



การสื่อสารทางการเมืองของพรรคก้าวไกลผ่านเฟสบุ๊กในการเลือกตั้ง
สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2566*

POLITICAL COMMUNICATION OF THE MOVE FORWARD PARTY THROUGH
FACEBOOK IN THE 2023 GENERAL ELECTION OF MEMBERS OF
THE HOUSE OF REPRESENTATIVES

ภาวิดา รังษี, เชษฐ์ ใจเพชร, อารยา อุดมรัตน์, พิมพิชญา กลมแป้น

Pawida Rungsee, Chast Jaiphet, Araya Udomrat, Phimpichaya Klompan

มหาวิทยาลัยแม่โจ้

Maejo University

Corresponding Author E-mail: pawida@mju.ac.th

บทคัดย่อ

การสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่อต่าง ๆ มีความสำคัญอย่างมาก ในการเลือกตั้ง พ.ศ. 2566 พรรคก้าวไกลมีสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรที่ได้รับเลือกตั้งมากที่สุด ใช้การสื่อสารทางการเมืองเพื่อรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งผ่านสื่อสังคมออนไลน์ร่วมกับวิธีการอื่น ๆ ดังนั้น บทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาการสื่อสารทางการเมืองของพรรคก้าวไกลผ่านเฟสบุ๊กในการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2566 ระหว่างวันที่ 3 เมษายน ถึงวันที่ 13 พฤษภาคม พ.ศ. 2566 พบว่ามีการโพสต์ข้อความด้วยภาษาง่าย ๆ ร่วมกับการโพสต์ภาพถ่าย คลิปวิดีโอ และการถ่ายทอดสด จากนั้นทำการวิเคราะห์เนื้อหาตามแบบจำลองการสื่อสารของลาสเวลล์ แบ่งประเภทของข้อความที่โพสต์ได้ 6 ประเภท ดังนี้ 1. นโยบาย จำนวน 54 ครั้ง 2. อุดมการณ์ทางการเมือง จำนวน 62 ครั้ง 3. แกนนำพรรค และผู้สมัคร จำนวน 124 ครั้ง 4. ความผิดปกติในการจัดการเลือกตั้งล่วงหน้า จำนวน 49 ครั้ง 5. ผลงานของพรรค จำนวน 17 ครั้ง และ 6. เรื่องอื่น ๆ จำนวน 59 ครั้ง เมื่อวิเคราะห์ข้อความข้างต้นพบว่าพรรคใช้การสร้างประสบการณ์ร่วมระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารตามแบบจำลองการสื่อสารของแชรหม์ ได้แก่ กลุ่มข้อความเกี่ยวกับอุดมการณ์ทางการเมือง กระตุ้นความเบื่อหน่ายของประชาชนที่มีต่อรัฐบาลก่อนหน้า ด้วยประโยคเชิง

*Received November 1, 2023; Revised November 16, 2023; Accepted December 13, 2023



สัญลักษณ์ว่า “มีลุงไม่มีเรา มีเราไม่มีลุง” และปัญหาการจัดการเลือกตั้งล่วงหน้า เพื่อให้ประชาชนที่ใช้หรือติดตามเฟสบุ๊กของพรรคก้าวไกลสนับสนุนพรรคในการเลือกตั้งครั้งนี้
คำสำคัญ: การสื่อสารทางการเมือง; พรรคก้าวไกล; เฟสบุ๊ก; สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

Abstract

Political communication through various media is essential. In the 2023 General Election, the Move Forward Party, which had the most elected members of the House of Representatives, utilized political communication to campaign for votes through social media and other methods. The objective of this article was to analyze the content of political communication of the Move Forward Party through Facebook in the 2023 general election of members of the House of Representatives from April 3 to May 13, 2023. It was found that messages were posted in simple language, accompanied by photographs, video clips, and live streams. The content was then analyzed according to Lasswell's communication model, and it was classified into six categories: 1. Policies, mentioned 54 times, 2. Political Ideals, mentioned 62 times, 3. Party leaders and candidates were mentioned 124 times, 4. Irregularities in advance voting, mentioned 49 times, 5. Party achievements were mentioned 17 times, and 6. Other topics were mentioned 59 times. From this group of messages, it was analyzed that the party used Schramm's communication model to create a shared experience between the sender and receiver. This included messages about political ideals, arousing public discontent with the previous government using symbolic phrases like “If there are Uncles, there is no us. If there is us, there are no uncles and issues concerning advance voting to encourage people who follow or use the Move Forward Party's Facebook page to support the party in this election.

Keywords: Political Communication; The Move Forward Party; Facebook; The House of Representatives



บทนำ

การสื่อสารทางการเมืองเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นและอยู่ควบคู่กับการเมืองมาตลอด เพราะเป็นตัวกลางในการสร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างผู้ปกครองกับผู้ใต้ปกครอง และระหว่างผู้ปกครองหรือผู้ใต้ปกครองด้วยตนเอง ดังที่อริสโตเติลกล่าวไว้ว่า “การสื่อสารคือการแสวงหาวิธีการจูงใจทุกรูปแบบ” เพราะการเมืองเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับข้อมูลข่าวสารทั้งในด้านการรับรู้และการถ่ายทอด ทั้งในหมู่ประชาชนและผู้มีอำนาจทางการเมือง โดยระบบการเมืองหรือรัฐบาลจะหาช่องทางให้ประชาชนได้รับทราบนโยบายและกิจกรรมของรัฐบาลอันมีผลกระทบต่อประชาชน เป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารทางการเมืองเพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกันทางการเมือง (ธัญญา ไยทอง, 2548)

การสื่อสารทางการเมืองมีความจำเป็นอย่างมากในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง ซึ่งเป็นกระบวนการทางการเมืองที่สำคัญในการปกครองระบอบประชาธิปไตย เพื่อให้ประชาชนผู้เป็นเจ้าของอำนาจอธิปไตยได้แสดงออกถึงการมีส่วนร่วมทางการเมืองด้วยการไปออกเสียงเลือกตั้งผู้แทนของตนมาทำหน้าที่ในรัฐสภาและรัฐบาล ทั้งนี้ การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร (สส.) ของไทยสมัยแรก ๆ ใช้เพียง “แผ่นปลิว” และ “ป้ายโฆษณา” แนะนำตัวให้ประชาชนรู้จักหน้าตาผู้สมัครพร้อมระบุภูมิหลัง เช่น คุณสมบัติส่วนตัว ความสามารถ และตำแหน่งหน้าที่การทำงานเท่านั้น จากนั้นมีการใช้ “คำขวัญ” ในการหาเสียงอย่างแพร่หลาย จนกระทั่งในการเลือกตั้ง สส. เมื่อวันที่ 6 มกราคม พ.ศ. 2544 พรรคไทยรักไทย โดยนายทักษิณ ชินวัตร หัวหน้าพรรคในขณะนั้น นำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้หาเสียงเพื่อเข้าถึงประชาชนในเขตพื้นที่เมือง ด้วยการส่งอีเมลล์หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ อีกทั้งมีการเปิดเว็บไซต์พรรคไทยรักไทยเพื่อให้ประชาชนเข้ามาอ่านนโยบายได้อย่างละเอียด แต่การเลือกตั้งในครั้งนั้นวิธีหาเสียงแบบออนไลน์ไม่ประสบความสำเร็จมากนัก เนื่องจากบริบททางสังคมที่ประชาชนยังไม่สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้มาก (ปฐมพร เนตินันท์, 2552) อย่างไรก็ตาม เมื่อเวลาผ่านไปมากกว่า 20 ปี ปัจจุบันประเทศไทยมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 61.21 ล้านคน และมีผู้ใช้โซเชียลมีเดียหรือสื่อสังคมออนไลน์ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและแบ่งปันเรื่องราวกับสาธารณชนผ่านอินเทอร์เน็ตจำนวน 52.25 ล้านคน คิดเป็น 72.8 เปอร์เซ็นต์ของประชากรทั้งหมด ข้อมูลในเดือนมกราคม พ.ศ. 2566 พบว่าโซเชียลมีเดียที่คนไทยใช้มากที่สุด 6 อันดับ ได้แก่ เฟสบุ๊กมีผู้ใช้ 48.10 ล้านคน ยูทูบมีผู้ใช้ 43.90 ล้านคน ดิกด็อกมีผู้ใช้ 40.28 ล้านคน อินสตาแกรมมีผู้ใช้ 17.35 ล้านคน ทวิตเตอร์มีผู้ใช้ 14.60 ล้านคน และ สแนปแชตมีผู้ใช้ 5 แสนคน (อินซิงค์อีร่า, 2566) จากจำนวน



ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ข้างต้นทำให้ในการเลือกตั้ง สส. เมื่อวันที่ 14 พฤษภาคม พ.ศ. 2566 พรรคการเมืองต่าง ๆ ทำการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งโดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ควบคู่กับการหาเสียงแบบเดิม

พรรคก้าวไกล จัดทะเบียนก่อตั้งเมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม พ.ศ. 2557 สมาชิกส่วนใหญ่ย้ายมาสังกัดพรรคก้าวไกลหลังจากพรรคอนาคตใหม่ถูกยุบใน พ.ศ. 2563 ในการเลือกตั้ง สส. เมื่อวันที่ 14 พฤษภาคม พ.ศ. 2566 มีนายพิธา ลิ้มเจริญรัตน์ เป็นหัวหน้าพรรค ใช้การหาเสียงเลือกตั้งในแบบต่างๆ ควบคู่ไปกับการสื่อสารเพื่อจูงใจผู้มีสิทธิเลือกตั้งผ่านสื่อสังคมออนไลน์หลายช่องทาง โดยเฉพาะเฟสบุ๊ก ซึ่งเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผู้ใช้มากที่สุดในประเทศไทย ใช้ชื่อเฟสบุ๊กทางการว่า “พรรคก้าวไกล - Move Forward Party” มีผู้ติดตามถึง 1.4 ล้านคน ในการเลือกตั้งครั้งนี้พรรคก้าวไกลมี สส. ที่ได้รับเลือกตั้งมากที่สุด จำนวน 151 คน และได้คะแนนเสียงจากระบบบัญชีรายชื่อจากผู้มีสิทธิเลือกตั้งทั่วประเทศ 14,438,851 คะแนน (สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง, 2566)

ความสำเร็จในการเลือกตั้งเป็นสาเหตุที่นำมาสู่การศึกษาซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาการสื่อสารทางการเมืองของพรรคก้าวไกลผ่านเฟสบุ๊กในการเลือกตั้ง สส. พ.ศ. 2566 และก่อให้เกิดความเข้าใจการเมืองไทยในยุคที่สื่อสังคมออนไลน์มีบทบาทอย่างมากในสังคม

ผู้ศึกษาทำการศึกษาข้อความที่พรรคก้าวไกลโพสต์ในเฟสบุ๊กที่ชื่อว่า “พรรคก้าวไกล - Move Forward Party” ระหว่างวันที่ 3 เมษายน พ.ศ. 2566 ถึงวันที่ 13 พฤษภาคม พ.ศ. 2566 เวลา 18.00 น. ซึ่งเป็นระยะเวลาที่คณะกรรมการการเลือกตั้งกำหนดให้เป็นวันแรกที่มีการสมัครรับเลือกตั้งและสามารถทำการหาเสียงเลือกตั้งได้ รวม 40 วัน ทำการวิเคราะห์ตามแบบจำลองการสื่อสารทางการเมืองของแชรम्म (Schramm) ซึ่งมุ่งเน้นเรื่องการสร้างประสบการณ์ร่วมในการสื่อสาร และแบบจำลองการสื่อสารทางการเมืองของลาสเวลล์ (Lasswell) มุ่งเน้นการวิเคราะห์เนื้อหา แบ่งกลุ่มข้อความที่โพสต์ ออกเป็น 6 ประเด็น ได้แก่ 1. นโยบาย 2. อุดมการณ์ทางการเมือง 3. แกนนำพรรคและผู้สมัคร 4. ความผิดปกติในการเลือกตั้งล่วงหน้า 5. ผลงานของพรรค และ 6. เรื่องอื่น ๆ

แนวคิด ทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา

ผู้ศึกษาใช้แบบจำลองการสื่อสารทางการเมืองของลาสเวลล์ มีรายละเอียดสำคัญดังนี้



1. แบบจำลองมุ่งเน้นอธิบายถึงการสื่อสารเชิงพฤติกรรม โดยกระบวนการสื่อสารต้องมีการตอบคำถามที่ว่า ใคร (Who) พูดอะไร (Says what) ผ่านสื่อใด (In which channel) กับใคร (To whom) และเกิดผลอย่างไร (With what effect)

2. การสื่อสารของลาสเวลล์แบ่งออกเป็น 5 มุมมอง ได้แก่ การวิเคราะห์แหล่งสาร (Control Analysis) การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) การวิเคราะห์สื่อ (Media Analysis) การวิเคราะห์ผู้รับสาร (Audience Analysis) และการวิเคราะห์ผลของการสื่อสาร (Effect Analysis) (Lasswell, 1960)

การนำแบบจำลองการสื่อสารทางการเมืองของลาสเวลล์ มาใช้ในการศึกษานี้ มุ่งเน้นการวิเคราะห์เนื้อหา ทั้งนี้ การสื่อสารของผู้สื่อสารไปยังผู้รับสารต้องอาศัยการมีประสบการณ์บางอย่างร่วมกัน ดังที่พบในแบบจำลองการสื่อสารของ แชรมม์ว่าความสำเร็จของการสื่อสารขึ้นอยู่กับประสบการณ์ร่วมของผู้สื่อสารหรือเป็นแบบที่เน้นประสบการณ์ร่วม (Field of Experience) หรือให้ความสำคัญในเรื่องประสบการณ์ของแต่ละบุคคลทั้งในส่วนของผู้ส่งสารและผู้รับสาร (รัตติพร ณ นคร, 2564)

ผลการศึกษา

ในการเลือกตั้ง สส. พ.ศ. 2566 พรรคก้าวไกลสื่อสารทางการเมืองผ่านเฟสบุ๊ก 3 ลักษณะ ได้แก่ หนึ่งการโพสต์ข้อความร่วมกับการใช้โปรแกรมตัดต่อภาพและข้อความที่เป็นประโยคสำคัญที่ต้องการสื่อความ สองการโพสต์ข้อความและมีภาพถ่ายจากสถานที่จริง เช่น ภาพการหาเสียงเลือกตั้งในพื้นที่ต่าง ๆ สามการโพสต์ข้อความร่วมกับการแชร์คลิปวิดีโอสั้นจากโซเชียลมีเดียอื่น ๆ ของพรรคมาประกอบ เช่น ด็กตอก ยูทูบ รวมถึงการแพร่ภาพสดกิจกรรมการหาเสียงซึ่งมีลักษณะค่อนข้างยาวให้ประชาชนได้ชม ข้อความที่โพสต์ใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายสามารถจัดเป็นกลุ่มได้ 6 ประเด็น ดังนี้

1. นโยบาย มีการโพสต์ข้อความจำนวน 54 ครั้ง นโยบายของพรรคก้าวไกลที่มีจำนวนครั้งของการนำเสนอมากที่สุด 5 นโยบาย ดังนี้

1.1. การยกเลิกบังคับเกณฑ์ทหารและเปลี่ยนเป็นระบบสมัครใจทั้งหมด ลดจำนวนพลทหาร รวมถึงสร้างแรงจูงใจในการสมัครเป็นทหาร เช่น การสร้างสวัสดิภาพสวัสดิการ ความก้าวหน้าทางอาชีพที่ดี การกำจัดความรุนแรงในค่ายทหาร

1.2. คืนที่ดินประชาชน 10 ล้านไร่ ด้วยการเปลี่ยน สปก. เป็นโฉนดอย่างเป็นธรรม



1.3 กระจายอำนาจให้ท้องถิ่น เพิ่มบ้งท้องถิ่นตำบลละ 20 ล้านบาท/ปี มีการเสนอให้ยกเลิกผู้ว่าราชการจังหวัดที่มาจากการแต่งตั้ง เพื่อให้ทุกจังหวัดมีผู้บริหารสูงสุดที่มาจากการเลือกตั้ง

1.4 ลดค่าไฟฟ้าที่ 70 สตางค์/หน่วย ซึ่งจะทำให้ค่าไฟฟ้าลดลงเฉลี่ยบ้านละ 150 บาท/เดือน มีการเจรจาสัญญาซื้อขายไฟฟ้ากับสัมปทานทุนใหญ่ กลุ่มพลังงานใหม่เพื่อลดต้นทุนที่เกิดขึ้นจากค่าความพร้อมจ่าย (Availability Payments: AP) ของโรงไฟฟ้าที่ไม่ได้เดินเครื่อง

1.5 หวยใบเสร็จช่วย SMEs เมื่อประชาชนซื้อสินค้าจากร้านค้ารายย่อยครบ 500 บาท (สะสมยอดซื้อได้ ไม่ต้องครบภายในครั้งเดียว) สามารถแลกสลากกินแบ่งรัฐบาลได้ 1 ใบ สูงสุดคนละไม่เกิน 2 ใบ/เดือน จำนวน 10 ล้านราย/เดือน ส่วนผู้ประกอบการ SMEs เมื่อขายสินค้าได้ครบ 5,000 บาท สามารถแลกสลากกินแบ่งรัฐบาลได้ 1 ใบ โดย SMEs ที่ร่วมโครงการจะได้ลดภาษีนิติบุคคลซึ่งจะทำให้รัฐบาลมีฐานข้อมูลเพื่อช่วยเหลือ SMEs ได้ง่ายขึ้น เช่น การพิจารณาสินเชื่อในอนาคตที่ตรงเป้าหมาย

ทั้งนี้ในการโพสต์ข้อความเกี่ยวกับนโยบายจะมีผู้ไปแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก มีทั้งข้อความให้กำลังใจพรรค การแสดงจุดยืนของตนว่าจะเลือกพรรคก้าวไกล และการแสดงความคิดเห็นต่อนโยบายที่พรรคนำเสนอ ดังที่มีผู้พิมพ์แสดงความคิดเห็นไว้ได้ข้อความที่พรรคโพสต์เรื่องการผลักดัน 300 นโยบายเพื่อเข้าไปเปลี่ยนโครงสร้างของประเทศ เมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม พ.ศ. 2566 ดังนี้

“ไม่ใช่ตามกระแส ชอบตั้งแต่อนาคตใหม่มาเป็นก้าวไกล กล้า
เอาปัญหาได้พรมขึ้นมาพูด ประเด็นนี้ต้องแก้ที่โครงสร้างเพื่อลูกหลานใน
อนาคต...” (พรรคก้าวไกล - Move Forward Party, 2566)

2. อุดมการณ์ทางการเมือง มีการโพสต์ข้อความจำนวน 62 ครั้ง อุดมการณ์ทางการเมืองที่มีจำนวนครั้งของการนำเสนอมากที่สุดคือการไม่เข้าร่วมกับพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา และพลเอกประวิตร วงษ์สุวรรณ อย่างเด็ดขาด ดังที่มีการโพสต์คำพูดของนาย พิธา ลิ้มเจริญรัตน์ หัวหน้าพรรคซึ่งมีลักษณะเป็นข้อความเชิงสัญลักษณ์ ดังนี้

“...จุดยืนของพรรคชัดเจนมาแต่แรกว่า ไม่มีวันจับมือกับพรรค
ทหารจำแลงทั้งหลาย มีลุงไม่มีเรา มีเราไม่มีลุง...” (พรรคก้าวไกล -
Move Forward Party, 2566)



3. แกนนำนพรรคและผู้สมัคร รวมถึงบุคคลที่มีบทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อนทิศทางของพรรคในการเลือกตั้ง มีการโพสต์ข้อความจำนวน 124 ครั้ง โดยแกนนำนพรรคที่มีจำนวนครั้งของการนำเสนอมากที่สุด 3 คน คือ นายพิธา ลิ้มเจริญรัตน์ หัวหน้าพรรคก้าวไกล นางสาวพรรณีการ์ วาณิช และนายธนาธร จึงรุ่งเรืองกิจ ผู้ช่วยหาเสียงพรรคก้าวไกล ส่วนการโพสต์ข้อความนำเสนอผู้สมัครจะทำเมื่อมีการลงไปยังพื้นที่ที่อยู่ในเขตของผู้สมัครคนนั้น



ภาพที่ 1 ตัวอย่างการโพสต์ภาพแกนนำของพรรคและข้อความที่ใช้ในการสื่อสาร
ที่มา: พรรคก้าวไกล - Move Forward Party (2566)

4. ความผิดปกติในการจัดการเลือกตั้งล่วงหน้า มีการโพสต์ข้อความจำนวน 49 ครั้ง โดยมีตั้งข้อสังเกตในประเด็นต่อไปนี้

4.1 โลโก้ของพรรคก้าวไกลที่ติดบนบอร์ดหน้าคูหาหน่วยเลือกตั้งในหลายเขตเลือกตั้งชัดเจนจนแทบมองไม่เห็น เมื่อเปรียบเทียบกับโลโก้ของพรรคการเมืองอื่น

4.2 กรรมการประจำหน่วยเลือกตั้งไม่กรอกข้อมูลและตัวเลขหน้าของใส่บัตรเลือกตั้ง บางคนกรอกเลขเขตเลือกตั้งผิดเมื่อบัตรเลือกตั้งส่งไปที่ศูนย์ของไปรษณีย์ เพื่อคัดแยกส่งไปตามแต่ละเขตเลือกตั้ง บัตรเลือกตั้งอาจถูกส่งไปผิดที่

4.3 คณะกรรมการการเลือกตั้งไม่ติดรูปภาพและข้อมูลผู้สมัคร สส. จากพรรคก้าวไกลหน้าหน่วยเลือกตั้ง เขตที่ถูกร้องเรียนมากที่สุดคือเขตเลือกตั้งที่ 1 และ 2 ของจังหวัดน่าน การไม่มีชื่อและหมายเลขผู้สมัคร อาจทำให้ประชาชนสับสนและเข้าใจว่าพรรคก้าวไกลไม่ได้ส่งผู้สมัครในเขตเลือกตั้งดังกล่าว

4.4 ความผิดปกติของจำนวนประชาชนที่ออกมาใช้สิทธิเลือกตั้งล่วงหน้า บางจังหวัดมีผู้ออกมาใช้สิทธิในสัดส่วนที่มากกว่าค่าเฉลี่ย ได้แก่ ขอนแก่น อานาจเจริญ ยโสธร ศรีสะเกษ และยังพบว่าผู้ที่ออกไปใช้สิทธิ์ส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุซึ่งไม่ได้ทำงานอยู่ในจังหวัด



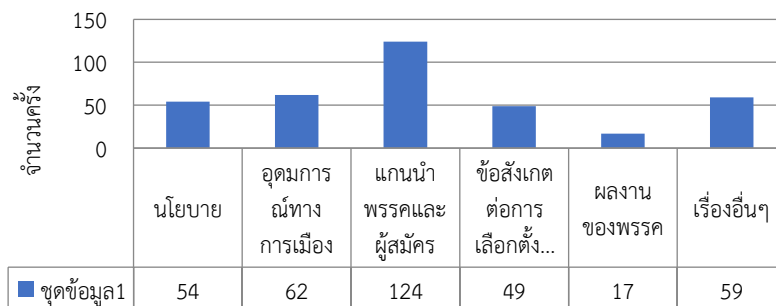
อื่นที่แตกต่างจากทะเบียนบ้านของตัวเอง รวมถึงมีการใช้รถขนประชาชนไปหน่วยเลือกตั้ง ซึ่งอาจเป็นการซื้อเสียงผ่านการเลือกตั้งล่วงหน้า

4.5 ประชาชนจำนวนไม่น้อย ลงทะเบียนเลือกตั้งล่วงหน้าไว้แล้ว แต่เมื่อไปตรวจสอบหน้าหน่วยเลือกตั้งกลับไม่พบชื่อของตัวเอง

5. ผลงานในฐานะของฝ่ายค้านที่ตรวจสอบการทำงานของรัฐบาล พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา มาตลอด 4 ปี มีการโพสต์ข้อความจำนวน 17 ครั้ง ผลงานของพรรคที่มีจำนวนครั้งของการนำเสนอมากที่สุดมี 7 เรื่อง ได้แก่ การอภิปรายไม่ไว้วางใจเกี่ยวกับประเด็นยาเสพติดของร้อยเอกธรรมนัส พรหมเผ่า รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ การเปิดโปงขบวนการไอโอหรือปฏิบัติการข่าวสารของกองทัพ การผูกขาดของกลุ่มทุนในธุรกิจโทรคมนาคมอันเนื่องมาจากการควบรวมของบริษัททรู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กับบริษัททีโอทีเน็ต จำกัด การผลักดันกฎหมายสุราก้าวหน้า สิทธิของผู้ใช้แรงงาน การเปิดโปงการใช้งบประมาณของกองทัพ การยื่นเรื่องต่อศาลรัฐธรรมนูญจนเป็นเหตุให้นายศักดิ์สยาม ชิดชอบ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคม ต้องหยุดปฏิบัติหน้าที่ นอกจากนี้ยังมีการโพสต์ข้อความเกี่ยวกับการเสนอข้อบัญญัติเรื่องพื้นที่สีเขียว โดยสมาชิกสภากรุงเทพมหานครของพรรค ซึ่งเป็นการทำงานของพรรคในระดับท้องถิ่นอีกด้วย

6. เรื่องอื่น ๆ มีการโพสต์ข้อความเกี่ยวกับการทำกิจกรรมของพรรค จำนวน 59 ครั้ง เช่น ผ้าป่าสามัคคีก้าวไกล เชิญชวนประชาชนทอดผ้าป่าเพื่อระดมเงินหาเสียงให้กับพรรค ตารางเดินรถคาราวานก้าวไกล เพื่อแจ้งกำหนดการที่แกนนำพรรคหรือผู้สมัครจะลงพื้นที่พบปะพี่น้องประชาชน รวมถึงมีการโพสต์ข้อความให้ความรู้ทางการเมืองกับประชาชนเรื่องประเภทของบัตรที่ใช้ในการเลือกตั้ง สส. พ.ศ. 2566

ประเภทข้อความที่ทำการโพสต์ในเฟสบุ๊ก



ภาพที่ 2 จำนวนการโพสต์ข้อความต่าง ๆ ในเฟสบุ๊กชื่อ “พรรคก้าวไกล - Move Forward Party” ระหว่างวันที่ 3 เมษายน ถึงวันที่ 13 พฤษภาคม พ.ศ. 2566



บทวิเคราะห์

เมื่อนำแบบจำลองการสื่อสารของลาสเวลส์ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 มุมมอง ได้แก่ การวิเคราะห์แหล่งสาร การวิเคราะห์เนื้อหา การวิเคราะห์สื่อ การวิเคราะห์ผู้รับสาร และการวิเคราะห์ผลของการสื่อสารมาใช้วิเคราะห์การสื่อสารทางการเมืองของพรรคก้าวไกลผ่านเฟสบุ๊กในการเลือกตั้ง สส. พ.ศ. 2566 พบดังนี้

1. ใคร (Who) หมายถึงพรรคก้าวไกลซึ่งส่งผู้สมัครรับเลือกตั้ง สส. พ.ศ. 2566 เป็นผู้กำหนดและควบคุมเนื้อหาของข้อความที่โพสต์ลงในเฟสบุ๊กทางการเมืองของพรรคระหว่างวันที่ 3 เมษายน ถึงวันที่ 13 พฤษภาคม พ.ศ. 2566

2. พูดอะไร (Says what) การวิเคราะห์เนื้อหาของข้อความที่ถูกโพสต์ลงในเฟสบุ๊กซึ่งแบ่งออกเป็นกลุ่มต่าง ๆ มีข้อสังเกตดังนี้

2.1 กลุ่มข้อความที่มีจำนวนครั้งของการโพสต์ถึงมากที่สุดคือแกนนำพรรคและผู้สมัคร จำนวน 124 ครั้ง การที่พรรคโพสต์ภาพและข้อความเกี่ยวกับนายพิธา ลิ่มเจริญรัตน์ ผ่านสื่อต่าง ๆ รวมถึงเฟสบุ๊กมาอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ในการสำรวจของนิด้าโพล เมื่อถามถึงบุคคลที่ประชาชนจะสนับสนุนให้เป็นนายกรัฐมนตรีในการเลือกตั้งครั้งนี้ พบว่าในการสำรวจครั้งที่ 1 เมื่อวันที่ 19 มีนาคม พ.ศ. 2566 คะแนนของนายพิธา ลิ่มเจริญรัตน์อยู่ที่ร้อยละ 15.75 การสำรวจครั้งที่ 2 เมื่อวันที่ 16 เมษายน พ.ศ. 2566 ผลการสำรวจเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 20.25 และการสำรวจครั้งที่ 3 เมื่อวันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2566 ซึ่งเป็นการสำรวจครั้งสุดท้ายก่อนการเลือกตั้ง ผลการสำรวจสูงสุดเป็นอันดับ 1 เมื่อเทียบกับแคนดิเดตนายกรัฐมนตรีจากพรรคการเมืองอื่น ๆ ที่ร้อยละ 35.44 (นิด้าโพล, 2566) การนำเสนอถึงนายพิธา ลิ่มเจริญรัตน์ หัวหน้าพรรคซึ่งเป็นคนรุ่นใหม่ร่วมกับแกนนำพรรคคนอื่น ๆ บ่อยครั้ง ส่งผลให้ภาพลักษณ์ของพรรคก้าวไกลกลายเป็นพรรคการเมือง

2.2 กลุ่มข้อความที่ผู้สื่อสารให้ความสำคัญกับการสร้างประสบการณ์ร่วมกับผู้รับสารตามแบบจำลองการสื่อสารทางการเมืองของแชรหม์ ได้แก่

- กลุ่มข้อความที่โพสต์ถึงอุดมการณ์ทางการเมืองมีจำนวนครั้งของการโพสต์จำนวน 62 ครั้ง เป็นการแสดงจุดยืนที่ชัดเจนของพรรคเพื่อดึงให้ประชาชนที่มีความเบื่อหน่ายต่อการบริหารประเทศตลอดระยะเวลา 8 ปี ของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชาหันมาสนับสนุนพรรคก้าวไกล

- กลุ่มข้อความที่ตั้งข้อสังเกตต่อความผิดปกติในการจัดการเลือกตั้งล่วงหน้าของคณะกรรมการการเลือกตั้ง จำนวน 49 ครั้ง โดยการเลือกตั้งล่วงหน้าจัดขึ้นในวันที่ 7 พฤษภาคม พ.ศ. 2566 ก่อนการเลือกตั้งทั่วไป 1 สัปดาห์ เพื่อให้ประชาชนเกิดความ



ตระหนักว่าอาจเกิดความไม่เป็นธรรมในการจัดการเลือกตั้ง และกระตุ้นเตือนให้ผู้สนับสนุนพรรคก้าวไกลออกไปใช้สิทธิ์เลือกตั้งมากขึ้น

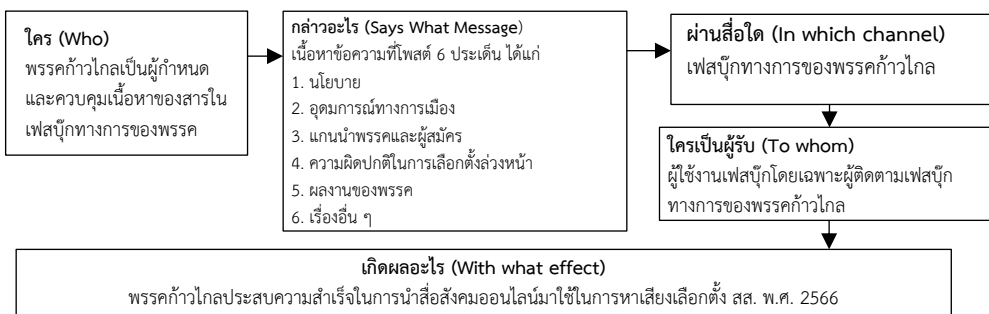
2.3 กลุ่มข้อความที่มีจำนวนครั้งของการโพสต์ถึงมากเป็นอันดับสาม จำนวน 54 ครั้งคือนโยบาย โดยนโยบายที่มีจำนวนครั้งในการโพสต์มากที่สุด ล้วนแต่เป็นนโยบายที่เกี่ยวข้องกับคนส่วนใหญ่และเข้าใจง่าย เช่น เรื่องการกระตุ้นเศรษฐกิจ การลดค่าครองชีพ

2.4 กลุ่มข้อความที่มีจำนวนครั้งของการโพสต์ถึงน้อยที่สุด จำนวน 17 ครั้งคือผลงานของพรรค อาจเพราะพรรคก้าวไกลเป็นพรรคการเมืองที่เกิดขึ้นไม่นานและมีบทบาทเป็นพรรคฝ่ายค้านทำหน้าที่รับฟังความต้องการของประชาชนแล้วนำมาอภิปรายในการประชุมสภาผู้แทนราษฎร รวมถึงอภิปรายเพื่อตรวจสอบการทำงานของรัฐบาล จึงไม่ได้มีผลงานที่ประจักษ์ในการกำหนดนโยบายและนำนโยบายไปปฏิบัติให้เกิดขึ้นจริง

3. ผ่านสื่อใด (In which channel) พรรคก้าวไกลใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นตัวกลางในการสื่อสารส่งไปยังผู้รับ ได้แก่ ดิ็กต็อก อินสตราแกรม ทวิตเตอร์ รวมถึงเฟสบุ๊กซึ่งเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผู้ใช้งานมากที่สุดในประเทศไทย

4. กับใคร (To whom) พรรคก้าวไกลได้สื่อสารทางการเมืองไปยังผู้รับสารซึ่งคือประชาชนทั่วไปที่เป็นผู้ใช้งานเฟสบุ๊ก โดยเฉพาะผู้ที่ติดตามเฟสบุ๊กทางการเมืองของพรรค รวมถึงสื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ เพราะมีการแชร์คลิปกจากดิ็กต็อกมาลงในเฟสบุ๊กด้วย เป็นต้น

5. เกิดผลอย่างไร (With what effect) คือ ผู้สมัคร สส. จากพรรคก้าวไกลได้รับการเลือกตั้งมากที่สุดจำนวน 151 คน และได้คะแนนเสียงจากทั่วประเทศรวม 14,438,851 คะแนน สะท้อนให้เห็นว่าพรรคประสบความสำเร็จในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการหาเสียงเลือกตั้ง สส. พ.ศ. 2566



ภาพที่ 3 การสื่อสารทางการเมืองของพรรคก้าวไกลผ่านเฟสบุ๊กในการเลือกตั้ง สส.

พ.ศ. 2566 ตามแบบจำลองการสื่อสารทางการเมืองของลาสเวลล์



สรุป

การเลือกตั้ง สส. เมื่อวันที่ 14 พฤษภาคม พ.ศ. 2566 พรรคก้าวไกลมีวิธีการหาเสียงคือการใช้สื่อสังคมออนไลน์ร่วมกับการหาเสียงในแบบอื่นๆ เพื่อสื่อสารกับประชาชนในวงกว้าง หนึ่งในสื่อสังคมออนไลน์ที่พรรคใช้คือเฟสบุ๊กทางการเมืองของพรรค จากการวิเคราะห์เนื้อหาการสื่อสารตามแบบจำลองการสื่อสารทางการเมืองของลาสเวลล์ พบว่า 1. พรรคก้าวไกลเป็นผู้กำหนดและควบคุมเนื้อหาในการสื่อสาร 2. เนื้อหาที่มีการสื่อสารแบ่งออกเป็น 6 ประเด็น ได้แก่ นโยบาย ยุทธศาสตร์ทางการเมือง แกนนำพรรคและผู้สมัคร ความผิดปกติในการเลือกตั้งล่วงหน้า ผลงานของพรรค และเรื่องอื่นๆ ทั้งนี้ การโพสต์ข้อความในกลุ่มยุทธศาสตร์ทางการเมือง กลุ่มแกนนำพรรคและผู้สมัคร มีลักษณะของการสื่อสารที่เน้นการสร้างประสบการณ์ร่วมกันระหว่างผู้สื่อสารและผู้รับสารตามแบบจำลองการสื่อสารของแชรมม์ 3. มีการส่งสารผ่านเฟสบุ๊กที่ชื่อว่า “พรรคก้าวไกล - Move Forward Party” 4. ผู้รับสารคือผู้ใช้งานเฟสบุ๊กและผู้ติดตามเฟสบุ๊กทางการเมืองของพรรค 5. ผลจากการสื่อสารคือ สส. จากพรรคก้าวไกลได้รับการเลือกตั้งมากที่สุด จำนวน 151 คน ทั้งหมดนี้สะท้อนให้เห็นว่าการใช้สื่อโดยมีการเลือกเนื้อหาที่เหมาะสมจะทำให้การสื่อสารประสบผลสำเร็จตามที่ผู้ส่งสารต้องการ และในปัจจุบันการสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีบทบาทอย่างมากต่อการเลือกตั้งในสังคมไทย

เอกสารอ้างอิง

- ัญญา ไยทอง. (2548). *การสื่อสารทางการเมืองของสาขาพรรคประชาธิปัตย์* (วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- นิต้าโพล. (2566). *เลือกนายกรัฐมนตรี้*. สืบค้น 10 ตุลาคม 2566, จาก https://nidapoll.nida.ac.th/survey_detail?survey_id=641
- ปฐมพร เนตินันท์. (2552). *กระบวนการสื่อสารตราสินค้าของพรรคการเมืองไทย* (ดุขุณีนิพนธ์ ปรัชญาดุขุณีบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พรรคก้าวไกล - Move Forward Party. (2566). *รณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง*. สืบค้น 17 ตุลาคม 2566, จาก <https://www.facebook.com/MoveForwardPartyThailand>



- รัตติพร ณ นคร. (2564). *ความคาดหวังโทรทัศน์เพื่อการศึกษา สู่รูปแบบสถานีดิจิทัล RMUTK มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง. (2566). *ผลการเลือกตั้ง ส.ส.ทั่วไป 14 พฤษภาคม 2566*. สืบค้น 5 สิงหาคม 2566, จาก <https://ectreport66.ect.go.th/overview>
- อินชิ่งคีอีรา. (2566). *สรุปข้อมูลที่คุณควรรู้ DIGITAL 2023 THAILAND จาก We Are Social และ Meltwater*. สืบค้น 5 สิงหาคม 2566, จาก <https://www.insightera.co.th/digital-2023-thailand/>
- Lasswell, H.D. (1960). *Mass Communication*. Urbana, Illinois: University of Illinois.