



ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ในเขตเลือกตั้งที่ 2 จังหวัดอำนาจเจริญ

Factors Influencing Voter Decision-Making in the Election of Members of Parliament in Constituency 2, Amnat Charoen Province

กฤต ชัยอมฤต¹ และชาญชัย จิวจินดา²

วันรับ: 13 สิงหาคม 2568 วันแก้ไข: 15 สิงหาคม 2568 ยอมรับ: 15 สิงหาคม 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในเขต 2 จังหวัดอำนาจเจริญ 2) เพื่อวิเคราะห์ช่องทางการรับรู้ข้อมูลทางการเมืองของประชาชนในพื้นที่ และ 3) เพื่อศึกษาผลของแรงจูงใจและทัศนคติต่อการเลือกตั้งของประชาชน เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นผู้มีสิทธิเลือกตั้งในพื้นที่ กลุ่มข้าราชการ กลุ่มนักธุรกิจ กลุ่มเกษตรกร และกลุ่มผู้นำชุมชน กลุ่มละ 4 คน รวม 20 คน โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างอย่างเจาะจง (purposive sampling) เพื่อสะท้อนความคิดเห็นจากมุมมองที่หลากหลาย ทั้งในด้านอาชีพ สถานะทางสังคม และประสบการณ์ทางการเมือง การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในเขต 2 จังหวัดอำนาจเจริญ คือ “ตัวผู้สมัคร” มากกว่า “พรรคการเมือง” โดยพิจารณาจากความจริงใจ ความใกล้ชิด ประวัติการลงพื้นที่ และผลงานที่ผ่านมา ความไว้วางใจมาจากการลงพื้นที่สม่ำเสมอ การปฏิบัติต่อประชาชนด้วยความนอบน้อม และไม่ใช้วิธีการซื้อเสียง ความเชื่อมั่นจึงขึ้นอยู่กับพฤติกรรมและความสัมพันธ์จริง ไม่ใช่ภาพลักษณ์หรือคำสัญญาเท่านั้น 2) ช่องทางการรับรู้ข้อมูลทางการเมืองของประชาชนในเขต 2 จังหวัดอำนาจเจริญ แม้จะมีการใช้โซเชียลมีเดียเพิ่มขึ้น แต่ช่องทางที่มีอิทธิพลสูงสุดคือ “การพูดคุยกันในพื้นที่” เช่น ตลาด วัด หรือวงประชุมกลุ่มอาชีพ แสดงให้เห็นว่า “เครือข่ายชุมชน” ยังคงเป็นศูนย์กลางของการสื่อสารทางการเมือง 3) ผลของแรงจูงใจและทัศนคติต่อการเลือกตั้งของประชาชน โดยแรงจูงใจเกิดจากความหวังในคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ความรับผิดชอบต่อสังคม และความรู้สึกเป็นเจ้าของชุมชน โดยเฉพาะในกลุ่มเกษตรกรและผู้นำชุมชน แรงจูงใจไม่ได้เกิดจากผลประโยชน์ระยะสั้นเพียงอย่างเดียว

คำสำคัญ: ตัดสินใจ , การเลือกตั้ง , สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

¹ นักศึกษาปริญญาโท, หลักสูตรผู้นำทางสังคม ธุรกิจ และการเมือง สาขาวิชาผู้นำและนวัตกรรมสังคม มหาวิทยาลัยรังสิต (ผู้ประพันธ์บรรณกิจ)

² อาจารย์ประจำ, หลักสูตรผู้นำทางสังคม ธุรกิจ และการเมือง สาขาวิชาผู้นำและนวัตกรรมสังคม มหาวิทยาลัยรังสิต



Abstract

This qualitative research aimed to: (1) examine the factors influencing the election of Members of Parliament in Constituency 2, Amnat Charoen Province; (2) analyze the channels through which the local population receives political information; and (3) study the effects of motivation and attitudes on voters' electoral decisions. Data were collected through in-depth interviews with purposively selected participants comprising four groups—government officials, businesspersons, farmers, and community leaders—four individuals in each group, totaling 20 participants. The analysis employed content analysis to extract key themes and insights.

The findings revealed that: (1) the primary factor influencing voter choice was the candidate rather than the political party, with decisions based on sincerity, approachability, prior community engagement, and proven achievements. Trust was built through consistent presence in the area, respectful treatment of citizens, and avoidance of vote-buying, making personal behavior and real relationships more important than image or promises. (2) While social media usage for political information has increased, the most influential communication channel remained face-to-face interactions within the community, such as conversations at markets, temples, and occupational group meetings—highlighting the continued centrality of community networks in political communication. (3) Voter motivation stemmed from aspirations for improved quality of life, a sense of social responsibility, and community ownership, particularly among farmers and community leaders. Such motivation extended beyond short-term personal benefits, reflecting deeper socio-political engagement.

Keywords: Decision-making, Election, Member of Parliament



1. บทนำ

การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร (ส.ส.) ถือเป็นกลไกสำคัญของระบอบประชาธิปไตยที่เปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางการเมืองของประเทศ ผ่านการเลือกตั้งตัวแทนเข้าสู่สภาผู้แทนราษฎรเพื่อทำหน้าที่กำหนดนโยบาย บริหารงบประมาณ และตรวจสอบการทำงานของฝ่ายบริหาร (Almond & Verba, 1963; Jatusripitak, 2024) แม้การเลือกตั้งจะมีเป้าหมายหลักเพื่อสะท้อนเจตจำนงของประชาชน แต่ในเชิงปฏิบัติ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้มีสิทธิเลือกตั้งกลับมีความหลากหลาย ทั้งด้านอุดมการณ์ทางการเมือง บริบททางสังคม วัฒนธรรม ความสัมพันธ์เชิงชุมชน และสถานการณ์เศรษฐกิจ (Walker, 2008; Bhothisawang, 2018)

ในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมา แนวคิด Candidate-Centered Politics หรือการเมืองแบบเน้นตัวผู้สมัคร ได้รับความสนใจอย่างมาก เนื่องจากพฤติกรรมเลือกตั้งในหลายพื้นที่ โดยเฉพาะเขตชนบท แสดงให้เห็นว่าผู้มีสิทธิเลือกตั้งมักพิจารณาจากบุคลิกภาพ ความน่าเชื่อถือ และความใกล้ชิดของผู้สมัคร มากกว่าการยึดโยงกับพรรคการเมืองเพียงอย่างเดียว (Walker, 2008; Kaendiao et al., 2024) การสร้างความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องผ่านการลงพื้นที่สม่ำเสมอ การช่วยเหลือประชาชนและการปฏิบัติตนอย่างสุจริต ถูกมองว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความไว้วางใจในตัวผู้สมัคร นอกจากนี้ แนวคิด Rural Constitution ของ Walker (2008) อธิบายว่า พฤติกรรมทางการเมืองของชาวชนบทไม่ได้เกิดขึ้นแบบไร้เหตุผล หากแต่มีโครงสร้างของค่านิยม ความเชื่อ และความชอบธรรมทางสังคมที่ฝังรากอยู่ในวิถีชีวิตและความสัมพันธ์ในชุมชน ทำให้การตัดสินใจเลือกตั้งมีความเกี่ยวข้องกับเครือข่ายทางสังคม เช่น เครือญาติ ผู้นำชุมชน และกลุ่มอาชีพ มากกว่าการรับข้อมูลผ่านสื่อสาธารณะเพียงอย่างเดียว

บริบทของ เขตเลือกตั้งที่ 2 จังหวัดอำนาจเจริญ มีความน่าสนใจในเชิงการศึกษา เนื่องจากเป็นพื้นที่ชนบทที่ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมและมีรายได้ค่อนข้างต่ำ โครงสร้างสังคมเน้นความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด และมีการแลกเปลี่ยนข่าวสารทางการเมืองผ่านช่องทางไม่เป็นทางการ เช่น ตลาด วัด และวงสนทนาภายในหมู่บ้าน มากกว่าสื่อสังคมออนไลน์ (Chongkolrattanaporn & Combs, 2014) ผลการเลือกตั้งทั่วไปปี พ.ศ. 2566 สะท้อนความเปลี่ยนแปลงสำคัญเมื่อผู้สมัครจากพรรครวมใจไทยได้รับคะแนนสูงสุดถึง 41,736 คะแนน พลิกฐานเสียงเดิมที่เคยสนับสนุนพรรคเพื่อไทยมาอย่างยาวนาน (คณะกรรมการการเลือกตั้ง, 2566) ปรากฏการณ์ดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า พฤติกรรมเลือกตั้งในพื้นที่นี้อาจได้รับอิทธิพลจากปัจจัยใหม่ ๆ เช่น ความประทับใจในตัวผู้สมัคร ความจริงใจ และความสม่ำเสมอในการลงพื้นที่ มากกว่าการยึดโยงกับพรรคการเมืองหรือแนวนโยบายเพียงอย่างเดียว

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในเขตเลือกตั้งที่ 2 จังหวัดอำนาจเจริญ จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งทั้งในเชิงวิชาการและเชิงนโยบาย เพื่อทำความเข้าใจพลวัตทางการเมืองของพื้นที่ชนบทไทย ตลอดจนเป็นแนวทางในการออกแบบกลยุทธ์การหาเสียงและนโยบายสาธารณะที่สอดคล้องกับความต้องการและคุณค่าทางสังคมของประชาชนอย่างแท้จริง

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในเขต 2 จังหวัดอำนาจเจริญ
- 2) เพื่อวิเคราะห์ช่องทางการรับรู้ข้อมูลทางการเมืองของประชาชนในเขต 2 จังหวัดอำนาจเจริญ
- 3) เพื่อศึกษาผลของแรงจูงใจและทัศนคติต่อการเลือกตั้งของประชาชนในเขต 2 จังหวัดอำนาจเจริญ



3. ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ช่องทางการรับรู้ข้อมูลทางการเมือง และแรงจูงใจในการเลือกตั้งของประชาชนในเขตเลือกตั้งที่ 2 จังหวัดอำนาจเจริญ

การวิจัยเชิงคุณภาพนี้มุ่งเน้นการทำความเข้าใจ ประสบการณ์ มุมมอง และบริบททางสังคมของผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเชิงลึก โดยผู้วิจัยใช้กรอบแนวคิดจากทฤษฎีการสื่อสารทางการเมือง ทฤษฎีการกล่อมเกลาทางการเมือง ทฤษฎีแรงจูงใจ และพฤติกรรมทางการเมืองเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูล

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตเลือกตั้งที่ 2 จังหวัดอำนาจเจริญ ซึ่งมีคุณลักษณะหลากหลายทั้งในด้านอาชีพ ประสบการณ์และสถานภาพทางสังคม โดยผู้วิจัยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเน้นการสะท้อนมุมมองที่หลากหลายจากกลุ่มต่าง ๆ คือ ข้าราชการ 5 คน นักธุรกิจ 5 คน เกษตรกร 5 คน ผู้นำชุมชน 5 คน รวมทั้งสิ้น 20 คน ซึ่งอยู่ในเขตพื้นที่ 2 จังหวัดอำนาจเจริญ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview Guide) ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิดจำนวน 10 ข้อ คือ 1) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในเขต 2 จังหวัดอำนาจเจริญ มุมมองต่อคุณสมบัติที่เหมาะสมของผู้สมัคร ส.ส. ประสบการณ์หรือความประทับใจที่มีต่อผู้สมัครคนใดคนหนึ่ง ปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจเลือก เช่น ความน่าเชื่อถือ ความใกล้ชิด ผลงานที่ผ่านมา บทบาทของพรรคการเมืองในการตัดสินใจเลือก การให้ความสำคัญกับนโยบาย พรรคหรือบุคคลมากกว่ากัน ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม เช่น เครือญาติ ผู้นำชุมชน กลุ่มอาชีพ 2) ช่องทางการรับรู้ข้อมูลทางการเมืองของประชาชนในเขต 2 จังหวัดอำนาจเจริญ แหล่งข้อมูลทางการเมืองที่ใช้บ่อย เช่น สื่อมวลชน สื่อสังคมออนไลน์ การพูดคุยในชุมชน ความน่าเชื่อถือของแต่ละช่องทางที่ใช้รับข้อมูล ช่องทางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกมากที่สุด บทบาทของสื่อออนไลน์เมื่อเทียบกับการสื่อสารแบบเผชิญหน้า การเข้าร่วมกิจกรรมทางการเมือง เช่น เวทีปราศรัยหรือประชุมชุมชน 3) ผลของแรงจูงใจและทัศนคติต่อการเลือกตั้งของประชาชนในเขต 2 จังหวัดอำนาจเจริญ เหตุผลหลักที่ออกมาใช้สิทธิเลือกตั้ง ความคาดหวังต่อผู้สมัครหรือพรรคการเมือง มุมมองต่อการเลือกตั้งในฐานะหน้าที่พลเมือง ความรู้สึกเป็นเจ้าของพื้นที่หรือชุมชนต่อการเลือกตั้งตัวแทน แรงจูงใจระยะสั้น (เช่น ผลประโยชน์เฉพาะหน้า) กับแรงจูงใจระยะยาว (เช่น การพัฒนาท้องถิ่น)

การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลที่คัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 20 คน ซึ่งเป็นผู้มีประสบการณ์หรือมีบทบาทในการเลือกตั้ง

ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์จะนำมาถอดเทป (Transcription) และวิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)

4. ทบทวนวรรณกรรม

4.1 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้มีสิทธิเลือกตั้ง

พฤติกรรมการเลือกตั้งของประชาชนในยุคปัจจุบันไม่ได้เกิดจากปัจจัยเดียว หากแต่เป็นผลลัพธ์ของการผสมผสาน ปัจจัยหลายด้านเข้าด้วยกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทสังคมไทยที่ข้อมูลข่าวสารมีความหลากหลาย



ผู้มีสิทธิเลือกตั้งมีการรับรู้มากขึ้น จึงมีแนวโน้มตัดสินใจโดยพิจารณาหลายปัจจัยร่วมกัน ทั้งในเชิงจิตวิทยา สังคมและเหตุผลส่วนบุคคล ซึ่งสามารถอธิบายได้ผ่าน 3 ปัจจัยหลัก ดังนี้:

ปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological Factors) หมายถึง ทศนคติ ความเชื่อ ความรู้สึกผูกพันหรือการยึดโยงกับผู้สมัคร พรรคการเมือง หรือแนวคิดทางการเมืองบางประการ เช่น ผู้มีสิทธิเลือกตั้งบางรายอาจมีความรู้สึกภักดีต่อพรรคการเมืองบางพรรคมาตั้งแต่อดีต หรือตัดสินใจเลือกผู้สมัครเพราะรู้สึก “เชื่อใจ” หรือ “รู้สึกว่าเขาเหมาะสม” มากกว่าการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก

ปัจจัยทางสังคม (Sociological Factors) เป็นอิทธิพลที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมรอบตัว เช่น ครอบครัว ชุมชน ผู้นำท้องถิ่น สถานภาพทางสังคม กลุ่มอาชีพหรือเครือข่ายชุมชน ซึ่งอาจมีบทบาทในการชักจูงโน้มน้าวทางความคิดและการตัดสินใจ เช่น ในพื้นที่ชนบท การแนะนำหรือการโน้มน้าวจากผู้นำชุมชนยังคงมีอิทธิพลสูงหรือบางกรณีผู้มีสิทธิเลือกตั้งจะลงคะแนนเหมือนสมาชิกในครอบครัวเพื่อความสามัคคี

การตัดสินใจเชิงเหตุผล (Rational Choice)

ผู้มีสิทธิเลือกตั้งจำนวนหนึ่งใช้วิธี “คิดคำนวณ” หรือ “เปรียบเทียบทางเลือก” ก่อนตัดสินใจเลือกผู้สมัครหรือพรรคการเมือง โดยพิจารณาจากนโยบายความเป็นไปได้ในการแก้ไขปัญหาในพื้นที่ ความสามารถของผู้สมัคร และผลประโยชน์ในภาพรวมของชุมชน ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึง “วุฒิภาวะทางการเมือง” และ “การรับรู้ข่าวสาร” ที่เพิ่มขึ้น

4.2 แนวคิดเรื่องแรงจูงใจในการเลือกตั้ง (Motivation in Voting Behavior)

ความหมาย “แรงจูงใจในการเลือกตั้ง” หมายถึง สิ่งที่กระตุ้นหรือผลักดันให้ผู้มีสิทธิเลือกตั้งตัดสินใจไปใช้สิทธิเลือกตั้ง และเลือกผู้สมัครหรือพรรคการเมืองใดพรรคหนึ่งเหนืออีกฝ่าย (Blais, 2000) ปัจจัยกระตุ้นเหล่านี้อาจเกิดจากเหตุผลเชิงอุดมการณ์ ความผูกพันกับพรรคการเมือง ความเชื่อในตัวผู้สมัคร ความต้องการเปลี่ยนแปลงนโยบาย หรือแม้แต่แรงจูงใจด้านผลประโยชน์ส่วนบุคคล เช่น การคาดหวังผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ

แรงจูงใจดังกล่าวสามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภทหลัก (Deci & Ryan, 1985)

1) แรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) เกิดจากความรู้สึกเป็นเจ้าของ ความรับผิดชอบต่อสังคมหรือความพึงพอใจที่ได้ปฏิบัติหน้าที่พลเมือง เช่น ความภาคภูมิใจที่ได้มีส่วนร่วมกำหนดอนาคตประเทศหรือความเชื่อว่าการลงคะแนนเป็นสิทธิและหน้าที่ที่สำคัญ

2) แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation) เกิดจากปัจจัยชักจูงภายนอก เช่น ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ การซื้อเสียง ของแจกหรือแรงกดดันทางสังคม เช่น การถูกชักชวนจากผู้นำชุมชนหรือเพื่อนบ้าน

การประยุกต์ทฤษฎี Self-Determination (SDT)

ทฤษฎี Self-Determination ของ Deci และ Ryan อธิบายว่าพฤติกรรมของมนุษย์ถูกขับเคลื่อนด้วยความต้องการพื้นฐาน 3 ประการ ได้แก่ ความเป็นอิสระ (Autonomy), ความสามารถ (Competence) และความสัมพันธ์ (Relatedness) หากแรงจูงใจในการเลือกตั้งเชื่อมโยงกับความต้องการเหล่านี้ จะมีความยั่งยืนและส่งผลกระทบต่อการมีส่วนร่วมทางการเมือง เช่น ผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่รู้สึกว่ามีอิสระในการเลือก (Autonomy) และมีข้อมูลเพียงพอในการตัดสินใจ (Competence) รวมทั้งมีความผูกพันกับชุมชน (Relatedness) มักจะมีแรงจูงใจในการเลือกตั้งที่เกิด



จากภายในและมีเสถียรภาพมากกว่าแรงจูงใจที่เกิดจากการชักจูงชั่วคราว เช่น การรับของแจกหรือผลประโยชน์เฉพาะหน้า (Ryan & Deci, 2000)

ความสำคัญต่อการวิจัยพฤติกรรมกรรมการเลือกตั้ง

การทำความเข้าใจแรงจูงใจของผู้มีสิทธิเลือกตั้งช่วยให้สามารถวิเคราะห์ได้ว่า เหตุใดผู้คนจึงตัดสินใจลงคะแนนในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งมีนัยสำคัญต่อการออกแบบนโยบายสาธารณะ การณรงค์หาเสียง และการส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะในบริบทชนบทที่แรงจูงใจภายในและความสัมพันธ์ชุมชนมักมีอิทธิพลสูง

4.3 แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารทางการเมือง

การสื่อสารทางการเมือง หมายถึง การแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิดเห็นและประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการเมืองระหว่างบุคคลในสังคม มีบทบาทสำคัญในการรักษาและสร้างวัฒนธรรมและโครงสร้างทางการเมือง การเปลี่ยนแปลงในระบบการเมืองมักเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงในการสื่อสาร ซึ่งอาจเป็นสาเหตุและได้รับอิทธิพลจากการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ (สุริพร คลังพระศรี, 2561) การสื่อสารทางการเมืองยังรวมถึงการใช้ภาษาพูดและภาษาเขียนเพื่อมีอิทธิพลต่อภูมิทัศน์ทางการเมือง นักสื่อสารทางการเมืองมุ่งสร้างสภาพแวดล้อมทางการเมืองโดยการนำเสนอ และสนับสนุนเรื่องราวทางการเมืองผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ไปยังกลุ่มเป้าหมายเฉพาะบทบาทของการสื่อสารทางการเมือง คือ การเผยแพร่ข่าวสาร ความรู้ทางการเมือง และอุดมการณ์ทางการเมืองผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ เช่น สื่อบุคคลและสื่อมวลชน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อชี้นำการพัฒนาทางการเมืองให้บรรลุเป้าหมายและอุดมคติของประเทศ สื่อมีบทบาทสำคัญในการดึงดูดความสนใจของสาธารณชนไปยังประเด็นเฉพาะเจาะจง เนื่องจากผู้คนมักจะมุ่งเน้นไปที่เรื่องที่ได้รับการรายงานข่าวจากสื่อ (กฤษกร เกตุทองมงคล, 2562) ในบริบทของสังคมการเมือง การสื่อสารทางการเมืองเกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนข้อเท็จจริง มุมมองทางการเมือง และประสบการณ์ระหว่างบุคคล ส่งเสริมการมีปฏิสัมพันธ์และการแลกเปลี่ยนรัฐบาลจำเป็นต้องสร้างช่องทางในการแจ้งให้ประชาชนทราบเกี่ยวกับนโยบายและกิจกรรมของรัฐบาล ในขณะที่ประชาชนจะเรียนรู้เกี่ยวกับนโยบายที่ส่งผลกระทบต่อพวกเขา การสื่อสารทางการเมืองที่มีประสิทธิภาพต้องพิจารณาอย่างรอบคอบถึงสื่อหรือช่องทาง ลักษณะของข้อความ คุณลักษณะของผู้รับ และเวลา (ทรายศิริรินทร์ ภูกันมาศกุล, 2563) สื่อทำหน้าที่เป็นสื่อกลางระหว่างรัฐบาลและประชาชน เผยแพร่ข้อมูลทางการเมือง และอำนวยความสะดวกให้ประชาชนตระหนักรู้เกี่ยวกับการตัดสินใจและนโยบายของรัฐบาล นอกจากนี้ยังทำหน้าที่เป็นเวทีในการแสดงความต้องการและความต้องการของสาธารณะ ทำให้รัฐบาลสามารถกำหนดนโยบายที่ตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนได้มากขึ้น (พิชญ์ พงษ์สวัสดิ์, 2563)

ทฤษฎีการกล่อมเกลາทางการเมือง (Political Socialization Theory)

การกล่อมเกลาทางการเมือง (Political Socialization) หมายถึง กระบวนการที่บุคคลเรียนรู้ ถ่ายทอด และซึมซับค่านิยม ความเชื่อ ทศนคติ และพฤติกรรมทางการเมืองจากสิ่งแวดล้อมรอบตัว อันได้แก่ ครอบครัว โรงเรียน สื่อมวลชน กลุ่มเพื่อน และประสบการณ์ชีวิต กระบวนการนี้มีบทบาทสำคัญในการหล่อหลอมให้บุคคลกลายเป็น “พลเมืองทางการเมือง” (Political Citizen) ที่มีความรู้ ความเข้าใจและพร้อมมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางการเมืองของสังคม (Easton & Dennis, 1969; Niemi & Hepburn, 1995)



Easton และ Dennis (1969) ให้นิยามว่า “Political Socialization is the Process by Which Individuals Acquire Political Attitudes, Beliefs, and Values Through Interaction with Agents of Socialization.” ซึ่งหมายความว่า การกล่อมเกลาทางการเมืองเป็นกระบวนการที่บุคคลได้รับทัศนคติ ความเชื่อ และค่านิยมทางการเมือง ผ่านการปฏิสัมพันธ์กับตัวกลางหรือ “ผู้แทนการกล่อมเกลาทางการเมือง” (Agents of Political Socialization)

ผู้แทนการกล่อมเกลาทางการเมืองหลัก ได้แก่

- 1) ครอบครัว เป็นแหล่งการเรียนรู้การเมืองที่สำคัญที่สุดในช่วงวัยเด็ก ส่งผลต่อทัศนคติและความเชื่อทางการเมืองในระยะยาว (Jennings & Niemi, 1974)
- 2) โรงเรียนและระบบการศึกษา ถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับสิทธิ หน้าที่ และโครงสร้างทางการเมืองผ่านหลักสูตรและกิจกรรมพิเศษ (Print, 2007)
- 3) สื่อมวลชนและสื่อสังคมออนไลน์ เป็นช่องทางที่สร้างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและกรอบความคิดทางการเมือง (McLeod et al., 1999)
- 4) กลุ่มเพื่อนและเครือข่ายสังคม ช่วยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและเสริมสร้างมุมมองทางการเมืองแบบไม่เป็นทางการ (Levine, 2011)
- 5) ประสบการณ์ชีวิตและเหตุการณ์ทางการเมือง เช่น การชุมนุมประท้วง เหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมือง หรือการเลือกตั้งที่สำคัญ สามารถเปลี่ยนทัศนคติทางการเมืองอย่างมีนัยสำคัญ (Sapiro, 2004)

ทฤษฎีการกล่อมเกลาทางการเมืองอธิบายได้ว่า พฤติกรรมและทัศนคติทางการเมืองของบุคคลไม่ได้เกิดขึ้นอย่างสุ่มหรืออิสระ หากแต่เป็นผลลัพธ์จากการเรียนรู้และซึมซับที่ต่อเนื่องตลอดชีวิต ซึ่งมีความสำคัญต่อการสร้างเสถียรภาพและความต่อเนื่องของระบบการเมือง ทั้งยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างพลเมืองที่มีคุณภาพ สามารถมีส่วนร่วมในระบอบประชาธิปไตยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. ผลการวิจัย

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ ข้อ 1 พบว่า ปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งของประชาชนในพื้นที่ คือ “ตัวผู้สมัคร” มากกว่าพรรคการเมือง โดยคุณลักษณะของผู้สมัครที่ประชาชนให้ความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ความจริงใจ ความซื่อสัตย์สุจริต ความใกล้ชิดกับประชาชน และการมีผลงานที่เป็นรูปธรรมและจับต้องได้ ความประทับใจส่วนตัวต่อผู้สมัครที่ลงพื้นที่อย่างต่อเนื่อง รับฟังปัญหา และแสดงให้เห็นถึงความตั้งใจในการทำงานเพื่อชุมชน ถูกมองว่าเป็นตัวชี้วัดสำคัญในการตัดสินใจเลือกตั้ง

กลุ่มเกษตรกรและผู้นำชุมชนมักเลือกผู้สมัครที่ “พูดแล้วทำได้จริง” และไม่ใช้วิธีการซื้อเสียง เพราะมองว่าการซื้อเสียงเป็นเพียงการให้ผลประโยชน์ระยะสั้นที่ไม่ช่วยพัฒนาพื้นที่ ในขณะที่กลุ่มข้าราชการและนักธุรกิจให้ความสำคัญกับผู้สมัครที่สามารถนำเสนอแผนนโยบายพัฒนาเชิงโครงสร้าง เช่น การปรับปรุงถนน การพัฒนาระบบน้ำ การสนับสนุนด้านเศรษฐกิจและการลงทุน

นอกจากนี้ “เครือข่ายชุมชน” เช่น ความสัมพันธ์แบบเครือญาติ การสนับสนุนจากผู้นำท้องถิ่นหรือการเป็นที่รู้จักในกลุ่มอาชีพ มีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจ เพราะสร้างความเชื่อมั่นและทำให้การสื่อสารระหว่างผู้สมัครกับประชาชนเป็นไปอย่างราบรื่น ส่งผลให้การตัดสินใจขั้นสุดท้ายของประชาชนส่วนใหญ่พิจารณาจากภาพลักษณ์และความสัมพันธ์ส่วนบุคคลของผู้สมัคร มากกว่าชื่อเสียงของพรรคการเมืองหรือคำสัญญาทางนโยบายเพียงอย่างเดียว



ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อ 2 เพื่อวิเคราะห์ช่องทางการรับรู้ข้อมูลทางการเมืองของประชาชนในเขตเลือกตั้งที่ 2 จังหวัดอำนาจเจริญ การรับรู้ข้อมูลทางการเมืองของประชาชนในพื้นที่เกิดขึ้นจากทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ แต่ยังคงพบว่า “การสื่อสารแบบเผชิญหน้า” ผ่านกิจกรรมชุมชน ตลาด วัด และวงประชุมกลุ่มอาชีพเป็นช่องทางหลักที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งของประชาชน โดยเฉพาะในกลุ่มเกษตรกรและผู้นำชุมชน การแลกเปลี่ยนข้อมูลแบบพบปะตัวต่อตัวทำให้ประชาชนรู้สึกว่าคุณมีความน่าเชื่อถือ เนื่องจากมาจากบุคคลใกล้ชิดหรือผู้ที่มีสถานะทางสังคม เช่น ผู้นำท้องถิ่นหรือผู้สูงอายุในหมู่บ้าน อีกทั้งยังเปิดโอกาสให้ซักถามและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นได้อย่างตรงไปตรงมา

อย่างไรก็ตาม สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Line และ TikTok ก็มีบทบาทเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ นักธุรกิจ และข้าราชการ ซึ่งใช้สื่อออนไลน์ในการติดตามข่าวสารการเมือง การเคลื่อนไหวของผู้สมัคร และการแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ แม้สื่อออนไลน์จะช่วยกระจายข้อมูลได้รวดเร็วและกว้างขวาง แต่ความเชื่อมั่นในข้อมูลยังขึ้นอยู่กับแหล่งข่าวและการตรวจสอบข้อมูลประกอบ

ดังนั้น จึงอาจสรุปได้ว่าช่องทางการสื่อสารแบบเผชิญหน้าในเครือข่ายชุมชนยังคงเป็นช่องทางหลักในการรับรู้ข้อมูลทางการเมืองของประชาชน แม้สื่อออนไลน์จะมีอิทธิพลเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ แต่ยังไม่สามารถแทนที่ความไว้วางใจที่เกิดจากการสื่อสารแบบพบปะกันโดยตรงได้

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อ 3 เพื่อศึกษาผลของแรงจูงใจและทัศนคติต่อการเลือกตั้งของประชาชนในเขตเลือกตั้งที่ 2 จังหวัดอำนาจเจริญ

แรงจูงใจของผู้มีสิทธิเลือกตั้งในพื้นที่มีทั้งแรงจูงใจภายในและแรงจูงใจภายนอก โดยแรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) ถือว่ามีอิทธิพลมากกว่า ประชาชนจำนวนมาก โดยเฉพาะในกลุ่มเกษตรกรและผู้นำชุมชน มีแรงผลักดันจากรู้สึกรับผิดชอบต่อสังคม ความผูกพันกับพื้นที่ และความหวังที่จะเห็นการพัฒนาท้องถิ่น เช่น การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน การส่งเสริมอาชีพ และการยกระดับคุณภาพชีวิตของครัวเรือนในชุมชน

แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation) แม้ยังคงมีอยู่ เช่น การรับผลประโยชน์จากโครงการช่วยเหลือเกษตรกร การชักชวนจากผู้นำท้องถิ่น หรือของแจกในช่วงหาเสียง แต่หลายคนแสดงทัศนคติชัดเจนว่าการตัดสินใจเลือกตั้งไม่ควรขึ้นอยู่กับผลประโยชน์เฉพาะหน้า เพราะไม่ก่อให้เกิดความยั่งยืนในการพัฒนาพื้นที่

ทัศนคติของผู้มีสิทธิเลือกตั้งในเขตนี้ส่วนใหญ่เห็นว่าการไปใช้สิทธิเป็นหน้าที่สำคัญของพลเมืองและเป็นโอกาสที่จะมีส่วนร่วมกำหนดทิศทางการพัฒนาท้องถิ่น การมีส่วนร่วมเช่นนี้ไม่เพียงแต่สะท้อนถึงการยอมรับในระบบประชาธิปไตย แต่ยังเป็นกลไกสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของและความภูมิใจในชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของทฤษฎี Self-Determination ที่เชื่อว่าความรู้สึกมีอิสระ ความสามารถและความสัมพันธ์กับผู้อื่น สามารถสร้างแรงจูงใจที่มั่นคงและยั่งยืนต่อพฤติกรรมทางการเมืองได้

6. การอภิปรายผล

การอภิปรายผลวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในเขตเลือกตั้งที่ 2 จังหวัดอำนาจเจริญ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อการตัดสินใจเลือกตั้งของประชาชนคือตัวผู้สมัคร มากกว่าพรรคการเมือง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Candidate-Centered Politics ที่เชื่อว่าผู้มีสิทธิเลือกตั้งใน



หลายพื้นที่ โดยเฉพาะเขตชนบท มักพิจารณาคุณลักษณะส่วนตัวและพฤติกรรมของผู้สมัครเป็นหลัก เช่น ความซื่อสัตย์ ความจริงใจ การลงพื้นที่ที่สม่ำเสมอ และการมีผลงานที่ชัดเจน (Kaendiao et al., 2024; Walker, 2008)

ลักษณะนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Bhothisawang (2018) ที่พบว่า ในการเลือกตั้งท้องถิ่นและระดับชาติ ผู้สมัครที่สามารถสร้างความสัมพันธ์กับประชาชนในพื้นที่ได้อย่างใกล้ชิดและมีบทบาทในการแก้ปัญหาท้องถิ่นจะได้รับการสนับสนุนสูง แม้พรรคการเมืองหรือแนวนโยบายจะมีความสำคัญ แต่ความสัมพันธ์ส่วนบุคคลและความน่าเชื่อถือมักเป็นตัวแปรชี้ขาด

นอกจากนี้ ปัจจัยด้าน เครือข่ายชุมชน เช่น ความสัมพันธ์แบบเครือญาติหรือการสนับสนุนจากผู้นำท้องถิ่น มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกตั้งอย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการกล่อมเกลาทางการเมือง (Political Socialization Theory) ที่ระบุว่าบุคคลซึมซับค่านิยมและทัศนคติทางการเมืองจากปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มทางสังคมรอบตัว (Easton & Dennis, 1969)

การอภิปรายผลวัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อวิเคราะห์ช่องทางการรับรู้ข้อมูลทางการเมืองของประชาชนในเขตเลือกตั้งที่ 2 จังหวัดอำนาจเจริญ

ผลการวิจัยชี้ว่า แม้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Line และ TikTok จะมีบทบาทเพิ่มขึ้นในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่และนักธุรกิจ แต่ช่องทางที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการรับรู้และตัดสินใจเลือกตั้ง คือ การสื่อสารแบบเผชิญหน้าในชุมชน ผ่านการพูดคุยกับบุคคลที่ไว้วางใจได้ เช่น ผู้นำชุมชน ญาติพี่น้อง และเพื่อนบ้าน

ลักษณะดังกล่าวสอดคล้องกับข้อค้นพบของ Chongkolrattanaporn และ Combs (2014) ที่พบว่าการสื่อสารทางการเมืองในพื้นที่ชนบทของไทยยังคงพึ่งพาการสื่อสารแบบเครือข่ายชุมชนเป็นหลัก เนื่องจากให้ความรู้สึกเชื่อถือได้มากกว่าข้อมูลจากสื่อมวลชนหรือสื่อออนไลน์ และเปิดโอกาสให้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นได้โดยตรง

นอกจากนี้ยังสามารถอธิบายได้ด้วยทฤษฎีการกล่อมเกลาทางการเมือง ที่มองว่ากระบวนการรับรู้ทางการเมืองเกิดจากผู้แทนการกล่อมเกลาหลัก เช่น ครอบครัว เพื่อน และผู้นำในชุมชน ซึ่งมีอิทธิพลมากกว่าสื่อมวลชนในบางบริบท (Niemi & Hepburn, 1995)

การอภิปรายผลวัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาผลของแรงจูงใจและทัศนคติต่อการเลือกตั้งของประชาชนในเขตเลือกตั้งที่ 2 จังหวัดอำนาจเจริญ พบว่า แรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) เช่น ความรับผิดชอบต่อสังคม ความผูกพันกับพื้นที่ และความหวังต่อการพัฒนาชุมชน มีบทบาทมากกว่าแรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation) เช่น ผลประโยชน์เฉพาะหน้า การซื้อเสียง หรือของแจก ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี Self-Determination ของ Deci และ Ryan (1985, 2000) ที่อธิบายว่า แรงจูงใจที่เกิดจากความรู้สึกเป็นเจ้าของ (Autonomy) ความสามารถ (Competence) และความสัมพันธ์กับผู้อื่น (Relatedness) จะมีความยั่งยืนและสร้างพฤติกรรมที่มั่นคงมากกว่าแรงจูงใจจากสิ่งเร้าภายนอก

ลักษณะนี้ยังสอดคล้องกับงานของ Blais (2000) ที่ศึกษาพฤติกรรมทางการเมืองและพบว่าผู้มีแรงจูงใจภายในมักมีแนวโน้มไปใช้สิทธิเลือกตั้งอย่างสม่ำเสมอและตัดสินใจบนพื้นฐานของความเชื่อมั่นส่วนตัวมากกว่าการตอบสนองต่อผลประโยชน์ชั่วคราว



7. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

สรุปตามวัตถุประสงค์ข้อ 1 “ช่วงเปลี่ยนผ่านสำคัญ” ของพฤติกรรมการเลือกตั้งในเขตเลือกตั้งที่ 2 จังหวัดอำนาจเจริญ ซึ่งเป็นพื้นที่ชนบทที่มีพลวัตทางการเมืองแบบเฉพาะตัว จากอดีตที่การเลือกตั้งมักตั้งอยู่บนฐานของความผูกพันเชิงโครงสร้าง เช่น ความเป็นญาติพี่น้อง ความสัมพันธ์กับผู้นำท้องถิ่น หรือความจงรักภักดีต่อพรรคการเมือง ผู้มีสิทธิเลือกตั้งในปัจจุบันกลับเริ่มแสดงพฤติกรรมที่ซับซ้อนและมีเหตุผลมากขึ้น โดยอาศัยทั้งประสบการณ์ตรง การประเมินจากผลงานที่เป็นรูปธรรม และความคาดหวังเชิงคุณภาพที่มีต่อบทบาทของผู้แทนในอนาคต พฤติกรรมการเลือกตั้งของประชาชนในเขตเลือกตั้งที่ 2 จังหวัดอำนาจเจริญ ถูกขับเคลื่อนโดยการประเมินเชิงเหตุผลควบคู่กับอิทธิพลจากบริบททางสังคมและวัฒนธรรมในชุมชน ผู้สมัครที่มีทั้ง “คุณลักษณะส่วนตัวที่น่าเชื่อถือ” และ “รากฐานความสัมพันธ์ในพื้นที่” มีแนวโน้มได้รับความนิยมมากกว่าการพิจารณาจากสังกัดพรรคการเมืองเพียงอย่างเดียว ซึ่งสะท้อนทั้งมิติของเหตุผลปัจเจก และกระบวนการกล่อมเกลாதทางการเมืองในระดับรากหญ้าอย่างชัดเจน

สรุปตามวัตถุประสงค์ข้อ 2 ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมืองของประชาชนในเขตเลือกตั้งที่ 2 จังหวัดอำนาจเจริญมีความหลากหลาย และแตกต่างกันตามบริบทอาชีพและสภาพแวดล้อมทางสังคม กลุ่มข้าราชการและนักธุรกิจมีแนวโน้มพึ่งพาสื่อกระแสหลักและเทคโนโลยีสมัยใหม่มากขึ้น เช่น การรับชมข่าวสารผ่านโทรทัศน์ การติดตามเว็บไซต์ของหน่วยงานรัฐ การใช้ Facebook เพื่อติดตามการเคลื่อนไหวของผู้สมัคร รวมถึงการแลกเปลี่ยนข้อมูลภายในกลุ่มไลน์หรือแพลตฟอร์มออนไลน์อื่น ๆ

สรุปตามวัตถุประสงค์ข้อ 3 แรงจูงใจหลักที่ผลักดันให้ประชาชนในเขตเลือกตั้งที่ 2 จังหวัดอำนาจเจริญออกมาใช้สิทธิเลือกตั้ง มิได้เกิดจากการคาดหวังผลประโยชน์เฉพาะหน้า เช่น เงินหรือสิ่งของ แต่เกิดจากความหวังในระยะยาวเกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพชีวิต การแก้ไขปัญหาในชุมชน และความเชื่อมั่นว่าผู้แทนที่ตนเลือกจะสามารถเป็นปากเป็นเสียงแทนประชาชนในระดับนโยบายได้อย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

- 1) ควรขยายกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมพื้นที่ทั้งจังหวัด เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมและปัจจัยของเขตเลือกตั้งที่แตกต่างกัน
- 2) ควรศึกษาเปรียบเทียบระหว่างการเลือกตั้งระดับชาติและท้องถิ่น เช่น การเลือก อบต. เทศบาล หรือ อบจ. เพื่อดูว่าแรงจูงใจและพฤติกรรมของประชาชนมีความแตกต่างกันหรือไม่
- 3) ควรศึกษาบทบาทของเครือข่ายออนไลน์ในการขึ้นการเมืองระดับหมู่บ้าน โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ได้รับข้อมูลจาก Facebook, TikTok และ YouTube
- 4) ควรศึกษาผลกระทบของการลงพื้นที่จริงของผู้สมัครต่อผลคะแนนเพื่อเชื่อมโยงระหว่างพฤติกรรมผู้สมัครกับพฤติกรรมผู้มีสิทธิเลือกตั้งอย่างเป็นระบบ

ข้อเสนอเชิงนโยบาย

- 1) ผู้สมัครควรให้ความสำคัญกับการสร้างสัมพันธ์ระยะยาวกับพื้นที่ ไม่ควรปรากฏตัวเฉพาะช่วงเลือกตั้ง แต่ควรแสดงออกถึงการทำงานร่วมกับชุมชนตลอดระยะเวลา 4 ปี เพื่อสร้างความไว้วางใจและภาพลักษณ์ที่แท้จริง



2) พรรคการเมืองควรปรับกลยุทธ์สื่อสารให้สอดคล้องกับบริบทชุมชน การหาเสียงควรมีทั้งช่องทางดิจิทัล และช่องทางดั้งเดิม เช่น การพบปะ การเข้าวัด หรือเวทีประชาคม ทั้งนี้เพื่อเข้าถึงกลุ่มประชาชนที่ยังไม่เข้าถึงเทคโนโลยี

3) ควรส่งเสริมกลไกติดตามการทำงานของ ส.ส. อย่างต่อเนื่อง เช่น การตั้งกลุ่มประชาชนติดตามนโยบาย, กลุ่มเฝ้าระวังการใช้จ่ายงบประมาณ เพื่อเสริมพลังพลเมืองและลดความรู้สึกว่า “ประชาชนมีหน้าที่แค่ตอนเลือกตั้ง”

4) ภาครัฐควรสนับสนุนการให้ความรู้ทางการเมืองในระดับหมู่บ้านเพื่อให้ประชาชนเข้าใจสิทธิหน้าที่ และสามารถตั้งคำถามกับผู้สมัครหรือผู้แทนได้อย่างมีหลักการ

8. เอกสารอ้างอิง

กฤษกร เกตุทองมงคล. (2562). *ความคิดเห็นและการสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่อใหม่ของศิลปินดารามีต่อรัฐบาล*

ยิ่งลักษณ์ ชินวัตร [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา].

คณะกรรมการการเลือกตั้ง. (2566). *สรุปผลการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรเป็นการทั่วไป พ.ศ. 2566*.

กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง.

พิชญ์ พงษ์สวัสดิ์. (2563). *การศึกษาความเคลื่อนไหวทางการเมืองและพฤติกรรมทางการเมืองเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทน*

ราษฎร 2562 กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: สถาบันพระปกเกล้า.

ทรายศิริพันธ์ ภูกันมาศกุล. (2563). *กระบวนการสื่อสารและบทบาทในสภาผู้แทนราษฎรของสมาชิกสภาผู้แทน*

ราษฎร ชุดที่ 25: กรณีศึกษา สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรกลุ่มดาวฤกษ์ในการประชุมสภาผู้แทนราษฎร ปีที่ 1 พ.ศ. 2562 [การค้นคว้าอิสระรัฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์].

สุริพร คลังพระศรี. (2561). *ลักษณะการสื่อสารการเมืองและความคาดหวังทางการเมืองตามระบอบประชาธิปไตย*

ของประชาชนในจังหวัดมหาสารคาม. วารสารวิชาการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 3(6), 63–73.

Almond, G. A., & Verba, S. (1963). *The civic culture: Political attitudes and democracy in five nations*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Bhothisawang, P. (2018). Factors influencing voters to local administration election in Pattalung province, Thailand. *Asian Political Science Review, 2*(1), 34–48.

Blais, A. (2000). *To vote or not to vote: The merits and limits of rational choice theory*. Pittsburgh, PA: University of Pittsburgh Press.

Chongkolrattanaporn, T., & Combs, H. W. (2014). Political communication and electoral behavior in rural Thailand. *Journal of Asian and African Studies, 49*(5), 507–520.

Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. New York, NY: Springer Science & Business Media.

Easton, D., & Dennis, J. (1969). *Children in the political system: Origins of political legitimacy*. New York, NY: McGraw-Hill.



- Jatusripitak, N. (2024). *Retelling the tale of two democracies: How shifting urban–rural dynamics shaped Thailand’s 2023 general election* (Trends in Southeast Asia No. 2). Singapore: ISEAS–Yusof Ishak Institute.
- Jennings, M. K., & Niemi, R. G. (1974). *The political character of adolescence: The influence of families and schools*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Kaendiao, P., Srisook, W., & Chanthong, K. (2024). Factors affecting the decision to elect members of parliament in Surin province. *Innovation Journal of Digital Technologies, Education, and Social Sciences*, 2(1), 15–29.
- Levine, P. (2011). Political socialization and civic engagement: The need for new theory. *Civic Studies Working Papers*, 1–18.
- McLeod, J. M., Shah, D. V., & Yoon, S. H. (1999). Communication, context, and community: An exploration of print, broadcast, and Internet influences. *Political Communication*, 16(4), 315–336.
- Niemi, R. G., & Hepburn, M. A. (1995). The rebirth of political socialization. *Perspectives on Political Science*, 24(1), 7–16. doi:10.1080/10457097.1995.9941860
- Print, M. (2007). Citizenship education and youth participation in democracy. *British Journal of Educational Studies*, 55(3), 325–345.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68–78.
- Sapiro, V. (2004). Not your parents’ political socialization: Introduction for a new generation. *Annual Review of Political Science*, 7, 1–23.
- Walker, A. (2008). The rural constitution and the everyday politics of elections in Northern Thailand. *Journal of Contemporary Asia*, 38(1), 84–105.