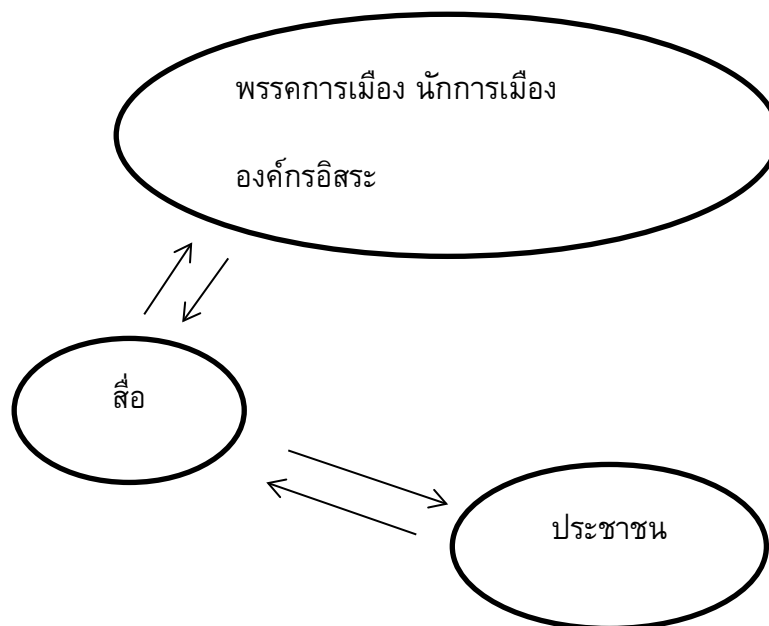


น้อม (2543) ที่ทำการศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองและการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง

จากข้อมูลข้างต้นจึงสามารถสรุปว่าการสื่อสารทางการเมืองมีกระบวนการตามแบบจำลองข้างล่างนี้ (McNair, 1995 อ้างถึงใน ประทุม ฤกษ์กลาง, 2552)



2. สื่อออนไลน์กับการเมือง

ในยุคที่เทคโนโลยีก้าวหน้าขึ้นอย่างรวดเร็ว จึงเกิดคำถามขึ้นมามากมายเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อออนไลน์ ซึ่งสิริชัย วงษ์สาริตศาสตร์ (2549) ได้นิยามรูปแบบของสื่อออนไลน์ว่าประกอบด้วย รูปแบบของเวิลด์ ไวด์ เว็บ (World Wide Web) การให้ข้อมูลข่าวสารทางด้านต่างๆ การส่งข้อมูลข่าวสาร หรือแม้แต่กระดานข่าวหรือที่เรียกว่า Webboard สื่อออนไลน์จึงจัดเป็นสื่อใหม่ (New Media) ของการสื่อสารมวลชนสื่อหนึ่ง

นอกจากนี้ สุรสิทธิ์ วิทยาธิรัฐ (2545) ยังกล่าวถึงลักษณะของสื่อใหม่ว่าประกอบด้วย การไม่มีข้อจำกัดด้านระยะทาง กระจายข้อมูลข่าวสารเนวราบไปยังประชาชนที่มีลักษณะคล้ายๆ กัน มีผลสะท้อนกลับในทันทีทันใด ไม่มีข้อจำกัดด้านพื้นที่และเวลา ใช้ทุนในการดำเนินการน้อย ฯลฯ

เดิมการสื่อสารทางการเมืองในอดีตจะพบว่าเป็นรูปแบบการสื่อสารจากบนลงล่าง หรือลักษณะแนวดิ่ง โดยรัฐจะทำการส่งข่าวสารที่ต้องการจะสื่อไปสู่ประชาชน ทำให้มีลักษณะของการครอบงำประชาชน ประชาชนไม่มีโอกาสในการแสดงความคิดเห็นมากนัก อย่างไรก็ตาม พัฒนาการทางการสื่อสารได้ก่อให้เกิดสื่อรูปแบบใหม่ๆ ขึ้นมาอย่างมาก ทำให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมมากขึ้นในการสื่อสารจึงไม่เป็นไปในลักษณะแนวดิ่งแบบเดิมอีกต่อไป เพราะประชาชนมีโอกาสและช่องทางการในการรับข่าวสารและแสดงความคิดเห็นมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็น การสื่อสารผ่านดาวเทียม โทรศัพท์มือถือ หรือแม้กระทั่งสื่อออนไลน์ (กาญจนา แก้วเทพ, 2541)

จากข้อดีประการต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้นักสื่อสารมวลชนให้ความสำคัญกับสื่อออนไลน์มากขึ้น แม้กระทั่งการใช้สื่อออนไลน์กับการเมือง ซึ่งในปัจจุบันนี้มีการใช้สื่อออนไลน์เพื่อประโยชน์ทางการเมืองเป็นจำนวนมาก โดยธีร์รี เวเดล (Thierry Vedel, 2003) ได้พบว่า สื่อออนไลน์ได้เปลี่ยนรูปแบบการสื่อสารต่างๆ ทางการเมือง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการรณรงค์ทางการเมือง การลงคะแนนเสียง หรือการปราศรัยทางการเมือง แม้กระทั่งเปลี่ยนรูปแบบของปฏิกิริยาตอบกลับให้ทันทั่วๆ ที่มากขึ้น

นอกจากนี้ สื่อออนไลน์ยังสามารถสร้างฐานข้อมูลทางการเมืองเป็นจำนวนมากสู่สาธารณชน รวมถึงเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล ทั้งยังสามารถทำให้ผู้สมัครหรือนักการเมืองเข้าถึงประชาชน หรือว่าผู้รับสารได้ง่ายขึ้น เป็นการช่วยลดรายจ่ายในการผลิตรายการเนื้อหาต่างๆ ลงไปได้มาก (Thierry Vedel, 2003)

3. สื่อออนไลน์กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง

สื่อออนไลน์สามารถสร้างพื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) ให้มากขึ้น โดยในช่วงทศวรรษที่ 18 พื้นที่ทางการเมืองจะเป็นในส่วนของร้านอาหาร และร้านทำผม ในช่วงทศวรรษที่ 19 เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ และหนังสือพิมพ์ยอดนิยม ทศวรรษที่ 20 เป็นสื่อโทรทัศน์และโพลล์จากสำนักต่างๆ ขณะที่ในทศวรรษที่ 21 สื่ออินเทอร์เน็ตจะกลายเป็นสื่อที่สร้างพื้นที่สาธารณะทางการเมืองได้มากที่สุด (Thierry Vedel, 2003) สอดคล้องกับผลวิจัยของ ฐาม เชื้อสถาปนศิริ (2553) พบว่า เว็บไซต์สาธารณะ ในพื้นที่ปดอทคอม ห้องราชดำเนิน ในช่วงที่มีการชุมนุมทางการเมือง พบว่า มีการตั้งกระทู้มากกว่า 7,000 กระทู้ คนที่ตั้งกระทู้รวมถึงแสดงความคิดเห็น

พบว่าเป็นผู้ที่สนับสนุนรัฐบาล สนับสนุนคนเสื้อแดง อย่างชัดเจน และใช้พื้นที่แสดงความคิดเห็น การเมือง ตรวจสอบข้อเท็จจริงตามความขัดแย้งทางการเมืองหลายๆ กรณี ทั้งนี้ได้เชื่อมโยง ข้อมูลระดมข้อมูลข่าวจากพลเมืองเน็ตจำนวนมาก

การศึกษาของโปสเตอร์ (Poster, 1997) พบว่าสื่ออินเทอร์เน็ตจะสามารถสร้างกลุ่มทางการเมืองให้เกิดขึ้นมาได้ โดยกลุ่มการเมืองทางอินเทอร์เน็ตจะเป็นสถานที่ที่มีความแตกต่างทั้งทางที่มา และสังคมของพวกเขา (Thierry Vedel, 2003) สอดคล้องกับผลวิจัยจาก เชื้อสถาปนศิริ (2553) ที่กล่าวว่าของ ในช่วงชุมนุมทางการเมืองเมื่อปี พ.ศ.2553 พบว่ามีหน้า เฟสบุ๊คเกิดขึ้นใหม่กว่า 1,300 หน้า ซึ่งเป็นการรวมกลุ่มกันทางการเมืองของประชาชนที่มี แนวคิดเดียวกัน ซึ่งเป็นการสร้างความแตกแยกทางการเมือง มากกว่าการสร้าง ความสมานฉันท์ เห็นได้จากก่อนการเข้าร่วมกับกลุ่มต่างๆ จะต้องเลือกข้างทันที ว่า ไม่เอาเสื้อแดง หรือสนับสนุนเสื้อแดง

ดังนั้นสื่อออนไลน์จึงจัดได้ว่าเป็นสื่อที่มีส่วนในการเกื้อหนุนให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมทางการเมือง นอกจากนี้ จากการศึกษาของ Wei-Ching Wang, Taofang Huang, Szu-Chi Huang และ Li-Jung Wang (2009) ที่ทำการศึกษาเรื่อง การใช้อินเทอร์เน็ต ลักษณะเฉพาะของกลุ่ม และการมีส่วนร่วมทางการเมืองของคนไต้หวันในอเมริกา พบว่า ประชาชนชาวไต้หวัน ที่อาศัยอยู่ในอเมริกาได้ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางแรกในการค้นหาข้อมูลข่าวสาร รวมถึงการมีส่วนร่วมทางการเมืองด้วย

ทฤษฎีที่รองรับงานวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่าง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์ ทักษะคิด และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” มีแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องหลายงาน ซึ่งเป็นข้อมูลที่มีความสำคัญต่อการศึกษายิ่งยิ่ง โดยมี รายละเอียดดังต่อไปนี้

1. กระบวนการเลือกรับสาร
2. แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

3. พฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมือง

1. กระบวนการเลือกรับสาร (Selective Process)

กระบวนการในการเลือกเปิดรับสารมีทั้งสิ้น 3 ขั้นตอน ประกอบด้วย
(มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2528)

ขั้นที่หนึ่ง คือ การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสาร โดยมีการศึกษาพบว่า การเลือกเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลายประการ อาทิเช่น ทักษะคดีของผู้รับสาร ทั้งนี้การเปิดรับสามารถแบ่งออกได้ทั้งสิ้น 5 ระดับ ประกอบด้วยบ่อยครั้ง ค่อนข้างบ่อย ปานกลาง ค่อนข้างน้อย และน้อย

ขั้นที่สอง การเลือกรับรู้หรือตีความ เป็นกระบวนการกลั่นกรองขั้นต่อมา เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง ผู้รับสารแต่ละคนอาจจะตีความหมายข่าวสารไม่ตรงกัน ความหมายของข่าวสารที่ส่งไปถึงจึงไม่ได้อยู่ที่ตัวอักษร รูปภาพ หรือคำพูดเท่านั้น แต่อยู่ที่ผู้รับสารที่จะเลือกรับรู้ หรือเลือกตีความหมายความเข้าใจของตนเอง หรือตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะร่างกาย หรือสภาวะอารมณ์ขณะนั้น เป็นต้น

และขั้นที่สามกระบวนการเลือกจดจำ เป็นการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และจะละเลยในส่วนที่ตนเองไม่ชอบหรือไม่เห็นด้วยได้ง่ายกว่า การเลือกจดจำนั้นเปรียบเสมือนเครื่องกรองขั้นสุดท้ายที่มีผลต่อการส่งสารไปยังผู้รับสาร ในบางครั้งผู้รับสารอาจจะทำการละเลยข่าวสารตั้งแต่ขั้นแรกโดยการไม่เลือกอ่าน ฟัง หรือชมสื่อมวลชนบางฉบับ หรือบางรายการ ก็เป็นไปได้

เฟสติงเจอร์ (Festinger L.A.) กล่าวถึงกระบวนการเลือกรับสารของมนุษย์สรุปได้ว่า เมื่อมนุษย์รู้ว่าเนื้อหาสารนั้นไม่สอดคล้องกับความคิดของตน เขาจะพยายามหาหนทางอื่นที่สอดคล้องกับความคิดของตน จึงกลายเป็นที่มาของแนวคิดกระบวนการในการเลือกรับสาร หรือ

Selective Process (Stanley J. Baran & Dennis K. Davis, 2003) ทั้งนี้ผู้รับสารสามารถเลือกเปิดรับสารได้ตามความต้องการ หรือความสนใจของตนเอง (สุदारัตน์ ดิษยวรรณะ จันทรา วัฒนากุล, 2553)

อย่างไรก็ดีทฤษฎีที่ว่าด้วยการเปิดรับข่าวสารที่สอดคล้องกับทัศนคติเดิมนั้นบางครั้งต้องพิจารณาพร้อมกับปัจจัยอื่นๆ ด้วย เช่น เราอาจจะพบว่าผู้นิยมพรรคการเมืองพรรคหนึ่งชอบไปฟังการปราศรัยหาเสียงของพรรคการเมืองฝั่งตรงข้าม พฤติกรรมเช่นนี้อาจเป็นเพราะบุคคลผู้นั้นต้องการรับรู้ข้อมูลจากฝ่ายตรงกันข้าม เพื่อเป็นประโยชน์ในการปกป้องความเชื่อของตนเองก็ได้ หรืออาจจะเป็นเหตุผลอื่น เช่น เพื่อความสนุกสนานหรือเพราะสนใจในเรื่องนั้นเป็นพิเศษ เป็นต้น แต่โดยทั่วไปแล้วในการเปิดรับข่าวสาร ผู้รับสารมักจะเลือกรับสิ่งที่สนับสนุนความคิดเดิมของตนเสมอ

ทั้งนี้จากการศึกษาของ Tetsuro Kobayashi และ Ken'ichi Ikeda (2009) ที่ทำการศึกษาเรื่อง การเลือกเปิดรับสื่อในข่าวการเมืองจากเว็บไซต์โดยทำการศึกษาผู้รับสารที่เป็นชาวญี่ปุ่น และอเมริกา พบว่า ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางด้านการเมืองที่สอดคล้องกับทัศนคติทางการเมืองของตน

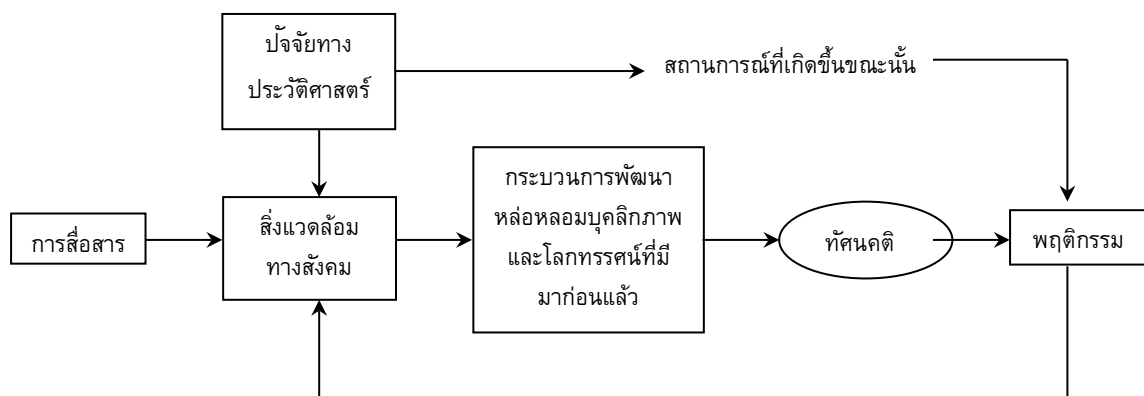
นอกจากทัศนคติส่วนบุคคลของผู้รับสาร ที่เป็นตัวกำหนดในการเลือกเปิดรับข่าวสารแล้วยังมีปัจจัยทางด้านสังคม จิตใจ และลักษณะส่วนบุคคลอีกมากมายหลายประการ ได้แก่ สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ความเชื่อ อุดมการณ์ ศาสนา ประเพณีวัฒนธรรม ประสบการณ์ เป็นต้น

2. แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

ทัศนคติเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่มีต่อองค์กร ซึ่งทัศนคติเป็นแนวโน้มในการที่จะแสดงหรือมีปฏิกิริยาในทางบวกหรือทางลบต่อสิ่งหนึ่ง (เมตตา กฤตวิทย์ และคณะ, 2530) ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการที่จะก่อให้เกิดทัศนคติดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

- แหล่งที่ทำให้เกิดทัศนคติ

นิวซอม และซิกฟรีดสร้างแบบจำลองที่อธิบายถึงกระบวนการพื้นฐานในการเกิดและพัฒนา ทัศนคติ (D.Newsom และT.Siegfried, 1981, อ้างถึงใน อรรถรณ ปิณฑนโธวาท, 2542) ดังนี้



แบบจำลองกระบวนการพื้นฐานในการเกิดและพัฒนาทัศนคติ (Newsom & Siegfried, 1981 อ้างถึงใน อรรถรณ ปิณฑนโธวาท, 2542)

จากแบบจำลองดังกล่าว มีรายละเอียดดังนี้

1. ปัจจัยทางประวัติศาสตร์ (Historical Factors) หมายถึง ลักษณะทางด้านชีวประวัติของแต่ละคน เช่น สถานที่เกิด สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ปทัสถานทางสังคม

บุคลิกภาพ เงื่อนไขทางการเมืองและทางสังคมเหล่านี้เป็นสิ่งที่กำหนดลักษณะของคน ๆ หนึ่ง ซึ่งเป็นปัจจัยนำไปสู่การเกิดทัศนคติของคน ๆ นั้นได้

2. สิ่งแวดล้อมทางสังคม (Social Environment) หมายถึง ปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์ที่มีต่อกันและกัน อาทิ การสื่อสาร การโน้มน้าวใจ กลุ่มและปทัสถานของกลุ่ม ประสบการณ์องค์ประกอบเหล่านี้ล้วนมีบทบาทในการสร้างทัศนคติของแต่ละบุคคลทั้งสิ้น

3. กระบวนการหล่อหลอมพัฒนาบุคลิกภาพและโลกทรรศน์ที่สั่งสมไว้ (Personality Process and Predispositions) เป็นกระบวนการขั้นพื้นฐานในการสร้างทัศนคติของแต่ละบุคคล สิ่งเหล่านี้ได้แก่ ความคิด ความเห็นเกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ ในสังคม การปกป้องตัวเอง ลักษณะเฉพาะของแต่ละคน ความเชื่อ ความรู้ อารมณ์และพฤติกรรมทำให้ทัศนคติของแต่ละคนแตกต่างกันออกไป

จากแนวคิดของนิวซอมและซิกฟรีดแสดงให้เห็นว่า การสื่อสารเป็นปัจจัยหนึ่งที่สามารถสร้างทัศนคติได้ นอกจากนี้ ยังมีข้อสรุปจากนักวิชาการว่าทัศนคติเกิดจากการเรียนรู้ไม่ได้ติดตัวมาแต่กำเนิด และสรุปแหล่งสำคัญที่ทำให้เกิดทัศนคติไว้ดังนี้ (อรวรรณ ปิรันธน์ โอวาท, 2542)

ปัจจัยที่หนึ่ง คือ สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models) การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้ เช่น การเลียนแบบพ่อแม่ซึ่งเป็นแหล่งที่มีอิทธิพลต่อบุคคลอย่างมาก

ปัจจัยประการที่สอง คือ ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางที่ดีหรือไม่ดี ก็จะทำให้เขาเกิดทัศนคติในเรื่องนั้น ๆ ไปตามทิศทางของ ประสบการณ์ที่เขาได้รับ

ปัจจัยประการที่สาม คือ ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors) ทัศนคติหลายอย่างเกิดขึ้นเนื่องจาก ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น โรงเรียน ที่ทำงาน เป็นต้น

ปัจจัยสุดท้าย คือ การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น (Communication from Others) การได้ติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นจะทำให้บุคคลเกิดทัศนคติจากการรับรู้ข่าวสารนั้นได้

ส่วนความหมายของทัศนคติทางการเมืองนั้น คือ ความเชื่อ ความรู้สึก ความคิดเห็นต่อสถาบัน สังคมการเมือง (ลิขิต วีรเวศิน, 2517 อ้างถึงใน อิศราวดี ชำนาญกิจ, 2542)

นอกจากนี้ ชัยอนันต์ สมุทวณิช (2517) ได้ทำการแบ่งทัศนคติทางการเมืองออกเป็นทั้งสิ้น 2 ประเภท ได้แก่ ทัศนคติทางการเมืองแบบประชาธิปไตย และทัศนคติแบบอำนาจนิยม (ชัยอนันต์ สมุทวณิช, 2517 อ้างถึงใน อิศราวดี ชำนาญกิจ, 2542)

ทั้งนี้อัลมอนต์ และเวอร์บาได้กล่าวถึงผู้ที่มีทัศนคติ หรืออุดมการณ์ประชาธิปไตยนั้น จะต้องเป็นบุคคลที่มีวัฒนธรรมสอดคล้องกับประชาธิปไตย และต้องมีความสำนึกในความสามารถทางการเมืองของตนเอง กล่าวคือ เชื่อว่าประชาชนสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมืองอย่างเต็มที่ (Almond and Verba, 1965 อ้างถึงใน อิศราวดี ชำนาญกิจ, 2542)

จากทั้งสองแนวคิดเรื่องแหล่งที่ทำให้เกิดทัศนคติที่กล่าวมานั้นต่างเห็นว่า การสื่อสารเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่ทำให้เกิดทัศนคติ มีงานวิจัยที่สนับสนุนแนวคิดนี้โดย ดานินท์ กิจนิชี (2540) ศึกษาพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสารจากสื่อ โทรทัศน์ นิตยสาร และโปสเตอร์ เกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานในโครงการรวมพลังหารสองของประชาชนในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงาน

นอกจากนี้ สวนิต เสดสุวรรณ (2543) ศึกษาถึงทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อภาพลักษณ์ของพรรคไทยรักไทยพบว่า การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของพรรคไทยรักไทยบางส่วนประสบความสำเร็จในการสร้างทัศนคติตามที่ต้องการ

ทั้งนี้ปัจจัยหนึ่งที่มีส่วนในการเกิดทัศนคติ คือ การเปิดรับข่าวสาร จากการศึกษาของ Natalie Jomini (2007) ที่ทำการศึกษารื่อง ผลกระทบของสื่อจากกระบวนการเลือกรับสารในกรณีภาพยนตร์เรื่อง Fahrenheit 9/11 ที่ทำการศึกษาผู้ชมชาวอเมริกันก่อนและหลังรับชมภาพยนตร์เรื่องดังกล่าว พบว่า หลังจากรับชมภาพยนตร์แล้วผู้ที่รับชมภาพยนตร์เรื่องดังกล่าวจะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อประธานาธิบดีจอร์จ ดับเบิลยู บุช มากขึ้น

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

3. พฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมือง

การมีส่วนร่วมทางการเมือง หมายถึง กิจกรรมของพลเมืองเฉพาะบุคคล เป็นเรื่องของการทำกิจกรรมทางการเมืองตามที่กฎหมายกำหนด โดยเฉพาะสิทธิที่จะลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง อุทธรณ์ต่อรัฐบาล การพูด การชุมนุม และการพิมพ์อย่างอิสระ รวมทั้งเป็นกิจกรรมที่มุ่งหวังจะมีอิทธิพลต่อรัฐบาล การมีส่วนร่วมทางการเมืองมีทั้งเห็นด้วยและต่อต้าน (Norman H.Nie และ Sidney Verba อ้างถึงใน วีรวัฒน์ เปรมประภา, 2528) เช่น การเดินขบวนประท้วง การก่อการจลาจล การให้กำลังใจเจ้าหน้าที่รัฐฯ เป็นต้น

ไมรอน ไวเนอร์ (Myron Weiner, 1971 อ้างถึงใน สุรปรีชา ลาภบุญเรือง, 2530) ได้สรุปถึงความหมายของการมีส่วนร่วมทางการเมืองไว้ว่า การปฏิบัติการโดยสมัครใจที่ไม่ว่าจะบรรลุผลสำเร็จหรือไม่ จะมีการจัดองค์กรหรือไม่ จะต่อเนื่องหรือเป็นครั้งคราว จะถูกต้องตามกฎหมายหรือไม่ก็ตาม แต่ทั้งหลายทั้งปวงนี้เป็นไปเพื่อให้มีผลกระทบต่อการเลือกใช้นโยบายสาธารณะทั้งในระดับประเทศและท้องถิ่น

การมีส่วนร่วมทางการเมืองต้องประกอบไปด้วยองค์ประกอบทั้งสิ้น 3 ประการ คือ ต้องเป็นการกระทำ หรือปฏิบัติการ (Action) การกระทำนั้นต้องเป็นไปโดยความสมัครใจ (Voluntary) และมีการเลือก (Choice) (วีรวัฒน์ เปรมประภา, 2528)

นอกจากนี้ ในปัจจุบันมีการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองกันอย่างกว้างขวาง เช่น การออกเสียงหรือไม่ออกเสียงเลือกตั้ง ความนิยมต่อพรรคการเมือง ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่าผู้ที่มีส่วนร่วมทางการเมืองสูง มีลักษณะคือ เพศชาย วัยกลางคน (อายุ 40-50 ปี) มีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมสูง มีความผูกพันกับพรรคการเมือง (ชัยอนันต์ สมุทวณิช อ้างถึงใน ประทุม ฤกษ์กลาง, 2552) สอดคล้องกับงานวิจัยของสมพิศ คล้ายวงศ์ (2543) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของผู้มีสิทธิเลือกตั้ง อายุ 18-20 ปี พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมือง

นอกจากนี้ จากการศึกษาของรองศาสตราจารย์ ดร.ประทุม ฤกษ์กลาง (2556) ที่ทำการศึกษารื่อง การเปิดรับข่าวสารการเมือง ภาพลักษณ์นักการเมือง ทศนคติ และการมีส่วน

ร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล พบว่า ปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อระดับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ เพศ และรายได้

สอดคล้องกับผลการวิจัยของ เฉลิมชัย นาคแสนพญา (2553) ที่ทำการศึกษาเรื่องการสื่อสารทางการเมืองกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษาระดับคณะรัฐศาสตร์จะมีพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองมากกว่านักศึกษาคณะอื่น ๆ ยกเว้นประเด็นเรื่องการบริหารการเงิน และการอภิปรายการเมืองตามสถานที่ต่าง ๆ

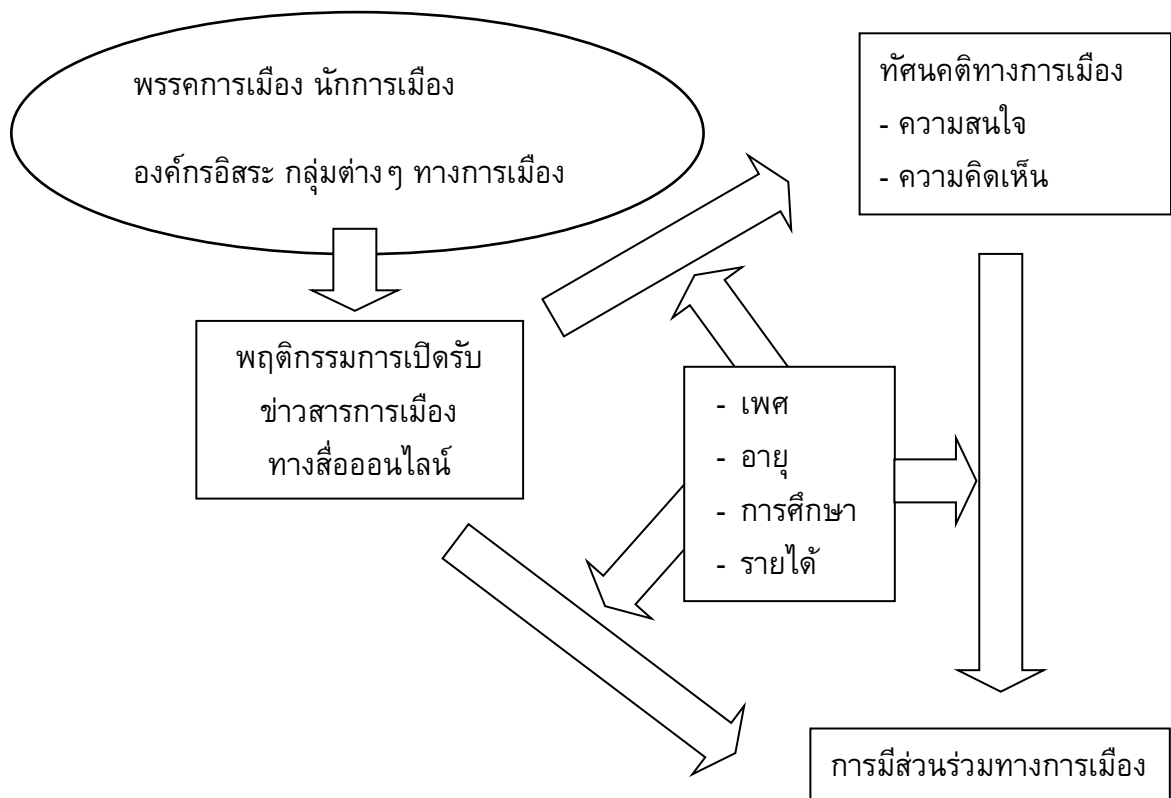
ทั้งนี้จากข้อมูลดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าการเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนเป็นสิ่งที่จำเป็นยิ่งสำหรับการปกครองแบบประชาธิปไตย การไม่คอยเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนเป็นดัชนีที่ชี้ให้เห็นถึงความด้อยพัฒนาทางการเมือง (เสถียร เชยประทับ, 2540)

การเกิดพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองนั้น การเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมือง เป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมือง โดยจากการศึกษาของ Kenski, Kate; Jomini, Talia. (2004) ในเรื่อง ความเชื่อมโยงกันระหว่างการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต ความสามารถ ความรู้ และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมือง พบว่า การเข้าถึงสื่ออินเทอร์เน็ตและการเปิดรับสื่อออนไลน์มีความเกี่ยวข้องกันกับตัวแปรต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้น รวมไปถึงพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองด้วยเช่นกัน

สอดคล้องกับรองศาสตราจารย์ ดร.ประทุม ฤกษ์กลาง (2556) ที่ทำการศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสารการเมือง ภาพลักษณ์นักการเมือง ทศนคติ และการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลพบว่า การเปิดรับมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน

นอกจากนี้ อีกปัจจัยหนึ่งที่เป็นตัวส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองได้ คือ ทักษะทางด้านการเมือง จากผลการศึกษาของ Song – In Wang (2007) ที่ได้ทำการศึกษาถึงการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในทางการเมือง ทักษะ และการมีส่วนร่วมทางการเมือง โดยทำการศึกษาประชาชนในประเทศไต้หวัน จำนวน 2,161 คน ในช่วงที่เกิดความขัดแย้งทางการเมืองอย่างรุนแรงภายในประเทศ พบว่า การเกิดทักษะทางการเมืองนำไปสู่พฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนชาวไต้หวัน

จากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการทำวิจัยไว้ดังต่อไปนี้



จากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานการวิจัยไว้ดังต่อไปนี้

สมมติฐานการวิจัย

1. ประชาชนที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเมืองทางสื่อออนไลน์แตกต่างกัน
2. ประชาชนที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันมีทัศนคติทางด้านการเมืองแตกต่างกัน
3. ประชาชนที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองแตกต่างกัน
4. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเมืองทางสื่อออนไลน์ ทัศนคติทางด้านการเมือง และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กัน