

บทที่ 2

แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการเมืองของนักศึกษา ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงแนวคิด ทฤษฎี ต่าง ๆ เพื่อสร้างกรอบในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเปิดรับข่าวสาร
2. แนวคิดการสื่อสารทางการเมือง
3. แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการสังคมประจักษ์ทางการเมือง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการเปิดรับข่าวสาร ได้กล่าวถึงลักษณะ การเปิดรับข่าวสารของบุคคลออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ 1) การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนและ 2) การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล

โรเจอร์สและสเวนนิ่ง (Rogers and Svenning, 1969 : 3) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อมวลชนว่า สื่อมวลชนนั้นครอบคลุมถึงสื่อห้าประเภท คือ หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ วิทยุ กระจายเสียง นิตยสาร และโทรทัศน์ ดังนั้นการเปิดรับสื่อมวลชนจึงหมายถึงจำนวนรายการวิทยุที่บุคคลรับฟังในหนึ่งสัปดาห์ การอ่านหนังสือพิมพ์ในหนึ่งสัปดาห์ หรือการชมภาพยนตร์ต่อปี เป็นต้น อย่างไรก็ตามการเปิดรับข่าวสารของผู้รับสารโดยผ่านช่องทางสื่อประเภทต่าง ๆ นั้น จะมีกระบวนการในการเลือกรับข่าว (Selective Process) ดังนี้

1. การเลือกรับหรือการเลือกใช้ (Selective Exposure) บุคคลจะเลือกรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ ตามความสนใจ และความต้องการ เพื่อนำมาใช้แก้ปัญหา หรือสนองความต้องการส่วนบุคคล

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) นอกจากบุคคลจะเลือกรับสื่อแล้วบุคคลยังเลือกให้ความสนใจต่อข่าวสารที่ได้รับ ซึ่งสอดคล้องกับทัศนคติ และความเชื่อดั้งเดิมของบุคคลนั้นๆ ในขณะที่เดียวกันก็พยายามหลีกเลี่ยงการรับข่าวสารที่ขัดต่อทัศนคติ หรือความเชื่อดั้งเดิมทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้สึกของเขาจะทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจ

3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Selective Interpretation)

เมื่อบุคคลเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใด แหล่งหนึ่งแล้วอาจมีการเลือกรับรู้และเลือกตีความสารที่ได้รับด้วย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของแต่ละคน ผู้รับสารจะมีการตีความข่าวสารที่ได้รับตามความเข้าใจของตนเองหรือตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ และแรงจูงใจของตนเองในขณะนั้น

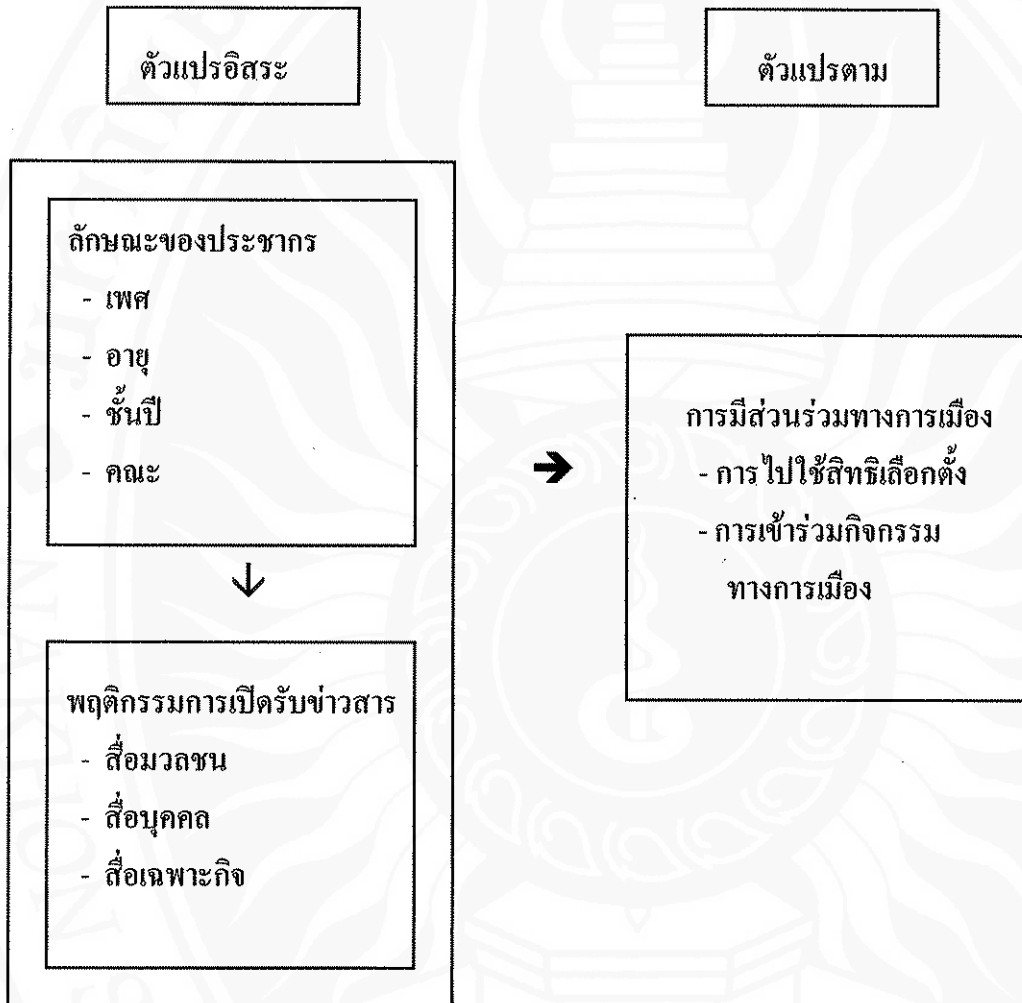
4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) ภายหลังจากการที่บุคคลเลือกที่จะให้ความสนใจเลือกรับรู้เนื้อหา และตีความหมายไปในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตนแล้ว บุคคลยังเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารในส่วนที่ต้องการจดจำเข้าไว้เป็นประสบการณ์ ในขณะที่มักจะลืมข่าวสารที่ไม่ตรงกับความสนใจของตนเอง

ดังนั้น วิธีการที่จะทำให้การสื่อสารเข้าถึงกลุ่มผู้รับสาร ต้องมีการวางแผนในการกำหนดกลยุทธ์ในการวางแผนการใช้ประโยชน์ จากสื่อ โดยศึกษาข้อดี ข้อด้อย ของสื่อแต่ละชนิดและนำมาใช้ให้ตรงกับกลุ่มผู้รับสาร คือ การใช้สื่อให้เหมาะกับกลุ่มผู้รับสารแต่ละประเภทนั่นเอง ซึ่งขั้นตอนในการรับสื่อนี้ ชวรมย์ อธิบายว่าข่าวสารที่เข้าถึงความสนใจของผู้รับสารจะมีแนวโน้มที่ทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

โดยปกติในชีวิตประจำวันของบุคคลนั้น แต่ละคนย่อมมีเหตุผลที่แตกต่างกันในการที่จะเลือกรับสารอย่างใดอย่างหนึ่งผ่านสื่อต่าง ๆ ทั้งนี้ นักวิชาการหลายท่านมีความเห็นที่สอดคล้องกัน ดังนี้

ไฟรด์สัน (Friedson) ไรเลย์ (Riley) และฟลาวเวอร์แมน (Flowerman) มีความเห็นว่าแรงจูงใจที่บุคคลต้องการเป็นที่ยอมรับของสมาชิกในสังคม จะเป็นสิ่งกำหนดความสนใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ทั้งนี้เพื่อสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งปรากฏการณ์ดังกล่าวนี้ เมอร์ตัน (Merton) ไรท์ (Wright) และ วาบเลส (Waples) เรียกว่า “พฤติกรรมในการแสวงหาข่าวสาร” ซึ่งนักวิชาการมีความเห็นตรงกันว่า ผู้รับสารจะเลือกรับสารจากสื่อใดนั้น ย่อมเป็นไปตามบทบาท และสถานภาพในสังคมของผู้รับสารและเหตุผลในการรับข่าวสาร ก็เพื่อนำไปเป็นหัวข้อในการสนทนา ซึ่งจะทำให้ผู้รับสารมีความรู้สึกว่าตนเองได้รับการยอมรับและเป็นส่วนหนึ่งของสังคม

กรอบแนวคิดในการวิจัย



2. การสื่อสารทางการเมือง

มนูญ์อาศัยการสื่อสารเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน การสื่อสารจึงเป็น "ตัวกลาง" ในการถ่ายทอดความคิดเห็น ความรู้สึก และประสบการณ์ จากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลหนึ่ง ซึ่งมีรูปแบบลักษณะของการถ่ายทอดที่แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการสื่อสารนั้น ๆ เช่น การสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ การสื่อสารเพื่อให้ความรู้ เป็นต้น สำหรับการสื่อสารทางการเมือง นับว่าเป็นลักษณะของการสื่อสารอีกรูปแบบหนึ่ง โดยมุ่งหวังในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การถ่ายทอดความรู้สึก ทักษะคติ เกี่ยวกับการเมือง

ความหมายของการสื่อสาร

เอ็ดเวิร์ด ซาเปียร์ กล่าวว่า การสื่อสาร หมายถึง การที่มนุษย์ติดต่อส่งข่าวสารข้อเท็จจริง ความคิดเห็นและทัศนคติต่าง ๆ จากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่งหรือหลายคน (Edward Sapir, 1950) เช่นเดียวกับ ปรมะ สตะเวทิน (2526) ที่กล่าวว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการถ่ายทอดสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารโดยผ่านสื่อ ซึ่งตรงกับ เอเวอร์เรท เอ็ม. โรเจอร์ และ เอฟ.ฟลอยด์ชูเมคเกอร์ ที่กล่าวได้เช่นกันว่า การสื่อสาร คือกระบวนการซึ่งสารถูกส่งจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร (Everett M. Rogers and F. Floyd Shoemaker, 1971)

จากความหมายของการสื่อสารดังกล่าวที่มีความสอดคล้องไปในแนวทางเดียวกัน ทำให้สามารถสรุปได้ว่า การสื่อสาร หมายถึง กระบวนการติดต่อ ส่งข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารโดยอาศัยสื่อเป็นตัวกลางในการถ่ายทอดสาร ผู้วิจัยมีความคิดเห็นสอดคล้องกับแนวคิดการสื่อสารดังกล่าว แต่ก็เห็นว่าควรที่จะเพิ่มเติมความหมายของการสื่อสารในด้านบทบาทหน้าที่ของสื่อสารด้วยดังที่ ศิริชัย ศิริเกษ (2520) ได้อธิบายไว้ว่า การสื่อสารเป็นสิ่งซึ่งนำมาซึ่งความเปลี่ยนแปลง คือเมื่อใดก็ตามที่คนเริ่มทำการสื่อสารกับบุคคลอื่น การเปลี่ยนแปลงย่อมเกิดขึ้นไม่มากก็น้อย โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับ ทักษะคติ ความเชื่อ ค่านิยม ตลอดจนการกระทำของคน ดังนั้น การที่บุคคลจะได้รับข่าวสาร หรือส่งข่าวสารไปยังผู้อื่นนั้น ต้องเกี่ยวข้องกับสื่อโดยตรงกับการสื่อสาร การสื่อสารเป็นหัวใจสำคัญของพฤติกรรมมนุษย์ในการอยู่ร่วมกันในสังคม มนุษย์ได้ใช้วิธีการต่าง ๆ ติดต่อกับคนอื่น ๆ เพื่อที่จะบอกข่าวสาร ข้อมูล ตลอดจนความรู้สึกนึกคิด ความเห็นและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ต่อกันและกันที่สำคัญเพื่อชักจูงให้เกิดพฤติกรรมตามที่ผู้ส่งสารต้องการ

องค์ประกอบของการสื่อสาร

การสื่อสารมีลักษณะเป็นกระบวนการประกอบด้วยองค์ประกอบต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน มีหน้าที่และวัตถุประสงค์ที่ต้องกระทำร่วมกัน องค์ประกอบที่สำคัญของการสื่อสารได้แก่

1. แหล่งสารหรือผู้ส่งสาร (Source) เป็นจุดเริ่มต้นของการสื่อสาร หมายถึง แหล่งกำเนิดของสาร หรือผู้ที่เลือกสรรข่าวสารเกี่ยวกับความคิดเห็น หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแล้วส่งต่อไปยังผู้รับสาร ผู้รับสารอาจเป็นบุคคลคนหนึ่ง หรือมากกว่าหนึ่งคนก็ได้ บทบาทของผู้ส่งสารมีอยู่ 3 ประการ คือ เลือกสรรความหมายที่จะใช้สำหรับการสื่อสาร สร้างรหัสจากความหมายให้อยู่ในรูปของสาร และส่งรหัสของสารนั้นออกไป

2. สาร (Message) หมายถึง สิ่งที่ทำหน้าที่กระตุ้นความหมายให้กับผู้รับ เป็นสาระเรื่องราวที่ส่งออกไปจากผู้ส่งสารถึงผู้รับสาร อาจเป็นความคิด (Idea) หรือเรื่องราวใด ๆ ที่ส่งผ่านไปตามสื่อได้ สารอาจเป็นข้อความ คำพูด รูปภาพ หรือกริยาท่าทางก็ได้

3. ช่องทางสำหรับส่งสาร หรือสื่อ (Channel of Media) เป็นสิ่งที่จะนำสารจากผู้ส่งไปยังผู้รับ ในการศึกษเกี่ยวกับ "สื่อ" โดยทั่วไปมักแบ่งสื่อออกเป็นสามประเภท คือ สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ

4. ผู้รับสาร (Receiver) หมายถึง ผู้ที่รับข่าวสารจากแหล่งสาร เป็นจุดหมายปลายทางที่สารส่งไปถึง ผู้รับสารอาจเป็นบุคคลเดียวหรือหลายคน หรือกลุ่มคนก็ได้ บทบาทของผู้รับสารมีอยู่ด้วยกันสามประการ คือ รับสาร ถอดรหัสจากสารเพื่อให้ได้ความหมายและได้ตอบสนองความหมาย บทบาททั้งสามนี้อาจทำโดยบุคคลเพียงคนเดียว

องค์ประกอบอีกส่วนหนึ่งคือ "ปฏิกิริยาย้อนกลับ" (Feedback) องค์ประกอบนี้ในบางครั้งอาจมี หรือไม่มีก็ได้ ขึ้นอยู่กับระบบของการสื่อสารแต่ละประเภท ปฏิกิริยาย้อนกลับประกอบด้วยสาร หรือพฤติกรรมที่ผู้ได้รับสารแสดงออกเพื่อให้ผู้ส่งสารได้ทราบถึงผลของสารที่ผู้ส่งได้ส่งไปให้ผู้รับสาร ปฏิกิริยาย้อนกลับเป็นผลที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงในตัวผู้รับสาร นอกจากนั้นก็ยังเป็นสิ่งที่แสดงว่าการสื่อสารนั้นเกิดผลหรือไม่ และประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใด

ฮารอลด์ ดี.ลาสส์เวลล์ อธิบายความหมายของการสื่อสารโดยใช้แบบจำลอง ซึ่งเป็นการศึกษาปฏิริยาระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร เนื้อหาข่าวสาร ชนิดของสื่อที่ใช้ และผลอันเกิดจากการกระทำการสื่อสาร ไว้ดังนี้

WHO	SAYS WHAT	IN WHICH CHANNEL	TO WHOM	WITH WHAT
(COMMUNICATOR)	(MESSAGE)	(MEDIUM)	(RECEIVER)	EFFECT (EFFECT)

แบบจำลองการสื่อสารของ Harold D. Lasswell

- WHO** คือ ผู้ที่กำหนดและควบคุมเนื้อหาข่าวสาร ในการวิจัยนี้ คือ ตัวแทนต่างๆ ในสังคมที่มีส่วนสำคัญในกระบวนการสังคมประกิตทางการเมือง ซึ่ง ได้แก่ ครอบครัว สถานศึกษา กลุ่มเพื่อน สื่อมวลชน พรรคการเมือง และหน่วยงานราชการ
- WHAT** คือ เรื่อง หรือเนื้อหาของสาระของเรื่องที่ถูกสื่อสารออกไป ในการวิจัยนี้ คือ ข่าวสารทางการเมืองทั่วไปทั้งในและต่างประเทศ และข่าวสารเกี่ยวกับการรณรงค์ให้ไปใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง
- CHANNEL** คือ ตัวกลางของสื่อที่ข่าวสารถูกส่งผ่าน ไปยังผู้รับ ในการวิจัยนี้คือ การสื่อสารมวลชน การสื่อสารระหว่างบุคคล และการสื่อสารเฉพาะกิจ
- WHOM** คือ ผู้รับสาร ในการวิจัยนี้ คือ เยาวชนอายุ 18-23 ปี
- EFFECT** คือ สิ่งที่เกิดขึ้นอันเป็นผลมาจากการสื่อสาร ในการวิจัยนี้ คือ องค์ประกอบของวัฒนธรรมทางการเมือง และการไปใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง

นักวิชาการคนอื่น ๆ อีกหลายคนก็มีความคิดเห็นทำนองเดียวกันกับ ลาสส์เวลล์ เช่น เดวิด เค เบอร์โล เห็นว่า องค์ประกอบของการสื่อสาร คือ แหล่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสาร หรือสื่อและผู้รับสาร (David K.Berlo. 1960) และเพิ่มเติมในส่วนของผล (Effect) หรือปฏิกริยาสะท้อนกลับ (Feedback) ตามแนวคิดของโรเจอร์ส (Everte M.Rogers and Lynne Svenning,1969) ด้วย ดังนั้น การสื่อสาร จึงหมายถึง การที่ผู้ส่งส่งสารผ่านช่องทางอันหนึ่งไปยังผู้รับสารและก่อให้เกิดผล (Effect) อันหมายถึงการเปลี่ยนแปลงในตัวผู้รับสาร ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้อาจเป็นการเปลี่ยนแปลงนี้อาจเป็นการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ ทักษะและพฤติกรรมนั่นเอง (Evertt M. Rogers with F.Flovd Shoemaker, อ้างแล้ว) ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้พิจารณาในส่วนของผลของการสื่อสารนี้ด้วย เพื่อที่จะได้เห็นว่าการสื่อสารในกระบวนการสังคมประกิตทางการเมืองของตัวแทนต่าง ๆ

ส่งผลต่อความมั่นคงของระบบการเมืองนั้น ๆ ดังนั้นกระบวนการสังคมประคองทางการเมืองจึงเป็นสิ่ง
ช่วยให้ระบบการเมืองแต่ละระบบดำรงอยู่ได้

นอกจากกระบวนการสังคมประคองทางการเมืองจะเป็นการถ่ายทอดวัฒนธรรมทางการเมืองจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่อีกหนึ่งแล้ว ยังมีผลต่อการกำหนดพฤติกรรมทางการเมืองของบุคคลในสังคม
ด้วย ดังที่เคนเนท พ. แองตัน (เล่มเดียวกัน : 17) ได้สรุปไว้อย่างกว้าง ๆ ว่า กระบวนการสังคมประคอง
ทางการเมืองเป็นกระบวนการเกี่ยวกับวิถีทางของการสืบทอดวัฒนธรรมทางการเมืองในสังคมหนึ่ง ๆ
จากคนรุ่นหนึ่งสู่อีกรุ่นหนึ่งเป็นกระบวนการของการสืบทอดที่ดำเนินการผ่านตัวการต่าง ๆ ของสังคม
ซึ่งจะทำให้แต่ละคน ได้เรียนรู้ในอันที่จะกำหนดรูปแบบความสัมพันธ์ของตนกับการเมืองให้เหมาะสม

จากแนวคิดเกี่ยวกับสังคมประคองทางการเมืองข้างต้นสามารถแยกองค์ประกอบของ
กระบวนการสังคมประคองเป็น 3 ลักษณะ คือ

1. เป็นกระบวนการที่มีการสืบทอดวัฒนธรรมทางการเมืองจากคนรุ่นหนึ่งสู่อีกรุ่นหนึ่ง
2. เป็นกระบวนการที่ดำเนินการผ่านตัวการต่าง ๆ ในสังคม
3. เป็นกระบวนการที่มีผลต่อพฤติกรรมทางการเมืองของบุคคล

โดยสรุปความหมายของ “กระบวนการสังคมประคองทางการเมือง” หมายถึง กระบวนการ
การเรียนรู้ทางการเมืองของเยาวชน โดยผ่านกระบวนการสื่อสารจากตัวการในแต่ละระดับ อันได้แก่
สมาชิกในครอบครัว กลุ่มเพื่อน สถาบันการศึกษา สื่อมวลชน เป็นต้น ซึ่งก่อให้เกิดเป็นทัศนคติ

ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารทางการเมืองกับวัฒนธรรมทางการเมือง

แนวความคิดเรื่องการสื่อสารทางการเมืองกับวัฒนธรรมทางการเมืองนี้ อัลมอนด์ และ
เพาเวลด์ (Almond and Powell, 1966) อธิบายไว้ว่า การวิเคราะห์และเปรียบเทียบการทำหน้าที่ของ
การสื่อสารทางการเมือง เป็นสิ่งที่ประ โยชน์และน่าสนใจที่สุดประการหนึ่งในการที่จะศึกษา
ระบอบการเมืองต่าง ๆ ผู้นำทางการเมืองและนักทฤษฎีทางการเมืองต่างยอมรับกันมานานแล้วว่า มีความ
เกี่ยวพันอันซับซ้อนของการสื่อสารในระบบการเมือง และการวิเคราะห์การสื่อสารในสังคมนั้น
สามารถที่จะศึกษาด้วยวิธีการต่าง ๆ หลายวิธี การสื่อสารเป็นปัจจัยที่แพร่กระจายทั่วไป ในวิถีชีวิต
ของมนุษย์ เราจะพบว่า การสื่อสารมีอยู่ในทุกรูปแบบของกิจกรรมทางสังคม จึงมีผู้เสนอว่า ศาสตร์
ทางการเมืองนั้น สามารถที่จะอธิบายแนวความคิดเสียใหม่ได้ โดยหลักของการสื่อสารและในลักษณะ

ที่เป็นปัจจัยซึ่งทำหน้าที่กระจายข่าวสารและกำหนดผลกระทบ (Impact) จากการณ์

ในปี 1978 อัลมอนด์และเพาเวลล์ (Almond and Powell, 1978) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่าการสื่อสารด้านการเมือง คือ หน้าที่ของระบบในขั้นพื้นฐาน (Basic System Function) ซึ่งจะมีผลในการรักษา และเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมทางการเมือง และโครงสร้างทางการเมือง ความจริงแล้ว อาจกล่าวได้ว่า ความเปลี่ยนแปลงส่วนใหญ่ในระบบการเมืองมีส่วนเกี่ยวข้องกับความเปลี่ยนแปลงในรูปแบบของการสื่อสาร ซึ่งมักเป็นทั้งในรูปแบบของต้นเหตุและผลลัพธ์ ตัวอย่างเช่น กระบวนการสังคมประคองทั้งหมดก็คือกระบวนการสื่อสารนั่นเอง ถึงแม้ว่าการสื่อสารนั้นจะเป็นไปได้โดยมิได้หวังผลที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติก็ตาม ในทำนองเดียวกันนี้ การประสานงานและการควบคุมของบุคคลตามบทบาทในองค์กรต่าง ๆ ย่อมต้องอาศัยการสื่อสารในการให้ข้อเท็จจริง ดังนั้นในการสร้างรูปแบบของสังคมประคองใหม่ และในการสร้างองค์กรใหม่ ต่างก็ต้องอาศัยการเปลี่ยนแปลงในความเป็นไปของการสื่อสาร

จากแนวคิดข้างต้นแสดงให้ว่า การสื่อสารเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมทางการเมืองในการทำหน้าที่เป็นสื่อในการเปลี่ยนแปลง รักษา หรือชักจูงให้บุคคลในสังคมเกิดความคิดความเชื่อทางการเมืองที่สอดคล้องกับการเมืองการปกครอง จากบุคคลรุ่นหนึ่ง ไปสู่อีกคนรุ่นหนึ่งในระบบการเมืองภายใต้กระบวนการสังคมประคองทางการเมือง

หน้าที่ของการสื่อสารทางการเมือง

เสรี วงษ์มณฑา ได้รวบรวมหน้าที่ของการสื่อสารในกระบวนการทางการเมืองในส่วนที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมทางการเมืองไว้ดังนี้ (เสรี วงษ์มณฑา, 2537)

1. สร้างทัศนคติทางการเมือง : การพูดคุย การเผยแพร่ การประชุม การอบรม การแจกใบปลิว การติดป้ายประกาศ การแจกแผ่นพับ ข่าว และบทความทางวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สามารถที่จะช่วยสร้างสำนึกทางการเมือง ค่านิยมทางการเมือง และทัศนคติทางการเมืองให้แก่ประชาชนได้

ข่าวคราวเกี่ยวกับนักการเมืองจะสร้างความรู้สึกรู้สึกให้แก่ประชาชนว่าเขาศรัทธา นักการเมืองเพียงใด และจะทำให้เขารู้สึกต่อไปว่าเขาควรจะเข้าไปยุ่งเกี่ยวกับกิจกรรมด้านการเมืองมากน้อยเพียงใด อย่างไรก็ตามบางคนเขียนถึงเมืองไทยว่า การเมืองไทยเป็นการเข้าร่วมของผู้ไม่รู้ แต่ผู้รู้ไม่เข้าร่วม (Uninformed participants and Informed Non-participants) นั่นคือคนที่รู้อะไรดี ๆ มักจะเสื่อมศรัทธา

ในระบบการเมืองและไม่เข้าร่วมกิจกรรมทางการเมือง เช่น ไม่ไปเลือกตั้ง แต่คนที่สนใจนั้นเพราะยังไม่รู้อะไรดีนัก จึงยังศรัทธาอยู่ เช่น ชาววันที่ไปเลือกตั้งกันมาก เป็นต้น

2. สร้างความสนใจในการเมือง : ในสมัยก่อนนั้นคนส่วนใหญ่ไม่ค่อยสนใจการเมืองนัก เพราะไม่ค่อยได้รู้ข่าวคราวของการเมือง ไม่เคยพบเห็นนักการเมืองหรือผู้บริหาร แต่ในปัจจุบันนี้ข่าวคราวของรัฐบาลมีให้อ่านกันประจำ นักการเมืองจะเป็นข่าวให้เห็นทั้งในหนังสือพิมพ์ วิทยุโทรทัศน์ เสียงพูดของเขามีให้ได้ยินทางวิทยุกระจายเสียง เรื่องราวของเขาจะถูกวิทยุภาพข่าวทางนิคมสารอยู่เป็นประจำ เพราะฉะนั้นคนยุคนี้จะสนใจข่าวการเมืองเพิ่มมากขึ้น

3. สร้างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเมือง : นอกเหนือจากการสร้างความสนใจแล้ว การสื่อสารยังถูกนำมาใช้สร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการเมืองได้อย่างมาก การเผยแพร่ประชาธิปไตย โดยสื่อบุคคลก็ดี หรือโดยสื่อสารมวลชนก็ดี ได้ทำให้ประชาชนเข้าใจดีขึ้นว่าประชาธิปไตยคืออะไร การพูดถึงกฎหมาย การออกพระราชบัญญัติต่าง ๆ ในปัจจุบันประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจยิ่งขึ้น ทุกครั้งที่มีการออกกฎหมายใหม่ มีการออกพระราชบัญญัติใหม่ที่ประชาชนต้องรับรู้ และเข้าใจเพื่อปฏิบัติตนในฐานะพลเมืองดีก็มีการนำเสนอสู่ประชาชนด้วยการสื่อสาร

4. สร้างบทบาททางการเมือง : ความสนใจที่ก่อให้เกิดความรู้ และทัศนคตินั้น ได้นำไปสู่การกำหนดบทบาททางการเมือง ประชาชนปัจจุบันได้รู้ถึงบทบาท สิทธิหน้าที่ของคนในฐานะที่เป็นประชาชนได้ดีขึ้น การลงคะแนนเสียงเลือกตั้งเป็นการสื่อสารรูปแบบหนึ่งที่บอกให้นักการเมืองรู้ว่า เราต้องการใครหรือไม่ต้องการใคร ว่าเราสนใจเลือกตัวบุคคลหรือเลือกพรรค การได้รับข่าวสารทำให้เรารู้บทบาททางการเมือง และการแสดงบทบาททางการเมืองก็เป็นการส่งข่าวสารไปยังผู้บริหารเช่นกัน

ข่าวสารทางการเมือง

ในแง่ของการสื่อสาร ข่าวสารมีลักษณะเป็นสาร (message) อย่างหนึ่งที่ส่งมาตามสื่อต่าง ๆ ในรูปลักษณะของสัญลักษณ์หรือสัญลักษณ์ (Symbol or Sign) ดังนั้น ข่าวสารจึงหมายถึงเนื้อหาของสื่อที่ใช้ในการสื่อสาร วิลเบอร์ แชมม อธิบายว่า ข่าวสาร หมายถึง เนื้อหาอะไรก็ได้ที่จะช่วยลดความไม่แน่ใจ หรือจำนวนทางเลือกที่อาจเป็นไปได้ในสถานการณ์หนึ่ง ช่วยให้ผู้ใดสามารถสร้างภาพที่ชัดเจน ขยายภาพแวดล้อมที่เขาเกี่ยวข้องและช่วยกำหนดพฤติกรรมที่เขาควรจะทำในสถานการณ์นั้น ๆ (Wilbur Schramm and Donald F. Roterts, 1971)

ทางด้าน สตีเวน แชฟฟี (Staven Chaffee) ได้ให้คำนิยามที่ชี้เฉพาะเจาะจงลงไปถึง ข้าราชการการเมือง โดยอาศัยแนวการวิเคราะห์ระบบของ เดวิส อีสตัน ว่า ข้าราชการการเมืองเป็นความรู้ ของสมาชิกในระบบการเมืองเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวใด ๆ ในสภาวะของระบบ (Stever Chaffee (de.), 1975)

จะให้เห็นว่า วิลเบอร์ แชรรม์ และสตีเวน แชฟฟี ต่างก็ให้ความหมายของข้าราชการทางการเมืองไว้ใกล้เคียงกัน ซึ่งชรรม์ เน้นว่า ข้าราชการจะทำให้เกิดความชัดเจนในอันที่จะช่วยกำหนด พฤติกรรมที่ควรทำในสถานการณ์นั้น ๆ โดยที่แชฟฟี เน้นถึงความรู้ต่อการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ใน ระบบการเมือง จากแนวคิดทั้งสองนี้ทำให้ผู้วิจัยได้สรุปความหมายของข้าราชการการเมืองในการ วิจัยครั้งนี้ได้ว่า หมายถึง เนื้อหาที่ให้ความรู้แก่สมาชิกในระบบการเมือง เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลง หรือการเคลื่อนไหวใด ๆ ในระบบการปกครองแบบประชาธิปไตย เช่น การตัดสินใจในการทำงาน ของรัฐบาล การออกกฎหมายของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร การหาเสียงของพรรคการเมืองใน ระหว่างการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อเป็นการช่วยลดความไม่แน่ใจ หรือให้ทางเลือก ที่อาจเป็นไปได้ เพื่อช่วยให้ประชาชนมีการสร้างภาพที่ชัดเจนและสามารถนำข่าวสารนั้นมาพิจารณา ในการกำหนดพฤติกรรมของเขาได้

นักรัฐศาสตร์หลายคนจัดเอา “ข่าวสาร” เป็นทรัพยากรทางการเมืองอย่างหนึ่ง ซึ่งเป็นตัว กำหนดอำนาจ หรืออิทธิพลทางการเมืองของบุคคล ข้าราชการจะช่วยลดความไม่แน่ใจและช่วยให้การ ตัดสินใจมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ความรู้สึกไม่แน่ใจทางการเมือง ความรู้สึกว่าตนเองมีแบบ ประชาธิปไตยจึงไม่สามารถจะเป็นไปได้ ถ้าประชาชนทั่วไปไม่มีความรู้ถึงความ เป็นไปของการเมือง การปกครองบ้างเลย (James D.Barber,1969) แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ อัลมอนต์ และเวอร์บา ที่พบว่าความรู้สึกมีความสามารถทางการเมืองในระบบประชาธิปไตย ซึ่งเป็น ความรู้สึกทางการเมืองที่จำเป็นสำหรับการดำเนินการปกครองแบบประชาธิปไตยนั้นมีความสัมพันธ์อย่าง ใกล้ชิดกับการมีข้อมูลข่าวสารที่เที่ยงตรงเกี่ยวกับประเด็นปัญหาและกระบวนการทางการเมือง (อ้างถึง ใน พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว,2523) รวมทั้งเกี่ยวข้องกับความสามารถในการใช้ข้อมูลข่าวสารในการวิเคราะห์ ทำความเข้าใจกับปัญหาต่าง ๆ การที่บุคคลมีข้อมูลข่าวสารเพิ่มขึ้นจะทำให้บุคคลมีการประเมินคุณค่า และกำหนดข้อตัดสินใจในประเด็นต่าง ๆ ได้อย่างมั่นคงยิ่งขึ้น (พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว ,2523)

ข้าราชการการเมือง จึงนับว่ามีบทบาทสำคัญต่อกระบวนการกล่อมเกลากการเรียนรู้ทาง การเมือง หรือกระบวนการสังคมนิยมทางการเมืองของเยาวชน กล่าวคือ ข้าราชการการเมืองจะมี ผลต่อการเรียนรู้ทางการเมืองของประชาชนโดยอ้อม การทราบข่าวสารเกี่ยวกับเหตุการณ์ทางการเมือง

เมืองจะมีผลให้เกิดความเชื่อ ความรู้สึก ความต้องการ ทักษะคิด ความคิดเห็น ตลอดจนพฤติกรรมต่าง ๆ ในกระบวนการกล่อมเกลารเรียนรู้ทางการเมืองได้ ในการศึกษาครั้งนี้จึงได้นำแนวคิดมาประกอบในการศึกษาถึง การเปิดรับข่าวสารทางการเมืองของเยาวชนว่าจะมีผลให้เยาวชนเกิดความรู้สึก ความคิด ความเชื่อทางการเมือง ซึ่งจะมีผลต่อการที่เยาวชนเข้ามาใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งหรือไม่

ช่องทางการสื่อสารทางการเมือง

จากองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสาร จะเห็นได้ว่าช่องทาง (Channels) หรือสื่อ มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนกว่าองค์ประกอบอื่นเลย เพราะสื่อจะเป็นตัวกำหนดความสำเร็จในการสื่อสาร อันจะทำให้ผู้รับสารเกิดความรู้ ทักษะคิด และเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมต่าง ๆ ตามความต้องการของผู้ส่งสาร

ช่องทางการสื่อสาร (Channels) เป็นวิธีการที่ผู้ส่งสารจะนำข่าวสารไปสู่ผู้รับสาร ในการศึกษาครั้งนี้ได้แบ่งช่องทางการสื่อสารทางการเมืองออกตามลักษณะสื่อได้เป็น 3 ลักษณะ คือ

1. ช่องทางการสื่อสารมวลชน
2. ช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคล
3. ช่องทางการสื่อสารทางสื่อเฉพาะกิจ

1. ช่องทางการสื่อสารมวลชน (Mass Media Channels) เป็นวิถีทางในการถ่ายทอดข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชนต่าง ๆ คือ หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ซึ่งแหล่งข่าว หรือผู้ส่งสารอาจเป็นบุคคลจำนวนหนึ่งหรือมากกว่านั้น ที่จะส่งข่าวสารไปยังผู้รับสารจำนวนมาก ได้สื่อมวลชนนั้นสามารถที่จะเข้าถึงกลุ่มผู้ฟังที่มีจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว อันเป็นการเพิ่มพูนความรู้ หรือการแพร่กระจายข่าวสารซึ่งอาจจะสามารถเปลี่ยนทัศนคติที่บุคคลมีอยู่ได้ ในขณะที่เดียวกันสื่อมวลชนก็ยังสามารถสร้างทัศนคติและค่านิยมใหม่ ๆ ให้เกิดแก่ประชาชนได้เช่นกัน

อย่างไรก็ตาม ทักษะคิดและค่านิยมใหม่อาจจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อบุคคลผู้นั้นรับสารที่เสนอเรื่องราวในแนวเดียวกันบ่อย ๆ สื่อมวลชนจึงมีอิทธิพลต่อประชาชนในลักษณะสะสม มิใช่ อิทธิพลที่ก่อให้เกิดผลได้ทันทีทันใด หรือในระยะเวลาอันสั้น คือไม่ใช่อิทธิพลที่เกิดขึ้นจากการดูรายการโทรทัศน์เพียงครั้งเดียว หรือการอ่านหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งเพียงครั้งเดียว ดังที่เคลปเปอร์ (Klapper) พบว่าสื่อมวลชนนั้น ไม่น่าจะมีอิทธิพลชักจูง โน้มน้าวใจผู้รับในลักษณะที่เป็น

ทางตรง (Direct) และบรรลุเป้าหมายในระยะสั้น (Short Term Objective) หากแต่จะมีอิทธิพลต่อผู้รับ
 ในลักษณะทางอ้อม (Indirect) และเป็นเป้าหมายระยะยาว (Long Term Objective) ยกตัวอย่างเช่น
 การใช้น้ำหนังสือพิมพ์โฆษณาให้ผู้อ่านตัดสินใจลงคะแนนให้แก่ผู้สมัครที่สังกัดพรรค ก. พรรค ข.
 สำหรับเป้าหมายในระยะสั้นและทางตรงดังกล่าวอาจไม่บรรลุผล แต่หากหนังสือพิมพ์ให้ความสน
 ใจต่อการลงข่าวสารเกี่ยวกับการเลือกตั้งเป็นอย่างมาก ก็จะมีผลลัพธ์ทางอ้อมในระยะยาว คือสามารถ
 ชักจูงให้ประชาชนสนใจประชาธิปไตยแบบรัฐสภา รวมทั้งมีความเชื่อมั่นในการปกครองดังกล่าวมาก
 กว่าระบบเผด็จการหรือระบบอื่น ๆ เป็นต้น (อ้างอิงใน กาญจนานันท์, 2530)

2. ช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Channels) เป็นการติดต่อระหว่าง
 บุคคลต่อบุคคล เพื่อที่จะถ่ายทอดข่าวสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร โรเจอร์ส ได้กล่าวถึงความ
 เปลี่ยนแปลงอันอาจเกิดขึ้นได้ ในกรณีที่คนเราได้มีการติดต่อกับผู้อื่น เช่น กับผู้นำทางความคิด ได้แก่
 นักการเมือง กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ฯลฯ การติดต่อกับญาติ เพื่อนฝูงที่รู้จัก หรือเจ้าหน้าที่ราชการ ก็อาจ
 จะมีผลต่อการติดตามข่าวสารการเมืองได้เช่นกัน นักปราชญ์ทางสื่อสารมวลชนหลายท่านยอมรับ
 ความสำคัญของการสื่อสารระหว่างบุคคลว่า มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของบุคคลมากกว่าอิทธิพลของ
 สื่อมวลชนเสียอีก โรเจอร์ส กล่าวเพิ่มเติมอีกว่า สื่อมวลชนมีความสำคัญในการเพิ่มพูนความรู้ แต่
 การสื่อสารระหว่างบุคคลช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ, (Everett M. Rogers and Floyd
 F. Shoemaker, 1971) สำหรับการสื่อสารทางการเมืองนั้น นักรัฐศาสตร์ กล่าวว่า ความรู้ทางการเมือง
 ส่วนมากได้มาจากการสังสรรค์ระหว่างบุคคล (James Barber, 1969)

ถ้าจะเปรียบเทียบกันระหว่างการสื่อสารระหว่างบุคคล กับการสื่อสารมวลชนแล้ว มีผู้
 วิจัยพบเสมอว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลนั้นมีอิทธิพลในการโน้มน้าวใจมากกว่าการสื่อสารมวลชน
 เช่นเดียวกับที่นักรัฐศาสตร์มองว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นการสื่อสารที่มีความสำคัญเป็นปฐม
 ส่วนการสื่อสารทางด้านสื่อสารมวลชนนั้นจะมีบทบาทสำคัญรองลงมา การที่นักการเมืองได้พบปะพูด
 คุยกับประชาชนนั้นย่อมดีกว่าการที่กระจายข่าวสารต่าง ๆ ออกไปทางสื่อมวลชน แต่ในกรณีที่การ
 สื่อสารระหว่างบุคคลไม่สามารถกระจายไปได้ทั่วถึง สื่อมวลชนจะเข้ามามีบทบาทสำคัญในการ
 ทำให้ประชาชนรู้จักพรรคการเมือง ผู้นำของรัฐบาล และผลงานของรัฐบาล (เสรี วงษ์มณฑา, 2537)
 อย่างไรก็ตาม การสื่อสารมวลชนก็เป็นปัจจัยช่วยส่งเสริมหรือสนับสนุน (Reinforcement) ให้เกิด
 ความสัมฤทธิ์ผลในการโน้มน้าวใจผู้รับสารได้รวดเร็วยิ่งขึ้นเมื่อใช้ควบคู่กับสื่อบุคคล จากการศึกษา
 ของสำนักงานวิจัยการศึกษามหาวิทยาลัยยูทาห์ เรื่องการใช้สื่อหลายประเภทเพื่อการโน้มน้าวใจพบว่า

การใช้สื่อหลายประเภทจะช่วยให้เกิดสัมฤทธิ์ผลในการโน้มน้าวใจ โดยเฉพาะสื่อบุคคลและสื่อสารมวลชนควรเสริมซึ่งกันและกัน ในกรณีที่เป็นการเผยแพร่ข่าวกรรมที่สลับซับซ้อน (Ervin P. Belling saus, 1969) กล่าวโดยสรุปก็คือ ทั้งสื่อมวลชนและสื่อบุคคลย่อมมีความสำคัญที่จะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ โอกาสและวัตถุประสงค์ที่จะนำมาใช้

3. ช่องทางการสื่อสารทางสื่อเฉพาะกิจ สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) หมายถึง สื่อที่จัดทำขึ้นเพื่อโอกาสพิเศษ เพื่อใช้ในการรณรงค์ เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ ชักจูงใจหรือให้ความรู้ขององค์กรหรือหน่วยงานต่าง ๆ รวมทั้งการเผยแพร่สิ่งใหม่ ๆ ผู้สังคม สำหรับสังคมไทยสื่อเฉพาะกิจเป็นเรื่องจำเป็นเพราะเป็นประเทศกำลังพัฒนา สื่อเฉพาะกิจนั้นจัดว่าเป็นแขนงหนึ่งของสื่อมวลชน แต่ได้พัฒนาเนื้อหาเพื่อใช้ประโยชน์เป็นเรื่อง ๆ ไป ฉะนั้นสื่อเฉพาะกิจนี้โดยทั่วไปมีกลุ่มประชาชนที่เป็นเป้าหมายแน่นอน มีการส่งเนื้อหาต่าง ๆ อันจะเป็นประโยชน์เฉพาะแก่ประชาชนกลุ่มนั้น ๆ การผลิตไม่ยุ่งยากการนำเสนอเนื้อหาเป็นไปอย่างง่าย ๆ ตัวอย่างเช่น จากการวิจัยการใช้สื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจในโครงการอีสานเขียว พบว่า เข้าถึงประชากรประมาณร้อยละ 50 (สากลไพเราะ, 2532) และผลการวิจัยพฤติกรรมการรับข่าวสารที่มีผลต่อการยอมรับการปลูกกาแฟของเกษตรกร แสดงว่าสื่อเฉพาะกิจให้ผลรองลงมาจากสื่อบุคคล (พรพิมล วรจิตถ, 2524)

สื่อทั้งสามประเภทนี้ ต่างก็มีบทบาทที่แตกต่างกันในกระบวนการสังคมประกิตทางการเมือง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของสื่อแต่ละประเภท รวมทั้งความสนใจของผู้ป้ดรับสารที่มีต่อสื่อแต่ละประเภทด้วย ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดนี้มาประกอบในการศึกษาถึงบทบาทและอิทธิพลของสื่อแต่ละประเภทที่มีผลต่อความคิด ความรู้สึก ความเชื่อทางการเมือง ในกระบวนการสังคมประกิตทางการเมือง และอิทธิพลของสื่อเหล่านี้ที่มีต่อการไปใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้งของเยาวชน

โดยสรุป ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเรื่องกระบวนการสังคมประกิตทางการเมือง วัฒนธรรมทางการเมือง และการสื่อสารทางการเมือง ซึ่งมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกันดังที่ได้อธิบายข้างต้น มาเป็นแนวทางในการศึกษา และกำหนดตัวแปร และเพื่อให้ผลการวิจัยมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น