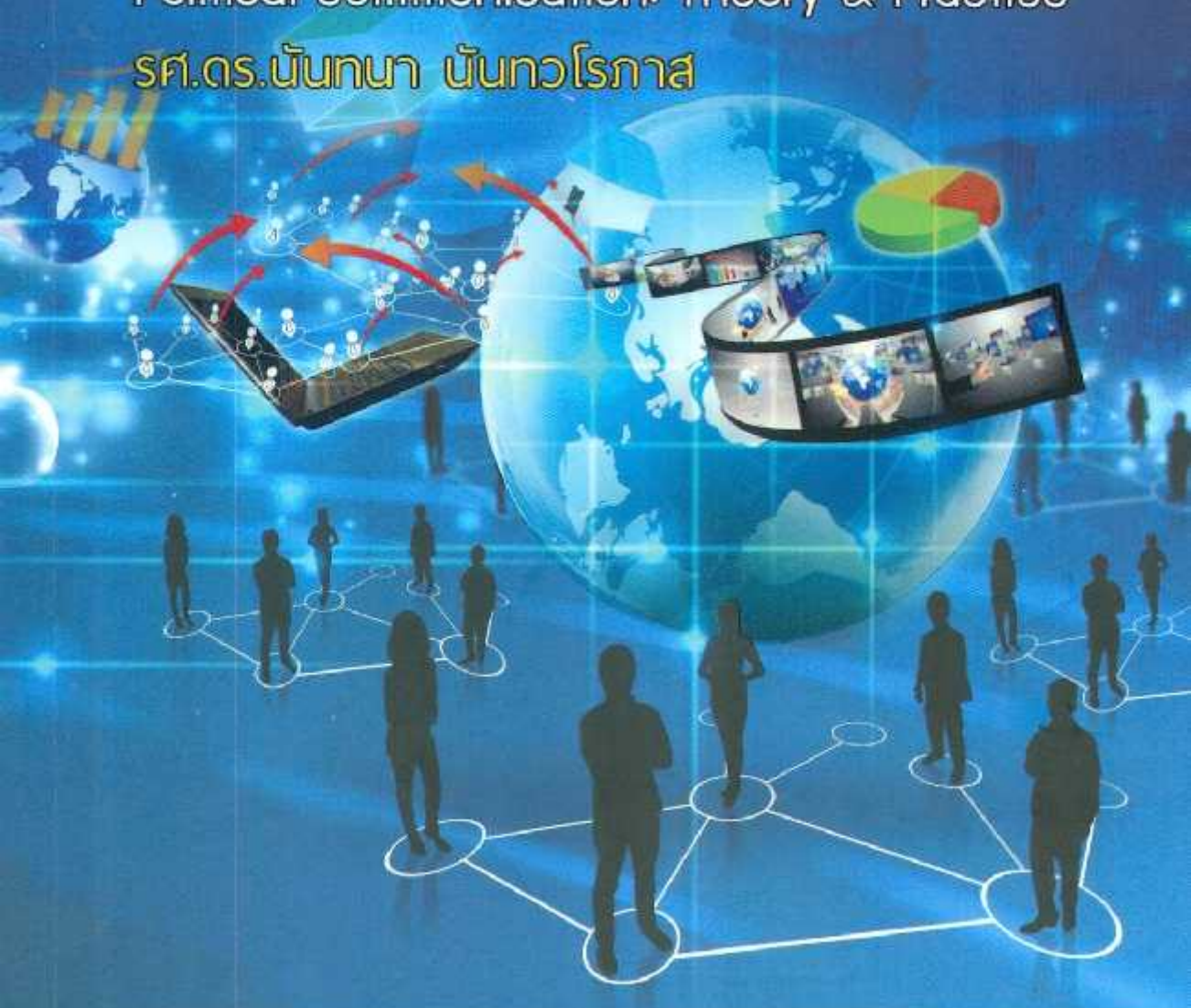


# สื่อสารการเมือง : ทฤษฎีและการประยุกต์ใช้

Political Communication: Theory & Practice

รศ.ดร.บัณฑิตา นันทขวะโรภาส



โครงการเอกสารและตำรา

หลักสูตรบัณฑิตศึกษา ภาควิชารัฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

พิมพ์ครั้งที่

3

# สารบัญ

| เรื่อง  | หน้า     |
|---|----------|
| คำนำ  | (3)      |
| บทนำ  | (5)      |
| สารบัญ  | (7)      |
| <b>บทที่ 1 การสื่อสาร : ความหมายและทฤษฎี</b>  | <b>1</b> |
| 1.1 ความหมายของการสื่อสาร                     | 1        |
| 1.2 ทฤษฎีการสื่อสารของ เดวิด เค. เบอร์โล      | 5        |
| 1.3 ทฤษฎีกระสุนปืน                            | 8        |
| 1.4 ทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสาร                  | 11       |
| 1.5 ทฤษฎีผู้รักษาประตูข่าวสาร                 | 13       |
| 1.6 ทฤษฎีการสื่อสารสองจังหวะ                  | 16       |
| 1.7 ทฤษฎีการใช้และความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อ | 18       |
| 1.8 ทฤษฎีสังคมมวลชนและสื่อมวลชน               | 19       |
| 1.9 ทฤษฎีบรรทัดฐานของสื่อมวลชน                | 22       |
| 1.10 ทฤษฎีเทคโนโลยีสื่อสารเป็นตัวกำหนด        | 26       |
| 1.11 ทฤษฎีวิพากษ์แห่งสื่อมวลชน                | 27       |
| 1.12 ทฤษฎีสัญญาวิทยา                          | 30       |
| 1.13 ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม                 | 34       |
| 1.14 ทฤษฎีการเลียนแบบ                         | 34       |
| 1.15 ทฤษฎีแรงกระตุ้น                          | 35       |
| 1.16 ทฤษฎีการปลดเปลื้อง                       | 35       |
| 1.17 ทฤษฎีการพึ่งพาสื่อมวลชน                  | 36       |
| 1.18 ทฤษฎีการประกอบสร้างความจริงทางสังคม      | 37       |

## สารบัญ (ต่อ)

| เรื่อง   | หน้า      |
|--|-----------|
| 1.19 ทฤษฎีการปลูกฝังความจริง                       | 39        |
| 1.20 ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่ของสื่อมวลชน             | 40        |
| <b>บทที่ 2 การเมือง : ความหมายและทฤษฎี</b>         | <b>47</b> |
| 2.1 หลักการและความหมายของการเมือง                  | 47        |
| 2.2 การเมืองในระบอบประชาธิปไตย                     | 58        |
| 2.3 รูปแบบการปกครองในระบอบประชาธิปไตย              | 61        |
| 2.4 ประชาธิปไตยแบบรัฐสภา                           | 62        |
| 2.5 ประชาธิปไตยระบบประธานาธิบดี                    | 63        |
| 2.6 ประชาธิปไตยระบบผสม                             | 63        |
| 2.7 การพัฒนาทางการเมือง                            | 64        |
| 2.8 การสร้างความทันสมัยทางการเมือง                 | 66        |
| 2.9 ความไร้เสถียรภาพทางการเมือง                    | 67        |
| 2.10 ทฤษฎีระบบ                                     | 68        |
| 2.11 องค์ประกอบของระบบ                             | 69        |
| 2.12 กลไกการทำงานของระบบการเมือง                   | 69        |
| 2.13 ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่                         | 70        |
| 2.14 ทฤษฎีกลุ่มผลประโยชน์ และกลุ่มกดดันทางการเมือง | 72        |
| 2.15 บทบาทหน้าที่ของกลุ่มผลประโยชน์                | 74        |
| 2.16 วิธีการดำเนินการของกลุ่มผลประโยชน์            | 74        |
| 2.17 กลุ่มกดดันทางการเมือง                         | 75        |
| 2.18 พรรคการเมือง                                  | 76        |
| 2.19 รัฐธรรมนูญ                                    | 78        |



## สารบัญ (ต่อ)

| เรื่อง  | หน้า      |
|---|-----------|
| 2.20 การมีส่วนร่วมทางการเมือง                                     | 82        |
| 2.21 ลำดับขั้นของการมีส่วนร่วมทางการเมือง                         | 84        |
| 2.22 วัฒนธรรมทางการเมือง  | 85        |
| <b>บทที่ 3 ทฤษฎีสื่อสารการเมือง</b>                               | <b>89</b> |
| 3.1 ความเป็นมาของการสื่อสารทางการเมือง                            | 89        |
| 3.2 ความหมายของการสื่อสารทางการเมือง                              | 91        |
| 3.3 ความสำคัญของการสื่อสารทางการเมือง                             | 92        |
| 3.4 ทฤษฎีสื่อสารการเมือง  | 97        |
| 3.5 ทฤษฎีการสื่อสารทางการเมืองของ Harold D.Lasswell               | 102       |
| 3.6 ทฤษฎีสื่อสารทางการเมืองของ Gurevitch and Blumler              | 103       |
| 3.7 ทฤษฎีการสื่อสารทางการเมืองของ Darren G. Lileker               | 105       |
| 3.8 ทฤษฎีการตลาดทางการเมือง                                       | 106       |
| 3.9 กิจกรรมการตลาดทางการเมือง                                     | 110       |
| 3.10 ทฤษฎีการตลาดทางการเมืองของ Bruce I. Newman                   | 111       |
| 3.11 แบบจำลองการตลาดทางการเมือง ของ Bruce I. Newman               | 113       |
| 3.12 การวางตำแหน่งของผู้สมัครและพรรค                              | 116       |
| 3.13 แบบแผนกลยุทธ์และการปฏิบัติ                                   | 117       |
| 3.14 ทฤษฎีการสร้างภาพลักษณ์                                       | 128       |
| 3.15 ทฤษฎี The Image Theory หรือ Stimulus Theory                  | 129       |
| 3.16 ทฤษฎี Perceptual Balance<br>หรือ Perceiver-Determined Theory | 130       |
| 3.17 การผสมผสานทฤษฎีทั้งสองมาประยุกต์ใช้ทางการเมือง               | 131       |

## สารบัญ (ต่อ)

| เรื่อง  | หน้า       |
|---|------------|
| 3.18 การสร้างและการบริหารภาพลักษณ์ทางการเมือง   | 132        |
| <b>บทที่ 4 การประยุกต์ใช้ทฤษฎีสื่อสารการเมือง</b>                                     | <b>135</b> |
| 4.1 การประยุกต์ทฤษฎีสื่อสารการเมืองไปใช้ในมิติต่างๆ                                   | 135        |
| 4.2 การประยุกต์ทฤษฎีการสื่อสารทางการเมือง<br>ของ Brian McNair มาใช้ในบริบทการเมืองไทย | 135        |
| 4.3 การประยุกต์ทฤษฎีการสื่อสารสองจังหวะมาใช้ในยุคดิจิทัล                              | 137        |
| 4.4 การประยุกต์ทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสาร ในสื่อออนไลน์                                 | 140        |
| 4.5 การประยุกต์ทฤษฎีการตลาดทางการเมือง<br>มาใช้ในการเลือกตั้งทุกระดับ                 | 142        |
| 4.6 การสื่อสารเพื่อการรณรงค์ทางการเมือง   | 147        |
| 4.7 การสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่อใหม่   | 154        |
| 4.8 ประวัติการสื่อสารทางการเมืองในประเทศไทย   | 158        |
| 4.9 การสื่อสารทางการเมืองของรัฐบาล  | 160        |
| 4.10 ช่องทางการสื่อสารทางการเมืองของรัฐบาล  | 162        |
| 4.11 การสื่อสารทางการเมืองของนายกรัฐมนตรี   | 163        |
| 4.12 การสื่อสารทางการเมืองสามยุค  | 167        |
| 4.13 การควบคุมสื่อมวลชน   | 170        |
| 4.14 การสื่อสารทางการเมืองของรัฐบาลในภาวะปกติ   | 173        |
| 4.15 การสื่อสารทางการเมืองในภาวะวิกฤต   | 179        |
| 4.16 วิกฤตการเมืองในประเทศไทย   | 180        |
| 4.17 การสื่อสารทางการเมืองระหว่างประเทศ   | 191        |
| 4.18 การสื่อสารทางการเมืองในประเทศสหรัฐอเมริกา  | 196        |

## สารบัญ (ต่อ)

| เรื่อง                               | หน้า |
|--------------------------------------|------|
| 4.19 จริยธรรมในการสื่อสารทางการเมือง | 201  |
| บรรณานุกรม                           | 205  |