องทางการติดต่อสื่อสารให้เป็นประโยชน์มากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ รวมไปถึงในปัจจุบันที่เน้นไปยังสื่อออนไลน์เป็นจำนวนมาก

ตัวอย่างเช่น กลุ่ม Red Democracy ประชาธิปไตยในทัศนะของคนเสื้อแดง ที่มีเนื้อหาไปในทิศทางบวกต่อกลุ่มคนเสื้อแดง กลุ่ม Watch Red Shirt ศูนย์ปฏิบัติการติดตามผู้ชุมนุมเสื้อแดง ที่มีเนื้อหาและวัตถุประสงค์หลักในการโจมตีการชุมนุมของคนเสื้อแดง แนวร่วมประชาธิปไตยต่อต้านเผด็จการแห่งชาติ แนวร่วมเยาวชนต่อต้านเผด็จการอำมาตยาเพื่อประชาธิปไตย (นอป.) ชุมชนต่อต้านการยุบสภา มั่นใจว่าคนไทยเกิน 1 ล้าน ต่อต้านการยุบสภา กลุ่มพันธมิตรประชาชนเพื่อประชาธิปไตย พรรคประชาธิปัตย์ พรรคเพื่อไทย หรือนักการเมืองที่มีเฟสบุ๊คส่วนตัวโดยเป้าหมายหลักก็เพื่อมุ่งหวังที่จะสร้างทัศนคติที่ดีให้กับตนเอง เพราะฉะนั้นเนื้อหาที่ปรากฏในสื่อออนไลน์เหล่านี้ส่วนใหญ่มักจะเป็นการเชิดชูฝั่งตนเอง และโจมตีฝั่งตรงข้าม ซึ่งหากพิจารณาตามหลักการต่างๆ ข้างต้นแล้วจะพบว่า การเปิดรับข้อมูลต่างๆ เหล่านี้ล้วนแล้วแต่มีผลต่อทัศนคติของผู้รับสารทั้งสิ้น

ดังนั้นกลุ่มการเมืองต่างๆ พรรคการเมือง รวมไปถึงพรรคการเมืองต่างใช้กลยุทธ์ต่างๆ ในการโน้มน้าวใจผู้รับสารเพื่อให้คล้อยตามสิ่งที่ตนนำเสนอ ด้วยการให้หลักการสร้างความผูกพันและความสม่ำเสมอโดยการโพสต์ข้อความที่แสดงความเคลื่อนไหวของตนอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ผู้รับสารรู้สึกผูกพันกับตัวนักการเมือง เช่น ทวิตเตอร์ของ พ.ต.ท.ดร.ทักษิณ ชินวัตร เฟสบุ๊คของอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ รวมทั้งใช้ความชอบของผู้รับสารที่ต่อตัวนักการเมืองคนนั้นให้เป็นประโยชน์ โดยเมื่อผู้รับสารจะยอมรับทุกอย่างในตัวบุคคลที่เขารู้จักและชอบพอ ซึ่งสอดคล้องกับหลักการของโรเบิร์ต เชียลดินี (2009, อ้างถึงในประทุม ฤกษ์กลาง, 2553) ที่ได้กล่าวถึงวิธีการโน้มน้าวใจไว้ว่ามีทั้งสิ้น 6 วิธี ประกอบด้วย การแลกเปลี่ยน

ผลประโยชน์กัน ความผูกพันและความสม่ำเสมอ การพิสูจน์ทางสังคม อำนาจหน้าที่ ความชอบ และของหายาก

นอกจากนี้การใช้สื่อออนไลน์ของนักการเมืองมักจะทำให้ข้อมูลเพียงแค่นั้นเดียว ด้วยการละเว้นไม่พูดถึงข้อเสียของตน โดยศิริโชค โสภา ส.ส.พรรคประชาธิปัตย์ (Asian Thai NEWS Network, 2553) กล่าวว่า ทุกพรรคการเมืองได้ให้ความสำคัญกับการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในลำดับต้นๆ ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลกับสมาชิก เฉพาะในส่วนของพรรคประชาธิปัตย์ได้พยายามเข้าไปชี้แจงในหลายเว็บไซต์ที่มีการให้ข้อมูลด้านเดียว ผ่านสมาชิกแฟนพันธุ์แท้ และแฟนคลับรุ่นใหม่ ซึ่งมีทั้งนักเรียน นิสิต นักศึกษา ซึ่งลักษณะการให้ข้อมูลด้านเดียวผ่านสื่อออนไลน์นี้สอดคล้องกับหลักในการนำเสนอสารด้านเดียว-การเสนอสารสองด้าน (One-sided versus two-side message) (ประทุม ฤกษ์กลาง, 2553)

จากการนำเสนอข้อมูลเพียงด้านเดียวดังกล่าวทำให้ในปัจจุบันนี้เกิดความขัดแย้งของประชาชนในสังคมขึ้นอย่างไม่เคยมีมาก่อน และความขัดแย้งนั้นยิ่งเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะผลการสำรวจเมื่อต้นปี พ.ศ. 2553 จากแอปเคโพลล์ที่ระบุว่าคนไทยมีความสุขลดลง ที่เกิดมาจากความขัดแย้งกันทางความคิดเห็นทางการเมือง ซึ่งสาเหตุของความขัดแย้งหนึ่งไม่อาจปฏิเสธได้มาจากสื่อออนไลน์ (Network, A. T. N., 2553)

การใช้สื่อออนไลน์ตามลักษณะข้างต้นทั้งหมดนี้ มีลักษณะที่สอดคล้องกับหลักของการประชาสัมพันธ์ทางการเมืองของประทุม ฤกษ์กลาง (2553) ที่กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ทางการเมือง คือ กระบวนการที่นักประชาสัมพันธ์ของสถาบันทางการเมืองการปกครอง หรือบุคคลทางการเมือง เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ นโยบาย การตัดสินใจ ความเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ โดยมุ่งหวังผลเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ ชื่อเสียง ความรู้ ความเข้าใจที่ดีและถูกต้องในการดำเนินงาน นโยบาย โครงการต่างๆ ทั้งนี้การเกิดของทัศนคติทางการเมืองจะนำไปสู่การเกิดพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองได้เช่นกัน

สื่อออนไลน์กับพฤติกรรมมีส่วนร่วมทางการเมือง

การมีส่วนร่วมทางการเมืองหมายถึง กิจกรรมของพลเมืองเฉพาะบุคคล เป็นเรื่องของการทำกิจกรรมทางการเมืองตามที่กฎหมายกำหนด โดยเฉพาะสิทธิที่จะลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง อุทธรณ์ต่อรัฐบาล การพูด การชุมนุม และการพิมพ์อย่างอิสระ รวมทั้งเป็นกิจกรรมที่มุ่งหวังจะมีอิทธิพลต่อรัฐบาล การมีส่วนร่วมทางการเมืองมีทั้งเห็นด้วยและต่อต้าน (Nie และ Verba อ้างถึงใน วีรวัฒน์ เปรมประภา, 2528) เช่น การเดินขบวนประท้วง การก่อ

การจลาจล การให้กำลังใจเจ้าหน้าที่รัฐ เป็นต้น

ไมรอน ไวน์เนอร์ (Weiner, 1971 อ้างถึงใน สุรปริชา ลาภบุญเรือง, 2530) ได้สรุปถึงความหมายของการมีส่วนร่วมทางการเมืองไว้ว่า การปฏิบัติการโดยสมัครใจที่ไม่ว่าจะบรรลุผลสำเร็จหรือไม่ จะมีการจัดองค์กรหรือไม่ จะต่อเนื่องหรือเป็นครั้งคราว จะถูกต้องตามกฎหมายหรือไม่ก็ตาม แต่ทั้งหลายทั้งปวงนี้เข้าไปเพื่อให้มีผลกระทบต่อทางเลือกในนโยบายสาธารณะทั้งในระดับประเทศและท้องถิ่น การเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนเป็นสิ่งที่จำเป็นยิ่งสำหรับการปกครองแบบประชาธิปไตย การไม่คอยเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนเป็นดัชนีชี้ให้เห็นถึงความด้อยพัฒนาทางการเมือง (เสถียร เขยประทับ, 2540)

การมีส่วนร่วมทางการเมืองของสังคมไทยในปัจจุบันสามารถกระทำได้หลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็น การลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง การลงนามแสดงความคิดเห็นทางการเมือง การฟังถ่ายทอดสดการอภิปรายต่างๆ รวมถึงการชุมนุมของกลุ่มการเมืองหลากหลายกลุ่มซึ่งมีแนวร่วมเป็นจำนวนมาก

การเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง เป็นปัจจัยหนึ่งซึ่งส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมือง โดยจากการศึกษาของ Kenski, Kate; Jomini, Talia (2004) ในเรื่อง ความเชื่อมโยงกันระหว่างการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต ความสามารถ ความรู้ และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมือง พบว่า การเข้าถึงสื่ออินเทอร์เน็ตและการเปิดรับสื่อออนไลน์มีความเกี่ยวข้องกันกับตัวแปรต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้น รวมไปถึงพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองด้วยเช่นกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของนิลกุลใจอ่อนน้อม (2543) ที่ทำการศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองและการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง

ในส่วนของสังคมไทยพบว่า การเปิดรับสื่อก็มีส่วนในการก่อให้เกิดพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองเช่นกัน โดยการร่วมเป็นแฟนเพจของประชาชนทางหน้าเฟซบุ๊กต่างๆ ที่ต่อต้านการชุมนุมของคนเสื้อแดง ส่งผลให้เกิดการรวมตัวขึ้นของกลุ่มเสื้อหลากสี จากอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ สวนจตุจักร ลานพระบรมรูปทรงม้า และวงเวียนใหญ่ ทำให้เกิดการตื่นตัวในการเรียกร้องสิทธิของประชาชนมากขึ้น เฟซบุ๊กจึงถูกใช้เป็นช่องทางการสื่อสาร เกิดเป็นข้อมูลนานาประเภทที่สามารถเป็นเครื่องมือชั้นยอดในการปลุกพลังเจียบของประชาชนในการแสดงความคิดเห็นทางการเมือง (เอเอสทีวี ผู้จัดการออนไลน์, 2553)

นอกจากนี้ อีกปัจจัยหนึ่งที่เป็นตัวส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองได้ คือ ทัศนคติทางด้าน

การเมือง จากผลการศึกษาของ Wang (2007) ที่ได้ทำการศึกษา ถึงการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในทางการเมือง ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมทางการเมืองโดยทำการศึกษาประชาชนในประเทศไทยได้หวั่น จำนวน 2,161 คน ในช่วงที่เกิดความขัดแย้งทางการเมืองอย่าง รุนแรงภายในประเทศ พบว่า การเกิดทัศนคติทางการเมืองนำไป สู่พฤติกรรมกรรมมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนชาวได้หวั่น

อุปสรรค

ในปัจจุบันมีกลุ่มการเมืองต่างๆ เน้นการใช้สื่อออนไลน์ เพิ่มขึ้นอันเนื่องมาจากปัจจัยด้านต้นทุนในการดำเนินงาน ต่ำ ความสามารถในการควบคุมเนื้อหา ที่กลุ่มการเมืองมักจะ ให้ข้อมูลเพียงด้านเดียวเป็นหลัก โดยจะสามารถพิจารณาได้จาก ผลวิจัยที่ศึกษาพบว่าเนื้อหาในสื่อออนไลน์ส่วนมากจะเน้นที่การ สร้างความขัดแย้งมากกว่าสมานฉันท์ การเปิดรับข้อมูลดังกล่าว ทำให้สื่อออนไลน์มีส่วนในการก่อให้เกิดทัศนคติทางการเมืองเป็น อย่างมาก ส่งผลให้ความขัดแย้งของสังคมไทยทวีความรุนแรง มากยิ่งขึ้นเรื่อยๆ จากทัศนคติดังกล่าวจะนำไปสู่พฤติกรรมกรรม มี ส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน เพราะข้อดีของสื่อออนไลน์ที่ เน้นเรื่องการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสารทำให้เกิดการพบปะ รวมตัว แลกเปลี่ยนความเห็นกันได้ง่ายมากขึ้น เห็นได้จากกรณีการชุมนุม ของคนกลุ่มเสื้อหลากสีที่รวมกลุ่มกันจากเฟซบุ๊ก จึงไม่แปลกใจ เลยที่ว่าทุกวันนี้ สื่อออนไลน์เป็นสื่อหนึ่งที่นักการเมืองใช้ในการ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลส่วนตน โจมตีคู่แข่ง หาเสียงให้ตนเอง ฯลฯ และสงครามทางการเมืองที่จะใช้สื่อออนไลน์เป็นเครื่องมือหลัก ของฝ่ายตนก็คงไม่ใช่เรื่องที่เป็นไปไม่ได้ในอนาคต หากผู้รับสาร บริโภคสื่ออย่างไม่รู้เท่าทัน ก็จะถูกเป็นเครื่องมือของนักการเมือง และกลุ่มการเมืองในที่สุด ▼

บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ. (2541). *การวิเคราะห์สื่อ: แนวคิด และเทคนิค*. กรุงเทพฯ: เอดิชั่น เพรสโปรดักส์.
- दानินทร์ กิจนิจิ. (2540). *การเปิดรับสาร ความรู้ ทัศนคติ และการอนุรักษ์พลังงานในโครงการรวม พลังทหารสองของประชาชนในกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัย).
- ฉาม เชื้อสถาปนศิริ. (2553). ผลศึกษา “ปรากฏการณ์ ความขัดแย้งการเมืองในเครือข่ายสังคม ออนไลน์”. สืบค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2553, จาก http://www.mcot.net/cfcustom/cache_page/63127.html
- นิลุบล ใจอ่อนน้อม. (2543). *การเปิดรับข่าวสารทางการเมือง และกรรมมีส่วนร่วมทางการเมืองของ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัย).
- Network, A. T. N. (2553). สงครามสื่อออนไลน์ แนวรบการเมืองที่เปลี่ยนไป. สืบค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2553, จาก http://www.atnnonline.com/index.php?option=com_content&view=article&id=283:2009-06-05-04-22-56&catid=36:science-a-technology-news&Itemid=84
- ประทุม ฤกษ์กลาง. (2552). *การประชาสัมพันธ์ทางการเมือง* (Political public relations) (พิมพ์ครั้งที่ 5). ปทุมธานี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ป๋นรสี ทิพย์โกศัย. (2543). *ทัศนคติและพฤติกรรมกรรมรับ ชมรายการโทรทัศน์ประเภทสนทนาการเมือง ของคนกรุงเทพมหานคร: รายการมองรัฐสภา* (วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- เมตตา กฤตวิทย์, พัชนี เหยยจรรยา, และจิรนนท์ อนุวัช ศิริวงศ์. (2530). *แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์*. กรุงเทพฯ: เจริญผล.

- วิษณุ บุญมาร์ตัน. (2553). เทคโนโลยีกับการเมือง. สืบค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2553, จาก http://www.wiszanu.com/index.php?option=com_content&task=view&id=650&Itemid=48
- วีรวัดน์ เปรมประภา. (2528). *การสื่อสารการเมืองกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง: ศึกษาเฉพาะกรณีพนักงานการไฟฟ้านครหลวง*. สารนิพนธ์ (ปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- สวณิต เสตสุวรรณ. (2543). *ทัศนคติประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อภาพลักษณ์พรรคไทยรักไทย* (วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- สิริชัย วงษ์สาธิตศาสตร์. (2549). สื่อออนไลน์ช่องทางเลือกใหม่ของการรายงานข่าวของสื่อมวลชนไทย. *วารสารรวมคำแหง*, 23(1), 43-45.
- สุภารัตน์ ดิษยวรรณะ จันทรวัดนากุล. (2551). *สื่อมวลชนกับสังคม (Mass media society)*. ปทุมธานี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ. (2545). *การสื่อข่าว: หลักการและเทคนิค* (News report: Principals and techniques) (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา.
- เสถียร เขยประทับ. (2540). *การสื่อสารกับการเมือง: เน้นสังคมประชาธิปไตย*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรวรรณ ปิลาธน์โอภาท. (2542). *การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เอเอสทีวี ผู้จัดการออนไลน์. (2553). เฟสบุ้คกับการเมืองไทย. สืบค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2553, จาก <http://cid497a53b95b422bd4.spaces.live.com/blog/cns!497B95B442BD4!4372.entry>
- Baran, S. J., & Davis, D. K. (2003). *Mass communication theory: Foundations, ferment, and future* (3rd ed.). Melbourne, Australia: Thomson Wadsworth.
- Jomini, N. (2007). Media effects, selective exposure, and Fahrenheit 9/11. *Political Communication*, 24(4), 415-432.
- Kenski, K., & Stroud, N. J. (2006). Connections between internet use and political efficacy, knowledge, and participation. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 50(2), 173. doi:10.1207/s15506878jobem5002_1
- Kobayashi, T., & Ikeda, K. (2009). Selective exposure in political web browsing. *Information, Communication & Society*, 12(6), 929-953.
- Poster, M. (1997). *Cyberdemocracy: Internet and the public sphere*. London: Routledge.
- Vedel, T. (2003). Political communication in the age of internet. In P. J. Maarek & G. Wolfsfeld (Eds.), *Political communication in a new era: A cross-national perspective*. London: Routledge.
- Wang, W.-C., Huang, T., & Wang, L.-J. (2009). Internet use, group identity, and political participation among Taiwanese Americans. *China Media Research*, 5(4), 47-62.