

อินเทอร์เน็ตกับการเมืองไทย

นายยุทธพร อิศรชัย

ศูนย์วิทยพัทยากร

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการปกครอง ภาควิชาการปกครอง

คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2544

ISBN 974-03-0942-9

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

I 20607550

THE INTERNET AND THAI POLITICS

Mr. Yuttaporn Issarachai

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts in Government

Department of Government
Faculty of Political Science

Chulalongkorn University

Academic Year 2001

ISBN 974-03-0942-9


หัวข้อวิทยานิพนธ์
โดย
สาขาวิชา
อาจารย์ที่ปรึกษา


อินเตอร์เน็ตกับการเมืองไทย
นายยุทธพร อิศรชัย
การปกครอง
รองศาสตราจารย์ ดร.พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว


คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท


..... คณบดีคณะรัฐศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร.ไชยวัฒน์ คำชู)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา หงษ์ไกรเลิศ)


..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร.พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว)


..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ไชยนต์ ไชยพร)

ยุทธพร อิศรชัย : อินเทอร์เน็ตกับการเมืองไทย. (THE INTERNET AND THAI POLITICS)
 อ.ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ ดร.พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว, 248 หน้า. ISBN 974-03-0942-9.

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัยเพื่อให้ทราบว่าการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการรณรงค์หาเสียงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ลงคะแนนเสียงหรือไม่ และการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ตลอดจนการตัดสินใจของผู้ลงคะแนนเสียงมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้หรือไม่เพียงใด เพื่อให้ทราบว่าผู้สมัครรับเลือกตั้งใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการรณรงค์หาเสียงเพื่อสร้างภาพลักษณ์ทางการเมืองหรือไม่และมีประสิทธิภาพเพียงใด เพื่อให้ทราบว่าการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการรณรงค์หาเสียงช่วยพัฒนาการเมืองในด้านการมีส่วนร่วมทางการเมืองได้หรือไม่ และเพื่อให้ทราบว่าระบบการตรวจสอบและควบคุมการรณรงค์หาเสียงผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตในปัจจุบันมีประสิทธิภาพหรือไม่ และแนวโน้มในอนาคตควรมีลักษณะอย่างไร

วิธีการศึกษาวิเคราะห์ที่ได้อาศัยการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง ประกอบกับข้อมูลจากการสำรวจประชากรกลุ่มตัวอย่างระหว่างวันที่ 1 ตุลาคม 2543 - 6 มกราคม 2544 ด้วยแบบสอบถาม จำนวน 500 ตัวอย่าง และการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง ผลการศึกษาพบว่าการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและการตัดสินใจของผู้ลงคะแนนเสียงมีความสัมพันธ์กับ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ พรรคการเมืองและผู้สมัครรับเลือกตั้งไม่ได้ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการรณรงค์หาเสียงเพื่อสร้างภาพลักษณ์ทางการเมืองโดยตรงแต่อาจจะมีผลในทางอ้อมและสื่ออินเทอร์เน็ตมีประสิทธิภาพในการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในทางการเมืองช่วยพัฒนาการเมืองในด้านการมีส่วนร่วมทางการเมืองได้โดยเฉพาะอย่างยิ่งการช่วยเปลี่ยนแปลงรูปแบบการสื่อสารทางการเมืองระหว่างสถาบันทางการเมืองกับประชาชนและระหว่างประชาชนด้วยกันเองของคนไทยและระบบการตรวจสอบควบคุมการรณรงค์หาเสียงผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตยังไม่มีประสิทธิภาพแต่ควรใช้การควบคุมทางสังคมมากกว่ามาตรการทางกฎหมายและแนวโน้มในอนาคตควรมีการนำอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการพัฒนาการเมือง

ภาควิชา การปกครอง

สาขาวิชา การปกครอง

ปีการศึกษา 2544

ลายมือชื่อนิสิต.....ยุทธพร อิศรชัย.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว.....

428 11678 24 : MAJOR GOVERNMENT

KEY WORD : INTERNET / THAI POLITICS / ELECTION / POLITICAL IMAGE / POLITICAL PARTICIPATION / POLITICAL DEVELOPMENT / POLITICAL COMMUNICATION

YUTTAPORN ISSARACHAI : THE INTERNET AND THAI POLITICS.

THESIS ADVISOR : ASSOC. PROF. PORNSAK PHONGPHEW, Ph.D.,

248 pp. ISBN 974-03-0942-9.

This thesis is an attempt to analyze how the internet media influences political campaigns and voter decision-making, using various independent variables such as gender, age, education, career and income. The study will furthermore examine political parties' and candidates' use of the internet to influence campaigns so as to boost political images, improve political participation in Thai society, and facilitate the effectively control of the internet system by the Electoral Commission. The analysis specifically seeks to investigate how the internet will influence Thai politics in the near future.

The methodology of this thesis is documentary and qualitative research. A sampling of 500 people from October 1, 2000 to January 6, 2001 will be interviewed by questionnaire. Also, 500 subjects will be polled and open-ended interviewing will be used in 11 cases. The study seeks to show that, political information about the internet and voter decisions have a relationship with gender, age, education, career and income. Although the political party and candidate do not use the internet to campaign or influence political image-building directly, the political image might still be successfully boosted due to the potentiality of the internet. This is because the internet has a powerful role in political development with regard to galvanizing political participation. Indeed, the evolution of political communication between political institutions and people, and especially between Thai people has certainly played a role. The system of checks and controls dealing with election campaigns on the internet is certainly not yet effective. However, social control should be more effective than mere legal measures. Ultimately, the application of the internet towards political development is an increasingly prominent issue which should urgently be considered in the near future.

Department..... Government.....
 Field of study..... Government.....
 Academic year..... 2001.....

Student's signature..... *Yuttaporn I.*.....
 Advisor's signature..... *Pornsak Phongpawee*.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความอนุเคราะห์และความเอาใจใส่เป็นอย่างดีจากรองศาสตราจารย์ ดร.พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งได้ให้คำแนะนำ คำปรึกษา และข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงวิทยานิพนธ์ รวมทั้งรองศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา หงษ์ไกรเลิศ และรองศาสตราจารย์ ดร.ไชยันต์ ไชยพร ที่กรุณาได้รับเป็นประธานกรรมการและกรรมการ ในการสอบวิทยานิพนธ์ตามลำดับ ตลอดจนให้ข้อเสนอแนะในการแก้ไขเพิ่มเติมวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณ ท่านผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านที่ได้กรุณาแสดงความคิดเห็นและให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการศึกษาจนกระทั่งวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

คนในครอบครัว คือกำลังใจสำคัญที่ช่วยให้ผู้ศึกษาผ่านช่วงเวลาที่กดดันมาได้ ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อประยุทธ์ คุณแม่ยุพดี พี่อ้อดนิพนธ์ และญาติๆทุกคน ครอบครัว คุณตาจิตต์ ครอบครัวคุณอาสุชาติ ครอบครัวคุณอาชาญชัย ผู้ซึ่งให้ความรัก ความห่วงใย และให้การสนับสนุนทางด้านการศึกษาดำเนินมาตลอดมา และทำให้ผู้ศึกษาได้ตระหนักถึงคุณค่าของเวลาที่เสียไป เนื่องจากพวกเขาเหล่านี้รอคอยเวลาแห่งการสำเร็จการศึกษาในระดับ “มหาบัณฑิต” ของผู้ศึกษาอยู่ด้วยความอดทนและเข้าใจ อีกทั้งยังให้กำลังใจในเวลาที่ยาตราดแคลนอยู่เสมอ

นอกจากนี้ ขอขอบคุณกลุ่มเพื่อนๆ ของผู้ศึกษา ตั้งแต่สมัยเรียนปริญญาตรีที่จุฬาย และเรียนปริญญาโทที่จุฬาย พี่พจน์ เกียง เบ็ญจ์ ต้ม กวง เอ้ย สันต์ ดีก น่องแก้ม น่องแอน คุณพอล ตลอดจนเพื่อนๆ พี่ๆ และน้องๆ ทุกคน ที่ได้ให้ความช่วยเหลือ คอยส่งกำลังใจ และถามไถ่ความคืบหน้าในการเขียนวิทยานิพนธ์อย่างต่อเนื่อง และรวมถึงบุคคลอื่นๆ ที่ไม่อาจกล่าวนามไว้ ณ ที่นี้ ผมนึกใจมากที่ส่วนหนึ่งแห่งวันเวลาของชีวิตได้มีโอกาสผ่านมาพบเจอกับทุกคน

หากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ จะมีคุณประโยชน์ สร้างให้สังคมเกิดความเข้าใจและนำเครือข่ายอินเตอร์เน็ตมาใช้พัฒนาการเมืองประการใด ผู้ศึกษาขอมอบความดีนั้น แต่คุณพ่อ คุณแม่ และผู้มีพระคุณ ผู้ประสิทธิประสาทวิชาของผู้ศึกษาทุกท่าน ตลอดจน “คอมพิวเตอร์และเครือข่ายอินเตอร์เน็ต” อันสร้างคุณประโยชน์ต่อมวลมนุษยชาติ ซึ่งเปรียบเสมือนเพื่อนรู้ใจที่ไม่อาจแยกขาดจากกันได้ของผู้ศึกษา แต่หากมีข้อบกพร่อง ผู้ศึกษาขอน้อมรับด้วยความเคารพอย่างยิ่ง

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฎ
สารบัญภาพและแผนภูมิ.....	ณ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
สภาพทั่วไปของปัญหา.....	1
ความสำคัญของปัญหา.....	10
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	18
สมมติฐานในการวิจัย.....	19
ขอบเขตของการวิจัยและระเบียบวิธีวิจัย.....	20
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	23
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา.....	25
การนำเสนอวิทยานิพนธ์.....	26
2. ปริทัศน์วรรณกรรม.....	28
แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง.....	28
ความหมายของการสื่อสาร.....	29
บทบาท หน้าที่ของการสื่อสารในฐานะเครื่องมือทางการเมือง.....	31
ความหมายของการสื่อสารทางการเมือง.....	33
การสื่อสารทางการเมืองของไทย.....	34
แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกตั้ง.....	37
ความหมายของการเลือกตั้ง.....	38
ความสำคัญของการเลือกตั้ง.....	38
หลักการในการเลือกตั้ง.....	39
ระบบการเลือกตั้ง.....	42

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
แนวคิดเกี่ยวกับการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง.....	43
ความหมายของการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง.....	44
รูปแบบการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของไทย.....	45
สื่อที่ใช้ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง.....	46
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง.....	49
ทฤษฎีการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง.....	49
ทฤษฎีปัจจัยกำหนด (Deterministic theories).....	49
ทฤษฎีความสำนึกเชิงเหตุผล (Consciously rational theories).....	52
ทฤษฎีจิตวิทยา (psychology theories).....	55
ทฤษฎีการแลกเปลี่ยน (Exchange Theory).....	57
พฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง.....	59
พฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของชาวตะวันตก.....	59
พฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของคนไทย.....	60
แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง.....	64
ความหมายของการมีส่วนร่วมทางการเมือง.....	65
รูปแบบของการมีส่วนร่วมทางการเมือง.....	66
การมีส่วนร่วมทางการเมืองโดยถูกระดมกับด้วยความสำนึกของตนเอง.....	75
แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ทางการเมือง.....	76
ความหมายของภาพลักษณ์.....	76
กระบวนการเกิดภาพลักษณ์.....	79
ทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด.....	81
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	82
3. วิธีวิทยาการวิจัย.....	87
รูปแบบการวิจัย.....	87
ขอบเขตและขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย.....	88
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	90
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	91
ประชากร และ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย.....	93

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์.....	95
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	95
4. โลกาภิวัตน์และอินเทอร์เน็ตกับการเมืองไทย.....	98
โลกาภิวัตน์ : ปัจจัยสำคัญของพัฒนาการทางเทคโนโลยีสารสนเทศ.....	99
อินเทอร์เน็ตความก้าวหน้าใหม่ของเทคโนโลยีสารสนเทศในยุคโลกาภิวัตน์.....	102
ภาพรวมของพัฒนาการอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย.....	108
การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการเมืองไทย.....	110
5. อินเทอร์เน็ตกับการเลือกตั้ง.....	119
ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง.....	121
การรับรู้ข่าวสารทางการเมืองและการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง.....	123
อิทธิพลของการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการรณรงค์หาเสียงที่มีต่อ	
การรับรู้ข่าวสารทางการเมืองและการตัดสินใจของผู้ลงคะแนนเสียง.....	130
เพศ กับการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองจากสื่ออินเทอร์เน็ต	
และการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง.....	130
ระดับการศึกษา กับการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองจากสื่ออินเทอร์เน็ต	
และการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง.....	131
อาชีพ กับการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองจากสื่ออินเทอร์เน็ต	
และการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง.....	133
รายได้ต่อเดือน กับการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองจากสื่ออินเทอร์เน็ต	
และการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง.....	135
อายุ กับการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองจากสื่ออินเทอร์เน็ต	
และการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง.....	136
ปัจจัยที่มีต่อผลการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต	
และการตัดสินใจของผู้ลงคะแนนเสียง.....	137
6. อินเทอร์เน็ต : นวัตกรรมใหม่ของการสื่อสารการตลาด	
เพื่อการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง.....	143
การสื่อสารการตลาดทางการเมืองเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง.....	144
การสื่อสารการตลาดทางการเมืองเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมืองของไทย.....	145

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
กระบวนการการเกิดภาพลักษณ์ทางการเมืองจากการใช้	
การสื่อสารการตลาดทางการเมืองในการรณรงค์หาเสียงของไทย.....	149
7. อินเทอร์เน็ต : พัฒนาการของเทคโนโลยีการสื่อสาร	
กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง.....	163
ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต	
กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง.....	165
ประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วม.....	169
อินเทอร์เน็ตกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในต่างประเทศ.....	171
อินเทอร์เน็ตกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในประเทศไทย.....	174
การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง.....	176
ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต	
และผลกระทบที่มีต่อการสื่อสารทางการเมือง.....	186
8. อินเทอร์เน็ตกับการเมืองไทย.....	197
ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสารกับการเปลี่ยนแปลง	
ทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม.....	199
บทบาทของอินเทอร์เน็ตในทางการเมืองและระบบการตรวจสอบ	
ควบคุมการรณรงค์หาเสียงผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต.....	203
แนวโน้มของการนำเอาเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมาใช้ประโยชน์	
ในทางการเมืองของไทยในอนาคต.....	212
9. บทสรุปและข้อเสนอแนะ.....	221
ผลการศึกษา.....	222
สรุปผลการศึกษา.....	226
ข้อสังเกตทั่วไป.....	228
ข้อเสนอแนะทั่วไป.....	228
ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ.....	230
รายการอ้างอิง.....	232

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ภาคผนวก.....	240
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	241
ภาคผนวก ข เว็บไซต์พรรคการเมืองและผู้สมัครรับเลือกตั้งของไทย และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการเมืองของไทย.....	246
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	248



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
ตารางที่ 2.1 ระบบการเลือกตั้ง.....	42
ตารางที่ 2.2 รูปแบบการมีส่วนร่วมทางการเมืองตามแนวคิดของ Almond และ Powell.....	67
ตารางที่ 2.3 รูปแบบการมีส่วนร่วมทางการเมืองตามแนวคิดของ Kim.....	67
ตารางที่ 4.1 จำนวนการจดทะเบียนชื่อโดเมนสัญชาติไทย.....	109
ตารางที่ 5.1 แสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	121
ตารางที่ 5.2 แสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....	121
ตารางที่ 5.3 แสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา.....	122
ตารางที่ 5.4 แสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ.....	122
ตารางที่ 5.5 แสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	123
ตารางที่ 5.6 แสดงความถี่ในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในแต่ละเดือนของกลุ่มตัวอย่าง.....	123
ตารางที่ 5.7 แสดงสื่อที่กลุ่มตัวอย่างติดตามข่าวสารทางการเมือง.....	124
ตารางที่ 5.8 แสดงสื่อที่กลุ่มตัวอย่างการติดตามข่าวสารทางการเมืองเกี่ยวกับ การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรวันที่ 6 มกราคม 2544.....	124
ตารางที่ 5.9 แสดงระดับความเชื่อถือข่าวสารทางการเมืองจาก สื่ออินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่าง.....	125
ตารางที่ 5.10 แสดงสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกผู้สมัครสมาชิก สภาผู้แทนราษฎรวันที่ 6 มกราคม 2544.....	125
ตารางที่ 5.11 แสดงการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองจากสื่ออินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่าง.....	126
ตารางที่ 5.12 แสดงประโยชน์ที่กลุ่มตัวอย่างได้รับจากการรับรู้ข่าวสารทางการเมือง จากสื่ออินเทอร์เน็ต.....	127
ตารางที่ 5.13 แสดงช่องทางที่กลุ่มตัวอย่างการติดตามข่าวสารทางการเมืองเกี่ยวกับการ เลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร วันที่ 6 มกราคม 2544 จากสื่ออินเทอร์เน็ต.....	127

ตาราง	หน้า
ตารางที่ 5.14 แสดงการนำข่าวสารทางการเมืองที่กลุ่มตัวอย่างได้รับจากสื่ออินเทอร์เน็ต มาคิดวิเคราะห์ถึงความถูกต้องและความน่าเชื่อถือ.....	128
ตารางที่ 5.15 แสดงอิทธิพลของข่าวสารของพรรคการเมืองหรือผู้สมัครสมาชิก สภาผู้แทนราษฎรที่กลุ่มตัวอย่างได้รับจากสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีต่อการตัดสินใจ เลือกผู้สมัครสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร วันที่ 6 มกราคม 2544.....	128
ตารางที่ 5.16 แสดงปัจจัยสำคัญที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการตัดสินใจเลือกพรรคหรือผู้สมัคร สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจากการรับรู้ข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ต.....	129
ตารางที่ 5.17 แสดงการทดสอบสมมติฐานว่า “ผู้มีสิทธิลงคะแนนเสียงเลือกตั้งในเขต กรุงเทพมหานครที่เปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีเพศ ต่างกันมีการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองจากสื่ออินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน”.....	130
ตารางที่ 5.18 แสดงการทดสอบสมมติฐานว่า “ผู้มีสิทธิลงคะแนนเสียงเลือกตั้งในเขต กรุงเทพมหานครที่เปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากสื่ออินเทอร์เน็ตที่มี เพศต่างกันมีการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้งที่แตกต่างกัน”.....	131
ตารางที่ 5.19 แสดงการทดสอบสมมติฐานว่า “ผู้มีสิทธิลงคะแนนเสียงเลือกตั้งในเขต กรุงเทพมหานครที่เปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากสื่ออินเทอร์เน็ต ที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองจากสื่ออินเทอร์เน็ต ที่แตกต่างกัน”.....	131
ตารางที่ 5.20 แสดงการทดสอบสมมติฐานว่า “ผู้มีสิทธิลงคะแนนเสียงเลือกตั้งในเขต กรุงเทพมหานครที่เปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีระดับ การศึกษาต่างกันมีการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้งที่แตกต่างกัน”.....	132
ตารางที่ 5.21 แสดงการทดสอบสมมติฐานว่า “ผู้มีสิทธิลงคะแนนเสียงเลือกตั้งในเขต กรุงเทพมหานครที่เปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีอาชีพ ต่างกันมีการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองจากสื่ออินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน”.....	133
ตารางที่ 5.22 แสดงการทดสอบสมมติฐานว่า “ผู้มีสิทธิลงคะแนนเสียงเลือกตั้งในเขต กรุงเทพมหานครที่เปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีอาชีพ ต่างกันมีการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้งที่แตกต่างกัน”.....	134

ตาราง	หน้า
ตารางที่ 5.23 แสดงการทดสอบสมมติฐานว่า “ผู้มีสิทธิลงคะแนนเสียงเลือกตั้งในเขตกรุงเทพมหานครที่เปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองจากสื่ออินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน”.....	135
ตารางที่ 5.24 แสดงการทดสอบสมมติฐานว่า “ผู้มีสิทธิลงคะแนนเสียงเลือกตั้งในเขตกรุงเทพมหานครที่เปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้งที่แตกต่างกัน”.....	135
ตารางที่ 5.25 แสดงการทดสอบว่า “อายุของผู้มีสิทธิลงคะแนนเสียงเลือกตั้งในเขตกรุงเทพมหานครที่เปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากสื่ออินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองจากสื่ออินเทอร์เน็ตหรือไม่”..	136
ตารางที่ 5.26 แสดงการทดสอบว่า “อายุของผู้มีสิทธิลงคะแนนเสียงเลือกตั้งในเขตกรุงเทพมหานครที่เปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากสื่ออินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้งหรือไม่”.....	137
ตารางที่ 6.1 แสดงทัศนคติทางการเมืองของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อพรรคการเมือง.....	154
ตารางที่ 6.2 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของพรรคการเมือง.....	155
ตารางที่ 6.3 แสดงคุณลักษณะเฉพาะของพรรคการเมืองที่กลุ่มตัวอย่างได้ทำการจัดอันดับ..	156
ตารางที่ 6.4 แสดงการทดสอบว่า “การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในทางการเมืองมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ทางการเมืองของพรรคการเมืองและผู้สมัครรับเลือกตั้งหรือไม่”.....	157
ตารางที่ 7.1 แสดงวัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่าง.....	176
ตารางที่ 7.2 แสดงการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อวัตถุประสงค์ที่เกี่ยวข้องการเมืองของกลุ่มตัวอย่าง..	177
ตารางที่ 7.3 แสดงการไปใช้สิทธิเลือกตั้งของกลุ่มตัวอย่างจากการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้งจากสื่ออินเทอร์เน็ต.....	178
ตารางที่ 7.4 แสดงการช่วยเหลือเสียงให้กับพรรคหรือผู้สมัครที่กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต.....	179
ตารางที่ 7.5 แสดงการสมัครสมาชิกพรรคการเมืองผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่าง	179
ตารางที่ 7.6 แสดงการติดตามตรวจสอบและรายงานข่าวการทุจริตการเลือกตั้งผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่าง.....	180

ตาราง	หน้า
ตารางที่ 7.7 แสดงการนำข่าวสารที่ได้จากสื่ออินเทอร์เน็ตไปเผยแพร่ให้กับบุคคลอื่น ๆ ของกลุ่มตัวอย่าง.....	181
ตารางที่ 7.8 แสดงการทดสอบว่า “ผู้มีสิทธิลงคะแนนเสียงเลือกตั้งในเขตกรุงเทพมหานครที่เปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีเพศต่างกัน มีการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกันหรือไม่”.....	182
ตารางที่ 7.9 แสดงการทดสอบว่า “ผู้มีสิทธิลงคะแนนเสียงเลือกตั้งในเขตกรุงเทพมหานครที่เปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน”.....	182
ตารางที่ 7.10 แสดงการทดสอบว่า “ผู้มีสิทธิลงคะแนนเสียงเลือกตั้งในเขตกรุงเทพมหานครที่เปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีอาชีพต่างกันมีการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกันหรือไม่”.....	183
ตารางที่ 7.11 แสดงการทดสอบว่า “ผู้มีสิทธิลงคะแนนเสียงเลือกตั้งในเขตกรุงเทพมหานครที่เปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกันหรือไม่”..	184
ตารางที่ 7.12 แสดงการทดสอบว่า “อายุของผู้มีสิทธิลงคะแนนเสียงเลือกตั้งในเขตกรุงเทพมหานครที่เปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากสื่ออินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตหรือไม่”.....	184
ตารางที่ 7.13 แสดงการทดสอบว่า “การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในทางการเมืองมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตหรือไม่”.....	185
ตารางที่ 8.1 แสดงเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อวัตถุประสงค์ที่เกี่ยวข้องการเมือง..	205
ตารางที่ 8.2 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อความสามารถขององค์กรที่มีหน้าที่ควบคุมดูแลการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในทางการเมือง.....	207
ตารางที่ 8.3 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการใช้อินเทอร์เน็ตในการเมืองไทย..	215
ตารางที่ 8.4 แสดงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการนำสื่ออินเทอร์เน็ตมาใช้ประโยชน์ในทางการเมือง.....	219

สารบัญภาพและแผนภูมิ

ณ

แผนภาพ/แผนภูมิ	หน้า
แผนภาพที่ 2.1 แสดงการสื่อสารทางการเมืองของสังคมไทยในอดีต.....	35
แผนภาพที่ 2.2 ตัวแบบทางจิตวิทยา.....	56
แผนภาพที่ 2.3 แบบจำลองสถานภาพทางเศรษฐกิจสังคมของ Millbrath และ Goel.....	74
แผนภาพที่ 2.4 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเทคโนโลยีการสื่อสารกับการเปลี่ยนแปลง ทางสังคมตามทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด.....	81
แผนภาพที่ 3.1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม.....	97
แผนภาพที่ 4.1 แสดงการเชื่อมต่อบริบบเครือข่ายโทรคมนาคมกับระบบคอมพิวเตอร์.....	106
แผนภาพที่ 6.1 กระบวนการเกิดภาพลักษณ์ทางการเมือง.....	157
แผนภาพที่ 7.1 ตัวแบบกระบวนการสื่อสารทางการเมืองในยุคเทคโนโลยีสารสนเทศ.....	191
แผนภาพที่ 8.1 ตัวแบบการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีการสื่อสารซึ่งมีผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม.....	200
แผนภูมิ	หน้า
แผนภูมิที่ 8.1 แสดงระดับความเชื่อถือข่าวสารทางการเมืองจากสื่ออินเทอร์เน็ต ของกลุ่มตัวอย่าง.....	208
แผนภูมิที่ 8.2 แสดงการนำข่าวสารทางการเมืองที่กลุ่มตัวอย่างได้รับจากสื่ออินเทอร์เน็ต มาวิเคราะห์ถึงความถูกต้องและความน่าเชื่อถือ.....	208
รูปภาพ	หน้า
รูปที่ 4.1 เว็บไซต์พรรคไทยรักไทย.....	111
รูปที่ 4.2 เว็บไซต์พรรคประชาธิปัตย์.....	112
รูปที่ 4.3 เว็บไซต์พรรคชาติไทย.....	113
รูปที่ 4.4 เว็บไซต์พรรคชาติพัฒนา.....	114
รูปที่ 4.5 เว็บไซต์คณะกรรมการการเลือกตั้ง.....	116