

**ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ** ผลจากการหาเสียงเลือกตั้งผ่าน เฟสบุ๊กและทวิตเตอร์  
ต่อนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ในการออกเสียง  
เลือกตั้งทั่วไป พ.ศ.2554

**ผู้เขียน** นางสาวพรรณฉวี แก้วกัน

**ปริญญา** รัฐศาสตรมหาบัณฑิต (การเมืองและการปกครอง)

**อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ** อาจารย์ ดร.วรรณภา ทีระศิริ

### บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง ผลจากการหาเสียงเลือกตั้งผ่านเฟสบุ๊กและทวิตเตอร์ ต่อนักศึกษา  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ในการออกเสียงเลือกตั้งทั่วไป พ.ศ. 2554 โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยคือ  
เพื่อศึกษาการใช้ เฟสบุ๊กและทวิตเตอร์ ในการหาเสียงเลือกตั้งของพรรคการเมืองของพรรคการเมือง  
เพื่อศึกษาผลจากการหาเสียงผ่าน เฟสบุ๊กและทวิตเตอร์ ต่อนักศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่และเพื่อ  
ศึกษาแนวโน้มของการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อการโฆษณาหาเสียงในการเลือกตั้ง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยในลักษณะเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่ม  
ตัวอย่างจากกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 400 คนที่เป็นผู้มีสิทธิเลือกตั้งตามกฎหมาย  
ไทยในการเลือกตั้งในปี พ.ศ. 2554 ผลการศึกษาพบว่า ในด้านพฤติกรรมการใช้อินเตอร์เน็ตนั้น  
พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมการใช้อินเตอร์เน็ตเป็นประจำทุกวัน ซึ่งในการเข้าใช้  
งานอินเตอร์เน็ตในการเข้าสู่สังคมออนไลน์ อย่างเช่น เอ็มเอสเอ็น (MSN), เฟสบุ๊ก (Facebook), ทวิต  
เตอร์ (Twitter) ซึ่งการรับข่าวสารทางการเมืองนั้นพบว่าช่องทางในการรับรู้ข่าวสารทางการเมือง  
ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่มีการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองผ่านการแชร์ผ่านสังคมออนไลน์  
เฟสบุ๊กและทวิตเตอร์

อิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ต่อการรับรู้ทางการเมืองในช่วงการเลือกตั้งนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่พบว่า สื่อสังคมออนไลน์กลายเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มนักศึกษาส่วนใหญ่ได้มากขึ้นกว่าในอดีต จึงทำให้นักศึกษาสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ผ่านเฟสบุ๊กและทวิตเตอร์ได้ง่ายและรวดเร็ว ในการรับรู้ข่าวสารในการหาเสียงในช่วงเลือกตั้งของ

กลุ่มนักศึกษานั้น อิทธิพลของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการรณรงค์หาเสียงนั้นยังไม่ได้รับความนิยมในกลุ่มนักศึกษา มีเพียงกลุ่มนักศึกษาเพียงบางคนที่ได้ให้ความสนใจในการติดตามข้อมูลข่าวสารการหาเสียงผ่านสื่อสังคมออนไลน์ผ่าน เฟสบุ๊กและทวิตเตอร์ ของพรรคการเมืองและกลุ่มการเมือง แต่ส่วนใหญ่แล้วนักศึกษากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าสื่อสังคมออนไลน์ เฟสบุ๊กและทวิตเตอร์ เป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างสะดวกรวดเร็วและยังแสดงความคิดเห็นต่างๆได้อย่างเสรี ควรมีการส่งเสริมการใช้ให้เพิ่มมากขึ้นในการใช้โฆษณาหาเสียงในการเลือกตั้งทั้งในระดับท้องถิ่นและท้องถิ่น เพราะเป็นการส่งเสริมและกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมทางการเมืองเพิ่มมากขึ้น

<b>Independent Study Title</b>	Effects of Election Campaigns through Facebook and Twitter on Chiang Mai University Students in General Elections B.E. 2554
<b>Author</b>	Miss Panwasa Kaewkan
<b>Degree</b>	Master of Arts (Political Science)
<b>Independent Study Advisor</b>	Lecturer Dr. Wannapa Leerasiri

### **ABSTRACT**

An independent study entitled Effects of Election Campaigns through Facebook and Twitter on Chiang Mai University Students in General Elections B.E. 2554 has three objectives, i.e. to study how political parties use Facebook and Twitter in their election campaigns; to study how Facebook and Twitter campaign affect Chiang Mai University students; and to assess the future trend for using online media in election campaigns.

This study employs quantitative research methodology. Data were collected from 400 Chiang Mai University students who are eligible for vote in 2554 B.E. Findings show that students use the Internet in their everyday lives especially to use the Internet for social media such as MSN, Facebook, Twitter. Research finds student learn about political news from online media through Facebook sharing or Twitter tweets.

Considering political awareness during the election campaign period, the research discovers that online media can reach more students than traditional media of which make political news and information reach greater number of students faster.