

มาตรการทางกฎหมายในการควบคุมดูแลการหาเสียงเลือกตั้ง ผ่านสื่อสังคมออนไลน์

Legal Controls of Election Campaigns Via Social Media

รชยา ลิทธิสิน*

บทคัดย่อ

ในปัจจุบันการสื่อสารผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ตบนสื่อสังคมออนไลน์มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว แต่กฎหมายที่ควบคุมดูแลเกี่ยวกับการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งไม่ได้รับการแก้ไขเปลี่ยนแปลงให้ทันกับกระแสสื่ออิเล็กทรอนิกส์เหล่านั้น ดังนั้น จึงควรมีการศึกษาเกี่ยวกับประเด็นการจัดการในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง บทความวิจัยฉบับนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาบทบัญญัติของกฎหมายที่ใช้ควบคุมการหาเสียงเลือกตั้งผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยเปรียบเทียบมาตรการทางกฎหมายและวิธีการแก้ไขปัญหาของประเทศสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นประเทศแรก ๆ ที่มีกฎหมายเพื่อจัดการเกี่ยวกับการหาเสียงเลือกตั้งผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และเปรียบเทียบกับประเทศญี่ปุ่นที่มีการแก้ไขบทบัญญัติของกฎหมายเกี่ยวกับการหาเสียงเลือกตั้ง สำหรับประเทศไทยจากการศึกษาพบว่าบทบัญญัติของกฎหมายว่าด้วยการได้มาซึ่งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรและสมาชิกวุฒิสภา ในส่วนที่บัญญัติไว้เกี่ยวกับระยะเวลาที่อนุญาตให้หาเสียงเลือกตั้งและส่วนที่บัญญัติไว้เกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการหาเสียงเลือกตั้ง ไม่ได้มีรายละเอียดการคำนวณค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อวัตถุประสงค์ในการหาเสียงเลือกตั้ง

ดังนั้น เพื่อแก้ไขกรณีปัญหาดังกล่าว ผู้เขียนเห็นควรเสนอให้มีการแก้ไขบทบัญญัติของกฎหมายให้ผู้สมัครรับเลือกตั้งสามารถหาเสียงเลือกตั้งผ่านสื่อสังคมออนไลน์ได้เช่นเดียวกับประเทศสหรัฐอเมริกา โดยไม่ถูกจำกัดด้วยเวลา แต่ให้นำค่าใช้จ่ายมารวมเป็นค่าใช้จ่ายในการหาเสียงเลือกตั้ง ส่วนของการติดตามการกระทำความผิดในสื่อสังคมออนไลน์ก็ควรให้เป็นหน้าที่ของหน่วยงานที่เป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารโดยเฉพาะเพียงหน่วยงานเดียว โดยขึ้นตรงต่อคณะกรรมการการเลือกตั้ง เพื่อให้มีแนวปฏิบัติที่สอดคล้องกันและมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ : มาตรการทางกฎหมาย การควบคุมการหาเสียงเลือกตั้ง สื่อสังคมออนไลน์ ความเสมอภาคในการหาเสียง สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง



Abstract

At present, the advancement of social media communication wireless networks has progressed rapidly. But the laws that oversee the campaign has not been modified to meet the electronic media should therefore be educated on the issues of management in the social media campaign. Education under the provisions of the law used to control election campaign through social media. By comparison, the legal measures and how to fix of the United States, the first countries to have a law to deal with the campaign through social media. And compared with Japan has amended the provisions of the law on the election campaign. The study found that the provisions of the Act on the Acquisition of Parliament and Senators in the section 58 of the Act in relation to the time allowed to campaign. And part of Section 52 of the Act in relation to the charge of the election campaign through social media. I have little control over the cost of their use of social media for the purpose of election is clear. It is also hard to prove facts about the expenses.

In order to resolve the problem. The authors agreed that the need to resolve the law to campaign through social media. The United States most of the following offenses in social media is to have an agency that specializes in technology and communications, especially a single agency should report to the Board of Elections in order to have a consistent and effective guidelines.

Keywords : legal controls and election campaigns, social media and campaigns, equal election campaigns, Election Commission of Thailand

บทนำ

ในการเลือกตั้งทุกพรรคการเมืองย่อมมีการนำเสนอนโยบายให้ประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งพิจารณา เพื่อเป็นการจูงใจให้ผู้มีสิทธิเลือกตั้งลงคะแนนเสียงให้แก่พรรคของตน และนโยบายดังกล่าวย่อมต้องได้รับการพิจารณาและได้รับความเห็นชอบจากสมาชิกพรรค นโยบายที่ใช้หา

เสียงเลือกตั้งจึงกลายเป็นนโยบายของพรรคการเมือง และนโยบายของแต่ละพรรคการเมืองย่อมเป็นตัวกำหนดว่า พรรคของตนจะดำเนินนโยบายการบริหารราชการแผ่นดินในทิศทางใด หากประชาชนพิจารณาแล้วเกิดความนิยมในนโยบายของพรรคการเมืองนั้น ๆ ประชาชนเหล่านั้นก็จะพิจารณาลงคะแนนเสียงให้ การนำเสนอ



นโยบายของพรรคการเมืองไปสู่ประชาชนนั้นย่อมมีหลายวิธีการ ภายใต้ขอบเขตของพระราชบัญญัติว่าด้วยการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร และการได้มาซึ่งสมาชิกวุฒิสภา พ.ศ. 2550¹ ประกอบกับระเบียบคณะกรรมการการเลือกตั้งว่าด้วยการหาเสียง ข้อควรปฏิบัติและข้อห้ามมิให้ปฏิบัติในส่วนที่เกี่ยวกับการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร และการดำเนินการใด ๆ ของพรรคการเมือง ผู้สมัครรับเลือกตั้ง และผู้มีสิทธิเลือกตั้ง พ.ศ. 2550 และระเบียบคณะกรรมการการเลือกตั้งว่าด้วยการหาเสียง ข้อควรปฏิบัติและข้อห้ามมิให้ปฏิบัติในส่วนที่เกี่ยวกับการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร จะเริ่มต้นจากการแจกใบปลิว ป้ายประกาศหาเสียง วิชชุ และโทรทัศน์ แต่ในปัจจุบันวิธีการติดต่อสื่อสารเจริญก้าวหน้าอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งระบบโครงข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีความสะดวก รวดเร็ว ต้นทุนต่ำ และสามารถตอบโต้ได้ทันที ทั้งในรูปแบบของรูปภาพ วีดิโอ ลิงค์ รวมทั้งการสนทนาออนไลน์ได้อีกด้วย ทั้งหมดนี้ประสานกันจนกลายเป็นสื่อสังคมออนไลน์ในที่สุด นอกจากนี้เรายังไม่สามารถปฏิเสธได้ว่าการติดต่อสื่อสารด้วยวิธีดังกล่าวนั้นมีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจของประชาชนผู้รับสารเป็นอย่างมาก ฝ่ายนิติบัญญัติจึงควรให้ความสนใจกับการหาเสียงและการติดต่อ

สื่อสารบนสื่อสังคมออนไลน์ระหว่างพรรคการเมืองและผู้สมัครรับเลือกตั้งกับประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้ง

ประเทศไทยได้มีการนำวิธีการหาเสียงผ่านระบบโครงข่ายอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการรณรงค์หาเสียงอย่างเต็มรูปแบบในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร เมื่อวันที่ 23 กรกฎาคม พ.ศ. 2543 เป็นครั้งแรก แต่ก็ไม่ได้ให้ความสำคัญเท่าใดนัก จนกระทั่งปี พ.ศ. 2552 นายบารัค โอบามา ได้นำระบบการสื่อสารในรูปแบบสื่อสังคมออนไลน์เข้ามาใช้ในการเลือกตั้งโดยการระดมเงินช่วยเหลือผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ รวมทั้งการสร้างอาสาสมัครทำงานทางการเมือง และชนะการเลือกตั้งประธานาธิบดีในที่สุด ในปัจจุบันประเทศญี่ปุ่นซึ่งเป็นประเทศที่มีกฎหมายเกี่ยวกับการหาเสียงเลือกตั้งอย่างเข้มงวดก็ได้ยกเลิกกฎหมายเกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ตในการหาเสียงเลือกตั้ง โดยได้แก้ไขเพิ่มเติมในมาตรา 142 ซึ่งได้ใช้กับการเลือกตั้งที่เกิดขึ้นในช่วงปลายเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2556

เมื่อวันที่ 3 เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2554 ประเทศไทยได้กำหนดให้เป็นวันลงคะแนนเสียงเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร พรรคการเมืองต่าง ๆ ก็ได้นำวิธีการหาเสียงผ่านระบบออนไลน์มาใช้แข่งขันกันอย่างกว้างขวาง แต่จากการสำรวจ

¹ แม้ว่ากฎหมายฉบับนี้จะถูกยกเลิกไปพร้อมกับการสิ้นสภาพของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 แต่กฎหมายว่าด้วยการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรฯ ของประเทศไทยในส่วนที่ห้ามการหาเสียงภายหลัง 18.00 น. ของวันเลือกตั้งก่อนวันเลือกตั้งก็มีสาระสำคัญตามแนวทางเดียวกันนี้มาโดยตลอด และคาดหมายได้ว่ากฎหมายว่าด้วยการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรฯ ที่จะมีขึ้นในอนาคตก็ยังคงมีเนื้อหาตามหลักการนี้เช่นกัน ดังนั้นเพื่อประโยชน์ในทางวิชาการ ผู้เขียนจะใช้เนื้อหาของกฎหมายฉบับนี้เป็นฐานในการพิจารณา



ข้อมูลเมื่อวันที่ 19 มิถุนายน พ.ศ. 2554 ซึ่งเป็นเวลาใกล้เลือกตั้ง พบว่าจากเว็บไซต์ของพรรคการเมืองต่าง ๆ มีเพียง 19 พรรคจาก 40 พรรคเท่านั้น ที่มีเว็บไซต์ของพรรคให้ประชาชนสามารถเข้าดูข้อมูลได้ ซึ่งส่งผลให้เกิดการแข่งขันที่ไม่เท่าเทียมกัน จนอาจก่อให้เกิดการกระทำที่ผิดกฎหมายขึ้น เพราะเหตุว่ากฎหมายว่าด้วยการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรตามพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร และการได้มาซึ่งสมาชิกวุฒิสภา ซึ่งได้บัญญัติว่า ห้ามทำการโฆษณาหาเสียงเลือกตั้งโดยวิธีการใด ๆ ไม่ว่าจะเป็นอย่างใด เป็นโทษแก่ผู้สมัครหรือพรรคการเมืองใด นับแต่เวลา 18.00 น. ของวันก่อนวันเลือกตั้ง 1 วัน จนถึงวันเลือกตั้ง ดังนั้น หลังเวลา 18.00 น. ของวันที่ 2 กรกฎาคม จะต้องหยุดปราศรัย หยุดหาเสียงทันที หลายฝ่ายจึงเป็นกังวลเกี่ยวกับการหาเสียงผ่านสื่อสังคมออนไลน์ สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งจึงได้หารือกับตัวแทนของกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในเวลาต่อมา นายสุทธิพล ทวีชัยการ เลขาธิการคณะกรรมการการเลือกตั้งกล่าวถึงผลการหารือว่า การหาเสียงผ่านระบบสื่ออิเล็กทรอนิกส์หรือเว็บไซต์นั้นไม่มีกฎหมายห้าม แต่อาจมีรายจ่ายที่เกิดขึ้นจะต้องคำนวณเป็นค่าใช้จ่ายในการหาเสียงของพรรคการเมือง หรือหากผู้สมัครรับเลือกตั้งมีการนำเสนอข้อความในช่วงที่มีพระราชกฤษฎีกาเลือกตั้งโดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ หากมีรายจ่ายเกิดขึ้น จะต้องหาวิธีการนำมาคิดรวมเป็นค่าใช้จ่ายในการหาเสียงเลือกตั้ง ในขณะที่เดียวกันผู้มีสิทธิ์

เลือกตั้งก็จะใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือในการแสดงความคิดเห็นทางการเมือง โดยอาจจะสร้างกิจกรรมเชิญชวนให้คนในเครือข่ายมาดำเนินกิจกรรมทางการเมืองด้วย กิจกรรมดังกล่าวแม้เป็นสิทธิเสรีภาพที่สามารถทำได้ แต่การเชิญชวนให้เลือกผู้สมัครฯ คนใดหลังเวลา 18.00 น. ก่อนวันเลือกตั้ง 1 วัน หรือการแสดงความคิดเห็นในลักษณะเข้าข่ายการหาเสียงใส่ร้ายก็ถือว่ามีความผิดเจ้าหน้าที่สามารถตรวจสอบหาผู้กระทำผิดได้จากประวัติการใช้งานและสภาพแวดล้อม แต่ในส่วนของสื่อสังคมออนไลน์อย่างเฟซบุ๊กและทวิตเตอร์ ที่มีผู้ให้บริการอยู่ต่างประเทศ หากจะตรวจสอบจะต้องทำเรื่องร้องขอความร่วมมือไปยังต่างประเทศ ซึ่งขณะนี้ยังไม่ได้รับความร่วมมือเท่าที่ควร ในเบื้องต้นต้องพิสูจน์ให้ได้ก่อนว่าผู้ใช้เป็นเจ้าของบัญชีจริงหรือไม่ หรือมีใครสมัครให้ ซึ่งเป็นเรื่องที่ต้องตรวจสอบได้ยาก ดังนั้น เมื่อพิจารณาตามพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรและการได้มาซึ่งสมาชิกวุฒิสภา พ.ศ. 2550 พบว่ามีปัญหาในด้านกฎหมายที่ไม่อาจนำมาใช้บังคับได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยพิจารณาแยกออกเป็นปัญหาในด้านกฎหมายและปัญหาในทางปฏิบัติ ดังนี้

1. ปัญหาทางด้านกฎหมาย ตามพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรและการได้มาซึ่งสมาชิกวุฒิสภา พ.ศ. 2550 จะพบว่ามีปัญหาในทางกฎหมายทั้งในส่วนในเรื่องค่าใช้จ่ายในการหาเสียงเลือกตั้ง และในส่วนในเรื่องระยะเวลาในการหาเสียงเลือกตั้ง



2. ปัญหาในทางปฏิบัติ ปัจจุบันผู้ลงสมัครรับเลือกตั้งและพรรคการเมืองได้มีการนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ในการหาเสียงเลือกตั้งอย่างกว้างขวาง แต่ไม่มีหน่วยงานของรัฐหน่วยใดที่ทำหน้าที่ติดตามการหาเสียงเลือกตั้งผ่านสื่อสังคมออนไลน์โดยเฉพาะ คณะกรรมการการเลือกตั้งมีเพียงการขอความร่วมมือจากหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อคอยติดตามการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในช่วงของการหาเสียงเลือกตั้งเท่านั้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวคิดการจัดการเกี่ยวกับการหาเสียงเลือกตั้งผ่านการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไม่ให้มีผลกระทบที่อาจเป็นการละเมิดต่อกฎหมายเกี่ยวกับการเลือกตั้ง
2. เพื่อศึกษามาตรการการจัดการเกี่ยวกับการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งผ่านระบบการสื่อสารในรูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ของต่างประเทศเพื่อนำมาปรับใช้กับประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาแนวทางในการคำนวณค่าใช้จ่ายจากการหาเสียงเลือกตั้งผ่านสื่อสังคมออนไลน์

สมมติฐานของการวิจัย

ในปัจจุบันการสื่อสารแบบโครงข่ายอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์มีความก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว แต่กฎหมายที่ควบคุมดูแลเกี่ยวกับการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งไม่ได้รับการ

แก้ไขเปลี่ยนแปลงให้ทันกระแสสื่ออิเล็กทรอนิกส์เท่าใดนัก ทั้งในบริบทที่สามารถเข้าถึงง่ายและไม่จำกัดระยะเวลาการใช้งานของผู้ใช้บริการ ดังนั้นจึงควรมีการศึกษาเกี่ยวกับประเด็นการจัดการในการใช้โครงข่ายอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง

ขอบเขตการศึกษา

1. ศึกษาเกี่ยวกับกฎหมายที่ใช้ควบคุมการหาเสียงเลือกตั้งผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ภายใต้พระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยการเลือกตั้ง ระเบียบ/ประกาศคณะกรรมการการเลือกตั้ง
2. ศึกษากฎหมายของประเทศสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นประเทศที่ได้นำโครงข่ายอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ในการหาเสียงเลือกตั้งเป็นประเทศแรก ๆ และผู้ลงสมัครรับเลือกตั้งสามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้อย่างเสรีและประเทศญี่ปุ่นซึ่งเป็นประเทศเคร่งครัดในการใช้กฎหมายในการหาเสียงเลือกตั้งเป็นอย่างมาก และได้มีการแก้ไขบทบัญญัติทางกฎหมายให้สามารถใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการหาเสียงเลือกตั้งได้ โดยศึกษามาตรการที่ใช้ในการจัดการเกี่ยวกับการหาเสียงเลือกตั้งผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มาเปรียบเทียบกับกฎหมายไทย
3. ศึกษามาตรการของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการป้องกันการกระทำผิดอันเกิดจากการหาเสียงผ่านสื่อสังคมออนไลน์



วิธีดำเนินการวิจัย

ศึกษาโดยการวิจัยเอกสารโดยการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารวิชาการ บทความ ผลงานทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ รายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข่าว และประกาศของหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งของไทยและต่างประเทศเพื่อรวบรวมรายละเอียด แล้ววิเคราะห์หาแนวทางการจัดการและแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างแม่นยำและมีมาตรฐานชัดเจนเกี่ยวกับการจัดการและการคำนวณค่าใช้จ่ายในการเลือกตั้ง โดยสืบค้นข้อมูลจากห้องสมุดต่าง ๆ ทั้งในสถาบันอุดมศึกษา เอกสารจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และการสืบค้นจากระบบอินเทอร์เน็ต

บทวิเคราะห์

เมื่อนักการเมืองและพรรคการเมืองในประเทศไทยได้มีการนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ในการหาเสียงเลือกตั้ง คณะกรรมการการเลือกตั้งได้กำหนดคำนิยามคำว่าเว็บไซต์ให้หมายความรวมถึง เพจบุ๊ก ทวิตเตอร์ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการหาเสียงต้องคิดรวมเป็นค่าใช้จ่าย และให้พรรคการเมืองหรือผู้สมัครรับเลือกตั้งรายงานต่อคณะกรรมการเลือกตั้ง ไม่เช่นนั้นจะถือเป็นความผิด ในขณะที่กฎหมายของประเทศสหรัฐอเมริกาได้กำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับค่าใช้จ่ายว่าให้ผู้อำนวยความสะดวกเลือกตั้งหรือผู้ช่วยในการหาเสียงเลือกตั้งมีการใช้อินเทอร์เน็ตส่วนบุคคลหรือจากที่สาธารณะเพื่อวัตถุประสงค์ในการได้มาซึ่งคะแนนเสียง รายงานค่าใช้จ่ายเพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารกับประชาชน การซื้อหรือเช่าอีเมลที่ใช้เพื่อกำกับ

ดูแลกิจกรรมต่าง ๆ ทางการเมือง การชำระเงินจากรายการต่าง ๆ ในอีเมลจะถูกโอนไปยังคณะกรรมการทางการเมือง ในประเทศญี่ปุ่นแต่เดิมแม้จะไม่มีบทบัญญัติว่าอนุญาตให้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ แต่ก็ได้มีการนำช่องทางการสื่อสารทางสื่อสังคมมาใช้อย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งช่วงการเลือกตั้งของญี่ปุ่นในปี พ.ศ. 2550 และปี พ.ศ. 2553 มีการใช้อินเทอร์เน็ตที่เป็นสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์แนะนำตัวเองของผู้สมัครรับเลือกตั้งเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จึงมีความจำเป็นในการแก้ไขบทบัญญัติของกฎหมายที่เกี่ยวกับการหาเสียงเลือกตั้งในส่วนของ Public Offices Election Law (POEL) มาตรา 142 ได้มีการอนุญาตให้ใช้อีเมลและวิธีการใด ๆ ในการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต และได้จัดประเภทค่าใช้จ่ายจากอินเทอร์เน็ตให้อยู่ในหมวดของสื่อสิ่งพิมพ์ ค่าใช้จ่ายในการสร้างและดูแลเว็บไซต์นั้นต้องคำนวณรวมไปในค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง แม้จะไม่มีกฎหมายบัญญัติไว้ก็ตามและในอนาคตการคิดค่าใช้จ่ายส่วนนี้อาจคิดเป็นอัตราเดียวกับค่าโทรศัพท์ การส่งสารผ่านอินเทอร์เน็ตหรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ทุกครั้งต้องมีการแจ้งเตือนไปยังผู้สมัครรับเลือกตั้งผู้สมัครรับเลือกตั้งแบบบัญชีรายชื่อ พรรคการเมืองที่สังกัด เพื่อเป็นอีกทางหนึ่งที่จะใช้ในการตรวจสอบ โดยจะคำนวณค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์เฉพาะช่วงเวลาที่ยกอนุญาตให้หาเสียงเลือกตั้งเท่านั้นที่ต้องนำมารวมเป็นค่าใช้จ่ายที่ต้องแจ้งแก่คณะกรรมการการเลือกตั้งด้วย



ประเทศไทยยังไม่มีบทบัญญัติของกฎหมายกำหนดเกี่ยวกับการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งผ่านสื่อสังคมออนไลน์อย่างชัดเจน แต่มีบทบัญญัติของกฎหมายในพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรและการได้มาซึ่งสมาชิกวุฒิสภา มาตรา 58 โดยมีสาระสำคัญเกี่ยวกับระยะเวลาในการหาเสียงเลือกตั้ง กำหนดให้หาเสียงได้ภายใน 18.00 น. ของวันก่อนลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง เมื่อตีความตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายแล้วจะพิจารณาการกระทำความผิดเกี่ยวกับการหาเสียงเฉพาะกรณีการเผยแพร่เอกสารอิเล็กทรอนิกส์เท่านั้น แต่เมื่อได้ทำการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวออกไปแล้ว ข้อมูลนั้นก็ยังคงอยู่ตลอดเวลาแม้กระทั่งช่วงเวลาที่ยังคงมีการหาเสียงสามารถส่งต่อ สามารถเข้าถึงข้อมูลดังกล่าวได้ทุกเวลา และยังคงแสดงให้เห็นได้อีกด้วย ประเทศสหรัฐอเมริกากฎหมายได้เปิดโอกาสให้มีการหาเสียงผ่านระบบการสื่อสารได้อย่างเสรี ไม่จำกัดระยะเวลาและสถานที่ พรรคการเมืองผู้ลงสมัครรับเลือกตั้ง ผู้อำนวยการเลือกตั้ง ผู้สนับสนุนสามารถหาเสียงเลือกตั้งได้ตลอดเวลา ยกเว้นการหาเสียงในหน่วยเลือกตั้ง เพราะอาจจะเป็นการลิดรอนสิทธิผู้ที่กำลังตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง หรือสร้างความกังวลให้แก่ผู้มาลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง ประเทศญี่ปุ่นบัญญัติว่าพรรคการเมืองหรือผู้ลงสมัครรับเลือกตั้งที่จะหาเสียงด้วยวิธีการส่งอีเมล จะต้องมีการระบุอีเมล ชื่อที่อยู่ของผู้ส่งไว้อย่างชัดเจน และผู้ส่งยังต้องเก็บสำเนาเอกสารทางอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าวไว้ด้วยเพื่อระบุเวลาที่ชัดเจน ทั้งยังป้องกันการปลอม

หรือใส่ร้ายจากคู่แข่งทางการเมืองได้อีกด้วย ส่วนประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายที่ชัดเจน โดยการสรุปความเห็นของที่ประชุมคณะกรรมการการเลือกตั้งว่า การหาเสียงผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไม่ผิดกฎหมายการเลือกตั้งแต่ประการใด แต่ปัญหาคือการเผยแพร่ข้อมูลออนไลน์ ช่วงระยะเวลาหลังจาก 18.00 น. ของวันก่อนลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง ย่อมถือเป็นการกระทำความผิด การที่กฎหมายของประเทศสหรัฐอเมริกาไม่มีการจำกัดระยะเวลาและวิธีการในการหาเสียงเลือกตั้ง ทำให้หน่วยงานของรัฐนั้นไม่ต้องเสี่ยงงบประมาณในการจัดหาบุคลากร หรือบริหารจัดการหน่วยงานเพื่อกระบวนการในการตรวจสอบการใช้สื่อสังคมออนไลน์ มีเพียงการสังเกตการณ์บริเวณที่เป็นหน่วยเลือกตั้งเท่านั้น ในประเทศญี่ปุ่นส่วนของหน่วยงานที่บริหารจัดการการเลือกตั้งและหน่วยงานที่ตรวจสอบการกระทำความผิดเกี่ยวกับการหาเสียงเลือกตั้งผ่านสื่อสังคมออนไลน์เป็นหน่วยงานเดียวกัน จึงไม่ต้องมีหน่วยงานแยกต่างหากเพื่อจัดให้เป็นหน่วยงานเฉพาะที่จะติดตามพฤติกรรมใด ๆ ของประชาชนในช่วงเวลาหาเสียงเลือกตั้งเป็นพิเศษ แต่หน่วยงานที่ตรวจสอบก็จะทำการตรวจสอบเพียงแค่ช่วงระยะเวลาในการหาเสียงเท่านั้น การที่กฎหมายกำกับว่าผู้ส่งต้องระบุอีเมล ชื่อ ที่อยู่ ระยะเวลาการส่ง และต้องเก็บสำเนาเอกสารอิเล็กทรอนิกส์นั้นไว้ด้วย ซึ่งการที่กฎหมายกำหนดไว้เช่นนี้ก็เพื่อจะให้ทำการคัดแยกว่ามีการกระทำความผิดในช่วงเวลาต้องห้ามหรือไม่ และบุคคลใดเป็นผู้ส่ง ส่วนประเทศไทยมีทั้งคณะกรรมการการเลือกตั้ง กระทรวงเทคโนโลยีและการสื่อสาร และสำนักงานตำรวจแห่งชาติ ทำหน้าที่ในการ



ตรวจสอบการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นการทำงานที่ทับซ้อนกัน รายละเอียดในการปฏิบัติของแต่ละหน่วยงานก็ย่อมแตกต่างกันออกไป หากเป็นการตรวจสอบอย่างเดียวกันก็ไม่ควรที่จะทำงานทับซ้อนกันเพื่อที่จะไม่เป็นการสิ้นเปลืองบุคลากรของรัฐและสิ้นเปลืองงบประมาณในการบริหารจัดการในช่วงเวลาที่มีการหาเสียงเลือกตั้ง ซึ่งกรณีประเทศไทยนั้นอาจเป็นเพราะยังไม่มีกฎหมายที่ชัดเจนจึงยังไม่สามารถที่จะจัดการอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพอย่างเพียงพอ

บทสรุป

เมื่อสภาพทางสังคมเปลี่ยนไปมาตรการใด ๆ ที่จะใช้เป็นเครื่องมือในการจัดระเบียบทางสังคมก็ย่อมต้องพัฒนาไปพร้อม ๆ กัน เมื่อเปรียบเทียบกฎหมายของประเทศไทย สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่นแล้ว จะพบว่า ระเบียบ ข้อปฏิบัติ ในส่วนของการหาเสียงเลือกตั้งโดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทยจะเข้มข้นมากในช่วงระหว่างการหาเสียงเลือกตั้ง เมื่อไม่มีกฎหมายไทยบัญญัติไว้ก็อาจเกิดการกระทำความผิดขึ้น และอาจมีประเด็นปัญหาเกี่ยวกับรายจ่ายในการหาเสียงเลือกตั้งของผู้ลงสมัครรับเลือกตั้งหรือพรรคการเมือง เมื่อไม่มีการตรวจสอบหรือหลักเกณฑ์คำนวณค่าใช้จ่ายกรณีดังกล่าว พรรคที่มีผู้สนับสนุนจำนวนมากก็สมารถที่จะใช้ผู้สนับสนุนนำเสนอข้อความผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์แทน จนอาจทำให้เกิดปัญหาในเรื่องของความไม่เท่าเทียมกันระหว่างผู้ลงสมัครรับเลือกตั้งหรือพรรคการเมืองในที่สุด การหาเสียงเลือกตั้งนั้นกฎหมายของทุก

ประเทศมีข้อกำหนดเกี่ยวกับการแสดงรายจ่ายเพื่อความโปร่งใสและชัดเจนได้เปรียบเสียเปรียบกันระหว่างผู้สมัครรับเลือกตั้ง ดังนั้น จึงต้องมีการปรับแก้เพื่ออำนวยความสะดวกภาคระหว่างผู้สมัครรับเลือกตั้ง คณะกรรมการการเลือกตั้งมีความกังวลเป็นอย่างมากเกี่ยวกับการทำผิดกฎหมายการเลือกตั้งคือการหาเสียงในช่วงระยะเวลาหลัง 18.00 น. ของวันก่อนวันลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง 1 วัน หากกฎหมายเปิดโอกาสให้มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์หาเสียงเลือกตั้งได้อย่างเสรี โดยไม่จำกัดระยะเวลาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการหาเสียงเลือกตั้งย่อมส่งผลดีในแง่ที่คู่แข่งทางการเมืองจะตรวจสอบกันและกัน โดยมุ่งหวังเพื่อให้เกิดการลงโทษทางการเมืองจากการกระทำความผิดดังกล่าว รัฐจึงไม่ต้องสิ้นเปลืองงบประมาณในการจัดตั้งหน่วยงาน เพื่อมาสังเกตการณ์หรือตรวจสอบการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในช่วงระยะเวลาหาเสียงเลือกตั้ง ในเรื่องของประเด็นการคำนวณค่าใช้จ่ายที่แต่ละพรรคการเมืองใช้ไปในส่วนของการใช้สื่อสังคมออนไลน์นั้น ก็ได้ไม่มีหลักเกณฑ์ที่จะสามารถกำหนดได้แน่นอน เพราะในแต่ละช่วงเวลา ค่าใช้จ่าย ค่าบริการ อาจจะไม่เท่ากัน เพียงแต่ได้กำหนดไว้โดยรวมว่าจะต้องให้คิดค่าใช้จ่ายจากการรณรงค์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในช่วงของการหาเสียงเลือกตั้งรวมเข้าไปในบัญชีค่าใช้จ่ายที่ต้องแจ้งต่อรัฐบาลด้วย ประเทศญี่ปุ่นได้มีแนวคิดว่าในอนาคตอาจจะคำนวณค่าใช้จ่ายจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นอัตราเดียวกันกับการใช้โทรศัพท์ในการหาเสียงเลือกตั้ง เมื่อสื่อสังคมออนไลน์นั้นมีต้นทุนที่ต่ำและสามารถเข้าถึงข้อมูล

ต่าง ๆ ได้ตลอดเวลา การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อ การหาเสียงเลือกตั้งนอกจากจะมีการว่าจ้างเอกชน ในการทำเว็บไซต์หรือบล็อกส่วนตัวในช่วงของการ หาเสียงเลือกตั้งแล้ว ส่วนที่เป็นเว็บไซต์ บล็อก ช่องทางอื่น ๆ ของสื่อสังคมออนไลน์ ที่ได้มีความ เคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา แม้กระทั่งไม่อยู่ในช่วง ของการเลือกตั้ง ในช่วงที่ไม่อยู่ในระยะเวลาของ การหาเสียงเลือกตั้งควรที่จะได้รับการยกเว้น และ คำนวณค่าใช้จ่ายเฉพาะช่วงของการหาเสียง เลือกตั้งเท่านั้น เป็นการกระตุ้นให้พรรคการเมือง หรือผู้ลงสมัครรับเลือกตั้งมีแรงจูงใจที่จะทำ ประโยชน์เพื่อประชาชนอยู่ตลอดเวลา เพื่อแสดง ให้ประชาชนได้รับทราบถึงผลงานที่ได้กระทำ เมื่อ มีความเคลื่อนไหวตลอดเวลาเมื่อถึงช่วงเวลาการ เลือกตั้งก็ย่อมต้องได้รับความนิยมนับสนุน จากผู้มีสิทธิเลือกตั้งมากขึ้นตามไปด้วย ดังนั้น ควรจะมีการกำหนดหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนในการ คำนวณค่าใช้จ่ายในช่วงระยะเวลาดังกล่าว

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาค้นคว้ากฎหมายเกี่ยวกับการหาเสียงเลือกตั้งผ่านสื่อสังคมออนไลน์พบว่า กฎหมายการเลือกตั้งของไทยในปัจจุบันยังไม่มี การกำหนดมาตรการทางกฎหมายที่จะนำมาแก้ไข ปัญหาที่อาจจะเป็นการละเมิดกฎหมาย จากการ ใช้สื่อสังคมออนไลน์ดังกล่าว เขียนจึงขอเสนอแนะดังนี้

การแก้ไขปัญหาทางกฎหมาย

เมื่อคณะกรรมการการเลือกตั้งลงความ เห็นว่าอินเทอร์เน็ตเป็นวิธีการที่สามารถใช้หา

เสียงเลือกตั้งได้ ก็ควรระบุให้ชัดเจนว่าการใช้สื่อ อินเทอร์เน็ตแบบใด ประเภทใด ที่จะต้องนำมา คำนวณเป็นค่าใช้จ่ายในช่วงการหาเสียงเลือกตั้ง โดยอาจจะต้องมีมาตรการที่จะต้องให้พรรค การเมือง ผู้ลงสมัครรับเลือกตั้ง แจ้งชื่อผู้ใช้และ/ หรือ URL ไปยังคณะกรรมการการเลือกตั้งก่อนที่ จะถึงวันเปิดให้หาเสียงเลือกตั้ง เพื่อประโยชน์ใน การตรวจสอบข้อเท็จจริง ผู้เขียนเห็นควรว่าต้อง แก้ไขในรายละเอียดของ ข้อ 6 (6) ค่าใช้จ่ายใน การหาเสียงเลือกตั้งตามมาตรา 52 ได้แก่

“(6) ค่าโฆษณาในสื่อต่าง ๆ ได้แก่ ค่าลง โฆษณาในหนังสือพิมพ์ต่าง ๆ รวมทั้งสื่ออินเทอร์เน็ต ค่าจัดทำหรือจ้างในการผลิตสื่อเพื่อการออก อากาศ เช่น เทปวิทยุกระจายเสียง

(ก) กรณีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสื่ออินเทอร์เน็ต ต้องแจ้งจำนวนเว็บไซต์ ระบุชื่อบัญชีผู้ใช้ (user- name, URL) ให้คณะกรรมการการเลือกตั้งก่อน ถึงกำหนดวันหาเสียงเลือกตั้ง”

กฎหมายได้กำหนดระยะเวลาในการหา เสียงเลือกตั้งไว้ตั้งแต่เริ่มมีการประกาศพระราช กฤษฎีกาให้เลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร จนถึง 18.00 น. ของวันก่อนวันเลือกตั้ง 1 วัน จน กระทั่ง 24.00 น. ของวันลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง คณะกรรมการการเลือกตั้งมีความเห็นว่า การ เผยแพร่ข้อความประชาสัมพันธ์ซ้ำข้อความเดิม ที่เคยประกาศไว้แล้วบนโครงข่ายอินเทอร์เน็ต ให้ พิจารณาโดยใช้หลักเกณฑ์เดียวกับป้ายหาเสียง ที่ตั้งไว้ก่อนและไม่ได้มาเก็บให้หมดก่อน 18.00 น. ก็ไม่ถือว่าผิดกฎหมายเลือกตั้ง แต่หากมาทำป้าย



ช้าว่างหลัง 18.00 น. ถือว่ามีความผิดตามกฎหมาย การที่กฎหมายห้ามไม่ให้หาเสียงในช่วงระยะเวลาดังกล่าวในความเป็นจริงไม่อาจจะนำมาใช้ได้ อย่างมีประสิทธิภาพ การห้ามหาเสียงเลือกตั้ง ในช่วงเวลาดังกล่าวจึงไม่ควรรวมถึงสื่อสังคมออนไลน์ ผู้เขียนเห็นด้วยกับการใช้วิธีการเดียวกับประเทศสหรัฐอเมริกาที่ไม่มีบทบัญญัติห้ามการหาเสียงเลือกตั้งผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ไม่ว่าจะอยู่ในช่วงระยะเวลาใดของการหาเสียงเลือกตั้ง หรือ แม้แต่การลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง แต่จะพิจารณาการกระทำความผิดเฉพาะการหาเสียงบริเวณหน่วยเลือกตั้งเท่านั้น เพราะเมื่อเปิดให้มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างเสรี พรรคการเมืองและผู้สมัครรับเลือกตั้งซึ่งมีผู้สนับสนุนอยู่แล้ว ผู้สนับสนุนเหล่านั้นย่อมที่จะปกป้องผลประโยชน์ให้แก่ฝ่ายตน จนทำให้เกิดกลไกในการตรวจสอบขึ้นมาโดยไม่ต้องใช้บุคลากรจากภาครัฐ และรัฐก็ไม่จำเป็นต้องจัดให้มีหน่วยงานเพื่อการสังเกตการณ์ทางอินเทอร์เน็ตให้สิ้นเปลืองงบประมาณแผ่นดิน และผู้สนับสนุนพรรคการเมืองและนักการเมืองนั้นมีอยู่ทั่วประเทศย่อมมีจำนวนมากกว่าบุคลากรที่ภาครัฐจะจัดหาได้ หน่วยงานของรัฐควรจะมีหน้าที่เพียงรับเรื่องราวร้องทุกข์ที่อาจจะเกิดขึ้นในช่วงเวลาดังกล่าวเท่านั้น ผู้เขียนมีแนวคิดว่า บทบัญญัติกฎหมายควรได้รับการแก้ไข ดังนี้

มาตรา 58 บัญญัติว่า “ห้ามมิให้ผู้ใดทำการโฆษณาหาเสียงเลือกตั้งโดยวิธีการใด ๆ ไม่ว่าจะเป็นคนหรือเป็นโทษแก่ผู้สมัครหรือพรรคการเมืองใด นับตั้งแต่เวลา 18.00 น. ของวันก่อนวันเลือกตั้ง 1 วัน จนถึงสิ้นสุดวันเลือกตั้ง

บทบัญญัติเรื่องระยะเวลาในมาตรานี้ มิให้รวมถึงวิธีการใช้สื่อสังคมออนไลน์”

การแก้ไขปัญหาทางการปฏิบัติ

ควรจัดให้มีหน่วยงานที่ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางเกี่ยวกับการควบคุมตรวจสอบการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในช่วงของการหาเสียงเลือกตั้ง เพียงหน่วยงานเดียวเพื่อป้องกันการดำเนินงานที่ทับซ้อนกันเพราะในปัจจุบันแนวทางการทำงานของคณะกรรมการการเลือกตั้งเกี่ยวกับการดูแลการหาเสียงผ่านสื่อสังคมออนไลน์ คือการขอความร่วมมือกับกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ไอซีที) และสำนักงานตำรวจแห่งชาติ เพื่อช่วยกันป้องกันและตรวจสอบ หากมีการนำเสนอข้อความผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่อาจจะก่อให้เกิดการกระทำผิดตามกฎหมาย ทำให้เกิดความยุ่งยากในการทำงาน ลดงบประมาณของรัฐที่ต้องใช้จ่ายไปในแต่ละหน่วยงาน ลดการใช้บุคลากรของรัฐ





เอกสารอ้างอิง

- กิตติกร ทาระธรรม. (2545) **เรื่องการพัฒนาาระบบสารสนเทศเพื่อช่วยในการหาเสียง**. สารนิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- การใช้ Social Media ของพรรคการเมืองไทย ในการหาเสียงเลือกตั้ง 3 ก.ค. (2554) [ออนไลน์] แหล่งที่มา : <http://www.siamintelligence.com/social-media-thai-election-2011/>. (6 กันยายน 2555)
- การเลือกตั้งของประชาชนในสหรัฐอเมริกา. [ออนไลน์] แหล่งที่มา : http://eletion-usa.blogspot.com/2009/01/blog-post__7473.html. (26 มิถุนายน 2556)
- จวก กกต. คมใช้เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์หาเสียงไร้สาระ - ปชป.ทำแอมบอมมือถือ [ออนไลน์] แหล่งที่มา : <http://www.prachatai.com/journal/2011/05/34676>. (8 พฤษภาคม 2556)
- นักการเมืองญี่ปุ่นเลี้ยงกฎหมายห้ามใช้อินเทอร์เน็ตหาเสียง. [ออนไลน์] แหล่งที่มา : <http://paidoo.net/read.php?id=204202>. (4 มิถุนายน 2556)
- บุญยิ่ง ประทุม. อินเทอร์เน็ตกับการสื่อสารทางการเมืองไทย. (2556) [ออนไลน์] แหล่งที่มา : <http://www.deepsouthwatch.org/node/760>. (9 มิถุนายน 2556)
- ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. สื่อออนไลน์กับการเมืองอเมริกา “โซเชียลเน็ตเวิร์ก” ครองใจ. (2557) [ออนไลน์] แหล่งที่มา : http://www.prachachat.net/news__detail.php?newsid=1352967346. (13 มิถุนายน 2557)
- ประพันธ์ นัยโกวิท และคณะ. **รายงานการศึกษาดูงานและสังเกตการณ์การเลือกตั้งประธานาธิบดีและสมาชิกวุฒิสภาสหรัฐอเมริกา ณ กรุงวอชิงตัน ดีซี สหรัฐอเมริกา ระหว่างวันที่ 31 ตุลาคม ถึงวันที่ 9 พฤศจิกายน**. [ออนไลน์] แหล่งที่มา : <http://www.ect.go.th/newweb/upload/cms04/download/4934-5781-0.pdf> (9 มิถุนายน 2556)
- เขาวชนกับการหาเสียงผ่านโซเชียลเน็ตเวิร์ค. (2556) [ออนไลน์] แหล่งที่มา : <http://news.thaipbs.or.th/node/13015>. (9 มิถุนายน 2556)



- รติกร กীরติบุรณะ. (2548) **การศึกษาเปรียบเทียบเนื้อหาของเว็บไซต์พรรคการเมืองไทย : กรณีศึกษาพรรคไทยรักไทยและพรรคประชาธิปัตย์ ระหว่างการเลือกตั้งทั่วไป วันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2548.** กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์สารสนเทศ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- มูลนิธิสถาบันวิจัยกฎหมาย. (2547) **รายงานการศึกษาวิจัย เรื่อง กฎหมายที่มีบทบัญญัติที่ไม่สอดคล้องกับรัฐธรรมนูญ.** คณะกรรมการปรับปรุงกฎหมายเพื่อการพัฒนาประเทศ สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา.
- สมเกียรติ อ่อนวิมล. (2556) [ออนไลน์] แหล่งที่มา : <https://www.facebook.com/somkiat.onwimon>. (6 กรกฎาคม 2556)
- สมศักดิ์ เขียวจรรยากุล.นโยบายพรรคการเมืองในการหาเสียงย่อมหมายถึงสัญญาประชาคม (Social Contract). (2555) [ออนไลน์] แหล่งที่มา : <http://www.oknation.net/blog/print.php?id=731243>. (4 กันยายน 2555)
- สำนักข่าวไทย. กกด. เตือนใช้ Social Network ไม่ให้ผิดกฎหมายเลือกตั้ง. (2557) [ออนไลน์] แหล่งที่มา : <http://news.mthai.com/headline-news/120930.html>. (13 มิถุนายน 2557)
- สุพล พรหมมาพันธุ์. (2554) กลยุทธ์การหาเสียงด้วยโซเชียลมีเดีย. **วารสาร CIO World & Business.** 115 (มิถุนายน 2554): 28-29.
- Election Administration Commission. [Online] Available : <http://www.city.osaka.lg.jp/>. (8 July 2013)
- Gabriel Meister. Alexander Coley and Tomoki Kodama. (12 June 2013) The Diet Has Spoken: Japanese Lawmakers Approve Internet-Enabled Campaigning. [Online] Available : <http://www.sociallyawareblog.com/2013/06/12/the-diet-has-spoken-japanese-law-makers-approve-internet-enabled-campaigning/>. (13 September 2013)
- Leslie M. Tkach-Kawasaki. The Internet and Campaigns in Japan Traditions and Innovations. University of Tsukuba. [Online] Available : http://www.cajs.tsukuba.ac.jp/monograph/articles/01__201103/cajs01__201103__055-075.pdf (8 August 2013)